

> ÉDITION  
avril 2016

# RAPPORT AU PARLEMENT 2016



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





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

- Philippe CHALMIN (Université Paris-Dauphine).

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

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

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

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

Les principaux rédacteurs et contributeurs du rapport 2016 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode générale, « *euro alimentaire* », industrie laitière, filière porc, indicateurs steak haché, transmission des prix ;
- Jean-Pierre BUTAULT (Inra), « *euro alimentaire* », expertise et méthodologie économiques générales ;
- François CADUDAL (FranceAgriMer), filière viande de volailles ;
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière laitière ;
- Laurence FOUQUE (FranceAgriMer), industrie des viandes de boucherie ;
- Nadine BISSOL (FranceAgriMer), filière viande bovine ;
- Lionel HEBRARD (SSP), travaux statistiques sur les comptes des industries des viandes ;
- Amandine HOURS (FranceAgriMer), coordination, coûts de production agricole, industrie, distribution ;
- Laurène JOLLY (FranceAgriMer), filière produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Alice JOSEPH (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Christophe LESIEUR (SSP), travaux statistiques sur les comptes des industries laitières ;
- Caroline SAMSON (FranceAgriMer), filières pain, pâtes alimentaires ;
- Cécile WELTER-NICOL (SSP), travaux statistiques sur le RICA.

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

- l'Insee (division des indices de prix de production),
- les instituts techniques interprofessionnels agricoles (Arvalis, Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes, Institut de l'élevage, IFIP-Institut du porc, Institut technique de l'aviculture),
- des organisations professionnelles de l'industrie et de l'artisanat (Fédération des industriels charcutiers-traiteurs, Culture Viande, Fédération nationale des industries et du commerce en gros des viandes, Fédération des Industries Avicoles, Confédération nationale de la Boulangerie et Boulangerie-Pâtisserie Française) et les entreprises qu'elles représentent,
- les enseignes de la grande distribution (Auchan, Carrefour, Casino, Cora, E.Leclerc, Intermarché, Simply Market, Système U).

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

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

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

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

*L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L621-1<sup>1</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.

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

Le dispositif s'appuie sur FranceAgriMer pour réaliser ou faire réaliser les travaux d'étude et en diffuser les résultats. L'établissement mobilise 3,5 équivalents temps plein (ETP) pour l'observatoire, dont un cadre à plein temps (secrétaire général de l'observatoire), une chargée de mission à 75% (coordination, études horizontales : comptes de l'agriculture, des industries et du commerce), cinq ingénieurs chargés d'études économiques sectorielles pour environ 25% de leur temps, plus une quote-part de services généraux et informatiques (développement du site internet) estimée à 0,5 ETP.

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

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

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

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

---

<sup>1</sup> FranceAgriMer, Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer

# Sommaire

<b>SOMMAIRE .....</b>	<b>5</b>
<b>PRÉSENTATION .....</b>	<b>9</b>
<b>ACTIVITÉ DE L'OBSERVATOIRE. SAISON 2015 - 2016.....</b>	<b>11</b>
<b>RÉSUMÉ .....</b>	<b>15</b>
<b>TABLEAUX DE SYNTHÈSE PAR FILIÈRE .....</b>	<b>19</b>
<b>AVANT-PROPOS.....</b>	<b>29</b>
<b>CHAPITRE 1. MÉTHODE GÉNÉRALE .....</b>	<b>33</b>
1. <i>Une approche principalement sectorielle complétée par une analyse macroéconomique .....</i>	33
2. <i>L'analyse des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce .....</i>	36
<b>CHAPITRE 2. DONNÉES DE CADRAGE .....</b>	<b>45</b>
1. <i>Les prix dans le circuit agroalimentaire .....</i>	45
2. <i>L'évolution des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce .....</i>	53
<b>CHAPITRE 3. MARGES BRUTES ET COÛTS PAR FILIÈRE.....</b>	<b>63</b>
<b>SECTION 1 – VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE .....</b>	<b>65</b>
1. <i>Circuits de transformation et de commercialisation en filière porcine.....</i>	65
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail pour la filière porcine ...</i>	68
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande porcine et du jambon cuit .....</i>	69
4. <i>Transmission des prix dans la filière porcine. Variation de la recette globale de l'élevage porcin ..</i>	76
5. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage porcin et coût de production du porc en élevage.....</i>	80
6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande porcine et charcuterie et coût de production dans l'abattage-découpe de porcs .....</i>	83
7. <i>Compte des rayons boucherie et charcuterie des GMS .....</i>	86
<b>SECTION 2 – VIANDE BOVINE .....</b>	<b>89</b>
1. <i>Circuits de commercialisation en filière viande bovine.....</i>	89
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail en filière viande bovine</i>	93
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande bovine .....</i>	97
4. <i>Transmission des prix dans la filière viande bovine.....</i>	106
5. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin viande et coût de production des bovins viande en élevage.....</i>	108
6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande bovine et coût de production dans l'abattage-découpe de bovins.....</i>	111
7. <i>Compte des rayons boucherie des GMS .....</i>	113

<b>SECTION 3 – VOLAILLES DE CHAIR .....</b>	<b>115</b>
1. <i>Circuits de commercialisation en filière volailles de chair .....</i>	115
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière volailles de chair.....</i>	117
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande de volaille.....</i>	121
4. <i>Transmission des prix dans la filière volailles. Variation globale de recette dans l'élevage de volailles.....</i>	128
5. <i>Coût de production des volailles en élevage.....</i>	130
6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière viande de volailles .....</i>	132
7. <i>Compte du rayon volailles des GMS.....</i>	133
<b>SECTION 4 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE.....</b>	<b>135</b>
1. <i>Bilan et flux dans la filière des produits laitiers .....</i>	135
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits laitiers de lait de vache .....</i>	137
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des produits laitiers .....</i>	138
4. <i>Transmission des prix dans la filière laitière. Variation de la recette globale de l'élevage .....</i>	156
5. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin laitier et coût de production du lait de vache en élevage.....</i>	161
6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière .....</i>	166
7. <i>Compte du rayon produits laitiers des GMS .....</i>	171
<b>SECTION 5 – PAIN .....</b>	<b>173</b>
1. <i>Les circuits de commercialisation en filière pain .....</i>	173
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pain .....</i>	175
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix de la baguette .....</i>	177
4. <i>Transmission des prix dans le circuit blé-pain. Variation de la recette globale de la production de blé tendre.....</i>	179
5. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre et coût de production du blé tendre .....</i>	181
6. <i>Compte de résultat des entreprises de l'industrie et du commerce artisanal de la filière farine-pain.. ..</i>	184
7. <i>Compte du rayon boulangerie des GMS.....</i>	187
<b>SECTION 6 – PÂTES ALIMENTAIRES .....</b>	<b>189</b>
1. <i>Les circuits de commercialisation en filière pâtes alimentaires .....</i>	189
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pâtes alimentaires .....</i>	191
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix au détail dans la filière des pâtes alimentaires .....</i>	193
4. <i>Transmission des prix dans le circuit blé dur – pâtes alimentaires. Variation de la recette globale de la production de blé dur.....</i>	196
5. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur et coût de production du blé dur ...</i>	198
6. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière pâtes alimentaires .....</i>	200
7. <i>Compte des rayons épicerie salée des GMS.....</i>	200

<b>SECTION 7 – FRUITS ET LÉGUMES .....</b>	<b>201</b>
1. <i>Les circuits de commercialisation des fruits et légumes .....</i>	<i>201</i>
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière fruits et légumes .....</i>	<i>204</i>
3. <i>Décomposition des prix au détail en GMS des fruits et légumes.....</i>	<i>206</i>
4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées fruitières et légumières et coût de production de certains fruits et légumes .....</i>	<i>215</i>
5. <i>Compte de résultat des entreprises d'expédition et de commerce de gros et de détail de la filière fruits et légumes .....</i>	<i>222</i>
6. <i>Compte du rayon fruits et légumes des GMS .....</i>	<i>225</i>
<b>SECTION 8 – PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE.....</b>	<b>227</b>
1. <i>Présentation de la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture et circuits de commercialisation.....</i>	<i>227</i>
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture .....</i>	<i>229</i>
3. <i>Évolution des prix et décomposition des prix au détail dans la filière des produits aquatiques ....</i>	<i>231</i>
4. <i>Compte du commerce de détail spécialisé de la poissonnerie .....</i>	<i>235</i>
5. <i>Compte du rayon poissonnerie des GMS .....</i>	<i>236</i>
<b>CHAPITRE 4. « L'EURO ALIMENTAIRE » .....</b>	<b>239</b>
1. <i>Objectif, méthode, limites .....</i>	<i>239</i>
2. <i>Partage de l'euro alimentaire entre production et aval .....</i>	<i>241</i>
3. <i>Partage de l'euro alimentaire en valeurs ajoutées .....</i>	<i>243</i>
4. <i>Contributions des différentes demandes finales à la formation de la valeur ajoutée en agriculture....</i>	<i>248</i>
5. <i>En conclusion .....</i>	<i>249</i>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>251</b>
<b>BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES.....</b>	<b>255</b>
<b>SIGLES.....</b>	<b>259</b>





## Présentation

Ce cinquième rapport annuel comprend les parties suivantes.

L'« *Activité de l'observatoire* » mentionne les réunions des groupes de travail et du comité de pilotage, les autres réunions de travail avec les professionnels, les publications (dont [la Lettre de l'OBSERVATOIRE](#)) ainsi que les interventions dans diverses instances en 2015 et 2016, depuis la parution du précédent rapport.

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

Les « *Tableaux de synthèse par filière* » exposent les principaux chiffres du rapport, avec leur évolution récente.

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

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

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

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

Le « *Chapitre 3* » présente, filière par filière (chacune faisant l'objet d'une « *Section* »), les différents résultats résumés dans les « *Tableaux de synthèse par filière* ». Ces résultats figurent également sur le site de l'observatoire, dans la partie [Résultats par filière](#). Sous contrainte de moyens, trois filières, étudiées dans les éditions précédentes, ne sont pas abordées cette année : il s'agit de la viande ovine, des produits laitiers de chèvre et des produits laitiers de brebis, qui pourraient faire toutefois l'objet d'un prochain numéro spécial de La Lettre de l'OBSERVATOIRE.

Deux thèmes nouveaux sont traités dans ce chapitre 3 :

- dans la section « *Filière viande bovine* », suite à une demande professionnelle exprimée auprès du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, un *focus* sur le *steak haché* présente les premiers matériaux pour un suivi de la formation du prix de ce produit, devenu très important pour la filière.
- dans la section « *Filière volailles de chair* » sont présentés les résultats d'une étude sur la *valorisation des coproduits de l'abattage-découpe* de poulets, un facteur-clé des résultats économiques du secteur.

Le « *Chapitre 4* » est dédié aux résultats de l'approche macroéconomique de décomposition de la dépense alimentaire nationale (« *l'euro alimentaire* »), jusqu'en 2012 (dernière année disponible lors de la rédaction du rapport) ; le rapport reprend ainsi les résultats déjà présentés dans « [La Lettre n°9 de l'OBSERVATOIRE](#) », parue en janvier 2016.



## Activité de l'observatoire. Saison 2015 - 2016

### Réunions de l'observatoire

#### Comité de pilotage de l'observatoire

- 29 mars 2016
- 9 mars 2016
- 17 décembre 2015
- 2 juillet 2015

#### Groupe de travail Grande distribution

- 13 janvier 2016

#### Groupe de travail Produits laitiers

- 23 février 2016
- 18 novembre 2015

#### Groupe de travail Filière Porcine

- 24 novembre 2015

#### Groupe de Travail Filière Volailles

- 27 novembre 2015

#### Groupe de travail Filière Viande Bovine

- 10 février 2016
- 26 novembre 2015

#### Groupe de travail Filière Fruits et Légumes

- 3 décembre 2015

#### Groupe de Travail Filière Céréales

- 10 février 2016

### Réunion de travail avec les fédérations professionnelles et les entreprises

28 janvier 2016	Interprofession du lapin
11 janvier 2016	Fédération des Industriels Charcutiers-Traiteurs
22 décembre 2015	Culture Viande
16 décembre 2015	Système U
9 décembre 2015	Carrefour
9 décembre 2015	Fédération Nationale des Producteurs de Lait
24 novembre 2015	E.Leclerc
23 novembre 2015	Cora
23 novembre 2015	Intermarché
19 novembre 2015	Casino
9 octobre 2015	Fédération des Industries Avicoles
12 août 2015	Auchan
26 juin 2015	Fédération des Industries Avicoles

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

11 février 2012	Assemblée générale des Jeunes Agriculteurs du Gers (Vic-Fezensac)
25 janvier 2016	Formation filière lait et filière viande. AgroSup Dijon
14 janvier 2016	Audition de Philippe Chalmin à l'Assemblée nationale
14 janvier 2016	Rencontre Régionale Céréales, Région Midi-Pyrénées – Languedoc-Roussillon (Carcassonne)
15 décembre 2015	Comité Régional Céréales, Région Centre-Val de Loire (Ancenis)
28 octobre 2015	Session Viande Bovine Jeunes Agriculteurs. Lycée Agricole de Mirande (Gers)
14 octobre 2015	Table-ronde de l'OCDE « Favoriser la transparence dans les filières alimentaires »
8 octobre 2015	<p><b>« Les entretiens de l'Observatoire »</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Point sur la conjoncture des marchés agricoles à l'automne 2015 ; Philippe Chalmin</li> <li>- Consommation de produits animaux en France : une analyse économétrique des substitutions ; Vincent Legendre (IFIP - Institut du porc), Tifenn Corre et Zohra Bouamra-Mechemache (TSE, INRA – GREMAQ)</li> <li>- Tendances du marché bananier européen au travers de l'évolution des prix à différents stades dans les pays de consommation majeure ; Denis Loeillet (CIRAD)</li> <li>- L'« euro alimentaire » ; méthodes et résultats ; Jean-Pierre Butault (INRA) et Philippe Boyer (Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires)</li> </ul>
5 octobre 2015	Conseil spécialisé Céréales de FranceAgriMer
Été 2015	Tables rondes sur les filières d'élevage, Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt
22 juillet 2015	Travaux sur la filière des produits laitiers. FARM Europe (Bruxelles)
15 juillet 2015	Audition de Philippe Chalmin au Sénat
8 juillet 2015	Audition de Philippe Chalmin par la Commission des Affaires Économiques de l'Assemblée Nationale
8 juillet 2015	Conseil d'administration de la Fédération Nationale Porcine
25 juin 2015	Conseil fédéral de la FNSEA
25 juin 2015	Action 32 du contrat de la filière alimentaire, ANIA
25 juin 2015	Commission agricole du Conseil Économique, Social et Environnemental
23 juin 2015	Commission Européenne, DG Agri (Bruxelles)
18 juin 2015	Conseil spécialisé Viandes blanches de FranceAgriMer
11 juin 2015	Comité Lait de vache de FranceAgriMer
9 juin 2015	Délégation bulgare
27 mai 2015	Commission agricole du Conseil Économique, Social et Environnemental
12 mai 2015	Chambre Régionale d'Agriculture des Pays-de-la-Loire (Angers)

## Publications

Les travaux ci-dessous sont ceux issus de l'observatoire au cours de la saison 2015-2016, publiés dans la [Lettre de l'OBSERVATOIRE](#) et consultables en ligne sur le site de l'Observatoire de la formation des prix et des marges, ou dans d'autres publications.

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

[« L'Euro alimentaire » : résultats en 2012](#)

La lettre de l'observatoire, n°9, janvier 2016.

[« L'Euro alimentaire » : nouvelles données et tendances](#)

La lettre de l'observatoire, n°8, octobre 2015.

[L'évaluation des coûts et des marges dans les rayons alimentaires de la grande distribution en 2013](#)

La lettre de l'observatoire, n°7, mai 2015.

### **AUTRES PUBLICATIONS**

[Le suivi des prix, des coûts et des marges dans les filières viandes](#)

Viandes & Produits carnés, décembre 2015.



## Résumé

L'année 2015 est marquée par la poursuite de la baisse globale des prix agricoles observée déjà en 2014 pour plusieurs productions et étendue en 2015 à la production laitière. La baisse moyenne tous produits confondus s'établit à -2,4%, moins accentuée toutefois qu'en 2014 (-5,3%). Ce recul annuel des prix agricoles n'épargne que peu de produits (fruits et légumes, œufs) ; il affecte très fortement l'élevage bovin laitier, avec un recul de plus de 15% par rapport à une année 2014 exceptionnellement favorable, et de 6% par rapport à la moyenne des cinq dernières années.

La baisse s'observe également pour les prix des produits des industries alimentaires, qui diminuent à nouveau de près de 2% en 2015. Ce recul des prix sortie industrie s'observe sur pratiquement tous les secteurs suivis par l'observatoire, à l'exception des pâtes alimentaires (mais la hausse observée en 2015 est l'impact retardé de la hausse du blé dur de 2014) et de certains produits de boucherie.

Les prix à la consommation alimentaire, qui étaient en léger repli en 2014, progressent très faiblement en 2015 avec moins de 0,5%, ce qui est toutefois sensiblement plus élevé que la hausse générale des prix à la consommation, presque nulle. La quasi stabilité ou le recul des prix à la consommation est assez général dans les filières suivies par l'observatoire ; les fruits et les légumes frais, et, dans une moindre mesure, les pâtes (pour la raison déjà évoquée quant aux prix sortie industrie) faisant notamment exception<sup>2</sup>.

Dans les filières de produits carnés, appréciée au travers des indices de l'Insee, la baisse des prix à la production en 2015 de -1,4% à -7,2% selon les produits est due à la perte de marchés à l'export en Russie (porc), à la baisse de la demande intérieure (en viande bovine et de porc), à l'afflux de vaches laitières dans les abattoirs... Cette baisse des prix à la production des animaux s'accompagne d'une quasi stabilité des prix à la consommation, toutes viandes et produits à base de viande agrégés (+0,4%). Le suivi spécifique de l'observatoire, réalisé sur quelques produits de grande consommation issus des filières viandes, montre en 2015 des baisses de prix au détail relativement faibles (moins de 1%) sur la viande de porc frais (rôti excepté), le jambon cuit, ou la carcasse bovine reconstituée au détail, baisses plus marquées (de 1% à 2%) sur le poulet entier, standard ou label ou le panier effectif d'achat de viande bovine en GMS. Rappelons qu'il n'est pas illogique qu'en pourcentage (ou en indice), les baisses de prix à la consommation soient inférieures à celles des prix à la production, les bases de prix à la consommation étant supérieures à celles des prix à la production<sup>3</sup>. Le maillon industriel des filières carnées a, pour les produits suivis par l'observatoire, généralement transmis la baisse du coût de ses approvisionnements en matière première, comme le montre la stabilité, voire la diminution, des indicateurs de marge brute de ce maillon. Cette stabilité relative fait suite à la reconstitution des marges brutes industrielles, observée l'année dernière, avec la baisse des prix entrée abattoir.

En GMS, toujours pour les produits carnés suivis par l'observatoire, les indicateurs de marge brute peuvent être en diminution (découpe de volailles, côtes de porc en UVCI), relativement stables (viande bovine) ou en hausse (jambon cuit, longe de porc en UVCM, rôti UVCI).

Rappelons que ces indicateurs donnent, par leur variation, une information sur la transmission des prix et des coûts le long de la chaîne ; mais ils ne permettent pas de « prédire » ce que sera l'évolution de la marge nette, ou bénéfice, une fois pris en compte tous les coûts s'imputant sur cette marge (salaires, coût du capital, diverses consommations intermédiaires...).

Ainsi, la légère progression de la marge brute du rayon boucherie des GMS en 2014 (enquête de l'observatoire réalisée en 2015) s'accompagne d'une baisse de la marge nette calculée ; le rayon ressortant donc toujours en négatif (-2,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires).

<sup>2</sup> Certaines interprétations erronées ayant été relevées l'an dernier, rappelons que la comparaison des variations de prix en pourcentage (ou en indices, ce qui est la même chose) entre les différents stades des circuits (production agricole, industrie, consommation) ne permet pas toujours de déduire directement que la différence en euros entre ces prix s'est accrue (augmentation des « marges ») ou a diminué (diminution des mêmes « marges »). Tout dépend du rapport initial entre les deux prix.

<sup>3</sup> Par exemple, moins 30 centimes sur un prix du kg de carcasse bovine initialement de 3 euros correspond à une baisse relative de -10% ; si la même baisse absolue de 30 centimes est intégralement transmise au prix au détail initialement de 7 euros, le pourcentage de baisse de prix est à ce stade de 4,3%.

Pour le **rayon charcuterie**, toujours en 2014, marges brute et nette progressent légèrement, la marge nette étant ici positive (8,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires), tandis que dans le **rayon volailles**, autre rayon à marge nette positive, la marge brute diminue légèrement en 2014 alors que la baisse de la marge nette est plus marquée, passant de 8,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires en 2013 à 7,8 € en 2014.

Dans les **industries des viandes**, la marge nette de **l'abattage-découpe de bovins**, qui avait progressé en 2014, diminue en 2015 pour s'établir en moyenne à 8 centimes par kg de carcasse traité, contre 12 centimes en 2014, niveau toutefois supérieur à ceux des années 2011-2013 (1 à 5 centimes) marquées par l'augmentation du prix des bovins à la production.

L'activité d'abattage-découpe de porc, qui était revenue en moyenne à un strict équilibre en 2014 (marge nette nulle) voit son résultat repasser en négatif en 2015 (marge nette de -2 centimes par kg de carcasse) malgré la baisse du prix du porc entrée abattoir et la stabilité des charges, le prix moyen de produits de découpe diminuant de près de 10 centimes par kg de carcasse traitée.

Dans l'élevage spécialisé de bovins viande, la dégradation des résultats moyens se poursuit en 2015. Les coûts de production restent quasi stables mais la baisse des prix entraîne une nouvelle baisse de la marge nette : en élevage naisseur-engraisseur, il manque ainsi en moyenne près de 19 € par 100 kg d'animal en vif pour rémunérer le travail l'éleveur à hauteur de 1,5 SMIC et son capital au taux moyen du livret A ; pour les engraisseurs, ce manque à gagner est en moyenne de 47 € par 100 kg vif.

Le constat est de même nature en élevage porcin, la poursuite de la dégradation du cours du porc en 2015, malgré la baisse du coût de production (diminution du prix des aliments), entraîne une nouvelle baisse de la marge nette en élevage : il a ainsi manqué environ 8 centimes par kg de carcasse (sur un prix moyen de 1,4 €) pour rémunérer le travail et le capital de l'éleveur aux standards retenus (1,5 SMIC, taux du livret A).

**Dans la filière laitière**, les indices de l'Insee des **prix à la consommation** des produits laitiers montrent une baisse moyenne des prix de l'ordre de 1%. Le prix du lait à la production a quant à lui fortement diminué, -15% en 2015 après la hausse de 2014, -6% par rapport aux cinq dernières années. Cette baisse est due au recul de la demande mondiale (Chine, Russie), alors que la production européenne, affranchie des quotas laitiers, s'est accrue dans plusieurs pays.

Dans ce contexte, l'indicateur de marge brute des transformateurs augmente, tendant ainsi à recouvrer, pour les produits suivis par l'observatoire des niveaux proches de ceux antérieurs à l'année 2014, marquée par une hausse du prix du lait à la production.

L'indicateur de marge brute en GMS des produits laitiers suivis présente également des hausses variables.

Malgré des évolutions à la hausse des indicateurs de marges de l'aval, la baisse du coût en matière première, même partiellement transmise au consommateur, **permet le maintien voire la baisse des prix au détail des produits laitiers en 2015** : c'est le cas, parmi les produits suivis par l'observatoire de l'emmental, du camembert et du yaourt nature ; on enregistre en revanche une hausse sur les deux autres produits laitiers suivis : lait UHT et beurre plaquette. À noter que ces hausses de prix au détail sont au moins pour partie dues à l'évolution de la composition des achats (ou de l'offre) d'une même famille de produit vers des articles d'une gamme supérieure, plus chers.

La marge nette du rayon des produits laitiers en GMS a nettement diminué en 2014 (résultat de l'enquête 2015 de l'observatoire), passant de 2,3 € pour 100 € de chiffre d'affaires en 2013 à 0,2 € en 2014. Ceci résulte de l'augmentation des coûts d'achat (le prix sortie industrie des produits laitiers de grande consommation avait progressé de 3% en 2014), mais aussi de la hausse des frais de personnel dédié au rayon (réorganisation de « *concepts* » de magasin ou de rayon dans certaines enseignes).

Dans l'industrie laitière, l'observatoire ne dispose que des comptes sectoriels issus de la base Esane de l'Insee, dont les derniers résultats disponibles à ce jour portent sur 2013. Cette année-là, le résultat courant du secteur s'établissait à 2% de la valeur de sa production, en progression par rapport aux années précédentes.

L'année 2015 présente, **pour les éleveurs laitiers, un retournement de tendance très défavorable**. Malgré la baisse moyenne des coûts de production, une diminution importante de la rémunération des producteurs a résulté de la baisse du prix du lait : on estime, sur la base du Réseau d'information comptable agricole, que le prix moyen du lait en 2015 (0,34 € / litre) était inférieur de près de 10 centimes par litre au prix qui aurait assuré la rémunération des producteurs aux standards habituellement retenus (1,5 SMIC pour le travail, taux du livret A pour le capital).



**La filière blé-farine-pain** se caractérise en 2015 par une nouvelle baisse du prix de sa matière première (blé tendre), beaucoup plus modeste toutefois (-1% environ) que celle de l'an dernier (-15%). L'indicateur de marge brute de la meunerie se maintient par rapport à l'an dernier, celui de l'aval baisse très légèrement, dans le circuit de la **baguette « moyenne »**, dont le prix moyen au détail est quasi stable.

Les comptes du secteur de la meunerie en 2013 (les derniers disponibles à ce jour pour ce rapport) montraient un résultat courant moyen rapporté aux produits de 0,2%, cet indicateur s'étant dégradé depuis 2011.

En GMS, les rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie recouvrent une certaine diversité d'organisation (depuis le simple « *point chaud* » jusqu'à l'atelier de fabrication complète) mais, en moyenne, le rayon se distingue de tous les autres par ses taux de valeur ajoutée ou de marge brute élevés du fait de l'activité de transformation. La contrepartie est l'importance des coûts directs en main d'œuvre et, toutes autres charges réparties, une marge nette négative. En 2014, celle-ci ressort à -1,1%, quasi identique à 2013.

**Pour les pâtes alimentaires**, on observe une **hausse de 1,6% du prix au détail** en 2015. La matière première, le blé dur, avait vu son prix s'envoler en 2014 (+6 centimes / kg, soit +20%) du fait d'une diminution de l'offre (en France et au Canada, principal pays producteur), ce prix reste quasi-stable en 2015 (0,34 € / kg).

L'impact de la hausse du prix du blé dur de 2014 sur le prix au détail a été retardé (le prix au détail des pâtes avait même baissé en 2014) et reportée sur 2015 du fait de la durée des contrats : ainsi, en 2015, malgré la quasi stabilité du prix du blé dur en moyenne annuelle, le prix des pâtes sortie industrie progresse 5 centimes par kg, hausse partiellement amortie par la distribution, le prix moyen au détail ne progressant que de 3 centimes.

Les comptes du secteur industriel de la fabrication de pâtes ne sont disponibles actuellement que pour l'année 2013, ils montraient, cette année, un résultat courant rapporté au chiffre d'affaires de 6,3%.

L'observatoire ne suit pas les comptes du rayon des GMS dans lequel sont proposées les pâtes alimentaires, celles-ci ne représentant qu'à peine 10% du chiffre d'affaires du rayon, « *épicerie salée* ». L'observatoire ne dispose pas pour l'instant de données de coût de production du blé dur.

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

Après une année 2014 marquée par des indicateurs en baisse, l'année 2015 renoue avec **des prix à l'expédition et au détail et des indicateurs de marges brutes au détail en hausse** pour le panier saisonnier de fruits et pour le panier saisonnier de légumes : le prix moyen annuel à l'expédition du panier de fruits augmente ainsi de 10,6%, celui des légumes de 7,7%. Au détail en GMS les hausses de prix sont respectivement de 10% et 14,8%, résultant à la fois de la hausse du prix à l'expédition et de celle l'indicateur de marge brute du circuit de distribution en GMS.

Les fruits et légumes frais sont pratiquement les seuls produits, parmi ceux suivis par l'observatoire, à voir leur prix au détail, habituellement plus variables que ceux des autres produits, fortement augmenter en 2015.

Le rayon fruits et légumes des GMS présente en 2014 (enquête 2015 de l'observatoire) des marges brute et nette légèrement supérieures à celles de 2013, respectivement 31,1 € et 2,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires ; la marge brute de 2015 serait en hausse au vu des indicateurs précités.

Les données disponibles ne fournissent à ce jour des comptes d'exploitations fruitières et légumières que jusqu'en 2014 : le revenu moyen des producteurs de fruits était redescendu à un niveau inférieur à ceux observés depuis 2008, celui des producteurs de légumes était resté relativement stable. En 2015, d'après le compte prévisionnel de l'agriculture, la valeur des productions de fruits et de légumes a augmenté (respectivement de 6,8% et 3%), ce qui pourrait se traduire par l'amélioration des revenus des producteurs (à vérifier dans la prochaine parution des comptes nationaux de l'agriculture par otex de 2015 et des résultats de 2015 du Réseau d'information comptable agricole (Rica), sur <http://agreste.agriculture.gouv.fr/> ).

**La filière des produits de la pêche et de l'aquaculture** est approchée cette année par l'observatoire au travers du circuit du saumon fumé étudié par l'observatoire de la Commission européenne pour la filière ([Eumofa](#)), montrant depuis 2010 une dynamique de prix croissants en amont et au détail. Le coût en matière première (saumon frais importé) se situait en 2014 à un niveau de plus de 30% supérieur à la moyenne des 5 dernières années, sous l'effet d'une rétraction de l'offre de saumon due au développement d'un parasite des élevages, et de la croissance de la demande, notamment américaine. Le prix de cette matière première a diminué en 2015.

Le rayon poissonnerie des GMS fait partie des rayons alimentaires de la grande distribution suivis par l'observatoire depuis 2012. Ce rayon est caractérisé, en 2014 comme lors des années précédentes, par un taux de marge brute de 26%, dans la moyenne de celui des autres rayons frais, boulangerie excepté, par un taux de marge semi-nette sensiblement plus faible qu'ailleurs (11%) du fait de l'importance du personnel dédié (vente assisté, préparation, réassort...) et, toutes autres charges intégralement réaffectées, par une marge nette négative.

« **L'euro alimentaire** » constitue le volet macroéconomique des travaux de l'observatoire. Il analyse le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale de deux façons :

- d'une part, en isolant, au sein de ce montant, la valeur de la production agricole nationale incorporée,
- d'autre part, en décomposant ce montant en rémunérations du travail et du capital (valeurs ajoutées) induites dans toutes les branches de l'économie, importations et taxes.

Compte tenu des délais d'obtention des données indispensables au calcul de cette répartition, l'« *euro alimentaire* » du présent rapport a pu être décomposé jusqu'en 2012, reprenant les résultats déjà publiés dans [La Lettre de l'OBSERVATOIRE n° 9](#).

Pour 2012, la première décomposition de 100 € de dépense alimentaire (en magasins, hors restauration hors foyer – RHF -) aboutit à la répartition suivante :

- |  |          |
|--|----------|
| ▪ production agricole nationale incorporée :                         | 18,3 € ; |
| ▪ valeurs créées hors agriculture (industrie, commerce, transport) : | 58,3 € ; |
| ▪ aliments importés :  | 14,3 € ; |
| ▪ taxes sur les produits :   | 9,2 €.   |

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

- des valeurs ajoutées, pour 61,2 €, réparties dans les différentes branches de l'économie nationale :
  - 8,2 € pour l'agriculture,
  - 13,2 € pour l'industrie alimentaire,
  - 14,6 € dans les services,
  - 19,8 € dans les commerces ;
- des importations de produits intermédiaires (pétrole, soja, ... par exemple), pour 15,3 €
- et les importations d'aliments (14,3 €)
- et les taxes (9,2 €) déjà citées.

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

- la demande de produits alimentaires (hors RHF) concourt pour 36% à la formation de l'EBE de la branche agricole ;
- la demande adressée à la branche des hôtels et restaurants, pour 4% ;
- les autres demandes nationales (dont en produits agricoles pour usage non alimentaire) : 7% ;
- les exportations de produits agricoles et alimentaires : 27% ;
- et les subventions : 26%.

## Tableaux de synthèse par filière

Les tableaux suivants résument, par filière suivie par l'observatoire :

- Les prix des produits aux différents stades : production agricole, industrie, détail. Ces prix sont donnés en unité (kg, litres...) du produit considéré. Pour certains produits des filières viandes, ils sont exprimés en kg de carcasse (carc.) ou d'équivalent carcasse (EC, en bovin viande : 1 kg EC correspond à 0,7 kg de viande) ;
- La décomposition du prix au détail (hors TVA) en coût de matière première pour le 1<sup>er</sup> transformateur, et indicateurs de marges brutes de la transformation et de la distribution ;
- Les coûts de production ou les comptes des exploitations agricoles ;
- Les coûts ou les comptes dans l'industrie ;
- Les comptes du rayon des GMS.

Du fait des délais de disponibilité et de traitement des données, les résultats ne peuvent être tous mis à jour pour la même période, ainsi :

- Prix et indicateur de marges brutes sont mis à jour jusqu'à l'année 2015 incluse ;
- Les coûts de production ou les comptes des exploitations agricoles sont mis à jour jusqu'en 2013 en données définitives ; les résultats des années 2014 et 2015, lorsqu'ils sont présentés, sont provisoires ou estimés ;
- Selon les secteurs, les comptes industriels sont mis à jour pour l'année 2015 (abattage découpe de bovins et porcins), 2014 (charcuterie, boulangerie artisanale à forme d'entreprise individuelle) ou uniquement 2013 (autres industries) ;
- Les comptes par rayon des GMS sont mis à jour à 2014.

Dans certains cas, en se fondant sur les indices de prix des produits, on donne, à défaut d'une valeur, le sens probable d'évolution de la marge brute de l'industrie et en rayon des GMS (↗ ou ↘).

## Viande porcine : porc frais

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014%	2015 €/kg	2015-2014 %
Carcasse	1,40	-6,8%				
Longe UVCI			3,53	-6,9%	6,67	-0,9%
Longe UVCM			2,53	-5,7%	6,70	-0,3%

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS	
	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Longe UVCI	2,32	-2,7%	1,21	-0,9%	3,14	2,7%
Longe UVCM	2,33	-2,7%	0,63	-0,1%	3,75	2,4%

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

### Coûts et marge nette élevage porcin

Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
2015 €/kg carc.	2015-2014 %	2015 €/kg carc.	2015-2014 %
1,48	-3,2%	-0,08	ns

Source : Ifip

### Produit, coûts et marge nette industrie d'abattage-découpe de porcins

Produit porcin		Marge brute sur matière première		Marge nette	
Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %
1,94	-6,6%	0,48	-1,8%	-0,02	ns

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

### Coûts et marge nette rayon boucherie GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	25,6%	24,9%	14,4%	14,1%	-2,1%	-1,9%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

## Viande porcine : jambon

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie d'abattage-découpe		Industrie de charcuterie		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %
carcasse	1,40	-6,8%						
Jambon cuit			2,28	-0,1%	6,05	-2,0%	10,43	-0,4%

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute industrie charcuterie		Marge brute GMS	
	2015 €/kg produit final	2015-14 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-14 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-14 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-14 % prix détail 2014
Jambon cuit	3,41	-0,6%	0,92	0,5%	1,73	-1,1%	4,38	0,8%

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

### Coûts et marge nette élevage porcin

Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
2015 €/kg carc.	2015-2014 %	2015 €/kg carc.	2015-2014 %
1,48	-3,2%	-0,08	> -100% (1)

Source : Ifip

### Produit, coûts et marge nette industrie d'abattage-découpe de porcs

Produit porcin		Marge brute sur matière première		Marge nette	
Montant 2015 €/kg carc	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %
1,94	-6,6%	0,48	-1,8%	-0,02	> -100% (1)

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

### Coûts et marge nette industrie charcuterie

Marge brute sur matière première % du produit		Résultat courant % du produit
Prévision 2015	2014 % CA	2014 % CA
↗	40,5%	2,2%

Source : Banque de France pour Fict

### Coûts et marge nette rayon charcuterie GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	33,4%	33,2%	27,1%	26,5%	8,9%	8,7%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(1) : > -100% : non significatif, variations en pourcentage énormes du fait des petites valeurs initiales

## Viande bovine

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg EC	2015-2014 %	2015 €/kg EC	2015-2014 %	2015 €/kg EC	2015-2014 %
Carcasse	3,42	-2,0%				
Carcasse reconstituée			5,07	0,7%	6,95	-0,1%
Panier saisonnier			5,40	0,9%	7,49	0,8%

Sources : FranceAgriMer, Culture Viande, FNICGV, Kantar Worldpanel

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS	
	2015 €/kg EC produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg EC produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg EC produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Carcasse reconstituée	3,47	-0,3%	1,55	0,1%	1,93	0,2%
Panier saisonnier	3,65	-0,8%	1,76	1,5%	2,08	0,1%

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

### Coûts et marge nette élevage bovin viande engraisseur

Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
2015 €/100 kg vif	2015-2014 %	2015 €/100 kg vif	2015-2014 %
231,1	0,0%	-46,6	-13,9%

Source : Institut de l'élevage

### Coûts et marge nette élevage bovin viande naisseur-engraisseur

Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
2015 €/100 kg vif	2015-2014 %	2015 €/100 kg vif	2015-2014 %
351,10	+1,1%	-19,1	-86%

Source : Institut de l'élevage

### Coûts et marge nette industrie d'abattage-découpe de bovins

Produit bovin		Marge brute sur matière première		Marge nette	
Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %	Montant 2015 €/kg carc.	2015-2014 %
5,46	-1,8%	1,54	1,9%	0,08	-33,3%

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

### Coûts et marge nette rayon boucherie GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	25,6%	24,9%	14,4%	14,1%	-2,1%	-1,9%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

## Volailles de chair

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg carc.	2015-2014 %	2015 €/kg produit	2015-2014 %	2015 €/kg produit	2015-2014 %
Poulet entier standard	1,30	-3,0%	2,18	-3,3%	4,01	-1,0%
Poulet entier de label	2,59	-3,5%	nd	nd	5,22	-0,8%
Filet poulet standard			3,45	-1,57%	5,38	-1,9%

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS	
	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Poulet entier standard	1,30	-1,0%	0,88	-0,9%	1,82	0,8%
Poulet entier de label	2,59	-1,8%	nd	nd	nd	nd
Filet poulet standard	1,85	-0,8%	1,60	-0,2%	1,92	-0,9%

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

### Coûts et marge nette élevage de poulets

	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2015 €/kg carc.	2015-2014 %	2015 €/kg carc.	2015-2014 %
Poulet entier standard	1,41	-1,9%	-0,10	-13,3%
Poulet entier de label	2,72	-1,8%	-0,13	-53,7%

Source : Itavi, calcul OFPM

### Charges et résultats de l'industrie de la transformation de poulets et de dindes

Produit poulet et dinde		Marge brute sur matière première % produit		Résultat courant % produit
Prévision 2015-2014	2013 € par kg de produit	Prévision 2015-2014	2013	2013
↘	3,13	↗	35,1%	0,9%

Source : Esane, Insee. Traitements SSP pour OFPM

### Coûts et marge nette rayon volaille GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	27,3%	27,8%	24,2%	24,5%	7,8%	8,5%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

nd : non disponible

## Produits laitiers de lait de vache

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie transformation laitière		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg produit	2015-2014 %	2015 €/kg produit	2015-2014 %
Lait sortie ferme	0,32	-14,6%				
Lait UHT 1/2 écrémé			0,59	-1,2%	0,72	1,1%
Emmental			4,54	-2,4%	6,91	-0,4%
Camembert			4,64	-3,6%	6,30	-0,9%
Yaourt nature			1,21	0,2%	1,55	-0,3%

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût matière première pour l'industrie		Marge brute industrie transformation laitière		Marge brute GMS	
	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Lait UHT 1/2 écrémé	0,27	-4,1%	0,32	3,1%	0,13	2,1%
Emmental	3,47	-4,5%	1,07	2,9%	2,38	1,2%
Camembert	2,62	-2,2%	2,02	-0,6%	1,66	1,9%
Yaourt nature	0,29	-2,3%	0,93	2,4%	0,34	0,4%

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

### Coûts et marge nette élevage bovins laitier

	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2015 €/1000 litres	2015-2014 %	2015 €/1000 litres	2015-2014 %
En plaine	460,4	-1,3%	-40,5	> -100%
Avec grandes cultures	430,9	-2,1%	-35,2	> -100%
En montagne	555,8	0,7%	-59,6	> -100%

Source : Institut de l'élevage

### Charges et résultats de l'industrie de la transformation laitière PGC

Marge brute sur matière première % produit		Résultat courant % produit
Prévision 2015	2013	2013
↗	37,4%	2,0%

Source : Esane. Insee

### Coûts et marge nette rayon produits laitiers GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	23,0%	24,5%	18,5%	20,3%	0,2%	2,3%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes



# Pain

## Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie de meunerie		Détail tous circuits hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %
Blé tendre meunier	0,17	-5,8%				
Farine boulangère			0,46	-2,4%		
Pain baguette					3,28	-0,6%

Sources : Agreste, La Dépêche blé meunier départ Eure et Eure-et-Loir, Insee pour OFPM, Insee

## Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût en blé		Marge brute industrie meunerie		Marge brute aval meunerie	
	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Pain baguette	0,21	-0,4%	0,22	0,1%	2,85	-0,2%

Sources : OFPM d'après Agreste, La Dépêche, Insee pour OFPM, Insee

## Coûts et marge nette production de blé tendre

Coût de production total avec charges calculées		Coût de production total hors charges calculées		Marge nette sans charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %
188,6	-11,1%	157,0	-8,9%	-8,4	58,9%	23,2	39,4%

Source : Arvalis

## Charges et résultats de l'industrie de la meunerie

Marge brute sur matière première % produit		Résultat courant % produit
Prévision 2015	2013	2013
↗	35,4%	0,2%

Source : Esane, Insee

## Coûts et marge nette rayon boulangerie-viennoiserie-pâtisserie GMS

Prévision 2015	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
↗	56,9%	57,4%	26,2%	26,0%	-1,1%	-1,0%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

## Charges et résultats de la boulangerie artisanale (entreprises individuelles)

Marge brute sur matière première % produit		Résultat courant avant IS % produit
Prévision 2015	2014	2014
↗	73%	12,6%

Source : CNGAIF

## Pâtes alimentaires

### Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie de fabrication de pâtes alimentaires		Détail tous circuits hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %
Blé dur France et import	0,34	-5,8%				
Pâtes			1,11	-3,5%	1,48	1,6%

Sources : Agreste, La Dépêche blé dur FOB Port-la-Nouvelle et Atlantique, CIC blé dur FOB Saint-Laurent, Insee

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

Produit final	Coût en blé dur		Marge brute industrie de fabrication de pâtes alimentaires		Marge brute détail	
	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg produit final	2015-2014 % prix détail 2014
Pâtes	0,47	0,1%	0,63	3,3%	0,37	-1,8%

Sources : OFPM d'après Agreste, La Dépêche FOB Port-la-Nouvelle et Atlantique, CIC FOB Saint-Laurent, Insee

### Coûts et marge nette production de blé dur

Coût de production total avec charges calculées		Coûts variables		Marge sur coûts variables		Marge nette	
2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %	2015 €/t	2015-2014 %
nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd

### Charges et résultats de l'industrie de la fabrication de pâtes alimentaires

Marge brute sur matière première % produit		Résultat courant % produit
Prévision 2015	2013	2013
?	56,3%	6,3%

Source : Esane. Insee

nd : non disponible

## Fruits et légumes frais

### Prix aux différents stades

Produit	Expédition		Détail en GMS hors TVA	
	2015 €/kg	2015-2014 %	2015 €/kg	2015-2014 %
Fruits frais panier saisonnier	1,16	10,6%	2,06	10,1%
Légumes frais panier saisonnier	0,77	7,7%	1,56	14,8%

Sources : FranceAgriMer- Réseau des nouvelles des marchés, traitements OFPM

### Décomposition du prix au détail en valeur à l'expédition et marge de distribution

Produit final	Expédition		Marge brute circuit de distribution en GMS	
	2015 €/kg	2015-2014 % prix détail 2014	2015 €/kg	2015-2014 % prix détail 2014
Fruits frais panier saisonnier	1,16	5,4%	1,01	4,7%
Légumes frais panier saisonnier	0,77	3,8%	0,79	11,0%

Sources : FranceAgriMer- Réseau des nouvelles des marchés, traitements OFPM

### Charges des exploitations fruitières et légumières

	Frais de personnel salariés % produit		Résultat courant % produit	
	2014	2013	2014	2013
Exploitations fruitières	31,0%	27,6%	13,6%	19,6%
Exploitations légumières	20,8%	20,0%	11,1%	11,4%

Source : Rica, traitements SSP pour OFPM

### Charges et résultats du commerce d'expédition de fruits et de légumes

Marge brute % CA		Résultat courant % CA	
2014	2013	2014	2013
40,1%	37,7%	1,9%	2,1%

Source : CTIFL, observatoire des entreprises

### Coûts et marge nette rayon fruits et légumes GMS

	Marge brute % CA			Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	Prévision 2015	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Fruits	?	31,1%	30,6%	23,0%	22,7%	2,3%	2,1%
Légumes	↗						

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

## Produits de la pêche et de l'aquaculture

### Prix aux différents stades

	Matière première	Mareyage et industrie	Détail en GMS hors TVA
<i>Produit</i>	2014 €/kg	2014 €/kg	2014 €/kg
Saumon frais	9,98		
Saumon fumé		21,8	26,54

Source : FranceAgriMer, d'après Eumofa

### Décomposition du prix au détail en matière première d'origine agricole et marges brutes de l'aval

	Coût en matière première	Marge brute mareyage et industrie	Marge brute détail GMS
<i>Produit final</i>	2014 €/kg produit final	2014 €/kg produit final	2014 €/kg produit final
Saumon fumé	9,98	11,82	4,74

Source : FranceAgriMer, d'après Eumofa

### Coûts et marge nette rayon marée GMS

	Marge brute % CA		Marge semi-nette % CA		Marge nette avant IS % CA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Prévision 2015						
?	26,1%	27,3%	10,7%	11,7%	-8,3%	-6,8%

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

## Avant-propos

Voici donc le cinquième rapport que l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, dont j'ai l'honneur d'assurer la présidence depuis sa création, présente au Parlement. Cinq ans - un lustre - et un joli parcours réalisé par cette structure originale apportant sur l'épineux problème des prix agricoles et alimentaires un éclairage sans équivalent au niveau européen et même mondial. Le lecteur – et avant tout le parlementaire auquel ce texte est destiné – trouvera dans ces quelques 250 pages un ensemble de données lui permettant de suivre un produit pratiquement du champ à l'assiette en analysant à chaque stade les prix et donc les marges brutes et nettes réalisées par les différents opérateurs. Ce travail est fondé bien entendu sur l'important corpus de statistiques publiques (Insee, ministère de l'agriculture...) existantes mais il bénéficie aussi de la collaboration des professionnels eux-mêmes, qu'ils soient du monde agricole, de l'industrie ou de la distribution.

Il est essentiel de rappeler au lecteur que ce document a fait l'objet de très nombreuses réunions et de débats à l'intérieur des groupes de travail largement ouverts sur les filières concernées. À la différence d'une étude de consultants ou même d'un texte émanant d'un organisme public, le rapport de l'Observatoire fait l'objet d'un processus d'adoption à l'unanimité en séance plénière de son comité de pilotage qui réunit l'ensemble des parties prenantes du monde agroalimentaire : syndicats agricoles, associations professionnelles représentant l'industrie, le commerce et la distribution, associations de consommateurs. Le rapport de l'Observatoire donne une vision la plus précise possible de la réalité des rapports de prix dans les filières agroalimentaires et en tant que tel nous nous réjouissons de voir qu'il est devenu la principale référence au cœur des débats et des crises qui ont émaillé ces derniers mois et que les critiques qui avaient marqué les premières éditions se sont nettement estompées.

Il reste bien sûr des faiblesses même si chaque année apporte son lot d'améliorations. Ainsi, la principale limite demeure chronologique : publié en avril 2016, le cinquième rapport couvre l'ensemble de l'année 2015 en termes de prix et donc de marges brutes. Mais les calculs de marges nettes de la grande distribution concernent 2014 et nombre de données industrielles s'arrêtent à 2013, ces décalages n'étant en aucune manière liés à la mauvaise volonté des intéressés mais aux délais nécessaires pour obtenir des éléments allant bien au-delà des informations fournies par les comptes sociaux.

L'autre limite est celle du champ des produits couverts : d'une part, toutes les filières ne sont pas traitées même si les plus « sensibles » (viandes, produits laitiers, fruits et légumes...) y occupent une place centrale. On regrettera d'ailleurs que, faute de moyens humains, dans le présent rapport certaines « petites » filières comme le lait de brebis et de chèvre, ou la viande ovine, n'aient pu être traitées, que d'autres comme les produits aquatiques n'aient pu être approfondis. Mais d'autre part, la méthodologie suivie par l'observatoire – qui a fait ses preuves – pousse à se concentrer sur quelques grands produits finis « de base » comme la plaquette de beurre, la tranche de jambon, le panier de fruits et légumes de saison, le steak haché (abordé d'ailleurs pour la première fois dans ce rapport). Or l'évolution des modèles d'achat et de consommation alimentaire pousse au contraire à une complexification toujours plus grande des comportements. À un certain niveau, sans même parler de la restauration hors foyer, le lien entre les produits agricoles et les biens alimentaires effectivement achetés par le consommateur est devenu très ténu. Les comparaisons d'une filière à l'autre doivent d'ailleurs être maniées avec précaution. Globalement, c'est bien ce que montre le calcul réalisé sur l'euro alimentaire (avec des données de 2012) avec une part de valeur ajoutée émanant de l'agriculture à peine supérieure à 8%.

Et au fond ceci correspond bien à une tendance forte à l'œuvre depuis déjà plusieurs années et accentuée par les mutations qu'a connue la Politique Agricole Commune : la déconnexion entre la sphère agricole et la sphère alimentaire qui fonctionnent de plus en plus comme deux univers aux logiques différentes qui ne partagent plus que la fourniture de quelques « matières premières ».

Ceci est vrai bien sûr en termes de prix. À l'amont, l'agriculture européenne vient de connaître une véritable « révolution culturelle » avec la disparition quasi-totale des mécanismes d'encadrement des marchés (intervention, quotas,...) qui pendant un demi-siècle avaient contribué à stabiliser les prix

européens. La plupart des prix agricoles européens (et donc français) sont désormais en prise directe avec les marchés mondiaux qu'il s'agisse des céréales et des produits laitiers et dans une moindre mesure des viandes. Les prix dépendent donc de la situation des « fondamentaux » (offre et demande) à l'échelle de la planète et puis d'autres facteurs de nature monétaire (l'instabilité des changes) ou géopolitique (embargos, guerres commerciales, ...). Le prix d'une denrée est à un moment donné le résultat de toutes les anticipations sur ce que seront dans le futur les équilibres sur les marchés. Dans un monde marqué au coin de l'instabilité, à commencer par celle des changes, la revendication souvent présentée par les producteurs de « prix justes » ou de « prix rémunérateurs » se heurte à la logique de formation de prix reflétant une situation d'équilibre – ou de déséquilibre – par essence fluctuante.

Ainsi en 2015 a-t-on assisté à un repli quasi général des prix agricoles mondiaux et donc européens et français. Ceci à vrai dire faisait suite à des périodes de fortes tensions qui s'étaient échelonnées entre 2007 et 2014 et avaient été marquées par des accidents climatiques majeurs ainsi que la montée en puissance de la demande des pays émergents. Certes forte sur les marchés mondiaux, la chute des prix agricoles a été, à la notable exception des produits laitiers, inférieure à celle des prix des autres grandes « commodités » qu'il s'agisse de l'énergie ou des minerais et métaux. En Europe cette baisse a été par ailleurs tempérée par la remontée du dollar par rapport à l'euro. Mais le résultat n'en a pas été moins dramatique pour les producteurs agricoles européens. Les chiffres réunis par l'Observatoire montrent ainsi qu'en 2015 aucune production agricole traitée par ce rapport n'a couvert la réalité moyenne de ses coûts de production en tenant compte des aides européennes existantes toujours plus complexes à gérer (à l'exception de quelques productions comme les fromages AOC). A des activités structurellement déficitaires (bovins allaitants) s'est ajouté le poids de crises plus conjoncturelles (céréales, lait, porcs). Bien sûr, il s'agit là de chiffres « moyens » qui recouvrent une très grande hétérogénéité de situations. Bien sûr la situation des prix est identique pour tous les pays européens mais on a bien là l'élément déclencheur de la crise qui a marqué nombre de secteurs agricoles français en 2015 et dans les premiers mois de 2016.

À l'autre extrême, les prix alimentaires payés par le consommateur ont continué à faire preuve d'une très grande stabilité comme le montrent les indices de l'Insee ou les analyses par filière de l'Observatoire. Rarement la déconnexion aura paru aussi forte entre prix agricoles et prix alimentaires et ceci illustre bien le rôle d'amortisseur que joue particulièrement en France l'aval des filières, industrie et distribution. On touche là une autre dimension critique qui caractérise en France les relations entre l'industrie et la grande distribution tout particulièrement dans le domaine alimentaire qui demeure l'un des secteurs où la concurrence entre les grands réseaux qui maillent la distribution française est la plus intense.

Il y a là au fond deux univers, l'agricole et l'alimentaire de plus en plus distincts même si les contraintes du second, en termes de concurrence, de sécurité sanitaire et d'image plus ou moins rationnelle, pèsent sur le premier et contribuent un peu plus à ses déséquilibres financiers. Pour certaines filières, la déconnexion est à peu près totale comme pour les céréales et on sait la part du blé dans le pain ou même celle du blé dur dans les pâtes. Pour d'autres le lien, souvent subjectif et culturel, demeure comme c'est le cas pour les fromages et les viandes. Pourtant là aussi l'écart est net en termes de prix et la relation est de plus en plus complexe entre les prix agricoles et ceux des produits achetés par le consommateur. Les modifications apportées au fonctionnement de la PAC ont simplement mis cette distance un peu plus en évidence.

L'amont agricole est donc confronté à l'instabilité des marchés. Il est un peu tard pour regretter cet état de fait après avoir consciencieusement démantelée entre 2006 et 2015 tous les outils européens de stabilisation des marchés agricoles, faute d'avoir su les faire évoluer. L'expérience des crises de 2015 montre bien qu'aucune autorité politique ne dispose plus aujourd'hui d'outils réellement adaptés et ce d'autant plus qu'à Bruxelles comme à Paris la lecture des règles de la concurrence se fait plus sourcilieuse et même tatillonne. Le contraste est grand avec le pragmatisme qu'ont pu conserver les politiques agricoles américaines ou canadiennes. Les efforts entrepris au niveau européen dans le cadre de la MIFID (Directive sur les marchés d'instruments financiers) pour limiter la spéculation financière sur les marchés agricoles peuvent prêter à sourire tant ils ne traitent que de la superficialité du problème et non ses racines profondes issues de décisions politiques dont il faut bien assumer les conséquences. À ce niveau si certaines filières se sont dotées d'indicateurs de marché fiables et pertinents (marchés à terme du blé tendre, du colza...) pour d'autres nous manquons cruellement de

mercuriales fiables : il n'y a rien en Europe pour donner une référence laitière comparable aux « enchères de Fonterra » (Global Dairy Trade) en Nouvelle-Zélande. La crise du marché du porc breton a montré toutes les limites de cette cotation. Parce que l'instabilité est devenue la norme, il faut disposer d'outils de marché favorisant la transparence et l'anticipation des acteurs. C'est la principale carence des filières animales européennes et un point sur lequel l'Observatoire pourrait apporter l'expérience de certains de ses membres. C'est en effet à partir d'un référentiel fiable de prix que l'on peut envisager une logique de contractualisation permettant de mieux gérer le risque-prix. Or c'est là une des faiblesses traditionnelles des filières agricoles françaises que la difficulté à entrer dans des démarches contractuelles permettant d'atténuer et de lisser le risque prix. Il est clair que c'est un enjeu majeur pour des produits comme le lait ou le porc.

En tout cas si l'État (européen ou national) a encore un rôle de surveillance et d'encadrement, il ne peut plus « faire » les prix comme ce fut le cas dans les premières années de la PAC et il n'est guère raisonnable de le lui demander. Il est par contre nécessaire d'accompagner cette gestion de l'instable et, par exemple, un dispositif fiscal de provisions pour fluctuation des cours serait en France le bienvenu.

L'aval des filières est le terrain traditionnel d'autres affrontements que l'instabilité agricole a rendu plus difficiles puisqu'il s'agit de partager le fardeau de l'ajustement des prix avec la contrainte de prix aux consommateurs stables voire en léger recul. C'est là que les rapports de force peuvent être les plus tendus mettant en évidence la faiblesse de certains secteurs industriels comme on a pu le voir pour la viande en 2014 ou 2015. Dans les rapports précédents nous avons souligné la nécessité d'une plus grande maturité des acteurs pour établir le climat de confiance nécessaire. Force est de constater que rien n'a vraiment changé malgré tables rondes, rapports et avis. Simplement la crise agricole a contribué à une dramatisation encore plus marquée.

Car en ce printemps 2016 c'est bien la crise agricole qui occupe toute l'attention avec ces prix « ni justes, ni rémunérateurs » qui mettent en péril l'équilibre des exploitations alors que la mécanique des aides se fait chaque jour un peu plus complexe.

Mais l'Observatoire touche là la limite de sa mission. Il peut simplement rappeler, suivant une expression consacrée, que personne ne s'en met « plein les poches » sur une longue période dans un régime de concurrence, si ce n'est paradoxalement le consommateur qui, la plupart du temps, n'en est pas conscient. L'Observatoire ne peut aussi que constater la différence qu'il y a entre le caractère constructif des débats au sein des différents groupes et comités et une certaine théâtralisation des conflits sur le terrain. Peut-être l'Observatoire pourrait-il être mieux utilisé en amont des crises comme ce que nous avons voulu qu'il soit : un lieu de dialogue et d'écoute. C'est également dans ce sens qu'ont été organisés à l'automne 2015 les premiers entretiens de l'Observatoire destinés à ouvrir le débat vers le monde académique.

Derrière la sécheresse des chiffres que nous présentons, derrière l'aridité des courbes et des graphiques, il y a des hommes et des femmes qui se battent, il y a des entreprises qui souffrent, il y a tout un secteur – l'un des plus importants pour l'économie française – qui doute. C'est tout cela que l'on ne peut oublier.

\*\*\*

Adopté à l'unanimité par l'ensemble des familles professionnelles représentées au sein de son comité de pilotage, le rapport de l'Observatoire est avant tout le résultat du travail acharné de son équipe permanente autour de son infatigable secrétaire général, Philippe Boyer, et d'Amandine Hourt. Sans leur ténacité, sans l'appui aussi de nombre de leurs collègues de FranceAgriMer, sans la participation des membres du comité de pilotage qui ont assuré la charge d'animer des groupes de travail, Sylvie Alexandre, Thierry Berlizot, Georges-Pierre Malpel et Olivier Perrault, ce rapport n'aurait pas atteint en cinq années le statut de référence qui est devenu le sien. Que tous ici en soient remerciés en espérant simplement que notre partenaire ultime, le lecteur décideur, saura en faire le meilleur usage.

Philippe Chalmin

NB : volontairement signé par le président - indépendant – de l'Observatoire, cet avant-propos n'engage que son signataire.





# Chapitre 1. Méthode générale

Pour cette cinquième édition du rapport, l'exposé de la méthode générale est volontairement allégé ; on se reportera aux éditions antérieures pour plus de détail.

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

## 1. UNE APPROCHE PRINCIPALEMENT SECTORIELLE COMPLÉTÉE PAR UNE ANALYSE MACROÉCONOMIQUE

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

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

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

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), d'autres plus récentes et françaises (Mainsant, 2002, 2003, 2004, 2009), ou étrangères comme celles du département de l'agriculture des États-Unis (USDA-ERS, 2012).

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

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

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

À la différence de l'indicateur de marge brute, - différence de prix affectés de rendements ou de taux de pertes moyens lorsque de telles références sont disponibles, ce qui n'est pas toujours le cas -, la comptabilité des enseignes de la grande distribution fournit les marges brutes par solde entre chiffre d'affaires et coûts d'achat, les enseignes intégrant généralement dans les coûts d'achat, outre le coût du produit facturé par le fournisseur, les coûts logistiques, externes (prix d'achat *franco* rendu plateforme) et internes (gestion des plateformes, transport plateforme-magasins...) ; ces coûts d'achat étant par contre diminué des rabais, remises, ristournes et produits de coopération commerciale afférents au produit.

---

<sup>4</sup> Nous utilisons ce terme consacré par l'usage, malgré son ambiguïté. Il ne s'agit pas d'un « bénéfice » et le terme n'a pas ici la signification, proche de celle d'excédent brut d'exploitation (bénéfice avant charges financières et amortissements), qu'il prend dans certaines analyses financières ou comptables. Par exemple, le « *taux de marge* » désigne dans ces analyses le rapport de l'EBE à la valeur ajoutée.

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

**Dans une seconde phase**, le niveau et l'évolution de la valeur de la matière première agricole incorporée et des marges brutes des opérateurs de l'aval sont analysés en mobilisant des données comptables et des évaluations de coûts de production. On mesure le résultat net ou « *marge nette* » de transformation ou de commercialisation par différence entre la marge brute et les coûts qu'elle doit ou devrait couvrir. Il faut souligner que d'une phase à l'autre, on est contraint de changer d'échelle : si la décomposition en matière première agricole et marges brutes (1<sup>ère</sup> étape) se fait à l'échelle du produit de consommation, **l'observatoire ne peut évidemment pas refaire la comptabilité analytique des entreprises produit par produit** et la seconde étape ne peut donc pas être conduite sur des produits définis à un niveau fin de nomenclature, compte tenu de la difficulté et, dans certains cas, de l'impossibilité, d'affecter à tel ou tel produit particulier diverses charges communes, et ce dans l'industrie et *a fortiori* dans le commerce en grande distribution, du fait du caractère multi-produits de leurs activités.

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

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

Sauf exceptions mentionnées ci-après, l'observatoire décompose des prix de vente au détail de produits censés être intégralement issus de matières premières agricoles françaises.

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

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

Ce biais est surtout important pour les fruits et les légumes (dont ceux consommés mais pas ou peu découps en France), le poisson (poids du saumon norvégien) et, dans une moindre mesure, les découps de volailles (importations européennes croissantes en GMS) ou les produits de charcuterie. Or, pour les fruits et les légumes, l'observatoire ne s'appuie pas sur le panel Kantar mais sur des relevés de prix en rayon (RNM) mentionnant l'origine ; seuls les produits français sont retenus et il y a donc homogénéité dans la chaîne de suivi des prix. Le poisson fait l'objet d'un traitement spécifique qui intègre les importations, comme on le verra dans la section dédiée à cette filière. Le biais sur les découps de volailles est à ce stade non résolu : il est possible que les prix moyens au détail de Kantar portent sur une part non négligeable d'articles étrangers, achetés éventuellement moins cher par la

---

<sup>5</sup> Des méthodes économétriques sont susceptibles d'être utilisées pour estimer les coûts unitaires dans divers secteurs multi-produits. Ce type d'approche avait été appliqué certaines années sur les données du Rica pour estimer des coûts de production par produit. Il pourrait en théorie s'envisager dans la grande distribution pour répartir les charges par rayon si l'on disposait de l'accès aux bases de données statistiques indispensables.

distribution, qui pourrait alors avoir, sur ces produits, des taux de marge ou des marges absolues différents de ceux dégagés sur les produits français. Sur les produits laitiers, compte tenu de la nature des PGC suivis par l'observatoire, le biais semble limité dans le type de GSM que l'on retient (hors maxi discompteurs).

En viande porcine fraîche, le biais paraît également limité mais s'agissant du jambon, des articles importés peuvent être inclus dans les achats en GSM suivis par Kantar, et les biais ne sont pas à exclure. En outre, au stade de la 2<sup>ème</sup> transformation du jambon, des importations de pièces complètent l'approvisionnement national des industriels.

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

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

## 1.2. Décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire

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

La première décomposition consiste à identifier, dans le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale<sup>6</sup> :

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

Ainsi :

$$\begin{aligned}
 & \text{Dépense alimentaire nationale} \\
 = & \text{Production agricole incorporée en consommation finale ou en consommations intermédiaires en aval de} \\
 & \text{l'agriculture (matières premières des IAA)} \\
 + & \text{Importations de produits alimentaires} \\
 + & \text{Valeurs créées en aval} \\
 + & \text{Taxes}
 \end{aligned}$$

La seconde décomposition mesure les valeurs ajoutées, - c'est-à-dire les rémunérations du travail et du capital -, induites par la dépense alimentaire dans chacune de toutes les branches de l'économie nationale. S'y ajoute les importations d'intrants et d'aliments ainsi que les taxes sur les produits.

Au terme de cette seconde décomposition, on a donc :

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

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

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

L'observatoire analyse les coûts dans chacun des secteurs d'entreprise de la chaîne de production-transformation-commercialisation des biens alimentaires : les **exploitations agricoles**, les **industries agroalimentaires**, le **commerce de détail** (grande distribution, sauf exception) et, selon les filières, le maillon du **commerce interentreprises** (commerce en gros de produits agricoles ; commerce en gros de produits alimentaires). Ce dernier n'est toutefois pas systématiquement appréhendé par l'observatoire dans toutes les filières. Ceci est dû, d'une part, au fait que les circuits alimentaires étudiés par l'observatoire convergent pour la plupart vers la grande distribution (à l'exception du pain, notamment) dans laquelle la fonction de grossiste en produits alimentaires est largement internalisée (centrales d'achat des enseignes) ; d'autre part, au manque de données sur certaines étapes commerciales dans certaines filières (commerce de bétail). Par ailleurs, le maillon « *transport* », dont les marges constituent un élément des prix à chaque stade<sup>7</sup>, n'est pas analysé en tant que tel.

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

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

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

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

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

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

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

<sup>7</sup> La marge de transport est la différence entre le prix du produit départ fournisseur et le prix du même produit rendu acheteur, après facturation des frais de transport par le fournisseur (ou prix « *franco* »). Selon les stades et les produits, l'observatoire dispose de prix « *franco* » ou non : les marges brutes calculées à partir de ces prix sont donc, selon les cas, diminuées ou non des frais de transport.

### 2.2.1. Une précision préalable importante

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

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

L'intérêt de cette réaffectation des charges communes et du calcul de la marge nette par rayon est de mettre en évidence de la péréquation de résultats qui s'opère entre rayons de la grande distribution ainsi qu'à indiquer la capacité du rayon à couvrir plus ou moins les charges communes.

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

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

Les travaux de l'observatoire sur les comptes des rayons dans la grande distribution portent sur deux formats de magasins uniquement : les hypermarchés et les supermarchés hors maxidiscompteurs (Schéma 1, ci-après) ; dans tout le rapport, le terme « *GMS* » (grandes et moyennes surfaces) se rapporte à ces deux formats de magasins, sauf mention contraire.

Les enseignes de *GMS* relèvent de deux grandes catégories quant à leurs modes de coordination <sup>8</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 ou succursales de la même entreprise, juridiquement ou financièrement dépendants de la tête de réseau.

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

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

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

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

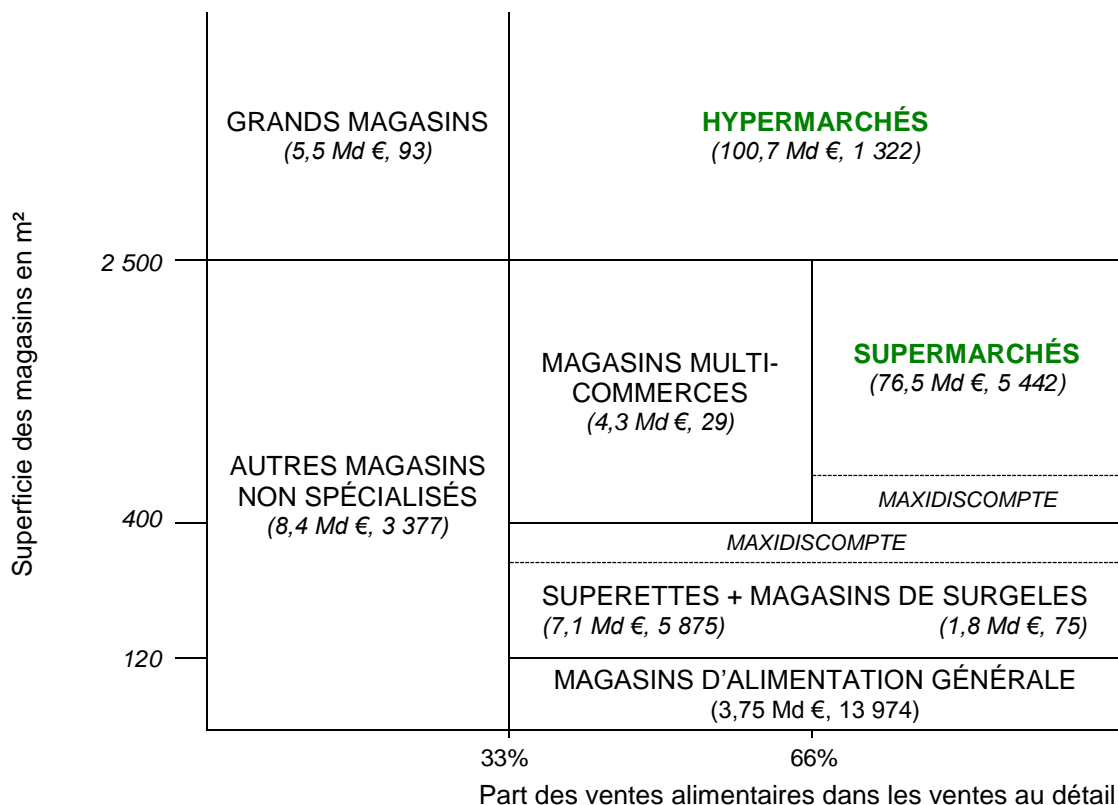
Souvent, l'exploitation du magasin et le portage des investissements, notamment immobiliers, relèvent de deux (voire plus) entreprises juridiquement distinctes : par exemple, une SCI peut détenir le foncier d'un ou plusieurs hypermarchés exploités par une autre société versant alors des loyers à la première. Près de 40 % du chiffre d'affaires du secteur des grandes surfaces alimentaires est réalisé par des points de vente appartenant à des entreprises indépendantes. Parmi les enseignes étudiées par l'observatoire, les « *indépendants* » sont représentés par les réseaux E.Leclerc, Intermarché-Les Mousquetaires, Système U.

---

<sup>8</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&req\\_id=0#inter7](http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140&req_id=0#inter7) ; Site de la Chambre de commerce et d'industrie d'Ile-de-France <http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/commerce/le-parcours-du-createur-de-commerce1>

Schéma 1

**Les hypermarchés et les supermarchés dans la typologie des magasins non spécialisés**  
*(Chiffre d'affaires en milliards d'€, nombre d'entreprises en 2013)*



Sources : Insee, Esane, comptes du commerce

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

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

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

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

Les entrepreneurs des magasins de certaines enseignes d'indépendants ont constitué des sociétés coopératives pour réaliser en commun leurs achats et mutualiser des fonctions logistiques (entrepôt, éclatement). Ces centrales d'achats présentent différents échelons géographiques (centrale nationale, centrales régionales) et/ou par famille de produits, pouvant être constitués en autant d'entreprises juridiquement distinctes ; l'Insee recense ainsi 483 entreprises de centrales d'achat alimentaire en France en 2013 (Esane), soit bien plus que le nombre d'enseignes. L'échelon national remplit des fonctions de négociation et de référencement pour l'ensemble du réseau, les fonctions d'achat et logistique étant alors assurées par les centrales régionales, sauf, dans certains cas, pour certains produits dont la négociation, l'achat et la logistique relèvent entièrement d'une centrale nationale. Inversement, certaines négociations peuvent s'effectuer au niveau régional.

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

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

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

### 2.2.3. Le périmètre de consolidation retenu par l'observatoire

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

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

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

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

- les entreprises de transformation agroalimentaire détenus par certains groupes de distribution (SVA pour Intermarché-Les Mousquetaires, Kerméné pour E.Leclerc) ; le cas échéant, les produits issus de ces entreprises et achetés puis revendus par les magasins du réseau ne sont pas, dans notre approche, traités différemment des approvisionnements venant d'autres fournisseurs ;
- les sociétés qui détiennent et gèrent l'immobilier commercial, qu'il s'agisse des filiales spécialisées ( « *foncières* » ) des groupes propriétaires des enseignes intégrées, *qui gèrent en général non pas le foncier des magasins mais celui de leurs galeries commerciales*, ou des SCI portant l'immobilier de magasins d'enseignes d'indépendants : les loyers perçus par ces sociétés de la part de celles qui exploitent les magasins sont donc comptés comme des charges pour le périmètre étudié<sup>9</sup>.

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

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

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

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

<sup>9</sup> Également hors périmètre, évidemment, les propriétaires fonciers sans liaisons de groupe ou autre avec les enseignes, tels que les promoteurs en immobilier commercial, propriétaire des murs de certains magasins de réseaux d'indépendants.

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

Les enquêtes conduites par l'observatoire auprès des enseignes sont adaptées à chaque type d'organisation tel que décrit au 2.2.2. (et pratiquement, à chaque enseigne).

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

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

La marge brute de l'ensemble du périmètre consolidé est la différence entre le chiffres d'affaires réalisé en magasins et le coût des achats de marchandises réalisées par la centrale (plus achats directs éventuels), ce coût intégrant au moins une partie des frais de logistique interne au périmètre (fonctionnement des plateformes, transport plateformes-magasins). La marge nette est la différence entre cette marge brute et les charges afférentes aux magasins et à la centrale.

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

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

Côté magasins, ceux-ci dégagent leur propre marge commerciale, sur laquelle s'imputent leurs charges et leur propre marge nette. La plupart des achats de marchandises est comptabilisée au niveau de la centrale, on y rajoute les achats réalisés hors centrale par les magasins.

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

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

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

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

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

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

Certaines charges imputées au périmètre d'activité retenu (*i.e.* la mise à disposition de produits alimentaires en magasin, depuis leur arrivée en plateforme jusqu'à leur passage en caisse), et donc



grevant la marge nette de ce périmètre, peuvent correspondre à des redevances pour services assurés par des entités en lien capitalistique avec les magasins. Il peut s'agir de sociétés assurant le portage de l'immobilier commercial, ou d'autres investissements, la logistique, ou détentrices des marques de l'enseigne... : une partie du montant de ces charges imputées au périmètre rémunère donc les détenteurs du capital de ces entités.

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

Tableau 1

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

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

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

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

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

**2 : Coût d'achat des ventes**, hors TVA : achats de marchandises, exprimée en « *triple net* » (déduction faite des rabais, ristournes et remise ou produits de coopération commerciale obtenus de la part des fournisseurs), *franco* de port magasin : sont inclus dans le coût d'achat les frais de transport facturés par le fournisseur mais aussi les frais de transport des plateformes aux magasins, assuré par des prestataires ou des entités de l'enseigne. S'y ajoute le coût d'opérations réalisées dans les plates-formes logistiques (préparation des commandes, emballage, stockage...). Le montant consolidé est constitué des achats par la centrale (2a) et des achats des magasins hors centrale (2b.2). Les achats des magasins à la centrale (2b.1) sont neutralisés par les ventes de la centrale (1a).

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

**4 : Frais de personnel dédié** : inhérents aux employés des magasins affectés spécialement à tel ou tel rayon, par exemple : bouchers réalisant la préparation des viandes en laboratoire des magasins, boulangers, chefs de rayon.

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

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

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

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

**13 : Amortissements immobiliers**. Amortissements comptables des investissements immobiliers.

**14 : Frais financiers** à imputer aux rayons, diminués des produits financiers, notamment ceux découlant du délai de paiement des fournisseurs<sup>10</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). À noter que pour l'ensemble du secteur des GMS, d'après des résultats d'Esane, les charges financières diminuées des produits financiers représentent de 2012 à 2013, de 0,02% à 0,10 % du CA. Nos résultats pour les rayons alimentaires frais sont moins variables et sensiblement supérieurs (0,60% du CA en moyenne tous rayons frais).

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

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

**22 : L'impôt sur les sociétés** (IS) imputable à chaque rayon, estimé en affectant un taux moyen d'IS à la marge nette avant IS du rayon. Ce taux a été appliqué aux rayons à marges nettes positives comme aux rayons à marges nettes négatives : ceux-ci diminuent l'assiette et le montant global de l'IS, ce qui revient à leur attribuer un « *impôt négatif* », donc une diminution de charges. Cette convention assure que la somme des impôts répartis est égale à l'impôt de l'ensemble. On présente également une marge nette avant IS, solde proche du « *résultat courant avant impôt* » présenté dans les données de cadrage (Chapitre 2) et les comptes des exploitations agricoles et des industries agroalimentaires<sup>11</sup> (Chapitre 3).

<sup>10</sup> La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME) a réduit les délais de paiement, les fixant à 45 jours fin de mois ou 60 jours à compter de la date d'émission de la facture. Des dispositions antérieures avaient déjà fixé le délai maximum à 30 jours après la fin de la décade de livraison pour les achats de produits alimentaires périssables et de viandes congelées ou surgelées, de poissons surgelés, de plats cuisinés et de conserves à base de produits périssables. L'observatoire des délais de paiement présente chaque année un rapport évaluant notamment l'impact des dispositions de la LME en la matière : [http://www.banque-france.fr/fileadmin/user\\_upload/banque\\_de\\_france/publications/observatoire-delaies-de-paiement-rapport-2013.pdf](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/publications/observatoire-delaies-de-paiement-rapport-2013.pdf)

<sup>11</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 par rayon recueillies auprès des enseignes.

Les comptes des enseignes étudiés dans le présent rapport sont ceux de l'année 2014, deuxième année d'application du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). Le CICE est un avantage fiscal calculé sur la masse salariale (6% de la masse salariale en salaires inférieurs à 2,5 fois le SMIC en 2014), constitué d'un crédit d'impôt dont les entreprises peuvent obtenir le « *préfinancement* » sous la forme d'un versement de trésorerie correspondant à 85% du crédit d'impôt. Dans leur réponse au questionnaire de l'observatoire, les enseignes ont imputé ce versement en diminution de charges de personnel ou autres, le reste du crédit d'impôt venant en diminution de l'impôt sur les sociétés. L'Encadré 1 (Chapitre 3) présente plus en détail ce dispositif avec quelques éléments d'impact dans les secteurs d'entreprises intéressant l'observatoire : exploitations agricoles, industries alimentaires, grande distribution.

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

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

Tableau 2

**Principales clés appliquées pour la répartition des charges communes entre rayons**

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

### 2.2.5.Représentativité de l'enquête de l'observatoire

Le format hypermarché (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 supermarché<sup>12</sup> ;
- les formats supermarché sous enseigne du groupe exploitant par ailleurs des hypermarchés en mode intégré sont des franchisés dont les comptes détaillés ne sont pas centralisés ;
- l'enseigne interrogée est surtout une enseigne d'hypermarchés.

Le chiffre d'affaires total pour 2014 des rayons alimentaires frais du périmètre étudié par l'observatoire est de 35 721 millions d'euros, soit 65,67 % des 54 398 millions d'euros de chiffre d'affaires en produits alimentaires frais des hypermarchés et supermarchés selon les comptes du commerce (résultats provisoires 2014).

---

<sup>12</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).

## Chapitre 2. Données de cadrage

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

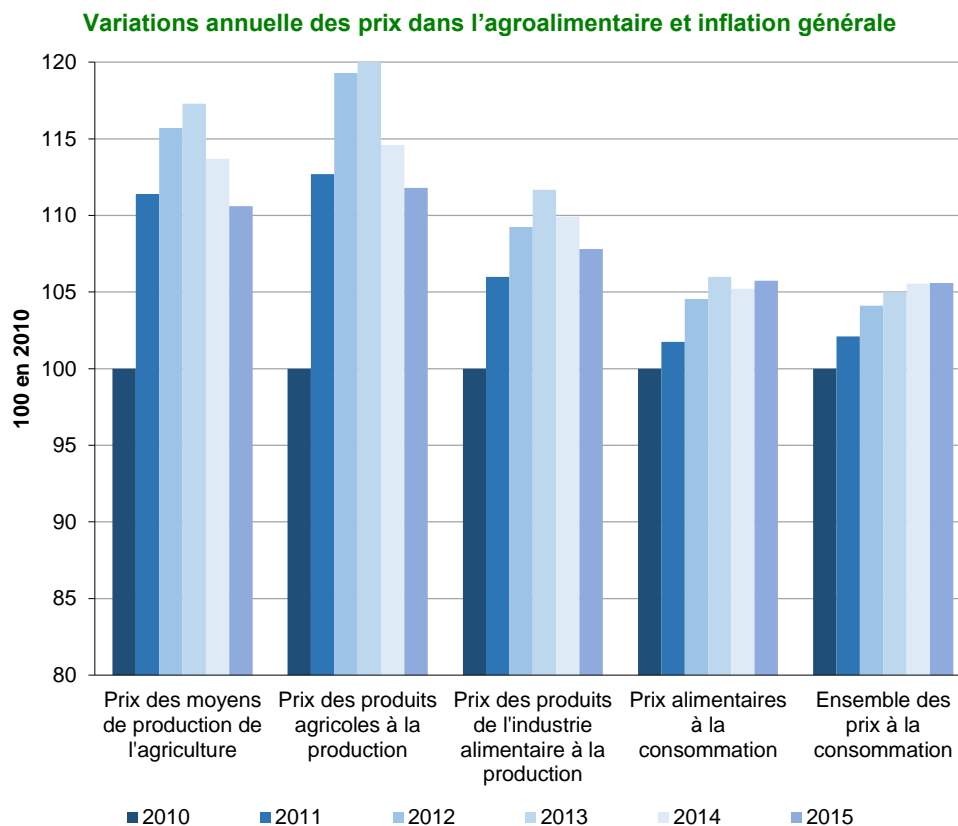
- les évolutions récentes des prix dans l'agroalimentaire, en mettant en relation les variations de l'indice des prix d'achat des moyens de production agricole, l'indice des prix des produits agricoles à la production, l'indice des prix de production de l'industrie alimentaire, l'indice des prix à la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

### 1. LES PRIX DANS LE CIRCUIT AGROALIMENTAIRE

#### 1.1. En 2015 : nouvelle baisse des prix dans l'amont agroalimentaire, petite hausse des prix alimentaires à la consommation

Les prix des intrants pour l'agriculture, des produits agricoles et des produits des industries alimentaires continuent de baisser en 2015, respectivement de -2,7%, -2,4% et 1,9%. Les prix alimentaires à la consommation, qui avaient légèrement baissé en 2014, enregistrent une faible progression (0,5%), un peu plus sensible toutefois que celle de l'ensemble des prix à la consommation, pratiquement stable.

Graphique 1



Source : Insee

## 1.2. Le « ciseau des prix » par filière

Les graphiques suivants (Graphique 2 à Graphique 9) présentent les mêmes indicateurs pour chacune des filières suivies par l'observatoire. Le tableau ci-après résume les évolutions du ciseau des prix (écart entre prix amont et aval) en 2013, 2014 et 2015, telle qu'on peut l'inférer à partir des évolutions des indices de prix. Cf. commentaires page 53, après les graphiques et tableau.

Tableau 3

### Évolution du différentiel entre prix amont et prix aval dans les filières agroalimentaires

		Écart entre prix agricole et prix des intrants	Écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricole	Écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix à la consommation	Écart entre prix à la consommation et prix agricole
Toutes filières alimentaires	2013	↗	↗	?	?
	2014	↘	↗	↗	↗
	2015	↗	↗	↗	↗
Filière porc (jambon) (*)	2013	?	↗	?	?
	2014	↗	↗	↗	↗
	2015	↘	↗	↗	↗
Filière viande bovine	2013	↗	↗	?	?
	2014	↘	↗	↗	↗
	2015	↗	↗	↗	↗
Filière volailles (*)	2013	↗	?	?	?
	2014	↗	↗	↗	↗
	2015	↘	↗	↗	↗
Filière produits laitiers de vache	2013	↗	?	?	?
	2014	↗	?	?	?
	2015	↘	↗	↗	↗
Filière blé tendre-farine-pain baguette	2013	(1)	↗	?	↗
	2014		↗	↗	↗
	2015		↗	↗	↗
Filière blé dur-pâtes alimentaires	2013	(1)	↗	↗	↗
	2014		?	↗	?
	2015		↗	?	?
Filière fruits frais	2013	(1)	(2)	(2)	?
	2014				↗
	2015				?
Filière légumes frais	2013	(1)	(2)	(2)	↗
	2014				↗
	2015				↗

↗: l'évolution des indices de prix aval et amont permet d'estimer que l'écart entre ces deux prix a augmenté au cours de l'année par rapport à l'année précédente.

↘: l'évolution des indices de prix aval et amont permet d'estimer que l'écart entre ces deux prix a diminué au cours de l'année par rapport à l'année précédente.

« ? » : l'évolution des indices de prix aval et amont ne permet pas à elle seule d'estimer comment a évolué l'écart entre ces deux prix.

(\*) pour ces filières, les intrants de l'agriculture considérés sont les aliments (source : Insee. Pour les autres filières animales, ce sont l'ensemble des consommations intermédiaires (source : Institut de l'élevage).

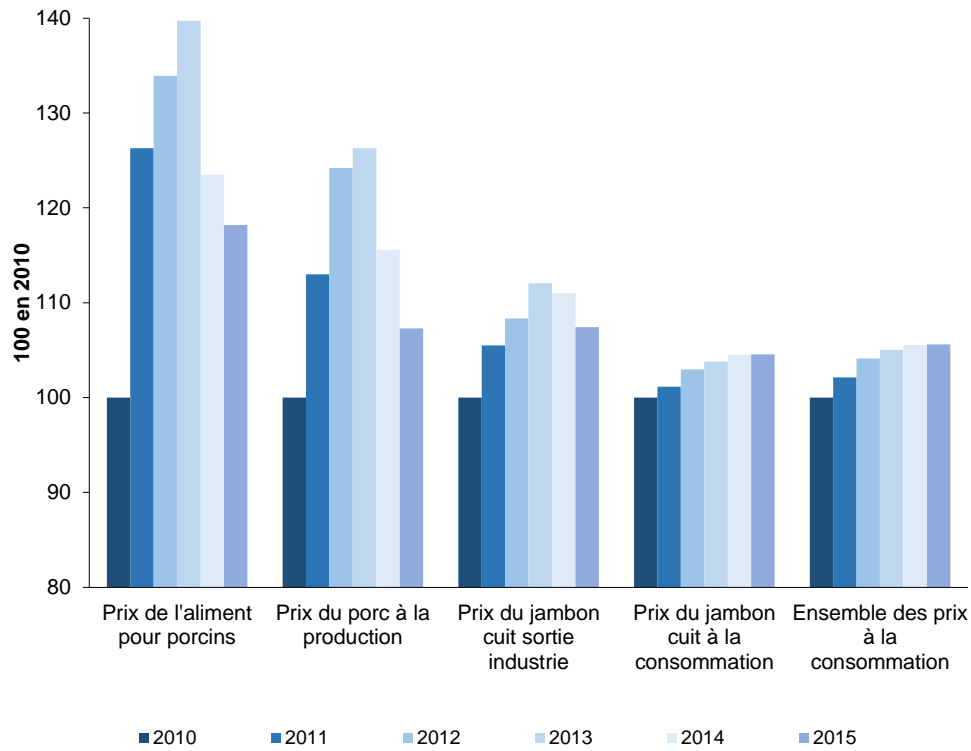
(1) Pas d'indice général de prix des intrants pour les exploitations agricoles de cette filière.

(2) Sans objet, pas de transformation industrielle.

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

Graphique 2

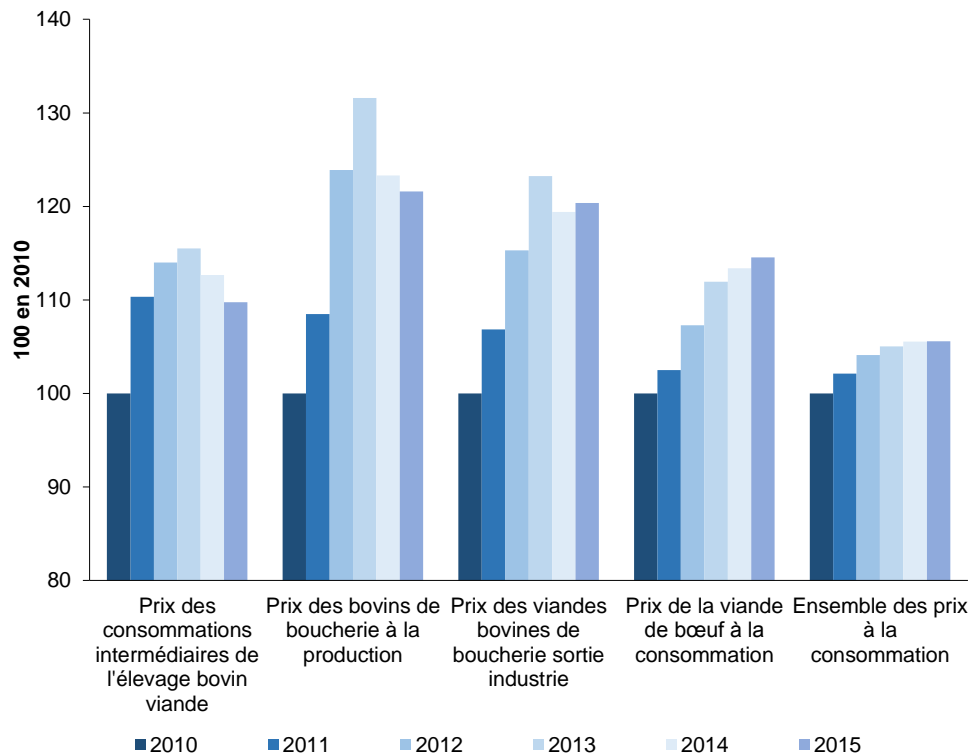
**Variations annuelle des prix dans la filière porc et inflation générale**



Source : Insee

Graphique 3

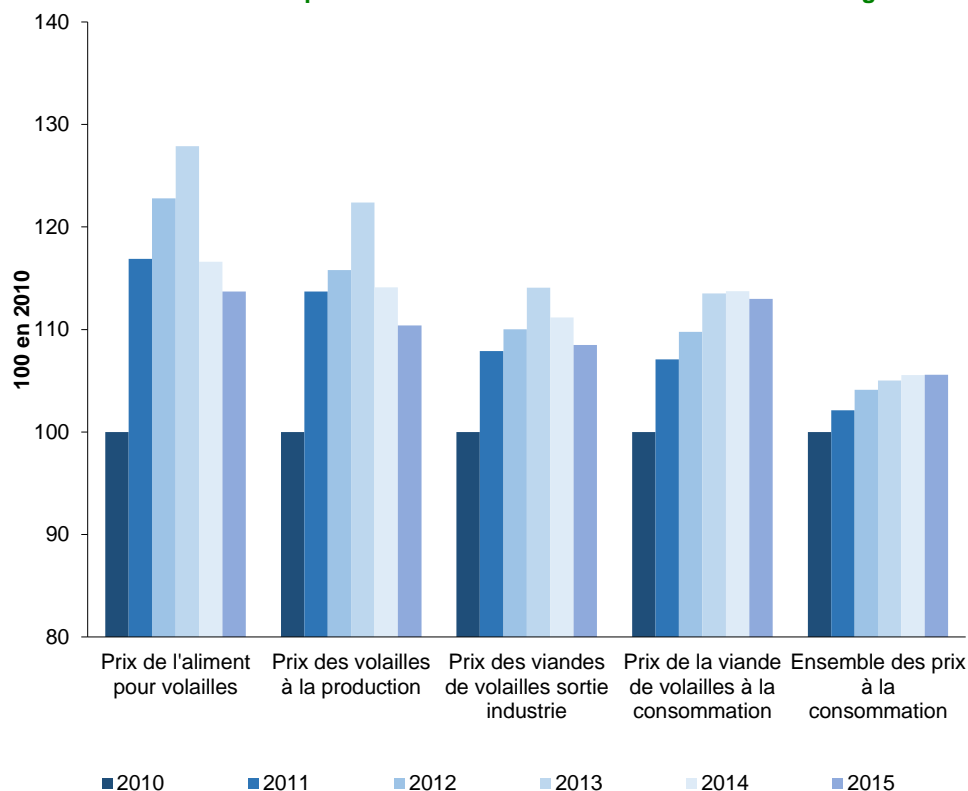
**Variations annuelle des prix dans la filière viande bovine et inflation générale**



Source : Insee, Institut de l'élevage, SSP

Graphique 4

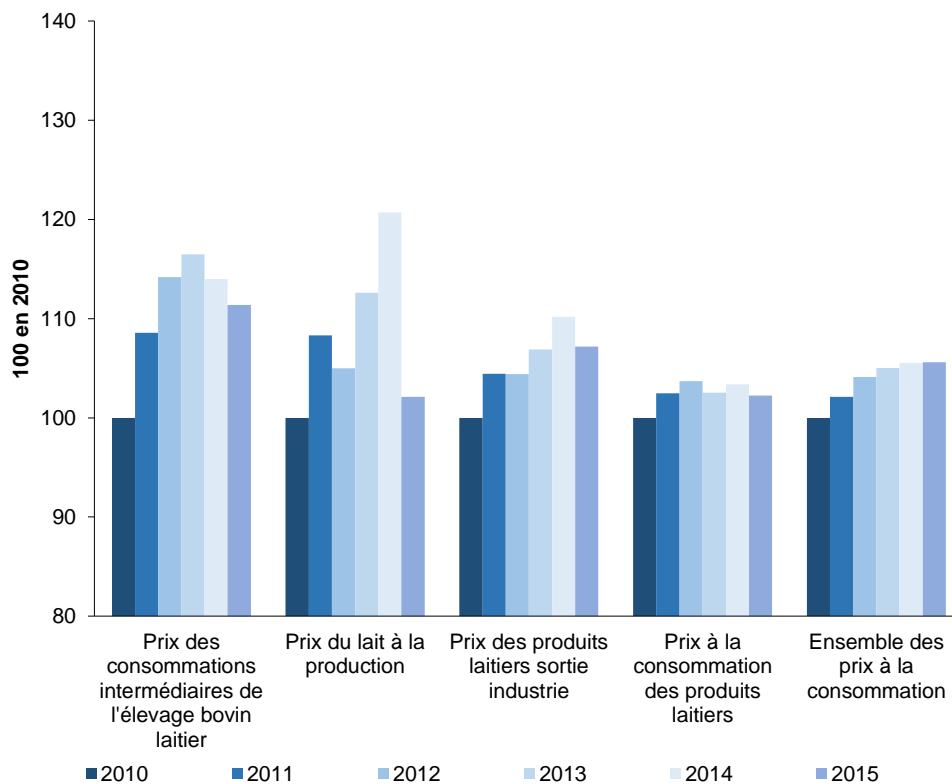
**Variations annuelle des prix dans la filière viande de volailles et inflation générale**



Source : Insee

Graphique 5

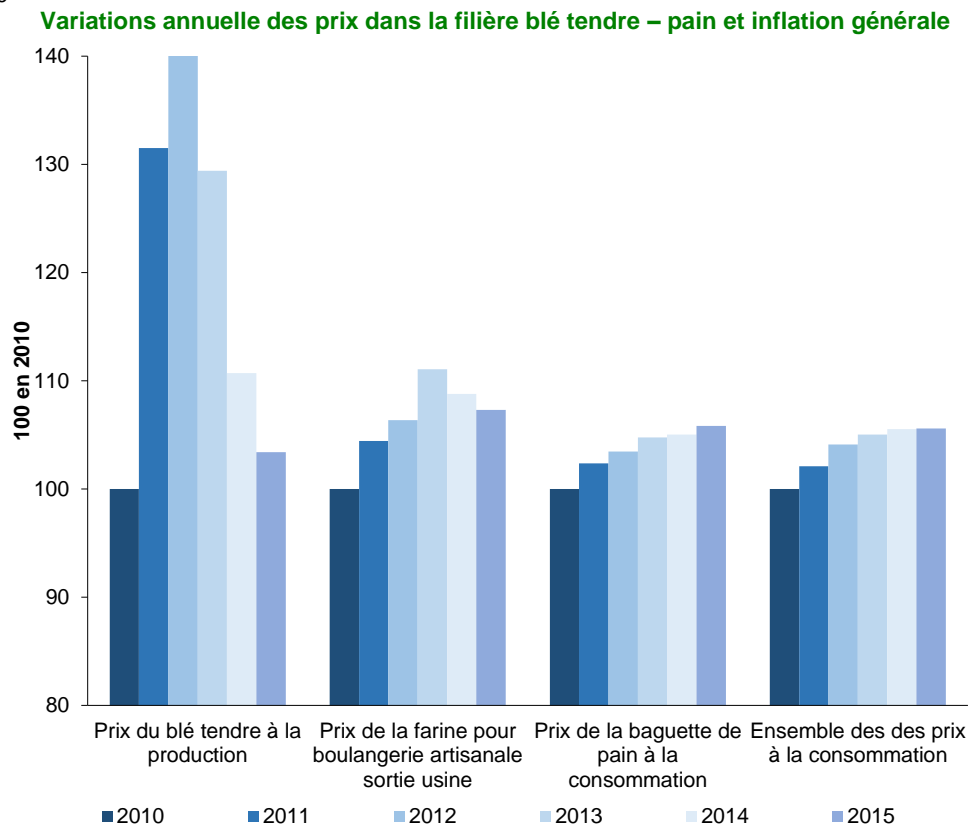
**Variations annuelle des prix dans la filière des produits laitiers et inflation générale**



Source : Insee, Institut de l'élevage, SSP

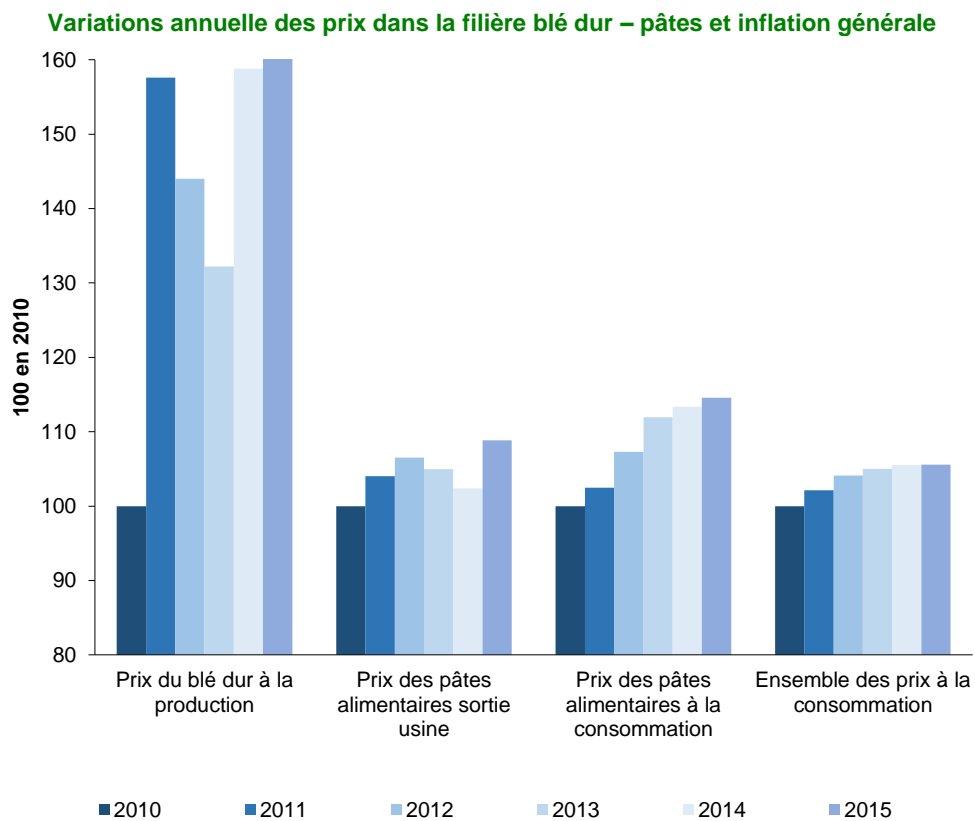


Graphique 6



Source : Insee

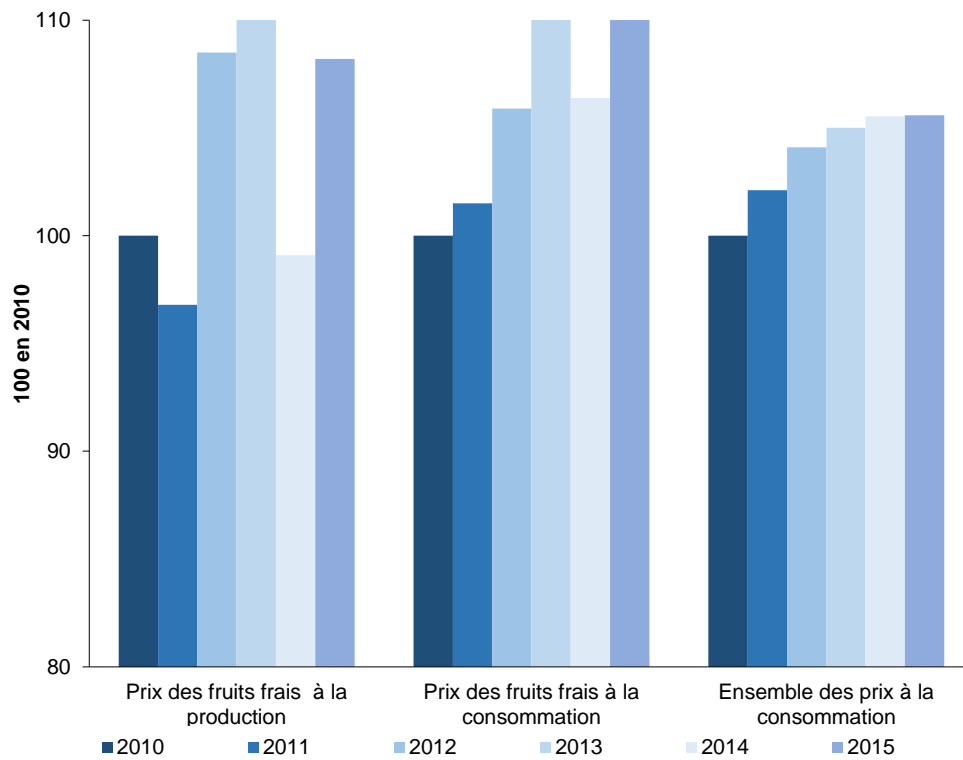
Graphique 7



Source : Insee

Graphique 8

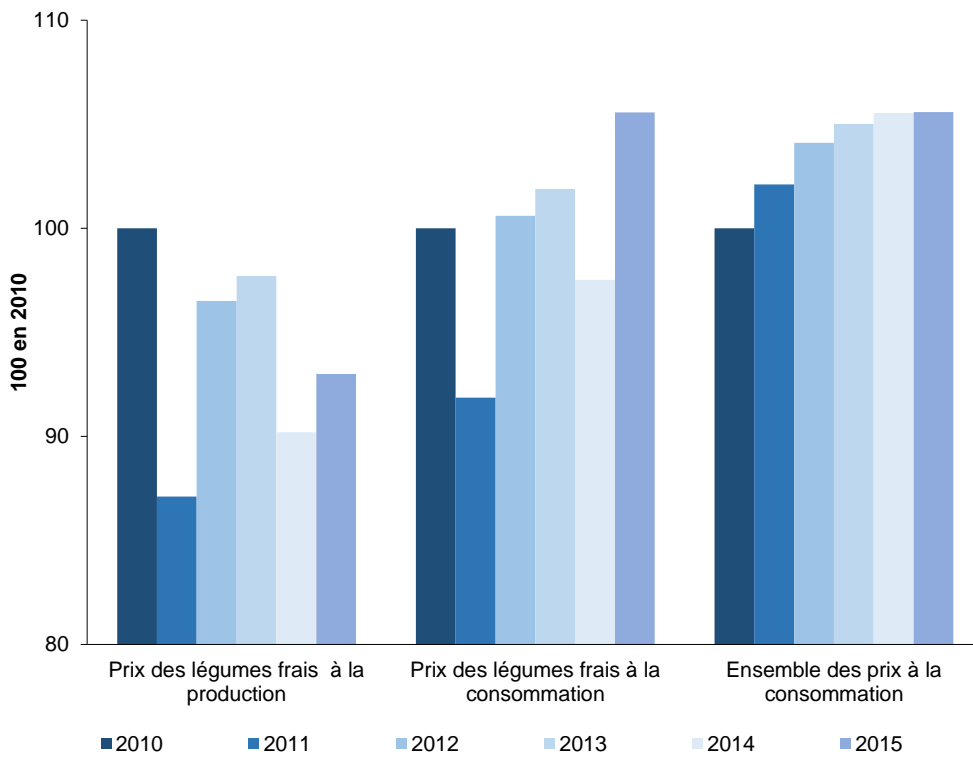
**Variations annuelle des prix dans la filière fruits frais et inflation générale**



Source : Insee

Graphique 9

**Variations annuelle des prix dans la filière légumes frais et inflation générale**



Source : Insee

Lorsqu'on ne dispose que d'indices de prix amont (par exemple, prix à la production) et aval (par exemple prix à la consommation), il n'est pas toujours possible d'en déduire si l'écart en valeur entre les deux prix s'est accru ou a diminué<sup>13</sup>. Certaines interprétations d'évolution d'indices de prix agricoles et à la consommation alimentaire en termes d'évolution de la « *marge des intermédiaires* » oublient cela et s'en trouvent erronées. Il est toutefois possible, dans certains cas, d'estimer le sens de variation d'une différence entre deux prix sur la base des évolutions des indices de ces prix<sup>14</sup>

Le Tableau 3 présente ainsi le sens des évolutions de l'écart entre prix aval et prix amont à différents stades des filières, lorsque celui-ci est déterminable au vu des seuls indices.

En 2015, le ciseau des prix entre prix agricoles et prix des consommations intermédiaires s'est dégradé dans les filières porcine, des volailles et du lait de vache ; la baisse des prix agricoles l'emportant sur celle des intrants, alimentation animale notamment. En bovin viande, le ciseau des prix s'est amélioré en 2015, après la dégradation de 2014.

Dans toutes les filières suivies, l'écart entre prix agricoles et prix des produits des industries alimentaires s'est accru en 2015 ; c'était déjà le cas en 2014.

Dans les filières de produits transformés (i.e., ici, hors fruits et légumes frais), l'écart entre prix à la consommation et prix des produits des industries alimentaires s'est également accru (exception faite de la filière des pâtes alimentaires, où l'évolution de cet écart reste indéterminée au vu des seuls indices) en 2015, comme en 2014.

Il découle des deux évolutions précédentes que l'écart entre prix à la consommation alimentaire et prix agricole s'est accru en 2015 dans les filières de produits transformés du lait, des viandes et du pain, et également dans celle des légumes frais (pour les fruits frais, comme pour les pâtes, l'évolution des indices ne suffit pas à déterminer le sens de celle des écarts de prix).

**En résumé, la nouvelle baisse des prix agricoles en 2015 paraît une nouvelle fois n'avoir été transmise que partiellement par l'aval industriel et / ou commercial.**

### 1.3. La volatilité des prix agricoles depuis 2005

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

Sur le Graphique 10 apparaît tout d'abord « *l'entrée en volatilité dans une tendance à la hausse* » des prix agricoles, avec la phase haussière de 2007, concomitante de celle des prix de l'ensemble des matières premières, et entraînant une accélération de l'inflation. Rappelons que c'est dans ce contexte qu'a été promulguée la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, visant entre autres objectifs la baisse des prix par l'accroissement de la concurrence. Le fort retournement de conjoncture agricole de 2009 et la transmission amortie et différée de la baisse des prix agricoles vers les prix à la consommation alimentaire (Graphique 11) sont à l'origine de la création de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, qui sera officialisée par un article de la loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche.

En 2010, on constate une nouvelle phase haussière des prix, tant en amont qu'en aval, alors que courant 2011, le retournement de tendance des prix agricoles ne se traduit pas par une baisse des prix des produits alimentaires, sortie industrie et à la consommation. En 2012, les prix amont et aval renouent avec des évolutions de même sens. En 2013, les prix agricoles amorcent une baisse (mais il s'agit d'une moyenne masquant des évolutions contrastées selon les produits), tout en restant à un niveau supérieur à celui des années précédentes. Cette baisse des prix ne paraît répercutée à la consommation qu'à partir du 2<sup>ème</sup> semestre de l'année.

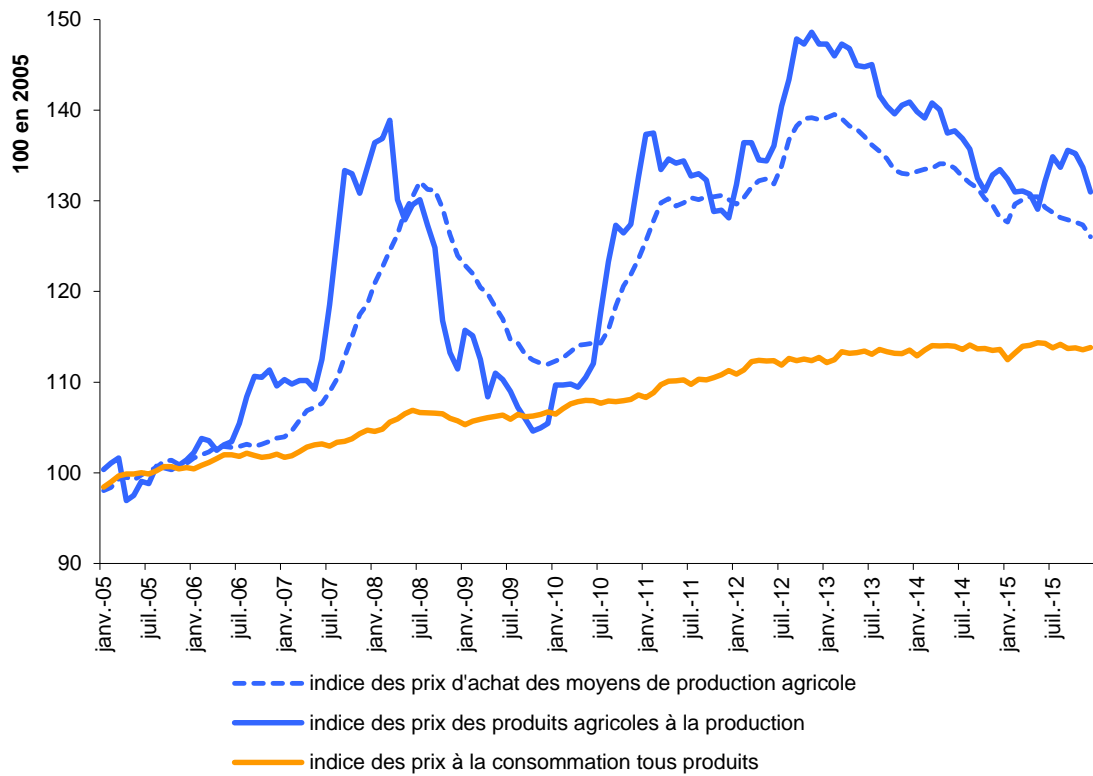
L'année 2014 et le premier semestre 2015 se caractérise par la poursuite et la généralisation à plusieurs produits des baisses de prix amorcées en 2013. Cette baisse s'interrompt de juin à octobre 2015, pour reprendre ensuite.

<sup>13</sup> Voir édition précédente pour plus d'explications. Par exemple, si le prix agricole d'un produit passe de 3 € en 2014 à 2,75 € en 2015 et que le prix à la consommation de ce produit passe de 6 € à 5,75 € : l'écart entre les deux prix reste de 3 € en 2014 comme en 2015. En base 100 en 2014, en 2015, l'indice du prix agricole est de 91,7 et celui à la consommation de 95,8... Ces indices montrent seulement que la baisse relative (en pourcentage) du prix à la consommation (95,8-100=-4,2%) est moindre que celle du prix à la production (91,7-100=-8,3%, mais, en valeur absolue, la différence entre les deux prix est resté la même, ce que ne peuvent montrer les indices.

<sup>14</sup> Voir édition précédente pour plus d'explications.

Graphique 10

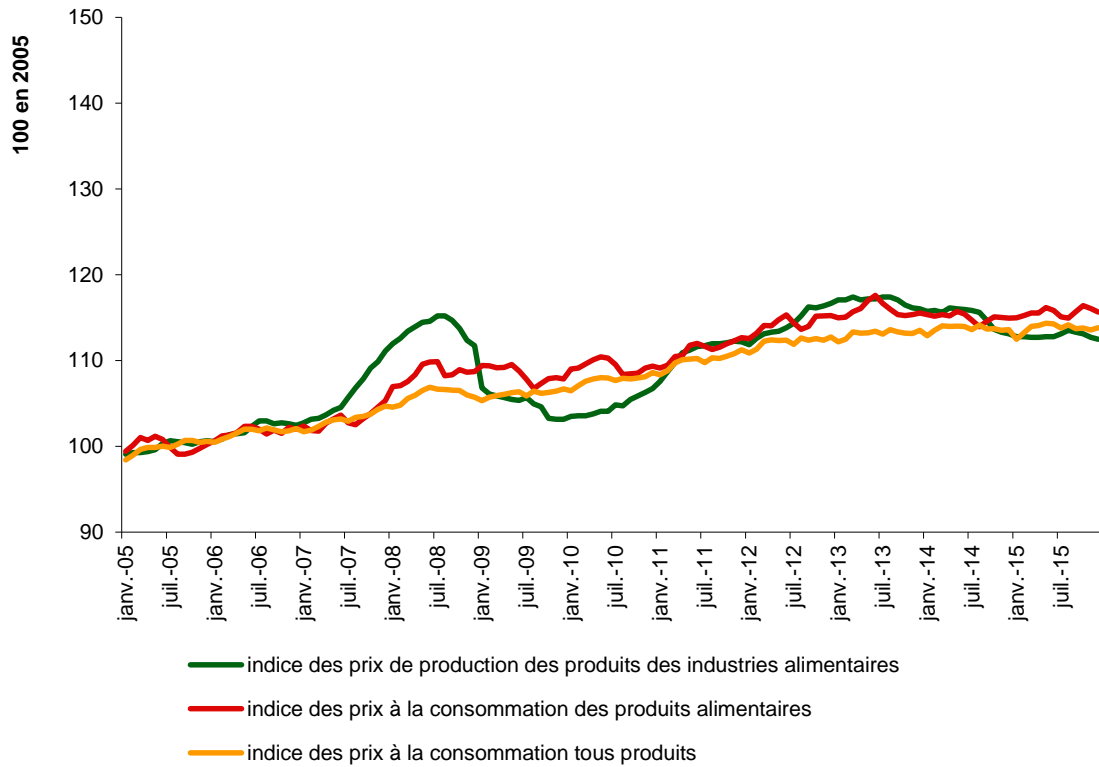
**Variations mensuelles des prix agricoles, des prix des intrants pour l'agriculture et inflation générale**



Source : Insee

Graphique 11

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



Source : Insee

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

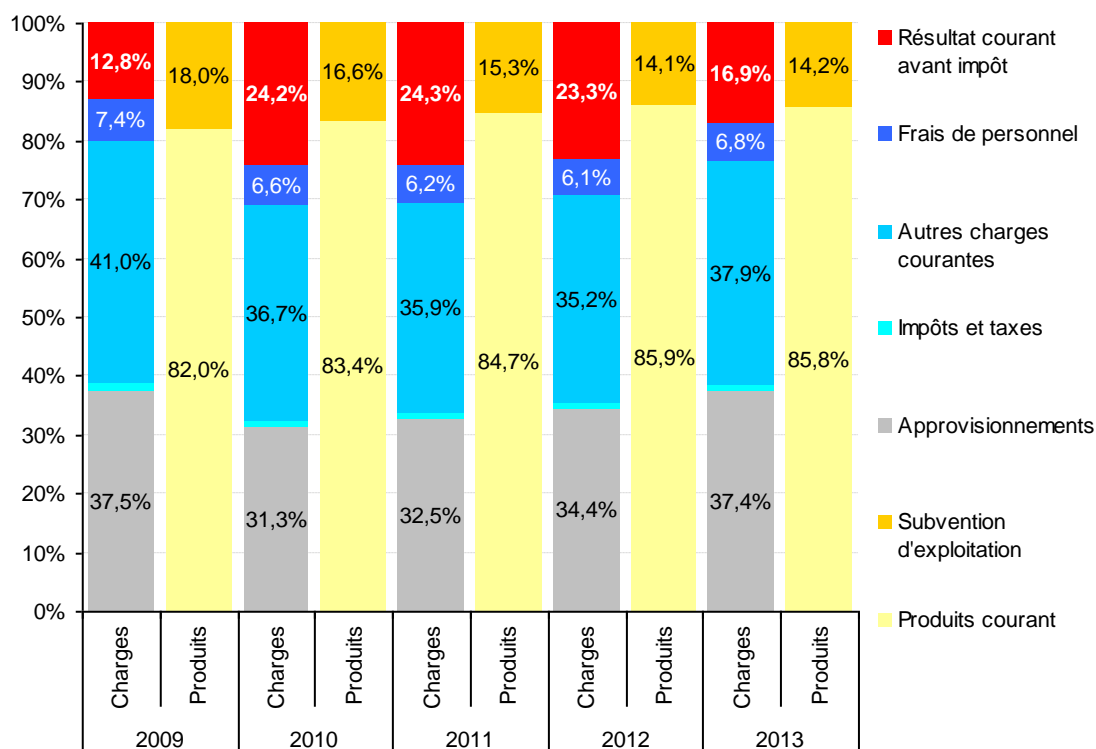
Toujours dans l'objectif de fournir des éléments de cadrage pour les analyses plus détaillées par filière du Chapitre 3, on présente ici des données comptables moyennes pour chacun des quatre grands secteurs de la chaîne agroalimentaire : agriculture, industrie agricole, commerce en gros de produits alimentaires, grande distribution. Pour ce dernier secteur, est en outre proposée une synthèse des résultats des comptes par rayon des GMS, issus de l'enquête de l'observatoire. S'appuyant sur des comptabilités annuelles qui ne sont disponibles qu'après un certain délai, ces données sectorielles s'arrêtent à l'année 2013. Pour le secteur de la grande distribution, les comptes par rayon établis par l'observatoire ont été mis à jour à 2014.

### 2.1. Les comptes des exploitations agricoles

Les charges d'approvisionnement (semences, engrais, aliments du bétail, carburants...) pèsent selon les années 31% à 38% du produit total (production et subventions), les autres charges courantes (charges financières, amortissements, loyers...) entre 35% et 40% et les frais de personnel (salarié) entre 6 et 7% (dans cette approche purement comptable, le coût du travail non salarié fourni par l'exploitant n'est pas évalué). Le résultat courant avant impôt représente ainsi de 13% à 24% des recettes. Le résultat courant a fortement diminué en 2013, tant en pourcentage de produit total (Graphique 12) qu'en valeur par actif non salarié, indicateur de la rémunération permise à l'exploitant ; la hausse des prix des charges a globalement effacé l'effet de la hausse des prix.

Graphique 12

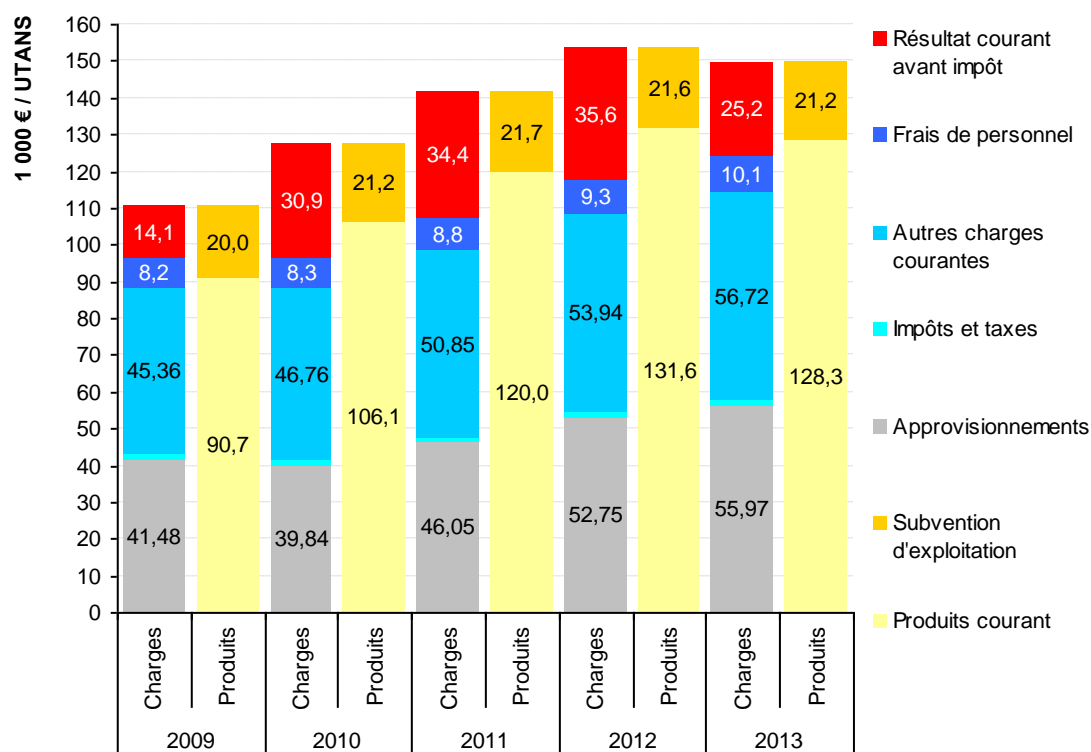
#### Structure moyenne du compte de résultat des exploitations agricoles



Source : Rica (SSP)

Les comptes de l'agriculture de 2014 indiquaient une nouvelle dégradation du revenu agricole, traduction comptable du « ciseau des prix » défavorable cette année (cf. Tableau 3). Les comptes prévisionnels pour 2015 tablent sur une progression du revenu agricole moyen ; le « ciseau des prix » de 2015 apparaît en effet plus favorable cette année. Cette évolution du revenu agricole moyen en 2015, outre le fait qu'il ne s'agit encore que d'une prévision, agrège des situations contrastées, et plus défavorables dans les filières suivies par l'observatoire (Cf. Chapitre 3, parties 4 des sections par filière).

Graphique 13

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


Source : Rica (SSP)

**2.2. Les comptes de l'industrie alimentaire**

La structure du compte de résultat du secteur (Graphique 14) montre :

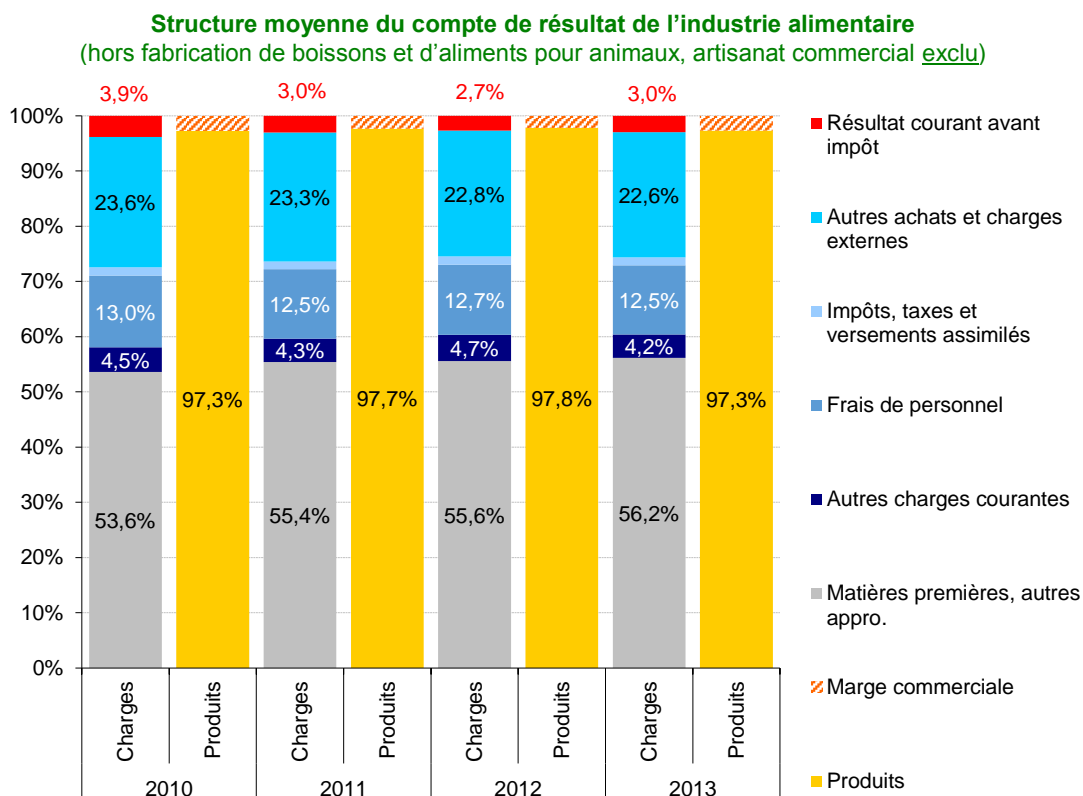
- la présence d'une activité purement commerciale (achat et vente de marchandises), dont la marge commerciale a été portée en produit sur le graphique ;
- le poids élevé du poste « *matières premières et autres approvisionnementnements* », à hauteur de 53% à 56% du produit dont marge commerciale, ou 54% à 57% du produit hors commerce. Ce poids des matières premières<sup>15</sup> augmente de 2009 à 2013 sous l'effet de la hausse des prix agricoles auquel s'ajoute dans certains cas l'effet de la transmission partielle de la hausse des prix matières premières dans les prix de vente de l'industrie ;
- la part importante des « *autres achats et charges externes* », lesquels avec 23% à 24% des produits, représentent le second poste de charge ; il s'agit d'un agrégat assez composite, incomplètement détaillé dans Esane, regroupant entre autres : la sous-traitance (environ 15% du poste), les coûts de main d'œuvre extérieure à l'entreprise (environ 8%)<sup>16</sup>, les charges locatives (environ 5%), l'énergie, l'eau... (non détaillé dans Esane) ;
- des frais de personnel rapportés au produit, plutôt en baisse, de 13% en 2010 à 12,5% en 2013 ;
- une baisse du résultat courant rapporté au produit en enrayée en 2013.

On ne dispose pas pour ce rapport de données statistiques détaillées au-delà de 2013. Lors de cette année, le chiffre d'affaires de l'industrie alimentaire a augmenté (+1,4%), le taux de valeur ajoutée est resté quasi stable (19,2%).

<sup>15</sup> Les matières premières sont ici des produits agricoles ou des produits intermédiaires des industries alimentaires eux-mêmes issus de produits agricoles. Le poste utilisé inclut, outre les matières premières, quelques approvisionnementnements dans une proportion non connue mais a priori relativement faible.

<sup>16</sup> La main-d'œuvre extérieure peut être importante dans certaines industries agroalimentaires : Cf. l'intérim dans les abattoirs.

Graphique 14



Source : Esane (Insee)

Tableau 4

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

	2010		2011		2012		2013	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Chiffre d'affaires	124 637	100,0%	131 453	100,0%	138 841	100,0%	140 832	100,0%
Marge brute de transformation (1)	51 274	41,1%	52 900	40,2%	53 757	38,7%	53 422	37,9%
Excédent brut d'exploitation	7 716	6,2%	7 306	5,6%	7 318	5,3%	7 149	5,1%
Frais de personnel	18 711	15,0%	19 017	14,5%	19 763	14,2%	19 872	14,1%
Valeur ajoutée (2)	26 427	21,2%	26 324	20,0%	27 082	19,5%	27 020	19,2%
Résultat courant avant impôt	5 113	4,1%	4 237	3,2%	4 009	2,9%	4 328	3,1%
Taux de marge brute de transformation (3)	45,6%		44,1%		43,8%		42,9%	

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

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

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

Source : Esane (Insee)

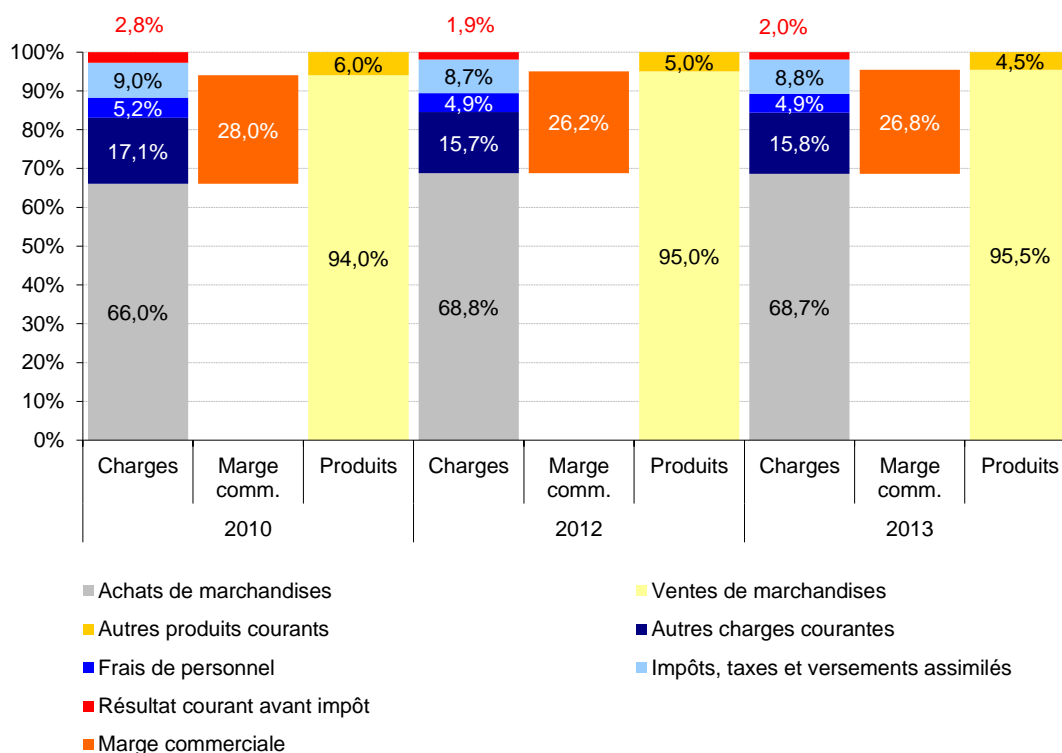
### 2.3. Les comptes du commerce de gros en produits alimentaires

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

Sur le Graphique 15<sup>17</sup> sont représentés les produits et charges courantes et la marge commerciale (différence entre ventes et achats de marchandises, moins variation de stocks de marchandises). La marge commerciale représente en moyenne 26% à 28% des produits et 27% à 30% des ventes. Outre les ventes de marchandises, les autres produits courants sont nécessaires pour assurer la couverture des charges et la formation du résultat courant, dont le poids dans le total des produits est en légère hausse en 2013, ainsi que la marge commerciale.

Graphique 15

**Structure moyenne du compte de résultat du commerce en gros de produits alimentaires**  
(hors commerce en gros de boissons, de tabac, de café, de thé et d'épice)



Source : Esane (Insee)

<sup>17</sup> Limité aux années 2010 et 2012 car, au niveau de nomenclature souhaité, les résultats 2013 sont non disponibles et ceux de 2009 et 2011 présentent des données en secret statistique dans certains sous-ensembles sectoriels.



Encadré 1

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

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

#### Le dispositif

Les salaires inférieurs ou égaux à deux fois et demie le SMIC, soit 42 906,50 euros par an constituent l'assiette de calcul du CICE, à laquelle sont appliqués un taux de 4 % pour 2013 et de 6 % pour les années suivantes. Calculé à la fin de l'exercice, ce montant vient en diminution de l'impôt sur le revenu (entreprises non sociétaires) ou de l'impôt sur les sociétés dû par l'entreprise au titre de cet exercice.

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

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

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

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

#### Impact

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

Dans le secteur du commerce, le cabinet Coe-Rexecode et une étude universitaire (Legendre F., Haigneré C., 2013) ont évalué *ex ante* l'impact du CICE en termes de réduction du coût du travail à 3,2% des frais de personnel, soit, sur la base des comptes 2012 et 2013 du secteur des GMS (Cf. Tableau 5 page suivante), 578 M€, représentant 0,3% du CA ou 0,4% des charges hors achats de marchandises (charges « après » la marge commerciale, suivies par l'enquête de l'observatoire).

Ces ordres de grandeur de l'impact du CICE dans la grande distribution sont conformes aux éléments recueillis par l'observatoire auprès des enseignes lors de son enquête sur les comptes par rayon en 2013 et 2014. Dans leur réponse à cette enquête, les enseignes ont tenu compte de leur produit en CICE en déduisant (conformément aux règles comptables de l'ANC ou de l'IFRS) un montant équivalent des charges de personnel ou d'autres charges dans le champ de l'objectif de la mesure, le solde éventuel étant soustrait à l'IS.

## 2.4. Les comptes de la grande distribution

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

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

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

On expose également ici les résultats 2014 (et précédents) de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des rayons alimentaires des hypermarchés et supermarchés, qui feront l'objet d'une analyse plus détaillée, rayon par rayon, dans les différentes sections par filière du Chapitre 3.

## 2.4.1. Comptes des hypermarchés et des supermarchés

Graphique 16 et Graphique 17.

Pour les deux formats de magasin confondus, le résultat courant rapporté au produit total est inférieur à 1% de 2011 et 2013, après avoir atteint le double en 2010. La marge commerciale représente environ 17% du produit total et 18% des ventes de marchandises (soit 22% des achats de marchandises). La marge commerciale globale du secteur a augmenté chaque année mais elle s'accompagne d'une baisse (en 2012) suivie d'une stagnation du résultat courant : les charges à couvrir par la marge commerciale augmentent plus que celle-ci.

Rapporté au chiffre d'affaires (CA), le résultat courant des hypermarchés est plus élevé que celui des supermarchés, malgré une marge brute sur CA inférieure d'environ 1 point.

Tableau 5

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

	2010		2011		2012		2013		2014 (1)	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Chiffre d'affaires	165 761	100,0%	177 370	100,0%	177 207	100,0%	178 699	100%	177 063	100%
Marge commerciale	30 277	18,3%	31 276	17,6%	31 497	17,8%	32 457	18,2%	nd	nd
Excédent brut d'exploitation	4 693	2,8%	3 938	2,2%	3 194	1,8%	4 275	2,4%	nd	nd
Frais de personnel	15 606	9,4%	16 743	9,4%	17 004	9,6%	17 220	9,6%	nd	nd
Valeur ajoutée (2)	20 299	12,2%	20 681	11,7%	20 197	11,4%	21 495	12,0%	nd	nd
Résultat courant avant impôt	2 971	1,8%	1 670	0,9%	1 594	0,9%	1 707	1,0%	nd	nd
Taux de marge sur achats	22,4%		21,6%		22,0%		23,0%			
Taux de marge sur ventes	18,3%		17,8%		18,0%		18,2%			

(1) 2014 : seul le CA des GMS (hyper et supermarchés) est disponible, en résultat provisoire, dans la publication des comptes du commerce, mais pas encore dans Esane, or le champ des deux sources est légèrement différent.

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

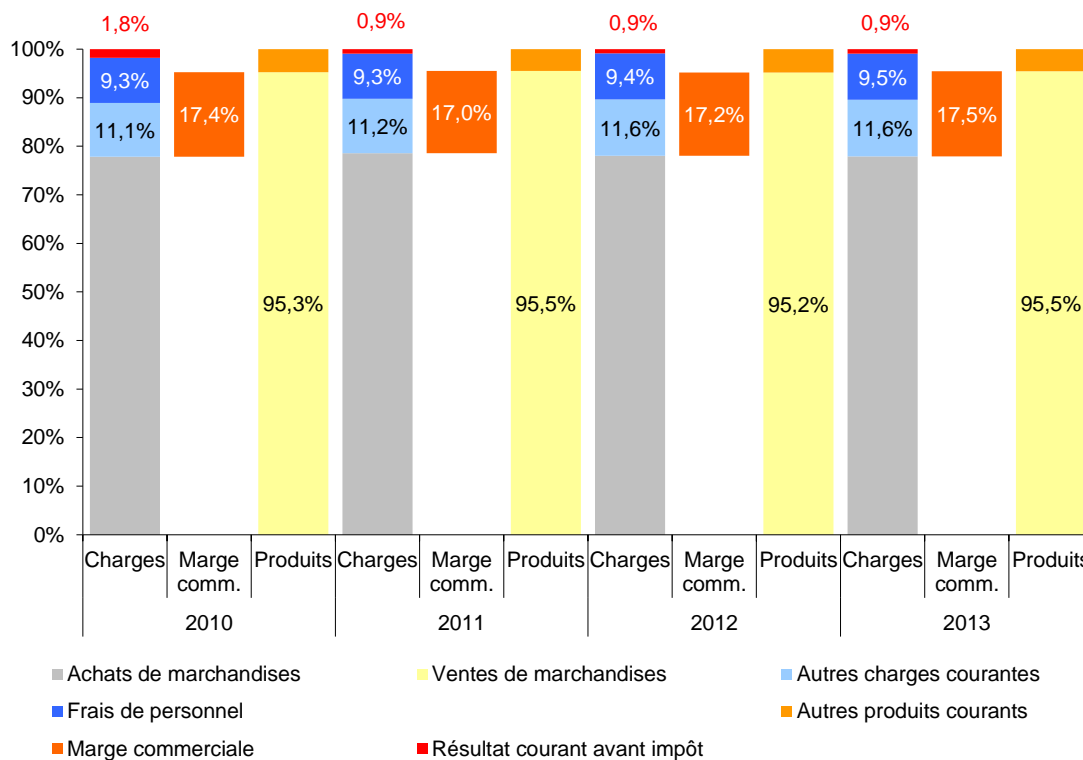
Source : Esane (Insee), Comptes du commerce (2014)

D'après les comptes du commerce pour 2014, ([http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/docs\\_doc\\_travail/E1506.pdf](http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/docs_doc_travail/E1506.pdf)), les ventes en volume des GSA<sup>18</sup> diminuent pour la troisième année consécutive, avec -0,5% en 2014. Le chiffre d'affaires non alimentaire poursuit sa baisse en hypermarchés (-2,1% en 2014) comme en supermarchés (-1,7%). Quant aux ventes de produits alimentaires, elles diminuent en valeur, passant, en GMS, de 120 977 M€ en 2013 à 119 831 M€ en 2014, soit -1% ; les ventes de produits alimentaires frais enregistrant une diminution équivalente (-1%), de 54 935 M€ en 2013 à 54 398 M€ en 2014. Les hypermarchés représentent 56% des ventes alimentaires de l'ensemble hyper et supermarchés en 2013 comme en 2014, leur part sur les ventes de produits frais est légèrement supérieure avec 58%, en faible très augmentation en 2014.

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

Graphique 16

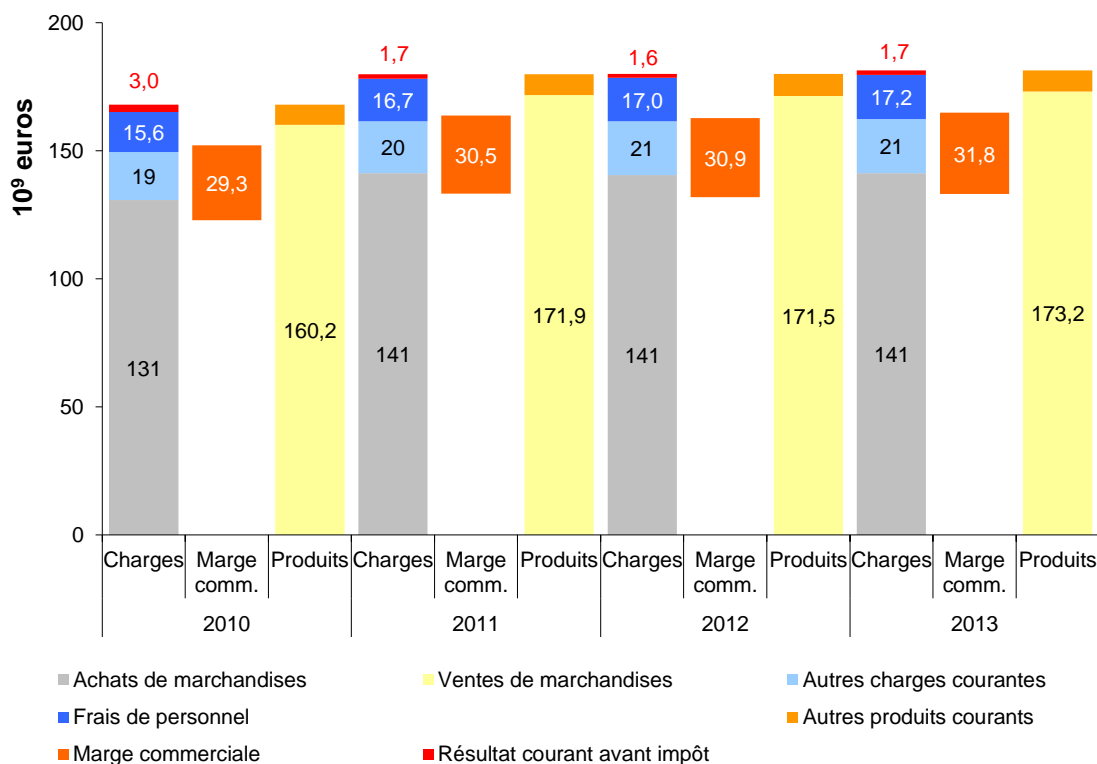
**Structure moyenne du compte de résultat des hypermarchés et supermarchés**



Source : Esane (Insee)

Graphique 17

**Valeurs du compte de résultat des hypermarchés et supermarchés**



(résultats intégrant la vente de carburant, à marge généralement faible)

Source : Esane (Insee)

#### 2.4.2. Comptes des centrales d'achats alimentaires

Le compte de résultat global du secteur (source : Esane, Insee), non développé ici, fait apparaître chaque année :

- un résultat courant rapporté au produit total nul à très faible, car les grosses unités du secteur sont des entreprises à forme coopérative (à but non lucratif) au service de réseaux de distributeurs indépendants (les centrales d'achats régionales des enseignes Système U et E.Leclerc, par exemple) ;
- une marge commerciale nulle, ces centrales étant des structures d'achat en commun, principalement financées par des cotisations des adhérents,
- ce qui se traduit par le poids relativement important (13% à 14% de 2009 à 2013) des produits courants autres que les ventes de marchandises,
- un faible poids des frais de personnel, certaines fonctions (logistique des entrepôts) pouvant être confiées à des prestataires extérieurs à la centrale d'achats et au groupe de distributeur qui la détient, ou remplies par d'autres entreprises du groupe relevant d'autres secteurs économiques (transports, services logistiques...).

#### 2.4.3. Synthèse des comptes des rayons alimentaires frais des GMS

Le Tableau 6 présente les résultats 2014 par rayon, issus de l'enquête 2015 de l'observatoire. Ils sont repris et commentés de façon plus détaillée dans les sections par filière du Chapitre 3.

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

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

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

Le Tableau 7 présente ces résultats en évolution. Entre 2013 et 2014, la marge brute de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire a diminué de 0,4 € pour 100 € de chiffres d'affaires, résultant d'un coût d'achat en hausse de 0,4 €. La situation est très contrastée selon les rayons : les coûts d'achat du rayon boucherie ont diminué de 0,7 € pour 100 € de chiffres d'affaires entre 2013 et 2014 alors qu'ils ont augmenté de 1,7 € pour 100 € de chiffres d'affaires dans le rayon produits laitiers. La variation des prix d'achat dans les autres rayons se situant entre ces deux niveaux.

Les frais de personnel dédié au rayon sont stables d'une année à l'autre. Tandis que les autres charges (du rayon ou communes) sont en hausse de 0,3 € pour 100 € de chiffres d'affaires. Cette hausse des charges s'explique notamment par des réorganisations dans les enseignes (au siège ou dans les magasins).

Le Graphique 18 donne les poids de chacun des rayons étudiés, par rapport au chiffre d'affaires, à la marge brute, au frais de personnel et à la marge nette de l'ensemble de ces rayons.

Tableau 6

**Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2014 pour 100 € de chiffres d'affaires**

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés
Chiffre d'affaires		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes		74,4	66,6	72,7	77,0	68,9	73,9	43,1	70,6
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>		<b>25,6</b>	<b>33,4</b>	<b>27,3</b>	<b>23,0</b>	<b>31,1</b>	<b>26,1</b>	<b>56,9</b>	<b>29,4</b>
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	11,2	6,2	3,1	4,5	8,1	15,4	30,7	9,2
	<b>Marge semi-nette</b>	<b>14,4</b>	<b>27,1</b>	<b>24,2</b>	<b>18,5</b>	<b>23,0</b>	<b>10,7</b>	<b>26,2</b>	<b>20,2</b>
	Approvisionnements et fournitures	0,5	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	1,4	0,3
	Eau, gaz, électricité	0,6	0,6	0,7	0,5	0,5	0,8	1,3	0,6
	Frais sur matériels et équipements	0,8	0,6	0,4	0,5	0,5	0,8	1,5	0,6
	Taxes, cotisations et redevances	0,3	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	0,4	0,5
	Autres charges du rayon	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
	<b>Sous-total : autres charges directes</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	<b>4,7</b>	<b>2,1</b>
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	2,1	1,8	1,5	1,9	2,6	2,2	3,1	2,1
	Frais de personnel hors rayon	5,6	6,0	5,2	5,5	6,6	5,6	8,8	6,0
	Frais financiers	0,6	0,5	0,5	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6
	Autres charges communes	6,0	8,0	7,4	8,7	9,1	7,9	10,0	8,2
	<b>Sous-total : charges communes</b>	<b>14,2</b>	<b>16,3</b>	<b>14,7</b>	<b>16,6</b>	<b>19,0</b>	<b>16,3</b>	<b>22,6</b>	<b>16,9</b>
	<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	<b>-2,1</b>	<b>8,9</b>	<b>7,8</b>	<b>0,2</b>	<b>2,3</b>	<b>-8,3</b>	<b>-1,1</b>	<b>1,2</b>
Répartition de l'impôt sur les sociétés		-0,7	3,2	2,8	0,1	0,8	-3,0	-0,4	0,4
<b>Marge nette après répartition de l'IS</b>		<b>-1,3</b>	<b>5,7</b>	<b>5,0</b>	<b>0,1</b>	<b>1,4</b>	<b>-5,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,8</b>

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2015

Tableau 7

**Variations annuelles des comptes moyens des rayons alimentaires en GMS**

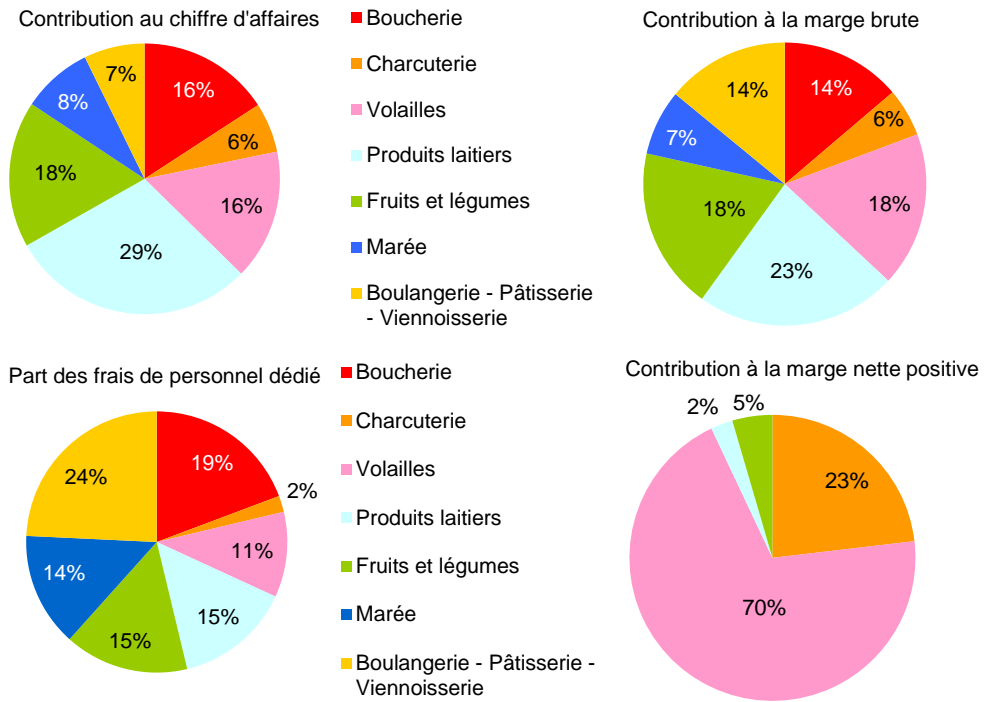
En € pour 100 € de CA

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés	
Coût d'achat des ventes	2014 - 2013	-0,7	-0,1	0,4	1,7	-0,5	1,1	0,5	0,4	
	2013 - 2012	0,3	1,0	-0,1	1,3	-0,8	0,5	nd	0,3	
<b>Marge brute (marge commerciale)</b>	2014 - 2013	0,7	0,1	-0,4	-1,7	0,5	-1,1	-0,5	-0,4	
	2013 - 2012	-0,3	-1,0	0,1	-1,3	0,8	-0,5	nd	-0,3	
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	2014 - 2013	0,3	-0,5	-0,1	0,2	0,2	-0,1	-0,6	0,0
		2013 - 2012	0,2	0,0	-0,1	0,2	-0,2	0,2	nd	0,2
	<b>Marge semi-nette</b>	2014 - 2013	0,3	0,6	-0,3	-1,9	0,4	-1,0	0,2	-0,4
		2013 - 2012	-0,4	-1,0	0,2	-1,4	1,0	-0,7	nd	-0,5
	Autres charges directes du rayon	2014 - 2013	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2
		2013 - 2012	-0,2	-0,2	-0,3	-0,1	-0,1	0,0	nd	-0,1
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Charges communes réparties	2014 - 2013	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2	-0,2	0,1
		2013 - 2012	0,4	-0,4	0,1	-0,1	0,3	0,2	nd	0,1
	<b>Marge nette avant répartition de l'IS</b>	2014 - 2013	-0,1	0,3	-0,7	-2,1	0,2	-1,5	-0,1	-0,7
		2013 - 2012	-0,6	-0,4	0,3	-1,3	0,8	-0,9	nd	-0,5

Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2015

Graphique 18

**Poids des rayons étudiés dans les enseignes en 2014**  
En % de l'ensemble des rayons étudiés



Source : OFPM, enquête réalisée par FranceAgriMer avec le concours des enseignes, 2014.

## Chapitre 3. Marges brutes et coûts par filière

Viande porcine et charcuterie

Viande bovine

Volailles de chair

Produits laitiers de lait de vache

Pain

Pâtes alimentaires

Fruits et légumes frais

Produits de la pêche et de l'aquaculture





## Section 1 – Viande porcine et charcuterie

### 1. CIRCUITS DE TRANSFORMATION ET DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PORCINE

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

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

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

Les **industriels de la 2<sup>ème</sup> transformation** fabriquent des produits de charcuterie-salaison et des plats préparés à base de viande.

Les **grossistes en produits alimentaires finis** achètent des produits finis aux industriels français et étrangers pour les mettre à disposition des circuits de commerce de détail et jouent également un rôle dans l'exportation. Leur place exacte dans la filière n'a pas pu être particulièrement précisée et n'est donc pas détaillée sur le schéma récapitulatif des flux (Schéma 2).

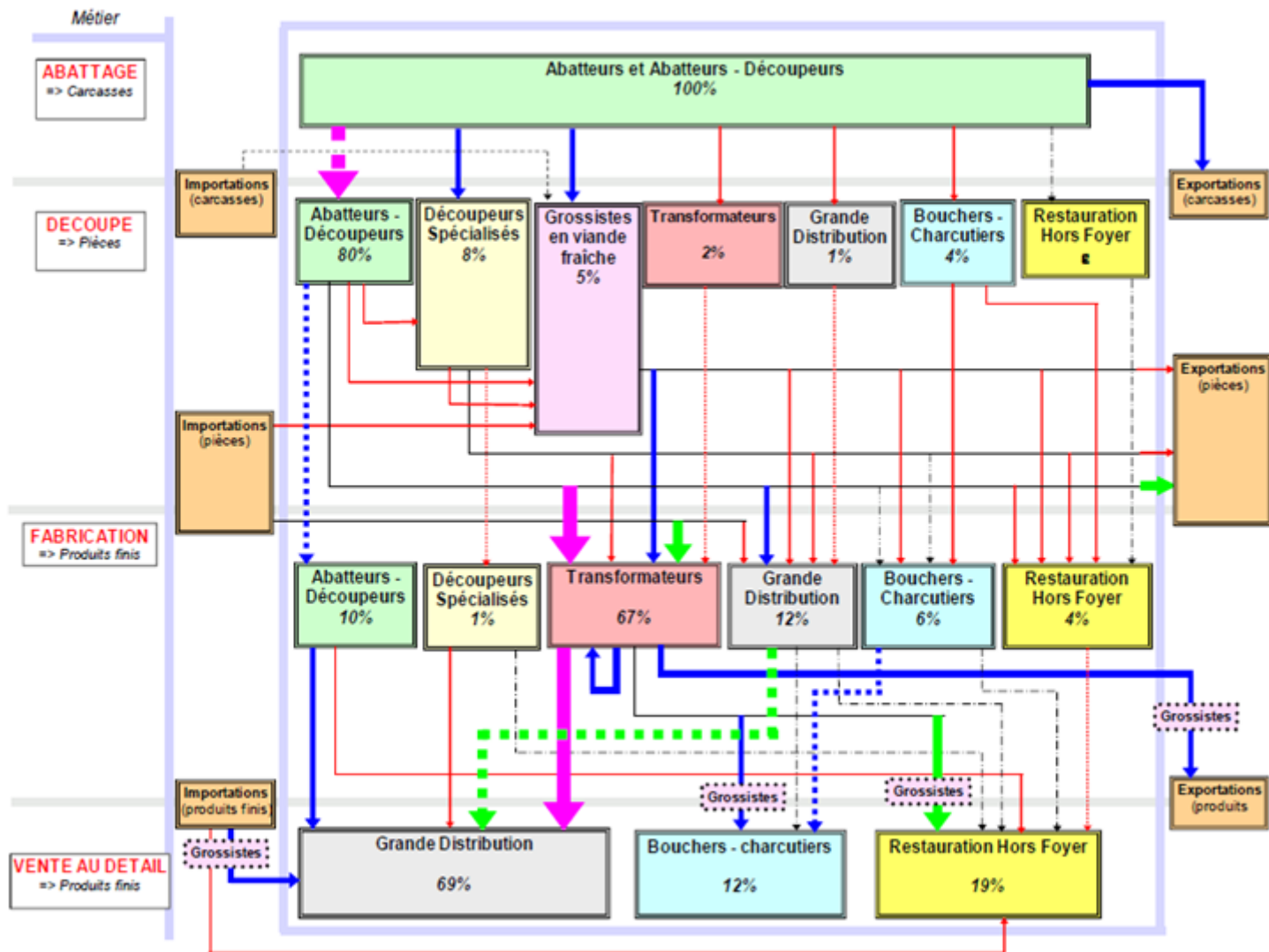
Les **bouchers et charcutiers artisanaux** ont pour métier principal le commerce de viande fraîche et de produits transformés à base de viande. Dans cette catégorie, sont également pris en compte les marchés forains. En principe, ce sont des structures de moins de 10 salariés. Ces opérateurs exercent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

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

Schéma 2

Cartographie des flux dans la filière porcine



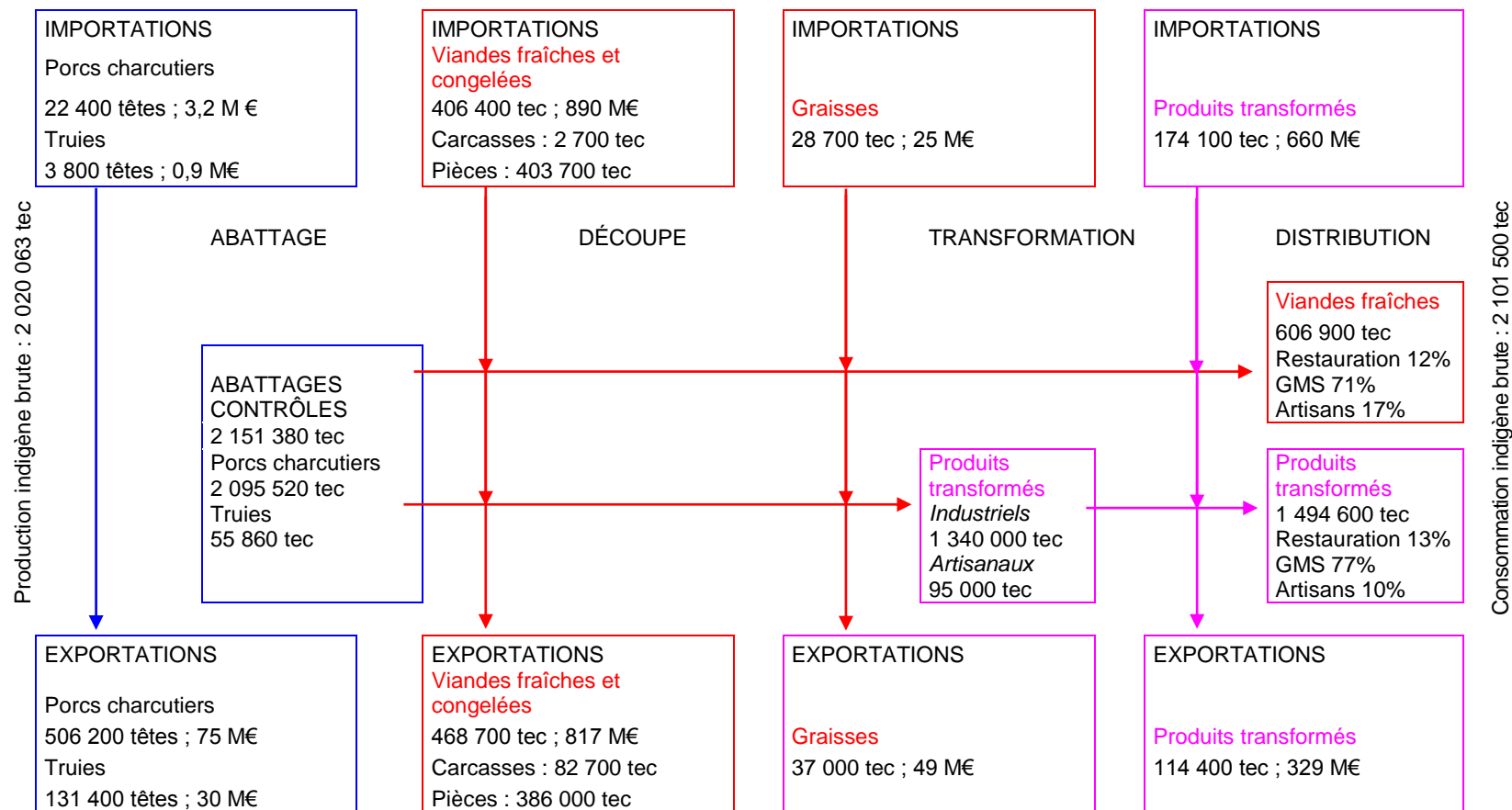
Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (Cf. colonne de gauche). Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

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

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

Schéma 3

**Bilan des flux dans la filière porcine en 2014**



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

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

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

Cette partie est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans le chapitre 2 du présent rapport ainsi que dans les éditions précédentes du rapport.

### 2.1. Filière porc frais

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

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

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

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

### 2.2. Filière charcuterie de porc

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

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

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

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

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

En 2015, le marché français du porc a été fragilisé par la fermeture du marché russe, aux effets non compensés par les exportations supplémentaires vers l'Asie, et par une offre européenne en développement (+4% sur les 9 premiers mois de 2015) (Agreste, Bilan conjoncturel 2015). La consommation intérieure en volume est en repli sensible pour le porc frais (-4,9% en 2015 par rapport à 2014), particulièrement pour les produits de la longe (-7,4%) qui constitue 85% de l'offre en porc frais ; la dé-consommation est moins marquée en 2015 pour le jambon cuit (-0,5%) (Conjoncture – Viandes FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel).

#### 3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière porc frais : la longe vendue en UVCM

Le produit suivi au détail sur le Graphique 19 et le Graphique 20 est une longe reconstituée sous la forme de côtes et de rôtis de porc, en proportions fixes, débitées dans les ateliers de boucherie de la GMS à partir de la pièce de longe livrée par l'abatteur-découpeur.

Le Graphique 19 montre que le prix de la viande de porc au détail varie tout au long de l'année avec une certaine saisonnalité, tout en suivant le prix payé à l'éleveur, établi chaque semaine. Au cours de l'année, les prix les plus bas s'observent au mois de septembre en raison d'opérations de promotions dans les GMS sur la viande porcine. Selon les données du panel Kantar, en 2015 le volume d'achat de longe a subi une baisse significative (-9%), malgré une légère baisse de prix

Le prix du porc à la production varie au cours de l'année en fonction de l'offre et de la demande sur le marché européen, mais aussi sous l'effet de la demande mondiale ; les variations mensuelles peuvent représenter un quart du prix de vente. En légère progression avec 2 177 601 tonnes d'équivalents carcasse, soit +1% environ par rapport à 2014 en termes d'abattages redressés, la production porcine reste pénalisée par la perte du débouché russe, non remplacé en France par d'autres marchés, contrairement à d'autres pays européens. Face à une offre européenne excédentaire et un ralentissement de la demande, les cours européens et français ont reculé par rapport à 2014 et par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes : en France, le prix du kg de carcasse entrée abattoir du porc charcutier a ainsi subi en 2015 une nouvelle baisse de 6,7 % faisant suite à celle de 8% de 2014. Malgré la baisse de prix de l'aliment, (-4,5% selon l'IPAMPA Aliment pour porcins), liée à celle du prix des matières premières, les coûts de production restent élevés et le revenu des éleveurs s'est dégradé à nouveau (cf. partie 4).

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

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

En moyennes annuelles (Graphique 20), la baisse du prix du porc à l'entrée de l'abattoir en 2015 par rapport à 2014 (-11 centimes) se traduit par celle du coût entrée abattoir de la longe (-18 cts)<sup>19</sup>. Le maillon abattage-découpe apparaît avoir transmis intégralement cette baisse : son indicateur de marge brute restant à 63 centimes ; le maillon de la distribution a retransmis partiellement cette baisse de 18 centimes de la valeur sortie industrie : le prix au consommateur, hors TVA diminue de 2 centimes, l'indicateur de marge brute de la GMS progressant alors de 16 centimes.

<sup>19</sup> On rappelle que la valeur de matière première d'une pièce issue du désassemblage d'une carcasse ne peut qu'être calculée en faisant l'hypothèse d'un taux de marge de l'abattage-découpe identique pièce par pièce à celui observé sur l'ensemble de la carcasse. Le prix de matière d'une pièce est alors évalué par le produit du prix de la pièce sortie découpe, multiplié par le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la somme des valeurs de toutes les pièces qui en sont issues, pondérées par leurs poids dans la carcasse.

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

Les produits suivis, élaborés en portions pour libre-service par l'industriel, sont les deux principales UVCI issues de la longe : la côte de porc : Graphique 21 et Graphique 22, et le rôti de porc : Graphique 23 et Graphique 24.

Pour les UVCI, la découpe finale et le conditionnement en « *barquette* » sont réalisés par l'industrie d'abattage-découpe, les GMS assurant la seule distribution du produit. Les articles vendus par les industriels de l'abattage-découpe sont plus ainsi plus élaborés, - les côtes sont détaillées et le rôti est découpé et paré -, et donc vendus plus cher qu'une longe ou une demi-longe. La marge brute de l'abattage-découpe, devant couvrir les charges afférentes à ces opérations, est plus importante que dans le circuit UVCM. Pour l'ensemble de la longe, elle représente 28 % de l'indicateur de marge brute total industrie et GMS dans le circuit UVCI contre 14% dans le circuit UVCM.

Les évolutions du prix au détail de chacune des deux UVCI suivies, et de ses composantes, sont très différentes :

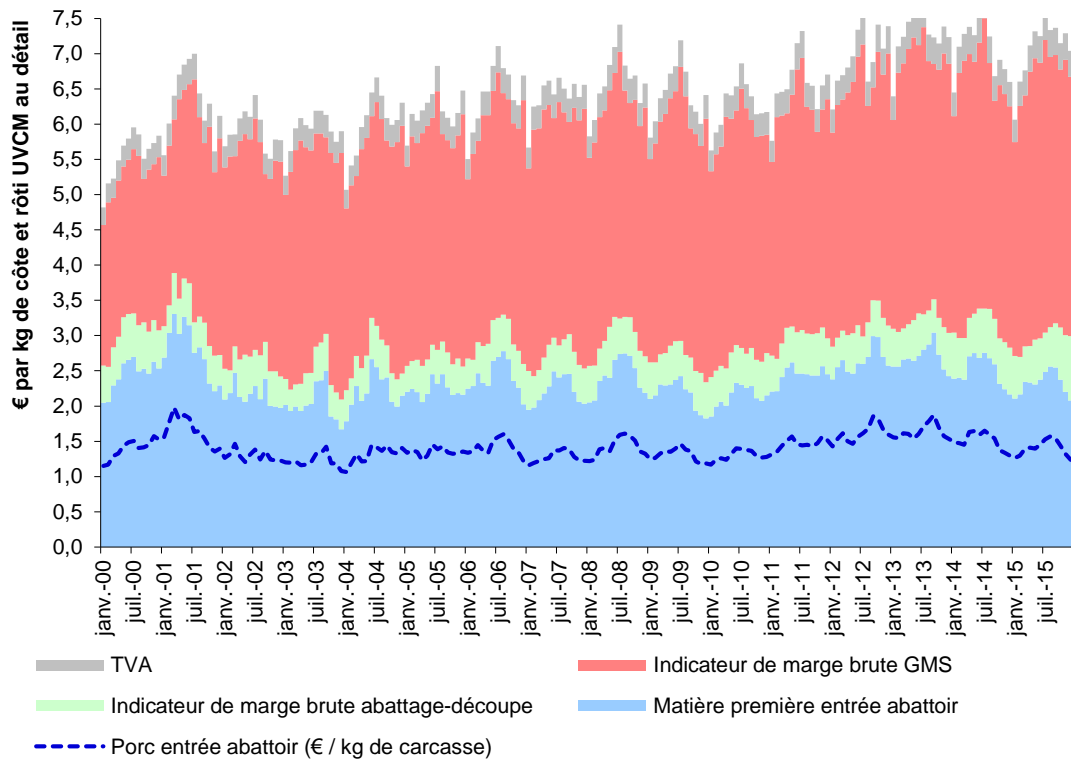
- le prix au détail de la côte de porc enregistre une baisse sensible en 2015 (-19 centimes, hors TVA) découlant de la baisse du coût en matière première (-9 centimes), intégralement transmise par l'industrie (indicateur de marge brute en baisse de 1 centime, prix de vente sortie industrie en légère baisse), et d'une baisse équivalente de l'indicateur de marge brute de la GMS (-9 centimes) ;
- en revanche, le prix du rôti de porc progresse de 6 centimes (hors TVA), l'industrie diminuant son prix de vente de 36 centimes et la marge brute de la GMS progressant de 42 centimes.

En 2014, on observait une situation pratiquement inverse :

- faible baisse du prix des côtes de porc malgré la baisse des coûts amont et la réduction de l'indicateur de marge brute de l'industrie, et donc augmentation de l'indicateur de marge brute de la GMS ;
- baisse du prix du rôti du fait de la baisse du prix de la matière première, amplifiée par un resserrement de l'indicateur de marge de la GMS.

Graphique 19

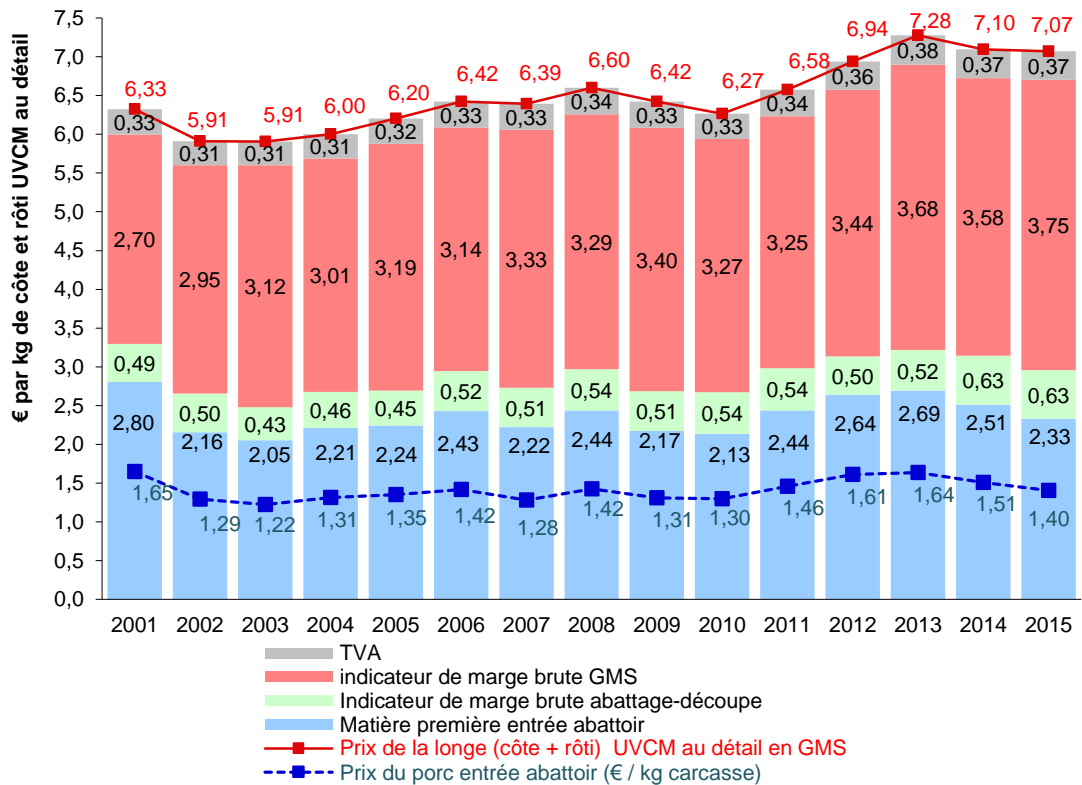
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de la longe de porc UVCM**



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

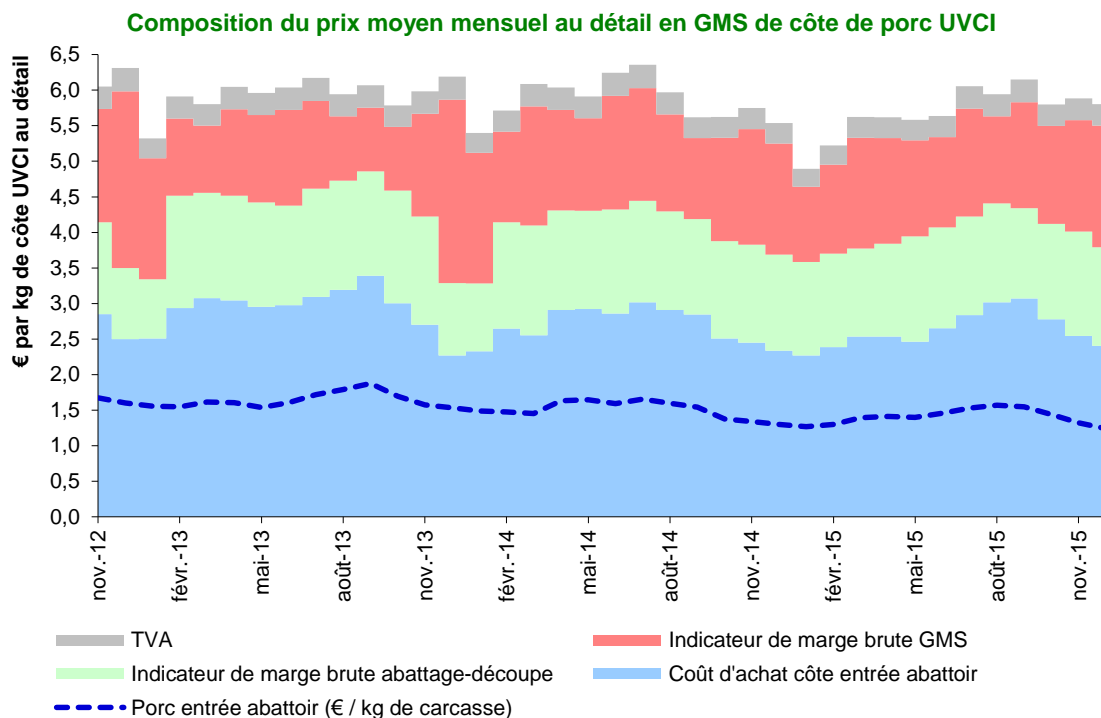
Graphique 20

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



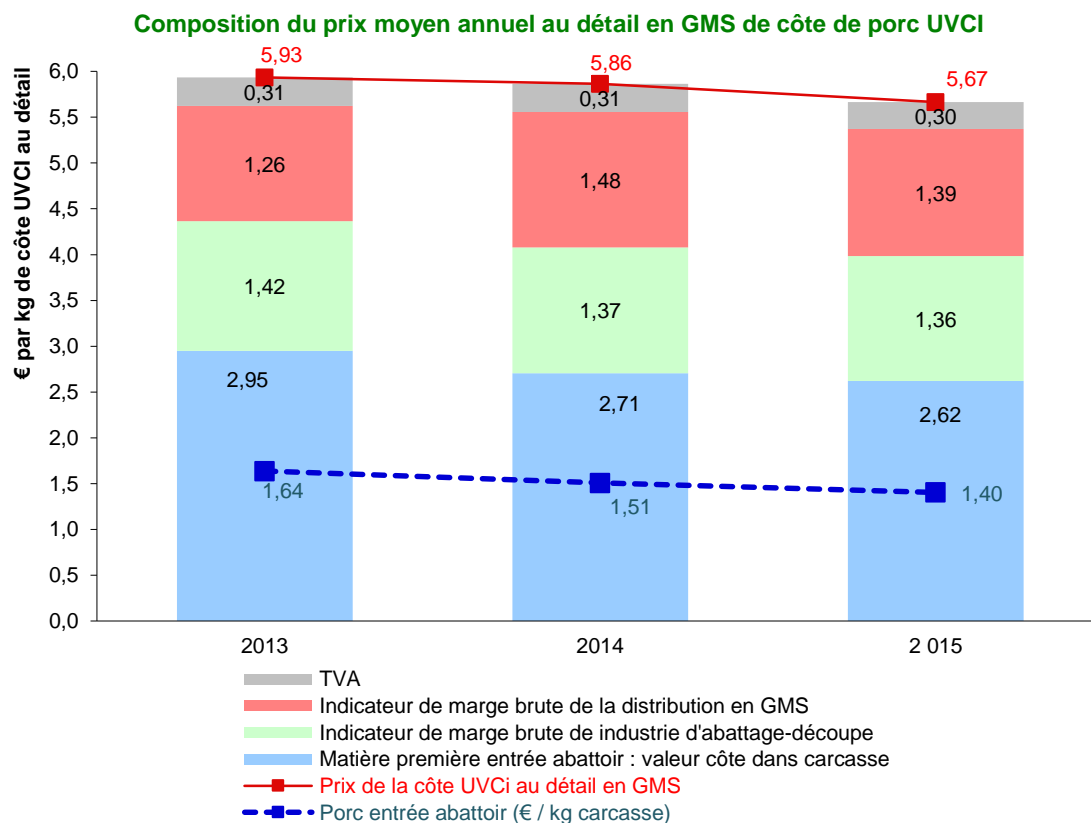
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 21



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

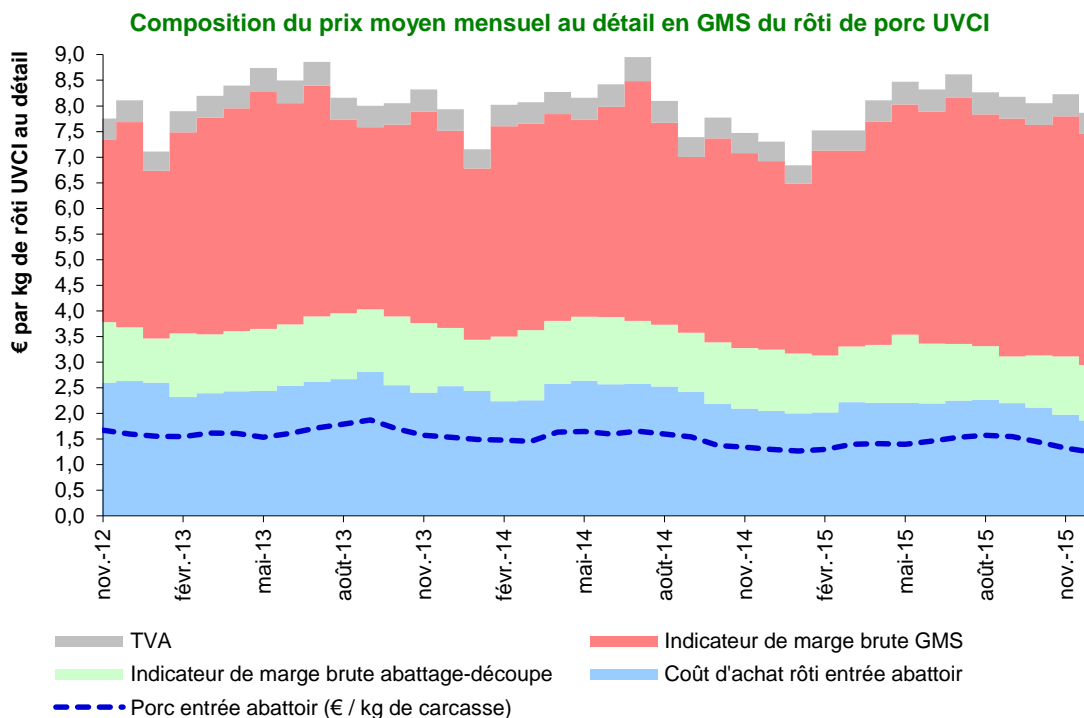
Graphique 22



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

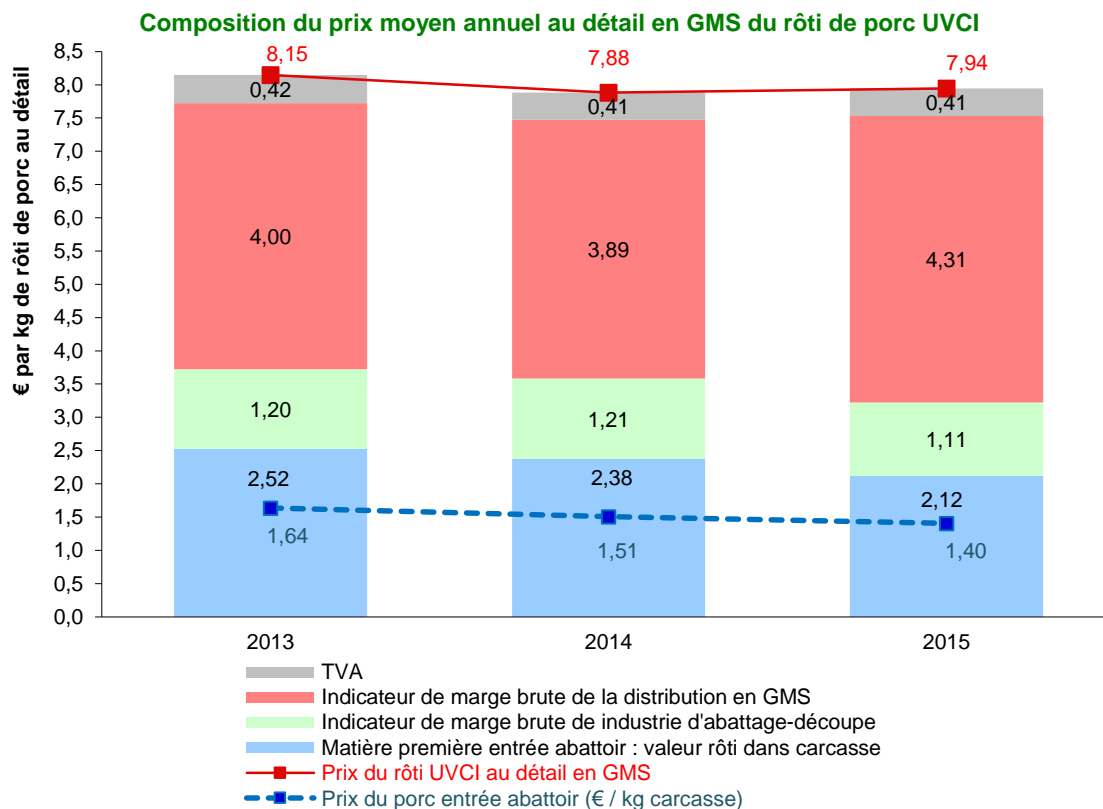


Graphique 23



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

Graphique 24



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

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

Le prix au détail du jambon vendu en GMS est peu fluctuant (Graphique 25). 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, voire à l'année. Les salaisonniers achètent leur matière première - la pièce de jambon sortie abattage-découpe - à la semaine. Son prix, comme celui de la longe, présente tendanciellement une bonne corrélation linéaire avec les cours du porc ; comme lui, il subit des variations importantes au cours de l'année. Comme évoqué plus haut, le prix du porc se forme avec une fréquence hebdomadaire en fonction de l'offre et de la demande sur les marchés européens et les pays tiers.

Selon le panel Kantar, les volumes d'achat des ménages en jambon cuit ont augmenté de 2007 à 2013 (2011 excepté) au rythme de 1,5% à 2,5% par an selon les années (2% par an en moyenne). Mais ce rythme se ralentit en 2014 (0,4%) et s'inverse en 2016 (-0,54%). Sur la période 2007-2015, la consommation progresse sur le libre-service (+ 1,7%) aux dépens de la coupe (-2,6 %).

La marge brute de l'industrie de la salaisonnerie peut varier fortement d'un mois sur l'autre, ses des prix de vente étant relativement stables – le marché étant devenu très concurrentiel - et le prix de sa matière première (pièce de jambon frais) étant plus volatil. Sur la longue période suivie par les graphiques ci-contre, la marge brute de l'industrie de la charcuterie tend à augmenter, mais les autres charges qu'elle doit couvrir suivent également une tendance à la hausse, ainsi le poids du résultat courant dans le chiffre d'affaires a diminué, notamment de 2010 à 2013, s'améliorant en 2014. (Cf. plus loin, paragraphe 6.3 sur les comptes du secteur). La marge brute de l'industrie de la charcuterie-salaisonnerie représente 16% à 17 % du prix au détail hors TVA de 2010 à 2015.

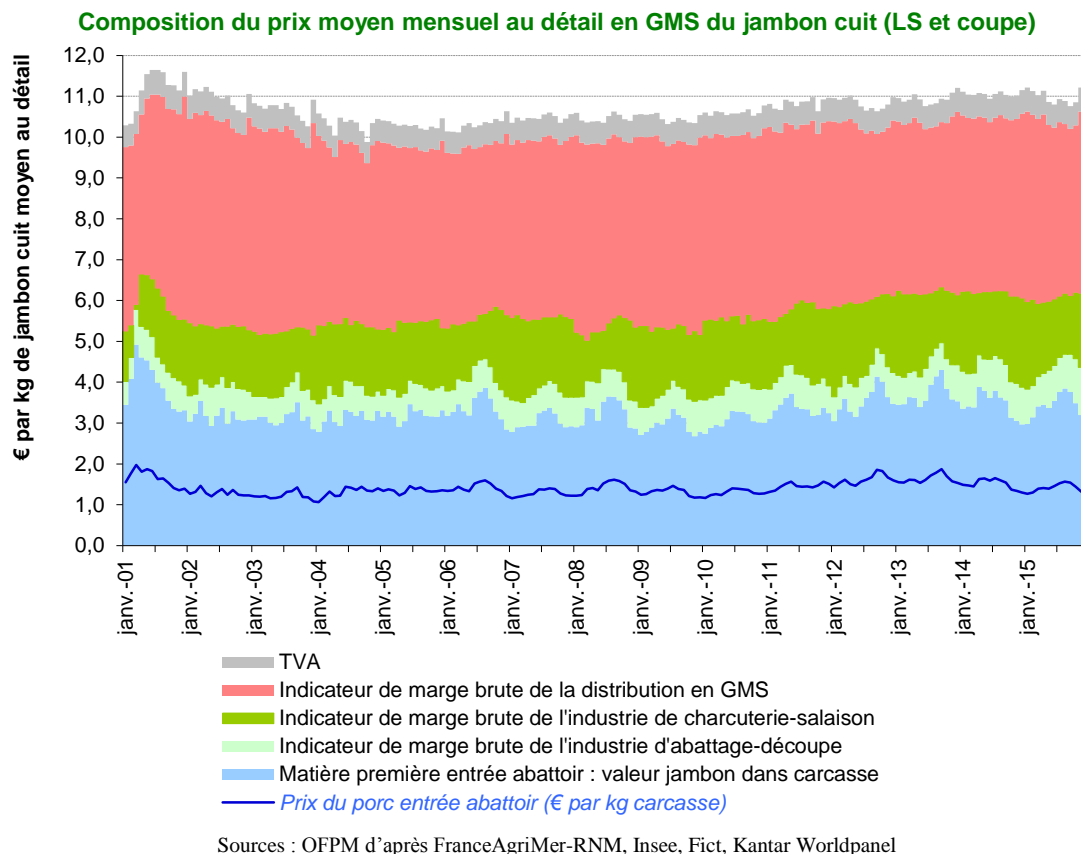
La marge brute des GMS varie depuis 2010, autour de 4,40 €, elle représente entre 42% et 45% du prix au détail hors TVA (Graphique 26). Depuis 2010, la marge brute des GMS diminue de quelques centimes chaque année : en raison d'une forte concurrence entre enseignes sur ce rayon. La distribution amortit la hausse des prix et des coûts transmise par son amont.

En 2015, suivant en cela la baisse du prix du porc à la production (-11 centimes en moyenne), le coût *calculé*<sup>20</sup> de la matière première de la pièce de jambon a reculé une nouvelle fois (-6 centimes, Graphique 26). Cette baisse n'a été que partiellement répercutée aux consommateurs, le prix au détail hors TVA baissant de 4 centimes. Ceci résulte :

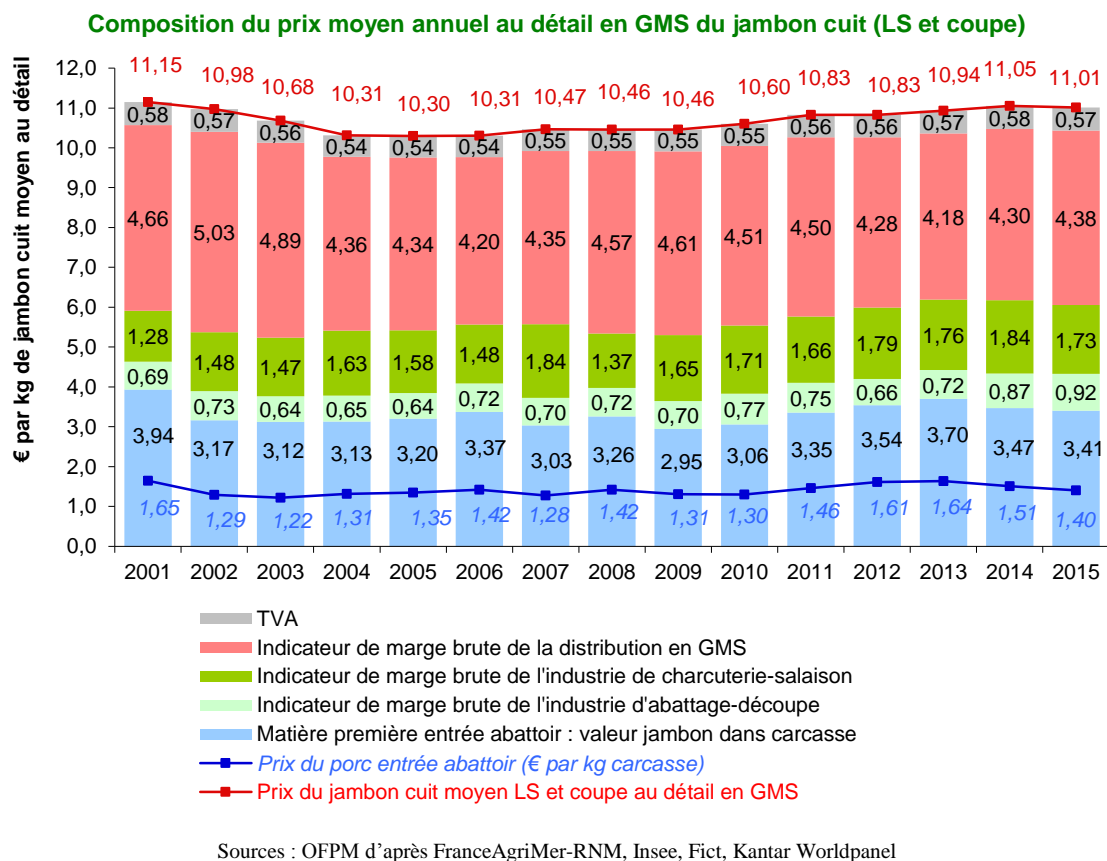
- de la progression de l'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe, qui progresse de 5 centimes, le prix de vente moyen annuel de la pièce sortie découpe restant pratiquement stable (alors qu'il suit d'habitude d'assez près les évolutions du prix du porc) ;
- de la progression de l'indicateur de marge brute de la GMS : + 8 centimes,
- ces deux variations positives étant partiellement compensées par celle, négative, de l'indicateur de marge brute de la charcuterie (-11 centimes).

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

Graphique 25



Graphique 26



## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE PORCINE. VARIATION DE LA RECETTE GLOBALE DE L'ÉLEVAGE PORCIN

### 4.1. Ciseau des prix

- (a) Le Graphique 27 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du porc entrée abattoir avec l'indice du prix de l'aliment pour porc.
- (b) Le Graphique 28 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon sortie abattage-découpe avec l'indice des coûts en matière première entrée abattoir du jambon.
- (c) Le Graphique 29 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon cuit sortie charcuterie-salaison avec l'indice des prix du jambon sortie abattage-découpe.
- (d) Le Graphique 30 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » du jambon cuit au détail en GMS avec l'indice des prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison.
- (e) Le Graphique 31 met en relation l'indice des prix observés et « *simulés* » de la longe UVMC au détail en GMS avec l'indice des prix de la pièce, sortie abattage-découpe.

Ces prix « *simulés* » sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge sur aliment de l'élevage (a) ou de la marge brute de chaque maillon de l'aval (b, c, d, e) au niveau moyen qu'elle présentait de 2010, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation.

Pour un produit donné issu d'un stade donné du circuit (entrée abattoir, abattage-découpe, charcuterie-salaison, détail en GMS), le prix simulé à une date donnée est égal à la marge brute de référence ajoutée au coût d'achat à la même date.

La marge brute de référence est la différence entre le prix de vente en période de référence, moins le coût d'achat à cette même période, augmentée dans la même proportion que l'évolution générale des prix entre la période de référence et la date en cours.

Le coût à chaque stade et à chaque date est égal au coût en période de référence augmenté dans la même proportion que l'évolution des prix de l'intrant correspondant à chaque stade (l'aliment pour porcs, ou le porc entrée abattoir, ou la découpe sortie usine, ou le jambon cuit sortie usine).

D'octobre 2014 à juin 2015, puis de nouveau à partir d'octobre 2015, le prix du porc à la production décroche du prix simulé (Graphique 27), qui assurerait toutes choses égales par ailleurs un maintien de la marge de l'élevage sur aliments à son niveau de 2010, inflation prise en compte, cette marge sur aliments couvrant à peine les autres coûts de production, rémunération calculée du travail et des capitaux propres prise en compte. Le prix de la pièce de jambon sortie abattage-découpe suit de très près son prix simulé (Graphique 28), répercutant très directement les variations du prix du porc à la production, en amplifiant toutefois les fortes hausses (2011- 20102) comme les fortes baisses (2015).

Le prix de livraison des jambons cuits par l'industrie de la charcuterie à la distribution lisse les variations du prix de la pièce de jambon sortie découpe (Graphique 29) et la tendance désaisonnalisée du prix observé suit le prix simulé.

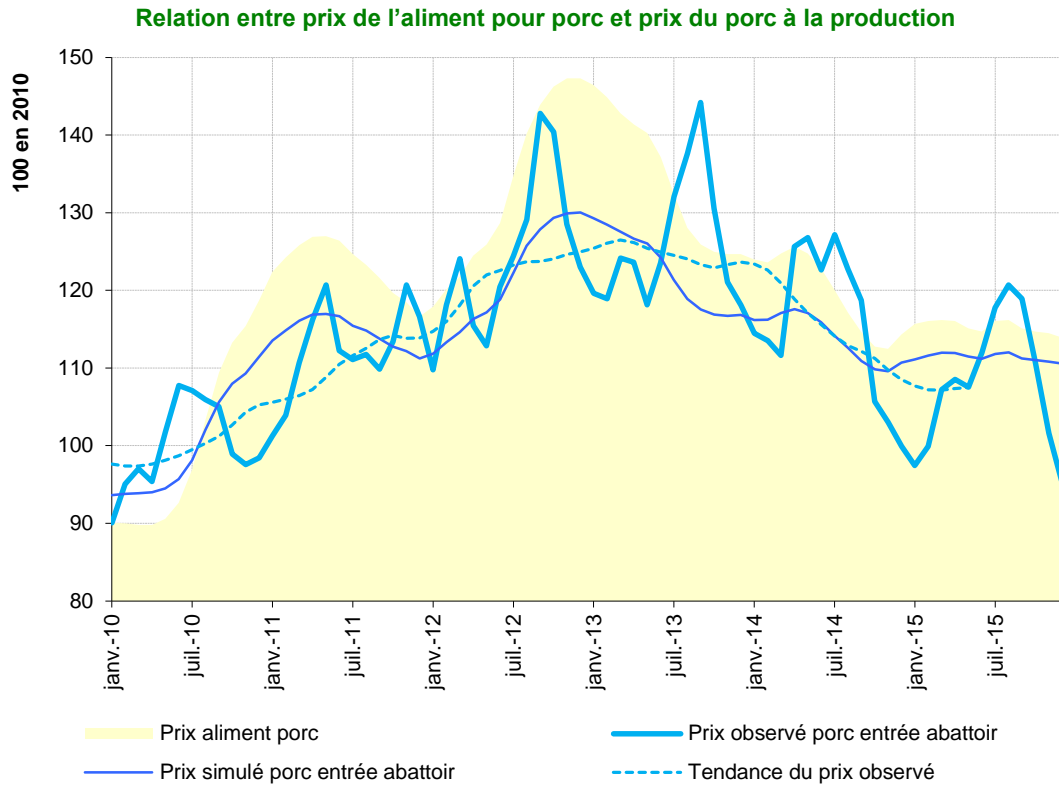
Au détail, le prix du jambon cuit « *moyen* » en GMS augmente moins que le prix simulé qui aurait maintenu la marge brute des GMS sur le jambon au niveau de référence, inflation incluse (Graphique 30). Ceci semble dû à une concurrence accrue entre enseignes sur ce produit, plus qu'à un changement qualitatif de l'offre et des achats des consommateurs car il ressort du panel Kantar une certaine stabilité du segment « jambon supérieur » dans les achats du panier « *jambon cuit* ». Outre un « rognage » des marges sous l'effet de la concurrence, un prix réel progressant moins que le prix simulé peut indiquer aussi une maîtrise croissante des charges (autres qu'achat du produit), liée à des gains de productivité. À noter que l'écart entre les évolutions des deux prix, réel et simulé, se resserre en fin de période suivie.

La même analyse pour la longe UVMC conduit au même constat s'agissant du prix de la pièce de longe sortie découpe : les variations du prix de la pièce répercutent très directement celles du prix du porc. En revanche, le prix observé au détail de la longe en GMS présente des variations relatives plus accentuées que celles de la pièce sortie découpe, sous l'effet du caractère saisonnier de la demande des consommateurs et des promotions, surtout pour la partie « *côtes* » de la longe, en GMS. Ainsi, l'indice du prix observé présente des baisses plus accentuées que le prix simulé (Graphique 31).

### 4.2. Variation de la recette globale de l'élevage

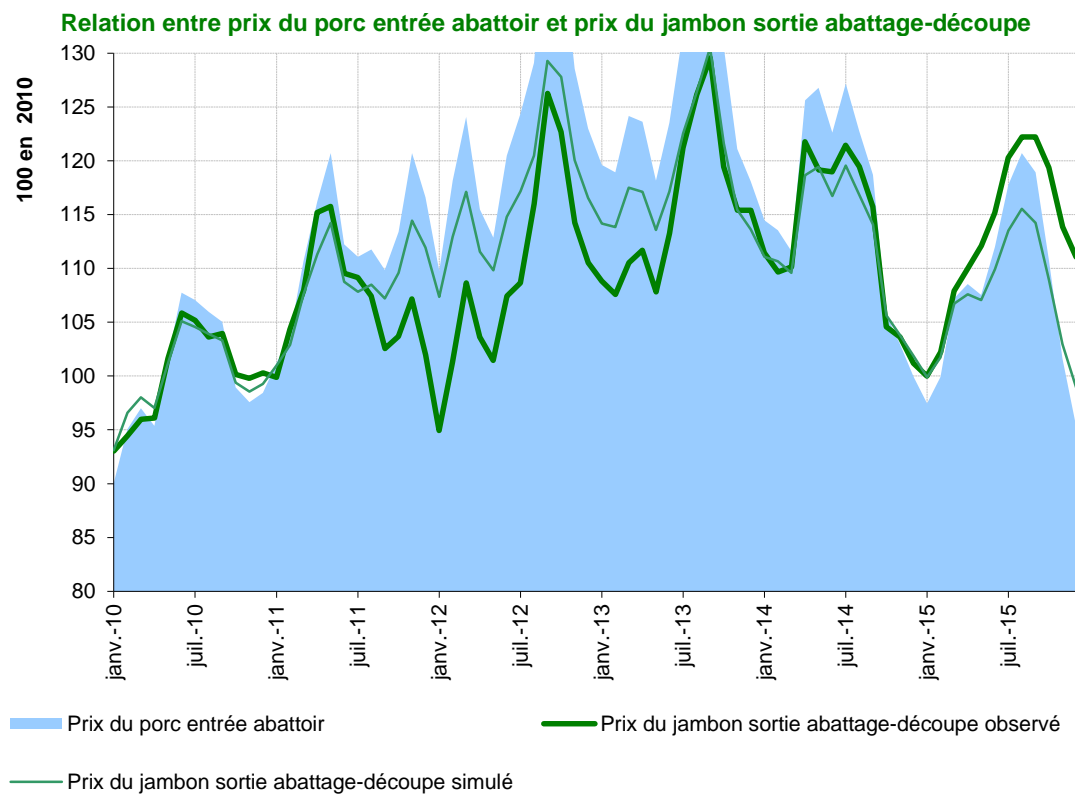
D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production de porcins a baissé de 192 M€, entraîné par un effet-prix négatif de 224 M€ (variation de prix 2015-2014 appliqué au volume 2015), non compensé par l'effet-volume (variation de volume 2015-2014 appliquée au prix 2014) de 32 M€ seulement. Ces 192 M€ de recette en moins pour l'élevage porcine, par rapport à 2014, constituent un transfert bénéficiant à l'aval (avant autres charges) et se répartissent entre le maillon abattage-découpe, la transformation et la demande finale (consommateurs, export).

Graphique 27



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, IFIP, Insee

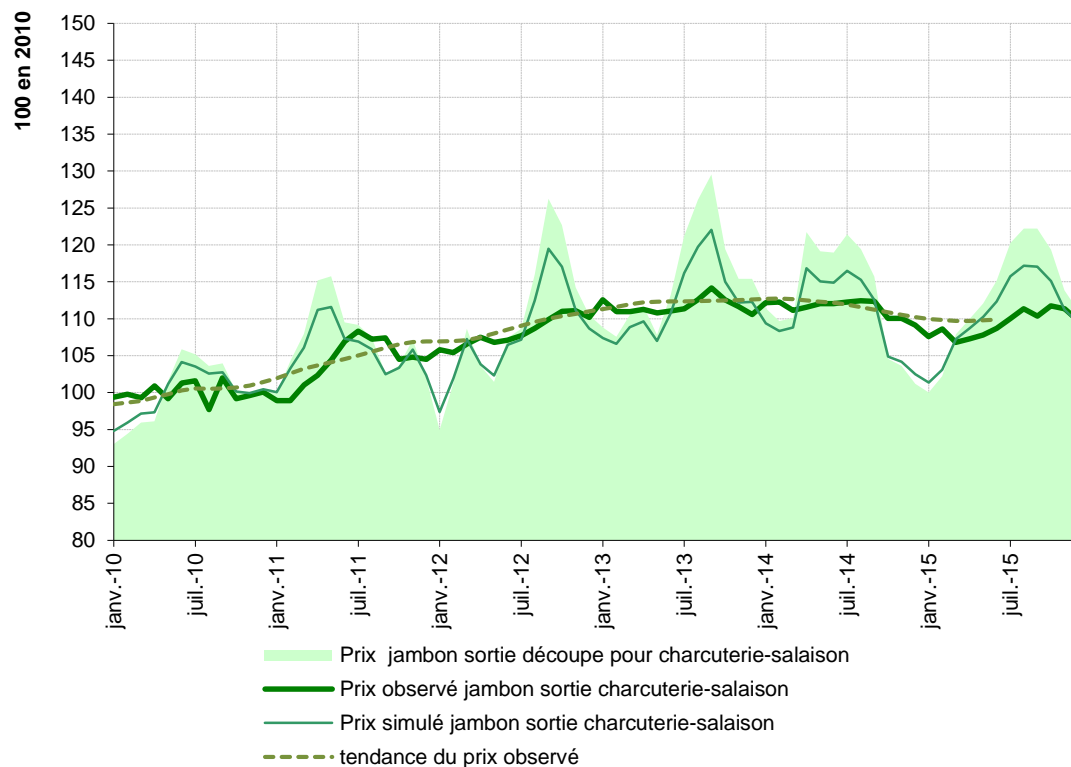
Graphique 28



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

Graphique 29

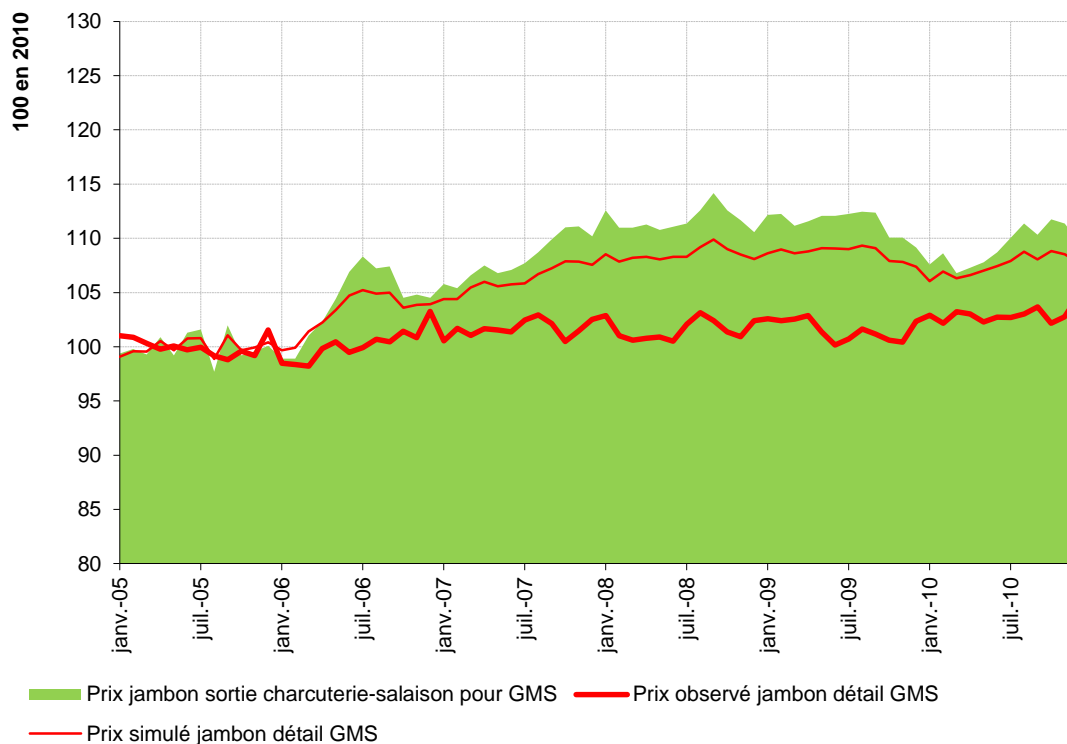
**Relation entre prix du jambon sortie abattage-découpe et prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison**



Source : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Insee, Fict

Graphique 30

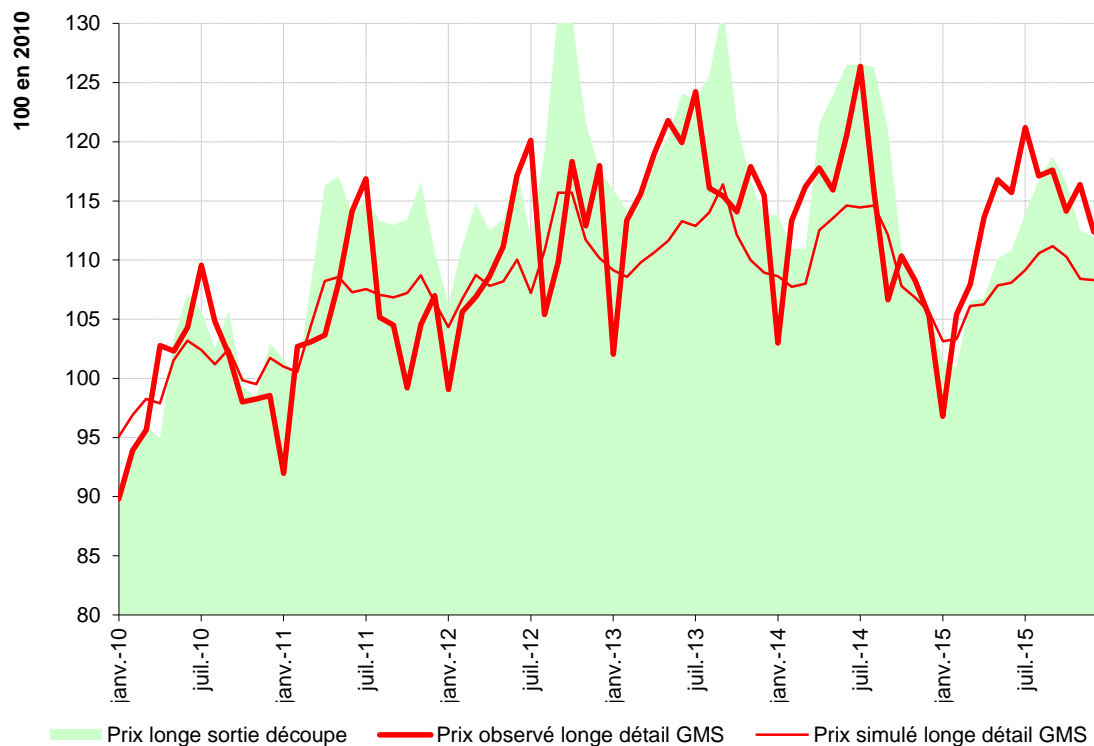
**Relation entre prix du jambon cuit sortie charcuterie-salaison et prix du jambon cuit au détail en GMS**



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

Graphique 31

**Relation entre prix de la longue sortie découpe et prix de la longue UVCN au détail en GMS**



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

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

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

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de porcs, issu du Rica, est constitué de 152 à 181 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 5 272 à 6 689 exploitations. Dans cet échantillon, la production de porcs constitue plus de 85 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

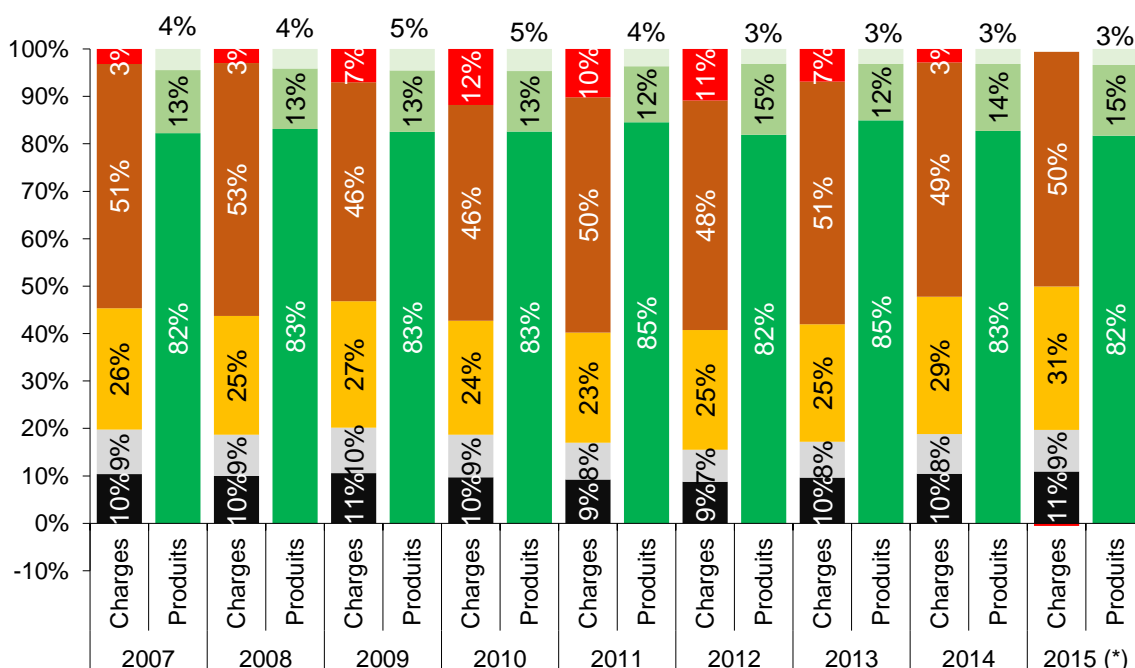
Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 3 % à 12 %. La part de l'aliment dans les charges est très forte, comprise entre 46 % et 53 %.

Les résultats 2015 sont simulés. L'IPPAP porcins 2015 (Insee) est appliqué au produit 2014 pour calculer le prix de la viande en 2015. L'IPAMPA aliments pour porcins (Insee) est utilisé pour simuler le prix de l'aliment. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2014.

En 2014, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 3 % de la totalité des produits, soit 16 462 € pour 585 604 € (Graphique 32). En 2015, le prix de l'aliment diminue de 4 %. Cette baisse ne permet pas de compenser la baisse du prix de la viande de porc (- 7%). Ainsi, le résultat courant avant impôt devient négatif et représente près de -1 % du produit (- 3 283 € pour 553 342 €). Il passe de 11 296 € par travailleur familial en 2014 à - 2 253 € par travailleur familial en 2015 (Graphique 34).

Graphique 32

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



(\*) simulé

- Subventions d'exploitation
- Autres produits
- Viande porcine
- Résultat courant avant impôt
- Aliments du bétail achetés
- Consommations intermédiaires et autres approvisionnements
- Amortissements
- Fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances et frais de personnel salarié

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2015



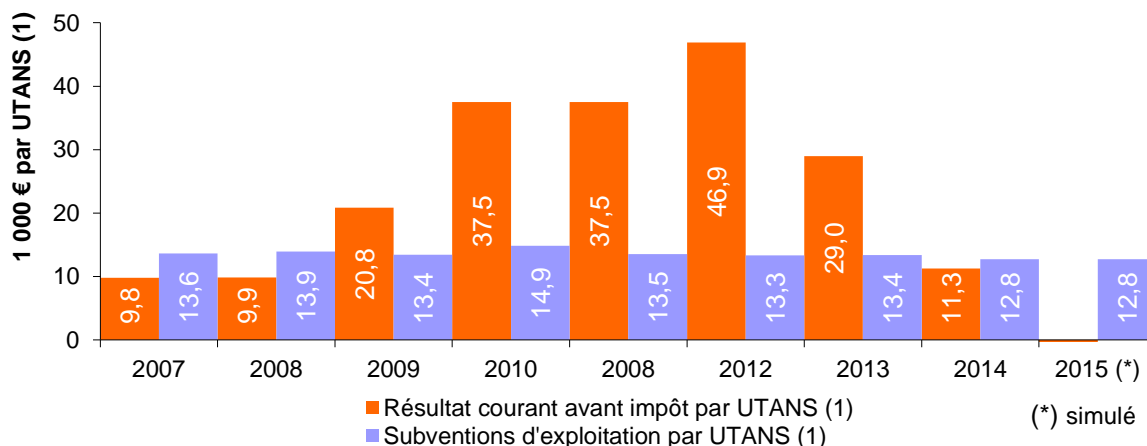
Graphique 33



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2015

Graphique 34

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



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP), indices Insee pour simulations 2015

## 5.2. Coût de production du porc en élevage

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

- les performances techniques, les prix de vente du porc et les charges alimentaires des élevages suivis en Gestion Technico-Économique (GTE), soit 44 % des élevages français de plus de 50 truies en 2014,
- les charges de structure d'un échantillon composé du groupe GTE-TB (Tableau de Bord), représentant environ 8 % des élevages français de plus de 50 truies, et d'informations complémentaires rendues publiques par les centres comptables et les banques, en particulier en Bretagne.

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

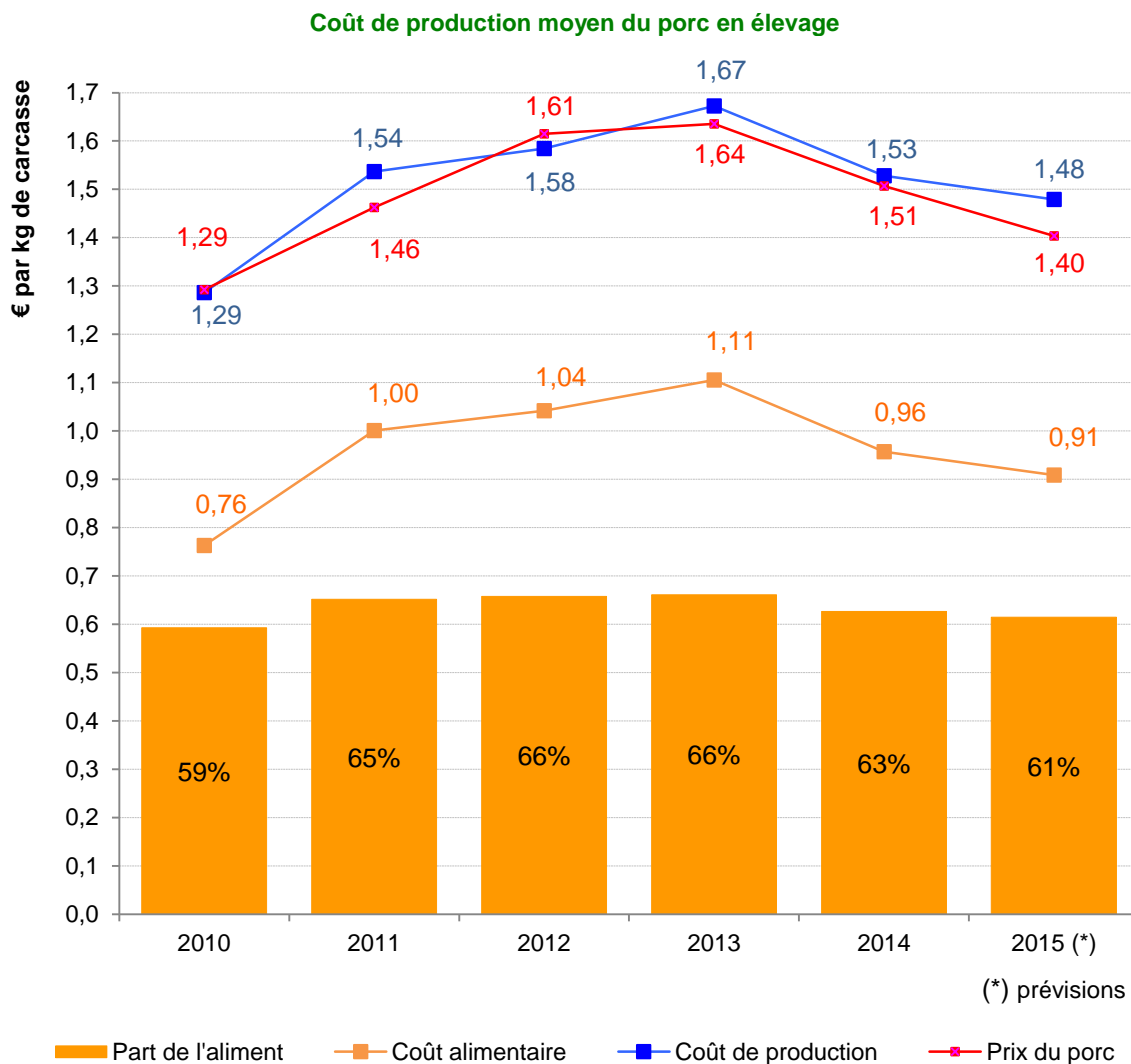
- une rémunération pour le travail familial simulée à hauteur de 1,5 SMIC brut horaire par unité de main d'œuvre (majorée d'une partie des cotisations sociales de l'exploitant affecté à l'atelier porcin),
- une rémunération simulée des capitaux personnels (au taux d'intérêt du marché).

La part de l'alimentation dans le coût de production total varie, sur la période étudiée, de 59 % à 66 %. Cette proportion est supérieure à celle présentée dans l'analyse du Rica (de 46 % à 51 % sur la même période) car cette dernière était rapportée non pas au seul produit porcin mais à l'ensemble des produits des exploitations. Il est à noter que le coût alimentaire pris en compte est celui de l'aliment consommé dans la période et non

celui de l'aliment consommé par les animaux vendus lors de cette période (les variations des prix des aliments sont donc observées avec un certain décalage).

Le coût de production et le prix du porc à l'élevage varient fortement d'une année à l'autre, ce qui entraîne des variations de rentabilité de forte amplitude d'une année à l'autre. Depuis 2013, les coûts de production moyens dépassent chaque année les produits. Ainsi, le coût de production moyen dépassait le prix du porc de 4 centimes/kg en 2013 (coût de production : 1,67 €/kg, prix du porc : 1,64 €/kg), de 2 centimes/kg en 2014 (coût de production : 1,53 €/kg, prix du porc : 1,51 €/kg) et de 8 centimes/kg en 2015 (coût de production : 1,48 €/kg, prix du porc : 1,40 €/kg) selon les prévisions.

Graphique 35



Source : IFIP

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

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

Le SSP a sélectionné les entreprises de transformation dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de porcins constituaient une part importante (au moins 61 %) de la production vendue de biens. L'échantillon ainsi constitué regroupe 43 entreprises en 2013.

La structure du compte montre la part prépondérante (de 75,5 % à 76,1 % sur la période étudiée) du poste « *marchandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le montant de ce poste progresse au cours de la période, bien qu'il apparaisse, en proportion, en légère baisse entre 2012 et 2013. Les autres charges progressent également, en montant.

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

Le poids des frais de personnel passe de 9 % à 8,6 % de l'ensemble des charges sur la période étudiée. Après avoir progressé de 3% en valeur, entre 2011 et 2012, ce poste se stabilise entre 2012 et 2013.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 11 % à 13 % sur la période.

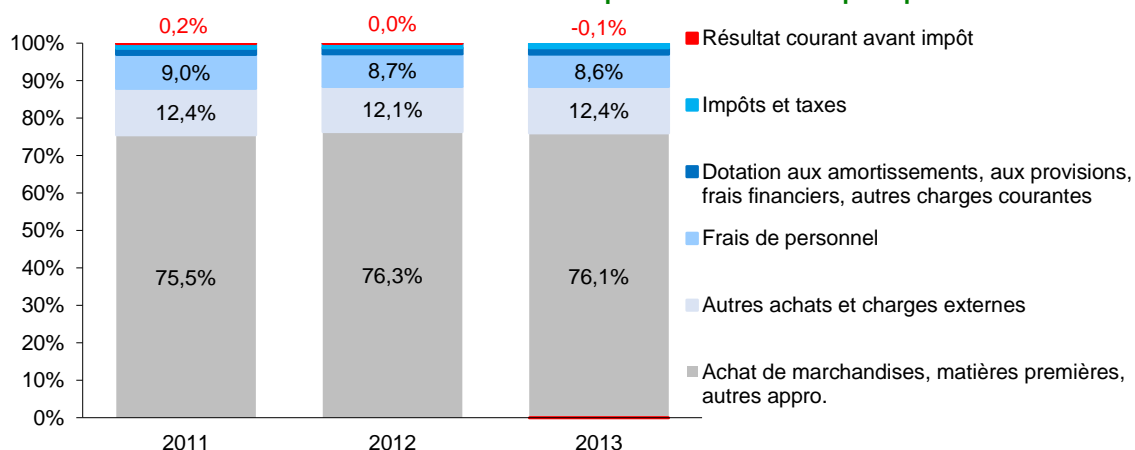
La marge brute correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 36.

La part du résultat courant est en baisse continuelle. Il passe de 0,2 % en 2011 à -0,1 % en 2013. Rappelons toutefois qu'il s'agit des résultats des seules unités légales classées dans le secteur industriel : lorsque ces entreprises appartiennent à des groupes, il est possible que leurs ventes soient en fait des cessions internes à d'autres unités du groupe ayant une activité commerciale et où se réalise le résultat.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2014 (du moins à ce niveau de nomenclature de secteur et de charges) et, a fortiori, pour 2015 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, une baisse du poids des achats de matière première en 2014 et 2015, sous l'effet de la baisse des prix du porc, ce qui est confirmé par les données du panel d'entreprises de FranceAgriMer (ci-après, partie 6.2.).

Graphique 36

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



Source : OFPM par SSP d'après Esane

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

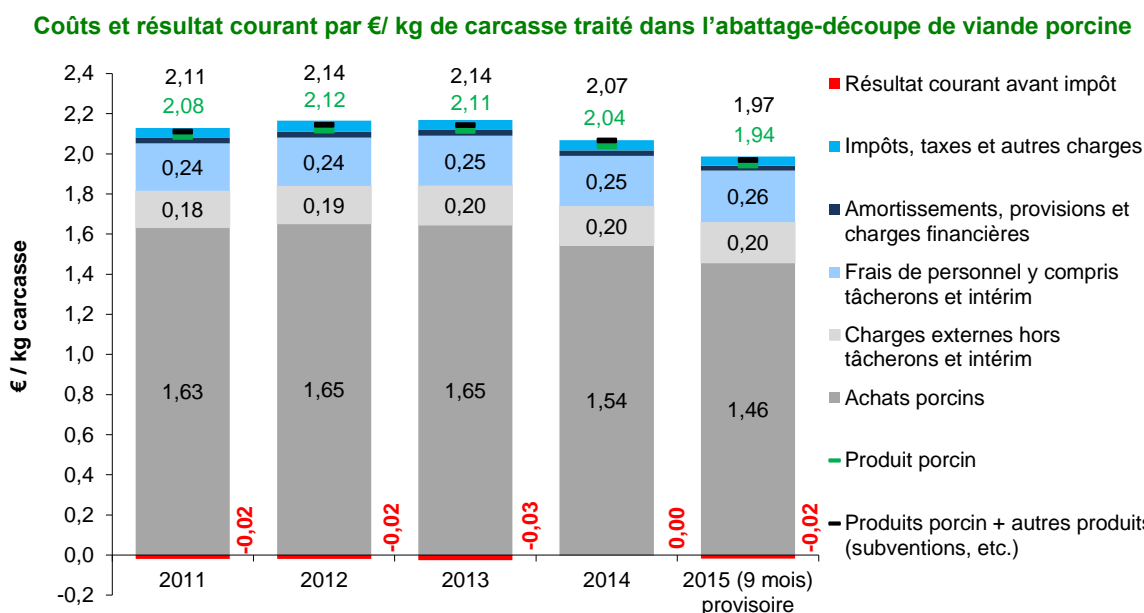
FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts, des marges et des résultats des entreprises d'abattage et de 1<sup>ère</sup> transformation de la viande porcine en relation avec la conjoncture.

L'étude est réalisée auprès de 7 entreprises et groupes d'entreprises ne transformant que des porcins et ayant traité plus d'un million de tonnes de viande de porc en 2014, ce qui représente 43 % du marché national et 56 % des abattages contrôlés.

Les résultats courants sont négatifs, hormis en 2014 où le prix d'achat de la matière première baisse plus fortement que le prix de vente, sous l'effet de la baisse du prix du porc à la production. Les prix de vente se forment dans un contexte où les achats de viande de porc frais par les ménages sont en hausse alors que les exportations sont en baisse avec la fermeture du marché russe. La hausse de l'activité n'a pas impacté les charges qui restent identiques à celles de 2013.

En 2015 (sur les 9 premiers mois de l'année), le résultat courant est à nouveau négatif (-0,02 €/kg de carcasse) sous l'effet de très mauvaises performances enregistrées au 3<sup>ème</sup> trimestre, annulant ainsi le rattrapage de rentabilité pris au cours du 1<sup>er</sup> semestre. Dans un contexte de réduction des exportations et des achats de viande par les ménages, le prix moyen du produit porcine a diminué en 2015 de 10 centimes par kg de carcasse en 2010, montant supérieur à la baisse du prix des achats porcins (-8 centimes, par kg de carcasse) et, malgré la maîtrise des autres charges, liée aux restructurations opérées, le résultat courant baisse de 2 centimes, redevenant négatif.

Graphique 37



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

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

Le secteur dit de la 2<sup>ème</sup> transformation du porc<sup>21</sup> bénéficie généralement de la baisse des prix du porc, indirectement via son fournisseur, l'abattage-découpe, qui transmet assez intégralement les variations de prix de sa propre matière première.

Toutefois en 2014, comme le montre le graphique ci-après portant sur 238 entreprises suivies par la Banque de France pour la Fédération des industriels charcutiers – traiteurs (Fict), le montant des achats de matière première par le secteur de la 2<sup>ème</sup> transformation du porc n'a que légèrement diminué 2014 par rapport à 2013 (-38 M€, -0,8%). À cette faible baisse des achats de matière première correspond cependant une légère

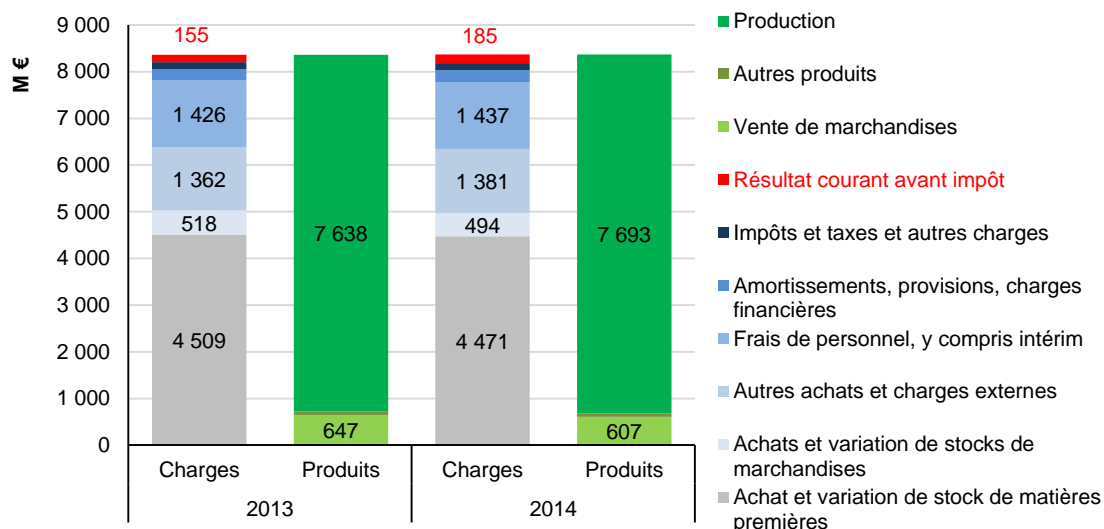
<sup>21</sup> On notera que ces désignations des stades industriels varient selon les filières : en bovins, la 1<sup>ère</sup> transformation est la « production de la carcasse », soit l'abattage et les opérations de désassemblage de celle-ci en quartiers, la 2<sup>ème</sup> transformation étant le désossage conduisant à la production de pièces de muscles, la 3<sup>ème</sup> transformation désignant la production de morceaux consommables. En porcine, le terme 2<sup>ème</sup> transformation désigne aussi la charcuterie, la 1<sup>ère</sup> transformation étant alors l'ensemble de l'abattage-découpe et production de pièces de viande de porc frais.

hausse de la production (+55 M€, +0,7%), ceci, avec la baisse de certaines charges, contribue à l'amélioration du résultat courant du secteur (+30 M€, +19%).

Cette amélioration est probablement due pour partie au CICE : une étude de la Fict estime que ce dispositif a généré pour le secteur une baisse de charges de 43 millions d'euros.

Graphique 38

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



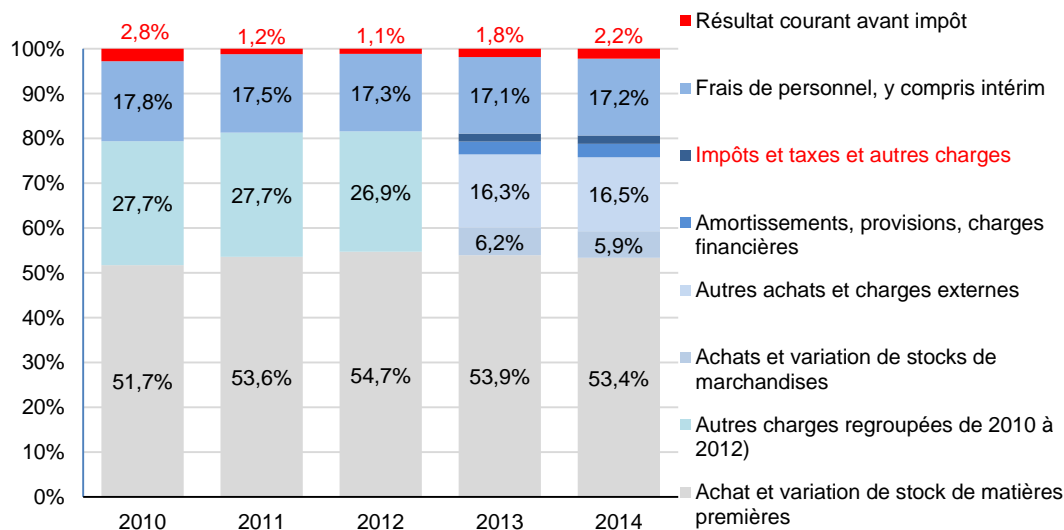
Source : Banque de France, pour Fict

En 2014, le résultat courant retrouve ainsi un poids dans le chiffre d'affaires supérieur à 2%, ce qui n'était plus le cas depuis 2011.

Après les hausses de 2011 et 2012, le poids des achats de matières premières dans le chiffre d'affaires a diminué en 2013 et 2014 tout en restant supérieur au niveau de 2010. Le poids des autres charges, notamment en personnel, a été maîtrisé.

Graphique 39

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



Source : Banque de France, pour Fict

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

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

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

Les rayons boucherie et charcuterie ont un poids comparable dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés : 16 % pour chacun des rayons. Le rayon charcuterie se distingue ensuite par une contribution plus importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (18 % contre 14 %) et surtout par sa marge nette, positive qui contribue à 70 % de la marge nette positive des enseignes, alors que celle du rayon boucherie est négative. Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers (rare en porc frais), ou découpe à partir de PAD (pièces de muscles prêtes à découper) ou longes en porc frais ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés. En charcuterie, ce taux est de 11 % ; les personnels dédiés de ce rayon sont ceux des rayons à la coupe, en vente assistée, ou préparant des portions préemballées.

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

#### 7.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Les frais de personnel dédiés au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longes, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (ovins, parfois bovins, rarement porcins), élaboration d'UVCM. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre un caractère strictement commercial, a une dimension de marge de 3<sup>ème</sup> transformation de la viande (voire de 2<sup>ème</sup> en cas de travail de carcasses ou de quartiers). Les frais de personnel du rayon représentent en moyenne 11,2 € pour 100 € du CA du rayon boucherie. Ainsi, la marge semi-nette s'établit à 14,4 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de -2,1 € pour 100 € de ventes, passant à -1,3 € après répartition de l'impôt sur les sociétés. Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées. La marge nette est négative dans six des sept enseignes étudiées.

#### 7.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

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 (pas de désossage, ni de découpe de grosses pièces). Le rayon charcuterie à la coupe, qui requiert une main-d'œuvre dédiée, représente 20% des volumes vendus, contre 80% pour le libre-service (respectivement 13% et 77% en valeur) selon les données du panel Kantar ; une partie du libre-service pouvant être approvisionné en portions-consommateur élaborées par le rayon à la coupe. Il en résulte que les frais de personnel dédiés à ce rayon, rapportés à son chiffre d'affaires ou à sa marge brute, bien que plus faibles qu'en boucherie, représentent néanmoins en moyenne 6,2 € pour 100 € de CA. Ainsi, la marge semi-nette se situe à 27,1 € en moyenne. Malgré le poids assez élevé des autres charges dans le chiffre d'affaires, la marge nette est en moyenne de 8,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires avant réaffectation de l'IS, passant à 5,7 € après IS. Ce taux de marge nette est le plus élevé des rayons étudiés, il présente une dispersion entre enseignes légèrement plus faible que celui des autres rayons, il est positif dans toutes les enseignes étudiées.

Tableau 8

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie**

	<i>Boucherie</i>		<i>Charcuterie</i>	
	<b>Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA</b>	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne	<b>Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA</b>	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	74,4		66,6	
<b>Marge brute</b>	<b>25,6</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.	<b>33,4</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>très peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	11,2	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.	6,2	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>14,4</b>		<b>27,1</b>	
Autres charges	16,5		18,2	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-2,1</b>		<b>8,9</b>	
Impôt sur les sociétés	-0,7		3,2	
<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 1,7 € (*) de la marge nette moyenne de -1,3 €.	<b>5,7</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 1,3 € (*) de la marge nette moyenne de 5,7 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

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

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

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 13,5 € de charges directes (dont 11,2 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13,4 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel non dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 26,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires : en classant les rayons dans l'ordre décroissant de leur quote-part de charges communes réparties rapportée au chiffre d'affaires, le rayon boucherie est au 5<sup>ème</sup> rang (sur 7 rayons).

#### 7.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement 8,1 € de charges directes (dont 6,2 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 19,5 €, principalement les frais de personnel hors celui dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité,

impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau), soit au total près de 27,7 € pour 100 € de chiffre d'affaires, un niveau proche de celui observé tous rayons (27,8 €), et qui s'impute sur une marge brute au-dessus de la moyenne (33,4 € contre 29,4 € en moyenne) , laissant donc une marge nette rapportée au chiffre d'affaires élevée en moyenne, venant au 1<sup>er</sup> rang des rayons étudiés.

Tableau 9

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>	<i>Charcuterie</i>
<b>Charges directes du rayon</b>	Frais de personnel du rayon	11,2	6,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5	0,2
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8	0,6
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>13,5</b>	<b>8,1</b>
<b>Charges communes réparties</b>	Immobilier	2,1	1,8
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,6	6,0
	Frais financiers	0,6	0,5
	Autres charges communes réparties (1)	6,0	8,0
	<i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>	-0,7	3,2
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>13,4</b>	<b>19,5</b>
	<b>Total des charges imputées au rayon</b>	<b>26,9</b>	<b>27,6</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

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



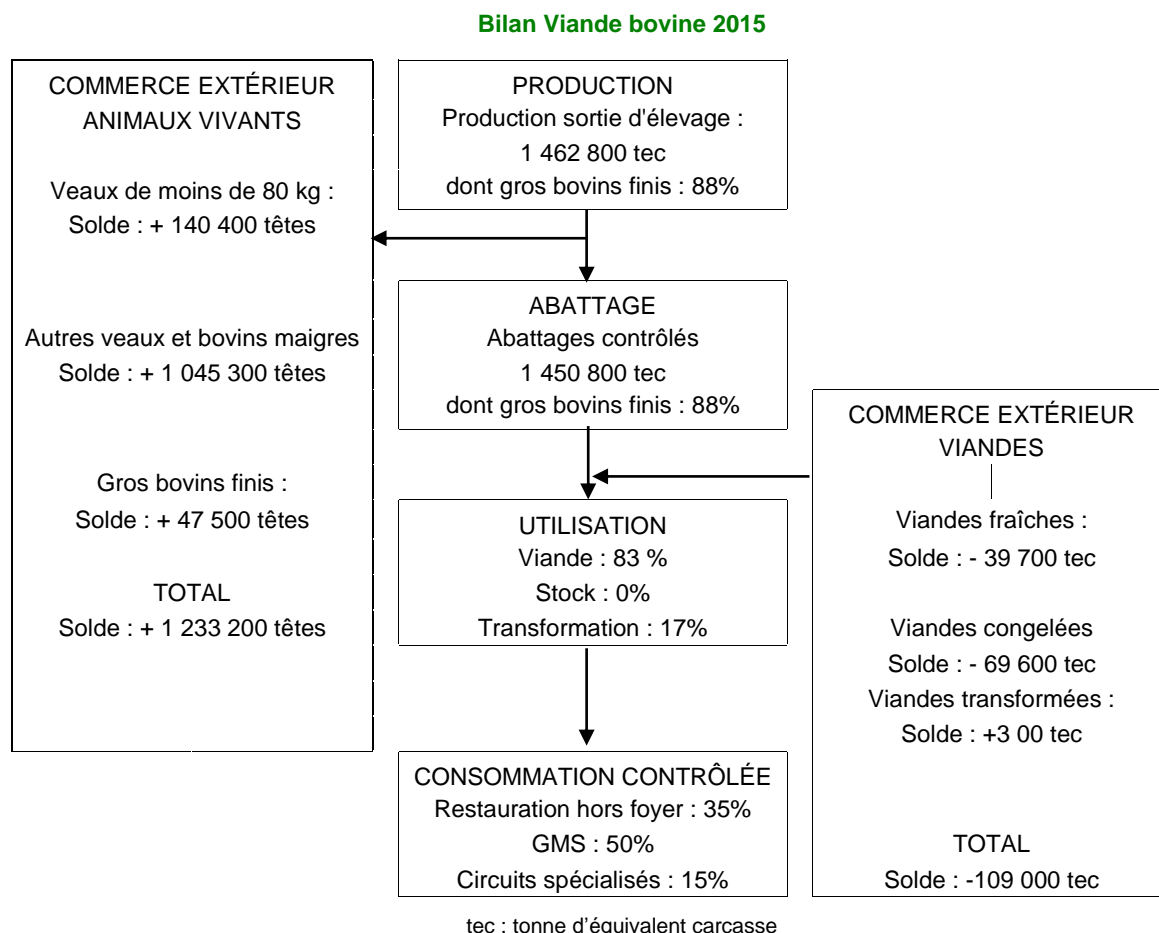
## Section 2 – Viande bovine

### 1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VIANDE BOVINE

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

Le cheptel français est composé de 19,4 millions de bovins dont 7,9 millions de vaches, laitières (47 %) et allaitantes (53 %). La France est le premier pays européen producteur de viande bovine, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni. Elle est le seul pays de l'Union européenne à disposer d'une production de bovins d'origine allaitante développée (40 % de sa production totale en têtes). En moyenne, la répartition de la production nationale (origine laitière et allaitante), en têtes, est de 50 % pour les vaches, 31 % pour les jeunes bovins et 13 % pour les génisses, le reste étant de la viande de bœuf. Cette production n'est pas répartie de façon homogène sur l'ensemble du territoire et environ 40 % des volumes totaux est réalisé dans le grand Ouest.

Schéma 4



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

La filière française se caractérise par une double production. Outre les gros bovins « *finis* » (abattus à la sortie de l'élevage), elle produit également des animaux « *maigres* » (brouards), majoritairement mâles et de race allaitante, destinés à l'engraissement en France pour une moitié et, après exportation, pour l'autre moitié en Italie (72 % en têtes, du total exporté en 2015) et en 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 première mise en marché est réalisée par des coopératives (pour un tiers), des organisations de production non commerciales et des négociants, certains de ces opérateurs ou les éleveurs eux-mêmes pouvant traiter

sur des marchés aux bestiaux (marché physiques organisés, de gré à gré ou au cadran). Le maillon abattage-découpe est dominé par un acteur de rang européen. Il traite près de 50% des volumes abattus en France.

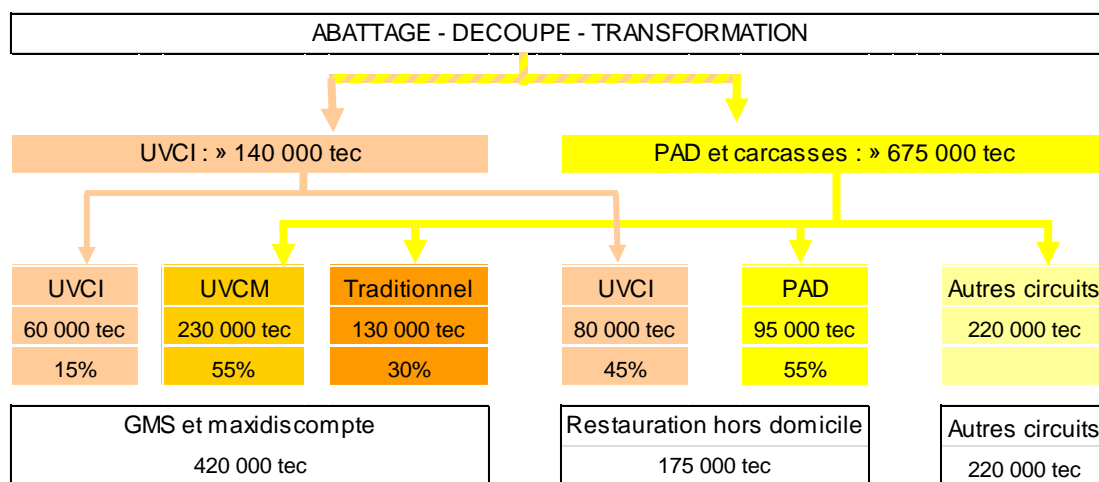
Dans les entreprises des industries de l'abattage-découpe, la transformation, depuis l'abattage, comprend plusieurs étapes qui aboutissent à des produits sortie usine qui présentent divers degrés de finition. Les carcasses sont d'abord fendues puis découpées en quartiers, produits dits de « 1<sup>ère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

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

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

Schéma 5

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



Source : Étude ABSO Conseil pour FranceAgriMer

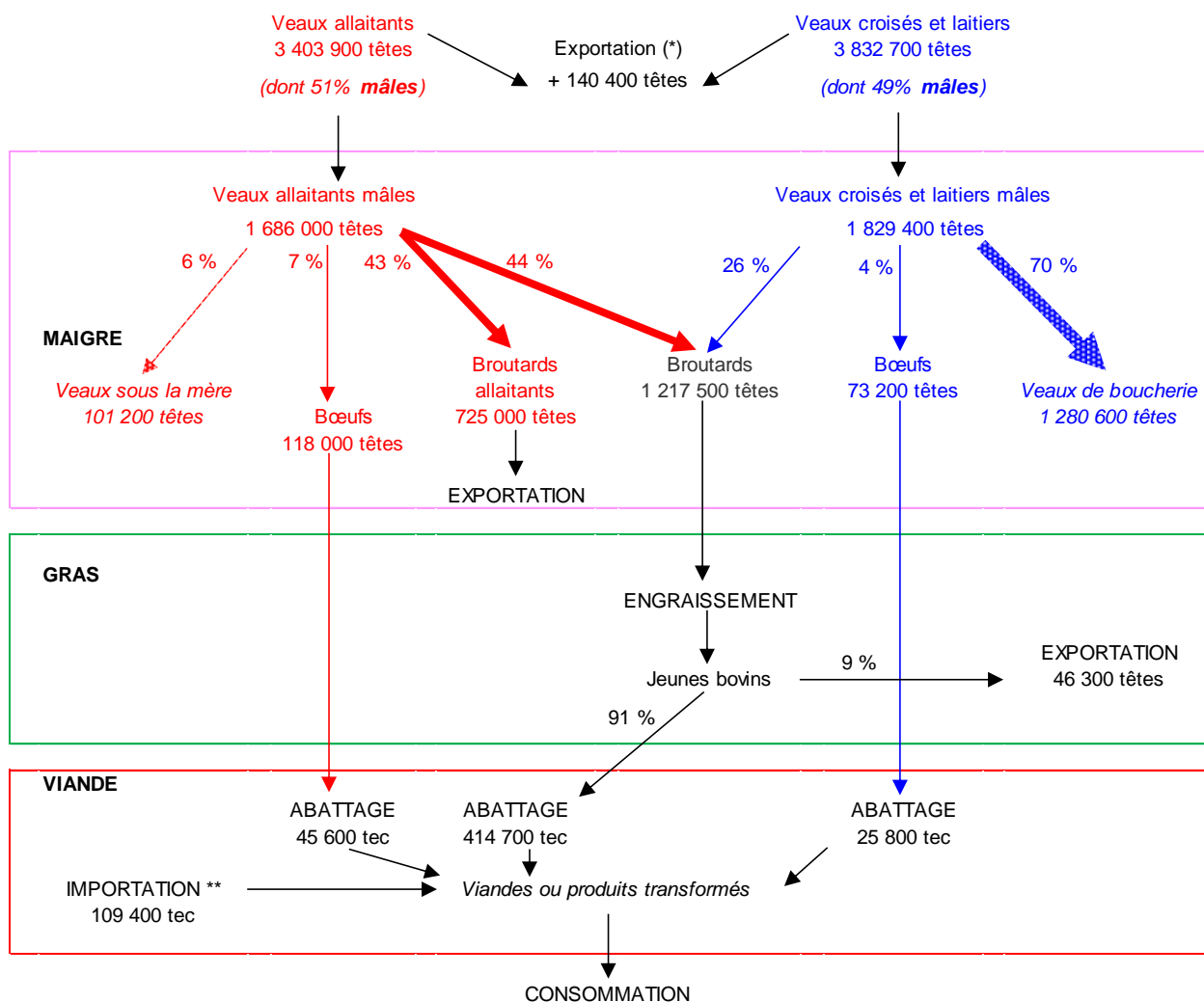
## 1.2. Utilisation des animaux mâles

Les veaux mâles de races à viande sont destinés pour plus de 80% à la production de brouards, dont environ 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 (non encore suivie par l'observatoire). Un quart de ces veaux renforce les disponibilités en brouards pour l'engraissement en France et une petite partie est destinée à la production de bœufs.

Schéma 6

### Bilan Veaux mâles 2014



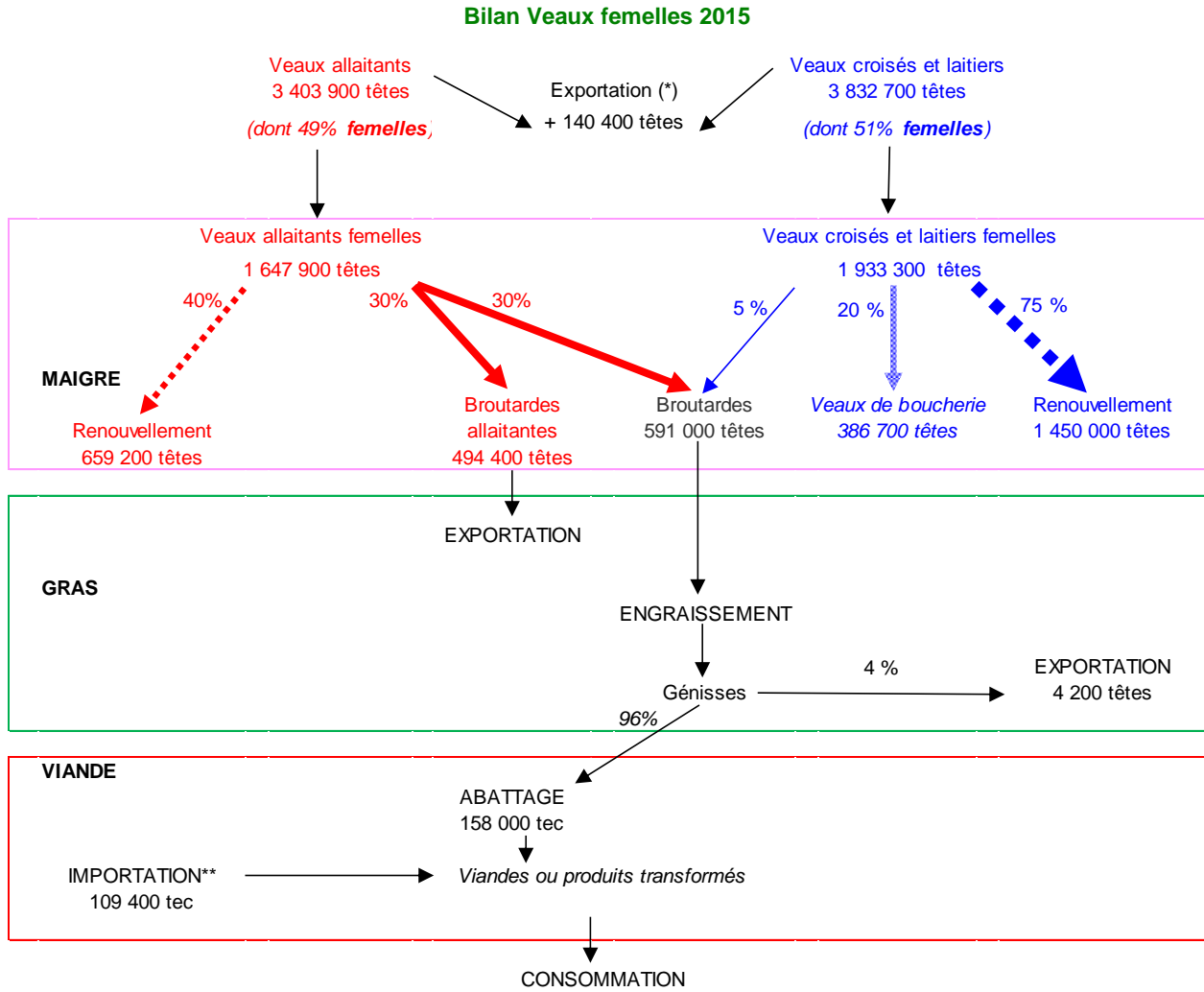
(\*) Solde des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg  
 (\*\*) Solde des échanges de viande, dont veau, tout type d'animaux, toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

### 1.3. Utilisation des animaux femelles

Une forte proportion de veaux femelles est destinée au renouvellement du cheptel de reproductrices : 40 % en races allaitantes, un peu plus des deux tiers en races laitières. Néanmoins au cours des mois de croissance d'autres sélections s'effectuent, et ainsi 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 brotard, comme les mâles, avec des marchés spécifiques à l'exportation (l'Espagne notamment). En race laitière, environ 20 % des veaux femelles sont destinés à la filière du veau de boucherie et une très faible proportion est intégrée à la production de brotardes.

Schéma 7



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

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

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

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel. On se reportera aux éditions antérieures du rapport pour plus de détails.

Pour la filière bovine, le choix a été fait de travailler sur la décomposition du prix moyen par kg au détail de deux ensembles constitués par tous les morceaux de viande proposés dans le rayon boucherie (morceaux de viande fraîche et viande hachée fraîche réfrigérée, VHR) auxquels on a adjoint la viande hachée surgelée (VHS, en vente dans le rayon des produits surgelés), chaque ensemble différant par la pondération des morceaux le constituant.

### 2.1. La carcasse reconstituée au détail

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

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

Ainsi, la chaîne de valeur étudiée comprend :

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

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

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

## 2.2. Le panier saisonnier de consommation

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

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

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

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

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

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

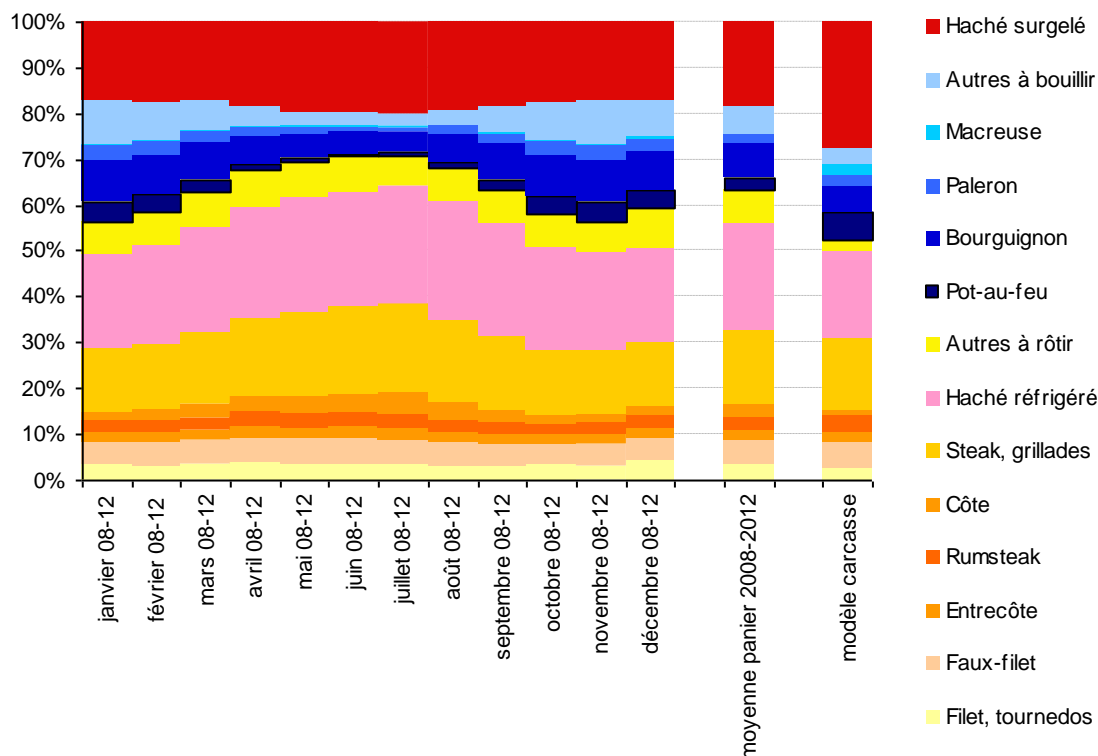
Un panier d'articles issus de l'industrie (UVCI, PAD) est défini à partir du modèle de valorisation industriel précédent, avec des proportions correspondant à celles des morceaux du panier au détail, et non plus anatomiques. Ce *mix* de produits issus de l'abattage découpe est donc également saisonnier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

Le prix moyen entrée abattoir de la matière première nécessaire n'est plus ici celui de la carcasse, mais est calculé. Le principe de ce calcul est le suivant : on considère que, pour un panier donné d'articles, les rapports de la valeur de chaque constituant à celle de sa matière première sont égaux entre eux et égal au rapport de la valeur de l'ensemble du panier à celle de toute sa matière première. On applique ce principe à la carcasse du modèle précédent (2.1.1.) : on connaît, de source industrielle, le prix de la carcasse valorisée et son prix entrée abattoir, donc on connaît aussi le rapport « *ensemble valorisé sur matière première* » ; comme on dispose par ailleurs du prix de chaque pièce constituant la valorisation industrielle de la carcasse, on en déduit la valeur unitaire de la matière première de chaque pièce et, connaissant les proportions des pièces dans le panier saisonnier chaque mois, le prix de la matière première du panier est, chaque mois, la somme pondérée de la valeur unitaire de la matière première de chaque pièce.

Le Graphique 40 présente la structure (en poids des achats de viande bovine) du panier saisonnier, mois par mois puis en moyenne annuelle sur 2008-2012 pour comparaison avec le « *modèle carcasse reconstituée au détail* ». Outre par la saisonnalité des quantités achetées, absente par construction dans le « *modèle carcasse* », le panier s'en distingue par un poids moins important de la viande hachée surgelée : en effet, considérer que la carcasse est entièrement valorisée en morceaux vendus en GMS dans le rayon boucherie (et en complément, en VHS), conduit, dans le « *modèle carcasse* », à majorer la proportion de VHS achetée en GMS en affectant à cette destination une proportion de viande hachée qui, en réalité, ne se retrouve pas ici mais dans la fabrication de produits élaborés (hors rayon boucherie) ou dans la RHF.

Graphique 40

**Structure du panier saisonnier, comparaison avec le modèle « carcasse reconstituée »**



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

Dans les deux modèles, les sources utilisées sont les suivantes :

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

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

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

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

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

Or, on a le choix entre deux unités :

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

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

L'édition précédente du rapport de l'observatoire a montré que la carcasse reconstituée et le panier de morceaux présentent des tendances (hors variations saisonnières) identiques de prix au détail, ce qui est normal, ces prix étant deux moyennes des mêmes prix élémentaires, pondérés différemment. Le prix moyen au détail du panier de morceaux étant supérieur à celui de la carcasse reconstituée car il contient davantage de morceaux « chers » et moins de VHS que la carcasse reconstituée. Le prix du panier saisonnier présente une forte saisonnalité, liée à la saisonnalité des quantités consommées par type de viande (pic principal de la consommation de viandes à griller, plus chères, en été ; second pic de viandes festives en fin d'année). L'effet de cette saisonnalité des quantités est gommé dans la carcasse reconstituée (puisque le panier est à composition fixe, - anatomique -, toute l'année) où apparaît néanmoins une certaine saisonnalité des prix : les prix de certains morceaux sont plus élevés aux périodes précitées. La VHS étant relativement peu chère, sa surreprésentation dans le « modèle carcasse » tire le prix moyen vers le bas.

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



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

Cette partie présente la composition des prix au détail des deux ensembles de viande bovine étudiés, l'un de puis la mise en place de l'observatoire (carcasse reconstituée au détail, paragraphe 3.1.), l'autre depuis 2015 (panier saisonnier des achats au détail, paragraphe 3.2). Elle est complétée par une approche des relations entre les prix à différents stades dans le circuit de la viande hachée fraîche réfrigérée (paragraphe 3.3.).

#### 3.1. La carcasse reconstituée au détail

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

Les informations suivantes ressortent du Graphique 41 et du Graphique 42 :

- la hausse du prix de la viande bovine au détail en GMS est de 2% par an entre 2000 et 2015, hausse supérieure à l'inflation générale notamment ces dernières années,
- cette hausse des prix s'est accrue depuis 2011, sous l'effet de l'augmentation du prix des bovins entrée abattoir,
- cette dernière a été transmise de façon « *amortie* » par l'aval en 2012 et 2013, où s'observe des niveaux de marge brute agrégée inférieurs à ceux des années précédentes,
- cet « *amortissement* » a été le fait de la grande distribution en 2012 et 2013, avec un niveau de marge brute moyenne inférieur à celui de 2011 de 10 centimes par kg, soit -6% ; mais aussi de l'industrie en 2012 : -9 centimes soit également -6% par rapport à 2011,
- l'année 2014 introduit une rupture : la baisse du prix entrée abattoir n'est pas transmise par l'aval, le prix au détail augmente et l'indicateur de marge brute de la distribution également, ce dernier recouvrant un niveau supérieur à celui des trois années précédentes, l'indicateur de marge brute de l'industrie augmentant plus faiblement.

En 2015, les ordres de grandeurs établis en 2014 sont peu modifiés :

- en moyenne annuelle, le prix au détail de la carcasse reconstituée baisse par rapport à 2014 d'un montant hors TVA comparable (-1 centime) à celui de la diminution du coût entrée abattoir (-2 centimes), l'indicateur de marge brute de la distribution progressant de 1 centime. Ces faibles variations étant peu significatives au regard de la précision des données, on peut estimer qu'il y a une quasi stabilité des marges brutes de l'aval en 2015.

#### 3.2. Le panier saisonnier

Le Graphique 43, en données mensuelles, porte sur une période encore courte sur laquelle les variations saisonnières n'obèrent pas néanmoins la perception d'une tendance à la hausse du prix au détail, tendance déphasée de celle des prix en amont (industrie et entrée abattoir) depuis juillet 2013.

En données annuelles (Graphique 44) :

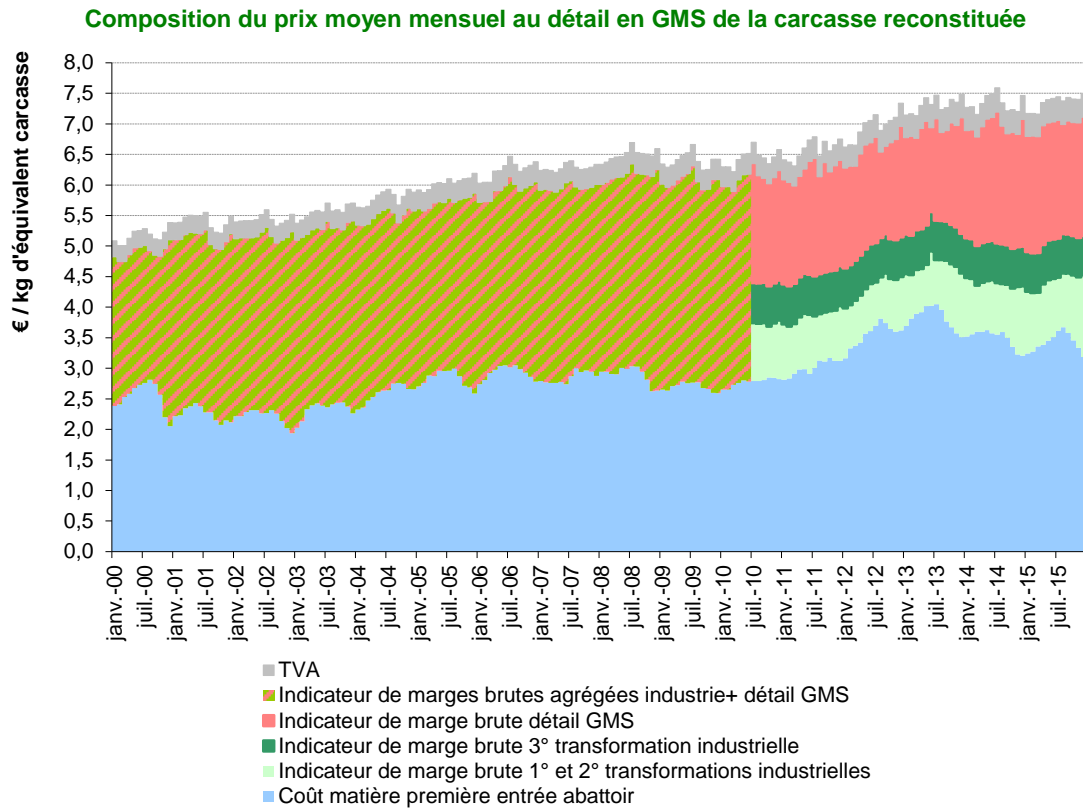
- le prix au détail du panier saisonnier augmente, en 2015 par rapport à 2014, de 6 centimes,
- malgré la baisse du coût entrée abattoir de 6 centimes environ,
- l'indicateur de marge brute de l'industrie progresse de 10 centimes,
- celui de la distribution reste pratiquement stable.

Ce dernier avait progressé en 2014, plus sensiblement que celui de l'industrie.

Il résulte de la composition différente du panier et de la carcasse reconstituée :

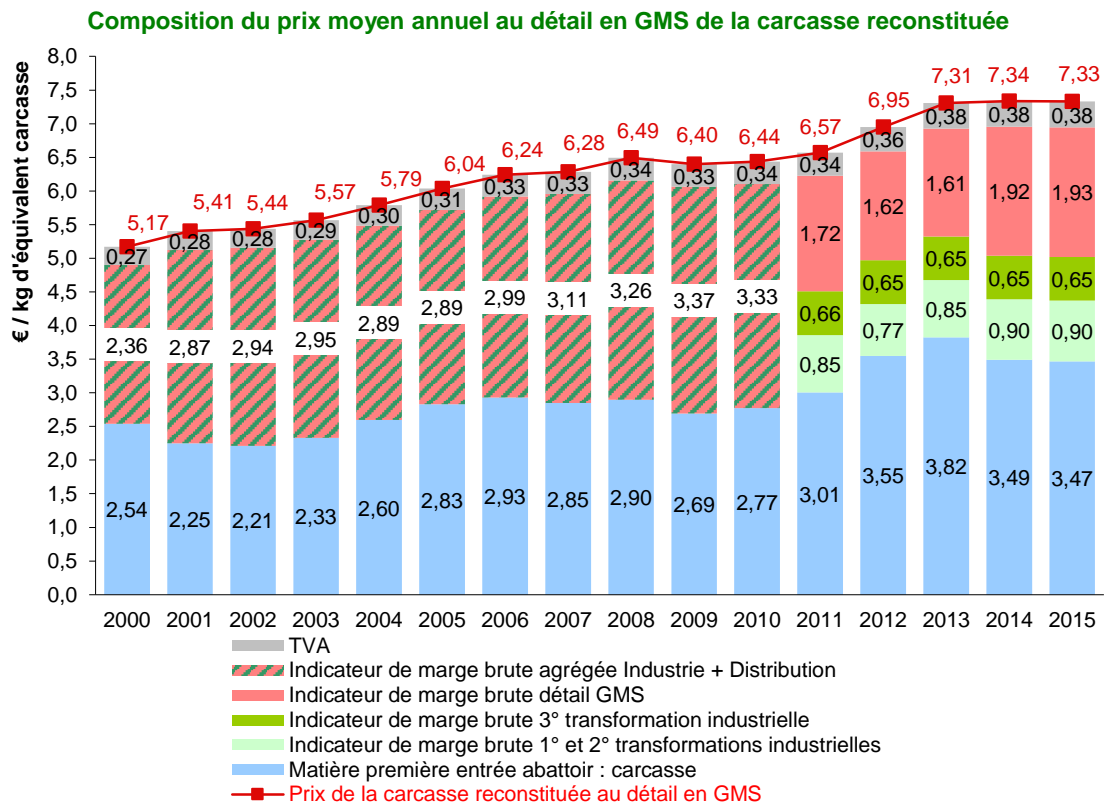
- des différences de prix : prix plus élevés pour le panier, à tous les stades, du fait de la proportion plus importante de morceaux et pièces plus chères,
- peu de différences dans la répartition des marges brutes entre industrie et distribution (de l'ordre de 55% pour la distribution et 45% pour l'industrie),
- une structure de la marge brute de l'industrie dans le cas du panier saisonnier, déplacée vers la marge de 2<sup>ème</sup> transformation : ceci résulte de la part plus faible de la VHS (produit de 3<sup>ème</sup> transformation) dans ce panier, comparativement au « *modèle carcasse* »,
- des évolutions d'indicateurs de marge brute différentes, particulièrement au stade industrie : des variations de prix plus importantes pour certaines pièces pouvant être amplifiées par les différences de proportions entre le panier saisonnier et la carcasse reconstituée.

Graphique 41



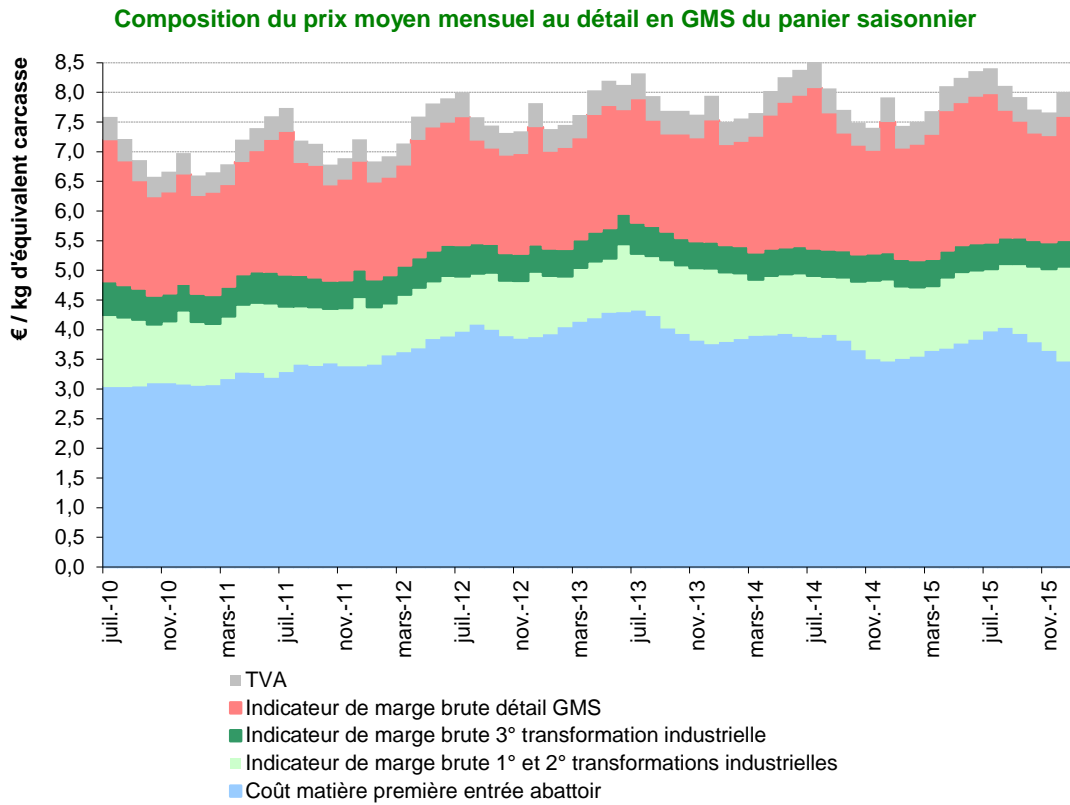
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Culture Viande, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 42



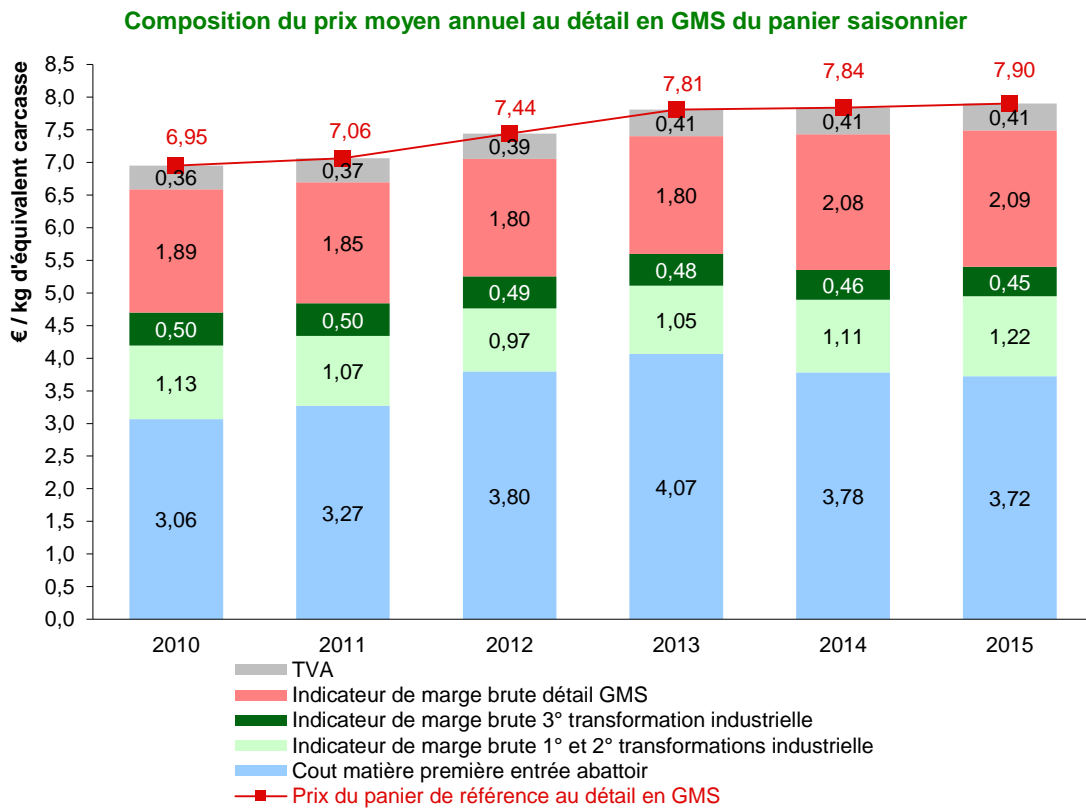
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Culture Viande, FNICGV, Kantar Worldpanel

Graphique 43



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

Graphique 44



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

### 3.3. Relations entre les prix dans le circuit de la viande hachée fraîche réfrigérée

Le poids important et croissant de la viande hachée dans la consommation de viande bovine a suscité, au cours de l'année 2015, des interrogations exprimées par les éleveurs spécialisés dans la production de bovins-viande confrontés à un nouveau repli des cours. Ces interrogations ont trait d'une part à l'impact éventuellement négatif sur les cours à la production, notamment ceux des animaux de bonne conformation bouchère issus du troupeau allaitant, de la croissance du débouché offert par la demande en hausse de steak haché, aux dépens de morceaux plus valorisés, et d'autre part, aux effets de la dynamique de la demande de viande hachée et de la segmentation mise en place par les industriels (en termes de taux de matière grasse, de grain de hachage, d'origine raciale...) sur la répartition de la valeur ajoutée entre éleveurs, industriels et GMS.

Les organisations agricoles ont ainsi demandé au ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt la mise en place et le suivi « d'indicateurs » susceptibles d'apporter des éclairages sur ces questions. Le sujet a été porté par le groupe de travail viande bovine de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, qui a commencé à l'aborder lors de deux réunions fin 2015 et début 2016.

Après une présentation de l'évolution des quantités d'achats des deux types de viande hachée bovine (viande hachée réfrigérée ou fraîche : VHR, viande hachée surgelée : VHS) dans le paragraphe suivant, l'analyse sera essentiellement centrée sur la VHR.

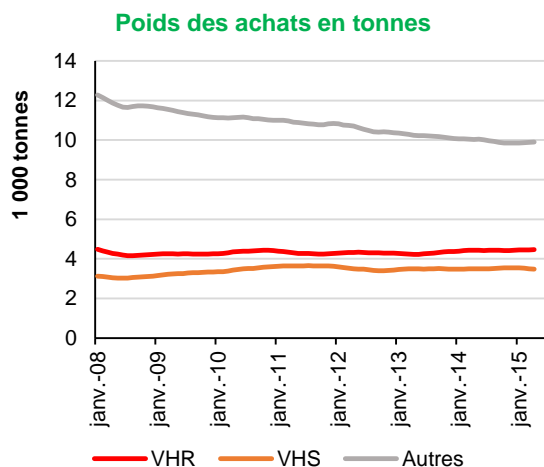
#### 3.3.1. Le poids de la viande hachée dans la consommation de viande bovine

Les volumes d'achats de viande bovine hachée présentent une dynamique plus soutenue que celle de l'ensemble des autres morceaux de viandes bovines (Graphique 45 et Graphique 46) et la part du haché dans les achats de viande bovine en GMS (hypermarchés et supermarchés) est passée de 38% à 45% entre 2008 et 2015, tandis que les quantités d'achats de viande bovine sous d'autres présentations dans le rayon boucherie déclinaient, à des rythmes variables : 17% en 2008 à 15% en 2015 pour les steaks et grillades, 8% à 17% pour les morceaux à bourguignon... (D'après Kantar Worldpanel).

Cette dynamique particulière des viandes hachées en a fait un débouché à part entière, au-delà de leur fonction, toujours essentielle, de gestion de l'équilibre-matière<sup>22</sup> pour les abatteurs-découpeurs (Institut de l'élevage, 2015).

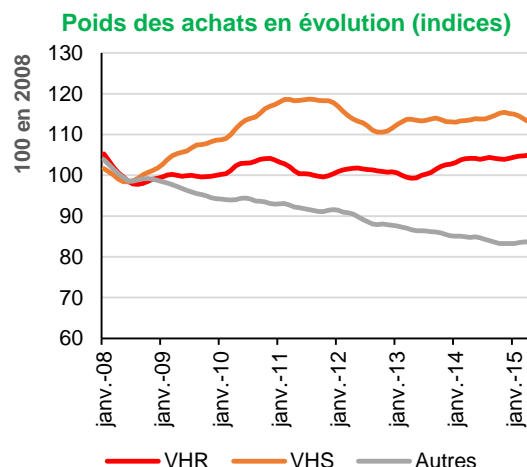
#### Tendances désaisonnalisées des quantités de viandes bovines achetées en GMS : viande hachée réfrigérée fraîche (VHR), viande hachée surgelée (VHS) et autres morceaux de viande bovine en rayon boucherie

Graphique 45



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 46



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

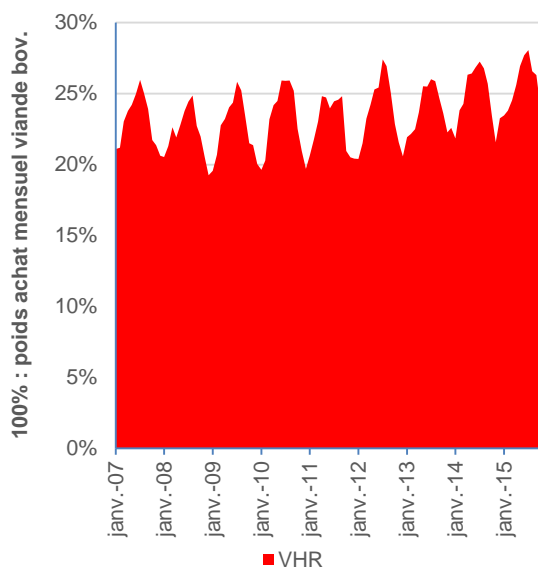
Les quantités d'achats de viande bovine hachée présentent une saisonnalité relativement marquée, moindre que celle de la consommation de viandes de boucherie (Cf. plus loin). Sur le Graphique 47 et le Graphique 48, cette saisonnalité est appréciée au travers de l'évolution de la part des quantités achetées de VHS ou de VHR dans le total des quantités achetées de viande bovine : cette part est maximum en juillet, minimum en décembre, pour la VHR comme pour la VHS.

<sup>22</sup> Équilibre-matière : nature et proportion des différents articles issus du désassemblage d'une carcasse visant la meilleure valorisation possible par la demande à un moment donné, ceci sous contrainte des caractéristiques différentes des pièces et des qualités et conformations différentes des carcasses.

Part de la viande hachée réfrigérée (VHR) et surgelée (VHS) dans les quantités achetées de viande bovine

Graphique 47

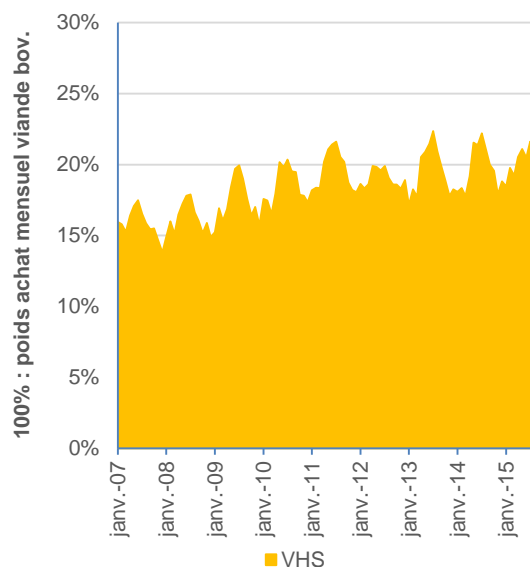
Part de la VHR dans les quantités achetées



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

Graphique 48

Part de la VHS dans les quantités achetées



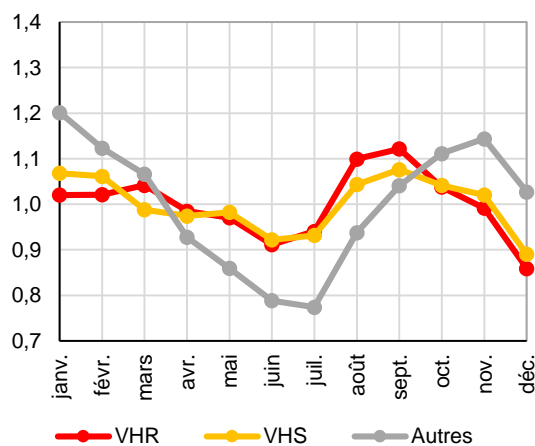
Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

L'étude de la saisonnalité du poids des achats de VHR et de VHS, sans le rapporter au poids total des achats de viande bovine, peut être faite à l'aide d'un modèle simple de décomposition en tendance désaisonnalisée, coefficients saisonniers multiplicatifs de la valeur tendancielle et « bruit »<sup>23</sup>. On constate alors que le coefficient maximum intervient en septembre pour les deux types de viande hachée, tandis qu'il est plus tardif pour les autres morceaux. En outre, l'ampleur de l'effet saisonnier est moindre pour les viandes hachées que pour l'ensemble des autres morceaux (Graphique 49).

Les viandes hachées se caractérisent ainsi par une consommation relativement moins dépendante de la saison que les autres viandes bovines, ce qui participe à leur fonction d'équilibre-matière pour la valorisation de la carcasse.

Graphique 49

Coefficients saisonniers des quantités achetées en GMS



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

<sup>23</sup> Le modèle décompose la quantité  $Q_{m,a}$  achetée au mois  $m$  de l'année  $a$  sous la forme du produit  $Q_{m,a} = T_{m,a} S_m X_{m,a}$  où  $T_{m,a}$  est la valeur de la tendance des quantité achetée pour la date  $m,a$  ;  $S_m$  est le coefficient saisonnier propre à tous les mois  $m$  quelle que soit l'année  $a$ , et  $X_{m,a}$  le coefficient traduisant les effets hors tendance et hors saisonnalité (aléas conjoncturels) à la date  $m,a$ .

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

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

Ainsi, la VHS est fabriquée à partir de viandes réfrigérées associées à des viandes surgelées stockées de façon à en réguler la disponibilité tout au long de l'année, et pouvant être issues des carcasses d'animaux non adaptées à une valorisation satisfaisante sur le marché du piécé. On retrouve la fonction d'équilibre-matière, ici gérée sur une période longue *via* la surgélation. Le marché de la VHS (200 000 tonnes) est aujourd'hui très concurrentiel et de plus en plus ouvert aux importations. Il s'agit d'un produit d'appel en GMS, qui constitue aussi la ration protéique de base en RHD, et pour lequel la notion de prix est donc très importante. En GMS, la VHS se décline en plusieurs articles, dont le « *produit phare* » : le steak haché à 15% de MG, les steaks premiers prix à 20% de MG, les préparations à base de viande (protéiné économique à 51% de viande, incluant des protéines d'origine végétale). Toutes les pièces d'une carcasse n'ayant pas le même taux de MG, cette segmentation impose à l'industriel des contraintes quant à la valorisation des pièces en VHR pour parvenir au taux de MG recherché par le client. Les marques de distributeurs pèsent environ 65% de ce segment. La VHS en GMS n'est pas exclusivement de fabrication française, contrairement à la VHR

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

### 3.3.3. Les indicateurs de prix disponibles dans le circuit de la viande bovine hachée : relations entre les prix aux différents stades et évolution comparée des prix au détail

Le Graphique 50 présente les prix disponibles aux différents stades, tous exprimés par kg de viande haché, les prix au kg de carcasse ayant été converti en kg d'équivalent viande haché en prenant en compte un rendement de carcasse en VH de 0,69.

En moyenne, les pièces utilisées pour la transformation en VH sont plutôt issues d'avant de vaches laitières, mais ceci recouvre une forte diversité, découlant de la variabilité des carcasses et de leur qualité, en fonction de laquelle la proportion de pièces utilisées pour la transformation peut aller de quelques pourcents à la quasi-totalité. De même, la nature des pièces mise en œuvre est déterminée par le type de produit fini souhaité (taux de MG notamment). Il n'y a pas donc pas, sauf marginalement, de marché observable des pièces utilisées pour la transformation en VH ; aussi propose-t-on deux points de repère pour situer les prix en amont de la filière : le prix du kg de carcasse de la vache laitière « *moyenne* » définie par l'observatoire à partir des cotations entrée abattoir classe R et O, et le prix du kg d'avant de vache O d'origine France sur le marché de gros de Rungis.

Le prix moyen de la VH sortie usine est fourni par l'Insee à l'observatoire, il s'agit de VHR à 15% de MG (sauf pour certains points, la VHS ne sera pas étudiée ici).

Le Graphique 50 suit trois références de prix de la VH au détail ; il s'agit toujours de VHR. La première référence, provenant de l'Insee (produits retenus dans l'indice des prix à la consommation) a pour intitulé « *steak haché industriels* » : il s'agit de VHR essentiellement vendue en magasins en libre-service (GMS de divers formats). La seconde référence est issue du panel Kantar et porte sur l'ensemble de la VHR du rayon boucherie des hyper et supermarchés. La dernière (prix le plus bas) est une moyenne des prix des steaks hachés réfrigérés en petit conditionnement relevés en rayon des hypermarchés et supermarchés par le Réseau des nouvelles des marchés (RNM). Les différences des niveaux de prix entre ces trois sources s'expliquent par des différences entre les produits suivis, entre les points de vente retenus (l'Insee intégrant tous les types de magasins tandis que les données retenues du panel Kantar et du RNM portent sur les seuls hyper et supermarchés, hors magasins de petit format, vendant en général plus chers) et le mode de recueil des données : prix relevés en rayon pour l'Insee et RNM, avec, pour cette dernière source, sélection des

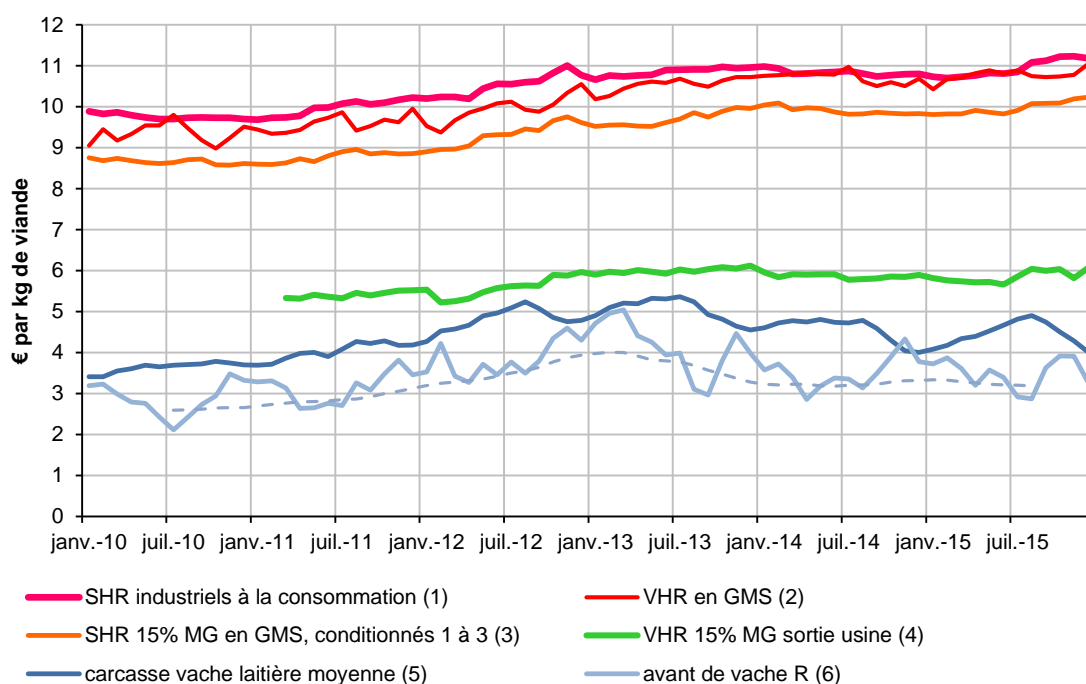
articles les moins chers en cas d'offres à prix différents répondant au même intitulé de produit dans un même magasin (d'où probablement une surreprésentation des prix promotionnels), relevés en rayon assortis de corrections statistiques pour prise en compte des promotions s'agissant de l'Insee, prix moyens pondérés par les quantités achetées pour le panel Kantar présentant une plus forte variabilité due à cette prise en compte plus fidèle des promotions.

Quelle que soit la référence considérée, le prix au détail ne garde que de façon très atténuée la trace des variations des prix de la ressource amont (carcasse ou avant), ce qui est assez naturel pour un produit transformé.

Toutefois, en tendance, la hausse du prix de détail paraît, de 2010 à 2012, suivre celle des prix en amont, de façon certes amortie (moindre hausse en € / kg viande). À partir de 2013, le prix au détail évolue peu (sauf augmentation du 2<sup>ème</sup> semestre 2015) et semble largement indifférent aux variations des cours amont, à la hausse (2013), comme à la baisse (2014). La relative stabilité du prix sortie industrie contribue à celle observée au détail, du moins de 2013 à mi 2015. Auparavant, le prix sortie industrie augmente de 2011 à 2013 (mais en amortissant la hausse des cotations amont ; il augmente à nouveau en août 2015 et se stabilise.

Graphique 50

### Évolution des prix aux différents stades dans le circuit de la viande hachée fraîche ou réfrigérée en GMS



Sources : (1) : Insee, (2) : Kantar Worldpanel, (3) : FranceAgriMer-RNM, (4) : Insee, (5) : FranceAgriMer, cotation entrée abattoir vaches R et O (6) FranceAgriMer-Réseau des nouvelles des marchés, cotation de Rungis, avant de vache R

Le Graphique 51 représente les différences de valeur à chaque stade :

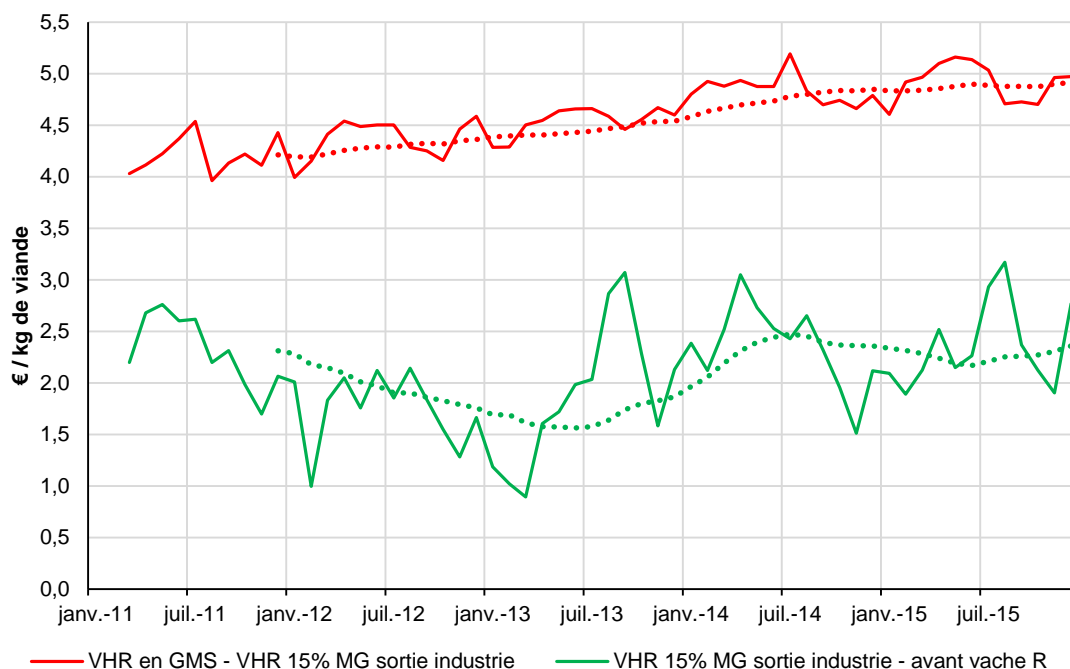
- prix du kg de VHR 15% sortie industrie moins prix du kg d'avant de vache laitière O (en équivalent viande) ;
- prix du kg de VHR en GMS (référence Kantar Worldpanel) moins prix du kg de VHR 15% sortie industrie.

Au stade industriel, sur 2011-2015 le différentiel entre le prix sortie industrie de la VHR et le prix des avants de vache laitière (en kg d'équivalent viande) est compris, en tendance, entre 1,5 et 2,5 €, ces variations amortissant celles du prix entrée abattoir.

Au stade du détail en GMS, sur 2011-2015, le différentiel entre le prix de vente au détail en GMS de la VHR et son prix sortie industrie augmente d'environ 1 €.

Graphique 51

**Évolution des différentiels de valeurs dans le circuit de la viande hachée fraîche ou réfrigérée en GMS**

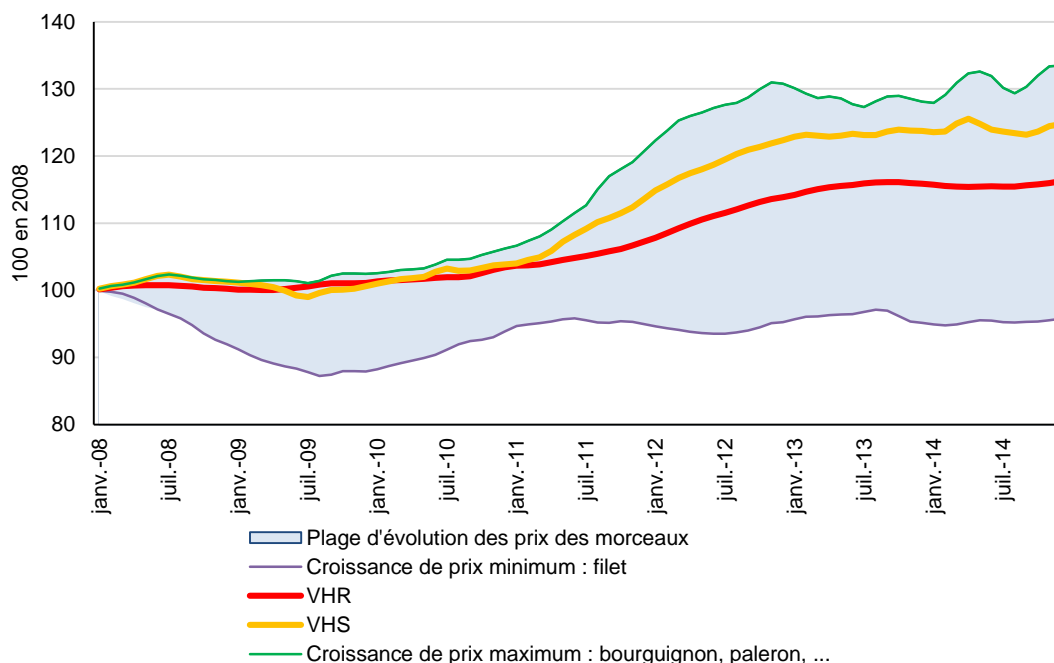


Sources : OFPM d'après Insee, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer – RNM

Les prix au détail en GMS de la VHR et de la VHS augmentent, comparativement aux autres morceaux, à un rythme intermédiaire. Les prix des deux produits restent relativement stables de 2008 à début 2011. Ensuite, en 2011, le prix de la VHS croît plus vite que celui de la VHR, puis les prix des deux produits retrouvent des taux d'évolution assez proches (indices évoluant parallèlement) (Graphique 52).

Graphique 52

**Hausse comparée des prix au détail des viandes hachées avec l'ensemble des morceaux de viande bovine (tendance moyenne mobile centrée 12 mois)**



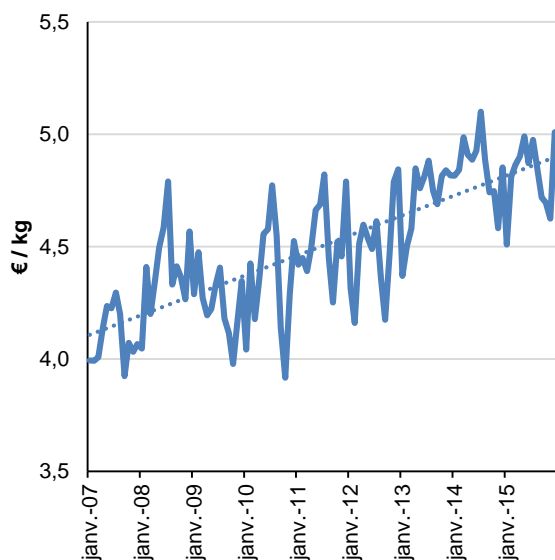
Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel



Le prix de la VHR étant supérieur à celui de la VHS, et, les deux prix croissant au même rythme, il en résulte un accroissement du différentiel de prix entre les deux produits. Ce différentiel évolue comme représenté sur le Graphique 53 (en niveau) et le Graphique 55 (en indice). Il illustre la différence de nature des deux produits et traduit la démarcation, l'évolution de gamme vers plus de segmentation et la dynamique de la demande de VHR.

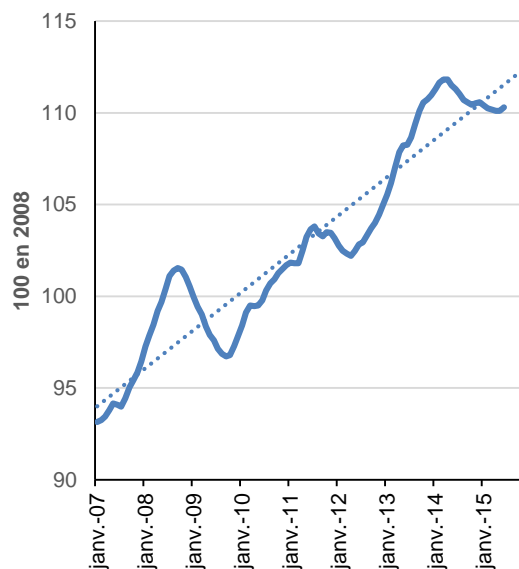
Graphique 53

**Différentiel de prix en GMS : VHR - VHS**  
€



Graphique 54

**Différentiel de prix en GMS : VHR - VHS**  
*indice*



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE VIANDE BOVINE

### 4.1. Ciseau des prix

Afin d'illustrer les effets de « ciseau des prix », on compare les prix observés aux stades extrêmes de la filière (prix à la production agricole, 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 entrée abattoir simulé assure une marge brute sur consommations intermédiaires égale à la valeur observée en période de référence (année 2005), majorée par un indice d'évolution général des prix pour tenir compte du fait que cette marge brute, devant couvrir les charges autres que de consommations intermédiaires et assurer le revenu de l'exploitant, devrait évoluer avec l'inflation ;
- le prix de la viande bovine simulé au détail en GMS assure une marge brute (commerciale) en GMS égale à la valeur observée en période de référence majorée par l'indice général des prix.

La période de référence retenue est l'année 2005 tant pour le niveau des marges que pour l'origine des indices. La marge de l'élevage bovin viande étant dégradée de longue date, on a retenu ici cette référence relativement ancienne. Les indices utilisés sont :

- l'IPAMPA Bovins viande, pour le prix moyen mensuel des consommations intermédiaires en élevage (source : Institut de l'élevage) ;
- l'indice mensuel des prix à la consommation pour intégrer l'effet de l'inflation<sup>24</sup>.

La marge brute de référence en élevage est calculée sur la base de coefficients techniques rapportant les coûts au produit issus du Rica (pour le stade de la production agricole).

Depuis au moins 2010 jusqu'en mi-2012, le prix à la production est resté en dessous du prix simulé qui aurait permis le maintien de la marge de l'élevage sur ses consommations intermédiaires au niveau de référence (2005) inflation incluse (Graphique 55). La situation s'est améliorée en 2012-2013 et se dégrade courant 2014.

En 2015, la hausse estivale saisonnière du prix des bovins couplée à la relative stabilité du prix des consommations intermédiaires entraîne un ciseau des prix plus favorable à l'élevage, du moins jusqu'à l'automne.

Au détail en GMS, le prix suit d'assez près les variations du prix entrée abattoir, en les amortissant, à la hausse comme à la baisse (Graphique 56), il est ainsi inférieur au prix simulé lors des périodes de fortes hausses de 2012-2013, supérieur lors du recul du prix à la production, en 2014 et au 2<sup>ème</sup> semestre de 2015.

### 4.2. Transferts globaux de valeur entre maillons de la filière

D'après les statistiques d'abattages contrôlés et les cotations entrée abattoir, la recette des producteurs de gros bovins de boucherie aurait augmenté de 49,5 M€ en 2015 par rapport à 2014 (où elle avait fortement diminué, cf. rapport 2015). Cette augmentation résulte d'un effet-volume (hausse du volume des abattages, évalué au prix entrée abattoir de 2014) positif de 123,7 M€, en partie soldé par un effet-prix (baisse des prix appliquée au volume 2015) négatif de 74,3 M€.

Symétriquement, le maillon abattage-découpe voit donc son coût d'achat en gros bovins augmenter de 49,5 M€ en 2015 par rapport à 2014 (où il avait bénéficié d'une forte diminution de ce coût).

L'augmentation de recette de l'abattage-découpe en produits de 2<sup>ème</sup> transformation, estimée en appliquant au coût d'achat précité les taux de marge brute sur carcasse issus des données présentées dans le paragraphe 3.1., est de 76 M€, résultant d'un effet-volume positif (augmentation du volume des abattages, évaluée au prix sortie 2<sup>ème</sup> transformation de 2014) de 156 M€, en partie compensé par un effet-prix négatif de 80 M€ (baisse du prix sortie 2<sup>ème</sup> transformation appliquée au volume 2015).

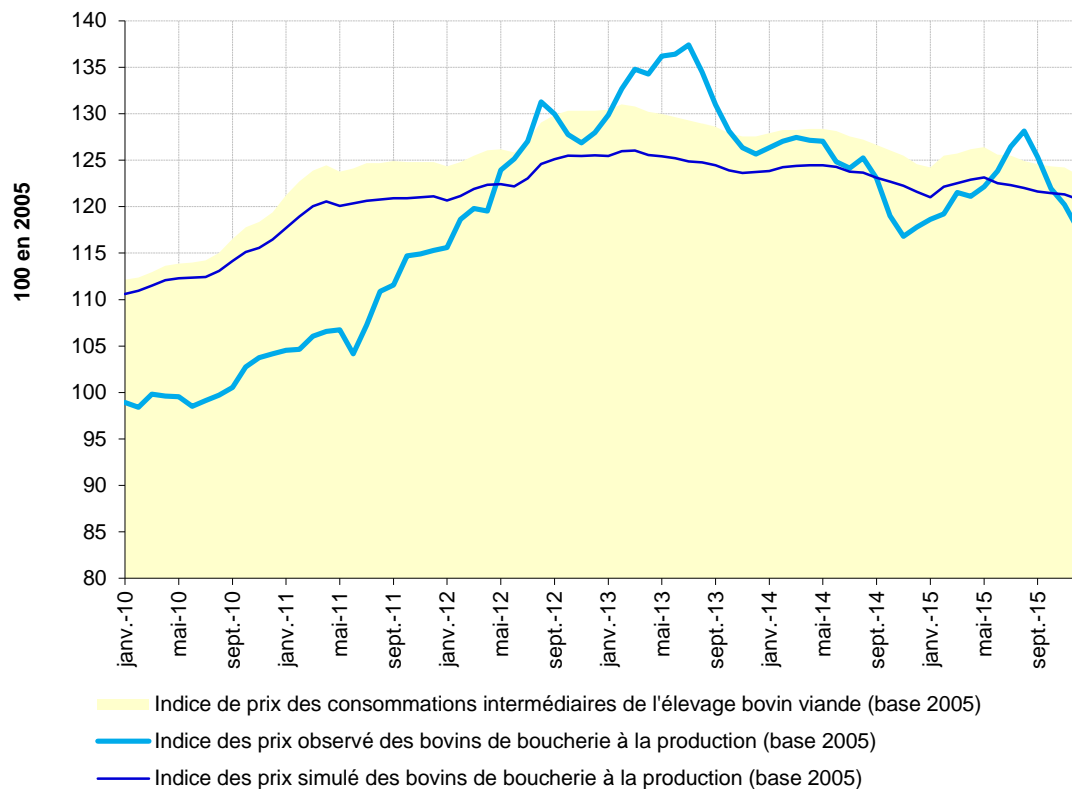
Cette augmentation de recette de l'abattage-découpe sortie 2<sup>ème</sup> transformation de 76 M€, obtenue alors que le coût d'achat en gros bovins progresse de 49,5 M€, entraîne une progression de la marge brute de l'abattage-découpe sur 2<sup>ème</sup> transformation de 26,5 M€, en 2015 par rapport à 2014 (où cette marge avait plus nettement progressé).

*N.B. : faute de données pertinentes, cette analyse ne peut être prolongée au-delà du maillon abattage-découpe-2<sup>ème</sup> transformation, vers la fabrication, le commerce de détail jusqu'au consommateur. Cf. rapport 2015.*

<sup>24</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.

Graphique 55

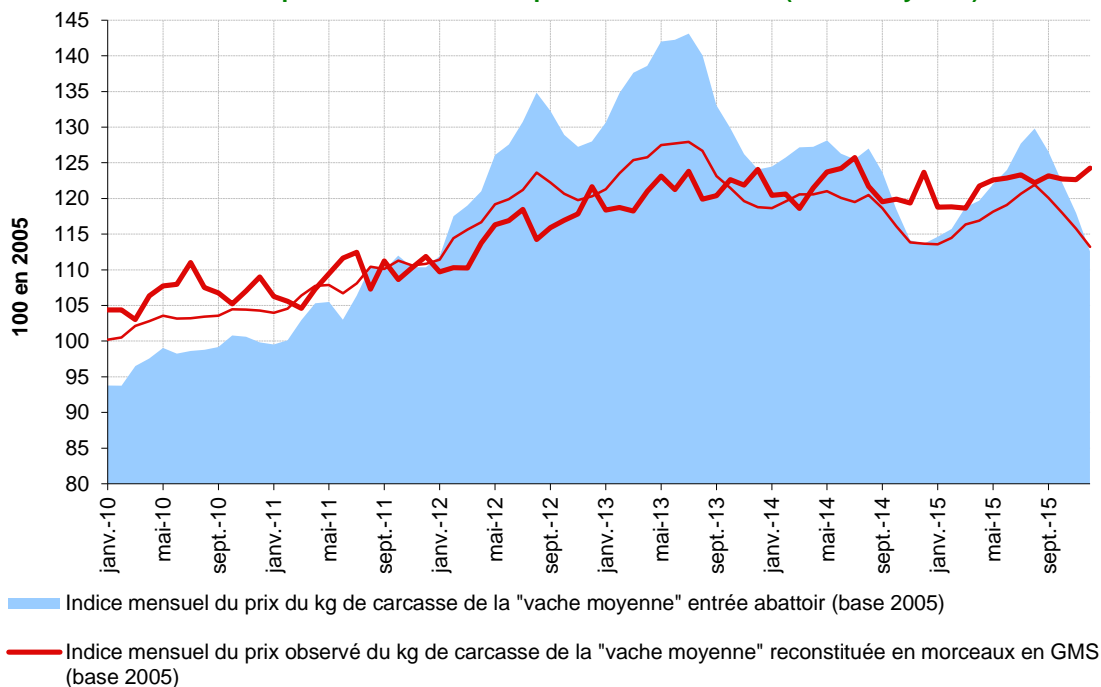
**Relation entre coût en consommations intermédiaires en élevage bovin viande et prix à la production**



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

Graphique 56

**Relation entre prix entrée abattoir et prix au détail en GMS (vache moyenne)**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

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

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

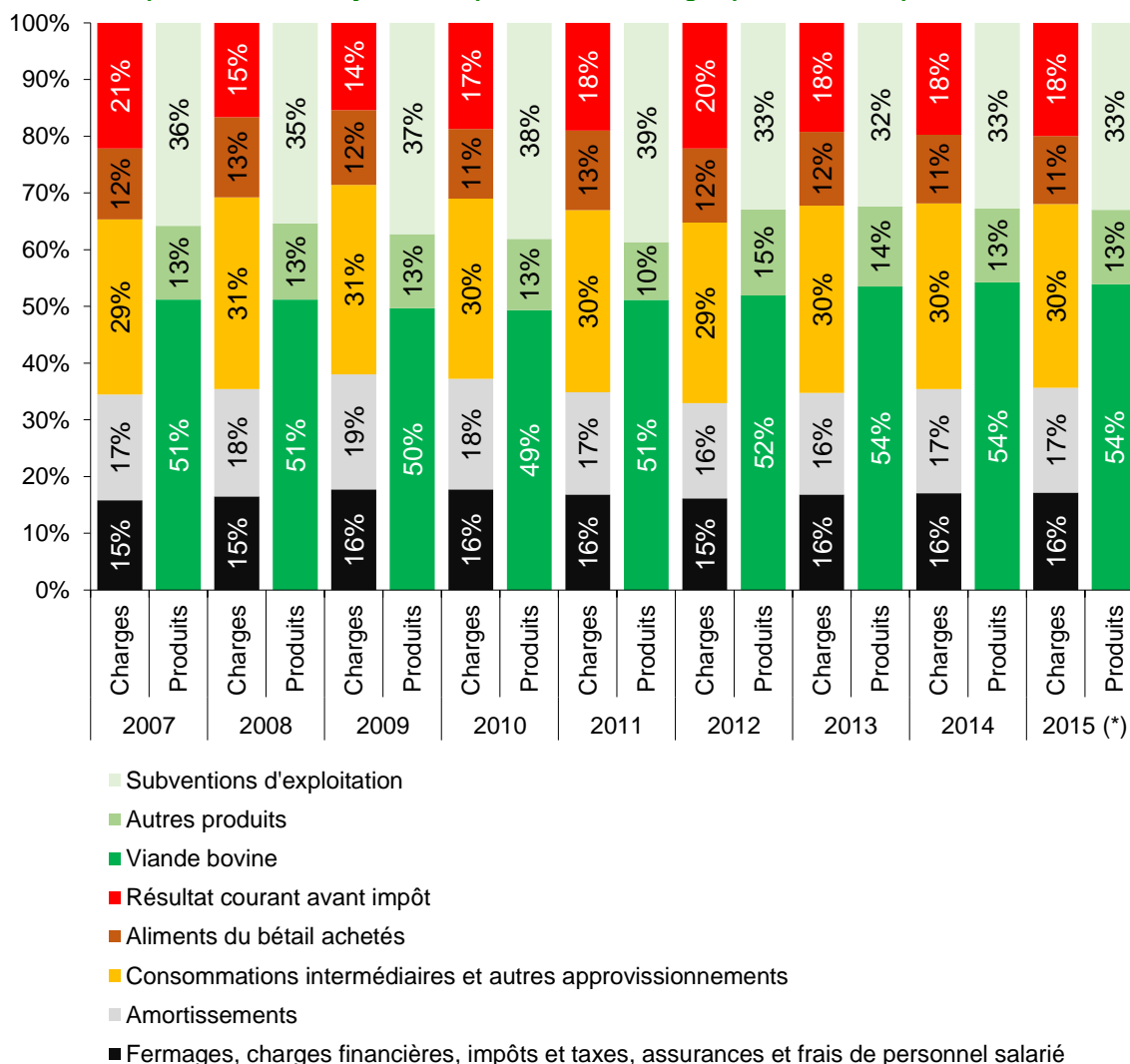
L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage de bovins viande, issu du Rica, est constitué de 433 à 556 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 24 454 à 32 587 exploitations. Dans cet échantillon, la production de bovins viande (veaux de boucherie, bovins maigres, bovins gras) constitue plus de 79 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Les résultats 2015 sont simulés. L'IPPAP bovins de boucherie 2015 (Insee) est appliqué au produit 2014 pour calculer le prix de la viande en 2015. L'IPAMPA bovins viande (Idele) est utilisé pour simuler le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2014.

En 2014, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 18 % de la totalité des produits, soit 22 850 € pour 125 098 € (Graphique 57). Il est de 18 028 € par unité de travail annuel non salarié. En 2015, le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements baisse de 2 %. Le prix de la viande bovine de 1%. Ainsi, le résultat courant avant impôt progresse de 1% (en valeur). Il est de 22 966 € pour 124 162 € et de 18 119 € par travailleur familial en 2015 (Graphique 59).

Graphique 57

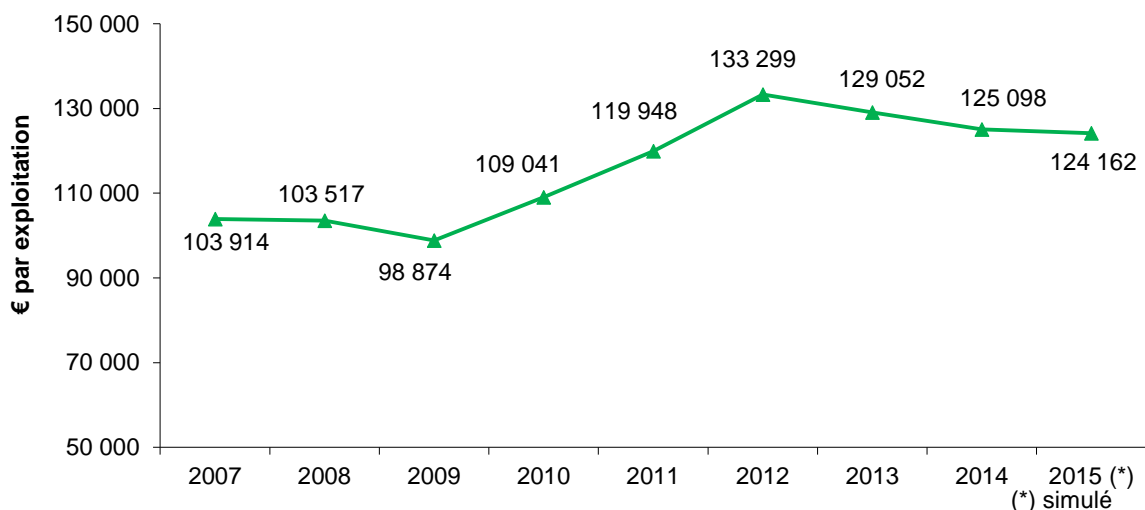
#### Structure du compte de résultat moyen des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

Graphique 58

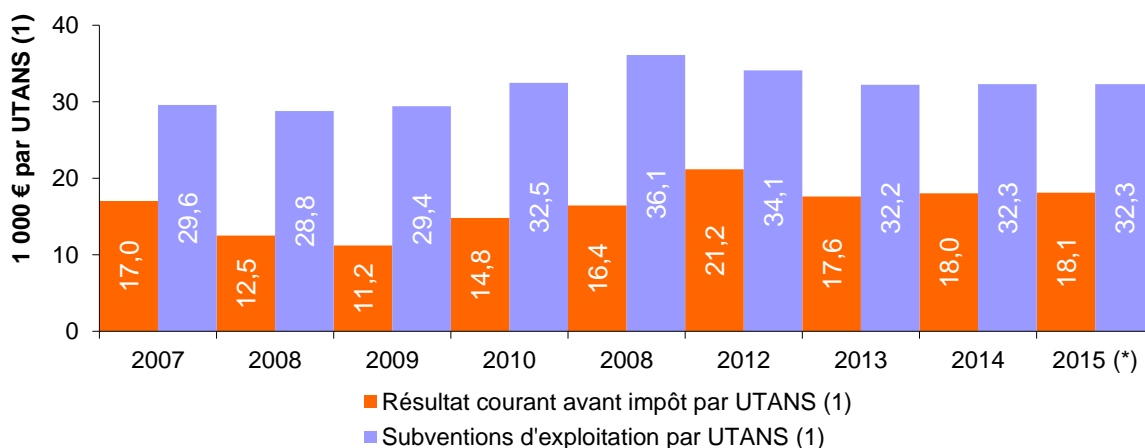
**Montant moyen des produits courants par exploitation spécialisée en production de viande bovine**



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

Graphique 59

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



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

**5.2. Coût de production dans les élevages bovin viande, par système**

Cette estimation pour la campagne 2015 du coût de production, exprimé en euro par kg de viande vive est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys - Réseaux d'élevage par les Chambres d'agriculture et les organismes techniques de la filière. Trois systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

- « **Naisseur** » : toutes races et toutes zones confondues. Production principale des mâles en broutards et des femelles en broutardes, en génisses ou en vaches grasses. 1,15 UGB/ha, dominante conduite herbagère.
- « **Naisseur-engraisseur de jeunes bovins** » : toutes races et toutes zones confondues. Production principale de jeunes bovins et de femelles finies. Conduite alimentaire à 85% à l'herbe et 15% de maïs (outre quelques élevages associant herbe et concentrés achetés).
- « **Engraisseur de jeunes bovins** » : Système engraisseur de taurillons dans les zones de polyculture élevage. Régime alimentaire à base de maïs ensilage et de concentrés ou de coproduits.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage, classiquement mieux positionnées que la moyenne en termes de structures et de performances techniques.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du Rica, prend en compte une rémunération simulée des facteurs autofournis par l'exploitant :

- pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au taux de fermage moyen de l'exploitation.

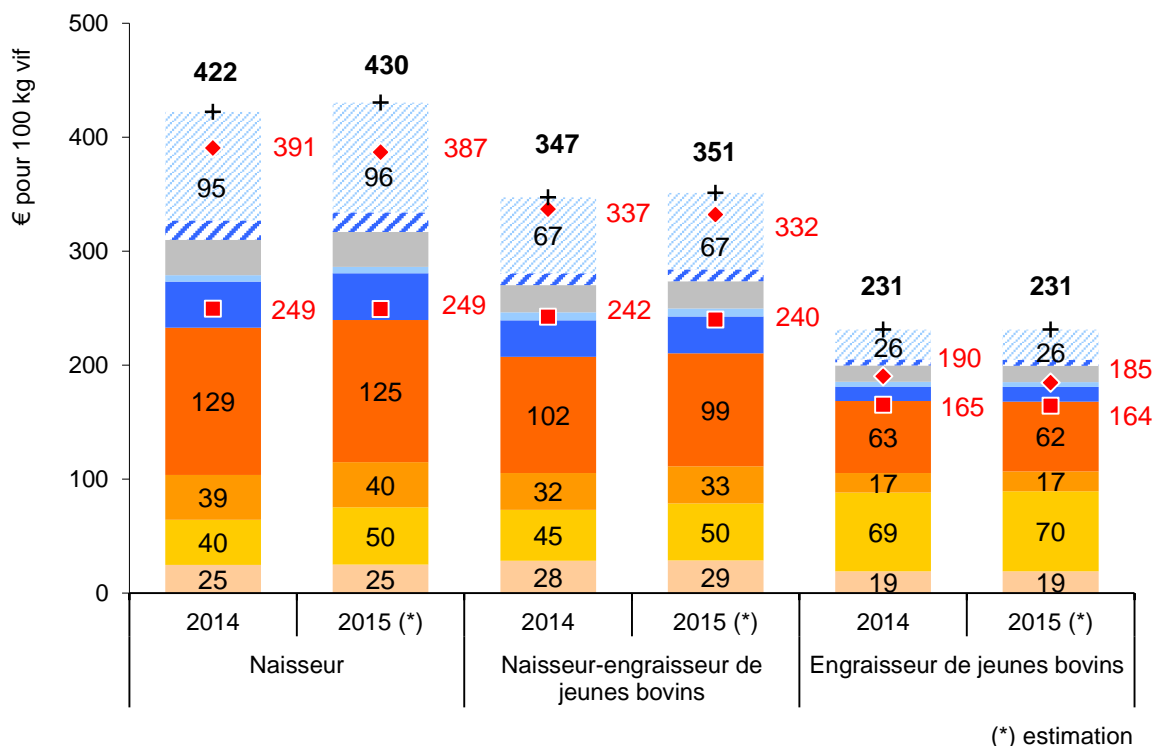
Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts culturaux (de même que pour les fourrages) et sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2014, dans les systèmes « *Naisseur* » et « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* », la rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) permet la couverture des charges comptables mais ne permet la rémunération que d'une part seulement des charges supplémentives (selon les taux fixés ci-dessus). Ainsi, la rémunération des éleveurs atteint 1 SMIC par unité de main d'œuvre non-salarié dans le système « *Naisseur* » et 1,3 SMIC par unité de main d'œuvre non-salarié dans le système « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* ». Dans le système « *Engraisseur de Jeune bovins* », le résultat n'assure pas la couverture de toutes les charges comptables. Le travail de l'éleveur, les capitaux et les terres ne sont pas rémunérés.

En 2015, dans les trois systèmes étudiés, la situation est similaire à celle de 2014 ; selon les systèmes, les charges totales augmentent de 1,1 % à 1,9 %. Elles sont stables dans le système « *Engraisseur de Jeune bovins* ». Le prix des bovins diminue légèrement : de -0,1 % pour les « *Naisseur* » à -1,1 % pour les « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* ». Les éleveurs « *Naisseur* » sont rémunérés à 0,8 SMIC, les « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* » à 1,1 SMIC. Dans le système « *Engraisseur de Jeune bovins* », comme en 2014, le résultat n'assure pas la couverture de toutes les charges comptables. Le travail de l'éleveur, les capitaux et les terres ne sont pas rémunérés.

Graphique 60

### Coût de production par système d'élevage bovin viande



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

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

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

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

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de bovins constituaient une part importante (au moins 72 %) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 79 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (de 70,9 % à 73,5 % sur la période) du poste « *merchandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le montant de ce poste augmente de près de 7% entre 2011 et 2013.

La part des autres postes diminue corrélativement.

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

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

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 13% sur la période.

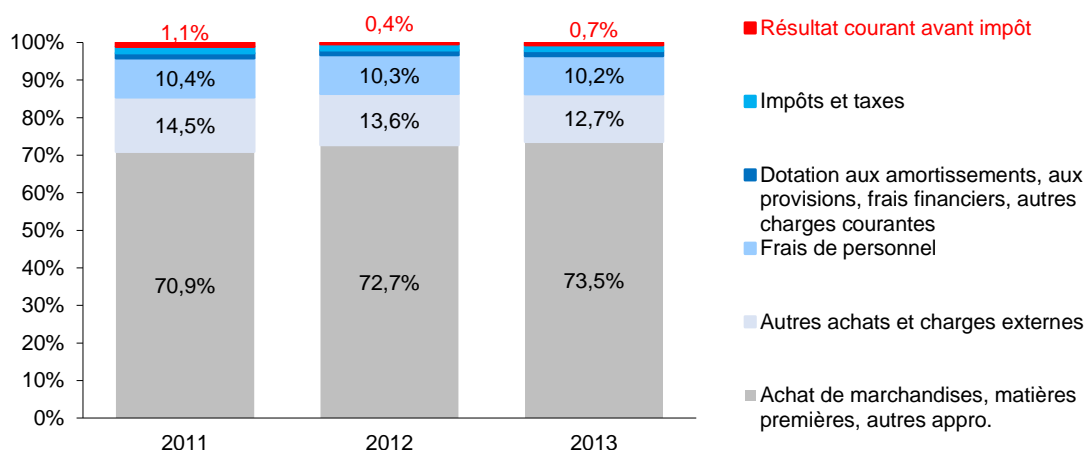
La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 61.

La part du résultat courant est en hausse, avec 0,7% de la valeur produite en 2013 contre et 0,4% en 2012 et 1,1% en 2011.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2014 et, a fortiori, pour 2015 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, la baisse du poids des achats de matière première en 2014 et en 2015, consécutive à la baisse des prix des gros bovins.

Graphique 61

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



Source : OFPM par SSP d'après Esane

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

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

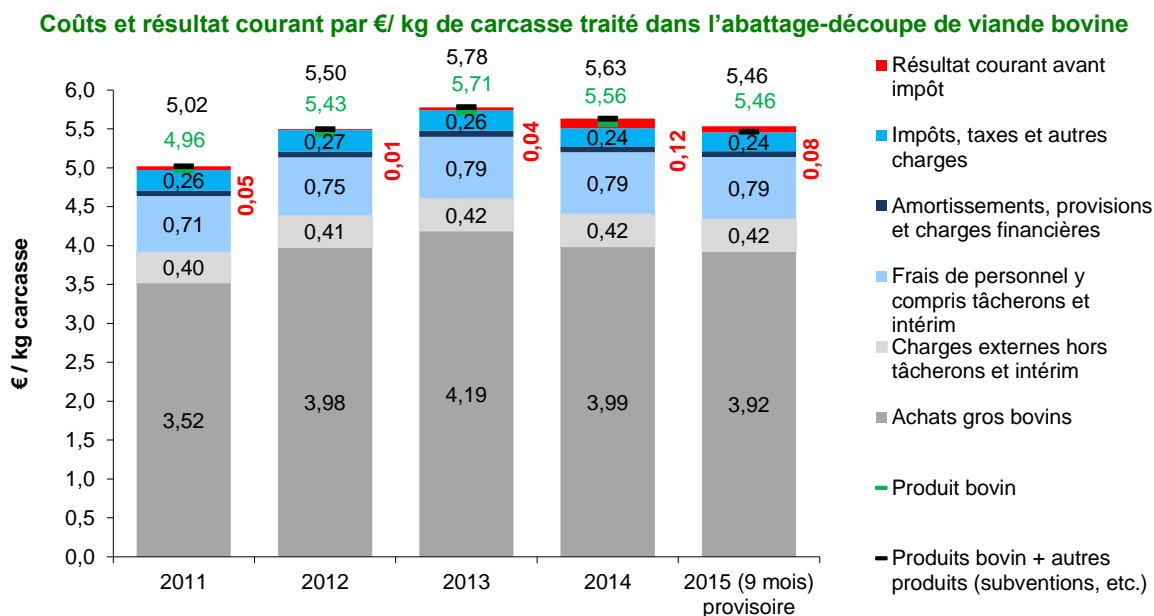
L'étude est réalisée auprès de 10 entreprises et groupes d'entreprises spécialisés gros bovins (99,9 % des volumes traités totaux sont des gros bovins). Ces entreprises ont transformé plus d'un million de tonnes équivalents carcasse en 2014, ce qui représente 60 % du marché national et des abattages contrôlés.

Les entreprises d'abattage-découpe-transformation des bovins ont connu une légère amélioration de leur rentabilité en 2013 et 2014. Celle-ci diminue à nouveau en 2015.

En 2014, la marge brute progresse, grâce à des prix d'achat en baisse sous l'effet de la baisse des prix des bovins à la production. Ce coût d'achat diminue plus fortement le produit bovin, néanmoins en baisse car la demande de steak haché progresse alors que celle des autres morceaux fléchit. Les charges unitaires (hors achat de matière première) diminuent, ce qui permet une hausse du résultat courant avant impôt qui toutefois reste faible : 0,12 € / kg de carcasse

En 2015 (sur les 9 premiers mois de l'année), les coûts d'achat sont en baisse. Cependant, ils diminuent moins fortement que le produit bovin, dans un contexte de repli de la consommation - à l'exception du haché frais - et d'une hausse des exportations de viande. Ainsi, la marge brute régresse. Les volumes traités augmentent mais pour un degré de transformation moindre, d'où une stabilisation des charges unitaires (hors achat de matière première). Le résultat courant avant impôt diminue de 0,04 € / kg de carcasse. Il s'établit à 0,08 € / kg de carcasse en 2015.

Graphique 62



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion



## 7. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE DES GMS

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

### 7.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie, qui regroupe ici un rayon « *traditionnel* » et un rayon libre-service avec vente d'UVCI et d'UVCM<sup>25</sup>, représente 16 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés et 14 % de leur marge brute totale.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCM) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers, ou découpe uniquement à partir de PAD ; il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés.

Le rayon boucherie a une marge nette négative, comme les rayons poissonnerie et boulangerie.

### 7.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Les frais de personnel spécifique au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longes, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (ovins, parfois bovins, rarement porcins), élaboration d'UVCM. Ainsi la plupart des magasins ont-ils une marge brute qui, outre un caractère strictement commercial, a une dimension de marge de 3<sup>ème</sup> transformation de la viande (voire de 2<sup>ème</sup> en cas de travail de carcasses ou de quartiers). Les frais de personnel du rayon représentent en moyenne 11,2 € pour 100 € du CA du rayon boucherie. Ainsi, la marge semi-nette s'établit à 14,4 € en moyenne, montant inférieur à celui des autres charges, d'où une marge nette moyenne négative, avant réaffectation de l'IS, de - 2,1 € pour 100 € de ventes, passant à -1,3 € après répartition de l'impôt sur les sociétés. Ce résultat moyen masque une certaine dispersion dans les enseignes interrogées. La marge nette est négative dans six des sept enseignes étudiées.

### 7.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 13,5 € de charges directes (dont 11,2 € de frais de personnel dédié) auxquelles s'ajoutent des charges communes imputées à hauteur de 13,4 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel non dédié au rayon et d'autres charges communes (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 26,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires : en classant les rayons dans l'ordre décroissant de leur quote-part de charges communes réparties rapportée au chiffre d'affaires, le rayon boucherie est au 5<sup>ème</sup> rang (sur 7 rayons).

---

<sup>25</sup> Ces trois composantes du rayon ne sont pas distinguées dans l'approche de l'observatoire. Or leurs marges brutes, semi-nettes et nettes sont probablement différentes.

Tableau 10

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
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	74,4	
<b>Marge brute</b>	<b>25,6</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	11,2	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>sensiblement dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>14,4</b>	
Autres charges	16,5	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-2,1</b>	
Impôt sur les sociétés	-0,7	
<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 1,7 € (*) de la marge nette moyenne de -1,3 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

Tableau 11

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	11,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>13,5</b>
Charges communes réparties	Immobilier	2,1
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,6
	Frais financiers	0,6
	Autres charges communes réparties (1)	6,0
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-0,7
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>13,4</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>26,9</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

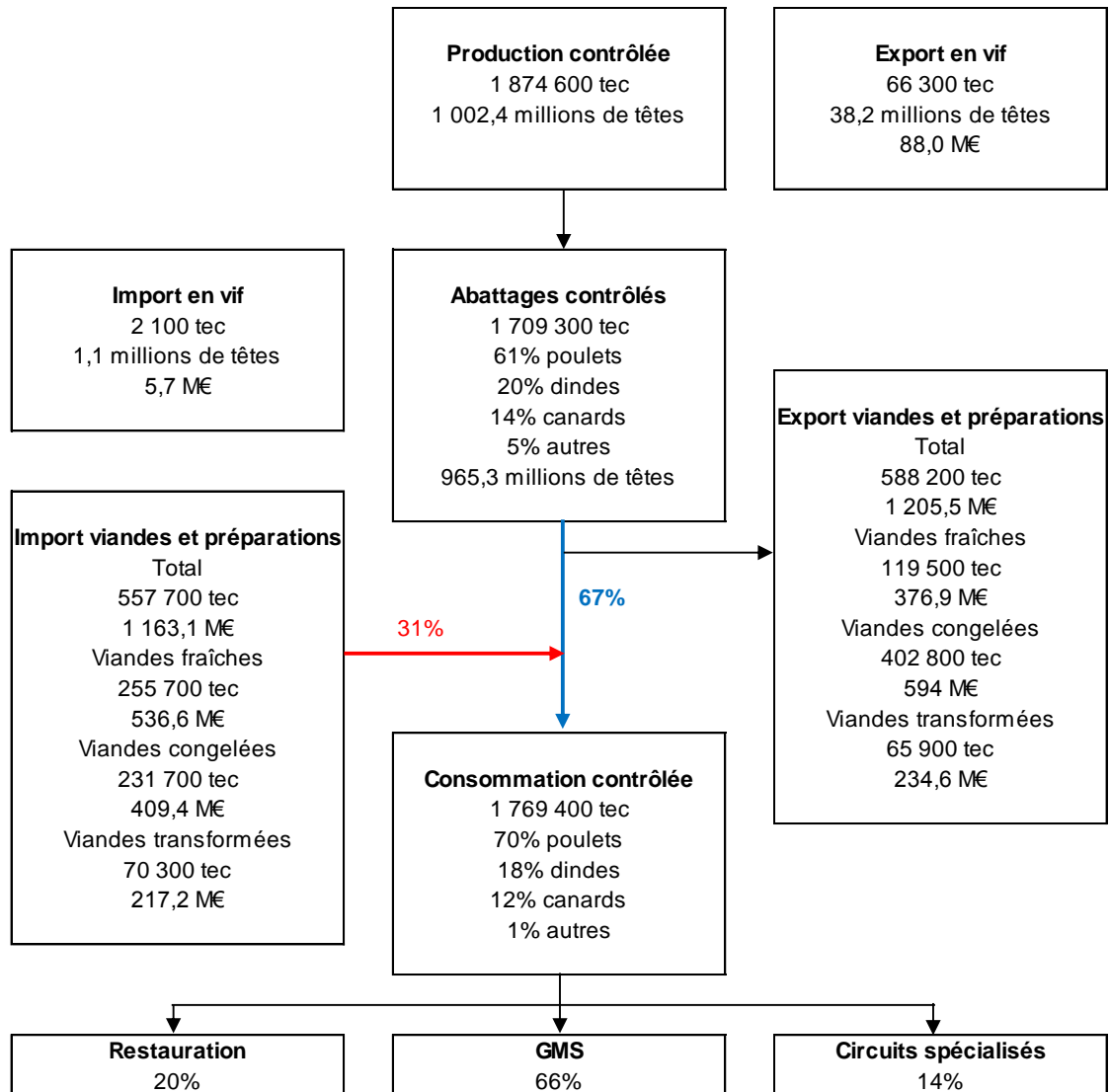
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

## Section 3 – Volailles de chair

### 1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR

Schéma 8

Cartographie des flux dans la filière volailles de chair en 2015



tec : tonne d'équivalent carcasse

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

Avec 1,87 million de tonnes produites en 2015, la France est désormais le second pays producteur de volailles de l'Union européenne (13 % des volumes), derrière la Pologne (1,95 million de tonnes) mais devant l'Allemagne (1,75 million de tonnes).

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 2015, 61 % des abattages contrôlés de volailles en tonnage et 81 % des abattages en nombre d'animaux (779 millions de têtes). Cette évolution reflète la part croissante de poulets légers produits pour le grand export jusqu'en 2013, exportés sous forme de carcasses congelées, et le recul de la production de dinde, puis, depuis 2013, le dynamisme de la demande de poulet standard pour le marché français et européen.

Il convient de distinguer, en poulet de chair, la production de poulets « *export* » (essentiellement abattus en Bretagne, et expédiés vers les pays tiers sous forme de carcasses congelées) et celle de poulets destinés aux marchés national et européen (majoritairement produits dans le Grand Ouest). Les premiers sont des poulets légers de moins de 1,6 kg vif et environ 35 jours de croissance. Dans le cas des seconds, la durée de croissance est plus longue (de 40 à 81 jours) et la gamme plus diversifiée (standard, certifié, Label Rouge, issus de l'agriculture biologique). En 2015, les exportations de viandes de poulet vers les pays tiers se sont élevées à 303 300 tec, soit 28 % des abattages français de poulet toutes qualités et 67 % des ventes françaises de viande de poulet à l'étranger. Les expéditions sur le marché européen ont, quant à elles, portées sur 146 800 tec (13 % des abattages de poulet). En 2014, les abattages destinés aux marchés français et communautaire ont été constitués à 56 % de poulets standard, 15 % de poulets Label Rouge, 1 % de « *biologique* » et 9 % de poulets d'autres signes de qualité (poulets certifiés principalement).

La production de dinde est réalisée principalement dans le Grand Ouest (42 % des abattages réalisés en Bretagne en 2015, et 26 % dans les Pays de la Loire). Sur les dix dernières années, le poulet et la dinde ont représenté près de 85 % de la production française de viande de volaille (part relativement stable), mais alors que la part du poulet s'est accrue, celle de la dinde a fléchi. La dinde a représenté 35 % en volume (11 % en nombre de têtes) des abattages contrôlés de viande de volaille en 2001, elle n'en représente plus que 20 % en 2015 (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 2015, les abattages contrôlés de dindes ont porté sur 340 200 tec, soit 45 millions de têtes, contre 113 millions en 2001, dont environ 86 % d'abattages d'animaux de type standard. Les exportations ont représenté 25 % des débouchés de la viande de dinde française, elles ont été destinées à 76 % 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 2015) et concernent l'ensemble des circuits de distribution mais principalement la restauration hors domicile et l'industrie de transformation (charcuterie, élaborés de volailles, etc.). Elles ont porté sur plus de 490 200 tec en 2015, dont 48 % de produits frais, 41 % de produits congelés et 11 % de produits transformés.

La viande de volaille commercialisée en GMS (hors maxidiscompte) a représenté 66 % des achats des ménages français de volaille y compris élaborés frais en 2015. Cette part varie selon les produits, les achats de poulet entier (poulet P.A.C.<sup>26</sup>) étant réalisés à 76 % en GMS (65 % pour les escalopes de poulet).

Tous circuits de commercialisation confondus, le poulet (y compris les produits élaborés) a représenté 52 % des volumes de viande de volaille y compris élaborés frais achetés par les ménages français en 2015 (en poids de produit fini). Les découpes ont été la forme la plus consommée (51 % en volume). La part des produits élaborés (poulet cuit, fumé, découpes aromatisées, panés frais), en croissance régulière, s'est élevée à 17 % en volume. Les 26 % restants ont été commercialisés sous forme de poulets P.A.C. Le poulet Label Rouge, avec 62 % ces volumes, occupe une place privilégiée dans l'univers du poulet entier. Le poulet P.A.C. standard ne représente que 18 % de cette catégorie et recule régulièrement tant en volumes qu'en poids dans la catégorie.

Les achats des ménages de viande de dinde (y compris panés frais) ont représenté 17 % des achats de viande de volaille en 2015. Les ménages ont principalement acheté des découpes (64 % en volumes), les élaborés à base de dinde représentant 26 % des achats.

---

<sup>26</sup> Prêts à cuire.

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

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode présentés dans les éditions antérieures.

### 2.1. Valeurs en vif

Plus de 90 % des volumes de volailles produits fait l'objet de contrats de production, dits d'intégration ou de quasi-intégration (Magdelaine, 2008). C'est un mode d'organisation contractuelle entre les éleveurs et des entreprises industrielles ou commerciales (« *intégrateurs* ») qui fournissent aux éleveurs certains moyens de production, dont l'alimentation des animaux et, généralement, les poussins ; l'éleveur étant souvent propriétaire des bâtiments (parfois du cheptel). Les intégrateurs planifient la production des élevages et reprennent les animaux prêts pour l'abattage en rémunérant les éleveurs selon les modalités prévues dans les contrats.

La valeur unitaire du produit agricole, soit la valeur du kg d'animal vif prêt pour l'abattoir, n'est pas la recette unitaire du producteur agricole, éleveur « *intégré* », mais le prix de cession de l'animal fini par l'intégrateur à l'abatteur. Ces valeurs font l'objet d'enquêtes statistiques fournissant mensuellement les prix moyens au kg vif nécessaires au calcul des indices de prix des produits agricoles à la production (IPPAP) des volailles. Ces données sont fournies en niveau à l'observatoire pour les agrégats suivants : dindes et dindons, poulets (label et standard), et lapins. L'observatoire dispose également des données de la cotation nationale officielle du lapin vif. Dans le cadre de l'observatoire de la formation des prix et des marges, on utilise ces valeurs en vif, converties en valeur par kg de carcasse, comme indicateurs de la valeur de la matière première agricole de la filière, cette valeur étant coproduite par l'éleveur et son intégrateur.

### 2.2. Prix des viandes de volailles vendues par l'industrie à la grande distribution

L'observatoire dispose depuis 2011 de prix industriels en niveau relevés par l'Insee pour 4 produits : poulet entier Prêt-À-Cuire (P.A.C.) standard, filet de poulet standard, filet de dinde standard et cuisse de poulet standard. Par ailleurs, l'observatoire utilise les données des douanes françaises pour estimer les prix industriels des ailes de poulet et de dinde fraîches (prix FOB à destination des pays de l'Union européenne et de la Suisse). Ces données sont insuffisantes pour calculer la valeur de matière première des découpes de dinde (il faudrait disposer de la valorisation totale sortie usine de l'ensemble des pièces). En revanche, pour le poulet, une première approche sur les découpes de poulet standard (filet et cuisses) a été menée. L'observatoire a conduit une enquête auprès des industriels afin de recueillir des références sur la valorisation des abats (gésiers, foie), de certaines viandes secondaires (*trimming*) et autres coproduits. Cette enquête a ainsi permis de préciser les estimations de marge brute industrielle sur les produits de consommation étudiés (cf. encadré ci-après).

Les morceaux de lapins, catégorie mal définie, ne sont plus suivis. En revanche, l'observatoire suit désormais deux catégories de lapins entiers : le lapin entier présenté non découpé et le lapin entier découpé.

Sous contrainte de disponibilité des données de prix dans l'industrie, outre le poulet entier standard et le poulet entier de label déjà étudié, le suivi de l'observatoire a été étendu aux filets de poulet standard, aux cuisses de poulet standard. À noter également qu'on ne dispose pas de prix moyen sortie usine pour les poulets de label, le lapin entier et les découpes de lapin pour lesquels seule une « *marge agrégée* » (industrie et distribution confondues) peut donc être estimée<sup>27</sup>.

Les références utilisées de prix des volailles au détail sont les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, disponibles depuis 2003. Ce panel permet de constituer un panier de « *poulets entiers non Label Rouge* », assimilé à la catégorie des « *poulets entiers standard* » identifiés en amont (entrée abattoir et sortie usine) bien qu'il puisse contenir des poulets issus de l'agriculture biologique.

---

<sup>27</sup> Un projet d'enquête sur les prix sortie usine du lapin est en cours d'étude avec l'interprofession.

## Encadré 2

**Impact de la valorisation des coproduits de l'abattage-découpe de volaille**

Jusqu'à-là, l'indicateur de marge brute sortie industrie des produits de grande consommation était calculé sans tenir compte (faute de données) de la valorisation (positive ou négative) des coproduits produits conjointement aux produits principaux, de grande consommation.

Or, l'usage général, dans ce genre d'étude, est d'en tenir compte en diminuant (respectivement, augmentant) le coût en matière première du produit principal de la valorisation positive (respectivement négative) du produit joint, la matière première étant commune aux deux produits.

Après échanges avec les représentants des industriels, l'observatoire a conduit en 2014-2015, une enquête sur les résultats 2013 de la valorisation des coproduits et viandes secondaires pour le poulet et la dinde, auprès d'un panel de 6 sociétés représentant 89 % des abattages de poulet standard (hors poulet « export ») en 2013. À noter que les réponses pour la dinde ne se sont pas avérées exploitables faute de réponses suffisantes.

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

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

Prise en compte de la valorisation des ailes dans le calcul des marges brutes sur autres découpes

Actuellement, l'OFPM se réfère faute de mieux à une valeur en douane en guise de prix des ailes de poulets au stade sortie usine<sup>28</sup>. Pour 2013, la valeur moyenne est de 1,66 € / kg d'ailes.

L'enquête conduite auprès des industriels donne une valeur moyenne des ailes de 1,60 € / kg, donc très proche de la valeur des Douanes compte tenu du degré de précision des indicateurs de marges brutes. L'enquête a ainsi permis de valider l'utilisation de la source des Douanes pour approcher le prix des ailes « sortie usine ».

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

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

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

Tableau 12

**Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard en 2013**

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

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Les résultats précédents ramenés aux quantités de poulets traités et divisés par le rendement du vif en carcasse (67 % pour un poulet standard, source SSP pour OFPM) donnent les valeurs par coût unitaire d'achat représentées sur le Tableau 13 (page suivante).

Abats et coproduits sont considérés comme des produits joints des PGC : leur valorisation nette vient diminuer le coût d'achat de la matière première (poulet entrée abattoir) d'environ 4 centimes / kg carcasse (ou 2,7 centimes / kg vif) sur la base de ces résultats 2013. Le Tableau 14 ci-après présente les résultats précédents exprimés en % du prix moyen de la matière première entrée abattoir, soit pour un poulet standard de 0,97 € / kg vif (source Insee, SSP pour OFPM).

*Suite de l'encadré pages suivantes*

<sup>28</sup> Prix export moyen des ailes fraîches de poulet (CN8 0207 13 30) à destination des pays de l'Union européenne et de la Suisse.

Tableau 13

**Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard, ramenée au prix d'achat entrée abattoir en 2013 (en euros)**

Libellés articles : abats, coproduits, saisie	Chiffres d'affaires HT des quantités valorisées	Coûts spécifiques	Marge nette
	(1)	(2)	(3) = (1) - (2)
	centimes / kg carcasse entrée abattoir	centimes / kg carcasse entrée abattoir	centimes / kg carcasse entrée abattoir
Abats	2,6	-2,4	<b>0,2</b>
Coproduits, extrémités, reste de la carcasse	6,0	-1,5	<b>4,4</b>
Saisies	0,0	-0,3	<b>-0,3</b>
Abats et coproduits non valorisés		-0,3	<b>-0,3</b>
<b>MOYENNE pour l'ensemble des articles</b>	8,6	-4,6	<b>4,0</b>

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Tableau 14

**Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard, ramenée au prix d'achat entrée abattoir en 2013 (en %)**

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

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Ainsi, sur la base de ces résultats 2013, la valorisation des coproduits et abats diminue le coût d'achat des poulets d'environ 2,8 %.

Cette incidence des coproduits, appliquée aux tonnages produits, peut être importante pour les résultats des entreprises, elle est ainsi, en pourcentage, du même ordre de grandeur que le résultat net du secteur ramené à son chiffre d'affaires (voir partie 6). Toutefois, les entreprises sont diversement à même d'accéder à cette valorisation (coûts supplémentaires, débouchés...).

Dans les représentations des composantes du prix au détail par kg, l'impact de la prise en compte de la valorisation des coproduits est relativement faible (au regard notamment d'autres imprécisions sur les données de base), comme l'indiquent les graphiques comparatifs suivants.

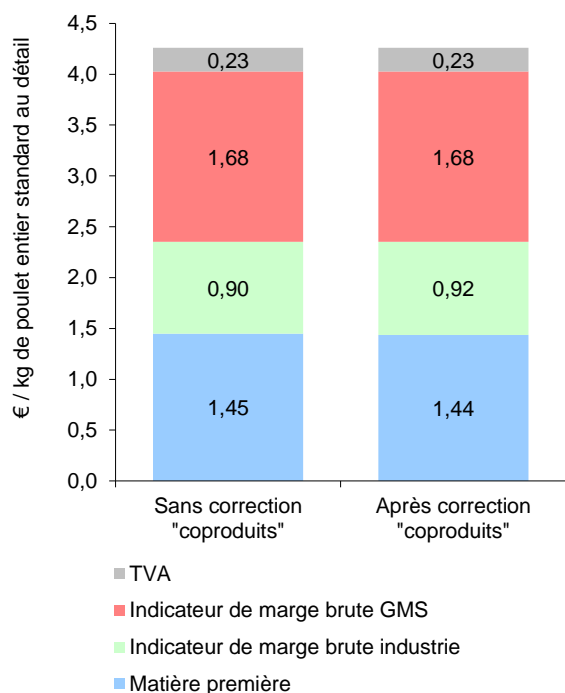
Pour le poulet entier standard, la correction diminue le coût matière de 0,9 % et augmente l'indicateur de marge brute de l'industrie de 1,4 % environ, certains coproduits valorisés (chutes de parages, peau, etc.) ne concernant que les découpes de poulet. Pour les découpes de poulet suivies (filets, cuisses), la correction diminue le coût matière de 2,8 % et augmente l'indicateur de marge brute de l'industrie de 3,6 % environ.

Les graphiques suivants (du Graphique 63 au Graphique 66) illustrent l'impact de la correction sur la décomposition du prix au détail en 2013 du poulet entier standard et de la cuisse de poulet standard.

Depuis 2013, base d'établissement de ces références, la situation du marché des coproduits s'est fortement dégradée : ralentissement de la demande mondiale, fermeture des marchés de Chine et d'Afrique du Sud pour les ailerons et croupions suite à l'influenza aviaire, abondance de l'offre brésilienne, reclassement en C3 de matériaux bovins jusque-là classés en C1 qui viennent ainsi accroître l'offre en PAT (protéines animales transformées), abrogation de la dénomination « viande gros grains » pour les ingrédients issus de viandes séparées mécaniquement.

Graphique 63

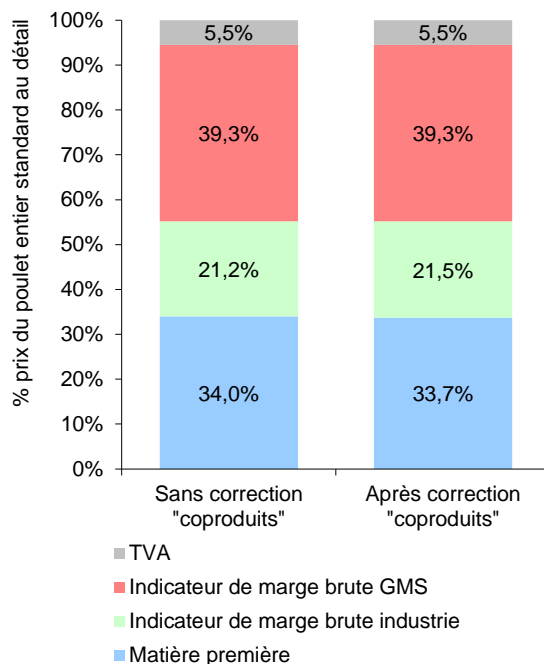
**Impact sur le poulet entier standard, en euros**



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

Graphique 64

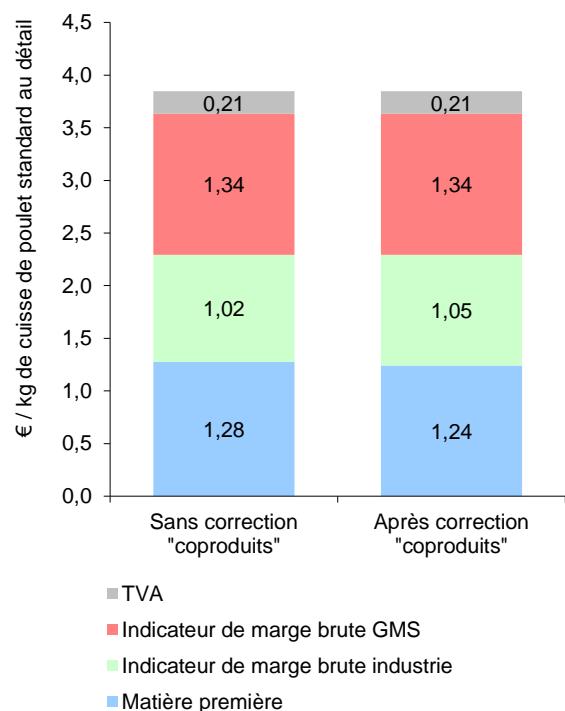
**Impact sur le poulet entier standard, %**



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

Graphique 65

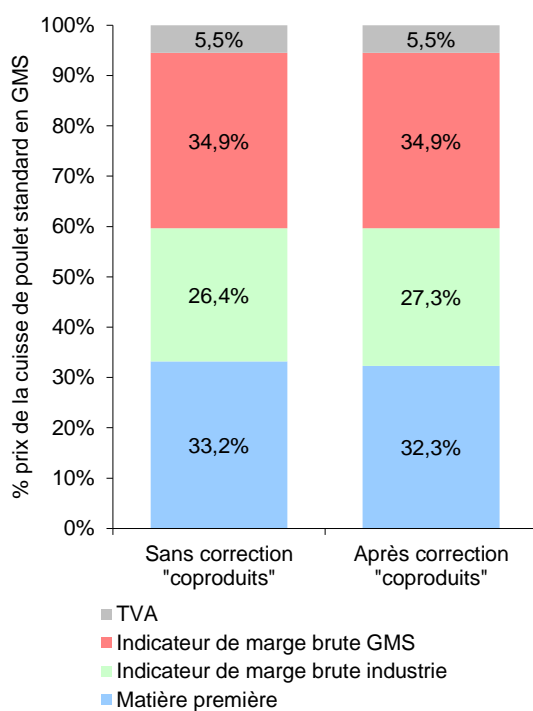
**Impact sur la cuisse de poulet entier standard, en euros**



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

Graphique 66

**Impact sur la cuisse de poulet entier standard, en %**



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

Note : pour le poulet entier, la correction ne prend pas en compte les trimmings, peaux et restes de carcasses, ces coproduits étant considérés comme exclusivement liés à la découpe.



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

NB : Les résultats présentés ci-après sont établis hors valorisation des coproduits, compte tenu de la faible incidence de la correction en regard de la précision des autres données.

#### 3.1. Poulet entier standard

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

Le prix moyen au détail augmente peu, voire reste stable, de 2013 à 2014 (Graphique 67) malgré le reflux du coût entrée abattoir, et on assiste à une reconstitution de marges brutes en aval, notamment dans la distribution.

En 2015, la baisse du coût entrée abattoir se poursuit (- 4 centimes en moyenne par rapport à 2014) ; elle est plus que transmise par le maillon abattage-découpe qui voit diminuer son indicateur de marge brute de 6 centimes, celui de la distribution augmentant de 3 centimes. Au total, le prix au détail hors TVA baisse de près de 7 centimes.

#### 3.2. Découpes de poulet standard

L'observatoire suit les deux principales coupes de poulet standard, à savoir les filets et les cuisses représentant respectivement 38 % et 45 % des volumes de coupes fraîches de poulet achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2015 (52 % et 30 % en valeur).

Le prix moyen annuel au détail du **filet de poulet** recule de 11 centimes entre 2014 et 2015 après une quasi-stabilité entre 2013 et 2014. Ce recul est réparti entre une baisse de valeur de la matière première entrée abattoir<sup>29</sup> de 5 centimes, une baisse de l'indicateur de marge brute de l'industrie de 1 centime (la baisse du coût entrée abattoir est donc transmise intégralement par l'abattage-découpe) et un recul de l'indicateur de marge brute en GMS de 5 centimes (la baisse du prix sortie abattage-découpe est donc transmise intégralement par la GMS).

Concernant les **cuisses de poulet**, la baisse du prix moyen annuel en GMS entre 2014 et 2015 est plus marquée : - 15 centimes. Le coût de la matière première entrée abattoir a baissé de 3 cts, l'indicateur de marge brute de l'industrie a augmenté de 1 centime et celui de la GMS s'est contracté de 12 centimes.

#### 3.3. Poulet entier de label

De 2014 à 2015, le prix moyen au détail baisse pour la seconde année consécutive (- 5 centimes), moins que la diminution du prix entrée abattoir (- 10 centimes, baisse importante en partie liée au poids également important du coût en aliments issus de céréales dans le coût de production du poulet de label, voir partie 5). L'indicateur de marge agrégée de l'aval augmente (+ 5 centimes), celui-ci ne répercutant qu'une partie de la baisse du coût entrée abattoir.

#### 3.4. Lapin entier et morceaux de lapin

On note la forte saisonnalité des prix du lapin entrée abattoir, en partie masquée dans le prix au détail. Le prix moyen annuel au détail du **lapin entier non découpé** en GMS est quasi stable en 2014 et 2015, après avoir progressé depuis 2010. Le prix entrée abattoir diminue de 18 cts en 2015, mais les marges en aval augmentent de 16 centimes.

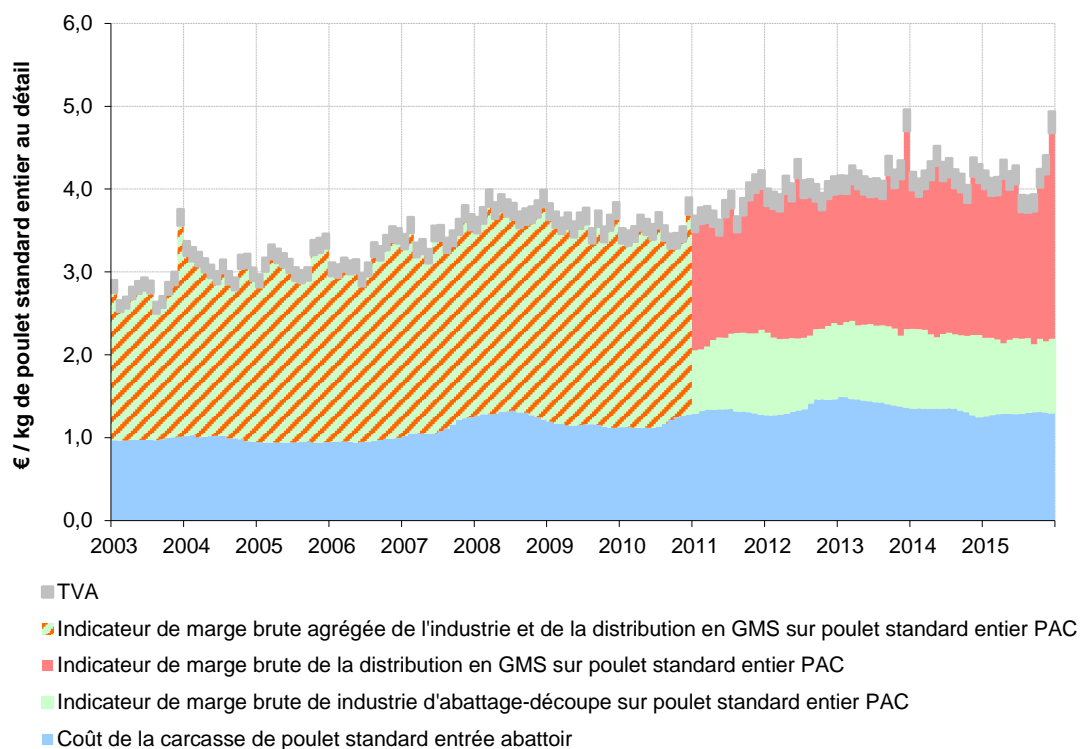
Le prix moyen annuel au détail du **lapin entier découpé** en GMS augmente de 18 cts entre 2014 et 2015 pour revenir à son niveau de 2013. Le prix entrée abattoir diminue de 18 cts en 2015, tandis que les marges en aval progressent de 36 centimes. Entre 2013 et 2015, le prix entrée abattoir a reculé de 30 cts et les marges en aval ont progressé d'autant.

---

<sup>29</sup> Rappel : le coût de la matière première entrée abattoir d'un kg d'une pièce de découpe est calculé en appliquant au prix du kg de carcasse entrée abattoir le rapport entre la valeur de la pièce sortie découpe et la somme des valeurs de toutes les pièces issues de la carcasse sortie découpe. (Cf. éditions antérieures du rapport).

Graphique 67

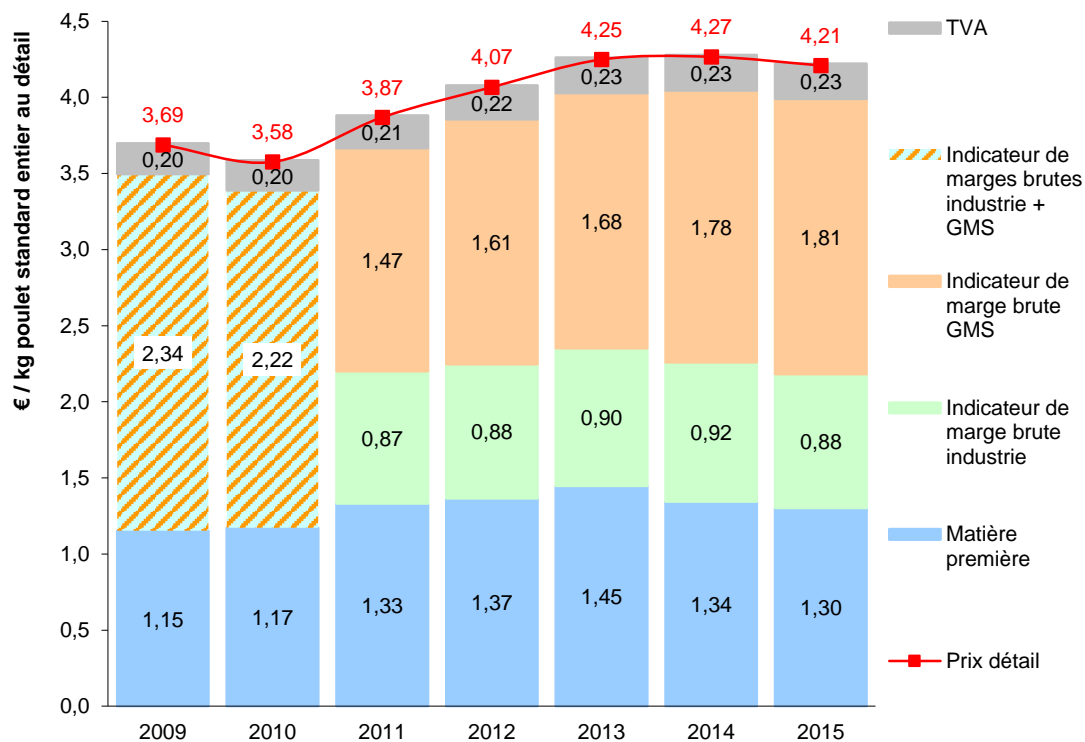
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du poulet entier PAC standard**



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

Graphique 68

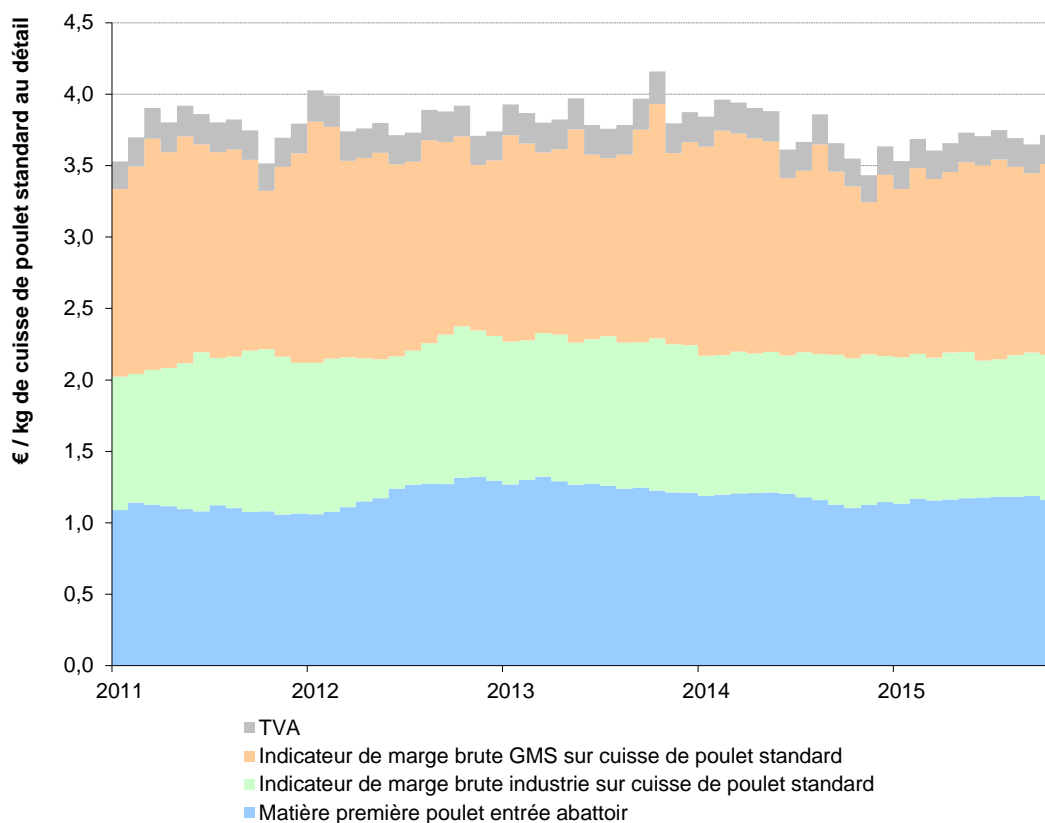
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du poulet entier PAC standard**



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

Graphique 69

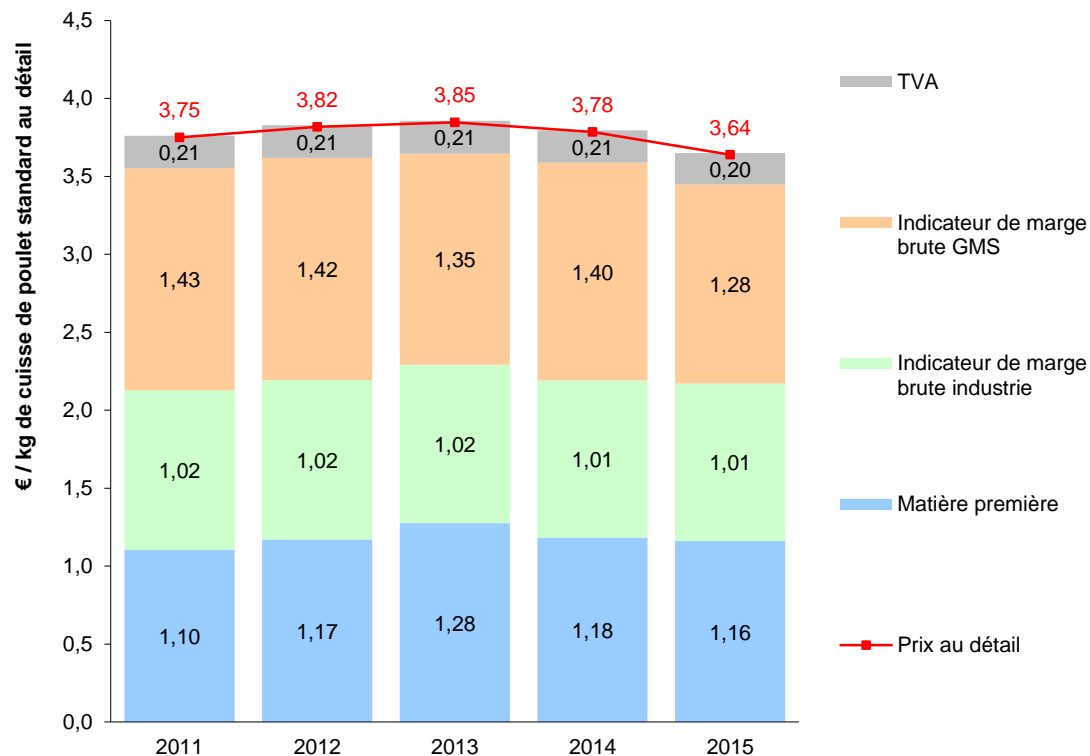
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de la cuisse de poulet standard**



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

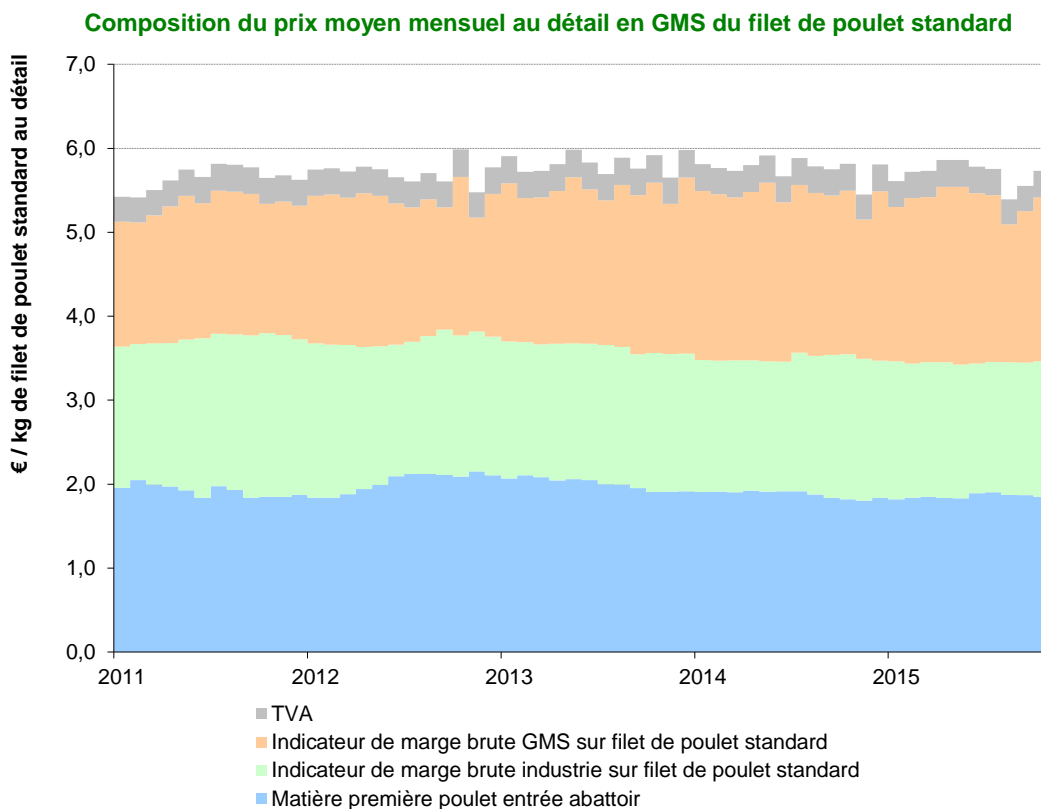
Graphique 70

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la cuisse de poulet standard**



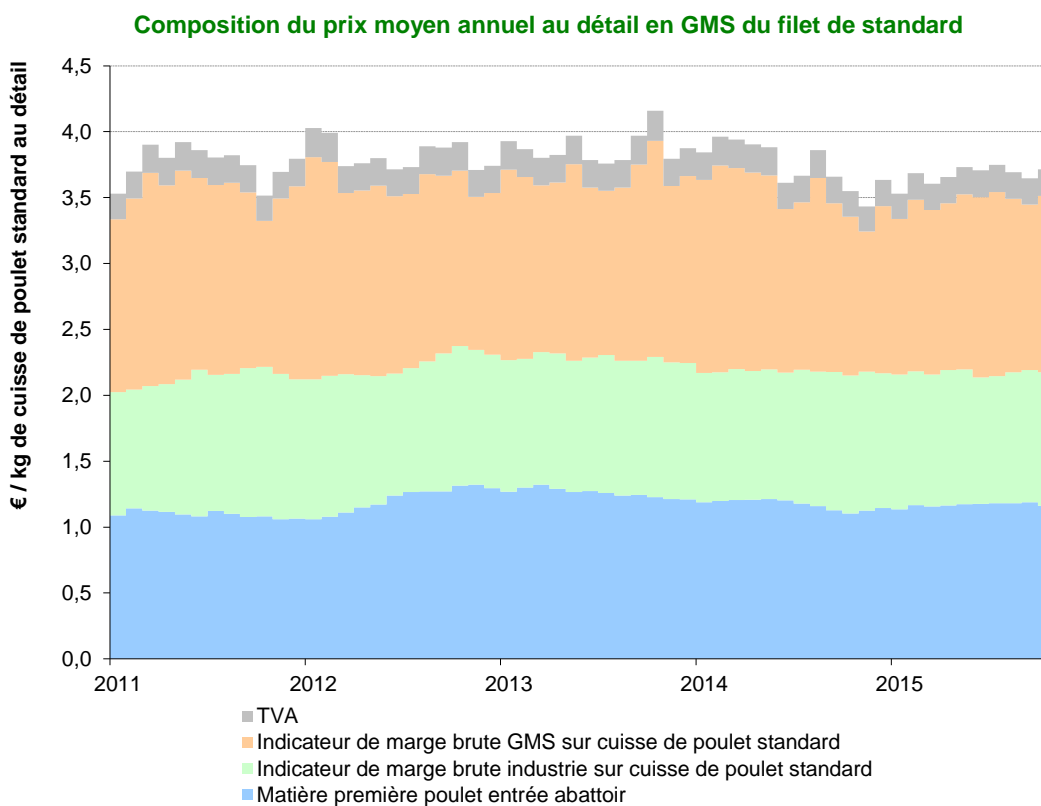
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 71



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

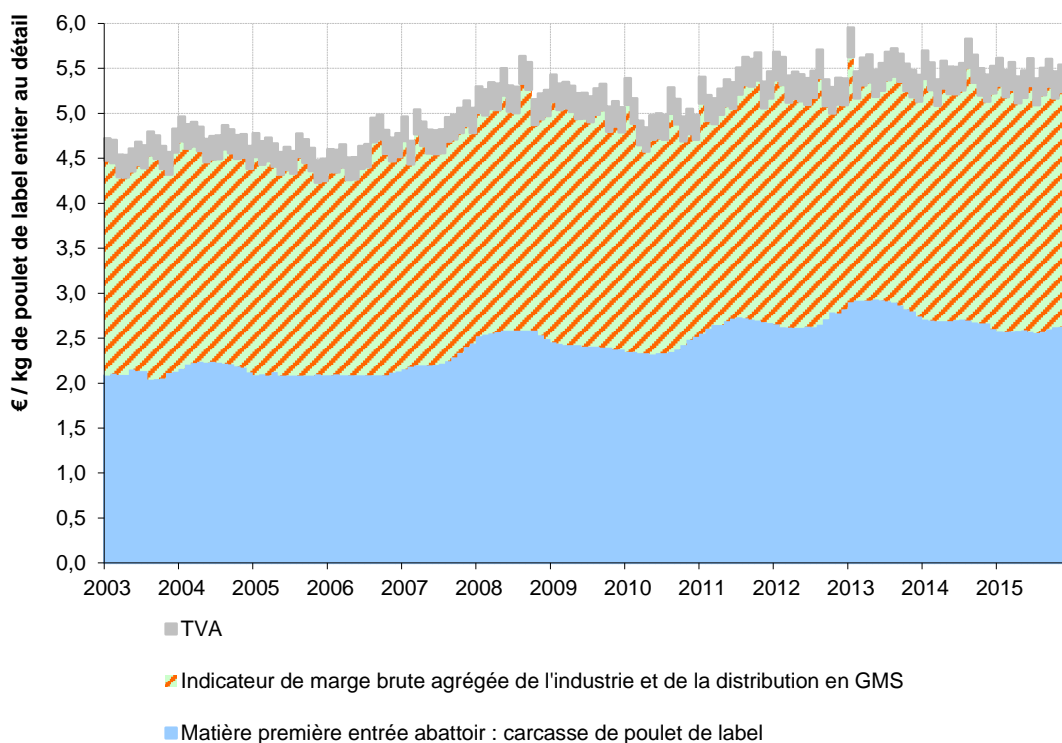
Graphique 72



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

Graphique 73

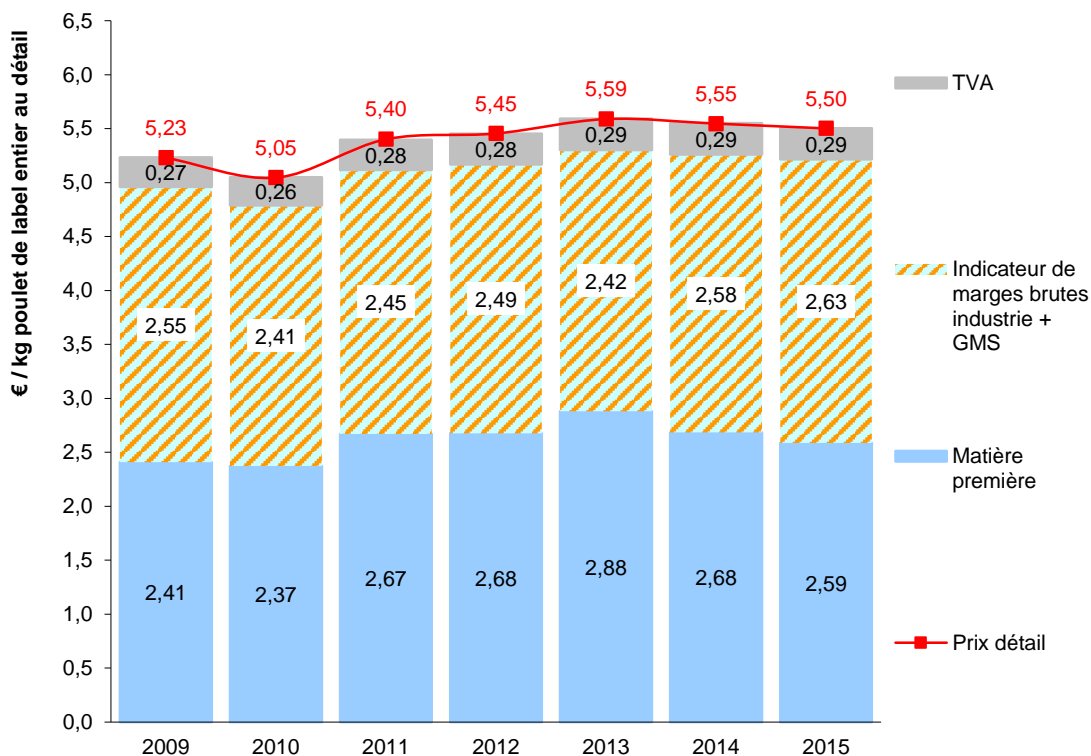
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du poulet entier PAC de label**



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

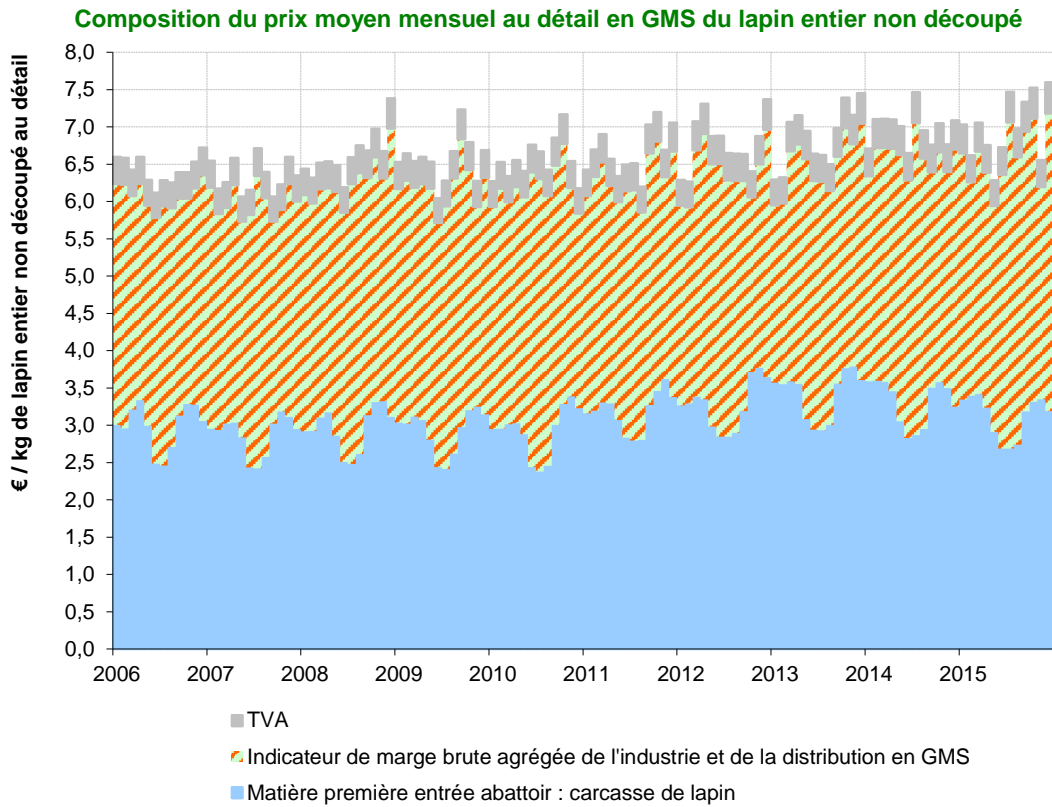
Graphique 74

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du poulet entier PAC de label**



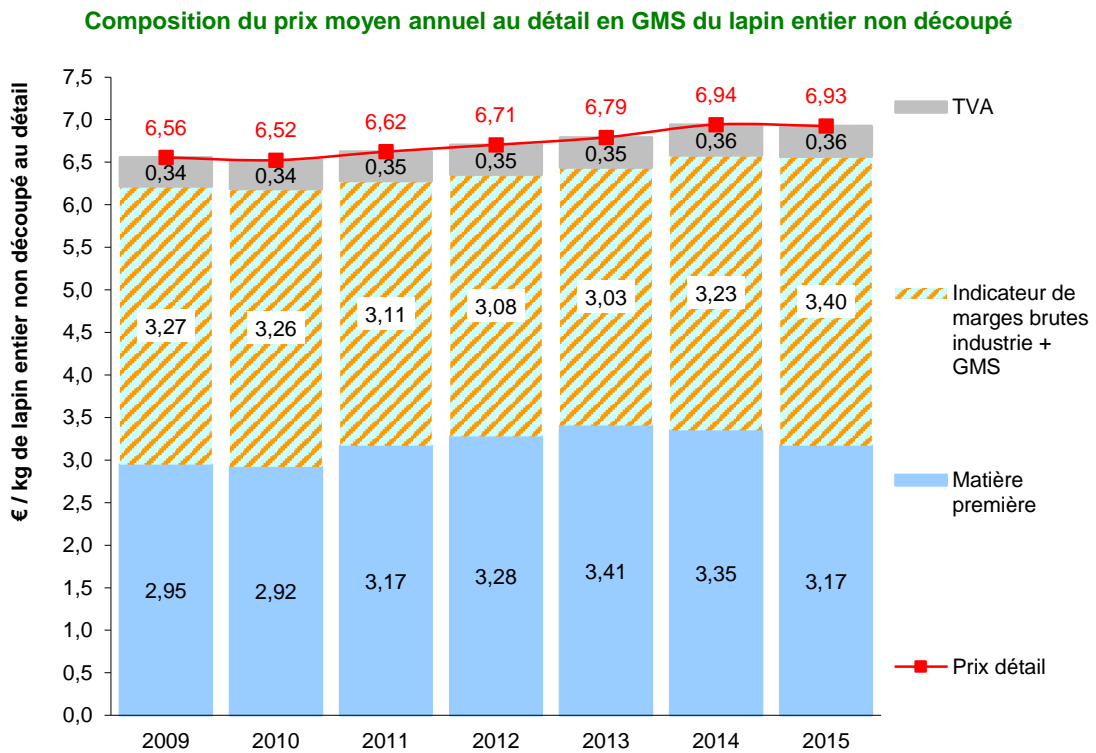
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 75



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

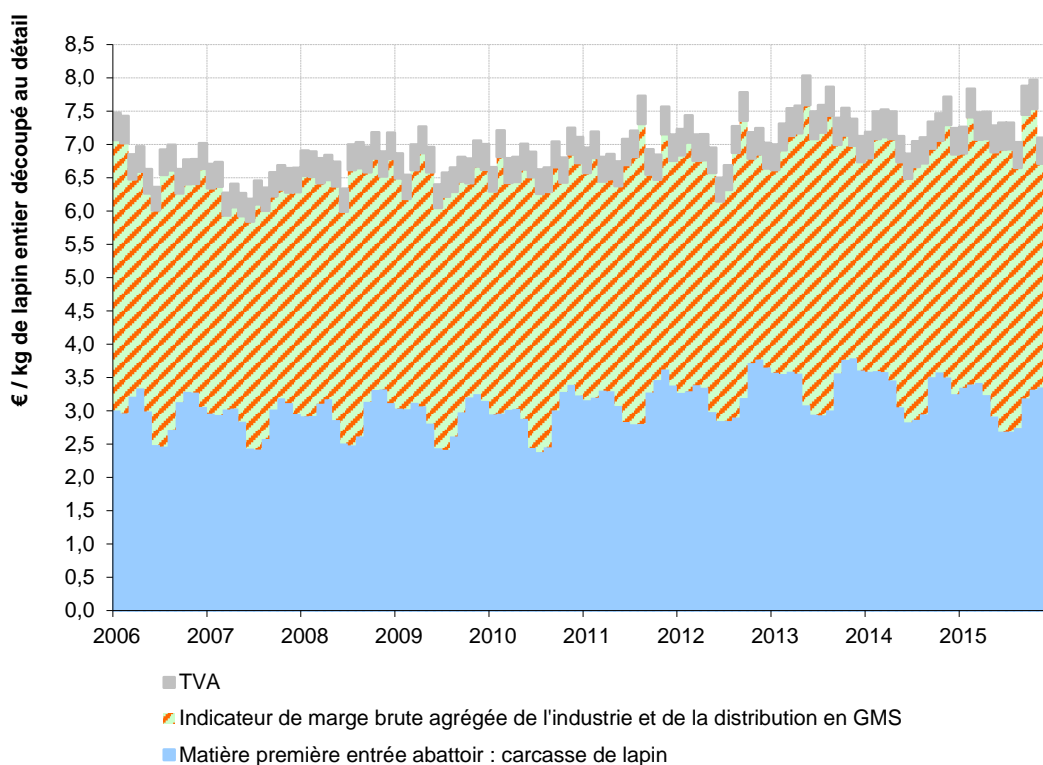
Graphique 76



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

Graphique 77

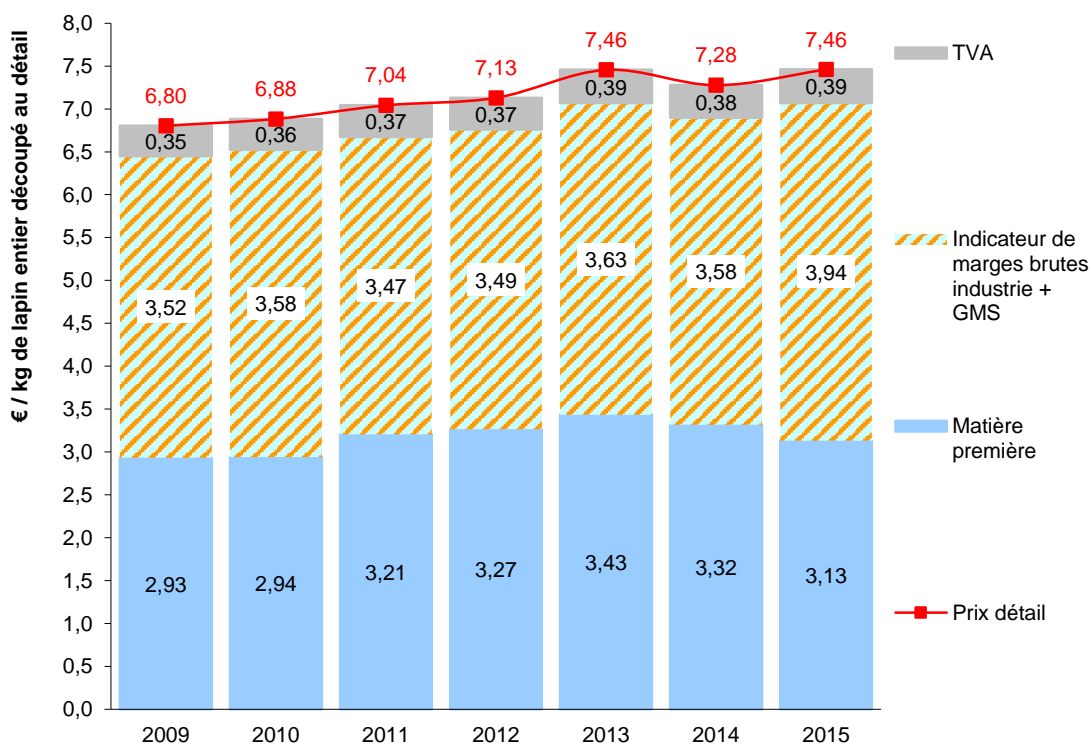
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du lapin entier découpé**



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

Graphique 78

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lapin entier découpé**



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

## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE VOLAILLES. VARIATION GLOBALE DE RECETTE DANS L'ÉLEVAGE DE VOLAILLES

### 4.1. Ciseau des prix

- (a) Le Graphique 79 met en relation les prix observés et « *simulés* » du poulet de label entrée abattoir avec le coût de l'aliment par kg de poulet de label.
- (b) Le Graphique 80 met en relation les prix observés et « *simulés* » du poulet de label au détail en GMS avec le prix du poulet de label entrée abattoir.

Ces prix « *simulés* » sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge sur aliment de l'élevage (a) ou de la marge agrégée de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2010, 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 2010.

Le coût en aliment en année de référence (2010) est issu des travaux de l'Itavi (cf. partie 5) ; le prix entrée abattoir est issu des enquêtes réalisées pour l'établissement de l'IPPAP Volailles. On en déduit la marge brute sur aliment en année de référence. Celle-ci est inflatée mois par l'indice des prix à la consommation (IPC) pour fournir les niveaux mensuels de la marge de référence. La marge brute mensuelle de référence est ajoutée au coût en aliment mensualisé pour donner le prix simulé mensuel des poulets sortie abattoir ; le coût mensualisé étant le coût en année de référence affecté de l'indice d'évolution du coût de l'aliment, source Itavi.

Le prix observé au détail est issu de Kantar Worldpanel ; la marge agrégée de référence est l'écart entre ce prix et le coût entrée abattoir en année de référence (2010), inflatée par l'IPC ; ajoutée au coût entrée abattoir chaque mois, elle donne le prix simulé au détail.

Dans les graphiques suivants, les données sont en niveau de prix (€) et non en indice, les montants aux différents stades permettant de présenter des graphiques en niveau suffisamment lisibles.

Du fait de l'intégration de la production par des fournisseurs d'aliment, la valeur des poulets à la production suit d'assez près les variations du coût de leur alimentation, en les amortissant toutefois : prix simulé et prix observé sont assez proches (Graphique 79).

Au détail en GMS, le prix observé est plutôt inférieur au prix simulé en période de hausse du prix amont, et, inversement, il présente par ailleurs des variations saisonnières ou liées à des promotions (Graphique 80).

À noter qu'un prix réel durablement inférieur au prix simulé peut indiquer une maîtrise croissante des charges (autres qu'achat du produit), liée à des gains de productivité, ou un « *rognage* » des marges sous l'effet de la concurrence.

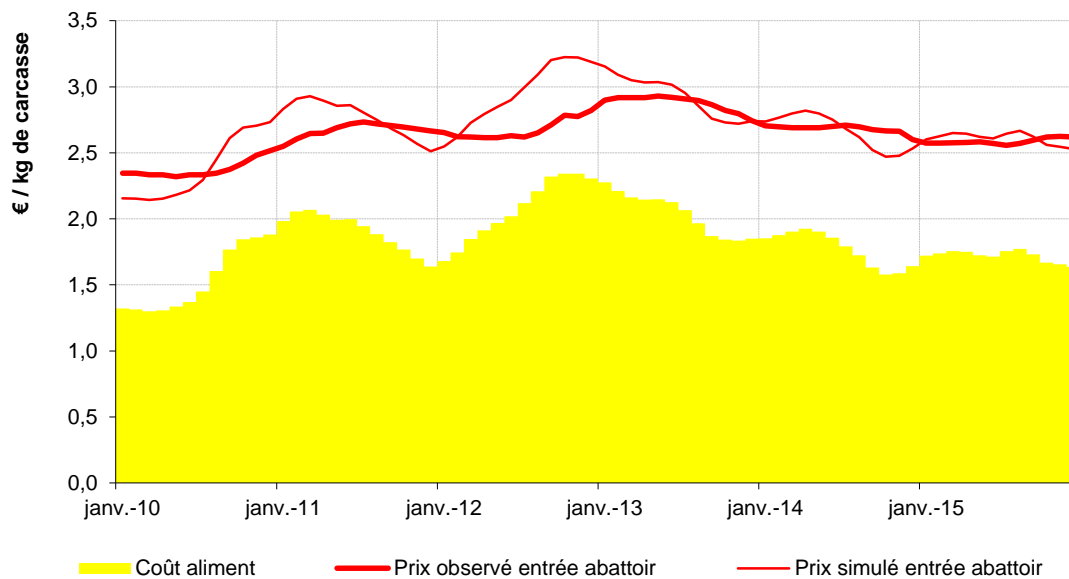
### 4.2. Variation globale de recette dans l'élevage

D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production de volailles a baissé de 36 M€, entraîné par un effet-prix négatif de 108 M€ (variation de prix 2015-2014 appliqué au volume 2015), non compensé par l'effet-volume (variation de volume 2015-2014 appliquée au prix 2014) de 72 M€. Ces 36 M€ de recette en moins pour l'élevage de volailles (éleveurs, éleveurs intégrés et leurs intégrateurs), par rapport à 2014, constituent un transfert bénéficiant à l'aval (avant effet des autres charges et des variations de prix des produits) et se répartissent entre le maillon abattage-découpe, la transformation, le commerce et la demande finale (consommateurs, export).



Graphique 79

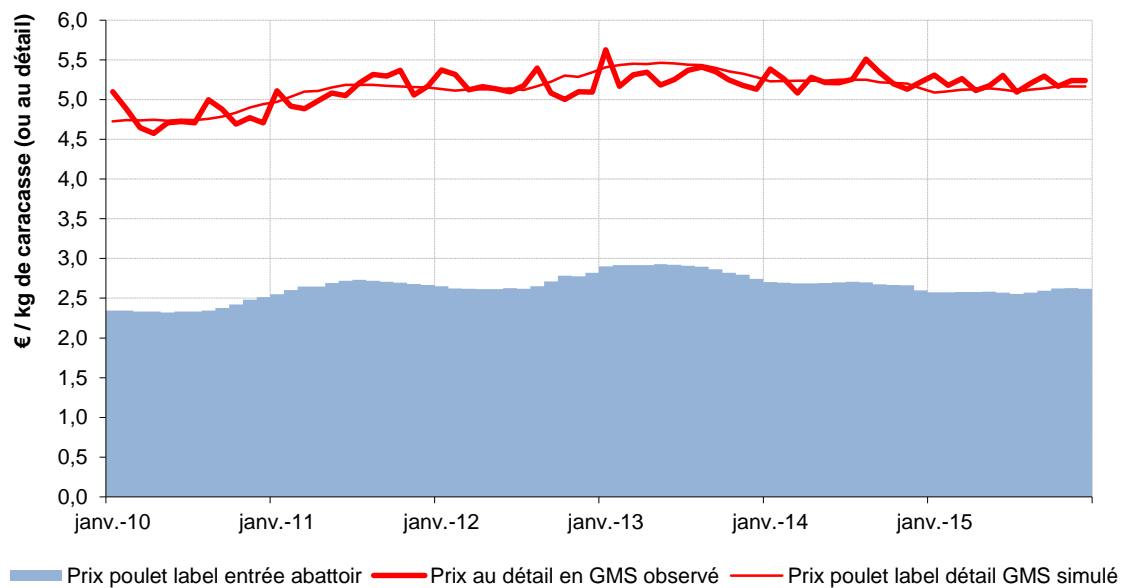
**Relation entre coût de l'aliment et prix du poulet de label entrée abattoir**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Itavi

Graphique 80

**Relation entre prix du poulet de label entrée abattoir et prix du poulet de label au détail en GMS**



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

## 5. COÛT DE PRODUCTION DES VOLAILLES EN ÉLEVAGE

La présentation suivante des coûts de production « *du vif* » (animaux livrés à l'abatteur) provient de l'Itavi (Institut technique de l'aviculture), et ce pour trois catégories de volailles : poulet standard, poulet Label Rouge et dinde. Ce coût de production du vif s'appuie sur les résultats technico-économiques moyens des exploitations appartenant aux organisations de production suivies par l'institut. La représentativité de l'échantillon 2014 est la suivante :

Tableau 15

### Échantillon des exploitations appartenant aux organisations de production de volailles suivies par l'Itavi

Production	Taille de l'échantillon (nombre de têtes)	Part dans la production nationale (en têtes)
Poulet standard	178 706 000	environ 50 % <sup>(1)</sup>
Poulet label	60 130 000	Environ 65 % des volailles sous label
Dinde standard	20 099 000	Environ 45 %

(1) En pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

Source : Itavi

Les coûts des années 2008 à 2014 fournis par l'Itavi proviennent du recueil des données déclaratives ou de simulations, pour certains postes, à partir de données réelles extrapolées :

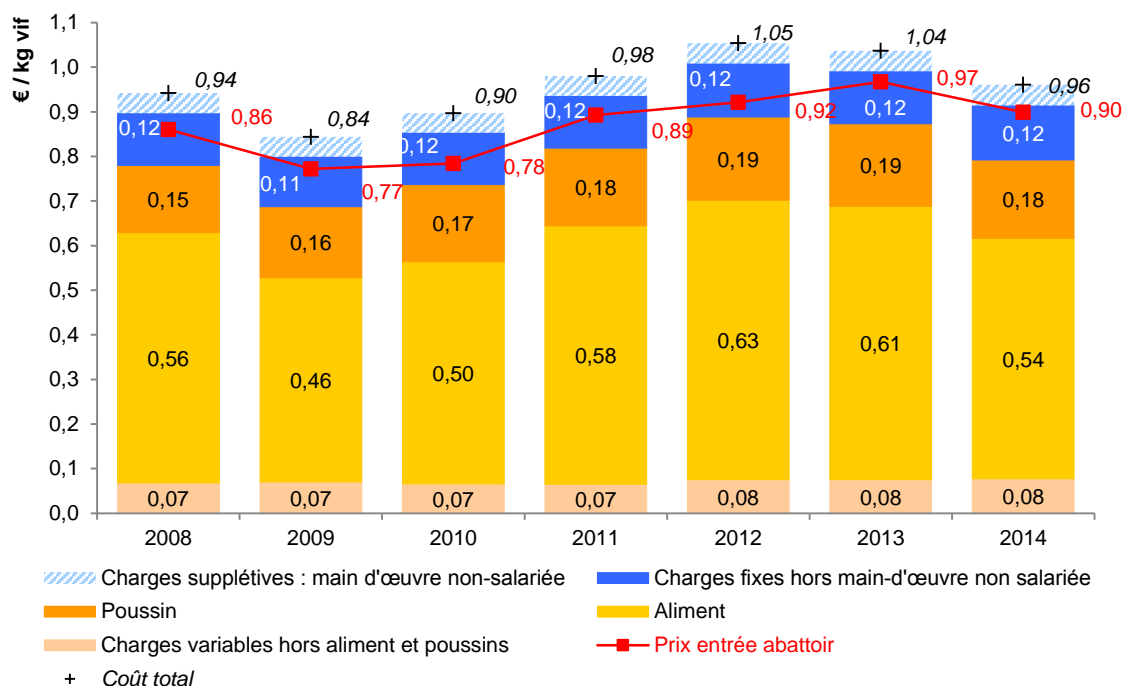
- **L'aliment** : le prix de l'aliment (et des poussins) est fixé par contrat entre intégrateur et éleveur. Ce prix de contrat peut être artificiel et biaiser le réel coût de production. Ainsi, l'Itavi calcule un coût de production de l'aliment (par l'intégrateur), évoluant selon l'indice « *coûts matières premières* » (établi par l'Itavi<sup>30</sup>) et selon l'inflation.
- **Les poussins** : prix estimés à dire d'experts.
- **Les amortissements** : l'Itavi considère un élevage ayant récemment investi dans des bâtiments neufs, financés à 80 % par emprunt bancaire. Le calcul des amortissements repose sur des durées moyennes d'amortissement, en distinguant les durées applicables aux bâtiments et au matériel. l'Itavi a choisi d'indexer les valeurs disponibles sur l'indice du coût de la construction. Les bâtiments d'élevage sous label font l'objet d'une estimation de coût sur la base d'une enquête auprès des organisations de production.
- **Les frais financiers** : le calcul des frais financiers pris en compte par l'Itavi repose sur une quotité d'emprunt de 80 % de l'investissement hors taxes, un taux d'intérêt de 3,7 % (moyenne des 5 dernières années) et une durée d'amortissement de 10 ans.
- **Les autres charges variables** : elles sont issues de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standards et certifié, et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.
- **Les charges de structure** : les charges concernant l'amortissement des bâtiments et du matériel et les frais financiers sont simulées par l'Itavi (sur la base de données actualisées de couts de bâtiments). Les autres charges fixes (assurance, entretien et réparation, terme fixe de la cuve, frais de gestion) sont issus de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standard et CCP et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.
- **Le travail** : le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est 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).

<sup>30</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/NoteIndiceCMP\\_ITAVI.pdf](http://www.itavi.asso.fr/economie/conjoncture/NoteIndiceCMP_ITAVI.pdf)

- Les postes non comptabilisés** : les frais d'agios sur l'aliment ou pour des ouvertures de crédit (avances de trésorerie que peuvent faire les organisations de production ou les coopératives aux éleveurs) et les charges relatives aux matériels divers sont trop dépendants de la situation de chaque éleveur pour que ce type de charge soit pris en compte dans des calculs de coût de production moyen. Pour les poulets label, l'incidence du déclassement d'une partie des animaux qui ne sont pas toujours valorisés au prix des animaux labellisés, dans le coût de production, n'a pas été prise en compte. Pour information, le pourcentage moyen de déclassés est de 5,7 % en poulet en 2014. Le coût du foncier engendré par la présence de parcours dans les productions sous label et « biologiques » n'est également pas pris en compte.

Graphique 81

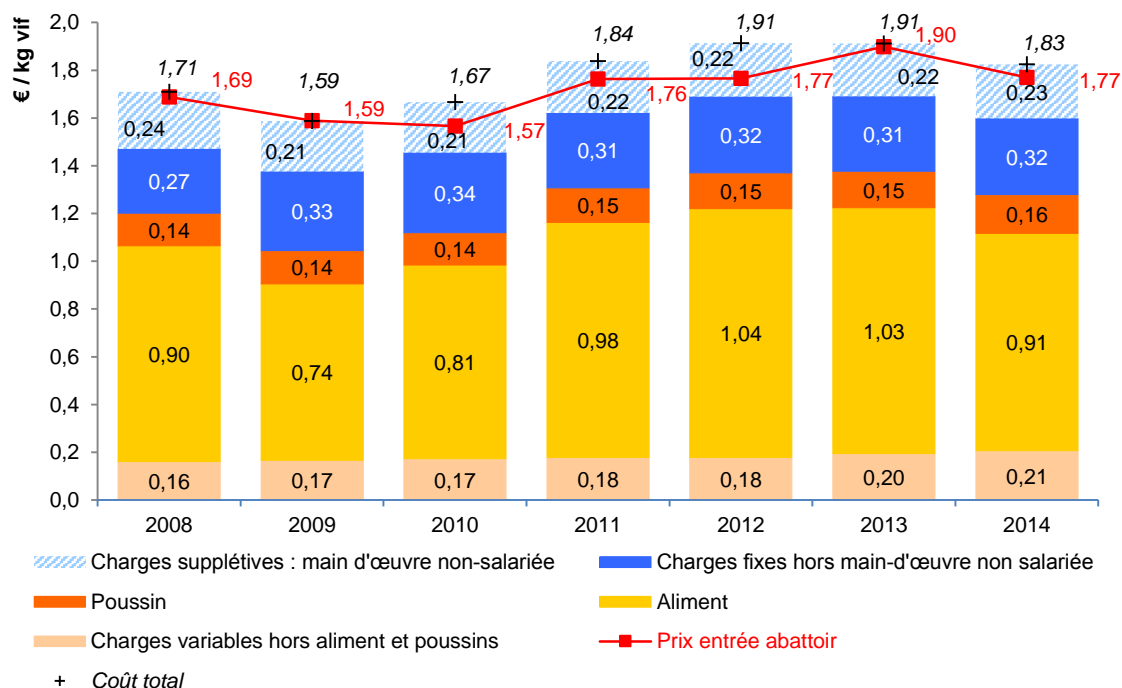
**Coût de production moyen du poulet standard avec charges supplémentives**



Source : Itavi

Graphique 82

**Coût de production moyen du poulet label avec charges supplémentives**



Source : Itavi

## 6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE VIANDE DE VOLAILLES

### 6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles spécialisées dans les espèces poulet et dinde

Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits de viande de volaille « *Poulets de chair et de Dindes* » constituaient une part importante (73 %) de la production vendue de biens et de leur chiffre d'affaires (67 %). L'échantillon ainsi constitué regroupe 60 entreprises.

La structure du compte montre la part prépondérante (64,9 % en 2013) du poste « *marchandises, matières premières et approvisionnements* », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le montant de ce poste augmente (en valeur) au fur et à mesure des années + 2 % en 2012 et + 3 % en 2013, parallèlement à la hausse du prix des volailles à la production. La part des autres postes diminue corrélativement.

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

Le poids des frais de personnel varie entre 11 % et 12 % de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, varie de 13 % à 14 % sur la période.

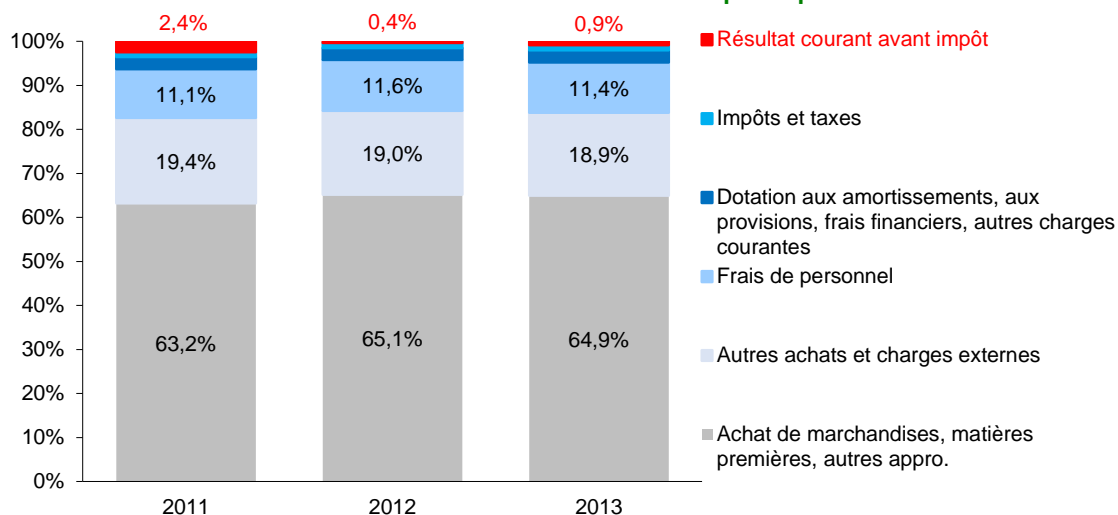
La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 83.

La part du résultat courant avant impôt est en hausse en 2014. Il passe de 0,4 % de la valeur produite en 2013 à 0,9 % en 2014. Il était de 2,4 % en 2012.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2014 (du moins à ce niveau de nomenclature de secteurs et de charges) ni, a fortiori, pour 2015. On peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, une baisse du poids des achats de matière première en 2014 et 2015, sous l'effet de la baisse du prix des animaux, à la production.

Graphique 83

#### Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles dans les espèces poulet et dinde



Source : OFPM par SSP d'après Esane

## 7. COMPTE DU RAYON VOLAILLES DES GMS

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

### 7.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Malgré son poids relativement modeste dans le CA total des rayons étudiés (6%) et dans leur marge brute totale (6%), le rayon volailles contribue sensiblement à la marge nette globale : 23% de la marge nette des rayons à marge nette positive en 2014 (hors boucherie, poissonnerie, boulangerie-pâtisserie-viennoiserie). Le poids de ce rayon dans les frais de personnel dédié, soit 2%, est le plus faible des sept rayons suivis : il y a peu de transformation de produit en magasin. La découpe d'UVCM dans certains hypermarchés reste rare. La vente assistée en rayon traditionnel est peu développée, à l'exception des comptoirs de rôtisserie présents dans certains magasins.

### 7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires, sont nettement moins importants que dans les rayons boucherie et charcuterie ou dans l'ensemble des rayons étudiés (9,2% en moyenne). Ceci s'explique par un fonctionnement en libre-service du rayon, sans activité de transformation importante en magasins (rôtisserie et préparation d'UVCM exceptées, lorsqu'elles existent). Ils s'élèvent à 3,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires en rayon Volailles. La marge semi-nette s'établit à 24,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires, supérieure aux autres charges. Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette pour 100 € de CA est de 7,8 € (hors affectation de l'impôt sur les sociétés) et de 5,0 € après répartition de l'impôt sur les sociétés, au deuxième rang derrière le rayon charcuterie.

Tableau 16

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : 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	72,7	
<b>Marge brute</b>	<b>27,3</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	3,1	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>24,2</b>	
Autres charges	16,5	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>7,8</b>	
Impôt sur les sociétés	2,8	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>5,0</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 1,5 € (*) de la marge nette moyenne de 5 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

### 7.3. Détail des charges du rayon volailles

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement environ 4,9 € de charges directes (dont 3,1 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 17,5 €. 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 22,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est le rayon dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus faibles.

Tableau 17

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles pour 100 € de CA

		Volailles
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,1
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,4
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>4,9</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,5
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,2
	Frais financiers	0,5
	Autres charges communes réparties (1)	7,4
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	2,8
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>17,5</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>22,4</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

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

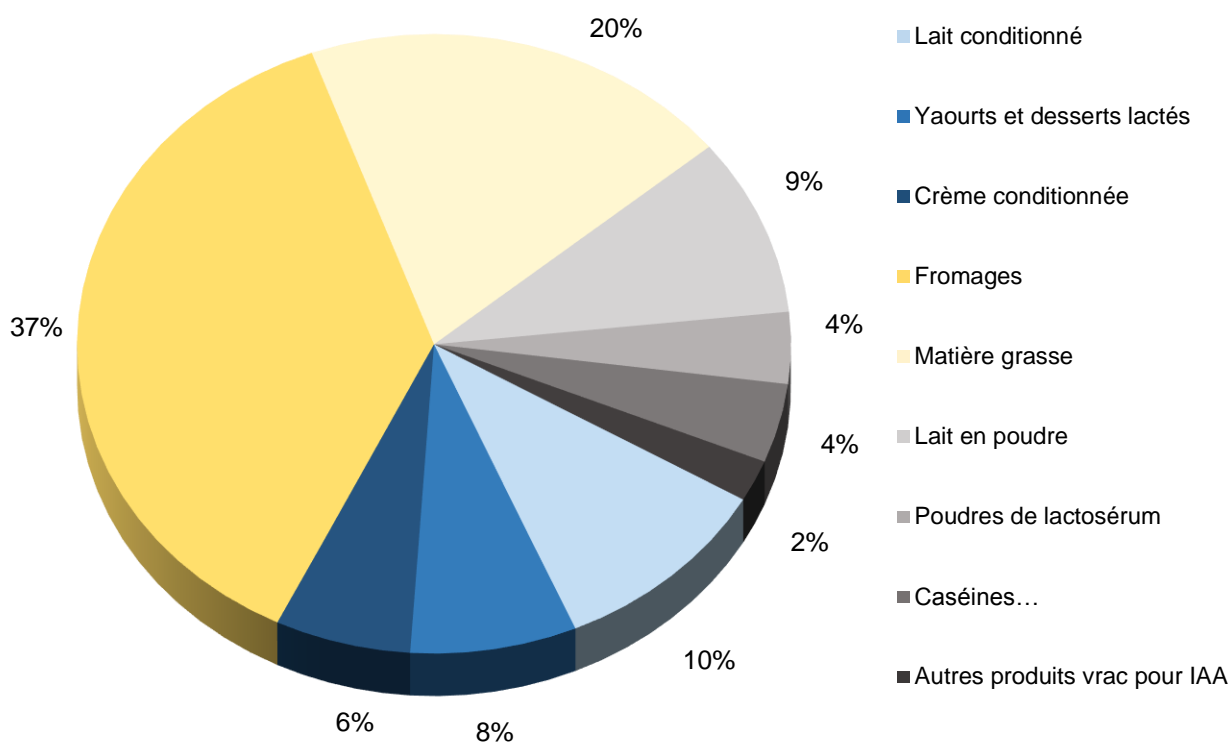
## Section 4 – Produits laitiers de lait de vache

### 1. BILAN ET FLUX DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS

Les 24,6 milliards de litres de lait collectés en France en 2014 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 (6 %), les poudres de lait (9 %), les yaourts (8 %), la poudre de lactosérum (4 %), le beurre (20 %) et les fromages qui absorbent 37 % du lait mis en œuvre. Caractérisée par une large gamme de fromages, la France est le deuxième pays producteur de l'Union européenne avec 1,8 million de tonnes produites en 2014, soit un cinquième de la production communautaire.

Graphique 84

**Part dans les fabrications laitières françaises des différentes catégories de produits, en proportion du lait mis en œuvre (matière sèche utile)**



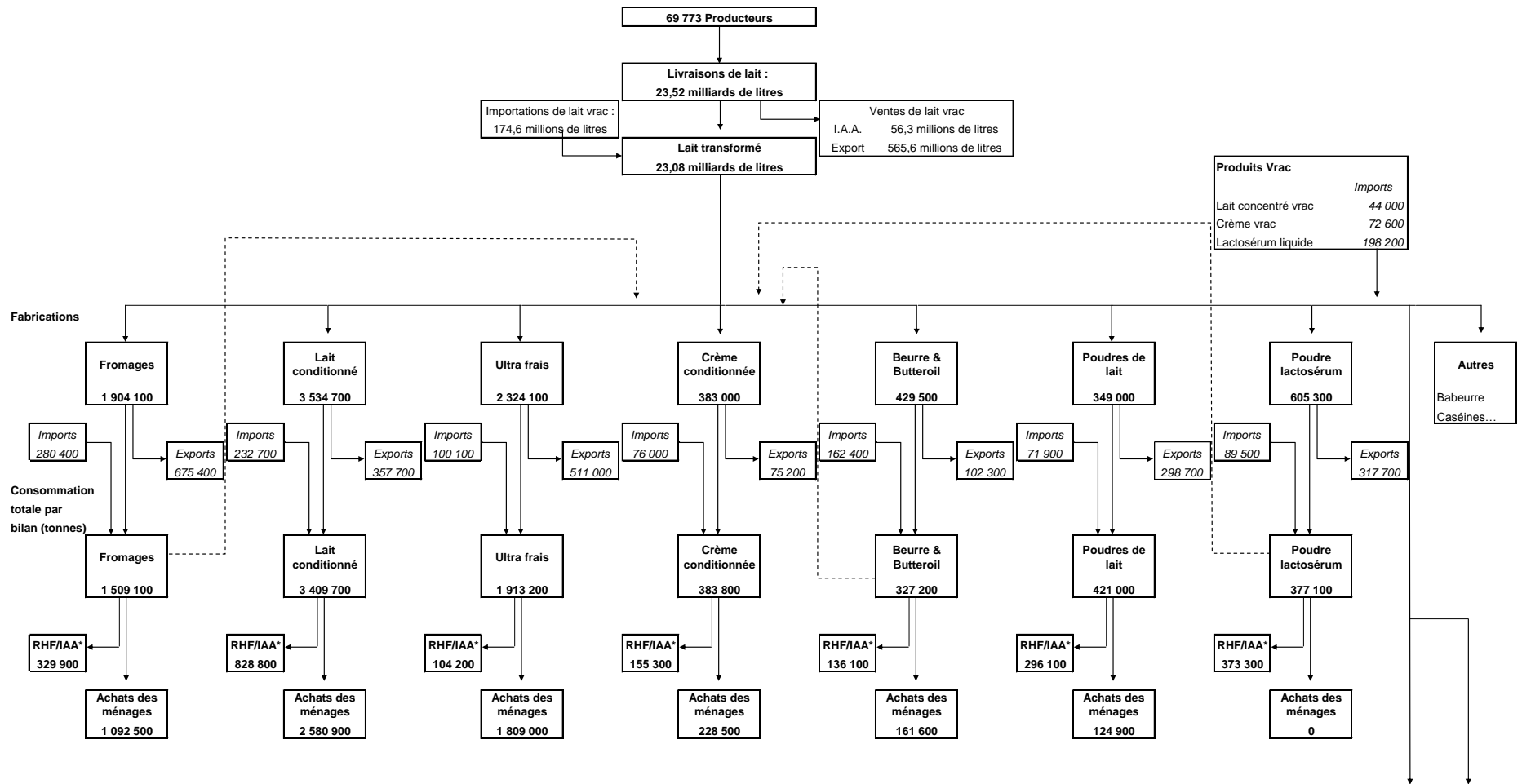
Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES 2014

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. Le solde commercial en produits laitiers de la France avec l'Union européenne était de 2,4 M€ en 2014, représentant 63% du solde en produits laitiers tous partenaires confondus.

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-viennoiserie-pâtisserie et des crèmes glacées. Les achats de fromages par les ménages représentent en volume environ 70 % de la consommation (Schéma 9), une part non négligeable étant destinée aux IAA et surtout à la RHF (fromages ingrédients : emmental, mozzarella...).

Schéma 9

**Bilan des flux dans la filière des produits laitiers en 2010**



Tous les chiffres sont exprimés en tonnes, sauf mention contraire

Autres produits Vrac	IAA	Export
Lait concentré vrac	15 700	58 900
Crème vrac	19 300	215 900
Lactosérum liquide	87 100	6 700

Sources : FranceAgriMer d'après SSP (Enquête Annuelle Laitière), Douanes, Kantar Worldpanel, et estimations



## 2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel (se reporter aux éditions précédentes pour plus de précision).

### 2.1. Méthode de calcul de la valeur de la matière première nécessaire à la fabrication des PGC laitiers

La méthode de calcul des indicateurs de marges brutes industrielles unitaires sur PGC tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation entraîne la production de coproduits non destinés en l'état à la consommation et vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La valorisation de ces coproduits est donc intégrée dans le coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

Le déphasage entre la saisonnalité de la production laitière et celles des fabrications de produits laitiers entraîne des excédents saisonniers. Par ailleurs, la collecte de lait de vache et le marché des produits de grande consommation n'évoluent pas forcément de façon parallèle. L'écart entre les deux est comblé par un volume de lait transformé en produits industriels (PI) stockables assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable, est lui aussi intégré dans l'analyse.

Dans la suite de l'analyse, par hypothèse, on considère que la totalité des excédents ainsi calculés est transformée en PI. De même, on retient l'hypothèse selon laquelle l'ensemble des coproduits sont valorisés en produits industriels, que cela corresponde à une valorisation réelle sur ce marché, ou à l'équivalent d'une cession intra-entreprise (cf. le cas du beurre plaquette).

D'une manière générale, l'indicateur de marge brute sur un produit élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit et le coût de sa matière première.

Pour les produits de grande consommation issus de l'industrie laitière, le coût de la matière première doit prendre en compte l'ensemble du lait dont la collecte est nécessaire, y compris la fraction valorisée en coproduits, les excédents saisonniers liés aux PGC et les excédents annuels.

À ce coût d'achat total du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des produits induits (coproduits issus de la transformation elle-même et produits fabriqués à partir du lait d'excédents), celle-ci correspondant à la différence entre le produit de la vente de ces produits et le coût 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 augmenté.

### 2.2. Sources pour les prix aux différents stades de la filière laitière

Le prix du lait payé aux producteurs fait l'objet d'une enquête mensuelle du service de la statistique et de la prospective (SSP) du ministère de l'agriculture et d'un sondage mené mensuellement par FranceAgriMer sur le prix du lait, en attendant les résultats de l'enquête du SSP.

Compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs ne représente pas directement le « *coût de la matière première agricole* » des produits laitiers transformés (cf. *supra*).

Les prix des principaux PGC sortie industrie sont fournis mensuellement à l'observatoire par l'Insee dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Pour la période antérieure à celle couverte par la source précitée, on utilise les données de l'enquête annuelle Prodcum du SSP (quantités et valeurs des ventes de produits des industries alimentaires), mensualisées au moyen des indices mensuels de prix de production de l'industrie de l'Insee ainsi que la cotation de l'emmental établie par le syndicat interprofessionnel du gruyère français (jusqu'en 2008).

Les prix au stade du consommateur en GMS sont issus des panels consommateurs Nielsen ou Kantar Worldpanel suivant les périodes étudiées. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré des volumes achetés, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets promotions.

### 3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES PRODUITS LAITIERS

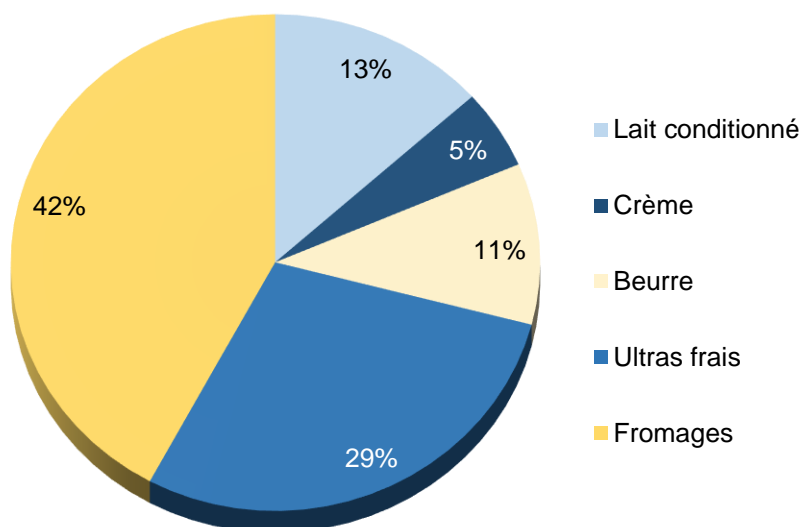
#### 3.1. Représentativité des produits suivis

Les travaux de l'observatoire ont porté sur les cinq produits suivants, commercialisés en grande distribution (hyper et supermarchés) : lait UHT demi-écrémé, yaourts naturels, emmental, beurre plaquette 250 g et camembert, représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 85

#### Structure des achats des ménages en produits laitiers en valeur en 2014

Total : 14,9 milliards d'euros



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

En moyenne sur la période 2008-2012, les cinq produits retenus représentent :

- 28% de la valeur totale des achats des ménages de produits laitiers (hors fromages de chèvre et fromages de brebis),
- 47% du total des achats en kg de matière fraîche
- et 39 % du total des achats en kg de matière sèche utile (MSU).

En valeur :

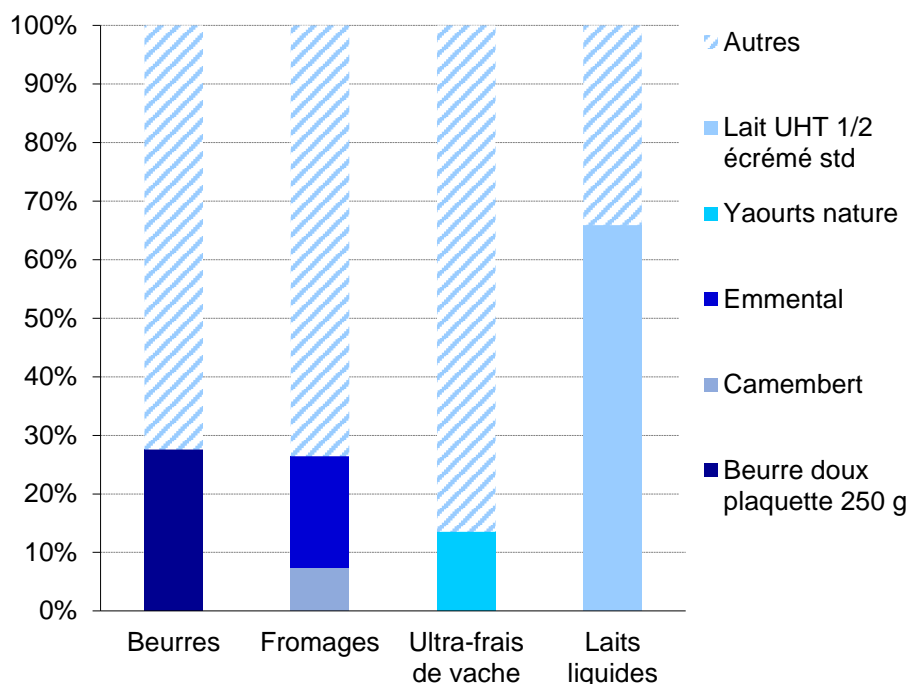
- le lait UHT demi-écrémé représente 66 % des achats de laits conditionnés,
- le beurre plaquette 250 g, 28 % des achats de matières grasses solides,
- le yaourt nature, 14% de l'ultra-frais,
- le camembert et l'emmental, respectivement 7% et 19% des achats de fromages de vache. (Graphique 86)

Ces proportions sont bien moins importantes en volume, que ce soit en poids frais ou en MSU.

La saisonnalité des achats est assez peu marquée pour les produits laitiers : la composition du panier des cinq produits retenus est quasiment stable en proportion sur les douze mois de l'année. Les achats s'intensifient globalement en hiver (janvier, février) et sont à leur point le plus bas en été (juillet).

Graphique 86

**Représentativité de chaque produit suivi au sein de sa famille, en valeur des achats**  
**Moyenne 2008-2012**



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

**3.2. Le contexte du marché des produits laitiers en 2015**

L'année 2015 a été caractérisée par un déséquilibre entre une offre abondante, tirée par le dynamisme de la collecte européenne notamment, et une demande en repli des principaux importateurs. Ainsi, la situation sur le marché français du lait de vache s'est dégradée, avec non seulement une baisse de 15 % à 16 % des prix du lait (réel et standard) à la production mais également une chute des cours des produits industriels, de 30 % pour la poudre de lait écrémé, 21 % pour la poudre grasse et 15 % pour le beurre, comparativement à 2014. Si la baisse du prix du lait a été un handicap pour les producteurs, réduisant leurs revenus, la moindre valorisation des coproduits industriels a également pénalisé l'industrie, en renchérissant le coût en matière première des produits de grande consommation.

La hausse de la production laitière a également entraîné une augmentation de la part des produits industriels (beurre-poudre, dont les prix ont baissé comme signalé plus haut) dans le « *mix-produit* » français du fait de la stagnation en volume d'équivalent-lait du marché national des PGC

Les prix moyens toutes gammes (marques nationales et marques de distributeurs confondues) au détail en GMS des produits laitiers suivis par Kantar Worldpanel ont augmenté en 2015. Ceci résulte de la réduction des écarts de prix entre produits de marques nationales et de marques de distributeurs, entraînant un déplacement de la structure des achats vers les marques nationales, et donc une augmentation du prix moyen toutes gammes par produit.

### 3.3. Lait UHT demi-écrémé

Le lait UHT demi-écrémé est le produit le plus représentatif du segment du lait conditionné, comptant pour 76 % des volumes achetés par les ménages en 2015 (une proportion stable depuis quelques années).

En moyenne annuelle (Graphique 88), son prix moyen pondéré (marques nationales, marques de distributeurs, 1<sup>er</sup> prix<sup>31</sup>) en GMS s'est établi à 0,76 €/litre en moyenne annuelle sur 2015. Avec une hausse de 1 centime d'euro/litre par rapport à 2014, il a atteint son plus haut niveau. Sur la longue période, la hausse du prix au détail est en partie due à l'évolution de la structure du panier « *lait UHT demi-écrémé* » : il recouvre des produits de gammes et de niveaux de prix différents, dont les proportions ont évolué. Ceci contribue également à la hausse de la marge brute industrielle.

Pour le lait UHT, les volumes de coproduits fabriqués (et valorisés aux prix des PI) restent limités et la baisse du prix du lait a un impact plus important sur le coût d'achat de la matière première PGC. C'est pour cette raison que ce dernier affiche en 2015 une diminution de 3 centimes/litre en moyenne par rapport à 2014.

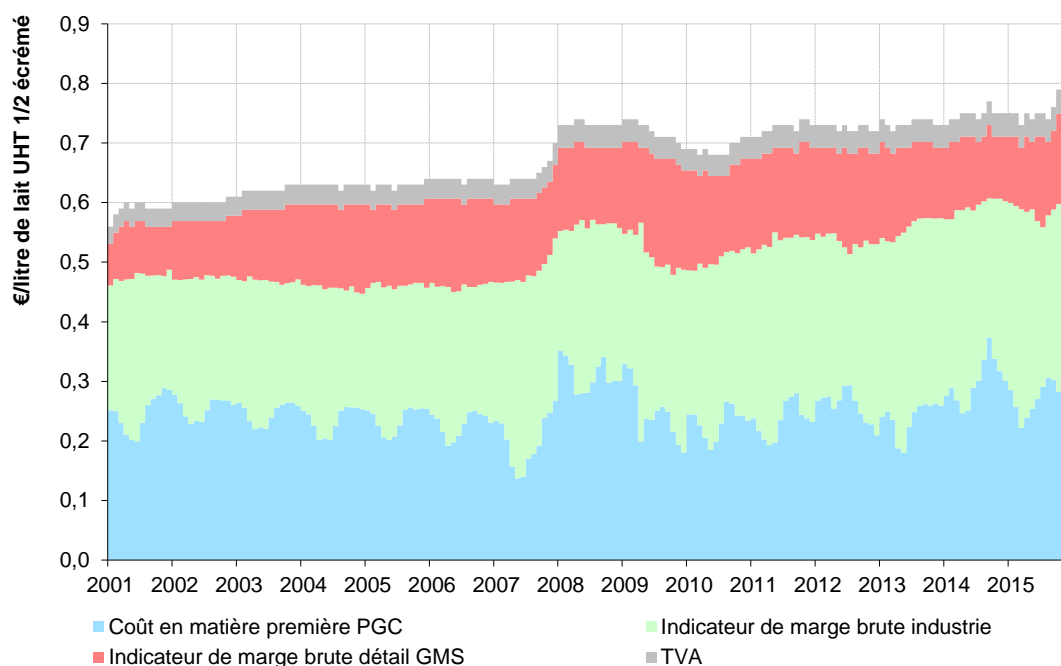
Cette baisse du coût en matière première ne paraît pas avoir été transmise à l'aval puisque, parallèlement, l'indicateur de marge brute de l'industrie a augmenté de 3 centimes, d'où une stabilité du prix du lait demi-écrémé sortie industrie.

L'indicateur de marge brute de la distribution a progressé d'un centime (assez peu significatif compte tenu de la précision des données de base).

Après une année 2014 où les indicateurs de marges brutes des deux maillons aval avaient été orientés à la baisse, la tendance s'est donc inversée en 2015.

Graphique 87

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du lait 1/2 écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



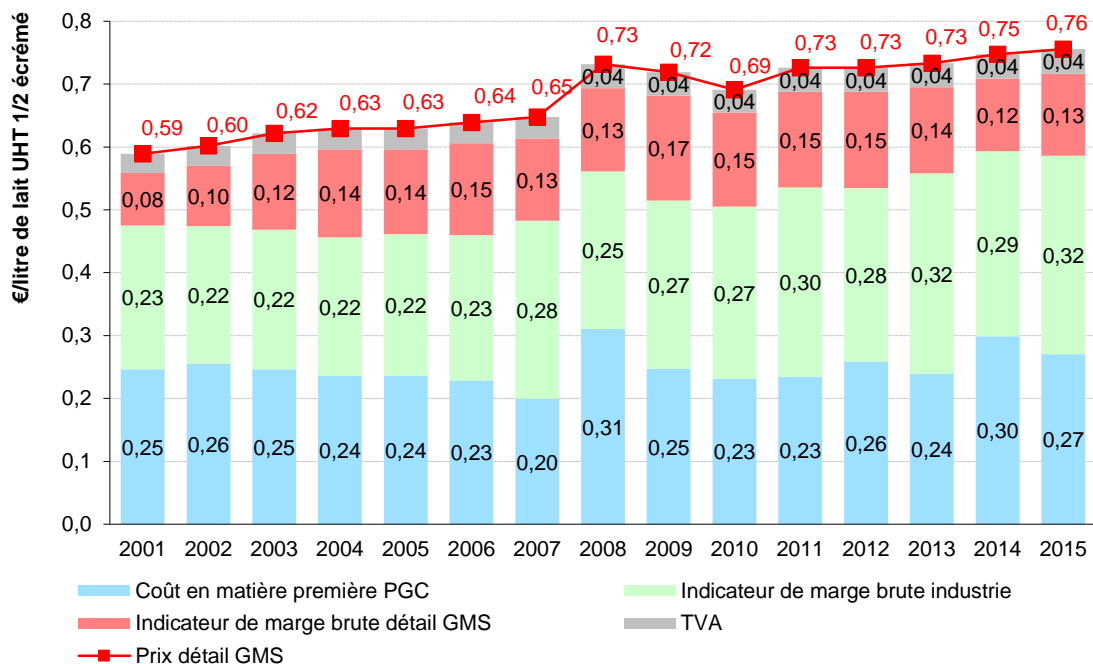
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Rappel : le coût en matière première du PGC pour l'industriel est la valeur du lait sortie ferme techniquement nécessaire pour la transformation et la valeur de la quote-part de lait excédentaire collecté par l'industriel, corrigée de la valorisation (positive ou négative) des coproduits industriels du PGC (beurre, poudres).

<sup>31</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 88

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Rappel : le coût en matière première du PGC pour l'industriel est la valeur du lait sortie ferme techniquement nécessaire pour la transformation et la valeur de la quote-part de lait excédentaire collecté par l'industriel, corrigée de la valorisation (positive ou négative) des coproduits industriels du PGC (beurre, poudres)

### 3.4. Yaourts nature

La répartition des achats des ménages entre les différentes marques de yaourts en super et hypermarchés (hors maxidiscompte) est hétérogène : les yaourts 1<sup>er</sup> prix ne représentent plus que 2 % du marché en volume en 2015, alors que les yaourts de marques de distributeurs (MDD) comptent pour 52 % des volumes. Il s'agit toutefois d'une proportion en repli par rapport à 2014. Ce sont les yaourts de marques nationales (MN) qui ont connu le meilleur développement en 2015, pour occuper 46 % du marché des yaourts natures. C'est sur ces deux segments (MDD et MN) majoritaires que porte l'analyse.

Entre 2008 et 2015, la part de marché en volume des yaourts natures MDD et MN au sein de l'ensemble des yaourts a évolué à la hausse ou à la baisse selon les années. Une montée en puissance du segment MDD a pu être observée notamment entre 2009 et 2010 mais la tendance est particulière en 2015 avec le retour des MN. Ces évolutions sont prises en compte dans l'analyse du prix au détail des yaourts natures, grâce à l'utilisation, à ce stade, du prix moyen pondéré par les volumes issus du panel de consommateur Kantar Worldpanel.

Par homogénéité, et afin de prendre en compte ces évolutions de la catégorie yaourts natures tout au long de l'analyse, le prix retenu au stade industriel est la moyenne pondérée par les volumes des prix de chacun des segments. Autrement dit, que ce soit au stade industriel ou au stade distribution, le yaourt « moyen » observé sur une longue période est une moyenne pondérée des types de yaourts achetés par les ménages<sup>32</sup>. En l'absence de données antérieures à 2008 sur les parts de marché relatives des MN et MDD, les pondérations 2008 sont, par hypothèse, reprises pour les années antérieures.

Le prix de la matière première représente une part plus faible du prix final pour le yaourt que pour le lait UHT. En effet, les yaourts sont des produits plus élaborés, plus chers à fabriquer (entre autre avec le conditionnement) et plus périssables (d'où des frais logistiques nettement supérieurs, notamment via la réfrigération), ce qui augmente la part des coûts annexes autres que celui de la matière première. De plus, les volumes issus des excédents mais également des coproduits de fabrication sont encore relativement restreints (par comparaison avec les fromages).

Ainsi, le coût d'achat de la matière première PGC a diminué de 3 centimes/kg en 2015 (Graphique 90) pour le yaourt nature, comme pour le lait UHT demi-écrémé.

Sur ce produit également, les industries n'ont pas transmis la baisse du coût de la matière première et ont restauré une partie de leur indicateur de marge brute (+ 4 centimes/kg), rogné en 2014. Il peut être remarqué que si le prix de la matière première PGC a varié au cours de l'année (Graphique 89), en lien avec le prix du lait, qui a enregistré sa traditionnelle hausse estivale en restant toutefois sous les niveaux pratiqués un an auparavant, les variations ont été amorties par le maillon de l'industrie : les prix du yaourt nature à la sortie de ce stade ont été globalement stables tout au long de l'année. Les légères variations observées sur le prix au détail sont donc à mettre au compte du maillon de la distribution (notamment sous l'effet des promotions), même si son indicateur de marge brute a été en moyenne stable sur l'année 2015 par rapport à 2014.

Le prix payé par le consommateur pour les yaourts natures « moyens » est donc resté inchangé par rapport à l'année précédente.

Cette évolution est liée à une augmentation de la proportion des yaourts de marques nationales, dont le prix au détail s'est infléchi de 6 centimes/litre en 2015 (Graphique 91, Graphique 92), alors que le prix au détail des yaourts de marques de distributeurs a augmenté d'un centime (Graphique 93, Graphique 94). Il s'agit d'une tendance, constatée également sur d'autres produits, à la réduction de l'écart entre les MN et les MDD.

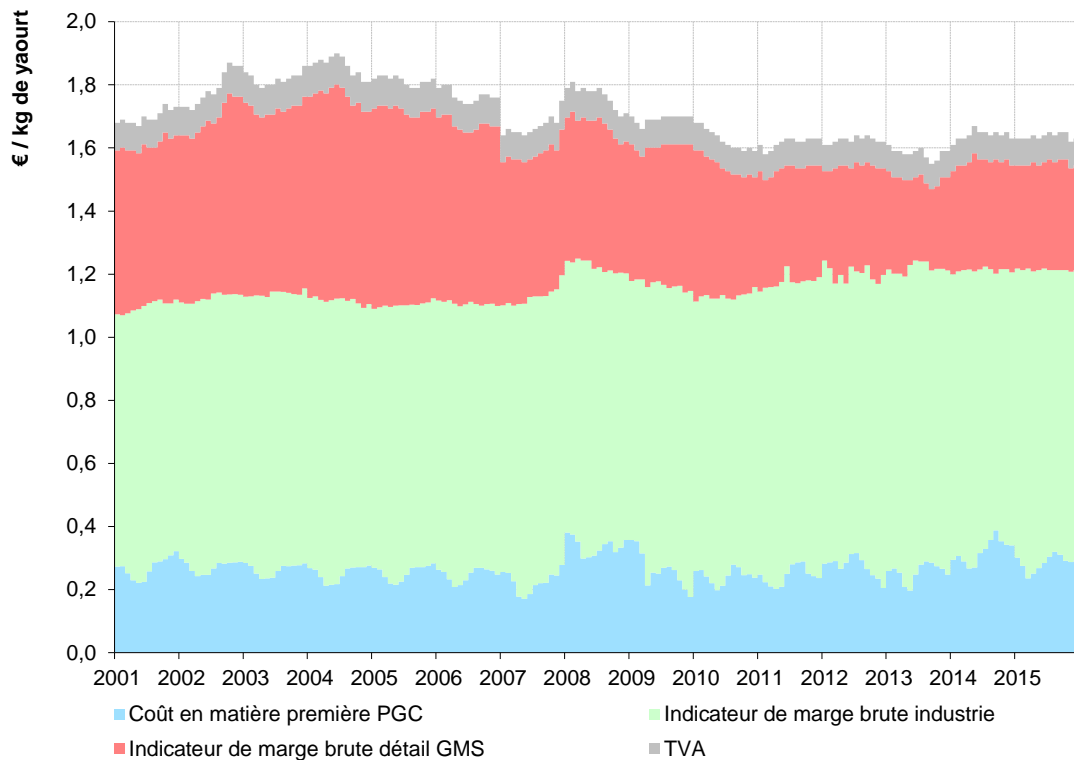
Le maillon de la distribution voit son indicateur de marge brute baisser sur les yaourts de marques nationales (- 5 centimes) - effet probable d'une concurrence entre enseignes sur les grandes marques, - alors qu'il a augmenté de 2 centimes sur les yaourts de marques de distributeurs.

Sur ces deux produits, l'indicateur de marge brute de l'industrie a gagné 2 à 3 centimes, alors que l'année précédente l'industrie avait amorti la hausse du prix de la matière première des PGC.

<sup>32</sup> Le panier de produits (MN + MDD) est donc de composition variable, les proportions de MN et de MDD évoluant dans les achats des consommateurs. Ainsi, l'évolution du prix moyen est en partie déterminée par celle de ces proportions et non selon le seul effet de l'évolution des prix des MN et des MDD. Une approche centrée sur le suivi des seuls effets des prix nécessiterait de considérer un panier de composition constante en MN et MDD.

Graphique 89

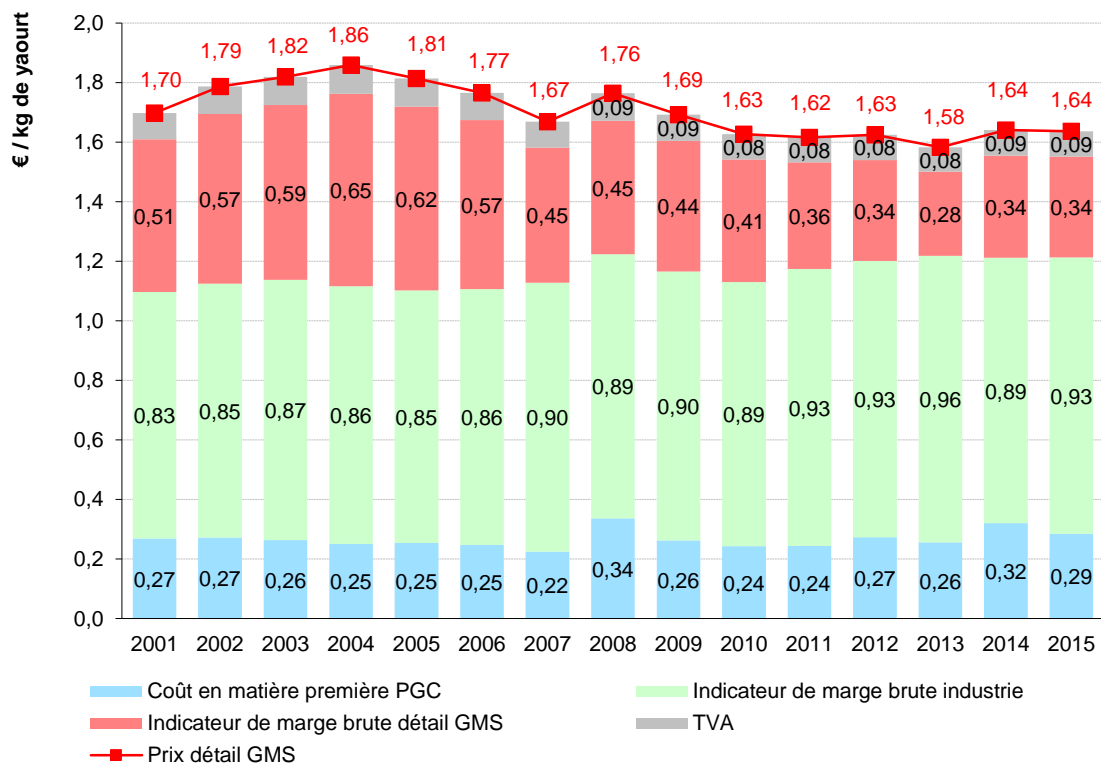
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 90

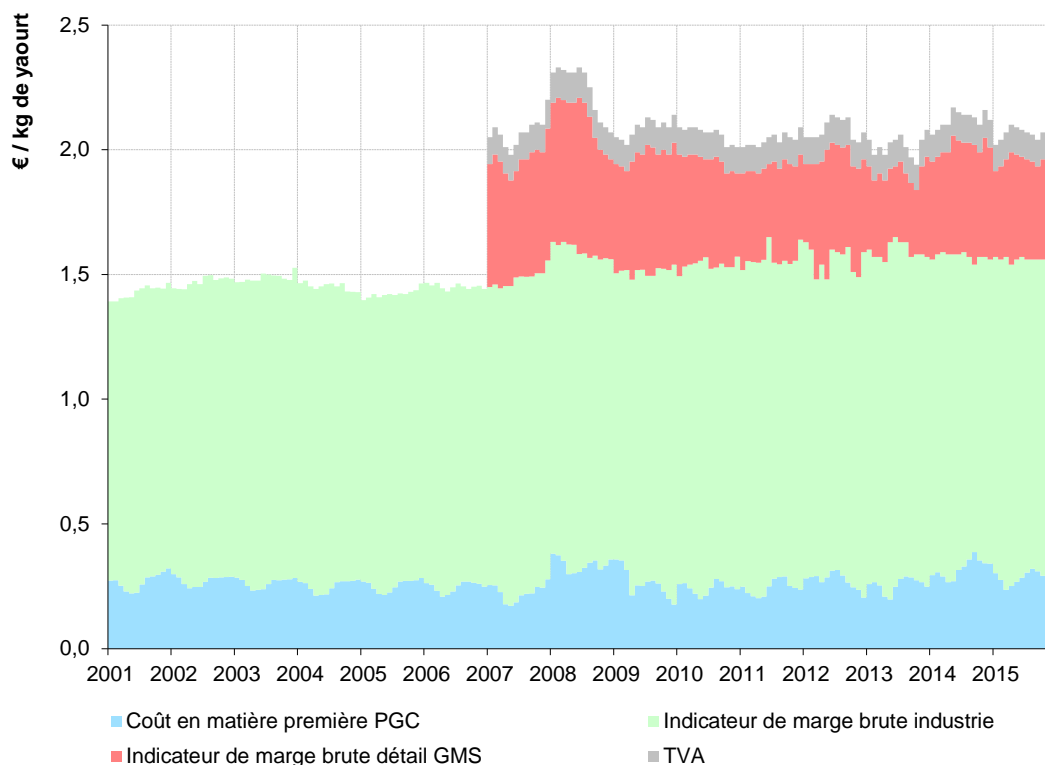
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 91

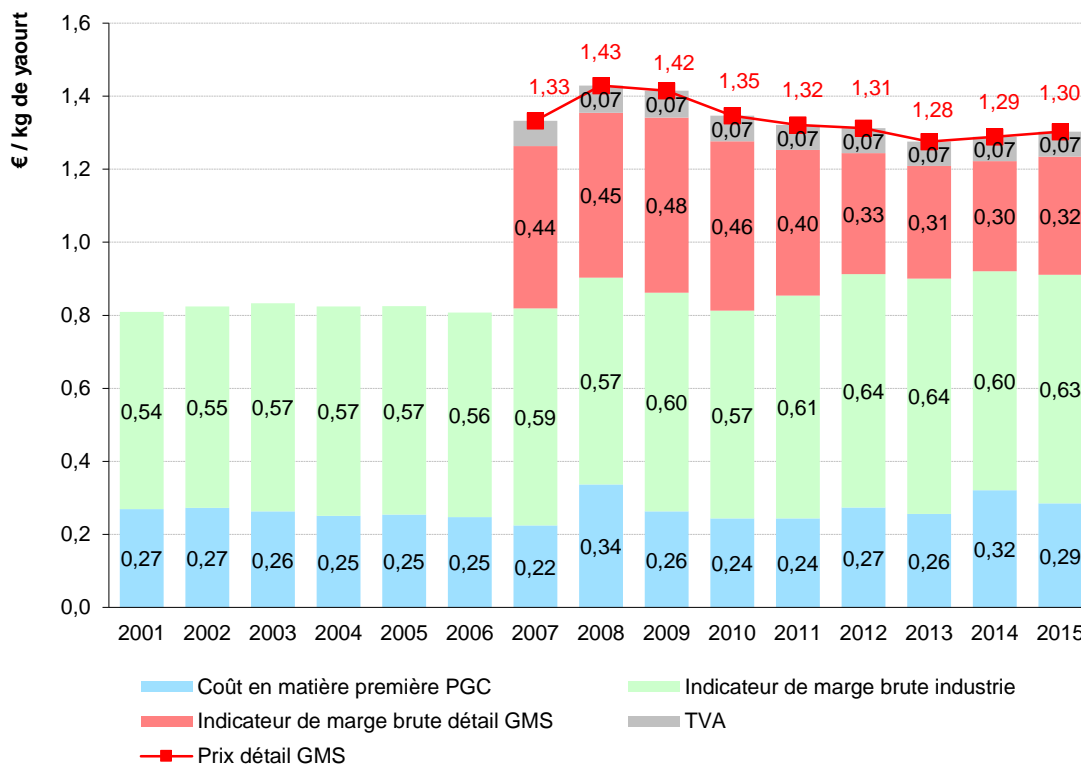
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « marque nationale » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 92

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « marque nationale » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**

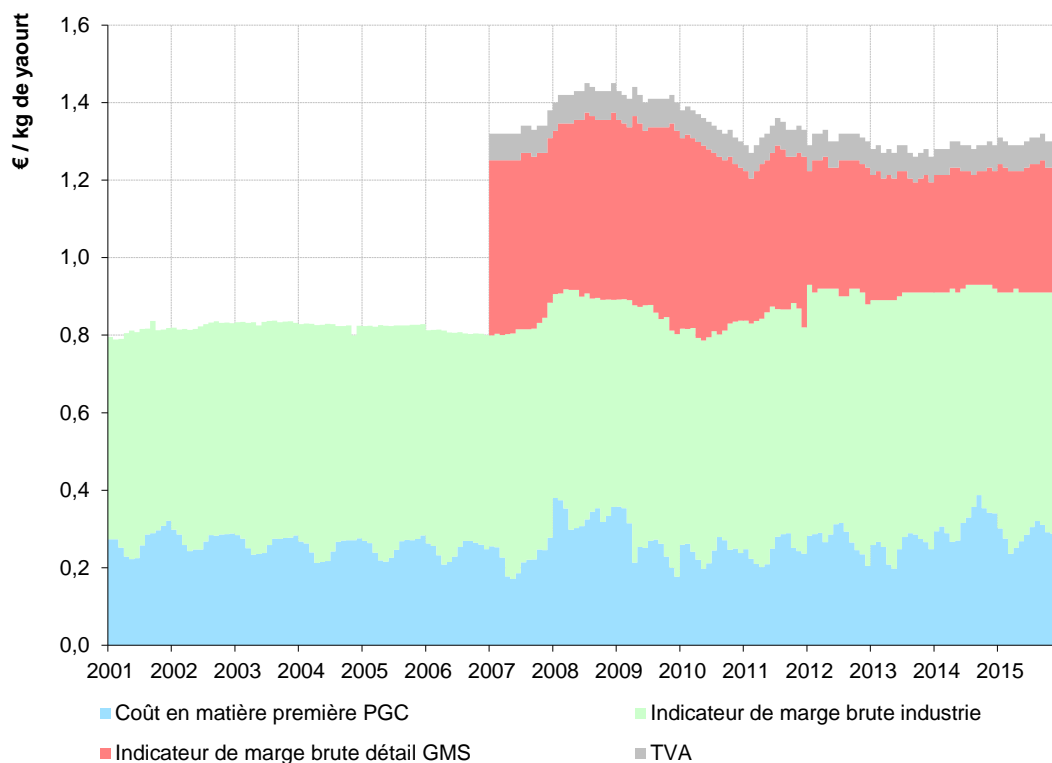


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer



Graphique 93

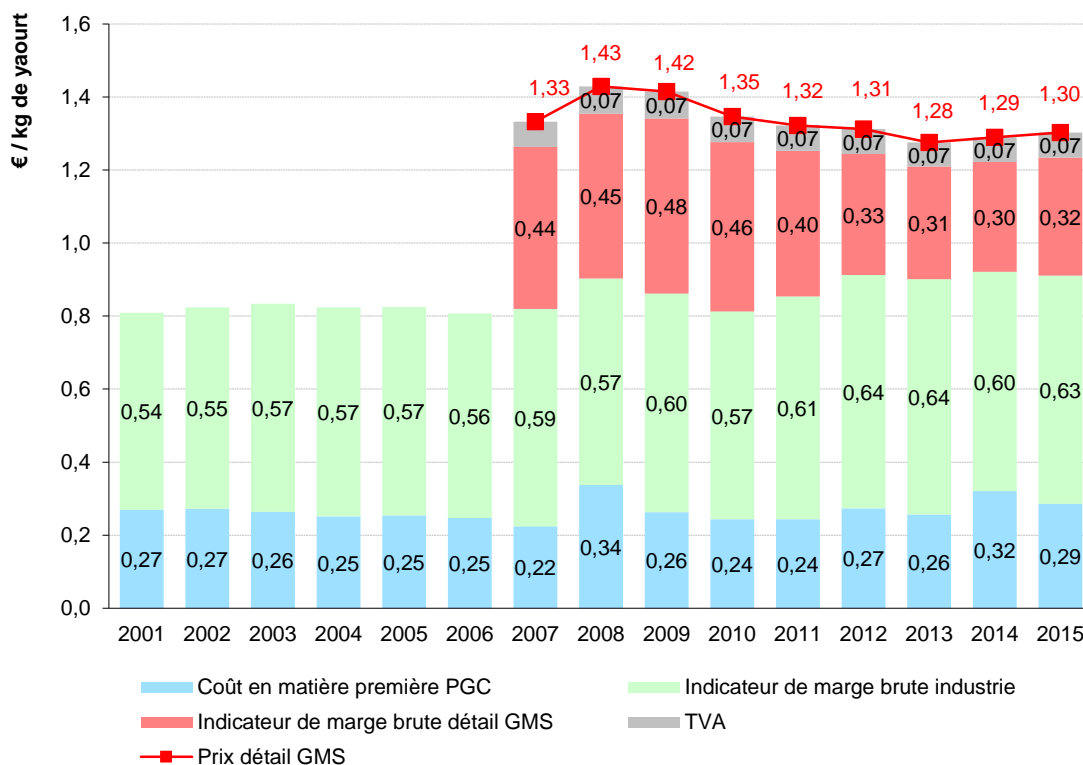
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « marque de distributeurs » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 94

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « marque de distributeurs » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.5. Emmental

L'emmental, râpé ou en portion, représente, avec 23 % des achats des ménages en volume en 2015, le plus gros segment du rayon fromages (issus de lait de vache), devant le camembert (8 % des achats). On suit ici « *l'emmental moyen* », composé de 70 % d'emmental rapé et de 30% d'emmental en portions préemballées, toutes gammes confondues : marques nationales, marques de distributeurs et produits 1<sup>er</sup> prix<sup>33</sup>. Avec 59 % des volumes en 2015, les marques de distributeurs représentent le segment principal, qui a connu une forte montée en puissance depuis 2008, année lors de laquelle il représentait 48 %, aux dépens à la fois des marques nationales et des produits 1<sup>er</sup> prix.

Compte tenu du volume de lait nécessaire à la fabrication d'un kilogramme d'emmental, plus important que pour d'autres produits (plus de 11 litres en moyenne sur 2000 - 2015), le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage, et les évolutions du prix du lait ont de fortes répercussions sur l'indicateur de marge brute industrielle de cette filière. Les volumes de coproduits valorisés en produits industriels sont également importants.

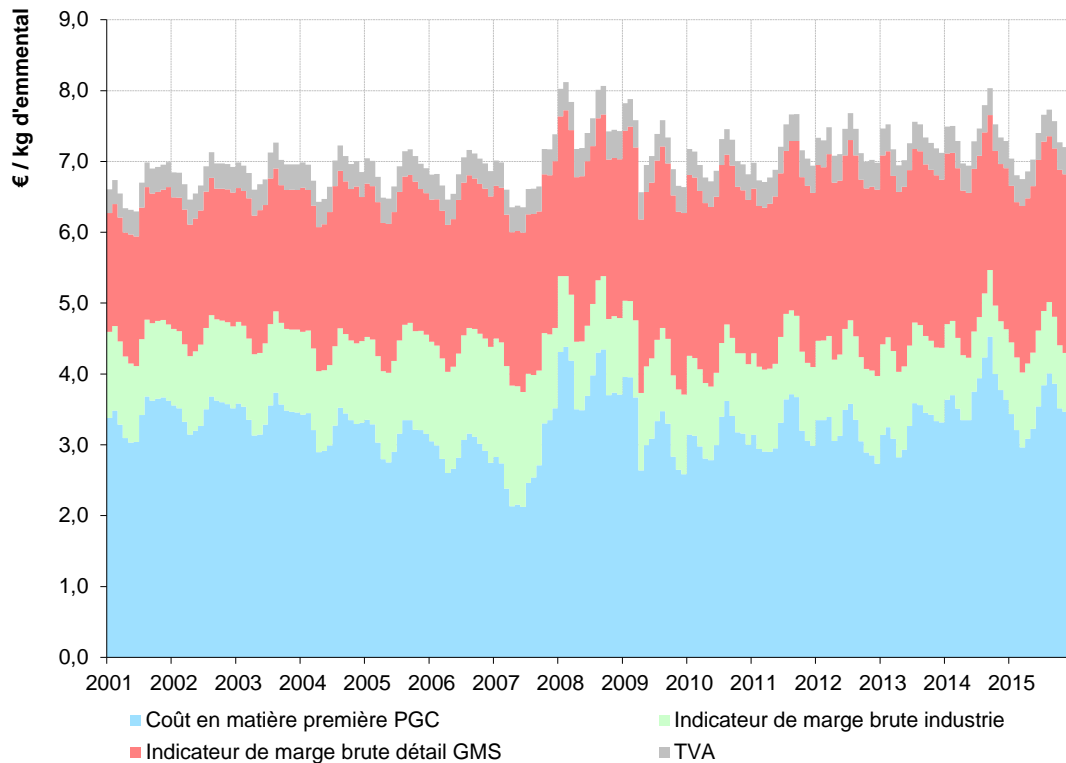
Ainsi, la baisse du prix du lait a eu un effet direct sur le coût d'achat de la matière première PGC pour la fabrication de l'emmental, qui a perdu 31 centimes/kg en 2015 par rapport à sa valeur de 2014 (Graphique 96) . À 3,47 €/kg, ce coût reste néanmoins supérieur à ce qu'il était entre 2009 et 2013, en raison probablement de la moins bonne valorisation des coproduits, notamment du lactosérum. Cette réduction du coût d'achat de la matière première n'a pas été répercutée au consommateur puisque les indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution ont progressé respectivement de 19 et 9 centimes, après leur forte contraction en 2014. De fait, le prix au détail de l'emmental a diminué de 3 centimes/kg, pour une moyenne annuelle de 7,29 €/kg.

---

<sup>33</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. La pondération évolutive dans le temps, on suit donc à la fois des effets de prix et des effets de composition de panier.

Graphique 95

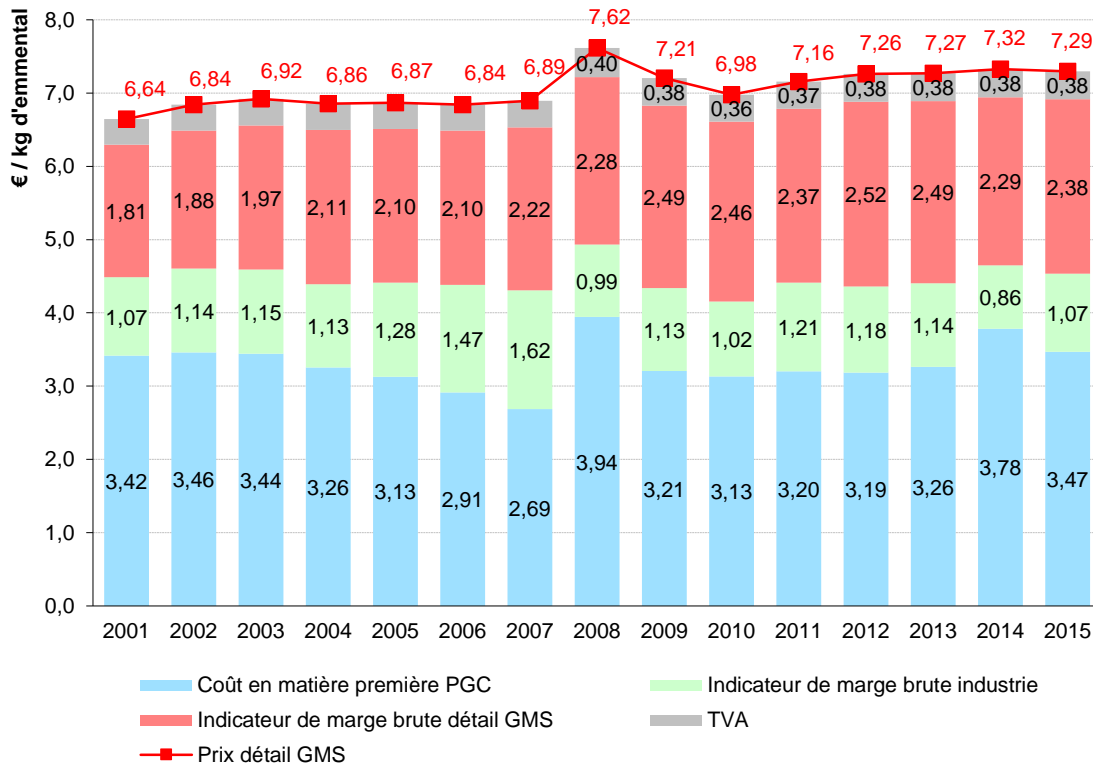
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 96

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.6. Camembert

Le camembert représente 8 % des volumes de fromages issus de lait de vache achetés par les ménages français. En 2015, les achats des ménages se sont renforcés sur les camemberts de marques nationales, leur proportion passant de 64 % en 2014 à 67 % en 2015, aux dépens des camemberts de marques de distributeurs (27 %) et des camemberts 1<sup>er</sup> prix (à peine 6 %). Sont suivis ici le « *camembert moyen* » toutes gammes confondues, puis les segments MN et MDD. La gamme 1<sup>er</sup> prix ne peut par contre pas être isolée<sup>34</sup>.

Le camembert présente les mêmes particularités que l'emmental : une importante quantité de lait nécessaire à la fabrication d'un kg de camembert (8,5 litres en moyenne sur 2000-2015) ce qui renforce le poids du prix du lait dans le coût d'achat de la matière première du PGC, mais également de gros volumes d'excédents et de coproduits dont la valorisation dépend des prix des produits industriels.

Ainsi, en raison de la baisse du prix du lait, le coût d'achat de la matière première du PGC pour le camembert a reculé de 14 centimes/kg entre 2014 et 2015 (Graphique 98), mais est resté nettement supérieur aux années antérieures.

Dans un marché des fromages à pâtes molles caractérisé par la concurrence entre fabricants pour maintenir leurs volumes, l'indicateur de marge brute de l'industrie s'est à nouveau rétracté, dans des proportions plus mesurées cependant qu'en 2014 (- 3 centimes) alors que la tendance s'est inversée dans le maillon de la distribution : après trois années de baisse, l'indicateur de marge brute a gagné 12 centimes.

Pour le consommateur, le prix du camembert « *moyen* » s'est établi à 6,64 €/kg, 6 centimes en-dessous du prix de 2014.

Les prix au détail ont été orientés à la baisse à la fois pour les camemberts de marques nationales (Graphique 100) et pour les camemberts de marques de distributeurs (Graphique 102), de respectivement 15 et 3 centimes.

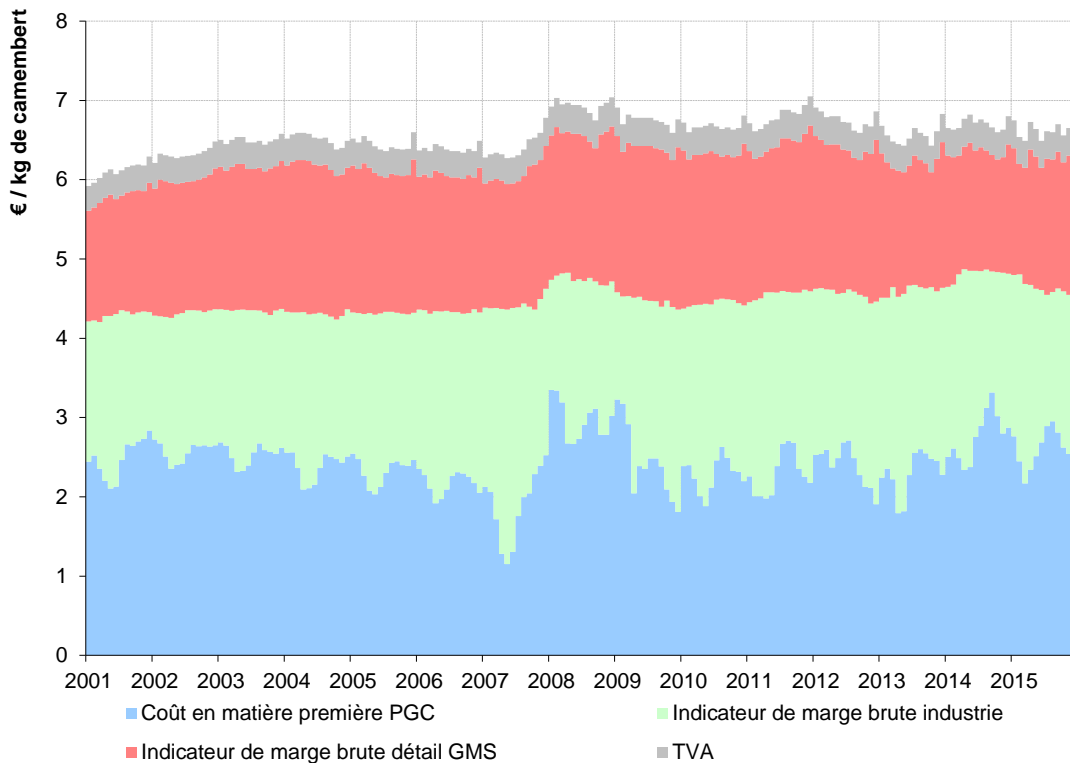
La baisse plus nette des prix au détail des MN se traduit par la réduction de l'indicateur de marge brute de l'industrie de 14 centimes, atteignant 2,13 €/kg, un des plus bas niveaux constatés depuis 2001. En revanche, sur les MDD, l'industrie a augmenté son indicateur de marge brute de 8 centimes, à 1,83 €/kg. La distribution a enregistré une croissance de son indicateur de marge brute sur les deux segments, plus prononcée pour les MN.

---

<sup>34</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 97

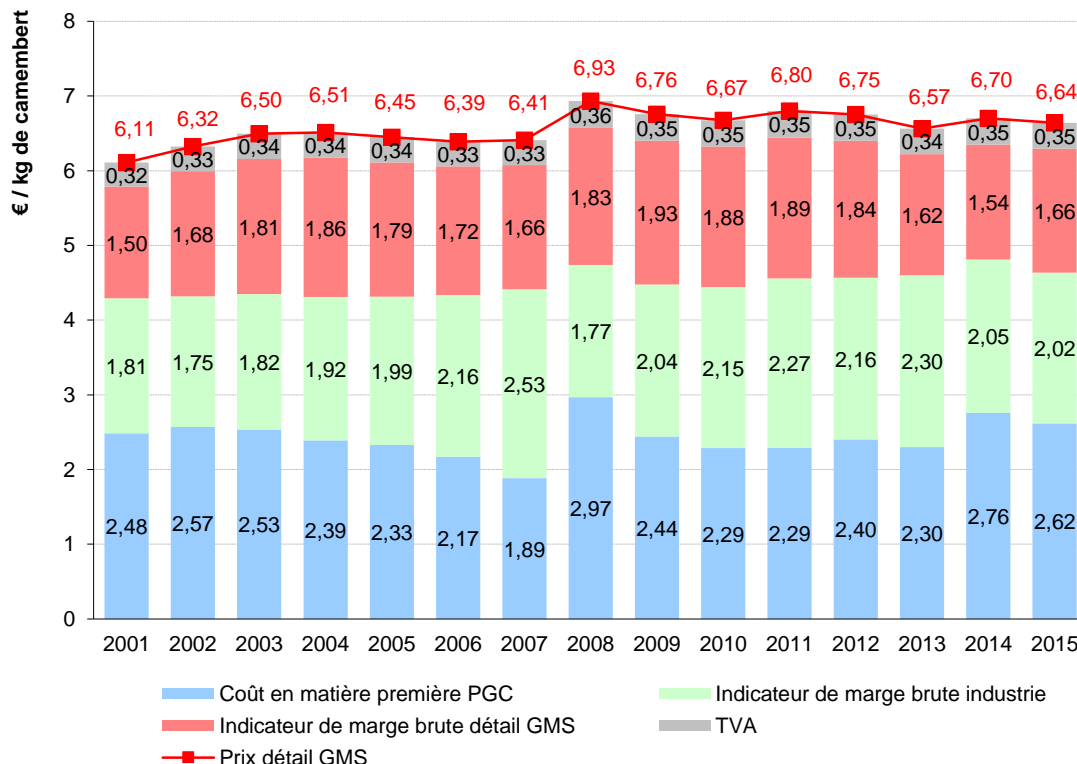
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 98

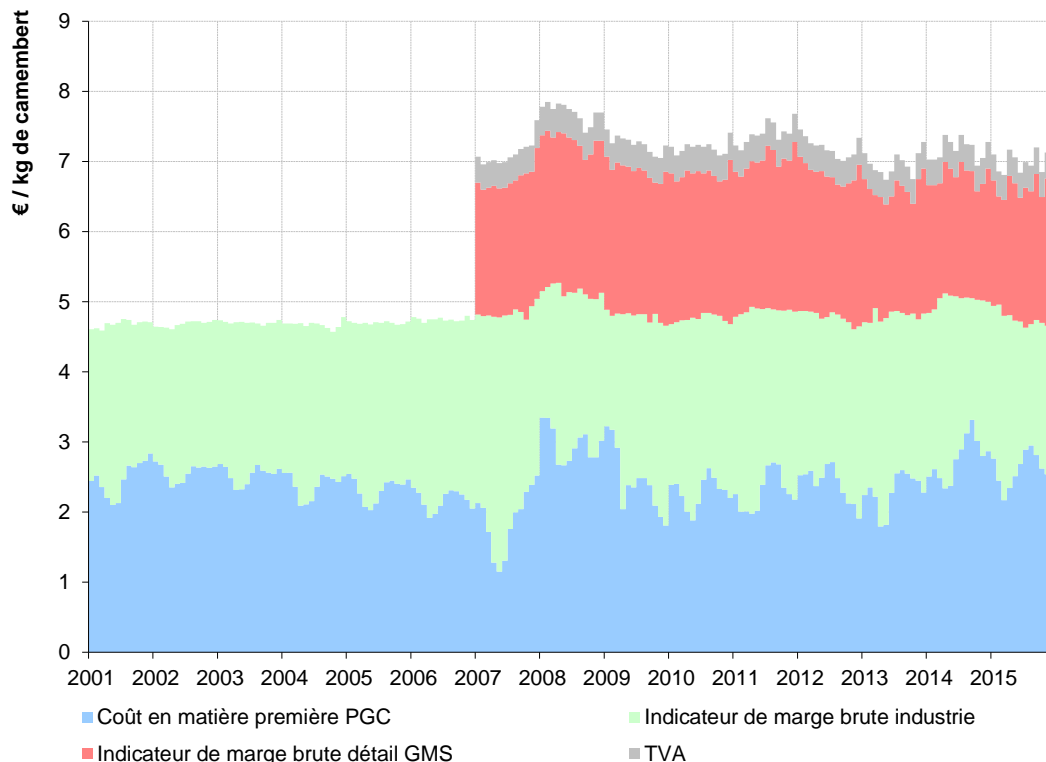
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 99

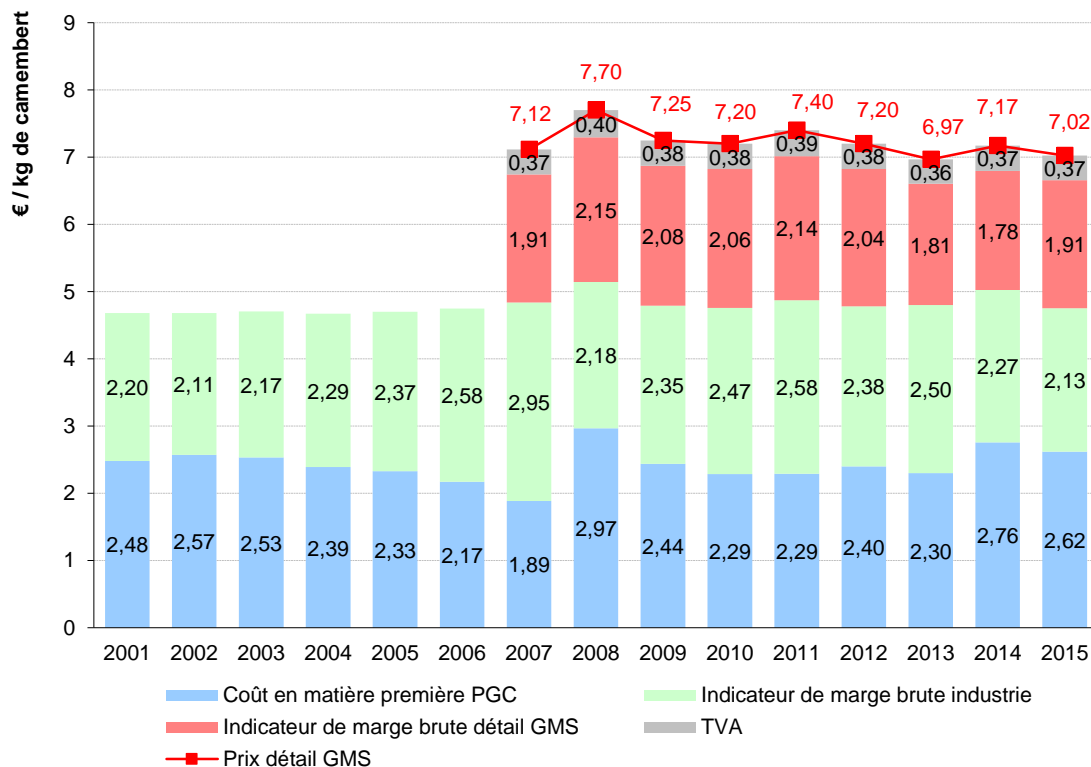
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « *marque nationale* » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 100

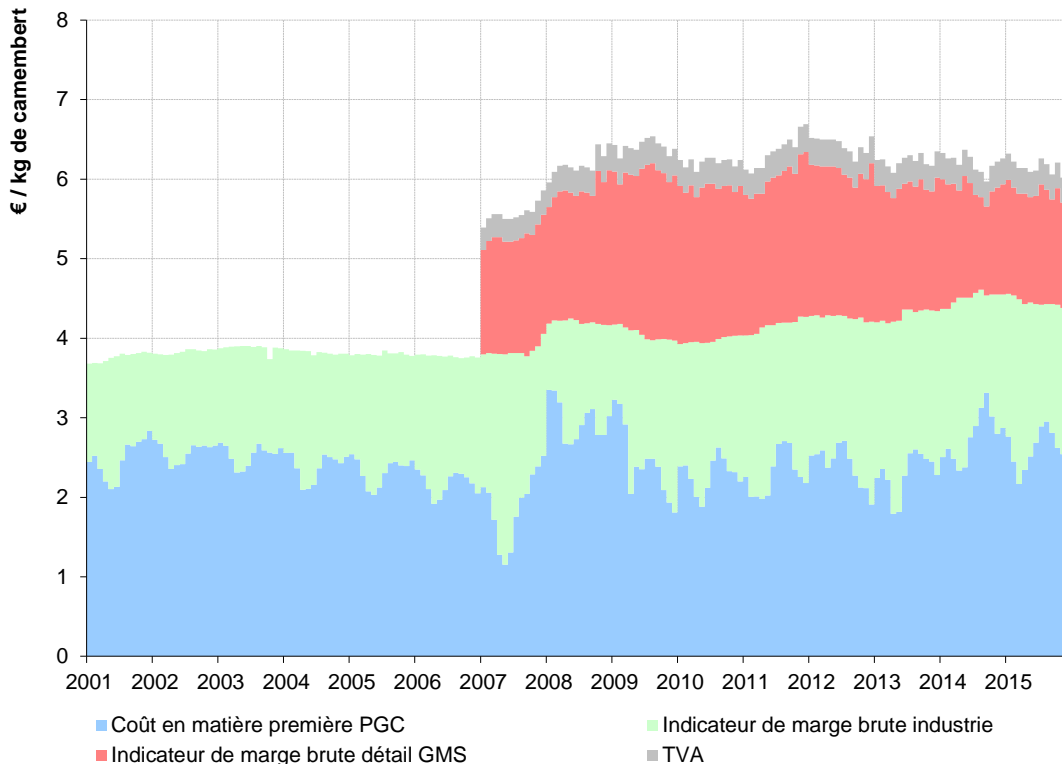
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « *marque nationale* » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 101

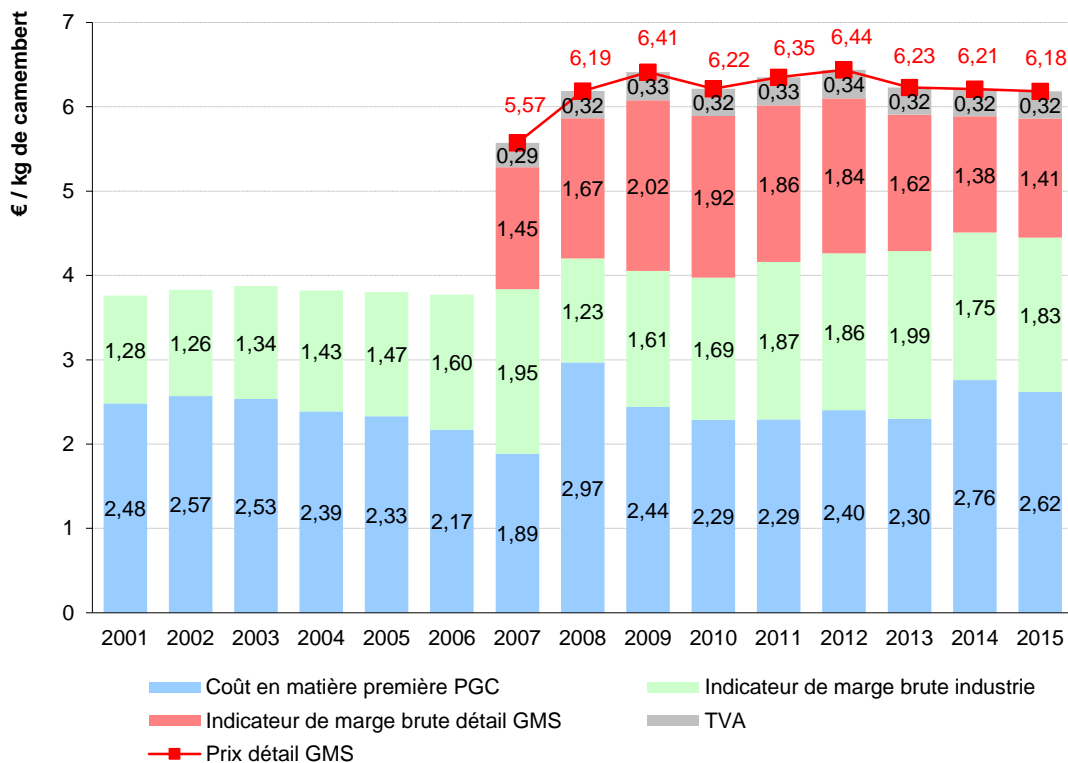
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « marque de distributeur » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 102

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « marque de distributeur » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

### 3.7. 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* », dont la matière première n'est plus du lait mais du beurre industriel. Le prix de la matière première est donc ici le prix du beurre industriel, avant fabrication des plaquettes. L'approvisionnement du transformateur en matière première peut représenter un achat réel de beurre industriel à l'extérieur de l'entreprise (cas des malaxeurs de beurre) ou une cession interne à l'entreprise ou au groupe.

Le marché du beurre reste dominé par les marques nationales (environ 52 % des volumes achetés par les ménages en GMS en 2014), malgré une rapide montée en puissance des MDD (dont les volumes sont passés de 31 % en 2008 à 45 % en 2014).

En dehors du « *beurre plaquette moyen* » toutes gammes confondues, le beurre plaquette de marque nationale et le beurre plaquette de marque de distributeur sont suivis dans l'analyse. Le beurre plaquette 1<sup>er</sup> prix n'est pas suivi séparément<sup>35</sup>.

Le prix du beurre vrac en France est corrélé au prix du marché international et connaît depuis 2007 une forte volatilité, après des années de stabilité. Ce brutal changement de contexte économique est notamment lié au démantèlement des mesures d'intervention communautaires, en particulier l'aide à l'incorporation de beurre destinée aux industries agroalimentaires (dit beurre pâtissier-glacier), qui portait à l'époque sur un quart des volumes de beurre fabriqués.

Compte tenu des fortes fluctuations du prix du beurre vrac, l'indicateur de marge brute industrielle de l'activité de fabrication et conditionnement des plaquettes de beurre « *moyen* » (toutes gammes confondues) subit de fortes évolutions. Le prix du produit sortie industrie varie peu, légèrement à la hausse depuis l'année 2009, mais c'est l'indicateur de marge brute industrielle qui se comprime ou se dilate, suivant les périodes. Il apparaît même parfois négatif (Graphique 103). La variation des cours du beurre vrac n'est pas immédiatement répercutée à la distribution ni aux consommateurs mais est différée et amortie, compte tenu de l'existence de contrats de fourniture du beurre à moyen terme.

Les cours du beurre vrac sont restés relativement stables en moyenne au cours de l'année 2015, autour de 3 000 €/t, au niveau bas où ils avaient terminé l'année précédente. Le prix moyen sur l'année s'est établi à 2 995 €/t. Les disponibilités ont été élevées tout au long de l'année, en raison d'une collecte mondiale dynamique notamment de la part de l'Union européenne, alors que la demande a été plus modérée, avec toujours l'embargo vers la Russie et un retrait partiel d'autres importateurs tels que la Chine, ce qui a déséquilibré le marché. Ainsi, le coût de la matière première a enregistré une nouvelle baisse significative après celle de 2014, de 39 centimes (Graphique 104). Elle n'a toutefois pas été répercutée au consommateur puisque dans le même temps industrie et distribution ont vu augmenter leurs indicateurs de marges brutes, chacun de 24 centimes pour le beurre « *moyen* » (Graphique 104). Le prix au détail du beurre « *moyen* » a donc augmenté de 10 centimes en 2015, avec une hausse particulièrement marquée sur la seconde moitié de l'année (Graphique 103).

Dans le détail, le constat est identique pour le beurre de marque nationale et pour le beurre de marque de distributeur. Cette année, les prix du beurre bas ont permis de compenser des années plus difficiles où l'indicateur de marge brute de l'activité de fabrication et de conditionnement de plaquettes de beurre apparaissait négatif sur certains mois, en particulier pour le beurre de MDD.

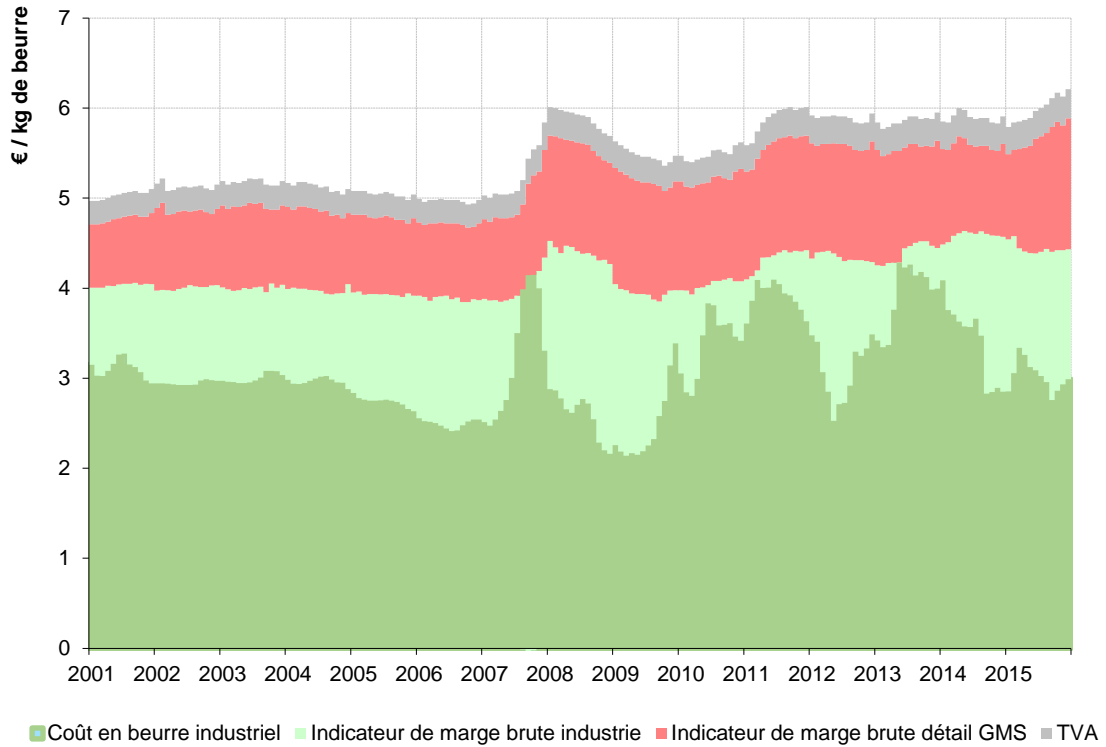
Il est important de noter que les hausses de prix du beurre au détail sont au moins pour partie dues à un « *effet qualité* », la composition des paniers de produits suivis sous l'intitulé de « *beurre en plaquette de 250 g* » par le panel Kantar des achats au détail ayant évolué vers des articles plus onéreux (marques nationales vs marques de distributeurs, beurre à 82% de MG vs beurres allégés à 60% de MG...). Par comparaison, le prix moyen annuel à la consommation de l'article « *beurre extra-fin 250 g* » suivi par l'Insee (série en niveau de prix, annexe à celle des indices de prix à la consommation) est resté stable en 2015 : 1,67 € / 250 g, comme en 2014.

<sup>35</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 : 3 % de part de marché en 2014), ce qui pourrait apparaître paradoxal dans un contexte général de crise économique et de préoccupations sur le pouvoir d'achat.



Graphique 103

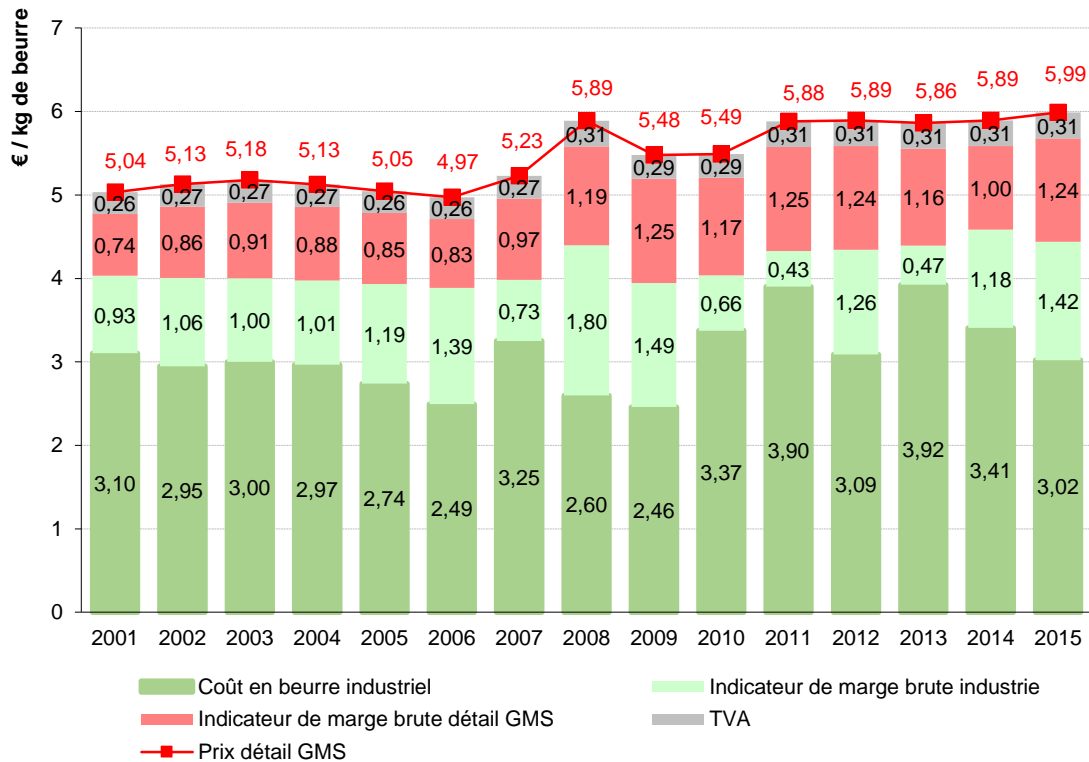
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 104

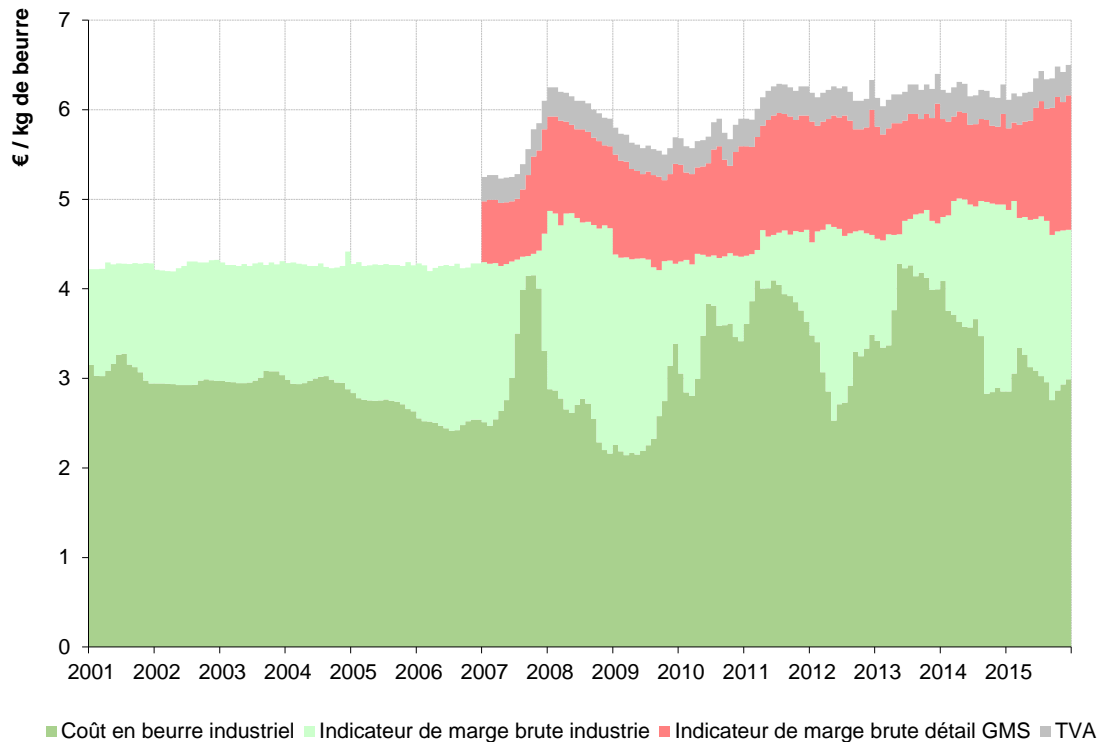
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 105

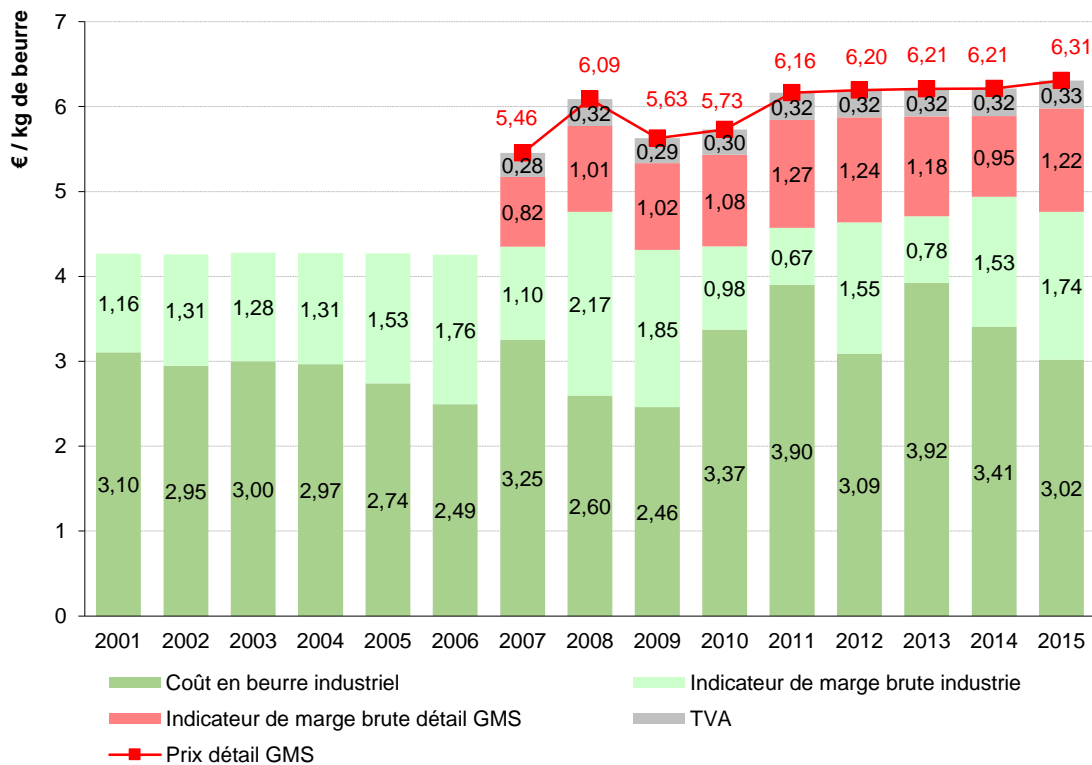
**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 106

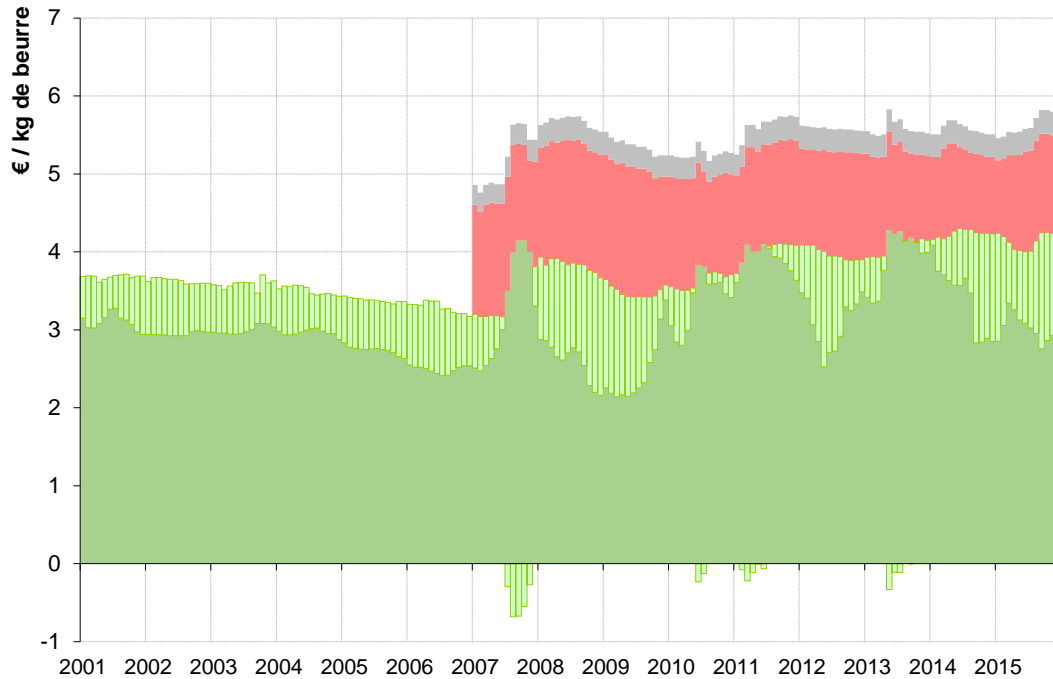
**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque nationale » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 107

**Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque de distributeur » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**

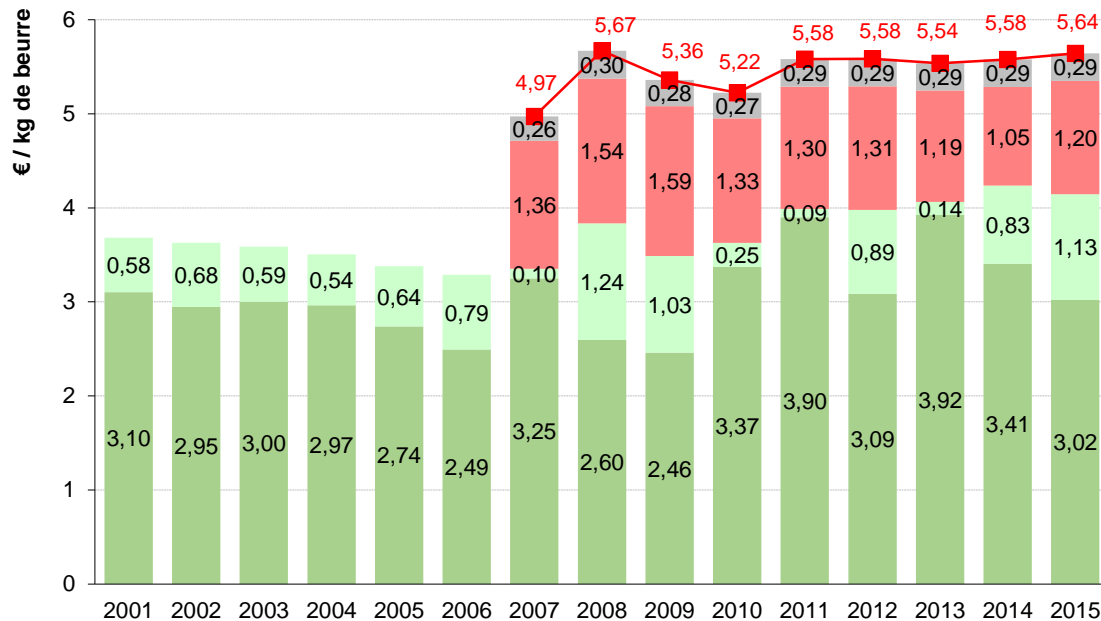


■ Coût en beurre industriel ■ Indicateur de marge brute industrie ■ Indicateur de marge brute détail GMS ■ TVA

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 108

**Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « marque de distributeur » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution**



■ Coût en beurre industriel PGC ■ Indicateur de marge brute industrie  
 ■ Indicateur de marge brute détail GMS ■ TVA  
 —■ Prix détail GMS

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LA FILIÈRE LAITIÈRE. VARIATION DE LA RECETTE GLOBALE DE L'ÉLEVAGE

### 4.1. Ciseau des prix

Afin d'illustrer les effets de « *ciseau des prix* », 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 brute sur consommations intermédiaires égale à la valeur observée en période de référence (année 2010), majorée par un indice d'évolution générale des prix pour tenir compte du fait que cette marge brute, devant couvrir les charges autres que de consommations intermédiaires et assurer le revenu de l'exploitant, devrait évoluer avec l'inflation ;
- le prix du PGC simulé à la sortie de l'industrie assure une marge brute industrielle sur achats de lait égale à la valeur observée en période de référence, majorée par l'évolution générale des prix ;
- 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'évolution générale des prix ;

La période de référence retenue est l'année 2010, tant pour le niveau des marges que pour l'origine des indices. Les indices utilisés sont :

- l'IPAMPA Bovins lait, pour le prix moyen mensuel des consommations intermédiaires en élevage (source : Institut de l'élevage) ;
- l'indice mensuel des prix à la consommation pour intégrer l'effet l'inflation<sup>36</sup>.

Les marges brutes de référence sont calculées sur la base de coefficients techniques rapportant les coûts au produit issu 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).

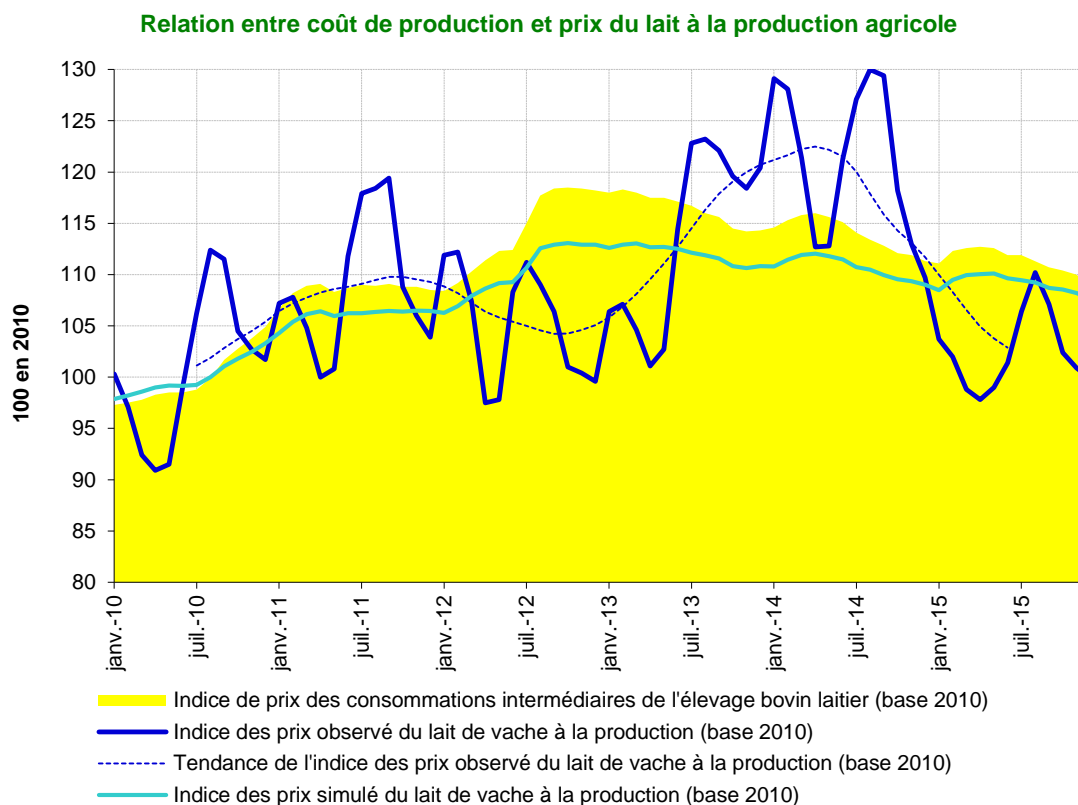
### 4.2. Variation de la recette globale de l'élevage

D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production agricole de lait (de vache et autres) et de produits laitiers (fromages à la ferme, par exemple) enregistre une diminution de 1,1 Md € environ, essentiellement due à la baisse des prix à la production. Ces 1,1 Md € de recette en moins dans l'élevage laitier, par rapport à 2014, constituent un transfert bénéficiant à l'aval (avant l'impact des autres charges et des variations de prix des produits) et se répartissent entre le maillon industriel, le commerce et la demande finale (consommateurs, export).

---

<sup>36</sup> L'IPC est pris comme déflateur à la place de l'indice de prix du PIB, qui aurait été plus adapté mais qui n'est pas disponible en données mensuelles ; cela étant, l'indice de prix du PIB évolue pratiquement comme l'IPC.

Graphique 109



À noter que la simulation du prix du lait à la production représentée par le Graphique 109 est faite sur le prix du lait, et non sur la recette unitaire laitière au litre (telle que considérée plus loin, 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, lors des années de baisse de prix du lait, entre du prix du lait à la production et coûts de production. 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.

Après une année 2014 plutôt favorable, le ciseau des prix s'inverse nettement en 2015 aux dépens des producteurs de lait. Le tableau suivant compare, sur la base des données du Réseau d'informations comptables portant sur les exploitations laitières spécialisées (otex bovins lait), le prix moyen annuel du lait perçu par ces dernières avec celui qui aurait en moyenne assuré une rémunération du travail des exploitants et de leurs capitaux propres, respectivement à hauteur d'1,5 SMIC par unité de travail annuel et d'un taux d'intérêt de 1%. Ceci est calculé toutes choses égales par ailleurs, en particulier sans prise en compte des adaptations des exploitations.

*Dans le tableau ci-après, la rémunération réelle est le résultat courant avant impôt observé dans le Rica ; la rémunération calculée est celle qui rémunérerait le travail et le capital de l'exploitant aux taux précités. On en déduit la différence (2<sup>ème</sup> ligne du tableau). Cette différence est ensuite exprimée, sur la ligne suivante, en pourcentage du produit laitier. Ce pourcentage est donc aussi le supplément de prix du lait qui aurait permis d'assurer la rémunération calculée. On en déduit donc le prix « simulé » au litre (5<sup>ème</sup> ligne) que l'on compare au prix réel (6<sup>ème</sup> ligne) issu des comptes du Rica. À noter que les revenus réels de 2014 et 2015, non encore connus, sont simulés sur la base du Rica 2013, à partir d'indices d'évolution des prix des produits et des charges.*

Tableau 18

**Prix simulé du lait de vache pour un revenu calculé au niveau de 1,5 SMIC / personne + 1% d'intérêt sur les capitaux propres**

		2010	2011	2012	2013	2014	2015
Rémunération réelle (€ par exploitation) (1)		34 440	39 820	29 470	27 970	50 087 (*)	16 379 (*)
Rémunération calculée (€ par exploitation) (2)		42 707	43 334	45 247	45 614	46 072	46 440
Différence Rémunération calculée - réelle (3)		8 267	3 514	15 777	17 644	-4 014	30 060
soit en % du produit lait de vache (4)		7,5%	2,8%	12,9%	12,5%	-2,7%	23,6%
<b>D'où prix simulé du lait de vache (€ par litre) (5)</b>		<b>0,37</b>	<b>0,37</b>	<b>0,38</b>	<b>0,43</b>	<b>0,40</b>	<b>0,43</b>
<b>Prix réel du lait de vache (€ par litre) (6)</b>		<b>0,34</b>	<b>0,36</b>	<b>0,34</b>	<b>0,38</b>	<b>0,41</b>	<b>0,34</b>

- (1) Résultat courant avant impôt – charges sociales du chef d'exploitation  
 (2) 1,5 SMIC brut par unité de travail non salarié + 1% des capitaux propres  
 (3) Différence (2) – (1)  
 (4) Différence (2) - (1) rapporté au produit lait de vache  
 (5) (6) x [ 1 + (4) ]  
 (\*) simulation

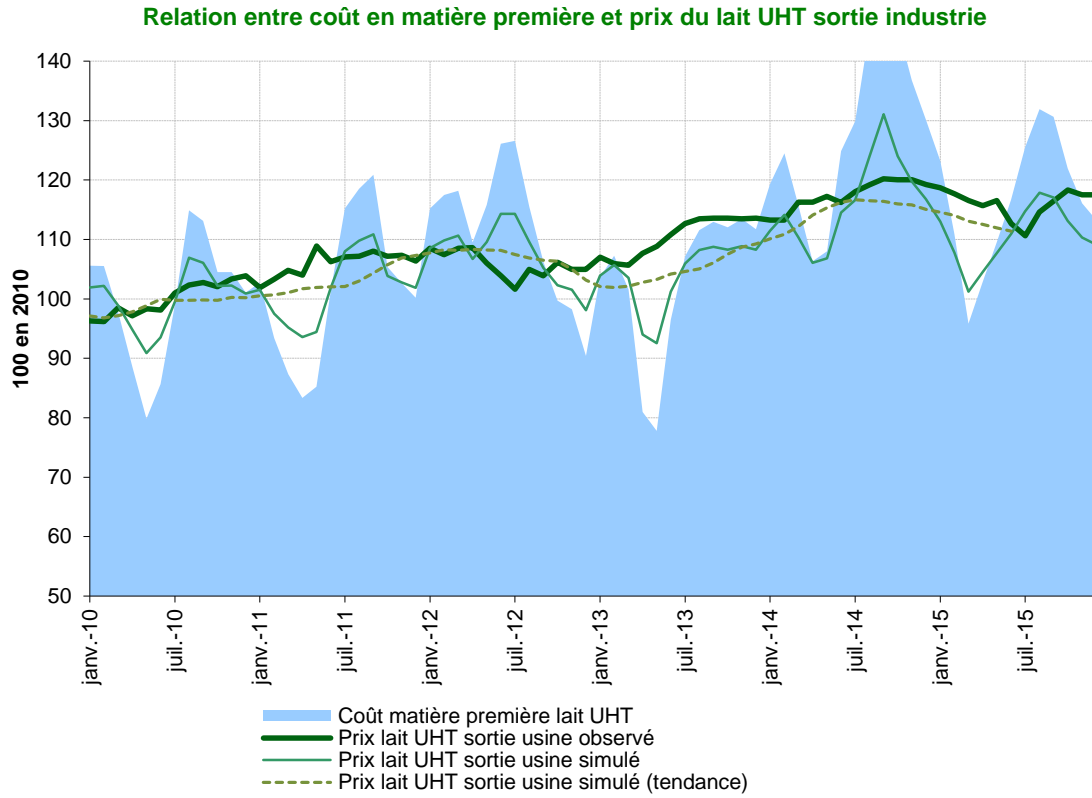
Sources : calculs OFPM d'après Rica (SSP), Insee

Le Graphique 110 indique que les évolutions du prix de production du lait UHT dans l'industrie ne sont pas déconnectées de celles du coût d'achat de la matière première (lait nécessaire, plus gestion des excédents et résultat sur coproduits) et des autres charges dont l'évolution est ici simulée sur la base de l'IPC, ce qui sous-estime peut-être les évolutions réelles des charges dans l'industrie. Le prix observé amortit les variations du coût de la matière première dont il suit les évolutions avec un décalage dans le temps tout en se situant souvent au-dessus du prix simulé. Ce décalage s'explique par l'annualité des contrats entre industriels et GMS et la fixation mensuelle du prix du lait à la production.

Dans le cas de l'emmental (Graphique 111), le prix observé sortie usine en 2014 tend à être souvent inférieur au prix simulé, ceci illustrant les compensations de marges qui s'opèrent entre PGC dans l'industrie.

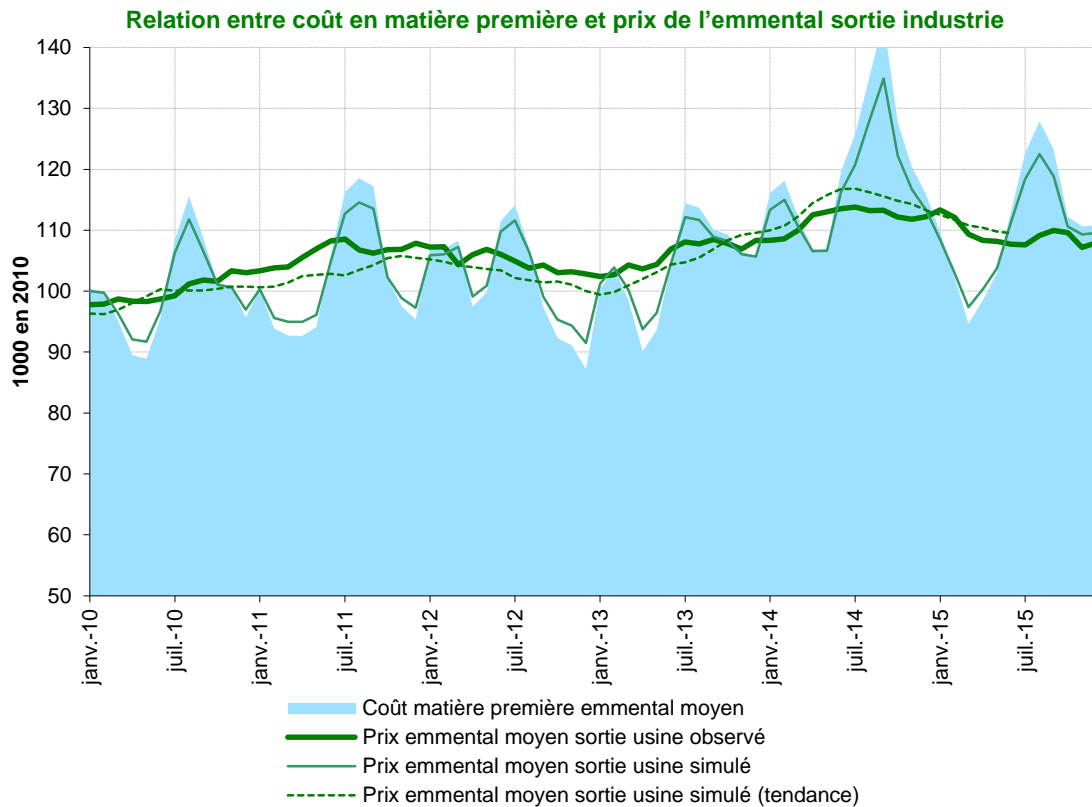
Au détail en GMS, les prix observés du lait UHT (Graphique 112) et de l'emmental (Graphique 113) sont inférieurs aux prix simulés depuis 2013, ceci pouvant traduire les effets de la concurrence entre enseignes. De plus, la composition des achats a pu se modifier par rapport à la période de référence.

Graphique 110



Sources : Insee, FranceAgriMer. Calculs OFPM

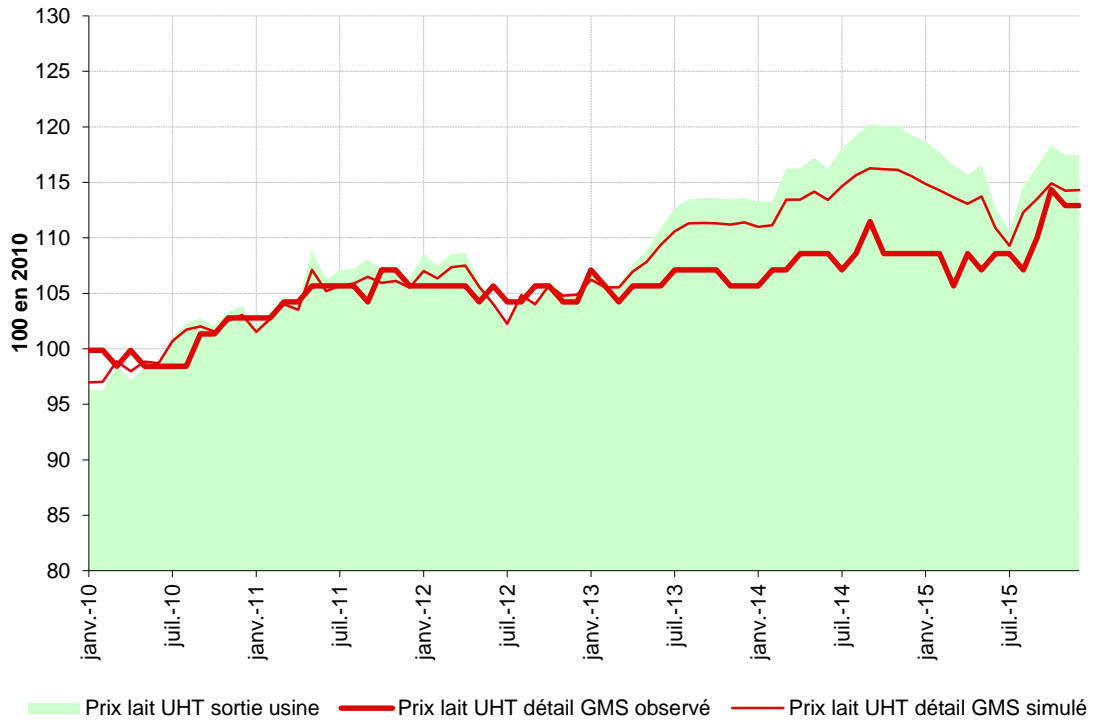
Graphique 111



Sources : Insee, FranceAgriMer. Calculs OFPM

Graphique 112

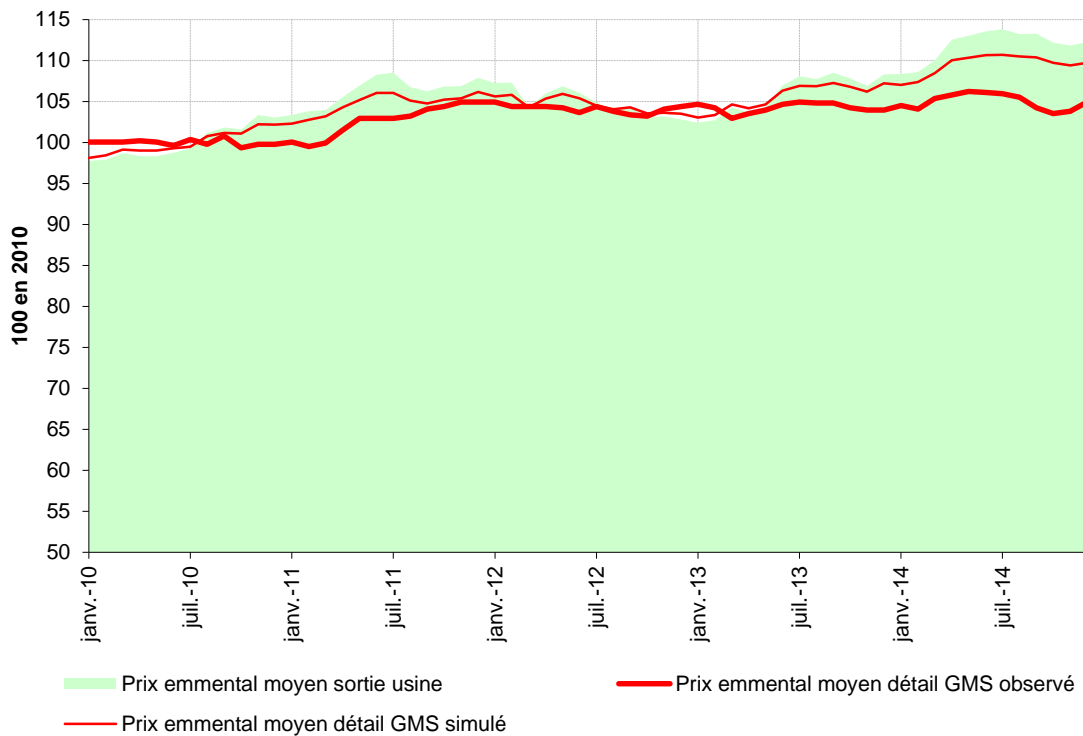
**Relation entre prix du lait UHT sortie industrie et au détail en GMS**



Sources : Insee, FranceAgriMer, Kantar Worldpanel. Calculs OFPM

Graphique 113

**Relation entre prix de l'emmental sortie industrie et au détail en GMS**



Sources : Insee, FranceAgriMer, Kantar Worldpanel. Calculs OFPM



## 5. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE VACHE EN ÉLEVAGE

### 5.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées bovin laitier

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache, issu du Rica, est constitué de 397 à 493 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 19 435 à 26 522 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de vache constitue plus de 76 % de la production de l'exercice. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 11 % à 24 %. En 2015, il est de 19 %, soit 17 976 € pour 170 240 € de produits. Le résultat courant baisse de 52 % par rapport à 2014. Il s'établissait alors à 37 109 € pour 191 040 € de produits.

Les résultats 2015 sont simulés. L'IPPAP lait de vache 2015 (Insee) est appliqué au produit 2014 pour calculer le prix du lait en 2015. L'IPAMPA lait de vache (Idele) est utilisé pour simuler le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2014.

En 2015, le prix du lait baisse de 15 % alors que les charges ne diminuent que très légèrement (- 2%), ce qui entraîne une baisse du résultat courant avant impôt de près de 52%, passant de 24 168 € par travailleur familial en 2014 à 11 707 € en 2015.

Graphique 114

Structure du compte de résultat moyen des exploitations laitières spécialisées

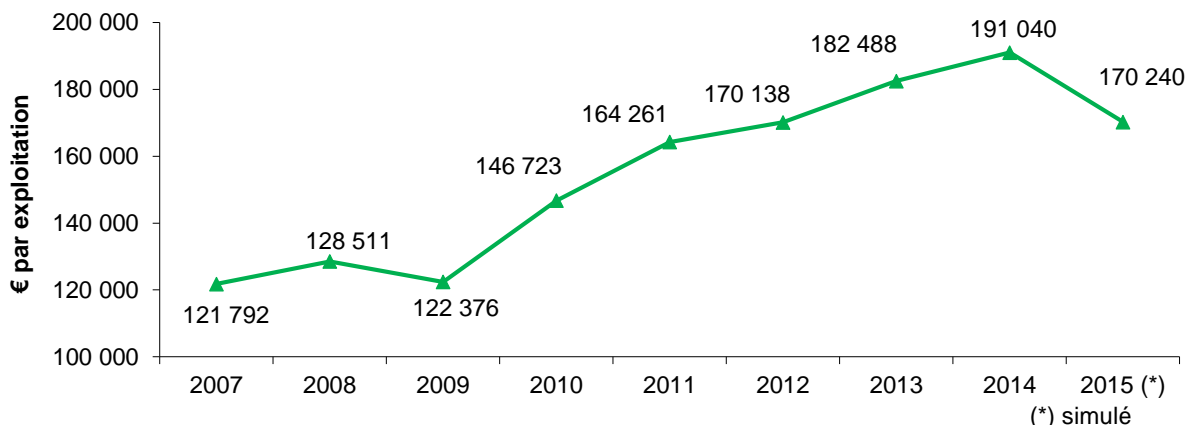


(\*) simulé

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

Graphique 115

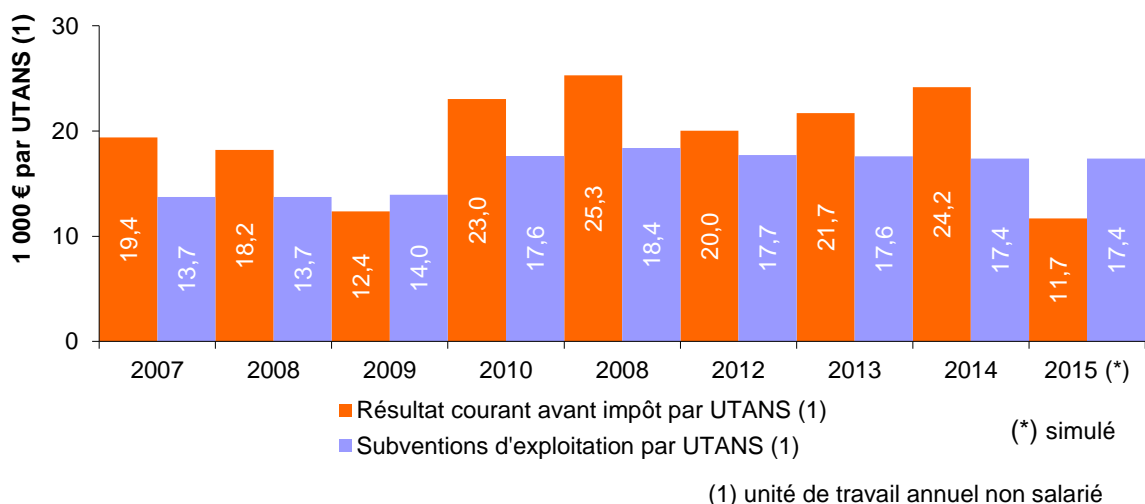
**Montant moyen des produits courants par exploitation laitière spécialisée**



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

Graphique 116

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



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

**5.2. Coût de production du lait de vache par système de production laitière**

Cette estimation de coûts de production exprimés en euros pour 1 000 litres de lait est réalisée par l'Institut de l'élevage, à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys – Réseaux par les Chambres d'Agriculture et organismes impliqués dans la filière, dans trois systèmes d'exploitation :

- « **Bovins lait spécialisé de plaine** » : les 155 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique bovins lait (otex 41) et sont situées en zone de plaine. Seules les exploitations conventionnelles (non certifiées en agriculture biologique) et n'ayant ni atelier viande, ni production hors-sol sont retenues.
- « **Lait et culture de vente** » : les 57 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique agriculture-élevage (otex 81), sans viande bovine.
- « **Lait de montagne** » : les 68 exploitations de cet échantillon relèvent de l'otex 41 et sont situées en zone de montagne (hors Est). Les exploitations laitières de montagne de l'Est (Franche-Comté et Savoie) ont des valorisations du lait très différentes entre elles et différentes de celles du Massif central (à moindre valorisation de leurs AOP). C'est pourquoi elles n'ont pas été retenues dans l'échantillon.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage. Elles sont choisies pour présenter des structures de production anticipant celles d'une projection à 5 ans de l'évolution des exploitations de leur zone. Ces exploitations sont situées dans le quartile supérieur en termes de résultats économiques.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du Rica, prend en compte une rémunération des facteurs propres (charges supplétives) :

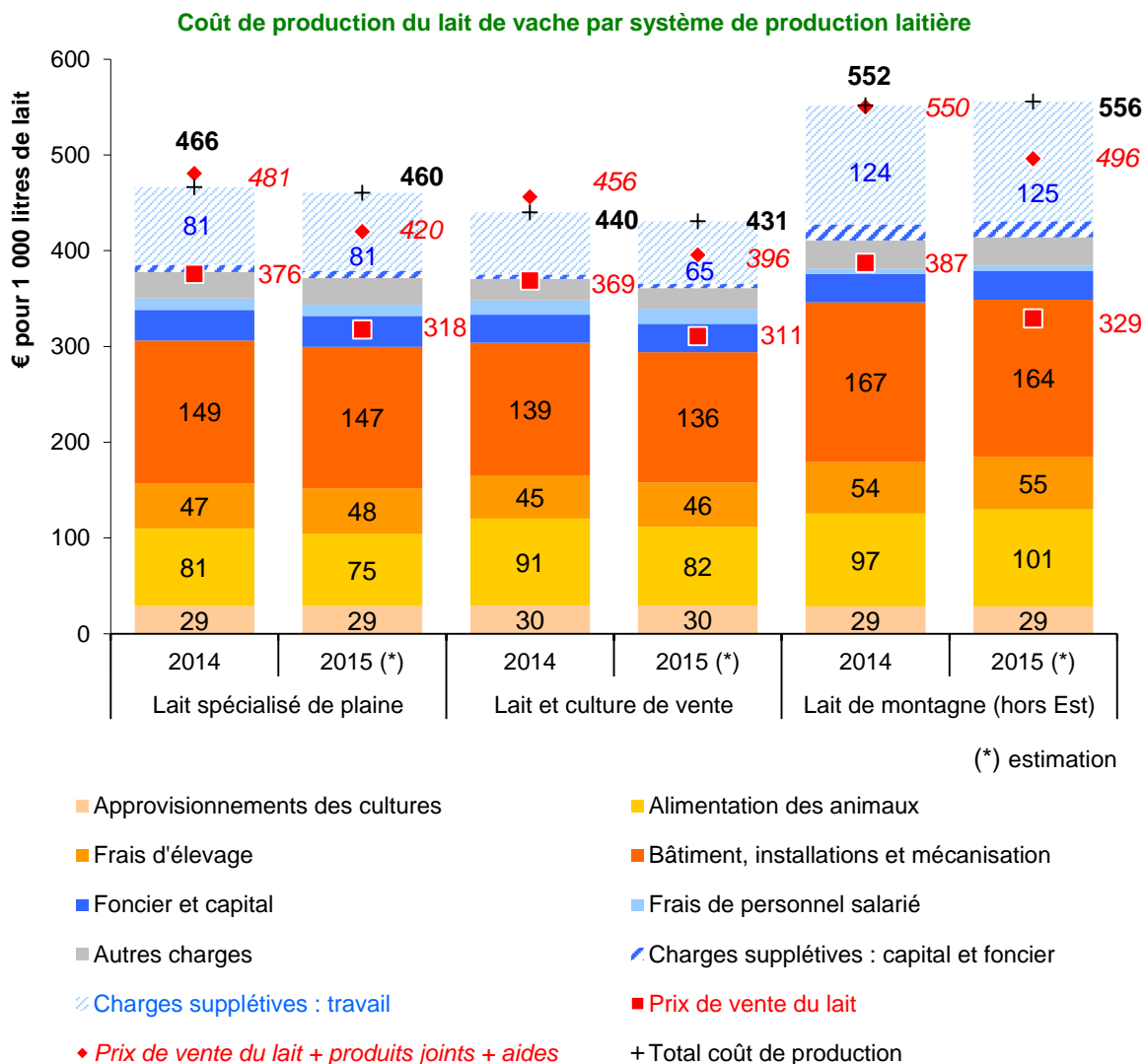
- pour le travail familial, à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre,
- pour les capitaux personnels, au taux d'intérêt du livret A,
- pour les terres en propriété, au taux de fermage moyen de l'exploitation.

Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé au coût réel (de même pour les fourrages) et non au prix de marché des céréales vendues.

En 2014, le produit de l'atelier bovin lait (vente du lait, vente des produits annexes - veaux, réformes - et des subventions d'exploitations) permet la couverture du coût de production dans les trois systèmes. Dans les systèmes « Bovins lait spécialisé de plaine » et « Lait et culture de vente », il est même supérieur au coût de production et permet ainsi une rémunération moyenne entre 1,8 et 1,9 SMIC par UMO exploitant, tandis que dans le système « Lait de montagne », coûts et produits sont au même niveau. Ainsi, la rémunération de l'exploitant est proche de 1,5 SMIC par unité de main d'œuvre.

En 2015, la situation se dégrade fortement : l'ensemble des produits (lait, veaux, vaches de réforme et subventions d'exploitation) ne permet plus la couverture des charges, quel que soit le système. La rémunération de main d'œuvre non-salariée n'est plus que de 0,7 à 0,8 SMIC, selon les systèmes.

Graphique 117



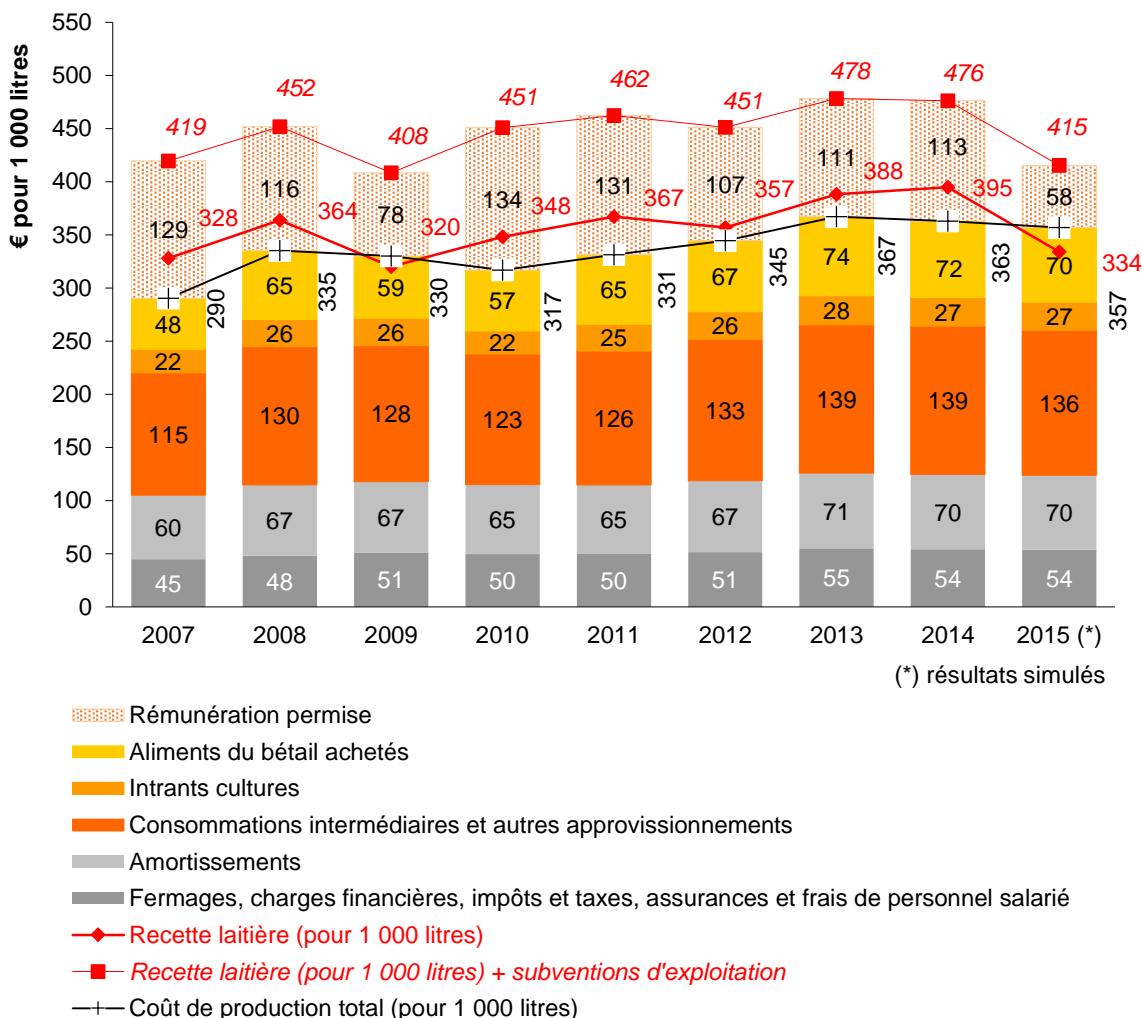
Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

### 5.3. Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptabilités de l'échantillon du Rica. Les résultats sont présentés dans le Graphique 118.

Graphique 118

#### Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2015

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation, diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : veaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon Rica, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

Contrairement à l'approche précédente, le coût de production comptable (357 € pour 1 000 litres en 2015) n'intègre pas de calcul de la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant : travail, capital, foncier. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (440 € à 556 € selon le système pour 1 000 litres en 2015), qui s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée.

Depuis 2010 jusqu'en 2014, les exploitations ont fait face à une augmentation des coûts de production avec un prix du lait tendant à la hausse. Les coûts de production ont ensuite légèrement diminué en 2014 et 2015 (-2% ; prévisions), tandis que le prix du lait, après une augmentation en 2014, chute fortement en 2015 (-15% ; prévisions). La seule recette laitière ne permet plus de couvrir la totalité des coûts de production, ce sont les subventions d'exploitation qui compensent le manque à gagner. Toutefois, la rémunération permise par l'activité laitière chute de 113 € pour 1 000 litres à 58 € pour 1 000 litres.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres produits que le lait, dont les ventes d'animaux) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

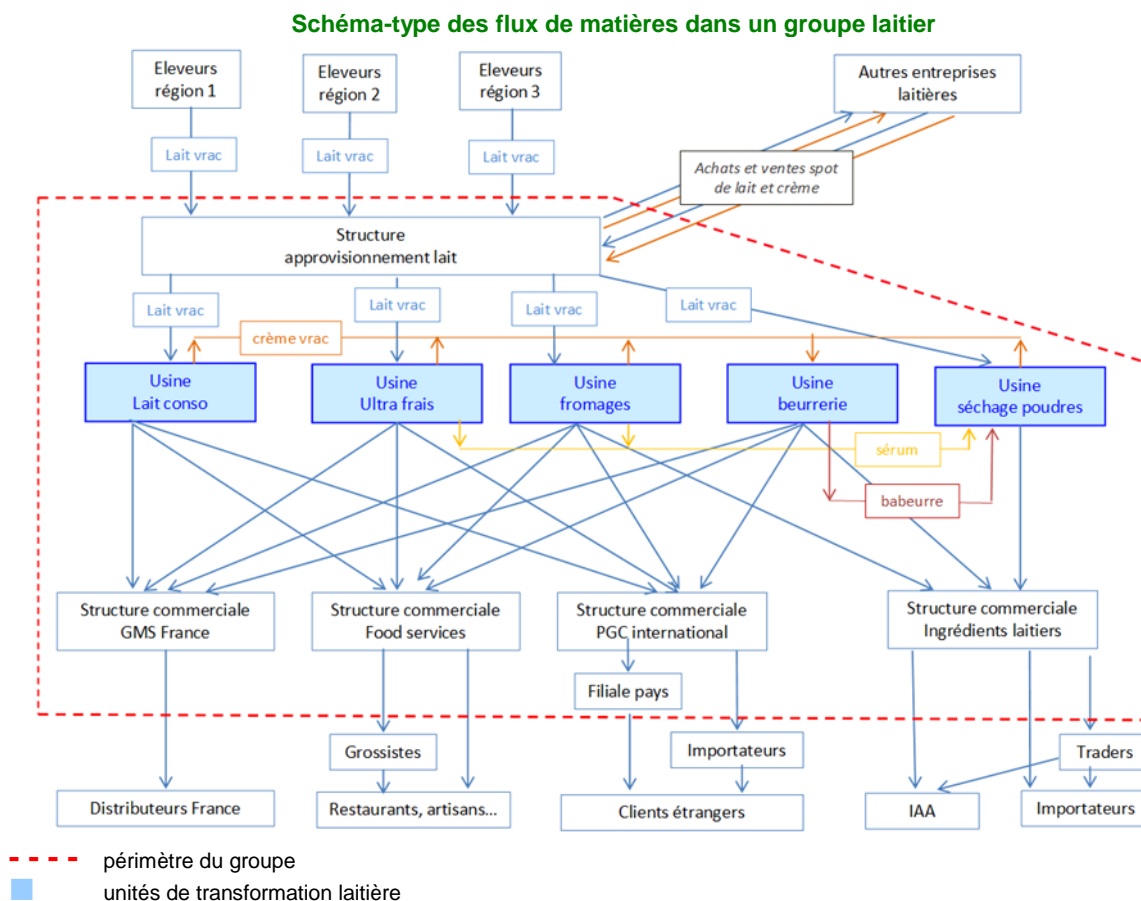
## 6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

Depuis 2013, l'observatoire a confié au Service de la statistique et de la prospective (SSP) la réalisation d'une étude visant à connaître la **structure moyenne des charges dans les entreprises de transformation laitière**, en fonction **d'une typologie des entreprises fondée sur leur structure de fabrication laitière en PGC**, plus détaillée que celle des résultats publiés par l'Insee et le SSP (trois secteurs : dominante lait liquide et produits frais, dominante fromages, dominante beurre). Chaque type d'entreprises retenu a été scindé en **deux sous-types** en fonction de **l'appartenance** ou de **la non-appartenance** des entreprises **à un groupe d'entreprises**, ceci dans l'attente de disposer des premiers résultats du « profilage » appliqué aux groupes du secteur laitier. On se référera à l'édition 2013 du rapport pour une présentation de l'objectif de cette approche et de la méthode utilisée.

### 6.1. Groupes, entreprises et établissements dans le secteur laitier

Le Schéma 10 représente de manière simplifiée les flux de matières premières laitières, de coproduits des fabrications et des produits finis à l'intérieur d'un groupe laitier type et vis-à-vis de l'extérieur de ce groupe.

Schéma 10



Source : ATLA, pour OFPM

Le résultat comptable d'une usine dépend des prix de cession interne des matières premières laitières, des prix de cession interne des produits finis et des prix de cession interne des coproduits (crème, sérum, babeurre) entre usines.

Ces prix de cession interne dépendent des conventions comptables définies dans le groupe et des règles comptables générales lorsque les unités industrielles sont des entreprises au sens d'unités légales.

Bien qu'en règle générale les prix de cession interne sont définis en référence aux **prix de marché** du produit (s'ils existent) ou en référence à ses **coûts de production**, l'information sur les coûts de fabrication d'un type de produit laitier donnée par les résultats comptables des entreprises de transformation spécialisées dans ce type de produit laitier est dépendante des systèmes de prix internes appliqués par ces entreprises.

Les comptes ci-après sont des comptes d'entreprises au sens d'unités légales. Elles peuvent comprendre plusieurs établissements, appartenir à un groupe ou non. Classées dans le secteur industriel, ces unités ont par définition pour activité principale la transformation industrielle, mais les flux entrants (charges, matière première) et sortants (produits transformés) peuvent provenir ou aller vers d'autres entreprises du groupe (structures d'approvisionnement ; structures commerciales) et constituer ainsi des cessions internes, et non des opérations marchandes.

## 6.2. Comptes de résultat moyen des types d'entreprises de transformation laitière

Les types d'entreprises retenus ici sont ceux dont la production dominante correspond aux PGC dont les prix au détail en GMS ont été analysés dans la partie 3, chaque type est défini par la production dominante suivante :

- Lait et crème de lait, non-concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ;
- Fromages (à l'exclusion des fromages fondus et frais), râpés, en poudre, à pâtes persillées ;
- Yaourts, lait caillé, crème caillée, et autres produits fermentés ;
- Beurres, autres matières grasses du lait, pâtes à tartiner à base de produits laitiers.

La règle du secret statistique ne permet pas de présenter les comptes des entreprises « *Lait et crème de lait...* » et « *Beurres...* » n'appartenant pas à des groupes.

Outre les comptes par type, on présente le compte de résultat moyen de l'ensemble constitué des entreprises spécialisées dans les types de produits dont les prix au détail en GMS ont été analysés dans la partie 3.

Les types d'entreprises suivants, dont les productions ne correspondent pas aux PGC précités, ne sont pas analysés dans le présent rapport :

- Fromages frais (de lactosérum inclus) non fermentés et caillebotte ;
- Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre ;
- Lait concentrés non sucrés et autres laits concentrés ;
- Babeurre dont en poudre, caséines, lactose, lactosérum, autres composants naturels du lait ;
- Glaces de consommation ;
- Lait et crème de lait, en poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides.

Le compte moyen des entreprises principalement orientées vers la fabrication de PGC (laits liquides et produits frais, fromages, beurre) est présenté sur le Graphique 119.

Les charges en matières premières (auxquelles sont rattachés les achats de marchandises et certains autres approvisionnements) représentent entre les deux tiers et les trois quarts de la valeur du produit total dans tous les types d'entreprises, à l'exception de celles du type « *Fabrication de yaourts* » appartenant à des groupes.

Dans ce type d'entreprises « *Fabrication de yaourts – appartenant à un groupe* », le rapport matières premières sur produit se situe entre 50% et 55% (Graphique 123), contribuant à un taux de valeur ajoutée plus élevé que dans les autres orientations de fabrications, et le résultat courant rapporté au produit présente les valeurs moyennes annuelles les plus élevées (à l'exception du « *Beurre – appartenant à un groupe* », mais en 2010 uniquement)

À noter que les entreprises productrices de yaourts mais ne relevant pas d'un groupe (Graphique 124) présentent une structure de compte très différente des précédentes, dont des taux de résultat courant nettement plus faibles. Il s'agit d'un petit nombre d'entreprises, de taille plus modeste que les précédentes dans lesquelles se trouvaient les producteurs des grandes marques nationales.

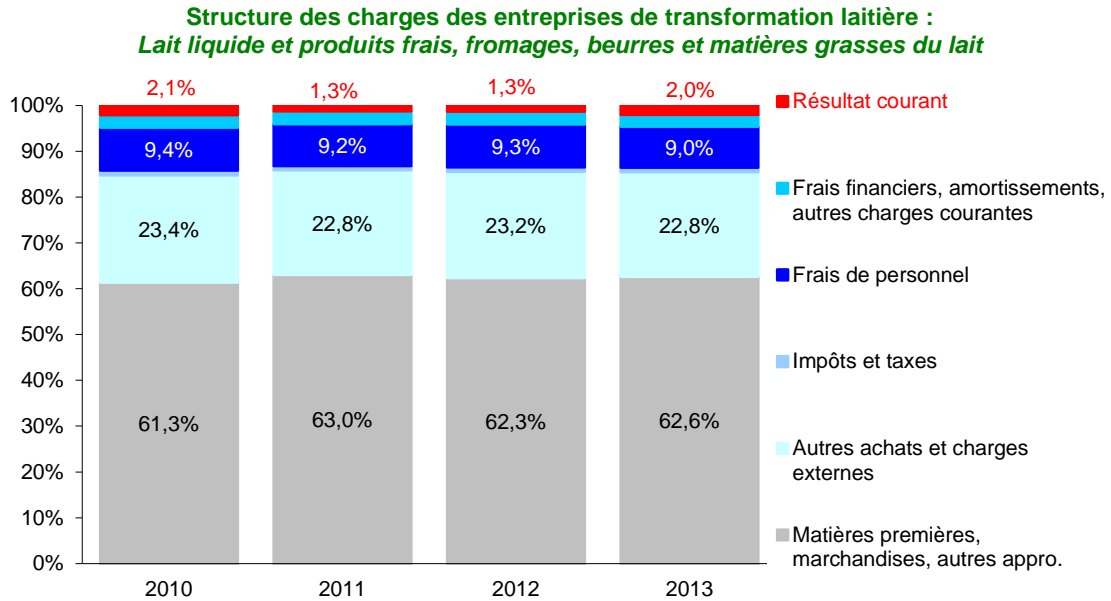
L'ensemble des entreprises orientées dans la production de fromages (hors fondus et hors frais) a pu être également subdivisé en fonction de l'appartenance ou non à un groupe : la catégorie hors groupe (Graphique 122) se caractérise par des taux de résultat courant plus élevés : il s'agit d'entreprises plus petites, dont bon nombre de fabricants situés en zones de production de fromages d'appellation d'origine protégée bien valorisés.

Le poids des frais de personnel apparaît un peu plus important dans la catégorie hors groupe et, en corollaire, celui de la matière première est un peu plus faible : au total, ceci se résume par un taux de valeur ajoutée plus élevé.

La fabrication de beurre (Graphique 125), pour laquelle les contraintes de secret statistique ne permettent pas de diffuser les résultats des quelques entreprises hors groupe, est caractérisée par une structure de compte variable d'une année à l'autre essentiellement en fonction du poids, lui-même variable, des matières premières. Ainsi, en 2010, le poids de la matière première descend à 74% de la valeur des produits, ce qui permet la formation d'un taux de résultat courant, rapporté au chiffre d'affaires, nettement supérieur à celui des autres années (9,6%). Les matières premières inscrites en charges dans les comptes de ces entreprises incluses dans des groupes et fabriquant du beurre sont principalement des cessions internes de crème et de beurre industriels.

Pour l'ensemble du secteur (Graphique 119 à Graphique 125), la structure du compte a peu évolué de 2011 à 2013. Le poids du résultat courant s'améliore en 2013.

Graphique 119

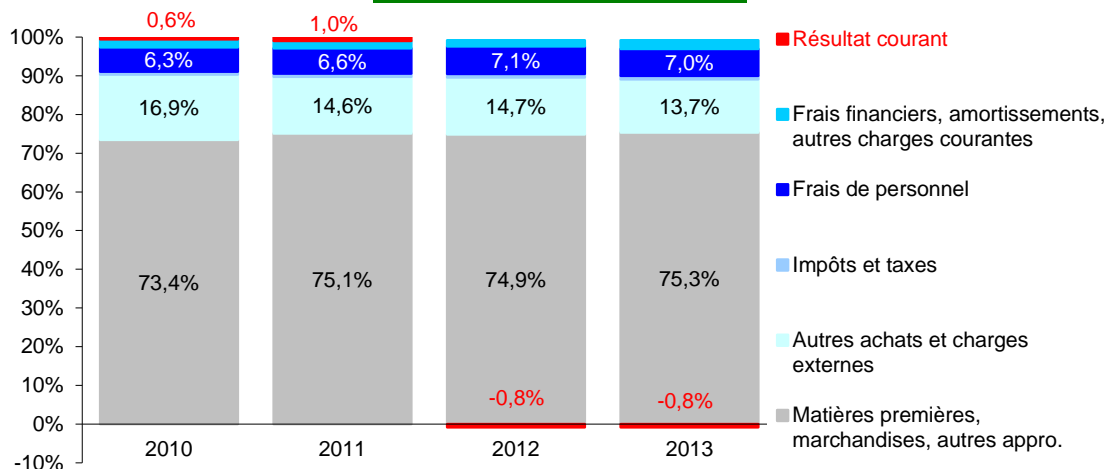


Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcum (SSP) pour OFPM



Graphique 120

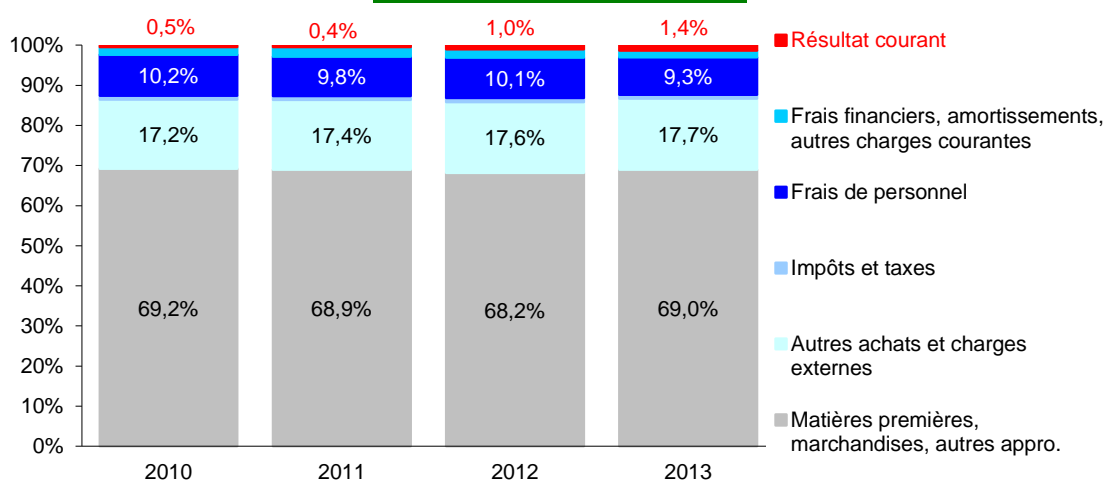
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Lait et crème de lait non concentrés**  
**Entreprises appartenant à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcum (SSP) pour OFPM

Graphique 121

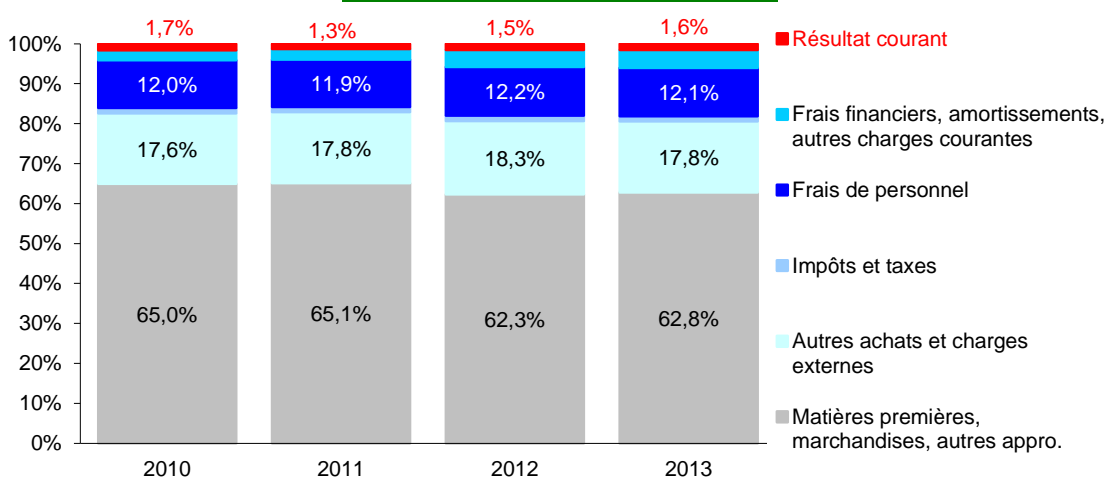
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Fromages (autres que fondus)**  
**Entreprises appartenant à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcum (SSP) pour OFPM

Graphique 122

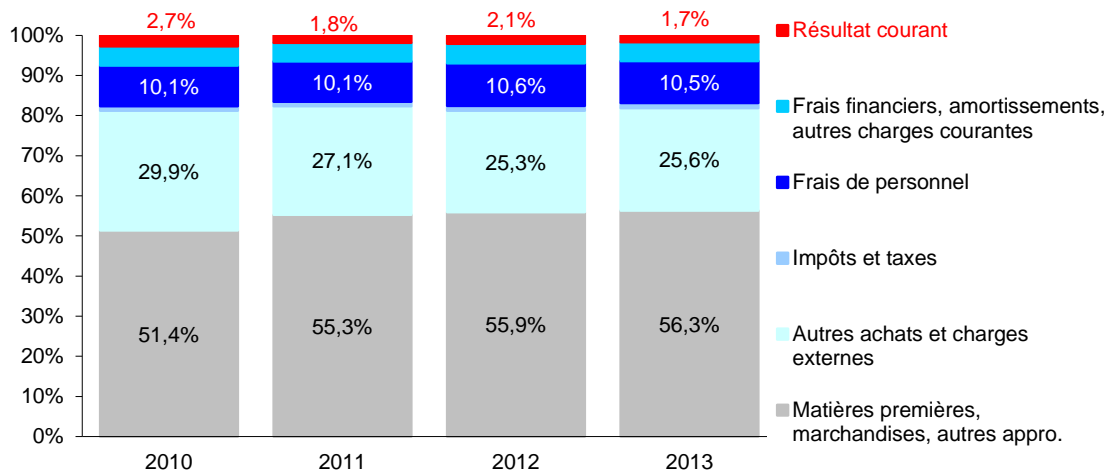
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Fromages (autres que fondus)**  
**Entreprises n'appartenant pas à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcum (SSP) pour OFPM

Graphique 123

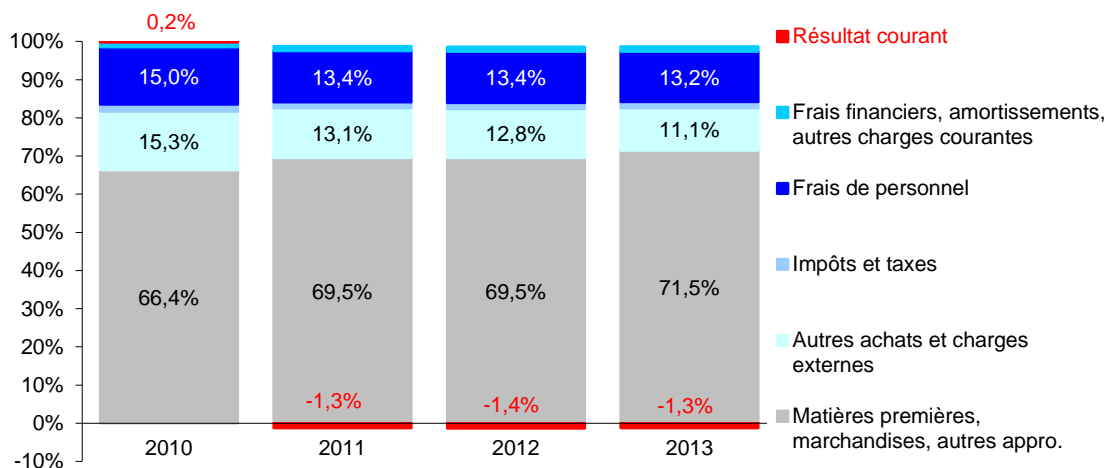
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Yaourts, produits fermentés**  
**Entreprises appartenant à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcop (SSP) pour OFPM

Graphique 124

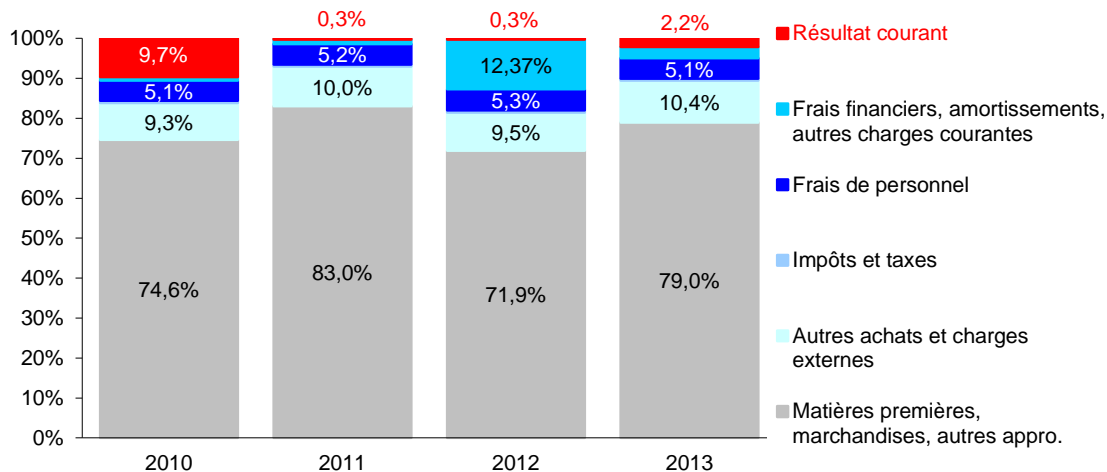
**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Yaourts, produits fermentés**  
**Entreprises n'appartenant pas à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcop (SSP) pour OFPM

Graphique 125

**Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Beurres, autres MG du lait**  
**Entreprises appartenant à un groupe**



Source : SSP, traitement des enquêtes Esane (Insee) et Prodcop (SSP) pour OFPM

## 7. COMPTE DU RAYON PRODUITS LAITIERS DES GMS

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

### 7.1. Le rayon produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon produits laitiers représente 29 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 23 % de leur marge brute, 15 % de leurs frais de personnel dédié et 2 % de la marge nette des rayons à marge nette positive en moyenne (boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie-viennoiserie exclues), se situant pour ce dernier critère en 4<sup>ème</sup> position après les rayons charcuterie, volailles et fruits et légumes. La forte dégradation de sa position s'explique principalement par une hausse des coûts d'achat en 2014.

### 7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon produits laitiers

Les frais de personnel dédié au rayon sont peu importants par rapport aux frais de personnel moyen des rayons étudiés (9,2 €), ils représentent 4,5 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Les frais de personnel sont liés au réassortiment, à la vente assistée à la coupe ou à la préparation d'UVCM dans certains points de vente (fromages coupés et préemballés). La marge semi-nette est de 18,5 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires. Les autres charges réparties, avant répartition de l'impôt, s'établissent à près de 18,3 € (juste en dessous de celles de la moyenne des rayons, avant répartition de l'impôt : 19€). La marge nette moyenne avant répartition de l'impôt du rayon (0,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires) est en forte baisse par rapport à 2013. Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts entre les 7 enseignes interrogées : trois enseignes sur sept ont une marge négative.

Tableau 19

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : 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	77,0	
<b>Marge brute</b>	<b>23,0</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	4,5	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>18,5</b>	
Autres charges	18,3	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>0,2</b>	
Impôt sur les sociétés	0,1	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>0,1</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 0,1 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

### 7.3. Détail des charges du rayon produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,2 € de charges directes dont 4,5 € de frais de personnel dédiés auxquelles s'ajoutent des charges communes à hauteur de 16,7 €. Ces charges comprennent notamment les frais de personnel hors ceux dédiés au rayon et d'autres charges communes réparties dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau. Soit au total, 22,9 € de charges communes pour 100 € de chiffre d'affaires, après affectation de l'IS ; en classant les rayons dans l'ordre décroissant de leur quote-part de charges communes réparties rapportée au chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers est au 6<sup>ème</sup> rang (sur 7 rayons).

Tableau 20

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA

		<i>Produits laitiers</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	4,5
	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 affectées au rayon	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>6,2</b>
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,5
	Frais financiers	0,6
	Autres charges communes réparties (1)	8,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,1
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>16,7</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>22,9</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

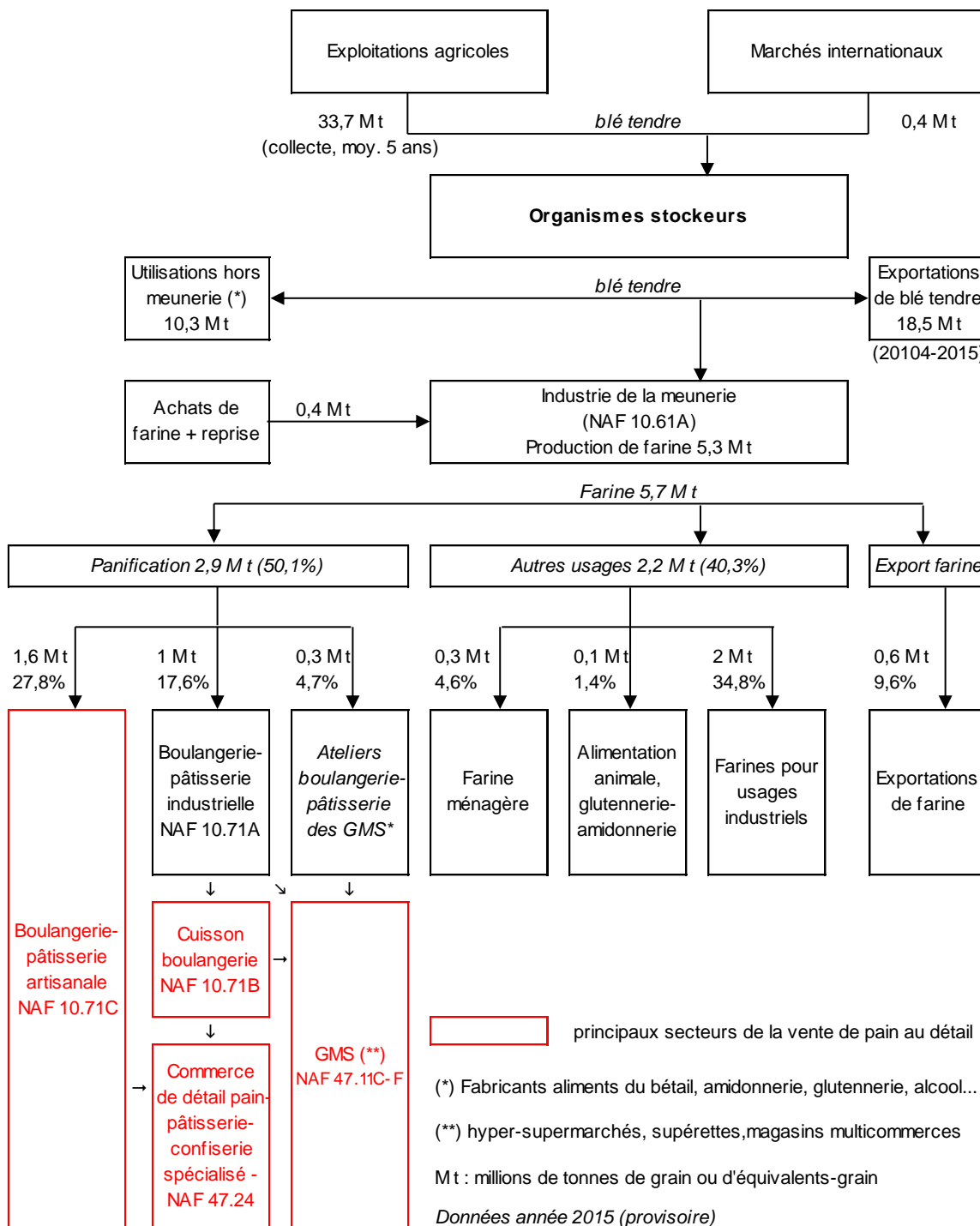
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

## Section 5 – Pain

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PAIN

Schéma 11

#### Cartographie des flux dans la filière pain



Source : FranceAgriMer

Avec des surfaces toujours supérieures à 4,5 Mha depuis 1995 (ce qui garantit une production relativement stable d'environ 35 Mt en moyenne), le **blé tendre** est la principale céréale cultivée en France. Pour la campagne 2014-2015, des superficies proches de 5 Mha ont permis à la récolte de dépasser les 37 Mt. Quant à la campagne actuelle (2015-16), la France enregistrerait un niveau record de production de près de 41 Mt. Cette forte hausse est liée à l'effet conjugué de l'augmentation des surfaces de 3,2% par rapport à 2014/15 avec près de 5,2 Mha (surfaces toutefois encore provisoires à cette date), et d'un rendement moyen au niveau national de 79,2 q/ha, un niveau très nettement supérieur à la moyenne quinquennale des 5 dernières campagnes (72,5 q/ha). L'effet rendement est particulièrement important dans les régions Nord-Pas-de-Calais, Bourgogne et Haute-Normandie.

Chaque année, environ 50% de la production est disponible pour l'exportation. Au cours de la campagne 2014-15 ce pourcentage s'élève à 52%, c'est ainsi plus de la moitié de la récolte de blé tendre qui a été vendue à destination de l'Union européenne et des pays tiers. Ce pourcentage représente 19,3 Mt c'est-à-dire le deuxième meilleur total enregistré après celui de la campagne 2010-2011 (19,6 Mt). En 2014-2015, la France a ainsi exporté 11,4 Mt vers les pays tiers, en particulier vers le Maghreb (même si en baisse par rapport à 2013-2014), débouché traditionnel pour le blé tendre français, de même que l'Afrique, mais aussi vers l'Égypte pour 1,2 Mt et fait nouveau de cette campagne, le débouché vers le marché asiatique à hauteur de 1,3 Mt (Thaïlande, Corée du Sud, Bangladesh et Philippines). La part de la production pour les utilisations sur le marché intérieur français (alimentation animale, amidonnerie, meunerie, etc.) approchait quant à elle environ 15 Mt.

Située au centre de la filière blé tendre, la meunerie française assure la transformation initiale de la matière première. Depuis le 23 juin 1961, un décret oblige les exploitants de moulins, de minoteries ou de dépôts et les négociants en farine à renseigner mensuellement un formulaire relatif aux utilisations de céréales et de farine issues de l'agriculture conventionnelle et biologique. Ces informations, exploitées par FranceAgriMer, sont indispensables pour suivre l'ensemble de l'activité de la meunerie française. Celle-ci regroupait 450 unités de production en 2013. Cette même année, 5,6 Mt de blé tendre, principalement français ont été mises en œuvre pour produire 4,3 Mt de farine dont un peu moins de 0,6 Mt a été exporté. En 2014, les mises en œuvre de blé tendre par la filière ont diminué à 5,5 Mt et la baisse se poursuit en 2015 avec un peu plus de 5,3 Mt de blé tendre mis en œuvre et une production de farine égal à 4,2 Mt. L'essentiel de la farine produite est destiné à l'alimentation humaine, notamment à travers la fabrication de pain.

Consommé par près de 98% des français, le pain reste un des piliers de notre modèle alimentaire. Le plus souvent, il est fabriqué à partir d'un mélange de farine de blé, d'eau et de sel. Ce mélange est ensuite fermenté à l'aide de levure de panification ou de levain. Il existe de grandes variétés de pains, parmi eux, la baguette courante est la plus consommée par les français au quotidien.

La boulangerie artisanale est le premier débouché de la farine en France, suivie par la boulangerie industrielle, puis par les industries alimentaires de la biscuiterie et de la biscotterie. En 2013, la boulangerie artisanale, à travers ses 32 000 entreprises de boulangerie-pâtisserie, réalisait environ 60 % de la panification. La boulangerie industrielle comptait 240 entreprises et réalisait 28 % de ce marché et les ateliers de boulangerie en GMS : 9%, le reste correspondant essentiellement aux importations.

## 2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PAIN

La référence retenue comme **prix du blé tendre meunier à la première mise en marché** est, faute de mieux, la cotation « *départ Eure et Eure-et-Loir* » (source : SSP, d'après presse spécialisée « *La Dépêche* »). Cette référence présente pour notre objet certains inconvénients :

- il s'agit d'un prix « *local* », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales ;
- le produit coté n'est pas intégralement destiné à la meunerie française ;
- les caractéristiques du produit coté ne sont pas précisément celles du « *BPMF* » (blé pour la meunerie française).

L'encadré ci-après présente les enjeux liés à la disposition d'une meilleure référence de prix des blés pour le marché intérieur. Le sujet avait été débattu en 2014 dans les groupes de travail de l'observatoire, dans le cadre de l'action 32 du contrat de filière.

Le circuit représenté commence donc à la sortie des organismes stockeurs et non à la production agricole et le prix du blé intègre ainsi la marge de ces opérateurs.

Depuis décembre 2013, dans le cadre de la convention passée entre l'Insee et l'observatoire, ce dernier dispose des **prix moyens mensuels des farines boulangères** par destination : boulangerie artisanale, boulangerie industrielle, ateliers de boulangerie des GMS. De plus longues séries d'indices de prix ont permis de rétropoler les séries de prix moyens avant juillet 2009.

Au stade du commerce de détail, c'est le **prix moyen mensuel de la baguette**, tous circuits de vente confondus (source : Insee) qui a été retenu pour les travaux de l'observatoire. Il n'existe pas de données de panels sur les prix dans la boulangerie artisanale, et le pain en GMS, suivi par ces panels, ne représente qu'une part minime du marché.

Un **prix moyen mensuel sortie meunerie du « panier » de farines panifiables** est calculé en pondérant les prix des différents types de farines boulangères par le poids des différents circuits dans la panification. Ce prix moyen de farine est ainsi homogène avec la « *baguette moyenne tous circuits* » suivie au détail.

Encadré 3

### La question des cotations disponibles pour le blé meunier et le blé dur sur le marché intérieur

Les données de prix céréaliers français disponibles sont mal adaptées à l'objet de l'observatoire car il ne s'agit pas toujours de prix pour le marché intérieur et les cotations, limitées à quelques places, ne constituent pas des prix moyens d'offre nationale pondérés par les volumes des transactions.

Les cotations céréalieres disponibles portent en effet sur les prix suivants :

- **les prix « départ »** : ils représentent les prix du négoce en bassin de production. Ces prix ne comprennent pas le coût de transport de la marchandise vers la zone de consommation. Les prix en culture ou prix payés aux producteurs peuvent se déduire des prix « départ » en ôtant la marge des organismes stockeurs (OS), ainsi que les taxes à la charge du producteur,
- **les prix « rendu »** : ces derniers comprennent le transport de la marchandise jusqu'au lieu de destination (assurance du transport incluse) ; la destination peut être un port d'exportation (Rouen, par exemple) ou une zone de consommation. Le prix rendu Rouen est fortement « directeur » sur le marché français, en raison de l'importance du débouché « exportation » pour les céréales (50% des utilisations), et tout particulièrement du port de Rouen (50% des exportations portuaires).
- **les prix « FOB »** : à l'exportation, les cotations s'expriment souvent « *Free On Board* » (FOB), c'est à dire après chargement des marchandises à bord.

Par ailleurs, les marchés à terme constituent une source d'information sur les prix de la matière première pour les opérateurs des filières des céréales. Pour le blé tendre, la référence est actuellement le contrat Euronext mais le *Chicago Mercantile Exchange* (bourse de Chicago) va lancer un nouveau contrat en blé tendre européen. En revanche, il n'existe pas de marché à terme pour le blé dur.

La meunerie française souhaite la mise en place de cotations officielles intérieures (cotations « départ ») dans plusieurs bassins de production. Elles pallieraient certaines limites de la référence Euronext utilisée dans la filière et permettraient de vérifier la convergence des prix entre marché à terme et marché physique, fournissant ainsi une information utile contribuant à la transparence nécessaire pour la régulation des marchés financiers par les pouvoirs publics. Il s'agit notamment de mettre en œuvre les dispositions prévues, pour prévenir les « abus de marché », par la récente réglementation européenne (règlement n°596/2014 et directive 2014/57 du 16 avril 2014 sur les abus de marché). Relèvent des « abus de marché » sur les marchés financiers diverses pratiques exploitant une asymétrie d'information pour en tirer un bénéfice aux dépens d'autres investisseurs : délit d'initié, propagation de fausses informations, réalisations d'opérations visant à biaiser le mécanisme de fixation des cours...

S'agissant du blé dur, l'industrie de la semoulerie et de la fabrication de pâtes alimentaires souhaite que l'indicateur des évolutions des prix de la matière première à utiliser dans les clauses des contrats de vente de pâtes à la grande distribution combine les deux principales cotations françaises du blé dur FOB ports et une référence de prix canadien (origine importante pour les pâtes alimentaires fabriquées en Italie et qui représentent 50% des pâtes importées en France), le cas échéant corrigé par une référence de coût du fret.



### 3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX DE LA BAGUETTE

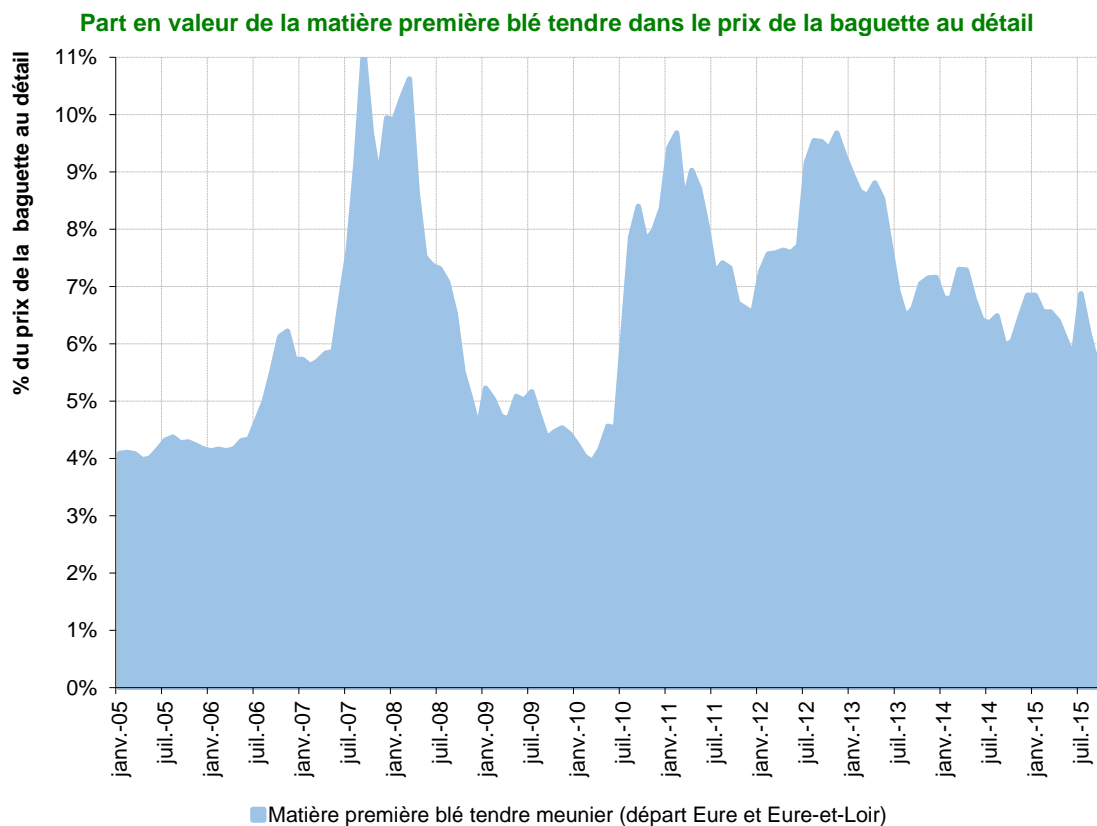
Le calcul de la part de la matière première blé dans la baguette s'appuie sur les coefficients techniques moyens qui ont été détaillés dans l'édition 2013 du rapport de l'observatoire.

De 2005 à fin 2015, le prix moyen de la baguette tous circuits passe de 3 € / kg à près de 3,5 € / kg. La série présente trois points d'accélération de la hausse de prix : en 2007, période de hausse généralisée des matières premières, puis en 2011 et 2013, répercutant de façon très amortie la hausse des prix du blé tendre (Graphique 127 et Graphique 128).

On constate un accroissement sensible de la « *marge agrégée* » de l'aval, de l'ordre d'une vingtaine de centimes sur la période étudiée, cette « *marge agrégée* » recouvre l'ensemble des marges réalisées en aval des collecteurs<sup>37</sup> : industrie de la meunerie, boulangerie industrielle et artisanale, autres points de vente de pain. Depuis 2010, cette « *marge agrégée* » peut être décomposée en marge brute de la meunerie et en marge brute en aval de cette industrie, cette dernière marge recouvrant, selon le circuit : celles de la boulangerie artisanale, celle des ateliers de boulangerie des GMS, celle de la boulangerie industrielle et des commerces de détail qu'elle approvisionne. On peut ainsi souligner que si la marge de la meunerie évolue peu, la marge brute en aval progresse de 7 centimes. Ces marges brutes recouvrent des charges dont la nature et l'évolution seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de l'étude des comptes des secteurs concernés (meunerie, boulangerie-pâtisserie artisanale, rayon boulangerie-pâtisserie des GMS).

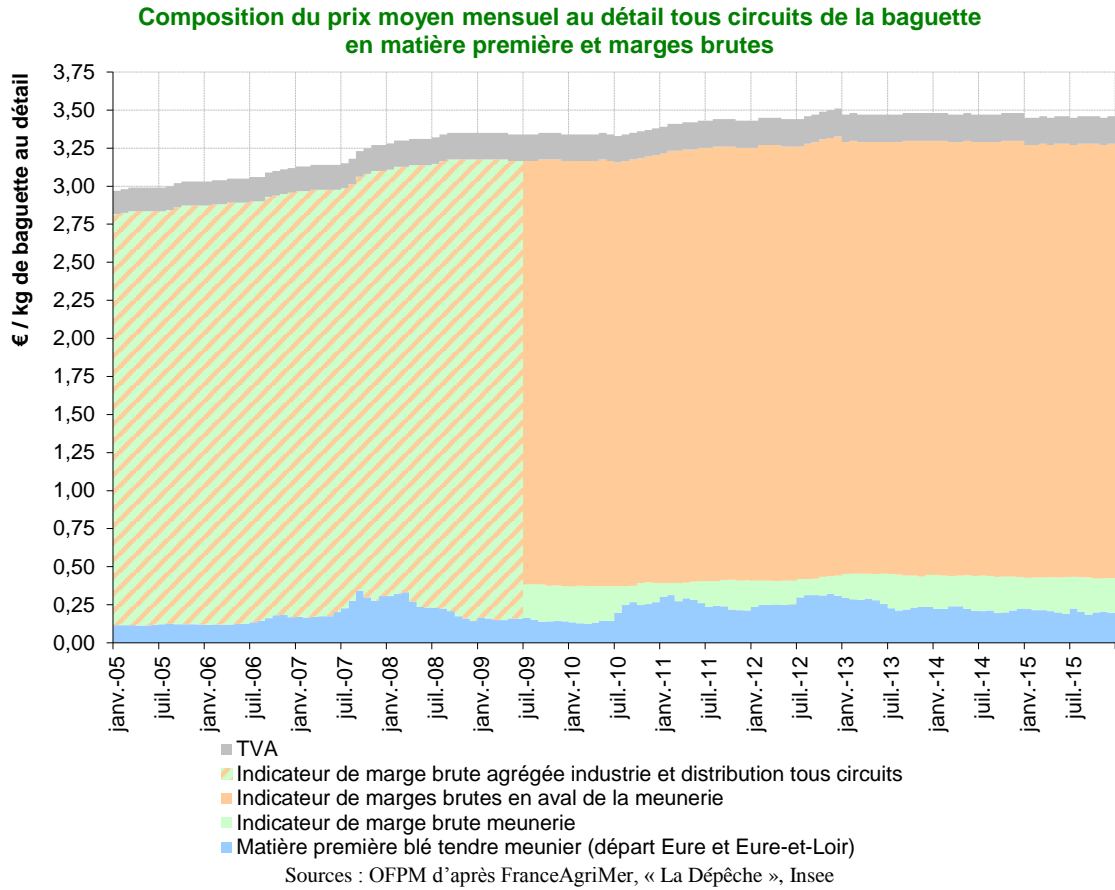
La matière première pèse relativement peu dans la valeur du produit fini (Graphique 126) : sur la période suivie, la valeur du blé incorporé représente entre 4% et jusqu'à un pic de 11% du prix de la baguette. Depuis la nouvelle phase de hausse du prix du blé à partir de l'été 2010, cette proportion se situe entre 5% et 10% (entre 6% et 7% depuis le début 2014).

Graphique 126

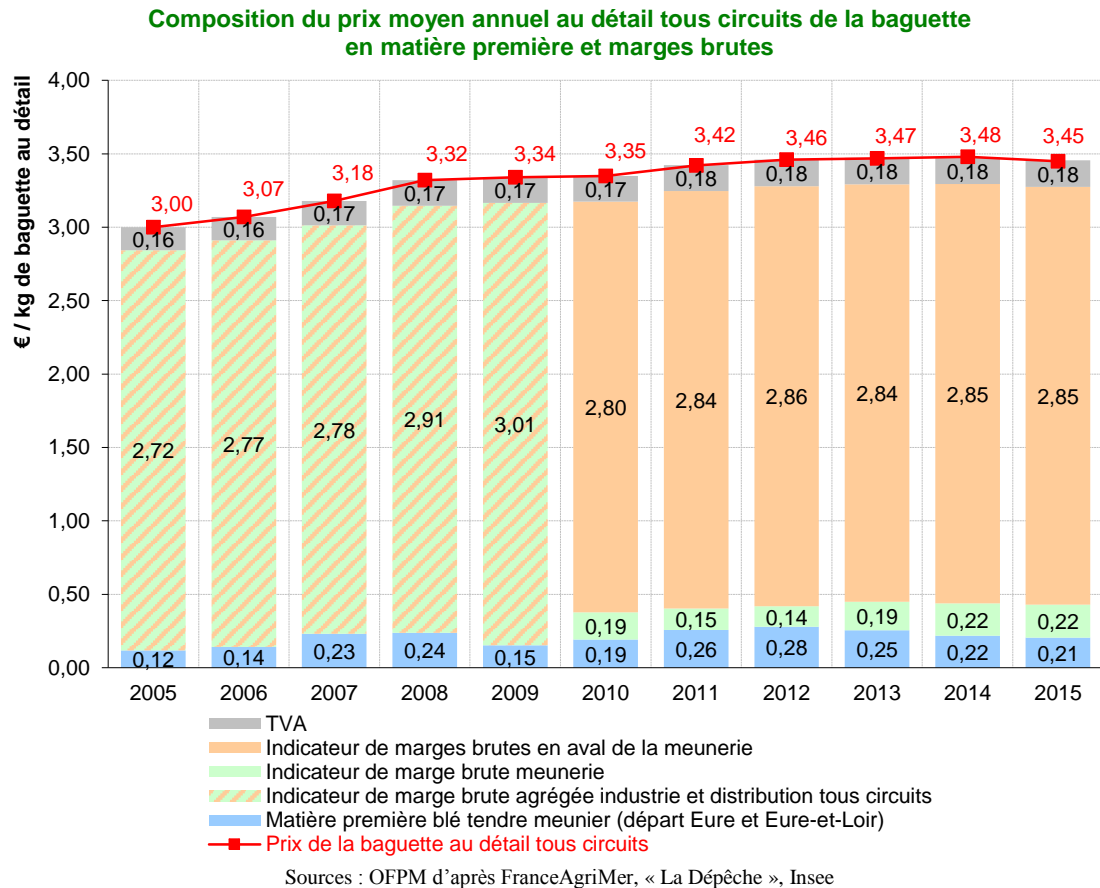


<sup>37</sup> En aval des collecteurs (organismes stockeurs, OS) dans la mesure où la référence de prix utilisée au départ du circuit est une cotation « *départ* », généralement établie sortie OS.

Graphique 127



Graphique 128



## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLÉ-PAIN. VARIATION DE LA RECETTE GLOBALE DE LA PRODUCTION DE BLÉ TENDRE

### 4.1. Ciseau des prix

- (a) Le Graphique 129 met en relation l'indice de prix de la matière première blé tendre et les indices des prix observés et « simulés » de la farine boulangère.
- (b) Le Graphique 130 met en relation le prix de la matière première blé tendre et les prix observés et « simulés » de la baguette.

Ces prix simulés sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de l'indicateur de marge brute de la meunerie (a) ou de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'il présentait en 2010, 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 2010.

Le prix simulé de la farine (ou de la baguette) à une date donnée est égal à la marge brute de la meunerie(ou de l'ensemble de l'aval) de référence ajoutée au coût en matière première à cette date.

L'indicateur de marge brute de référence est la différence entre le prix du produit (baguette ou farine) en période de référence (2010) moins le coût en matière première (farine pour la baguette, blé pour la farine) à cette même période.

Le prix observé de la baguette est la référence de l'Insee, le prix de la farine boulangère issue de la meunerie provient également de l'Insee, et le prix du blé tendre, pour le calcul de la matière première, provient de la cotation départ Eure et Eure-et-Loir.

Il est important de souligner que cette approche, comme la précédente, est fondée sur une décomposition du prix du produit à un mois donné en marges brutes ajoutées à la valeur de la matière première mesurée par son prix au même mois. Cette approche « *au coût de remplacement* » ne tient pas compte des durées de stockage des produits ni de la longueur de contrats d'approvisionnement ou encore des outils de couverture du risque-prix utilisés par les opérateurs, qui entraînent des décalages entre les dates de valeur du produit et de sa matière première<sup>38</sup>.

Le prix de la farine boulangère (moyenne pondérée toutes destinations) reproduit de façon très amortie et avec un décalage (notamment en 2012-2013) les variations du prix du blé. Les séries disponibles des indices de prix des différents types de farine montrent que cet « *amortissement* » est plus fort sur les farines pour boulangeries artisanales.

Le prix observé de la baguette suit de près la hausse du prix simulé, tout en lui étant sensiblement inférieur depuis mi-2010. Il apparaît très stable de janvier 2013 à mi-2014, sans répercuter la baisse du prix du blé amorcée à partir de 2013, puis « *décroche* » en 2015, répercutant la nouvelle baisse du prix du blé.

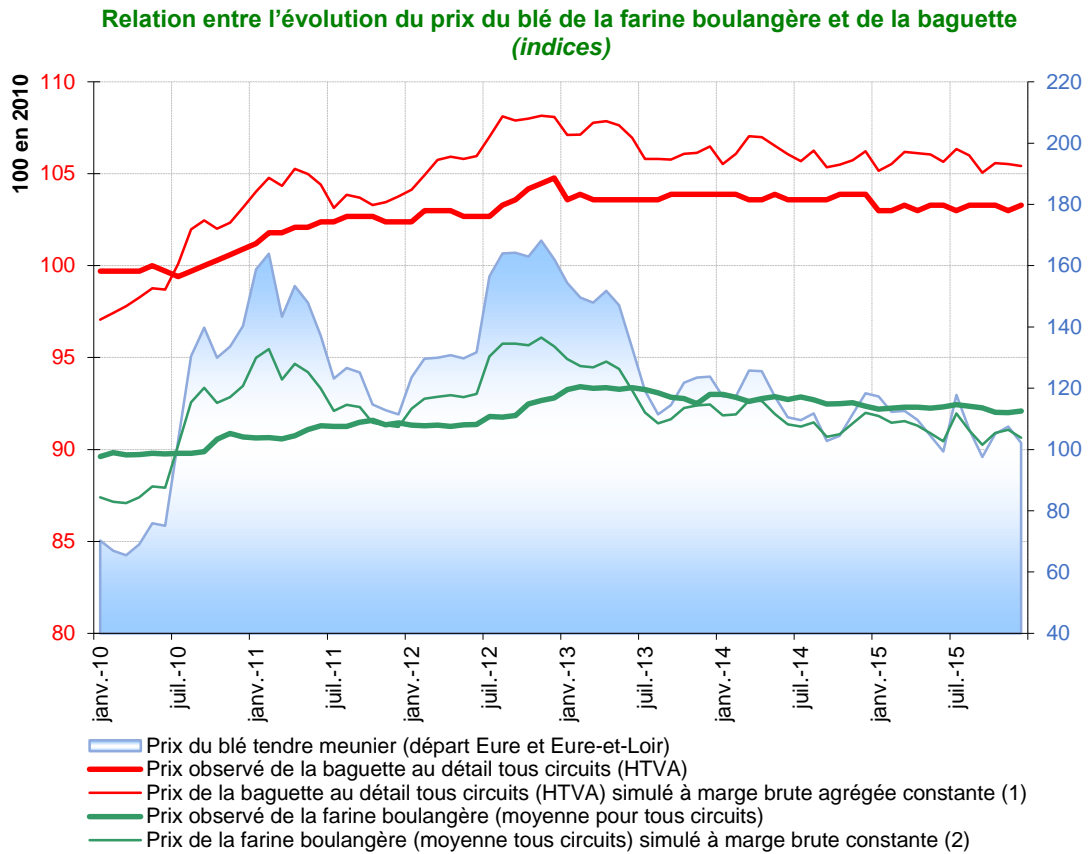
### 4.2. Variation de recette globale dans la production de blé tendre

D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture pour 2015, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production de blé tendre a augmenté de 540 M€ environ (soit +9%), essentiellement sous un effet volume, les prix moyens annuels étant restés quasi stables.

---

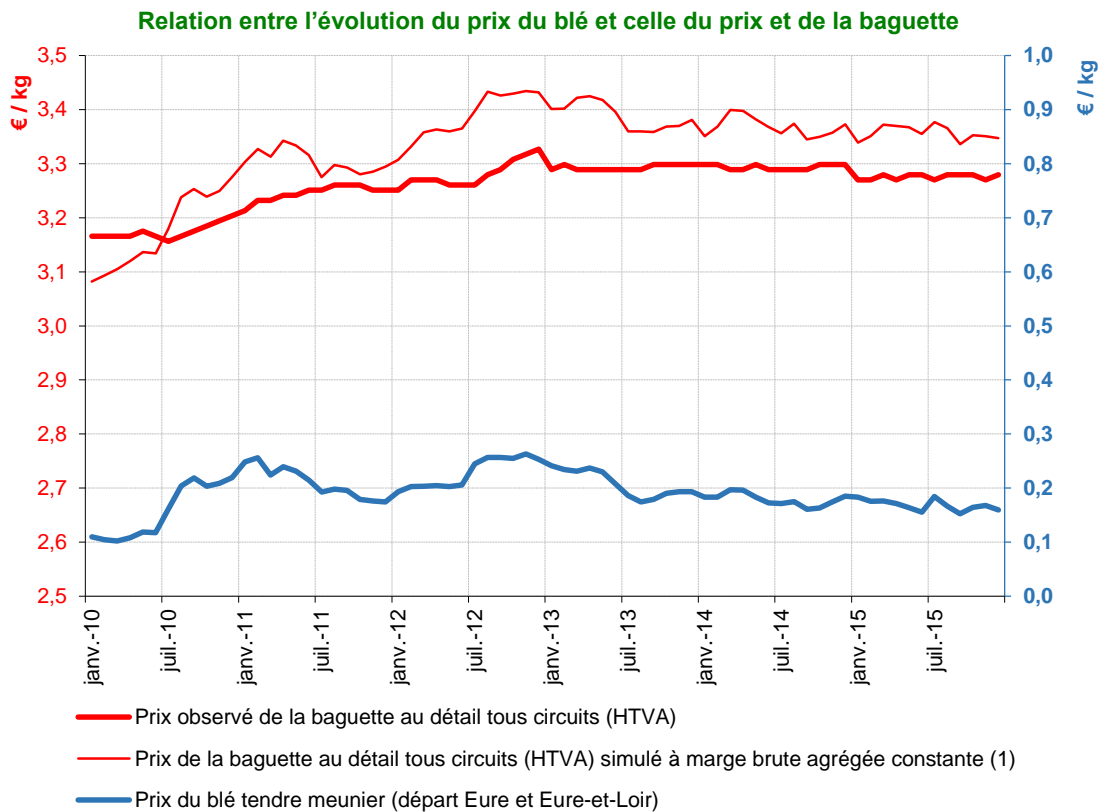
<sup>38</sup> Seule une analyse fondée sur des comptabilités détaillées d'entreprises, évidemment trop lourde à réaliser, pourrait prendre exactement en compte ces décalages. À défaut, l'approche précédente pourrait être affinée (mais sans garantie d'un réel gain de précision) par l'introduction de paramètres de retards moyens.

Graphique 129



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », Insee

Graphique 130



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer, « La Dépêche », Insee

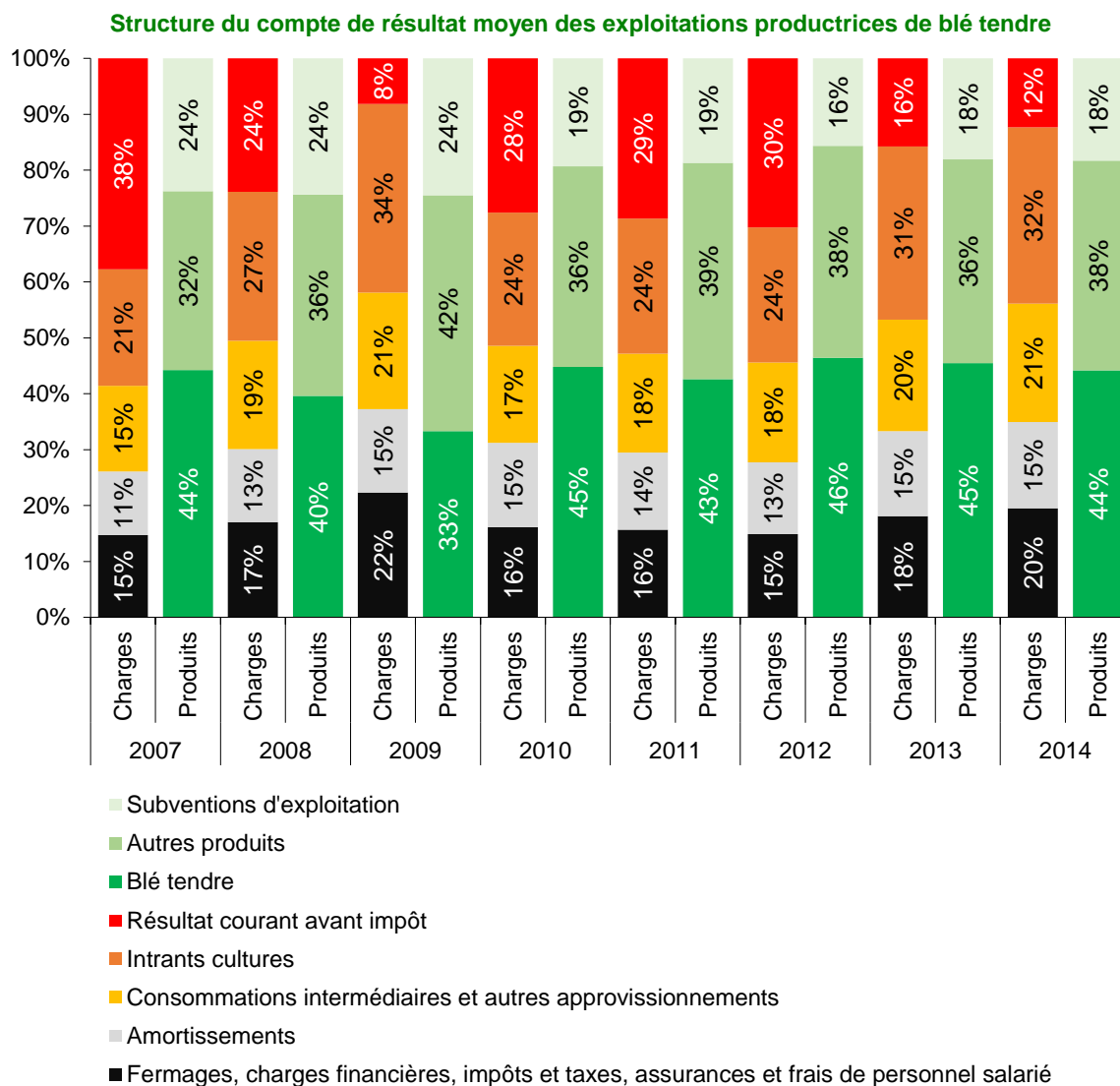
## 5. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ TENDRE ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ TENDRE

### 5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre

L'échantillon des exploitations productrices de blé tendre, issu du Rica, est constitué de 167 à 275 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 7 757 à 12 275 exploitations, réalisant 13,62 % de la production annuelle de blé tendre en 2014 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé tendre constitue, selon les années, de 46 % à 60 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période étudiée de 38 % à 8 % ; il passe de 16 % du produit en 2013 (32 226 € pour 204 039 € de produits) à 12 % en 2014 (23 353 € pour 189 529 € de produits). Après avoir fait face à une hausse de 11% des charges en 2013, les exploitations de l'échantillon bénéficient d'une légère baisse de celles-ci en 2014 (-3%). Cette baisse ne suffit toutefois pas à compenser un produit blé tendre en baisse (-10 % pour la deuxième année successive) ainsi que des autres produits et des subventions d'exploitation en baisse également. Le résultat courant avant impôt par unité de travail annuel non salarié passe de 27 400 € en 2013 à 19 400 € en 2014 (Graphique 133).

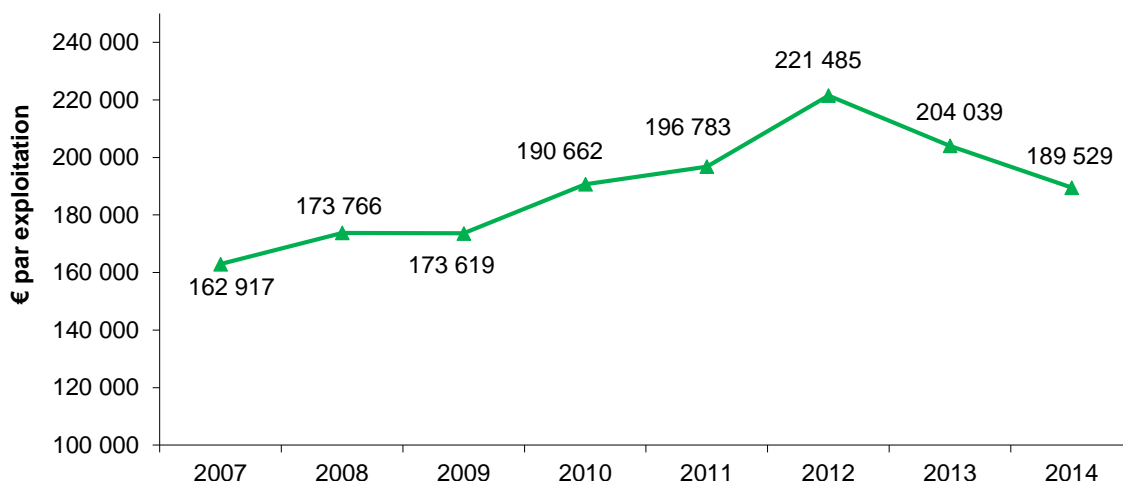
Graphique 131



Source : Rica (SSP)

Graphique 132

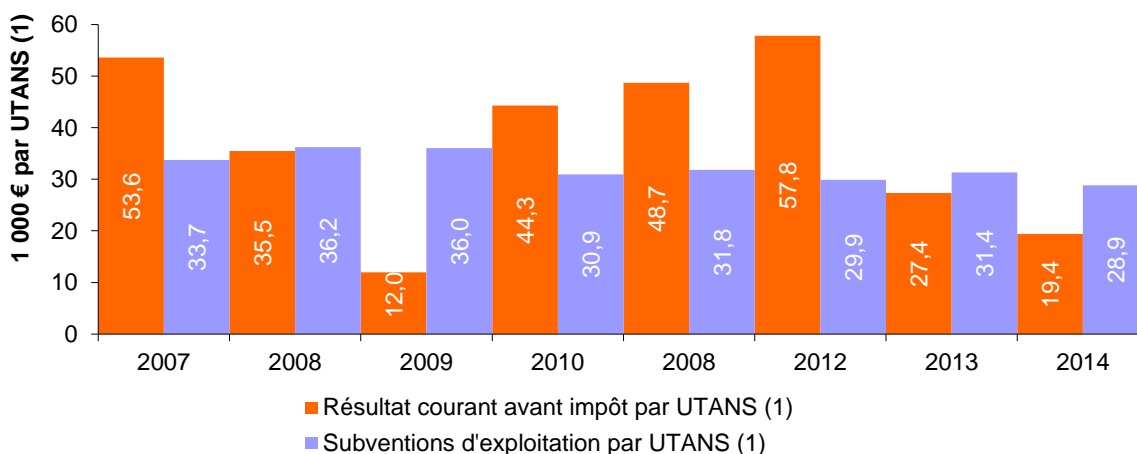
**Montant moyen des produits courants par exploitation productrice de blé tendre**



Source : Rica (SSP)

Graphique 133

**Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé tendre**



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

**5.2. Coût de production du blé tendre**

Les données présentées sont issues de l'observatoire Arvalis-Unigrains d'après des données CerFrance. L'échantillon comprend 4 700 exploitations (orientations technico-économiques 15 et 16) réparties sur 16 départements français, représentant eux-mêmes 40 % de la production française de blé tendre. Ces départements sont majoritairement situés au nord de la Loire et le rendement moyen de l'échantillon présenté est supérieur de 10 % au rendement moyen national blé tendre, observé par le SSP.

Le coût de production présenté ici intègre :

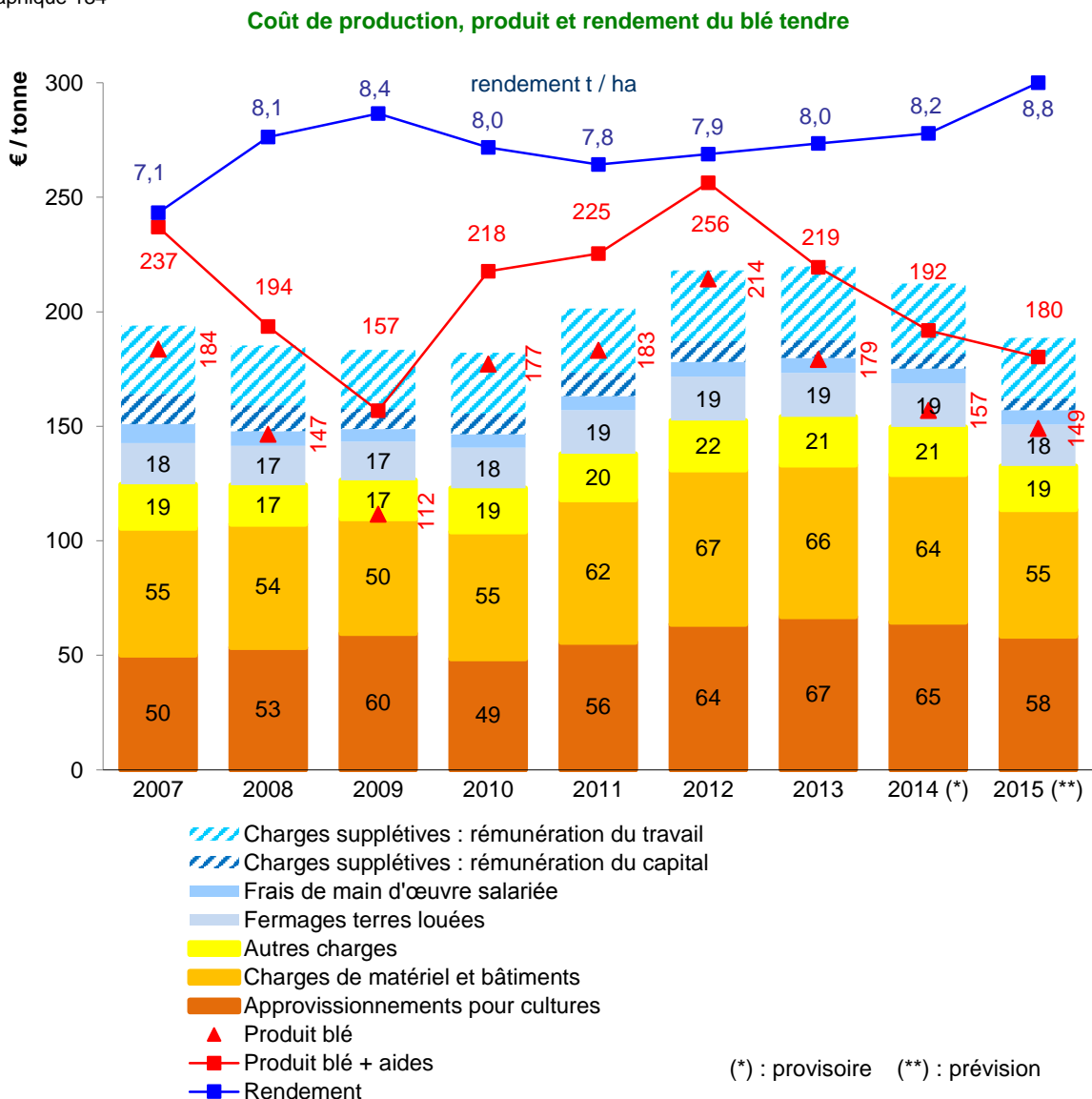
- une rémunération standard pour le travail des exploitants à hauteur de la rémunération nette d'un chauffeur de tracteur qualifié, échelon 1 soit environ 1,1 SMIC net (plus cotisations sociales de l'exploitant, incluses dans cette rémunération, alors que ces cotisations ne sont pas retenues comme une charge d'entreprise dans le Rica),
- une rémunération pour les capitaux personnels (taux des OAT à 10 ans) et pour les terres en propriétés (à la valeur des fermages moyens régionaux).

Les données 2014 sont provisoires car calculées à partir d'un nombre d'observations réduites de l'échantillon de base. Les données 2015 sont prévisionnelles car issues d'extrapolations des données

des années précédentes et d'observations sur le terrain. Le prix du blé figurant sur le Graphique 134 est calculé à partir des comptes des exploitants et n'inclut pas les plus ou moins-values réalisées sur les marchés à terme pour les agriculteurs qui passent en direct des ordres de vente.

Depuis 2010, les exploitations agricoles observées faisaient face à une hausse régulière des coûts de production du blé tendre. En 2014 et 2015, le coût de production est en baisse. Il passe de 212 € par tonne en 2014 à 189 € par tonne en 2015. Cette baisse s'explique par une hausse du rendement moyen en 2015 et par une diminution de certaines charges telles que les amortissements (l'investissement étant en baisse à la suite de revenus en baisse lors des deux années précédentes), les prélèvements sociaux (calculés selon des revenus également en baisse les années précédentes), le carburant, les produits phytosanitaires (grâce à une pression moindre des maladies lors de la campagne 2014-2015). Cette baisse de charges ne permet pas de compenser un ensemble de produit (blé et aides de la PAC) également en baisse entre 2014 (192 € par tonne) et 2015 (180 € par tonne). Il en résulte donc une marge nette négative pour la deuxième année consécutive pour les exploitations productrices de blé tendre.

Graphique 134



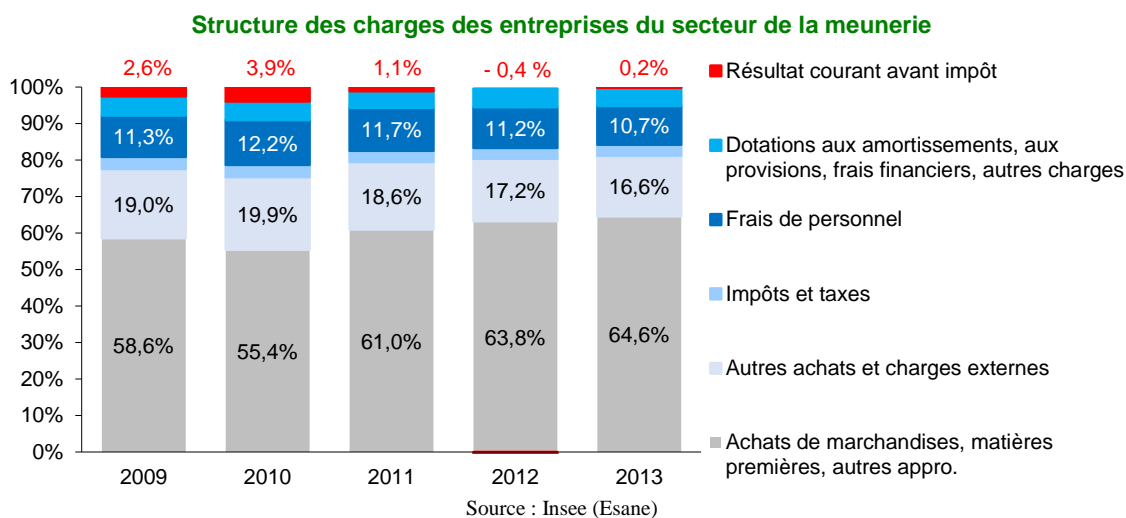
Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

## 6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE ARTISANAL DE LA FILIÈRE FARINE-PAIN

### 6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la meunerie

Le résultat courant rapporté à la production redevient positif en 2013. Il s'élève à 4,5 M€ pour un produit total de 2 854 M€, soit 0,2%. En 2012, il était négatif, de -12 M€ pour un produit total de 2 761 M€. Cette amélioration relative a été permise par des produits en hausse ainsi que par une baisse des frais de personnel. Les achats de marchandises, matières premières et autres approvisionnements (poste dominé par les achats de blé tendre) ont continué à augmenter, ils passent de 1 763 M€ en 2012 à 1 844 M€ en 2013, se maintenant autour de 64%. Pour 2014 et 2015, les comptes Esane ne sont pas encore disponibles mais le ciseau des prix entre farines et blé tendre devrait entraîner toutes choses égales par ailleurs une diminution du pourcentage des achats de matières premières dans le produit.

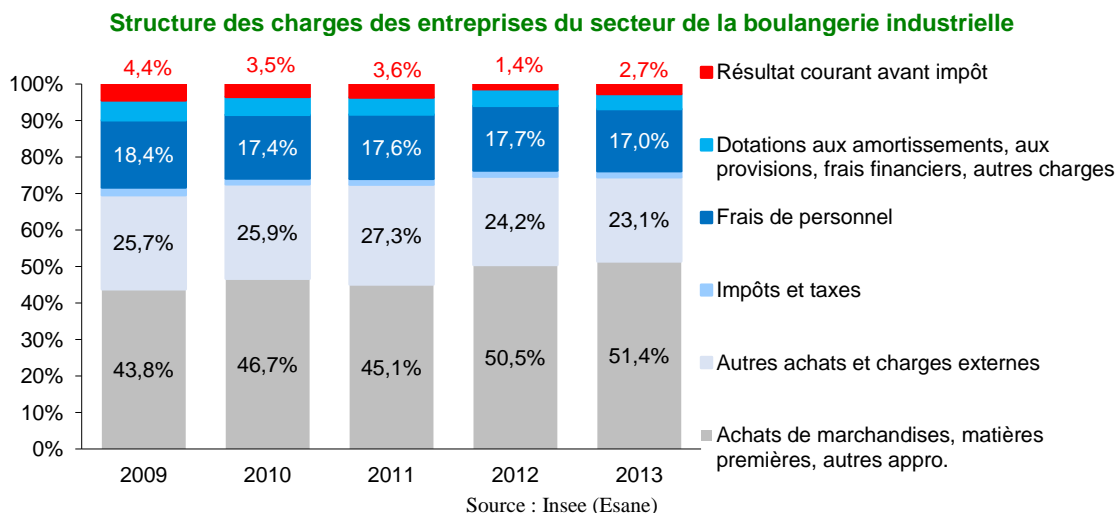
Graphique 135



### 6.2. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie industrielle

Le résultat courant rapporté à la production s'améliore en 2013 : il passe de 1,4 % du produit (95,5 M€ pour un produit total de 6 802 M€) en 2012 à 2,7 % du produit (185 M€ pour un produit total de 6 809 M€) en 2013. Cette amélioration a été permise par des produits en hausse ainsi que par une baisse de l'ensemble des charges hors achats de marchandises, matières premières et autres approvisionnements qui continué à augmenter : de 3 434 M€ en 2012 (50,5 % du produit) à 3 502 M€ en 2013 (51,4 % du produit).

Graphique 136

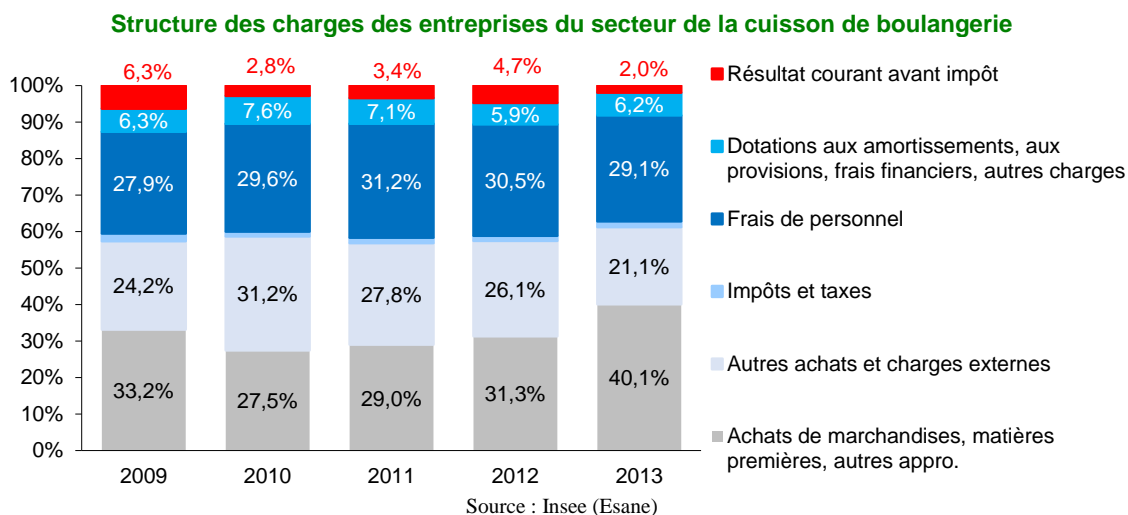




### 6.3. Structure des charges des entreprises du secteur de la cuisson de boulangerie

Le résultat courant rapporté à la production diminue en 2013 pour le secteur de la cuisson de boulangerie : il passe de 4,7 % du produit (37,6 M€ pour un produit total de 796 M€) en 2012 à 2,0 % du produit (16,9 M€ pour un produit total de 854,6 M€) en 2013. Cette diminution est entraînée par des achats de marchandises, matières premières et autres approvisionnements en hausse. Les autres charges, hors autres achats et charges externes, sont également en hausse.

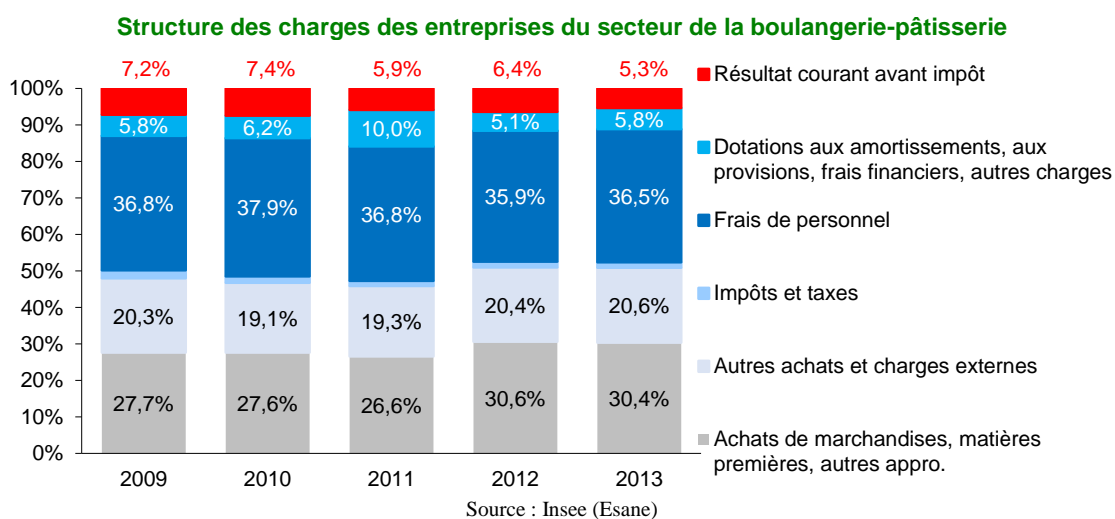
Graphique 137



### 6.4. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie

Le résultat courant avant impôt rapporté à la production diminue en 2013 dans le secteur des boulangeries-pâtisseries : il passe de 6,4 % du produit (612,7 M€ pour un produit total de 9 608 M€) en 2012 à 5,3 % du produit (523,9 M€ pour un produit total de 9 833 M€) en 2013. Cette diminution s'explique principalement par une augmentation du poids des charges en amortissement, frais financiers et autres charges. La hausse du prix de la farine à destination des boulangers-pâtisseries est limitée, ce qui, avec l'augmentation du produit total qui entraîne une quasi-stabilité de la part des achats de marchandises, matières premières et autres approvisionnements.

Graphique 138

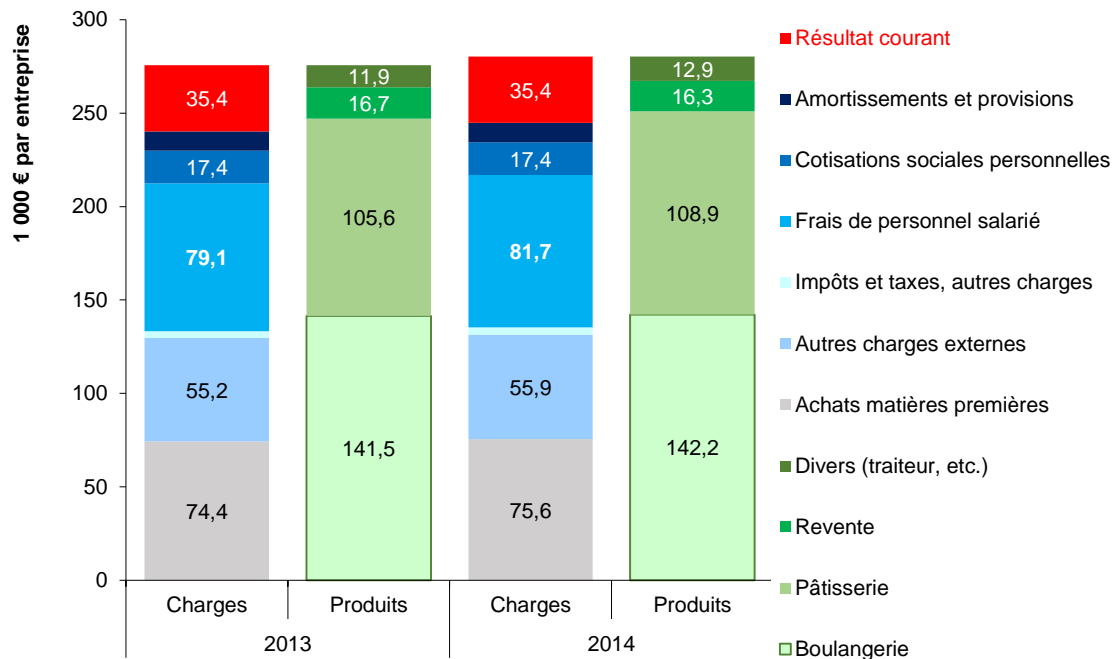


Ces résultats, fournis par Esane, portent sur l'ensemble du secteur artisanal, toutes formes juridiques d'entreprises confondues : entreprises individuelles et sociétés, d'où des taux de résultat courant avant impôt et des taux de frais de personnel intermédiaires entre ceux, des sociétés de boulangeries détenant plusieurs points de vente et recourant largement au salariat, et ceux, plus élevés, des entreprises individuelles dans lesquelles le travail est principalement fourni par l'exploitant (Cf. ci-après).

### 6.5. Compte des entreprises individuelles du secteur de la boulangerie-pâtisserie

Graphique 139

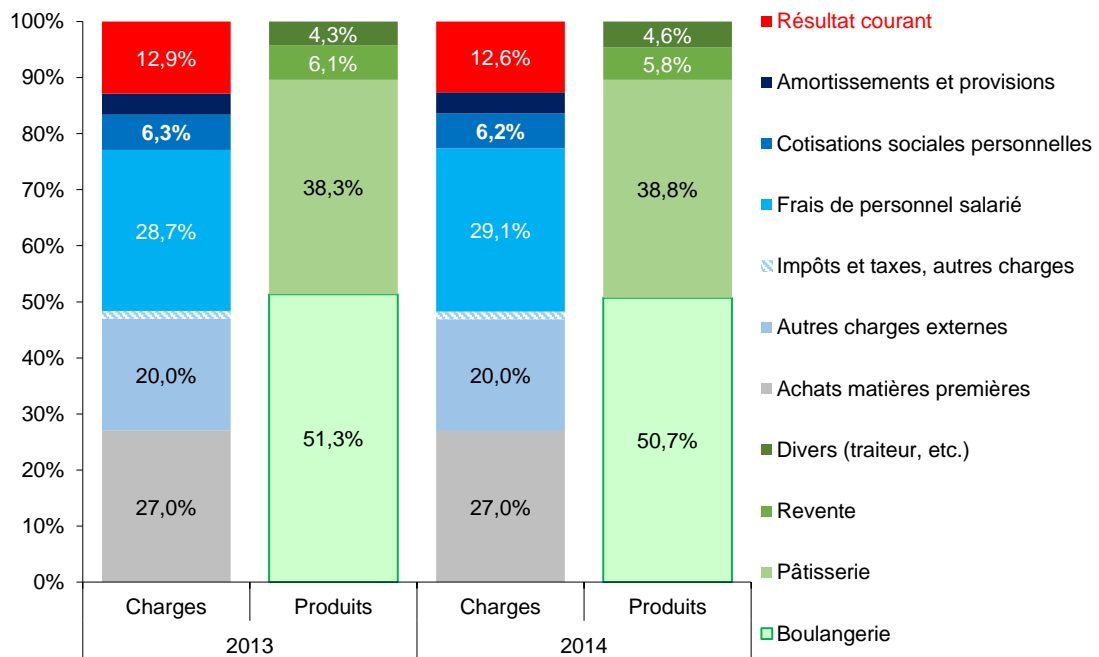
#### Compte de résultat moyen des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie (980 entreprises en 2014 – 1 094 entreprises en 2013)



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

Graphique 140

#### Structure moyenne du compte de résultat des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie (980 entreprises en 2014 – 1 094 entreprises en 2013)



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

## **7. COMPTE DU RAYON BOULANGERIE DES GMS**

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

### **7.1. Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie par rapport aux autres rayons étudiés**

Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie des GMS représente 7% du CA de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire. C'est, sur ce critère, l'un des plus petits rayons (avec le rayon volailles), mais il contribue pour 14% à la marge brute globale. Les fabrications de produits en magasins et la vente assistée entraînent des frais de personnel en rayon important, qui s'élèvent à 24% de la totalité des frais de personnel dédié en magasins. La marge nette du rayon est négative.

### **7.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boulangerie-pâtisserie, les enseignes interrogées dégagent en moyenne 56,9 € de marge brute, les achats de matières premières aux fournisseurs représentant environ 43,1 €, soit un rapport chiffre d'affaires sur achats supérieur à 100%, le seul observé dans l'ensemble des rayons étudiés.

Les frais de personnel dédié au rayon, rapportés au chiffre d'affaires (30,7% du CA) sont les plus importants de tous les rayons étudiés car le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie 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 26,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires, au-dessus de la moyenne des marges « semi-nettes » des rayons étudiés (20,2 €). Les charges affectées à ce rayon, qu'elles soient directement liées à l'activité du rayon (4,7 € contre 2,1 € en moyenne) ou réparties (22,6 € contre 16,9 € en moyenne) sont plus importantes que dans les autres rayons. Ceci s'explique par des besoins plus importants en emballages (approvisionnements stockables) ainsi qu'en eau, électricité et gaz et par des investissements en matériel et ainsi des amortissements plus importants. Concernant les charges réparties, les clés utilisées pour les répartitions entraînent une forte attribution de charges à ce rayon, notamment concernant les postes : frais de personnel hors rayon et amortissements. Ainsi, la marge nette apparaît négative : - 1,1 € avant répartition de l'impôt sur les sociétés et à -0,7 € après. Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts très forts entre les sept enseignes interrogées : quatre enseignes sur les sept ont des résultats négatifs. Cette diversité des résultats reflète celle des types de rayons boulangerie-pâtisserie-viennoiserie dans les GMS, selon l'importance de leur activité de fabrication.

### **7.3. Détail des charges du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie supporte directement 35 € de charges directes (dont 31 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes réparties à hauteur de 22 €, dont, principalement des frais de personnel travaillant hors-rayon (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Avec au total 57,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie est celui dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées.

Tableau 21

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

<i>Boulangerie – Pâtisserie - Viennoiserie</i>		
	<b>Moyenne des 7 enseignes pour 100€ de CA</b>	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	43,1	
<b>Marge brute</b>	<b>56,9</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	30,7	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>26,2</b>	
Autres charges	27,3	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>- 1,1</b>	
<i>Impôt sur les sociétés</i>	<i>-0,4</i>	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-0,7</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 6 € (*) de la marge nette moyenne de -0,7 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

Tableau 22

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 :  
Moyennes toutes enseignes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie pour 100 € de CA**

		<i>Boulangerie Pâtisserie Viennoiserie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	30,7
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	1,4
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,3
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>35,4</b>
Charges communes réparties	Immobilier	3,1
	Personnel hors rayon	8,8
	Frais financiers	0,6
	Autres charges communes réparties (1)	10,0
	<i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>	<i>-0,4</i>
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>22,2</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>57,6</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

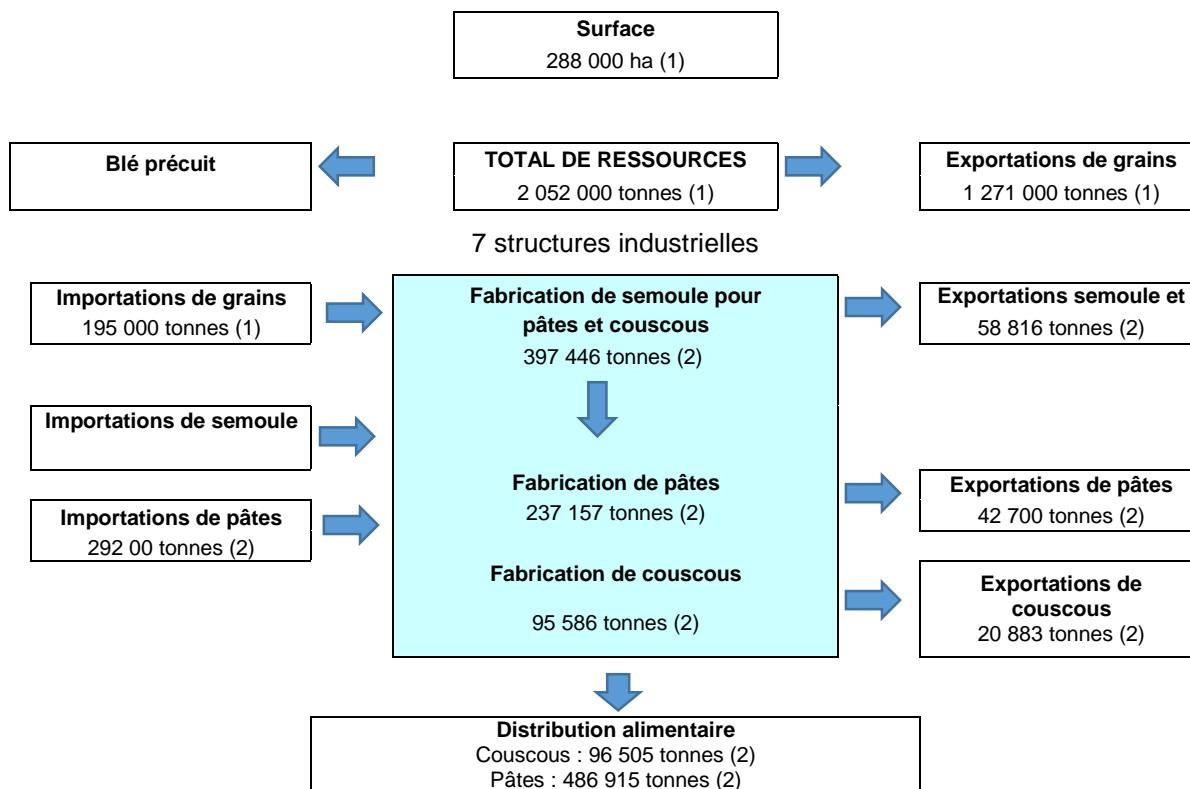
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

## Section 6 – Pâtes alimentaires

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Schéma 12

Cartographie des flux dans la filière des pâtes alimentaires en 2015



Sources : (1) FranceAgriMer, Bilan Provisoire Blé Dur campagne 2014-2015, en janvier 2016 ;  
(2) SIPPAF-CFSI, 2015 [http://www.cfsi-sifpaf.com/pdf/chiffrescles\\_2015.pdf](http://www.cfsi-sifpaf.com/pdf/chiffrescles_2015.pdf)

Tableau 23

#### Origine du blé dur utilisé par les semouliers français

(pourcentage du tonnage utilisé)

	Campagnes							
	2008 - 09	2009 - 10	2010 - 11	2011 - 12	2012 - 13	2013 - 14	2014 - 15	2015-16 *
<b>France</b>	<b>94,6%</b>	<b>93,7%</b>	<b>95,5%</b>	<b>93,6%</b>	<b>91,3%</b>	<b>97,7%</b>	<b>78,3%</b>	<b>90%</b>
Espagne	4,0%	1,2%	1,5%	3,7%	0,9%	1,8%	4,9%	
Italie	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,4%	0,5%	
Belgique							2,8%	
<b>Total UE hors France</b>	<b>4,5%</b>	<b>1,7%</b>	<b>2,1%</b>	<b>4,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,2%</b>	<b>8,2%</b>	
Canada	0,8%	4,7%	2,5%	1,7%	5,7%		13,4%	
États Unis					1,7%			
Inde							0,1%	
Autres	0,2%			0,5%				
<b>Total pays tiers</b>	<b>0,9%</b>	<b>4,7%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>0,0%</b>	<b>13,4%</b>	<b>10%</b>

\* : prévisionnel

Source : FranceAgriMer

En France, depuis 1934, la législation impose de fabriquer les pâtes alimentaires avec du blé dur. Sa richesse en protéines est en effet propice à la fabrication de pâtes de qualité. Contrairement aux autres céréales, le blé dur est cultivé quasi-exclusivement en vue d'une utilisation humaine.

Jusque dans les années 1960, la France métropolitaine importait son blé dur d'Algérie, qui avait alors le statut de département français. Cet aspect historique explique en grande partie la localisation des principales semouleries françaises. Ces dernières sont en effet situées dans les villes portuaires de Marseille, de Rouen et de Gennevilliers pour permettre l'importation par voie maritime des grains nécessaires à leur fonctionnement.

Depuis 1962 et la mise en place de la politique agricole commune, les surfaces consacrées au blé dur ont fortement progressé en France. Cette culture qui se concentrait principalement sur le pourtour méditerranéen, s'est ensuite étendue aux régions ex-Midi-Pyrénées, Centre-Val de Loire, ex-Poitou-Charentes et aux départements maritimes de la Vendée et de la Loire-Atlantique.

La France est ainsi devenue autosuffisante puis excédentaire en blé dur même si depuis 3 ans, la sole a significativement diminué (437 000 ha en 2012 contre 288 000 ha en 2014). Cette évolution s'explique par les déficits qualitatifs successifs des récoltes depuis 2012 mais surtout par l'écart de prix avec le blé tendre, devenu faible.

Toutefois, en 2015 (campagne 2015-2016), la situation s'est améliorée avec une qualité retrouvée et un différentiel de prix avec le blé tendre plus favorable au blé dur. Cela a encouragé les agriculteurs à semer davantage de blé dur dans les régions où les deux cultures sont substituables. Ainsi la sole de blé dur a progressé et s'élève à 320 000 ha (donnée provisoire) en 2015-2016 et les prévisions de semis pour 2016-2017 sont également en hausse. La campagne 2015-2016 est caractérisée par un rendement record de 56,3 q/ha, à comparer avec les 49,7 q/ha de moyenne sur 10 ans ou 51,2 q/ha sur 5 ans.

La législation et l'expansion de la culture du blé dur ont favorisé le développement de l'industrie française de la **semoulerie** qui se situe ainsi au deuxième rang de l'Union européenne (derrière l'Italie). Elle se caractérise par :

- une concentration importante : 5 usines de grande taille, localisées à proximité des zones de production du blé dur.
- une forte intégration avec l'**industrie des pâtes alimentaires** qui s'explique par la dépendance à ce débouché et par ses exigences qualitatives tant sur le plan technologique que sanitaire.

Le premier semoulier français est Panzani. Il appartient au groupe agroalimentaire Ebro Foods, leader dans le secteur de la transformation alimentaire en Espagne et deuxième fabricant mondial de pâtes. Panzani dispose de semouleries en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Ile-de-France. Viennent ensuite Pastacorp (propriétaire de la marque de pâtes sèches Lustucru) avec la semoulerie de Normandie puis Alpina Savoie (plus ancien semoulier-pâtier français) situé à Chambéry dans les Alpes et qui fait partie de Galapagos, groupe spécialisé dans la biscuiterie et la pâtisserie industrielle.

La production nationale est estimée à 1,8 Mt en 2015. Les besoins de la semoulerie française s'avèrent relativement stables et avoisinent les 0,6 Mt. Ils sont limités à la fabrication de pâtes alimentaires et à quelques autres produits à base de blé dur (couscous, semoule en l'état). L'essentiel de la production de blé dur français est soit expédié vers les autres États membres de l'UE (principalement l'Italie), soit vers les pays tiers (Algérie).

La quantité de semoule produite est d'un peu moins de 0,5 Mt dont 78 % destiné à la fabrication de pâtes alimentaires et de couscous.

En 2014, un peu plus de 0,27 Mt de pâtes ont été produites en France. La consommation intérieure est telle que près de 0,3 Mt supplémentaire a dû être importée (principalement d'Italie).

## 2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Comme dans les autres filières, on cherche ici à approcher une décomposition du prix au détail des pâtes alimentaires en valeur de la matière première mobilisée par l'industrie française et marges brutes de cette dernière et de la distribution. Ceci suppose idéalement de disposer de données de prix de la matière première blé dur utilisée par l'industrie nationale, de prix de vente des pâtes par l'industrie nationale à la distribution, et de prix de vente au détail de ces produits dans la distribution. Or, **les données disponibles – faute d'enquête ad hoc auprès des industriels, ne permettent que de proposer des résultats approximatifs, qu'on ne devra donc considérer que comme des ordres de grandeurs.**

La référence retenue comme **prix du blé dur matière première pour l'industrie nationale de la semoulerie** est, faute d'enquêtes *ad hoc* en entreprises, une moyenne des deux principales cotations nationales<sup>39</sup> et d'une cotation du blé dur canadien<sup>40</sup> majoré du coût du fret. La référence canadienne est pondérée par le poids des importations dans le tonnage utilisé par l'industrie nationale (cf. Tableau 23), les importations canadiennes constituant en général l'essentiel des importations ; les deux références françaises se partagent l'autre fraction.

Bien que s'efforçant de prendre en compte la ressource importée, d'un prix en général plus élevée, **cette approche du prix de la matière première pour l'industrie nationale présente pour notre objet certains inconvénients :**

- Les deux cotations nationales sont des prix « locaux », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales,
- il s'agit de cotations FOB, donc pour l'exportation,
- et le produit coté n'est pas intégralement destiné à la semoulerie française.

Dans le cadre de l'action 32 du contrat de filière, l'observatoire a été chargé d'animer en 2014-2015 la réflexion sur la mise en place d'une référence adaptée au suivi des prix d'approvisionnement des industriels français en blé dur. La fédération industrielle du secteur (SIFPAF-CFSI) a présenté des propositions en la matière : mise en place d'un indice prenant en compte les cotations françaises et canadiennes et l'évolution du coût fret pour la ressource importée. Cet indice est proposé par la fédération aux industriels pour l'application des dispositions prévues par l'article L441-8 du code de commerce (Encadré 4).

Encadré 4

### La clause de renégociation des contrats portant sur la vente de produits alimentaires

Article L441-8 du code de commerce (extraits)

« Les contrats d'une durée d'exécution supérieure à trois mois portant sur la vente des produits figurant sur la liste prévue au deuxième alinéa de l'article L. 442-9, complétée, le cas échéant, par décret, dont les prix de production sont significativement affectés par des fluctuations des prix des matières premières agricoles et alimentaires comportent une clause relative aux modalités de renégociation du prix permettant de prendre en compte ces fluctuations à la hausse comme à la baisse.

Cette clause, définie par les parties, précise les conditions de déclenchement de la renégociation et fait référence à un ou plusieurs indices publics des prix des produits agricoles ou alimentaires. Des accords interprofessionnels ainsi que l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires peuvent proposer, en tant que de besoin et pour les produits qu'ils visent, des indices publics qui peuvent être utilisés par les parties, ainsi que les modalités de leur utilisation permettant de caractériser le déclenchement de la renégociation. »

La très forte concentration des opérateurs conduit à ne pas diffuser d'information sur les prix moyens mensuels de commercialisation par l'industrie des différentes catégories de pâtes, en niveau (€). Les acteurs du secteur sont confrontés en outre à une forte concurrence étrangère (italienne) dans l'approvisionnement des GMS. Cependant, le SSP diffuse l'enquête Prodcom donnant des prix moyens annuels en niveau de certaines catégories de pâtes et l'Insee diffuse l'indice mensuel du prix des pâtes alimentaires dans l'industrie, ce prix moyen annuel et cet indice, publics, sont utilisés dans certaines analyses de ce rapport.

<sup>39</sup> « Fob Port-La-Nouvelle » et « Fob Atlantique », source : presse spécialisée « La Dépêche ».

<sup>40</sup> « CWAD Fob Saint-Laurent », source : CIC.

Au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer ne dispose pas de données mensuelles de panels pour établir des prix moyens de différentes catégories de pâtes. Mais l'Insee diffuse le prix moyen mensuel au détail des pâtes alimentaires « *supérieures* », *en paquet de 500 grammes*, tous circuits de vente confondus. C'est donc cette donnée de prix au détail qui a été retenue pour les travaux de l'observatoire. Bien qu'il s'agisse d'un agrégat assez large, il ne s'agit pas de l'ensemble pondéré toutes catégories de pâtes alimentaires, tel qu'il pourrait être appréhendé à partir de données de panels de distributeurs, par exemple. Un tel ensemble pourrait présenter des prix moyens inférieurs à ceux de la référence retenue.

En outre, ce prix moyen mensuel des pâtes au détail comprend des produits importés, ce qui constitue un biais éventuellement important lorsqu'on décompose ce prix en matière première et marge brutes de l'industrie française et de la distribution.

Faute d'utilisation de données de prix moyen mensuel sortie industrie en niveau, sur les représentations graphiques suivantes décomposant mensuellement le prix au détail, on s'en tient à une approche en termes de « *marge brute agrégée industrie-distribution* ». Par ailleurs, cette marge brute agrégée mensuelle est calculée sur la base des prix moyens de la matière première blé dur (avec les limites évoquées plus haut) et des pâtes au détail observés sur le même mois, sans prise en compte des décalages découlant du caractère stockable de la matière première, ni des outils de lissage des variations de coût en matière première susceptibles d'être utilisés par les industriels. Une décomposition en moyenne annuelle du prix au détail est par ailleurs proposée

Enfin, signalons que le poids des importations de pâtes alimentaires (60% de la consommation) et l'impossibilité, dans les sources utilisées, de différencier les prix au détail par origine, rend l'estimation de cette « *marge agrégée* » sur matière première nationale (blé dur produit en France) assez approximative.



### 3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PÂTES ALIMENTAIRES

Le calcul de la part de la matière première blé dur dans les pâtes s'appuie sur les coefficients techniques détaillés dans l'édition 2013 du rapport de l'observatoire.

Après le pic de 2008, le prix moyen mensuel au détail des pâtes supérieures tous circuits diminue pour se situer à 1,56 € en 2015, tout en répercutant les phases de hausse importante de la matière première observées lors de l'été 2010 et de l'hiver 2011.

Sous l'effet de cette progression des prix du blé dur en 2010 et 2011, les indicateurs de marges brutes de l'aval tendent à diminuer, amortissant l'impact de la hausse de la matière première sur le prix au détail.

De même, l'augmentation du prix du blé dur de juillet 2014 à janvier 2015 consécutive au recul des surfaces, à la baisse des rendements dans les grands pays producteurs (dont Canada) et à un déficit qualitatif de l'offre (due à l'humidité estivale<sup>41</sup>) ne s'est pas répercutée au niveau du prix au détail, l'aval ayant amorti cette hausse par une modération de ses marges brutes.

Les indicateurs de marges brutes reculent ainsi de nouveau en 2014, tant pour l'industrie que pour la distribution. En 2015, avec un niveau moyen annuel du coût en matière première proche de celui de l'année précédente, l'indicateur de marge brute de l'industrie progresse, celui de la distribution diminue un peu, et, au total, le prix moyen au détail reste quasi stable.

L'année 2014, avec ses résultats médiocres pour l'industrie, est assez exceptionnelle. Ainsi, en 2015, l'indicateur de marge brute de l'industrie, bien qu'en légère hausse par rapport à 2014, s'inscrit-il dans la tendance à la baisse observée depuis 2008.

On rappelle que les marges brutes couvrent les charges et bénéfiques des opérateurs de l'aval de la filière : industrie de la semoulerie et de la pasterie, commerce inter-entreprises, commerce de détail. La nature et l'évolution de ces charges seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de la présentation des comptes de l'industrie de la semoulerie et des pâtes alimentaires.

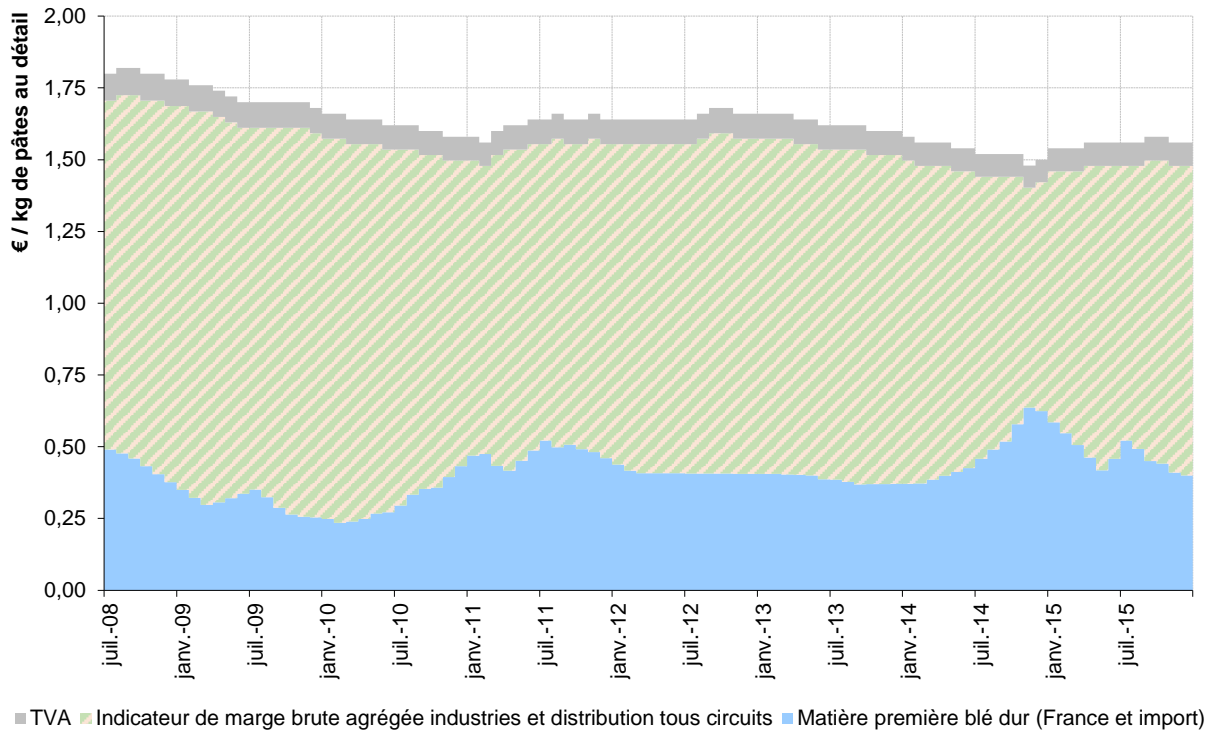
Le poids de la matière première en moyenne annuelle varie depuis 2008 entre 35% et 45% de la valeur sortie industrie et entre 25% et 35% du prix au détail (Graphique 143), avec des maxima mensuels qui peuvent être plus élevés. Notons que les taux mensuels sont calculés en rapportant les prix du blé dur et des pâtes aux mêmes mois, donc sans tenir compte des effets de lissage qui peuvent résulter du recours, par les industriels, à des instruments de protection contre les variations brusques des cours, ou à la mobilisation de stocks.

---

<sup>41</sup> L'humidité en période de maturation peut provoquer un début de germination de grains sur pied, affectant le rendement en semoule.

Graphique 141

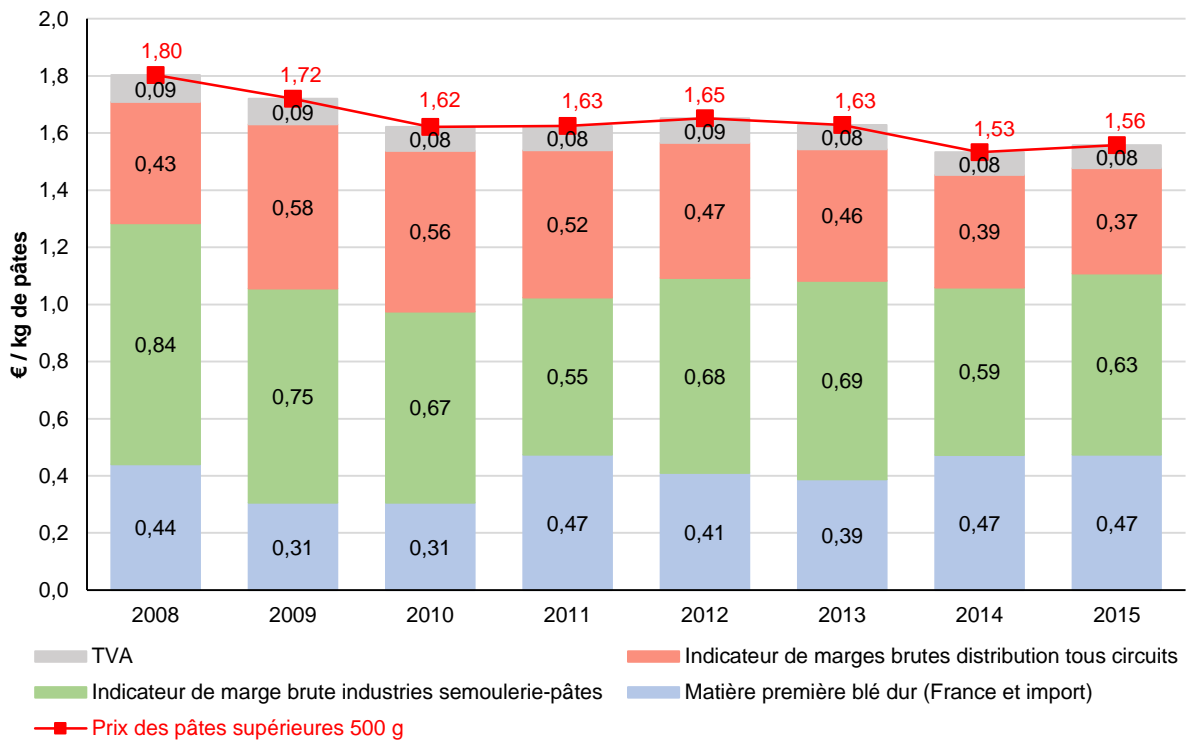
**Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et du commerce de détail**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, CIC, Insee

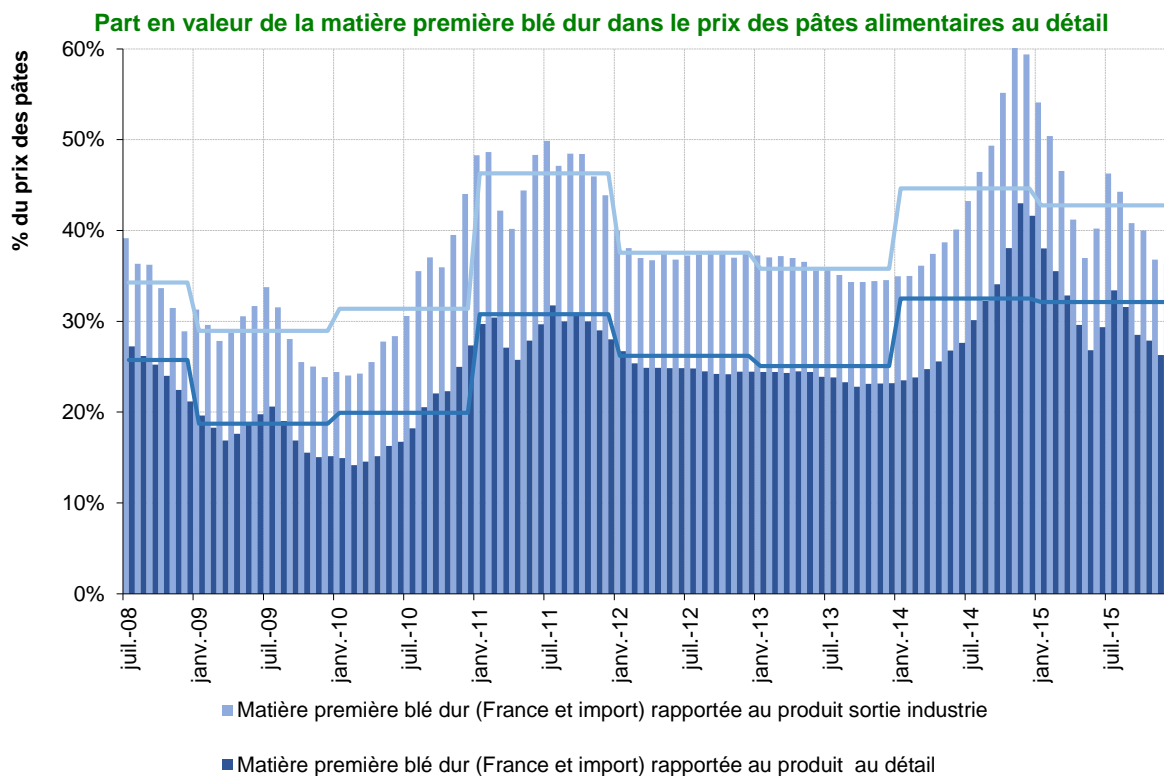
Graphique 142

**Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marges brutes de l'industrie et du commerce de détail**



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

Graphique 143



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, Insee (Prodcop)

## 4. TRANSMISSION DES PRIX DANS LE CIRCUIT BLÉ DUR – PÂTES ALIMENTAIRES. VARIATION DE LA RECETTE GLOBALE DE LA PRODUCTION DE BLÉ DUR

### 4.1. Ciseau des prix

- (a) Le Graphique 144 met en relation l'indice de prix de la matière première blé dur et les indices de prix observé et « *simulé* » des pâtes dans l'industrie (référence : indice de prix de production dans l'industrie des pâtes non préparées) ;
- (b) Le Graphique 145 met en relation le prix (en niveau) de la matière première blé dur et les prix (en niveau) observé et « *simulé* » des pâtes au détail.

Ces prix simulés sont ceux qui auraient assuré le strict maintien de la marge brute de l'industrie (a) ou de l'ensemble de l'aval (b) au niveau moyen qu'elle présentait en 2008, majoré de l'inflation afin de tenir compte du fait que cette marge doit couvrir des charges en augmentation. La période de référence retenue pour les indices est l'année 2008. Le prix simulé des pâtes sortie usine ou au détail à une date donnée est égal à la marge brute de référence de l'industrie ou de l'ensemble de l'aval, ajoutée au coût en matière première à la date considérée.

La marge brute de référence est la différence entre le prix du produit (pâtes au détail ou sortie usine) en période de référence, moins le coût en matière première à cette même période, augmentée par l'évolution de l'indice général des prix à la consommation depuis la période de référence.

Le coût en matière première est égal au coût en période de référence, augmenté par l'évolution de l'indice du prix du blé

Comme plus haut (partie 3.), l'approche est fondée sur une décomposition du prix du produit à une date donnée en marges brutes ajoutées à la valeur de la matière première mesurée par son prix à la même date. Cette approche « *au coût de remplacement* » ne tient pas compte des durées de stockage des produits, de la longueur des contrats d'approvisionnement et des outils de couverture du risque-prix éventuellement utilisés par les opérateurs, qui entraînent des décalages entre les dates de valeur du produit et de sa matière première<sup>42</sup>.

Sur le Graphique 144, en indices, on constate que le prix des pâtes sortie industrie reproduit de façon amortie et avec un décalage les variations de prix du blé dur. Cet « *amortissement* » des fluctuations de prix de la matière première est toutefois moins important que celui observé en filière blé tendre-farine ; la quasi absence de dispositif de couverture du risque-prix pour les industriels de la semoulerie rend les transmissions de prix plus directes.

Les hausses du prix du blé dur au deuxième semestre 2014 et en juin-juillet 2015 apparaissent ainsi transmises de façon amortie dans le prix des pâtes sortie industrie, avec 8 mois environ de décalage.

Sur le Graphique 145, le prix observé des pâtes au détail paraît se déconnecter nettement, - et à la baisse -, de son évolution simulée, avec des tendances divergentes depuis juillet 2013 et jusqu'en janvier 2015. Le prix moyen au détail de la référence suivie par l'Insee est en effet en baisse depuis cette date, alors qu'il devrait augmenter dans l'hypothèse d'une transmission « *mécanique* » et toutes choses égales par ailleurs du coût en matière première. Les délais de transmission des variations des prix du blé dur, la concurrence entre enseignes sur les prix au détail et, à plus long terme, d'éventuels gains de productivité, peuvent expliquer cette situation.

### 4.2. Variation de recette globale de la production de blé dur

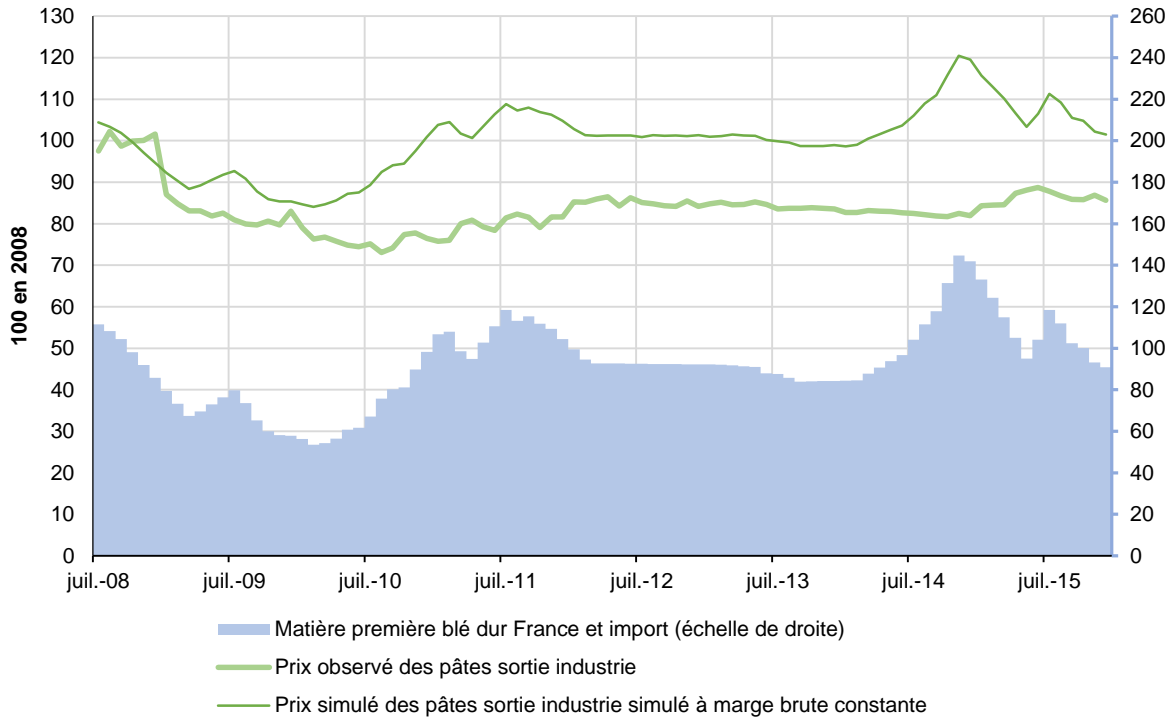
D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production de blé dur a augmenté de 88 M€ environ (soit +22%), essentiellement sous un effet volume, les prix moyens annuels étant restés quasi stables.

---

<sup>42</sup> Seule une analyse fondée sur des comptabilités détaillées d'entreprises, évidemment trop lourde à réaliser, pourrait prendre exactement en compte ces décalages. À défaut, l'approche précédente pourrait être affinée (mais sans garantie d'un réel gain de précision) par l'introduction de paramètres de retards moyens.

Graphique 144

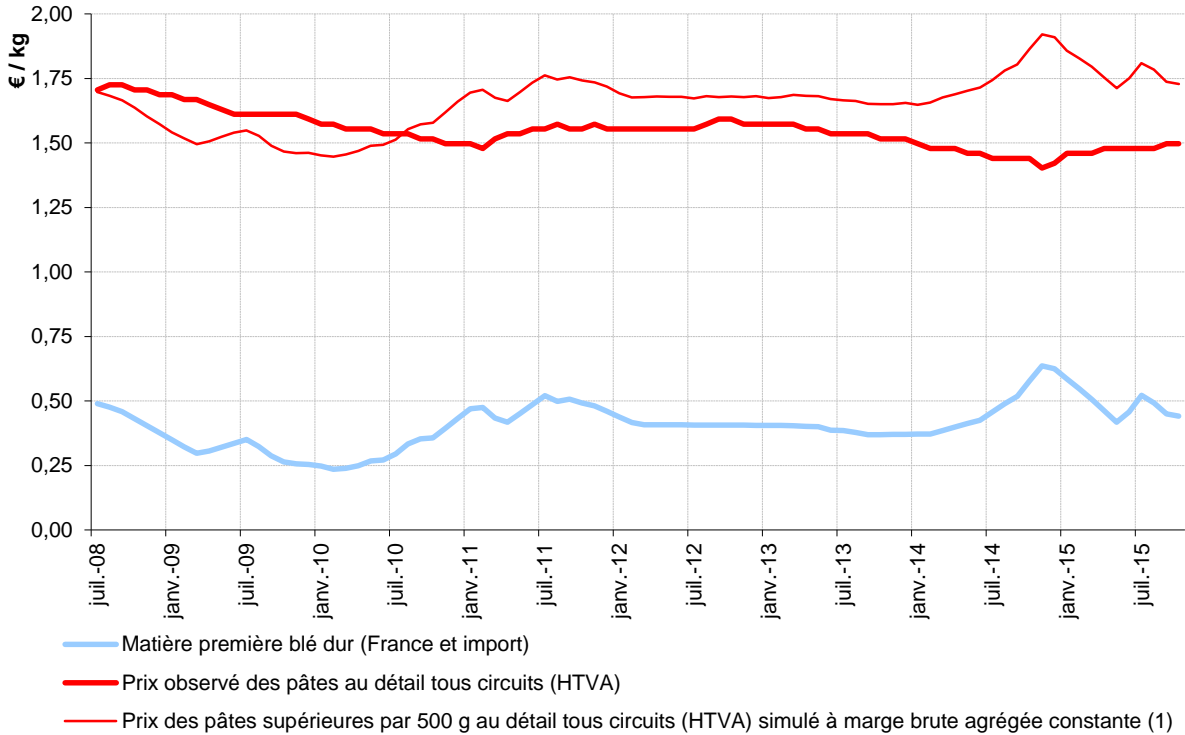
**Relation entre l'évolution du prix du blé dur et celle du prix des pâtes sortie usine**



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, CIC, La Dépêche, Insee

Graphique 145

**Relation entre l'évolution du prix du blé dur et celle du prix des pâtes au détail**



(1) Marges brutes de l'industrie et de la distribution constante au niveau de 2008, inflation prise en compte

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, CIC, La Dépêche, Insee

## 5. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ DUR ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ DUR

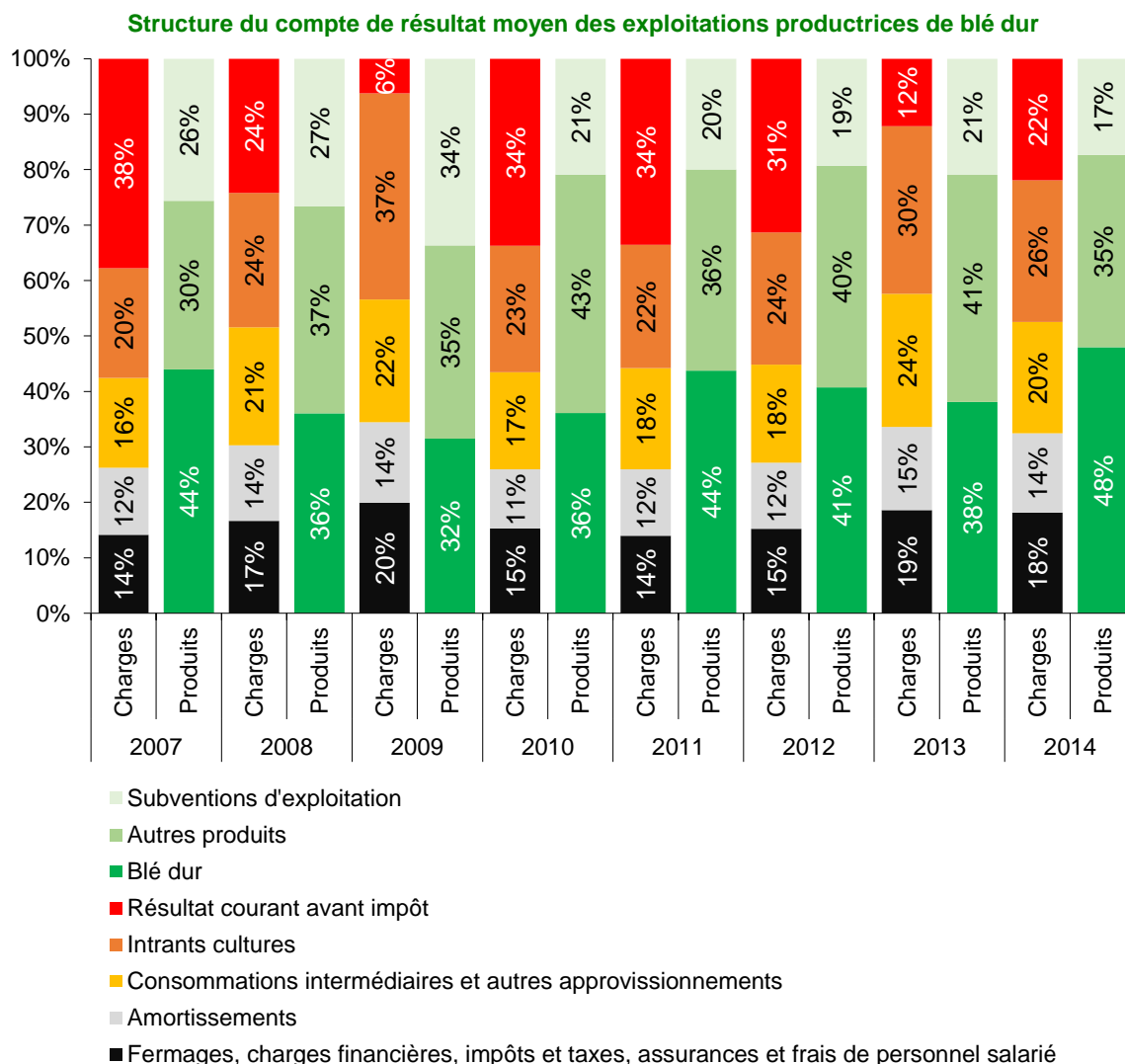
### 5.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur

L'échantillon issu du Rica des exploitations relativement spécialisées en blé dur est constitué de 15 à 50 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 660 à 2 190 exploitations, réalisant 14,43 % de la production annuelle de blé dur en 2014 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé dur constitue, selon les années, de 47 % à 60 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 6 % à 38 % (Graphique 146). Il passe de 12 % des produits en 2013 (15 987 € pour 131 181 € de produits) à 22 % en 2014 (37 046 € pour 169 183 € de produits). Après s'être contractées en 2013, l'ensemble des charges repartent à la hausse (en valeur) en 2014. Ces hausses sont compensées par une augmentation forte du produit blé dur (+ 62 % ; de 49 947 € en 2013 à 81 101 € en 2014) ainsi qu'une augmentation des autres produits (+ 9 %) et des subventions d'exploitation (+ 7 %) touchée par les exploitations de l'échantillon observée.

Le résultat courant avant impôt (en valeur) par unité de travail annuel non salarié passe de 13 400 € en 2013 à 33 200 € en 2014 (Graphique 148).

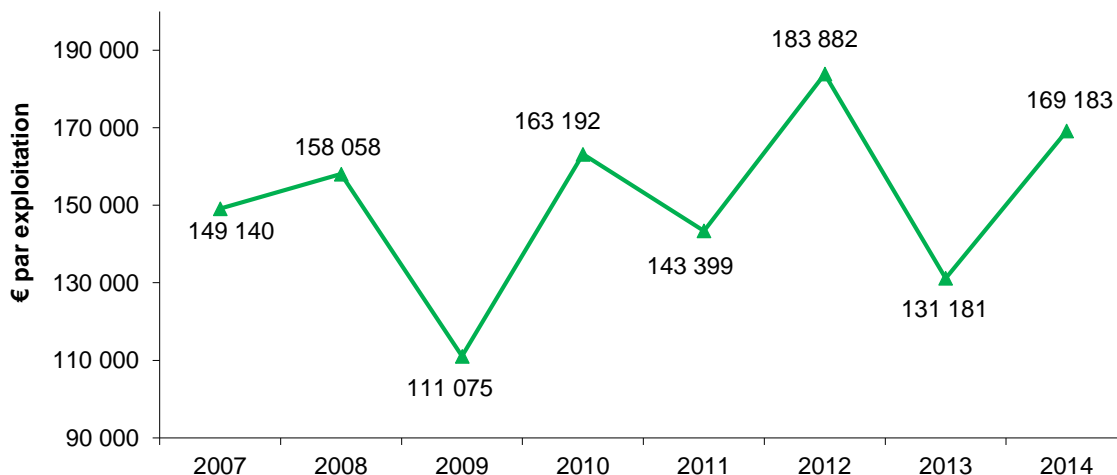
Graphique 146



Source : Rica (SSP)

Graphique 147

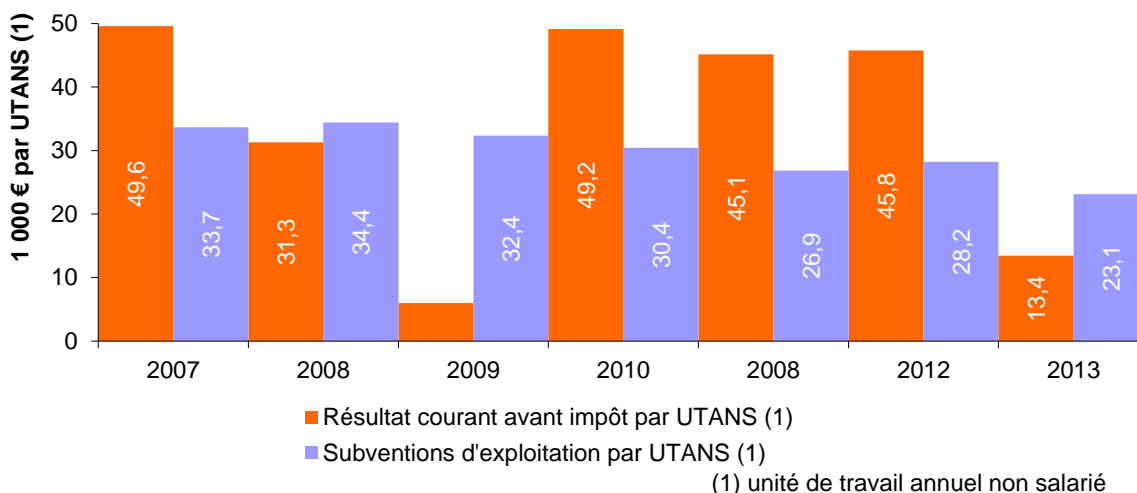
**Montant moyen des produits courants par exploitation productrice de blé dur**



Source : Rica (SSP)

Graphique 148

**Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé dur**



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

**Les résultats précédents doivent être considérés avec prudence, compte tenu des conditions de constitution de l'échantillon :**

- l'effectif des exploitations retenues pour définir la sous-population d'étude est très réduit, en particulier en 2014 : **15 exploitations seulement** ;
- le degré de spécialisation est inférieur à 60 %, quelle que soit l'année considérée,

Il est à noter également que les rendements à l'hectare de l'échantillon (de 46,3 q/ha à 63,6 q/ha selon les années) sont significativement supérieurs à ceux relevés par la Statistique Agricole Annuelle (de 43,8 q/ha à 54,4 q/ha) ; certains polyculteurs, notamment en région Sud-Est, sont écartés de la sous-population car trop peu spécialisés dans la production de blé dur.

**5.2. Coût de production du blé dur**

L'observatoire de la formation des prix et des marges ne dispose pas pour l'instant de données relatives au coût de production du blé dur.

## 6. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

### 6.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires

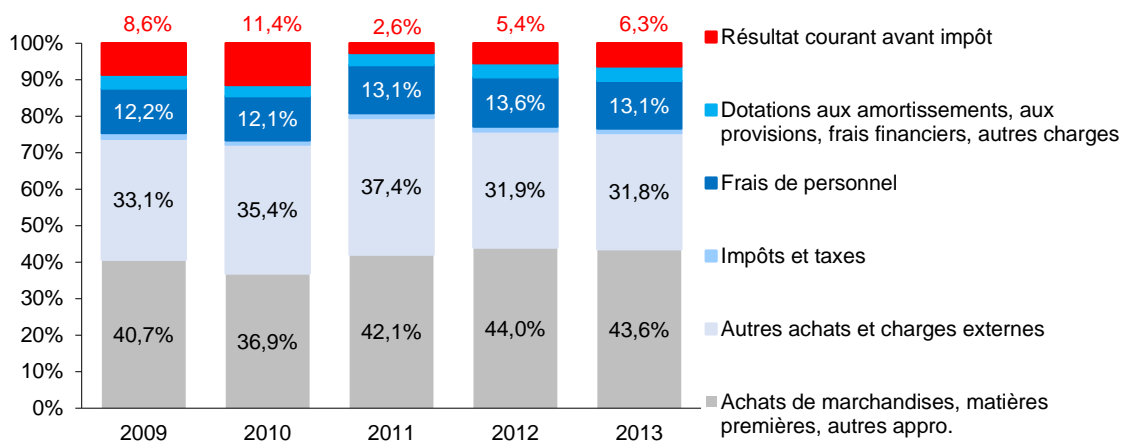
Les comptes des entreprises qui fabriquent des pâtes alimentaires sont caractérisés par le poids relativement important des charges en matières premières, qui tend à diminuer légèrement en 2013 (- 5 % en valeur entre 2012 et 2013). L'ensemble charges et RCAI s'élève à 1 184 M€ en 2013 contre 1 234 M€ en 2012.

Les comptes de source Esane au-delà de 2013 ne sont pas encore disponibles. Les évolutions comparées des indices de prix du blé dur et des pâtes sortie usine en 2014 permettent de supposer que la marge brute moyenne (sinon le résultat courant) du secteur est en baisse cette année-là. En 2015, le prix du blé dur retrouve un niveau proche de celui de 2013, ce qui devrait permettre une restauration de la marge et, à charges constantes, une amélioration du résultat courant.

À noter que ce résultat courant rapporté au chiffre d'affaires tend à diminuer depuis 2009.

Graphique 149

Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires



Source : Insee (Esane)

## 7. COMPTE DES RAYONS ÉPICERIE SALÉE DES GMS

Les pâtes alimentaires sont vendues dans le rayon épicerie salée des GMS. Compte tenu de la grande diversité des articles de ce rayon (conserves, riz, soupes, condiments et sauces...), il n'a pas été jugé opportun d'en présenter les comptes dès lors que le seul produit suivi par l'observatoire dans ce rayon ne représente qu'environ 10% de son chiffre d'affaires d'après Kantar Worldpanel (données 2014).



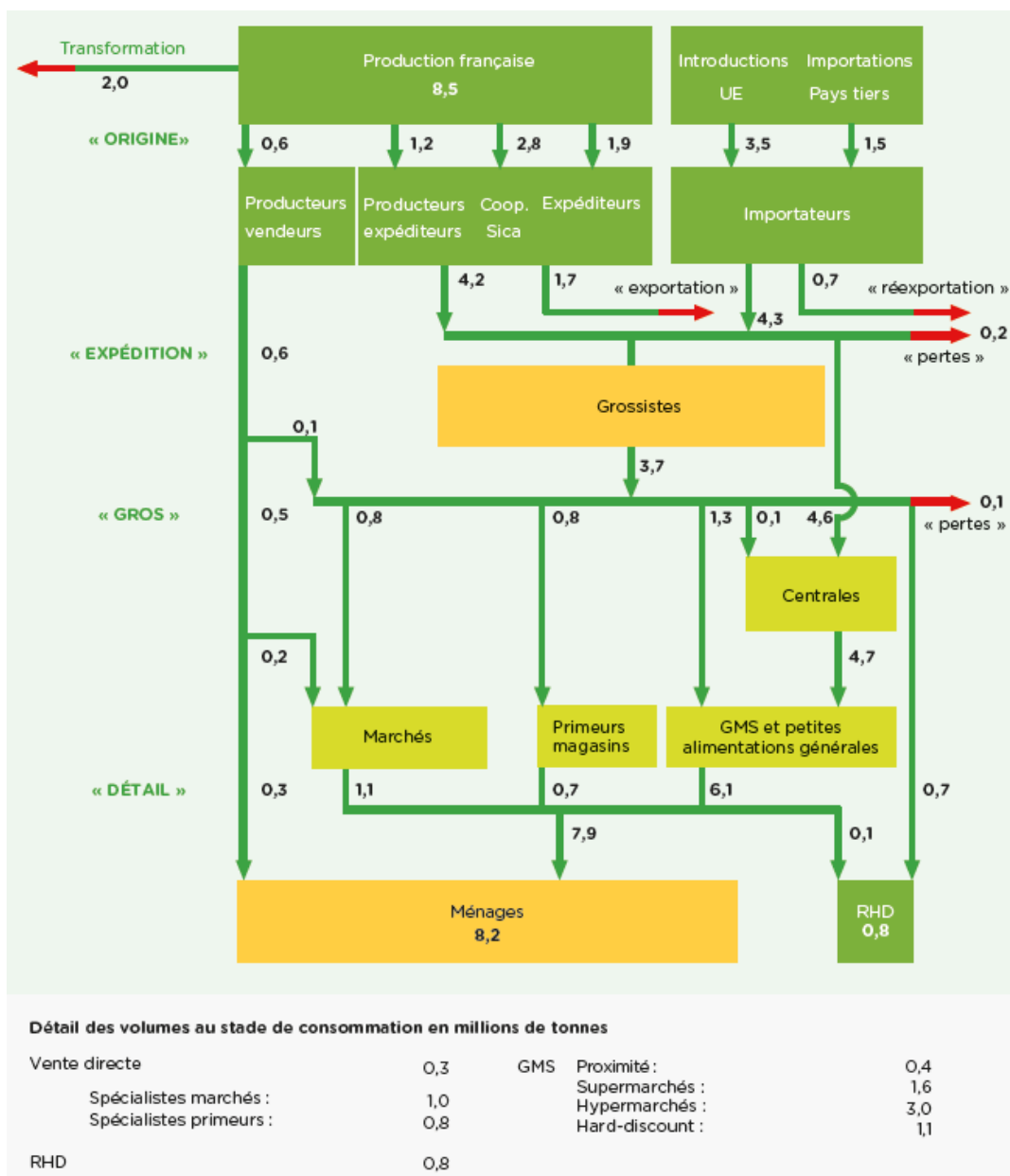
## Section 7 – Fruits et légumes

### 1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES FRUITS ET LÉGUMES

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (CTIFL) élabore un diagramme de la distribution des fruits et des légumes reproduit ci-dessus (en tonnes) et en page suivante (en valeur).

Schéma 13

**Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France**  
en millions de tonnes - Année 2014



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).  
CTIFL-Infos, novembre 2015. D'après Douanes, Insee, SSP, Kantar Worldpanel

Ce diagramme identifie les grandes fonctions intervenant dans l'approvisionnement du consommateur, depuis la production agricole jusqu'aux deux grands modes de consommation : dans les foyers (« ménages », sur les schémas) et hors domicile (RHD). Les achats par les ménages représentent encore plus de 90 % de la consommation totale, tant en volume qu'en valeur.

Au niveau du commerce de détail, trois types de points de vente distribuent les fruits et les légumes frais : les marchés (couverts, « *de plein vent* »...), les détaillants spécialisés en fruits et légumes et les magasins d'alimentation générale, de type GMS et supérettes, où se réalise environ 75 % des achats de fruits et de légumes des ménages, tant en volume qu'en valeur.

L'observatoire de la formation des prix et des marges a choisi de suivre le circuit aboutissant en GMS (hypermarchés, supermarchés, hors maxidiscompteurs et supérettes), lesquelles distribuent environ 60 % des fruits et des légumes achetés par les ménages. Les prix de détail observés sont les prix proposés dans ces GMS.

Les points de vente au détail sont principalement approvisionnés, selon leur nature, par des grossistes ou par les centrales d'achats de la grande distribution.

En amont des grossistes et des centrales se situent les opérateurs de la 1<sup>ère</sup> mise en marché des fruits et des légumes. Cette fonction n'est que partiellement assurée par des producteurs agricoles eux-mêmes (producteurs vendeurs directs, producteurs-expéditeurs) : pour 70 % de la production nationale (en volume) non destinée à la transformation, la 1<sup>ère</sup> mise en marché est réalisée par des entreprises « *d'expédition* », privées ou de type coopérative agricole.

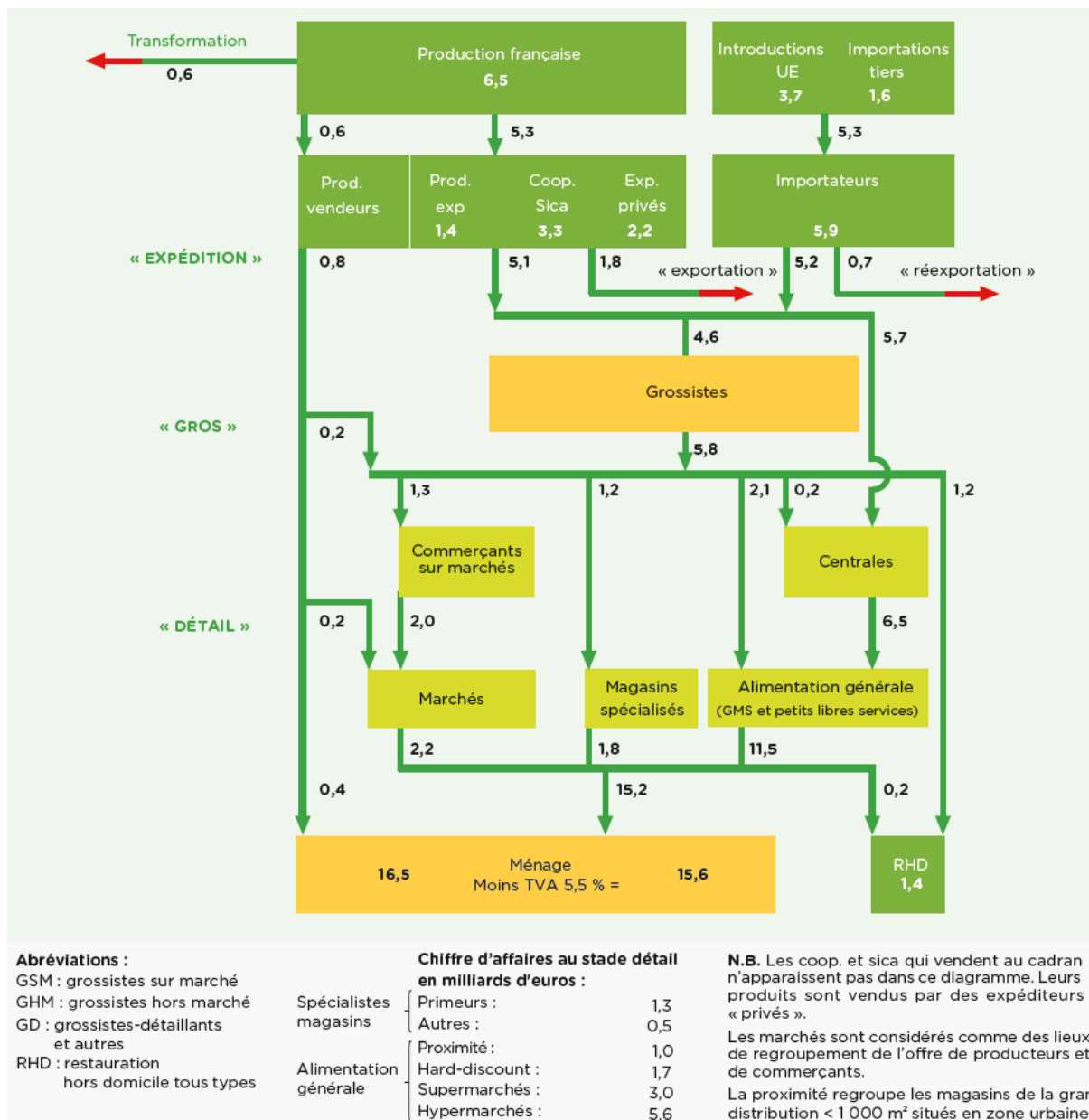
Ces expéditeurs relèvent du secteur du commerce de gros mais assurent ici les fonctions de regroupement de l'offre agricole, de tri, calibrage et conditionnement ; ils réalisent la négociation avec les grossistes ou les centrales d'achats et rémunèrent les producteurs agricoles sur la base du prix ainsi obtenu, déduction faite des coûts afférents aux fonctions précitées (à couvrir par la marge brute de l'expéditeur).

L'observatoire de la formation des prix et des marges a retenu le stade « *expédition* » comme point d'observation des prix à la première mise en marché : les prix suivis, connus par les cotations à l'expédition, ne sont donc pas des prix à la production agricole car ils intègrent la marge brute de l'expéditeur.

Ainsi, le circuit des fruits et des légumes frais pris en compte par l'observatoire est celui qui part des expéditeurs pour aboutir, directement ou via les centrales d'achats ou parfois les grossistes, en GMS. On note que les importations fournissent 40 % de la ressource en tonnage et 45 % en valeur. Le Réseau des nouvelles des marchés suit les prix à la première mise en marché de plusieurs fruits et légumes importés (prix de vente des importateurs aux grossistes et centrales) et leurs prix en GMS : ces informations peuvent être mobilisées en tant que de besoin par l'observatoire.

Schéma 14

**Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France**  
en milliards d'€ hors TVA - Année 2014



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN). CTIFL-Infos, novembre 2015. D'après Douanes, Insee, SSP, Kantar Worldpanel

## 2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel ; on se reportera aux éléments de méthode générale présentés dans les éditions précédentes.

### 2.1. Données de prix

En filière fruits et légumes, la **première mise en marché** est aujourd'hui rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes, mais plutôt d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet des « *cotations à l'expédition* » du Réseau des nouvelles des marchés (FranceAgriMer, DRAAF), enquêtes sur les prix des marchandises dites « *logées départ station* », triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite. Pour chaque fruit ou légume étudié, les données de base sont les cotations à l'expédition des différents articles ou libellés (variété, calibre, origine, conditionnement...) correspondant au produit.

La source des **prix au détail** utilisée par l'observatoire est constituée par les relevés hebdomadaires de prix réalisés par le Réseau des nouvelles des marchés dans les rayons fruits et légumes d'un panel de 150 GMS représentatif, au niveau national, des enseignes, des types de magasins (hypermarchés, supermarchés) et des grandes classes de surface de vente ; les magasins sélectionnés sont en outre répartis sur le territoire entre grandes régions, en fonction de la population.

### 2.2. L'indicateur de marge brute de la grande distribution en fruits et légumes

L'indicateur hebdomadaire de marge brute d'un fruit ou d'un légume suivi par l'observatoire est la différence entre le prix moyen hors TVA du produit, issu des relevés en GMS effectués dans la semaine considérée, et la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine, pour un produit ou un panier de produits homogènes à l'expédition et au détail.

Il s'agit donc d'un solde devant couvrir des coûts de distribution depuis l'expédition jusqu'à la mise à disposition de l'acheteur final en GMS et contribuer au résultat net de l'enseigne (et des grossistes éventuels).

Cette marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près<sup>43</sup> et avant frais logistiques, à la marge commerciale unitaire de la grande distribution considérée dans son ensemble (centrales d'achat, plates-formes logistiques des enseignes et magasins), dans le cas d'un circuit court entre expéditeur et GMS. Elle peut également intégrer la marge commerciale des grossistes, dans le cas où le circuit d'approvisionnement des GMS emprunte cette voie, soit, d'après les données des schémas précédents, environ 25 % des tonnages des fruits et légumes commercialisés en « *GMS et supérettes* ».

### 2.3. Le panier Fruits et le panier Légumes de l'observatoire

Ces deux paniers sont composés de produits français (fruits métropolitains et banane antillaise, légumes frais hors pomme de terre - qui n'est pas considéré comme un légume frais - et hors importations) dans des proportions correspondant à la structure moyenne de consommation saisonnière de ces produits.

Ces proportions varient donc au cours de l'année, de semaine en semaine, mais elles ont été fixées pour une même semaine calendaire : par exemple, le poids d'un produit donné dans le panier en semaine n°4 est le même quelle que soit l'année et est égal à la moyenne des poids observés pour ce produit dans les semaines n° 4 de 2008 à 2012.

Les proportions ont été calculées sur la base des quantités achetées chaque semaine en fruits et en légumes par les ménages du panel consommateurs Kantar Worldpanel, corrigées pour ne tenir compte que des achats de produits français. Elles dépendent également des périodes de cotation (pleine campagne pour les produits peu ou pas présents à certaines périodes de l'année).

---

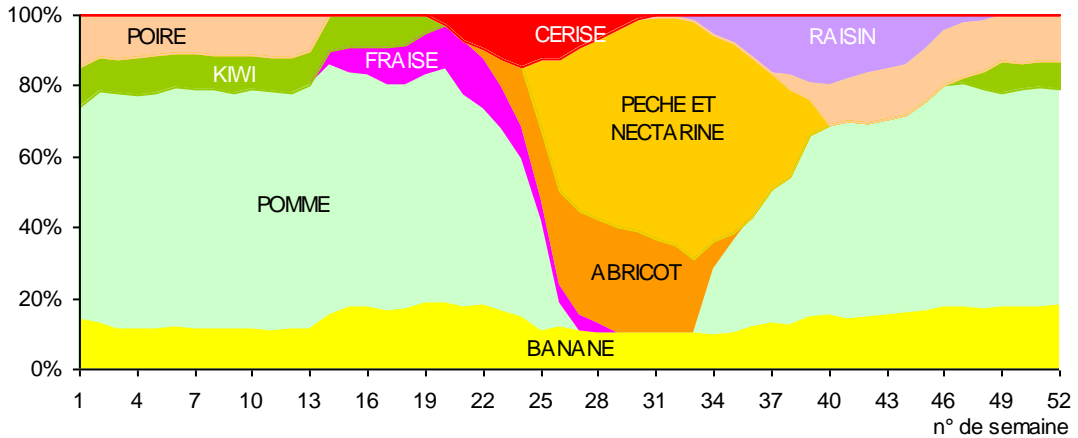
<sup>43</sup> Voir chapitre 2. D'après les enquêtes réalisées par l'OFPM auprès des enseignes de GMS en 2011, les pertes en rayon Fruits et Légumes (casse, démarque inconnue) seraient de l'ordre de 5 % des quantités achetées. Cette estimation devant être affinée, elle n'a pas été utilisée dans les calculs présentés dans cette partie.

Les données du panel ne distinguant pas les produits selon leur origine, cette correction a été réalisée en considérant les dates de début et de fin de campagne habituelles de chaque produit français, et en excluant (ou en minorant) les volumes achetés en dehors de cette période, censés être pour l'essentiel des volumes importés. Les fruits ou les légumes faiblement consommés sont en outre exclus des paniers.

Cette approche en termes de panier saisonnier constant permet, pour une même saison, de suivre l'évolution du prix du panier résultant des seules variations de prix des produits qui le constituent.

Graphique 150

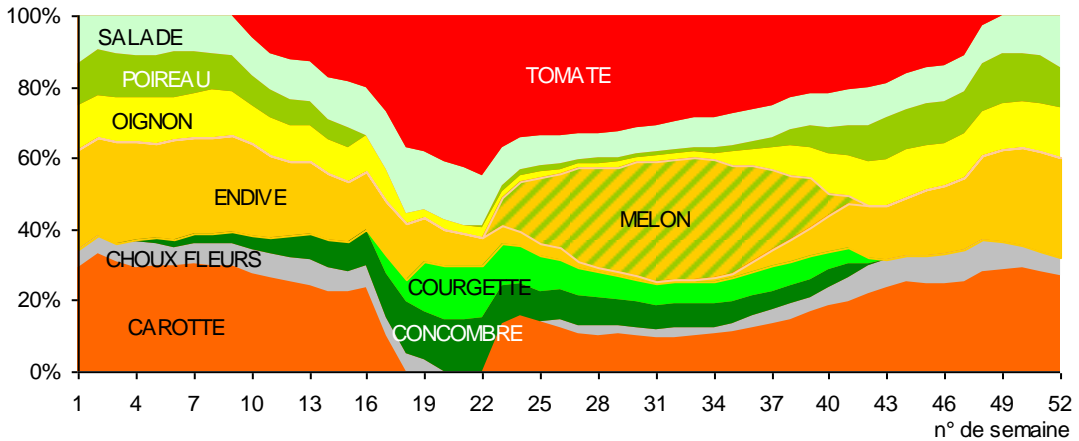
**Composition hebdomadaire du panier Fruits de l'observatoire**



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 151

**Composition hebdomadaire du panier Légumes de l'observatoire**



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

### 3. DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES FRUITS ET LÉGUMES

#### 3.1. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Fruits

La [Lettre de l'OBSERVATOIRE de la formation des prix et des marges, numéro 6-1 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de fruits défini par l'observatoire.

La relation de longue période entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 152) a tendance à être fortement linéaire sur la période étudiée (2008-2014), elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 1,5 \text{ prix expédition} + 0,5, \text{ avec } R^2 = 0,9.$$

Le paramètre 1,5 de cette relation linéaire s'avère significativement supérieur à 1 à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,5 + 0,5 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre positif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à augmenter, et inversement, ce qui **amplifie l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est important, représentant en moyenne 51% du montant de celle-ci.

Les prix à l'expédition et au détail, ainsi que la marge brute, présentent une forte saisonnalité (Graphique 153 et Graphique 154) avec un pic en semaines 26 (fin juin) pour les prix et 24 pour la marge. Ces pics correspondent à une période de prédominance dans le panier de produits (abricot, cerise, fraise) en moyenne plus chers que d'autres fruits (pomme) plus présents aux autres périodes, ou commercialisés en début de campagne avec une offre encore limitée et des prix élevés.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 155), le prix au détail suit de près les variations du prix à l'expédition ; leurs évolutions sont en phase mais en 2012-2013, le prix au détail progresse plus vite que le prix à l'expédition et la marge brute augmente.

#### 3.2. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Légumes

La [Lettre de l'OBSERVATOIRE de la formation des prix et des marges, numéro 6-2 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de légumes défini par l'observatoire.

La relation entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 156) a tendance à être linéaire sur la période étudiée, elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 0,91 \text{ prix expédition} + 0,93 \text{ avec } R^2 = 0,8.$$

Le paramètre 0,91 de cette relation linéaire s'avère significativement inférieur à un à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,93 - 0,09 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre négatif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à diminuer, et inversement, ce qui **atténue l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est toutefois assez faible, représentant en moyenne 7% du montant de celle-ci.

Le prix à l'expédition et au détail présentent une saisonnalité avec deux pics inégaux en semaine 19 et 27, décalés selon les campagnes (Graphique 158), l'indicateur de marge brute présente un profil saisonnier différent (Graphique 157), avec un minimum en semaines 25 à 35, alors que les prix sont plutôt élevés : le prix au détail amortit la hausse du prix à l'expédition.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 159), le prix au détail suit d'assez près les variations du prix à l'expédition. Leurs évolutions sont en phase, du moins jusqu'en 2013, où le prix au détail progresse alors que le prix à l'expédition diminue, ce qui entraîne la hausse de la marge brute.

### 3.3. La conjoncture des paniers saisonniers de fruits et de légumes au cours de l'année 2015

Après une année 2014 marquée par des prix, voire des marges brutes, en baisse pour les deux paniers, l'année 2015 renoue avec des indicateurs en hausse (Tableau 24). Le prix moyen annuel à l'expédition du panier de fruits augmente ainsi de 10,6%, celui des légumes de 7,7%. Au détail en GMS, les hausses sont de 10% pour le panier de fruits et de 14,8% pour celui de légumes. Ces hausses des prix moyens annuels au détail résultent de la hausse des prix à l'expédition, à laquelle s'ajoute un indicateur de marge brute de distribution également en hausse.

Les paniers de fruits et légumes sont presque les seuls produits suivis par l'observatoire dont le prix au détail, – certes habituellement beaucoup plus variable que celui des autres produits alimentaires, du fait de sa sensibilité aux conditions météorologiques -, augmente sensiblement en 2015.

Ces indicateurs plus favorables en 2015 s'expliquent par une offre plus limitée, notamment en fruits pour des raisons météorologiques, face à une demande soutenue (Agreste, Bilan conjoncturel 2015). Les orages de juin dans les régions méditerranéennes, suivis par la canicule, ont limité l'offre en abricots, pêche et cerise, tandis que la météorologie estivale était très favorable à la consommation de fruits d'été. Le Bilan conjoncturel d'Agreste fait état d'une amélioration du chiffre d'affaires de la plupart des fruits, l'effet de la hausse des prix l'emportant sur celui des baisses de production de certains produits.

Toujours selon le bilan conjoncturel d'Agreste, un printemps favorable a permis des récoltes de légumes précoces, de bonne qualité et en hausse sauf pour la courgette, le chou-fleur et l'endive. Les conditions météorologiques ont été propices à la consommation de légumes d'été, contribuant à la bonne tenue des cours, notamment pour le concombre, la laitue ou, après un démarrage de campagne un peu en retrait, la tomate. Pour les légumes comme pour les fruits, le bilan d'Agreste fait état d'une amélioration du chiffre d'affaires global, le melon, entre autres, faisant exception : en crise lors de l'été 2015, du fait d'une production abondante et des importations élevées.

Tableau 24

#### Prix et marge brute moyens annuels des paniers saisonniers de fruits et de légumes

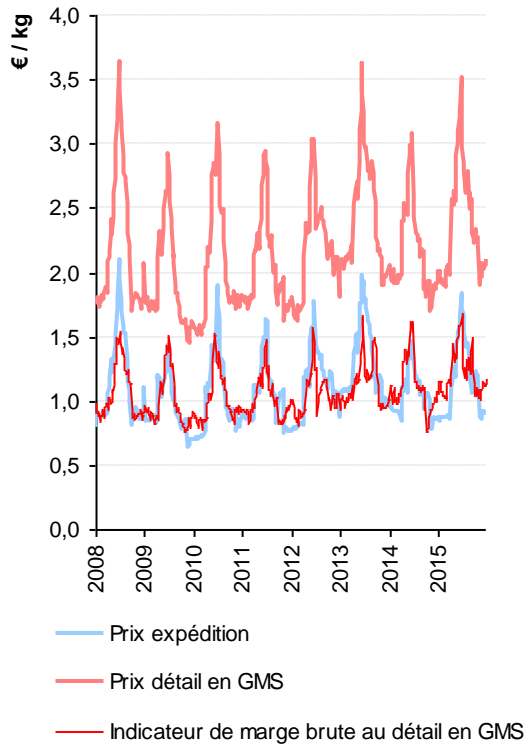
*Moyennes annuelles issues des données de prix hebdomadaires pondérées par la consommation*

	Prix Expédition		Marge brute circuit de distribution en GMS		Prix Détail en GMS (hors TVA)	
	2015 (€/kg) (1)	Variation 2015-2014 % du prix détail 2014 (2)	2015 (€/kg) (3)	Variation 2015-2014 % du prix détail 2014 (4)	2015 (€/kg) (5) = (1) + (3)	Variation 2015-2014 % (6) = (2) + (4)
Fruits frais panier saisonnier	1,16	5,4%	1,01	4,7%	2,06	10,1%
Légumes frais panier saisonnier	0,77	3,8%	0,79	11,0%	1,56	14,8%

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer – Réseau des Nouvelles des marchés, Kantar Worldpanel (pour pondération)

Graphique 152

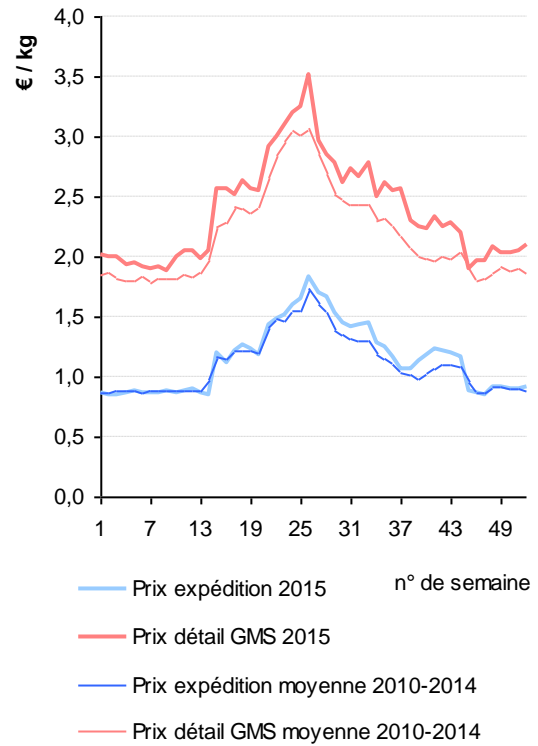
**Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits de 2008 à 2015**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 154

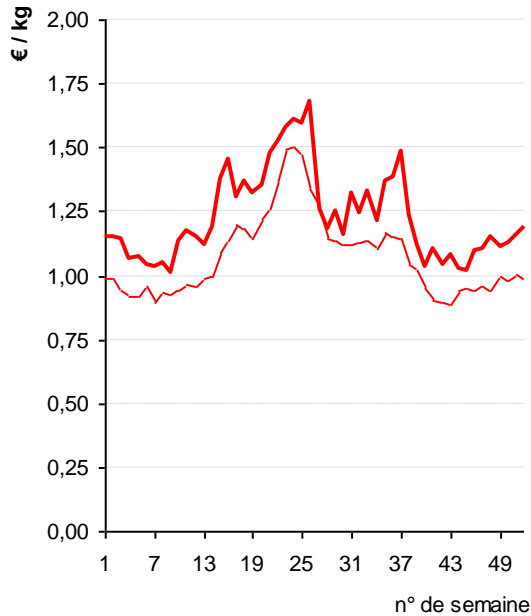
**Prix du panier Fruits par campagne**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 153

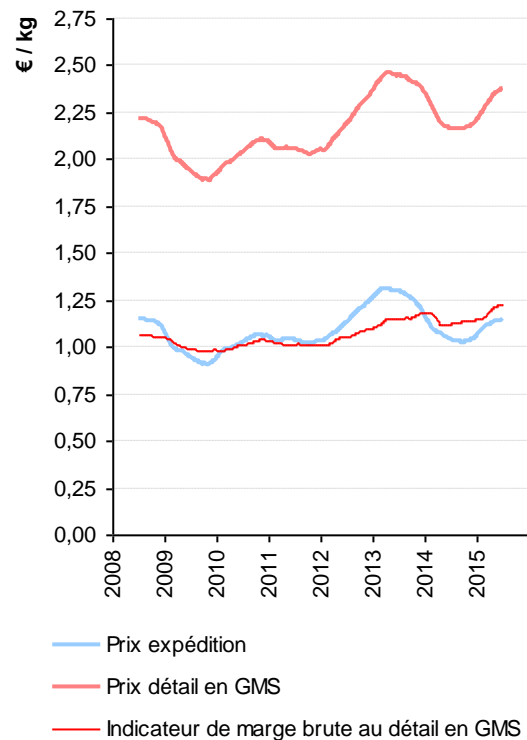
**Indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits par campagne**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 155

**Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits**

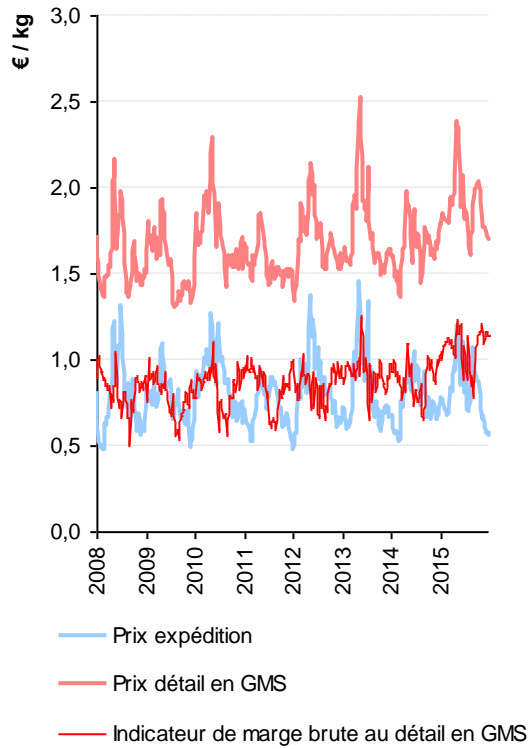


Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel



Graphique 156

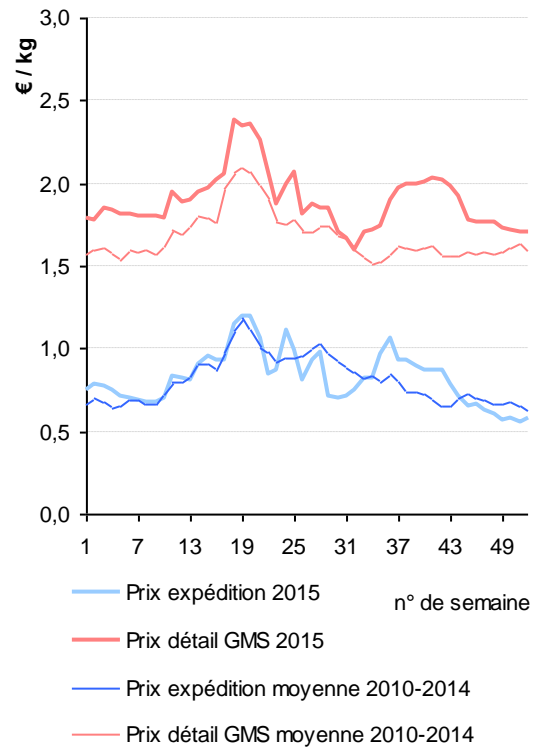
**Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes de 2008 à 2015**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 158

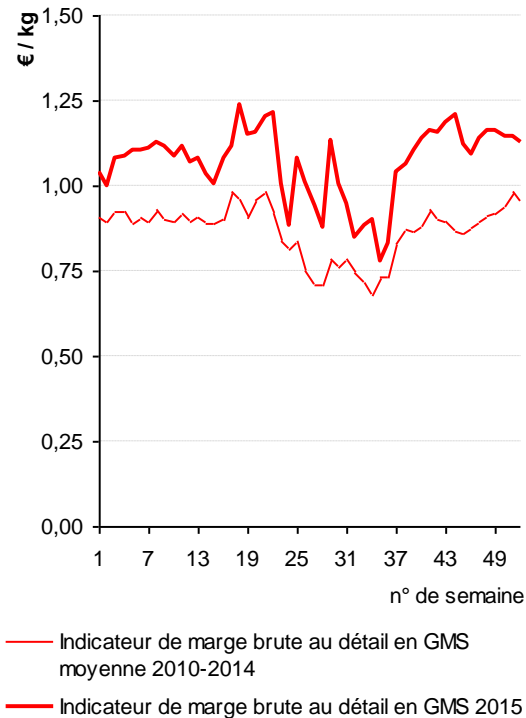
**Prix du panier Légumes par campagne**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 157

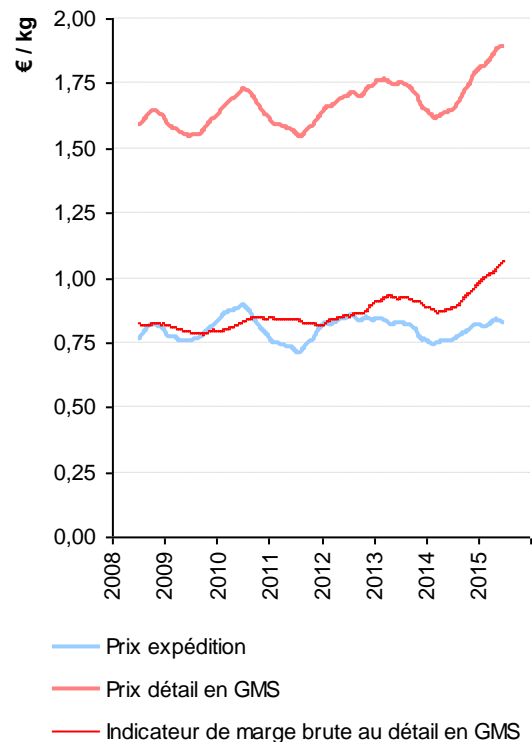
**Indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes par campagne**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 159

**Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes**



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

### 3.4. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS de quelques fruits et légumes

On détaille ici le suivi de deux produits seulement parmi tous ceux suivis par l'observatoire (cf. site internet [www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr](http://www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr)) :

- melon charentais jaune ;
- tomate ronde en grappe.

Pour ces produits, 5 graphiques sont présentés :

- prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS, indicateur moyen hebdomadaire de marge brute au détail en GMS de la campagne 2000 à la dernière campagne ;
- la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail ;
- prix et indicateur de marge brute en moyenne mobile centrée sur le milieu des campagnes, pour les mêmes périodes que ci-dessus ;
- prix à l'expédition et prix au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne ; campagne précédente, moyenne des 5 campagnes antérieures ;
- indicateur de marge brute au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne, campagne précédente, moyenne des cinq campagnes antérieures.

Tableau 25

#### Les campagnes décrites dans le rapport

Produit	Dates standard extrêmes de début de campagne et de fin de campagne	Campagnes décrites dans les graphiques
Melon charentais jaune	de la semaine 20 à la semaine 42 (même année civile)	2000 à 2015
Tomate ronde en grappe	de la semaine 10 à la semaine 45 (même année civile)	2001 à 2015

### 3.4.1.Melon

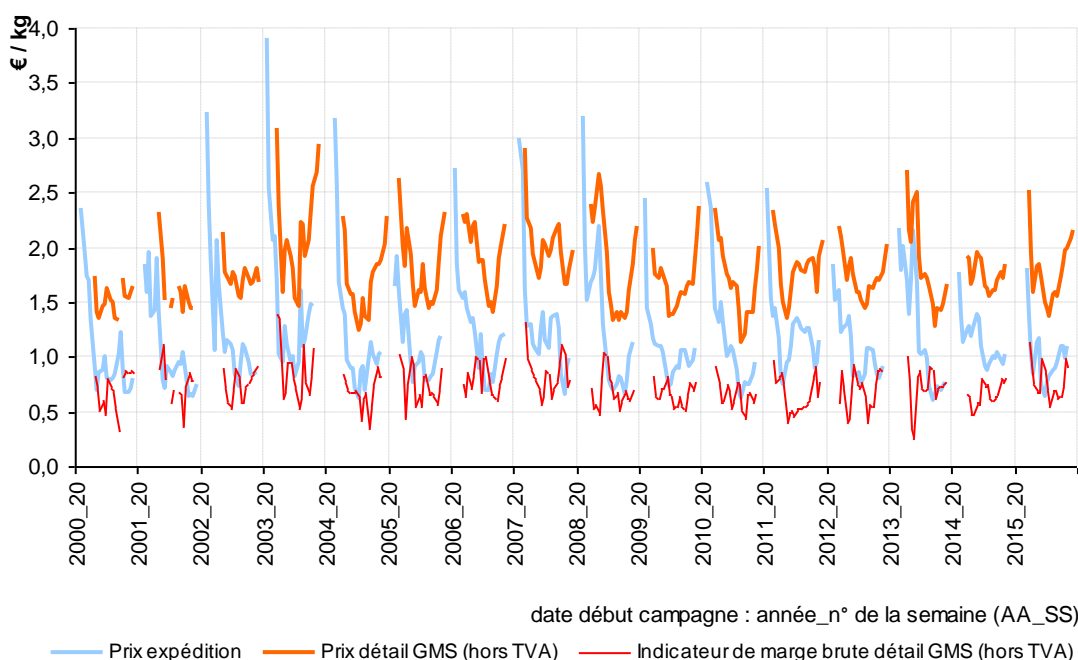
#### Les prix et la marge brute en longue période

Le produit suivi est le melon charentais jaune.

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat). On retrouve au détail la reproduction des grandes variations des cours à l'expédition, mais, sur l'ensemble de la période, la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail est moyenne ( $R^2 = 0,70$ ), ce qui ne permet pas de caractériser nettement la tendance constante ou proportionnelle de la marge brute. Les graphiques retraçant l'évolution de la marge brute en données hebdomadaires ou, surtout, en données lissées (moyennes mobiles, Graphique 160), montrent plusieurs phases de hausse et de baisse sur la période 2000-2015.

Graphique 160

#### Prix et indicateur de marge brute en GMS du melon de 2000 à 2015



Sources : FranceAgriMer-RNM

#### La dernière campagne

Les fortes chaleurs au début de l'été ont accéléré les récoltes dans le Sud-est alors que les produits espagnols étaient encore très présents sur le marché. La persistance des conditions climatiques exceptionnelles tout au long de la saison a favorisé la production et la concentration de l'offre, ce qui a fortement déstabilisé le marché. Le melon a été déclaré en situation de crise conjoncturelle du 16 juin au 3 juillet, puis du 10 juillet au 11 août. La demande a néanmoins été intéressée, la météo favorisant fortement la consommation des ménages.

Les cours à l'expédition se sont ainsi situés en dessous de ceux de la campagne 2014, et en dessous de la moyenne quinquennale tout au long du cœur de la campagne (à l'exception des toutes premières et dernières semaines de campagne). La marge brute GMS en 2015 a été supérieure à la marge brute 2014 pendant la première moitié de la campagne, puis s'est rapprochée du niveau de 2014 pour la deuxième partie de la campagne. Les prix au stade détail ont été globalement équivalents à ceux de la campagne précédente.

### 3.4.2. Tomate ronde en grappe

#### Les prix et la marge brute en longue période

La campagne de commercialisation de la tomate grappe origine France 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).

Au stade expédition comme au détail, abstraction faite des variations hebdomadaires, la courbe des prix au cours d'une campagne présente la forme caractéristique d'un U dissymétrique, avec des prix élevés en début de saison, qui chutent rapidement puis tendent à se stabiliser au cœur de la campagne, pour remonter en fin de saison. Cette courbe de prix est grossièrement inverse de celle de l'offre.

Au cours d'une même campagne, prix à l'expédition et prix au détail tendent à varier dans le même sens, les prix au détail reproduisant les variations des prix à l'expédition, parfois avec un décalage dans le temps et avec un écart (indicateur de marge brute) variable.

Malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, les évolutions de l'indicateur de marge brute sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels. En fait, le prix au détail de la tomate grappe est bien corrélé linéairement au prix à l'expédition ( $R^2$  proche de 1), dans une relation de type

$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m$$

mais l'analyse statistique montre que le terme  $b$  est sensiblement supérieur à 1 : la marge brute au détail présente ainsi un élément de proportionnalité avec le prix à l'expédition.

#### La dernière campagne

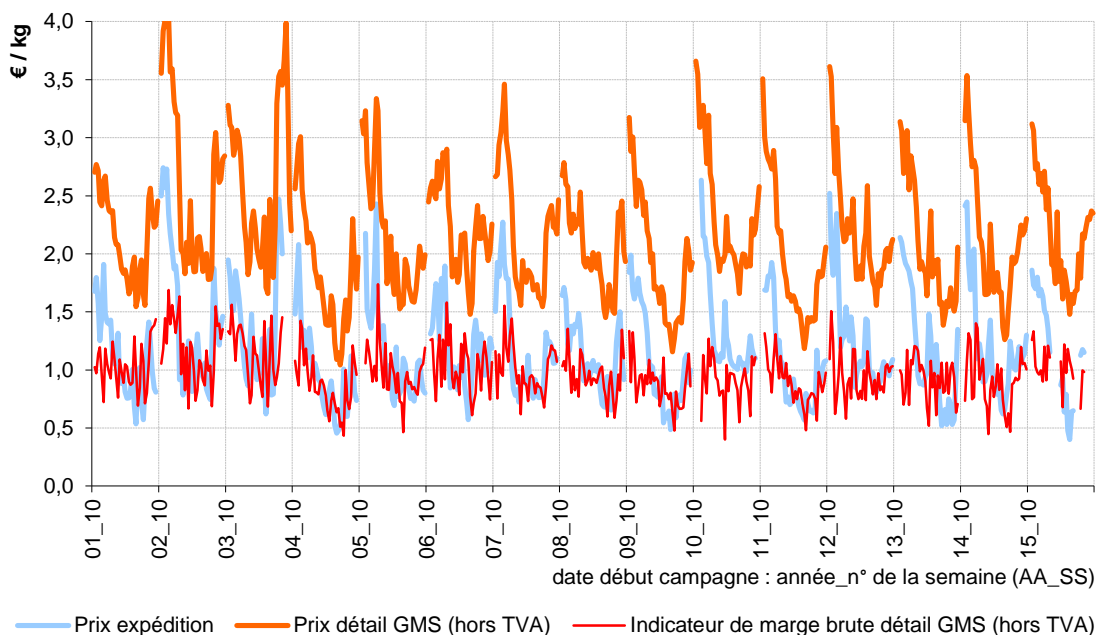
En début de campagne, l'offre se développe rapidement dans un contexte climatique peu propice à la consommation du produit. La concurrence des produits espagnols à bas prix, pèse par ailleurs sur les cours, qui sont inférieurs à la moyenne quinquennale. Le marché est déséquilibré avec une offre supérieure à la demande pendant la première partie de la campagne. La demande est globalement peu dynamique.

Dès août, les effets de la canicule entraînent une baisse des disponibilités et les cours remontent. Ils resteront stables, au-dessus de la moyenne quinquennale jusqu'à la fin de la campagne.

Le prix au détail suit globalement les variations du prix au stade expédition, mais on observe une accentuation à la hausse des prix au détail en fin de campagne, d'où des marges brutes supérieures à cette période.

Graphique 161

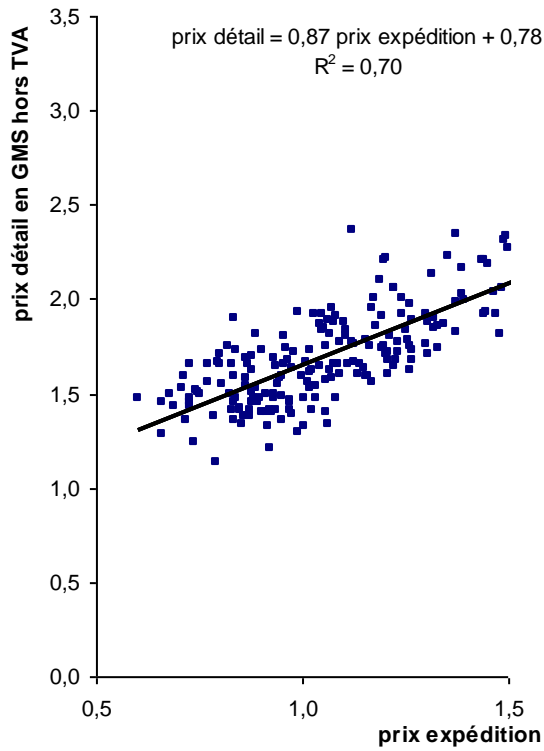
Prix et indicateur de marge brute en GMS de la tomate ronde en grappe de 2000 à 2015



Sources : FranceAgriMer-RNM

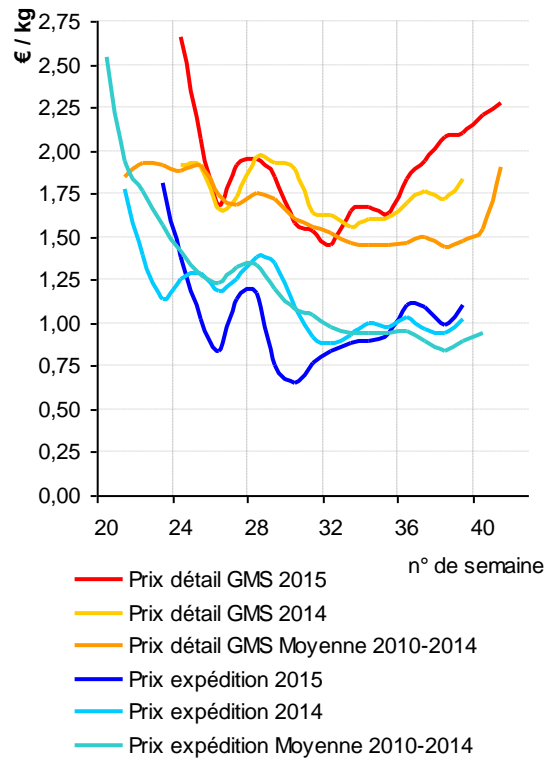
Graphique 162

**Corrélation prix détail et expédition du melon de 2000 à 2015**



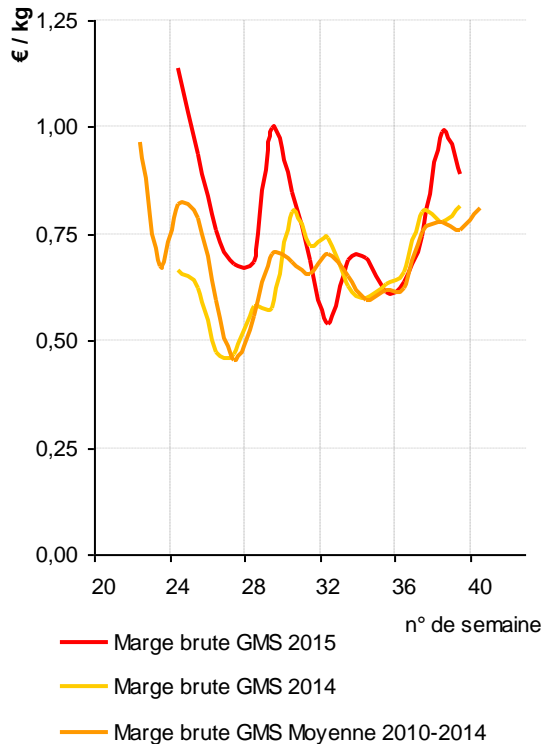
Graphique 164

**Prix du melon par campagne**



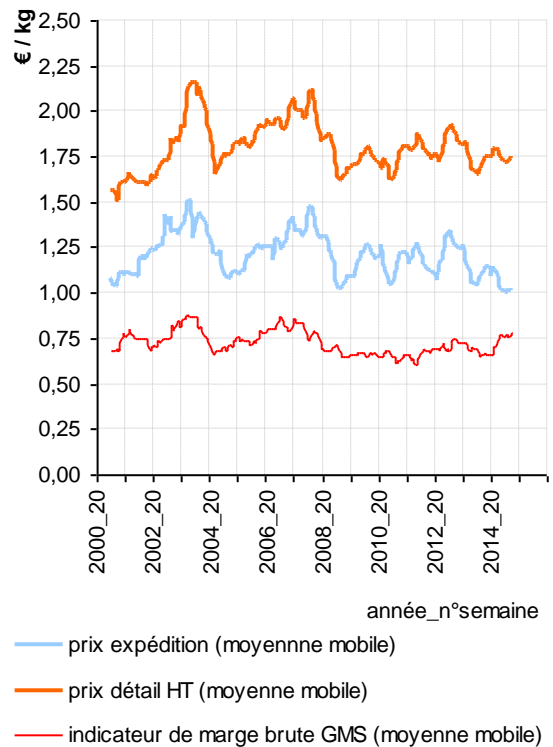
Graphique 163

**Indicateur de marge brute en GMS du melon par campagne**



Graphique 165

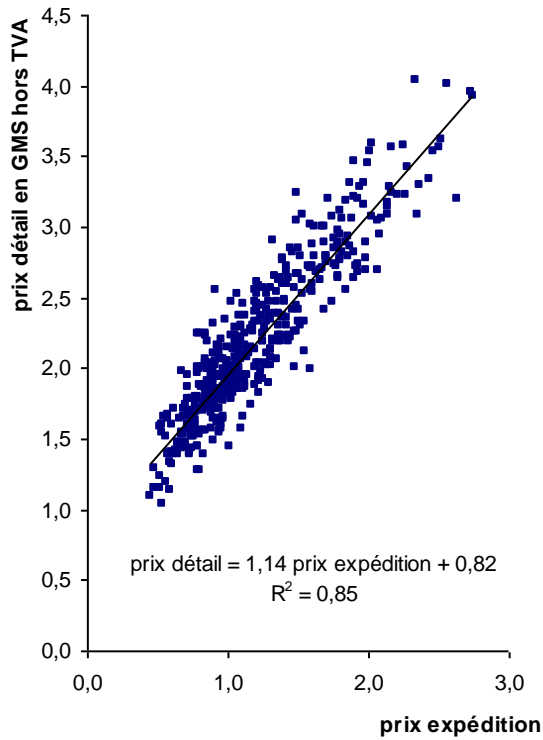
**Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du melon**



Sources : FranceAgriMer-RNM

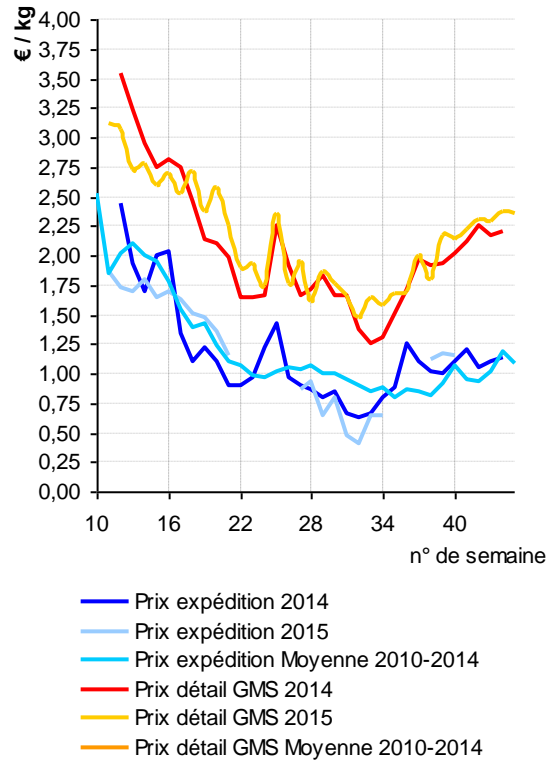
Graphique 166

**Corrélation prix détail et expédition de la tomate ronde en grappe de 2000 à 2015**



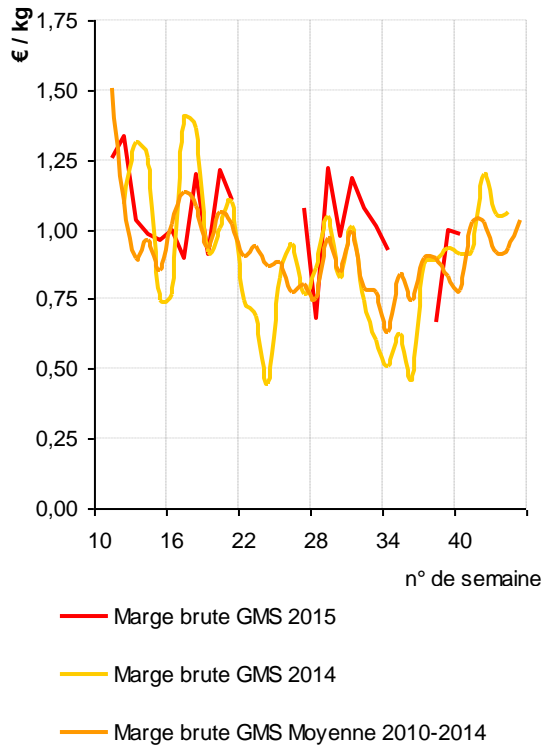
Graphique 168

**Prix de la tomate ronde en grappe par campagne**



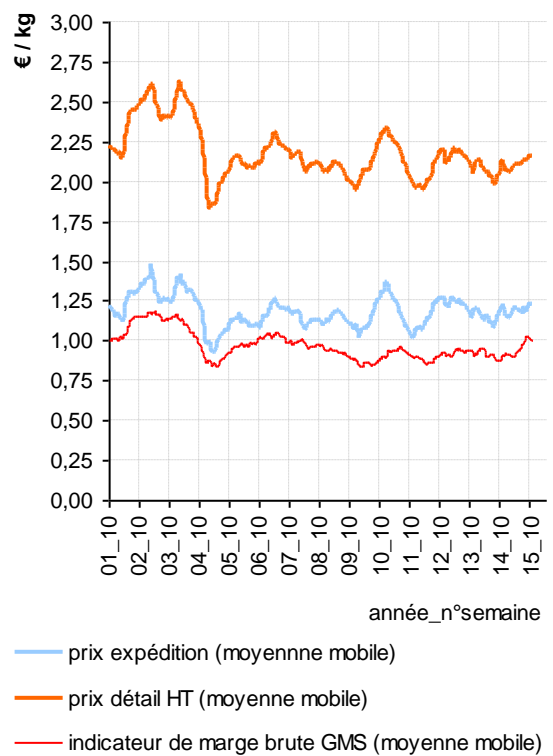
Graphique 167

**Indicateur de marge brute en GMS de la tomate ronde en grappe par campagne**



Graphique 169

**Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS de la tomate ronde en grappe**



Sources : FranceAgriMer-RNM

## 4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES FRUITIÈRES ET LÉGUMIÈRES ET COÛT DE PRODUCTION DE CERTAINS FRUITS ET LÉGUMES

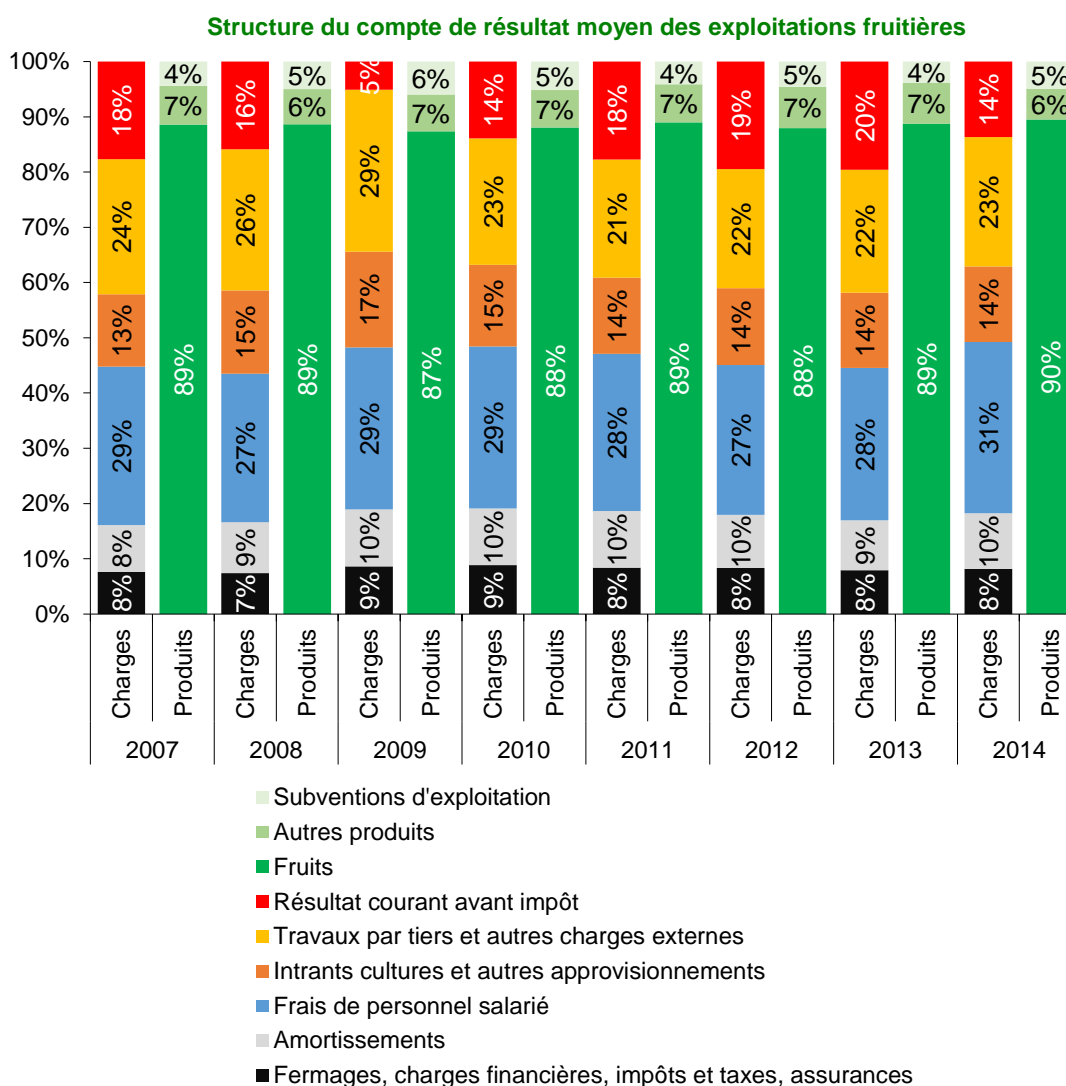
### 4.1. Compte de résultat des exploitations fruitières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de fruits, issu du Rica, est constitué de 134 à 193 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 3 104 à 4 879 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut issu du verger constitue plus de 94 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 5 % à 20 %. Il s'établit à 14% des produits en 2014, soit 39 691 € pour 290 877 € de produits, en forte baisse par rapport à 2013 (60 525 € pour 309 393 € de produits).

En 2014, la forte baisse de l'ensemble des produits s'explique par une diminution du produit « Fruits » (- 5 % en valeur) et des autres produits (- 29 %). Seules les subventions d'exploitation progressent de 20 %. Cette baisse des produits, couplée à un maintien des charges (+ 0,9 % en valeur), fait diminuer le résultat courant. Il s'établit à 26 454 € par unité de travail non-salarié en 2014 (contre 41 272 € en 2013).

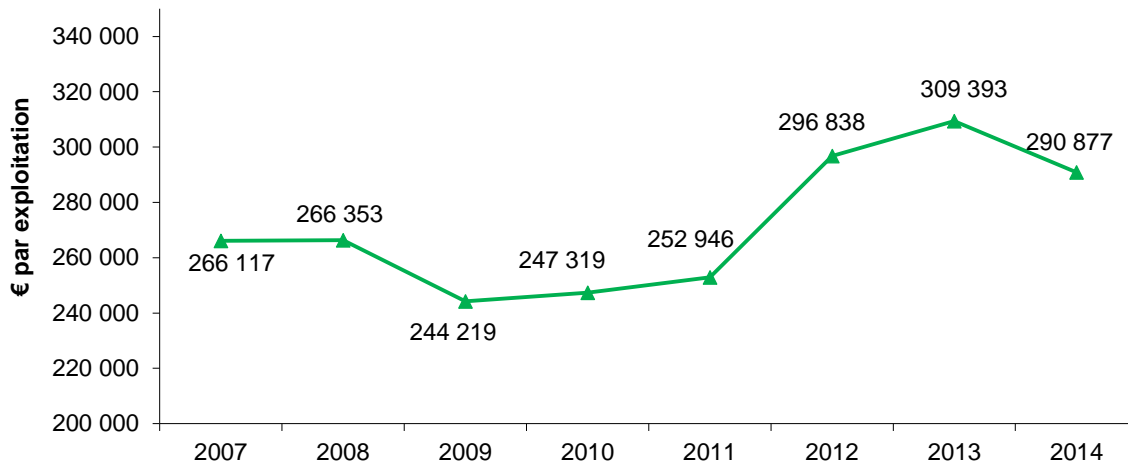
Graphique 170



Source : Rica (SSP)

Graphique 171

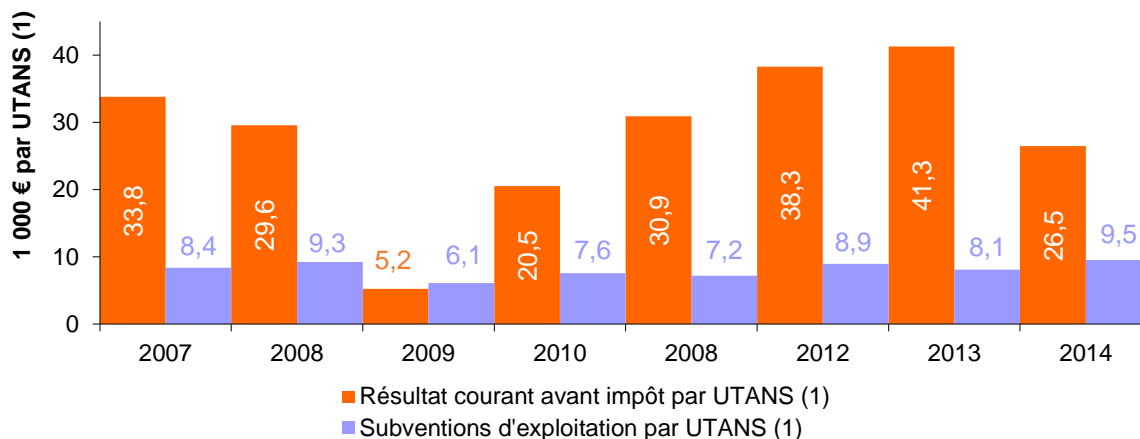
**Montant moyen des produits courants par exploitation fruitière spécialisée**



Source : Rica (SSP)

Graphique 172

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



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

**4.2. Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées**

L'échantillon Rica des exploitations spécialisées dans la production de pommes est constitué de 90 à 123 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 2 004 à 3 284 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut en pommes constitue plus de 70 % de la production de l'exercice et plus de 84 % du produit brut du verger.

Une estimation comptable approximative du coût moyen de production des pommes a été réalisée (Graphique 173).

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, d'autres produits issus du verger). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits secondaires sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges sont exprimées pour 100 kg produit.

Le coût de production comptable des pommes ainsi estimé varie, sur la période étudiée (2007 à 2014), de 39,2 € pour 100 kg en 2011 à 46,2 € pour 100 kg en 2012. Au cours de la période, le coût de production apparaît supérieur au prix des pommes en 2009, entraînant ainsi une marge nette négative. En 2014, le coût de production des pommes est de 42,3 € pour 100 kg (il était de 44,0 € pour 100 kg en 2013).

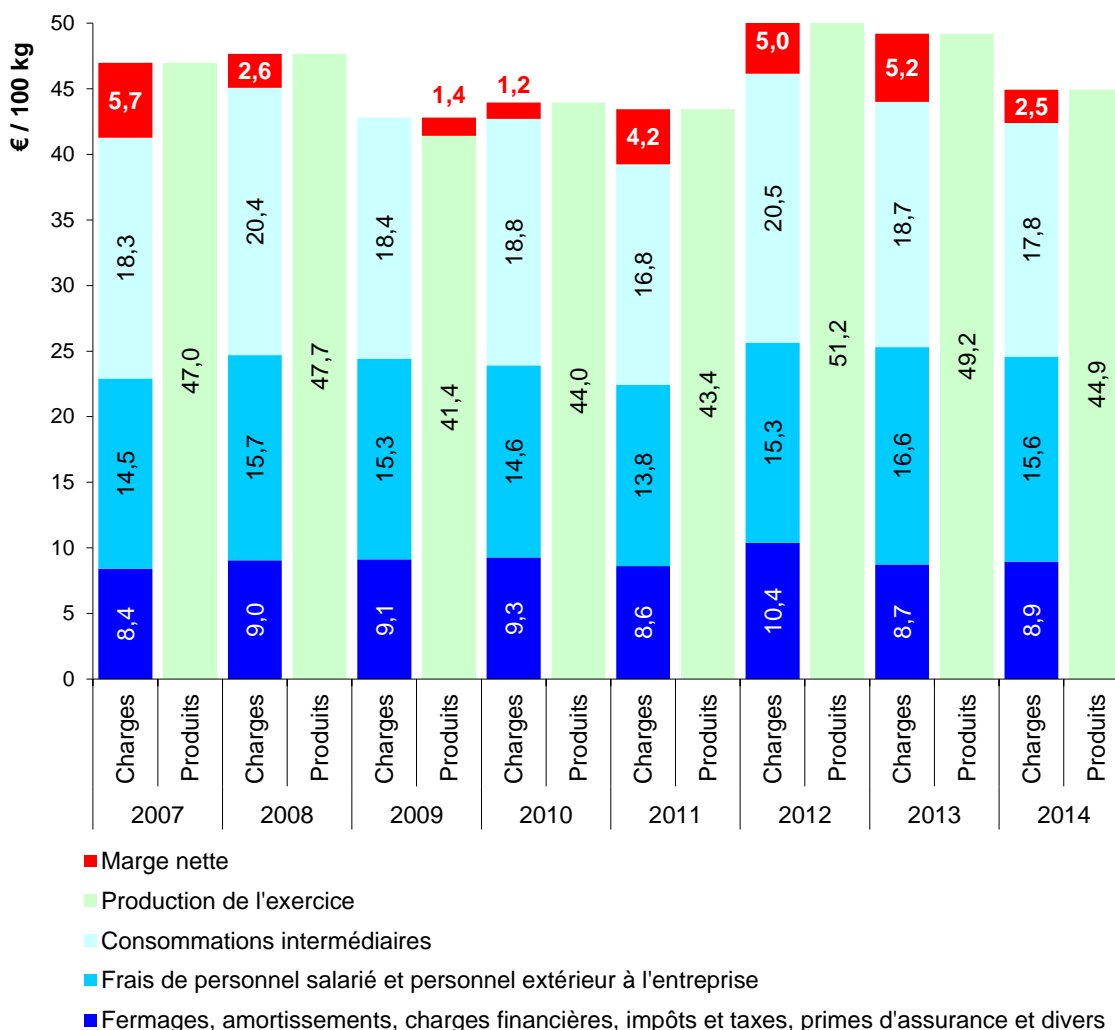
Le prix des pommes (calculé également d'après les données du Rica) varie, sur la période étudiée, de 41,4 € pour 100 kg (2009) à 51,2 € pour 100 kg (2012). En 2014, le prix des pommes s'établit à 44,9 € pour 100 kg (il était de 49,2 € pour 100 kg en 2013). Ainsi, la marge nette est de 2,5 € pour 100 kg en 2014 (elle était de 5,2 € pour 100 kg en 2013).



Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'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 173

**Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées**



Source : Rica (SSP)

**4.3. Compte des exploitations par système de production fruitière**

L'approche présentée ci-dessous s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations fruitières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer et la FNPF). L'échantillon total comprend 398 exploitations réparties dans 11 départements situés dans les principaux bassins de production. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de fruits des exploitations spécialisées, dont au moins 78% du produit brut est issu du verger, et a été choisi de manière à être le plus représentatif en référence au dernier recensement agricole en termes de surfaces, de nombre d'UTA, de répartition géographique, d'espèce cultivée...

Quatre types ont été retenus :

- les producteurs de pêches spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs de pommes spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs d'abricots spécialisés (50 exploitations),
- les autres arboriculteurs (diversifiés et autres spécialistes).

Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon sont également présentés (248 exploitations).

La SAU moyenne de l'échantillon en 2014 est de 36,1 ha dont 20,6 ha de vergers, 7 ha de grandes cultures, 2,8 ha de vignes, 0,5 de légumes et 5,3 ha d'autres cultures. Le verger est composé prioritairement de

pommiers (5,7 ha en moyenne), d'abricotiers (5,5 ha) et de pêcheurs (4,7 ha). La main d'œuvre totale par exploitation est de 9 UTA (équivalent actif à temps complet), dont 7,7 UTA salarié, soit 85,5 % du total.

En 2014 (Graphique 174), le « *revenu net calculé* », qui inclut une évaluation extracomptable du coût de la main-d'œuvre familiale à hauteur de 19 300 € par UTA (hors cotisations sociales) est en moyenne négatif dans les quatre systèmes étudiés :

- « **Spécialisés pêches** » : après une campagne 2011 qualifiée de catastrophique, et deux campagnes 2012 et 2013 au cours desquelles les producteurs spécialisés en pêche avaient vu leur résultat s'améliorer, le revenu net chute à nouveau en 2014 : il passe de 63 700 € en 2013 à - 56 900 €. Ceci s'explique par des charges en hausse de 9,1 % et un produit total en baisse de 9,2 - le prix de la pêche fut en deçà de celui de la campagne 2013 et le marché ralentit au cours de l'été 2014, notamment à la suite de l'embargo russe décrété dès le début du mois d'août 2014.
- « **Spécialisés pommes** » : l'année 2014 n'a pas permis de dégager un résultat positif pour les arboriculteurs spécialisés en pomme, en net recul par rapport à 2013. Avec un prix moyen de la pomme très bas à compter de l'automne 2014, le produit brut diminue de 9,4 % et les charges sont en hausse de 2,5 %. Ainsi, le revenu net se dégrade et devient négatif. Il passe de 66 900 € en 2013 à - 900 € en 2014.
- « **Spécialisés abricots** » : après une campagne 2013 plutôt positive, la situation économique des arboriculteurs spécialistes de l'abricot se dégrade. Le produit total a diminué de 5 % : les prix de l'abricot sont nettement inférieurs à ceux de 2013 mais aussi à ceux de la moyenne quinquennale. Les charges ont quant à elles augmenté de 7,5 %. Par conséquent, le revenu net est en diminution, de 29 800 € en 2013 à - 7 100 € en 2014.
- « **Autres arboriculteurs** » : en 2014, comme pour les autres types d'exploitations étudiés, la situation se dégrade pour les exploitations fruitières diversifiées et autres spécialistes. Les charges totales ont augmenté de 2,6 % alors que le produit total a diminué de 3 %. Par conséquent, la marge nette se dégrade par rapport à 2013. Elle passe de 18 700€ en 2013 à - 13,7 k€ en 2014.

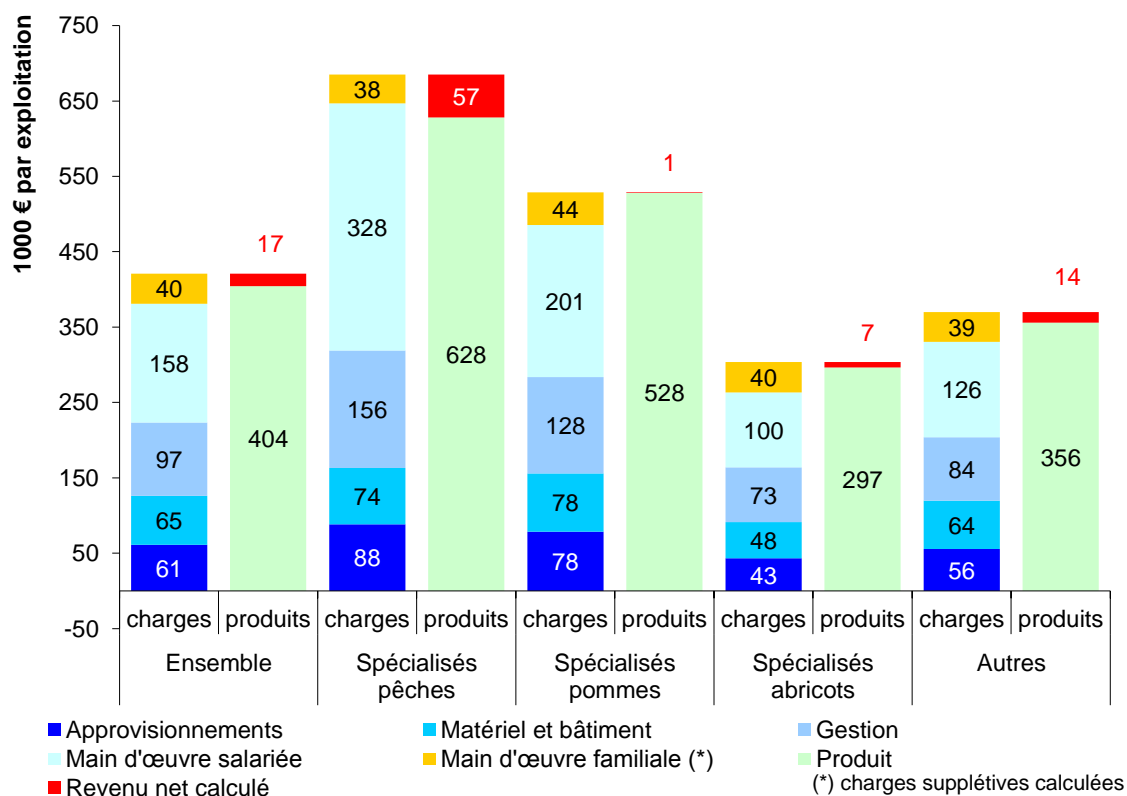
Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2015, la valeur de la production de fruits s'améliorerait (+ 6,8 %) après son net recul de l'année précédente.

(<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>).

Le bilan conjoncturel d'Agreste fait également état d'une progression du chiffre d'affaires fruitier. Les revenus pourraient donc s'améliorer.

Graphique 174

#### Comptes des exploitations fruitières par système de production en 2014



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

#### 4.4. Compte de résultat des exploitations légumières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de légumes (maraîchage en plein-air et sous abris), issu du Rica, est constitué de 169 à 205 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 264 à 5 015 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut légumes constitue plus de 92 % de la production de l'exercice.

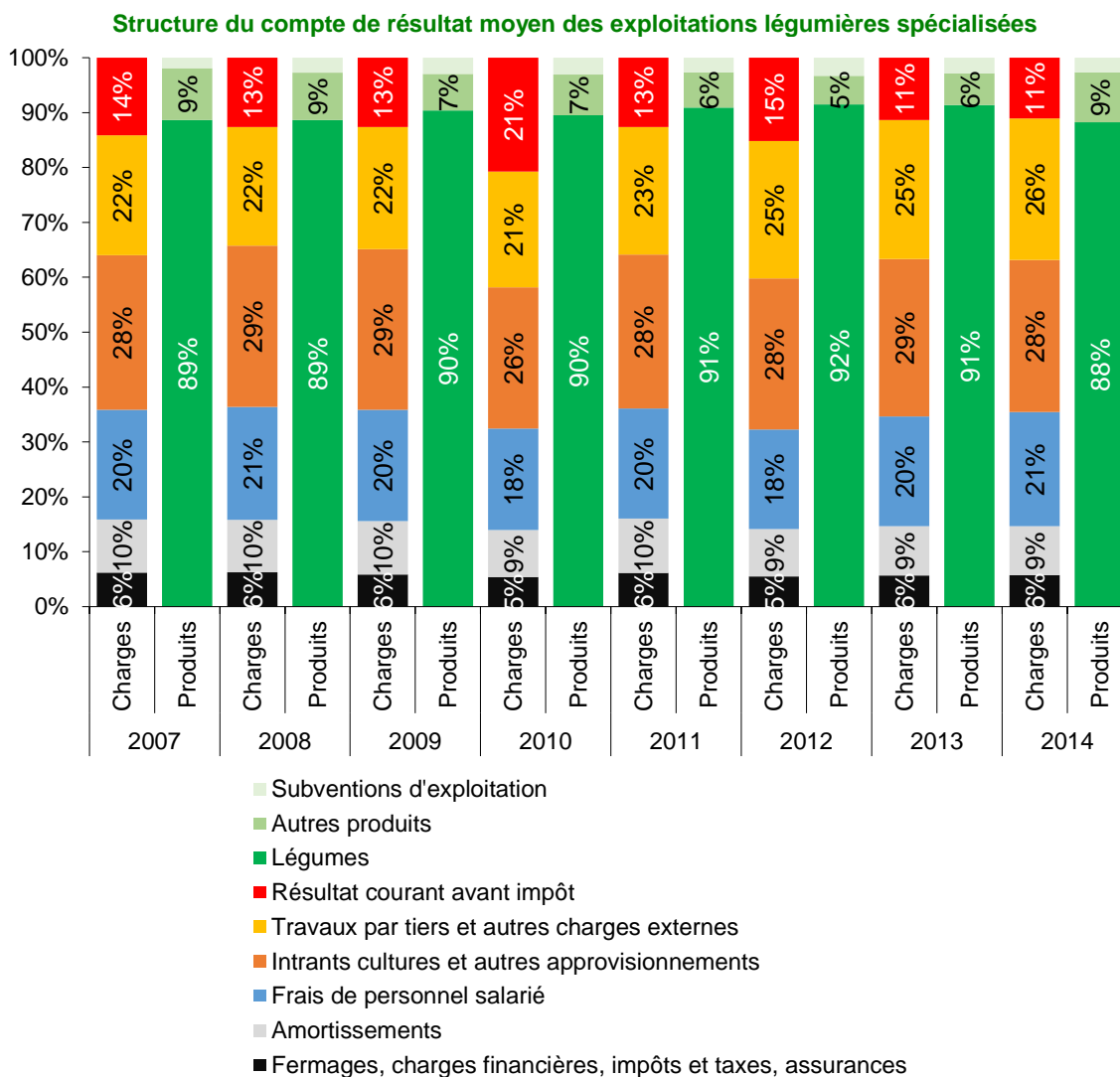
Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie sur la période de 13% à 21 %. Il s'établit à 11% des produits en 2014, soit 35 030 € pour 316 113 € de produits, en baisse par rapport à 2013 (39 378 € pour 346 898 € de produits).

Cette baisse de l'ensemble des produits s'explique, en 2014, par un produit « Légumes » en chute de 12 % en valeur et des subventions d'exploitations en baisse de 14 %. Seuls les autres produits progressent de 43 % (toutefois, ils représentent moins de 10 % des produits). Les charges diminuent de 9 % en valeur. Ainsi, le résultat courant avant impôt par unité de travail non salarié reste quasiment stable (Graphique 177). Il s'établit à 24 138 € par unité de travail non-salarié en 2014 (contre 24 302 € en 2013).

D'après le compte prévisionnel de l'agriculture en 2015), la valeur de la production de légumes augmente (+ 3,3 %) et le bilan conjoncturel d'Agreste fait état d'un chiffre d'affaires légumier en hausse : les revenus pourraient donc s'améliorer.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>

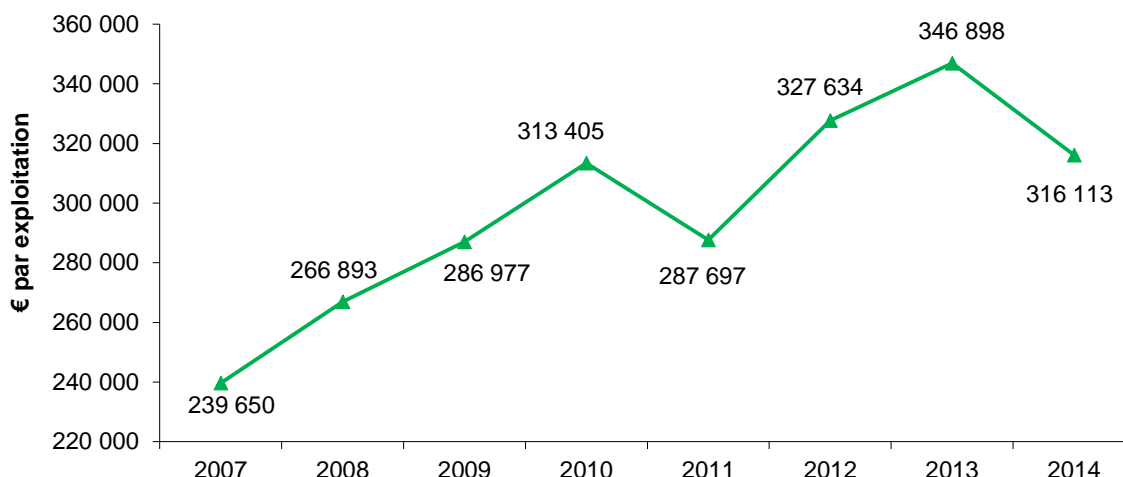
Graphique 175



Source : Rica (SSP)

Graphique 176

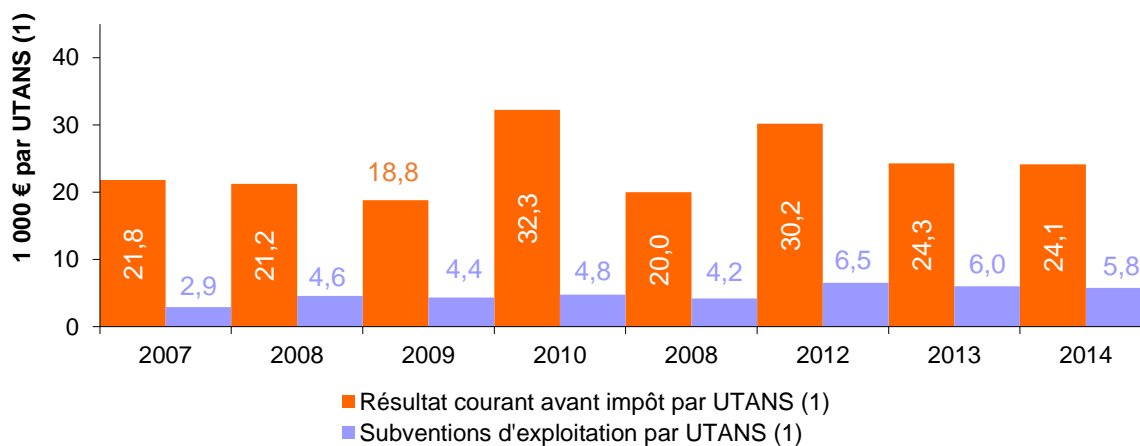
**Montant moyen des produits courants par exploitation légumière spécialisée**



Source : Rica (SSP)

Graphique 177

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



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

**4.5. Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées**

L'échantillon du Rica des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serres et abris hauts est constitué de 33 à 44 exploitations (effectif variable selon les années) représentant 863 à 1 263 exploitations. Dans cet échantillon, la production de tomates représente de 73 % à 87 % de la production de l'exercice.

Une estimation approximative du coût de production comptable moyen des tomates a été réalisée à partir des comptes de cet échantillon. Les résultats sont présentés dans le graphique ci-après (Graphique 178).

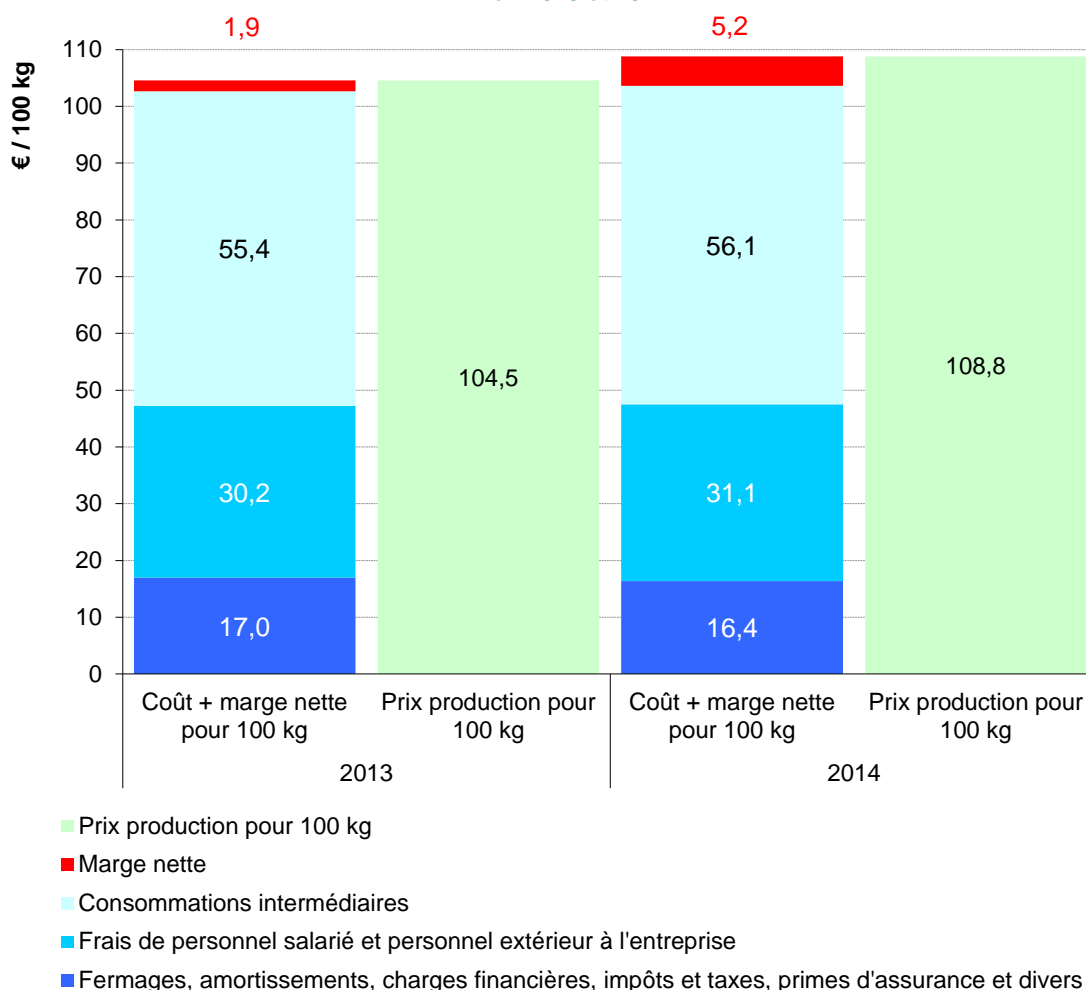
Dans cette approche, on impute à la production de tomates l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors tomates (pour l'essentiel, les produits des autres légumes sous serres et abris hauts et les subventions). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges sont évaluées pour 100 kg produit.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres 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 moyen des tomates, ainsi estimé pour 100 kg, est de 102,6 € en 2013 et de 103,6 € en 2014 ; le prix de vente moyen des tomates est, selon les données des comptes des exploitations de l'échantillon, de 104,5 € pour 100 kg en 2013 et de 108,8 € en 2014, d'où une marge nette de 1,9 € pour 100 kg en 2013 et de 5,2 € pour 100 kg en 2014.

Graphique 178

**Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées (serres et abris hauts) en 2013 et 2014**



Source : Rica (SSP)

**4.6. Compte des exploitations par système de production légumière**

Précédemment, on disposait de données de comptes d'exploitations par système de production légumière extraites de l'Observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer et le CTIFL). Faute de financement complémentaire, ce dispositif a, pour l'instant, été suspendu. Aucune nouvelle donnée ne peut donc être présentée dans ce rapport.

**4.7. Variation de la recette globale des productions de fruits et de légume**

D'après les comptes prévisionnels de l'agriculture, en 2015 par rapport à 2014, la valeur de la production de fruits a augmenté de 189 M€ environ dont +243 M€ d'effet-prix (variation de prix 2015-2014 appliqué au volume 2015) et -54 M€ d'effet volume (variation de volume 2015-2014 appliquée au prix 2014). Pour les légumes, les montants sont de 98 M€ d'augmentation de la production en valeur dont 196 M€ en effet-prix et -98 M€ en effet-volume.

## 5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES D'EXPÉDITION ET DE COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL DE LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

La structure des charges des expéditeurs, qui assurent la première mise en marché des fruits et des légumes, des grossistes<sup>44</sup> et des détaillants et certains autres indicateurs sont présentés ici pour la période 2012-2014. Ces résultats sont fournis par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.

Les grossistes approvisionnent de façon minoritaire les GMS, circuit de référence de l'observatoire, leurs comptes sont présentés à titre indicatif. À titre d'information complémentaire, sont aussi présentés dans ce rapport, les comptes des détaillants spécialisés en fruits et légumes, également suivis par le CTIFL.

L'approche des comptes analytiques du rayon « fruits et légumes » en GMS a nécessité de conduire des enquêtes *ad hoc* (Cf. partie 6).

### 5.1. Comptes des entreprises d'expédition en fruits et légumes

Tableau 26

#### Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs Échantillon courant composé de 53 expéditeurs

2012 - 2014	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) = (a) / ( 1 - (a) )	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
<b>Ensemble des expéditeurs</b>	<b>26,3%</b>	<b>35,7%</b>	<b>1,8%</b>	<b>7,0%</b>
Expéditeurs à clientèle grossistes	27,5%	38,0%	3,0%	10,8%
Expéditeurs à clientèle GMS	25,7%	34,6%	1,0%	3,9%
Expéditeurs à clientèle export	25,6%	34,5%	1,4%	5,4%
Expéditeurs à clientèle mixte	26,8%	36,7%	2,5%	9,4%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des expéditeurs de fruits et légumes est de 26% environ sur la période suivie.

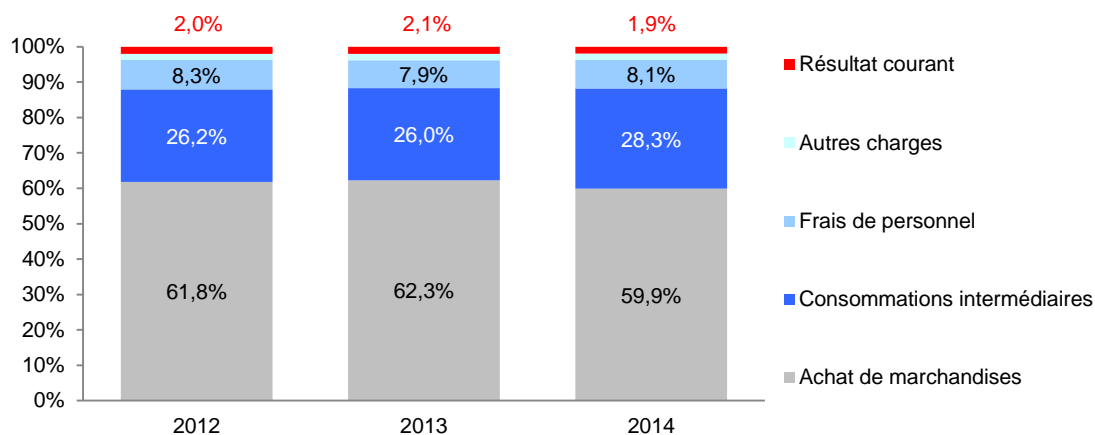
On rappelle que le suivi des prix réalisé dans les filières fruits et légumes par l'observatoire porte, à l'amont, non pas sur les prix perçus par les producteurs mais sur les prix à l'expédition : donc, en moyenne, les prix à la production représentent 74% du prix à l'expédition, avec toutefois des différences importantes selon les produits, liées notamment à l'importance des opérations de tri et de conditionnement, et à leur répartition entre producteur et expéditeur : par exemple, certains fruits fragiles sont mis en plateau dès la récolte (pêches).

<sup>44</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 179

**Structure des charges des entreprises d'expédition de fruits et de légumes**

Échantillon constant composé de 46 expéditeurs

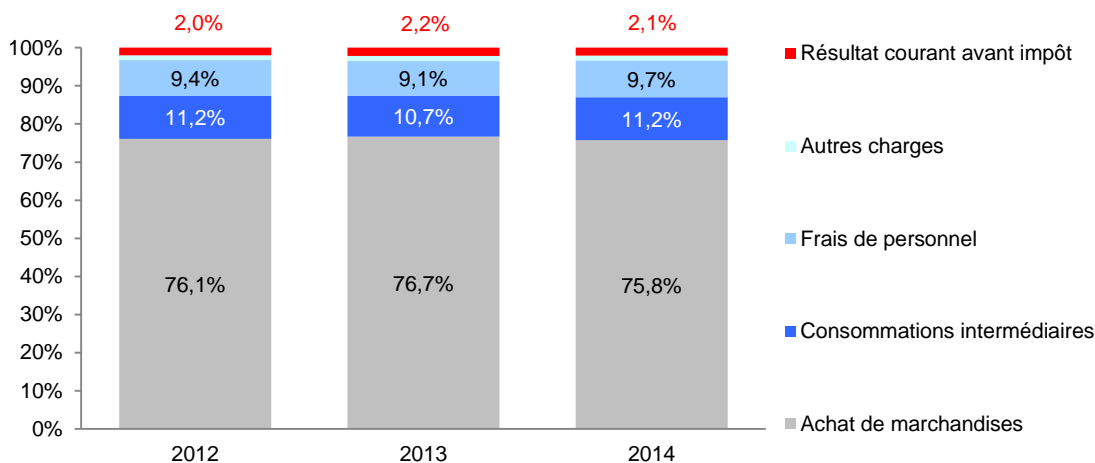


Source : CTIFL

Graphique 180

**Structure des charges des entreprises grossistes en fruits et de légumes**

Échantillon constant composé de 126 grossistes

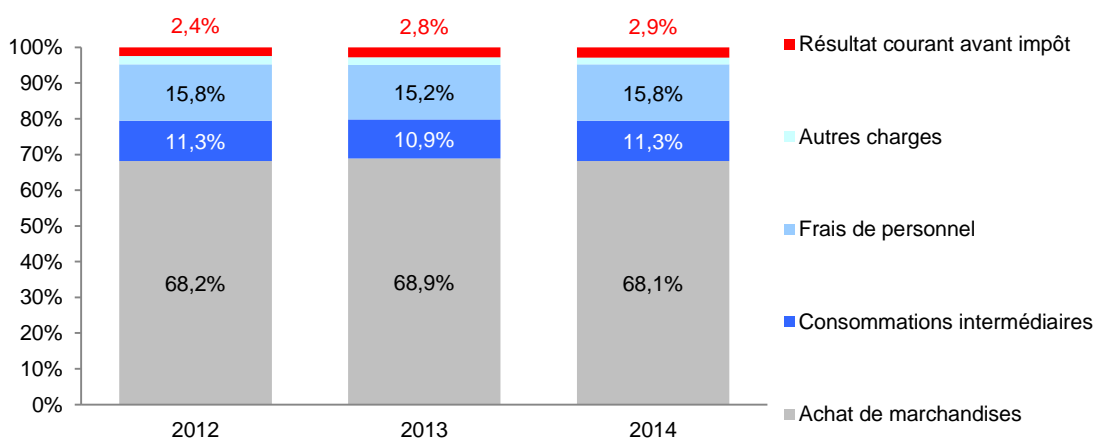


Source : CTIFL

Graphique 181

**Structure des charges des détaillants spécialisés en fruits et de légumes**

Échantillon constant composé de 291 détaillants



Source : CTIFL

## 5.2. Comptes des entreprises de gros en fruits et légumes

Tableau 27

### Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes

Échantillon courant composé de 135 grossistes

2012 - 2014	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) = (a) / ( 1 - (a) )	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
<b>Ensemble des grossistes</b>	<b>21,6%</b>	<b>28,6%</b>	<b>2,1%</b>	<b>9,5%</b>
Grossistes à clientèle traditionnelle	17,4%	21,5%	2,3%	13,1%
Grossistes à clientèle GMS	24,9%	35,9%	1,9%	7,8%
Grossistes à clientèle RHD	33,1%	50,3%	2,0%	6,1%
Grossistes à clientèle mixte	20,0%	25,7%	2,2%	10,9%
Grossistes à clientèle grossistes	15,3%	18,7%	1,4%	9,5%

Source : CTIFL

En moyenne sur la période étudiée (2012-2014), le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 28,6 % aux achats à leurs fournisseurs<sup>45</sup>. Environ 90 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 2 % constitue le résultat courant avant impôt.

## 5.3. Comptes des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes

Tableau 28

### Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des détaillants

Échantillon courant composé de 312 détaillants

2012 - 2014	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) = (a) / ( 1 - (a) )	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
<b>Ensemble des détaillants</b>	<b>30,4%</b>	<b>44,6%</b>	<b>2,7%</b>	<b>8,7%</b>
Spécialistes en magasin	30,6%	45,0%	2,5%	8,2%
Spécialistes sur marché	31,1%	45,9%	3,0%	9,8%
Grandes surfaces de produits frais	29,9%	43,4%	2,7%	9,0%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des détaillants spécialisés en fruits et légumes est de 30,5 % environ sur la période suivie. À noter que ce taux est de 31 % dans les rayons fruits et légumes des GMS, selon l'enquête de l'observatoire (Cf. partie 7 de la présente section, page suivante). Le résultat courant représente en moyenne 2,7 % du chiffre d'affaires sur la période 2012 - 2014 (0,1 % en GMS en 2014).

<sup>45</sup> ...qui peuvent être d'autres grossistes, des expéditeurs...



## 6. COMPTE DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES DES GMS

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

### 6.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon fruits et légumes représente 18 % du chiffre d'affaires des rayons étudiés, 18 % de leur marge brute, 15 % de leurs frais de personnel dédié et 5 % seulement de la marge nette de l'ensemble des rayons à marge nette positive en moyenne (hors boucherie, poissonnerie et boulangerie-pâtisserie-vienniserie). La marge nette du rayon fruits et légumes, après impôt sur le revenu, est la troisième marge parmi les rayons à marge nette positive, après la charcuterie et la boucherie.

### 6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Les frais de personnel dédié au rayon (8,1 € pour 100 € de chiffre d'affaires) restent sous la moyenne des frais de personnel dédié de l'ensemble des rayons étudiés (9,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires) mais sont relativement importants. Ils s'expliquent par les opérations de manutention et de réassortiment fréquent nécessaire à une bonne tenue du rayon. La marge semi-nette est ainsi de 23,0 € en moyenne. Les autres charges s'élèvent à 20,8 € par rayon, d'où une marge nette moyenne de 2,3 € avant répartition de l'impôt sur le revenu et de 1,4 € après répartition.

Tableau 29

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

	Fruits et légumes	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	68,9	
<b>Marge brute</b>	<b>31,1</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>23,0</b>	
Autres charges	20,8	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>2,3</b>	
<i>Impôt sur les sociétés</i>	<i>0,8</i>	
<b>Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>1,4</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 1,5 € (*) de la marge nette moyenne de 1,4 €.

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

### 6.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon fruits et légumes supporte directement 9,9 € de charges spécifiques (dont 8,1 € de frais de personnel). S'y ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 19,8 € dont, principalement des frais de personnel ne travaillant pas dans les rayons (en magasin et aux niveaux centraux) et diverses charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Soit au total 29,7 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires ; ce qui fait du rayon fruits et légumes, le 3<sup>ème</sup> rayon supportant le plus de frais répartis, après la boulangerie et la marée. Ceci peut s'expliquer par le fait que le rayon fruits et légumes nécessite un travail particulier pour la mise en rayon des produits (réassortiment fréquent, les produits étant périssables), pour l'entretien et parfois pour la pesée. Par ailleurs, il s'agit d'un rayon qui occupe une surface relativement importante dans les magasins et qui ne peut pas être très densifié compte tenu de la fragilité des produits. Ainsi, les charges communes qui sont affectées au prorata de la surface occupée par le rayon (entretien, gardiennage, loyers, ...) sont-elles un peu plus importantes pour ce rayon, rapportées à son chiffre d'affaires.

Tableau 30

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de CA

		<i>Fruits et légumes</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	8,1
	Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,2
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges spécifiques du rayon</b>	<b>9,9</b>
Charges communes réparties	Immobilier	2,6
	Personnel hors rayon	6,6
	Frais financiers	0,7
	Autres charges générales réparties (1)	9,1
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,8
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>19,8</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>29,7</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

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

## Section 8 – Produits de la pêche et de l’aquaculture

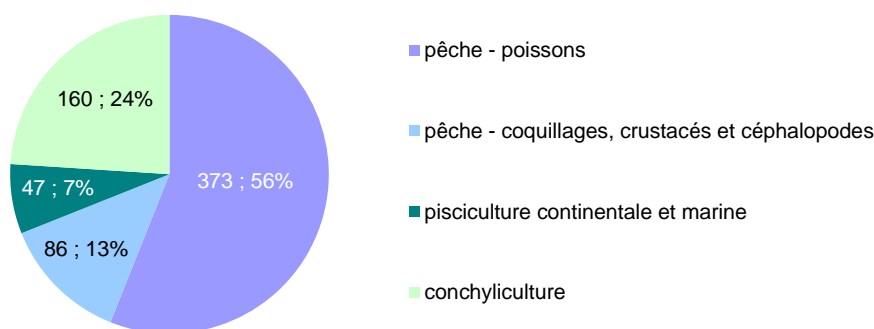
### 1. PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L’AQUACULTURE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Avec près de 667 000 tonnes produites en 2013, soit plus de 10 % de la production communautaire, la production de la pêche et de l’aquaculture française se place au 3<sup>ème</sup> rang des pays de l’Union européenne, derrière l’Espagne et le Royaume-Uni. La production de pêche représente 460 000 tonnes, et la production aquacole 207 000 tonnes : 160 000 tonnes pour la conchyliculture et 47 000 tonnes pour la pisciculture.

Graphique 182

#### Répartition de la production française vendue de produits aquatiques

milliers de tonnes ; % du tonnage total



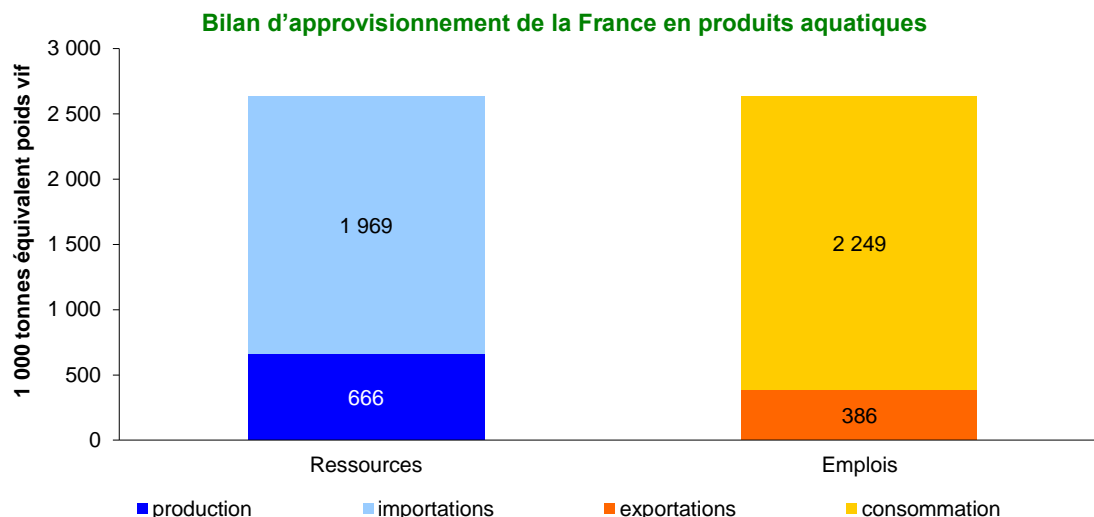
Source : MEDDE/DPMA, données 2013

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 15 000 marins-pêcheurs sont embarqués sur ces navires.

À la fin de la marée, la production est débarquée dans les ports. Un peu moins de la moitié des volumes pêchés est ensuite vendue dans l’une des 37 halles à marée ou criées réparties sur le littoral. Les mareyeurs sont les premiers acheteurs en criées. Ils réalisent les opérations de première transformation (nettoyage, vidage, étêtage, éventuellement filetage, etc.). En 2011, on dénombrait 306 entreprises de mareyage sur le territoire, dont 36 entreprises réalisant secondairement de la transformation industrielle. Ces entreprises présentaient un chiffre d’affaires de 1 932 millions d’euros, dont 261 pour l’activité de transformation, et employaient 4 584 salariés. À celles-ci s’ajoutaient 300 entreprises ayant une activité principale de transformation et totalisant un chiffre d’affaires de 4 817 millions d’euros, dont 3 707 millions d’euros pour la transformation de produits aquatiques (produits traiteurs de la mer, saumon fumé, salage-saurisserie, plats cuisinés, etc.). Elles employaient environ 16 000 personnes en 2013. Les débouchés de ces produits sont le marché intérieur, pour la majorité des volumes, et l’export, les principaux clients de la France étant l’Espagne et l’Italie.

Au total, plus de 2,2 millions de tonnes de produits aquatiques sont consommées chaque année, ce qui est très largement supérieur à la production. La France a donc massivement recours aux importations pour subvenir à la demande (consommation intérieure et exportations) : la production couvre un quart des besoins, le reste est couvert par les volumes importés. Ainsi, en 2014, la France a importé l’équivalent de 1,9 millions de tonnes équivalent poids vif de produits aquatiques destinés à la consommation humaine, et en a exporté 350 000 tonnes. Le déficit de la balance commerciale pour ces produits s’élevait alors à 2,1 milliards d’euros.

Graphique 183

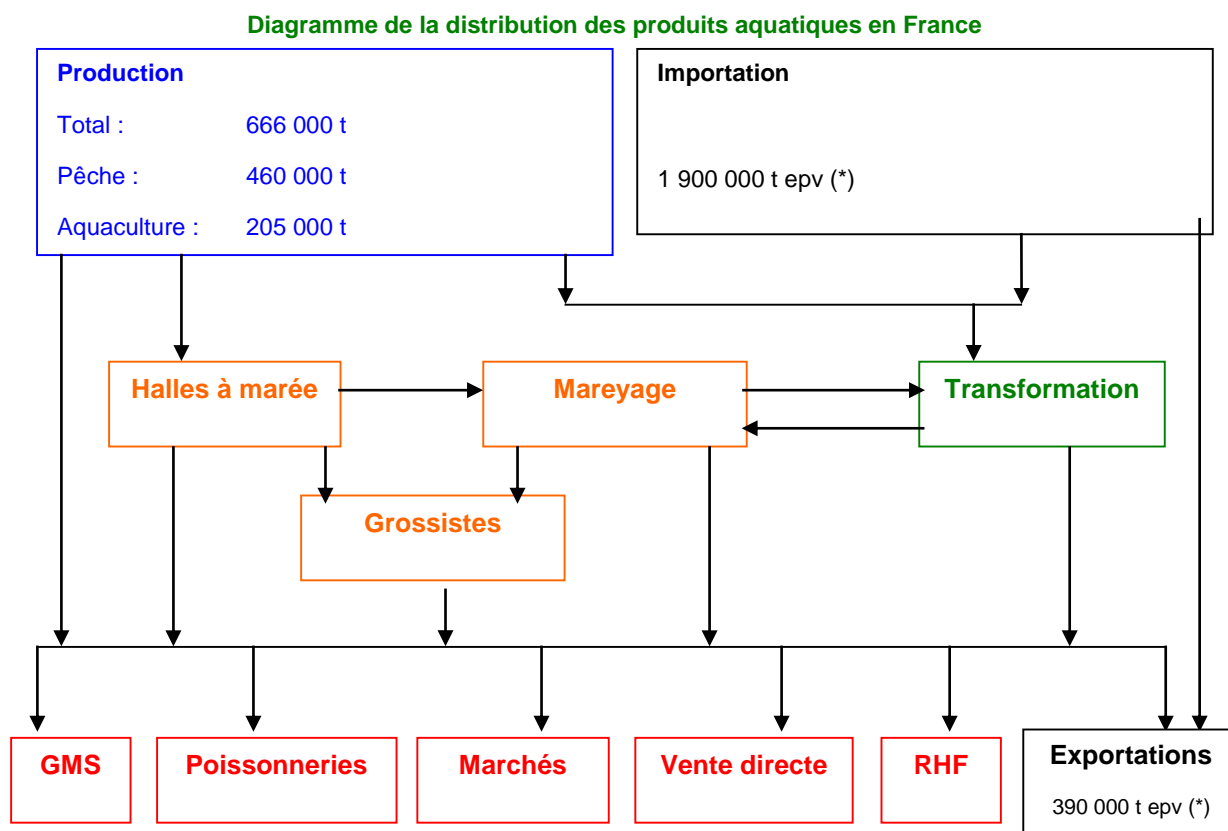


Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2013

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, chaque français en consomme 34 kg par an (équivalent poids vif, *i.e.* incluant les poids des têtes, viscères, peaux, arêtes, coquilles, etc.), dont 24 kg de poisson.

Parmi les circuits de distribution, les grandes et moyennes surfaces tiennent une place prépondérante, puisqu'environ 60 % du volume des produits frais y est écoulé. Les produits très transformés, de types traiteur et conserves, sont quant à eux, presque exclusivement vendus en GMS. Les circuits traditionnels - les poissonneries (près de 3 000 établissements en France) et les marchés et foires, très axés sur le segment des produits frais - commercialisent environ 20 % des volumes.

Schéma 15



(\*) tonnes en équivalent poids vif

Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2013-2014

## 2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

### 2.1. Données de prix disponibles

#### 2.1.1. Prix à la première vente : prix en criées

La halle à marée, également appelée « *criée* » est le lieu organisé de première mise en marché des produits de la pêche fraîche. Après la marée, les produits sont débarqués dans les ports de pêche métropolitains, puis transitent dans l'une des 37 halles à marée. Ils seront alors triés par espèce, calibre, présentation et fraîcheur selon des normes strictes, avant d'être vendus en lot aux enchères à des acheteurs agréés (mareyeurs et détaillants). La réglementation impose que chaque vente fasse l'objet d'une « *note de vente* » (y compris les ventes hors halle à marée) compilant l'ensemble des informations relatives à la transaction : date, identifiants du vendeur et de l'acheteur, caractéristiques du lot (espèce, calibre, présentation, fraîcheur), volume et prix moyen. L'intégralité de ces données est ensuite enregistrée dans la base de données du Réseau inter-criées (Ric) gérée par FranceAgriMer.

Environ 200 000 tonnes de produits aquatiques sont ainsi vendues chaque année en halle à marée, pour une valeur de plus de 650 millions d'euros.

Le prix à la première vente, pour une espèce donnée, est calculé en divisant la valeur totale des ventes de cette espèce dans l'ensemble des halles à marée dans lesquelles elle a été vendue pendant une période déterminée, par le volume total des ventes sur la même période.

#### 2.1.2. Prix à l'importation

Comme évoqué plus haut, la France est très dépendante de l'importation pour la couverture de ses besoins en produits aquatiques. Son taux de dépendance varie fortement suivant les espèces. Pour le saumon, dont les Français sont très friands (première espèce vendue en frais, en volume), la production nationale est quasiment nulle, donc, pour couvrir la consommation, plus de 200 000 tonnes équivalent poids vif ont été importées en 2014.

La nomenclature douanière référence l'ensemble des produits échangés. Il existe plusieurs centaines de codes pour suivre les échanges de produits aquatiques. Chaque échange fait l'objet d'une déclaration aux services des douanes, et comprend notamment la nomenclature identifiant le produit, le volume échangé et sa valeur. Les volumes sont exprimés en poids net ; ils peuvent être convertis en équivalent poids vif, à l'aide de coefficients de conversion établis pour chacun des codes de nomenclature. Ces informations sont enregistrées dans la base de données des Douanes françaises. Pour calculer le prix moyen à l'import d'un produit, par exemple le saumon entier réfrigéré, on divise la valeur totale des importations de ce produit par le volume total importé.

#### 2.1.3. Prix de détail

FranceAgriMer suit les achats des ménages pour leur consommation à domicile de produits aquatiques : produits aquatiques frais, produits traiteur réfrigérés, produits surgelés et conserves. Ces données sont fournies par le panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

Ce panel est un échantillon représentatif de la population française, selon les critères sociodémographiques de l'Insee. Il est constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre, et de 12 000 ménages pour les achats sans code barre (typiquement le cas des produits aquatiques frais). Il fonctionne selon un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine les quantités achetées en poids net, les sommes dépensées et le lieu d'achat (GMS, poissonnerie, marchés, etc.). Le niveau de détail est limité : pour un produit frais acheté à l'étal, le déclarant peut renseigner l'espèce, la présentation (poisson entier ou découpé, pas de distinction en filet, darne, dos, etc.), le mode de production (pêche ou élevage). La fiabilité des informations enregistrées est directement liée à la connaissance du déclarant. Dans la pratique, on constate que le mode de production n'est pas toujours renseigné et que les résultats ne sont pas toujours vraisemblables (par exemple : la proportion de saumon sauvage acheté en frais n'est pas cohérente avec les données d'importations).

Le prix moyen est ensuite calculé en faisant le rapport des sommes dépensées sur les quantités achetées. Il tient compte du prix réellement payé par l'acheteur, en incluant l'effet des éventuelles promotions, assez répandues sur certains produits du rayon marée.

Par ailleurs, FranceAgriMer dispose d'un réseau d'enquêteurs (Réseau des nouvelles des marchés), qui relève chaque semaine le prix des produits à l'étal, pour un ensemble de produits aquatiques, dans un échantillon de 130 à 150 GMS. Il calcule notamment un prix moyen au détail, qui est la moyenne des prix relevés en point de vente. À la différence des données de Kantar, les produits cotés sont très précisément

identifiés par espèce, calibre, présentation, mode de production et origine (exemples : bar de ligne entier origine France, saumon d'aquaculture en pavé, etc.). Ces prix relevés ne sont pas directement comparables aux prix moyens d'achat du panel Kantar, car ils ne sont pas pondérés par des volumes et ne mesure donc pas l'effet des promotions, par exemple. En revanche, les enquêteurs relèvent pour chaque référence la présence de promotion à l'étal et leur prix et, en cas de prix différents dans un même magasin pour une même référence, c'est le prix le plus faible qui est relevé par l'enquêteur.

Encadré 5

#### **Le manque de données de prix dans la filière des produits aquatiques**

Pour appliquer à la filière des produits de la pêche et de l'aquaculture la 1<sup>ère</sup> étape de la méthode de travail de l'observatoire, à savoir la décomposition des prix au détail en « *matière première* » et marges brutes en aval mise en œuvre dans les autres secteurs, l'observatoire devrait disposer, à une fréquence mensuelle, de prix moyens portant sur des produits homogènes (en termes d'espèces, de provenance géographique, de mode de production, – pêche ou élevage -, de catégorie,...) à tous les stades, c'est-à-dire depuis le débarquement ou la criée aux points de vente au détail, en passant par le mareyage, les grossistes...

Cette condition n'étant pas remplie actuellement, cette première étape repose sur une étude de cas réalisée par l'Observatoire européen des Marchés des Produits de la Pêche et de l'Aquaculture en 2015 sur la décomposition du prix dans la filière française de saumon fumé (<http://www.eumofa.eu/>)

La partie suivante du présent rapport repose sur la méthode et les résultats de cette étude, après un point sur l'évolution générale des prix dans la filière.

### 3. ÉVOLUTION DES PRIX ET DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES

#### 3.1. Évolution des prix à la première vente, à l'importation et au détail dans les filières aquatiques en 2015

En 2015, le **prix moyen des premières ventes déclarées en halle à marée** a atteint 3,33 €/kg soit un prix en hausse pour la deuxième année consécutive (+9% par rapport à 2014). Le chiffre d'affaires a aussi progressé de 5 % par rapport à l'année précédente (664 millions d'euros). L'augmentation du prix moyen s'explique à la fois par une hausse des volumes vendus en halles à marée des catégories les mieux valorisées, poissons fins et céphalopodes, et également par une hausse des prix moyen à la première vente de certaines espèces.

Le prix moyen des poissons blancs a progressé de 11 % du fait d'une baisse des volumes débarqués (-2 %). Seul le merlan voit son prix régresser de 4 % sous l'effet d'une hausse des débarquements. Les volumes de poissons fins, dont le prix moyen à la première vente est le plus élevé du marché (7,31 €/kg), progressent de 7 % en 2015. Malgré cette hausse des mises en vente, les prix de cette catégorie se sont maintenus au-dessus des niveaux de 2014 à l'exception du rouget barbet dont les débarquements ont été quasiment multipliés par deux entraînant une chute du prix de 29 %. Concernant les céphalopodes, la hausse des ventes de seiche (+50 %) a pénalisé les prix (-1 %). La baisse a été contenue par la hausse du prix du calmar, espèce la plus chère de la catégorie (6,48 €/kg, +21 % par rapport à 2014). Enfin, l'offre de petits pélagiques est en repli de 12 % tirant les prix à la hausse (+6 %). La baisse très nette de la biomasse disponible en sardine et anchois du fait de la petite taille des poissons pêchés a provoqué une diminution des volumes vendus en halles à marée et une hausse des prix pour ces deux espèces (respectivement +10 % et +20 %).

En 2015, le prix du carburant, important poste de charge pour les entreprises de pêche, a atteint son niveau le plus bas depuis janvier 2009 en passant sous les 40 centimes par litre en fin d'année.

Le **prix moyen à l'importation** des produits aquatiques a progressé de 3% en 2015. Cette hausse est directement liée à l'augmentation de 16% du prix du cabillaud à l'importation. La baisse des quotas en mer de Barents, le retard d'un mois au démarrage de la campagne et l'embargo russe ont perturbé le marché européen entraînant une baisse des disponibilités et un recul de 3 % des importations françaises. À l'inverse, le prix moyen du saumon est en recul après deux années de hausse. Si le saumon frais ou réfrigéré, entier et découpé, subit bien cette baisse, le prix moyen à l'importation du saumon congelé progresse de 3 % sous l'effet du recul de l'offre chilienne. La Norvège, qui est le premier fournisseur de saumon vers la France, a vu ses exportations de saumon frais ou réfrigéré entier progresser de 2%. Le prix à l'importation du saumon norvégien en France a diminué de 6 % malgré la dépréciation de l'euro (la couronne norvégienne s'étant elle aussi dépréciée) ; cette diminution fait suite aux hausses des années précédentes, dues à la rétraction de l'offre norvégienne sous l'effet d'un parasite en élevage et à l'augmentation de la demande, notamment américaine. Enfin, les prix à l'importation des poissons d'aquaculture, bar et dorade, progressent respectivement de 7 % et 29 % en 2015. Le fort essor de l'aquaculture turque met en difficulté la Grèce et l'Espagne, les deux principaux fournisseurs de la France.

En 2015, le **prix moyen d'achat des ménages** du poisson frais a augmenté de 3 % par rapport à celui de 2014 (source : Kantar Worldpanel). Alors que l'indice Insee global des prix à la consommation est resté quasiment stable en moyenne en 2015, celui des poissons et crustacés frais est en hausse de 2,7 % en moyenne sur les 12 derniers mois. La hausse du prix moyen à l'achat du cabillaud et du lieu noir, de près de 5 %, a fortement contribué au renchérissement des achats des ménages. À l'inverse, le prix du saumon régresse de 1 % et suit la tendance observée sur les marchés mondiaux. Ainsi, le saumon redevient la première espèce de poisson frais consommée par les français après deux années de baisse. Pour les autres espèces issues de la pêche nationale, la baisse des débarquements se fait sentir sur les prix au détail qui progressent sur de nombreuses espèces : merlu (+8 %), lotte (+1 %), sardine (+5 %), sole (+5 %), julienne (+10 %). Les produits de « *traiteur de la mer* » continuent de voir leur prix d'achat progresser (+1 %) sous l'effet d'une demande dynamique.

### 3.2. Décomposition des prix au détail : exemple du saumon fumé en France

#### 3.2.1. Le marché et la filière du saumon fumé

Tableau 31

#### Le marché français du saumon fumé

tonnes	2013	2014	Évolution 2014-2013
Production	30 143	29 016	-3,74%
Import	8 696	7 824	-10,00%
Export	4 368	3 330	-23,70%
Consommation apparente	34 471	33 510	-2,79%

Source : Eumofa, COMEXT

Tableau 32

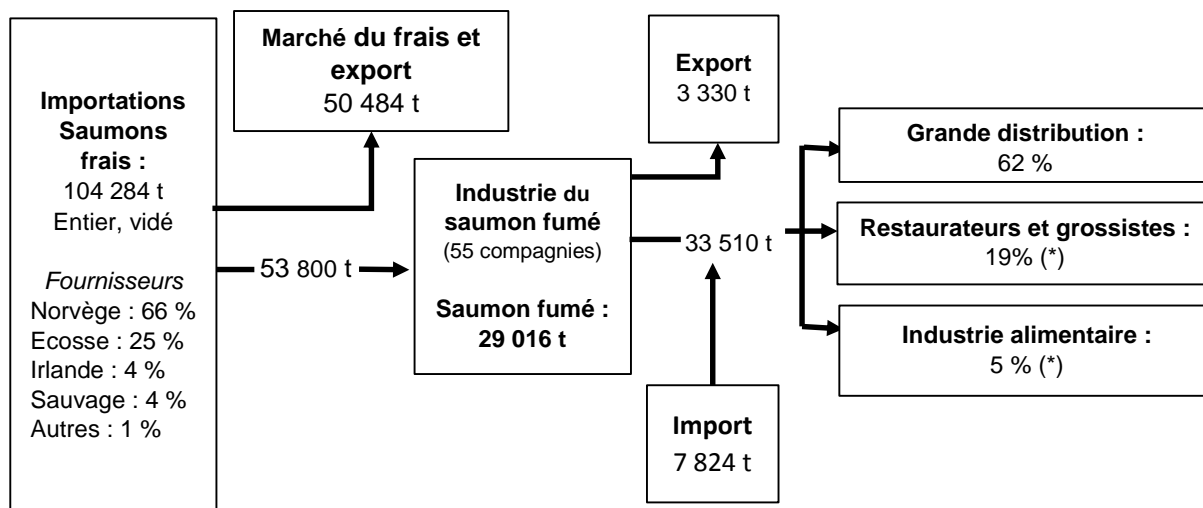
#### Achats des ménages du saumon fumé en France en 2014

	Part en volume	Prix moyen (€/kg)
Hyper et Supermarchés (hors hard discount)	62 %	10,02
Poissonneries	21 %	12,47
Marchés et foires	11 %	12,23
Ensemble	100 %	10,64

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Schéma 16

#### La filière française de saumon fumé en 2014



Source : Eumofa

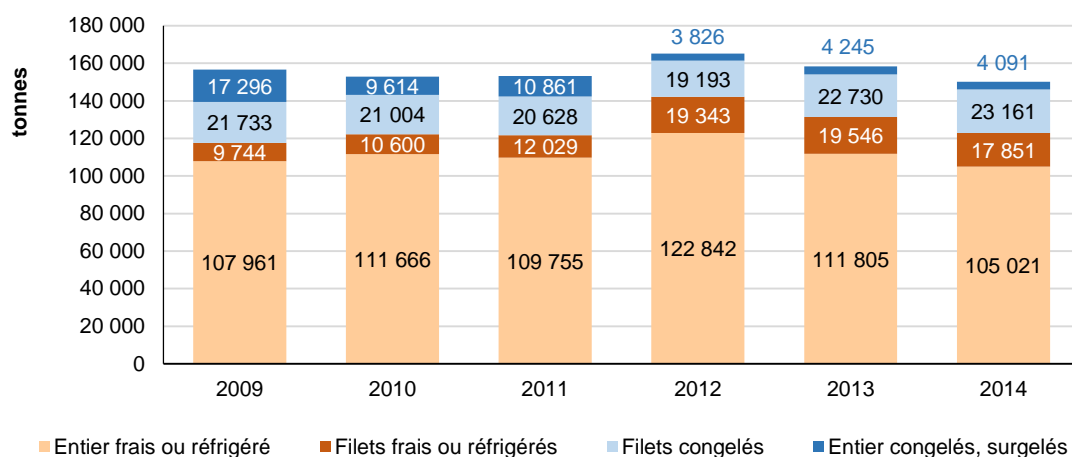
Dans une étude de cas sur le saumon fumé, l'Observatoire Européen des Marchés des Produits de la Pêche et de l'Aquaculture (Eumofa) s'intéresse au prix du saumon le long de la chaîne de valeur. La filière saumon fumé en France est principalement approvisionnée par du saumon frais (entier vidé) en provenance de Norvège (deux-tiers des volumes), d'Ecosse et d'Irlande.

L'industrie française du saumon compte 55 entreprises spécialisées dont 6 réalisent plus de 80 % du chiffre d'affaires total. Ces entreprises ont produit près de 30 000 tonnes de saumon fumé en 2014. Une petite partie de cette production est destinée à l'exportation notamment vers l'Italie, 4<sup>ème</sup> marché de consommation derrière l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Les trois-quarts de la production française de saumon fumé sont destinés au marché intérieur principalement via la grande distribution. Enfin, la France importe annuellement 8 000 tonnes de saumon fumé, principalement en provenance de Pologne qui est le premier exportateur mondial de saumon fumé.



Graphique 184

### Évolution des importations françaises de saumon frais et congelé



Source : FranceAgriMer d'après Douanes françaises

Les importations de saumon frais représentent plus de 80 % des importations françaises de saumon et l'industrie française du saumon fumé s'approvisionne presque exclusivement en saumon Atlantique frais. Cette matière première a vu son prix progresser de près de 30 % depuis 2006 sous l'effet d'une contraction de l'offre dans l'Union européenne.

#### 3.2.2. Résultat : décomposition du prix au détail du saumon fumé en GMS

Depuis 2014 le poids de la matière première dans le prix au détail du saumon fumé représente environ 38 % du prix, un rapport semblable à celui de 2006 mais en légère hausse par rapport à 2012.

À cette stabilité relative du poids de la matière première correspond les hausses simultanées du prix de la matière première et du prix au détail en 2013 et 2014.

L'indicateur de marge brute intermédiaire est calculé grâce aux prix sortie d'usine du saumon fumé fournis par les statistiques de Prodcom<sup>46</sup>. Jusqu'en 2010, les prix sortie d'usine ont eu tendance à décroître alors que le prix de la matière première était en hausse, d'où diminution de l'indicateur de marge brute intermédiaire.

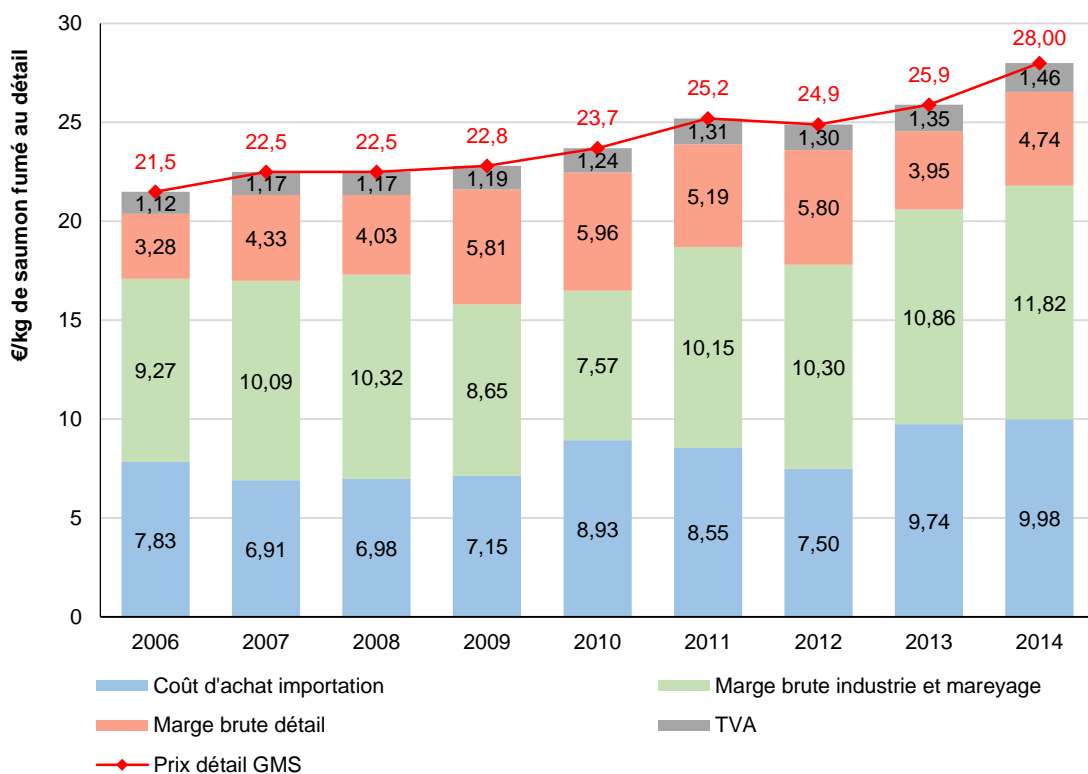
Depuis 2011, les prix industriels évoluent de façon grossièrement parallèle à ceux des prix de la matière première, la marge brute intermédiaire progresse de 4,25 €/kg entre 2010 et 2014, transmettant, outre la hausse de la matière première, la progression d'autres charges et/ou des résultats nets. À l'exception de 2012, le prix au détail n'a cessé de progresser entre 2006 et 2014 (+ 30 % sur l'ensemble de la période).

La marge de la distribution sur le saumon fumé a elle aussi progressé, la hausse du prix de la matière première semble donc avoir été intégralement répercutée au consommateur de long de la chaîne de valeur et même au-delà. La forte hausse du prix moyen au détail de 2014 est toutefois à interpréter avec prudence car elle peut être en partie due à une évolution qualitative de l'offre.

<sup>46</sup> Statistique sur la production commercialisée des industries alimentaires (SSP, Insee), fournissant annuellement la valeur et les tonnages des ventes de différents produits de ce secteur.

Graphique 185

**Composition du prix moyen annuel au détail du saumon fumé en GMS en matière première importée et marges brutes en aval**



Source : FranceAgriMer d'après Eumofa, Douanes françaises, Prodcum (Insee) et Kantar WorldPanel

#### 4. COMPTE DU COMMERCE DE DÉTAIL SPÉCIALISÉ DE LA POISSONNERIE

Les comptes du secteur du commerce de détail spécialisé de poissonnerie sont disponibles dans la base de données Esane de l'Insee. Les dernières données disponibles au moment de la rédaction du rapport sont celles de 2013. La comparaison de ces données avec celles recueillies en GMS (Cf. paragraphe 5 page suivante) permet de compléter l'analyse de ces dernières.

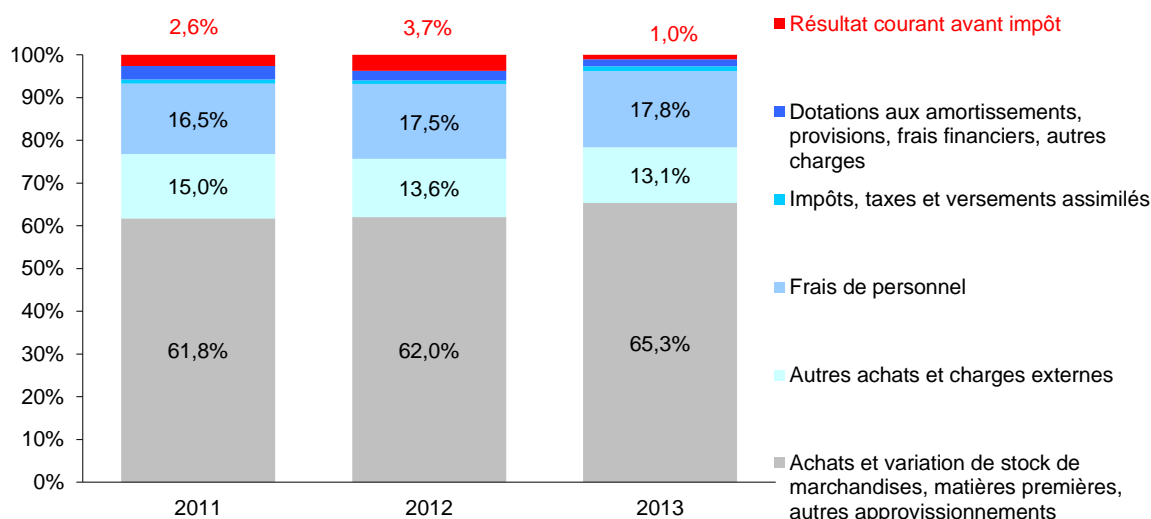
Les achats de matière première représentent ici de 61,8 % à 65,3 % sur la période. La marge brute, de l'ordre de 35 % à 38 % de 2011 à 2013 (parties non grisées des histogrammes du Graphique 186), est sensiblement supérieure à celle constaté en GMS en 2014 (26%).

Les frais de personnel salarié représentent 16,5 % à 17,8 % des produits, taux qui ne peut être comparé directement à celui observé en rayon marée des GMS car dans le commerce de détail spécialisé, la forme artisanale prédomine, avec une part de travail non salarié, rémunéré sur le résultat courant avant impôt. Un retraitement des comptes du détail spécialisé imputant des frais de main-d'œuvre non salarié sur le résultat courant donnerait ainsi un taux de marge nette plus proche de celui calculé pour le rayon poissonnerie des GMS.

On note que ce taux de marge nette est descendu en moyenne à 1% en 2013.

Graphique 186

##### Structure des charges des entreprises de commerce de détail spécialisé de poissonnerie



Source : Esane (Insee)

## 5. COMPTE DU RAYON POISSONNERIE DES GMS

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

### 5.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon marée contribue pour 8 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 7 % à leur marge brute, pour 14 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation de produits (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCM de produits de la mer) et à la présence de vente assistée dans les magasins (surtout les hypermarchés). Sa marge nette après affectation des charges communes est négative.

### 5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Les frais de personnel dédié au rayon sont importants relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 15,4 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de critère, le rayon se classe au 2<sup>ème</sup> rang après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie. La marge semi-nette est ainsi de 10,7 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (19 €). Ainsi, la marge nette est négative, de - 8,3 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 5,3 € après répartition.

Tableau 33

#### Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

	Poissonnerie	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	73,9	
<b>Marge brute</b>	<b>26,1</b>	Les marges brutes des 7 enseignes sont <u>peu dispersées</u> autour de leur moyenne.
Frais de personnel du rayon	15,4	Les frais de personnel du rayon des 7 enseignes sont <u>peu dispersés</u> autour de leur moyenne.
<b>Marge semi-nette</b>	<b>10,7</b>	
Autres charges	19,0	
<b>Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés</b>	<b>-8,3</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>fortement dispersées</u> autour de leur moyenne. Elles se trouvent <b>en moyenne</b> à plus ou moins 3 € (*) 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 : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

### 5.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 18,1 € de charges spécifiques (dont 15,4 € de frais de personnel dédié au rayon) auxquelles s'ajoutent des charges communes dont les frais de personnel communs à plusieurs rayons (en magasin et dans les niveaux centraux) et diverses autres charges communes réparties (dont publicité, impôts et taxes, frais généraux, charges du siège et en centrale, participation aux coûts de fonctionnement de la tête de réseau). Ainsi, le rayon supporte 31,4 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires, le plaçant au deuxième rang des rayons étudiés après la boulangerie – pâtisserie - viennoiserie dans l'ordre décroissant ce critère.

Tableau 34

#### Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2014 : Moyennes toutes enseignes du rayon poissonnerie pour 100 € de CA

		Poissonnerie
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	15,4
	Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,3
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,8
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,7
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,1
	<b>Sous-total : charges directes du rayon</b>	<b>18,1</b>
Charges communes réparties	Immobilier	2,2
	Personnel hors rayon	5,6
	Frais financiers	0,7
	Autres charges communes réparties (1)	7,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-3,0
	<b>Sous-total : charges communes réparties</b>	<b>13,3</b>
<b>Total des charges imputées au rayon</b>		<b>31,4</b>

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2014

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



## Chapitre 4. « L'euro alimentaire »

### 1. OBJECTIF, MÉTHODE, LIMITES

#### 1.1. Objectif

L'objectif de cette analyse est d'évaluer **comment se répartissent 100 euros de dépense alimentaire du consommateur entre les différentes branches de l'économie**, contribuant « *de près ou de loin* », à la production alimentaire : branche de l'agriculture, branche des IAA et branches des commerces agroalimentaires, certes, mais aussi : transports, services, autres industries... auprès desquelles les branches précédentes achètent des consommations intermédiaires, redistribuant ainsi une partie des dépenses alimentaires des consommateurs.

On vise ici en effet à poursuivre la décomposition de la valeur de la dépense alimentaire au-delà des comptes des seuls branches identifiées dans l'approche « *filière* » classique (agriculture, industrie agroalimentaire, commerces de gros et de détail en produits agricoles et agroalimentaires).

On prend en compte ainsi le fait que **la dépense alimentaire** contribue non seulement à **rémunérer le travail et le capital dans les branches agroalimentaires** de la filière, *via* les valeurs ajoutées qui s'y constituent, mais qu'elle participe également à **la rémunération de ces facteurs (travail, capital) dans toutes les branches de l'économie**, à hauteur de leur contribution à la production de biens et de services utilisés, directement ou indirectement, pour la production et la distribution d'aliments.

#### 1.2. Méthode

La méthode, inspirée de travaux du service de recherche économique du département de l'agriculture des États-Unis sur le « *food dollar* » (Canning, 2011) est décrite en détail dans diverses publications, consultables en ligne sur le site de l'observatoire, dont :

- *L'euro alimentaire en 2012*. La Lettre de l'OBSERVATOIRE, n° 9, janvier 2015 ;
- *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.

Les calculs utilisent les tableaux entrées-sorties (TES) de la comptabilité nationale<sup>47</sup>, qui ventilent chaque produit (ligne du TES) en utilisation comme consommation intermédiaire par chaque branche (en colonne), puis en demande finale (exportation, consommation).

Une première analyse (paragraphe 2) calcule à partir du TES la **valeur de la production agricole incorporée dans la valeur de la consommation alimentaire**. Soit la matrice carrée [P] dont chaque terme est la production de la branche en ligne nécessaire pour répondre à la demande finale en produit en colonne, [CF] la matrice carrée diagonale constituée par les consommations finales en produits, et [A], la matrice carrée des coefficients techniques (rapport entre chaque consommation intermédiaire d'une branche et sa production), on a :

$$[P] = [1 - A]^{-1} [CF]$$

La production nécessaire dans chaque branche pour assurer les demandes finales comprend la production destinée à être intraconsommée dans la même branche. Pour calculer la production d'une branche (agriculture, en l'occurrence) incluse dans la valeur de la consommation alimentaire, il faut éviter le double compte sur la production agricole intraconsommée dans la branche, dont la valeur est déjà incluse dans la production qui « *sort* » de la branche. Pour cela, la matrice des coefficients techniques doit être établie hors intraconsommations, soit [A°]. On a alors :

$[P^{\circ}] = [1 - A^{\circ}]^{-1} [CF]$ , avec [P°] donnant les valeurs des productions de chaque branche incluses dans chaque demande finale.

<sup>47</sup> Les TES requis sont les TES « *symétriques* » (nombre de branches égal au nombre de produits), dans leur version pour Eurostat, comprenant un TES des produits domestiques, un TES de produits importés et un TES complet avec passage du prix de base au prix d'acquisition. Les calculs requièrent en outre de disposer des tableaux d'équilibres emplois-ressources (ERE) de l'Insee dans une version détaillée (avec marges de commerce et de transport distinctes sur consommations intermédiaires et finales).

S'ajoutent à la valeur issue de l'agriculture, dans la consommation alimentaire, l'ensemble de la valeur créée en aval, les importations finales (d'aliments) et les taxes

La seconde analyse (paragraphe 3) décompose la consommation alimentaire en valeurs ajoutées. Les calculs consistent à obtenir une matrice carrée [W] dont chaque ligne comprend **les valeurs ajoutées des différentes branches en colonne, induites par la consommation finale** d'une unité d'un produit donné en ligne, donc telle que :

$$[VA] = [W] [CF] \quad (1)$$

avec [VA] matrice colonne des valeurs ajoutées par branche et [CF] matrice colonne des consommations finales en produits. Soit [V] la matrice carrée dont la diagonale est constituée par les taux de valeur ajoutée par branche, [P] la matrice colonne des productions par branche et [A] la matrice carrée des coefficients techniques, on a :

$$[VA] = [V] [P] \quad (2)$$

Par ailleurs, on a l'égalité  $[P] = [CF] + [CI]$

et comme  $[CI] = [A] [P]$ , on a aussi :

$$[P] = [1 - A]^{-1} [CF] \quad (3)$$

Donc :

$$[VA] = [V] [1 - A]^{-1} [CF] \quad (4)$$

Et de (1) et (4) on tire :

$$[W] = [V] [1 - A]^{-1}$$

S'ajoutent aux valeurs ajoutées, dans la valeur de la consommation alimentaire, les importations finales et intermédiaires (produits importés utilisés dans les productions de biens et de services concourant à la formation de la valeur de la consommation alimentaire) et les taxes.

La valeur ajoutée est la ressource qui assure la rémunération des services des deux facteurs de production primaires : le travail et le capital. Il s'agit de « *rémunération brute* », soit, s'agissant du capital, d'excédent brut d'exploitation, se décomposant en épargne, impôt sur les sociétés, intérêts, revenus distribués aux propriétaires du capital.

Les limites les plus importantes de l'approche doivent être signalées :

- la **dépense alimentaire considérée dans les paragraphes 2 et 3 qui suivent est uniquement celle effectuée dans le commerce de détail**, excluant la restauration hors domicile (RHD), car la comptabilité nationale n'isole pas la consommation en RHD de celle de l'hébergement en hôtel (une même branche « *hébergement et restauration* » agrège l'ensemble). Une réévaluation de « *l'euro alimentaire* » incluant la consommation dans la restauration est en cours, les résultats feront l'objet d'une Lettre de l'OBSERVATOIRE courant 2016 ;
- la **nomenclature des TES** ne permet pas, dans une branche donnée, de différencier les coefficients techniques selon que la production est destinée à la consommation finale, ou à la consommation intermédiaire, ou encore à l'exportation. Par exemple, pour la branche Industries alimentaires, le coefficient liant la production de la branche avec les intrants fournis par la branche agricole est considéré comme identique qu'il s'agisse de la production d'aliments donnant lieu à consommation finale domestique, de celle de produits agroalimentaires réutilisées dans les industries alimentaires, ou de celle de produits exportés ;
- la nomenclature des TES ne permet non plus pas de conduire l'analyse par nature de produits alimentaires (par exemple : viandes, produits laitiers, etc. ...) car l'ensemble des industries alimentaires est agrégé dans une seule branche ; de même, l'agriculture, qui fournit la partie de la demande finale en produits non transformés, n'y est pas éclatée par production ;
- les données annuelles indispensables pour effectuer la décomposition étant d'élaboration complexe, elles ne sont disponibles que 3 années après l'année civile sur laquelle elles portent. Ainsi, au moment du « *bouclage* » de ce rapport (mars 2015), **les dernières données disponibles sont celles de 2012.**



## 2. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE ENTRE PRODUCTION ET AVAL

Dans cette première analyse, la consommation alimentaire est décomposée comme suit :

### *Consommation finale alimentaire*

= *Produits domestiques de l'agriculture*<sup>48</sup> pour la consommation finale et pour la consommation intermédiaire (matières premières des industries alimentaires)

+ *Consommation finale de produits alimentaires importés*

+ *Valeur créée en aval de l'agriculture*

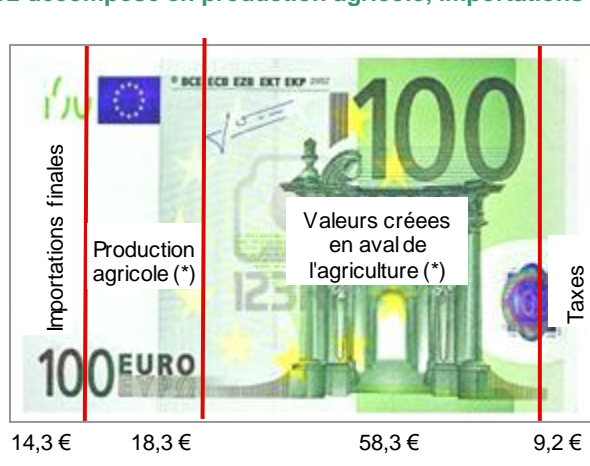
+ *Taxes*

### 2.1. Production agricole, importations alimentaires, aval et taxes dans l'euro alimentaire en 2012

Le résultat de cette première décomposition, pour l'année 2012 (dernière année pour laquelle on dispose actuellement des sources nécessaires) est représenté sur le Schéma 17.

Schéma 17

#### L'euro alimentaire en 2012 décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes



(\*) montants avant taxes et sans subventions aux produits.

Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

Ainsi, en 2012, dans 100 € de dépense alimentaire nationale, **l'agriculture** fournit 18,3 € de produits finals (aliments non transformés) et intermédiaires (matière première pour les industries alimentaires).

S'y ajoute un montant de 14,3 € **d'importations alimentaires**, hors importations d'intrants dont les valeurs sont incluses dans celle de la production agricole et dans l'agrégat suivant : les **valeurs créées en aval par le commerce, la transformation, le transport des produits**.

Ce dernier agrégat constitue, avec 58,3 €, la majeure part de la valeur de la consommation alimentaire. Enfin, s'ajoutent 9,2 € de taxes (*NB : total apparaissant légèrement supérieur à 100 du fait d'arrondis dans les résultats présentés*).

<sup>48</sup> Sauf mention contraire, on désigne par « produits de l'agriculture » les produits de cette branche *sensu stricto*, plus ceux de la pêche et de l'aquaculture (3% de la production de l'ensemble agriculture, pêche, aquaculture en 2012).

## 2.2. Évolution de 1995 à 2012 de la composition de l'euro alimentaire en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes

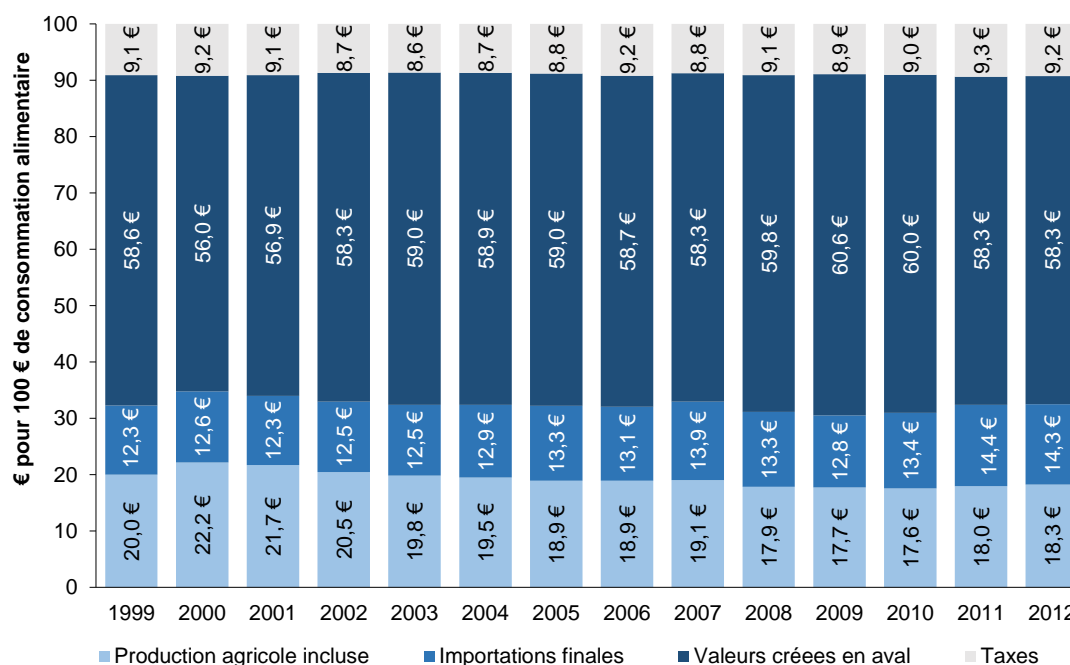
La valeur de la production agricole domestique (pêche et aquaculture incluses) incluse dans la valeur de la consommation finale alimentaire en représente 18,3% en 2012 ; elle en représentait 20,0 € en 1999, diminuant assez régulièrement de 2000 à 2006, ce rapport remonte en 2007 (hausse des prix agricoles), redescend en 2008 (malgré la hausse des prix agricoles, les prix des autres composantes de la dépense alimentaire augmentant davantage) et tendant à remonter depuis 2011 (Graphique 187).

Dans le même temps, la part des importations alimentaires progresse sensiblement<sup>49</sup>, celle des taxes restant presque stable, la valeur créée par l'aval voit sa part osciller entre 56% et 61% environ dans la valeur de la consommation finale alimentaire.

Ces résultats, établis à partir de la nouvelle base 2010 des comptes nationaux, sont sensiblement différents de ceux précédemment diffusés et issus de l'ancienne base 2005. Une incidence importante du changement de base est la correction à la hausse de la part des importations. On se référera à la Lettre de l'OBSERVATOIRE n°8 et n°9 pour plus de précision.

Graphique 187

### L'euro alimentaire décomposé en production agricole, importations alimentaires et aval de 1999 à 2012



Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

<sup>49</sup> Cf. plus loin : l'augmentation est plus importante s'agissant des importations en consommations intermédiaires (énergie, notamment) incluses dans la valeur de la consommation alimentaire (via la production agricole et les valeurs créées en aval).

### 3. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE EN VALEURS AJOUTÉES

Dans cette seconde analyse, par rapport à la précédente, la production agricole et les valeurs en aval, incluses dans la consommation alimentaire, sont intégralement décomposées en valeurs ajoutées et consommations intermédiaires importées. S'y ajoutent les importations finales et les taxes, déjà isolées dans la décomposition précédente.

#### 3.1. L'euro alimentaire 2012 en valeurs ajoutées, importations et taxes

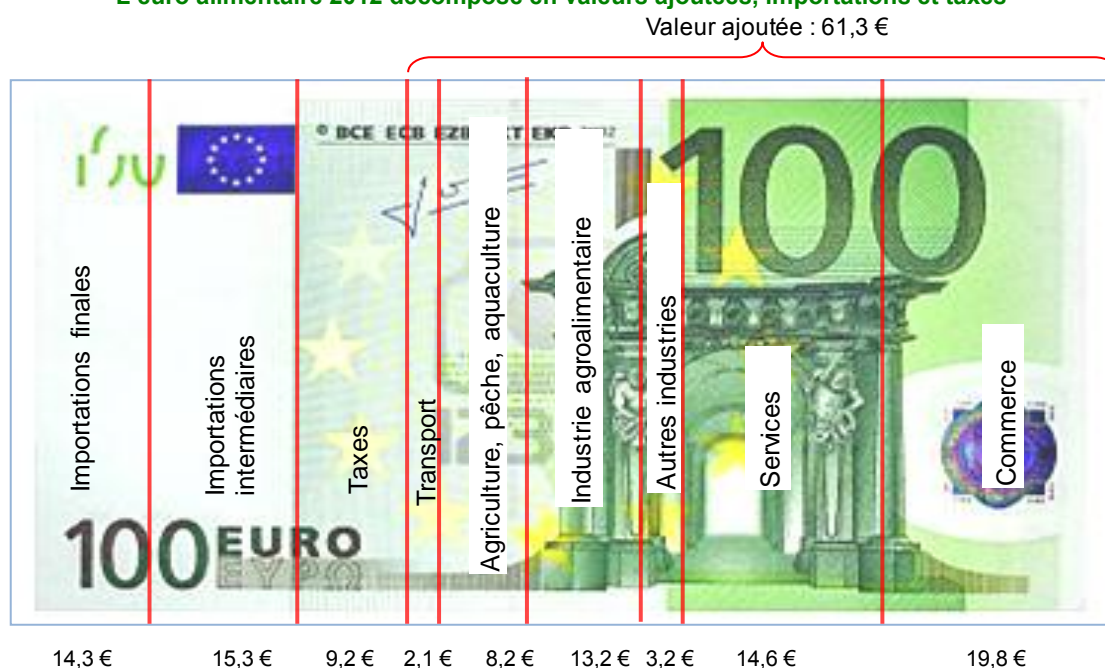
On aboutit ainsi, pour l'année 2012, à la structure de l'euro alimentaire représentée par le Schéma 18. Sur 100 € de consommation alimentaire en 2012 : 29,6 € rémunèrent des importations, en produits alimentaires (14,3 €) ou en consommations intermédiaires (15,3 €), 9,2 € sont dus aux taxes (TVA, taxes spécifiques sur les boissons alcoolisées, taxes sur les carburants...). Le reste, soit 61,3 €, est constitué de valeurs ajoutées induites dans les branches de l'économie nationale, avec une part importante revenant au commerce (19,8 €), aux services (14,6 €) et aux industries alimentaires (13,2 €). À noter que par rapport aux résultats antérieurs, qui avaient été établis à partir de données en base 2005, le rebasement des comptes en base 2010 se traduit par une revalorisation des valeurs ajoutées des branches industrielles (cf. la Lettre de l'OBSERVATOIRE n°8 et n°9 pour plus de détails).

Le poids relativement modeste de l'agriculture (8,2 €) résulte :

- d'une part, à long terme, des transformations que subissent les produits agricoles et des services qui sont incorporés à l'offre alimentaire,
- et, d'autre part - et surtout, du moins à court et moyen terme -, du rapport entre prix agricoles et prix des autres biens et services. Ce prix relatif des produits agricoles a été réduit par les réformes successives de la politique agricole intervenues depuis 1993, remplaçant le soutien des prix agricoles par des subventions.

Schéma 18

#### L'euro alimentaire 2012 décomposé en valeurs ajoutées, importations et taxes

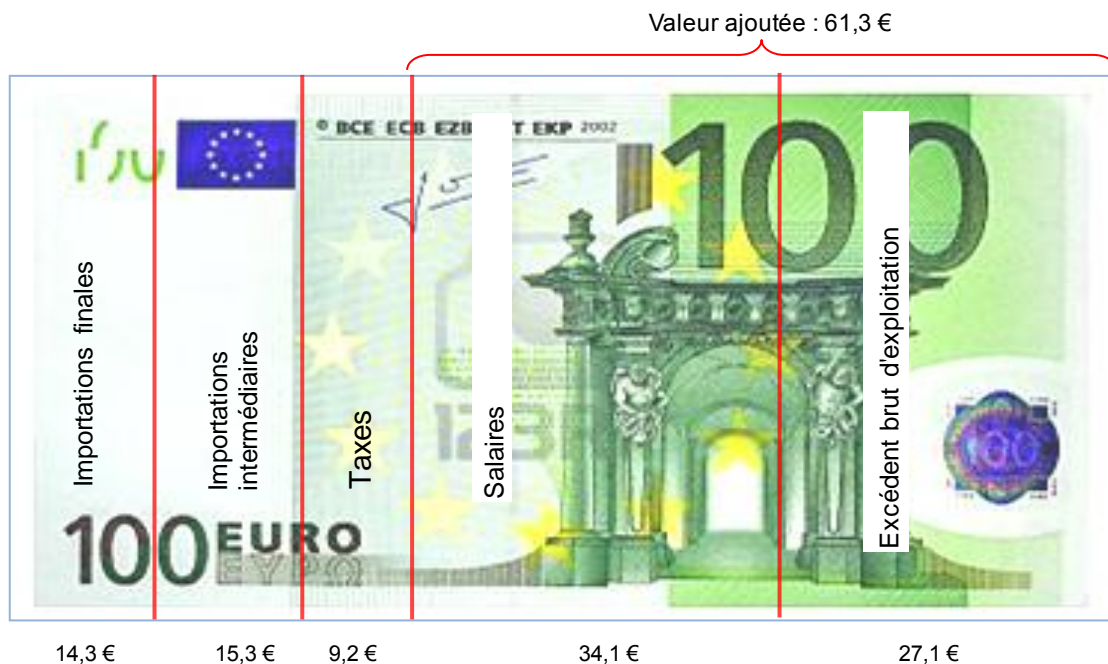


Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

### 3.2. Des valeurs ajoutées aux salaires et excédents bruts d'exploitation en 2012

Schéma 19

#### L'euro alimentaire 2012 décomposé en salaires et EBE, importations et taxes



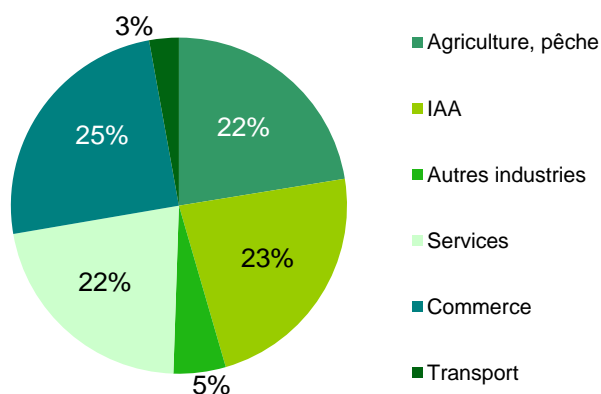
Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

#### 3.2.1. Les EBE induits par la demande alimentaire

Du fait de la faiblesse du salariat dans l'agriculture, la part de la branche dans les EBE induits par la demande alimentaire est élevée (Graphique 188), avec 22% en 2012. Notons que l'EBE agricole est un « *revenu mixte* » du travail (non salarié) et du capital, du fait du travail fourni par les chefs d'exploitation. Par ailleurs, cet EBE induit par la consommation est hors subventions.

Graphique 188

#### Répartition par branche des EBE induits par la consommation finale alimentaire en 2012



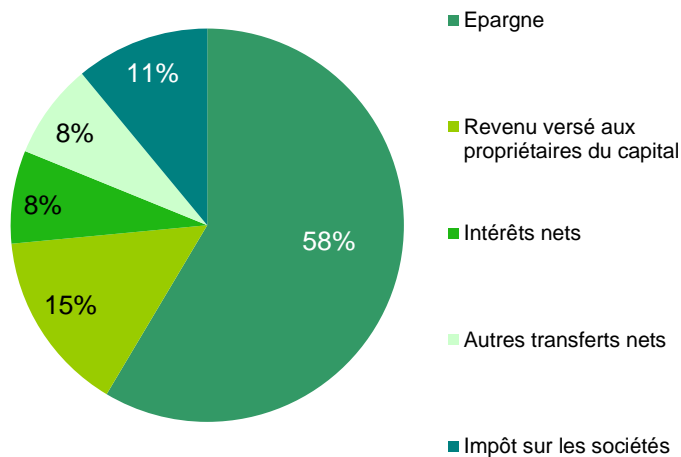
Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

L'EBE est un revenu brut qui se répartit entre revenus distribués aux propriétaires de capital (dont dividendes aux actionnaires), intérêts, autres opérations de transfert (dont assurances) <sup>50</sup> et impôts sur les revenus, le reste étant affecté à l'épargne.

À titre indicatif, le graphique suivant présente cette répartition en 2012 pour l'ensemble des sociétés non financières, faute de données équivalentes par branche.

Graphique 189

**Répartition de l'EBE des sociétés non financières en 2012**



(\*) : Intérêts versés moins reçus. (\*\*) : Prestations sociales versées moins cotisations reçues, primes d'assurances versées moins indemnités reçues, autres transferts nets

Source : Insee : TEE

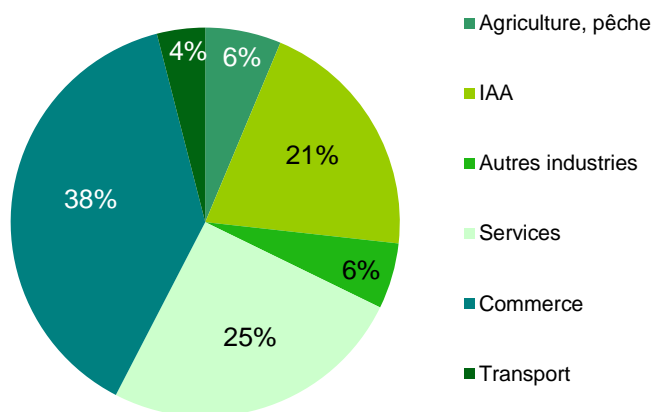
**3.2.2. Les salaires induits par la demande alimentaire**

En 2012, la consommation finale alimentaire génère 61,3 milliards d'euros de salaires bruts, soit 6% du total des salaires versés dans l'économie nationale.

La part par branche des salaires induits par la consommation alimentaire est la plus élevée dans le commerce (38%), suivi par les services (25%) et les industries agroalimentaires (21%).

Graphique 190

**Répartition par branche des salaires bruts induits par la consommation finale alimentaire en 2012**



Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

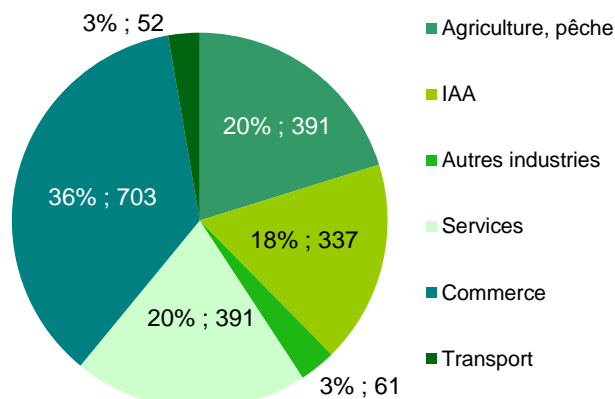
<sup>50</sup> En comptabilité nationale, les services bancaires et d'assurances figurent dans les consommations intermédiaires à hauteur d'une partie des intérêts et des primes correspondant au seul coût de ces services, l'autre partie constituant un emploi de l'EBE, rémunérant les capitaux des branches des services financiers (Malherbe F., 2012).

### 3.2.3. Les emplois induits par la demande alimentaire

La demande alimentaire génère 1,94 million d'emplois (salariés et non-salariés) en équivalents temps plein en 2012, dont plus du tiers dans le commerce et environ 60% réparti dans des proportions voisines dans l'agriculture (20%), les services (20%) et les industries agroalimentaires (18%)

Graphique 191

**Répartition par branche du nombre d'emplois induits par la consommation finale alimentaire en 2012**  
(% du total ; milliers d'emplois)



Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

L'emploi induit dans les branches agricoles et pêche-aquaculture par la consommation alimentaire (391 000 ETP environ) apparaît sensiblement inférieur aux emplois totaux de ces branches, ce qui est normal, s'agissant ici des seuls emplois mobilisés pour la production des biens alimentaires consommés en France, donc hors exportations et hors productions agricoles non alimentaires. En outre, rappelons que, sous contrainte de la nomenclature des TES, la consommation alimentaire hors domicile n'est pas prise en compte, ce qui minimise également l'emploi agricole induit.

### 3.3. Variations des composantes de l'euro alimentaire de 1995 à 2012

Ces variations sont représentées sur le Graphique 192.

Les principales tendances de long terme sont les suivantes :

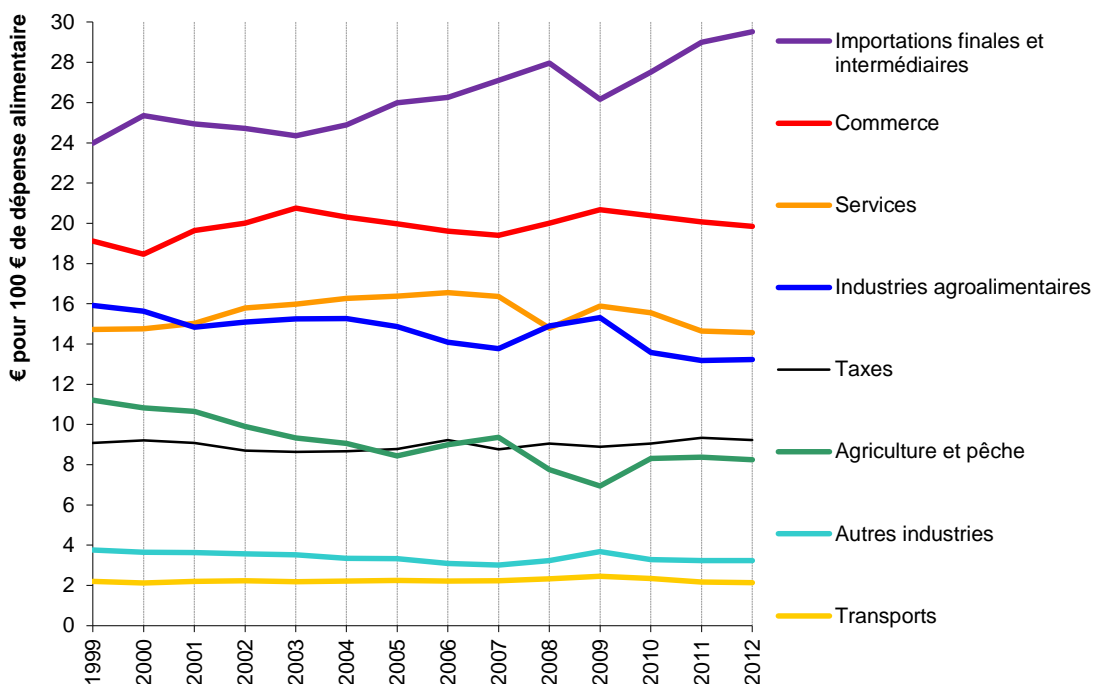
- diminution de la part de l'agriculture, cohérente avec la baisse du prix relatif des produits agricoles ;
- augmentation de la part des importations, particulièrement en consommations intermédiaires, liée à la hausse du prix de l'énergie et, plus récemment, des matières premières agricoles ;
- la part du commerce et des services redevenue en 2012 à un niveau proche de celui de 1999. À noter que le changement de base des comptes nationaux a revu à la baisse les valeurs ajoutées de ces branches, dont le poids dans l'euro alimentaire était donc précédemment surévalué.

En 2012 :

- la part de l'agriculture reste assez stable, d'un peu plus de 8€, niveau acquis en 2010 après une phase de baisse de 2007 à 2009 ;
- celle des importations augmentent encore, sous l'effet de la poursuite de la hausse des prix mondiaux des matières premières ;
- la part des IAA, qui baissait depuis 2010, s'est stabilisée en 2012.

Graphique 192

### Évolution des composantes de l'euro alimentaire



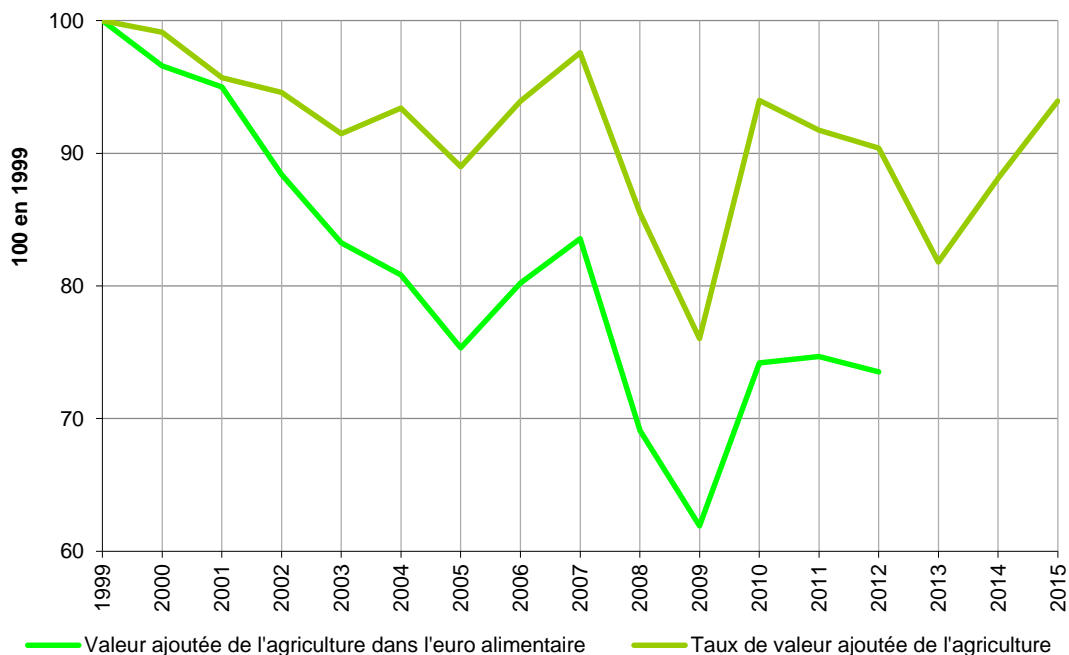
Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

Les derniers TES en version Eurostat (voir la note de bas de page en début de section) actuellement disponibles étant ceux de l'année 2012, les évolutions postérieures ne peuvent qu'être estimées. S'agissant de la part de l'agriculture en valeur ajoutée dans l'euro alimentaire, ses variations les plus fortes suivent celle du taux de valeur ajoutée (hors subventions aux produits) de la branche, ainsi que l'illustre le Graphique 193.

On peut ainsi supposer que la part de l'agriculture en valeur ajoutée dans l'euro alimentaire pourrait baisser en 2013, et ce malgré la hausse des prix agricoles car cette hausse porte aussi sur des produits agricoles intervenant comme intrants de l'agriculture, notamment de l'élevage (céréales), et remonter en 2014 et 2015, l'effet de la baisse du prix et des volumes de consommations intermédiaires l'emportant sur celle des prix agricoles.

Graphique 193

### Évolution comparée du taux de valeur ajoutée de la branche agricole et de la part de la valeur ajoutée de la branche dans l'euro alimentaire



Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

#### 4. CONTRIBUTIONS DES DIFFÉRENTES DEMANDES FINALES À LA FORMATION DE LA VALEUR AJOUTÉE EN AGRICULTURE

Dans ce qui précède, on s'intéressait au partage de la demande finale alimentaire en valeurs ajoutées entre les différentes branches. C'est en quelque sorte l'inverse que l'on envisage dans ce qui suit : on recherche quelles parts de la valeur ajoutée d'une branche donnée (on considèrera ici la branche agricole) sont induites par les différentes demandes finales domestiques (en produits alimentaires, en produits d'autres industries, etc.) et par les exportations.

Dans cette approche, dans une optique d'analyse de la formation du revenu de la branche agricole (ici au sens strict, hors pêche et aquaculture), on réintroduit les subventions dans la valeur ajoutée. Les résultats pour 2012 sont représentés sur le (Graphique 195).

En 2012, la valeur ajoutée subventions incluses de l'agriculture provient pour 38% de la consommation finale alimentaire domestique, les subventions pesant pour 21%.

Le poids de la demande en « exportations et formation brute de capital fixe (FBCF) agroalimentaires »<sup>51</sup> est élevé, concourant à 29% à la valeur ajoutée de la branche agricole.

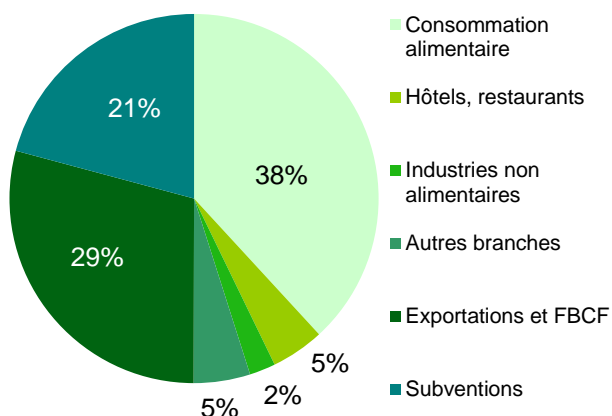
L'incidence sur la valeur ajoutée agricole de la demande finale en produits des industries non alimentaires (biocarburants, par exemple) est modeste : 2% ; elle est plus importante s'agissant de la demande finale adressée à la branche des hôtels et restaurants avec 5%, taux également atteint par l'ensemble des demandes des autres branches (services, essentiellement).

Ces proportions ont peu évolué depuis 1995, les changements les plus sensibles portant sur la part de la consommation alimentaire, qui a diminué de 3 points, et celle des subventions, en hausse de 5 points.

Le poids des salaires étant modeste en agriculture, les contributions des demandes finales à la formation de la valeur ajoutée ou de l'EBE sont voisines (rappel : la valeur ajoutée est égale aux salaires plus l'EBE (Graphique 195)).

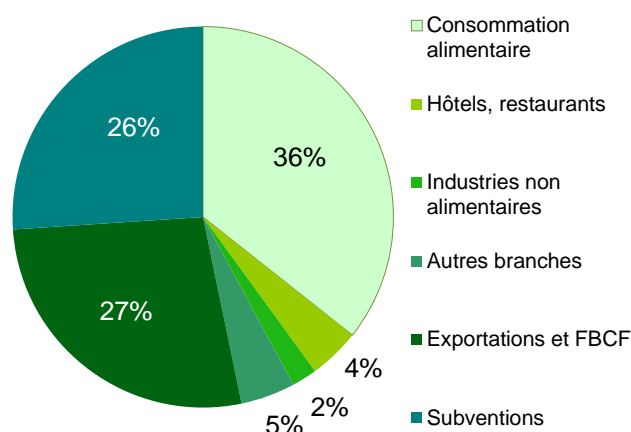
Graphique 194

**Contributions des demandes finales et des subventions à la valeur ajoutée de la branche agricole en 2012**



Graphique 195

**Contributions des demandes finales et des subventions à l'EBE de la branche agricole en 2012**



Source : Insee et Eurostat, calculs FranceAgriMer – OFPM d'après INRA

<sup>51</sup> L'ensemble « exportations et FBCF agroalimentaires » est le solde entre la demande finale en produits de l'agriculture, de la pêche et des IAA et la consommation finale en ces mêmes produits (ou consommation alimentaire) ; les exportations sont dominantes dans ce solde (97%).



## 5. EN CONCLUSION

Ces décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire en France permettent d'illustrer la tendance structurelle à l'accroissement de la « *distance* » entre matière première agricole et produits alimentaires. Cette « *distance* » correspond à des revenus et des emplois dans toute l'économie nationale, au-delà du seul périmètre « *vertical* » des filières agroalimentaires.

Toutefois, **l'évolution d'année en année** de la répartition entre branches des rémunérations induites par la consommation alimentaire **dépend surtout des rapports de prix** ; ils expliquent largement la part relativement modeste de l'agriculture dans ce partage, due à la baisse des prix agricoles consécutive aux réformes de la PAC, d'où provient également le poids des subventions dans la détermination du revenu de la branche agricole, par rapport aux demandes finales de consommation intérieure ou d'exportation.

La hausse des prix agricoles observée en 2013 ne s'est pas traduite par une remontée de la part de valeur ajoutée de la branche agricole dans la dépense alimentaire, car cette hausse a porté aussi sur les prix des intrants en agriculture ; le même effet de prix relatif a avait également dégradé le taux de valeur ajoutée (valeur ajoutée sur production) de la branche en 2013. Les fortes évolutions de la part de la valeur ajoutée de l'agriculture dans l'euro alimentaire suivant celles du taux de valeur ajoutée, cette part pourrait remonter en 2014 et 2015.



## 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 de l’agroalimentaire et de la forêt, service de la statistique et de la prospective. <http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2010>
- AGRESTE** [2015] Bilan conjoncturel 2015. Ministère de l’agriculture, service de la statistique et de la prospective, n°, décembre.
- 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 quarter.  
*Version française : L’observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires : études économiques et concertation interprofessionnelle dans les filières agroalimentaires françaises*
- BLEZAT CONSULTING** [2013]. [Réalisation d’une étude portant sur la valorisation du 5<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.** [2013]. [« L’euro alimentaire » en France et le partage des valeurs ajoutées](#) Philippe Boyer et Jean-Pierre Butault. *Économie rurale*, 342. Juillet-août 2014.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [La décomposition de « l’euro alimentaire » en revenus des différents facteurs en France en 2005. Document de travail provisoire](#). INRA – FranceAgriMer.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [« L’euro alimentaire » en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches](#). Communication aux 6<sup>ème</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>
- COE-REXECODE.** [2013]. Évaluation de la répartition sectorielle du crédit d’impôt pour la compétitivité et l’emploi, 19 novembre 2012. <http://www.coe-rexecode.fr/public/content/download/33298/334062/version/1/file/Evaluation-de-la-repartition-sectorielle-du-credit-d-impot-pour-la-competitivite-et-l-emploi-Nov-2012.pdf>
- COHEN E.** [1997]. Analyse financière, *Economica*.
- CORDONNIER P.** et al [1944]. Économie de l’entreprise agricole, *Cujas*.
- DEMMOU L.** [2010]. La désindustrialisation en France. Cahiers. Documents de travail de la DG Trésor. N°2010-01, juin 2010. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326045>
- DG TRESOR** [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 Économie de l'élevage N° 303, janvier*. Institut de l'élevage.

**GEM** [2013]. Étude 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, Élaboration 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*.

**INSTITUT DE L'ELEVAGE** [2015]. Où va le bœuf ? Vers toujours plus de transformation ! Économie de l'élevage – Dossier Viande bovine française, n° 461, octobre.

**INTERBEV** [2005]. Le point sur l'alimentation des bovins et des ovins et la qualité des viandes. [http://www.interbev.fr/uploads/tx\\_docsearch/alimentation\\_2005\\_04.pdf](http://www.interbev.fr/uploads/tx_docsearch/alimentation_2005_04.pdf)

**LAMBERT C.** [2009]. [Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur](#). *Rapport au Conseil économique, social et environnemental*.

**LEGENDRE F., HAGNERE C.** [2013]. Une évaluation *ex ante* des conséquences du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) sur la production et sur l'emploi, 31<sup>ème</sup> Journées de Microéconomie appliquée, janvier 2013. <http://www.jma2015.fr/content/fichiers2014/170/Evaluation-ex-ante-CICE.pdf>

**LEGENDRE V., RIEU M.** [2008]. Cartographie des flux de viande à l'aval de la filière porcine. De la sortie des abattoirs à la mise à disposition du consommateur final. IFIP

**LIPICH A.** [2005]. Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire. *Diagnostiques, prévisions et analyses économiques, N°59, janvier*. DGTPE.

**MAGDELAINE P.** [2008]. La situation des filières avicoles françaises. État des lieux des filières avicoles en France et au Brésil : du passé au présent, description et compréhension de dynamiques instables. *AVITER rapport WP2*. Itavi

**MAINSANT P., PORIN F.** [2002], Un modèle d'estimation des marges brutes en porc de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Rapport pour l'Ofival*.

**MAINSANT P.** [2002]. Note pour le groupe de travail « *validation bœuf* ». Note pour le ministère de l'agriculture (méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine).

**MAINSANT P.** [2004 (1)]. Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf. *Viandes et produits carnés, N° hors-série*.

**MAINSANT P.** [2004 (2)]. Introduction méthodologique : offre promotionnelle et achats en produits carnés. *Note pour l'Ofival*.

**MAINSANT P.** [2003]. Résultats actualisés du modèle d'estimation des marges brutes en porc, de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Journées Recherche Porcine, 35, 223-228*.

**MAINSANT P.** [2009]. La formation des prix de la viande. Influence de la concurrence entre enseignes de distribution. *Viandes et produits carnés, vol. 27 (3)*.

**MASSON Ph.** [1975]. Le rôle des prix agricoles dans l'évolution des prix de détail. *Économie rurale, Année 1975, Volume 109, Numéro 1*

**OOSTERKAMP E., LOGATCHEVA K., VAN GALEN M., EMIL GEORGIEV E.** [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. Éditions 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/>



## Bases législatives et réglementaires

### ARTICLES LÉGISLATIFS DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

introduits par la loi n°2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche

#### Article L692-1

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

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

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 et du service statistique public.

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

Il remet chaque année un rapport au Parlement.

#### Article L621-8

Les informations nécessaires à la connaissance des productions et des marchés et à l'établissement des calendriers d'importations prévisibles doivent être fournies à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 par les producteurs, les négociants, les courtiers de marchandises, les agents commerciaux, les transformateurs, les importateurs et les exportateurs de produits agricoles et alimentaires, selon les modalités fixées par décret. Le service statistique public transmet au même établissement, selon des modalités précisées par convention, les résultats des enquêtes obligatoires, au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques, répondant aux besoins de l'observatoire prévu à l'article L. 692-1.

#### Article L621-8-1

En cas de défaut de réponse à une enquête statistique obligatoire au sens de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, dont le résultat est transmis, dans les conditions prévues au second alinéa de l'article L. 621-8, à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1, le ministre chargé de l'économie peut, après avis du comité du secret statistique et du Conseil national de l'information statistique réuni en comité du contentieux des enquêtes statistiques obligatoires dans les conditions prévues en application du II de l'article 1er bis de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 précitée, prévoir la publication par voie électronique par l'établissement susmentionné de la liste des personnes physiques ou morales concernées.

### ARTICLES RÉGLEMENTAIRES DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

#### Art. D. 692-1.

(...) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- reçoit, de la part des services et établissements publics compétents, les données statistiques existantes nécessaires à son objet ;
- en tant que de besoin, demande aux services et établissements précités de collecter les données supplémentaires indispensables ;
- réalise ou fait réaliser les travaux d'études nécessaires à son activité ;
- analyse les informations recueillies ;
- produit des rapports de synthèse sur les filières étudiées ;

- assure la diffusion régulière de ses travaux.

À 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'État :

Le directeur général des politiques agricole, agroalimentaire et des territoires ou son représentant ;

Le directeur des pêches maritimes et de l'aquaculture ou son représentant ;

Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant ;

Le directeur général de l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 ou son représentant ;

Le chef du service de la statistique et de la prospective au ministère chargé de l'agriculture ou son représentant ;

Le directeur général de l'Institut national de la statistique et des études économiques ou son représentant ;

2°) Vingt-et-un représentants des secteurs agricoles et agroalimentaires :

un représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture ;

cinq représentants des organisations syndicales d'exploitations agricoles à vocation générale habilitées en application de l'article 3 du décret n° 90-187 du 28 février 1990 relatif à la représentation des organisations syndicales d'exploitants agricoles au sein de certains organismes ou commissions ;

trois représentants de la pêche maritime et de l'aquaculture ;

sept représentants des industries de transformation ;

cinq représentants du commerce et de la distribution ;

3°) Deux représentants des associations nationales de consommateurs ;

4°) Des personnalités désignées en raison de leurs compétences particulières ou de leurs fonctions, dans la limite de sept.

Les membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, autres que ceux mentionnés au 1° sont nommés pour une durée de trois ans, renouvelable, par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation.

La suppléance et le remplacement des membres s'effectuent dans les conditions définies par le décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif.

La fonction de membre n'ouvre droit à aucune rémunération ni remboursement de frais de déplacement.

#### **Art. D. 692-4.**

I ) - Le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (...) arrête un programme annuel de travail.

Il peut être saisi par les ministres chargés de l'alimentation et de la consommation de toute question relevant de la compétence de l'Observatoire.

II ) - Le président du comité de pilotage peut désigner un ou plusieurs rapporteurs en raison de leur compétence parmi les membres du comité de pilotage.

Il crée, en tant que de besoin des groupes de travail spécifiques et temporaires.

(...).



## **ARRÊTÉ DU 25 OCTOBRE 2013 PORTANT NOMINATION DU PRÉSIDENT DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES**

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, du ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, et du ministre délégué auprès du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, chargé de l'agroalimentaire, en date du 25 octobre 2013, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires à compter du 28 octobre 2013.

## **ARRÊTÉ DU 19 FÉVRIER 2014 PORTANT NOMINATION DES MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES**

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances et du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt en date du 19 février 2014, sont nommés membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour une durée de trois ans :

En qualité de représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture :  
M. COCHONNEAU (Claude).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles :  
M. BAYARD (Jean-Bernard).  
M. BULAN (Boris).  
M. LUCAS (François).  
M. MEYNIER (Philippe).  
M. SUAUA (Antoine).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture :  
M. GUILLAUMIE (Bruno).  
M. JOUNEAU (José).  
Mme LEVADOUX (Marine).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire :  
M. CHARGE (Dominique).  
M. HOT (Bruno).  
M. JOUTEL (Jean-Marie).  
M. de MONTGOLFIER (Ghislain).  
M. PICOT (Olivier).  
M. VIEL (Gérard).  
M. VOLUT (Robert).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire :  
M. CREYSSEL (Jacques).  
M. GAY (Serge).  
M. PAPIN (Serge).  
M. PERROT (Dominique).  
M. PINAT (Michel-Laurent).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs :  
M. ANDRAULT (Olivier).  
M. GIRARD (Romain).

En qualité de personnalité désignée en fonction de ses compétences particulières ou de ses fonctions :  
Mme ALEXANDRE (Sylvie).  
M. BERLIZOT (Thierry).  
M. BUTAULT (Jean-Pierre).  
M. MALPEL (Georges-Pierre).  
M. NEFUSSI (Jacques).  
M. PERRAULT (Olivier).  
M. VOLLE (Pierre)

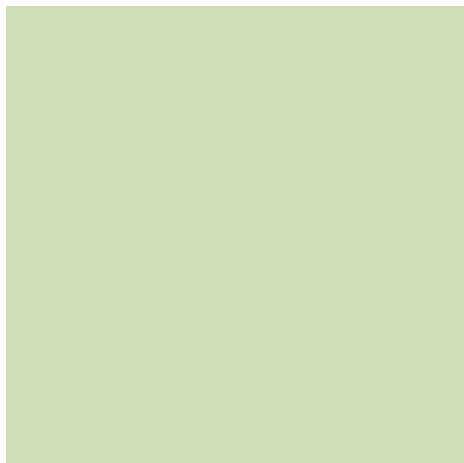
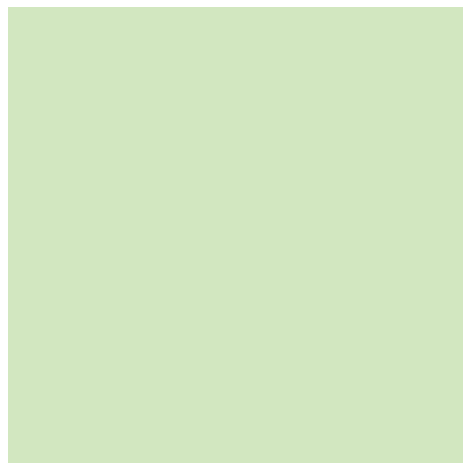


## Sigles

AGRESTE	La Statistique Agricole, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt ( <i>Service de la statistique et de la prospective</i> )
ANICAP	Association nationale interprofessionnelle caprine
ANMF	Association nationale de la meunerie française
ANSES	Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail
AOP	Appellation d'origine protégée
Arvalis	Institut du végétal ( <i>institut technique professionnel</i> )
ATLA	Association de la Transformation Laitière Française
BDNI	Base de données nationale d'identification
BPMF	Blé pour la meunerie française
CA	Chiffre d'affaires
CerFrance	Centres d'économie rurale
CFSI	Comité français de la semoulerie industrielle
CIRAD	Centre de coopération international en recherche agronomique pour le développement
CNAOL	Conseil national des appellations d'origine laitières
CNR	Comité national routier
CTIFL	Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (institut technique professionnel)
cvs	Corrigé des variations saisonnières
DG TRESOR	Direction générale du Trésor, Ministère de l'économie et des finances
DGCCRF	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes, Ministère de l'économie et des finances
DGTPE	Direction générale du trésor et de la politique économique ( <i>ancien nom de la DG Trésor avant 2010</i> )
DPMA	Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture
EC, ec	Équivalent carcasse
ESANE	Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises
ETP	Équivalent temps plein
Eurostat	Direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique à l'échelle communautaire
FAO	Food and agriculture organization of the United Nations ( <i>Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture</i> )
FBCF	Formation brute de capital fixe
FCD	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
Fict	Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes
FNICGV	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes
GMS	Grandes et moyennes surfaces
GTE	Gestion technico-économique

ha	Hectare
HD	Hard discount, maxidiscompte
IAA	Industries agroalimentaires
ICHN	Indemnités compensatoires de handicaps naturels
Idele	Institut de l'élevage ( <i>institut technique professionnel agricole</i> )
IFIP	Institut du porc ( <i>institut technique professionnel de la filière porcine</i> )
IGP	Indication géographique protégée
ILOCC	Interprofession Laitière Ovine Caprine Corse
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INRA	Institut national de la recherche agronomique.
INRA-ESR	Institut national de la recherche agronomique – Économie et sociologies rurales
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
INTERBEV	Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes
IPAMPA	Indice des prix d'achat des moyens de production agricole
IPC	Indice des prix à la consommation
IPPAP	Indice des prix des produits agricoles à la production ( <i>prix rémunérant les producteurs agricoles</i> )
IPVI	Indice des prix de vente industriels
IS	Impôt sur les sociétés
Itavi	Institut technique de l'aviculture ( <i>institut technique agricole professionnel</i> )
k€	1000 euros
kg	Kilogramme
kg ec	Kilogramme d'équivalent carcasse
LME	Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie
LS	Libre-service
M€	Million d'euros
MAAF	Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
MB	Marge brute
Md€	Milliard d'euros
MDD	Marque de distributeur
MEDDE	Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie
MIN	Marché d'intérêt national
MN	Marque nationale
Mt	Million de tonnes
NB	Nota bene
OAT	Obligation assimilable du Trésor
ODG	Organisme de défense et de gestion
OFPM	Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires
OS	Organisme stockeur
otex	Orientation technico-économique de l'exploitation agricole

P.A.C. / PAC	selon le contexte : "Prêt à cuire" (poulet) ou "Politique Agricole Commune"
PAD	Prêt à découper
PGC	Produit de grande consommation
PI	Produit industriel
PIB	Produit intérieur brut
Prodcom	Production commercialisée des industries alimentaires ( <i>enquête</i> )
R <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
SCI	Société civile immobilière
SFER	Société française d'économie rurale
SIFPAF	Syndicat des Industriels fabricants de pâtes alimentaires de France
SIQO	Signes d'identification de la qualité et de l'origine
SMIC	Salaire minimum interprofessionnel de croissance
SNCP	Syndicat National du commerce du porc
SNIV	Syndicat national des industries de la viande
SSP	Service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
SVA	Société Vitréenne d'Abattage
TB	Tableau de bord
Tec / tec	Tonne d'équivalent carcasse
TES	Tableau entrées-sorties
TEE	Tableau économique d'ensemble
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UE	Union Européenne
UHT	Upérisation à Haute Température
UMO	Unité de main-d'œuvre
USDA	United states department of agriculture
USDA-ERS	United states department of agriculture – Economic research service
UTA	Unité de travail annuel
UTANS	Unité de travail annuel non-salarié
UTH	Unité de travail humain
UVC	Unité de vente consommateur
UVCI	Unité de vente consommateur industrielle
UVCM	Unité de vente consommateur magasin
VHR	Viande hachée réfrigérée
VHS	Viande hachée surgelée



FranceAgriMer  
12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex  
[www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)  
<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr>



Accompagner  
les filières  
**80ans**  
FranceAgriMer

