

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM) : un outil au service des professionnels et de l'action publique

L'OFPM a été créé en 2010, par la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche. Cet outil, qui mobilise données statistiques et économiques, vise à faciliter la concertation et la recherche d'un diagnostic partagé entre acteurs des filières et à contribuer à l'élaboration des politiques publiques par la publication de suivis et d'analyses. Après la publication de son onzième rapport annuel, en juin 2022, cette note revient sur les conditions de sa création, et sur ses activités et réalisations.

Depuis les années 1950, de nombreux débats et travaux existent en France sur les écarts entre prix agricoles à la production et prix à la consommation. Plus récemment, la création de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM) a permis d'analyser la transmission des prix¹ et la répartition de la valeur dans les chaînes agroalimentaires. Ces sujets se sont révélés centraux lors des États généraux de l'alimentation (2017) et des discussions préparatoires des lois EGalim (2018) et EGalim 2 (2021).

Dans d'autres pays, la prégnance de ces questions varie et des dispositifs analogues à l'OFPM sont parfois déployés : *Food dollar* aux États-Unis, *Observatorio de la cadena alimentaria* en Espagne, etc. Leurs travaux, qui répondent à des commandes publiques, sont à destination des consommateurs, des acteurs économiques, des élus et de l'administration. Ils ont une dimension microéconomique (charges et résultats des entreprises) ou macroéconomique (création et répartition de la valeur ajoutée). L'OFPM combine ces deux approches.

Dans la première partie de cette note sont rappelés les événements et conditions de sa création. La partie suivante présente quelques-uns de ses travaux et résultats, puis la dernière évoque les défis auxquels est confronté l'OFPM aujourd'hui.

1 - Origine, installation et missions de l'OFPM

Dans les années 1950 à 1980, la question de l'inflation sous-tend les analyses de l'écart entre prix « amont » et prix « aval ». Par la suite, les études portent sur le revenu des agriculteurs et

s'intéressent au pouvoir de marché de la grande distribution. Début 2008, le sujet du pouvoir d'achat redevient prégnant, avec la crise financière et le contexte nouveau de volatilité des prix des matières premières. Il motive la création d'un premier « observatoire des prix et des marges », sous l'égide du ministère en charge de l'économie, à la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), afin d'illustrer, statistiques à l'appui, l'impact pour les consommateurs de la Loi de modernisation de l'économie (LME)². Le ministère en charge de l'agriculture et les syndicats agricoles ne s'intéressaient alors que peu à cet outil.

Fin 2008, la conjoncture « se retourne » et des parlementaires, relayant les préoccupations d'organisations agricoles et de consommateurs, demandent la création d'un « observatoire des marges dans la grande distribution, afin de vérifier si la baisse des prix agricoles est bien répercutée dans les grandes surfaces »³. Il prend d'abord la forme d'un « comité de pilotage » au sein de l'observatoire de la DGCCRF, associant les deux ministères concernés, les syndicats d'exploitants agricoles, des industries agroalimentaires et du commerce, et les fédérations de consommateurs. Il est animé par le Service des nouvelles des marchés, dépendant à l'époque du ministère en charge de l'agriculture. Puis des réflexions s'engagent au sein du « grand office » en préfiguration, qui deviendra FranceAgriMer le 1^{er} avril 2009. Le dispositif mis en place rappelle, avec un champ élargi, l'observatoire des prix et des marges de la viande bovine, en activité à l'Office de l'élevage lors de la seconde crise de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB), en 2000-2001.

La loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche (LMAP)⁴, promulguée le 27 juillet 2010, inclut un article officialisant l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Cette instance, de type « commission administrative à caractère consultatif », est dotée d'un « président indépendant », nommé par les ministres en charge de l'agriculture et de la consommation. Il s'agit depuis le début de Philippe Chalmin, professeur émérite à l'université Paris-Dauphine.

La mission de l'OFPM est d'« éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges »⁵. Elle est ensuite étendue à l'étude des « coûts de transformation et (...) de distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation des produits agricoles »⁶. Après son adoption à l'unanimité par les membres de son comité de pilotage, l'OFPM remet chaque année un rapport public au Parlement (figure 1) et répond aux demandes d'information des commissions parlementaires. FranceAgriMer assure l'essentiel de la maîtrise d'œuvre du dispositif, avec une équipe

1. La transmission des prix est la répercussion des coûts de production d'un maillon donné dans ses prix de vente, puis dans les coûts et les prix du maillon suivant et ce jusqu'au consommateur final.

2. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000019283050/>

3. Question écrite n° 06214 de Alain Houpert (Côte-d'Or, UMP) au secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation (JO Sénat du 13/11/2008, page 2257).

4. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000022521587/>

5. Article L682-1 du Code rural et de la pêche maritime

6. *Idem*.

Figure 1 - Couverture du rapport au Parlement 2022



permanente de 4 équivalents temps plein et la contribution des spécialistes des filières concernées. L'établissement traduit en programme et méthodes de travail les attentes du comité de pilotage et de son président.

Récemment, la question du partage de la valeur est revenue dans les débats, d'abord avec la [loi EGAlim](#) promulguée le 30 octobre 2018, qui introduit le principe d'inversion de la construction du prix⁷ et l'utilisation d'indicateurs de coûts et de prix de référence pour faciliter les négociations commerciales. Le sujet a été approfondi dans la [loi EGAlim 2](#) promulguée le 18 octobre 2021 : contractualisation pluriannuelle fondée sur des indices de référence, expérimentation d'un « tunnel de prix » sur cinq ans, etc. À ce moment, le rôle de l'OFPM s'est enrichi d'un appui aux filières par la publication d'un support synthétique reprenant l'ensemble des indicateurs de référence relatifs aux coûts de production en agriculture⁸.

2 - Contenus et enseignements des travaux de l'OFPM

L'Observatoire réunit des informations économiques, qu'il compile d'une manière originale, afin d'éclairer la formation du prix et la répartition de la valeur au long des filières. Il alimente, par des éléments objectifs, les opérateurs économiques, les pouvoirs publics et les consommateurs.

Éclairer la construction du prix et les comptes des entreprises des filières agroalimentaires

Les nombreuses productions de l'OFPM, depuis 10 ans, s'inspirent de la recherche économique appliquée. Par exemple, les modèles de décomposition des prix de détail sont issus des travaux de P. Mainsant (Inra) en 2001 et 2003 ; l'« euro alimentaire » est une adaptation par J.-P. Butault (Inra) et Ph. Boyer (OFPM) des travaux du *Food dollar* du ministère de l'agriculture des États-Unis, etc.

L'OFPM a principalement une approche microéconomique et sectorielle. Il étudie la création et la répartition de la valeur de certains produits, commercialisés par les grandes et moyennes surfaces de la grande distribution. Dans un premier temps, l'analyse porte sur les produits emblématiques des rayons frais des supermarchés et des hypermarchés (jambon cuit, yaourts nature, steak haché etc.). Le prix au détail de ces produits issus chacun d'une seule filière agricole est décomposé en part de matière première agricole et « marges brutes »⁹ des deux principaux maillons de l'aval que sont les industries agroalimentaires et la grande distribution. Dans un deuxième temps, sont évalués les coûts de production, de transformation et de distribution, et les résultats (pertes ou bénéfices) constitutifs de la part agricole et des marges brutes. Les exploitations agricoles, les entreprises de transformation industrielle et les grandes surfaces alimentaires élaborent et commercialisent de multiples produits, l'approche de leurs coûts moyens ne peut dès lors se faire qu'en exploitant des données des comptes d'entreprises, à une échelle moins fine que celle des prix suivis au détail. Ainsi, le prix de la briquette de lait demi-écrémé UHT est suivi et décomposé puis sont observés les coûts de production moyens du lait en exploitation agricole spécialisée, les coûts des entreprises industrielles spécialisées et les coûts du rayon des produits laitiers dans la grande distribution. Malgré ce changement d'échelle, une représentativité nationale est recherchée pour chaque phase.

Enfin, le travail est complété par une analyse macroéconomique appelée « euro alimentaire ». Il s'agit de calculer la répartition de la dépense alimentaire en France, en valeurs ajoutées dans les différentes branches de l'économie nationale, en importations (d'intrants ou de produits finis) et en taxes. Cette perspective générale est nécessaire pour éclairer les débats et compléter l'analyse de la formation et de la répartition de la valeur de notre alimentation. Dans cette analyse, l'ensemble des productions agricoles est regroupé en une seule branche.

La mobilisation de données, de modèles et d'enquêtes

Pour fournir une représentation actualisée des filières agroalimentaires et autoriser des comparaisons interannuelles, les modèles et données employés par l'OFPM sont régulièrement adaptés et paramétrés¹⁰. Il utilise au maximum des données existantes, produites par le Service de la statistique et de la prospective du ministère en charge de l'agriculture, par l'Insee, la Banque de France, les instituts techniques et certaines fédérations professionnelles ou des centres de gestion ou consultants mandatés par elles. S'il est relativement facile de disposer de prix à la production agricole (*via* les cotations des produits) et au détail (prix moyens relevés par l'Insee, panels de consommateurs ou de distributeurs), il existait à l'origine très peu de statistiques publiques sur le niveau des prix à la sortie de l'industrie. C'est pourquoi, pour certaines filières, l'OFPM a passé une

convention avec l'Insee, qui lui permet de disposer de niveaux moyens de prix industriels. Pour d'autres, l'OFPM a dû mettre en place des enquêtes *ad hoc* en lien avec les acteurs professionnels.

En matière de coûts de production, l'OFPM s'appuie sur les données du Réseau d'information comptable agricole (RICA) et les travaux des instituts techniques agricoles. Pour certains segments industriels, l'OFPM a développé des partenariats avec la Banque de France, le Crédit Agricole, certaines fédérations agroalimentaires, etc. Par ailleurs, en 2021, en collaboration avec l'Association de la transformation laitière (Atla) et le Crédit Agricole, des analyses complémentaires ont été menées sur les marges nettes des grands « métiers » de l'industrie laitière¹¹. Enfin, pour la distribution, l'OFPM a développé un dispositif spécifique¹² qui appréhende, au moyen d'enquêtes et d'entretiens annuels auprès de sept grandes enseignes de la distribution, les coûts des rayons alimentaires frais, consolidés pour les magasins (supermarchés et hypermarchés) et les autres structures des enseignes (centrales d'achat, siège et tête de réseau).

Les effets des chocs de prix

Le suivi d'indices de prix, aux différents stades des filières, ne permet pas d'appréhender les niveaux de marges brutes¹³. Par ailleurs, l'écart entre le prix payé par les consommateurs et le prix payé aux producteurs n'est pas suffisant pour l'analyse de la construction du prix. La somme des marges brutes des entreprises, qui contrairement à des simples différences de prix, tiennent compte des pertes physiques aux différents stades (freinte, rendements de transformation, etc.), doit être observée.

Dans son rapport 2021, l'OFPM est revenu sur les résultats observés ces dix dernières années. Il a montré par exemple comment un choc de prix (baisse ou hausse), à la première mise en vente, à la transformation ou au détail, se répercute tout au long des filières. Sur la période 2010-2020, une hausse des prix à la production agricole est généralement absorbée, dans un premier temps,

7. C'est-à-dire que le contrat et le prix associé sont proposés par les agriculteurs, en prenant en compte leurs coûts de production.

8. <https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/> et https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sites/default/files/sauv/documents-divers/tableau_egalim_couts_prod_et_marche.pdf

9. Terme consacré par l'usage bien qu'impropre, désignant en fait, pour l'industrie alimentaire, la valeur ajoutée à la seule matière première d'origine agricole, et dans le commerce, la marge commerciale, soit la différence entre la vente du produit et l'achat de la quantité nécessaire à cette vente.

10. Ce fut par exemple le cas dans le rapport 2021, pour le steak haché, afin que l'augmentation des pièces destinées à sa production et que l'évolution des parts respectives de vaches allaitantes et de vaches laitières dans sa fabrication soient prises en compte.

11. Voir les pages 270-272 du rapport annuel 2021 https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sites/default/files/sauv/PDF/rapport_ofpm_2021.pdf

12. Voir les pages 49-58 du rapport annuel 2021.

13. Voir les pages 62-63 du rapport annuel 2021.

par l'un ou l'autre maillon, avant que ne s'effectue un rééquilibrage partiel, limitant et lissant ainsi l'impact de cette hausse sur les consommateurs. Le jambon cuit, en 2019, et les pâtes alimentaires en 2020 en sont des exemples. Pour le jambon cuit, les marges brutes industrielles ont été comprimées pour limiter l'impact de la hausse de la matière première, puis ont augmenté de nouveau en 2020 alors que le prix de la matière baissait. Cependant, la marge brute de la grande distribution a augmenté sur toute la période observée. Pour les pâtes alimentaires, le coût de la matière première agricole a augmenté légèrement en 2019, puis plus fortement en 2020 et surtout en 2021 (figure 2). Seule une baisse de la marge brute de l'industrie a compensé une part de la hausse en 2019. En 2020, la contraction de la marge des deux maillons a permis une quasi-stabilité du prix au consommateur. En 2021, une hausse de la marge brute de la distribution, qui a retrouvé son niveau de 2017, a entraîné une légère augmentation du prix consommateur tandis que la forte réduction de la marge brute des transformateurs dépassait l'augmentation du coût de la matière première agricole. Dans de nombreux cas, le segment industriel subit le premier choc, puis la marge brute de la distribution diminue afin de maintenir le prix des produits emblématiques, comme ce fut le cas pour le steak haché en 2017 pour le maillon industriel, puis en 2018 pour la grande distribution.

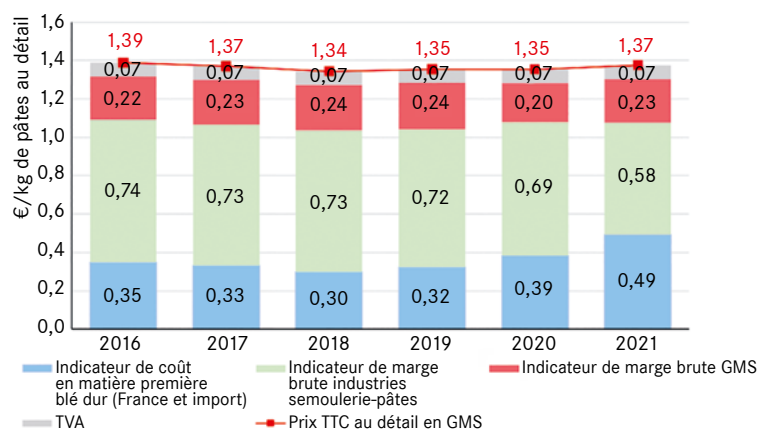
Lorsque le prix à la production baisse, l'industrie et la distribution reconstituent leurs marges, sans impact sur les consommateurs : en 2018 et 2020, le prix du porc payé aux producteurs a diminué tandis que les marges brutes de l'industrie et de la distribution progressaient. Des différences s'observent toutefois selon les produits. Par exemple, de fortes variations des prix sont constatées pour les fruits et légumes frais, tant au stade de leur expédition qu'au stade de la vente au détail, avec des mécanismes de marges constantes, ou plus souvent proportionnelles¹⁴. Le décalage éventuel entre la date des négociations commerciales annuelles¹⁵ et la survenue d'événements ayant des conséquences sur les marchés peut entraîner un retard dans la transmission des variations de prix aux consommateurs. Celle-ci peut être immédiate, comme pour la longe de porc ou les fruits et légumes, ou plus tardive, notamment pour le saumon, avec un an de décalage entre la hausse la matière première (2016) et celle du prix au détail (2017).

Globalement, les travaux de l'OFPM confirment que les industriels et distributeurs ont des latitudes pour piloter leurs marges brutes (par les achats ou le prix de vente). Les producteurs agricoles qui dépendent des cours internationaux pour certains de leurs produits et de leurs intrants ont, de leur côté, des pouvoirs de marché limités.

Mieux connaître les résultats économiques des entreprises

L'analyse des coûts de production agricoles met en évidence la sous-rémunération des facteurs de production autofournis (capital

Figure 2 - Composition du prix moyen annuel au détail des pâtes alimentaires en matière première et marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Mintec, Insee (ProdCom), Kantar Worldpanel

personnel, travail familial), par comparaison avec des niveaux standards dans d'autres secteurs, et ce particulièrement dans l'élevage bovin-viande.

Les comptes des industries alimentaires montrent la sensibilité particulière de certains secteurs à la volatilité des prix de la matière première agricole (ex. blé dur dans l'industrie des pâtes). Ils montrent aussi les faibles taux de résultat courant rapporté au chiffre d'affaires, dans l'abattage-découpe (ou encore au stade expédition pour la moule de bouchot), nécessitant de traiter des volumes importants.

Pour la grande distribution, la réaffectation des charges communes et le calcul de la marge nette, par rayon, révèlent la péréquation de résultats qui s'opère entre rayons, et leur capacité ou non à couvrir les charges communes. Cette marge nette ne doit pas être confondue avec la « rentabilité » propre du rayon, car un rayon à marge nette négative peut contribuer à l'attractivité d'un magasin et donc à la fréquentation des autres rayons, et ainsi à la marge nette de l'ensemble.

La réalisation d'études macroéconomiques

Les travaux sur « l'euro alimentaire » (figure 3) montrent la part relativement faible qui revient à l'agriculture dans le partage de la valeur ou, autre façon de considérer ces résultats, dans la création de la valeur de l'alimentation : en 2018, la valeur ajoutée induite en agriculture française par l'alimentation représente 11 % du total de la valeur ajoutée induite (toutes branches) et 6,3 % de la dépense alimentaire totale (importations et taxes incluses). Ces résultats s'inscrivent dans une tendance longue à la baisse, notamment observée sur la période 2011-2017, liée à l'incorporation de nouveaux services dans la dépense alimentaire (sécurité sanitaire, logistique, publicité, conditionnement, etc.), au degré croissant de transformation des aliments et à la progression des importations.

Néanmoins, la part dévolue à l'agriculture ou créée par elle, dans l'euro alimentaire, est surtout régie par les rapports de prix : prix agricoles par rapport aux prix des intrants de

l'agriculture, prix agricoles par rapport aux prix alimentaires, etc. Ces rapports sont déterminés par les structures de marché (dispersion et indifférenciation de l'offre agricole vs concentration et marketing de l'aval) et par leur organisation, qui dépend de l'intervention et du soutien public direct sur les marchés agricoles, en net recul ces dernières années. Ils dépendent aussi du cadre juridique régissant les relations commerciales et l'organisation économique collective des producteurs agricoles.

Produire des connaissances pour les acteurs et favoriser le dialogue interprofessionnel

Par ses travaux, l'OFPM favorise le développement d'une vision objective et aussi apaisée que possible des sujets qu'il traite. Les réunions du comité de pilotage et des groupes de travail permettent la construction de représentations partagées, par la validation collective des méthodes et des données utilisées, des résultats et de leurs interprétations. L'OFPM participe à l'amélioration du dialogue interprofessionnel et constitue depuis plusieurs années une enceinte reconnue où des échanges libres se déroulent.

Les travaux alimentaires les acteurs économiques en informations, au-delà de celles dont ils disposent individuellement. L'OFPM est mobilisé lors de discussions interprofessionnelles pilotées par les pouvoirs publics ou lors de réflexions préalables à des prises de décisions, qu'elles émanent du Parlement¹⁶ ou du Gouvernement (États généraux de l'alimentation). Bien que les méthodes employées ne puissent rendre ses travaux prédictifs, ceux-ci permettent néanmoins d'anticiper l'impact d'un événement ou d'une mesure : par exemple, au début de la crise sanitaire de la Covid-19, des

14. Sur ce sujet, voir les lettres de l'Observatoire sur les fruits et sur les légumes.

15. Clôture le 1^{er} mars à minuit pour les produits de marques nationales.

16. Commission d'enquête parlementaire sur la situation et les pratiques de la grande distribution et de ses groupements dans leurs relations commerciales avec leurs fournisseurs : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/cegrdist/115b2268-t2_rapport-enquete#_Toc256000014

estimations des répercussions de l'évolution des prix ont été produites. Des travaux sur la filière viande bovine, pour prendre en compte l'impact de la fermeture de la restauration hors-foyer sur celle-ci, ont également été réalisés.

3 - Défis actuels pour l'OFPM

La complexification des chaînes de valeur agroalimentaires

Initialement, les études de l'OFPM visaient seulement les produits commercialisés en hypermarchés et supermarchés. Ce choix a montré ses limites, au fil des années, avec le brouillage des frontières entre distributeurs classiques et enseignes à dominante de marques propres (anciennement maxi-discompteurs), puis avec le développement de l'omnicanal et du commerce de proximité (y compris supérettes). L'essor d'autres débouchés, exclus du champ de l'analyse (restauration hors-foyer, exportations, etc.), a également réduit la part des consommations alimentaires couverte par les travaux, alors que leur rôle dans la formation du prix payé aux agriculteurs s'est renforcé. Une meilleure couverture de l'ensemble des acteurs et circuits (e-commerce, magasins spécialisés dans les produits biologiques, etc.) semble donc dorénavant nécessaire, mais elle risque de fragmenter les analyses et de les rendre moins lisibles pour les opérateurs économiques et les pouvoirs publics. Par ailleurs, les données pour décomposer les prix dans ces autres circuits sont souvent lacunaires.

D'autres déterminants de la formation des prix et de celle des revenus agricoles sont exclus, par nature, de l'analyse : marchés internationaux (notamment pour le porc, les céréales et une part des produits laitiers), productivité et systèmes de production, etc.

L'étude de chaînes de production et de distribution de plus en plus complexes requiert des modélisations pour représenter les pratiques majoritaires, la formulation d'hypothèses (rendements, etc.) et la mobilisation de moyennes sectorielles. Elles nécessitent souvent des simplifications, telles que la non-prise en compte de certains intermédiaires commerciaux ou transformateurs (négociants de bestiaux ou coopératives pour les bovins, mareyeurs et fileyeurs pour le lieu noir, grossistes pour les fruits et légumes) ou la non-prise en compte de l'importation de matières premières (fabrication du jambon cuit notamment).

Ce type de représentations masque la diversité des produits (lait UHT, etc.) et ne permet pas de considérer l'ensemble des facteurs influençant les chaînes étudiées. Ainsi, l'évolution dans le temps de la répartition des marges peut relever de changements des termes de la négociation entre acteurs, mais aussi de leurs pratiques individuelles : moindre recours à des grossistes pour la grande distribution, changement de formats de conditionnement (de la moule vendue en vrac à la moule vendue en barquette), segmentation des produits en hausse (diversification de la gamme de jambon cuit).

Mieux tenir compte du cadre juridique

Par ailleurs, les données statistiques disponibles ne rendent compte que d'une partie des termes des négociations commerciales, notamment entre industriels et distributeurs. Les prix déclarés sont dits « 3 net ». Il s'agit du prix proposé dans les conditions générales de vente, duquel sont soustraits les remises, rabais, ristournes ainsi que les sommes rémunérant des services de coopération commerciale comme par exemple la mise en avant de produits en tête de gondole ou dans les prospectus, les animations en magasin. En revanche le développement de « nouveaux instruments promotionnels » (cartes de fidélité dont cagnottes et réductions immédiates en passage en caisse) n'est pas pris en compte¹⁷. Ainsi, au fil de leurs évolutions, le suivi des innovations marketing ou juridiques, ayant un impact significatif sur les prix des transactions, constitue un enjeu pour l'OFPM et ses fournisseurs de données.

En outre, la structure juridique des entreprises et groupes conditionne leurs données comptables et les résultats observés. Par exemple, quand un distributeur crée une société foncière, les loyers payés à celle-ci pour la location des magasins sont considérés comme une charge par l'OFPM, bien que les détenteurs des capitaux des deux structures puissent être les mêmes. Cette multiplication des entités juridiques et comptables rend difficile la consolidation des résultats. Sous d'autres formes, elle concerne l'industrie et, dans une moindre mesure, les exploitations agricoles.

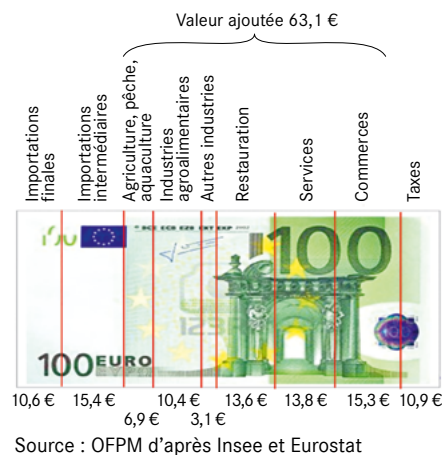
*

L'OFPM fournit, sur le long terme, des résultats quantifiés originaux, qui rendent compte de la répartition des valeurs découlant des modèles dominants d'organisation de marché. Il est confronté à la complexité grandissante des sujets traités et des circuits de valorisation et soumis à une exigence croissante de livraison de résultats rapides. Ses travaux ne peuvent se fonder que sur l'observation de données économiques publiées. C'est pourquoi, il ne peut être prédictif de situations futures ou en cours de développement. Il peut toutefois être mobilisé dans certains cas à des fins de simulation.

Demain, il devra continuer à alimenter la réflexion et les échanges, en apportant des éléments sur le long terme mais aussi en restant à l'écoute des évolutions rapides des circuits et des méthodes de production et de distribution. Il aura à adapter ses méthodes tout en assurant la stabilité de ses travaux. Il lui faudra aussi disposer de données statistiques et économiques capables de révéler les évolutions du système alimentaire : développement des productions biologiques, installation de nouveaux opérateurs, etc.

Au cours des prochaines années, les pouvoirs publics continueront certainement à mobiliser l'OFPM pour mesurer les effets, sur les prix et les marges, des décisions prises. L'expérience

Figure 3 - L'euro alimentaire en 2018 décomposé en valeurs ajoutées induites, importations d'intrants, importations alimentaires, et taxes



longue des relations avec les différents maillons de la production agricole à la distribution de produits alimentaires lui permet d'obtenir des résultats uniques. Elle pourra être mobilisée pour appuyer le développement d'autres outils de suivi des relations commerciales : « non-négociabilité » de la matière première agricole introduite par EGalim 2, projet de test d'un rémunéracore, etc.

L'Observatoire reste un lieu de diagnostic et ne formule pas de recommandations, malgré le caractère interprofessionnel de son comité de pilotage et son ouverture aux parlementaires. Sa neutralité reste une condition indispensable de la collaboration des acteurs professionnels, qui lui fournissent des informations souvent sensibles, dont l'obtention requiert un dialogue confiant.

Philippe Boyer

Académie d'Agriculture, ancien secrétaire général de l'OFPM

Amandine Hourt

Centre d'études et de prospective

Philippe Paquette

Secrétaire général de l'OFPM¹⁸

17. Voir la page 52 du rapport annuel 2022 : https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sites/default/files/sauv/documents-divers/rapport_ofpm_22_final.pdf
18. Au moment de la rédaction de cette note.

Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire
Secrétariat Général

Service de la statistique et de la prospective
Centre d'études et de prospective

3 rue Barbet de Jouy
75349 PARIS 07 SP

Sites Internet : www.agreste.agriculture.gouv.fr
www.agriculture.gouv.fr

Directrice de la publication : Corinne Prost

Rédacteur en chef : Bruno Héralt
Mel : bruno.herault@agriculture.gouv.fr
Tél. : 01 49 55 85 75

Composition : DESK (www.desk53.com.fr)
Dépôt légal : À parution © 2022