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

RAPPORT AU PARLEMENT

PRIX ET COÛTS DANS L'AGROALIMENTAIRE : MISES A JOUR. NOUVELLES ETUDES : COMPTES DES RAYONS EN GMS, « L'EURO ALIMENTAIRE »

Septembre 2012

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE,
DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORET

MINISTERE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

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

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

- Philippe BOYER, (FranceAgriMer) ;

Ont rédigé le rapport 2012 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Magali BALLAN (FranceAgriMer), filière volaille ;
- Julie BLANCHOT (FranceAgriMer), industries agroalimentaires, distribution ;
- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode ;
- Jean-Noël DEPEYROT (FranceAgriMer), production laitière, filières ovines ;
- Fabien DJAOUT (FranceAgriMer), filière porcine ;
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière viande bovine ;
- Amandine HOURT (FranceAgriMer), coûts de production agricole ;
- Baptiste MONTANGE (FranceAgriMer), fruits et légumes :

(*) voir composition complète des groupes de travail en annexe.

Sommaire

RESUME **5**

GLOSSAIRE **8**

INTRODUCTION DU PRESIDENT DE L'OBSERVATOIRE **11**

CHAPITRE 1. MISSIONS, ORGANISATION ET MOYENS DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES **15**

1. Missions et contexte *15*
2. Organisation *17*
3. Moyens pour le recueil des données, leur traitement et la diffusion des résultats *18*

CHAPITRE 2. LES MATERIAUX ET LES METHODES DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES **20**

1. ConnaItre les prix agricoles et alimentaires *20*
2. La notion de marge brute : une étape dans l'analyse de la formation des prix *27*
3. Connaître les coûts aux différents stades *34*

CHAPITRE 3. PRIX, MARGES ET COUTS PAR FILIERE **49**

INTRODUCTION 49

SECTION 1 - FRUITS ET LEGUMES FRAIS 50
1. Les circuits de commercialisation *50*
2. Données et méthodes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière fruits et légumes *53*
3. Exemples de résultats produits sur les prix et les marges dans la filière fruits et légumes *59*
4. Les comptes des entreprises du commerce spécialisé en fruits et légumes *86*
5. Comptes des rayons fruits et legumes en GMS *90*
6. Les comptes et les coûts de production des exploitations agricoles spécialisées en fruits et légumes *93*

SECTION 2 - PRODUITS LAITIERS 109
1. Structure des fabrications laitières françaises et circuits de commercialisation *109*
2. Données et méthodes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière laitière *112*
Exemples de résultats sur la formation des prix et des marges dans le secteur laitier *134*
3. Comptes des industries laitières *180*
4. Comptes des rayons produits laitiers en GMS *197*
5. Comptes des exploitations laitières et coût de production du lait *200*

SECTION 3 - VIANDE BOVINE 206
1. Présentation de la filière *206*
2. Eléments de méthode *210*
3. Les prix et les marges brutes aux différents stades, les composantes des prix au détail *220*
4. Comptes de l'industrie de la viande bovine *234*
5. Eléments sur les comptes du négoce en vif *241*
6. Comptes des rayons boucherie en GMS *242*
7. Comptes des exploitations « bovin viande » et couts de production des bovins *245*
8. La transmission des hausses de prix dans la filière bovine *250*

SECTION 4 - VIANDES PORCINES : PORC FRAIS ET CHARCUTERIES 254
1. Les circuits de commercialisation *254*
2. Données et méthodes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière porcine *257*
3. Les prix et les marges brutes aux différents stades, les composantes du prix de détail dans la filière porcine *263*
4. Comptes des industries de la filière porcine *280*
5. Comptes des rayons boucherie et charcuterie en GMS *294*
6. Comptes des exploitations d'élevage porcin et cout de production du porc *298*
7. La transmission des hausses de prix dans la filière porc *302*

SECTION 5 - VIANDES DE VOLAILLES : POULET, DINDE 308
1. Présentation de la filière 308
2. Données et méthodes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière volaille 310
3. Les prix et les marges aux différents stades, les composantes des prix au détail dans la filiere volaille 315
4. Comptes des industries des viandes de volailles 328
5. Comptes des rayons volailles en GMS 332
6. Cout de production des volailles en vif 335
7. La transmission des hausses de prix dans la filière volaille 340

SECTION 6 – VIANDE OVINE 343
1. Présentation de la filière et circuits de commercialisation 343
2. Données et contraintes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière viande ovine 346
3. Prix dans la filière viande ovine 348
4. Comptes de l'industrie de la viande ovine 349
5. Comptes des rayons boucherie en GMS 349
6. Compte des exploitations spécialisées dans l'élevage ovin-viande et coût de prodution des ovins 349

SECTION 7 – LAIT ET FROMAGES DE BREBIS 354
1. Présentation de la filière et circuits de commercialisation 354
2. Données et contraintes spécifiques au suivi des prix et des marges dans la filière lait- fromage de brebis 355
3. Prix dans la filière lait-fromage de brebis 355
4. Comptes de l'industrie du lait de brebis 356
5. Comptes des rayons produits laitiers en GMS 356
6. Comptes des exploitations spécialisées ovins-lait et coût de production du lait de brebis 356

CHAPITRE 4. LE PARTAGE DE *« L'EURO ALIMENTAIRE DU CONSOMMATEUR »* OU LA REPARTITION DE LA DEPENSE ALIMENTAIRE EN VALEURS AJOUTEES DANS LES DIFFERENTES BRANCHES DE L'ECONOMIE 363

1. Une approche macroeconomique de la depense alimentaire 364
2. Fondement de la methode : la relation d'egalite entre valeur aoutee et demande finale 365
3. Quelques limites pour l'interpretation des resultats 365
4. La decomposition de « l'euro alimentaire » en 2008 366
5. Evolution de « l'euro alimentaire » depuis 1995 370

BIBLIOGRAPHIE 372

ANNEXES 374

ANNEXE 1. BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES 376

ANNEXE 2. GROUPES DE TRAVAIL, REDACTION DU RAPPORT 380

ANNEXE 3. CONVENTION RELATIVE AUX MODALITES DE FOURNITURE PAR L'INSEE A FRANCEAGRIMER DE RESULTATS D'ENQUETES STATISTIQUES NECESSAIRES POUR L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES. 388

Résumé

Glossaire

ANSES	Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail
ART	Quartier arrière traité ; partie arrière de la carcasse d'un bovin
AVT	Quartier avant traité ; partie avant de la carcasse d'un bovin
CIQUAL	Centre d'information sur la qualité des aliments
CTIFL	Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes
EAE	Enquête annuelle d'entreprise, dispositif de recueil de données économiques et comptables dans les entreprises (dont IAA), remplacé à partir de 2008 par ESANE
EC, ec	Equivalent carcasse : unité de mesure des tonnages de viande de boucherie quel que soit leur degré de transformation, dans laquelle le poids des viandes désossées est exprimé en y rajoutant l'estimation du poids des os correspondants.
ESANE	Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises : dispositif de recueil de données économiques et comptables dans les entreprises (dont IAA) qui mobilise les données fiscales et sociales des entreprises
ESB	Encéphalopathie spongiforme bovine
ETP	Equivalent temps plein soit 1 600 heures par an
FFCB	Fédération des commerçants d'animaux en vif
FICT	Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes
FNICGV	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes
FNPF	Fédération nationale des producteurs de fruits
GMS	Grandes et moyennes surfaces : points de vente d'une surface de vente compris entre 400 et 2500 m^2 (supermarchés) ou supérieur à 2 500 m^2 (hypermarchés) et dont l'assortiment est à dominante alimentaire.
IFIP	Institut français du porc : institut technique professionnel de la filière porcine.
INRA	Institut national de la recherche agronomique.
IPC-PA	Indice des prix consommation des produits alimentaires
IPPAP	Indice des prix des produits agricoles « à la production », c'est à dire perçus par les producteurs agricoles.
LMAP	Loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche
MAAPRAT	Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire.
MDD	Marque de distributeur : marque créée et détenue par un distributeur et utilisée pour des produits fabriqués sur demande par des industriels ; à la différence des « marques nationales » créées et détenues par les industriels.
MIN	Marché d'intérêt national : site organisé de transactions en gros en produits alimentaires.
MPB	Marché du Porc Breton : site sur lequel les éleveurs de porcs proposent, sur catalogue, leurs animaux aux acheteurs (abatteurs) ; les prix sont formés par enchères dégressives affichés sur un cadran (marché « au cadran »).
MRS	Matériau à risque spécifié : partie de l'animal (tissu, organe) retirée de la chaîne alimentaire par application du principe de précaution car susceptible d'être infectieuse en cas de contamination de l'animal par l'ESB.
OPISE	Observatoire des prix de l'industrie et des services aux entreprises de l'INSEE : dispositif d'élaboration d'indices de prix, donc ceux des produits des IAA.
PAD	Prêt à découper : pièce de muscle issue du désossage de la carcasse.
PAMP	Prix d'achat moyen pondéré : pour un produit donné, montant des dépenses des consommateurs divisé par les quantités achetées.
PGC	Produit de grande consommation, notion surtout utilisée dans la filière laitière pour désignés les produits directement destinés à la consommation (exemple : lait UHT), par opposition aux « produits industriels » (exemple : poudres de lait, beurre-industrie) utilisés come ingrédients dans d'autres fabrications.
RHD	Restauration hors domicile
RICA	Réseau d'information comptable agricole : base de données comptables individuelles, complétées par des données de structure, constituée par un échantillon représentatif des exploitations agricoles dites « professionnelles ».
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 MAAPRAT
Tec	Tonne équivalent carcasse : tonnage de viande évalué en poids de carcasse.

TMP	Taux de muscles des pièces : critère caractérisant les carcasses de porcs
UE	Union Européenne
UGB	Unité de gros bétail : unité de dénombrement des cheptels basée sur la consommation annuelle de l'animal en énergie alimentaire : une UGM correspond à une consommation équivalente à 3 000 kg d'orge par an.
UVCI	Unité de vente consommateur industrielle : morceau de viande ou de volaille conditionné par l'industriel en portion prête à être mise dans le rayon du détaillant.
VHR	Viande hachée réfrigérée.
VHS	Viande hachée surgelée.

Introduction du Président de l'Observatoire

En 2012 encore, les marchés des produits agricoles ont fait preuve d'une très forte instabilité marquée par des mouvements de hausse (céréales, viandes) mais aussi de baisse (produits laitiers). Au moment où l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires présente son deuxième rapport au Parlement, à l'automne 2012, les prix internationaux du maïs et du soja ont dépassé leurs niveaux records du printemps 2008 –ceci étant encore amplifié par la faiblesse de l'euro par rapport au dollar.
Cette instabilité désormais répercutée sur l'ensemble du territoire européen du fait de l'abandon progressif des mesures de gestion des marchés dans le cadre de la Politique Agricole Commune (PAC) illustre bien la véritable « révolution culturelle » qu'ont traversé non seulement le monde agricole français mais l'ensemble du complexe agroalimentaire : le passage du stable à l'instable dans un contexte de mondialisation accrue des marchés. C'est le cas bien entendu pour les « grandes » matières premières agricoles (céréales, oléagineux) mais aussi de plus en plus pour les filières moins ouvertes sur le monde dont pourtant les prix dépendent d'équilibres mondiaux parfois difficiles à cerner (produits laitiers, viande bovine).

Si l'instabilité des prix est devenue la règle au stade de la production, tel n'est et ne peut être le cas au stade du consommateur. Dans un contexte de stagnation économique – et donc du pouvoir d'achat -, les prix des produits alimentaires conservent une forte dimension symbolique, mais aussi budgétaire pour les foyers les moins aisés. Même si la part alimentaire (au foyer) du budget des ménages n'a jamais été aussi faible, même si la part agricole du panier alimentaire n'a cessé de diminuer du fait de la montée en puissance de « gammes » de produits toujours plus élaborés et prêts à consommer, les prix des grands aliments de base demeurent des indicateurs allant bien au-delà des produits concernés.
Ces deux grands mouvements – l'instabilité des prix des produits agricoles et l'élaboration toujours plus complexe des produits alimentaires - , illustrent les défis auxquels doit répondre l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires : observer, comprendre, expliquer, clarifier, écouter et faciliter le dialogue dans un contexte – celui de la France -, qui a été pendant fort longtemps marqué par un goût prononcé pour l'intervention publique au détriment de la construction de relations de confiance entre tous les maillons de la chaine du producteur au consommateur.

Ce deuxième rapport présenté au Parlement approfondit les travaux contenus dans le premier rapport de juin 2011. Il est donc le résultat de près de trois années d'échanges (plus même si on tient compte des structures plus administratives qui ont précédé l'observatoire). Ceci a permis d'élargir son périmètre d'analyse tant en termes de filières traitées que d'approfondissement des problématiques notamment en ce qui concerne les marges.

Les premiers travaux de l'observatoire (janvier 2011) avaient – en période de crise - porté sur la viande bovine. Dans le rapport de juin 2011, cinq filières avaient pu être présentées de manières plus ou moins approfondie : outre la viande bovine, il s'agissant des fruits et légumes, des produits laitiers, du porc et des volailles. Le présent rapport rend compte d'un début d'élargissement du champ de l'observatoire aux filières viande ovine et lait de brebis (essentiellement sous l'angle des coûts de production en élevage, à ce stade). Malgré de nombreuses réunions préparatoires, il n'a pas été possible pour l'instant de déboucher sur des résultats concrets en ce qui concerne les produits de l'aquaculture et de la mer et les projets évoqués en ce qui concerne le vin n'ont pu se concrétiser. Une démarche comme celle de l'observatoire réclame en effet l'adhésion de toutes les parties concernées et donc une certaine maturité des rapports interprofessionnels. Elle ne peut – ni ne doit - être imposée par des autorités administratives ou politiques.

Si le champ couvert par l'observatoire a donc peu évolué depuis le rapport de 2011, tel n'a pas été le cas du contenu même des travaux. L'objectif de l'observatoire est – rappelons le - le suivi des prix d'un produit ou d'une famille de produits tout au long d'une filière du producteur au consommateur. Ceci commence par l'analyse des coûts de production agricole qui a fait l'objet de travaux comparatifs à partir de plusieurs méthodes d'évaluation issues de la statistique agricole ainsi que de méthodes plus empiriques. Les marges industrielles ont pu aussi être affinées en éclatant les stades de la deuxième et de la troisième transformation et même en s'intéressant à l'économie des sous-produits (viandes). Mais l'avancée la plus fondamentale du présent rapport concerne les marges de la grande distribution.

En juin 2011, les analyses du premier rapport de l'observatoire s'étaient arrêtées au stade des marges brutes de la grande distribution, ou marges commerciales (ventes moins achats des

marchandises). Il n'avait pas été alors possible d'identifier les charges directes ou indirectes qui s'imputent sur ces marges commerciales (logistique, salaires, frais financiers, etc., …). On n'avait donc pas pu parvenir à la notion de « marge nette », estimant la contribution de chaque rayon au bénéfice global.
Grâce à la participation des sept grandes enseignes de la grande distribution et sur la base d'une méthode élaborée par les services de l'observatoire, le rapport 2012 présente pour la première fois une approche analytique des charges, et donc des marges nettes, par rayon pour les familles de produits concernés : boucherie, charcuterie, volailles, fruits et légumes, produits laitiers. Les données présentées ont fait l'objet de tous les recoupements nécessaires et nous les estimons fiables quoiqu'elles puissent contenir encore quelques imprécisions notamment en ce qui concerne la rubrique « autres charges ». Il s'agit en outre d'une approche de type « comptabilité analytique », donc fondée sur des conventions d'affectation des charges communes.
De plus, parmi les charges identifiées, certaines recouvrent des flux financiers internes aux groupes dans lesquels s'insèrent les magasins.
Aussi, les chiffres obtenus ne peuvent-ils pas être utilisés sans précaution ni explication prenant en compte leur « mode de fabrication ».
C'est en tout cas la première fois qu'il a été possible d'atteindre ce niveau d'analyse qui complète utilement les données collectées sur les marges tout au long des filières. Que les responsables des chaînes et des magasins concernés ainsi que l'équipe dédiée de l'observatoire en soient ici félicités et remerciés.

Une autre nouvelle approche du partage de la valeur dans la chaîne alimentaire est présentée pour la première fois dans ce rapport 2012.
Inspirée de travaux américains et désignée sous l'intitulé « d'euro alimentaire », la méthode, de type macroéconomique fondée sur les matrices et équilibres de la comptabilité nationale, vise à mesurer la contribution des différentes branches de l'économie à la formation de la valeur des biens alimentaires. Autrement dit, on mesure comment se répartit la dépense des consommateurs en rémunérations finales des facteurs de production dans l'ensemble de l'économie de l'économie, et pas uniquement dans les seuls maillons de la filière agro-alimentaire.
Les évolutions de ces résultats sur une dizaine d'années sont particulièrement éclairantes sur les changements structurels qui marque la production et la distribution de notre alimentation, et notamment la part croissante du commerce et des services dans la chaîne de valeur.

O
OOO
O

Dans un contexte de stagnation économique, l'année 2012 a été marquée par de fortes turbulences sur les marchés agricoles tant mondiaux qu'européens. Les hausses de prix sur les marchés internationaux ont été amplifiées par la baisse de l'euro par rapport au dollar au lendemain de la crise grecque. Alors qu'au début 2011 encore la situation était très tendue pour des filières comme les viandes bovines et porcines, la hausse des prix, due pour la viande bovine à l'ouverture de marchés à l'exportation comme la Turquie et pour les produits laitiers aux achats de beurre par la Russie et de poudre par la Chine, a apporté un incontestable répit aux producteurs et à la première transformation. Mais à partir du printemps 2012 la flambée des prix du maïs et du soja, provoquant la hausse des coûts de l'alimentation animale, a contribué à la hausse des coûts de production des élevages notamment les plus intensifs ce que les marchés des viandes plus en aval n'ont pu répercuter.

Au moment où ce rapport est présenté au Parlement (septembre 2012) les tensions perdurent sur les marchés des céréales et du soja alors que des craintes d'un nouvel épisode climatique « El Nino » s'accumulent sur les récoltes de l'été austral, de l'Amérique du Sud à l'Australie (ce qui pourrait à l'inverse avoir des conséquences positives sur les marchés des produits laitiers).
La capacité des acteurs des filières d'amortir de pareils chocs devient donc essentielle. Nous sommes bien là au cœur de la mission de l'observatoire qui est devenu en quelques mois un lieu incontournable de dialogue et de discussion dans un contexte de transparence accrue.

De septembre 2011 à septembre 2012, ce Comité de Pilotage s'est réuni à quatre reprises. Les groupes de travail – par grandes familles de produits et pour la grande distribution- se sont réunis au total vingt fois et ce sont sur l'ensemble de l'année environ 200 personnes représentant toutes les grandes familles professionnelles qui ont participé aux travaux de l'observatoire.

Que tous en soient ici remerciés tant leur présence a été aussi un témoignage de l'utilité d'une structure « légère » comme celle de l'observatoire. Structure légère malgré l'appui de FranceAgriMer, l'observatoire ne compte qu'une petite équipe permanente et il faut saluer ici tous ceux qui sous la houlette du secrétaire général, Philippe Boyer, ont concouru au suivi des réunions et des travaux ainsi qu'à la rédaction du présent rapport, sans oublier les personnalités qui ont accepté de présider certains des groupes de travail.

Un mot encore pour les lecteurs et les utilisateurs de ce rapport : ce travail se veut un outil d'information et même de pédagogie sur des sujets trop souvent traités en quelques secondes dans les journaux télévisés sur le thème *« Qui s'en met plein les poches ? »*. La méthodologie utilisée a été la plus rigoureuse possible, nos seules limites ayant été l'absence de données fiables dans tel ou tel domaine.

Le texte a fait l'objet de discussions et de relecture au sein du Comité de Pilotage dont la représentativité est la plus équitable possible. Enfin, il a été adopté à l'unanimité en séance plénière le 18 septembre 2012.

Au président il reste seulement à dire tout le plaisir qu'il a eu à mener ces débats, à profiter d'une équipe dynamique et réactive, à voir aussi peu à peu naître de cette plus grande transparence un peu de confiance, décidément la plus belle des vertus…

Philippe CHALMIN

Président

Chapitre 1. Missions, organisation et moyens de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

1. MISSIONS ET CONTEXTE

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

> *« L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, placé auprès du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation, a pour mission d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges au cours des transactions au sein de la chaîne de commercialisation des produits alimentaires, qu'il s'agisse de produits de l'agriculture, de la pêche ou de l'aquaculture.*
>
> *Les modalités de désignation du président de l'observatoire, le fonctionnement de l'observatoire ainsi que sa composition sont définis par décret.*
>
> *L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1[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 ».*

La loi est venue ainsi officialiser et renforcer un dispositif instauré en 2008, lequel, dans un contexte nouveau et probablement durable de volatilité accrue des prix des matières premières agricoles, visait à produire 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.

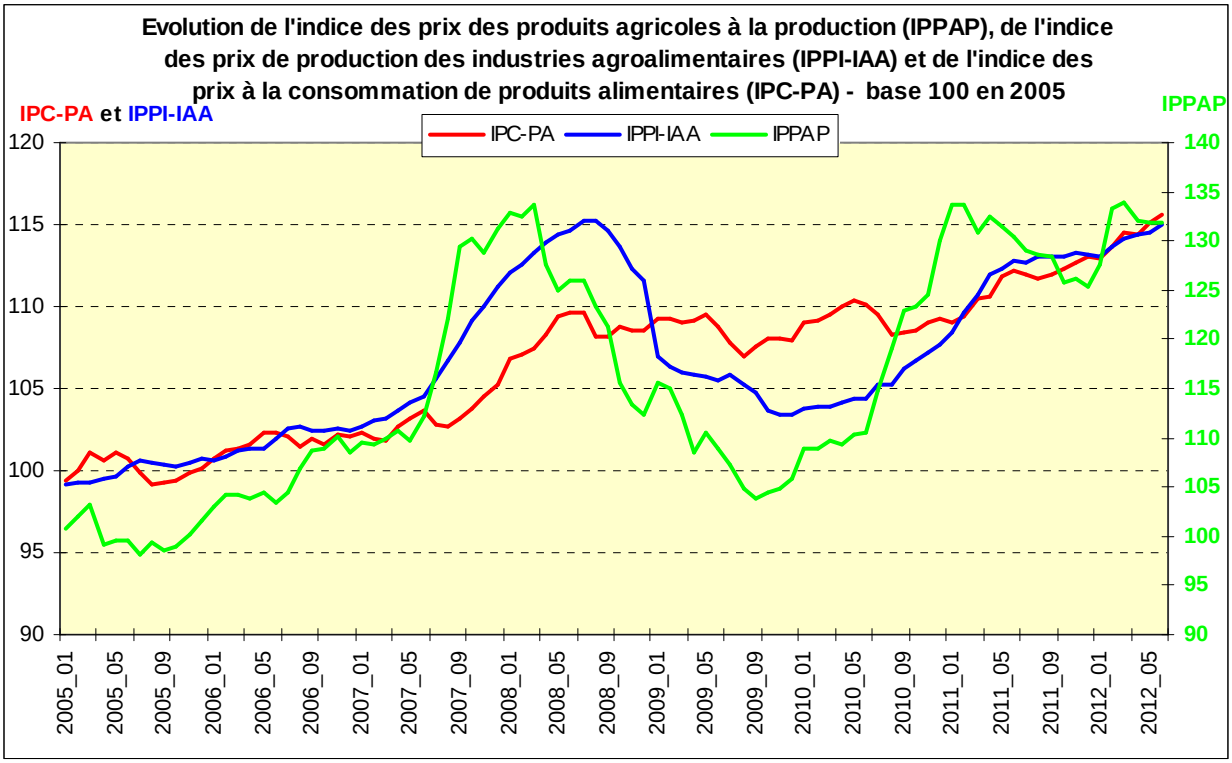
L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires vise à produire, via son rapport annuel et son site internet http://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/ , une information économique objective à base de statistiques fiables sur les relations entre prix amont et prix aval dans les filières agroalimentaires, sur la répercussion des variations des coûts, notamment de matières premières, sur les prix agricoles, industriels et à la consommation et sur la répartition de la valeur entre les différents maillons de la chaîne de production-distribution des produits alimentaires. Il développe pour ce faire des méthodes principalement élaborées en 2011 lors de sa première année d'existence, améliorées et enrichies en 2012, en particulier par une approche macroéconomique de la répartition entre les branches de l'économie de la valeur ajoutée découlant de la consommation alimentaire le « partage de l'euro alimentaire ». Les objectifs et travaux de l'observatoire rejoignent ceux de dispositifs de même nature en Europe (Espagne, notamment) aux Etats-Unis et dans d'autres pays. Ils ont fait à ce titre en 2011 l'objet de présentations dans des instances internationales (Commission européenne, OCDE) qui suivent avec intérêt ces initiatives.

[1] FranceAgriMer, Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer

Encadré 1

Mise en place d'un observatoire des prix et des marges des produits alimentaires dans un contexte initial de forte hausse conjointe des prix amont et aval (mi 2007-2008), suivi d'évolutions contrastées (2008-2009) puis d'une nouvelle phase de hausse (2011-2012).

Graphique 1



Source : INSEE-SSP

De mai 2007 à mars 2008, les prix agricoles enregistrent une forte hausse (+ 26 % en 10 mois), qui s'accompagne d'une augmentation sensible des prix alimentaires à la consommation (+ 4 % dans la même période). Les prix alimentaires sortie usine, eux, ont enregistré dans le même temps une croissance de 9,9 %.

Ensuite, de mars 2008 à fin 2009, les prix agricoles redescendent à leur niveau de 2005 (soit une baisse de 32%, les prix alimentaires sortie usine, eux aussi, enregistrent une baisse de 8,7 % alors que les prix alimentaires à la consommation continuent de progresser jusqu'en juillet 2008, puis varient assez peu jusqu'en décembre 2009 : c'est dans ce contexte d'évolutions divergentes des prix amont et aval qu'est mis en place, par les ministres chargés de l'agriculture et de la consommation, le dispositif d'observatoire des prix et des marges des produits alimentaires antérieur à la LMAP.

Au cours de l'année 2010, les prix agricoles ont augmenté à nouveau (+ 19%), retrouvant début 2011 les niveaux atteint début 2008 ; cette augmentation n'est pas reproduite par l'indice des prix des produits alimentaires à la consommation, malgré l'augmentation des prix industriels.

En 2011, les prix agricoles redescendent (-6%) tandis que les prix industriels et à la consommation augmentent.

Le 1er semestre 2012 se caractérise par une remontée des prix agricoles (+3%) qui repassent en début d'année au niveau des maxima précédemment atteints, les prix industriels et à la consommation poursuivant leur progression.

Théoriquement, les évolutions des prix alimentaires ne peuvent pas reproduire, sauf de façon très amortie, celles des prix agricoles. En effet, le produit agricole n'intervient que pour partie dans la valeur du produit alimentaire, et dans une proportion d'autant plus faible que le produit alimentaire résulte de transformations de la matière première agricole. Il s'agit là d'un élément important lorsqu'on s'interroge sur la transmission vers le consommateur des hausses et des baisses des prix agricoles.

Sigles : IPPAP : indice des prix des produits agricoles à la production (ici, corrigé des variations saisonnières) ; IPPI : indice des prix de production de l'industrie, prix départ usine pour le marché français, produits des IAA dont boissons non alcoolisées ; IPC : indice des prix à la consommation, produits alimentaires.

2. ORGANISATION

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires prend la forme d'une *« commission administrative consultative ».* Ce n'est en aucun cas un nouveau service du MAAF[2] ou de FranceAgriMer.

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

Le même article prévoit qu'un comité de pilotage, présidé par le président de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et associant les représentants des diverses familles professionnelles, des consommateurs et des services concernés de l'Etat, assure l'orientation et le suivi des travaux.

La composition de cette instance est prévue par l'article D692-3 et ses membres ont été nommés par un arrêté du 18 février 2011complété par l'arrêté du 27 août 2012 (cf. annexe 1. « Bases législatives et réglementaires »).

Des « groupes de travail » ont en outre été constitués, afin de suivre les travaux spécifiques de chaque filière, de mobiliser l'expertise de différents services publics ou d'organisations professionnelles et de solliciter, auprès des fédérations professionnelles de l'industrie et du commerce, les données économiques indispensables (cf. annexe 2. « Groupes de travail »).

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

- la conception des modèles de calcul des marges brutes aux différents stades de transformation et de commercialisation des filières, la constitution des bases de données de prix nécessaires (à partir des informations déjà existantes ou au moyen d'enquêtes *ad hoc*) et le traitement de ces informations sont assurés par FranceAgriMer (direction Marchés, études et prospective) ;
- l'élaboration des données de coûts de production agricoles et d'indicateurs de résultats économiques des exploitations agricoles représentatifs au niveau national, à partir des données du RICA[3], est confiée au SSP ;
- via des traitements particuliers des données des enquêtes annuelles d'entreprises, le SSP produit en outre des comptes sectoriels industriels adaptés à l'analyse des coûts dans les industries de transformation des viandes ;
- les instituts techniques interprofessionnels assurent l'analyse des coûts de production agricoles en fonction de la diversité des systèmes d'exploitation ou produisent des références spécifiques sur les coûts de certaines productions moins bien appréhendées par le RICA ; pour les fruits et les légumes, le centre technique de la filière fournit en outre à l'observatoire des informations comptables sur le commerce spécialisé ;
- l'observatoire s'efforce de valoriser au mieux l'information statistique existante ; toutefois, lorsque celle-ci fait défaut, le concours des fédérations professionnelles (industrie, commerce) est sollicité tant pour la conception des modèles de données que pour le recueil des informations (cf. 3), et ce dans le respect des règles de la concurrence et de confidentialité ;
- cette édition 2012 du rapport de l'observatoire présente pour la première fois les résultats d'une nouvelle approche, de nature macroéconomique (le suivi des prix et des marges par produit étant plutôt de nature microéconomique), de la formation de la valeur des produits alimentaires conçue par Jean-Pierre Butault, directeur de recherches de l'INRA-ESR, membre en tant qu'expert du comité de pilotage de l'observatoire, avec la collaboration de l'INSEE.

[2] Ministère de l'agriculture, de l'alimentation et de la forêt.

[3] Réseau d'information comptable agricole : base de données comptables individuelles, complétées par des données de structure, constituée par un échantillon représentatif des exploitations agricoles dites « professionnelles ».

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

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

3.1. Recueil des données de prix aux différents stades

Le recueil de données de prix fiables, précises et représentatives est une opération coûteuse et l'observatoire de la formation des prix et des marges a dû rechercher des synergies avec les dispositifs statistiques existants.

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

Les prix des viandes et des produits laitiers au détail sont suivis par FranceAgriMer principalement au travers de l'achat de données de panels de consommateurs ou de distributeurs, pour un coût de 2,7 M€ en 2012 (cf. Encadré 2). Pour les fruits et légumes, les références utilisées sont les relevés hebdomadaires de prix effectués par les agents du réseau des nouvelles des marchés dans un panel national de 150 magasins de grande et moyenne surfaces (cf. chapitre 2), les moyens humains mobilisés pour ce dispositif représentent 15 ETP pour le recueil des seules données utilisées par l'observatoire.

A quelques exceptions près (cotations des viandes découpées à Rungis), les prix des produits alimentaires à la sortie des industries ne faisaient pas l'objet d'observation statistique débouchant sur la diffusion de données en niveau (€) avant la mise en place de l'observatoire, ils étaient suivis en évolution (indices) par l'INSEE.

Afin que les enquêtes réalisées par l'INSEE auprès des industries agroalimentaires puissent prévoir le recueil et la transmission de prix industriels en niveau nécessaires à l'observatoire de la formation des prix et des marges, une convention a été établie entre FranceAgriMer et l'INSEE (Cf. annexe 3), en application de l'article L621-8 du code rural et de la pêche maritime *« Le service statistique public transmet* [à FranceAgriMer], *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 ».* Le dispositif est devenu opérationnel depuis le début 2011 dans les filières viandes et décembre 2011 pour les produits laitiers. Ces données ont été largement utilisées pour le présent rapport dans les filières volailles, porcines et laitières.

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

3.2. Connaissance des coûts sectoriels

L'analyse des marges brutes **dans l'industrie de transformation** nécessite de disposer de données comptables fiables, représentatives et structurées à un niveau de précision (type de produits élaborés,

flux physiques…) généralement supérieur à celui des séries statistiques sectorielles des industries agroalimentaires habituellement diffusées par le SSP. Dans ce but, le SSP a mis en place des traitements spécifiques de ses bases de données de comptes industriels (issues des enquêtes EAE et ESANE[4]) afin de répondre aux besoins de l'observatoire de la formation des prix et des marges.
Pour certaines filières, FranceAgriMer complète ces données par des éléments provenant des fédérations professionnelles et de comptes d'entreprises suivies par l'établissement.

Le caractère multi-produits (y compris non-alimentaire) de **la grande distribution**, les diverses modalités d'organisation et d'articulation entre centrales d'achat et magasins, les divers modes de comptabilité analytique des magasins et des enseignes ont posé à l'observatoire des difficultés particulières pour définir et mettre en place un dispositif fiable et homogène de recueil régulier de données représentatives sur les coûts analytiques des rayons des GMS afin d'expliquer les niveaux de marges brutes.
Au terme de plusieurs réunions de travail avec les enseignes et la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), suivie d'une phase d'essai en 2011, FranceAgriMer a élaboré un premier questionnaire destiné aux enseignes, répondant à cet objectif, et portant sur l'année 2011. Les réponses ont été obtenues au cours du 1er semestre 2012 et les données ont été traitées pour le présent rapport. La méthode et donc aussi probablement les résultats, devront encore être affinés mais il convient de souligner que ce travail de l'observatoire, conduit avec la participation de toutes les enseignes sollicitées et de la FCD, est une « première » : aucune information sur les charges et marges des rayons de la grande distribution n'avait jusque-là été produite de façon aussi systématique et précise.

La prise en compte du stade du **commerce en gros** dans la formation des prix aux consommateurs s'impose particulièrement dans les filières des fruits et légumes (première mise en marché par les expéditeurs) et de la viande bovine (commerce du bétail en vif entre l'élevage et l'abattage).
Pour la connaissance des coûts propres à ces opérateurs, l'observatoire de la formation des prix et des marges a bénéficié de données issues d'organisations et d'instituts techniques professionnels, retraitées par FranceAgriMer.

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

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

En 2012, FranceAgriMer a mobilisé directement les moyens humains suivants pour l'observatoire :

- un cadre à plein-temps (secrétaire général de l'observatoire), soit 1 ETP ;
- une chargée de mission à temps plein (coordination, études horizontales : comptes des GMS et des IAA), soit 1 ETP ;
- une chargée d'études à mi-temps (coûts de production agricoles), soit 0,5 ETP ;
- sept ingénieurs chargés d'études économiques sectoriels (productions animales, fruits et légumes), pour environ 25 % de leur temps, soit 1,75 ETP ;
- conception et développement de la deuxième version du site internet : 0, 25 ETP.

Soit 5 ETP, auxquels s'ajoutent le secrétariat et la quote-part des services généraux, non évalués.

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

Chapitre 2. Les matériaux et les méthodes de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

1. CONNAITRE LES PRIX AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

1.1. Qualités des données

Le suivi périodique des prix des produits alimentaires à différents stades et le calcul de marges brutes unitaires à partir de ces données nécessitent de disposer de sources de prix remplissant les conditions ci-dessous :

- prix en niveau (euros) et non en indice : sans trop rentrer ici dans les détails méthodologiques, il est difficile d'utiliser des données en indices de prix pour déterminer le sens et l'amplitude des variations de marges ;

- prix portant sur des produits homogènes depuis l'amont jusqu'à l'aval (prix au détail). C'est généralement une condition difficile à remplir si l'on vise le suivi de produits à des niveaux fins de nomenclature, comme par exemple tel ou tel morceau de boucherie (entrecôte de type racial « lait », rumsteck de type racial « viande »…) ;

- prix disponibles avec une fréquence adaptée au suivi des crises et autres évènements susceptibles de modifier la transmission des prix dans la filière : les fréquences mensuelle ou trimestrielle sont à cet égard plus adaptées que la périodicité annuelle ;

- prix « représentatifs » des filières étudiées (en termes de volumes concernés, de mode de mise en marché…) : certaines cotations présentent à cet égard des limites ;

- prix issus de panels ou d'échantillons suffisamment grands pour calculer des moyennes avec une précision statistique satisfaisante, c'est-à-dire une probabilité élevée que la moyenne des prix de l'échantillon soit encadrée par un intervalle de confiance faible, ce qui suppose un échantillon d'autant plus vaste que les données présentent de forts écarts : condition particulièrement importante pour les prix de détail qui, pour un même produit à une même date, peuvent présenter des différences notables selon les enseignes, les régions, les types de magasins. Quelques prix relevés ici ou là n'ont pas beaucoup de signification ; constater une augmentation de prix moyen de 3 %, par exemple, alors que l'intervalle de confiance est inférieur à ce pourcentage devrait conduire à considérer qu'on ne sait pas si les prix ont varié… ;

- s'agissant des prix de vente sortie industrie à la grande distribution, il est important de savoir si les données obtenues intègrent ou non, sur tout ou partie de la période étudiée, la couverture des frais de coopération commerciale : pour certains produits de marque nationale, l'évolution de la marge brute industrielle peut en effet résulter en grande partie des seules variations de cette composante du prix industriel.

Pour plus d'information, voir le Supplément infos-rapides d'INSEE conjoncture de juin 2009 :
http://www.insee.fr/fr/indicateurs/ind94/20090806/supplement_cadetpar.pdf

Encadré 2

Panel consommateur

FranceAgriMer achète, pour environ 2,7 millions d'euros par an, des données du panel consommateur Kantar Worldpanel qui permettent de suivre les achats, notamment alimentaires, des ménages français. Il s'agit du même dispositif que celui connu précédemment sous les noms de panel Secodip, puis TNS-Sofres, puis TNS Worldpanel.

Il s'agit pour Kantar Worldpanel de recueillir, auprès d'un échantillon de ménages ordinaires représentatif de la population française, la déclaration des achats destinés à leur consommation à domicile.

En 2012, l'échantillon est constitué de 12 000 ménages pour les produits sans code barre et de 20 000 ménages pour ceux avec code barre (ou gencodés). Ces ménages sont situés sur l'ensemble du territoire métropolitain hors Corse et sont représentatifs de la population nationale selon les critères sociodémographiques classiques de l'INSEE (âge, catégories socioprofessionnelles, revenu, nombre d'enfants…). Chaque ménage constitutif du panel déclare régulièrement tous ses achats destinés à sa consommation à domicile, donc hors période de consommation en dehors du foyer (congés, week-end, repas pris à l'extérieur). La déclaration comprend, entre autres :

- *le jour de l'achat,*
- *le lieu d'achat : type de circuit (hypermarché, supérette, hard-discount, marché, boucherie, internet, vente directe…), le nom de l'enseigne pour les GMS…*
- *la description la plus précise possible du produit acheté (scan du code barre pour les produits gencodés), ce qui permet notamment d'identifier la marque, le grammage, le conditionnement…*
- *la quantité du produit acheté*
- *le prix TTC payé pour cet achat.*

Le paneliste peut également préciser s'il s'agissait d'une promotion, s'il possède une carte de fidélité.
Pour les produits non gencodés (produits frais à poids variable principalement type viandes, poissons, fruits et légumes), le paneliste dispose d'un code-book élaboré par Kantar Worldpanel dans lequel des codes barres artificiels ont été créés spécifiquement pour assister la déclaration du ménage.

Kantar Worldpanel collecte l'ensemble des données de tous les ménages, vérifie leur cohérence, les traite…, ce qui permet in fine une extrapolation des achats (quantités, sommes dépensées) à l'ensemble des foyers métropolitains. Les prix fournis correspondent ainsi à des prix moyens pondérés par les volumes, ce qui permet de tenir compte des effets liés aux promotions et aux évolutions de la structure d'achats des produits (« effet panier » lié notamment aux changements de gamme).

Compte tenu de la construction de ces données, elles présentent plusieurs limites qu'il convient de connaître pour ne pas faire d'erreur dans leur interprétation :

La couverture du panel n'est pas totale :
- seuls les ménages ordinaires (hors communauté, hors étudiants…) participent ;
- les ménages très âgés et ceux pour qui la lecture ou l'usage de nouvelles technologies n'est pas évidente sont, de par la nature de la déclaration, nécessairement moins bien représentés ;
- seule la consommation au domicile est mesurée et Kantar Worldpanel fait l'hypothèse que la consommation pendant les congés lui est équivalente ;
- certains circuits très spécifiques sont vraisemblablement moins bien appréhendés, comme les boucheries chevalines.
La pertinence des données pour les produits non gencodés est étroitement conditionnée à la connaissance des produits par les panelistes. Par exemple, un morceau de viande ne pourra être classé correctement que si le paneliste en a une définition minimale (espèce, nom du morceau…).
La précision de la nomenclature achetée par FranceAgriMer : afin d'optimiser les coûts, et pour sa connaissance propre au regard de la construction d'un panel consommateur, FranceAgriMer a choisi un nombre fini de lignes de produits. Ce sont des lignes génériques qui regroupent l'ensemble des produits, quels que soient leur marque et leur niveau de gamme. Ainsi, par exemple, la ligne « Camembert » regroupe à la fois les produits fabriqués à partir de lait cru ou pasteurisé, les produits d'appellation d'origine protégée ou standard, les fromages de marques régionales, nationales, de distributeur ou premier prix... Le prix correspondant à cette ligne « Camembert » est ainsi un prix moyen pondéré de tous ces camemberts différents.

Pour palier une partie de ces limites, nous avons restreint l'analyse aux hypermarchés et supermarchés. Ceux-ci représentent une large majorité des volumes achetés et présentent une gamme de produits plus homogènes que dans d'autres circuits de distribution. Enfin, quasiment tous les ménages fréquentent ces magasins.

1.2. Etat des lieux des données de prix utilisées par l'observatoire

Cf. Tableau 1 et 2 et Encadré 2.

1.2.1. Prix industriels

S'agissant de la connaissance des prix de vente en niveau[5], le manque principal de données se situait dans le maillon « transformation », particulièrement en viande et volailles et pour certains produits laitiers de grande consommation.

Une convention FranceAgriMer-INSEE passée en 2011 prévoit la fourniture de prix moyens mensuels en niveau correspondant à certains composants des dits indices. L'observatoire a ainsi pu pallier le manque de données de prix industriels dans les filières concernées. Ces relevés de prix industriels en niveau sont toutefois récents et la reconstitution de séries longues en utilisant les indices de prix correspondant (disponibles eux en série longue) n'est pas toujours possible ni fiable, notamment lorsque la série longue d'indice disponible porte sur des produits qui ne correspondent pas exactement à ceux dont on veut suivre les prix en niveau. A noter que ces prix sont mesurés « deux fois nets » (cf. encadré 3).

En viande bovine, les fédérations professionnelles de l'industrie et du commerce des viandes ont élaboré en 2011, en concertation avec FranceAgriMer, un modèle original de valorisation industrielle des carcasses de vaches qui a servi de base à un questionnaire sur les prix de vente à la grande distribution de l'ensemble des articles issus de cette valorisation. Ces prix sont « trois fois nets » (cf. encadré 3) et frais de livraison aux centrales inclus (franco de port). La série, exploitée pour la 1ère fois dans le rapport 2011 de l'observatoire est mise à jour ; elle ne démarre toutefois qu'en 2010 et pour les années antérieures, on se limite donc au suivi d'une « marge brute agrégée industrie-distribution » basée sur la différence des prix au détail et à l'entrée de l'abattoir.

En viande porcine fraîche, la seule source de prix « sortie industrie » disponible pour l'ensemble de la carcasse était constituée par les cotations des pièces de découpe à Rungis. Cette source reste, malgré ses limites (produits généralement non destinés aux GMS, pièces à redécouper et pas d'UVCI) celle principalement utilisée par l'observatoire pour estimer des marges brutes dans l'industrie et en GMS sur des articles de viande de porc, sur la base de prix « deux fois nets » et « franco ». S'y 'ajoute les séries plus récentes de prix industriels de certains morceaux de porc frais destinés au GMS, relevés par l'INSEE dans le cadre de la convention précitée avec FranceAgriMer.

Parmi la grande variété des produits de charcuterie, le jambon cuit a été retenu par l'observatoire ; le prix industriel de vente aux GMS de ce produit est fourni à FranceAgriMer par la fédération professionnelle du secteur (prix deux fois nets). A cette approche limitée à un seul produit, s'ajoute dans le présent rapport le suivi d'indices de prix et de marges brutes d'un panier de l'ensemble des produits de charcuterie.

Pour les prix industriels des produits laitiers (lait de vache), on dispose de certaines cotations réalisées dans le cadre de la réglementation communautaire. A défaut, des données de prix moyens annuels issus de comptes sectoriels sont combinées avec les indices mensuels de prix industriels correspondants pour calculer des prix moyens mensuels en niveau. Sont également mobilisées depuis le présent rapport les récentes séries de prix sortie industrie de certains produits laitiers de grande consommation, relevés par l'INSEE dans le cadre de la convention précitée avec FranceAgriMer. Pour certains de ces produits, l'observatoire dispose de séries distinguant les produits laitiers de marque nationale (MN) et les produits de marque de distributeurs (MDD). Ces prix sont « deux fois nets ».

En 2011, l'observatoire n'avait pu disposer que de très peu de données de prix industriels en filière volailles et les modèles de marges brutes utilisés alors étaient assez frustres. L'observatoire dispose

[5] On traite dans ce paragraphe des données de prix ; on verra dans le paragraphe 2 qu'un autre manque important de données obérait les travaux de l'observatoire dans le domaine de la connaissance des comptes des rayons alimentaires des GMS : cette difficulté a été levée en 2011, les enseignes de la distribution ayant fourni les éléments nécessaires.

actuellement de davantage d'éléments (prix industriels « deux fois nets » relevés par l'INSEE pour certains articles, coefficients techniques de transformation fournis par les industriels), toutefois encore insuffisants pour répondre complètement aux objectifs, notamment en matière de suivi des marges sur les UVCI de découpe de volailles (cf. Chapitre 3, section 5).

Encadré 3

Prix nets, « deux fois nets et « trois fois nets »

Les données de prix des produits approvisionnant les GMS (industriels, expéditeurs) peuvent ou non intégrer certaines opérations commerciales. On distingue ainsi :

- *le prix net, qui est le prix unitaire acquis dans les « conditions générales de vente » ou les « conditions particulières de ventes », sans prise en compte des remises conditionnelles ;*
- *le prix dit « deux fois net », qui est le prix net duquel sont déduits les remises, rabais et ristournes conditionnels (aux quantités vendues). Certains, dits "remises de fin d'année", sont constatés en début d'année n+1. Cette notion de prix est homogène au Chiffre d'Affaires du fournisseur ;*
- *le prix dit « trois fois net » intègre la « coopération commerciale », (dite parfois « marges arrières » enregistrée en production vendue de services par les commerçants et en charges par les fournisseurs.*

Depuis la Loi de Modernisation de l'Economie (LME, loi n°2008-776 du 4 août 2008), la coopération commerciale doit faire l'objet d'un « contrat par lequel un distributeur rend à son fournisseur, moyennant une rémunération, des services spécifiques permettant de mettre en valeur le produit fourni et de le commercialiser dans les meilleures conditions possibles (affiches, promotions, tête de gondoles...) ». (DGCCRF).

Certaines séries de prix industriels portant sur les années antérieures à l'entrée en vigueur de la LME peuvent présenter des augmentations liées en partie à l'intégration, dans le prix facturé par l'industriel, du coût des « marges arrières.

1.2.2. Prix au détail en GMS

Les prix au détail en GMS sont appréhendés par les panels de consommateurs (cf. Encadré 2), seule source à même de fournir des prix moyens pondérés par les quantités achetées. Cette pondération est nécessaire pour les produits connaissant de fréquentes promotions (volailles, porc frais). En effet, les achats des consommateurs se reportent sur les articles en promotion aux dépens des articles équivalents de la gamme permanente (le « fond de rayon »). Le prix effectivement payé par le consommateur (et perçu par le vendeur) est donc sensiblement inférieur à « la moyenne des étiquettes », moyenne non pondérée des prix relevés en rayon.

Cependant, pour les fruits et les légumes, le choix a été fait d'utiliser des prix au détail relevés en rayon, la nomenclature du panel étant trop imprécise au regard des données de prix disponibles en amont et des caractéristiques déterminant d'importantes différences de prix au sein d'une même espèce (cf. chapitre 3, section 1).

1.2.3. Prix agricoles

Les références utilisées en matière de prix à la production agricole sont de natures diverses.

Dans les filières viandes bovine et porcine, il s'agit des cotations du prix du kg de carcasse « entrée abattoir ». Il faut néanmoins noter que le prix effectivement perçu par l'éleveur peut être minoré par la marge commerciale de l'opérateur qui assure la collecte des animaux destinés à l'abattoir (pour les bovins, notamment).

En filière laitière, la référence est le prix moyen du lait payé aux éleveurs, relevé par enquête auprès des industriels.

En filière fruits et légumes, la première mise en marché est maintenant rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes. Elle est plus généralement le fait d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet de « cotations à l'expédition » recueillies au moyen d'enquêtes sur les prix « logés départ » de marchandises triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite.

La filière des volailles présente la particularité d'être « intégrée »[6], à hauteur d'environ 90 % des volumes produits. Il n'y a pas, dans ce cas, de prix à la production agricole, proprement dit, mais une valeur des animaux vifs entrée abattoir, servant de base à la rémunération de l'éleveur par l'intégrateur. Cette valeur, en quelque sorte coproduite par l'éleveur et l'intégrateur, constitue le prix de la matière première des industries des viandes de volailles. Elle est suivie par des enquêtes statistiques auprès de ces industriels (cf. chapitre 3, section 5).

Enfin, dans les filières nouvellement inscrites au programme de l'observatoire (viande ovine, lait et fromages de brebis, pêche et aquaculture), l'information sur les prix est insuffisante, notamment aux stades industriels, pour développer des travaux comparables à ceux conduits dans les autres filières, (cf. chapitre 3, sections 5 et 6).

[6] Pour la définition des élevages de volailles intégrés, se référer au Chapitre 3 – Section 5 – Paragraphe 2.1.1 page 346

Tableau 1

Sources des données de prix à différents stades : fruits et légumes, viandes (hors charcuterie), volailles, œufs

Stade de commercialisation	Disponibilité des données de prix	Filière de produits											
		Fruits et légumes frais		Viandes de porc		Viandes bovines		Viandes de volailles		Viandes ovines		Œufs frais	
Prix à la production ou à la première mise en marché du produit agricole	**Données disponibles :**												
	- Nature	cotations expédition		cotation carcasse entrée abattoir		cotation carcasse entrée abattoir		valeur du vif entrée abattoir		cotation carcasse entrée abattoir		cotation œufs	
	- Point d'enquête	expéditeurs F&L		abattoirs		abattoirs		abattoirs		abattoirs		courtiers	
	- Collecteur	FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-SNM		FranceAgriMer		SSP		FranceAgriMer		SSP via presse	
Commerce en gros	**Données disponibles :**												
	- Nature	cotations stade gros		cotations découpes		cotations découpes		cotations stade gros		cotations découpes		cotations stade gros	
	- Point d'enquête	grossistes MIN		MIN Rungis		MIN Rungis		grossistes MIN		MIN Rungis		grossistes MIN	
	- Collecteur	FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-Rnm		FranceAgriMer-Rnm	
Industrie Abattage-découpe	**Données disponibles :**												
	- Nature												
	- Point d'enquête												
	- Collecteur												
	Données nouvelles :			Début série : **Janvier 2011**		Début série : **Juillet 2010**		Début série : **Janvier 2011**		Début série : **Janvier 2011**			
	- Nature			prix UVCI côtes de porc		prix PAD et UVCI issus carcasse entière		prix UVCI poulet et découpes de poulet et de dinde		prix carcasses d'agneaux			
	- Point d'enquête			industriels		industriels		industriels		industriels			
	- Collecteur			**INSEE (1)**		**Féd. Indus. (2)**		**INSEE (1)**		**INSEE (1)**			
Détail	**Données disponibles :**												
	- Nature	panel privé	Relevés en GMS	panel privé	Relevés en GMS	panel privé	Relevés en GMS	panel privé	Relevés en GMS	panel privé	Relevés en GMS	panel privé	Relevés en GMS
	- Point d'enquête	ménages	GMS	ménages	GMS	ménages	GMS	ménages	GMS	ménages	GMS	ménages	GMS
	- Collecteur	Kantar	Rnm	Kantar	Rnm	Kantar	Rnm	Kantar	Rnm	Kantar	Rnm	Kantar	Rnm

(1) : données recueillies pour l'observatoire par l'INSEE dans le cadre de la convention INSEE-FranceAgriMer.
(2) : données recueillies pour l'observatoire par les fédérations professionnelles de l'industrie des viandes de boucherie (SNIV-SNCP, FNICGV).

Tableau 2

Sources des données de prix à différents stades : charcuterie, produits laitiers

Stade de commercialisation	Disponibilité des données de prix	Filière de produits							
		Jambon de porc cuit	*Produits laitiers (lait de vache) de grande consommation*						*Produits laitiers industriels*
			Lait UHT ½ écrémé	Yaourt nature	Beurre plaquette	Emmental	Camembert		
Prix à la production ou à la première mise en marché du produit agricole	**Données disponibles :**		prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production		prix du lait à la production
	- Nature	cotation carcasse entrée abattoir	laiteries	laiteries	laiteries	laiteries	laiteries		laiteries
	- Point d'enquête	abattoirs	SSP	SSP	SSP	SSP	SSP		SSP
	- Collecteur	FranceAgriMer-Rnm	SSP	SSP	SSP	SSP	SSP		SSP
Industries : Charcuterie Industrie laitière	**Données disponibles :**								
	- Nature	prix moyens annuel + indice mensuel	Prix moyen annuel + indice mensuel	Prix moyen annuel + indice mensuel	Cotation hebdo	Cotation jusqu'en 2009 puis indices mensuels			Cotations
	- Point d'enquête	industriels	industriels	industriels	industriels	industriels			industriels
	- Collecteur	**Féd. Indus. (2)**	SSP (PRODCOM) INSEE	SSP (PRODCOM) INSEE	FranceAgriMer	SIG puis INSEE			FranceAgriMer
	Données nouvelles :	Début série : **Janvier 2011**	Début série : **Décembre 2011**	Début série : **Décembre 2011**	Début série : **Décembre 2011**	Début série : **Décembre 2011**	Début série : **Décembre 2011**		
	- Nature	prix UVCI jambons cuits UVCI, MN, MDD	Prix moyens mensuels MN et MDD	Prix moyens mensuels MN et MDD	Prix moyens mensuels MN et MDD	Prix moyens mensuels MN et MDD	Prix moyens mensuels MN et MDD		
	- Point d'enquête	industriels	industriels	industriels	industriels	industriels	industriels		
	- Collecteur	**INSEE (1)**	**INSEE (1)**	**INSEE (1)**	**INSEE (1)**	**INSEE (1)**	**INSEE (1)**		
Détail	**Données disponibles :**								
	- Nature	panel privé / Relevés en GMS	panel privé / Relevés en GMS	panel privé	panel privé	panel privé	panel privé		
	- Point d'enquête	ménages / GMS	ménages / GMS	ménages	ménages	ménages	ménages		
	- Collecteur	Kantar / Rnm	Kantar / Rnm	Kantar	Kantar	Kantar	Kantar		

(1) : données recueillies pour l'observatoire par l'INSEE dans le cadre de la convention INSEE-FranceAgriMer.
(2) : données recueillies pour l'INSEE et transmise à l'observatoire par la fédération professionnelle des industriels charcutiers-traiteurs (FICT).

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

2.1. Définitions

La notion de « marge brute » utilisée dans ce rapport est celle définie dans les divers travaux sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires, dont dans certaines études anciennes [MASSON, 1975] et dans d'autres plus récentes comme celles du service de recherches économiques du ministère de l'agriculture des Etats-Unis [USDA-ERS, 2012], qui publie périodiquement sous la rubrique *« Prices spreads from farm to consummers »* des données sur les parts respectives de l'agriculture et de l'aval agroalimentaire dans le niveau des prix alimentaires au détail.
http://www.ers.usda.gov/data-products/price-spreads-from-farm-to-consumer.aspx

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

- la valeur d'une quantité donnée de marchandises vendues par le commerçant (grossiste ou détaillant)
- et le coût d'achat des marchandises, dans la quantité nécessaire pour pouvoir vendre une quantité donnée : ce coût portant donc normalement sur des quantités supérieures à celles vendues du fait des pertes.

Si la « quantité donnée » prise comme référence est la quantité vendue sur un exercice comptable, cette marge brute est la « marge commerciale » telle que définie dans la comptabilité générale des entreprises [CASIMIR et al., 1996], cf.Encadré 4.

Marge brute commerciale
= *Ventes des marchandises*
- *Coût d'achat des marchandises*

ou :

Marge brute commerciale
= *Ventes des marchandises*
- *Achat des marchandises + Variation de stocks*

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

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

ou :

Marge brute commerciale par unité vendue
= *Prix de vente du produit*

$$- \quad Prix\ d'achat \times \frac{Quantités\ achetées}{Quantités\ vendues}$$

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

- la valeur d'une quantité donnée de produit agroalimentaire vendue par l'industriel
- et le coût d'achat de la quantité de matière première nécessaire ; même dans les cas de transformation relativement simple (découpe de viande, par exemple), ce coût porte évidemment sur des quantités différentes de celles vendues du fait des rendements de transformation.

Si la « quantité donnée » prise comme référence est une unité de produit vendu (un kg, un litre…), on obtient alors une marge brute de transformation par unité de produit vendu. Il ne s'agit pas non plus d'une simple différence de prix, le coût d'achat de la matière première à déduire du prix de vente devant tenir

compte des pertes et rendements intervenant dans le processus de transformation ; ce coût d'achat est donc le prix unitaire de la matière première multiplié par la quantité nécessaire pour permettre la fabrication d'une unité de produit.

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

ou :

Marge brute de transformation par unité de produit transformé
= *Prix de vente du produit transformé*

$$- \quad Prix\ d'achat\ de\ la\ matière\ première \times \frac{Quantités\ de\ matière\ première}{Quantités\ de\ produit\ transformé}$$

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

Rendement

$$= \frac{Quantité\ produite}{Quantité\ utilisée}$$

$$= \frac{Quantité\ utilisée - Pertes}{Quantité\ utilisée}$$

$$= 1 - \frac{Pertes}{Quantité\ utilisée}$$

= *1 – Taux de perte calculé par rapport à la quantité utilisée*

Soulignons qu'une marge brute unitaire de transformation ne peut pas être calculée autrement que sur une même unité, sachant qu'on a le choix entre l'unité de produit fabriqué (par exemple, le kg de viande désossée) et l'unité de matière première (par exemple la carcasse, avec un rendement donné en viande). Le tableau ci-après (données fictives) illustre ces notions (les chiffres ne sont que des exemples et ne renvoient pas précisément à un cas réel particulier) :

Tableau 3

	Quantité	Prix unitaire	Valeur
Achat de matière première (MP)	100 000 t	2,10 € / kg	210 000 milliers €
Vente de produit transformé (PT)	70 000 t	4,00 € / kg	280 000 milliers €

D'où :

rendement de transformation	70 000 / 100 000 =	0,70
marge brute globale	280 000 – 210 000 =	70 000 milliers €
marge brute par unité de MP :		
- calcul par la marge globale	70 000 / 100 000 =	0,70 € par kg de MP
- calcul par les prix et le rendement	4,00 x 0,70 – 2,10 = 2,80 – 2,10 =	0,70 € par kg de MP
marge brute par unité de PT :		
- calcul par la marge globale	70 000 / 70 000 =	1,00 € par kg de MT
- calcul par les prix et le rendement	4,00 – 2,10 / 0,70 = 4,00 – 3 =	1,00 € par kg de MT

Ces principes s'appliquent directement aux filières viande. L'application à la filière laitière présente des spécificités liées notamment au fait que la transformation du lait en produits de grande consommation, s'accompagne fatalement de la production d'autres produits (dits produits joints) dont la rentabilité souvent négative constitue un coût de la matière première qui s'ajoute à l'achat du lait (cf. chapitre 3).
Outre les acceptions précisées ci-dessus, le terme de « marge » peut avoir des significations différentes selon le contexte dans lequel il est employé (Cf. Encadré 5), d'où le risque d'une certaine confusion.
Au risque de répéter une évidence, une « marge brute » n'est pas un « bénéfice », un solde net de toutes charges, mais une ressource d'abord destinée à contribuer à la couverture de certaines charges autres que celle de l'approvisionnement en matière première (ou de l'achat du produit, pour les stades du commerce), dont les autres « consommations intermédiaires », les frais de personnel (salaires et charges sociales), loyers, honoraires, etc.

Encadré 4

Tableau des soldes intermédiaires de gestion dans le plan comptable général (PGC)

Dans le Plan comptable général, qui régit la présentation des comptes des entreprises, la notion de marge n'existe qu'au niveau de la définition de la marge commerciale. La « marge brute de transformation », solde utilisée dans les études de formation de la valeur des produits alimentaires est la différence entre la production d'un produit donné (soit une partie de la production de l'exercice, telle que définie ci-dessous dans le PCG) et le coût de sa matière première (soit une partie des consommations intermédiaires dans le PCG) : la « marge brute » est ainsi un élément de la valeur ajoutée.

Tableau 4

PRODUITS (colonne 1)	CHARGES (colonne 2)	SOLDES INTERMEDIAIRES (colonne 1 – colonne 2)
Ventes de marchandises	Coûts d'achat des marchandises vendues	= Marge commerciale
Production vendue + Production stockée + Production immobilisée	Déstockage de production	= Production de l'exercice
Production de l'exercice + *Marge commerciale*	Consommations intermédiaires (dont matières premières)	= Valeur ajoutée
Valeur ajoutée + Subventions d'exploitation	Charges de personnel + Impôts et taxes	= Excédent brut d'exploitation
Excédent brut d'exploitation + Transfert de charges + Autres produits (non except.)	Dotations aux amortissements + Dotations aux provisions + Autres charges (non except.)	= Résultat d'exploitation
Résultat d'exploitation + Produits financiers	Charges financières	= Résultat courant avant impôts
Produits exceptionnels	Charges exceptionnelles	= Résultat exceptionnel
Résultat courant avant impôt + *Résultat exceptionnel*	Participation des salariés + Impôts sur les bénéfices	= Résultat de l'exercice

Source : PGC, P. III.110

Encadré 5

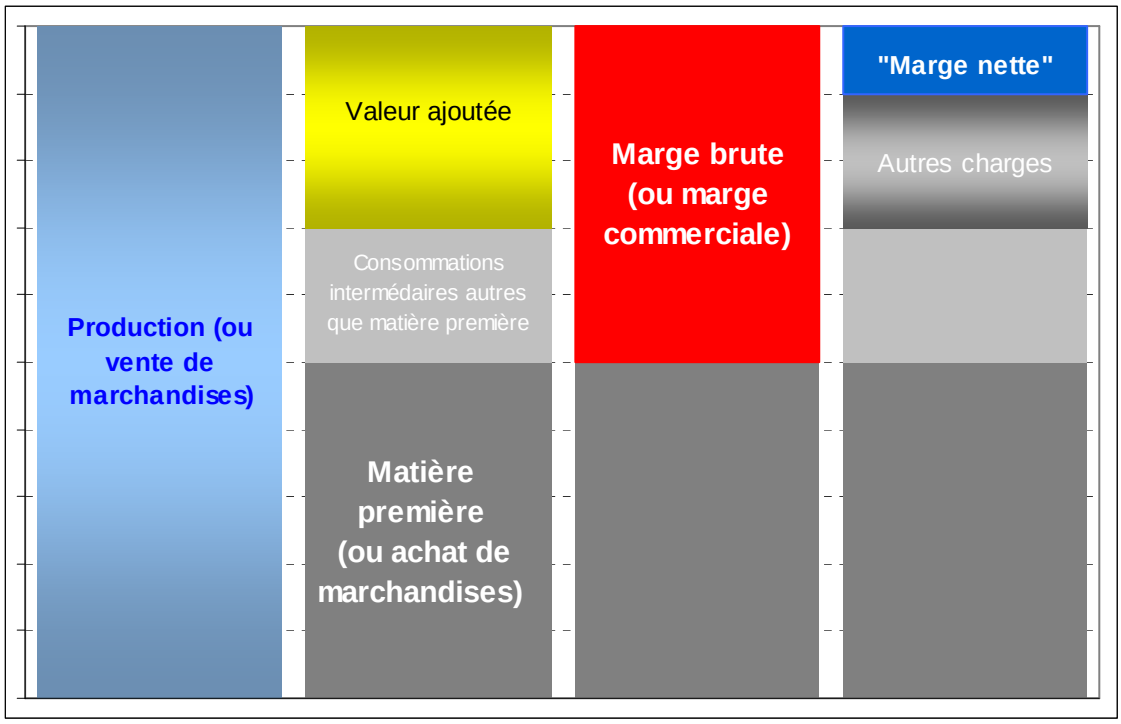
Marges brutes, marges nettes, valeur ajoutée… Quelques précisions

*La **marge commerciale** est la différence entre les ventes de marchandises et les achats de ces mêmes marchandises. Elle constitue ainsi une partie de la valeur ajoutée d'une entreprise commerciale, la valeur ajoutée étant égale à l'ensemble des produits (soit essentiellement les ventes et variations de stock de marchandises pour une entreprise commerciale), moins les consommations intermédiaires, lesquelles comprennent les marchandises achetées et d'autres approvisionnements (emballages, énergie…).*

*De même, la **marge brute de transformation**, différence comptable entre la valeur des produits fabriqués et la valeur de la matière première nécessaire, est une partie de la valeur ajoutée, égale à l'ensemble des produits (vente et variation de stock de produits transformés, de marchandises, autres produits…), moins les consommations intermédiaires, lesquelles comprennent les achats de matière première des produits transformés et d'autres achats et approvisionnements (marchandises, énergie…).*

Valeur ajoutée et marges

Schéma 1



*La notion de **marge brute sur charges opérationnelles ou sur coûts variables** calculée au niveau de l'ensemble de l'exploitation agricole ou de l'entreprise, est très proche de celle de valeur ajoutée : c'est la différence entre la valeur de la production et les charges dites « variables » ou « opérationnelles », c'est-à-dire les consommations intermédiaires directement affectables aux productions (approvisionnements pour les cultures et les élevages) et variant avec la dimension de l'activité, y compris à court terme (par opposition aux charges fixes ou « de structure », relativement indépendantes des quantités produites, du moins à court terme).*

*La notion de « **marge nette** » est plus floue, avec autant de définitions que d'usages… Une marge nette est généralement une marge brute diminuée de tout ou partie des autres charges. Ainsi, le résultat net comptable de l'exercice (solde comptable entre l'ensemble des produits et l'ensemble des charges, y compris opérations exceptionnelles) est parfois appelé « marge nette », notamment dans le ratio dit « de marge nette » (résultat net comptable de l'exercice / chiffre d'affaires) utilisé en analyse financière [COHEN., 1997]. Dans certains documents de comptabilité analytique du commerce de détail, on désigne par « **marge semi-nette** » d'un rayon, la marge commerciale diminuée des frais de personnel du rayon : l'observatoire utilise cette notion dans l'analyse des comptes des rayons des GMS (chapitre 3). En agriculture, la marge nette d'une production est la marge brute de cette production diminuée des charges fixes spécifiques à cette production (amortissement des bâtiments et matériel spécifiques, par exemple), calculée sur la base des prix de vente hors subvention, elle est souvent négative dans certaines productions (viande bovine, notamment).*

2.2. La décomposition du prix au détail des produits alimentaires en valeur de la matière première agricole et marges brutes

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

Sous réserve d'être très prudent dans l'interprétation (voir plus loin), cette décomposition des prix de détail révèle la <u>création successive de valeur par les différents opérateurs de la filière en aval de l'agriculture.</u>

Afin d'apprécier l'impact des évolutions conjoncturelles, des variations saisonnières ou de la volatilité des matières premières sur les prix au détail, l'observatoire suit les prix des produits avec une fréquence mensuelle (et même hebdomadaire pour les fruits et les légumes). Ceci implique que les indicateurs périodiques de marges brutes unitaires sont calculés non pas sur la base d'informations de type comptables (difficilement disponibles et analysables au mois le mois) mais via les prix d'achat et de vente, issus des systèmes d'observation décrits en 1.2. avec prise en compte de taux moyens de pertes ou de rendements issus de références disponibles.

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

P [détail] = MP [agriculture] + MB [industrie] + MB [détail]

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

Notons R le rapport entre quantités vendues (ou transformées) et quantités achetées (ou matière première) de chaque stade.

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

$$\frac{1}{R[\text{détail}]}$$

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

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

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

Le stade industrie doit donc produire une quantité égale à :

$$\frac{1}{R[\text{détail}]}$$

par unité de produit vendu au détail ;

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

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

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

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

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

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

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

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

MB [à un stade donné]
= *approvisionnements*
+ *services*
+ *salaires*
+ *frais financiers*
+ ...
+ *résultat net (bénéfice ou perte)*

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

Dans les travaux de l'observatoire, les rendements de transformation sont pris en compte pour l'estimation périodique des indicateurs de marges brutes unitaire dans l'industrie, composantes des prix au détail. Cette prise en compte nécessite des calculs relativement simples pour les industries de 1ère et 2ème transformation des viandes dont le travail s'apparente à un « démontage » de la carcasse ; les calculs sont plus complexes pour l'industrie laitière, qui élabore des produits de consommation en recombinant les différents constituants de la matière première.
En revanche, faute de disposer de données précises par produit sur les taux de pertes dans la distribution (pertes physiques en rayon ou dans les plates-formes), les indicateurs périodiques de marges brutes unitaires en GMS présentés dans le chapitre 3 sont calculés sans tenir compte de ces pertes, donc par simple différence entre prix de vente au consommateur et prix d'achat au fournisseur. Dans ce cas, il faut donc avoir à l'esprit que la marge brute ainsi calculée recouvre non seulement les diverses charges (approvisionnements, salaires, frais financiers…) mais aussi les pertes de marchandises.
En outre, les rayons boucherie des GMS mettent en vente des produits conditionnés en portion pour le consommateur (« barquettes ») dont l'élaboration finale a été assurée :

- soit par l'industriel fournisseur, ce type de produit est désigné sous le terme d'UVCI (unité de vente-consommateur industrielle), le commerçant a, pour ces produits, une seule fonction de négoce (achat et revente) ;

- soit par le distributeur, dans ses propres ateliers et laboratoires, à partir de pièces plus ou moins élaborées (par exemple : ½ carcasses, quartiers, découpe de muscles désossés…) : le commerçant assure alors, outre sa fonction de négoce, une activité de transformation. Les produits dont l'élaboration finale est ainsi assurée par la distribution sont désignés sous le terme d'UVCM (unité de vente-consommateur magasin).

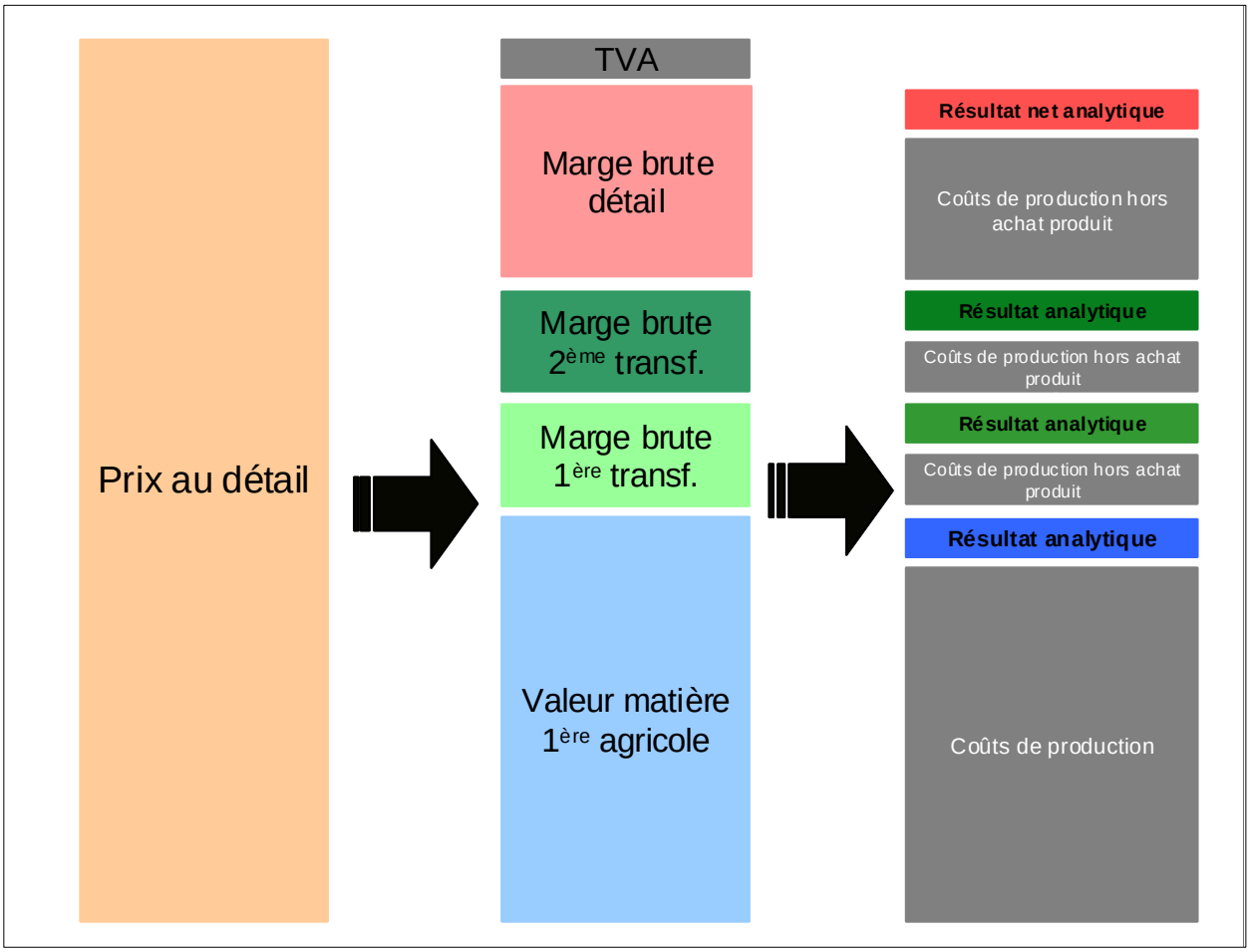
Dans ce dernier cas, le calcul de la marge brute unitaire des GMS doit tenir compte des rendements des opérations de transformation qu'elles assurent, ce qui n'a pas toujours été possible faute de données précises par produit : les indicateurs de marge brute unitaire de certains produits carnés en GMS présentés dans le chapitre 3 recouvrent alors, outre les charges, les pertes physiques liées aux rendement des opérations de découpe réalisées par le distributeur.

2.3. La décomposition du prix au détail des produits alimentaires en valeur de la matière première agricole et marges brutes

Ainsi, une fois calculées les marge brutes de transformation et de commercialisation, le stade suivant de l'analyse et **2ème étape** de l'observatoire est d'en analyser le contenu, en identifiant, à partir de données comptables, les **principales charges** couvertes par ces marges, et la « marge nette » de transformation ou de commercialisation qui en résulte, par différence entre la marge brute et les principaux coûts qu'elle doit ou devrait couvrir. Toutefois, si on reste sur des produits précis, cette approche analytique ne peut pas être conduite sans beaucoup d'approximations, 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.
Enfin, **3ème étape**, les principaux éléments du **coût de production agricole** doivent être mis en regard de la composante « valeur de la matière première agricole » du prix de détail. La différence entre le prix du produit agricole et son coût de production constitue la marge nette unitaire (par kg, litre…) à la production agricole de ce produit. Ce résultat est souvent négatif dans certaines productions (bovins viande, notamment), et cette situation est compensée par les subventions (ou « aides directes ») allouées aux agriculteurs dans le cas de la politique agricole commune. Le schéma ci-après résume la démarche :

Décomposition du prix au détail

Schéma 2



Remarques :

1) Le « résultat net » représenté sur ce schéma est la différence entre d'une part la recette unitaire issue du seul prix de vente (hors subventions) et d'autre part, les coûts unitaires. Ce résultat net peut s'avérer négatif (alors que pour des commodités de compréhension, il est représenté comme étant positif sur le schéma). C'est régulièrement le cas pour certains produits agricoles, où cette situation, qui ne saurait être viable, est alors compensée par l'existence de subventions publiques allouées aux producteurs agricoles dans le cadre de la politique agricole commune.

2) Les marges brutes peuvent bien être calculées produit par produit, en référence à un produit précis de grande consommation**.**

En revanche, il est pratiquement impossible de décomposer ces marges brutes par produit précis (par exemple : tomate ronde, lait UHT, côte de porc …), faute de pouvoir disposer et traiter les nombreux résultats de comptabilité analytique d'entreprises qui seraient alors nécessaires (et qui n'existent pas forcément à ce niveau de détail dans les entreprises concernées).
La partie droite du schéma 2 est ainsi assez théorique et vise simplement à illustrer la démarche de l'observatoire.
En pratique, l'analyse du contenu des marges brutes ne pourra être faite qu'en passant à une échelle moins fine que les produits précis, par exemple :

- **un secteur agroindustriel spécialisé dans une catégorie de produits (par exemple « fabrication de laits liquides et autres produits laitiers frais » ; « transformation et conservation des viande de boucherie, principalement bovines » ;**
- **un rayon de GMS : boucherie (« bœuf », veau, porc frais, cheval), charcuterie, volailles, fruits et légumes, produits laitiers…**

3. CONNAITRE LES COUTS AUX DIFFERENTS STADES

En matière de connaissance des coûts aux différents stades des filières, la principale carence de données disponibles se situe au niveau des rayons de la grande distribution.

3.1. Les coûts dans les secteurs de l'industrie

3.1.1. L'exploitation des comptes sectoriels statistiques de l'industrie

L'étude des comptes des industries agroalimentaires transformant les produits suivis par l'observatoire vise à identifier les coûts inclus dans les « marges » des industriels. Les produits actuellement suivis par l'observatoire sont répartis dans les secteurs industriels suivants définis par l'INSEE.

Tableau 5

	Code secteur	Intitulé secteur	
Filières viandes	10.11Z	Transformation et conservation de la viande de boucherie	Entreprises se livrant à l'abattage d'animaux de boucherie, à la préparation et à l'emballage de la viande de bœuf, porc, agneau, lapin, mouton,..etc. Les unités qui la composent ont donc pour finalité l'abattage de ces animaux et la production de viandes de boucherie fraîches, congelés ou surgelés, en carcasses et en morceaux.
	10.12Z	Transformation et conservation de la viande de volaille	Entreprises se livrant à l'abattage, à la préparation et à l'emballage de la viande de volailles des espèces suivantes exclusivement : poules, dindes, oies, pintades et canards.
	10.13A	Préparation industrielle de produits à base de viande	Entreprises qui ont pour finalité la production de préparation industrielle de produits frais, congelés ou surgelés, appertisés, de semi-conserves ou de conserves de tous type de viande (porc, bœuf…).
Filières produits laitiers	10.51A	Fabrication de lait liquide et produits frais	
	10.51B	Fabrication de beurre	
	10.51C	Fabrication de fromage	
	10.51D	Fabrication d'autres produits laitiers	

Pour ces secteurs, on dispose de comptes de résultats annuels sectoriels (de 2000 à 2009 au moment de la rédaction de ce rapport).

En filières viandes, les secteurs prédéfinis ne sont pas assez spécialisés pour correspondre aux produits suivis par l'observatoire. Pour les besoins de l'observatoire, le SSP a réalisé un traitement spécifique des données de base afin de constituer des « sous-secteurs » plus spécialisés, à hauteur d'au moins 66 % du chiffre d'affaires :

- Transformation et conservation de la viande bovine
- Transformation et conservation de la viande porcine
- Transformation et conservation de la viande de poulet et de dinde (la représentativité trop faible des entreprises fortement spécialisées en « dindes » d'une part et « poulets » d'autre part ne permet pas de les isoler)
- Préparation industrielle de produits à base de viande porcine (transformation de viandes de porc frais en produits de charcuterie)

En complément de ces données, dans certaines filières, d'autres sources de comptes d'entreprises ont été mobilisées (suivi de données d'entreprises par FranceAgriMer). Les comptes du secteur de la charcuterie industrielle sont appréhendés au travers du suivi réalisé par le cabinet ANDi.

NB : pour les filières récemment inscrites au programme de l'observatoire, il s'est avéré impossible d'extraire des entreprises spécialisées « viande ovine » du secteur 10.11Z ou « fabrication de fromages de lait de brebis » du secteur 10.51C, inexistantes ou trop peu nombreuses ou trop concentrées au regard des règles régissant le secret statistique.

3.2. Les coûts dans les rayons de la grande distribution

3.2.1. En l'absence de données statistiques adaptées, l'observatoire a mis en place un dispositif de recueil de l'information auprès des enseignes

A ce jour, les GMS (supermarchés et hypermarchés, hors maxidiscompte et hors supérettes) constituent le seul circuit de commercialisation au détail pris en compte par l'observatoire.
Dans la première phase des études menées par l'observatoire et retracées dans son rapport 2011, seules des indicateurs de marges brutes avaient pu être calculés au stade de la commercialisation des produits au détail. L'indicateur de marge brute par produit était calculé par différence entre et le prix de vente du produit au consommateur en GMS (données issues de panels consommateurs) et son prix à l'entrée de la grande distribution (prix de vente aux GMS par les industriels ou les grossistes)[7].
Dans la distribution, comme dans l'industrie, ces marges brutes recouvrent des coûts et, par différence, des « marges nettes » ou contributions (positives ou négatives) au bénéfice net de l'entreprise.
Or, la grande distribution étant par nature un secteur « multi-produits », les données comptables disponibles (comptes publiés des sociétés, comptes sectoriels statistiques du commerce), fondées sur la comptabilité générale et non analytique des entreprises, portent sur l'ensemble de leur activité sans distinctions entre l'alimentaire et le non-alimentaire, ni entre les différents rayons alimentaires, ni, a fortiori, entre les différents produits…
L'évaluation des coûts dans la distribution pour chaque filière de produits suivis par l'observatoire a donc nécessité la mise en place d'un dispositif spécifique et original de recueil de données annuelles auprès des enseignes.

3.2.1.1. Des données à l'échelle du rayon

Le rayon est l'unité la plus petite pour laquelle il s'est avéré possible de disposer d'évaluations de coûts et de marges nettes par activité, compte tenu des systèmes de comptabilité analytiques des enseignes.
Certains éléments permettant d'approcher une « marge nette » sont en effet suivis au niveau du rayon par les entreprises de la distribution :

- la marge brute par produit ou par famille de produits ;

[7] Les pertes en rayon ou liées à la découpe des viandes dans les ateliers des GMS étant sauf exception négligées dans cette approche faute de données précises, il ne s'agit que d'un « indicateur » de marge brute

- les charges spécifiques de chaque rayon, par exemple les frais de personnel spécialisé comme les bouchers pour le rayon boucherie.

Mais la plupart des postes de charges et plus particulièrement les charges communes, ne peuvent pas être directement mesurés à cette échelle et ne peuvent être ventilés ou réaffectés par rayon qu'au moyen de clés de répartition. Il s'agit par exemple : des charges en personnel de caisse, des charges financières, des loyers ou de la contribution attendue des magasins à la couverture de certaines charges du groupe dans le cas des enseignes intégrées (cf. Encadré 6).
Il était donc encore moins envisageable de viser des résultats produit par produit, au-delà de la marge brute.

3.2.1.2. Une approche qui s'est efforcée d'être homogène pour des enseignes présentant des modes d'organisation différents

Les têtes de réseau des 7 plus grosses enseignes d'hypermarchés et supermarchés, en termes de chiffre d'affaires, ont été interrogées, à savoir :

- Auchan
- Carrefour
- Casino
- Cora
- Leclerc
- Les Mousquetaires-Intermarché
- Système U

Pour des raisons évidentes de confidentialité sur des données stratégiques pour les entreprises, il n'était pas envisageable de diffuser des résultats par enseigne et il a donc été convenu de ne publier que des résultats moyens toutes enseignes confondues : marges brutes, marges nettes et coûts rapportés au chiffre d'affaires.
Ceci impliquait donc de définir pour toute les enseignes un périmètre homogène dans lequel appréhender les charges à ventiler par rayon, quel que soit le mode d'organisation de l'enseigne (cf.Encadré 6).
Ainsi, le périmètre considéré est celui de l'ensemble des magasins : il correspond à un ensemble d'entreprises (et donc autant de comptabilités) dans le cas des enseignes d'indépendants, et à un ensemble de centres de profits ne constituant qu'une partie de l'entreprise ou du groupe dans le cas des enseignes intégrées.

Le mode de recueil des données diffère selon le type d'enseigne :

- dans les enseignes intégrées, les données comptables par rayon qui nous ont été fournies sont issues de la comptabilité centralisée de la tête de réseau, les charges étant toutes assumées et suivies par la tête de réseau et ré-imputées aux points de vente et aux rayons ;
- dans les enseignes d'indépendants, chaque magasin étant une entreprise avec sa comptabilité propre, les données sont issues de comptabilités de magasins ; comme il était matériellement impossible de disposer et de traiter les comptabilités de tous les magasins de chaque réseau d'indépendant, l'approche a été réalisée sur la base d'un échantillon ;
- dans les enseignes d'indépendants à centrale d'achat de type grossiste, il était nécessaire de disposer en plus des comptes par rayon de la centrale, celle-ci assumant certaines charges (achats des marchandises, logistique…) qui, dans les autres modes d'organisation, sont supportées directement par les magasins ou par la tête de réseau.

Par ailleurs, le mode d'organisation de l'enseigne a également des conséquences importantes sur la nature et la signification de certains postes de charges :

- dans les enseignes intégrées, certaines charges locatives, financières ou d'amortissements imputées par la tête de réseau sur les points de vente (puis ventilées par rayon) retracent des flux contribuant aux résultats du groupe propriétaire de l'enseigne et à la rémunération de ses actionnaires ;
- dans les enseignes d'indépendants, des postes de charges spécifiques retracent les opérations réalisées par chaque magasin-entreprise avec la tête de réseau, par exemple : achats des marchandises à la centrale d'achat de type grossiste, cotisation au réseau ou au groupement d'achat.

Afin de travailler sur des informations les plus fiables et les plus comparables possibles, il a été demandé aux enseignes de se baser sur le compte de résultat annuel du groupe ou sur des comptes de résultat des magasins et d'en ventiler le montant de chaque poste entre les différents rayons, si besoin à l'aide de clés de répartition.

Dans un premier temps, un questionnaire élaboré conjointement avec la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD) a été adressé à chaque tête de réseau.
Dans un deuxième temps, des entretiens avec des responsables de chaque tête de réseau ont été conduits afin de mieux prendre en compte les modes d'organisation et les spécificités de chaque enseigne, de préciser ou modifier en conséquence certains éléments du questionnaire ou d'expliciter certaines des données fournies en réponse (notamment : clés de répartition, précision sur les flux retracés par certains postes de charges…).
De son côté, la FCD a mobilisé les services d'un cabinet comptable afin d'aider ses adhérents (Auchan, Carrefour, Casino, Cora et Système U) à répondre au questionnaire sur des bases comparables s'agissant notamment des clés de répartition de certaines charges, de la ventilation des postes comptables dans les agrégats du questionnaire, du périmètre des rayons…
Les résultats ont été communiqués directement par chaque enseigne à l'OFPM.

Encadré 6

Trois grandes formes d'organisation en réseau dans le commerce de détail

Trois formes d'organisation prédominent dans le commerce de détail : les réseaux intégrés, où la tête de réseau possède les points de vente en propre, les groupements d'indépendants et les réseaux de franchise.

Lorsque les points de vente appartiennent directement à l'entreprise tête de réseau ou à l'une de ses filiales, on parle de magasins succursalistes ou intégrés ; ces magasins sont juridiquement ou financièrement dépendants de la tête de réseau. Cette forme d'organisation totalise environ 50 % du chiffre d'affaires du secteur des grandes surfaces alimentaires. Exemples de réseau disposant de magasins intégrés : Casino, Carrefour

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 qui adhèrent à un groupement afin de bénéficier de conditions d'achats et de services. Pour au moins une partie de leurs achats de marchandises, ces points de vente recourent à une centrale d'achat, de type « coopérative » (les magasins détaillants se regroupent pour acheter les marchandises, exemple : E.Leclerc) ou « grossiste » (les magasins détaillants achètent les marchandises à la centrale, exemple : Les Mousquetaires-Intermarché).

Enfin, 10 % du chiffre d'affaires du secteur des grandes surfaces alimentaires est réalisé par des points de vente qui sont franchisés ; ils appartiennent à des entreprises indépendantes qui bénéficient notamment du savoir-faire et de l'enseigne du franchiseur (certaines enseignes de magasins intégrés développent par ailleurs un réseau de franchisés, notamment pour les magasins de petit format).

.

D'après *« Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce ».* Julien Fraichard, Corine Troïa. Insee Première N°1 140 - juin 2007

3.2.1.3. Périmètres des rayons et précisions sur le recueil des données

D'une enseigne à l'autre, le <u>périmètre d'un même rayon</u> peut être diffèrent. Un même produit ou une même famille de produits peuvent être rattachés à des rayons d'intitulés différents selon les enseignes, par exemple : les fleurs sont parfois intégrées au rayon des fruits et légumes, le jambon de volaille peut être affecté soit au rayon volailles, soit au rayon charcuterie. Sauf à rentrer très précisément dans les nomenclatures des rayons de chaque enseigne, voire même de chaque magasin, il est impossible de cadrer les périmètres de chaque rayon.

<u>Les ventes</u> prises en compte sont celles réalisées par les magasins supermarchés et hypermarchés de l'enseigne, hors franchisés. Les informations relatives aux ventes sont enregistrées au niveau des caisses des magasins. Dans les enseignes intégrées, ces informations remontent aux services centraux de la tête de réseau. Dans les enseignes d'indépendants, ces informations, détenues par chaque magasin-entreprise, ne sont pas systématiquement fournies - du moins de façon détaillée - à la structure gérant le groupement. Ces enseignes ont donc fourni à l'observatoire des données de ventes par rayon issues d'un échantillon représentatif de magasins de l'enseigne.

<u>Les achats de marchandises</u> sont mesurés au niveau où ils sont effectivement réalisés : centrale d'achat ou magasins. Dans les enseignes intégrées, tous les achats sont réalisés par les centrales d'achats et les montants sont donc enregistrés par les services centraux.
Dans les enseignes d'indépendants, une partie des achats peut être réalisée par le groupement de magasins (mode coopérative) ou par une centrale d'achat de type grossiste, l'information sur ces achats

peut alors être connue de façon centralisée. Mais les magasins des enseignes d'indépendants s'approvisionnent aussi de façon directe auprès d'autres fournisseurs. Les données relatives à ces achats ne sont alors, en général, pas connues des services centraux du groupement. Ces enseignes ont donc fourni à l'observatoire des données issues des comptes de résultat retraités de l'échantillon de magasins pour lesquelles elles disposaient des données de ventes par rayon et d'un certain nombre d'autres informations (achats par rayon, chiffre d'affaires par rayon, surface des rayons dans le magasin, etc. …). Les données relatives à ce panel ont ensuite été extrapolées afin de représenter l'ensemble des magasins de l'enseigne.

Les autres charges des rayons sont appréhendées de façons différentes selon les cas.
Dans le cas des enseignes d'indépendants, les charges sont considérées au niveau des magasins. Chaque magasin est en effet une entreprise indépendante qui assume ses charges vis-à-vis de ses tiers (fournisseurs, impôts, etc. …). Les charges afférentes aux services communs de l'enseigne sont identifiées dans les comptes de résultat des magasins dans une ligne spécifique (par exemple cotisations au groupement). La base d'informations est alors les comptes de résultat d'un échantillon représentatif de magasins.
Dans le cas de réseau de magasins indépendants utilisant une centrale d'achat fonctionnant avec eux comme un grossiste, les charges de la centrale sont prises en compte. Ces enseignes ont fourni deux comptes de résultat ventilés par rayon : un, consolidé pour les magasins et un pour la centrale d'achat.
Dans le cas d'enseignes intégrées, les montants de charges par rayon qui ont été pris en compte sont tous ceux que l'enseigne impute aux magasins. Il s'agit de charges directement liées à l'activité des rayons (personnel, approvisionnements, …), de la contribution à la couverture des coûts des services communs utilisés par les magasins (coûts de centrales d'achats, d'entrepôts, de logistique, des services administratifs centraux) ainsi que de l'imputation, au niveau des magasins et des rayons, d'objectifs de contribution aux résultats du groupe et à la rémunération des propriétaires du capital. C'est la direction financière centrale des ces enseignes qui réalise les opérations de réaffectation des charges aux différents rayons et les détails des calculs ne sont pas toujours connus des magasins et de leurs gestionnaires.

3.2.1.4. Les clés de répartition des charges et produits communs entre les rayons

Outre les achats et les ventes de produits permettant de calculer la marge commerciale, un certain nombre de charges peuvent être relativement facilement imputées à chaque rayon. Il s'agit notamment des charges spécifiques des rayons : frais de personnel dédié au rayon, fournitures et services spécifiques (emballages, outillage spécialisé de certains rayons, amortissement des matériels dédiés, etc.)
Mais, en réalité, de nombreuses charges sont des charges communes au magasin ou à l'enseigne, et elles doivent donc être réaffectées aux rayons à l'aide de clés de répartition.
La répartition au prorata du chiffre d'affaires du rayon, si elle est facile à mettre en œuvre, faute de mieux, s'avère assez grossière et souvent sans rapport avec la réalité. Par exemple, répartir les charges d'électricité au prorata du chiffre d'affaires du rayon reviendrait à considérer qu'il faut autant d'énergie pour les rayons tempérés comme l'habillement que pour les rayons réfrigérés ou surgelés.
La plupart des enseignes a donc proposé des clés de répartitions plus fines. Ainsi, par exemple, certaines enseignes ont-elles affecté les frais d'entretien du magasin au prorata de la surface de vente et des réserves de chaque rayon, les frais de personnel de caisse ont généralement été répartis en fonction du nombre d'articles passés en caisse.
Il a été demandé aux enseignes de documenter les clés de répartition qu'elles ont adoptées.

3.2.1.5. Les calculs réalisés par l'OFPM

Les données de base fournies par les enseignes ont été traitées afin d'obtenir des résultats comparables. En particulier, le mode de calcul des différents soldes par rayon a été homogénéisé (cf. Tableau 6).

Certaines enseignes (indépendants) ayant fourni des données d'échantillon, donc non exhaustives, il était indispensable d'extrapoler leurs résultats pour les intégrer dans les calculs de moyennes toutes enseignes. Faute de données suffisantes pour appliquer des méthodes plus élaborées (type « calage sur marges »), chaque donnée issue d'échantillon, relative à un rayon donné, a été pondérée par le rapport du chiffre d'affaires total de ce rayon dans les hypermarchés et supermarchés de l'enseigne au chiffre d'affaires de ce rayon dans les hypermarchés et supermarchés de l'échantillon.

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

$$\text{Marge brute moyenne du rayon produits laitiers (en \% du CA du rayon)}$$

$$= \frac{\sum \text{marges brutes des rayons produits laitiers de toutes les enseignes}}{\sum \text{chiffres d'affaires des rayons produits laitiers de toutes les enseigne}}$$

Nomenclature des résultats moyens des rayons des enseignes de la grande distribution

Tableau 6

Coût d'achat du rayon	= - + + - -	Achat des marchandises par les magasins y compris achats non vendus (démarques, …) Variation de stocks de marchandises Coûts logistiques entre centrale et point de vente Frais de centrale sur achats Produits de coopération commerciale Remises, Ristournes
Chiffre d'affaires du rayon		*Mesuré à partir des enregistrements en caisse*
Marge brute du rayon	=	Chiffre d'affaires – Coût d'achat
Frais de personnel spécifique du rayon, intérimaires compris	= + +	Salaires et charges sociales Intéressement Participation des salariés *A l'échelle du magasin, les frais de personnels des rayons étudiés représentent entre 20 et 25% du total des frais de personnel du magasin. Les autres rayons 30 à 35% et les services communs autour de 45%*
Marges semi-nette	=	Marge brute – Frais de personnels du rayon
Approvisionnements stockables pour le rayon		Consommables, emballages pour le rayon
Eau, gaz, électricité pour le rayon		
Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon		
Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon		
« Frais généraux » (*)		*Liés aux magasins : loyers, personnel commun (direction, caisses, administration, réception), amortissements, entretien, commissions sur cartes bancaires* *Liés à la tête de réseau : cotisations au groupement (enseignes d'indépendants), charges des services centraux imputés aux magasins (enseignes intégrées) : personnels des services centraux, charges liées au fonctionnement du siège et des services centraux, informatique, publicité.*
Frais financiers		*Indépendants : fais financiers des comptes de résultat des magasins.* *Intégrés : contribution des magasins aux frais financiers du groupe et à la rémunération des capitaux investis par le groupe dans les magasins*
Impôts sur les sociétés		*Indépendants : IS acquitté par les magasins* *Intégrés : contribution des magasins à l'IS du groupe* *NB : par convention, la charge en IS des rayons déficitaires a été mise à zéro.*

(*) La notion de frais généraux n'est pas définie par le plan comptable [CASIMIR, 1996], elle regroupe ici des charges similaires mais relevant de postes différents selon le mode d'organisation des enseignes (par exemple les salaires et autre frais du siège imputés aux magasins dans une enseigne intégrée, la contribution des magasins au fonctionnement de la tête de réseau dans un réseau d'indépendants), ainsi que certaines charges de magasins communes à l'ensemble des rayons et appréhendées de façon agrégées dans certaines enseignes (frais de personnel de caisse non distingués de l'ensemble des autres « frais généraux », par exemple).

La présentation et l'analyse des résultats de chaque rayon figurent dans la partie 5. de chacune des sections par filière du chapitre 3.

3.1.2.6. Marges brutes sur les produits calculées à partir de différences de prix et marges brutes par rayon communiquées par les enseignes

Lorsque les premiers résultats par rayon ont été présentés, des rapprochements ont été faits avec les indicateurs de marges brutes calculés par différence de prix sur les produits (prix consommateurs issus en général des panels Kantar et prix de cession des produits par l'industrie à la grande distribution) et présentées dans les parties 3 des sections par filières du chapitre 3.
Selon les produits, des écarts plus ou moins importants ont été constatés entre les deux approches.
Plusieurs éléments interviennent dans l'explication de ces écarts :

- par différence de prix, on calcule un indicateur de marge brute sur un produit ou un panier de produit qui ne représente pas la totalité du rayon pour lequel les enseignes ont transmis leur marge brute. Il faudrait disposer de cet indicateur pour tous les produits du rayon ainsi que leur poids dans le rayon pour avoir des données plus comparables ;
- comme le montre le tableau 6, la marge brute par rayon issue des comptes des enseignes intègre des postes qui ne sont pas pris en compte dans l'approche par différence de prix : coûts logistiques entre plateformes et magasins (qui diminuent la marge brute du distributeur) et, pour certaines filières (lorsque les prix fournisseurs utilisés ne sont pas « 3 fois nets »), la coopération commerciale, les remises et les ristournes (qui augmentent la marge brute du distributeur). Un travail est actuellement en cours avec les enseignes pour affiner les données dont nous disposons mais des « fourchettes » peuvent d'ores et déjà être données :
    - les coûts logistiques représentent entre 2 et 4% du chiffre d'affaires hors TVA sauf en fruits et légumes où ils sont d'environ 5%,
    - les casse et démarques s'élèvent de 1% à 3% du chiffre d'affaires des produits en libre service, elle atteint jusqu'à 4 à 7% sur la viande et 5% en fruits et légumes,
    - le taux de marge brute des centrale d'achats est compris entre 5 et 10% ;
- les indicateurs de marge brute calculés sur la base des différences de prix n'intègrent pas encore, sauf exception, les pertes physiques en rayon (démarques, casse, etc.) : l'estimation de la marge brute des GMS en est donc majorée ;
- le modèle de marge brute développé par l'observatoire pour la viande bovine (suivi de la carcasse entière de l'abattoir au rayon boucherie des GMS) ne prend pas en compte, faute de données disponibles, les rendements de dernière découpe en GMS, affectant la transformation en UVCM des pièces de viande achetées en PAD aux industriels : l'estimation de la marge brute des GMS s'en trouve également majorée ;
- le modèle de marge brute développé par l'observatoire pour la viande de porc frais (suivi des produits issus de la longe) correspond à un approvisionnement des magasins réalisé uniquement sous forme de longes, qui doivent donc être découpées dans les laboratoires des distributeurs pour élaborer des UVCM de côtes, rôtis et filets de porc. Une partie de la marge brute du distributeur doit donc nécessairement couvrir les coûts afférents à cette dernière transformation. L'estimation de la marge brute des magasins à partir de ce modèle s'en trouve majorée car une part importante de l'approvisionnement des GMS en porc frais auprès des industriels se fait en réalité sous forme d'UVCI. Dans ce mode d'approvisionnement des GMS, la dernière transformation (découpe et conditionnement des pièces de longes en côtes, rôtis et filets de porc) est assurée par l'industriel dont la marge brute doit donc couvrir les coûts afférents ;
- enfin, les données communiquées par les enseignes portent sur un champ dans lequel le format hypermarchés est surreprésenté, tandis que les indicateurs de marge brute calculés sur la base des différences de prix portent sur un champ dans lequel les supermarchés, où les marges brutes peuvent être plus élevées, sont mieux représentés

3.1.3. Analyse des comptes du commerce publiés par l'INSEE

Ces comptes sont élaborés à partir des résultats de l'enquête ESANE publiée par l'INSEE. Cette enquête associe des données issues de déclarations annuelles fiscales et sociales des entreprises.
L'enquête ESANE remplace la précédente enquête EAE à partir de l'exercice 2008.
Pour l'année 2008, l'INSEE a publié les données au niveau « groupe » alors que le niveau utilisé par l'observatoire est plus fin. Il n'a donc pas été possible d'exploiter les données 2008.

Par ailleurs, le changement de dispositif génère des ruptures de série dans les résultats produits. En effet, d'une part, le questionnaire des enquêtes du dispositif ESANE a été revu, ce qui a pu induire certaines modifications du comportement de réponse des entreprises. D'autre part, la révision de la nomenclature selon les activités principales a modifié le classement d'un certain nombre d'entreprises dans les secteurs, modifiant ainsi le périmètre de recueil des données.
Les données de 2007 et des années précédentes, issues de l'enquête EAE, ne sont donc pas comparables aux données 2009, issues du dispositif ESANE.

Pour la réalisation du tableau ci-après, ont été extraites les données du secteur : « commerce de détail à prédominance alimentaire en magasin non spécialisé » qui regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits alimentaires sans qu'aucune de ces huit gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.
Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

- fruits et légumes frais ;
- viandes et produits à base de viande ;
- produits laitiers ;
- tabac et cigarettes ;
- épicerie et divers ;
- poissons, crustacés et mollusques ;
- boissons ;
- pain, pâtisserie et confiserie.

Ces unités se ventilent en :

- grandes surfaces (au moins 400 m2) :
  - hypermarchés (NAF 47.11F) : au moins 2 500 m^2 ;
  - magasins multi-commerces (NAF 47.11E) : de 400 à 2 500 m^2, réalisant entre 1/3 et 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
  - supermarchés (NAF 47.11D) : de 400 à 2 500 m^2, réalisant plus de 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;

(source : INSEE)

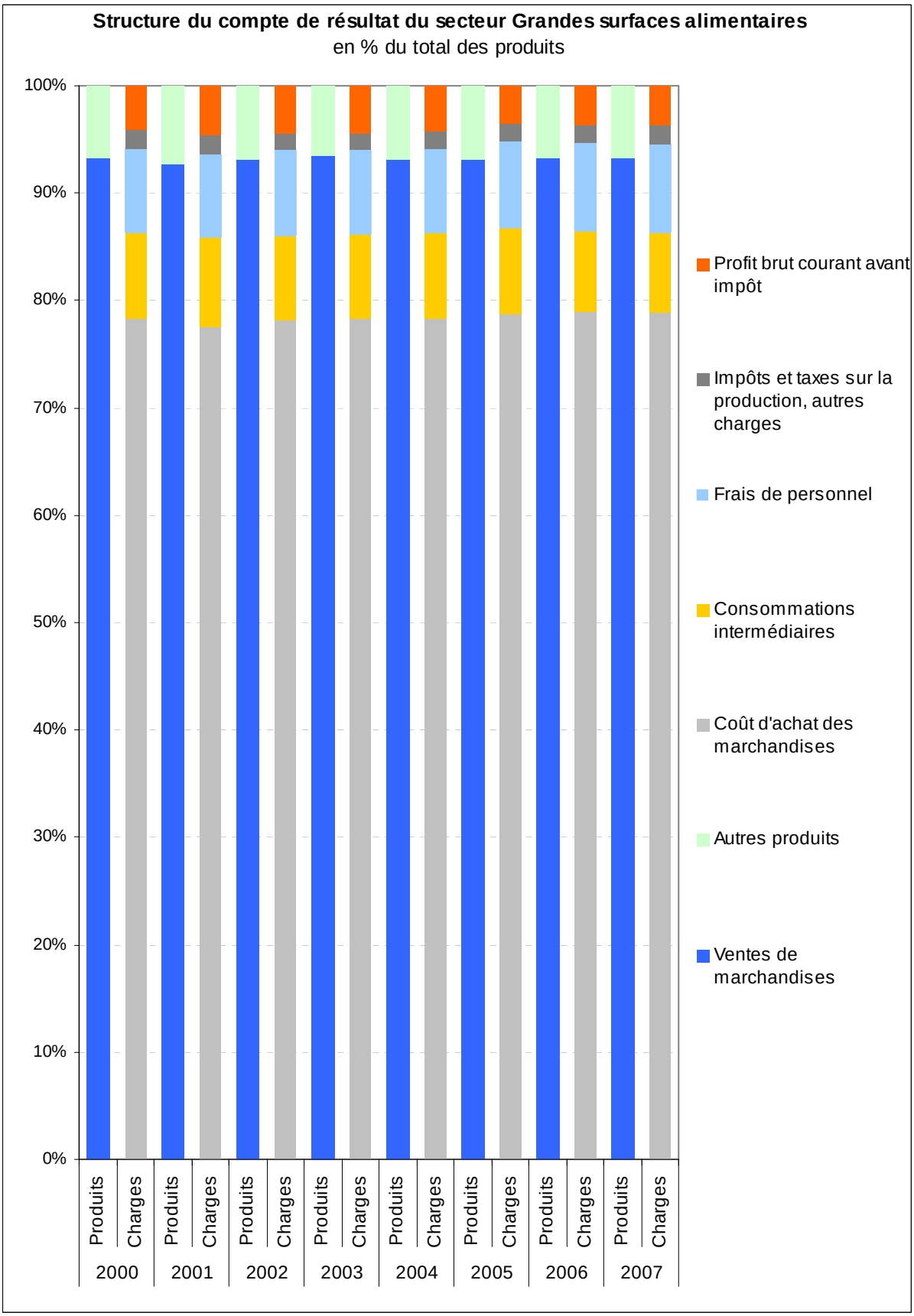
Quelques ratios sur la grande distribution à dominante alimentaire

Tableau 7

Année	Chiffre d'affaires (base 100 en 1996)	Marge commerciale (% du chiffre d'affaires)	Résultat courant avant impôts (% du chiffre d'affaires)	Résultat net (% du chiffre d'affaires)
1996	100,00	16,2%	2,07%	1,30%
1997	105,46	16,2%	2,25%	2,32%
1998	109,39	15,9%	2,16%	1,19%
1999	113,83	15,6%	2,41%	1,23%
2000	122,00	14,1%	2,74%	1,66%
2001	130,73	14,2%	3,28%	2,13%
2002	138,46	13,5%	3,12%	1,87%
2003	145,10	13,3%	3,50%	2,19%
2004	147,07	13,3%	2,91%	1,78%
2005	149,37	12,4%	2,72%	1,64%
2006	151,58	12,9%	2,29%	1,23%
2007	153,45	12,9%	2,13%	1,30%
Rupture de série				
2009		18,5%	1,42%	0,46%

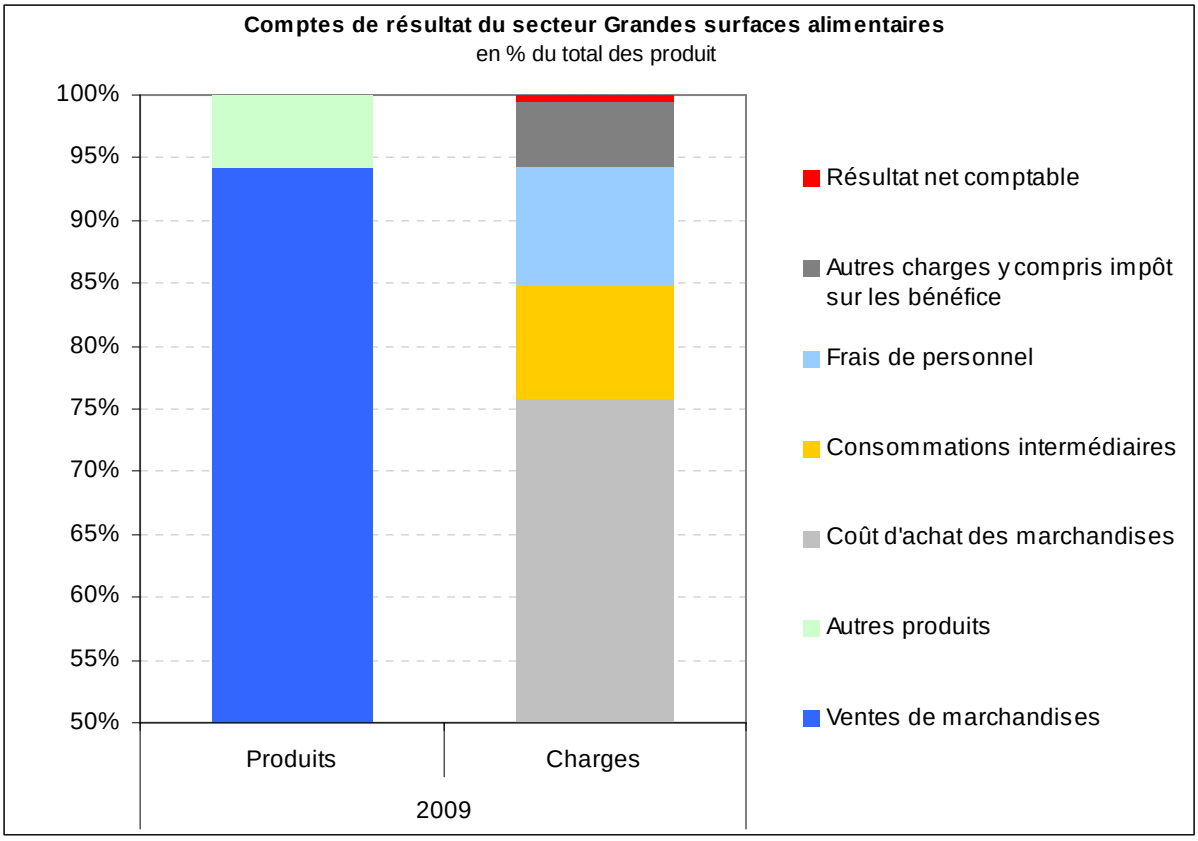
Source : INSEE, ESANE, comptes du commerce

Graphique 2


Structure du compte de résultat du secteur Grandes surfaces alimentaires
en % du total des produits
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
Produits
Charges
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
Profit brut courant avant impôt
Impôts et taxes sur la production, autres charges
Frais de personnel
Consommations intermédiaires
Coût d'achat des marchandises
Autres produits
Ventes de marchandises

Graphique 3

Attention, pour permettre la représentation des postes de faible importance relative, l'origine de l'axe vertical est à 50% du total



Sources : Comptes des secteurs du commerce de détail, à prix courants (INSEE)

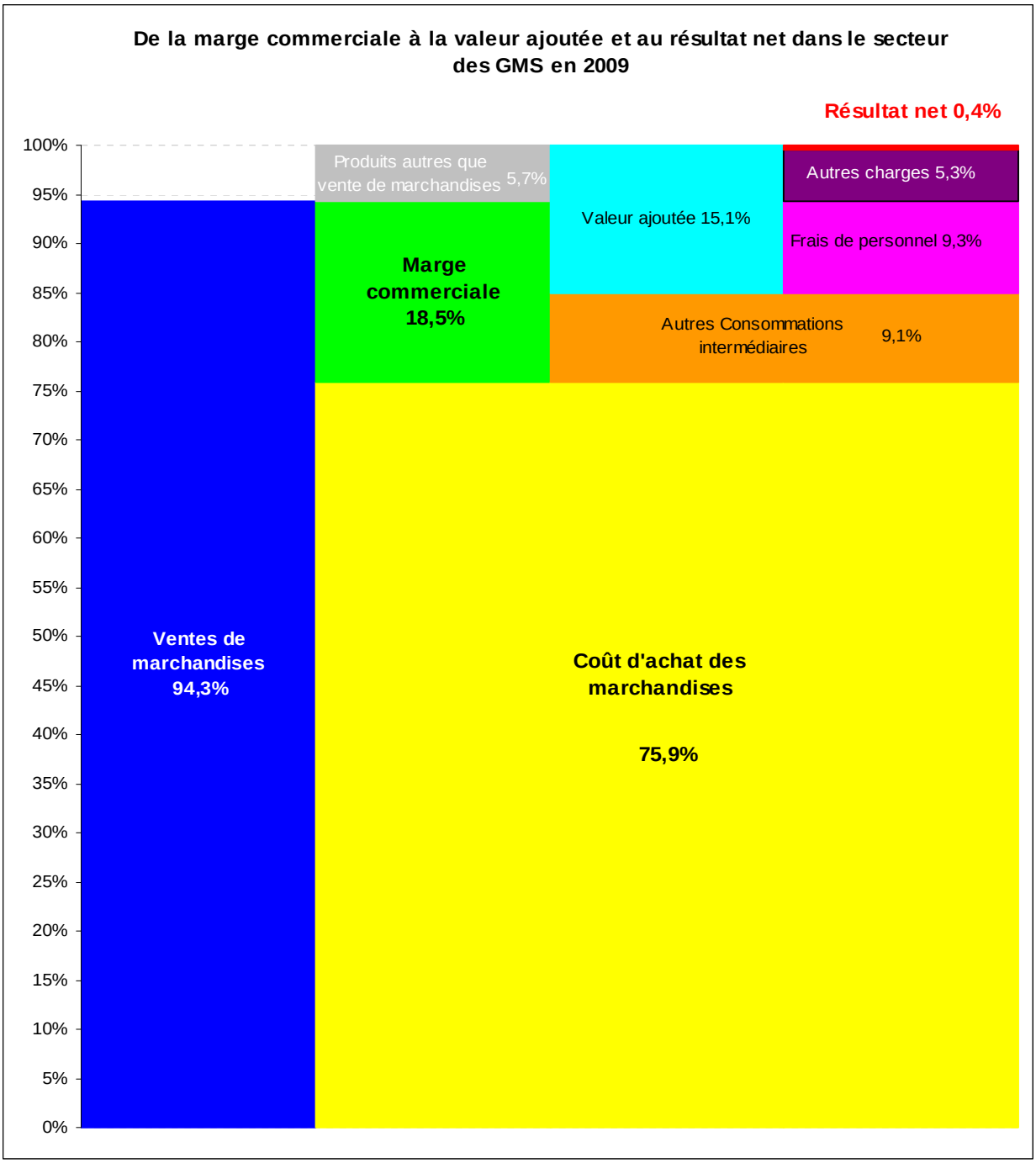
Parts de marché en produits alimentaires (hors tabac) des différents formats de magasins de grandes surfaces d'alimentation générale

Tableau 8

	Grandes surfaces d'alimentation générale				
Année	Ensemble grandes surfaces d'alimentation générale	Magasins populaires	GMS		
			Ensemble GMS	Supermarchés	Hypermarchés
2001	67,7%	1,4%	66,3%	31,5%	34,8%
2001	68,0%	1,5%	66,5%	31,7%	34,8%
2002	68,2%	1,2%	67,0%	33,1%	33,9%
2003	68,3%	1,2%	67,1%	33,0%	34,1%
2004	67,9%	1,3%	66,6%	33,3%	33,3%
2005	67,4%	1,4%	66,1%	33,0%	33,1%
2006	67,3%	1,4%	66,0%	33,0%	33,0%
2007	37,3%	1,5%	65,8%	33,0%	32,8%
2008	66,9%	1,3%	65,6%	29,9%	35 ,7%
2009 (s.d.)	67,2%	1,2%	66,0%	30,2%	35,8%
2010 (p.)	66,6%	1,3%	65,3%	29,7%	35,6%

Source : La situation du commerce en 2010 - Rapport établi pour la Commission des Comptes du commerce de la Nation (INSEE)

Graphique 4



Source : Comptes des secteurs du commerce de détail à prix courants (INSEE)

Le résultat net comptable représente 0,45 % du total des produits du secteur en 2009. Les ventes de marchandises constituent plus de 94% des produits. Les autres produits du secteurs sont d'une part la production de biens et services (produits provenant d'autres activités que strictement commerciales) à hauteur de 4% environ et d'autre part les autres produits d'exploitation et financiers pour 1% environ. Concernant les charges, elles sont constituées à plus des trois-quarts par les achats de marchandises. La marge commerciale, définie par les ventes moins les achats de marchandises représente 18,5% du total des produits, 19,6% des ventes (taux de « marque ») et 24,4% des achats de marchandises (taux de marge). Le graphique ci-dessus illustre la formation du résultat à partir de l'activité commerciale. La marge commerciale, complétée des produits autres que commerciaux, couvre les consommations intermédiaires (fournitures, énergie, services extérieurs divers) et les frais de personnel (dans des proportions proches) ainsi que les autres charges financières et d'exploitation dont les impôts et taxes sur les produits, l'impôt sur les sociétés et la participation versée aux salariés. Le solde constitue le résultat net comptable.
Le graphique illustre également la relation entre marge commerciale et valeur ajoutée :

Marge commerciale + produits autres que ventes de marchandises
= Valeur ajoutée + consommations intermédiaires autres qu'achats de marchandises

3.3. L'estimation des coûts de production agricoles

L'étude des coûts de production agricole est un objectif assigné à l'observatoire par la LMAP (article L691.1 du code rural), en quelque sorte par symétrie avec l'approche des coûts de la transformation industrielle et des coûts du commerce, indispensable pour expliquer les niveaux et les variations des marges brutes dans ces secteurs.
Pour autant, la notion de coût de production (au sens du terme plus ancien de « prix de revient », à comparer au prix de vente) en agriculture ne va pas de soi, comme le signalaient déjà les spécialistes du sujet il y a plus de 30 ans :

« La notion comptable de prix de revient est à l'origine de certaines méthodes (…) inspirées par le souci d'une transposition à l'entreprise agricole des techniques analytiques de l'industrie. Mais cette transposition s'est heurtée à un certain nombre de difficultés spécifiques : multiplicité et interdépendance des productions agricoles (sur une même exploitation), (…), il en est résulté un certain arbitraire dans le choix des conventions proposées pour résoudre le difficile problème de l'imputation des coûts aux diverses activités » [CORDONNIER P. et al, 1977].

Par ailleurs, il découle du caractère généralement familial des exploitations agricoles qu'une partie des facteurs de production (travail, capital, foncier) est auto-fournie par les exploitants et non acquise sur les marchés de ces facteurs, leur utilisation ne donne donc pas lieu à enregistrement comptable parmi les charges réelles.
Si l'on opte pour une définition extensive du coût de production, incluant le coût des facteurs auto-fournis (charges dites « supplétives » ou « calculées », par opposition à « réelles »)[8], la question se pose de leur évaluation, avec, là aussi, inévitablement, *« un certain arbitraire dans le choix des conventions proposées ».*

Pour évaluer les coûts de production agricoles, l'observatoire a disposé de trois types de méthodes.

3.3.1. Calcul de coûts moyens nationaux à partir de la base de données comptable du RICA

Les coûts de production sont estimés à partir des données du réseau d'information comptable agricole (RICA). Le RICA recueille des données comptables et technico-économiques détaillées auprès d'un échantillon d'exploitations agricoles, qui s'élève, pour l'année 2010 et sur la métropole, à 7 449 exploitations. Le champ couvert par cette enquête est celui des exploitations dont la production brute standard est supérieure à 25 000 euros (application des règles de la typologie des exploitations agricoles modifiées par le règlement (CE) n°1242/2008 de la Commission), soit 312 182 exploitations. Ces exploitations assurent plus de 95 % du potentiel productif de l'agriculture.
La méthode d'estimation de coûts de production utilisant les données du RICA est la suivante : les coûts de production moyens nationaux par produit sont estimés à partir des données comptables des exploitations agricoles fortement spécialisées dans ce produit : on évacue alors la difficulté de répartir les charges communes entre les différentes productions de l'exploitation et le coût de production est constitué par le montant des charges rapporté à la quantité produite.

Le Tableau 9 présente la répartition par orientation technico-économique des exploitations (otex) de la production agricole des filières étudiées dans ce rapport. Chaque otex regroupe les exploitations agricoles en fonction de leur(s) production(s) dominante(s) en termes de contribution à leur production brute standard. Pour les besoins de l'observatoire, des sous-ensembles d'exploitations ont été constituées par le SSP en retenant des exploitations très fortement spécialisées, afin d'estimer au mieux des niveaux et structures de charges spécifiques d'une production.

[8] Bien que rien ne soit standardisé en la matière, il est parfois d'usage de parler de « coût de production » lorsqu'on ne prend en compte que les charges réelles comptables et de « prix de revient » lorsqu'on y ajoute les charges supplétives.

Répartition des productions agricoles des filières étudiées selon les orientations technico-économiques des exploitations en 2010

En % du produit brut total toutes otex du produit agricole considéré

Tableau 9

Orientation technico-économique de l'exploitation	Produits agricoles							
	Fruits	Légumes (1)	Lait de vache	Bovins	Porcins	Volailles	Ovins	Lait de brebis
	%	%	%	%	%	%	%	%
Céréales et oléoprotéagineux	0,5	2,5	0,1	2,7	0,2	1,0	1,7	0,0
Cultures générales	0,2	**29,7**	0,3	2,1	0,3	0,6	1,5	0,0
Maraîchage	0,2	**46,6**	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Fleurs et horticulture diverses	0,4	8,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Viticulture	1,5	0,4	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0
Fruits et autres cultures permanentes	**83,0**	1,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0
Bovins lait	0,4	1,0	**64,1**	**20,8**	0,3	0,3	1,4	0,0
Bovins viande	0,2	0,2	0,0	**35,8**	0,1	0,3	5,6	0,1
Bovins mixte	0,1	0,0	9,1	10,2	0,1	0,1	4,5	0,0
Ovins et autres herbivores	0,2	0,1	0,6	3,3	0,1	0,0	**75,6**	**99,6**
Porcins	0,0	0,2	0,8	0,6	**79,9**	0,1	0,2	0,0
Volailles	0,7	0,5	2,1	2,1	0,2	**74,8**	0,5	0,0
Granivores mixtes	0,0	0,3	3,8	3,5	**12,8**	**11,4**	0,6	0,0
Polyculture, polyélevage	**12,7**	9,1	**19,1**	**18,6**	6,0	**11,1**	**8,1**	0,4
Ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

(1) : y compris légumes de plein champ en assolement de grandes cultures

Champ : exploitations agricoles de la métropole dont la taille est "moyenne" ou "grande" (production brute standard supérieure ou égale à 25 000 euros).

Source : SSP (RICA)

Avertissement

Le RICA, enquête réalisée dans l'ensemble des États membres de l'Union européenne, suit des règles communes à l'ensemble des pays. « Jusqu'en 2009, la classification des exploitations était réalisée à l'aide de coefficients de marge brute standard (MBS)[9] ». A partir de 2010, la production brute standard (PBS) permet de classer les exploitations, les réaffectant de manière différente dans les otefdd (anciennement otex).

Cette réaffectation a eu pour conséquence une rupture dans les séries présentées dans le RICA. Les données produites avant et après 2010, issues d'échantillons non-constants, n'étant plus comparables, le SSP a réalisé un travail de calcul des séries selon les nouvelles typologies. Parallèlement à ce travail, le calcul de certaines variables de charges a été modifié.
En effet, avant 2009, une réévaluation des actifs immobilisés acquis à des époques différentes était réalisée, afin de minimiser les différences de taux d'inflation au sein de l'Union Européenne. « Cette procédure est abandonnée au niveau communautaire. Les résultats du RICA français sont donc désormais calculés sans appliquer cette réévaluation des bilans. La conséquence de cette réforme se traduit en 2010 par une diminution de 17 000 euros en moyenne de l'actif immobilisé. Le total de l'actif, la situation nette et le total du passif sont diminués d'autant. Cette réforme implique aussi la diminution de la valeur des dotations aux amortissements, les soldes intermédiaires de gestion qui en dépendent, le résultat de l'exercice et le résultat courant avant impôts (RCAI), sont donc augmentés d'autant, 3 500 euros en moyenne sur les années 2007 à 2009 »[10].
Enfin, l'univers et les poids d'extrapolation sont modifiés régulièrement afin de faire face à l'évolution de la structure générale des exploitations (diminution du nombre d'exploitations, etc.).

9 Source : Agreste, *Chiffres et Données - Série Agriculture n°216* , février 2012, Méthodologie (http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/methodologie216c.pdf).
10 Source : Agreste, *Chiffres et Données - Série Agriculture n°216* , février 2012, Avertissement (http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/avertissement216c.pdf)

3.3.2. Calcul des coûts de production sur la base de données recueillies dans des exploitations-types

Ces approches, conduites par les instituts techniques professionnels, combinent le traitement de données issues d'échantillon d'exploitations agricoles typiques des différents systèmes de production (réseaux d'élevages bovins et ovins lait et viande, groupe technique porcs, exploitations de référence des observatoires fruitier et maraîcher).

Les caractéristiques générales et communes de ces approches sont :

- la répartition des exploitations suivies entre différents groupes typologiques (par exemple, en production laitière : élevages de plaine, élevages de montagne…) ; on ne vise pas le calcul de coûts de production moyens nationaux représentatifs de la ferme France (approche précédente), mais une certaine représentation de la diversité des coûts, en niveau et en structure, en fonction des systèmes techniques ;

- la répartition, entre les différents produits, des charges communes à plusieurs produits au moyen de coefficients d'affectation préétablis ;

- l'introduction de « charges supplétives », évaluant sur des bases standard la rémunération des facteurs travail, capital et foncier apportés par les exploitants : les difficultés rencontrées dans cette approche sont mentionnées plus bas, cf. 3.2.4.

Dans certains cas, le coût de l'alimentation du bétail produite sur l'exploitation à partir de surfaces céréalières récoltées en grain ou en ensilage (maïs) est évalué, non pas à partir des charges de culture, mais sur la base du prix de marché de la céréale concernée. Cette approche pose néanmoins certaines difficultés (cf. 3.2.4.).

3.3.3. Modélisation des coûts en élevage avicole

Cette troisième approche est adaptée aux élevages avicoles intégrés dans lesquels les coûts de production du produit agricole (volailles en vif) sont supportés pour partie par l'exploitant agricole (travail, bâtiments), pour partie par l'intégrateur (alimentation du bétail, poussins…), et ne peuvent donc être approchés par la seule comptabilité de l'exploitation agricole.
Les coûts de production sont donc modélisés sur la base de paramètres techniques d'utilisation des différents intrants (formulation d'aliment du bétail, performances d'élevage…) associés aux prix de ces intrants.

3.3.4. Remarques sur les charges « supplétives » et l'évaluation au prix de marché de l'alimentation autoproduite.

L'introduction de charges calculées pour la rémunération de la main-d'œuvre familiale et des capitaux personnels permet d'une part, de faciliter les comparaisons entre exploitations indépendamment de leur mode de faire-valoir du sol (propriétaires, fermiers) et de l'origine de leurs capitaux (capital personnel), d'autre part, de situer le prix de marché du produit en regard d'un « prix de revient » calculé en intégrant un niveau standard de rémunération souhaitable de la main-d'œuvre familial et de ses capitaux personnels.
Le premier objectif (comparaison inter-exploitations) requiert que les standards de rémunération retenus soient homogènes, ce qui n'est pas le cas à ce stade des travaux de l'observatoire : la norme retenue étant, selon les études, de 1,5 SMIC (dans l'évaluation des coûts de production du lait, des fruits et légumes, des porcs et des ovins) ou 2 SMIC par unité de travail annuel familial (cas de l'évaluation des coûts de production des bovins viande et des volailles de chair).
L'évaluation aux prix du marché des aliments du bétail produits par l'exploitation majore fortement les estimations de coûts de production dans cette période de hausse des cours des céréales, masque en partie le degré d'autonomie du système d'alimentation des animaux (notamment pour les élevages bovins viande allaitants) et peut en outre induire des doubles comptes : si la production d'aliments à partir des surfaces de l'exploitation est évaluée à un prix de marché, la totalité des charges intervenant dans la production de ces aliments (engrais, semences, mais aussi quote-part des charge communes) matériel, doit être exclue du coût de production des animaux.

3.3.5. Remarques sur les aides

L'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges permet par la comparaison des coûts de production agricoles et du prix, une évaluation du niveau de revenus des producteurs, constitué du bénéfice de l'activité agricole ainsi que des aides payées à l'exploitation agricole. Celles-ci ont donc été intégrées à l'analyse.
Les aides financières octroyées aux exploitations agricoles sont de deux natures :

- les aides couplées dont le versement est conditionné à la réalisation d'une production. Le secteur ovin est notamment concerné.
- les aides découplées, sans lien avec la production mais liées à des conditionnalités, environnementales notamment.

La quasi-totalité des exploitations agricoles françaises bénéficient d'aide. Cependant, les données dont nous disposons ne permettent pas de lier les aides à un atelier particulier de l'exploitation. Ainsi, elles ont ainsi été intégrées à l'analyse de manière globale pour l'exploitation même lorsque l'atelier principal de l'exploitation ne lui permet pas d'en bénéficier (cas des élevages porcins).

En 2010, l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges avait prévu de poursuivre ses travaux en vue d'améliorer et d'homogénéiser les approches des coûts de production agricoles. Dans ce cadre, de nombreux échanges, avec le SSP et les instituts techniques ont permis de développer les analyses faites et d'harmoniser les données mises à disposition de l'Observatoire.
Depuis 2011, l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges a intégré, par la présence de Franceagrimer, le Réseau Mixte Technologique (RMT) Economie des filières animales qui constitue « un cadre d'échange national pour harmoniser les approches « coûts de production » et a pour objectif de « fournir aux partenaires économiques, professionnels et publics des filières, des réponses adaptées aux enjeux auxquels ces filières sont ou seront confrontées à moyen et long terme ».
Deux présentations de l'Observatoire ont été faites aux groupes de travail « Organisation des filières » et « Compétitivité » de ce réseau.

Chapitre 3. Prix, marges et coûts par filière

Fruits et légumes frais

Produits laitiers

Viande bovine

Viande porcine fraîche et charcuterie

Volailles

Viande ovine

Lait-fromage de brebis

Introduction

Ce chapitre expose dans chacune de ses sections par filière, les données de prix, les évaluations de marges brutes unitaires et de coûts à différents stades, issues de diverses sources (FranceAgriMer, SSP, INSEE, instituts techniques, fédérations professionnelles…), et présentées lors des réunions des groupes de travail.

Il s'agit d'abord de mises à jour des séries (de prix, de marges butes, de coûts) constituées dans le rapport initial (2011) de l'observatoire, pour les premières filières suivies par le dispositif : fruits et légumes, produits laitiers, viandes bovine et porcine, volailles. Les séries des prix et marges brutes, suivies mensuellement, sont mises à jour jusqu'à juin 2012 ; les données de statistiques issues de comptabilités les plus récentes portent, selon les secteurs sur l'année 2010 (comptes des exploitations agricoles) ou 2009 (IAA).
Pour certaines des filières initialement suivies, des améliorations et des développements ont été apportés aux séries de prix, de marges brutes et de comptes des IAA, à la demande des groupes de travail, et grâce au concours des « fournisseurs » de données pour l'observatoire (INSEE, SSP, fédérations professionnelles) : suivi de nouveaux articles (distinction entre marques nationale et de distributeur pour les produits laitiers, panier de produits de charcuterie…), amélioration des données de prix et de marges brutes en filière volailles, etc.
Ce rapport rend compte des débuts de l'élargissement du dispositif à d'autres produits, en filière ovine.

Mais **le principal élément nouveau de ce chapitre est la présentation de résultats moyens par rayon des GMS, en 2011**, détaillant les charges des différents rayons alimentaires « frais » et leur contribution au résultat net. Ces résultats sont issus de travaux conduits dès 2011 avec la collaboration active des enseignes de la grande distribution. L'opération, pour être pleinement utile, devra s'inscrire dans la durée. La méthode et les résultats sont encore perfectibles, mais c'est la première fois que de telles informations sont produites et diffusées.

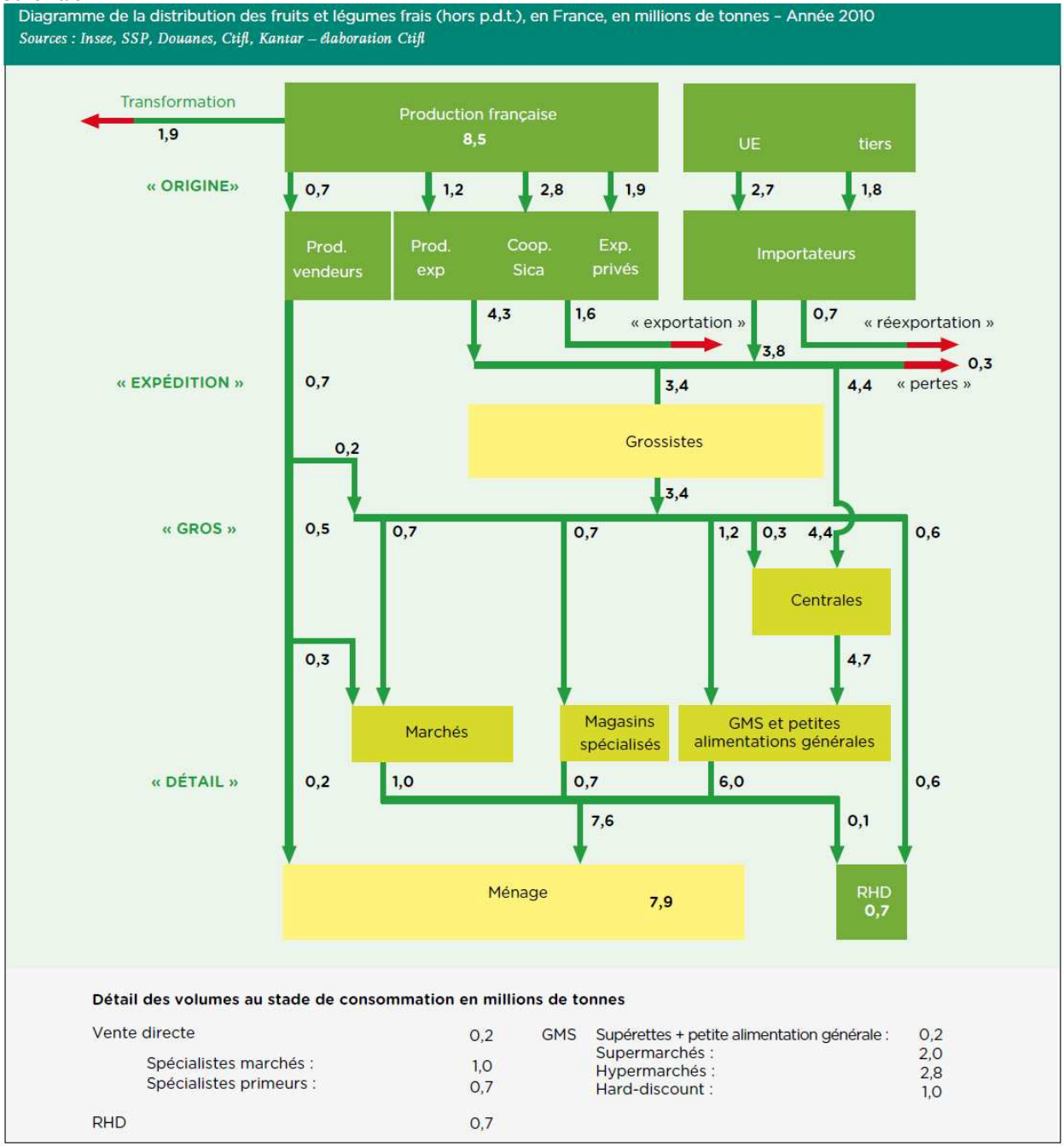
Les présentations en graphiques et tableaux figurant dans ce chapitre seront pour la plupart diffusées et régulièrement mises à jour sur le site internet de l'observatoire de la formation des prix et des marges.

Section 1 - Fruits et légumes frais

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France en millions de tonnes - Année 2010

Schéma 3



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN). CTIFL-Infos, avril 2012. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel.

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (CTIFL) élabore tous les deux ans le « diagramme de la distribution des fruits et des légumes » reproduit sur les Schéma 3 (tonnages), page précédente, et Schéma 4 (valeurs, page suivante) [HUTIN C., 2012]. Le lecteur se réfèrera à cette publication (mise en ligne sur le site de l'observatoire) pour une présentation détaillée des circuits de la filière des fruits et des légumes.
Ce diagramme identifie les grandes fonctions intervenant dans l'approvisionnement du consommateur, depuis la production agricole jusqu'aux deux grands modes de consommation : dans les foyers (« ménage », sur les schémas) et hors domicile (RHD). Les achats par les ménages représentent encore plus de 90 % de la consommation totale, tant en volume qu'en valeur.

Au niveau du commerce de détail, trois types de points de vente distribuent les fruits et les légumes frais : les marchés (couverts, de plein vent…), les détaillants spécialisés en fruits et légumes et les magasins d'alimentation générale, de type GMS et supérettes, où se réalise environ 75% des achats de fruits et de légumes des ménages, tant en volume qu'en valeur.

L'observatoire de la formation des prix et des marges a opté pour le suivi du circuit aboutissant en GMS (hypermarchés, supermarchés, hors hard-discounters et supérettes), soit environ 60% des achats de fruits et de légumes des ménages (estimation à partir des chiffres d'affaires par type de magasin figurant en pied du Schéma 4). Les prix de détail observés sont les prix pratiqués dans ces GMS.

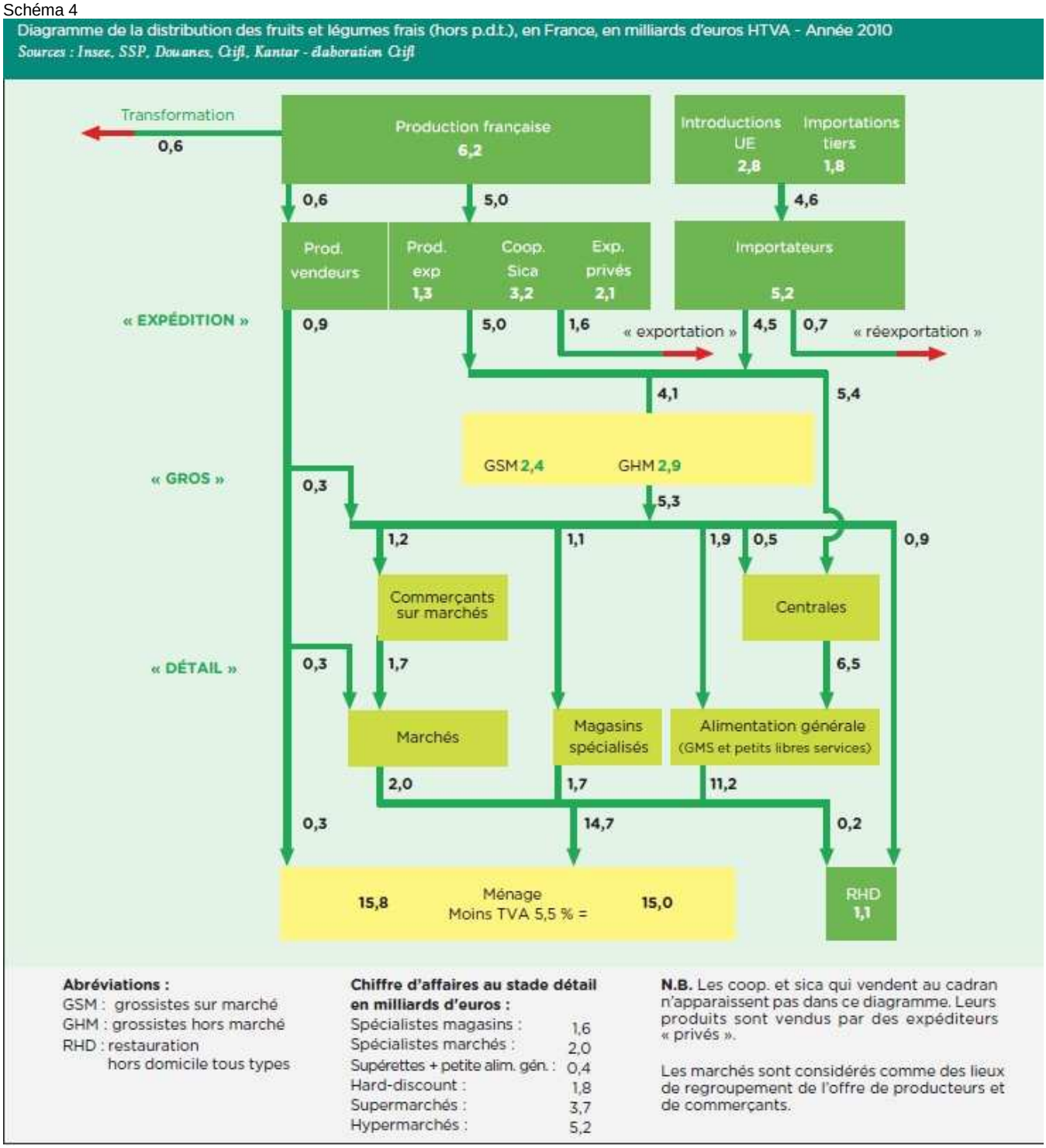
Les points de vente au détail sont principalement approvisionnés, selon leur nature, par des grossistes ou par les centrales d'achat de la grande distribution.
En amont des grossistes et des centrales se situent les principaux opérateurs de la 1ère mise en marché des fruits et des légumes. Cette fonction n'est que partiellement assurée par des producteurs agricoles (producteurs vendeurs directs, producteurs-expéditeurs) ; pour 70 % de la production nationale (en volume) non destinée à la transformation, la 1ère mise en marché est réalisée par des entreprises « d'expédition », privées ou de type coopératif agricole.
Ces expéditeurs relèvent de commerce du gros mais assurent ici les fonctions de regroupement de l'offre agricole, de tri, calibrage et conditionnement ; ils assurent la négociation avec les grossistes ou les centrales et rémunèrent les producteurs agricoles sur la base du prix ainsi obtenu, déduction faite des coûts afférents aux fonctions précitées.

L'observatoire de la formation des prix et des marges a retenu le stade « expédition » comme point d'observation des prix à la première mise en marché : les prix suivis, cotations à l'expédition, ne sont donc pas des prix à la production agricole car ils intègrent la marge brute de l'expéditeur.
Ainsi, le circuit des fruits et des légumes frais pris en compte par l'observatoire est celui qui part des expéditeurs pour aboutir, directement ou via les centrales d'achat, en GMS.

On note que les importations assurent 40 % de la ressource en tonnages et 45 % en valeur. Pour certains fruits ou légumes, l'observatoire suit les prix à la première mise en marché des produits importés (prix de vente des importateurs aux grossistes et centrales) et leurs prix en GMS.

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France en milliards d'€ hors TVA - Année 2010

Schéma 4



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN). CTIFL-Infos, avril 2012. D'après Douanes, INSEE, SSP, Kantar Worldpanel

2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE FRUITS ET LEGUMES

2.1. Données de prix

2.1.1. Prix à la première mise en marché : prix à l'expédition

En filière fruits et légumes, la première mise en marché est maintenant rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes, mais plutôt d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet des « cotations à l'expédition », enquêtes sur les prix « logés départ » de marchandises triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite (cf. partie 3).
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. A titre d'exemple, 33 articles différents ont été cotés au cours de l'année 2012 pour la tomate (hors articles issus de l'agriculture biologique) :

Tableau 10. ***Libellés de tomates cotés au stade expédition par le Réseau des nouvelles des marchés***

Allongée S-Est catégorie 1 colis 6 kg	Ronde Pays de la Loire grappe extra colis 10 kg
Allongée S-Ouest catégorie 1	Ronde Roussillon catégorie 1 57-67mm colis 6 kg
Cerise Bretagne extra barquette 250g	Ronde Roussillon catégorie 1 67-82 mm colis 6 kg
Cerise S-Ouest catégorie 1 barquette 250g	Ronde Roussillon extra 57-67 mm
Cocktail Bretagne extra barquette 500g	Ronde Roussillon extra 67-82 mm
Cœur de bœuf S-Est catégorie 1 plateau 1 rang	Ronde Roussillon grappe catégorie 1 colis 6 kg
Cœur de bœuf Bretagne plateau 1 rang	Ronde Roussillon grappe extra colis 6 kg
Cœur de bœuf Roussillon catégorie 1 57-67 mm plateau 1 rang	Ronde S-Est catégorie 1 57-67 mm colis 6 kg
Cœur de bœuf Roussillon catégorie 1 67-82 mm plateau 1 rang	Ronde S-Est catégorie 1 67-82 mm colis 6 kg
Cœur de bœuf Roussillon catégorie 1 82-102 mm plateau 1 rang	Ronde S-Est extra 82-102mm plateau 1 rang
Ronde Bretagne extra 57-67 mm colis 6 kg	Ronde S-Est grappe catégorie 1
Ronde Bretagne extra 67-82 mm colis 6 kg	Ronde S-Est grappe extra
Ronde Bretagne grappe extra colis 10 kg	Ronde S-Ouest catégorie 1 57-67mm colis 6 kg
Ronde Pays de la Loire extra 57-67 mm colis 6 kg	Ronde S-Ouest catégorie 1 67-82mm colis 6 kg
Ronde Pays de la Loire extra 67-82 mm colis 6 kg	Ronde S-Ouest catégorie 1 67-82mm plateau 1 rang
Ronde Pays de la Loire grappe extra	Ronde S-Ouest catégorie 1 82-102 mm plateau 1 rang
	Ronde S-Ouest grappe catégorie 1

Ces cotations sont établies quotidiennement par les agents du Réseau des nouvelles des marchés, par enquête téléphonique auprès d'un panel d'entreprises d'expédition, dans la matinée où elles réalisent leurs transactions avec leurs acheteurs (grossistes, centrales d'achat) : la formation des prix des fruits et des légumes frais s'effectue en effet, sauf exceptions, quotidiennement, en « spot » de gré à gré.
Ces enquêtes se conforment à un mode opératoire écrit et dont le respect est contrôlé régulièrement par des audits internes et externes, dans le cadre d'un système de gestion de la qualité certifié conforme à la norme ISO 9001 depuis 2006.
Pour chaque fruit ou légume dont le suivi est retenu par l'observatoire, il a été constitué un panier d'articles cotés dans les différents bassins de production, composé d'un nombre plus ou moins important d'articles.
L'objectif étant à la fois de disposer d'une série de cotations de prix à l'expédition assez anciennes (depuis 2000), homogènes aux séries de prix relevés au détail, et portant sur les produits les plus largement consommés.
Dans quelques cas, un seul type d'article a été retenu pour représenter le produit : dans le cas de la tomate grappe, il s'agit des variétés rondes de catégorie 1 toutes régions. (Le tableau de la composition des différents paniers peut être consulté sur le site de l'observatoire).

A partir des cotations quotidiennes et, lorsqu'ils sont disponibles, des coefficients de volume permettant de pondérer les différents bassins de production, sont établis des moyennes nationales hebdomadaires, qui constituent la référence pour le prix moyen hebdomadaire à l'expédition (prix hors TVA, logé départ hors frais de transport).
Des cotations « expédition import » sont réalisées auprès des opérateurs dans certains ports maritimes ; des « cours à quai » sont également relevés pour coter les bananes en provenance des Antilles françaises.

2.1.2. Prix au détail en GMS

Bien qu'il existe un panel consommateur permettant de suivre les achats en valeur et volume (donc les prix) des fruits et légumes en GMS, ce n'est pas cette source qui a été retenue par l'observatoire car elle présente le double inconvénient de ne pas identifier l'origine nationale ou importée des produits et d'utiliser une nomenclature essentiellement limitée à l'espèce (« tomate »…), agrégeant donc des produits commercialement différents.
La source de prix au détail utilisée par l'observatoire est constituée par les relevés hebdomadaires de prix réalisés par le réseau des nouvelles des marchés dans les rayons fruits et légumes d'un panel de 150 GMS représentatif, au niveau national, des enseignes, des types de magasins (hypermarchés, supermarchés) et des grandes classes de surface de vente ; les magasins sélectionnés sont en outre répartis sur le territoire entre grandes régions, en fonction de la population (méthode d'échantillonnage stratifié défini pour le service des nouvelles des marchés par la société Sofres).
Ces enquêtes se conforment à un mode opératoire écrit et dont le respect est contrôlé régulièrement par des audits internes et externes, dans le cadre d'un système de gestion de la qualité certifié conforme à la norme ISO 9001 depuis 2006.
Ces prix au détail sont relevés par article avec un niveau de nomenclature le plus homogène possible à celui des cotations à l'expédition, afin de rendre plus pertinente la comparaison des prix aux deux stades.

A partir de ces relevés, pour chaque produit suivi par l'observatoire, un panier d'articles est constitué, homogène à celui constitué à l'expédition (ou à l'expédition-import pour les produits importés suivis) pour le même produit.

2.2. L'indicateur de marge brute utilisé pour les fruits et légumes

L'indicateur hebdomadaire de marge brute d'un fruit ou d'un légume suivi par l'observatoire est la différence entre le prix moyen hors TVA du produit, issu des relevés en GMS effectué dans la semaine considérée, et la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine.
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.
Le même indicateur est calculé pour les produits importés : les cotations à l'expédition-import ou les cours à quai remplaçant alors les prix à l'expédition nationale.
Cette marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près[11], à la marge commerciale unitaire de la grande distribution considérée dans son ensemble (centrales d'achat, plates-formes logistiques des enseignes et magasins), dans le cas d'un circuit court entre expéditeur et GMS.
Elle peut également intégrer la marge commerciale des grossistes, dans le cas où le circuit d'approvisionnement des GMS emprunte cette voie, soit, d'après les données du schéma 3, environ 25% des tonnages des fruits et légumes commercialisés en « GMS et supérettes ».

[11] 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 soit être affinée, elle n'a pas été utilisée dans les calculs présentés dans cette partie.

2.3. Comptes des entreprises du commerce

Compte-tenu du circuit modélisé pour le calcul des marges brutes (expéditeurs – ensemble centrales et magasins GMS), deux comptes sectoriels du commerce des fruits et des légumes doivent être étudiés pour analyser les coûts de distribution : le secteur des entreprises d'expédition, dont la marge commerciale représente la différence entre le prix à l'expédition, suivi par l'observatoire, et la recette du producteur agricole, et le rayon fruits et légumes des GMS.

Les comptes des entreprises d'expédition de fruits et de légumes sont suivis par l'observatoire des entreprises de la filière, à partir d'un échantillon de comptabilités d'entreprises. Ce dispositif mis en œuvre par le CTIFL, la Fédération nationale des producteurs de fruits (FNPF), Légumes de France et FranceAgriMer, synthétise également les données comptables de grossistes et de détaillants spécialisés en fruits et légumes, opérateurs non pris en compte dans le modèle de suivi des prix et des marges en fruits et légumes appliqué par l'observatoire de la formation des prix et des marges.

Les comptes statistiques sectoriels de la grande distribution ne permettant pas de distinguer les charges par rayon, FranceAgriMer a mis en place fin 2011 une enquête pour le recueil des ces données auprès des enseignes dont les premiers résultats sont présentés dans le présent rapport.

2.4. Caractères généraux de la formation des prix des fruits et des légumes

2.4.1. Une offre et une demande soumises aux aléas météorologiques

Les productions végétales sont par nature exposées aux caprices du climat, mais plusieurs fruits ou légumes le sont plus particulièrement.
Différents risques (vent, gel, grêle, pluie excessive, …) menacent la bonne réalisation de chaque étape du processus de formation des fruits sur l'arbre, pouvant entraîner une moindre récolte.
Par exemple, en 2008, sous l'effet des gelées de printemps, de la grêle et de fortes précipitations, on observe par rapport à la moyenne des récoltes 2004-2010 : 38 % d'abricots en moins, 26 % de cerises en moins …
Différents organes végétaux sont récoltés comme « légumes » (feuilles : salades ; racines : carotte ; fruit : tomate…), avec des expositions et des fragilités différentes vis-à-vis des phénomènes climatiques, et certains d'entre eux peuvent être produits sous abri (serres, tunnels…). Toutefois, les variations interannuelles de récolte peuvent être également importantes.
Par exemple, par rapport à la récolte moyenne de tomates sur 2004-2010, la récolte 2006 était supérieure de 20 % tandis que la récolte 2007 était inférieure de 11 % (Cf.Graphique 5).

La demande de fruits et légumes est aussi influencée par la météorologie. Un climat inhabituel pour la saison peut modifier les habitudes de consommation : la demande en fruits ou légumes typiques de la saison peut fléchir et se reporter sur d'autres produits.

2.4.2. Des produits périssables, dont l'offre est donc difficilement « régulable » par le stockage

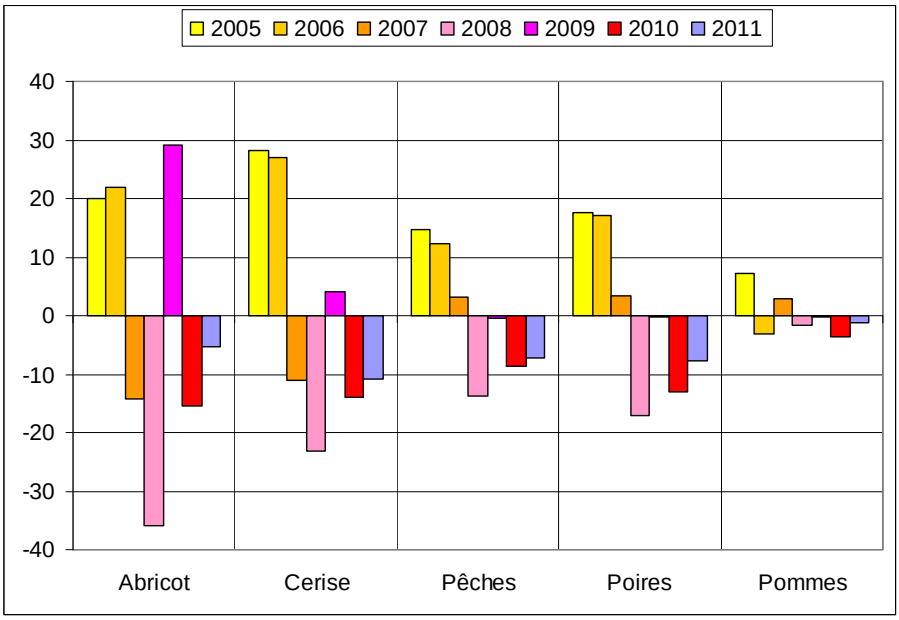
Les années de forte production se caractérisent généralement par une baisse des prix moyens annuels à la production et au détail et inversement, comme l'illustrent les graphiques 6.

Variation de la récolte annuelle par rapport à la moyenne 2005-2011

Graphique 5

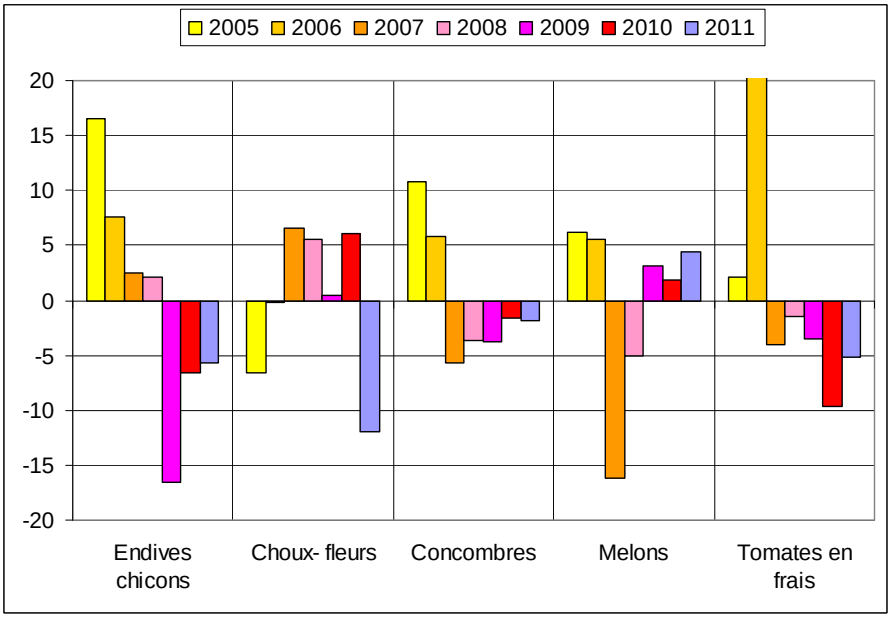
FRUITS

Graphique 5a



LEGUMES

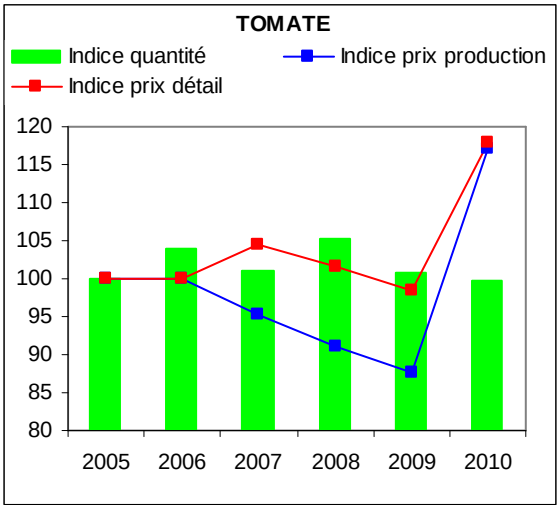
Graphique 5b

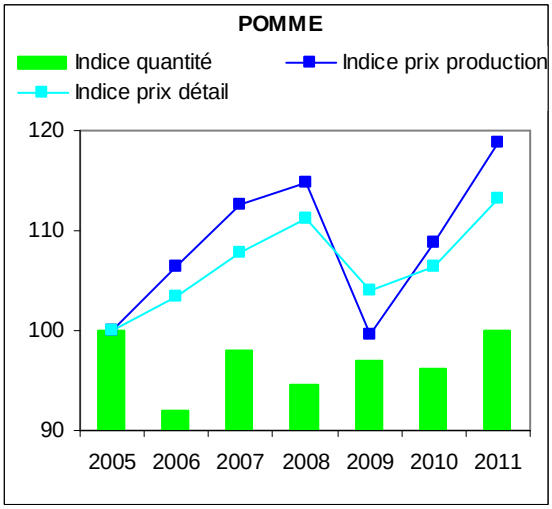


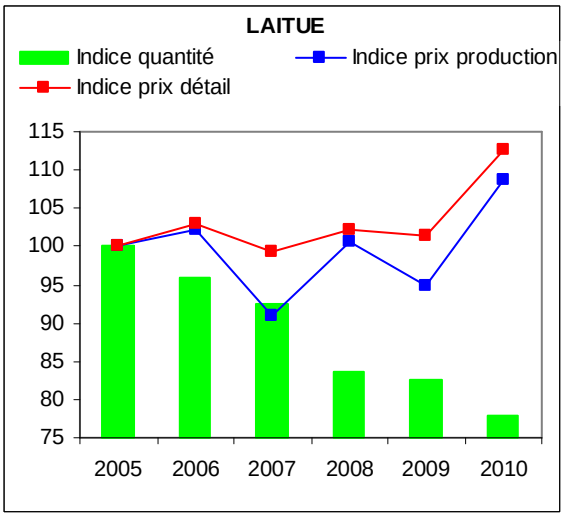
Source : Agreste (SSP, MAAF)

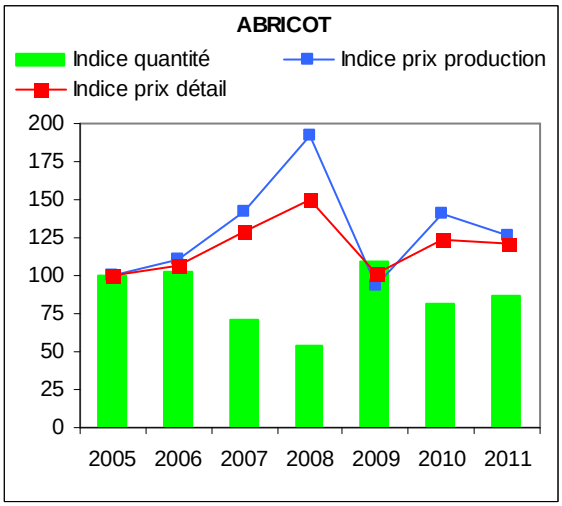
Evolution comparée des quantités annuelles produites et des prix moyens annuels à la production et au détail

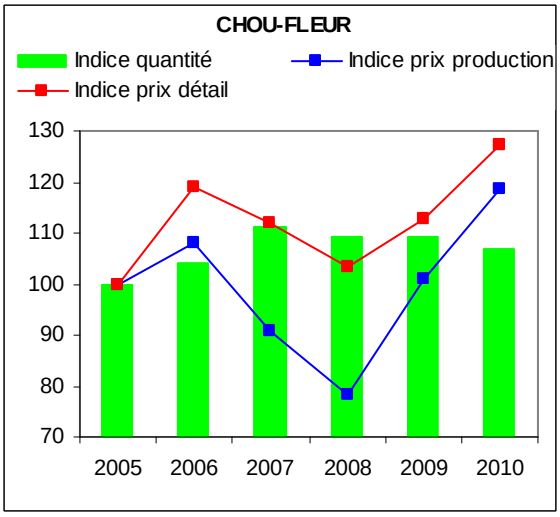
Graphique 6

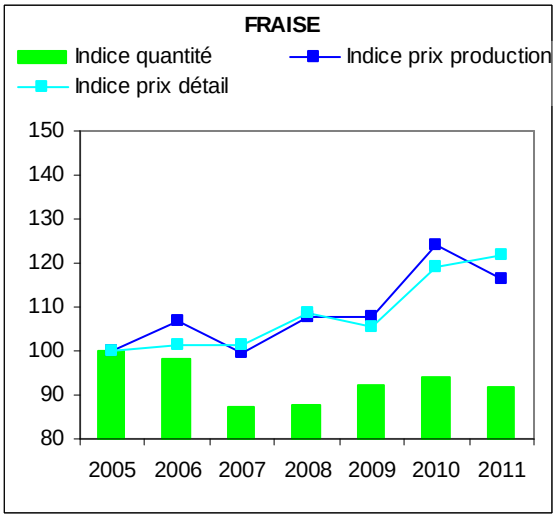












Sources : SSP, Insee

2.4.3. Le « profil » d'une campagne de commercialisation

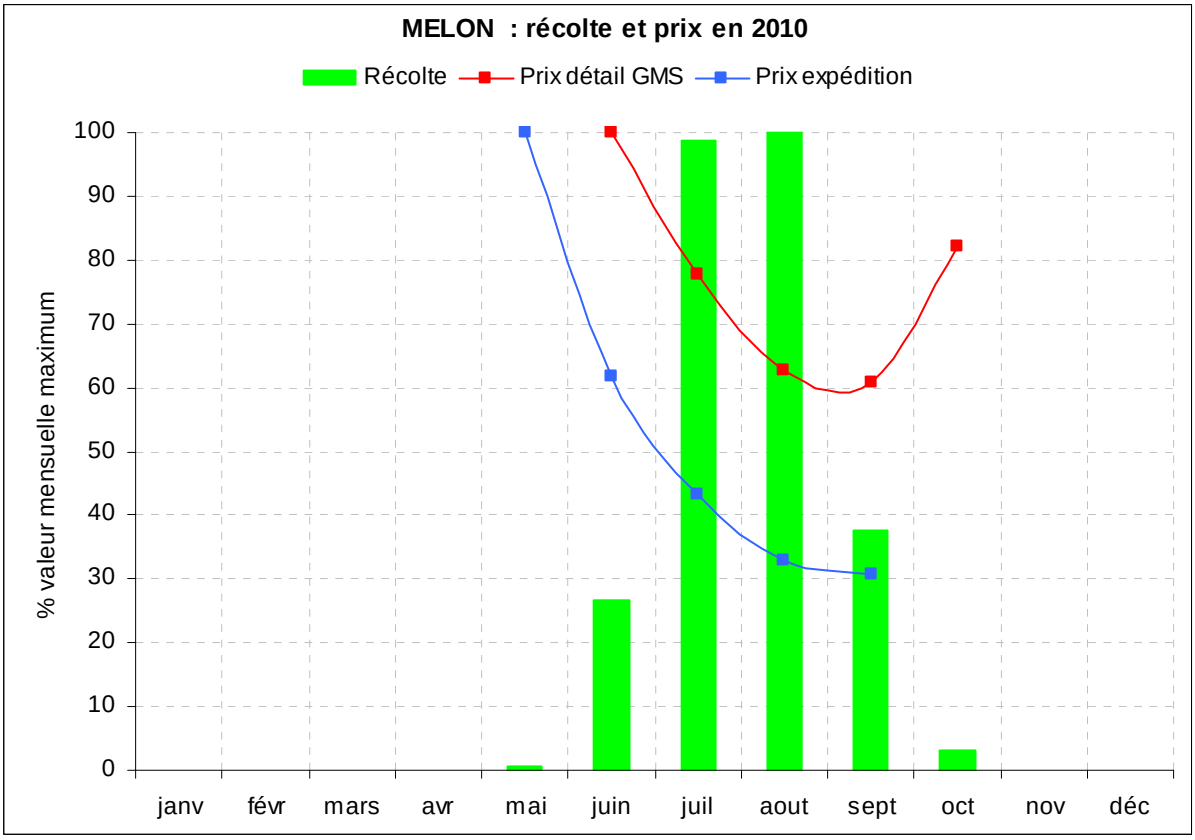
Pour un fruit ou un légume, la campagne de commercialisation est la période comprise entre les premières récoltes mises sur le marché en quantités significatives et les dernières. Inférieure à une année, cette période peut être très courte pour certaines espèces (8 semaines environ pour la cerise, 12 semaines environ pour l'abricot).

Au cours de la campagne, l'offre, au départ très faible, commence par augmenter, elle atteint ensuite un maximum qui se présente soit sous la forme d'un pic, si la récolte se concentre sur une courte période, soit sous la forme d'un plateau, si la récolte s'étale sur une période plus longue : c'est notamment le cas lorsque le produit est cultivé dans plusieurs régions entrant en production successivement (du sud vers le nord) ; en fin de campagne, l'offre diminue plus ou moins rapidement.

Les prix à l'expédition sont élevés en tout début de campagne mais ils ne portent que sur de faibles volumes. Puis les prix baissent rapidement avec l'entrée en pleine saison. Ils peuvent remonter en fin de campagne, avec la raréfaction de l'offre, si la demande reste soutenue. Cf. exemples ci-dessous (année 2010 du fait de contraintes de disponibilité de données de récole mensuelle postérieures).

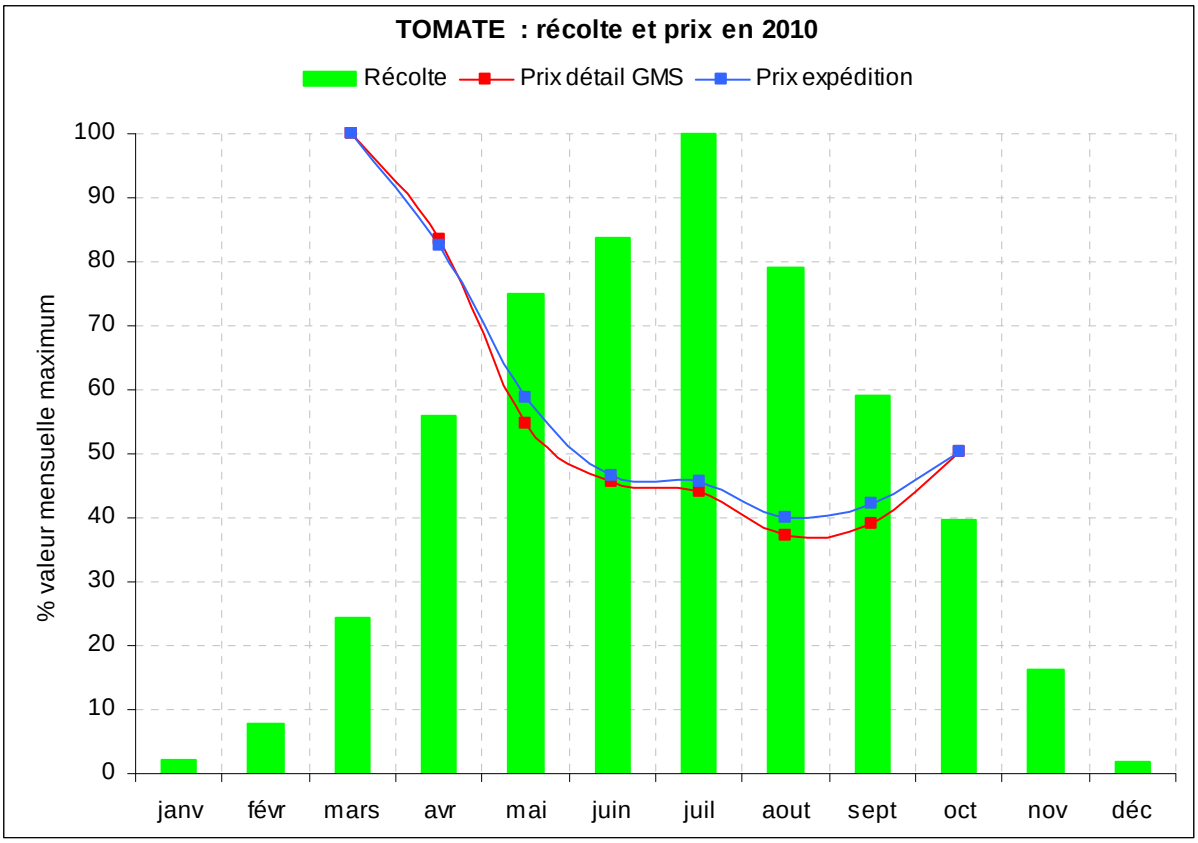
Evolution de la production et des prix au cours d'une campagne

Graphique 7



Sources : SSP (récolte), FranceAgriMer-RNM (prix)

Graphique 8



Sources : SSP (récolte), FranceAgriMer-RNM (prix)

3. EXEMPLES DE RESULTATS PRODUITS SUR LES PRIX ET LES MARGES DANS LA FILIERE FRUITS ET LEGUMES

Le groupe de travail Fruits et légumes de l'observatoire a choisi de suivre les produits suivants :

En fruits :
abricot (bergeron), banane (Antilles françaises), cerise (bigarreau noir), fraise gariguette, fraise ronde, pêche et nectarine (panier des deux espèces), poire d'automne, pomme (panier constitué des variétés braeburn, golden, granny et gala), raisin noir (variétés lavallée, liva et muscat de Hambourg).

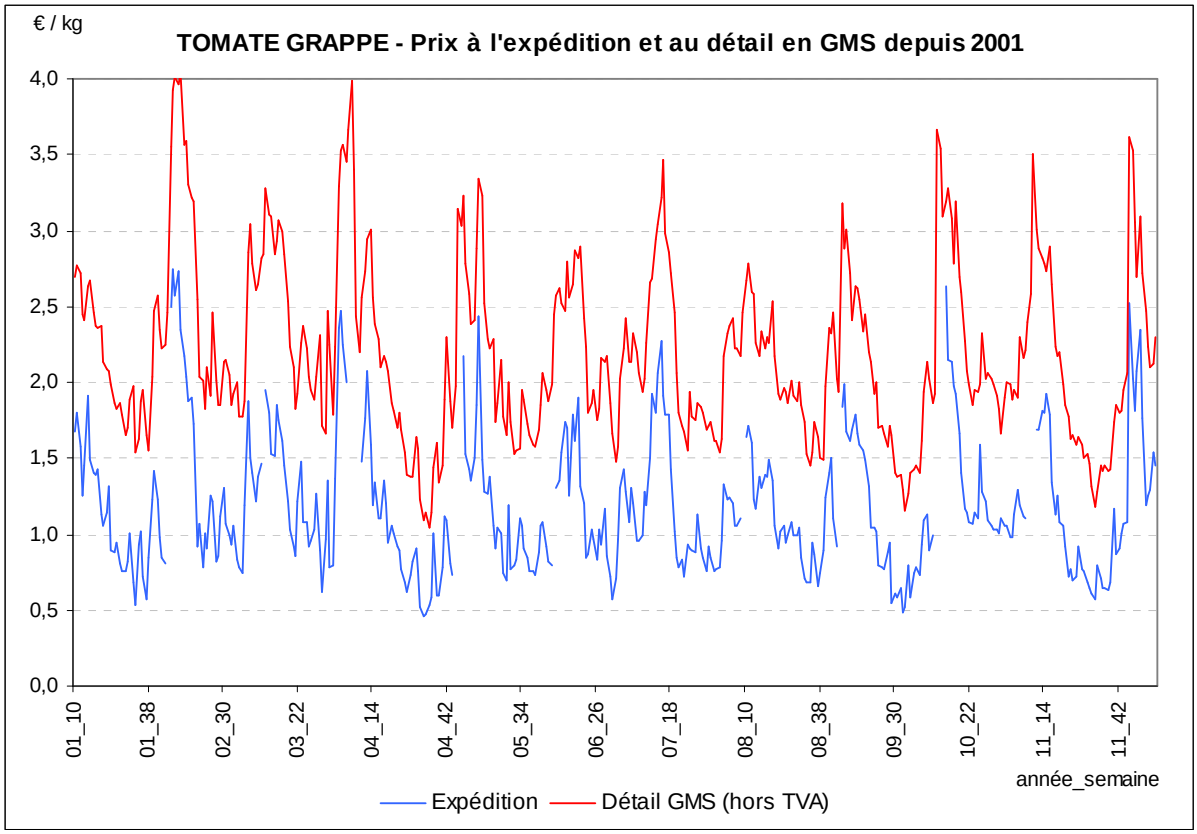
En légumes :
carotte (standard), chou-fleur blanc, concombre, endive, laitue d'été, melon charentais, poireau, tomate ronde et tomate grappe.

Les graphiques présentant les prix aux stades expédition et détail GMS ainsi que les marges brutes de la distribution en GMS pour tous les produits précités sont intégralement mis en ligne sur le site internet de l'observatoire ; dans ce rapport, est présenté un extrait détaillé pour quatre produits seulement : la tomate grappe, l'endive, la pêche nectarine et la pomme.

3.1. Prix et marge brute de la distribution en GMS de la tomate grappe

3.1.1. En longue période (2000-2011)

Graphique 9



Source : FranceAgriMer-RNM

Chaque campagne de commercialisation de la tomate grappe d'origine France, prise ici comme article de référence, se déroule approximativement de février (début du calendrier de production dans le sud-est) à début novembre (fin du calendrier de production dans l'ouest)[12]. Les premières cotations commencent dès que l'offre devient significative et les premiers relevés de prix sont pris en compte dès que le taux de présence en magasins devient notable. Pour l'analyse, la durée de toutes les campagnes de la période suivie a été standardisée entre la semaine 10 et la semaine 45.

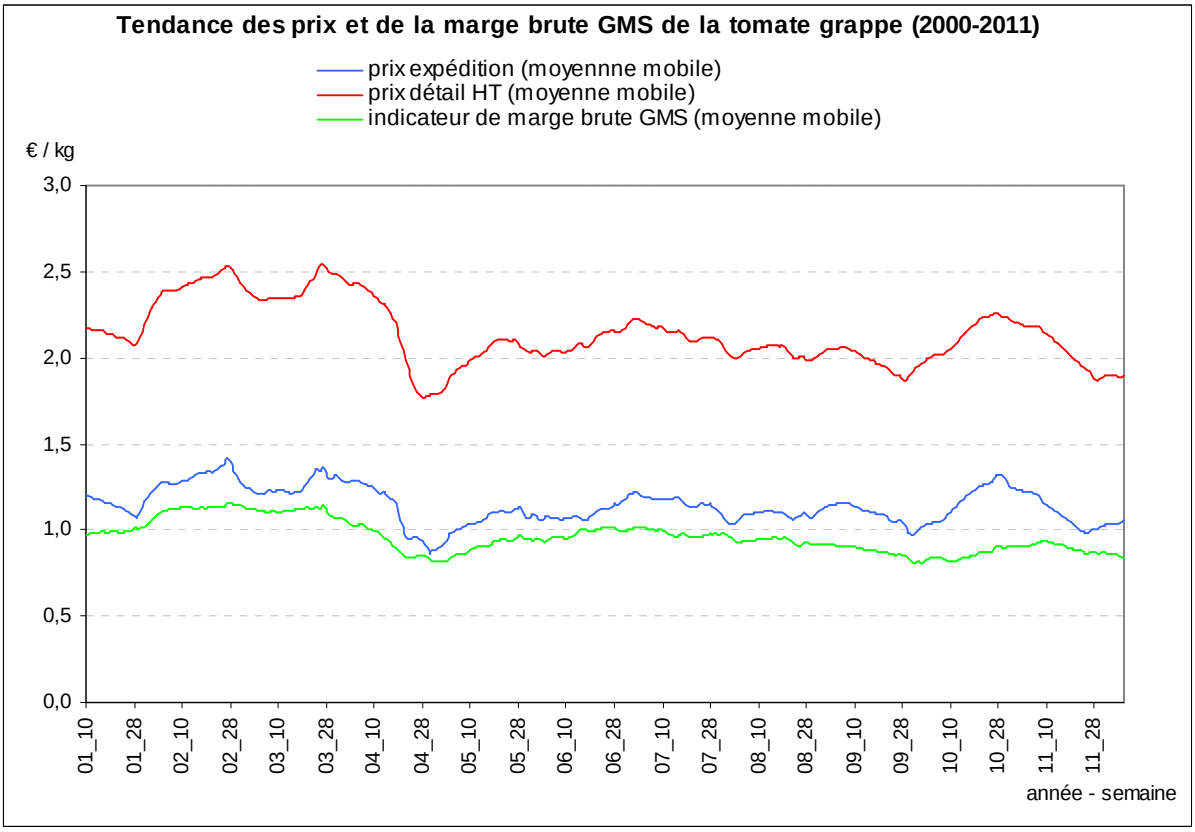
A l'expédition comme au détail, abstraction faite des variations hebdomadaires, la courbe des prix au cours d'une même campagne présente la forme caractéristique d'un U dissymétrique, avec des prix élevés en début de saison, qui chutent rapidement puis tendent à se stabiliser au cœur de la campagne, pour remonter en fin de saison. Ces courbes de prix sont grossièrement symétriques à celle de l'offre.

Au cours d'une même campagne, prix à l'expédition et prix au détail tendent à évoluer 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 (marge brute) variable.

[12] Cf. « Mémento Fruits et légumes », CTIFL, juin 2010.

Le graphique suivant présente les évolutions des prix (expédition et détail) et de la marge brute de la distribution en moyenne mobile sur 36 semaines (durée de la campagne)[13]. Il met davantage en évidence le relatif parallélisme des variations des prix à l'expédition et au détail.

Graphique 10



Source : FranceAgriMer-RNM

Une question « classique » de l'analyse des marges brutes porte sur le caractère tendanciellement constant ou proportionnel de ces marges. Une marge constante garde la même valeur quelles que soient les évolutions des prix. Une marge proportionnelle est dans un rapport constant avec ces prix. Le

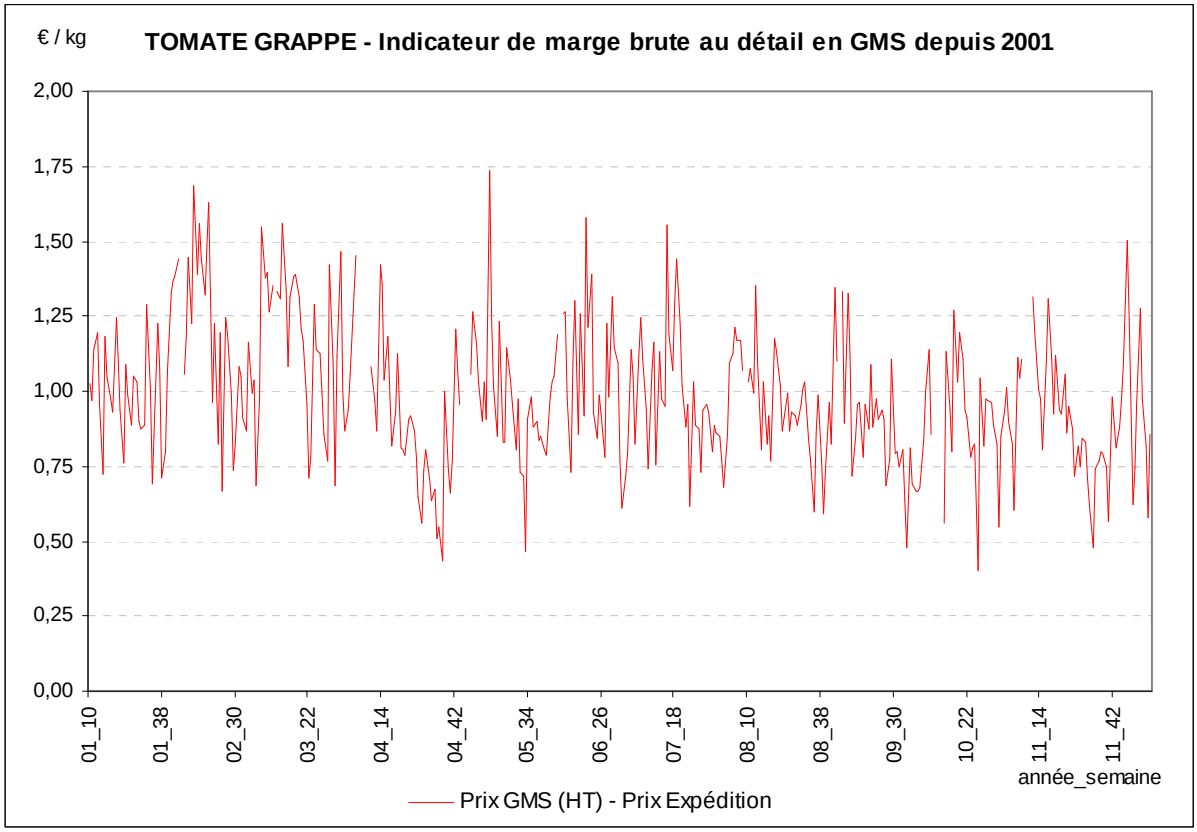
[13] Les seize semaines sans cotation, entre deux campagnes successives, ont été supprimées de la série sur laquelle la moyenne mobile a été établie.

Graphique 11
ci-après montre les variations de la marge brute hebdomadaire sur 10 ans ; malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, ses évolutions sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels, tendance que révélait le Graphique 10 en moyenne mobile. Par ailleurs, les données de base montrent que le taux de marge (rapport prix au détail sur prix expédition) est en moyenne de 1,92 sur la période 2001-2011, mais avec de fortes variations (entre 1,21 et 3,03).

Dans un régime de marge constante, le prix de détail est de la forme : $P_D = P_E + m$, avec P_D, prix au détail, P_E, prix à l'expédition et m, marge constante ; ou $P_D = b.P_E + m$, avec b non significativement différent de 1.

En revanche, dans un régime de marge proportionnelle, le coefficient b est significativement différent de 1 et m n'est qu'un élément constant de la marge, laquelle est de la forme : $(b - 1)\ P_E + m$.

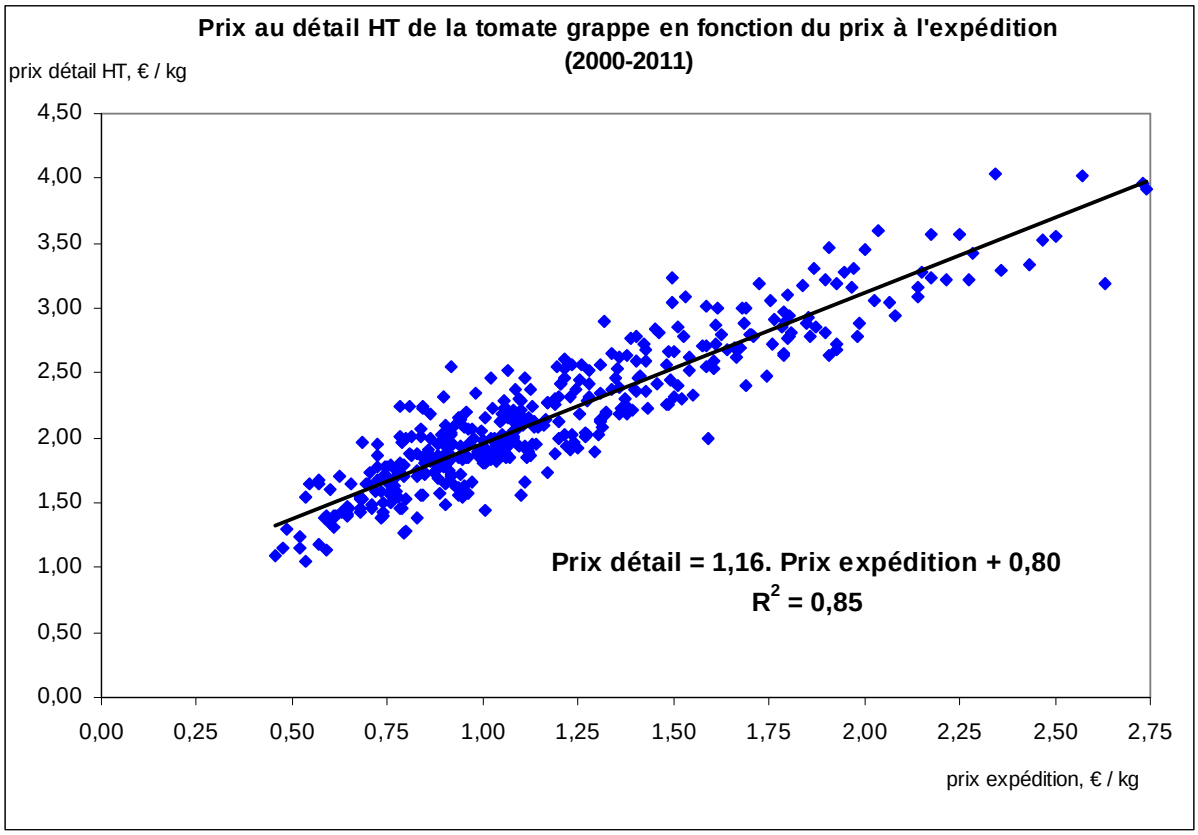
Graphique 11



Source : FranceAgriMer-RNM

Une analyse statistique simple, consistant à estimer la valeur du paramètre b et à vérifier qu'il est significativement non différents de 1 confirme la tendance à long terme du caractère constant de la marge brute, sur la période étudiée.
Le Graphique 12 présente les prix au détail en fonction des prix expédition, avec l'équation linéaire de la forme $P_D = b\ P_E + m$, liant ces deux prix ainsi que la valeur du coefficient de corrélation R, d'autant plus proche de 1 que la liaison linéaire entre les deux prix est forte.

Graphique 12



Source : FranceAgriMer-RNM

L'analyse statistique montre que l'estimation du coefficient *b*, égale à 1,16 est comprise avec une probabilité de 95% dans un intervalle de confiance compris entre 1,10 et 1,22 : *b* est donc différent de 1. Le prix au détail de la tomate grappe est donc une fonction linéaire du prix expédition mais la marge ne peut pas être considérée comme constante.

Des travaux de l'INRA [HASSAN D. ; SIMIONI M., 2004] montrent que, dans cette filière fruits et légumes, les prix au détail répercutent les variations de court terme des prix à l'expédition, et de façon tantôt symétrique (même vitesse de répercussion des baisses de prix que des hausses), tantôt asymétrique, et, dans ce dernier cas, les baisses de prix à l'expédition ont tendance à être répercutées plus vite que les hausses par la distribution ; ce qui est probablement dû au caractère périssable du produit : les baisses de prix à l'expédition pouvant traduire une offre abondante, la distribution doit sensiblement baisser les prix au détail pour favoriser l'écoulement du produit dans les rayons.

3.1.2. Le suivi des prix et de la marge brute au cours d'une campagne

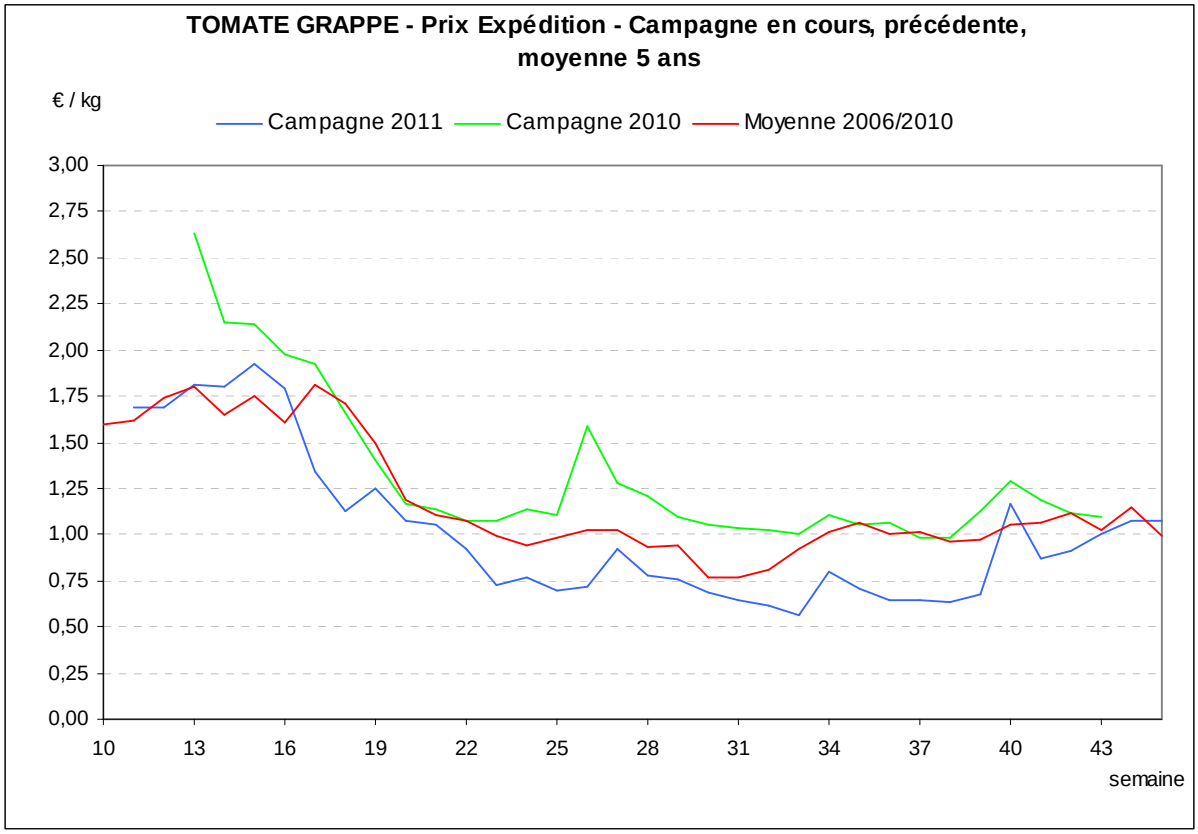
En la matière, l'observatoire s'appuie sur le dispositif de suivi des prix mis en place depuis plusieurs années pour les principaux fruits et légumes, par le service des nouvelles des marchés puis FranceAgriMer, afin de fournir des références pour l'application de la réglementation relative à la caractérisation et à la gestion des situations de crise conjoncturelle dans la filière (cf. articles L611-4 du code rural et de la pêche maritime relatif aux modalités de constat de prix anormalement bas et de situation de crise ; L611.4.1 relatif aux accords de modération de marges ; L611-4-2 relatif au coefficient multiplicateur).

Chaque jour de la campagne, la moyenne des cotations à l'expédition dans les différents bassins d'un produit donné, pondérée par un indice d'offre relative, constitue « l'indicateur de marché à l'expédition ». Sa valeur quotidienne est comparée à la valeur moyenne des indicateurs du même jour des 5 campagnes précédentes (hors valeurs extrêmes) : la situation de « prix anormalement bas » est déterminée lorsque l'indicateur se situe, par rapport à la référence des 5 campagnes, en dessous d'un

certain seuil défini pour chaque produit par la réglementation ; l'état de « crise conjoncturelle » est déclaré lorsque cette situation perdure pendant une période également déterminée.
On présente ci-après, pour la tomate, les types de graphiques prévus par l'observatoire pour le suivi des prix et de la marge brute de distribution au cours de la campagne.
La campagne 2011 a été caractérisée par des cours à l'expédition et des prix au détail en dessous de la moyenne 2006-2010 et de la campagne 2010 et ce tout au long de la saison de commercialisation.
L'évolution de la marge brute de distribution au cours de cette campagne présente deux périodes. Une première partie de campagne (semaine 10 à 26) où la marge brute est légèrement au dessus de celle de la campagne 2010 et globalement au niveau de la moyenne 2006/2010. A partir de la semaine 27 la marge brute a été en dessous de la campagne précédente et de la moyenne 5 ans en relation avec des prix au détail et à l'expédition plus bas que lors des campagnes précédentes.
Durant la campagne 2011 la tomate a été déclarée 5 fois en crise conjoncturelle : du 28 juin au 1er juillet, du 2 au 22 août, du 6 au 9 septembre, du 21 au 29 septembre et du 17 au 19 octobre, soit un total de 32 jours de crise conjoncturelle sur une campagne de 179 jours.
La crise conjoncturelle principale a eu lieu en août, mois habituel de gros volumes proposés à la vente. Les conditions climatiques défavorables ont en partie limité la demande ce qui a provoqué un déséquilibre du marché.

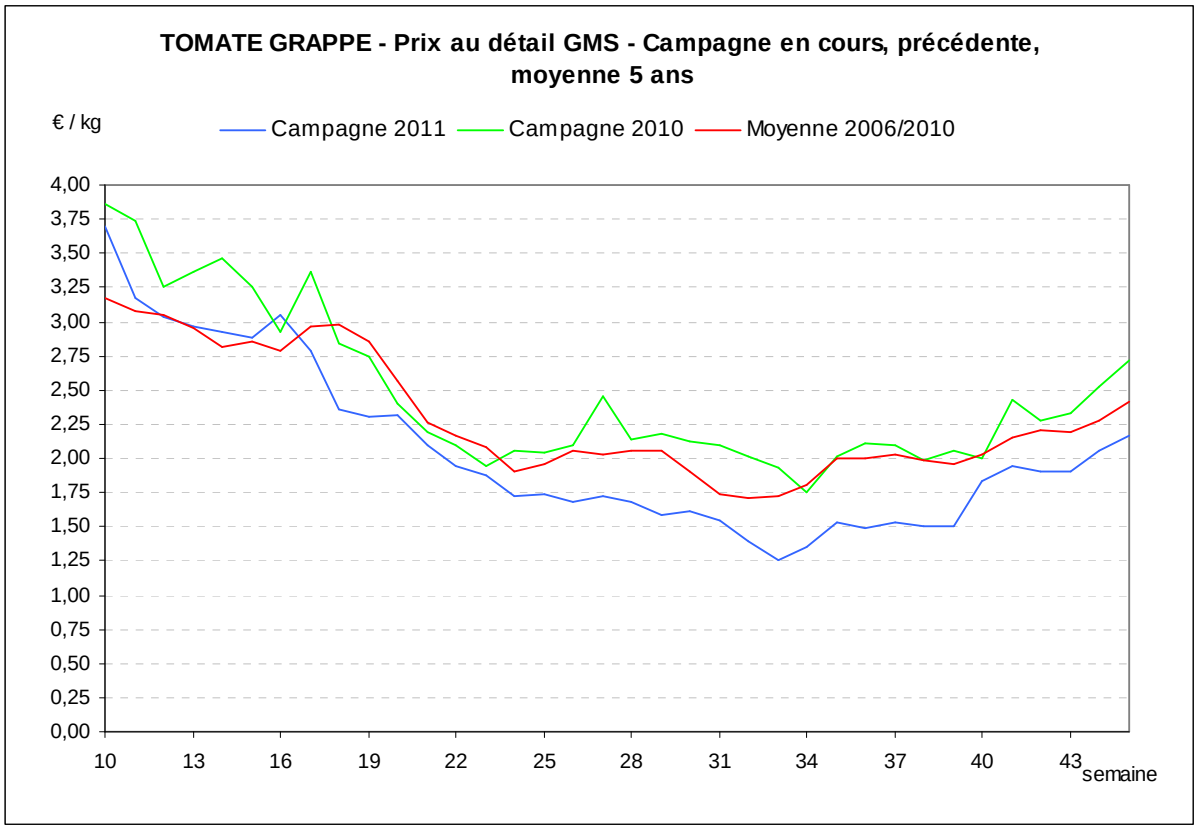
NB : la campagne 2012 en cours au moment de la rédaction de ce rapport ne faisant que commencer, la dernière campagne complète représentée sur les graphiques est donc celle de 2011.

Graphique 13



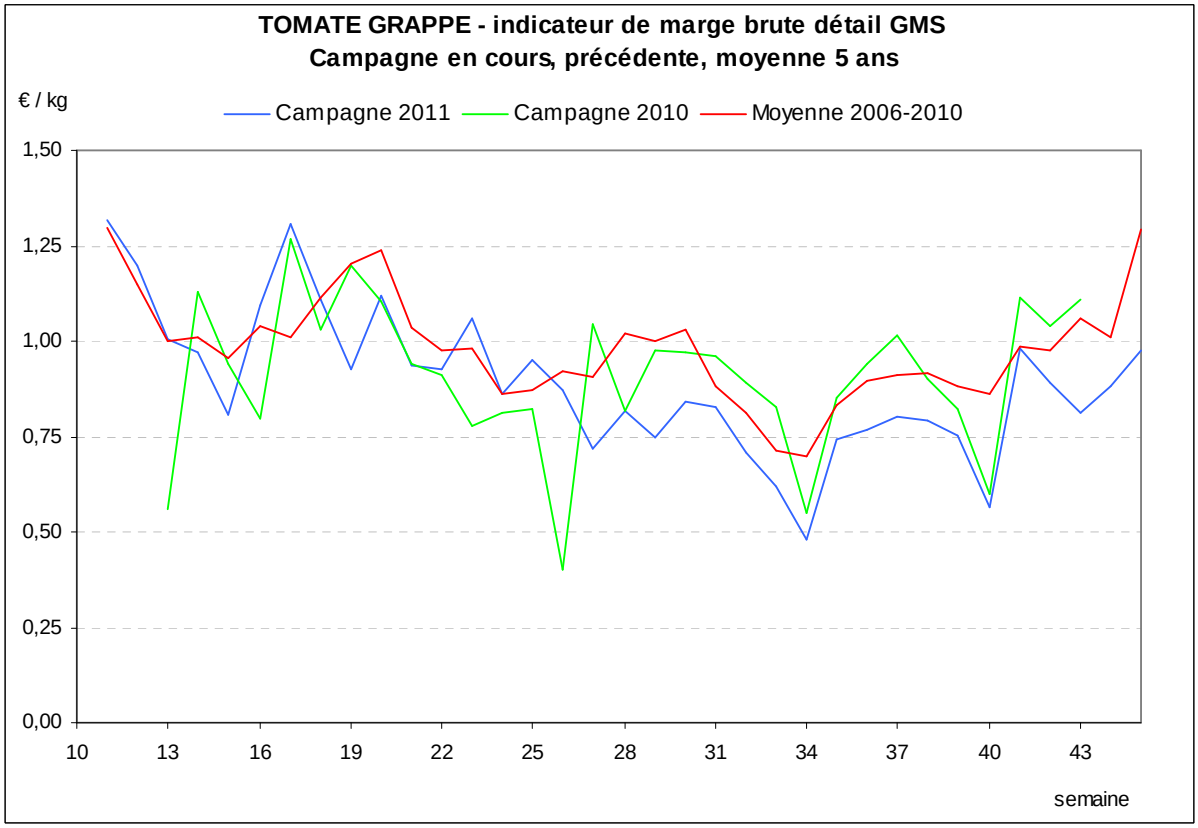
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 14



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 15



Source : FranceAgriMer-RNM

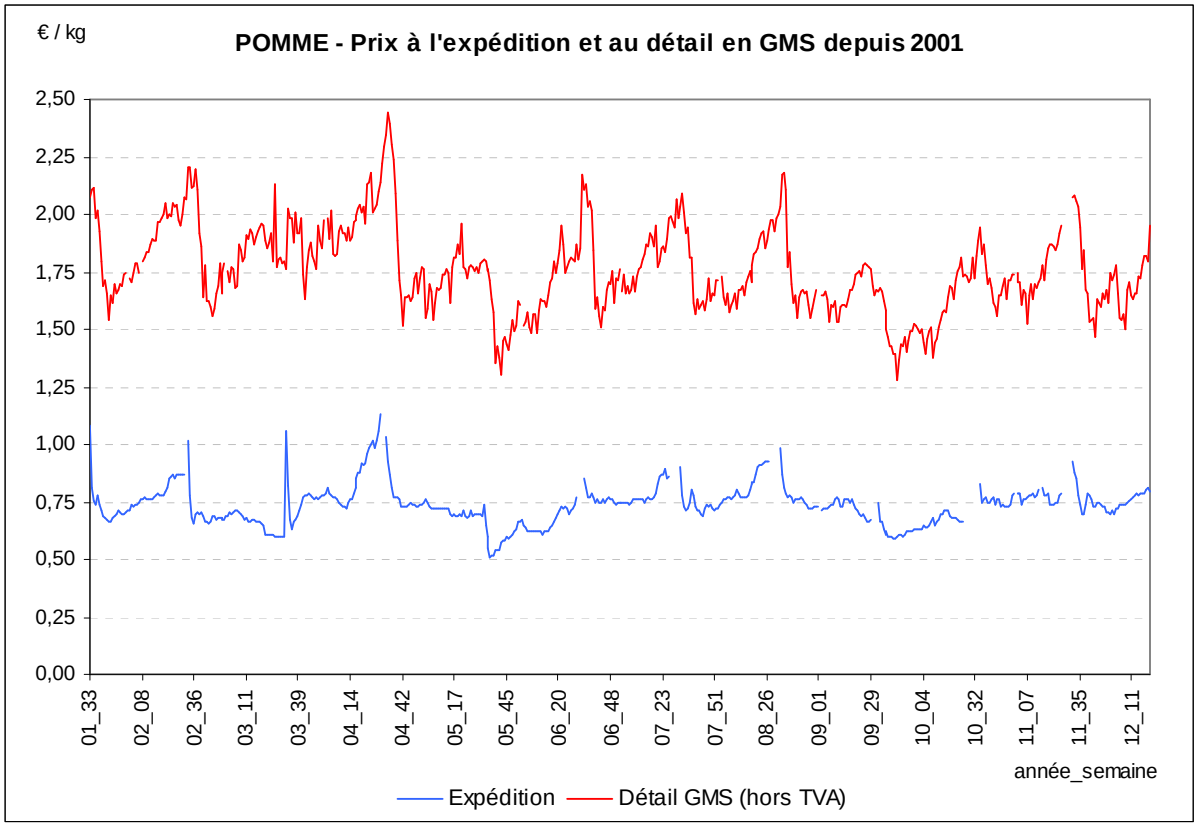
3.2. Prix et marge brute de la distribution pour la pomme

Le produit suivi est un panier des variétés braeburn, gala, golden et granny.

3.2.1. En longue période (2001 - début 2012)

Les prix au détail de la période 2000-2004 paraissent plus élevés que dans la période suivante[14], tandis que les cours à l'expédition sont plus stables sur toute la période, comme le confirme le graphique en moyenne mobile.
On retrouve au détail la reproduction de grandes variations des cours à l'expédition, mais, sur l'ensemble de la période, il n'est pas possible de conclure à une marge brute constante. La faible corrélation entre prix à l'expédition et prix au détail ($R^2 = 0,37$) ne permet pas d'envisager une relation linéaire entre les deux prix (rappel : une tendance à une marge brute constante suppose à la fois une relation linéaire de type : $P_D = b\ P_E + m$, et un coefficient *b* peu différent de 1).

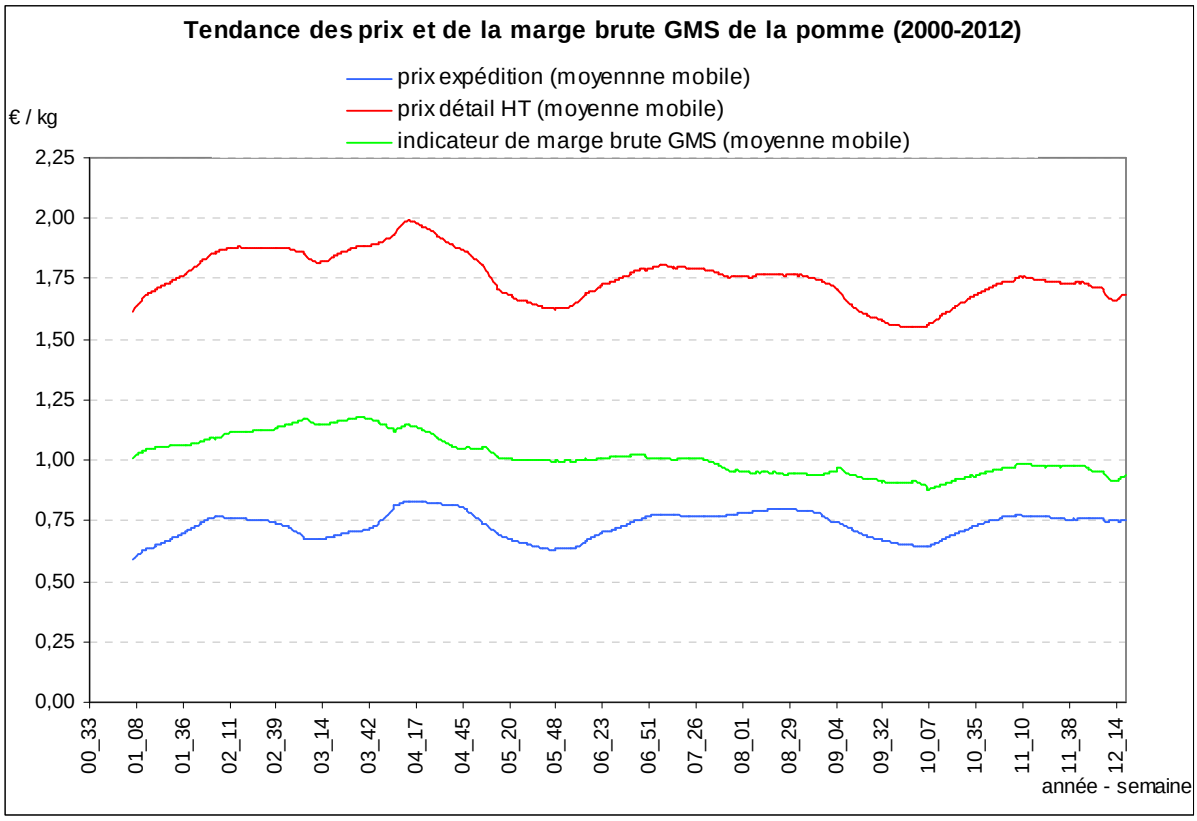
Graphique 16



Source : FranceAgriMer-RNM

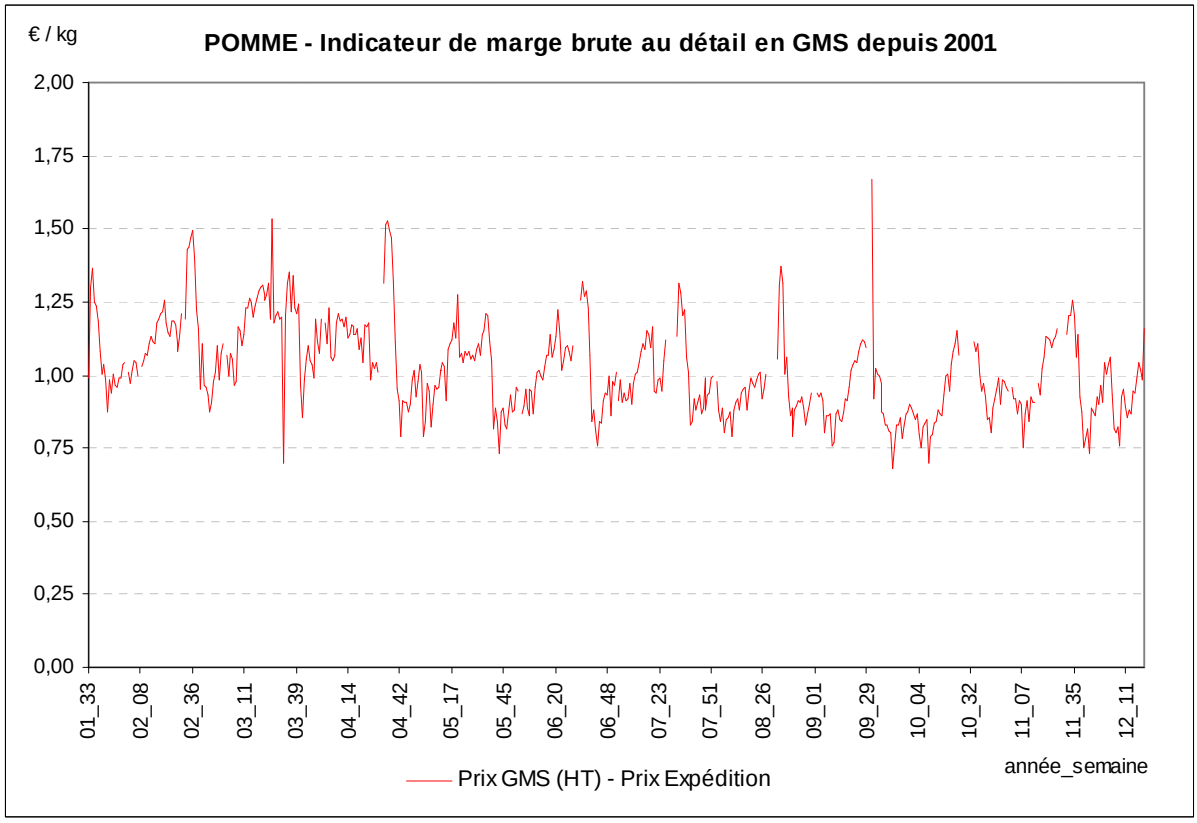
[14] Ceci peut résulter d'un panier insuffisamment stable au détail.

Graphique 17



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 18

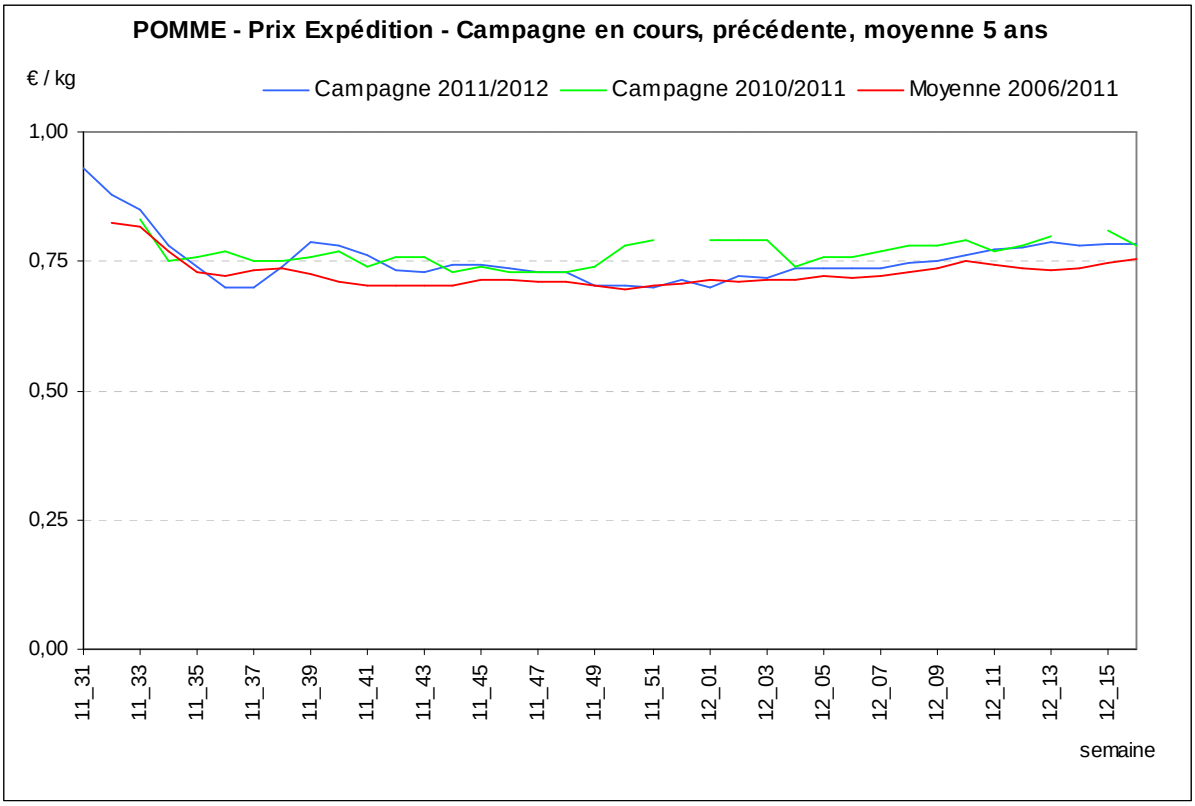


Source : FranceAgriMer-RNM

3.2.2. Le suivi des prix et de la marge brute au cours d'une campagne

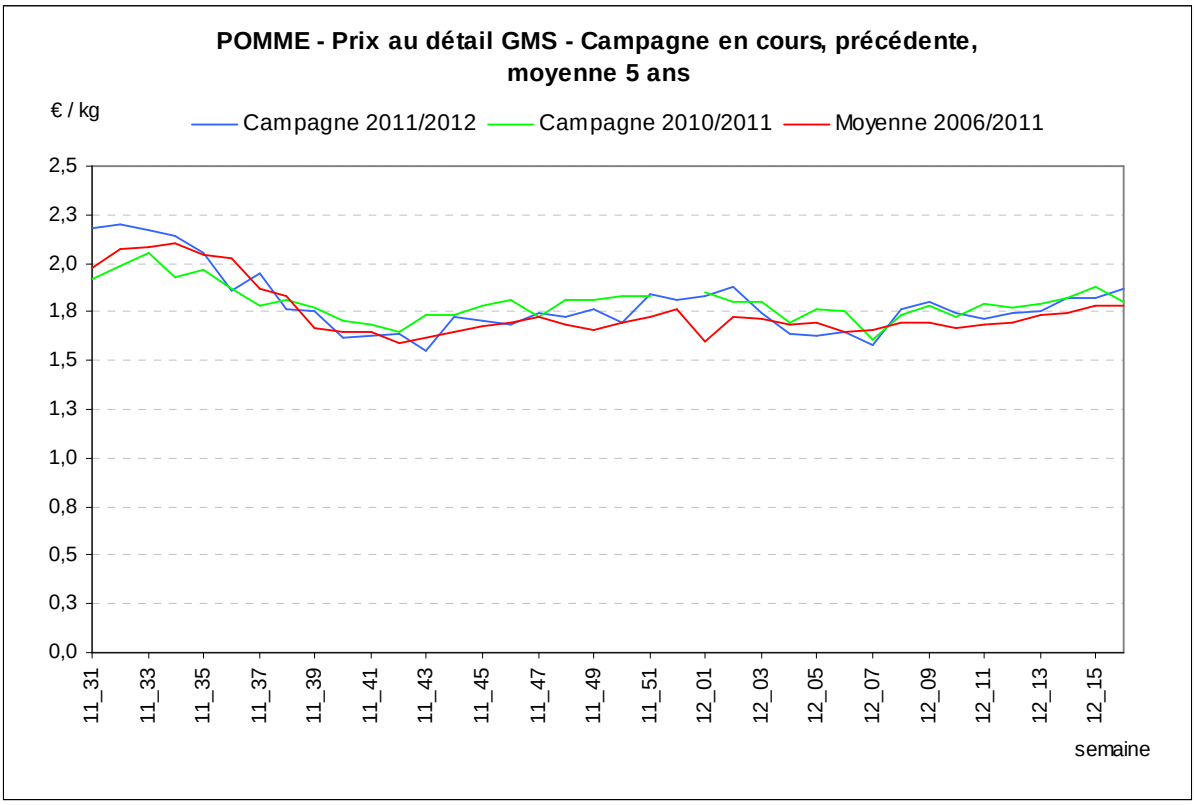
La campagne se déroulant de la semaine 32 à la semaine 31 de l'année suivante, on n'observe au moment de la rédaction de ce rapport que 35 semaines (sur 53) de la campagne en cours.
Mise à part durant les semaines correspondant à la fin et au début de l'année civile, les prix expédition ont été très proches de ceux de la campagne 2010/2011. Ils ont été globalement légèrement supérieurs à la moyenne sur 5 ans.
Sur la campagne 2011/2012 il n'y a pas eu de crise conjoncturelle déclarée.
Les prix au détail de la campagne en cours sont toujours très proches de ceux de la campagne 2010/2011. Ils sont en revanche au-dessus de la « référence 5 ans ».
La marge brute de la distribution en 2011/2012 a oscillé sous et au dessus du niveau de la marge brute en 2010/2011 et de la moyenne 5 ans.

Graphique 19



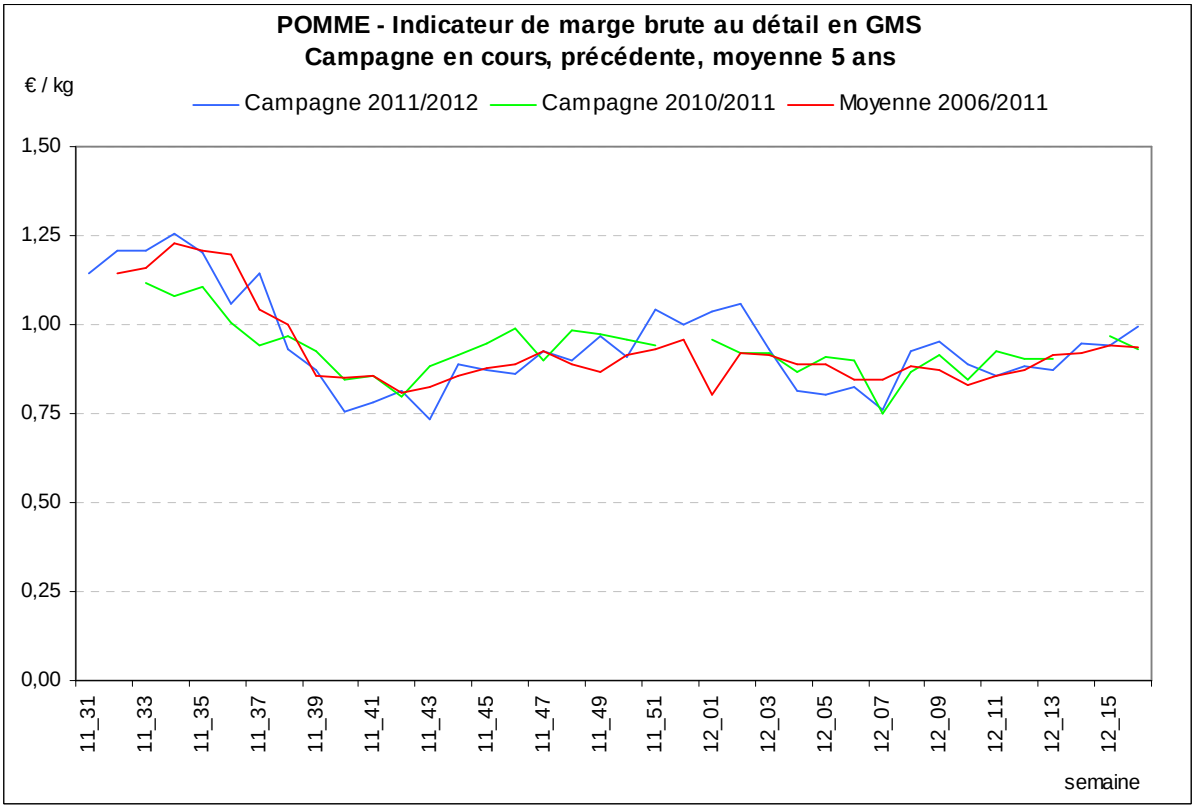
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 20



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 21



Source : FranceAgriMer-RNM

3.3. Prix et marge brute de la distribution pour la pêche nectarine

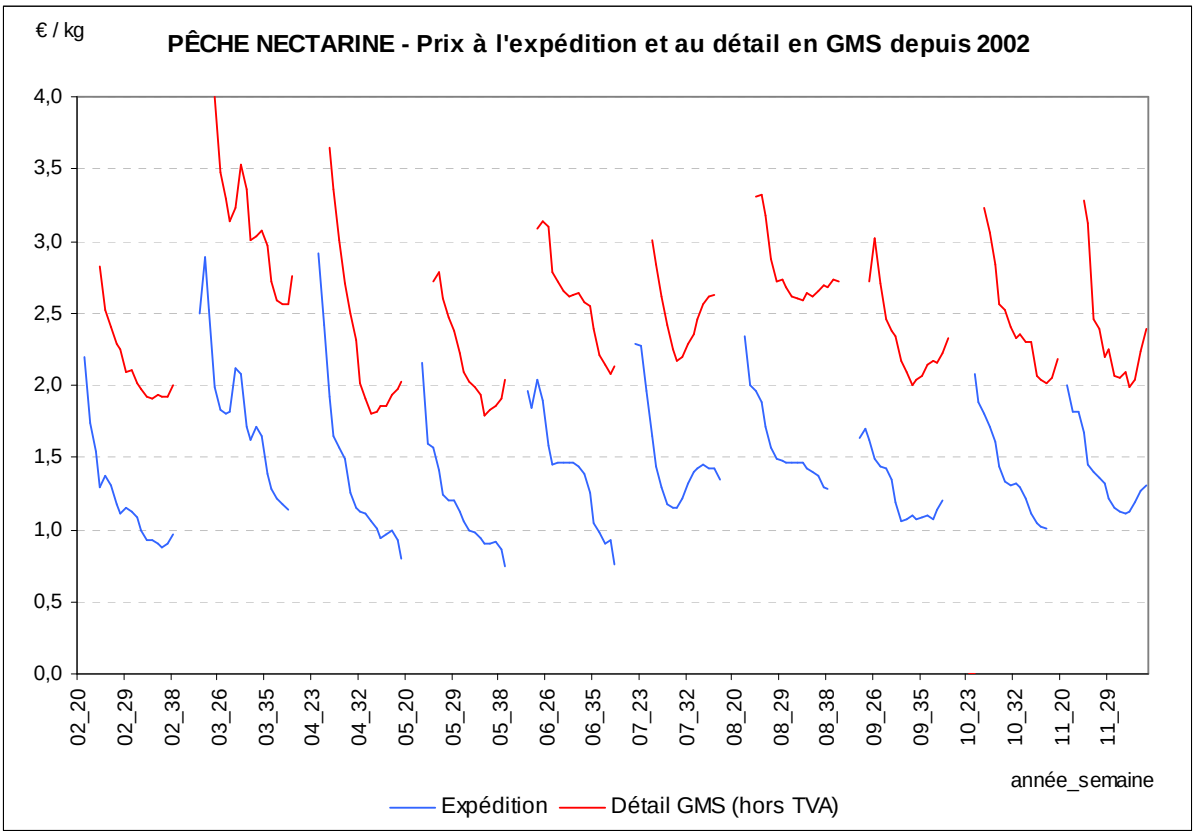
Le produit suivi est un panier de pêche et nectarine blanche et jaune.

Les variations prix au détail reproduisent globalement ceux des cours à l'expédition, de façon toutefois pus lâche que dans le cas de la tomate.

Le Graphique 22 présente les prix au détail en fonction des prix expédition, avec l'équation linéaire de la forme $P_D = b\ P_E + m$, liant ces deux prix ainsi que la valeur du carré du coefficient de corrélation (R^2), d'autant plus proche de 1 que la liaison linéaire entre les deux prix est forte. Ici, R^2=0,85 : il existe donc une relation de linéarité entre le prix expédition et le prix détail. Néanmoins, avec un coefficient b de 1,4, la marge brute ne tend pas à être pas constante. Contrairement à la tomate, la marge brute en pêche nectarine tend à être en partie proportionnelle au prix d'expédition, un terme fixe s'ajoutant à cet éléments de marge proportionnelle.

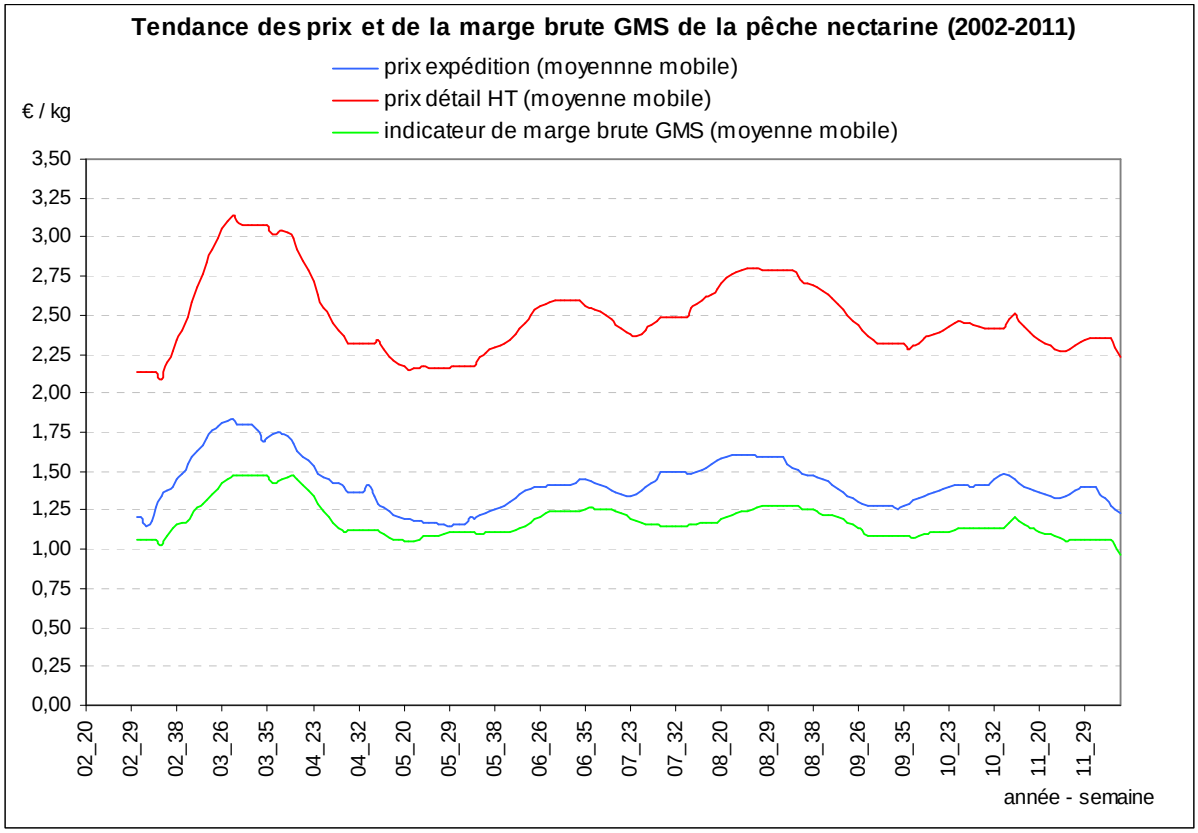
3.3.1. En longue période (2001-2011)

Graphique 22



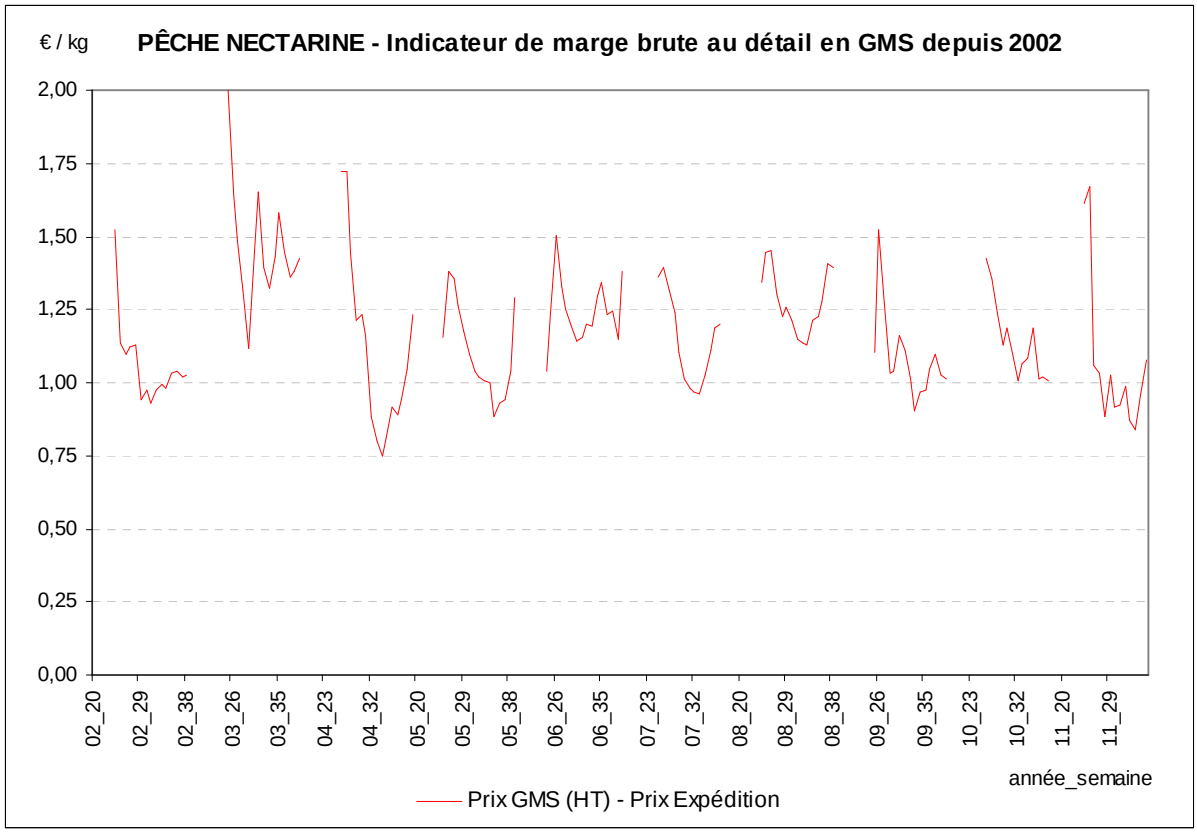
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 23



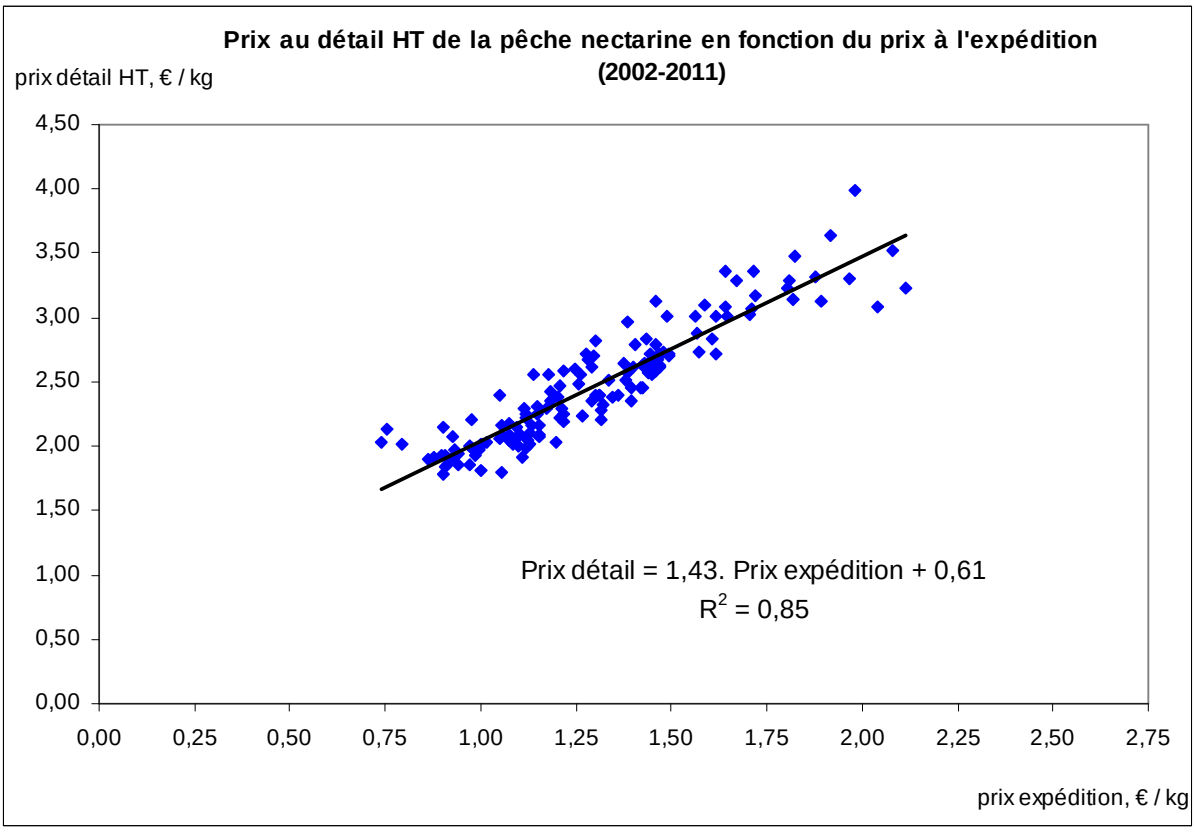
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 24



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 25



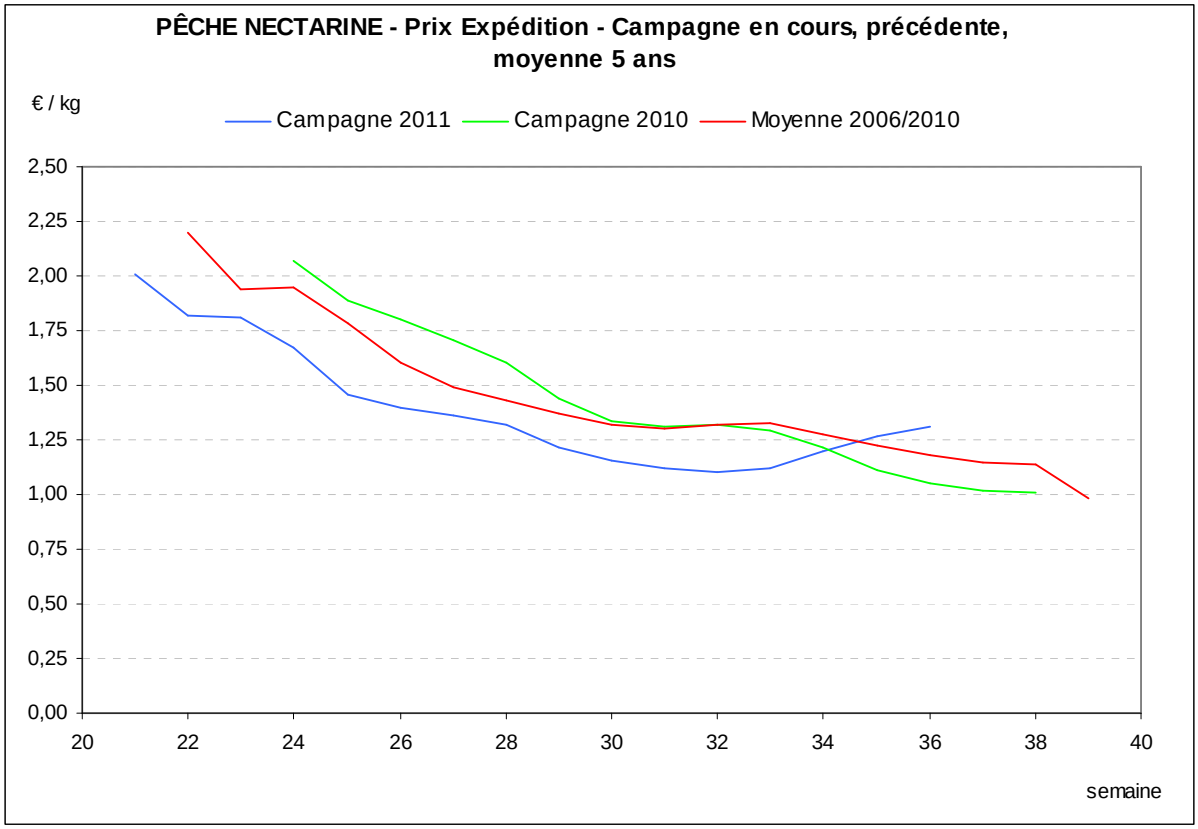
Source : FranceAgriMer-RNM

3.3.2. Le suivi des prix et de la marge brute au cours d'une campagne

Sont présentés ci-après, pour la pêche-nectarine, les types de graphiques prévus par l'observatoire pour le suivi des prix et de la marge brute de distribution au cours de la campagne.
Les cours expédition de la campagne 2011 ont été très inférieurs à la campagne 2010 et à la moyenne sur 5 ans. Par contre, les prix au détail ont été au niveau de ceux de la campagne 2010 et légèrement inférieurs à la « référence 5 ans ».
La pêche nectarine a été déclarée en crise à partir du 16 juin pour en sortir le 23 août soit 47 jours de crise conjoncturelle sur une campagne de 65 jours. Cette situation de crise s'explique en partie par la précocité des cultures françaises ce qui a conduit à un télescopage avec des productions espagnoles. De plus, la météorologie automnale du mois de juillet a été un frein à la consommation et les prix à l'expédition ont ainsi été plus bas en 2011 que la moyenne (Graphique 26).
La marge brute de la distribution en 2011 a été globalement inférieure à la marge brute en 2010 et à la moyenne sur 5 ans. Cependant le taux de marge brute (sur cours expédition) en 2011 a été supérieur au taux de marge brute de 2010.

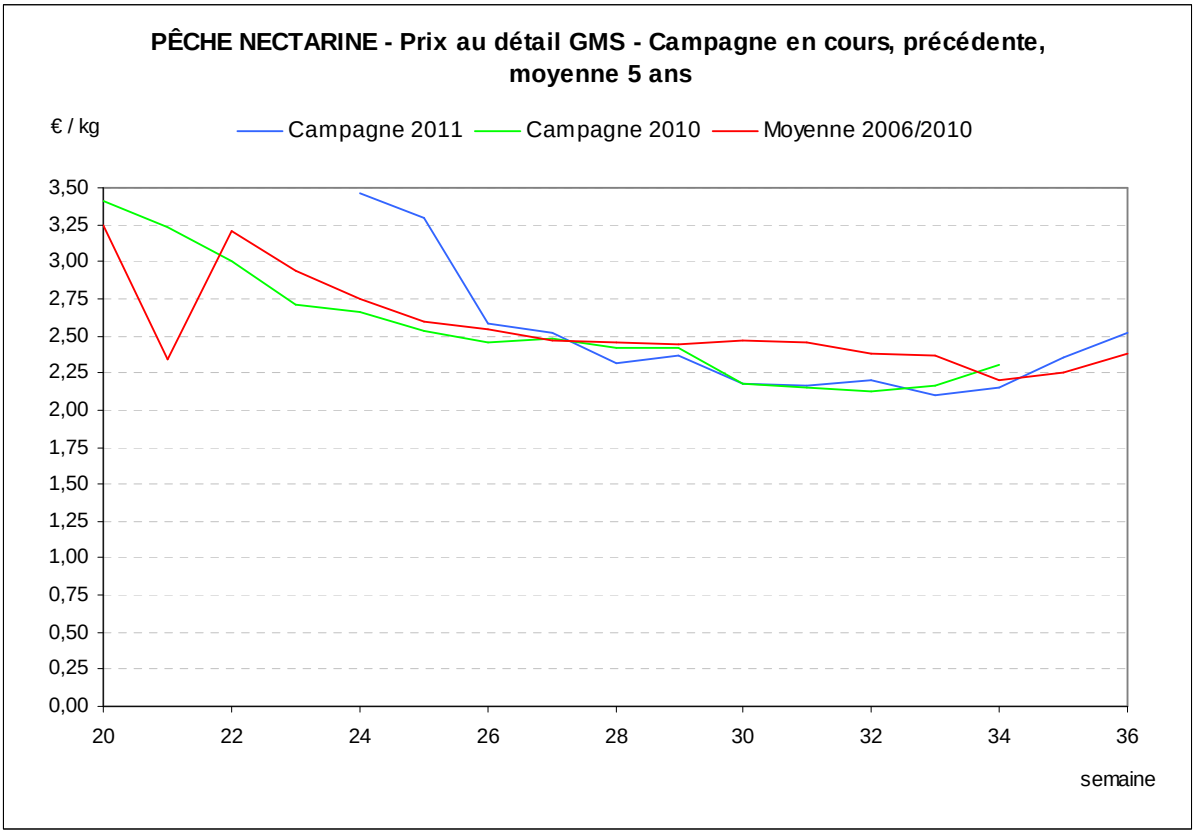
NB : la campagne en cours au moment de la rédaction de ce rapport ne fait que commencer, la dernière campagne complète représentée sur les graphiques est donc celle de 2011.

Graphique 26



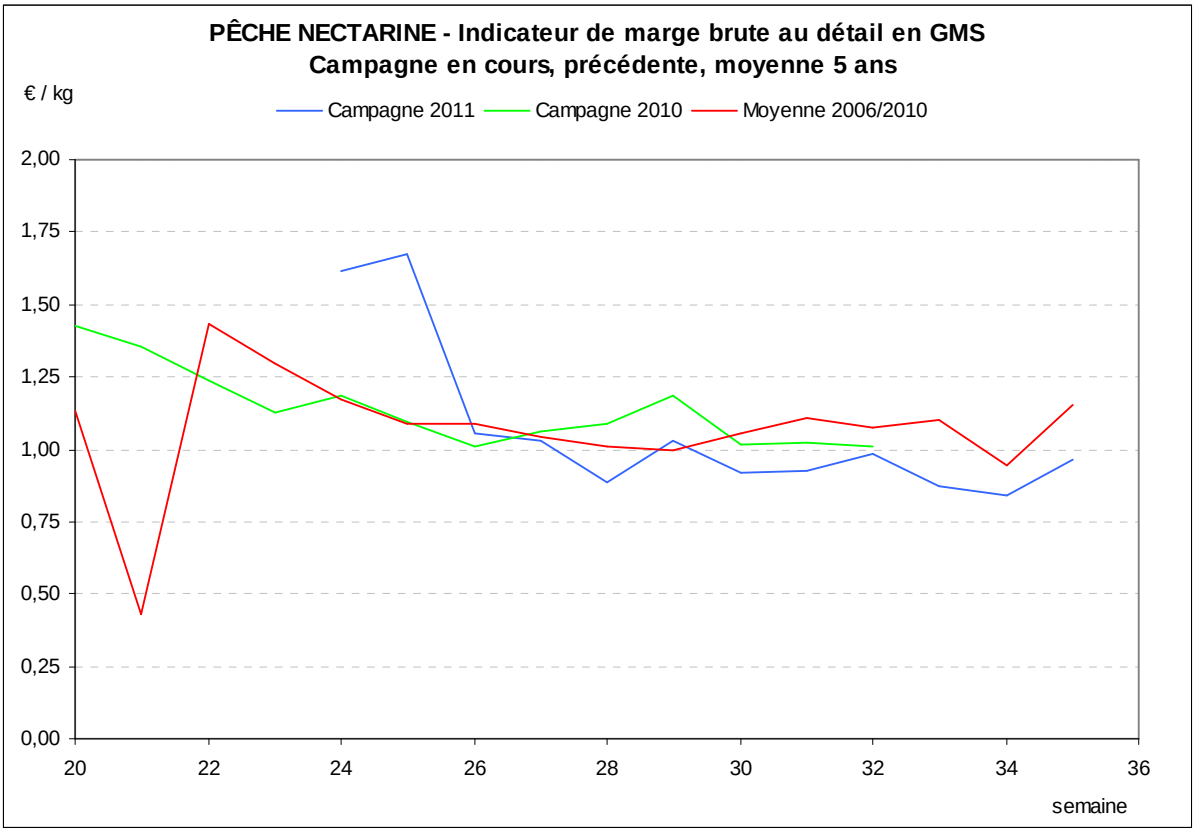
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 27



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 28



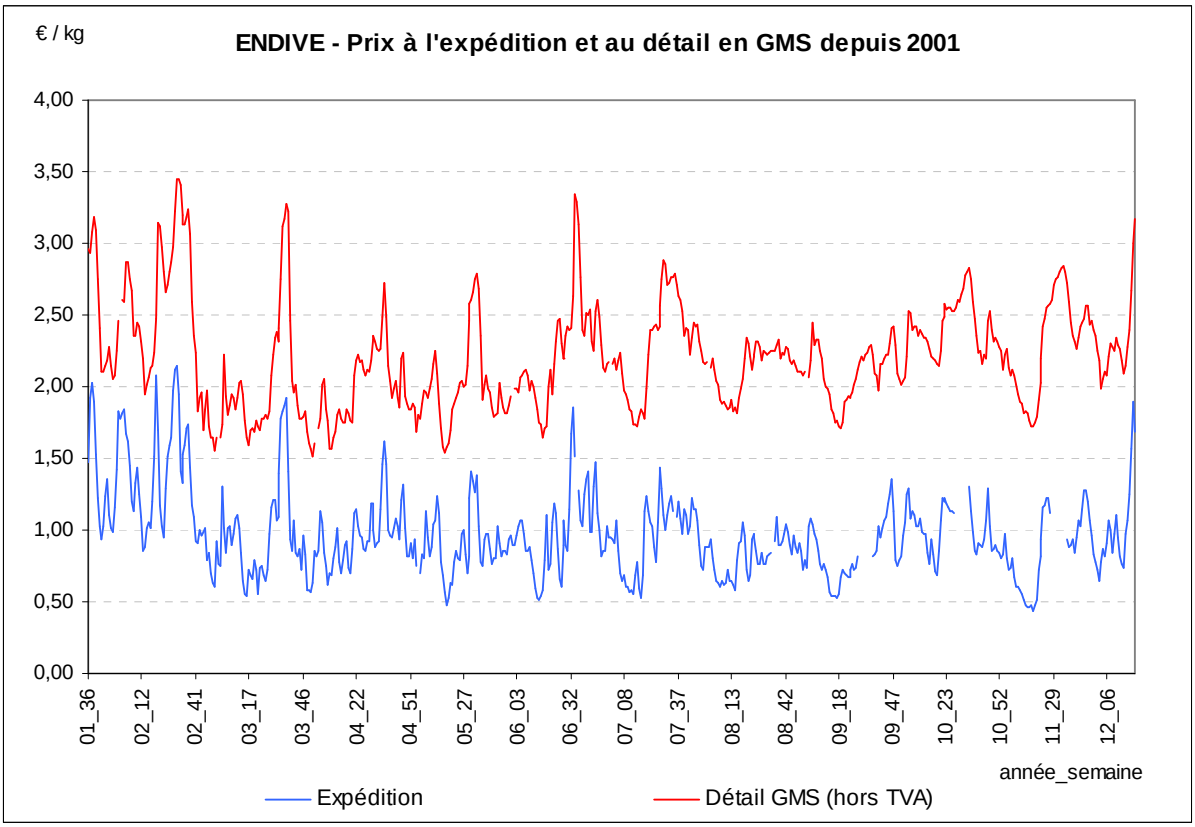
Source : FranceAgriMer-RNM

3.4. Prix et marge brute de la distribution pour l'endive

3.4.1. Le suivi des prix et de la marge brute en longue période

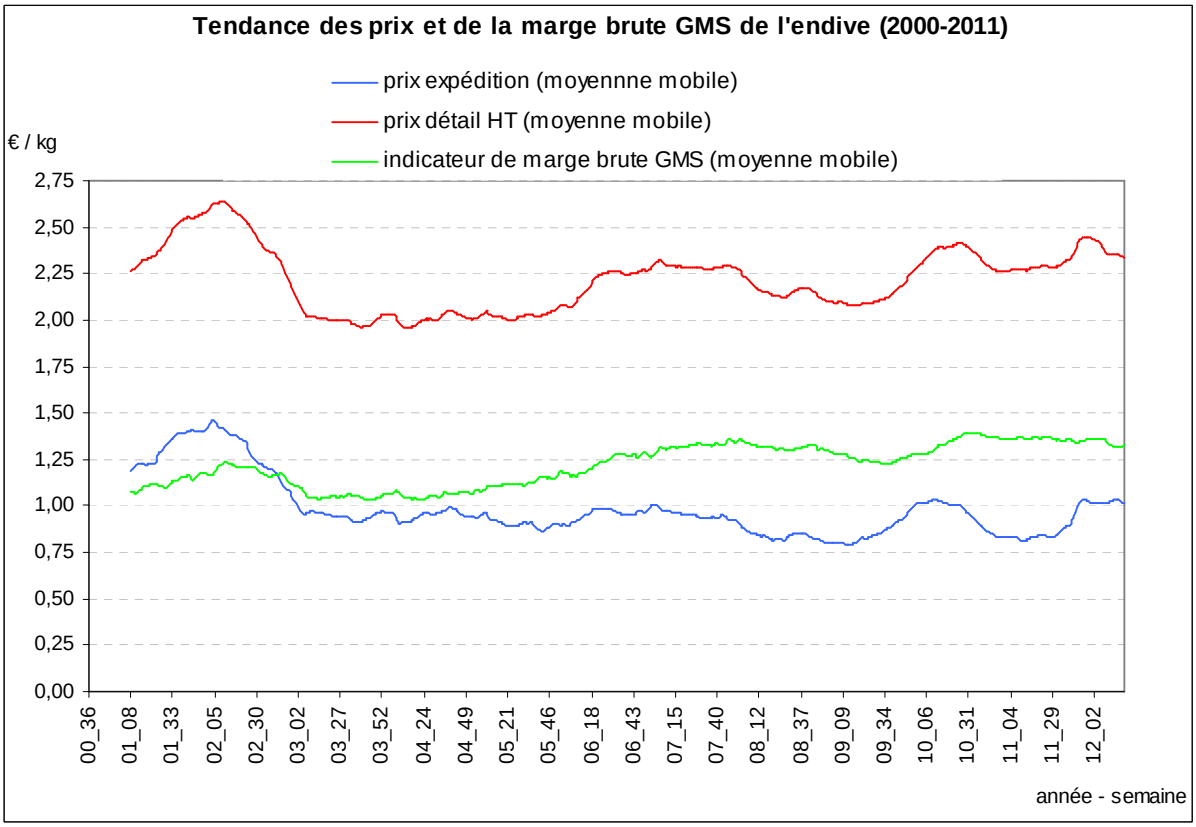
Les prix au détail n'ont, en moyenne sur l'année, quasiment pas évolué depuis 10 ans alors que les prix à l'expédition ont baissé.
Le graphique suivant présentant les évolutions des prix (expédition et détail) et de la marge brute de la distribution en moyenne mobile sur 52 semaines (durée de la campagne), met en évidence la hausse progressive de la marge brute du fait d'un maintien des prix à l'expédition et d'une hausse des prix au détail.
La marge brute augmente au fur et à mesure des années. Du fait de variations à l'expédition et au détail de moins en moins importantes, la marge brute oscille de plus en plus faiblement au cours d'une saison.
Le Graphique 32 présente les prix au détail en fonction des prix expédition, avec l'équation linéaire de la forme $P_D = b\ P_E + m$, liant ces deux prix ainsi que la valeur du carré du coefficient de corrélation (R^2), d'autant plus proche de 1 que la liaison linéaire entre les deux prix est forte.
L'analyse statistique montre qu'avec un coefficient de corrélation $R^2 = 0{,}61$ il n'y a pas de relation linéaire forte entre le prix expédition et le prix détail de l'endive, sur la période considérée.

Graphique 29



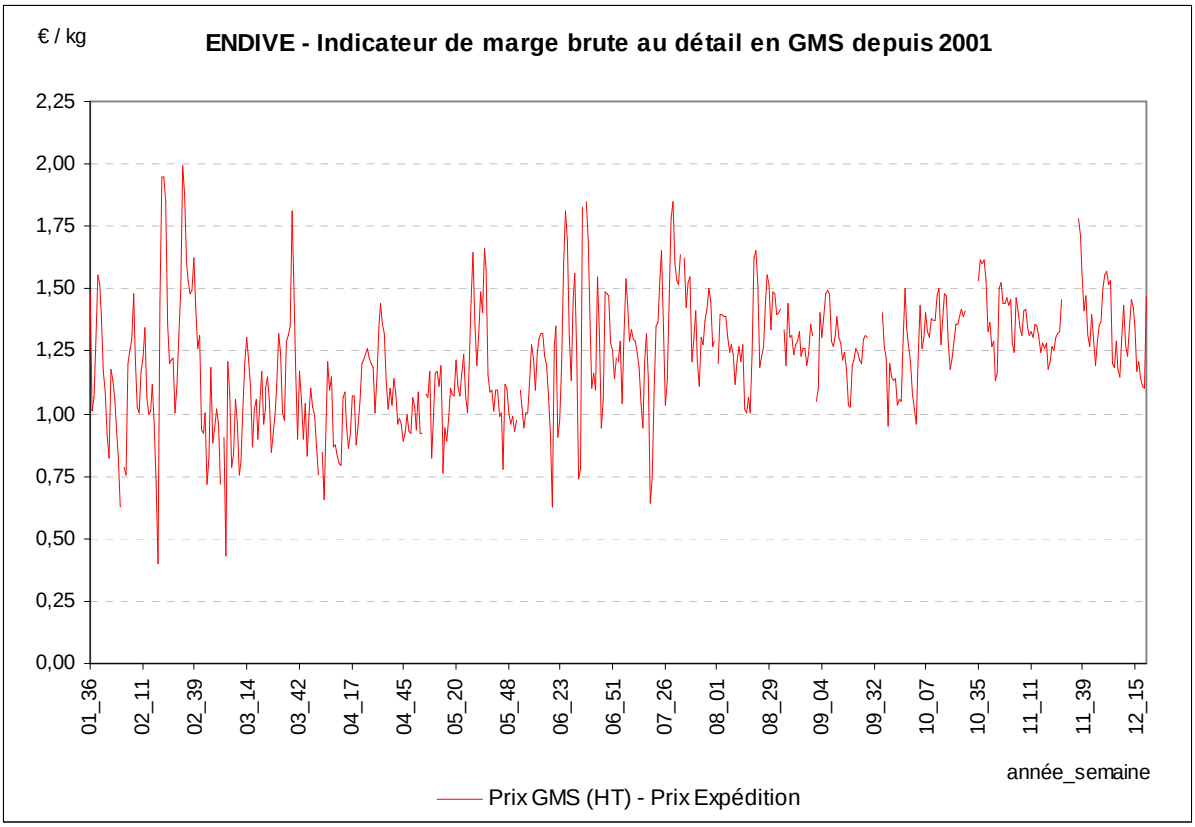
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 30



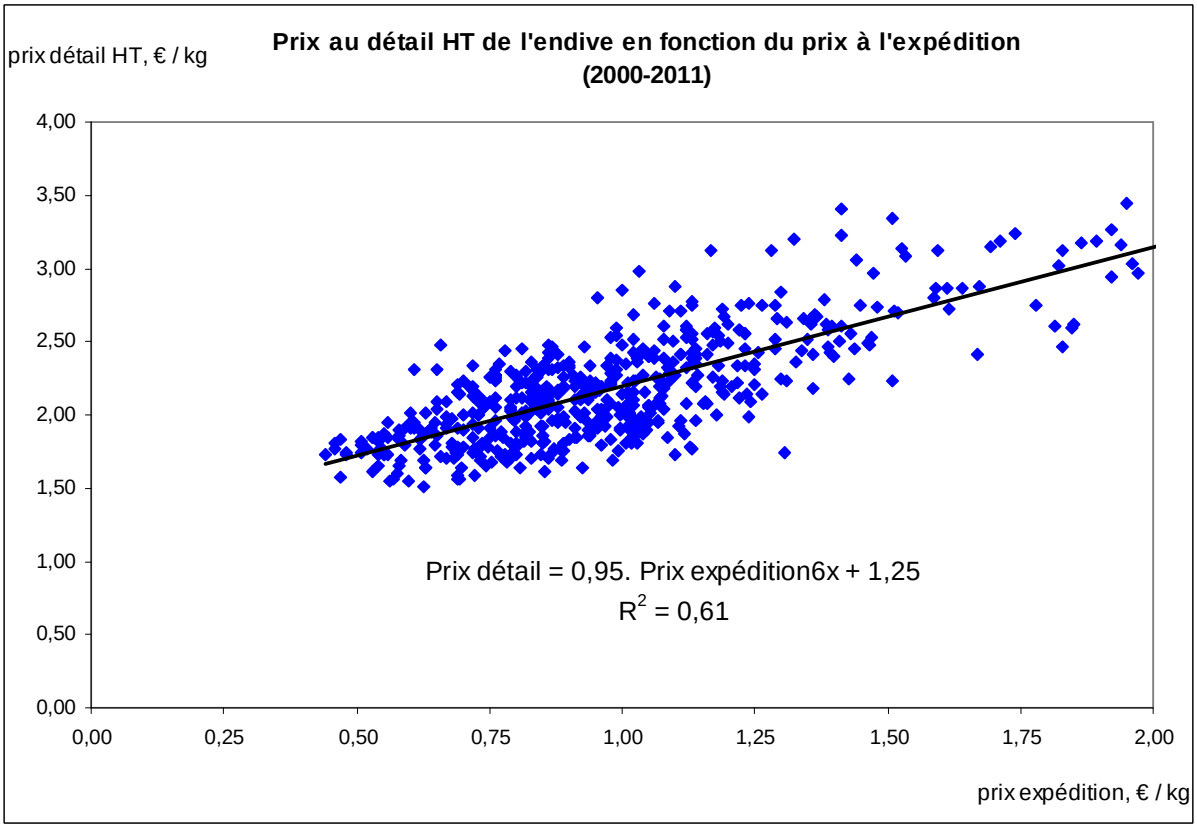
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 31



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 32

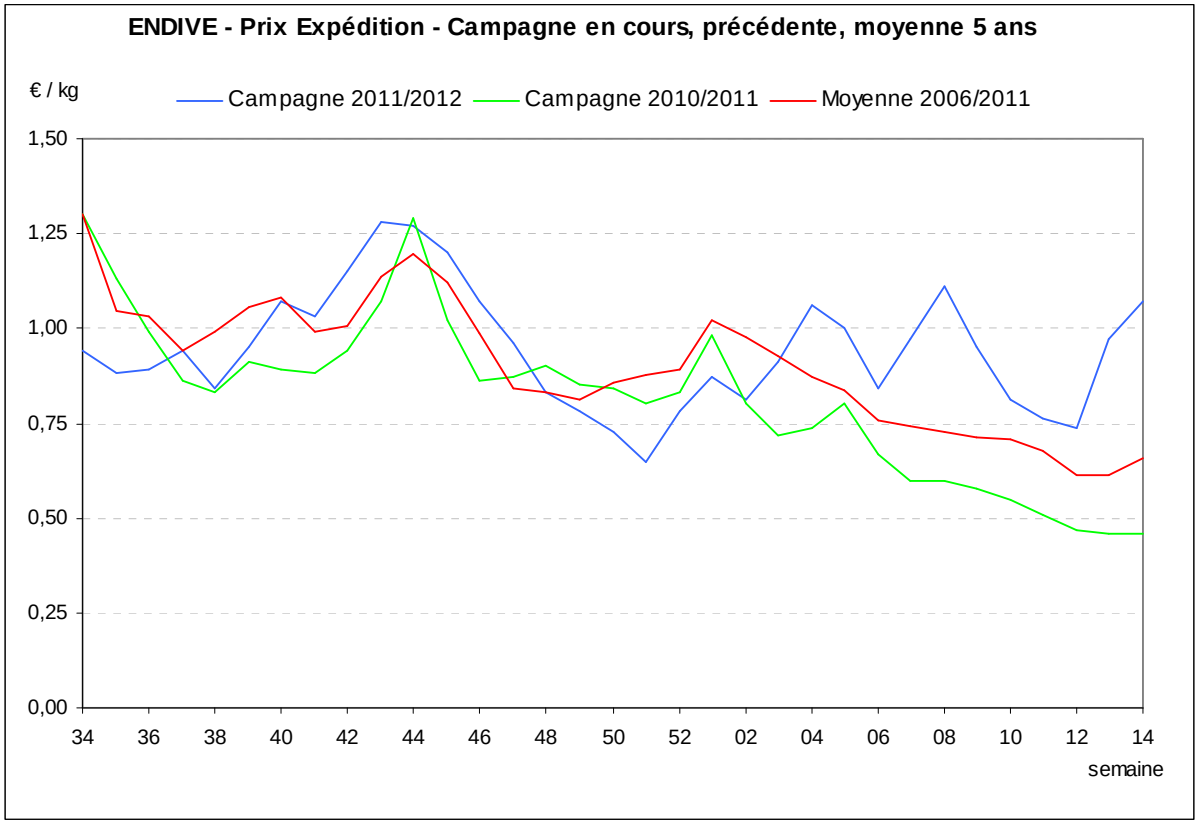


Source : FranceAgriMer-RNM

3.4.2. Le suivi des prix et de la marge brute au cours d'une campagne

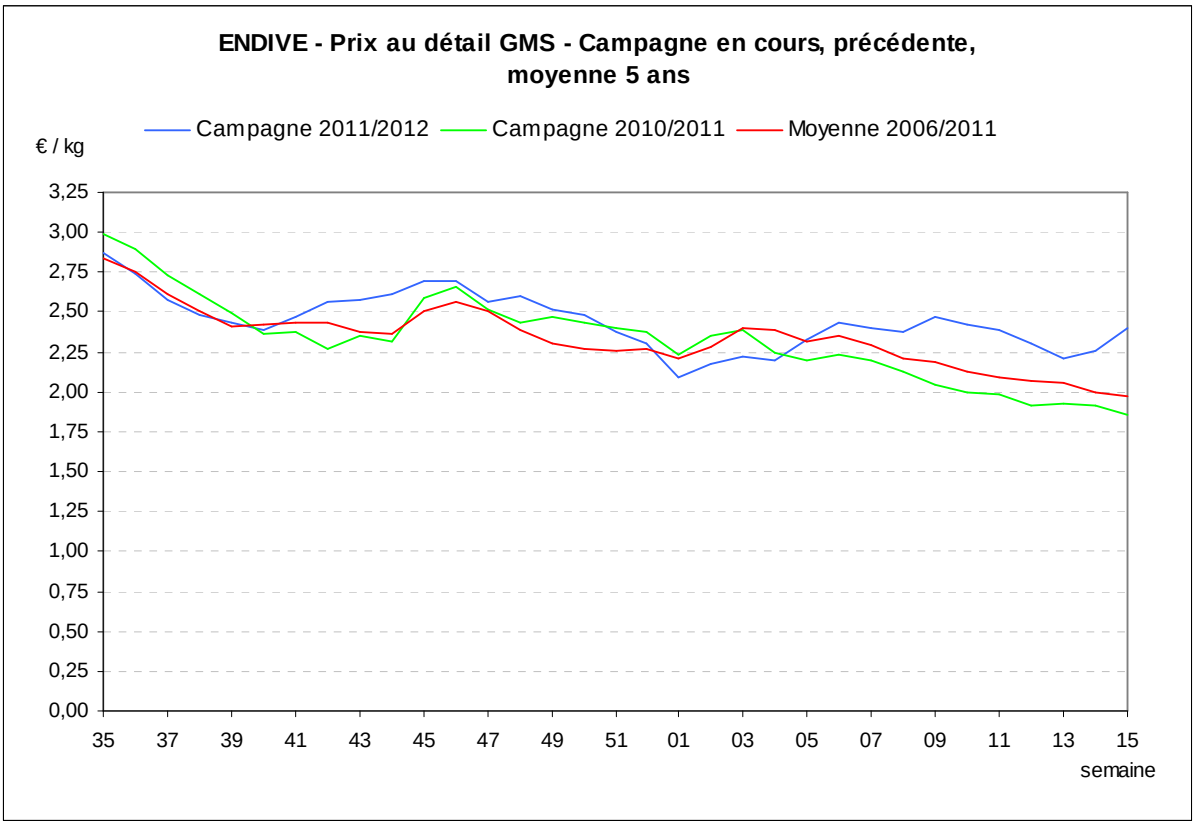
A partir de début 2012 les prix à l'expédition et au détail ont été au dessus des campagnes précédentes.
L'endive a été déclarée en crise conjoncturelle du 2 au 11 janvier 2011, soit 7 jours de crise sur la campagne 2011-2012.
En 2011-2012, la marge brute de distribution de l'endive a plus ou moins suivi les évolutions de la campagne 2010-2011 et de la moyenne des campagnes 2006-2011.

Graphique 33



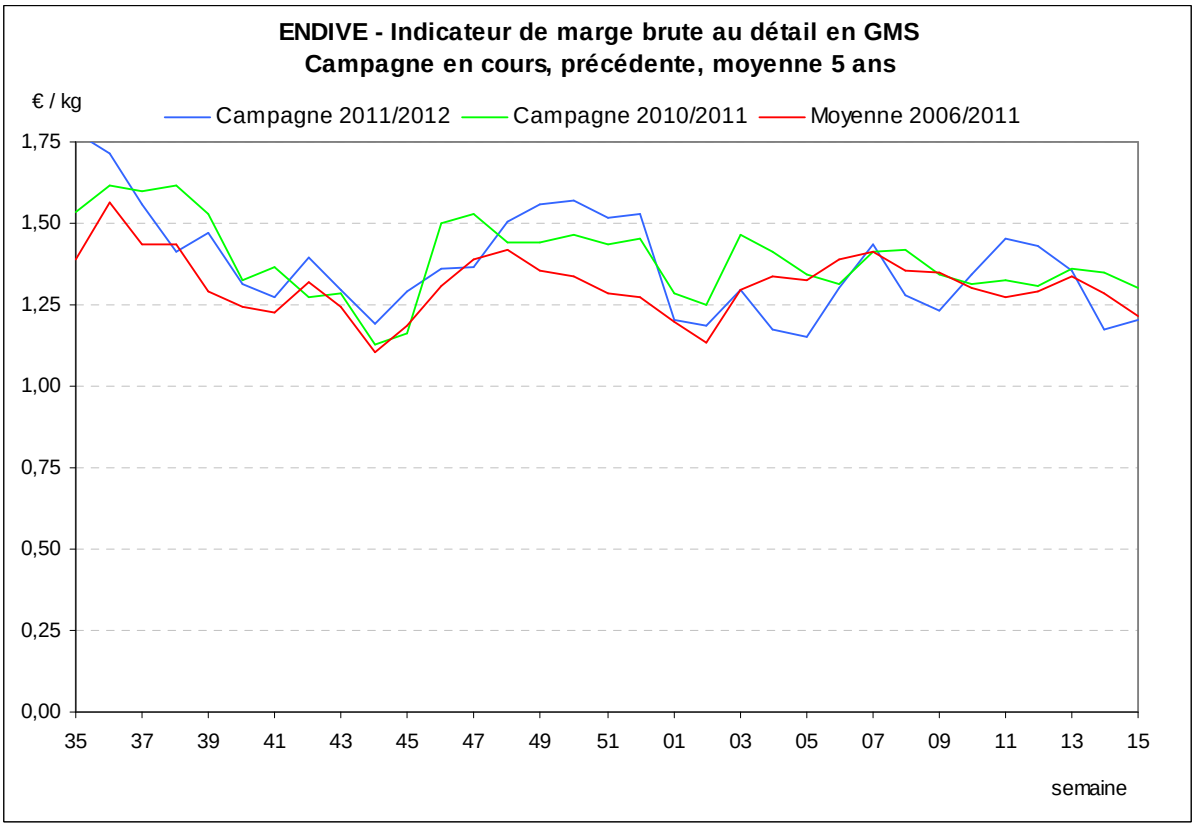
Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 34



Source : FranceAgriMer-RNM

Graphique 35



Source : FranceAgriMer-RNM

Encadré 7

L'accord de modération des marges de la distribution dans la filière fruits et légumes

L'accord de modération des marges, régi par le Décret n° 2011-553 du 20 mai 2011, vise à permettre une sortie de crise rapide pour les produits fruits et légumes frais qui sont déclarés en crise conjoncturelle par le Réseau des nouvelles de marchés (FranceAgriMer - RNM).

La situation de crise conjoncturelle est définie par la persistance, pendant une durée déterminée (définie par arrêté pour chaque fruit ou légume, en fonction de la périssabilité du produit et de la dureé de la campagne), de cours à l'expédition « anormalement bas » ; les seuils de cours anomalement bas sont également définis par arrété, pour chaque fruit et légume, par rapport à la moyenne des cours à l'expédition observés lors des 5 campagnes précédentes (*).

L'accord est signé entre les enseignes de la grande distribution et l'Etat pour une durée d'un an. Les signataires de l'accord sont exonérés de la taxe additionnelle à la TASCOM (Taxe additionnelle à la surface commerciale).

Les accords de modération des marges de distribution des fruits et légumes frais prévoient qu'en période de crise conjoncturelle constatée sur un produit par le RNM, les parties aux accords s'engagent à réduire, le cas échéant, la marge brute pratiquée sur ce produit, afin que leur taux de marge brute sur ce produit soit inférieur ou égal au taux de marge brute moyen du rayon fruits et légumes.

Le taux de marge brute moyen du rayon fruits et légumes est égal à la moyenne des taux de marge brute de ce rayon constatés au cours des trois derniers exercices comptables. Ce taux est calculé en excluant les périodes d'application de la modération des marges.
Pour 2011 la marge brute est calculée sur l'exercice comptable 2010.

La mise en place de l'accord de modération des marges doit se faire au plus tard dans les trois jours qui suivent la notification de crise conjoncturelle.

L'accord de modération des marges se fait uniquement sur les produit pris en compte pour le calcul des indicateurs de marché définis et diffusés par le Réseau des nouvelles de marchés qui informe les signataires par mail de la situation de crise des différents fruits et légumes suivis et ce de manière quotidienne.

(*) Seuil de prix anomalement bas, pas espèce (différence par rapport aux cours quotidiens des 5 campagnes précédente) :

- Pêche nectarine : 10% en dessous la moyenne
- Pomme, poire, melon, raisin de table : 15% en dessous la moyenne
- Cerise, fraise, tomate : 20% en dessous la moyenne
-Tous les autres produits : 25% en dessous la moyenne

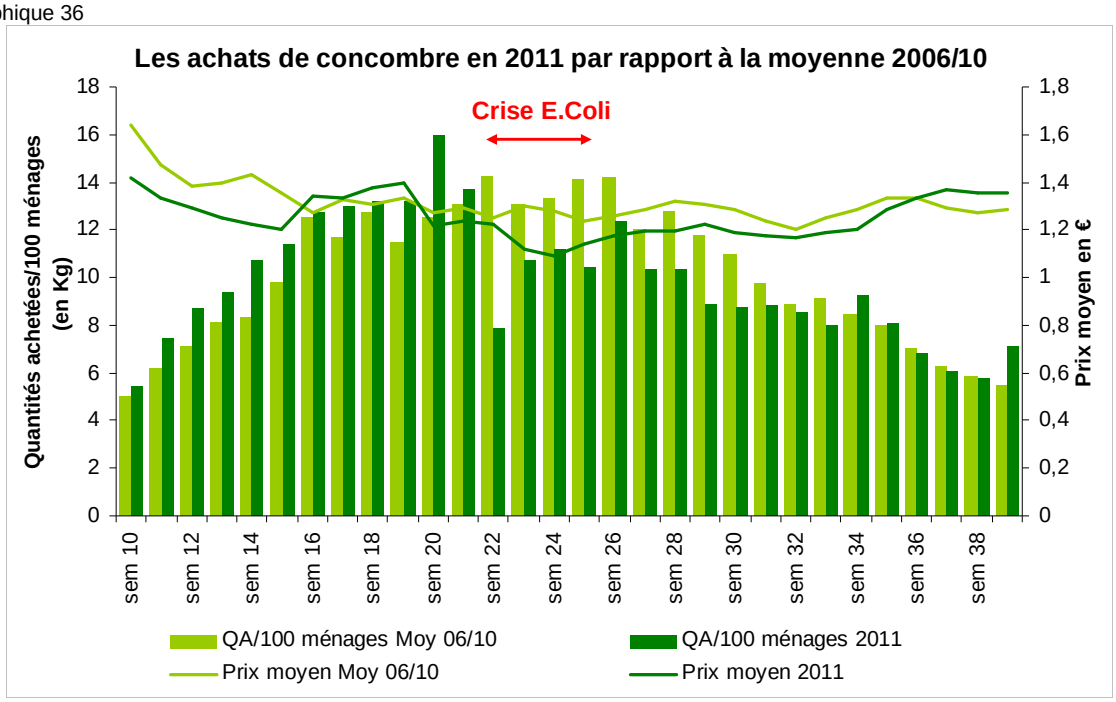
Encadré 8

La crise « E. Coli 2011 » et son impact sur le concombre

Le 27 mai 2011, les autorités de santé allemandes émettent une alerte sanitaire et mettent en garde les populations suite à la découverte d'une souche d'Escherichia Coli, ayant entrainé la mort. Suite à des déclarations – qui s'avèreront erronées (Cf. site internet de La Lettre Agriculture-Environnement) – selon lesquelles cette bactérie serait présente sur des concombres espagnols, la consommation des fruits et légumes s'effondre en Europe. Les ventes de concombres s'arrêtent et des stocks d'invendus se forment. Les prix descendent à des niveaux très bas pendant plusieurs jours.

Même si l'alerte émise par les autorités allemandes ne portait que sur le concombre, par extension, l'ensemble des légumes frais et notamment ceux se consommant en crudité (principalement la tomate), a été touché. Cependant, le produit le plus affecté reste le concombre. En effet, malgré une météo estivale très propice à la consommation de crudités en semaine 22 (du 30 mai au 5 juin), les quantités achetées pour 100 ménages ont chuté de presque la moitié par rapport à la moyenne des 5 dernières années. Ce recul de la consommation s'est poursuivi de manière significative les 3 semaines suivantes.

Graphique 36



Source : FranceAgriMer - Panel Kantar

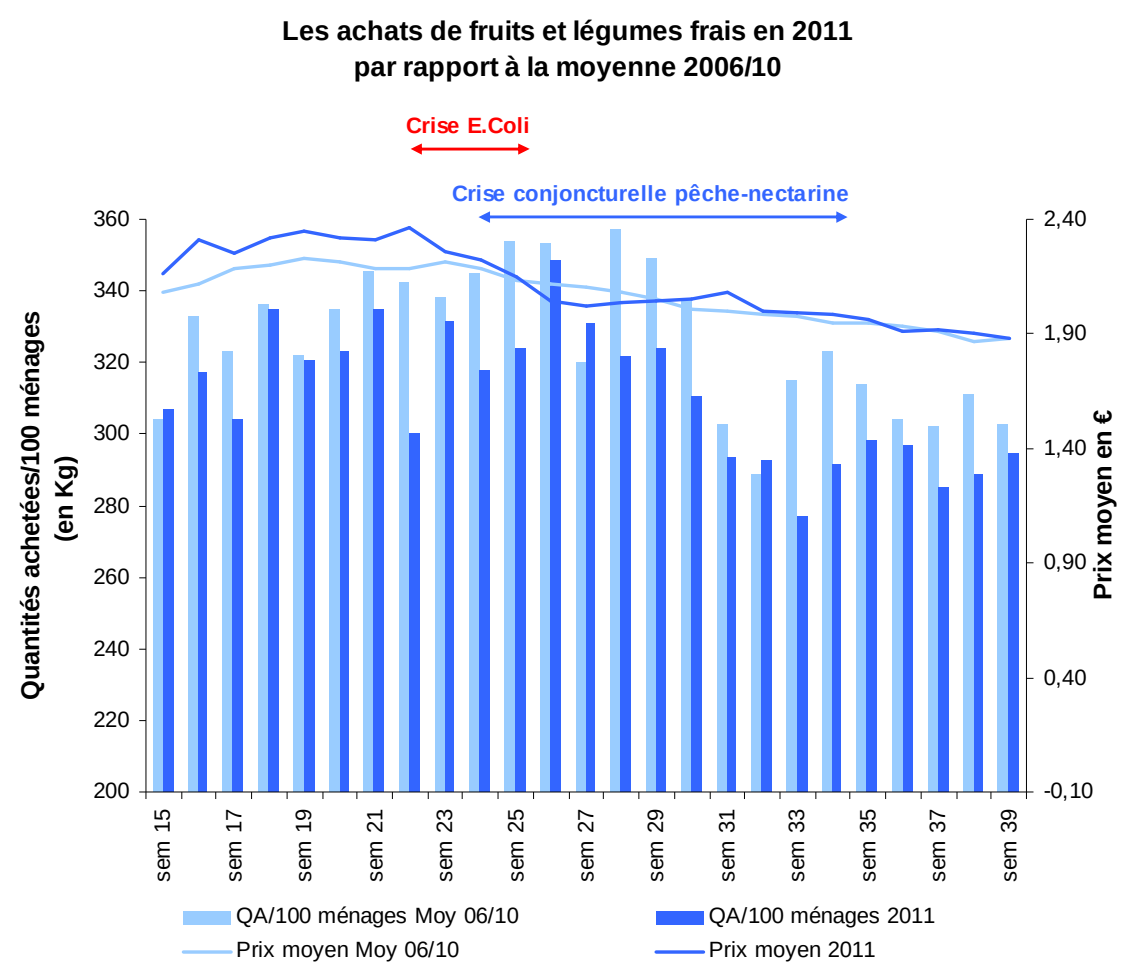
La tomate a connu un recul des achats certes bien plus limité que le concombre mais à une période de l'année essentielle pour sa consommation. Par rapport à la moyenne 2006/2010, les quantités achetées ont été en recul des semaines 22 à 26 (jusqu'à -13% en semaine 22). Cependant, la baisse de la consommation a été plus importante les semaines 28 à 30, au moment où les conditions météorologiques ont eu un impact sur les achats de fruits et légumes d'été (voir partie suivante « crise de consommation de l'été »).

Encadré 9

La baisse de consommation des fruits et légumes d'été en 2011

Après des mois d'avril et de mai 2011 particulièrement ensoleillés et chauds, les mois de juillet et d'août ont été très pluvieux sur toute la France. Cette situation climatique a provoqué une précocité dans les calendriers de commercialisation ainsi qu'un « télescopage » des offres de différentes régions et différents pays.

Graphique 37



Source : FranceAgriMer - Panel Kantar

La pêche nectarine est le produit d'été qui a certainement connu la situation la plus difficile.
Le très morne (en terme de températures et d'ensoleillement) mois de juillet n'a pas permis de faire remonter les prix qui ont été au plus bas durant toute la saison.

3.5. Prix et marges de distribution : résultats synthétiques pour plusieurs produits

Les graphiques 38 et 39 présentent, pour certains fruits et légumes, la moyenne sur les campagnes écoulées depuis 2000 :

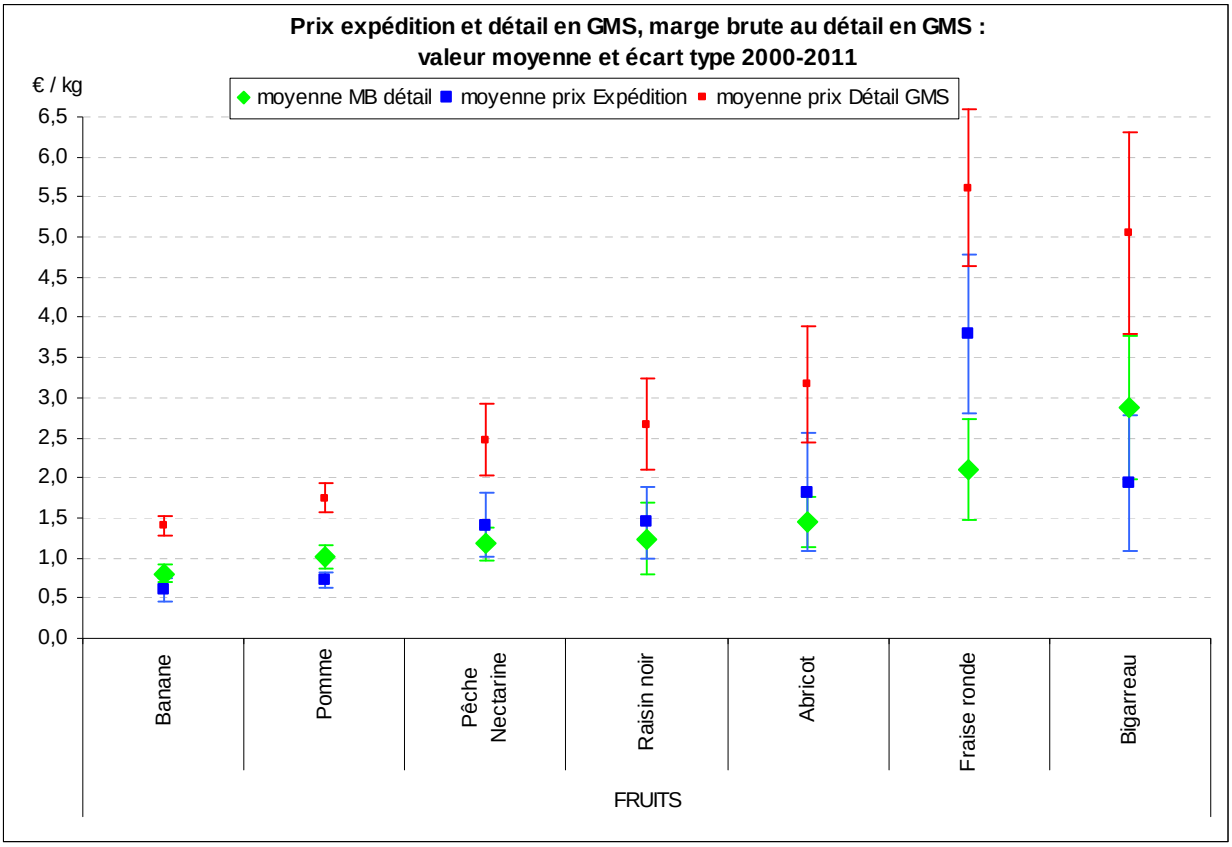
- des prix à l'expédition (représentée par un carré bleu : ■)
- des prix au détail en GMS : (représentée par un carré rouge : ■)

- de la marge brute au détail en GMS (représentée par un losange vert : ◆)

Ces moyennes masquent bien sûr la grande variabilité saisonnière des prix : cette variabilité est résumée sur les graphiques par le trait vertical encadrant la moyenne et représentant l'écart-type[15].
Un losange vert au dessus d'un carré bleu traduit une marge brute au détail en GMS supérieure au prix à l'expédition, autrement dit, un taux de marge brute[16] de plus 100% et un prix au détail alors au moins égal au double du prix à l'expédition.

On remarque des taux de marge moyens très variables : de 100 % et plus pour des produits relativement peu chers : banane (132 %), pomme (141 %), carotte (161 %), laitue (102 %)… On peut penser que la marge brute doit couvrir un certain montant de charges de distribution indépendant du prix du produit, et/ou qu'un fort taux de marge est plus facilement appliqué sur des produit dont le prix à l'expédition est plus faibles car son impact sur le niveau du prix de détail reste relativement modeste.
Mais, dans certains cas, le fort taux de marge s'applique à un produit dont le prix est déjà élevé à l'expédition ; c'est le cas du bigarreau (taux de marge moyen sur la période suivie de 149 %) pour lequel on peut faire l'hypothèse que la marge doit ici couvrir des pertes importantes en rayon (vente en vrac).
Pour la fraise ronde, le taux de marge moyen est de 55 %, plus faible que pour la cerise ; on peut faire l'hypothèse qu'il y a moins de pertes à couvrir qu'en bigarreau (conditionnement des fraises en barquette), mais appliqué à un produit déjà « cher » à l'expédition, ce taux de marge se traduit par un prix au détail relativement élevé.

Graphique 38



Source : FranceAgriMer-RNM

[15] Ecart-type : indicateur usuel de dispersion, c'est la racine carrée de la moyenne des carrés des écarts à la moyenne, soit

$$\sqrt{\frac{1}{n}\sum\left(x_i - \frac{1}{n}\sum x_i\right)^2}$$

[16] Rappel : taux de marge = marge (prix au détail – prix expédition) / prix expédition

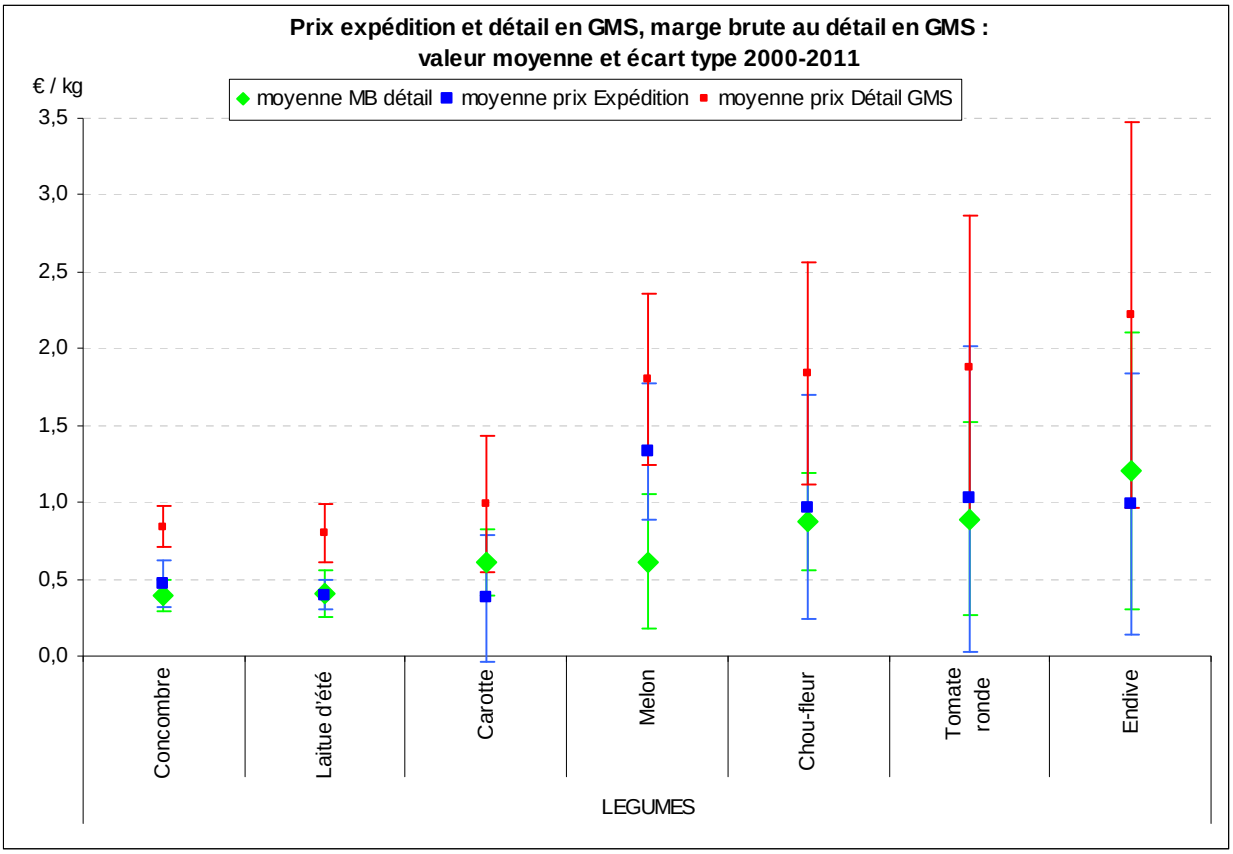
***Prix expédition et détail en GMS, marge brute au détail en GMS : valeur moyenne et écart-type* 2000-2011**
Tableau 11

Données du graphique 38	Moyenne des prix à l'expédition 2000-2011 € / kg	Ecart-type des prix à l'expédition 2000-2011 € / kg	Moyenne des prix au détail en GMS 2000-2011 € / kg	Ecart-type des prix au détail en GMS 2000-2011 € / kg	Moyenne des marges brutes au détail en GMS 2000-2011 € / kg	Ecart-type des marges brutes au détail en GMS 2000-2011 € / kg
Banane	0,61	0,15	1,40	0,13	0,80	0,11
Pomme	0,72	0,09	1,75	0,19	1,02	0,15
Pêche Nectarine	1,41	0,41	2,47	0,45	1,17	0,22
Raisin noir	1,44	0,44	2,67	0,56	1,24	0,44
Abricot	1,82	0,73	3,16	0,72	1,45	0,32
Fraise ronde	3,79	1,00	5,62	0,99	2,10	0,63
Bigarreau	1,94	0,85	5,05	1,25	2,88	0,90

Source : FranceAgriMer-RNM

NB : les marges brutes ne peuvent être calculées que les semaines où l'on dispose à la fois de cotations à l'expédition et de relevés de prix au détail. Certaines semaines (début ou fin de campagne), on ne dispose que d'une des deux données. Sur la période étudiée, on a donc moins de données de marge que de données de prix ; ceci explique que la moyenne des marges n'est pas égale à la différence des moyennes de prix.

Graphique 39



Source : FranceAgriMer-RNM

Prix expédition et détail en GMS, marge brute au détail en GMS : valeur moyenne et écart-type 2000-2011

Tableau 12

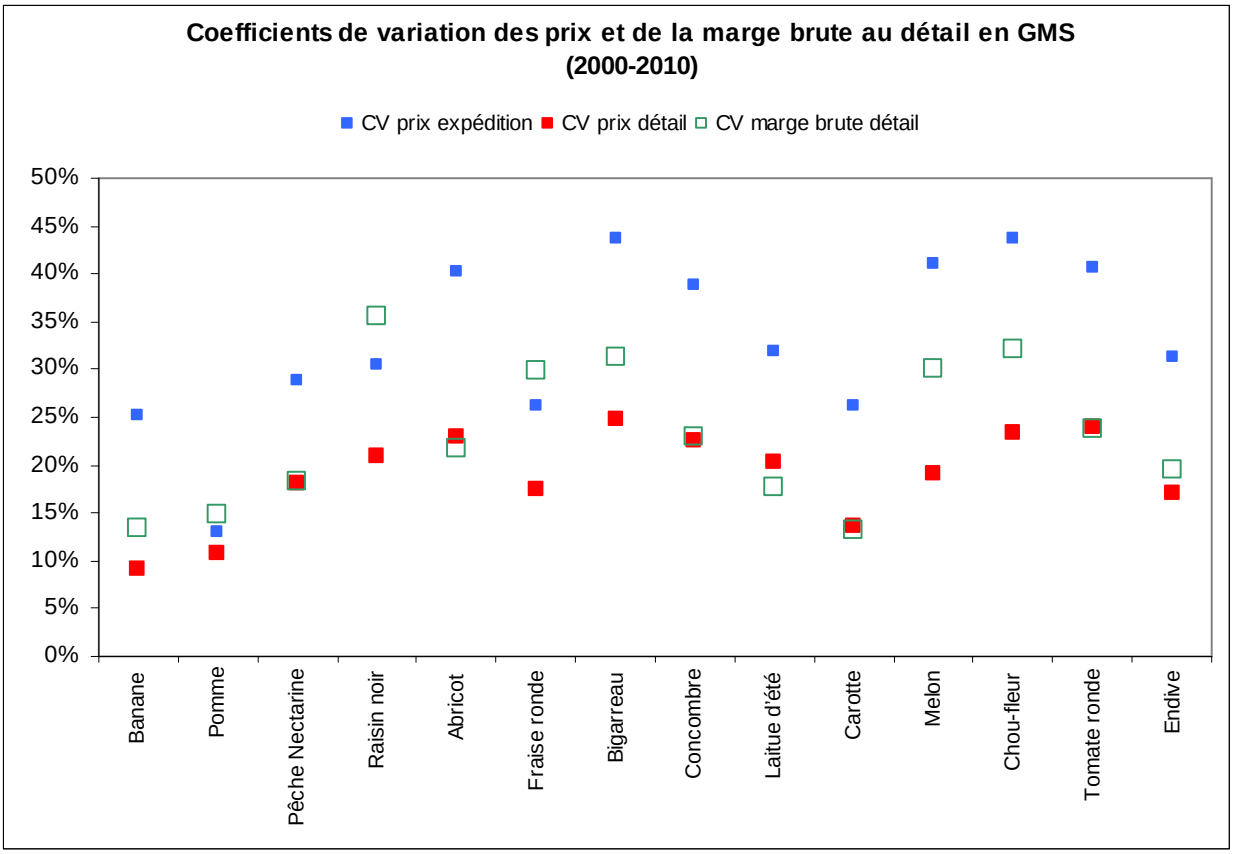
Données du graphique 39	Moyenne des prix à l'expédition 2000-2011 € / kg (ou pièce)	Ecart-type des prix à l'expédition 2000-2011 € / kg (ou pièce)	Moyenne des prix au détail en GMS 2000-2011 € / kg (ou pièce)	Ecart-type des prix au détail en GMS 2000-2011 € / kg (ou pièce)	Moyenne des marges brutes au détail en GMS 2000-2011 € / kg (ou pièce)	Ecart-type des marges brutes au détail en GMS 2000-2011 € / kg (ou pièce)
Concombre	0,47	0,18	0,84	0,19	0,39	0,09
Laitue d'été (pièce)	0,40	0,13	0,80	0,16	0,40	0,07
Carotte	0,38	0,10	0,99	0,14	0,61	0,08
Melon	1,33	0,55	1,80	0,35	0,61	0,18
Chou-fleur (pièce)	0,97	0,42	1,84	0,43	0,87	0,28
Tomate ronde	1,02	0,42	1,88	0,45	0,89	0,21
Endive	0,99	0,31	2,21	0,38	1,21	0,24

(NB : la moyenne des marges n'est pas égale à la différence des moyennes de prix car certaines semaines où le produit est peu présent donc non coté, on ne dispose que d'un des deux prix (expédition ou détail) et on ne peut donc pas calculer de marge.

Source : FranceAgriMer-RNM

Les autres informations apportées par ces graphiques portent sur la dispersion des prix et de la marge brute au détail, très variables selon les produits. En termes absolus, les variations (écart-type) ont, pour un produit donné, des ordres de grandeur comparables à l'expédition et au détail.
En termes relatifs, les coefficients de variation (écart-type en % du prix) sont plus faibles au détail qu'à l'expédition (la distribution « amortit » les variations de prix), et sont, pour un même stade, très variables d'un produit à l'autre (graphique suivant). La pomme présente des coefficients de variations faibles, tant pour les prix expédition qu'au détail (donc la marge brute au détail est elle-même relativement stable). A l'opposé, les cours à l'expédition du chou-fleur sont nettement plus variables que les prix au détail.

Graphique 40



Source : FranceAgriMer-RNM

4. LES COMPTES DES ENTREPRISES DU COMMERCE SPECIALISE EN FRUITS ET LEGUMES

Le type de circuit de commercialisation des fruits et légumes modélisé par l'observatoire fait intervenir deux prix (expédition, détail en GMS) et un indicateur de marge brute, celle de la distribution en GMS. Cette marge brute, peut, dans certains cas (cf. Schéma 3 et Schéma 4 sur les circuits), englober la marge commerciale des magasins s'approvisionnant auprès de centrales d'achat et la marge commerciale de ces centrales d'achat[17] ou représenter la marge brute de l'enseigne intégrée.

Les comptes des expéditeurs sont présentés dans ce document pour la période 2000-2010. La marge brute des expéditeurs est la différence entre le prix à l'expédition et le prix perçu par le producteur agricole. Ces données sont fournies par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.
Les comptes des grossistes en fruits et légumes sont eux aussi présentés pour la période 2000-2010, bien qu'ils approvisionnent de façon minoritaire les GMS. Il est néanmoins utile de présenter ici leurs comptes.
L'approche de comptes analytiques du rayon « fruits et légumes » en GMS a nécessité de conduire des enquêtes *ad hoc* (voir chapitre 2).
A titre d'information complémentaire, sont également présentés dans ce rapport les comptes des détaillants (pour la période 2000-2009) spécialisés en fruits et légumes suivis eux aussi par le CTIFL.

4.1. Comptes des expéditeurs

Tableau 13

Taux de marque (*) et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs **2008 - 2010**	marge commerciale / chiffre d'affaires t_1	marge commerciale / achats de marchandises $t_2 = t_1 / (1 – t_1)$	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble expéditeurs	**25,5%**	**34,2%**	**1,2%**	**4,7%**
Expéditeurs à clientèle grossistes	34,5%	52,7%	2,7%	7,8%
Expéditeurs à clientèle GMS	24,7%	32,8%	0,9%	3,6%
Expéditeurs à clientèle Export	24,7%	32,8%	0,0%	0,0%
Expéditeurs à clientèle mixte	21,8%	27,9%	1,7%	7,8%

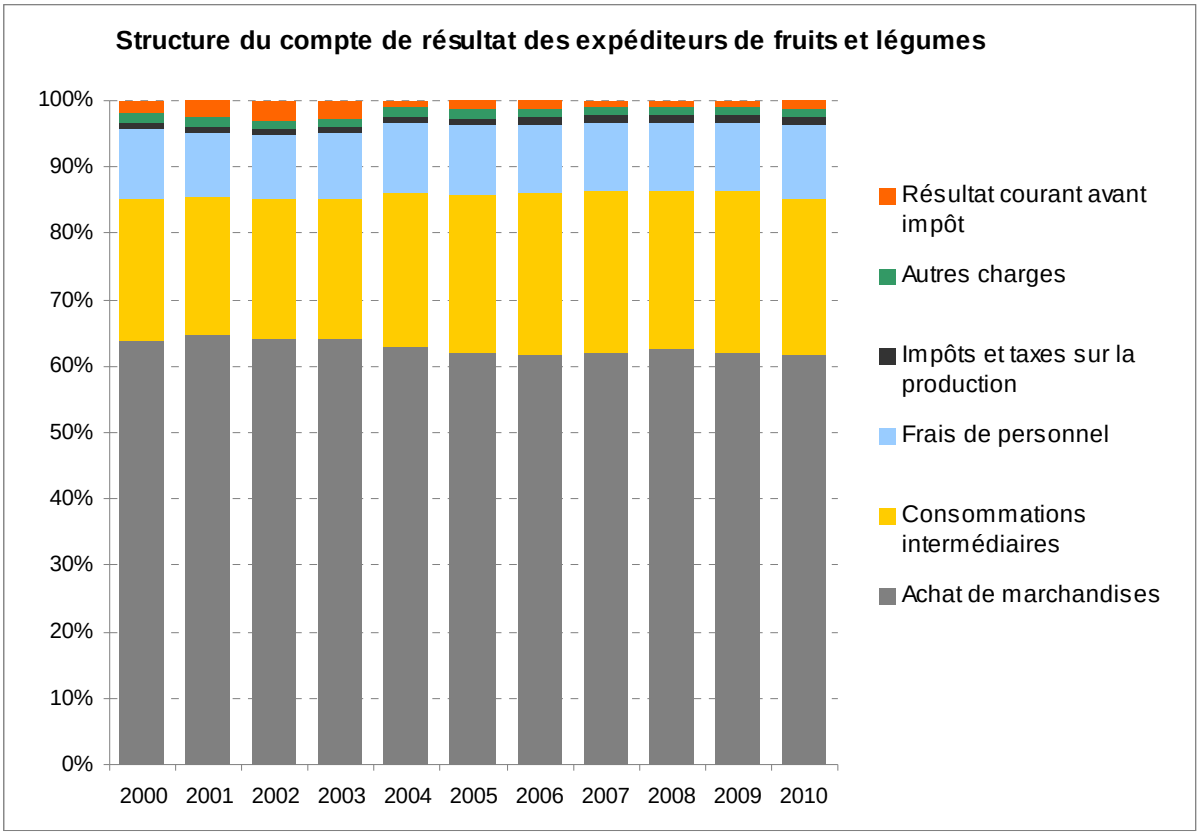
(*) le terme de taux de « marge » est normalement réservé au rapport « marge commerciale / achats », celui de taux de « marque » désigne le rapport « marge sur ventes (ou chiffre d'affaires) ».

Source : CTIFL-AND

En moyenne sur la période étudiée, le chiffre d'affaires à l'expédition est supérieur de 34 % au montant des achats aux producteurs. Ce chiffre d'affaires doit intégrer les pertes physiques de produits au stade expédition.
Environ 95 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit) et environ 5 % constituent le résultat courant avant impôt.

[17] Le terme de centrale d'achat désigne selon les cas :
- une entreprise qui centralise les achats pour un ensemble de distributeurs indépendants (il s'agit alors d'une activité de grossiste pour la grande distribution : on parle de centrale de type grossiste)
- l'organisation d'achats groupés par des magasins indépendants
- un service centralisé dans les enseignes de distribution intégrée qui remplit la même fonction auprès des magasins de cette enseigne (centrale d'achat intégrée).

Graphique 41



Source : CTIFL - AND

4.2. Comptes des grossistes

Tableau 14

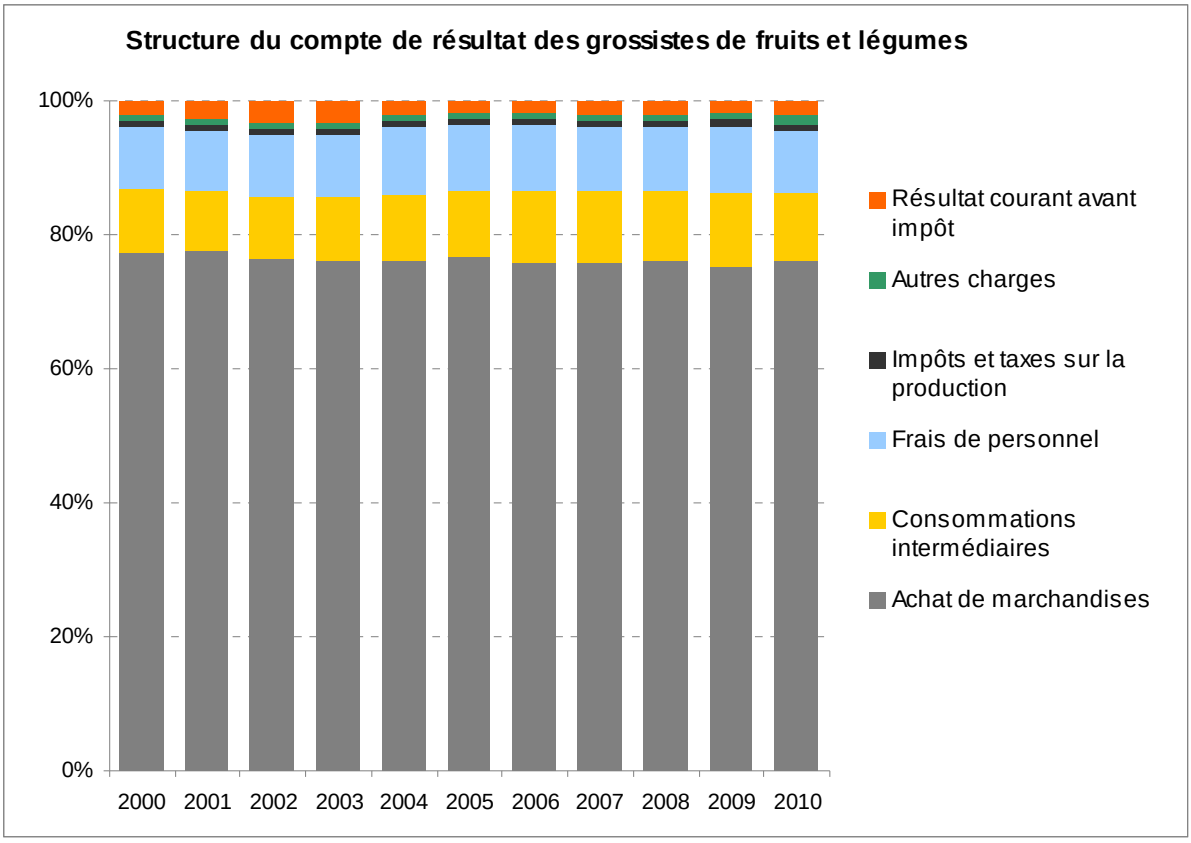
Taux de marque et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes **2008 - 2010**	marge commerciale / chiffre d'affaires t_1	marge commerciale / achats de marchandises $t_2 = t_1 / (1 - t_1)$	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble grossistes	**22,7%**	**29,4%**	**2,1%**	**9,3%**
Grossistes à clientèle traditionnelle	18,3%	22,4%	2,3%	12,6%
Grossistes à clientèle GMS	26,1%	35,3%	2,4%	9,2%
Grossistes à clientèle RHD	34,1%	51,7%	2,3%	6,7%
Grossistes à clientèle mixte	22,6%	29,2%	1,6%	7,1%
Grossistes à clientèle grossistes	15,0%	17,6%	1,5%	10,0%
Grossistes importateurs	17,2%	20,8%	2,3%	13,4%

Source : CTIFL-AND

En moyenne sur la période étudiée, le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 30 % aux achats à leurs fournisseurs[18]. Un peu moins de 91 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation, (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 9 % en constitue le résultat courant avant impôt

[18] …qui peuvent être d'autres grossistes, des expéditeurs…

Graphique 42



Source : CTIFL-AND

4.3. Comptes des détaillants spécialisés

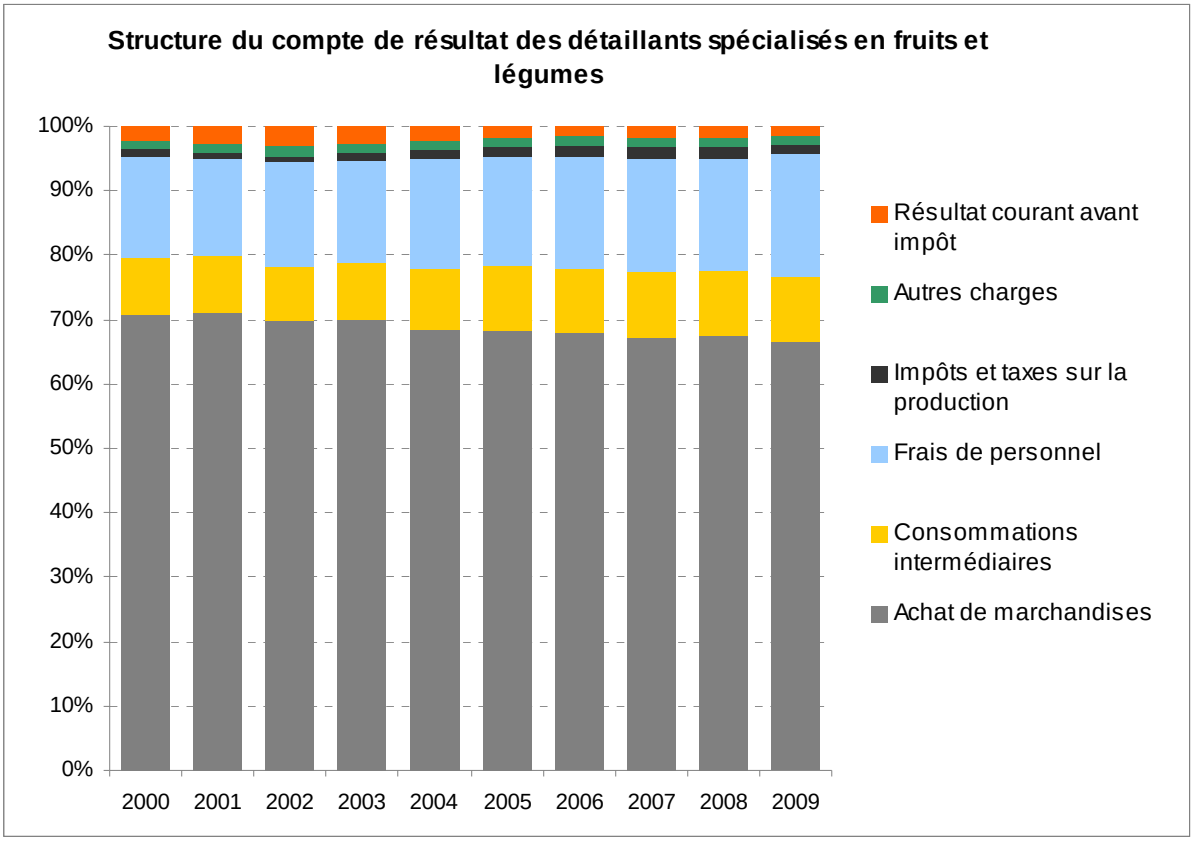
Tableau 15

Taux de marque et de marge moyens, taux moyen de résultat courant des détaillants spécialisés **2007-2009**	marge commerciale / chiffre d'affaires t_1	marge commerciale / achats de marchandises $t_2 = t_1 / (1 - t_1)$	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble	**35,0%**	**53,8%**	**0,3%**	**0,9%**
Décile supérieur	46,0%	85,2%	7,1%	15,4%
Quartile supérieur	39,0%	63,9%	3,5%	9,0%
Quartile inférieur	29,0%	40,8%	-1,4%	-4,8%
Décile inférieur	23,0%	29,9%	-5,6%	-24,3%

Source : CTIFL-AND

En moyenne sur la période 2007-2010, le chiffre d'affaires des détaillants est supérieur de 53 % aux achats à leurs fournisseurs. La quasi-totalité de la marge commerciale est absorbée par les charges d'exploitation, (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), moins de 1% de cette marge forme le résultat courant avant impôt. Les données disponibles montrent la grande dispersion de ces résultats.
A noter que le résultat courant était relativement plus important avant 2007 (graphique ci-après), le poids des charges en personnel et consommations intermédiaires ayant progressé sensiblement.

Graphique 43



NB : pas de données détaillées disponibles pour 2010 au moment de la rédaction.

Source : CTIFL-AND

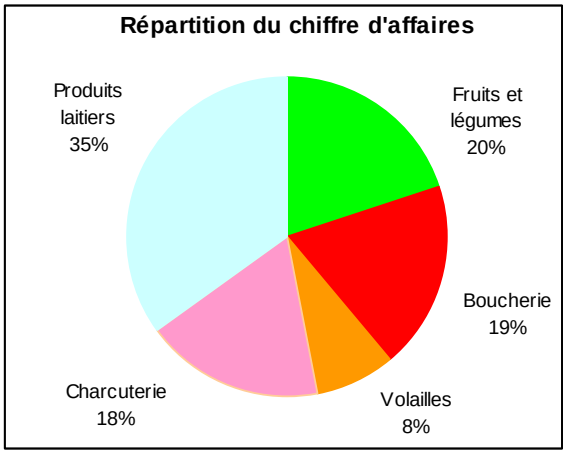
5. COMPTES DES RAYONS FRUITS ET LEGUMES EN GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises et le mode de calcul des différents indicateurs.

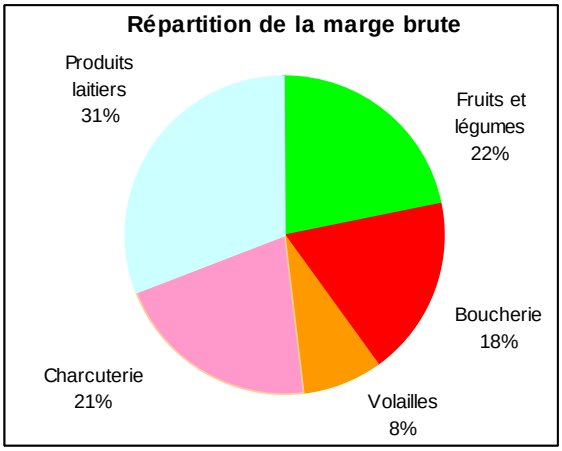
5.1. Le rayon fruits et légumes par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon fruits et légumes représente 20% du chiffre d'affaires des rayons étudiés (2ème rang, après les produits laitiers), 22% de leur marge brute (idem), 25% de leurs frais de personnels spécifiques (2ème rang, après la boucherie) et 5% seulement de la marge nette de ces rayons boucherie exclue (car marge nette négative en moyenne), la plus faible valeur positive, malgré son poids dans le chiffre d'affaires et la marge brute.

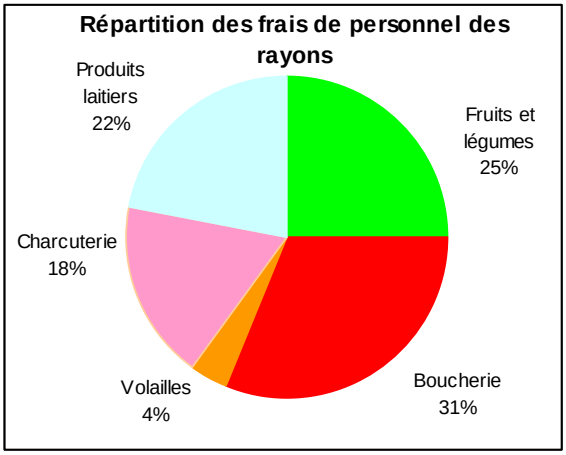
Graphique 44



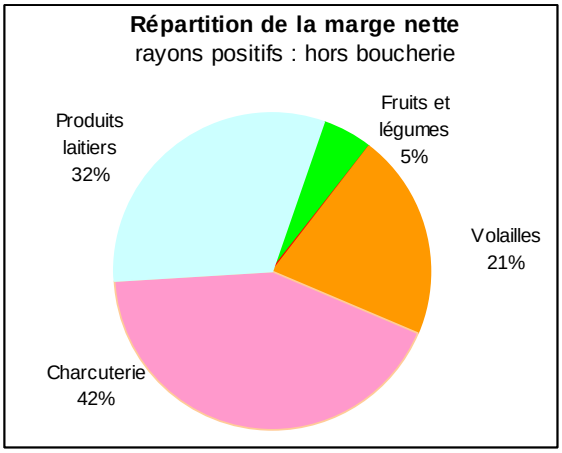
Graphique 45



Graphique 46



Graphique 47



Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 - 2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon fruits et légumes

Il existe une certaine hétérogénéité dans les périmètres du rayon fruits et légumes pris en compte par les enseignes ayant fourni des comptes par rayon à l'observatoire. En effet, outre les fruits et légumes frais, ce rayon peut inclure de façon plus ou moins étendue la 4ème gamme (produits crus prêts à l'emploi) et la 5ème gamme (produits cuits prêts à l'emploi), des soupes fraîches, des jus de fruits frais, des fruits secs et des aromates frais ou non. Selon les enseignes, les limites du rayon fruits et légumes avec les rayons épicerie, traiteur, liquides sont donc variables.
Une enseigne a intégré le rayon « fleurs » dans ses données fruits et légumes.

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

Tableau 16

	en % du CA du rayon	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*
Chiffre d'affaires du rayon	100,0		
Coût d'achat des produits du rayon	72,6		
Marge brute	**27,4**	**± 2,5**	***9%***
Frais de personnel du rayon	8,0	± 1,4	*18%*
Marge semi-nette	**19,4**		
Autres charges	18,9		
Marge nette	**0,6**	**± 2,72**	***453%***

(*) moyenne des valeurs absolues des écarts à la moyenne : indicateur de la dispersion des données dont on a fait la moyenne ; par exemple, pour la marge brute rapportée au CA : MB = 27,4 avec un écart moyen de ± 2,5 d'où l'intervalle donnant un indication sur la dispersion de la MB de (27,4 – 2,5) = 24,9 à (27,4 + 2,5) = 29,9. Rapporté à la moyenne MB, l'écart représente 2,5 / 27,4 = 9%.

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 -2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon fruits et légumes, les GMS interrogées dégagent en moyenne 27 € de marge brute. Les achats de fruits et légumes représentent 73 € , soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 37%.
Rappelons que les pertes de produit en rayon (ou en centrale d'achat) sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
Les frais de personnel spécifiques au rayon (manutention, réassortiment fréquent du rayon), avec 8 € sont relativement importants rapportés au chiffres d'affaires et à la marge brute. La marge « semi-nette » descend ainsi à 19 € en moyenne, à peine plus que les autres charges, d'où une marge nette moyenne de 6 centimes pour 100 € de ventes, résultat moyen masquant cependant de gros écarts entre les 7 enseignes interrogées : de 1 à 6 environ en se basant sur l'écart moyen.

5.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

Tableau 17

Charges spécifique du rayon	Frais de personnel du rayon	8,0
	Appro stockables : consommables, emballages … pour le rayon	0,7
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon	1,0
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	**11,0**
Charges générales réparties	Frais généraux	14,8
	Frais financiers	0,6
	Impôts sur les sociétés	0,5
	Sous-total : charges générales réparties	**15,9**
	Total des charges imputée au rayon	**29,6**

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon fruits et légumes supporte directement 11 € de charges spécifiques (dont 8 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 16 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins communs à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[19] et l'impôt sur les sociétés.
Soit au total près de 30 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires. En moyenne, le rayon fruits et légumes est le rayon dont les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas de 3 des 7 enseignes interrogées.

Le rayon fruits et légumes nécessite une main d'œuvre relativement importante pour la mise en rayon des produits (réassortiment fréquent, les produits étant périssables), pour l'entretien et parfois pour la pesée. Par ailleurs, il s'agit d'un rayon occupant une surface importante dans le magasin ne pouvant pas vraiment être développée en hauteur, particulièrement pour les fruits et légumes frais. Les charges qui sont affectées au prorata de la surface occupée par le rayon (entretien, gardiennage, loyers, …) sont donc plus importantes pour ce rayon rapporté à son chiffre d'affaires. Enfin, il s'agit d'un rayon consommateur d'emballages (sacs).

Néanmoins, les charges d'énergie rapportées au chiffre d'affaires sont moins importante pour le rayon fruits et légumes que pour les autres rayons étudiés. En effet, les autres rayons étudiés sont entièrement réfrigérés ce qui n'est pas le cas du rayon fruits et légumes. Seuls les linéaires des 4èmes et 5èmes gammes le sont.

[19] Rappelons qu'il peut s'agir, selon le mode d'organisation des enseignes, de frais financiers supportés par les magasins ou de l'imputation sur les magasins, par le siège, de frais financiers supportés à ce niveau ou de rémunération attendue de capitaux investis par le groupe propriétaires des magasins. Cf. Chapitre 2.

6. LES COMPTES ET LES COUTS DE PRODUCTION DES EXPLOITATIONS AGRICOLES SPECIALISEES EN FRUITS ET LEGUMES

6.1. Exploitations fruitières spécialisées

6.1.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées

L'échantillon RICA des exploitations fruitières spécialisées (OTEFDD 39) est constitué par des exploitations dont le produit brut issu de vergers représente au moins 66 % du produit brut total, soit environ 270 à 345 exploitations (effectif variable selon les années), représentatives de 7 950 à 9 900 exploitations environ.

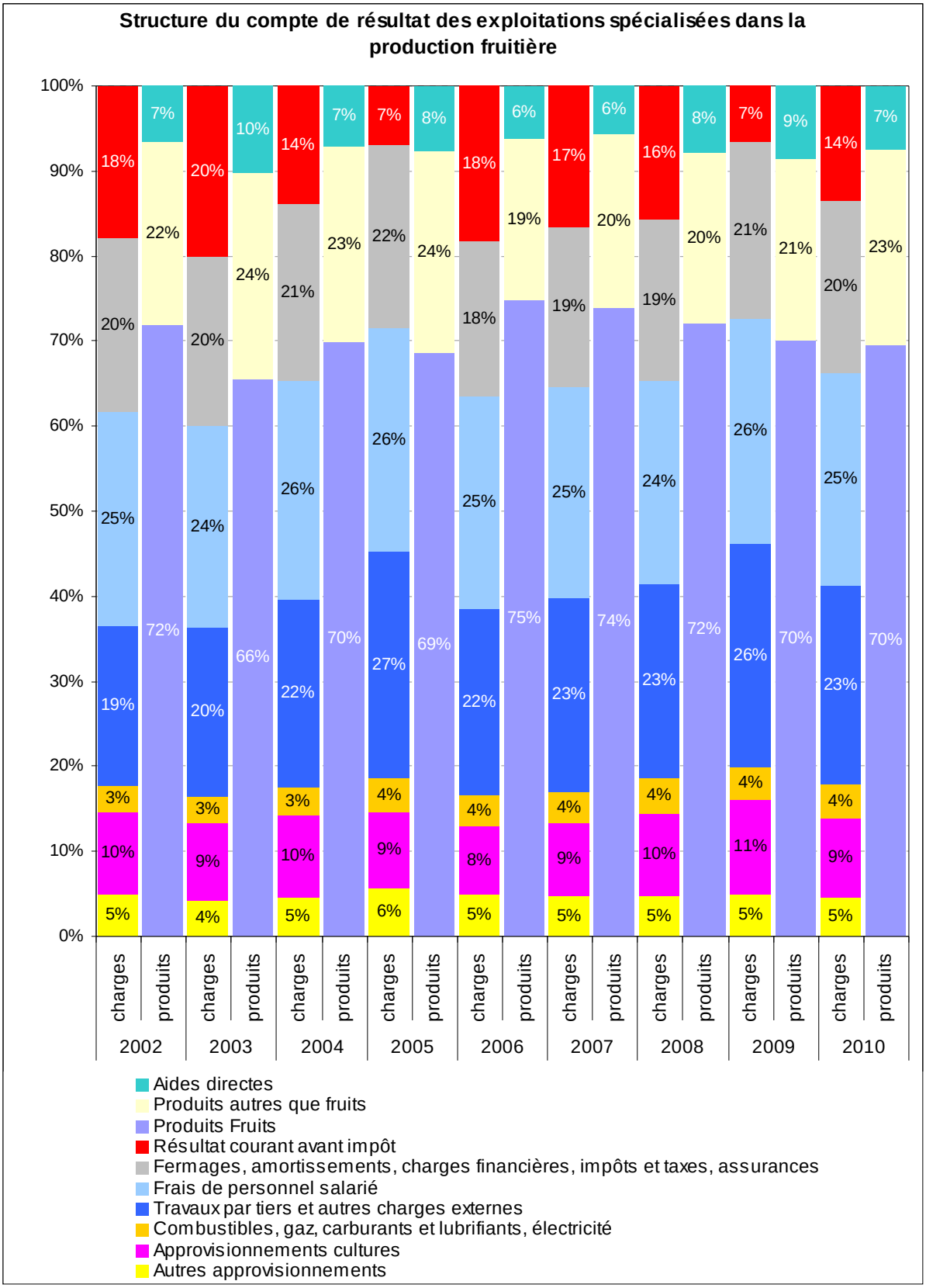
Les exploitations fruitières ont des charges de personnel salarié importantes, représentant de 24 à 26 % de la production. La main-d'œuvre représente en moyenne 4,4 unités de travail annuel dont 1,5 unité de travail annuel non-salarié (chef d'exploitation, travail familial).
Les « travaux par tiers et autres charges externes » constituent un autre poste important, regroupant notamment les achats de travaux et de services (main-d'œuvre externe).

Le résultat courant avant impôt (RCAI) est très variable d'une année à l'autre, sous l'effet des variations de la production française, européenne ou internationale et de la consommation, toutes deux soumises aux aléas météorologiques. Il représente en moyenne 14 % du produit total sur la période considérée.

Le RCAI moyen et les aides annuelles moyennes par unité de travail annuel non-salarié (UTANS) sont présentés dans le Graphique 49. La part des aides directes est relativement constante face à un revenu variant fortement d'une année à l'autre.

En 2010, les producteurs ont obtenu un RCAI par UTANS en progression de 152 % par rapport à 2009. Toutefois, ce revenu est inférieur de 2 000 € au RCAI par UTANS moyen entre 2002 et 2010.
Lors de l'année 2010, les producteurs ont bénéficié de conditions plus favorables. Le retard de la campagne printemps-été (abricot, cerise, fraise, pêche-nectarine, melon) en raison des conditions hivernales et d'intempéries a également affecté l'Espagne et le Maroc, les fruits français n'ont donc pas subi une concurrence trop forte de la part de ces pays. Les volumes mis en marché ont été contenus et la demande, malgré la hausse des prix, est restée soutenue, la légère baisse des volumes offerts a été compensée par la hausse des prix.

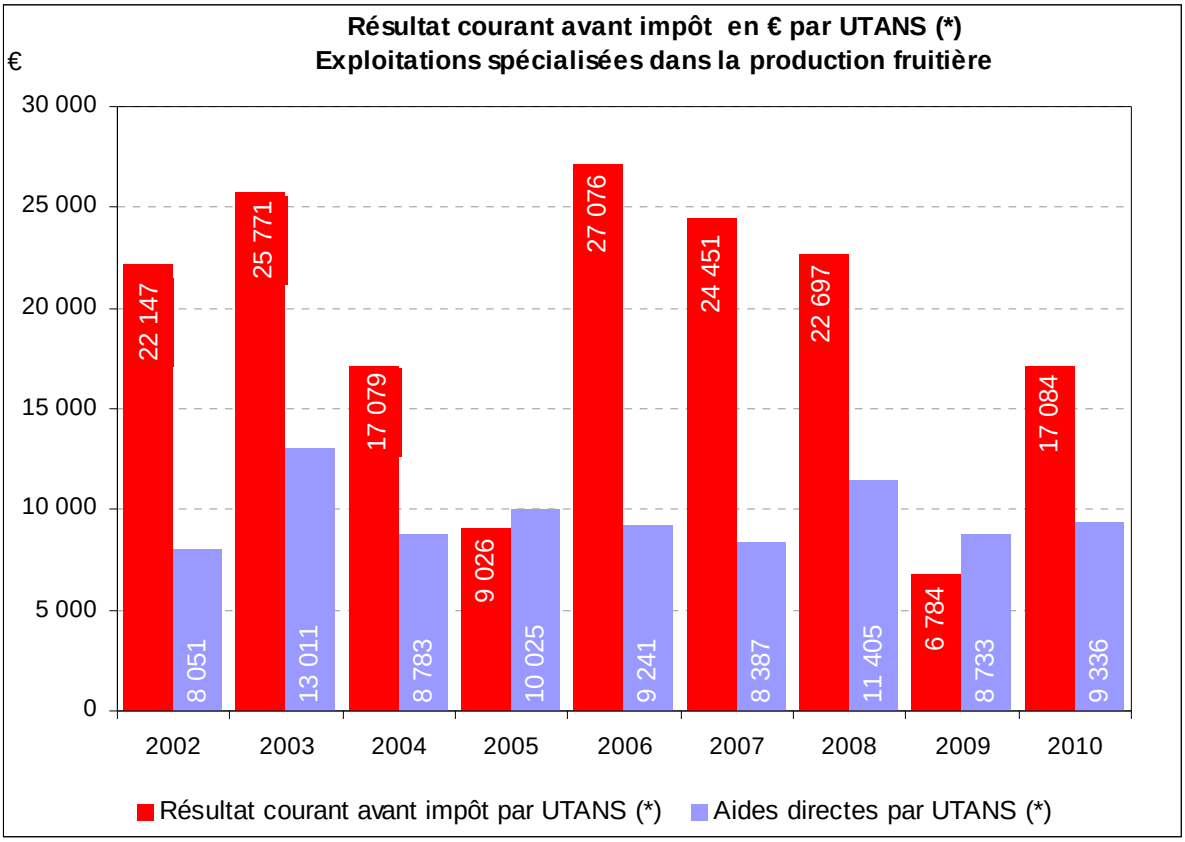
Graphique 48



Source : SSP (RICA)

Le résultat courant avant impôt (niveau de revenu dégagé avant opérations exceptionnelles) est très variable d'une année à l'autre, sous l'effet notamment des variations de la production, soumise aux aléas météorologiques ; il représente en moyenne 13 % du produit total sur la période considérée.

Graphique 49



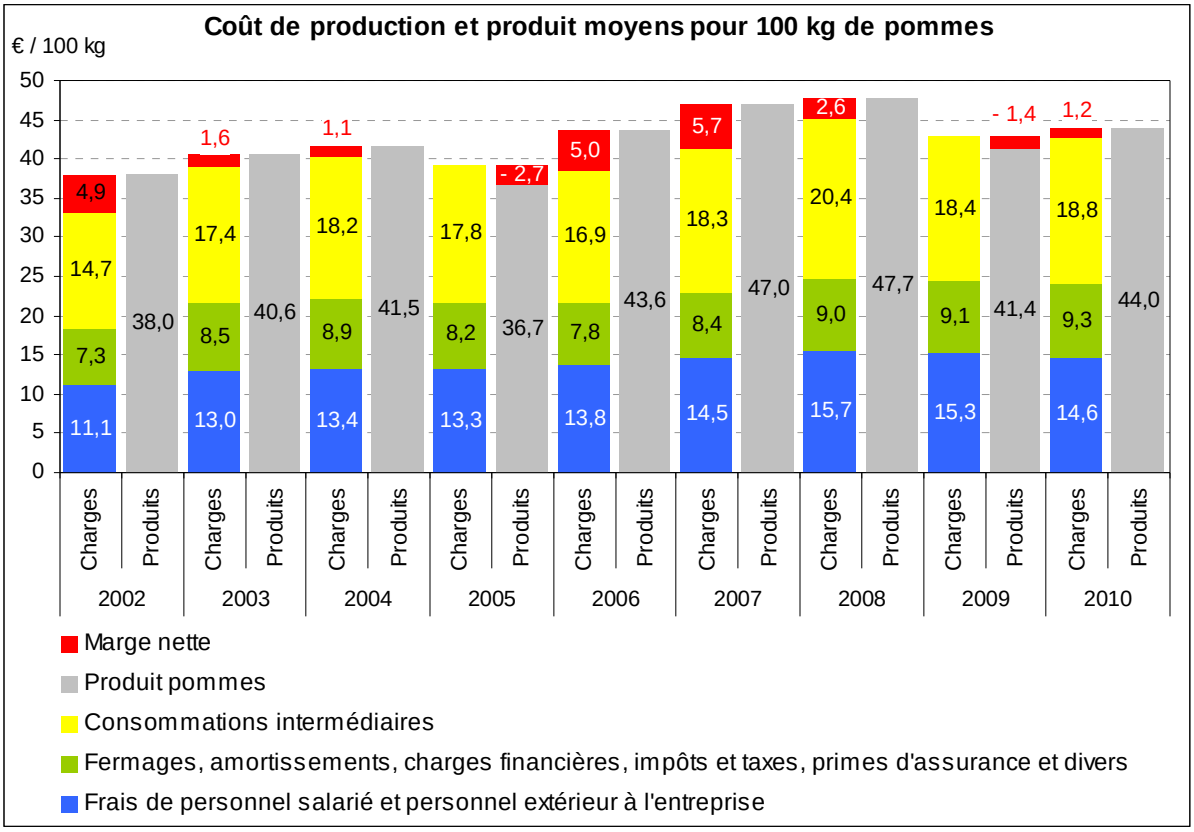
(*) UTANS : unité de travail annuel non salarié
Source : SSP (RICA)

6.1.2. Estimation du coût de production moyen des pommes à partir de comptes d'exploitations spécialisées

En production fruitière, les données comptables du RICA ne permettent d'analyser les coûts de production au sens strict du terme (charges rapportées à une unité de quantité d'une espèce donnée de fruit) que dans le cas des rares exploitations fortement spécialisées dans la production d'une seule espèce.

Les données suivantes ont été obtenues sur l'échantillon de 90 à 123 exploitations fruitières spécialisées dans la production de pommes (de 84% à 90% du produit du verger, selon les années).
Pour l'analyse suivante, les produits autres que les pommes ont été convertis en équivalent kg de pommes. Il s'agit d'une approche sur une base uniquement comptable : les seuls coûts pris en compte sont les charges comptables réelles (hors charges exceptionnelles), y compris les amortissements, qui ne donnent pas lieu à des dépenses annuelles.
On obtient ainsi une estimation du coût de production pour 100 kg de pommes variant selon les années entre 33 € / 100 kg et 45 € / 100 kg, lequel, comparé au prix moyen des ventes de pommes, laisse une marge nette moyenne variant entre -2,7 et +5,7 € / 100 kg.
Compte tenu des sources utilisées (charges non ventilées de façon analytique) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 50



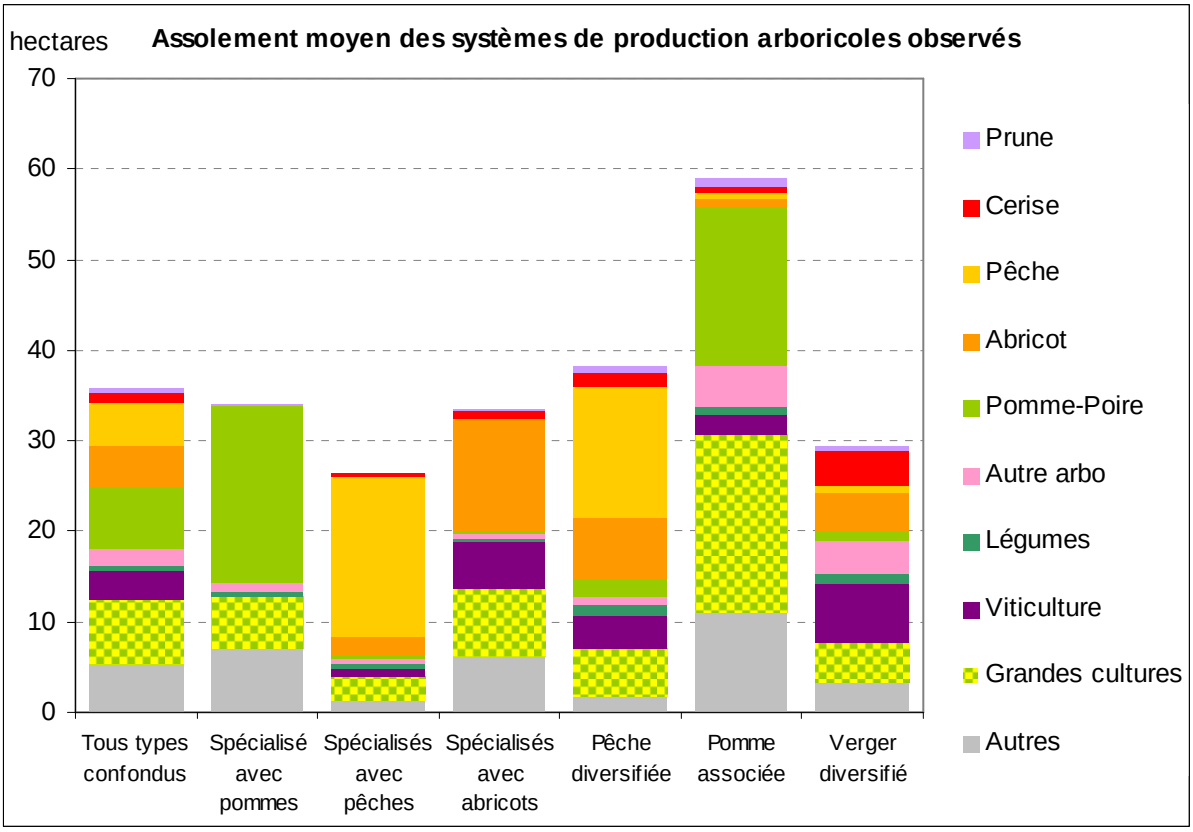
NB : sur ce graphique, lorsque le prix à la production est supérieur au coût de production, la marge nette est un gain, son montant, représenté en rouge, est placé avec les coûts afin de solder le prix (prix – coûts = gain, donc prix = coûts + gain) ; à l'inverse, lorsque le prix à la production est inférieur au coût de production, la marge nette est une perte ; son montant, représenté en rouge, est placé « sur » le prix (barre grise) fin de solder le coût (prix – coût = - perte, donc prix + perte = coûts).

Source : SSP (RICA)

6.1.3. Structure des charges et résultat par systèmes de production arboricole en 2010

Cette approche s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations fruitières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer, le CTIFL et la FNPF) basées sur un échantillon total de 369 exploitations réparties dans 9 départements. Elle permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de fruits.

Graphique 51



Source : CERFRANCE

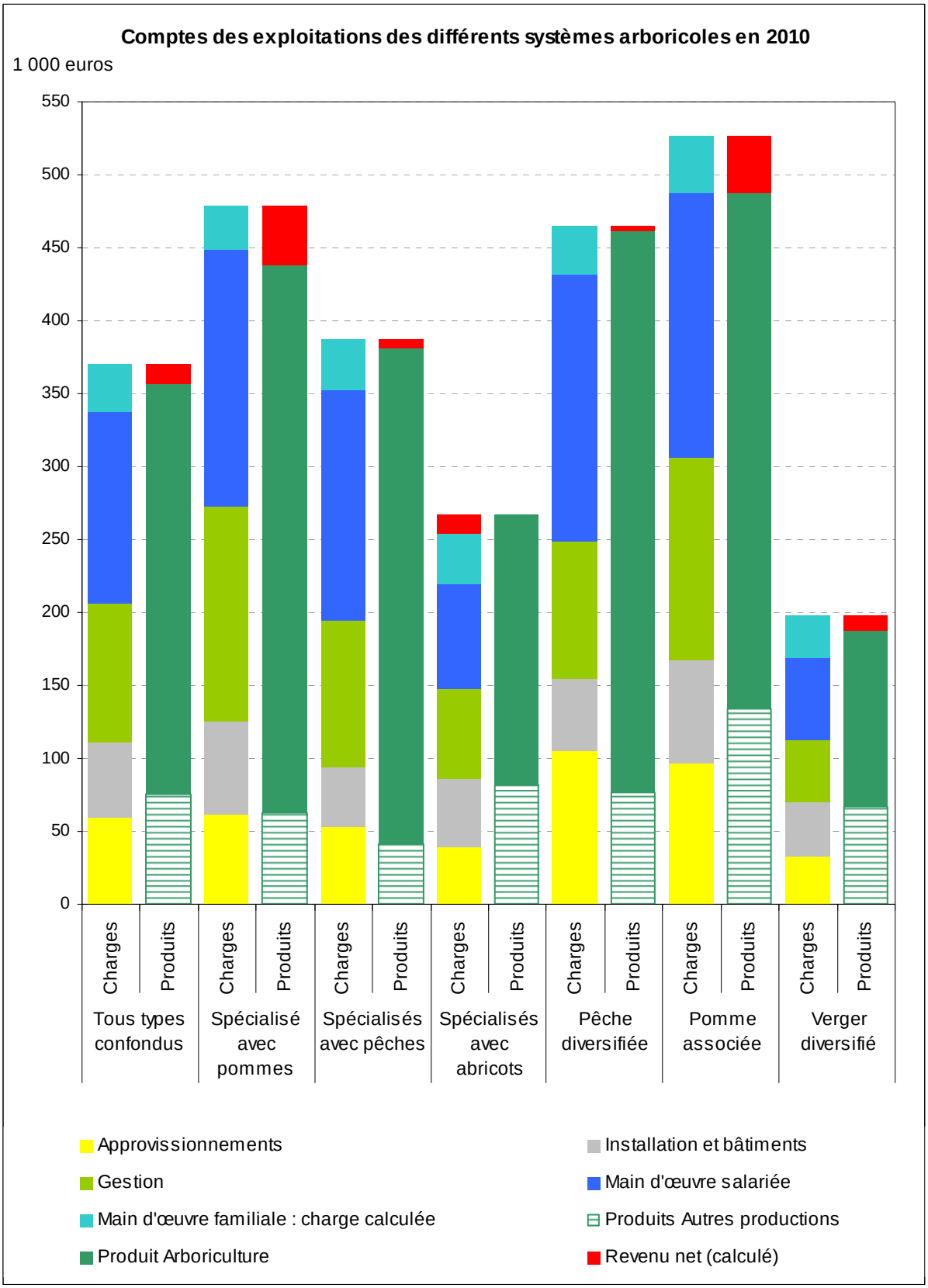
A l'instar des suivis similaires réalisés dans d'autres orientations de production agricole, des « charges calculées » sont ajoutées aux charges comptables : une rémunération standard est affectée à la main-d'œuvre familiale non salariée, et les cotisations sociales personnelles de l'exploitant, hors comptabilité d'entreprise, sont réintégrées dans les charges.

Le revenu net calculé est obtenu en ajoutant aux charges comptables une rémunération forfaitaire du travail familial de 18 000 €[20] / an / UTA et en y ajoutant les charges sociales de l'exploitant ; ce revenu net s'avère en moyenne négatif en 2010 dans tous les systèmes, sauf dans les exploitations spécialisées avec abricots.

La somme entre la rémunération forfaitaire du travail familial et le revenu net calculé donne le résultat courant avant impôts : celui-ci est positif en moyenne en 2010 dans tous les sytèmes, sauf en « Spécialisés avec pommes ».

[20] « Cela équivaut à une rémunération au SMIC sur la base de 169 heures par mois sur 12 mois. » Source CERFRANCE, CTIFL, FNPF, FranceAgriMer

Graphique 52



Source : CERFRANCE

Comptes des exploitations des différents systèmes arboricoles

Tableau 18

1 000 euros	Tous types confondus		Spécialisés avec pommes		Spécialisés avec pêches		Spécialisés avec abricots		Pêche diversifiée		Pomme associée		Verger diversifié	
	charges	produits	charges	produits	charges	produits	charges	produits	charges	produits	charges	produits	charges	produits
Approvisionnements	60,0		61,5		53,0		39,8		105,7		97,0		32,9	
Installations et bâtiments	50,7		63,8		40,8		46,5		48,6		69,7		37,6	
Gestion	95,7		146,7		100,4		61,6		95,1		139,6		42,5	
Main d'œuvre salariée	130,9		177,2		158,3		71,1		182,4		180,5		55,6	
Main d'œuvre familiale (*)	33,2		29,3		35,1		35,0		33,2		39,9		28,9	
Produit Arboriculture		280,9		375,8		339,1		185,3		384,4		352,8		120,6
Produit Autres production		75,4		62,8		41,6		82,2		76,9		134,5		67,1
Revenu net calculé		-14,1		-39,9		-6,8	13,5			-3,7		-39,2		-9,9
Résultat courant avant impôts	19,1			-10,6	28,2		48,4		29,5		0,6		19,1	

(*) Charge « supplétive » ou calculée

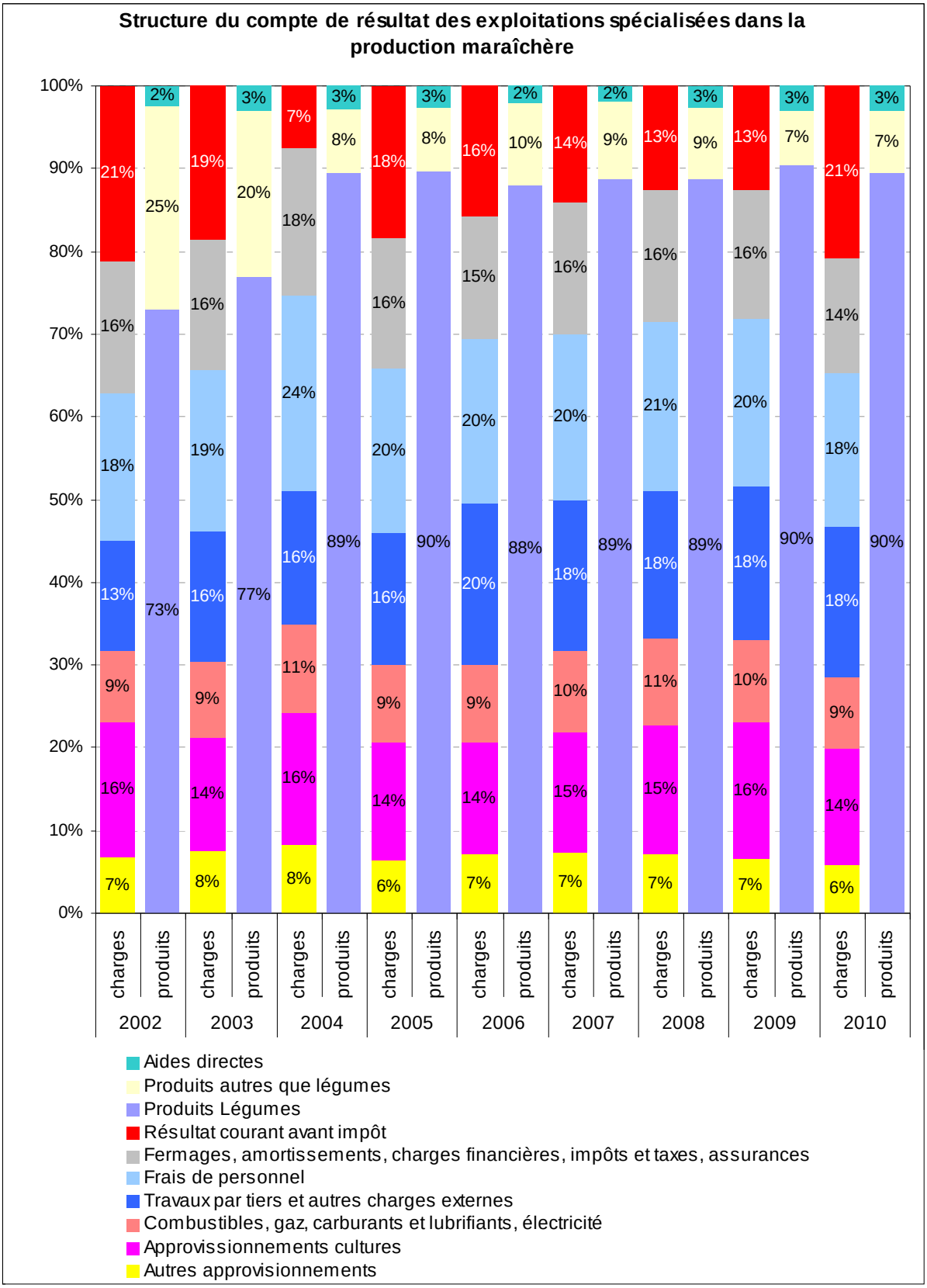
Source : CER France, CTIFL, FNPF, FranceAgriMer

6.2. Exploitations légumières spécialisées

6.2.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées : plein-air

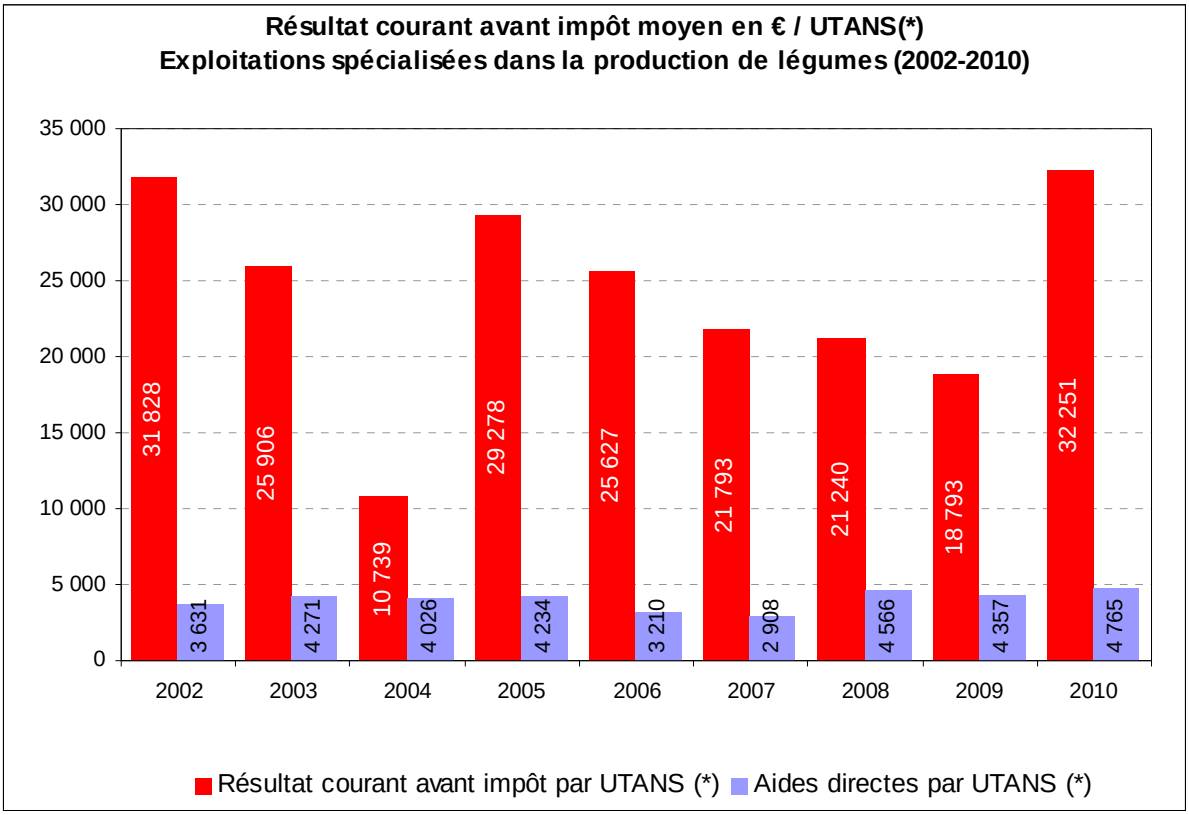
L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de légumes (plein-champ, plein-air et sous-verre) est constitué par des exploitations pour lesquelles cette production représente au moins 88 % du produit total, soit en moyenne 193 exploitations dans l'échantillon (effectif variable selon les années), représentatives de 4 700 exploitations environ.

Graphique 53



Source : SSP (RICA)

Graphique 54

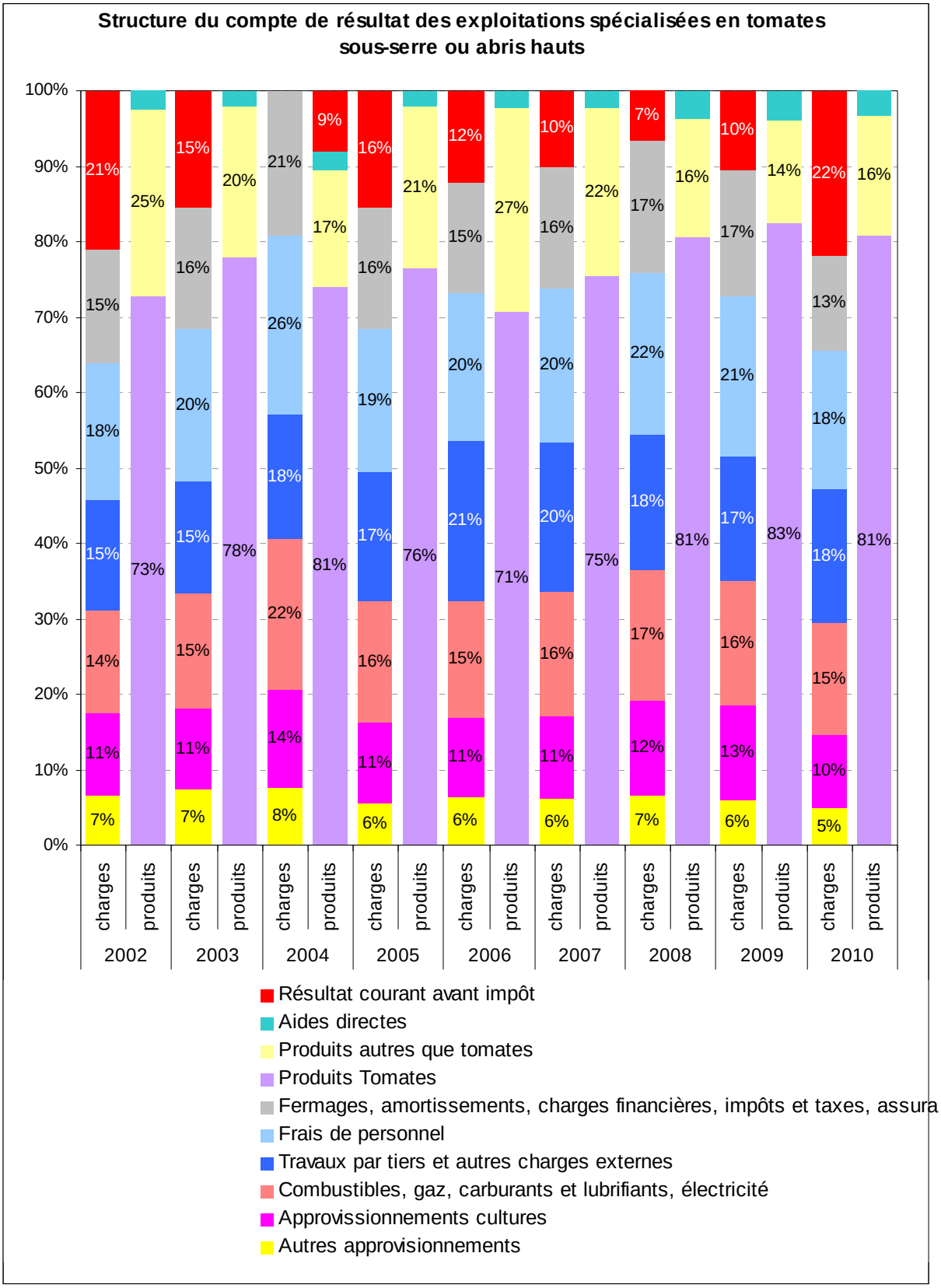


(*) UTANS : unité de travail annuel non salarié.
Source : SSP (RICA)

6.2.2. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution dans les exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serre

L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous-serre ou abris-haut est constitué de 33 à 44 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de tomates sous serre constitue plus de 73% de la production, cet échantillon est représentatif de 860 à 1 260 exploitations.

Graphique 55

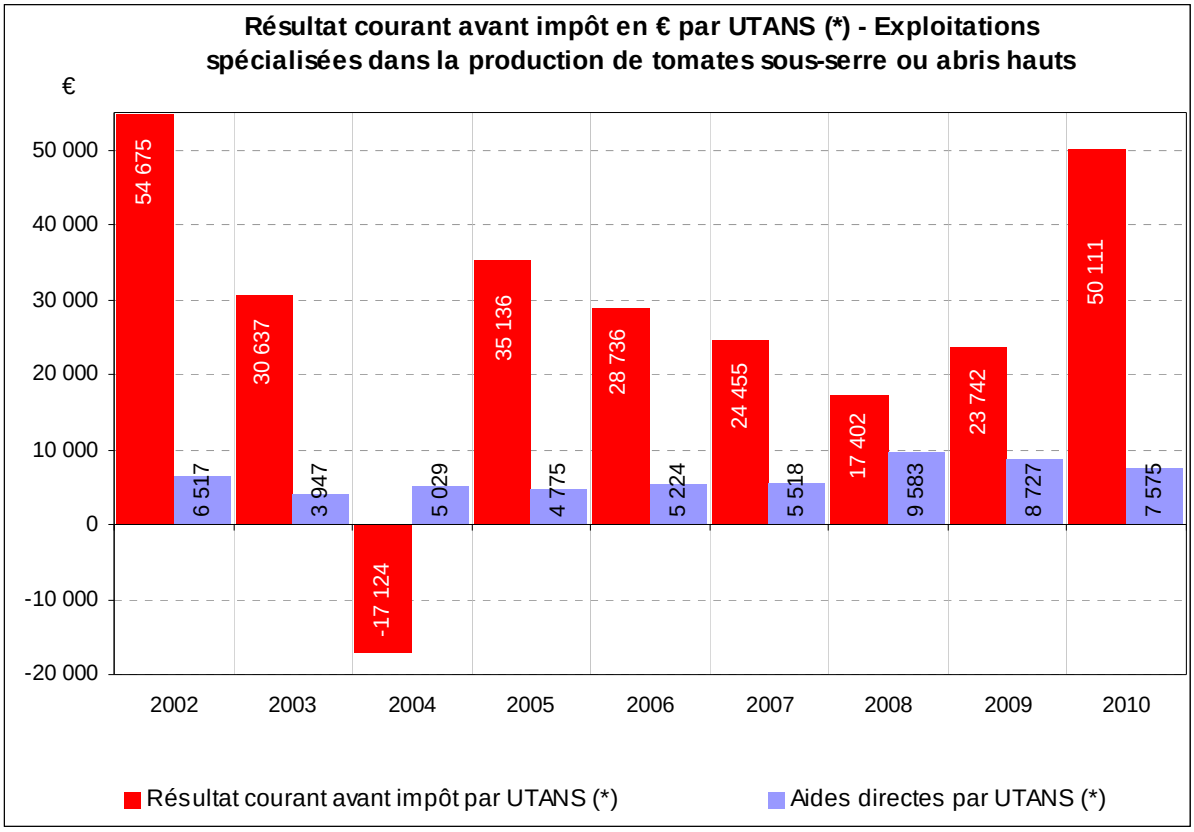


NB : résultat courant négatif en 2004

Source : SSP (RICA)

On note la part importante des combustibles et des frais de personnel (salarié) dans les charges.

Graphique 56

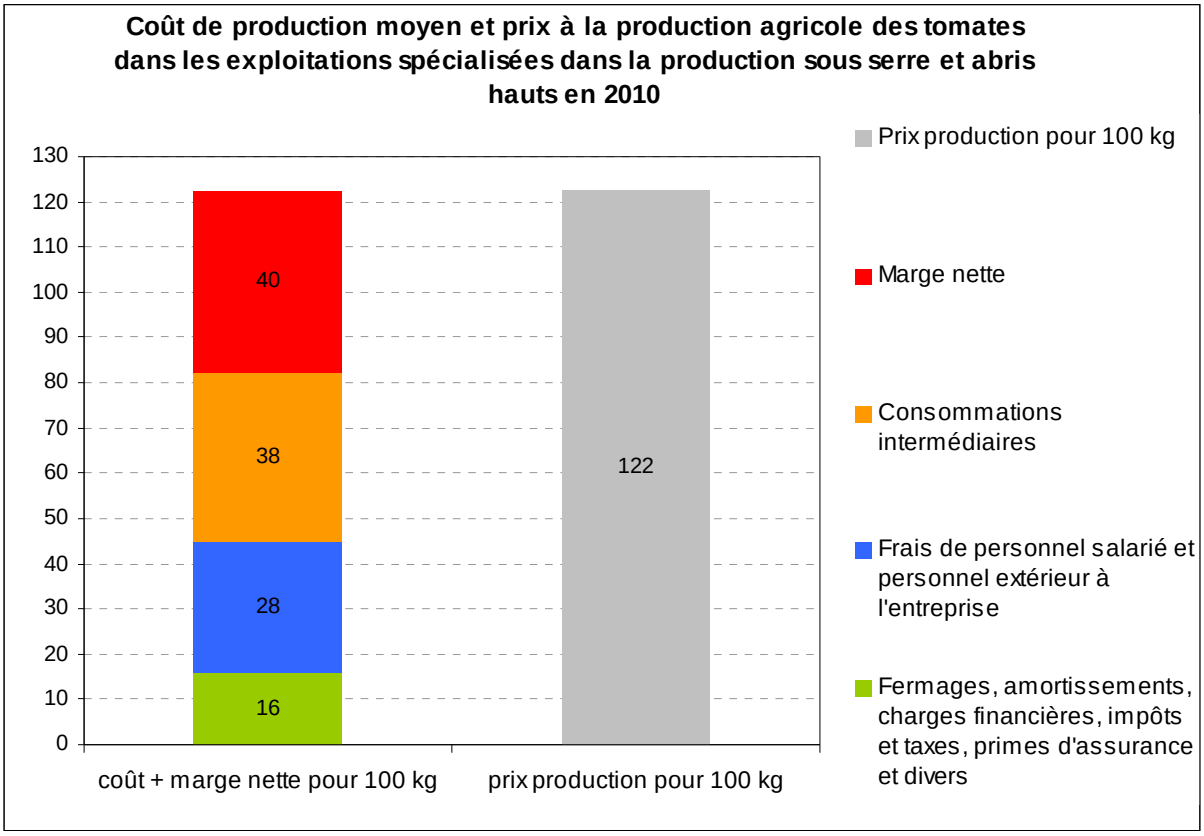


(*) UTANS : unité de travail annuel non salarié.

Source : SSP (RICA)

Une estimation approximative du coût moyen de production des tomates sous serre a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon. Les postes de charges identifiés dans les comptes de ces exploitations concernent pour l'essentiel des productions végétales et sont affectés au coût de production de la tomate au prorata de la part du produit « tomate » dans le produit total.
Le coût de production est ainsi estimé à 0,82 €/kg en 2010, pour un prix de vente moyen (issu également des comptes des exploitations de l'échantillon) de 1,22 €/kg (prix intégrant probablement des coûts d'emballage), soit une marge nette de 0,40 €/kg
Compte tenu des sources utilisées (charges comptables non ventilées de façon analytique) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 57



Source : SSP (RICA)

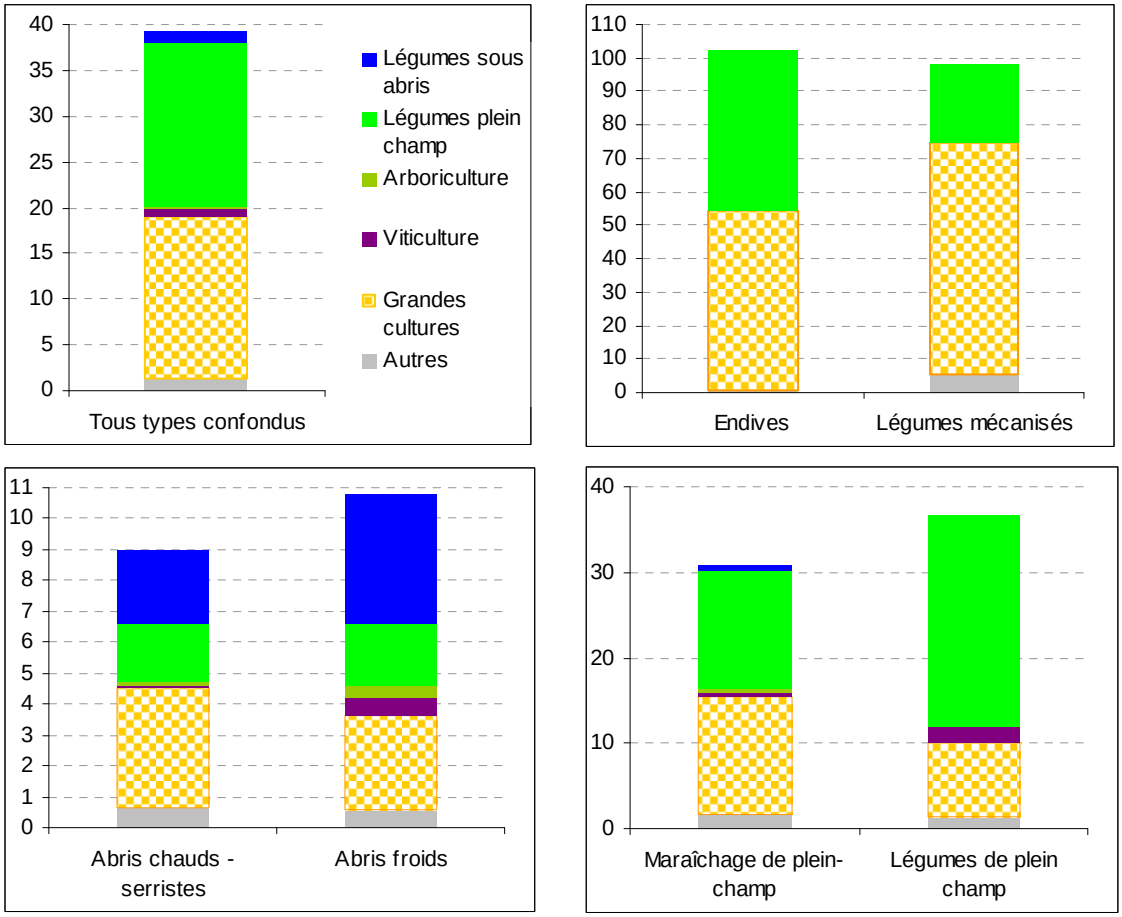
6.2.3. Structure des charges et résultat par systèmes de production légumière en 2010

Cette approche s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer, le CTIFL et Légumes de France) basée sur un échantillon de 432 exploitations réparties dans 15 départements. Elle permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de légumes, laquelle est considérable (cf. Graphique 58).

Les systèmes de production observés

Répartition de la SAU en ha

Graphique 58

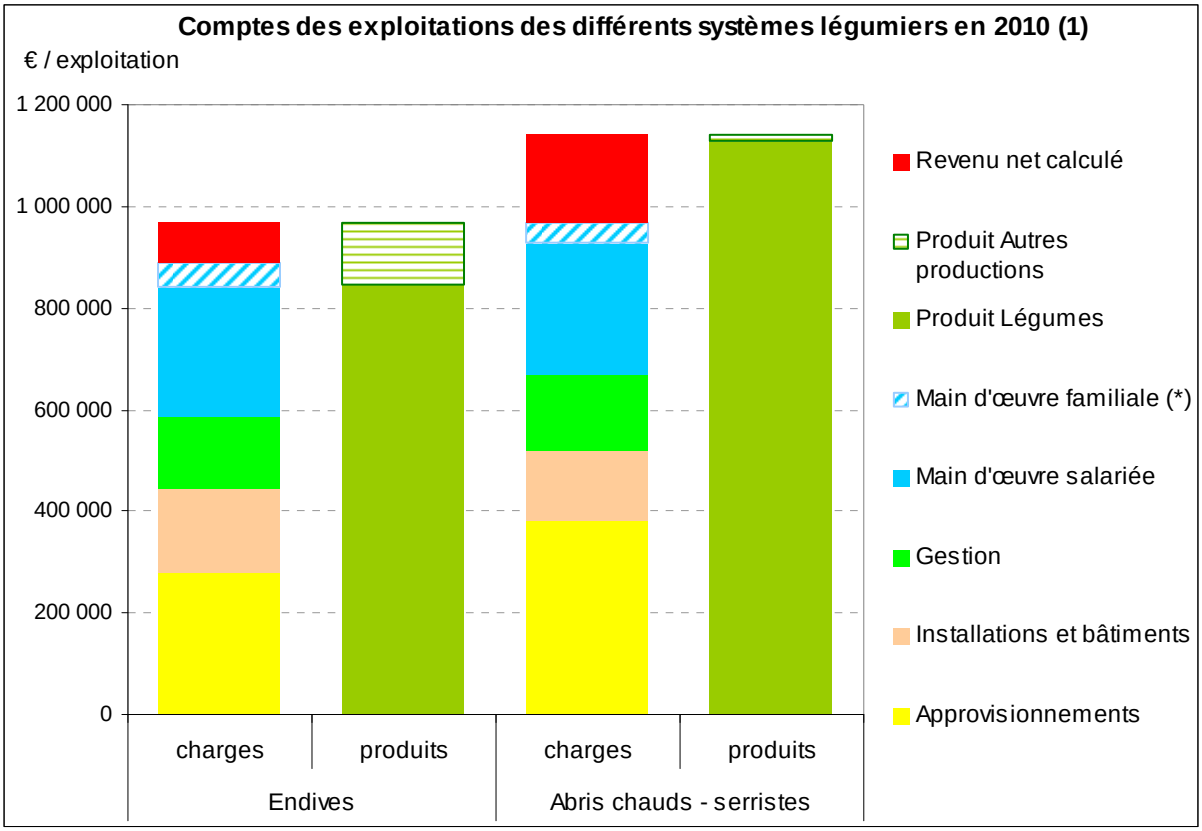


Source : CERFRANCE

Le revenu net calculé est obtenu en ajoutant aux charges comptables une rémunération forfaitaire du travail familial de 18 000 € / an / unité de travail annuel et en y ajoutant les charges sociales de l'exploitant ; ce revenu net s'avère en moyenne positif en 2010 dans l'ensemble des systèmes. Il apparaît ainsi dans la colonne « charges » des graphiques suivants.

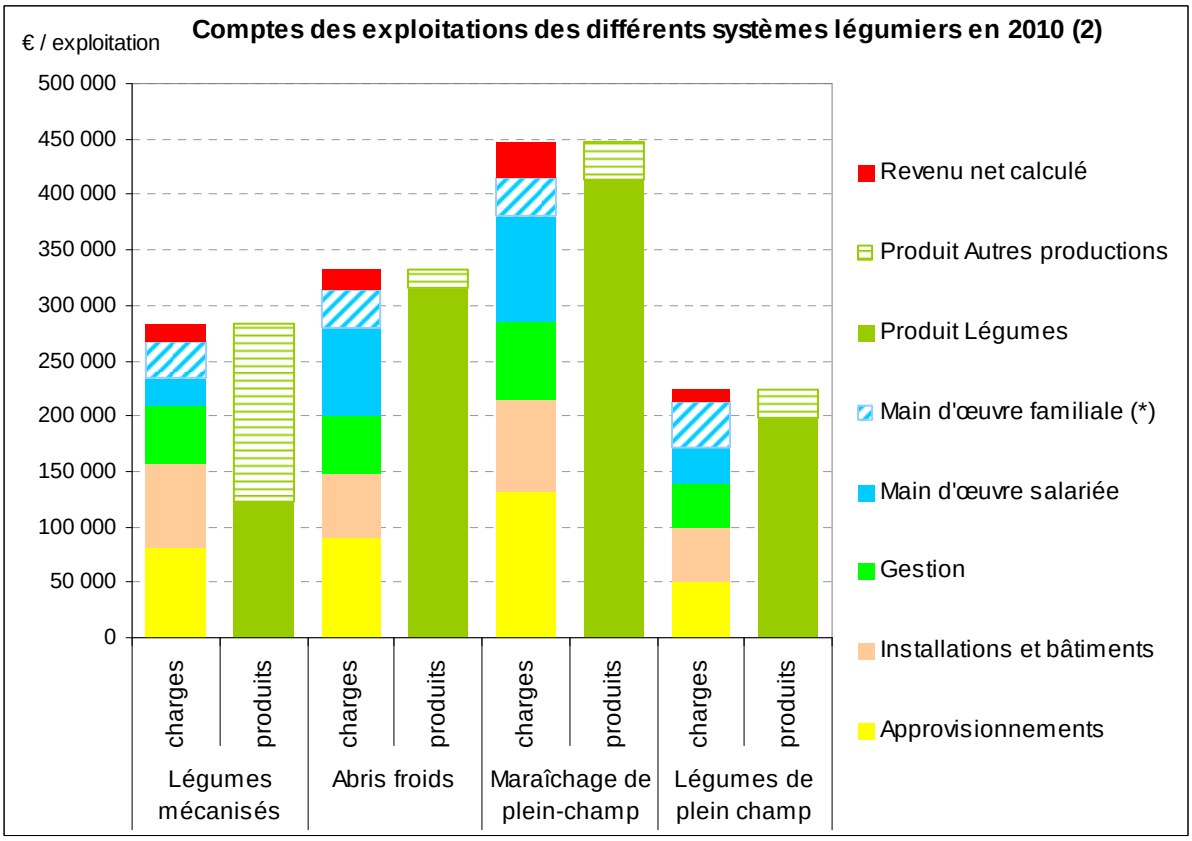
La somme entre la rémunération forfaitaire du travail familial et le revenu net calculé donne le résultat courant avant impôt : celui-ci est, en moyenne par exploitation, positif en 2010 dans chaque système et de 99 000 € tous systèmes confondus.

Graphique 59



Source : CERFRANCE

Graphique 60



NB : sur ces graphiques, lorsque le prix à la production est supérieur au coût de production, le revenu net calculé est un gain, son montant, représenté en rouge, est placé avec les coûts afin de solder le prix (prix – coûts = gain, donc prix = coûts + gain) ; à l'inverse, lorsque le prix à la production est inférieur au coût de production, le revenu net calculé est une perte ; son montant, représenté en rouge, est placé « sur » le prix (barre grise) fin de solder le coût (prix – coût = - perte, donc prix + perte = coûts).

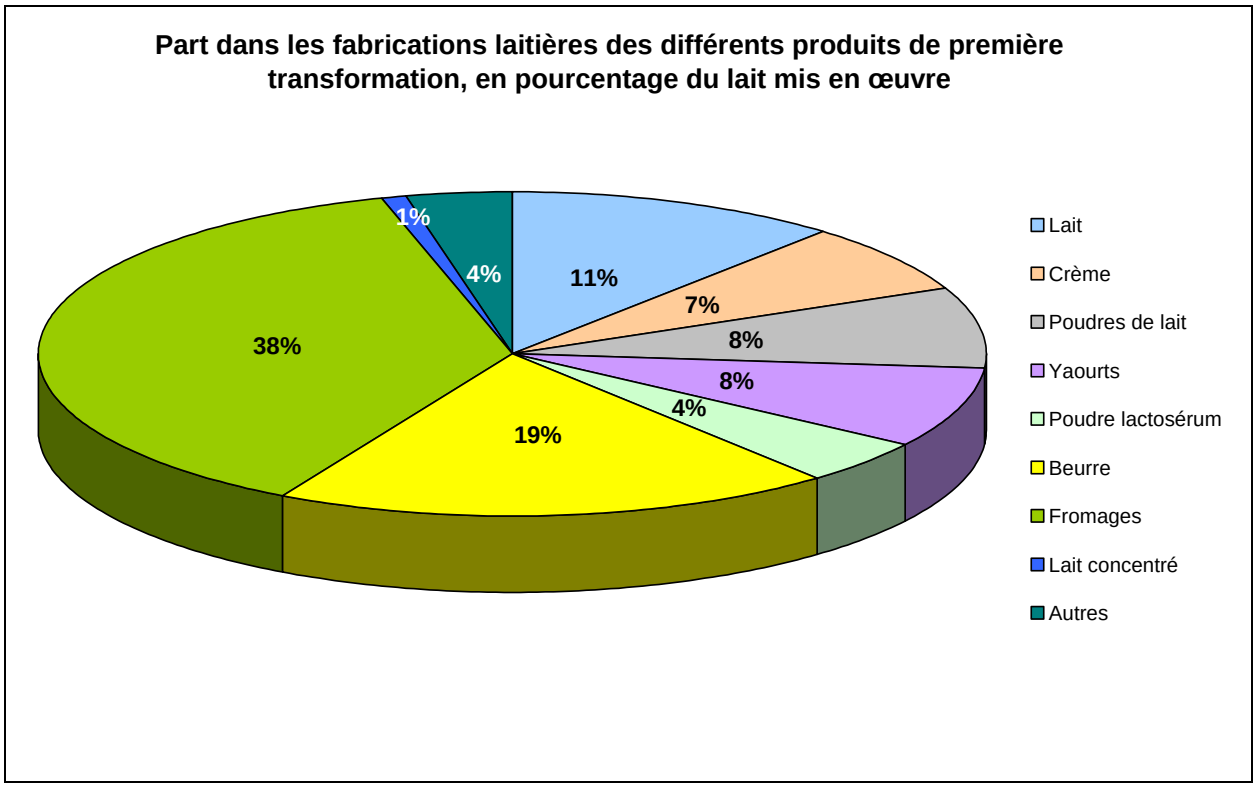
Source : CERFRANCE

Section 2 - Produits laitiers

1. STRUCTURE DES FABRICATIONS LAITIERES FRANÇAISES ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Les 24,3 milliards de litres de lait livrés en France en 2011 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 françaises, la crème conditionnée (6 %), les poudres de lait (10 %), les yaourts (8 %), la poudre de lactosérum (4 %), le beurre (19 %) et les fromages qui absorbent 37 % du lait mis en œuvre. La France est le deuxième pays producteur de fromages de l'Union Européenne avec plus de 2 milions de tonnes de fromages produites en 2011, soit un cinquième de la production communautaire.

Graphique 61



Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES

Une partie de ces produits est vendue aux autres Etats membres de l'Union européenne ou exportée vers les pays tiers, parallèlement à des flux d'entrée. La France réalise la majorité de ses échanges extérieurs avec les autres Etats membres de l'UE, soit 85 % en valeur (tout produits confondus). L'essentiel des exportations vers les pays tiers est constitué de produits stockables présentant une longue durée de conservation : poudres de lait, poudre de lactosérum et beurre.

Pour la plupart des produits, la consommation française calculée par bilan se répartit entre les achats des ménages, la consommation en restauration hors foyer et les utilisations en industries agro-alimentaires (hors branche laitière telles que biscuiterie, chocolaterie…).

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. Une étude est actuellement en cours pour déterminer les quantités d'ingrédients laitiers utilisées par les IAA, notamment depuis la fin des aides à la matière grasse et protéique qui avaient été mises en place par la réglementation européenne dans le but d'accroître l'écoulement sur le marché de la matière grasse

et protéique du lait (fin des aides en 2006 pour la matière protéique et 2007 pour la partie grasse) ; les résultats devraient être disponibles fin 2011.

Les autres produits des produits de grande consommation avec une part achetée par les ménages, 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, et notamment en IAA pour le beurre (débouché important dans le secteur de la boulangerie, viennoiserie et pâtisserie). Les achats de fromages par les ménages représentent environ 50 % de la consommation, une part non négligeable étant destinée aux IAA (fromages ingrédients : emmental, mozzarella…).

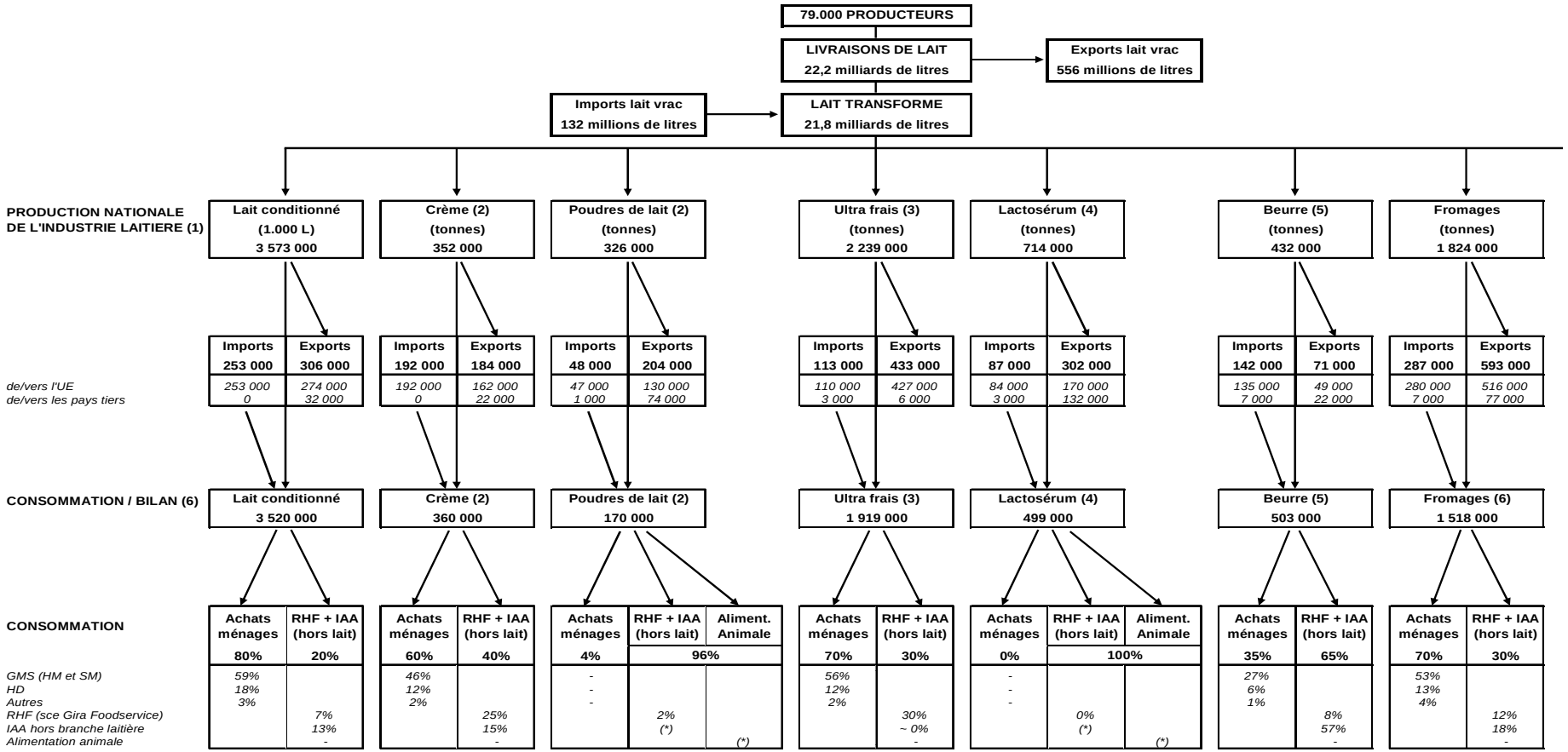
*Sources des données du diagramme de la filière (*Schéma 5 *page suivante) :*

La représentation des différentes étapes de la filière laitière, allant des livraisons de lait de vache aux différentes utilisations finales par grande famille de produit, a été élaborée à partir des données suivantes :

- l'Enquête Annuelle Laitière du SSP (livraisons de lait en France et fabrications)
- les chiffres des douanes françaises (échanges intra-communautaires et avec les pays tiers)
- les achats des ménages issus du panel consommateurs Kantar Worldpanel
- une estimation des utilisations en restauration hors foyer faites par le cabinet Gira Foodservice.

Schéma 5

DIAGRAMME DE LA FILIERE LAITIERE FRANCAISE (chiffres 2009)
BILAN EN LITRES (lait) ET TONNES DE PRODUIT



Sources : FranceAgriMer d'après le SSP (EAL), les Douanes, Kantar Worldpanel et GIRA foodservice pour les données RHF

(1) hors vrac livré aux établissements de la branche laitière, y compris vrac livré aux établissements de la branche non laitière
(2) sous forme conditionné et vrac
(3) comprend les yaourts et laits fermentés nature, sucrés, aromatisés ou aux fruits et les desserts frais lactés, hors fromages frais et petits suisses
(4) poudre de lactosérum et lactosérum liquide ou concentré (en poids d'extrait sec)
(5) beurre et beurre concentré (en équivalent beurre)
(6) y compris fromages frais, fromages blancs et petits suisses, hors variations de stock
(*) : une étude est actuellement en cours pour déterminer les quantités de produits laitiers ingrédients qui sont utilisées dans les IAA

2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE LAITIERE

2.1. Données de prix

2.1.1. Prix à la production agricole

Le prix du lait payé aux producteurs fait l'objet d'une enquête mensuelle du Service de la Statistique et de la Prospective du ministère de l'agriculture. Deux types de prix sont ainsi recueillis au niveau départemental :

- un prix correspondant à un lait de référence, ou lait standard, à 38 g/L. de matière grasse et 32 g/L. de matière protéique ;

- le prix moyen du lait réellement payé aux producteurs, tenant compte de la composition réelle du lait collecté. Ce prix est issu d'enquêtes départementales du SSP, dont les résultats sont pondérés par le poids de chaque département dans la collecte nationale.

Le prix du lait standard constitue ainsi une référence de prix indépendante des variations saisonnières ou conjoncturelles de composition du lait. En revanche, le prix du lait réel représente mieux la réalité économique et ses fluctuations, et sera donc utilisé dans la suite de ce rapport pour l'analyse de la formation des prix des produits alimentaires.
Le lait étant payé en fonction de sa composition, les taux moyens de matière grasse et matière protéique fournis par l'enquête du SSP permettent de compléter l'analyse. En effet, les variations du prix moyen payé aux producteurs sont issues conjointement des évolutions du prix de base et des variations de la composition du lait.
Compte tenu des délais de publication inhérents à toute enquête de grande envergure, l'observatoire pourra être amené à utiliser, pour les mois les plus récents, les résultats du sondage mené mensuellement par FranceAgriMer sur le prix du lait en attendant les résultats de l'enquête du SSP,. Ce sondage réalisé auprès des principaux industriels collecteurs de lait (représentant en moyenne 41 % de la collecte française), permet d'obtenir un résultat temporaire dans des délais plus courts que l'enquête établie par le SSP.

Attention : compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs ne représente pas directement le « prix de la matière première agricole » des produits laitiers transformés (voir paragraphe 2.2).
En outre, selon les types de valorisation dans les différentes régions laitières, le prix du lait à la production présente une certaine variabilité dont la prise en compte dépasserait le cadre de ce rapport.

2.1.2. Produits étudiés

Le groupe de travail sur la filière laitière, s'inscrivant dans la continuité des travaux menés en 2009, a souhaité faire porter son analyse sur quatre produits :

- Lait UHT demi-écrémé
- Yaourts nature
- Beurre plaquette
- Emmental

Ces produits ont été choisis à la fois pour leur place importante dans les fabrications laitières françaises mais aussi pour leur caractère emblématique et leur composition essentiellement laitière.

Compte tenu de l'importance des fromages à pâtes molles dans l'activité des entreprises laitières françaises, ceux-ci représentant 10 % du lait transformé en France, cette analyse a pu être complété en 2012, grace aux données fournies par l'INSEE, par une analyse de la formation des prix du Camembert.
Outre leur importance, ces produits ont été aussi choisis pour leur composition essentiellement laitière, même si cela n'est pas totalement représentatif des produits issus de l'industrie laitière française. En effet, faire porter nos analyses sur des produits incluant des ingrédients plus variés (sucre, fruits, chocolat…) aurait complexifié l'analyse de façon exponentielle.
En 2012, selon la volonté du groupe de travail, et afin de mieux représenter la réalité du marché, les travaux de l'Observatoire tenteront, autant que possible, et grace aux données de l'INSEE et du panel consommateur KantarWorldpanel, de détailler chacun de ces produits selon les grands segments de marché : marques nationales (MN), marques de distributeurs (MDD) et premiers prix.

2.1.3. Prix sortie industrie laitière

En l'absence de données régulières et précises en valeur sur les prix des produits laitiers sortie industrie, l'observatoire a développé différents modèles permettant d'obtenir des indicateurs de prix au stade industriel.
Chaque produit étudié dans le cadre de l'observatoire a donné lieu à un indicateur spécifique :

- lait UHT demi-écrémé : l'indicateur de prix sortie industrie est issu du croisement de *l'indice de prix de l'industrie et des services aux entreprises* (indice OPISE, ex-IPVI) publié mensuellement par l'INSEE, pour l'article *Lait UHT ½ écrémé (ref. 001558751*) et des résultats en valeur de l'enquête annuelle PRODCOM du SSP (*lait ½ écrémé conditionné, ref. 10.51.11.42*) ;
- Yaourts natures : l'indicateur de prix sortie industrie est calculé en croisant les données des indices OPISE Yaourts et laits fermentés*, (MN : ref. 001558880 ; MDD et 1er prix : ref. 001558882*), les résultats en valeur des enquêtes correspondantes, fournies par l'INSEE à partir de décembre 2011, et les parts de marchés relatives, en valeur, des différents segments dans les achats des ménages, selon les données du panel KantarWorldpanel ;
- Beurre plaquette : l'indicateur de prix sortie industrie est issu du croisement des OPISE *Beurre conditionné GMS* de l'INSEE (*Total : ref. 001558884, MN : ref. 001558886, MDD : ref. 001558888, 1er prix : ref. 001558890*), des résultats en valeur des enquêtes correspondantes, fournies par l'INSEE à partir de décembre 2011, et des parts de marché relatives en valeur des différents segments, calculées selon les données du panel consommateur KantarWorldpanel ;
- Emmental : jusqu'en décembre 2008, l'indicateur de prix sortie industrie pour l'ensemble de la catégorie est la cotation Emmental établie par le Syndicat Interprofessionnel du Gruyère Français. Cette cotation ayant été interrompue début 2009, l'indicateur de prix est ensuite calculé en prolongeant cette cotation à l'aide d'un indice synthétique constitué des indices OPISE *Emmental* établis par l'INSEE : *Emmental râpé en sachet* (*ref. 001559004*) et *Emmental en portion préemballé* (*ref. 001558757*), à proportions respectives de 70 % et 30 %. Cette analyse est complétée par l'étude du segment de l'Emmental rapé premier prix, à l'aide de l'OPISE correspondant (*ref. 001559007*) et des résultats, en valeur, de l'enquête correspondante à compter de décembre 2011 ;
- Camembert : l'indicateur de prix sortie industrie est calculé en croisant les données des indices OPISE Camembert et Coulommiers*, (Total : ref. 001558948, MN : ref. 001558950 ; MDD et 1er prix : ref. 001558952*), les résultats en valeur des enquêtes correspondantes, fournies par l'INSEE à partir de décembre 2011, et les parts de marchés relatives, en valeur, des différents segments dans les achats des ménages, selon les données du panel KantarWorldpanel ;

Ces indicateurs de prix restent, on le voit, des indicateurs synthétiques, dont la précision est toute relative. Compte tenu par ailleurs de la diversité des produits qu'ils regroupent, y comris au sein d'un segment pourtant a priori homogène (marques nationales), il conviendra de rester mesuré dans les interprétations que l'on en tirera. Le mode de calcul et les choix opérés concernant chaque produit seront détaillés dans les chapitres correspondants.

2.1.4. Prix au détail en GMS

Pour les produits laitiers, les indicateurs retenus pour les prix au stade du consommateur en GMS sont les prix issus des panels consommateurs Nielsen ou Kantar Worldpanel (anciennement TNS), suivant les périodes étudiées (au sujet des panels : cf. Encadré 2 page 21).
Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré des volumes achetés-vendus, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets promotions. L'évolution de ces prix diffère donc de celle des indices de prix à la consommation de l'INSEE, qui, étant un indice de type Laspeyres, est établi sur la base de paniers constants de produits. Ces données issues de panel apparaissent particulièrement fiables dans le cas des produits laitiers étudiés, compte tenu du fait qu'il s'agit pour leur immense majorité de produits munis de code barre (produits gencodés) et donc bien identifiés.
Les données de base sont des valeurs et volumes d'achats par période de quatre semaines, qui font l'objet d'un retraitement pour les convertir à un pas de temps mensuel.

2.2. Méthode générale de calcul de marge brute de transformation pour les PGC

La méthode retenue par le groupe de travail « produits laitiers » pour le calcul des marges brutes industrielles unitaires sur PGC[21] tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation, en ne valorisant qu'une partie des composants du lait (matière grasse, matière protéique, lactose), s'accompagne inévitablement de la production, à partir des composants non utilisés dans le PGC, de produits joints (poudres, beurre) non destinés tels quels à la consommation mais vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La fréquente sous-valorisation de ces « produits industriels » (marge nette négative) constitue donc un coût à intégrer dans le coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

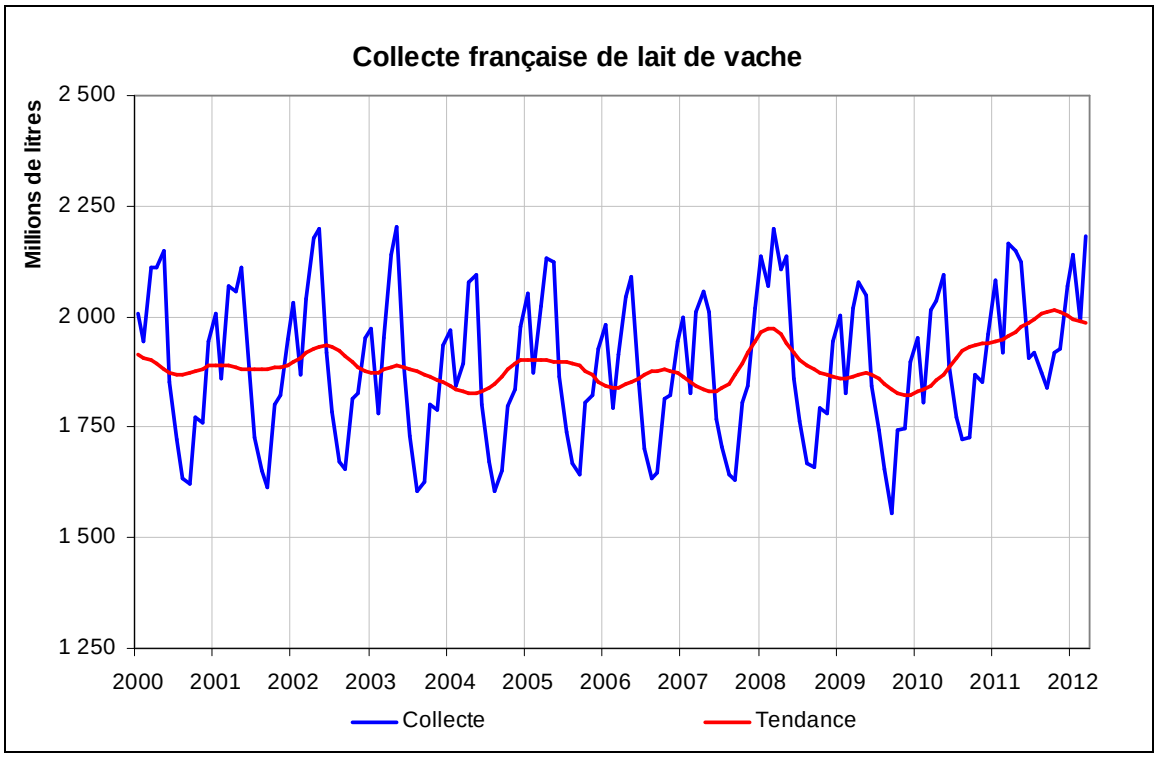
Par ailleurs, l'industrie doit faire face à des excédents de collecte, saisonniers ou structurels, découlant de l'obligation de collecter tout le lait des producteurs, au-delà des seuls besoins nécessaires pour couvrir la demande en PGC. Ces excédents sont écoulés en produits industriels, avec la même conséquence : leur coût de fabrication (net de leur prix de vente) est un élément du coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

2.2.1. Approvisionnements en lait et gestion des volumes

Compte tenu de contraintes zootechniques (périodes de vêlage, cycles de production laitière des vaches…) et agronomiques (pousse et disponibilité des fourrages), la collecte française de lait de vache connaît d'importantes variations saisonnières. Ainsi, suivant les mois, elle peut varier de plus ou moins 10 % autour de la moyenne. En conséquence, pour être certain de disposer d'un certain volume de lait au plus bas de la saison, les industriels laitiers sont contraints d'en acheter des quantités supérieures à leurs besoins lors des pics de collecte.

[21] PGC : produit de grande consommation

Graphique 62



Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer - SSP

Ces variations saisonnières de la collecte engendrent donc un excédent saisonnier de lait pour les industriels. Cet excédent ne peut pas forcément être valorisé en produits de grande consommation. Il doit donc être intégré dans l'analyse de la filière.
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 stockables assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable sera lui aussi intégré dans l'analyse.

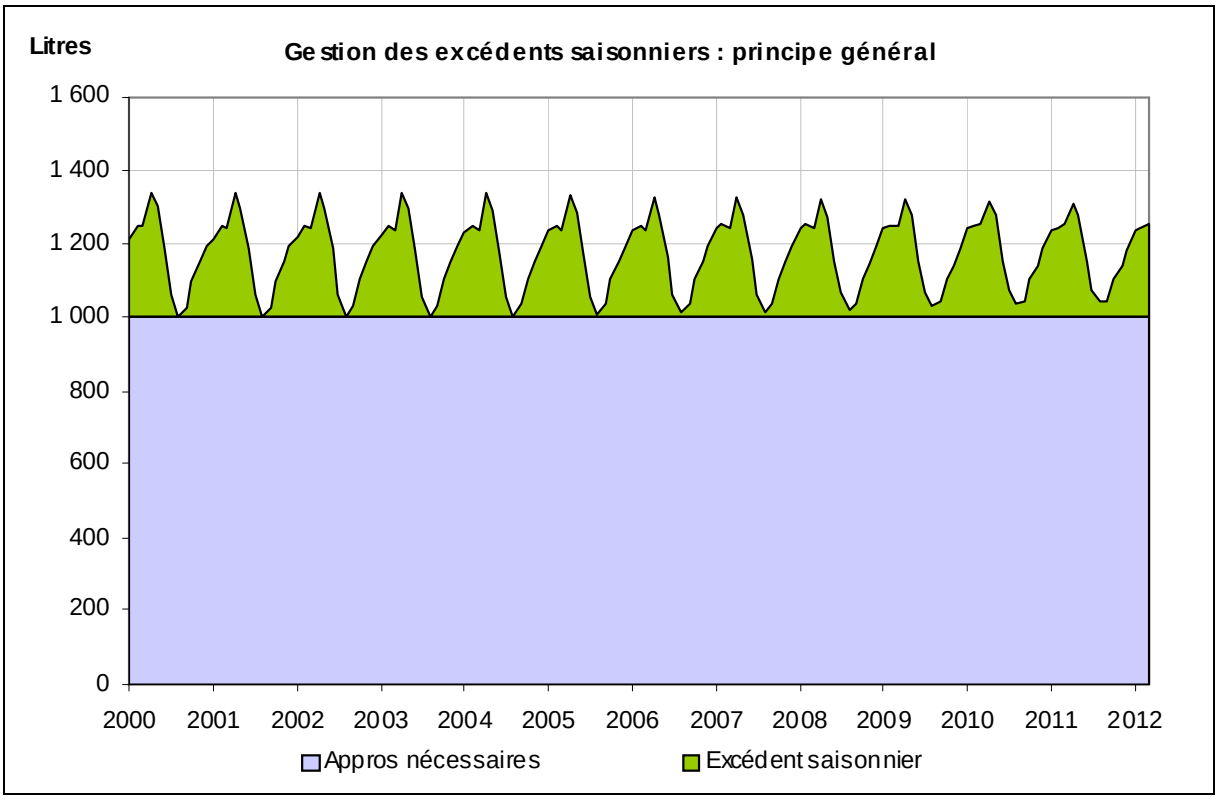
2.2.1.1. Analyse des volumes d'excédents saisonniers

Les excédents saisonniers trouvent leur origine dans la saisonnalité de la collecte laitière. Ainsi, pour assurer un volume de 1 000 litres de lait au plus bas de la production, est-il nécessaire de collecter jusqu'à 1 300 litres de lait au pic de production du printemps.
La saisonnalité de la collecte est toutefois légèrement variable d'une campagne à l'autre. Sur 2000-2012, le point de référence correspond au plus fort creux de collecte sur la période. Etant donné ce point de référence, les volumes d'excédent saisonniers ont été calculés comme les volumes qu'il est nécessaire de collecter chaque mois pour assurer des approvisionnements réguliers.

Les fabrications de PGC peuvent elles aussi, être plus ou moins saisonnières selon le type de produit fabriqué, son aptitude à être stocké, la saisonnalité de la demande, etc. … Cette saisonnalité de fabrication peut être en phase ou non avec celle de la collecte.
Par exemple, plus un produit est stockable, plus ses fabrications peuvent être calées en fonction de la saisonnalité de la collecte. A l'inverse, plus un produit est périssable, plus ses fabrications dépendent de la saisonnalité de la consommation, indépendamment de la collecte. Ainsi, les produits périssables sont-ils structurellement plus affectés par des excédents saisonniers que les produits plus stockables.

Chaque type de produit impliquant ainsi de gérer plus ou moins d'excédents saisonniers, les fluctuations saisonnières de la collecte doivent être comparées non pas à un volume d'approvisionnement fixe comme dans l'exemple précédent, mais plutôt aux fluctuations saisonnières des fabrications réellement constatées pour chaque produit.

Graphique 63



Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer - SSP

Encadré 10

Méthode de calcul des excédents saisonniers

Source des données : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

Les cycles saisonniers ont été identifiés à partir d'une analyse statistique sur un modèle autoregressif multiplicatif de type « X11 », avec prise en compte des données calendaires (nombre de jours des mois) et des variations journalières d'activité (gestion des week-ends).

La variable temporelle mensuelle V (collecte ou fabrications de produits) est ainsi exprimée (SAS Institute, 1993) selon le modèle :

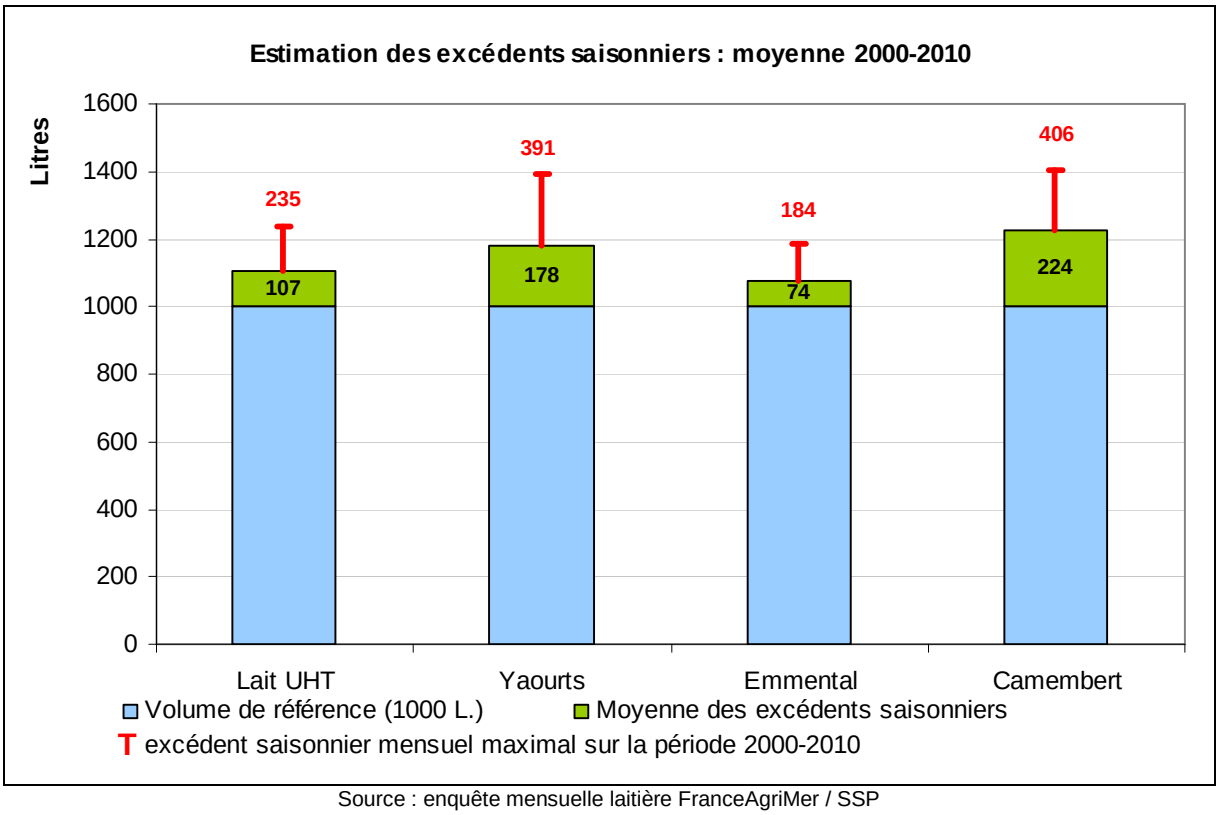
$$V_t = T_t \,.\, S_t \,.\, C_t \,.\, I_t$$

Où T est la tendance (trend) à long terme, C le facteur calendaire, I la composante irrégulière résiduelle, et S le facteur saisonnier évolutif qui nous intéresse, T étant exprimée en volume, C, I et S en pourcentage.

Cette modélisation permet donc d'isoler le facteur saisonnier (exprimé en %) indépendamment de toute évolution de la tendance à moyen terme, et de tout accident ponctuel (irrégularité).
L'écart entre le facteur saisonnier de la collecte et le facteur saisonnier des fabrications, les deux séries étant recalées au point d'écart le plus bas depuis 2000, donne alors l'excédent saisonnier, exprimé en pourcentage du lait mis en œuvre pour fabrication.
Ce point de référence correspond au mois où l'écart est le plus faible entre le volume de lait collecté et le volume de lait nécessaire aux fabrications. Dans les graphiques suivants, on affecte la valeur 1 000 à ce point.

Ces calculs permettent de mettre en évidence le volume excédentaire à collecter par rapport au lait entrant en fabrication, de manière mensuelle et pour chaque type de produit. En moyenne, sur la période 2000-2010, ces excédents saisonniers représentent un volume de 11 % du lait mis en œuvre pour le lait UHT (avec des pointes à 22 %), 18 % pour les yaourts nature (avec un maximum à 39 %), et 6 % pour l'emmental (maximum 15 %).

Graphique 64

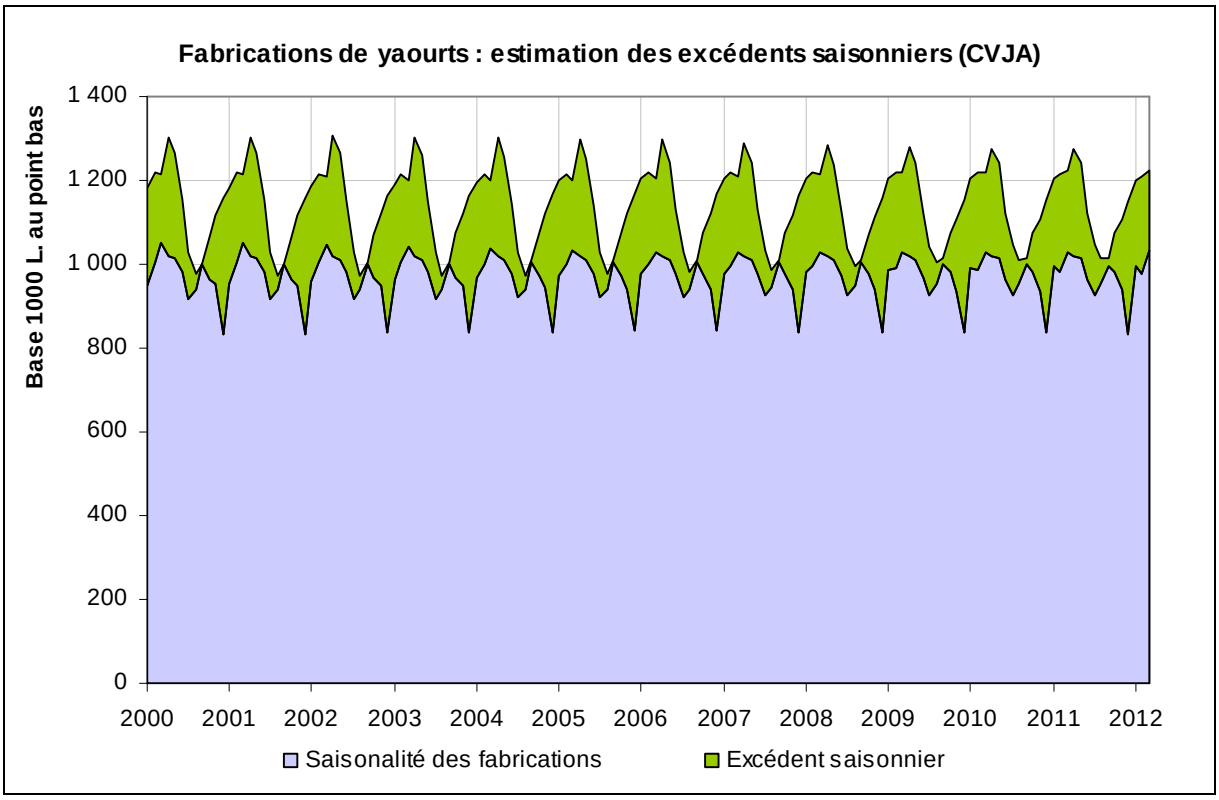


Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

Les graphiques suivants présentent l'excédent saisonnier mensuel ainsi calculé pour ces trois produits.

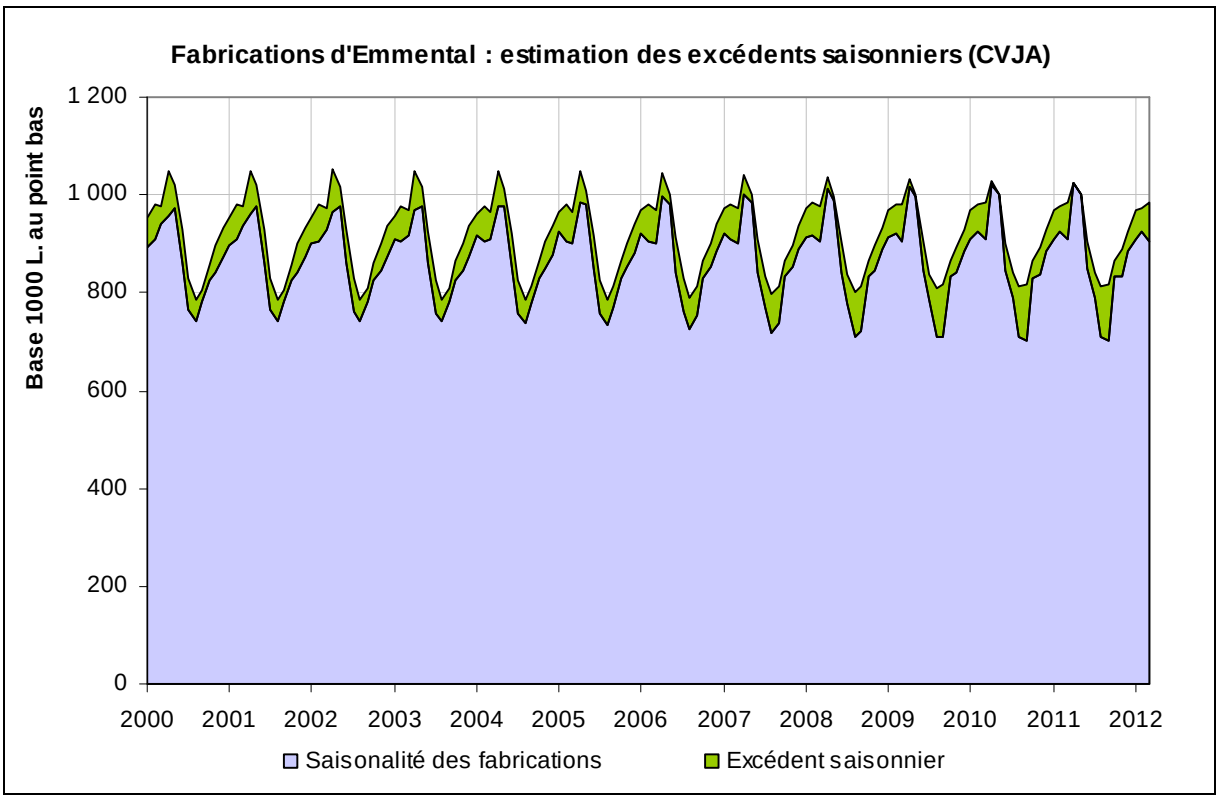
On présente ci-après les résultats pour chaque produit étudié.

Graphique 65



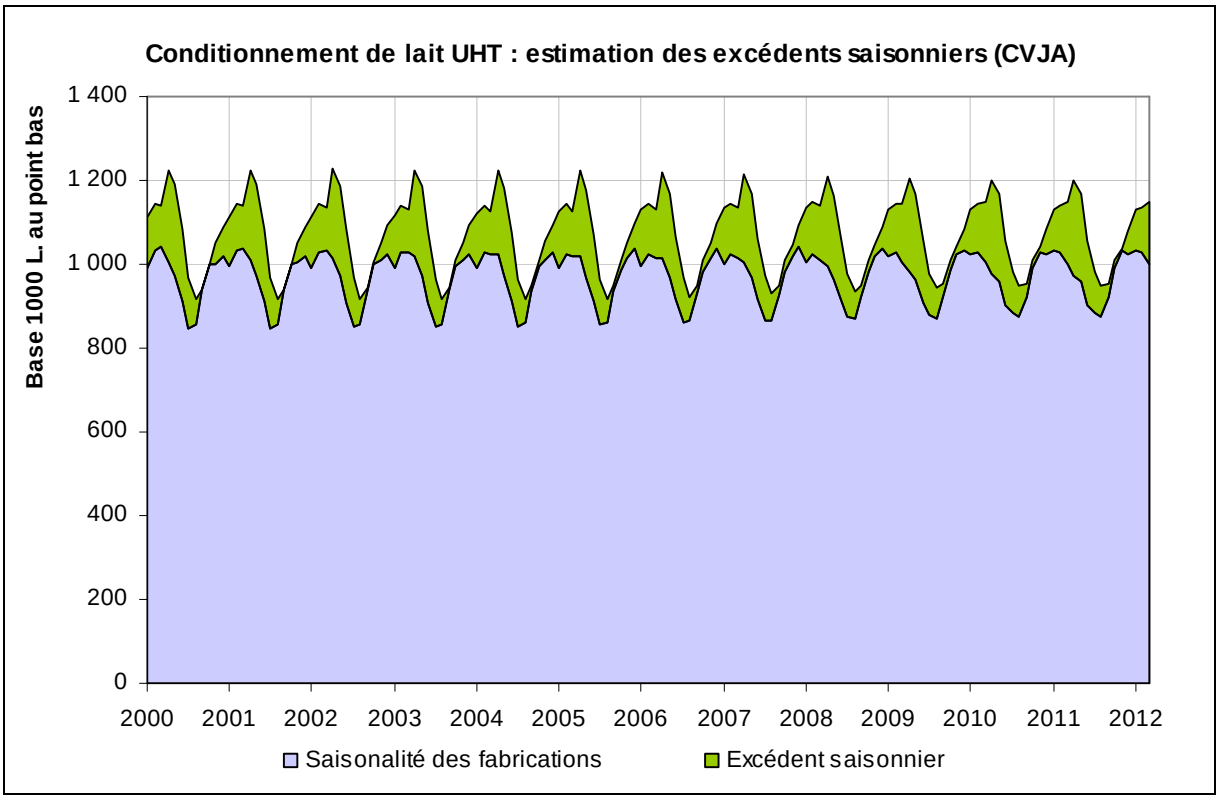
Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

Graphique 66



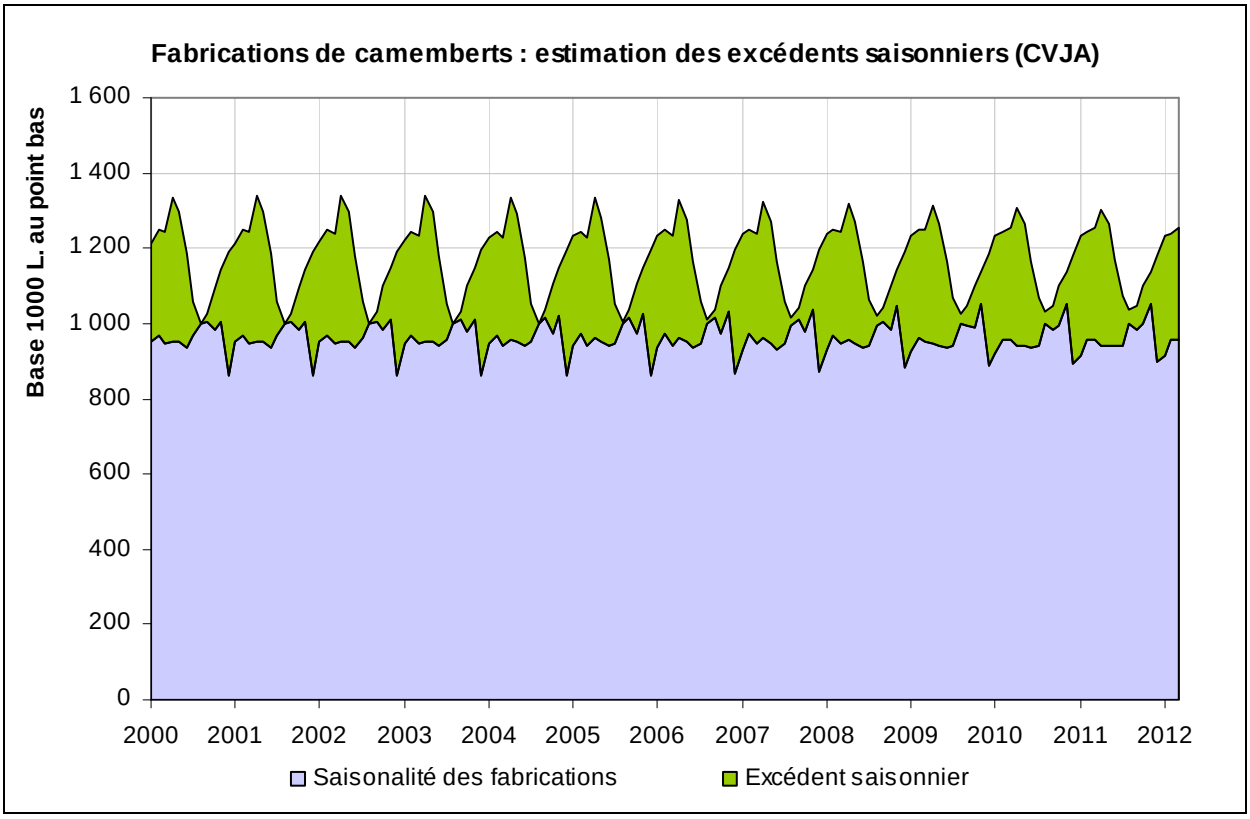
Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

Graphique 67



Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

Graphique 68



Source : enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP

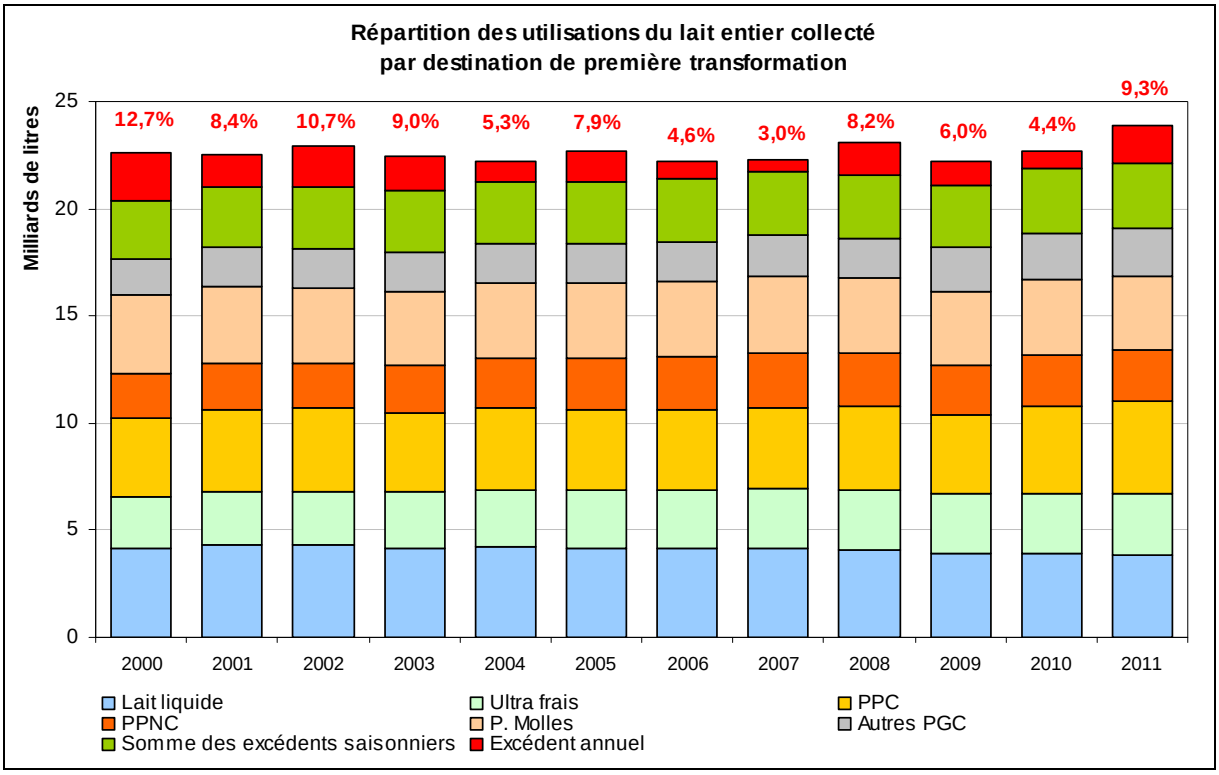
Analyse des volumes d'excédents annuels

Comme on l'a vu, les mises en fabrication de produits laitiers de grande consommation, par leur saisonnalité différente de celle de la collecte, obligent l'industrie laitière de gérer des volumes d'excédents saisonniers importants. A ces volumes saisonniers viennent s'ajouter des volumes plus tendanciels, issus des écarts structurels et conjoncturels entre la collecte de lait et la demande des PGC.

Cet écart, à la fois structurel et conjoncturel, entre le marché des PGC et la collecte représente un excédent par rapport au marché des PGC (pour autant, ces produits trouvent des débouchés auprès des IAA ou à l'export).

Pour évaluer ces volumes excédentaires annuels, il est nécessaire de comparer, par un bilan simplifié, collecte et utilisation du lait. En exprimant les fabrications françaises de PGC (sur dix grandes catégories) en litres de lait mis en œuvre (ex : 12 litres de lait par kg de pâte pressée cuite), puis en calculant, sur ces dix catégories de produits, les volumes de lait d'excédents saisonniers selon la méthode décrite précédemment, on peut estimer, par comparaison avec la collecte, le volume d'excédent annuel.

Graphique 69



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière FranceAgriMer / SSP, Anses, et Cereopa 1993

Ces excédents annuels (en rouge sur l'histogramme ci-dessus), issu de la différence entre les évolutions des marchés des PGC et de la collecte laitière, représentent en moyenne sur la période 2000-2011 l'équivalent de 7 % du lait mis en œuvre. Ils sont transformés en produits « industriels » (essentiellement destinés aux IAA), notamment du beurre et de la poudre de lait.

Ils connaissent des variations importantes en fonction de la conjoncture laitière. Ils étaient en diminution tendancielle jusqu'en 2007, grâce à la maîtrise des volumes de collecte par l'application des quotas laitiers et à la progression des fabrications de PGC (notamment les fromages). Depuis 2007, la filière laitière française est entrée dans une phase d'évolution plus fluctuante du fait de l'augmentation réglementaire des quotas (+ 0,5 % sur les campagnes 2006-2007 et 2007-2008, + 2,5 % en 2008-2009 puis + 1 % par campagne pendant cinq ans à partir de 2009-2010). Cette analyse met par ailleurs en évidence que la forte progression de la collecte de lait sur l'année 2011 a

été essentiellement destinée à la fabrication de produits industriels, le marché des PGC étant beaucoup plus stable. L'excédent annuel est ainsi passé de 4,4% en 2010 à 9,3 % en 2011.

Ces éxcédebts annuels concernent l'ensemble de la filière laitière et influent sur les marchés des différents PGC de la même manière. Dans notre analyse, il est donc convenu d'affecter le même pourcentage d'excédents annuels à tous les produits de grande consommation suivis (lait UHT, yaourts natures, emmental et camembert).

Rappelons que les excédents saisonniers (en vert sur l'histogramme) sont eux aussi transformés en produits industriels.

Utilisation des volumes d'excédents dans l'industrie laitière

Ces deux types d'excédents, annuels ou saisonniers, sont considérés comme excédentaires par rapport au marché des produits de grande consommation. Ils sont transformés en produits industriels (PI) stockables (beurre, poudre 0 % MG, poudre de lait entier) à destination notamment des industries agro alimentaires. Au total, les excédents laitiers (toujours par rapport au marché des PGC) ont varié entre 16 % et 22 % de la collecte sur la période 2000-2010.

A ceux-ci, s'ajoutent les coproduits de la fabrication des PGC (beurre issu de l'écrémage du lait, lactosérum issu du caillage des fromages…). Dans l'histogramme ci-dessus, on présente les volumes de lait entier mis en œuvre pour la fabrication de chaque PGC (ex : 1,1 L. de lait entier pour produire 1 L. de lait demi-écrémé), intégrant à la fois les volumes de PGC produits (dans notre exemple : 1 L. de lait ½ écrémé) et les volumes de coproduits issus de ces transformations (dans notre exemple : environ 0,1 L de crème, transformée ensuite en beurre).

Au total (cf. **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**) les produits industriels représentent l'équivalent de 30 % du lait transformé en France, qu'ils proviennent des excédents annuels, saisonniers, ou des coproduits de la fabrication des PGC.

Dans la suite de l'analyse, par hypothèse, on considérera que la totalité des excédents ainsi calculés est transformée en PI, en négligeant les utilisations alternatives.

Coproduits de la transformation laitière

Toute fabrication de produit laitier génère en effet des coproduits importants, issus de la transformation du lait collecté (produit brut, périssable) en produits parfois très élaborés, plus aptes à la conservation : fromages, yaourts, lait UHT, … Par exemple, l'écrémage du lait pour la fabrication de lait UHT demi-écrémé ou de yaourts génère un volume de crème, la phase de caillage de l'Emmental produit du lactosérum (petit-lait), etc.

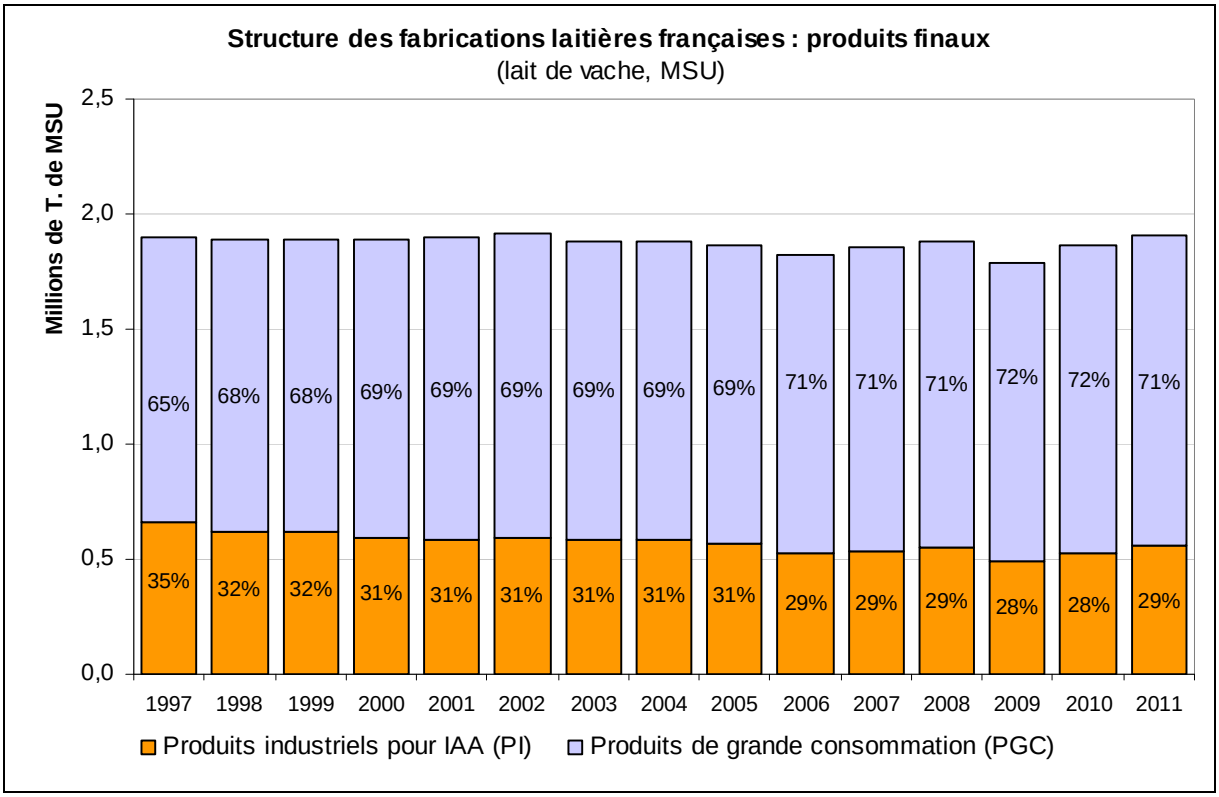
Loin d'être des sous-produits négligeables, ces coproduits représentent des volumes, des coûts de gestion et des valeurs importantes (cf. détail par produit), et doivent donc être intégrés à l'analyse des marges des PGC.

Là aussi, dans la suite de l'analyse, nous considérerons que l'ensemble de ces coproduits sont valorisés en produits industriels, que cela corresponde à une valorisation réelle sur ce marché, où à l'équivalent d'une cession intra-entreprise (cf. cas du beurre plaquette).

Au total, la fabrication de PGC induit des volumes de produits industriels par l'existence d'excédents saisonniers, d'excédents annuels, et de coproduits issus de la phase de transformation.

Une analyse des fabrications laitières françaises permet de mettre ainsi en évidence que 30 % en moyenne de la matière sèche du lait collecté en France est, au final, transformée en produits industriels.

Graphique 70



Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES

La place de ces produits industriels s'était progressivement réduite dans les dix dernières années (diminution de la zone orange sur l'histogramme ci-dessus), passant de 35 % du lait transformé en France en 1997 à 27,5 % en 2009, grâce à une montée en puissance des produits de grande consommation (zone bleue de l'histogramme), en particulier les fromages, dans un contexte de maîtrise des volumes de lait produits (quotas).
L'augmentation récente des quotas laitiers, permettant une hausse des volumes de lait produits, a toutefois modifié cette tendance, puisque depuis 2009 la part des produits industriels est repartie à la hausse (29 % en 2011).

Principe général de calcul de la marge brute sur PGC dans l'industrie laitière

D'une manière générale, la marge brute sur un produit élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit et le coût de sa matière première.

Pour les produits de grande consommation issus de l'industrie laitière, le coût de la matière première doit prendre en compte l'ensemble du lait dont la collecte est nécessaire, y compris la fraction valorisée en coproduits, les excédents saisonniers liés au PGC, et les excédents annuels.

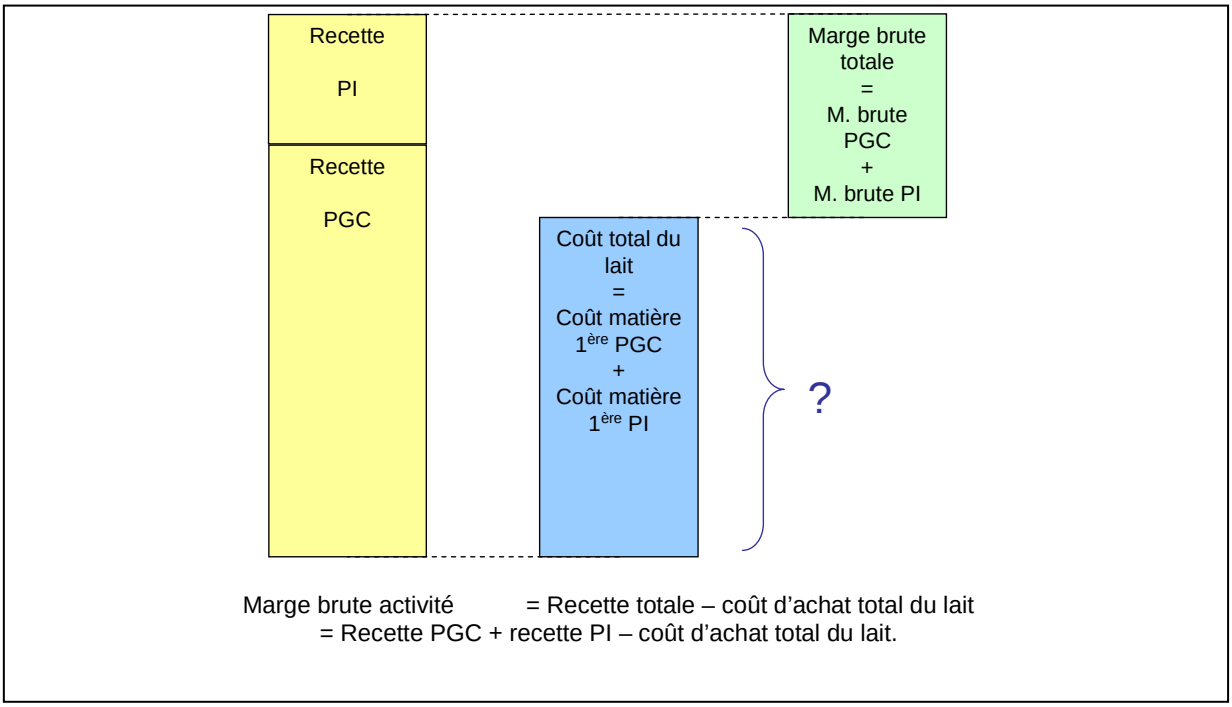
A ce coût d'achat total du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des produits induits (coproduits issus de la transformation elle-même et produits fabriqués à partir du lait d'excédents), cette valorisation nette étant elle-même le produit de la vente des produits induits, diminué des coûts de transformation de ces produits.

Lorsque les produits industriels sont bien valorisés, cette valorisation diminue d'autant le coût de la matière première PGC pour les industriels. Inversement lorsque le marché des PI est moins porteur, le coût de la matière première PGC pour les industriels en est renforcé.

Rappel : On considère, par hypothèse, que l'ensemble des volumes de laits d'excédent (saisonniers et annuels) et des coproduits sont valorisés en produits industriels : poudre 0 % de matière grasse, beurre et poudre de babeurre. Cette hypothèse correspond soit à la valorisation réelle qui est trouvée sur les marchés, soit à un prix de cession interne aux entreprises (cf. beurre plaquette).

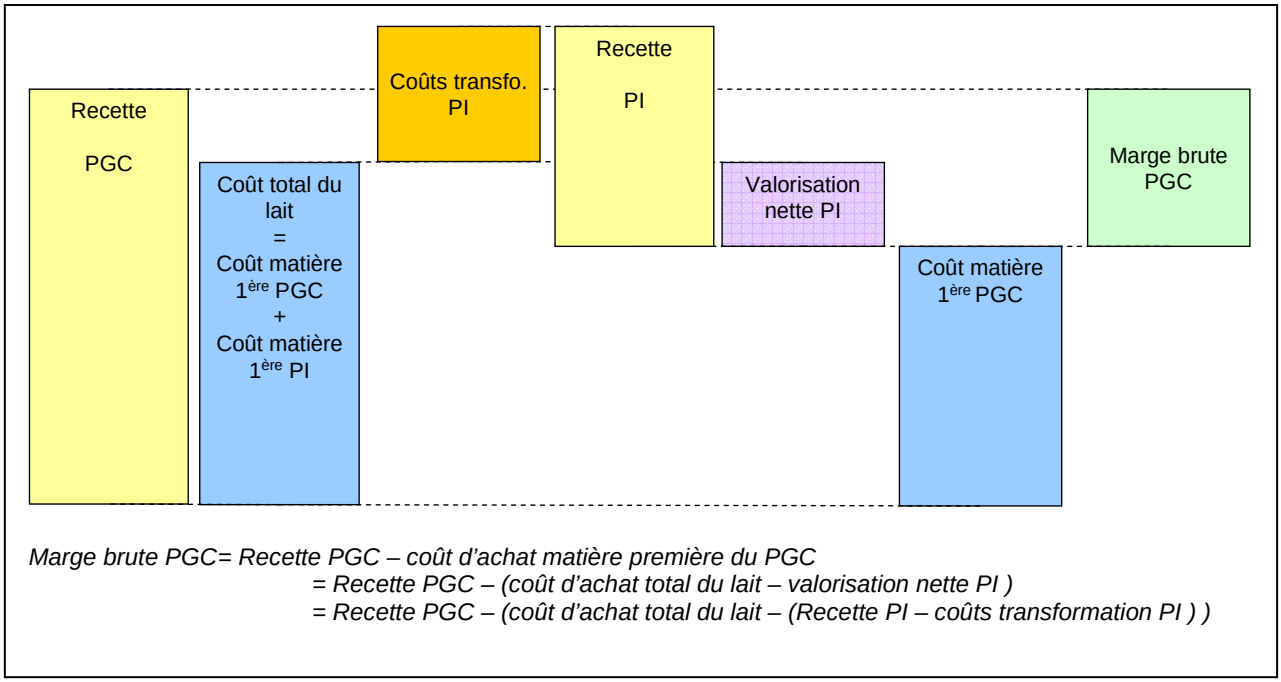
Marge brute de l'ensemble de l'activité (PGC et produits induits)

Schéma 6



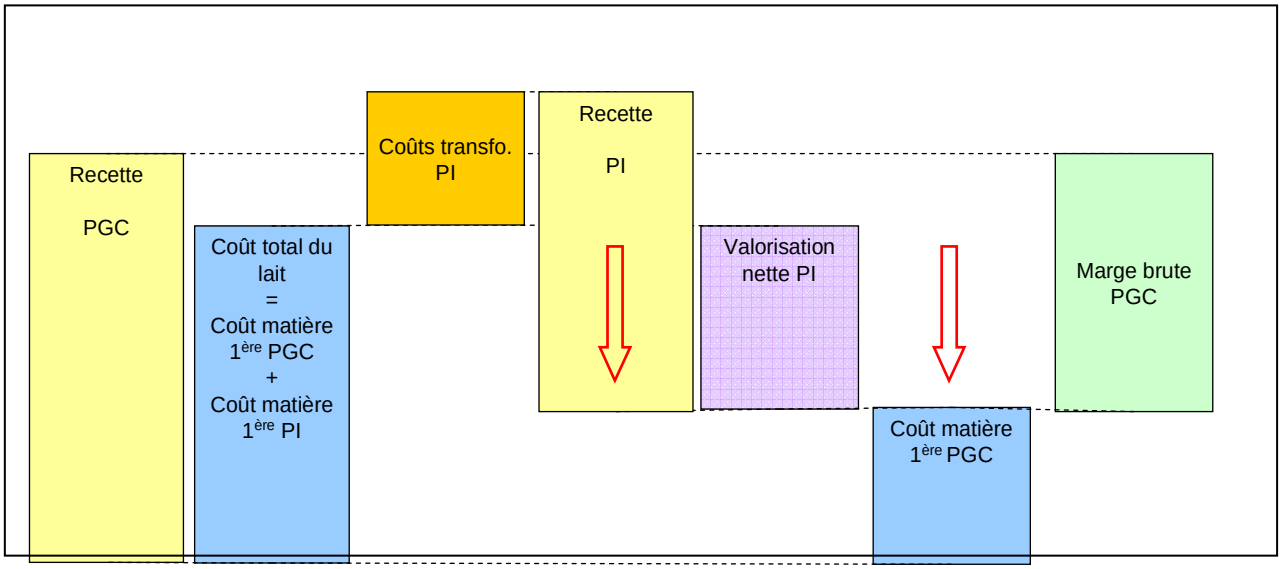
Marge brute sur PGC

Schéma 7



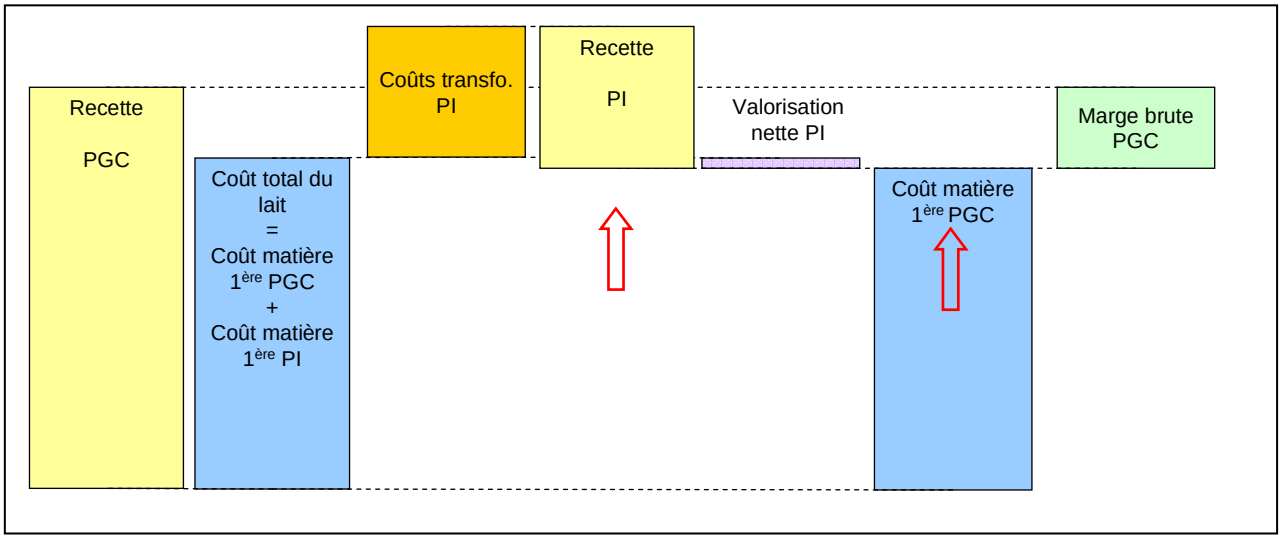
Situation prix des PI élevé

Schéma 8



Situation prix des PI bas

Schéma 9



Hypothèses de calcul

Dans le cadre de l'analyse de la valorisation nette des produits induits, étape nécessaire au calcul de la marge nette sur les produits étudiés, les coûts moyens de transformation des produits industriels utilisés dans les calculs sont les suivants (source ATLA) :

- Collecte et pré-traitement du lait : 28 € / 1 000 litres ;
- Séchage et ensachage de la poudre : 405 € / tonne ;
- Coût de transformation du beurre : 230 € / tonne.

De même, par convention, il est considéré que la poudre de babeurre est valorisée à 75 % du prix de la poudre de lait écrémé.

Les bilans « collecte – transformation » pour les PGC étudiés

Comme on l'a vu précédemment (cf. 2.2.), l'analyse de la formation des prix des produits laitiers nécessite d'établir un bilan d'approvisionnement pour chaque produit étudié, détaillant combien de litres de lait un industriel doit mettre en œuvre pour sa fabrication, mais aussi à combien s'élèvent les excédents saisonniers et annuels induits par ce produit.
Ce bilan, établissant le volume de lait total à collecter, ainsi que les volumes de produits induits, est nécessaire à la compréhension de la filière dans son ensemble, et au calcul des marges. Ce bilan, établit à partir du *process* de fabrication de chaque produit, et de sa saisonnalité, telle que constatée dans les enquêtes de fabrication, diffère ainsi pour chaque type de produit étudié.

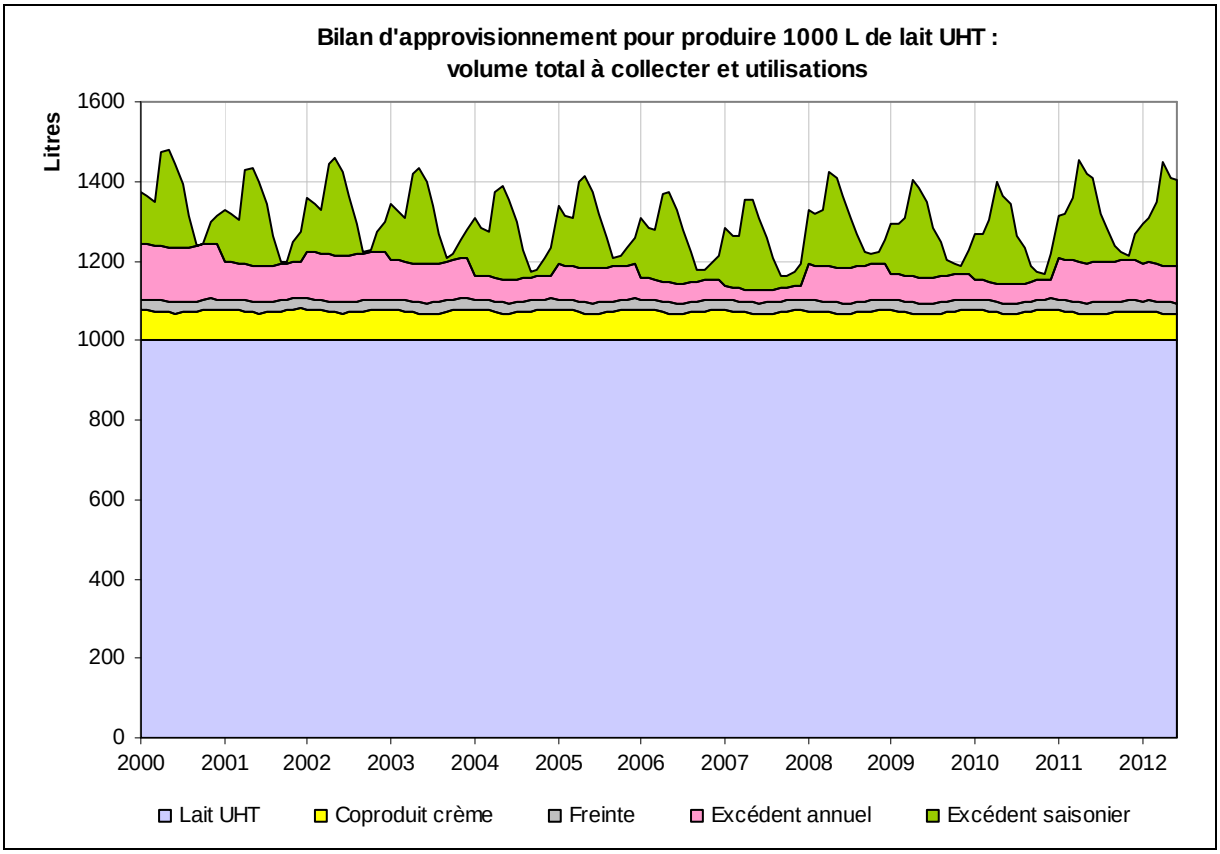
Il est nécessaire, à ce niveau, de rappeler qu'il s'agit de bilans moyens strictement liés à un produit moyen, fictif, et qui ne sauraient en aucun cas représenter la situation d'une entreprise en particulier, celle-ci dépendant non seulement du bilan conjugué des différents produits qu'elle fabrique, mais aussi de l'histoire industrielle (outils, bassin de production…).

Par ailleurs, nous avons fait l'hypothèse que pour chacun de ces produits fictifs, le bilan matière moyen ainsi établi était le même pour chaque segment du produit, qu'il soit de marque nationale (MN), de marque distributeur (MDD), ou premier prix.

Lait UHT

Le bilan d'approvisionnement du lait UHT demi-écrémé fluctue chaque mois en fonction des variations saisonnières de composition du lait collecté (un lait plus gras génère plus de crème…) et des volumes collectés et mis en fabrications (excédents saisonniers).

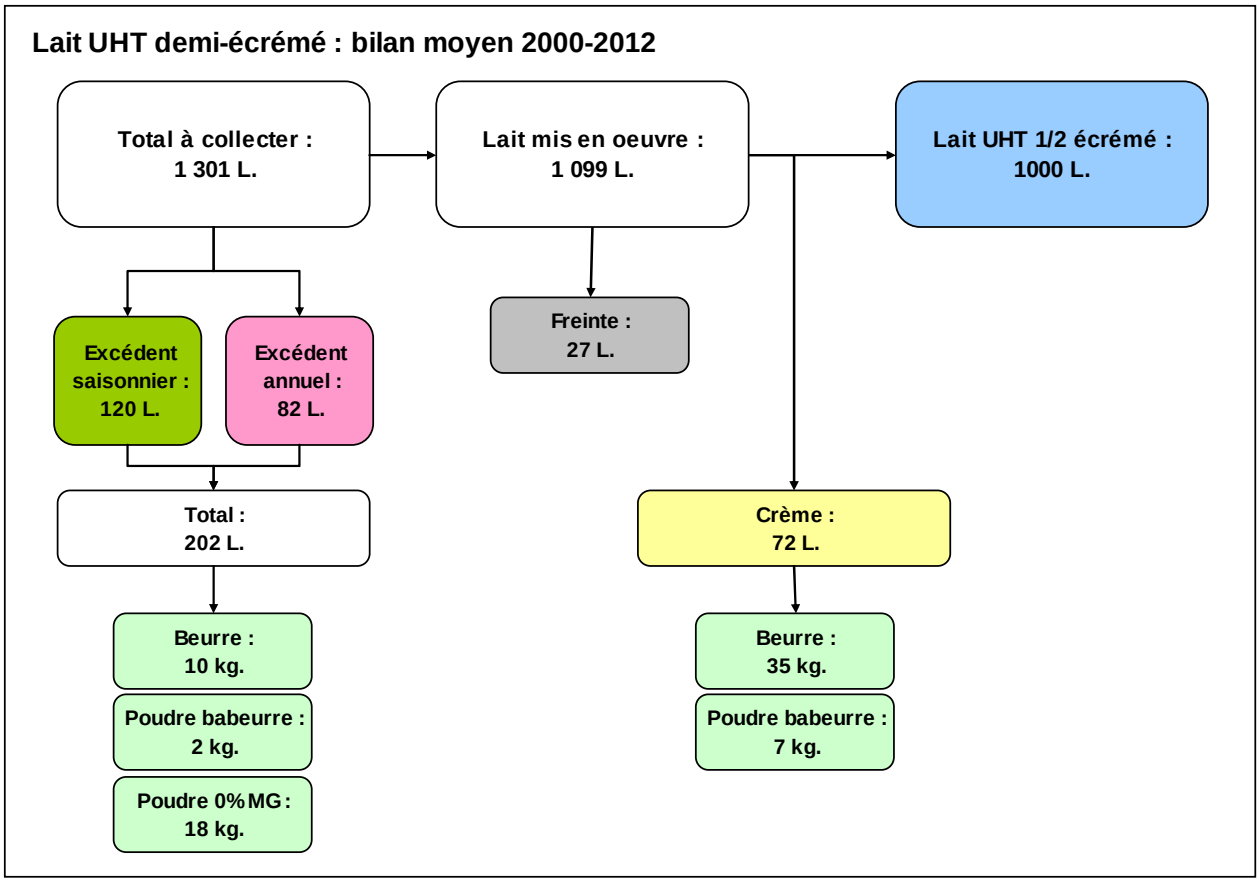
Graphique 71



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

En moyenne sur la période janvier 2000 - juin 2012, le bilan d'approvisionnement pour la fabrication du lait UHT est le suivant :

Schéma 10



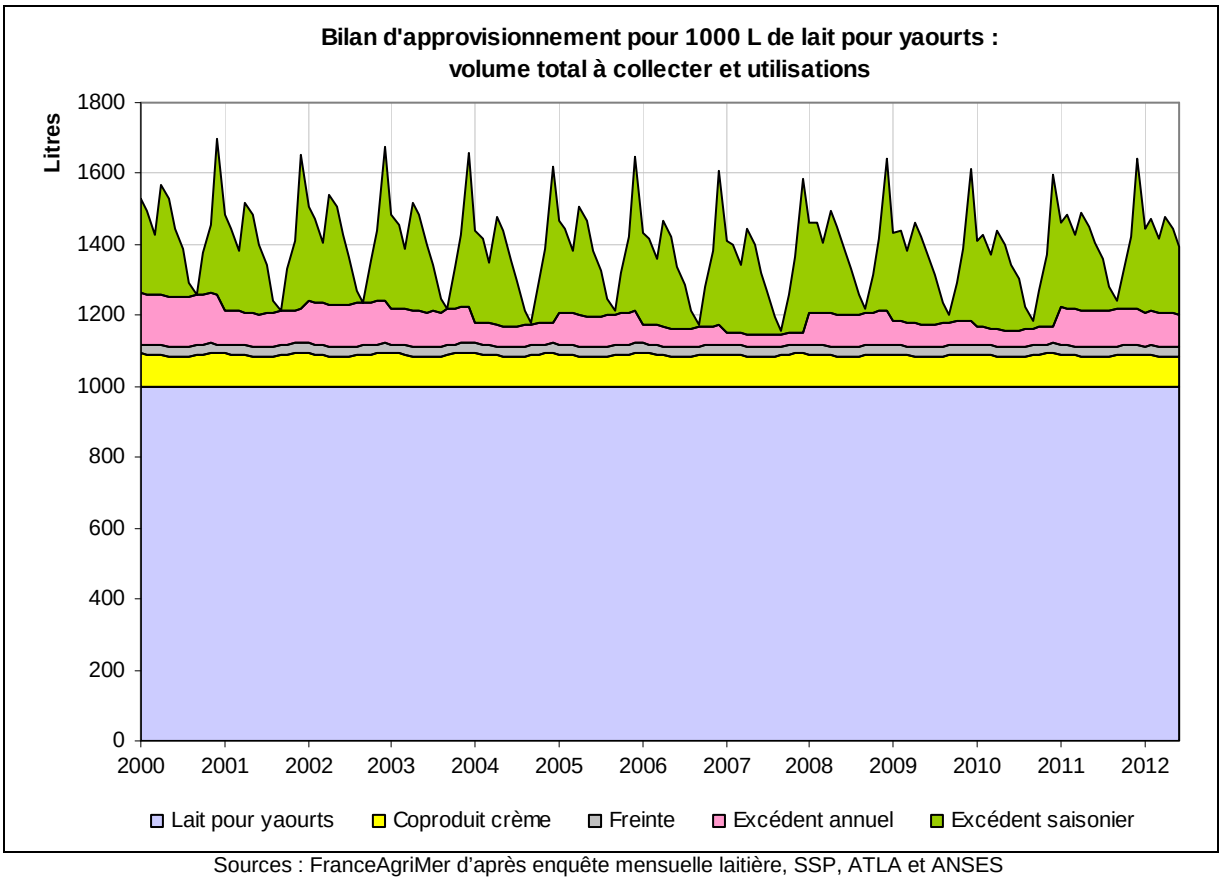
Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

Les industriels laitiers fabricant du lait UHT demi-écrémé sont donc amenés, en moyenne, à collecter un surcroit de lait représentant plus de 30 % des volumes, entre excédents saisonniers, annuels et coproduits de la fabrication.

Yaourts natures

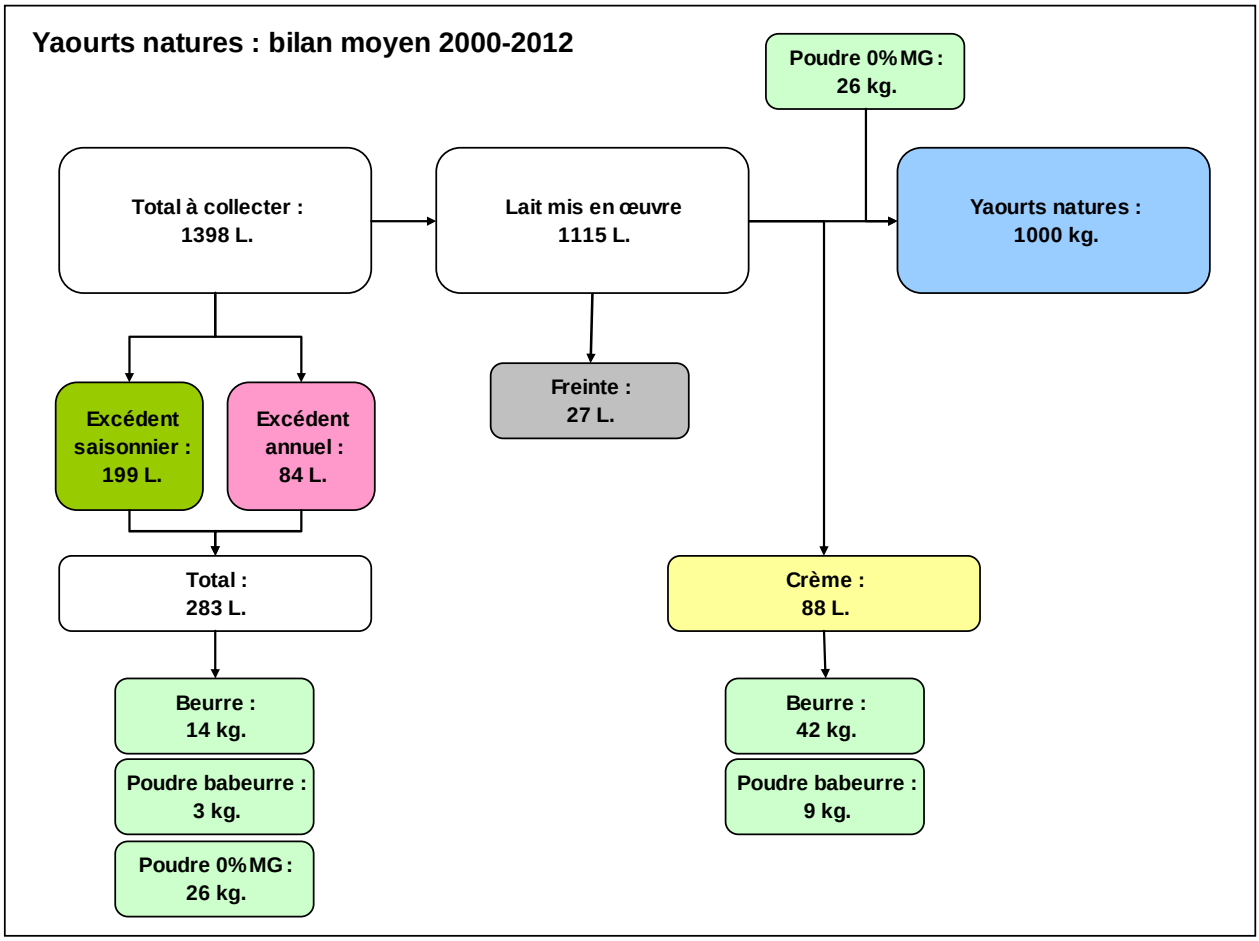
Les fabrications de yaourts, produit peu stockable, sont directement liées à la saisonnalité de la consommation, et non pas à celle de la collecte. En conséquence, le décalage entre les deux cycles saisonniers est important, et les volumes d'excédents saisonniers à gérer sont supérieurs à ceux du lait UHT.

Graphique 72



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

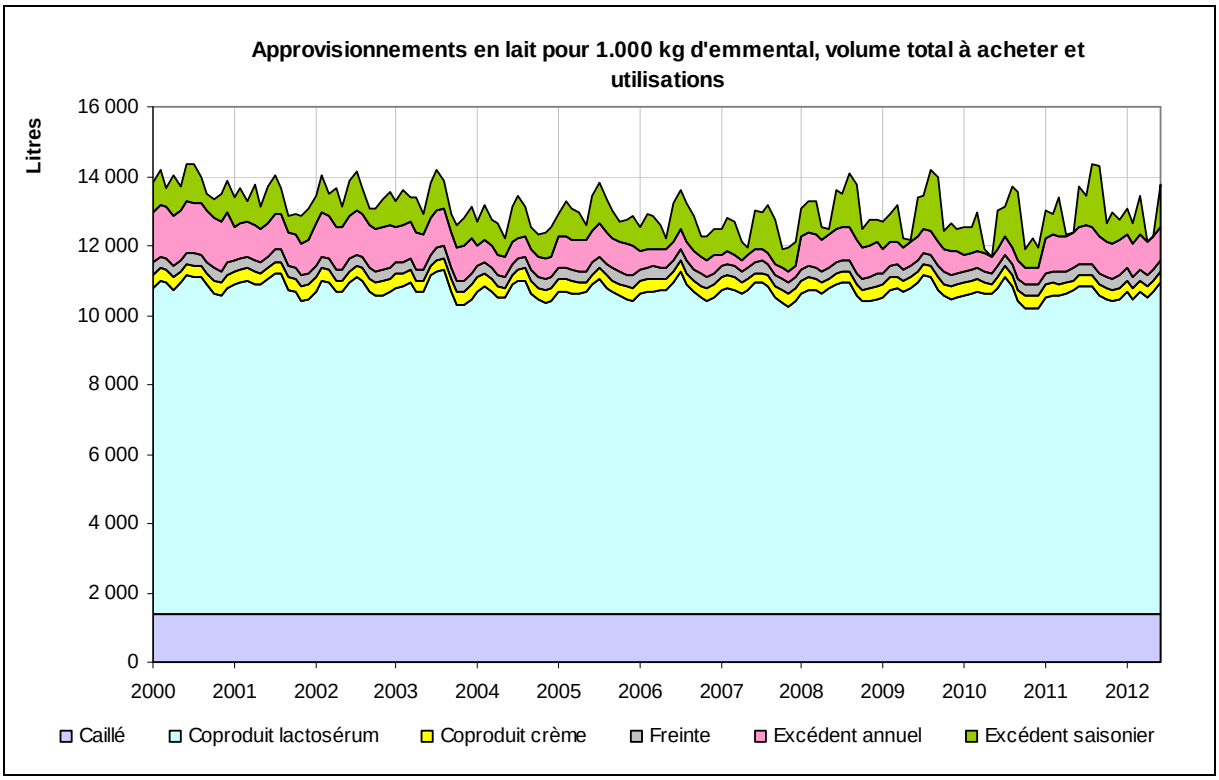
Schéma 11



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

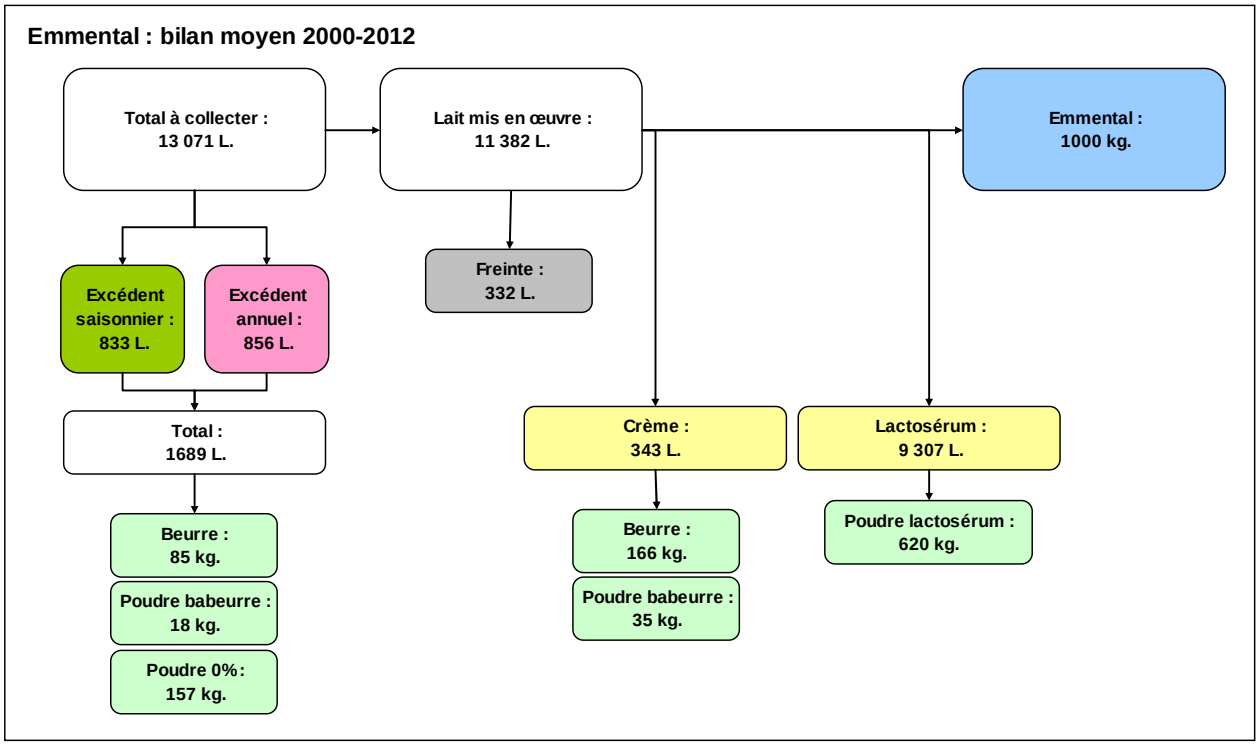
Ce diagramme ne représente pas la fabrication d'un yaourt particulier, mais le bilan moyen de fabrication d'un yaourt nature « moyen », tel que défini dans les tables de composition des aliments de l'ANSES (tables CIQUAL), à partir du lait « moyen » collecté en France. Comme vu précédemment, ce bilan moyen sera utilisé pour les trois segments yaourts natures étudiés (MN, MDD, premiers prix).
L'introduction de poudre de lait écrémé permet ici d'équilibrer ce bilan entre composition moyenne des yaourts et composition moyenne du lait collecté. Si certains yaourts contiennent en effet de la poudre de lait ce n'est pas le cas de l'ensemble des produits.

Graphique 73



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

Schéma 12



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

L'emmental étant, par nature, un produit stockable, et stocké (ne serait-ce que le temps nécessaire à l'affinage), ses fabrications sont étroitement corrélées à la saisonnalité de la collecte, et les volumes d'excédent saisonnier peuvent être plus facilement optimisés.

Par ailleurs, ce produit peut jouer, en lui-même, dans certains bassins de production, un rôle structurel de valorisation des excédents laitiers, au même titre que la poudre de lait écrémé et le beurre. En l'absence de tour de séchage, l'emmental constitue pour certains opérateurs, aux pics de collecte, un produit de dégagement des excédents laitiers, quand bien même sa rentabilité serait négative.

On notera aussi l'importance des volumes de lait mis en œuvre pour la fabrication de ce fromage, et l'importance des coproduits, notamment le lactosérum (petit lait). Or la poudre de lactosérum est, de loin, le produit industriel présentant la volatilité des prix la plus élevée, ce qui se répercutera sur les marges des fabricants d'emmental.

Enfin, des volumes importants d'emmental sont destinés aux industries agro alimentaires (plats préparés…), et aux échanges internationaux, et ne sont donc pas directement destinés, en l'état, aux achats des ménages.

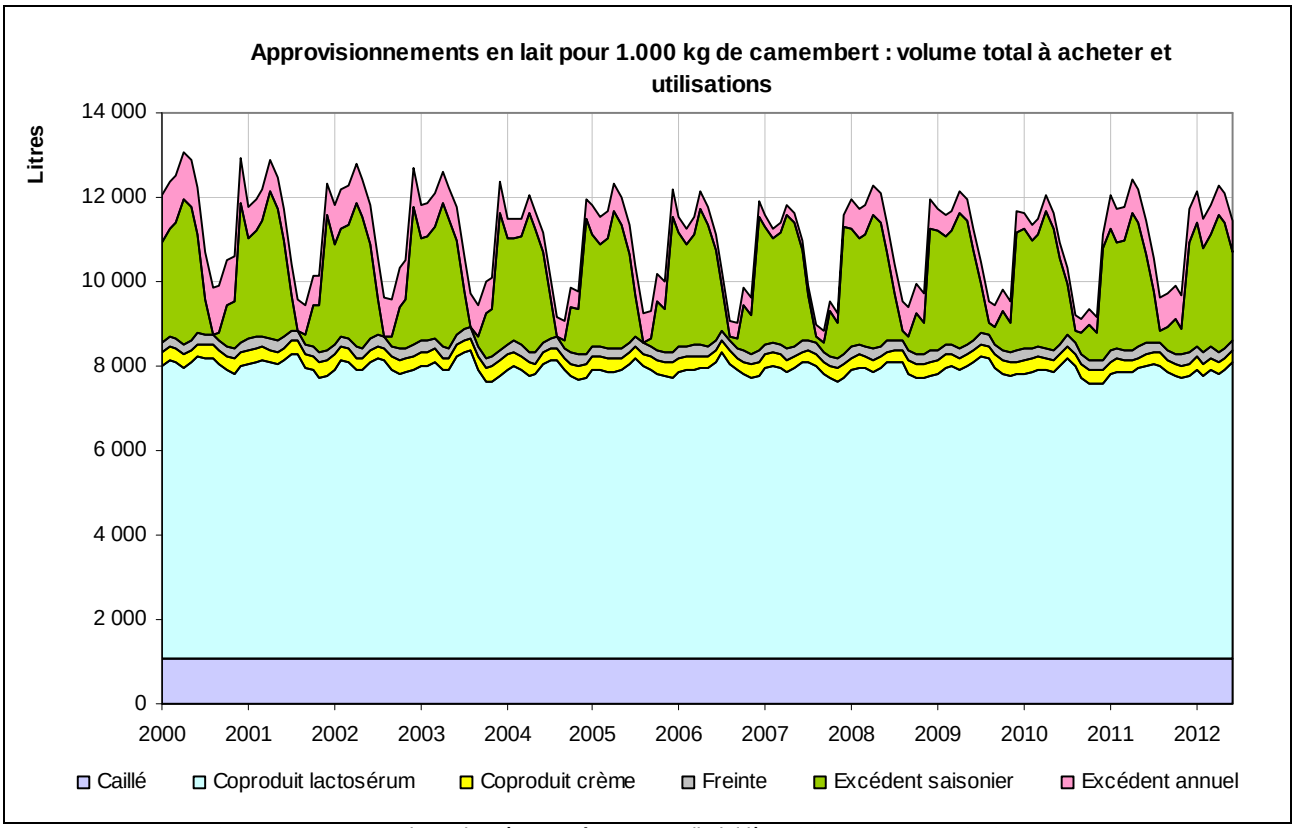
Compte tenu de ces différents aspects, le cas de l'emmental n'est pas exactement le même que celui d'autres produits de grande consommation, moins stockables et moins utilisés par les IAA. Il est donc important de noter que l'analyse du marché GMS de l'emmental ne permettra donc pas d'appréhender et de comprendre l'ensemble de la filière emmental.

Camembert

Les camemberts, fromages à durée d'affinage relativement courte, sont des produits peu stockables, leurs fabrications suivent donc un cycle saisonnier plus lié à la consommation quà celui de la collecte de lait. Ce décalage induit pour la fabrication de camembert des volumes d'excédents saisonniers importants.

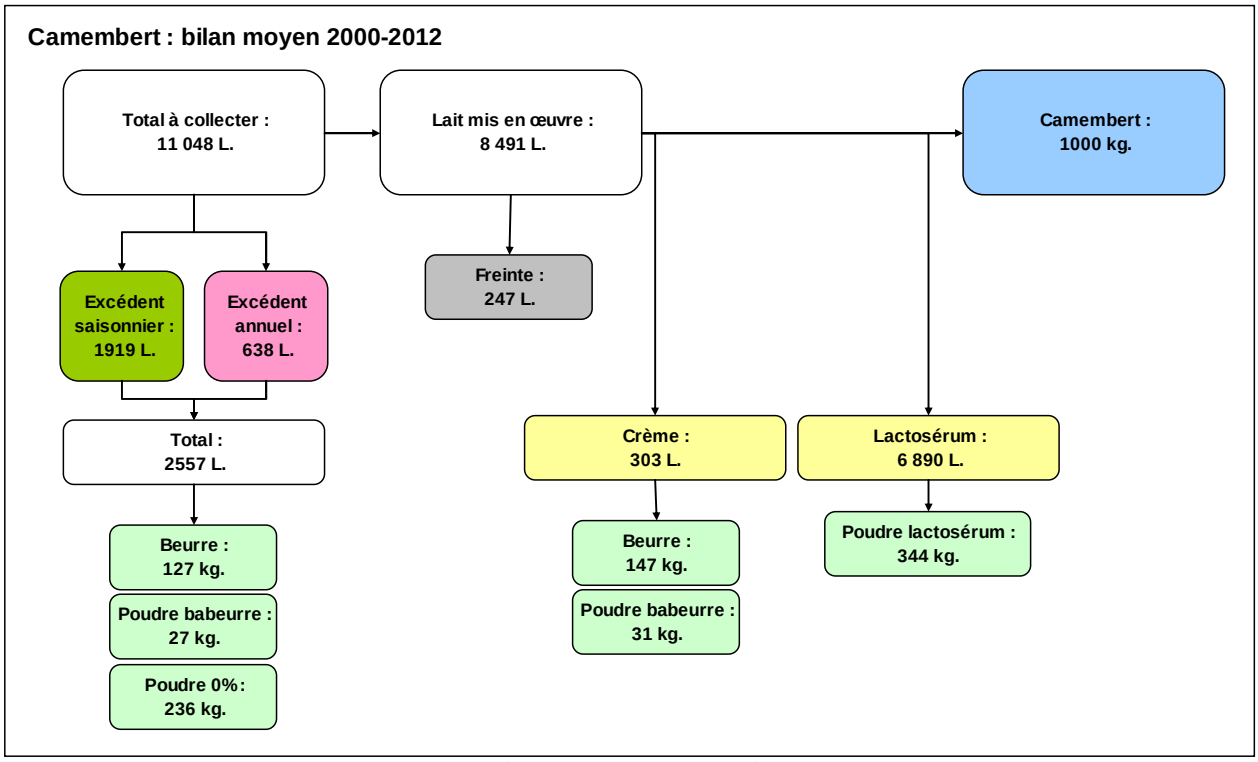
Comme pour les autres produits suivis, le bilan d'approvisionnement ici présenté ne saurait représenter un cas réel, mais porte sur un camembert type, fabriqué à partir d'un lait de composition moyenne.

Graphique 74



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

Schéma 13



Sources : FranceAgriMer d'après enquête mensuelle laitière, SSP, ATLA et ANSES

On peut remarque dans ce bilan l'importance des excédents saisonniers et des volumes de coproduits (lactosérum), concourrant à générer un volume imposant de produits induits. Ces produits induits, par

leur volume, mais aussi leur nature (la poudre de lactosérum étant le produit industriel présentant, de loin, la plus grande volatilité historique), ont ainsi un rôle important dans l'équilibre de la filière.

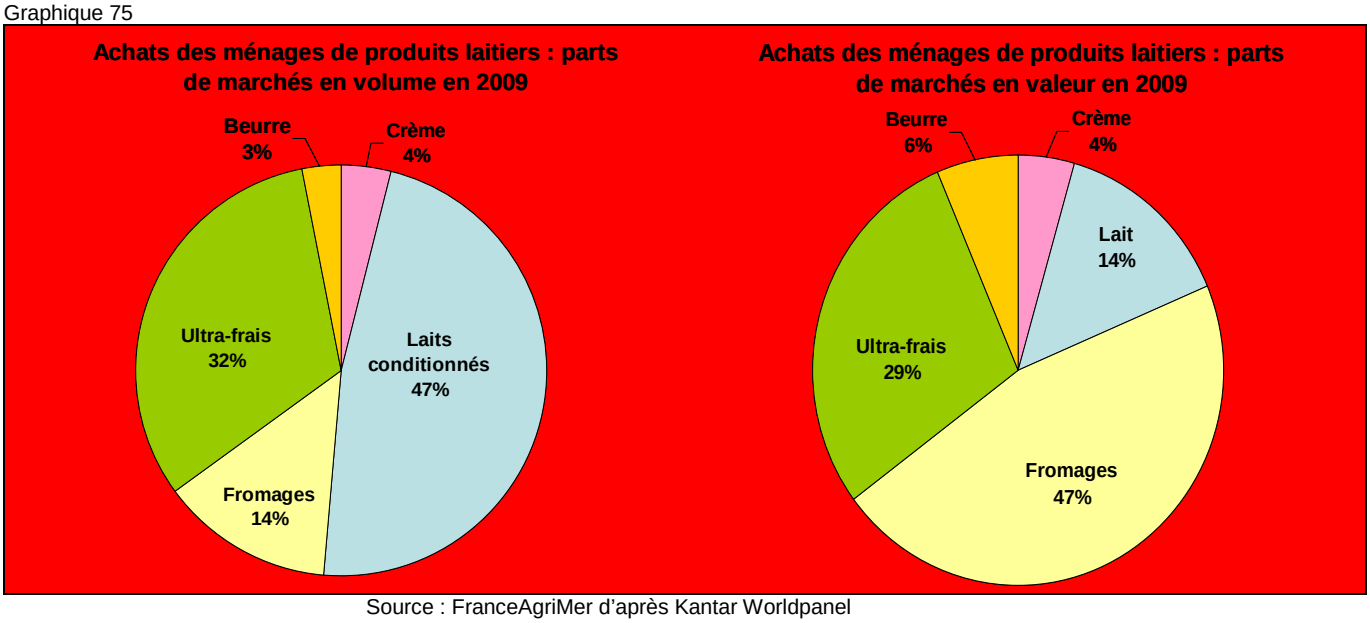
Beurre plaquette

Le cas du beurre plaquette doit être abordé de manière particulière, en effet, le principe de calcul de la marge brute industrielle sur les produits laitiers nous a amenés à considérer la valorisation de la matière grasse excédentaire du beurre en tant que beurre industriel (beurre cube 25 kg), que cela corresponde à une valorisation réelle ou à un prix de cession comptable intra entreprise.
En conséquence, l'analyse de la valorisation du beurre en grande consommation, sous forme de plaquettes de beurre de 250 g doit porter sur les activités de fabrication et de conditionnement des plaquettes de beurre, l'activité de fabrication du beurre étant donc abordée dans les analyses des PGC.
Le beurre plaquette doit donc être alors considéré comme un produit de deuxième transformation, comme si l'entreprise fabriquant des plaquettes de beurre PGC achetait son beurre sur le marché du beurre industriel (ce qui est le cas de certains malaxeurs) ou comme une cession intra-entreprise.

EXEMPLES DE RESULTATS SUR LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DANS LE SECTEUR LAITIER

Comme indiqué au paragraphe 2.1.2 de cette section, les travaux de l'Observatoire ont porté sur les produits suivants commercialisés en grande distribution : lait UHT demi-écrémé, yaourts natures, emmental, et beurre plaquette, afin de représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 75



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

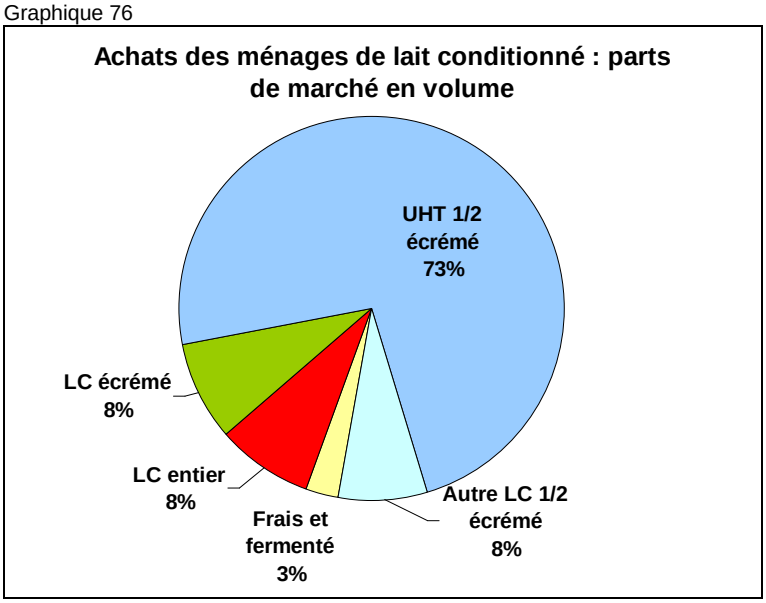
Les prix moyens respectifs du lait conditionné et des fromages expliquent la différence entre les parts de marché en volume et en valeur.

Lait UHT demi-écrémé

Circuits de commercialisation et catégories de produits pris en compte

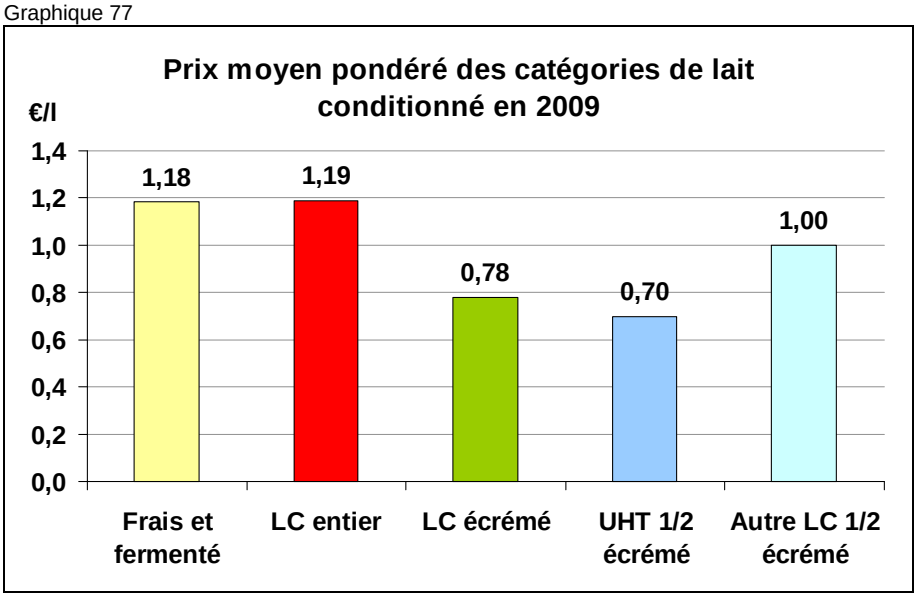
Le lait UHT demi-écrémé représentait 73 % volumes de lait conditionné dans les achats des ménages en 2009. Ce produit est donc particulièrement représentatif du segment du lait conditionné. Il était commercialisé en 2009 à 73 % en Hyper et supermarchés et 22 % en hard-Discount à un prix moyen pondéré de 0,70 €/L..

Graphique 76



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 77



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Formation des prix

L'analyse des prix aux différents stades : coût d'achat de la matière première, prix de vente industriel, et prix au consommateur, tel que précisé précédemment, permet d'établir la structure moyenne de la formation des prix.

Comme cela a été développé dans le chapitre 1 de ce rapport, les graphiques suivants, présentent la formation des prix au niveau des consommateurs comme le cumul du coût de la matière première et des marges brutes des différents opérateurs : marge brute au stade industriel et marge brute au stade de la distribution. Ces graphiques permettent d'analyser la création de valeur ajoutée de la production à la consommation, mais ces différentes marges brutes se rapportent à des activités très différentes, et cela n'aurait pas de sens de les comparer directement les unes aux autres.

Par ailleurs, ces analyses portent sur des produits « moyens », et masquent forcément une hétérogénéité importante au sein d'une même catégorie de produits, mais aussi entre les opérateurs. Ce sont plutôt les évolutions en tendance qu'il sera pertinent d'observer que les niveaux en eux-mêmes.

Il convient de rappeler qu'une marge brute représente essentiellement des coûts et des charges (coûts de transformation, coûts logistiques, main d'œuvre…) et en aucun cas des bénéfices.

Dans le graphique ci-dessous, le coût d'achat de la matière première ne représente pas le prix du lait payé au producteur.

Graphique 78

En cours de mise à jour

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Si le coût d'achat de la matière première, lié au prix du lait, connait des variations saisonnières (le prix du lait étant plus élevé en été au moment où la collecte est la plus basse, et plus faible au printemps au moment du pic de collecte), il apparait que ces variations sont « absorbées » au niveau industriel, et ne sont pas transmises aux stades suivant du circuit. Il sera donc primordial de tenir compte de ces variations saisonnières dans toute analyse de la marge brute au niveau industriel.

Rappelons par ailleurs (et ces remarques s'appliquent à tous les produits laitiers étudiées) que :

- le « coût d'achat de la matière première du PGC n'est pas le prix de lait payé au producteur (cf. plus haut les développements de la partie 2) ;

- le prix du lait payé au producteur, décrit au paragraphe 2.1.1., ne couvre pas toujours les coûts de production agricole : ceci sera illustré plus loin, dans la partie 5 relative aux comptes des exploitations laitières et au coût de production du lait : cf. pages **Erreur ! Signet non défini.** et **Erreur ! Signet non défini.**, **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** et **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**.

Graphique 79

En cours de mise à jour

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Marges brutes aux différents stades de la filière pour le lait UHT

Graphique 80

En cours de mise à jour

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 81

En cours de mise à jour

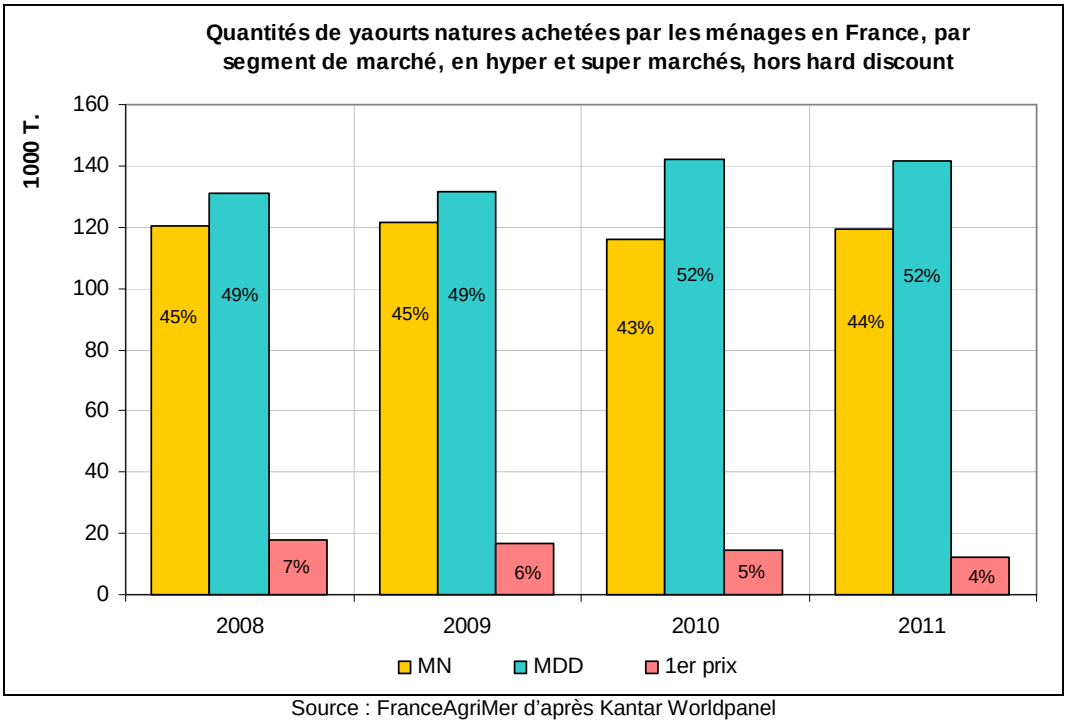
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Yaourts nature

Catégories de produits prises en compte

Dans les achats des ménages en super et hypermarchés, hors hard discount, le segment des yaourts premiers prix est largement minoritaire, avec seulement 4 % du marché en volume en 2011. Marques nationales et marques de distributeur représentant, rassemblées, l'essentiel du marché, nous avons concentré notre analyse sur ces deux segments.

Graphique 82



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Entre 2008 et 2011, la part de marché en volume des yaourts natures MDD au sein de l'ensemble des yaourts est passée de 49 à 52 %, reflet de la montée en puissance de ce segment. Cette évolution est bien prise en compte dans l'analyse du prix consommateur des yaourts nature, grace 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 notre analyse, le prix retenu au stade industriel pour la moyenne de la catégorie est la moyenne pondérée par les volumes des prix de chacun des segments.

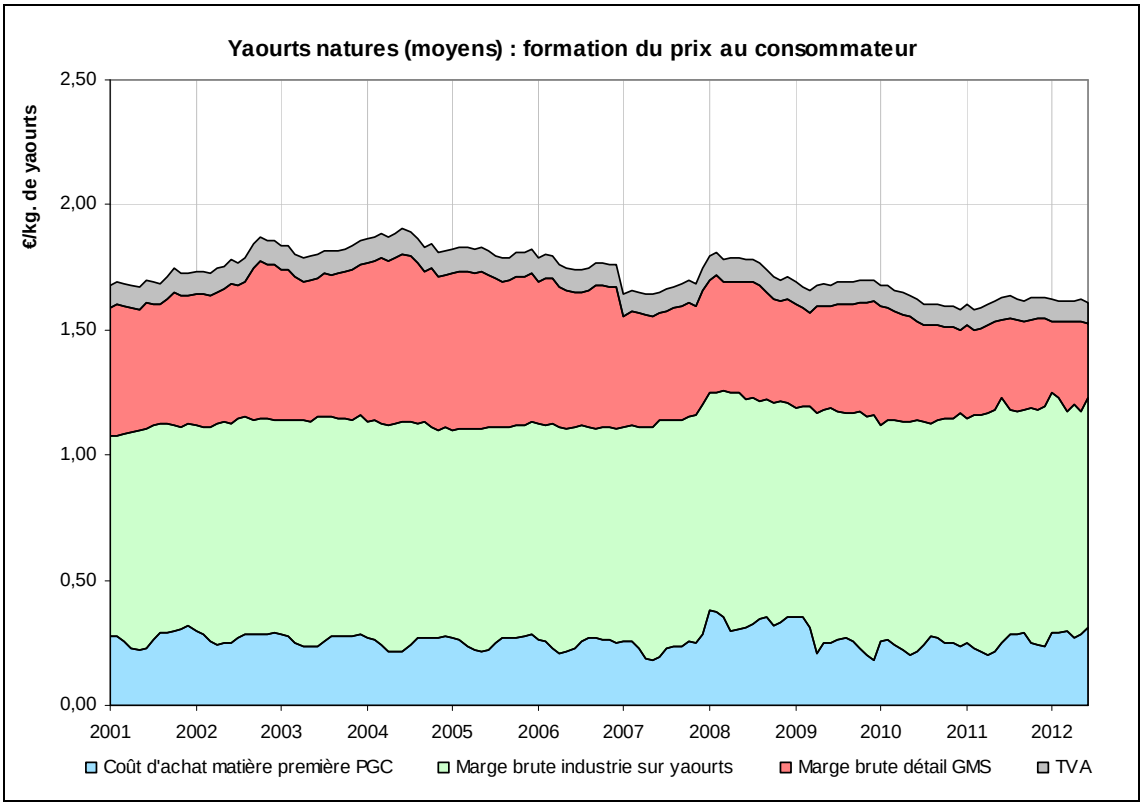
Autrement dit, que ce soit au stade industriel ou au stade distribution le yaourt « moyen » que nous observons sur une longue période est une moyenne pondérée des types de yaourts achetés par les ménages.

En l'absence de données antérieures à 2008 sur les parts de marché relatives MN/MDD, nous avons, par l'hypothèse et en attendant mieux, repris les pondérations 2008 pour les années antérieures.

Yaourt nature moyen (moyenne pondérée) :

Formation des prix

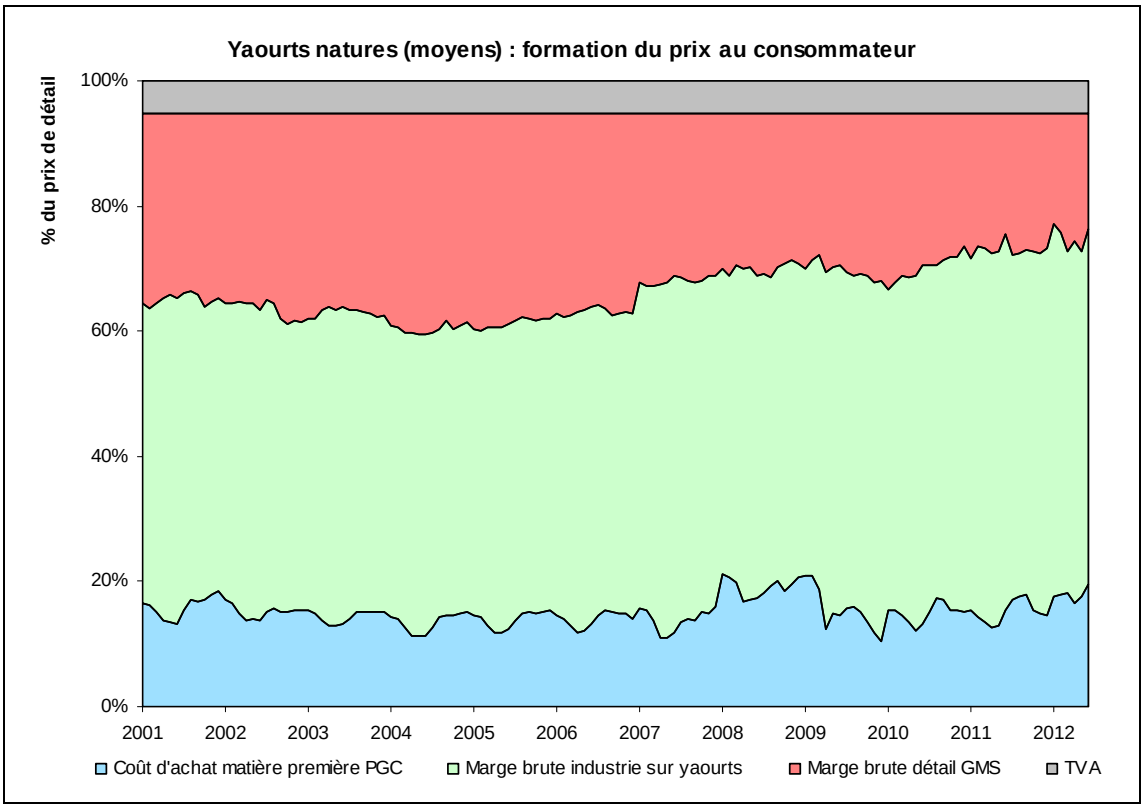
Graphique 83



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Le prix de la matière première représente une part plus faible du prix final pour le yaourt que pour le lait UHT. En effet, les yaourts sont des produits plus élaborés, plus chers à fabriquer (entre autre avec le conditionnement) et plus périssables (ce qui induit des frais logistiques nettement supérieurs : réfrigération…).

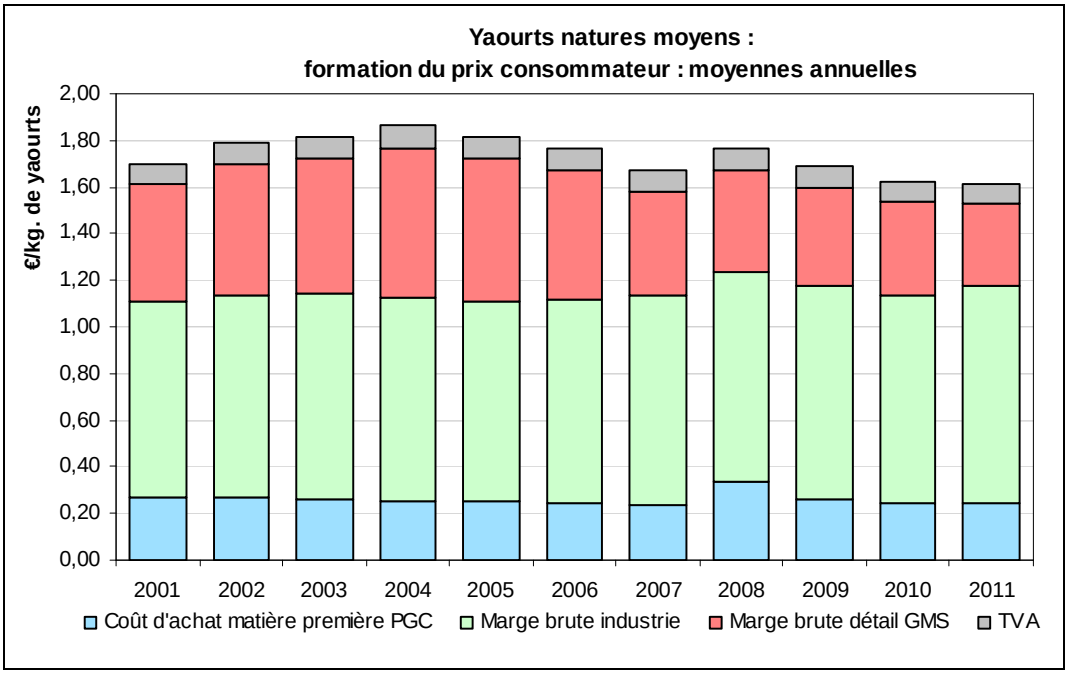
Graphique 84



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

La baisse régulière du prix consommateur constatée sur le graphique depuis 2008 représente une baisse du prix moyen pondéré des achats des ménages, ce qui signifie que les ménages ont, en moyenne, moins dépensé par kg. de yaourt acheté. Plusieurs facteurs permettent d'expliquer cette diminution, qui pourrait être lié à une baisse des prix des références, mais aussi à l'évolution du panier d'achat, notamment l'augmentation des volumes de marques de distributeurs (MDD), au détriment des marques nationales, en moyenne plus onéreuses.

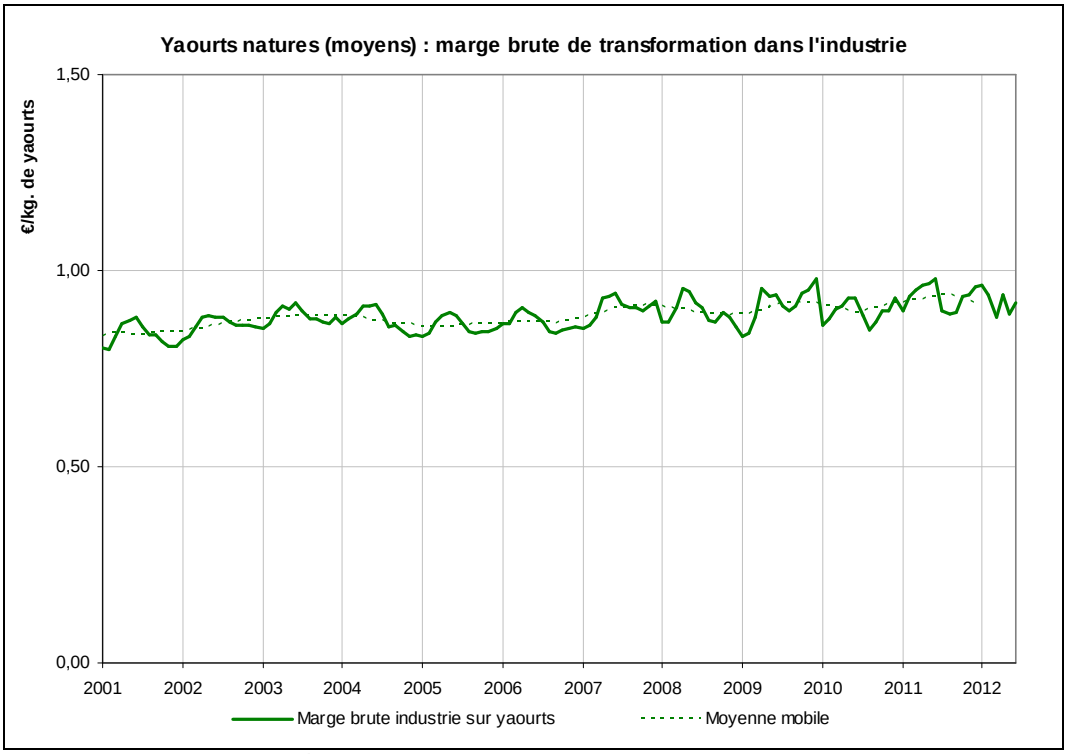
Graphique 85



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

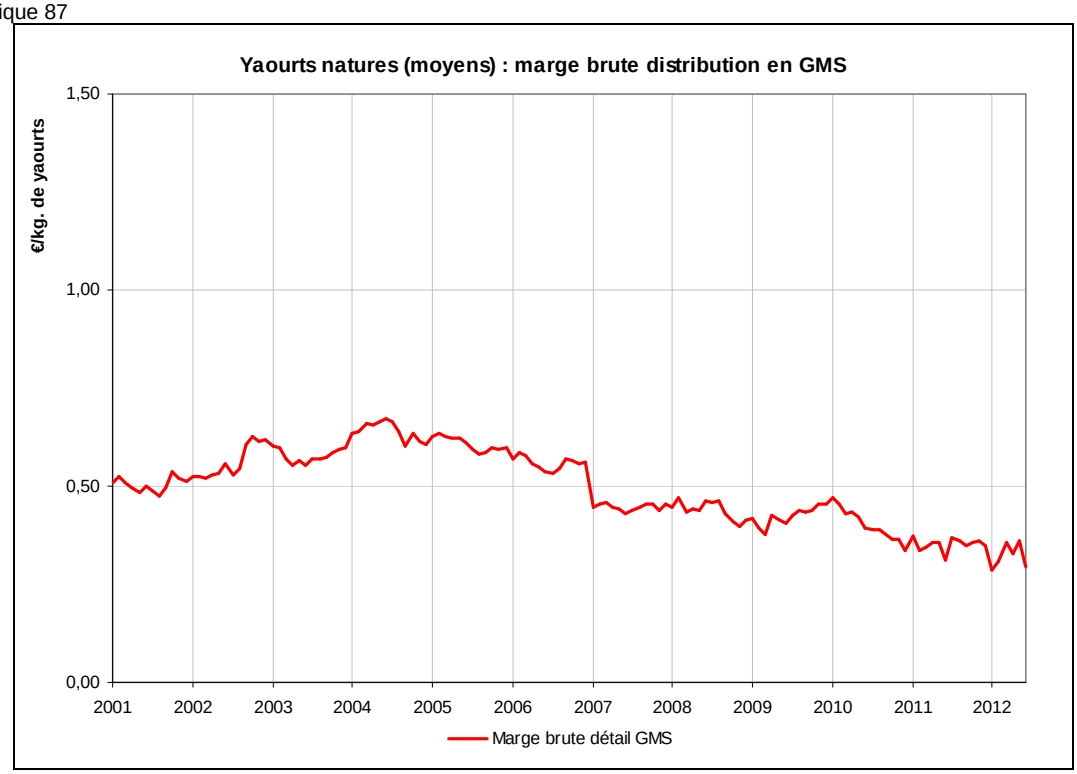
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 86



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 87

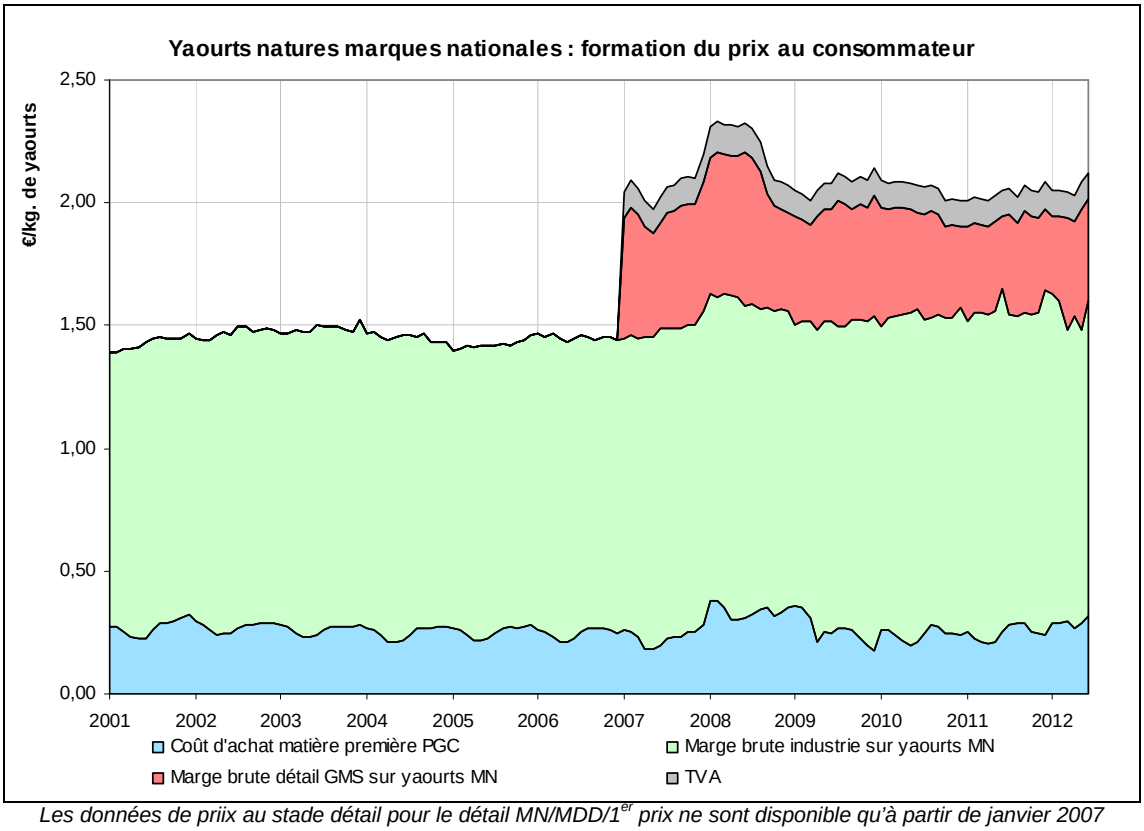


Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Yaourts natures de marque nationale (MN) :
Les données de prix au stade de détail ne sont disponibles, avec la segmentation MN/MDD qu'à partir de janvier 2008.

Formation des prix

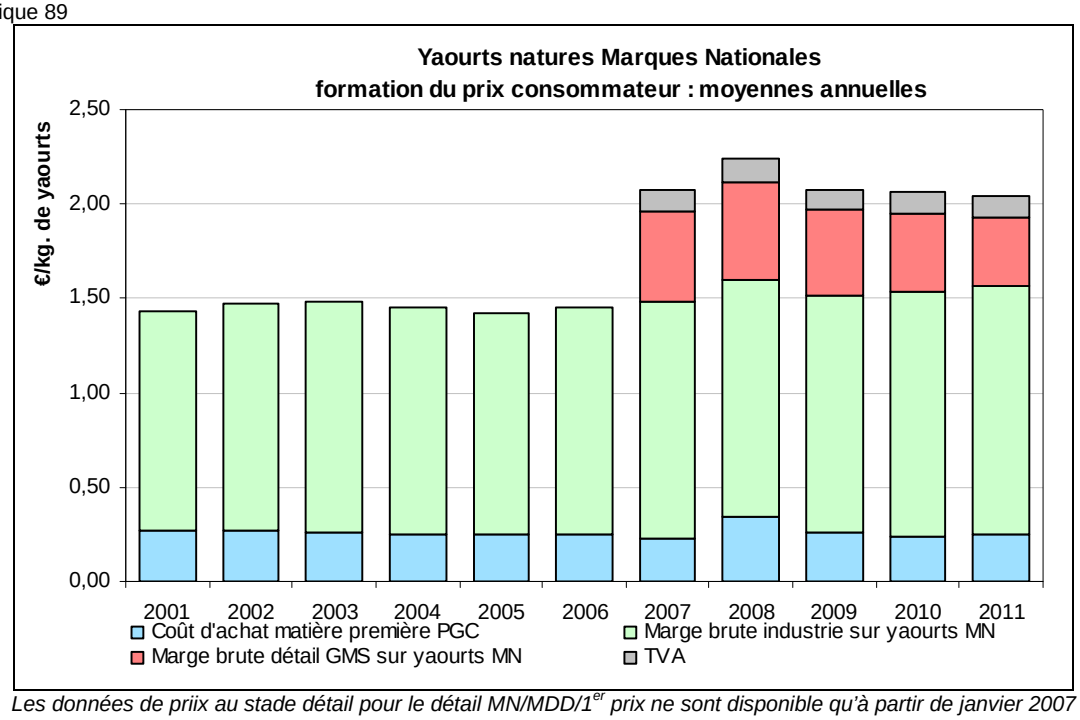
Graphique 88



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

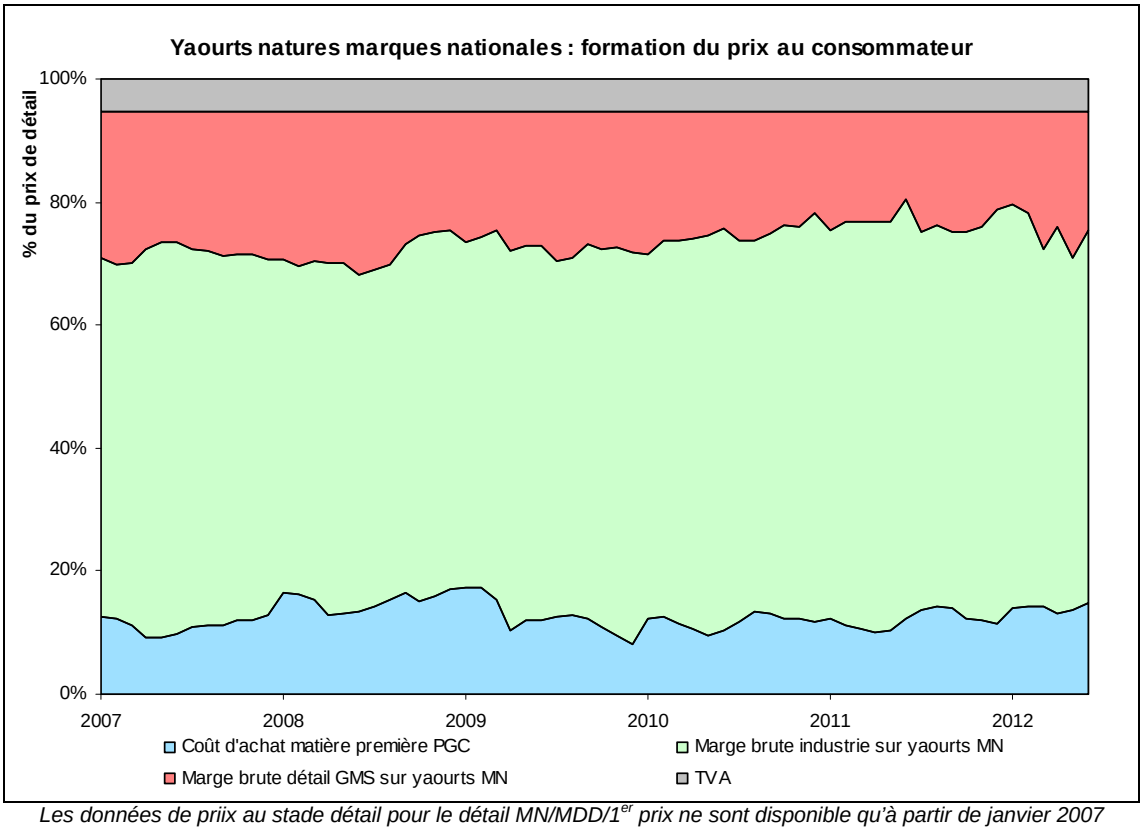
Graphique 89



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 90

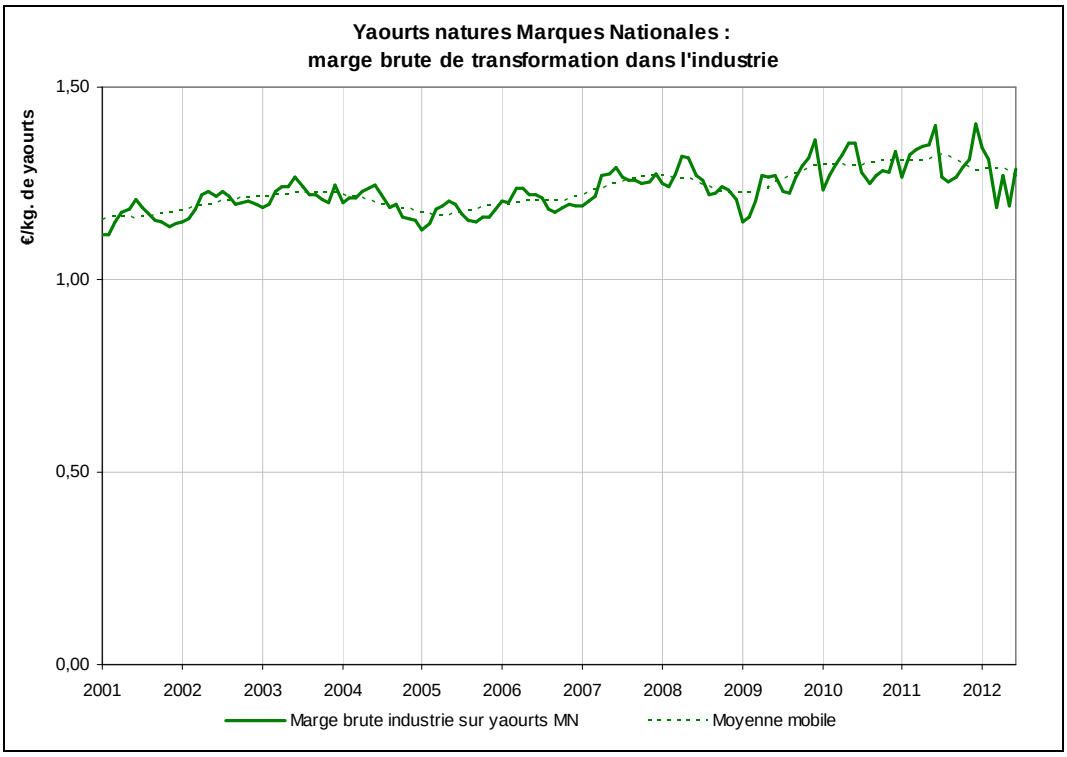


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

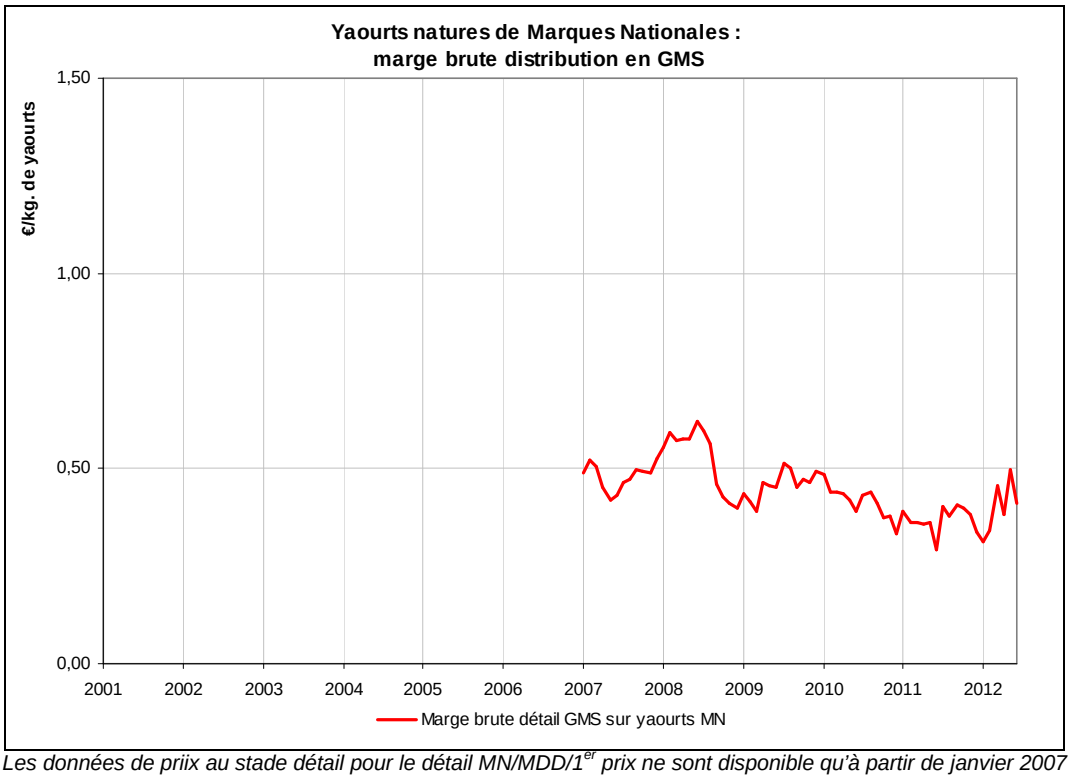
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 91



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 92



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

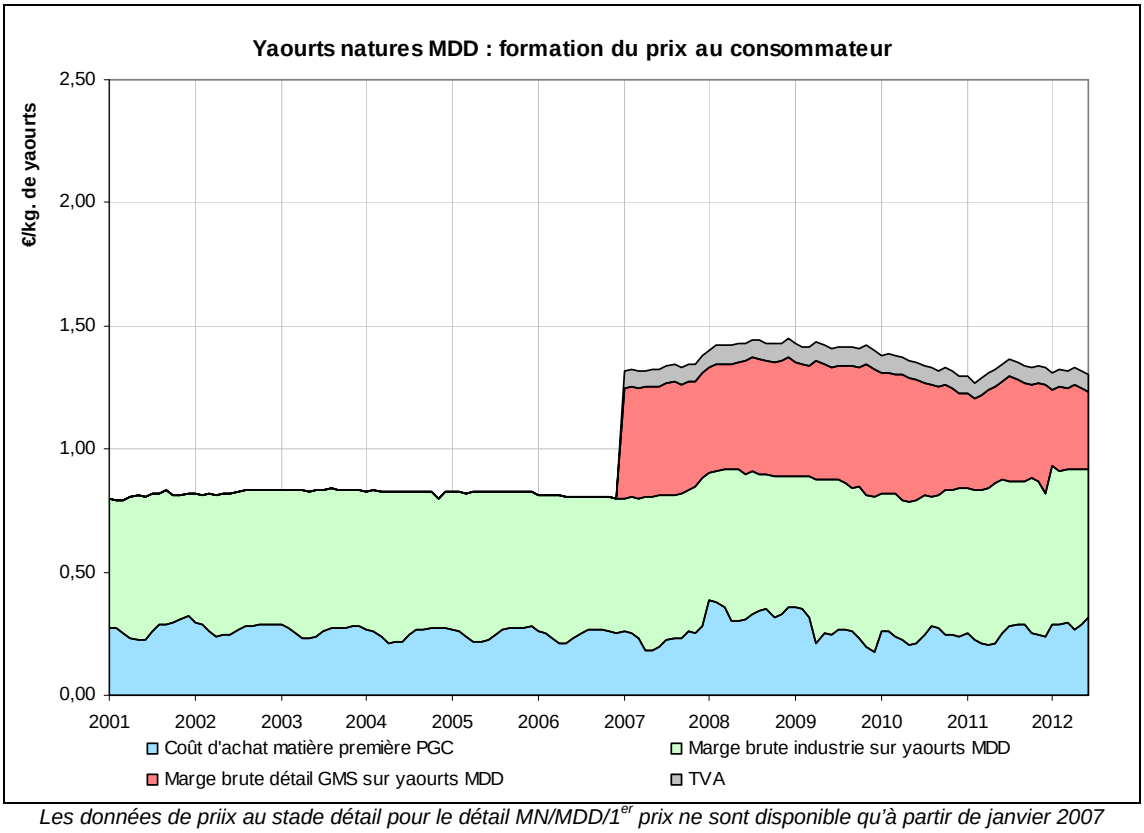
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Yaourts natures de marque de distributeurs (MDD) :

Les données de prix au stade de détail ne sont disponibles, avec la segmentation MN/MDD qu'à partir de janvier 2008.

Formation des prix

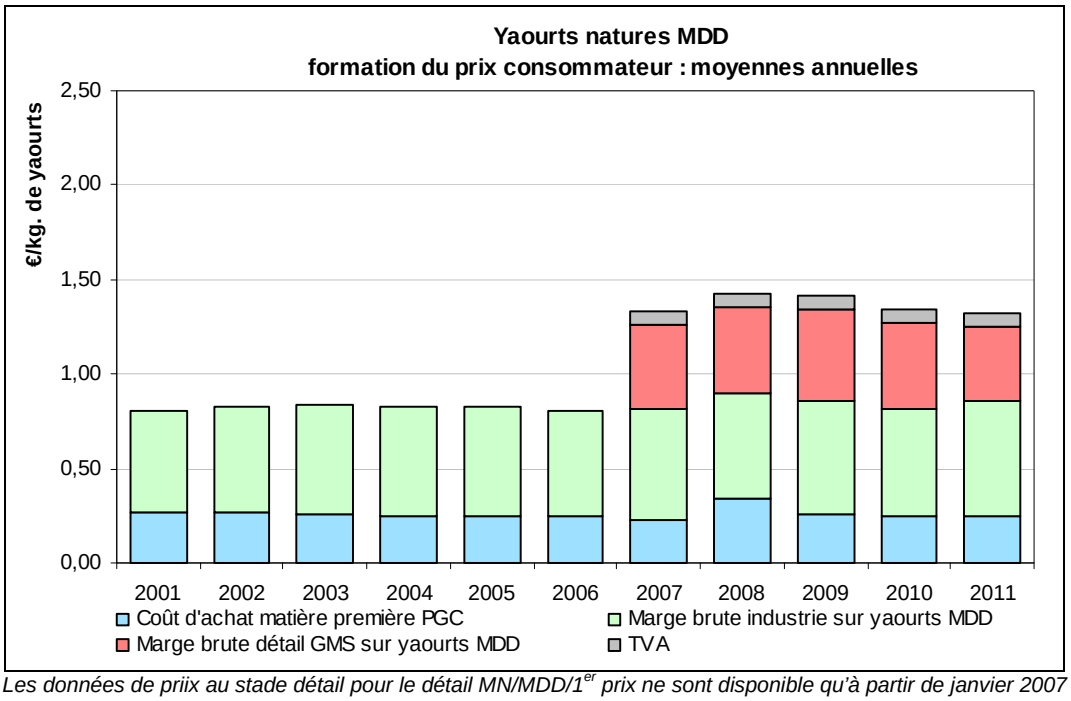
Graphique 93



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

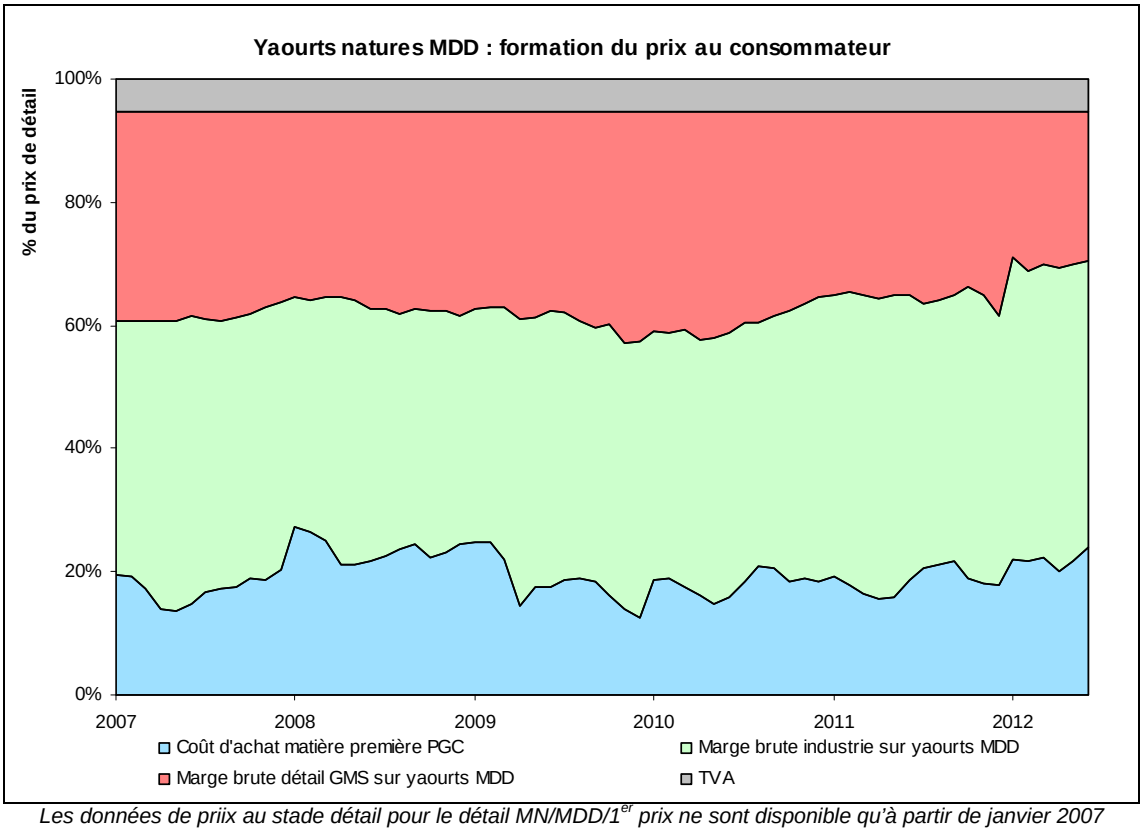
Graphique 94



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 95

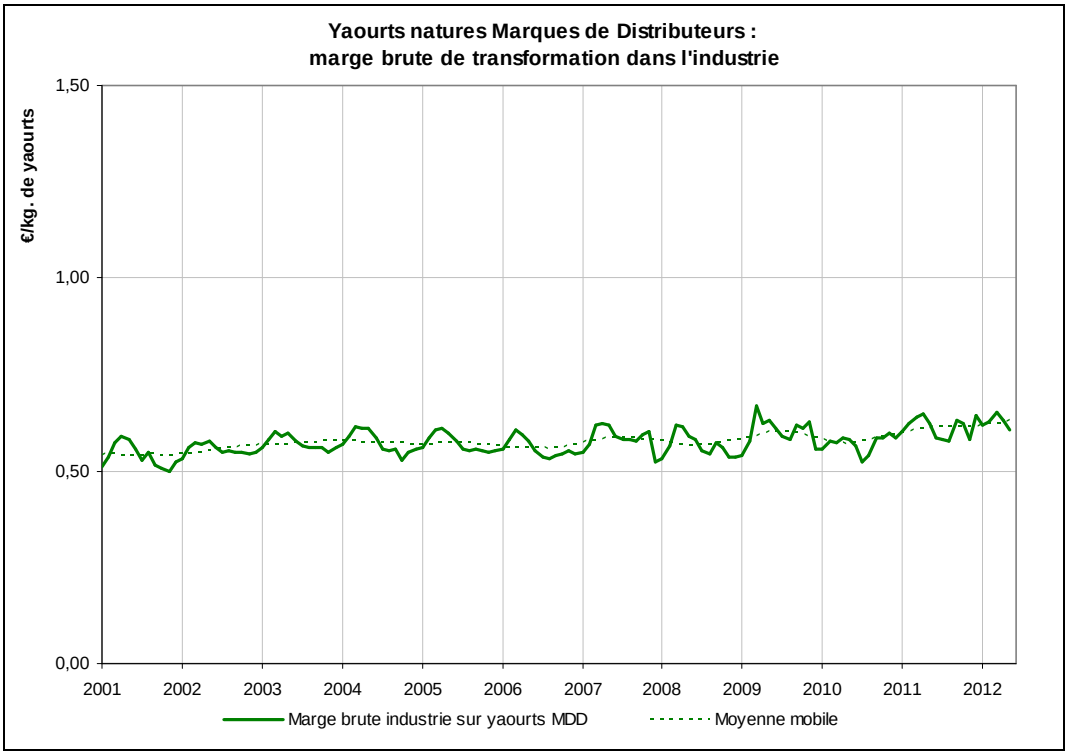


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

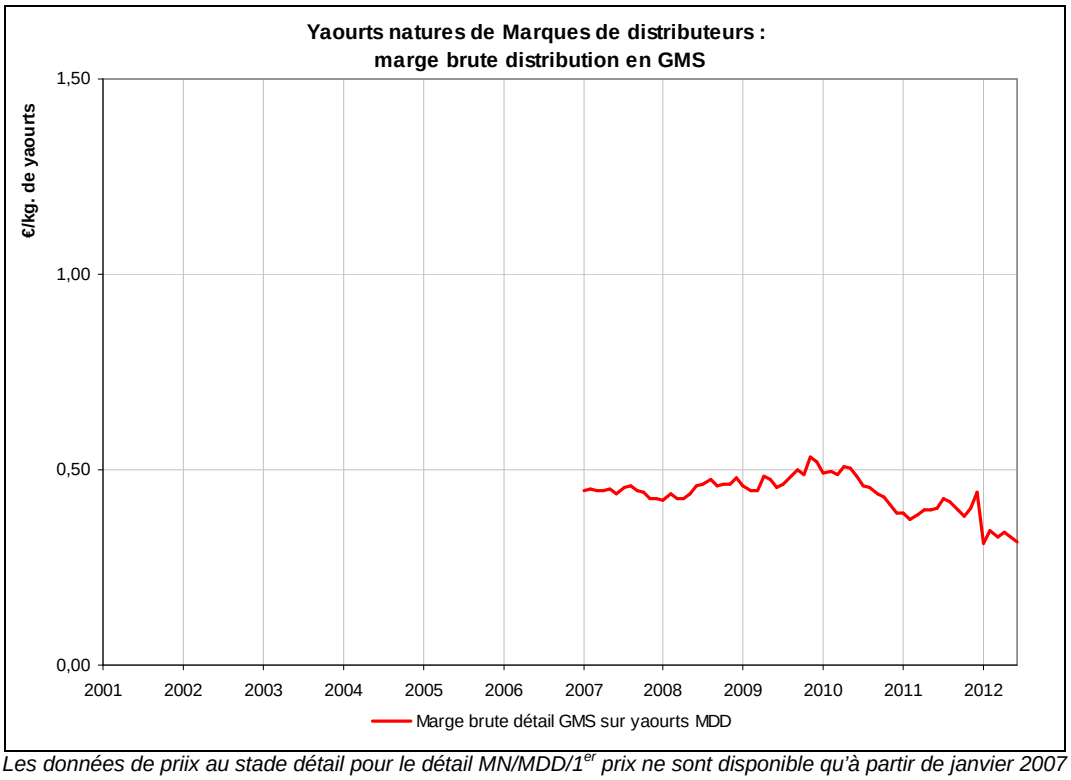
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 96



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 97



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

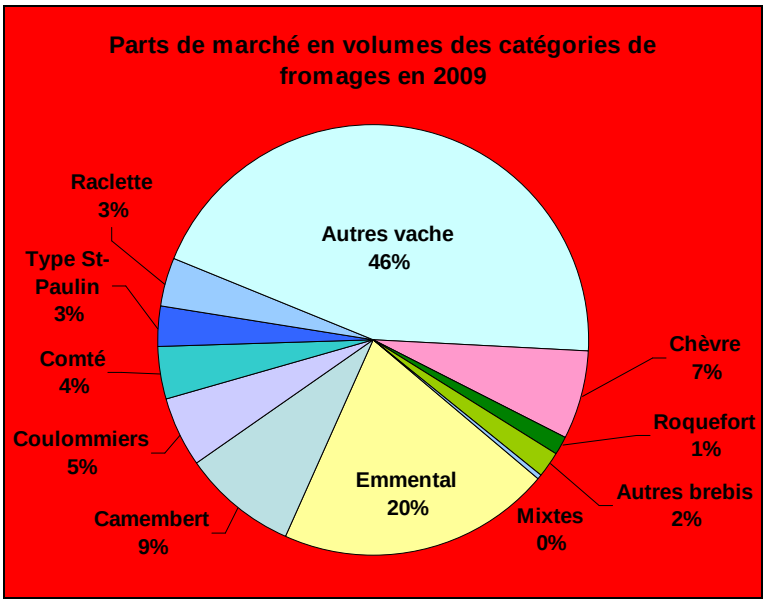
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Emmental

Circuits de commercialisation et catégories de produits pris en compte

L'emmental, râpé ou en tranche, représente, avec 20 % des achats des ménages en volume, le plus gros segment du rayon fromages, devant le camembert (9 % des achats).

Graphique 98



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

DIAGRAMME PARTS DE MARCHE SEGMENTS EMMENTAL

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

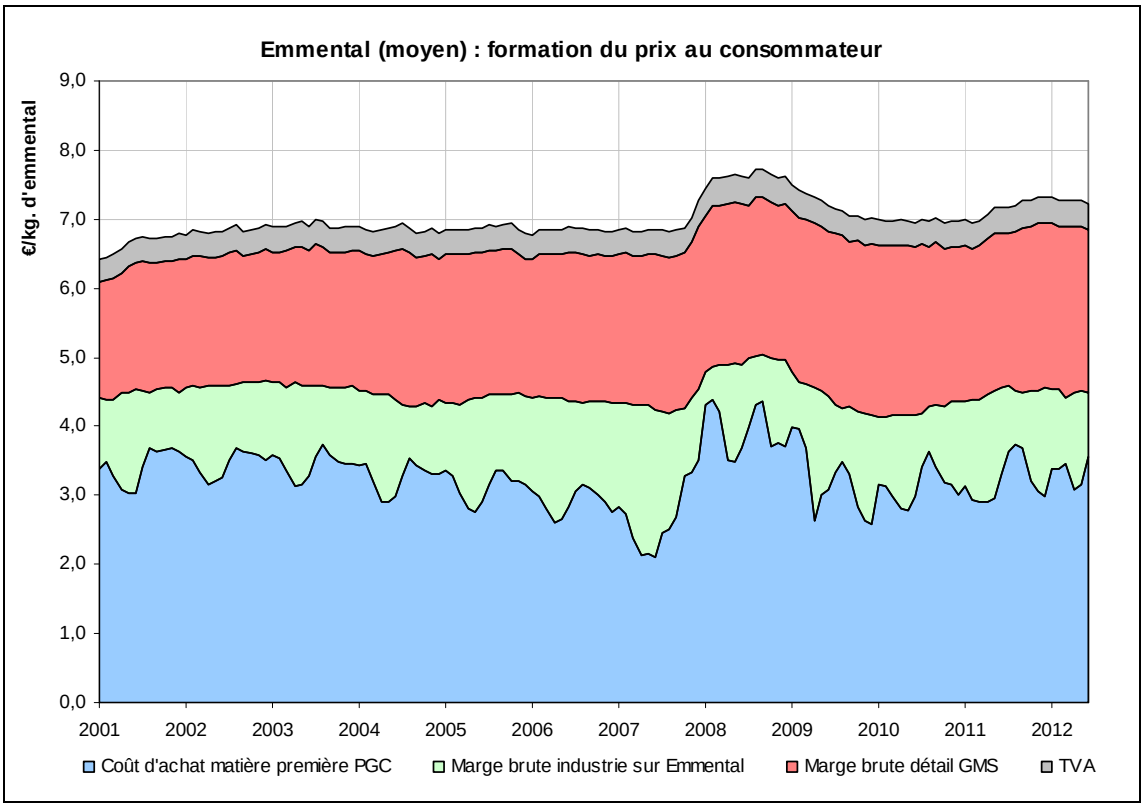
Outre le cas de l'emmental moyen (produit, là aussi, fictif, composé de 70% d'emmental rapé et de 30% d'emmental en portions préemballées) nous nous intéresserons au cas de l'emmental rapé premier prix.

A FAIRE :

Evolutions PDM rapé / portion, un taux fixe est peu cohérent / autre produits
Place emmental rapé premier prix
Question des imports

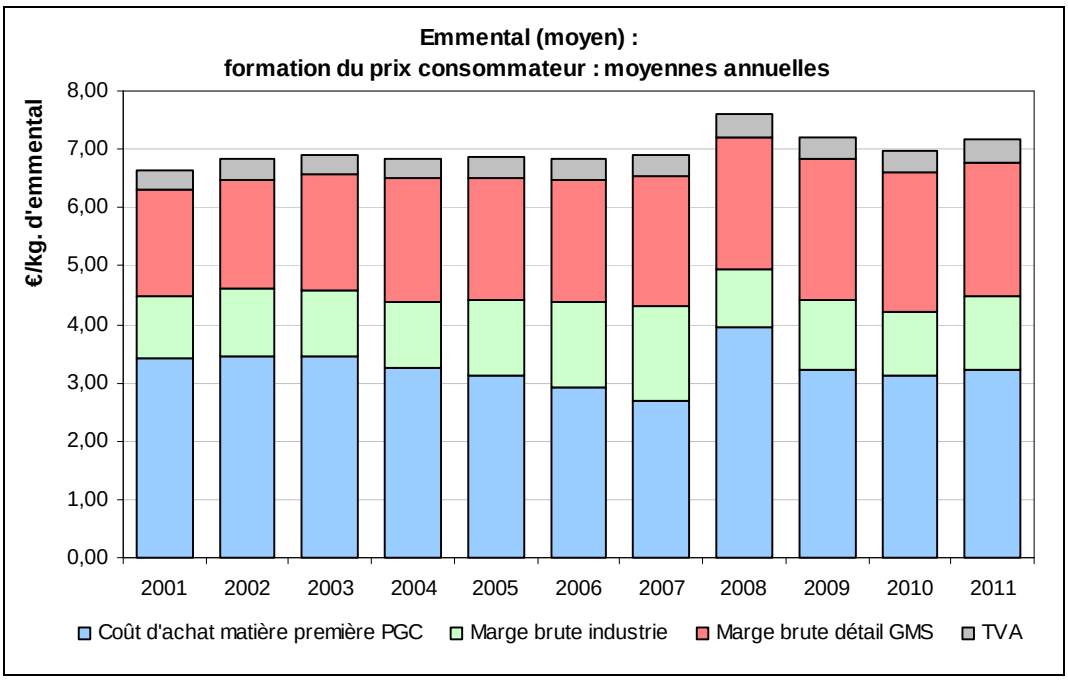
Formation des prix

Graphique 99



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, SIGF, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

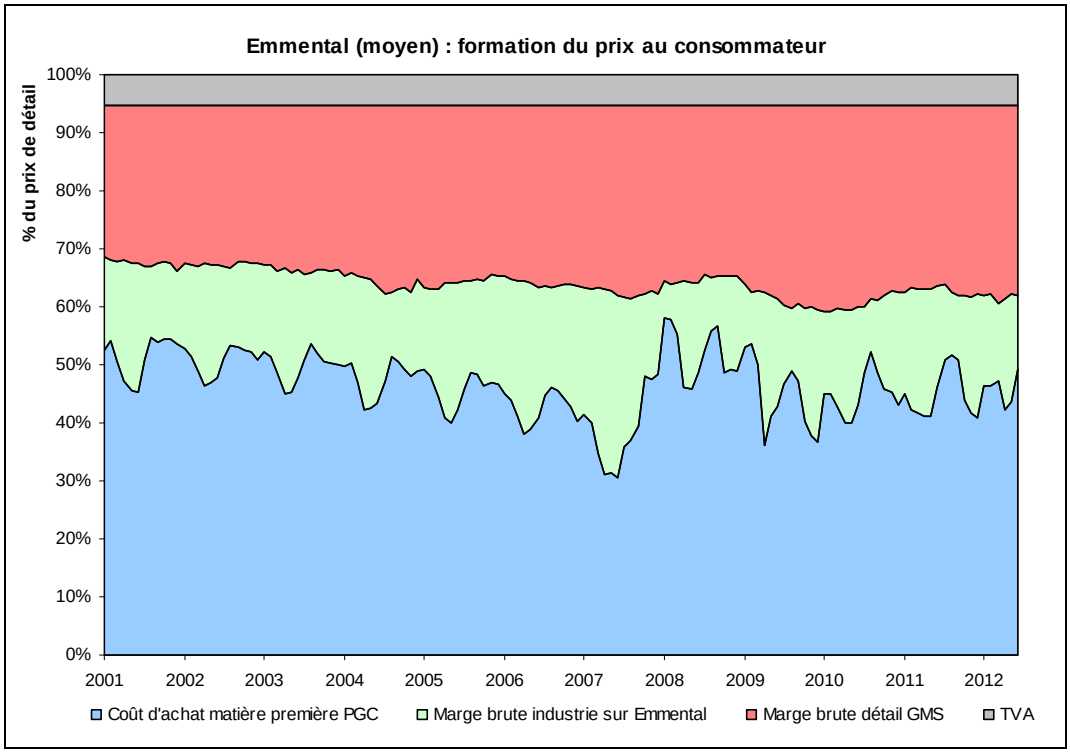
Graphique 100



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, SIGF, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Compte tenu des volumes de lait nécessaires à la fabrication d'un kilogramme d'emmental, plus importants que pour d'autres produits (voir bilan d'approvisionnement), le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage, et les évolutions du prix du lait ont eu de fortes répercussions sur les marges industrielles de cette filière.

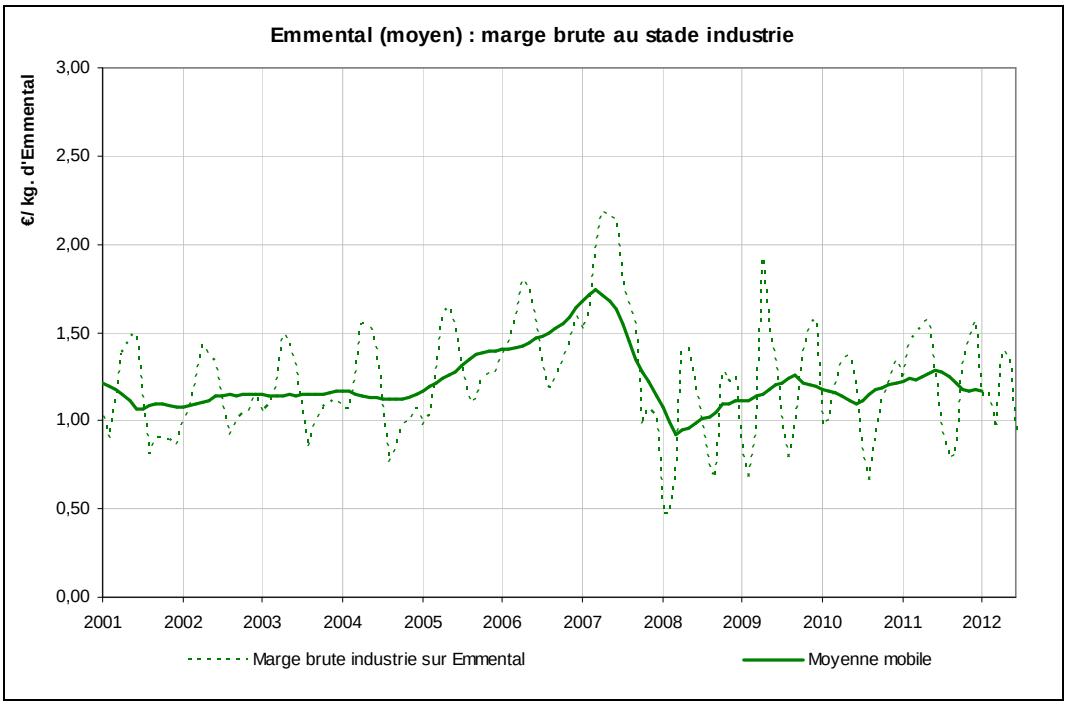
Graphique 101



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, SIGF, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

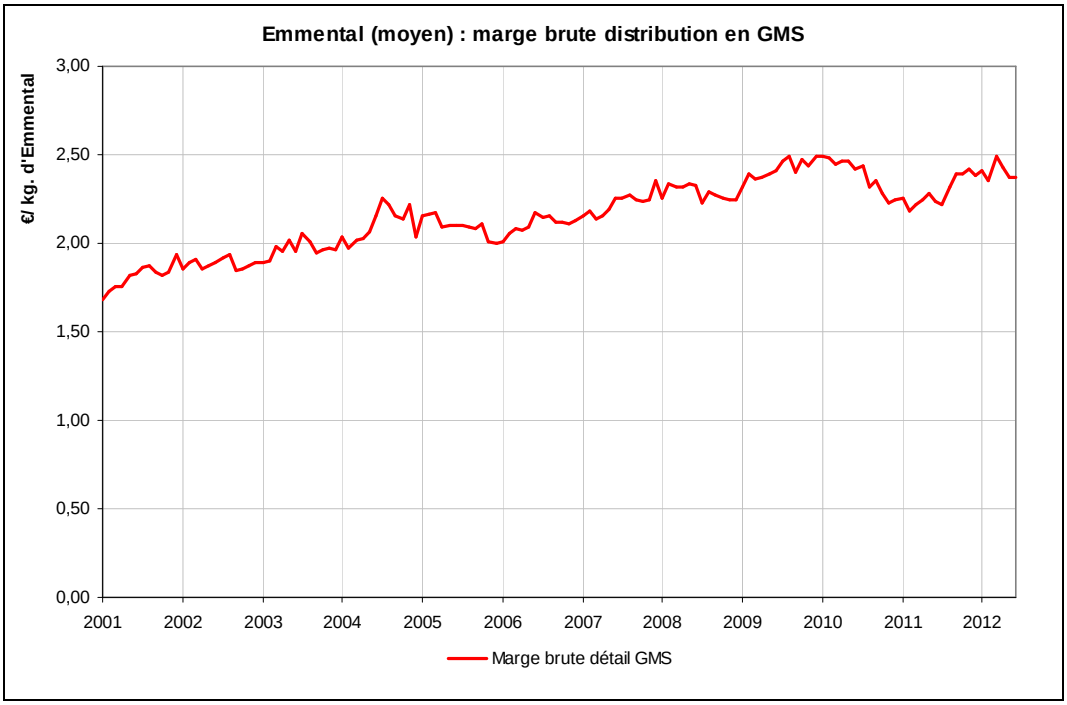
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 102



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, SIGF, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 103

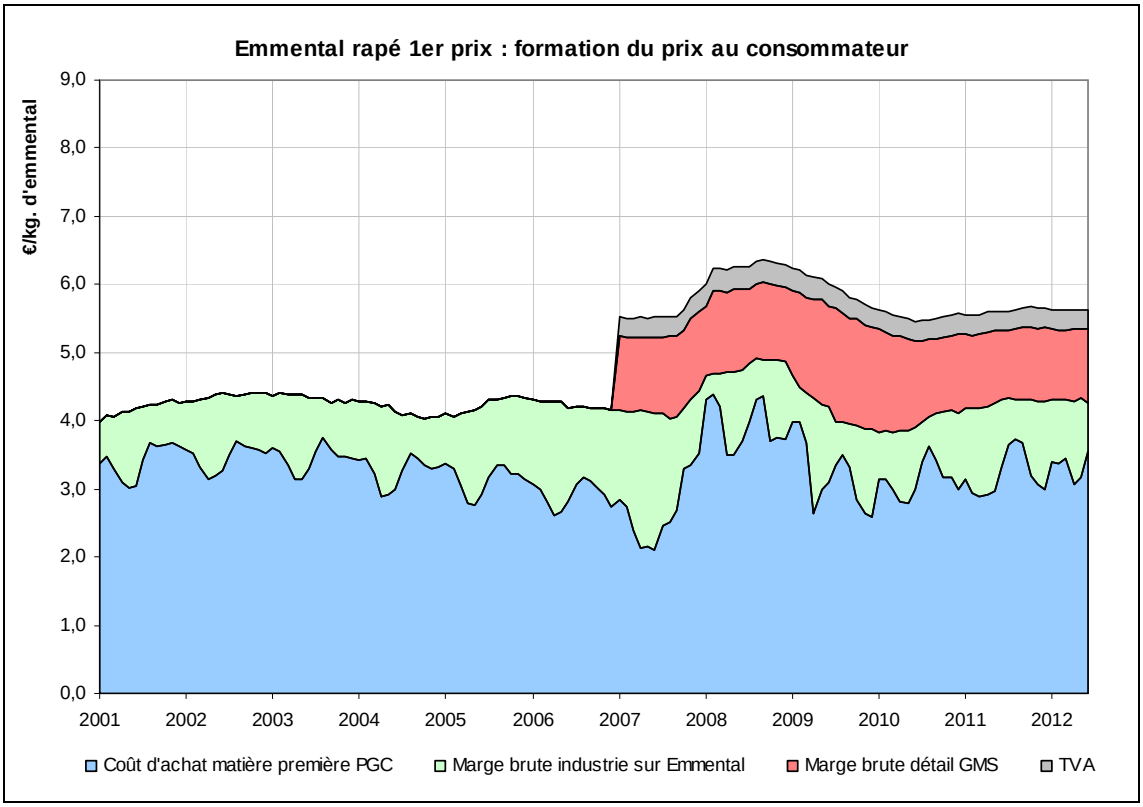


Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, SIGF, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Emmental rapé pemier prix

Formation du prix

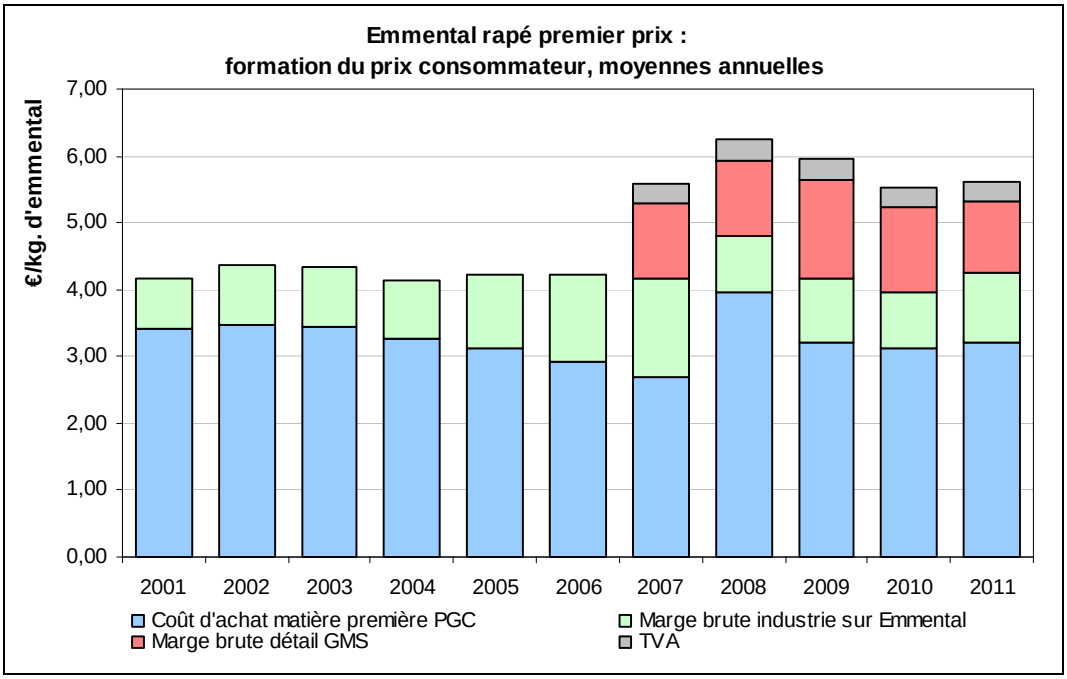
Graphique 104



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

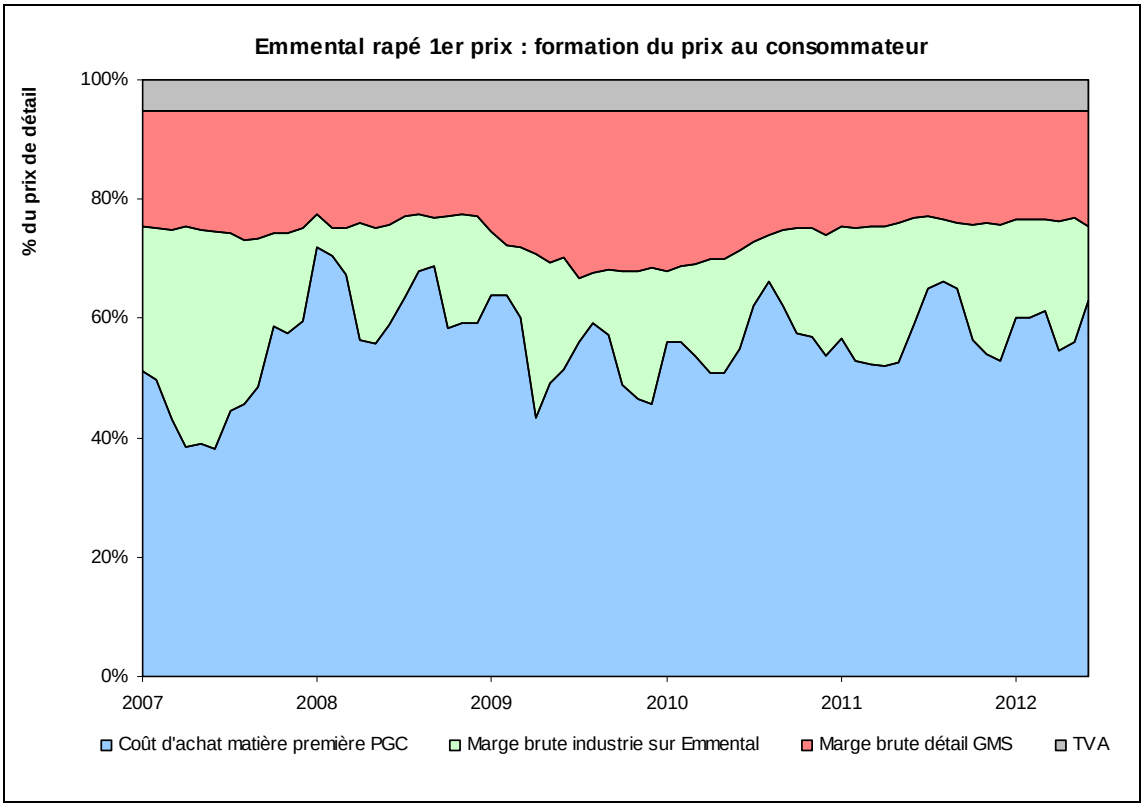
Graphique 105



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 106

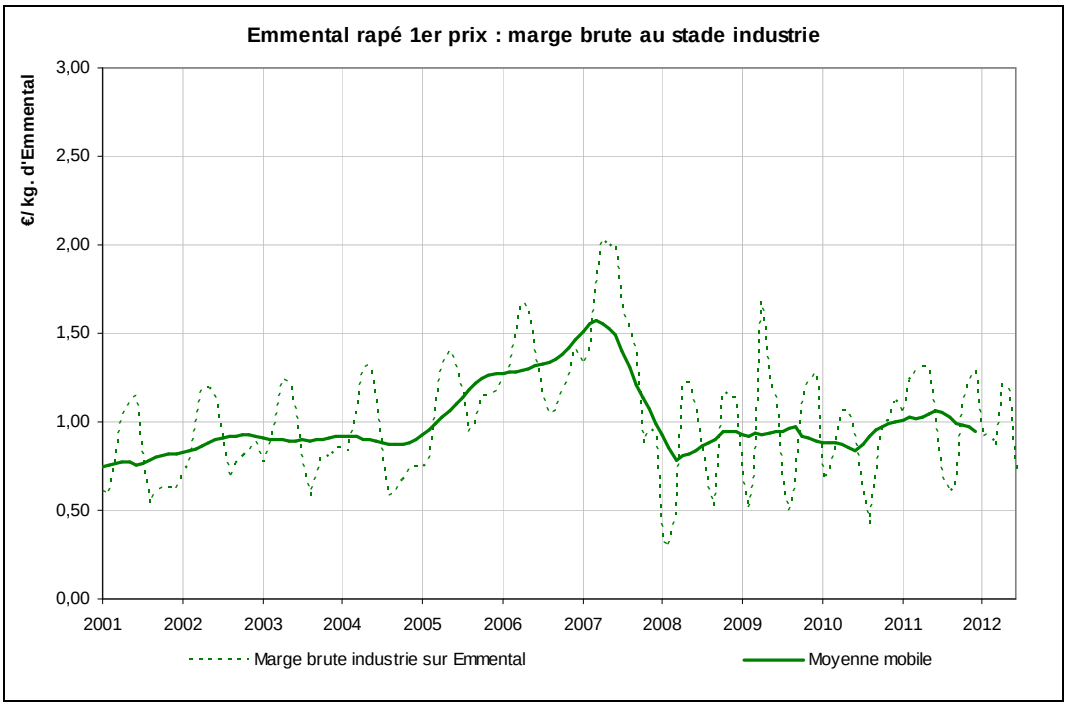


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Marges brutes aux différents stades de la filière

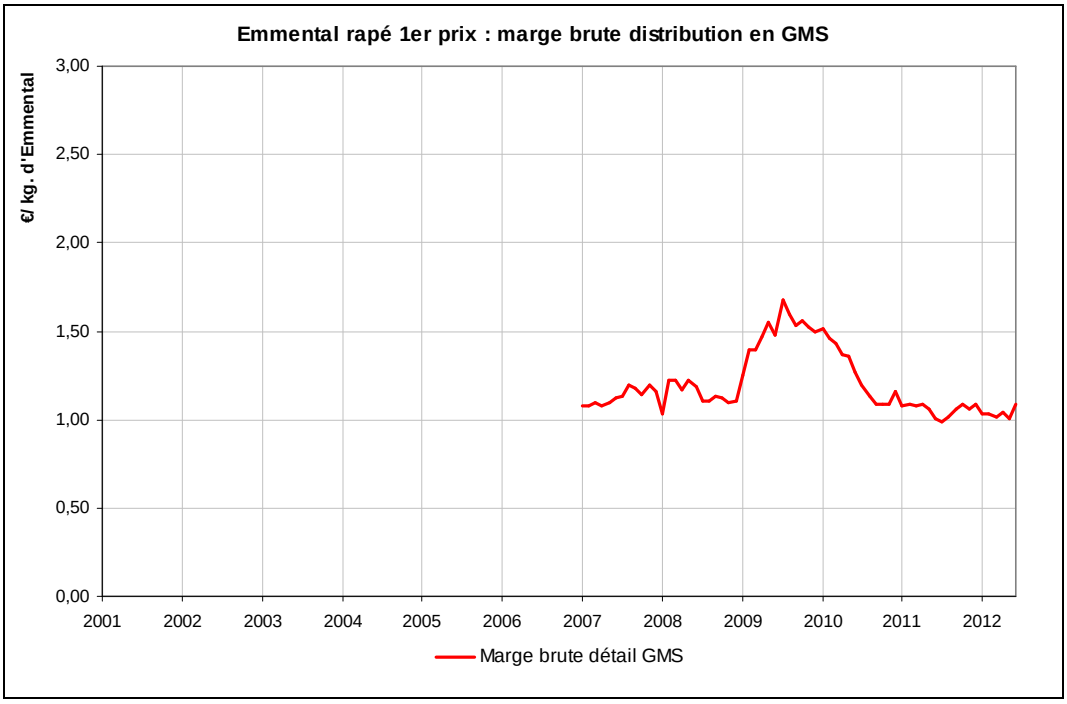
Graphique 107



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 108



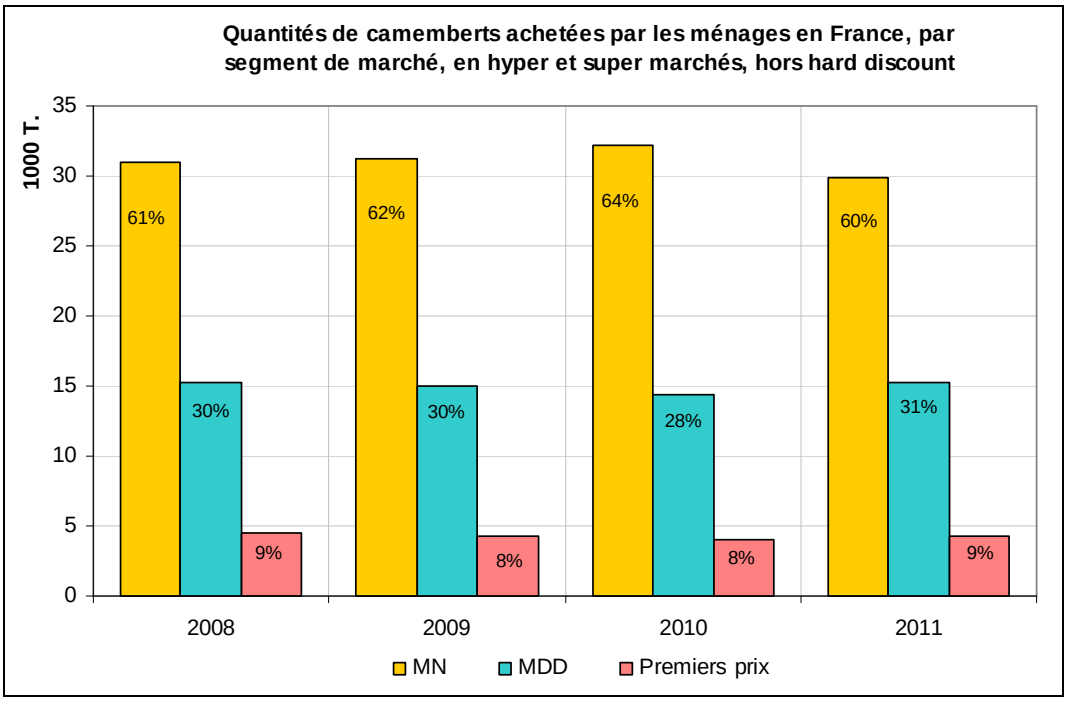
Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Camembert

Catégories de produits prises en compte

Graphique 109

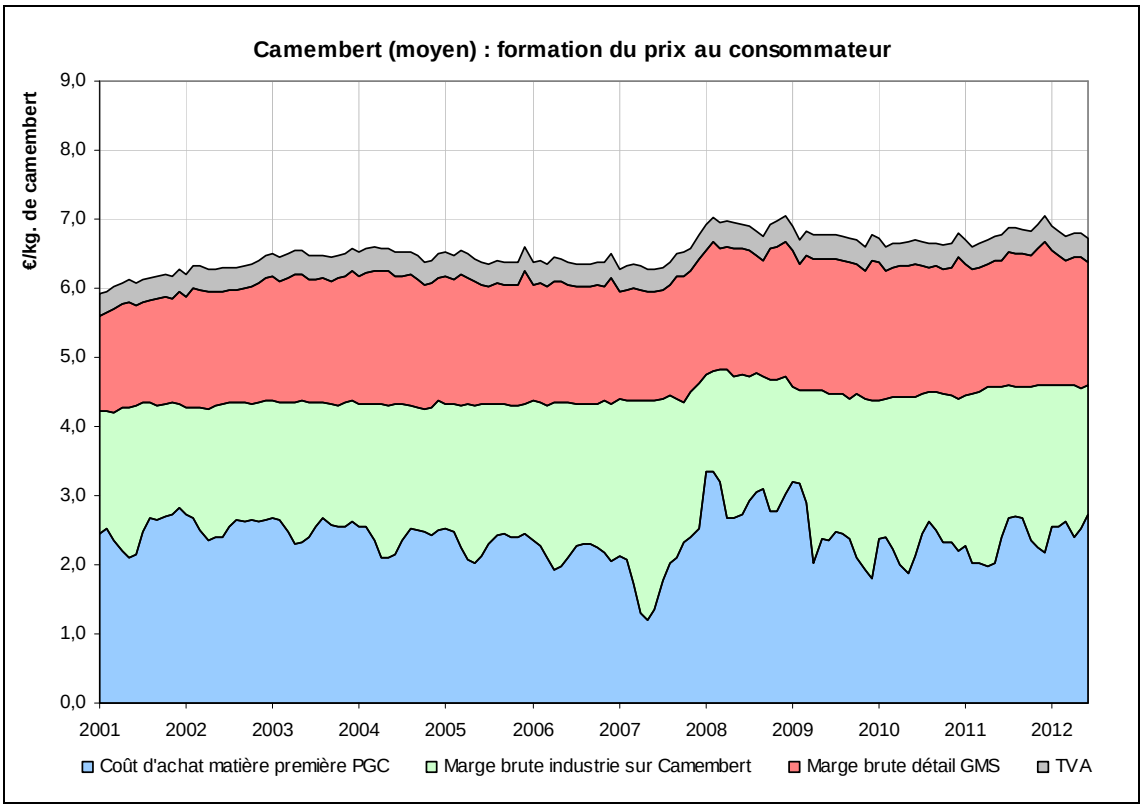


Source : FranceAgriMer d'après KantarWorlpanel

Camembert moyen (moyenne pondérée)

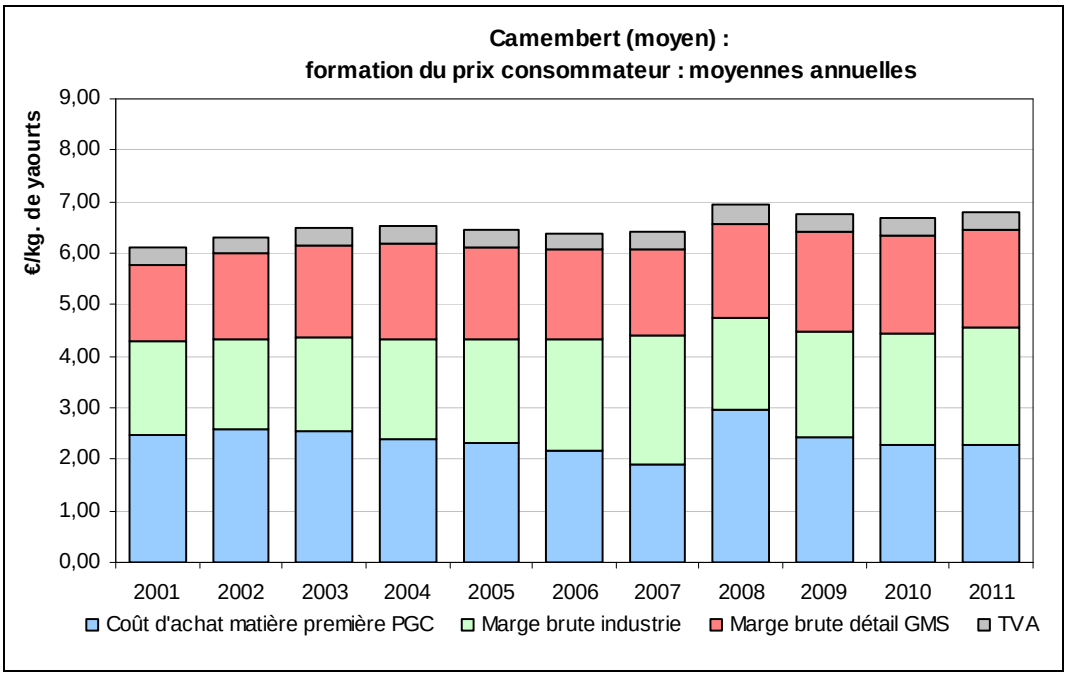
Formation du prix

Graphique 110



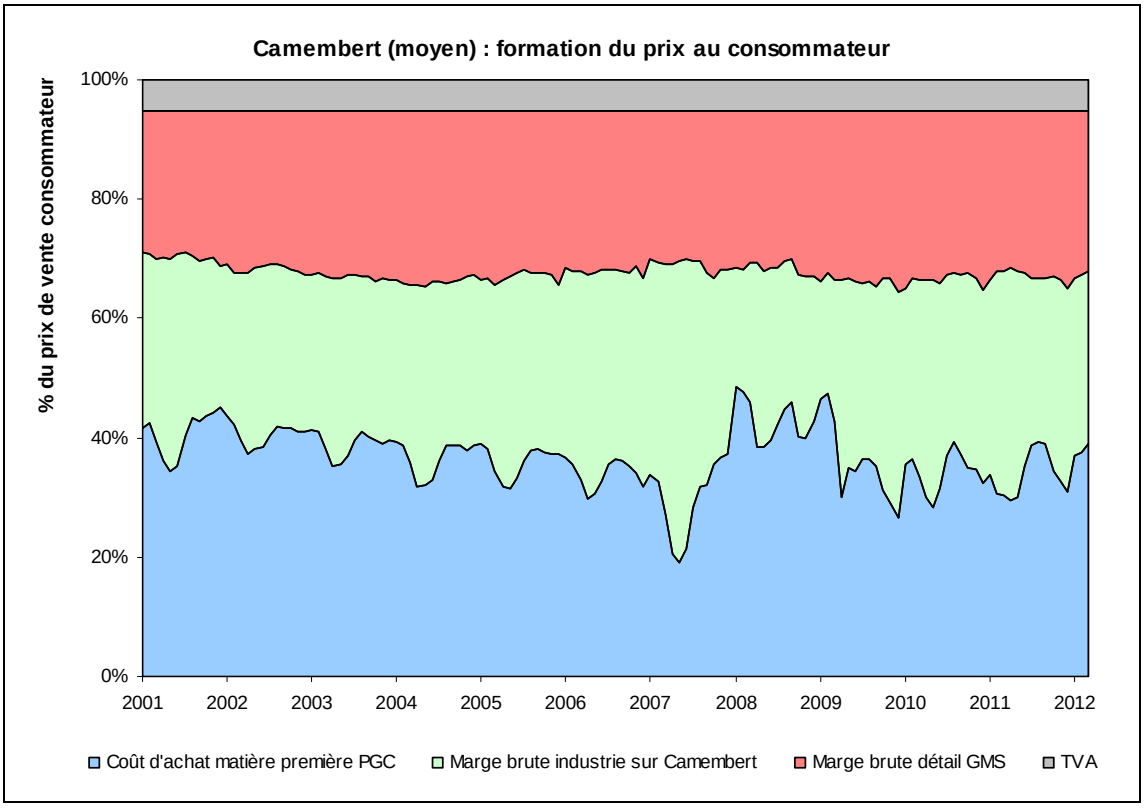
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 111



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

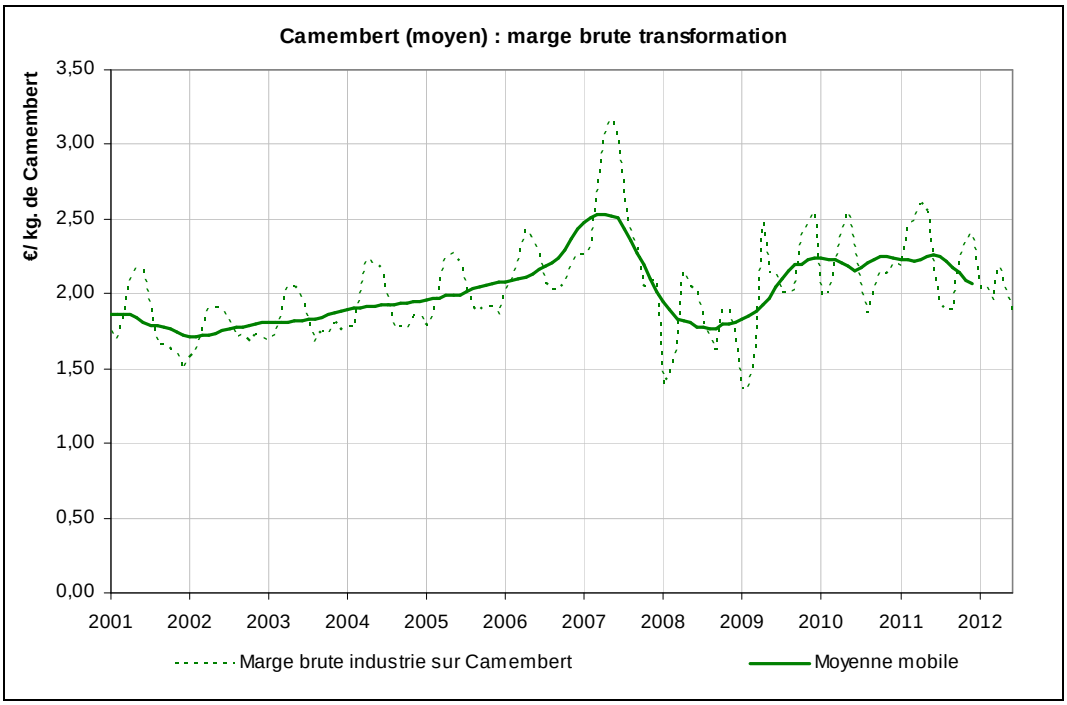
Graphique 112



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

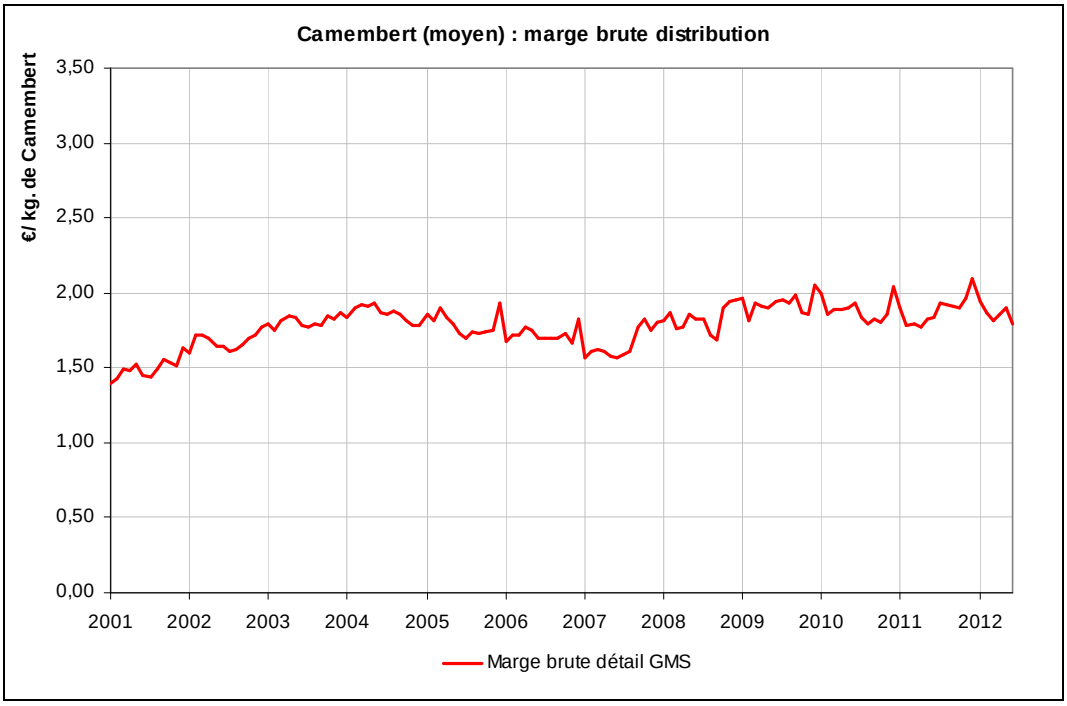
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 113



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 114

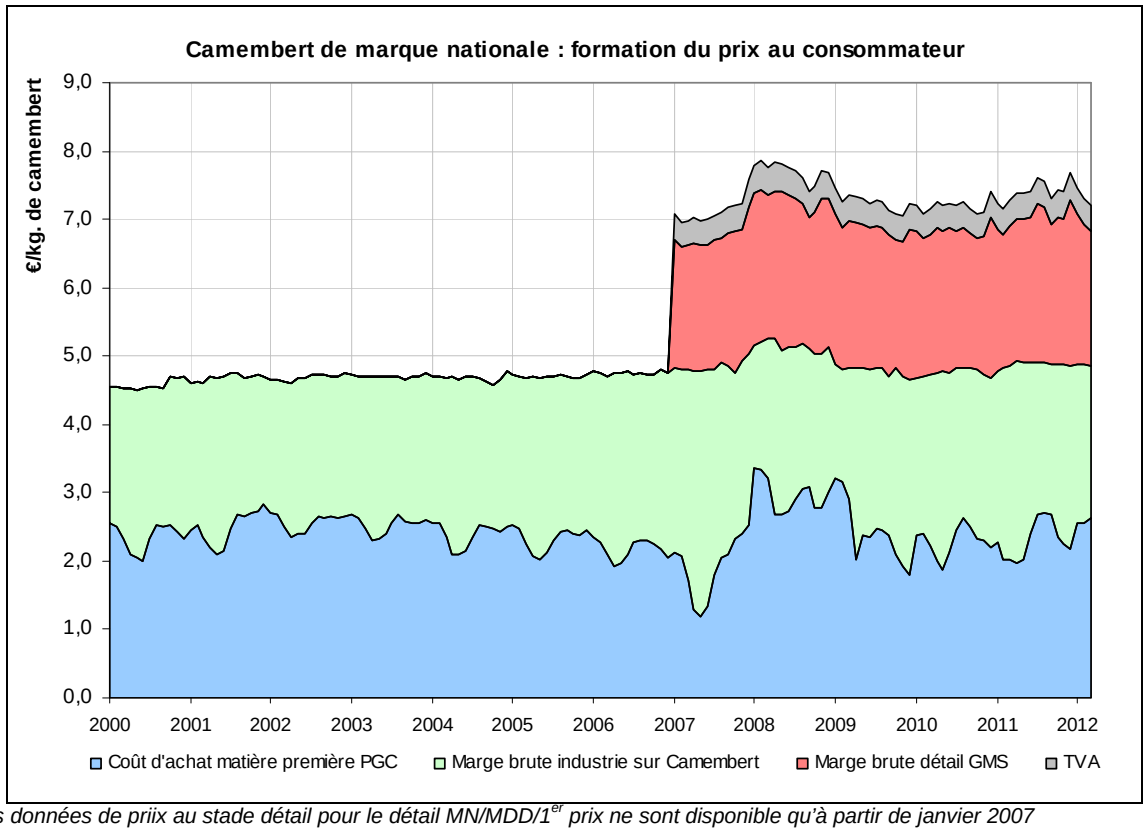


Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Camembert de marque nationale :

Formation du prix :

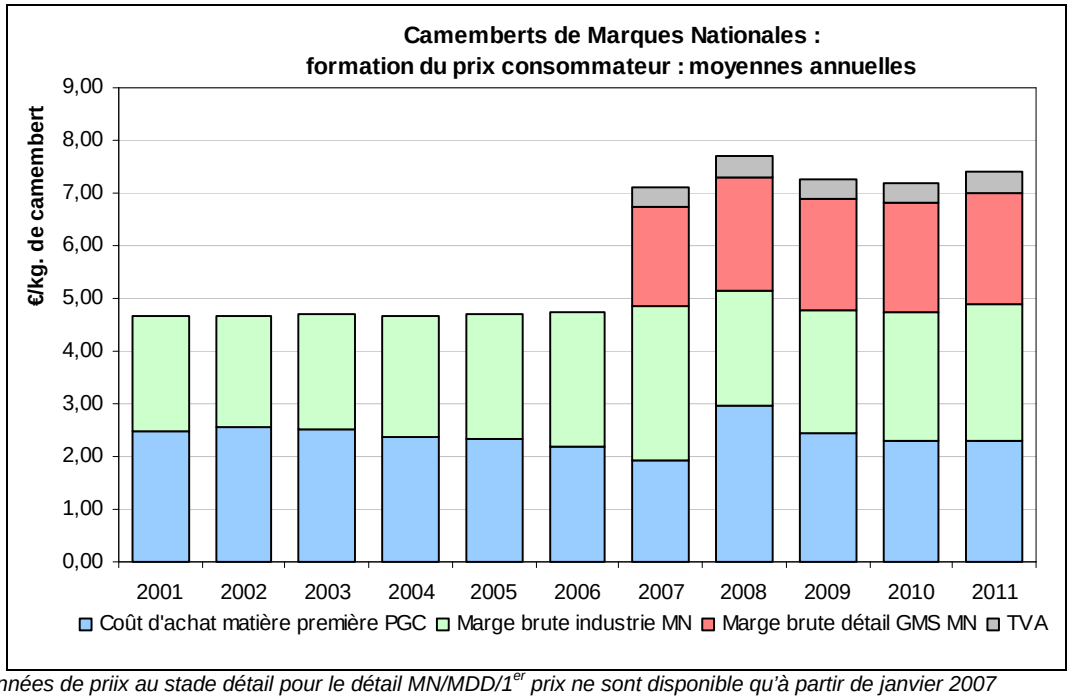
Graphique 115



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

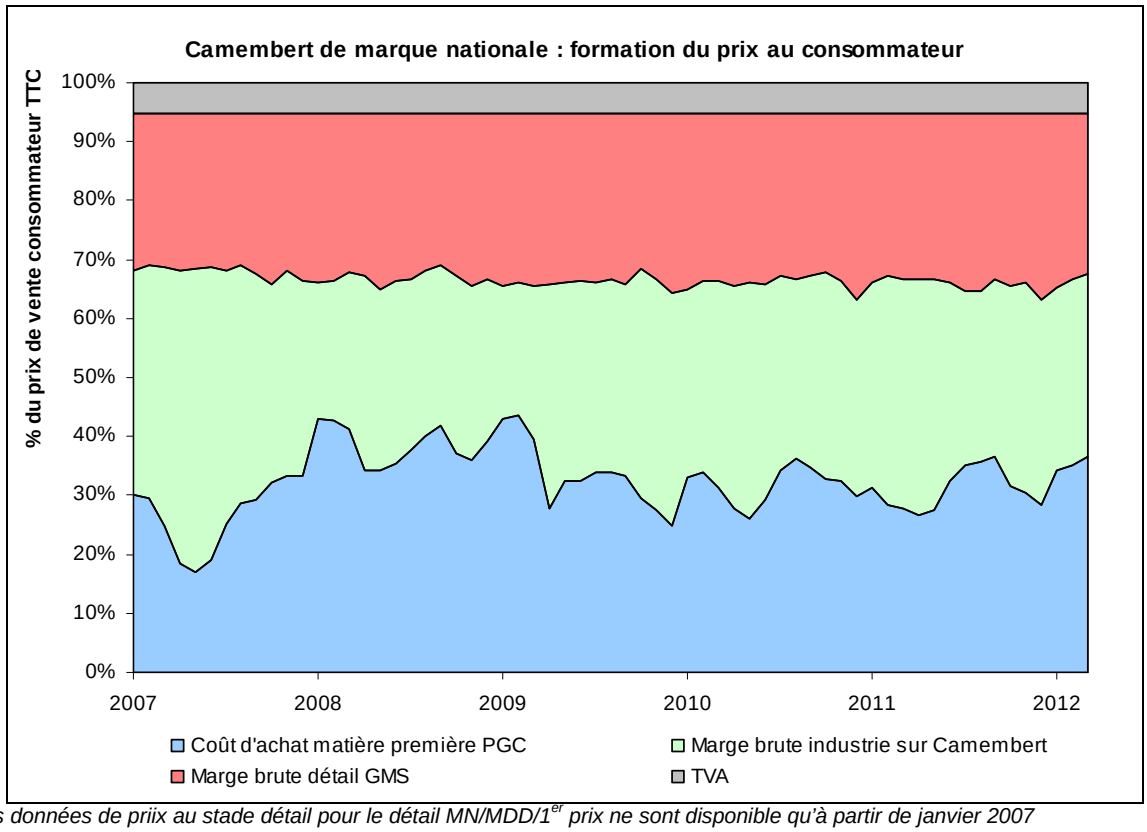
Graphique 116



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 117

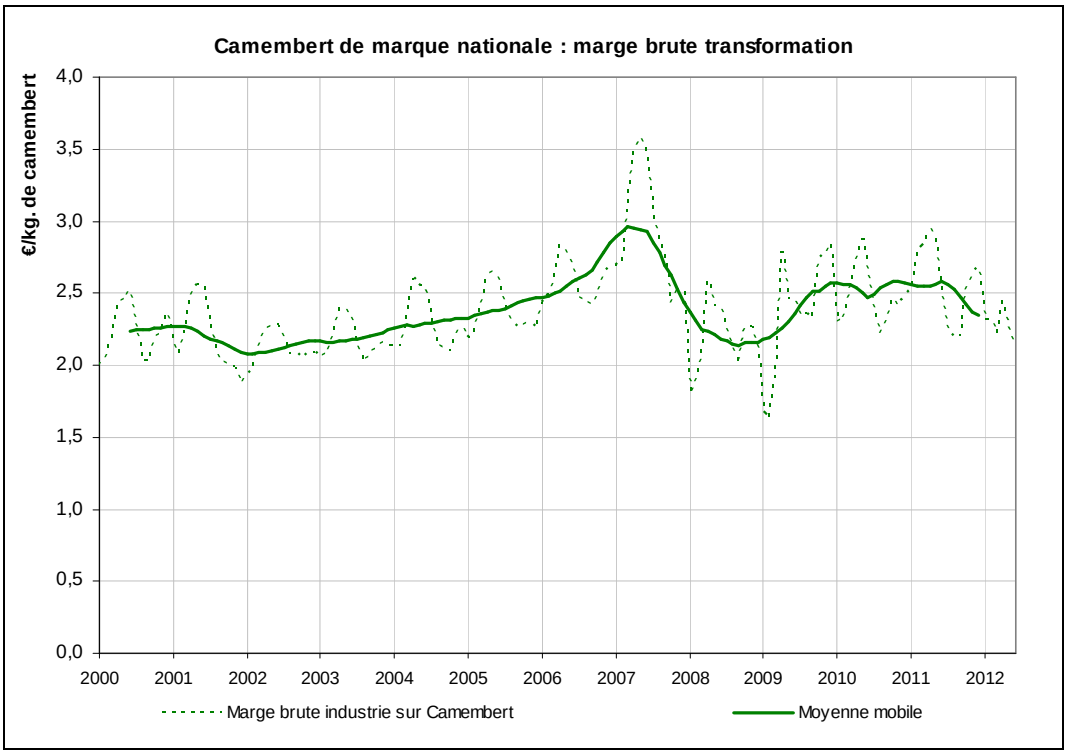


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

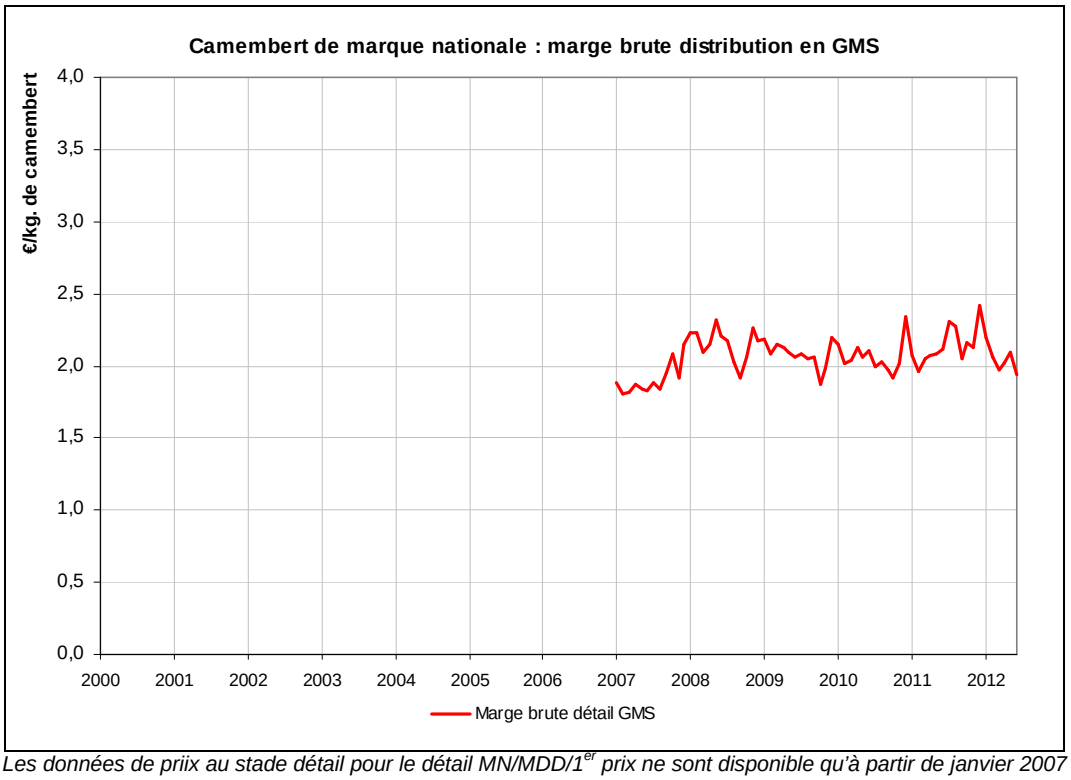
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 118



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 119



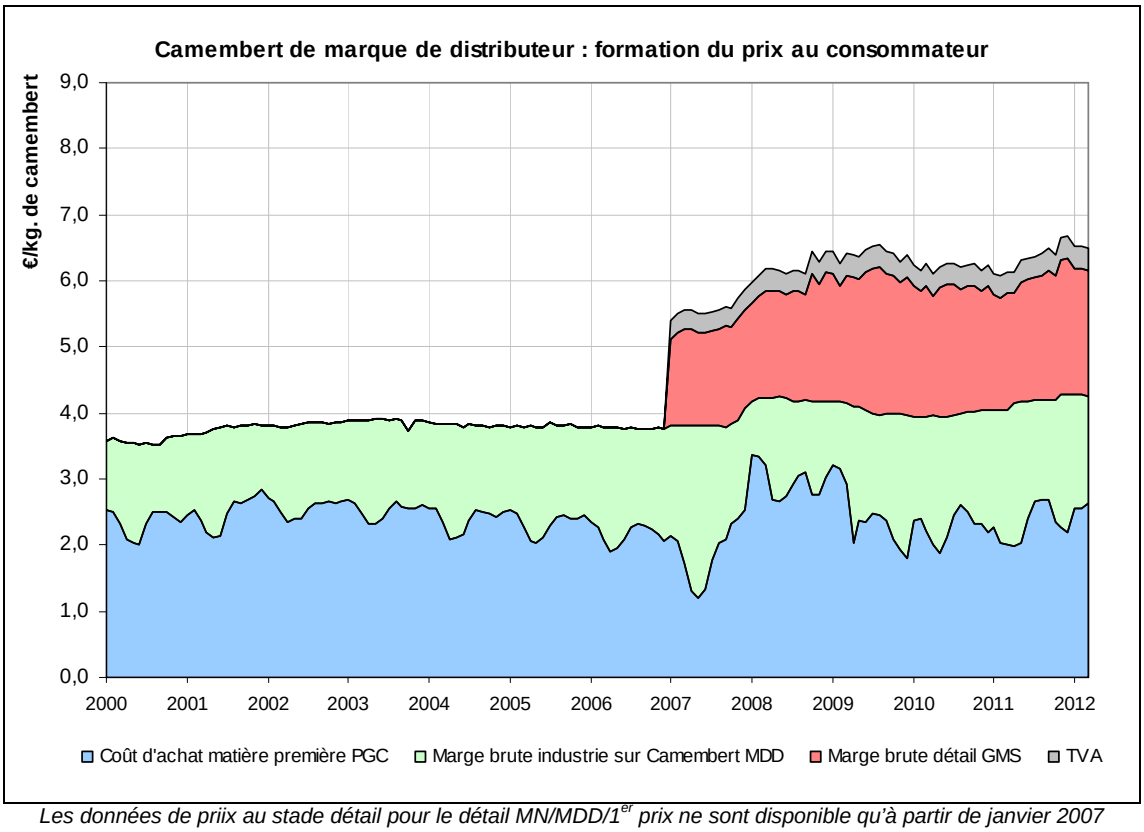
Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Camembert de marque de distributeur :

Formation du prix

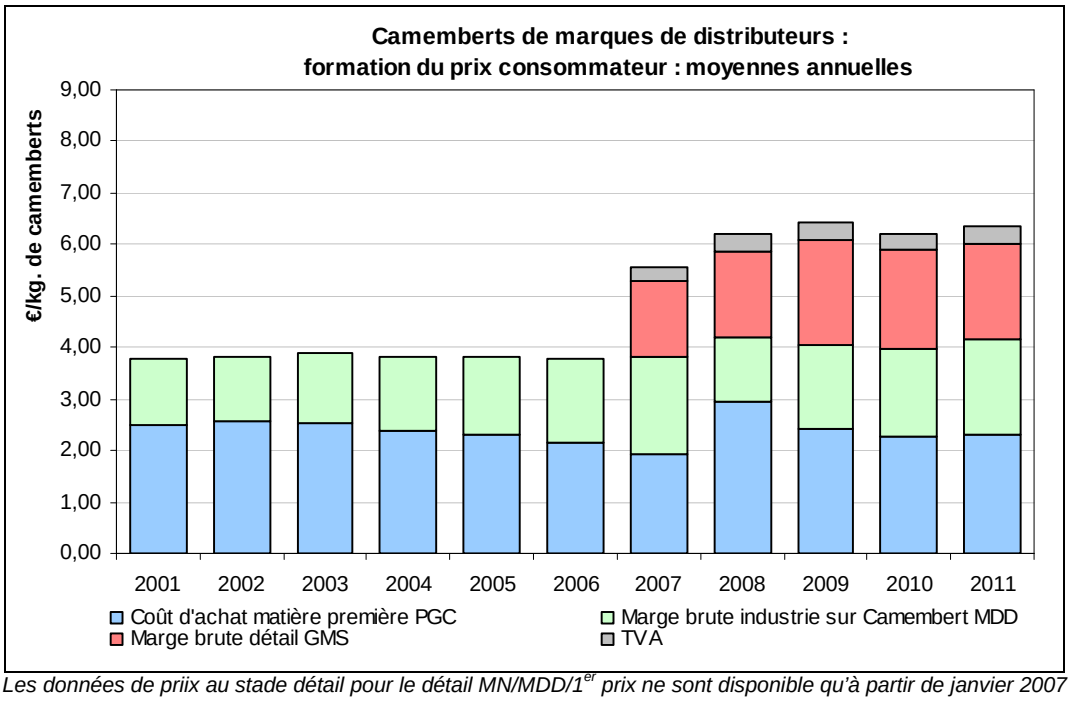
Graphique 120



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

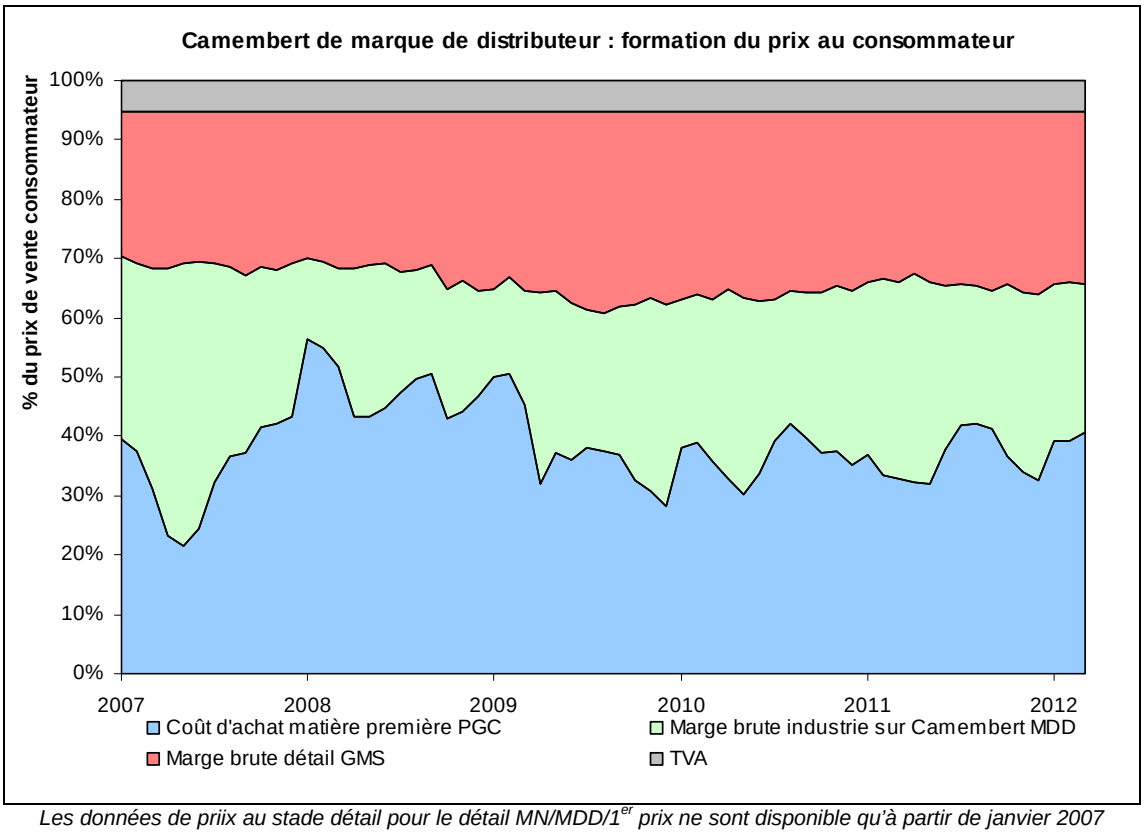
Graphique 121



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 122

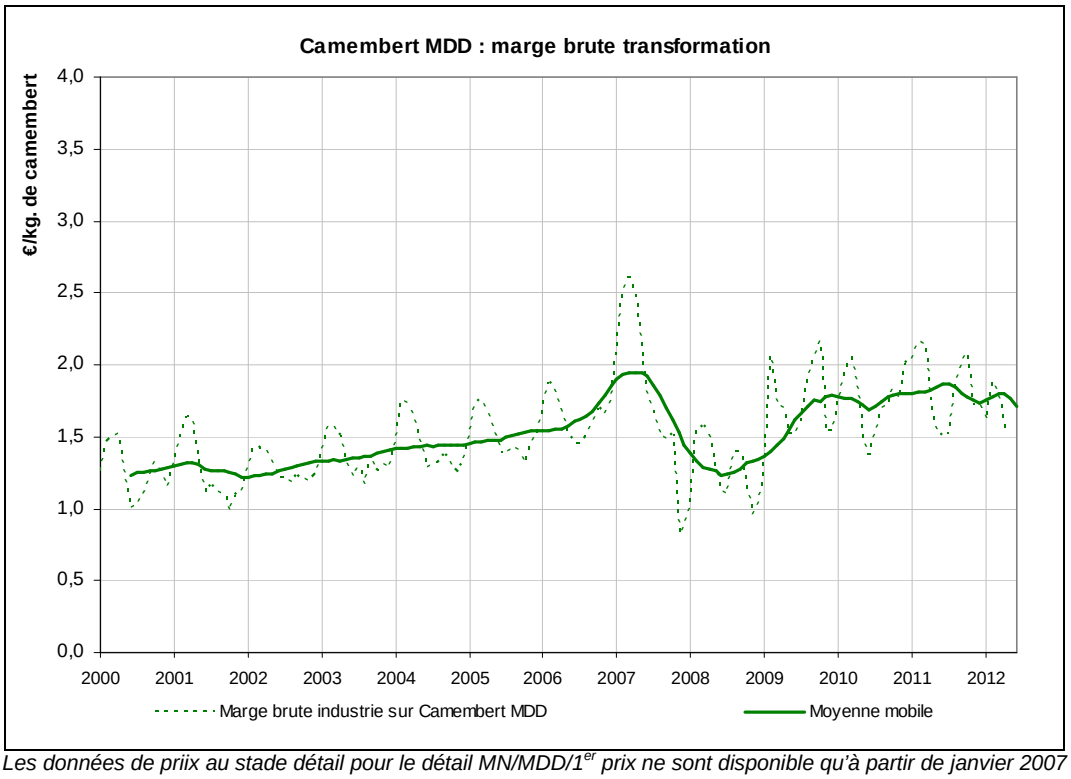


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Marges brutes aux différents stades de la filière

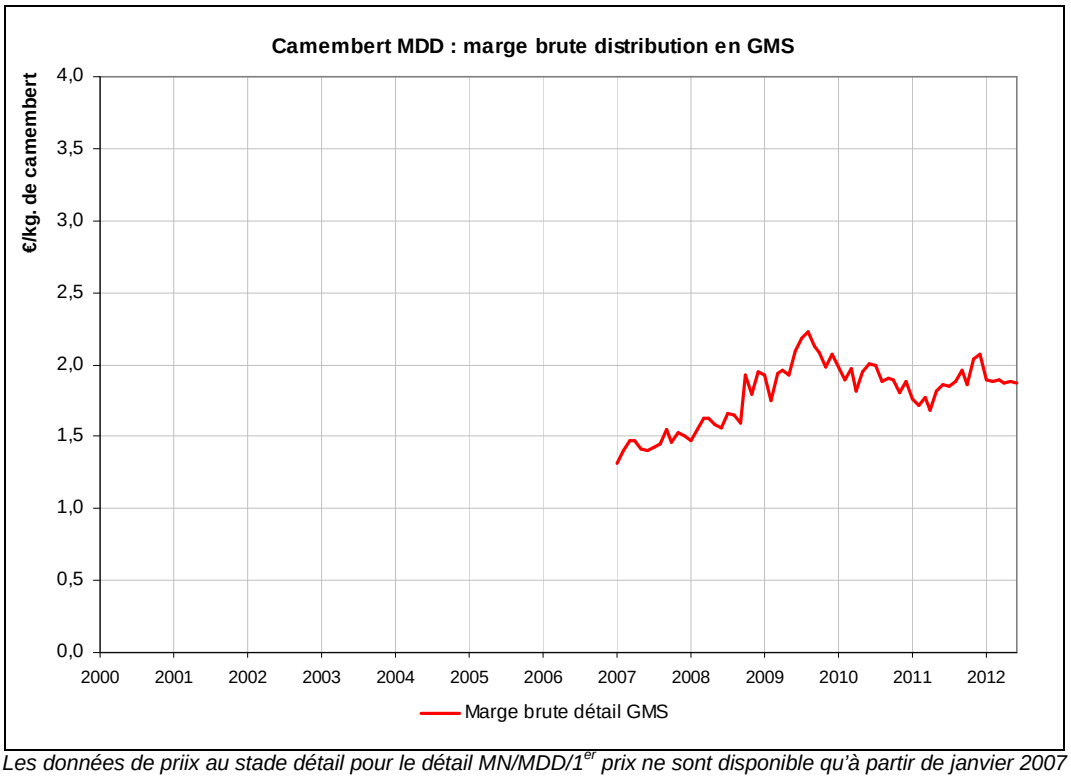
Graphique 123



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 124



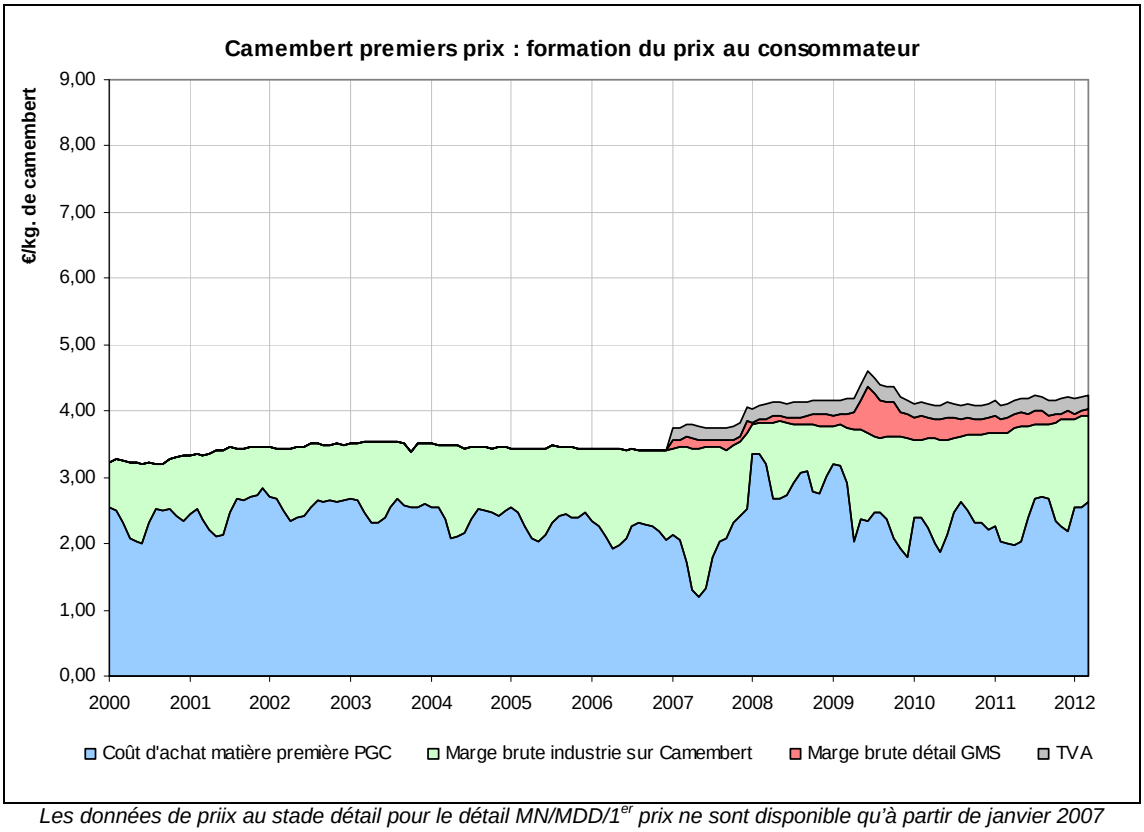
Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Camembert premier prix

Formation du prix

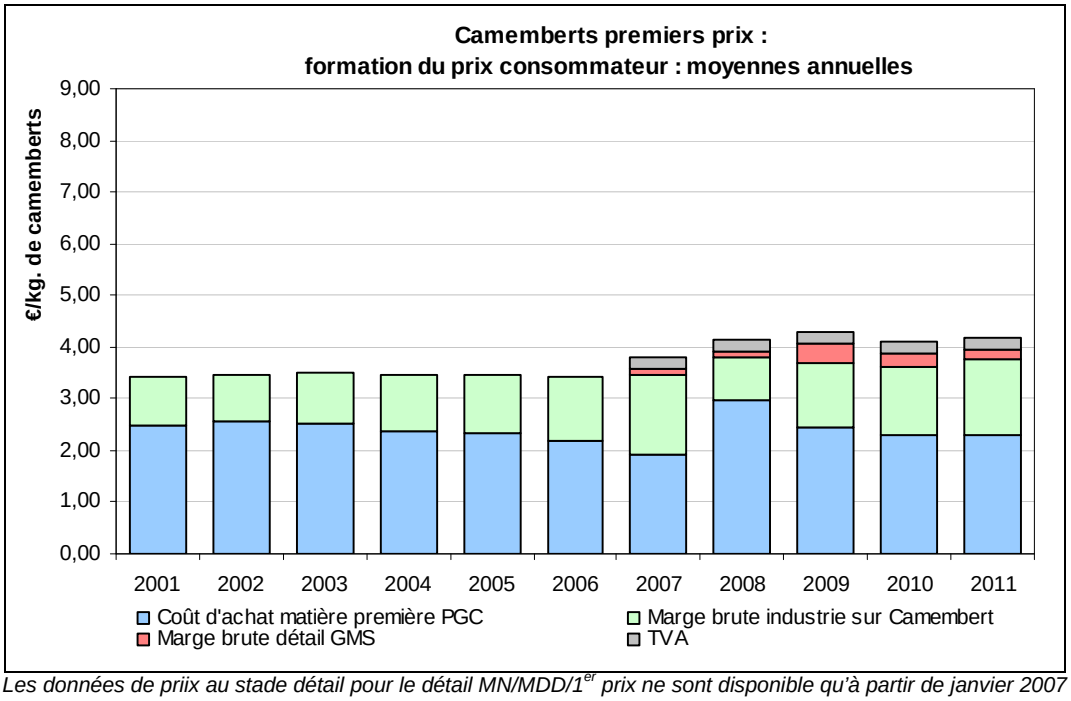
Graphique 125



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

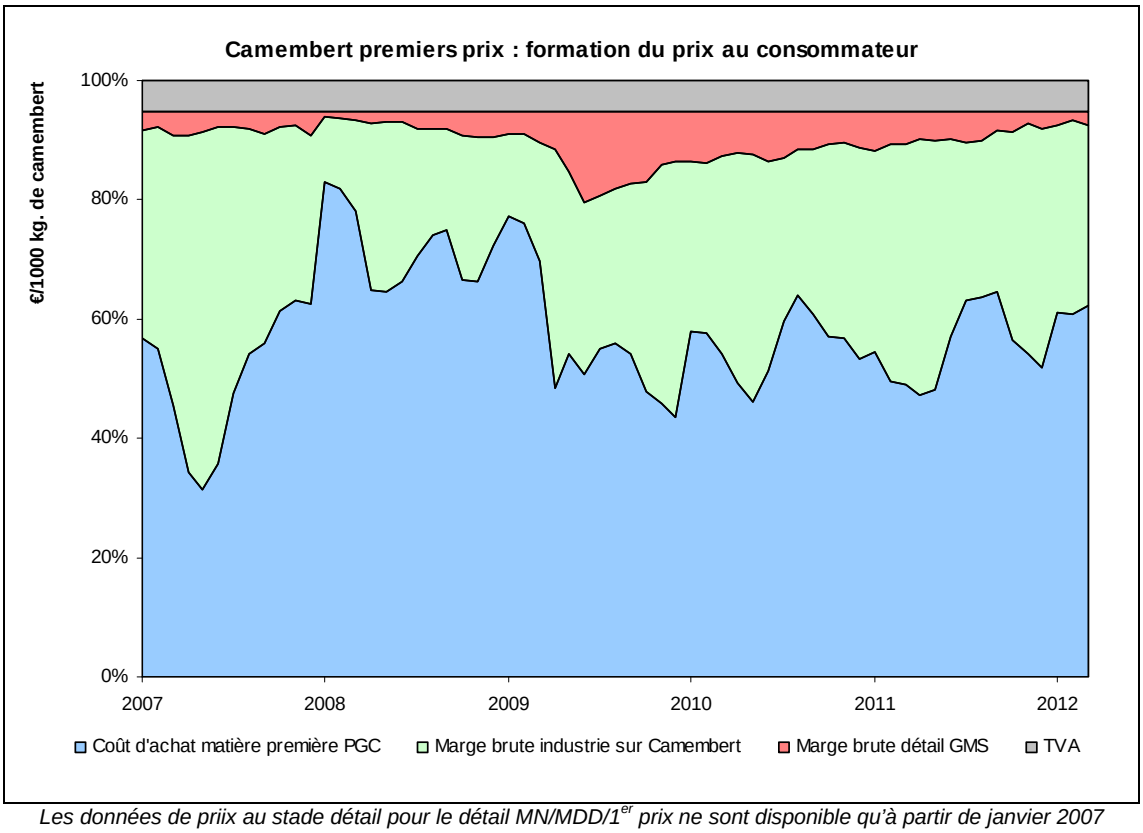
Graphique 126



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 127

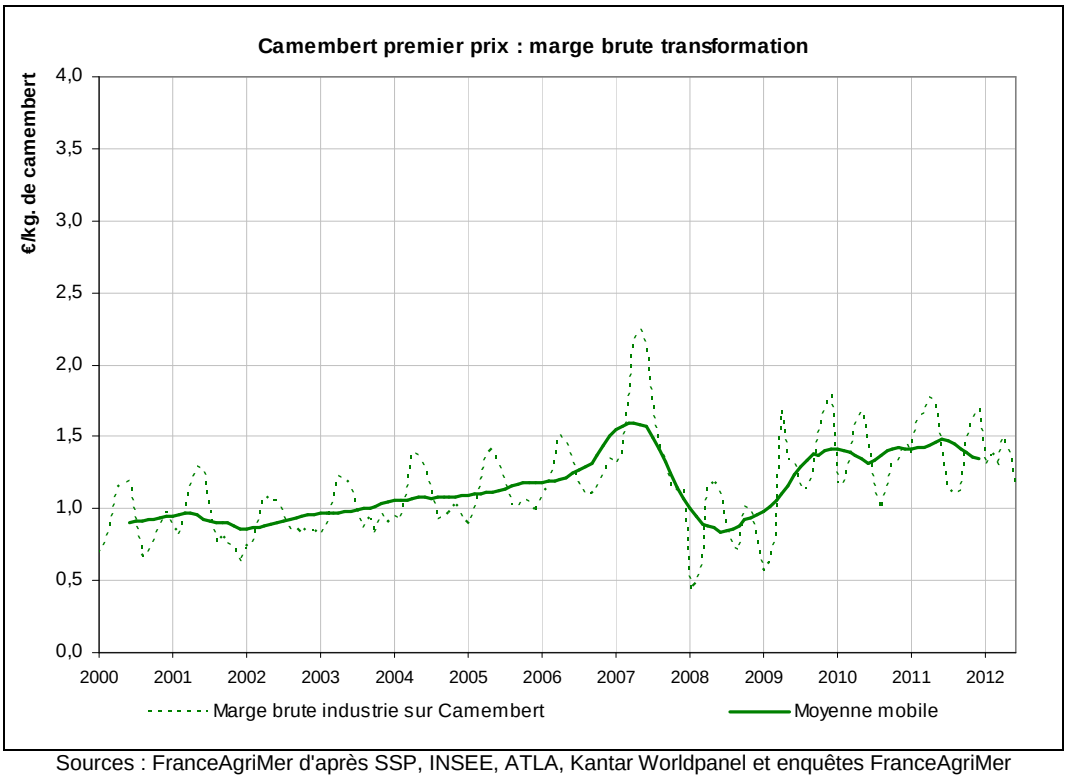


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

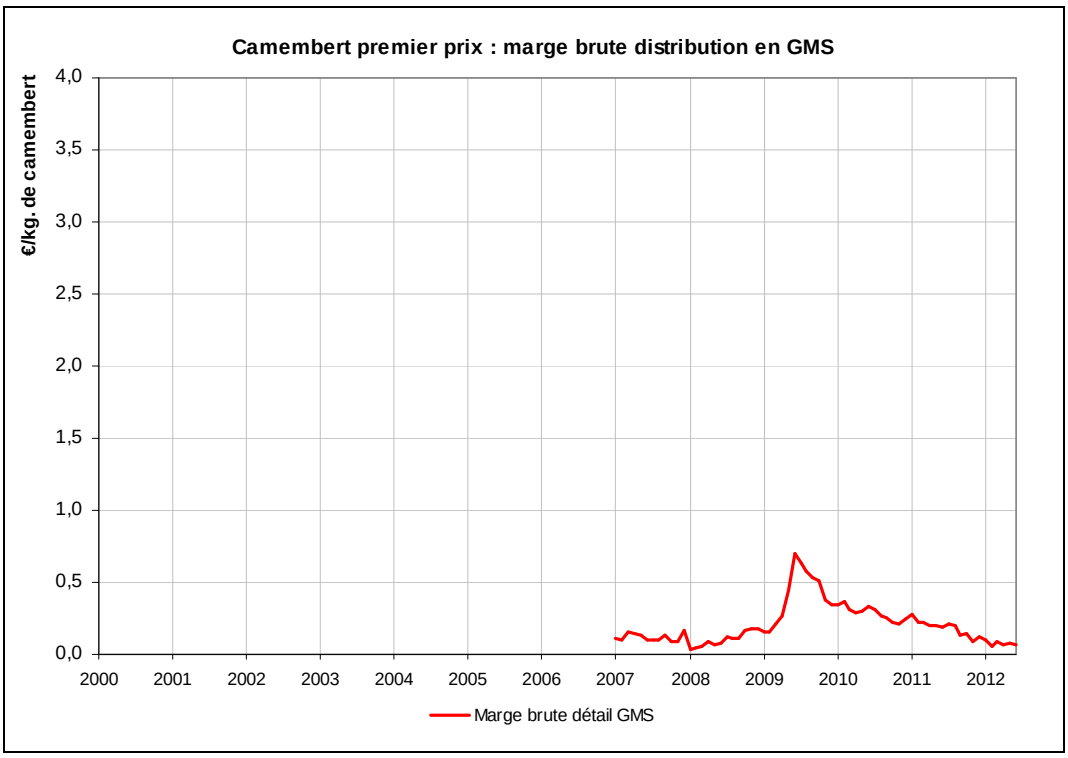
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 128



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 129



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

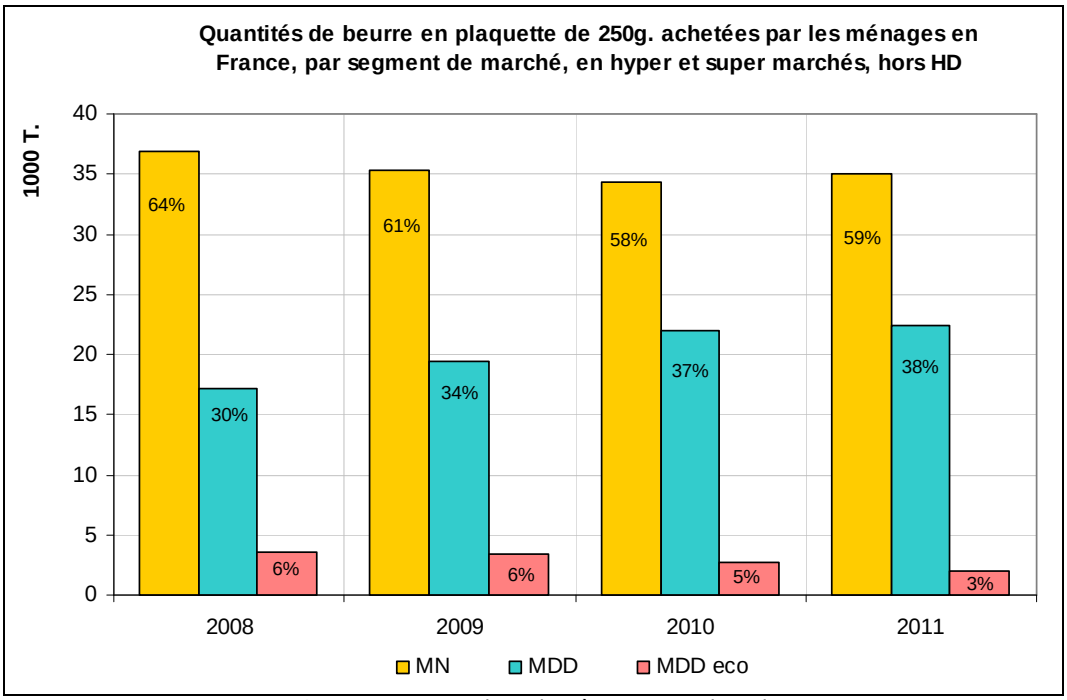
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Beurre plaquette

Comme vu précédemment, le beurre plaquette est considéré dans notre analyse comme un produit de deuxième transformation, le prix de la matière première étant ici le prix du beurre industriel, avant fabrication des plaquettes, qu'il représente un achat réel ou un prix de cession interne à l'entreprise.

Catégories de produits

Graphique 130



Source : FranceAgriMer d'après KantarWorlpanel

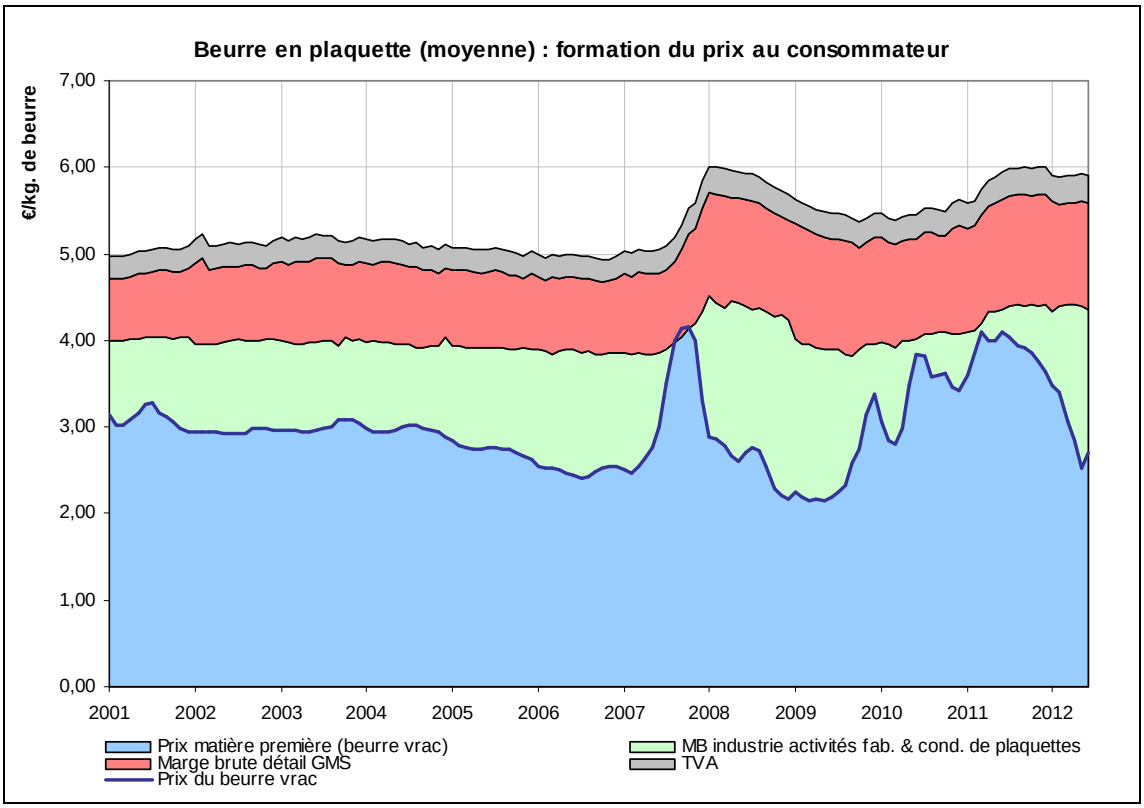
Le marché du beurre reste dominé par les marques nationales, malgré une rapide montée en puissance des MDD, qui ont gagné 8 % de parts de marché en trois ans.

Le beurre premier prix reste minoritaire dans le circuit de distribution étudié (Hyper et supermarchés, hors hard discount), et sa place a même diminué de moitié entre 2008 (6 % de PDM) et 2011 (3 %). Ce recul des premiers prix pourrait apparaitre paradoxal dans un contexte général de crise économique et de préoccupations sur le pouvoir d'achat, mais nous verrons qu'il est directement lié aux tensions sur les prix sur les marchés internationaux.

Beurre plaquette moyen (moyenne pondérée)

Formation des prix

Graphique 131



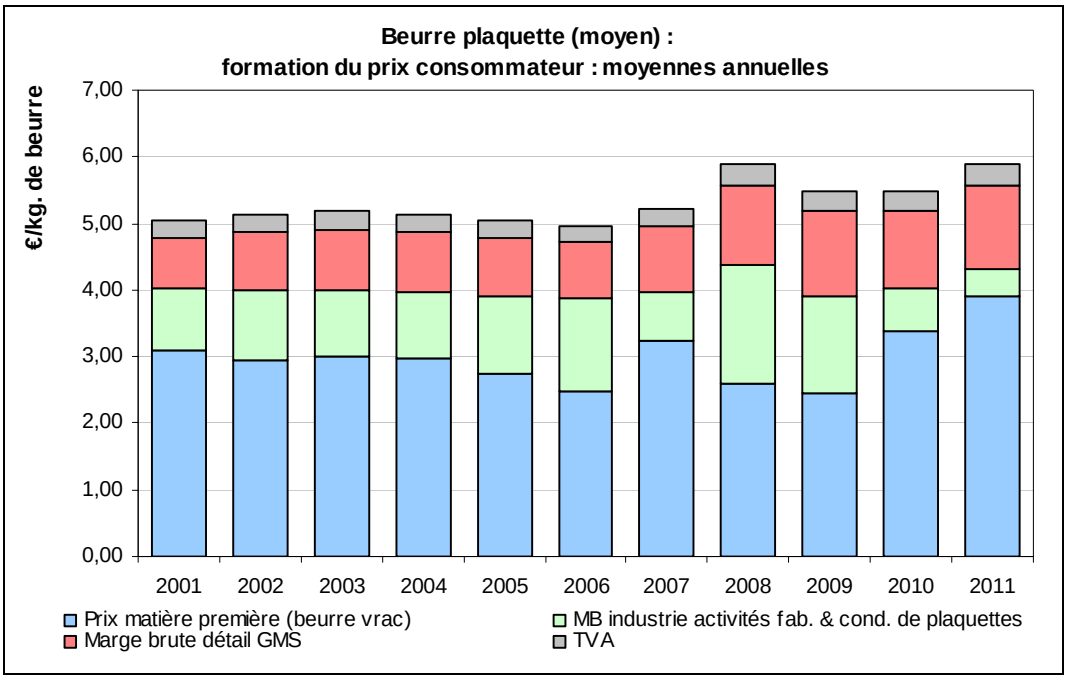
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Le prix du beurre vrac en France est corrélé aux marchés internationaux et connait depuis 2007 une forte volatilité, après des années de stabilité. Ce brutal changement de contexte économique est notamment lié au démantèlement des mesures d'intervention communautaires, en particulier l'aide à l'incorporation de beurre destiné aux industries agro-alimentaires (dit beurre pâtissier-glacier) concernant à l'époque un quart des volumes de beurre fabriqués.

Compte tenu de ces fortes fluctuations, la marge brute industrielle de l'activité de fabrication et conditionnement des plaquettes de beurre a connu de fortes évolutions, notamment en 2007, où elle a été très fortement comprimée, et apparaitrait même, ici, négative. Cette flambée des cours du beurre n'a en effet pas été immédiatement répercutée à la distribution, ni au consommateur, et a été différée et amortie, compte tenu de l'existence de contrats de fourniture du beurre à moyen terme.

En revanche, on le verra, le segment beurre « premier prix » basé sur des contrats courts (au mois), a été immédiatement affecté, au point de disparaitre des rayons pendant quelques temps.

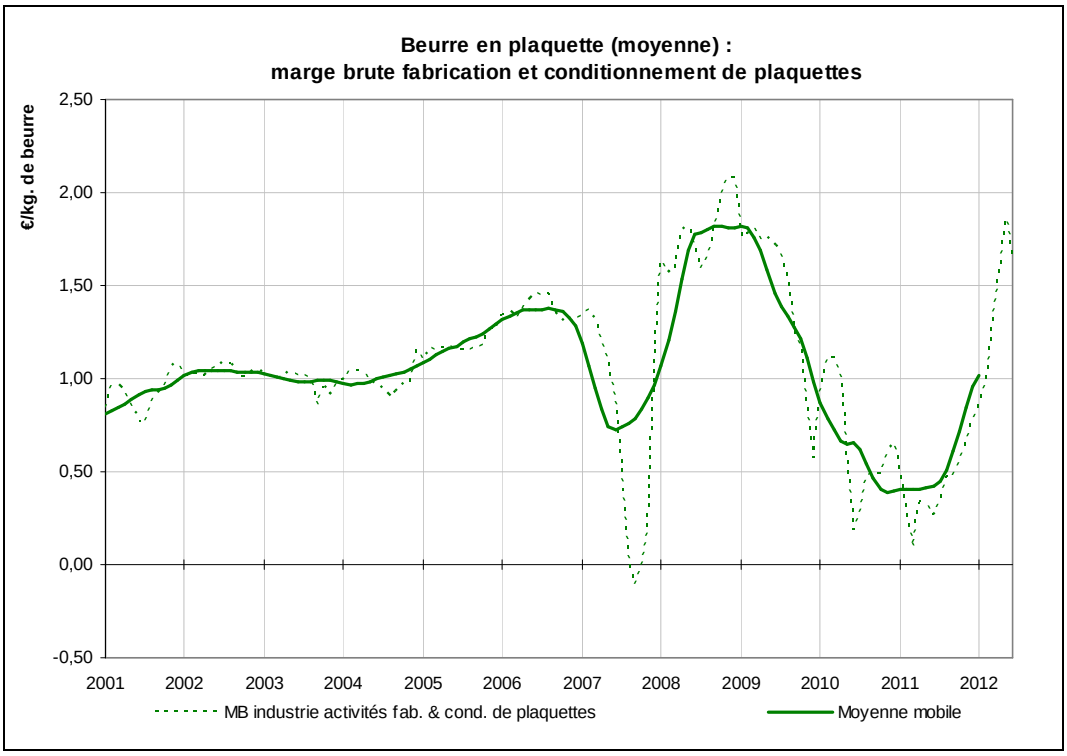
Graphique 132



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

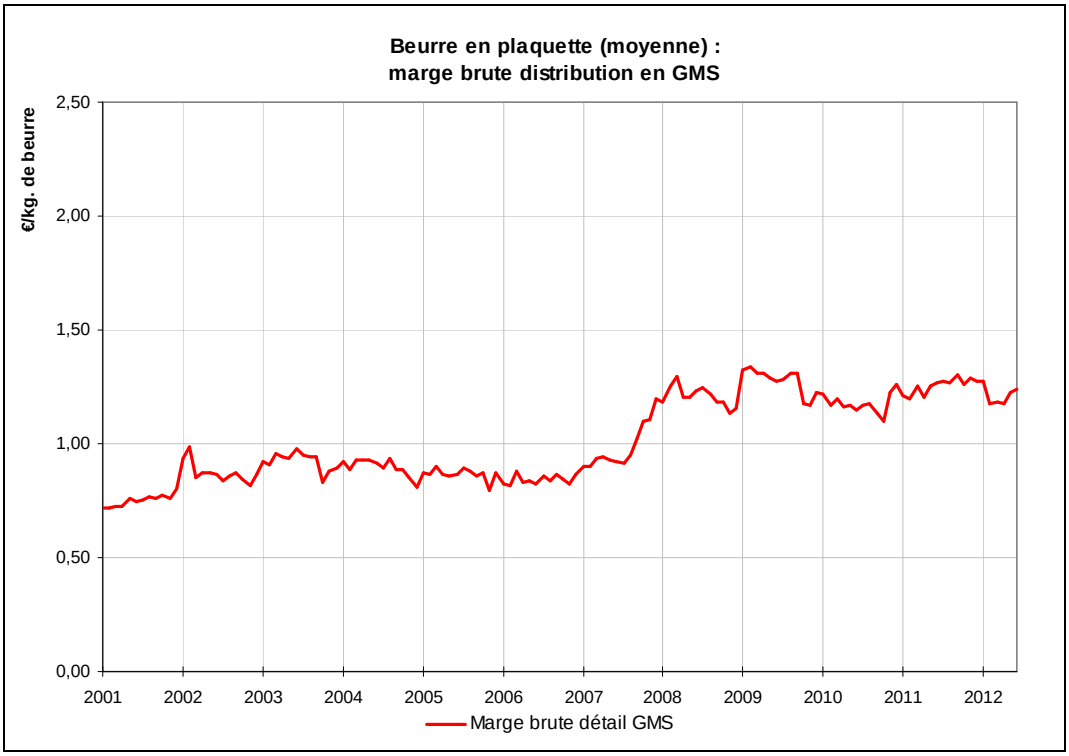
Marges brutes aux différents stades de la filière

Graphique 133



Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 134

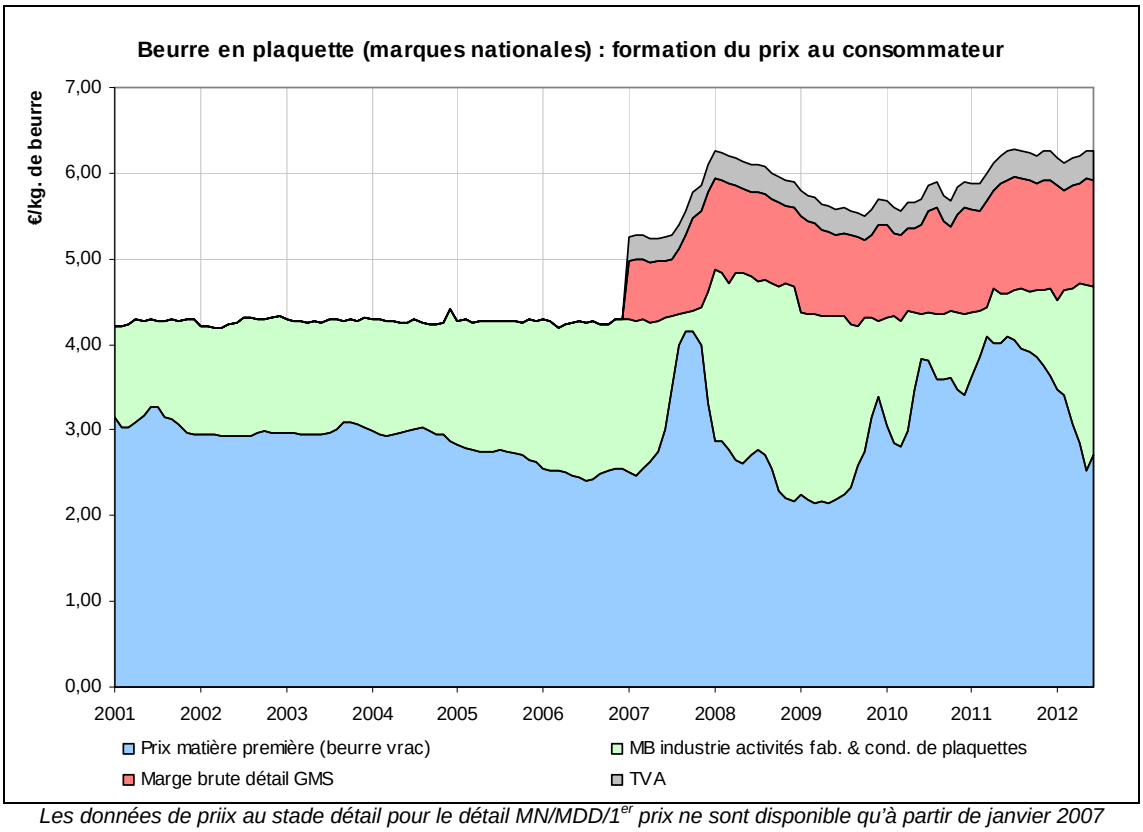


Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Beurre plaquette Marque Nationale

Formation du prix

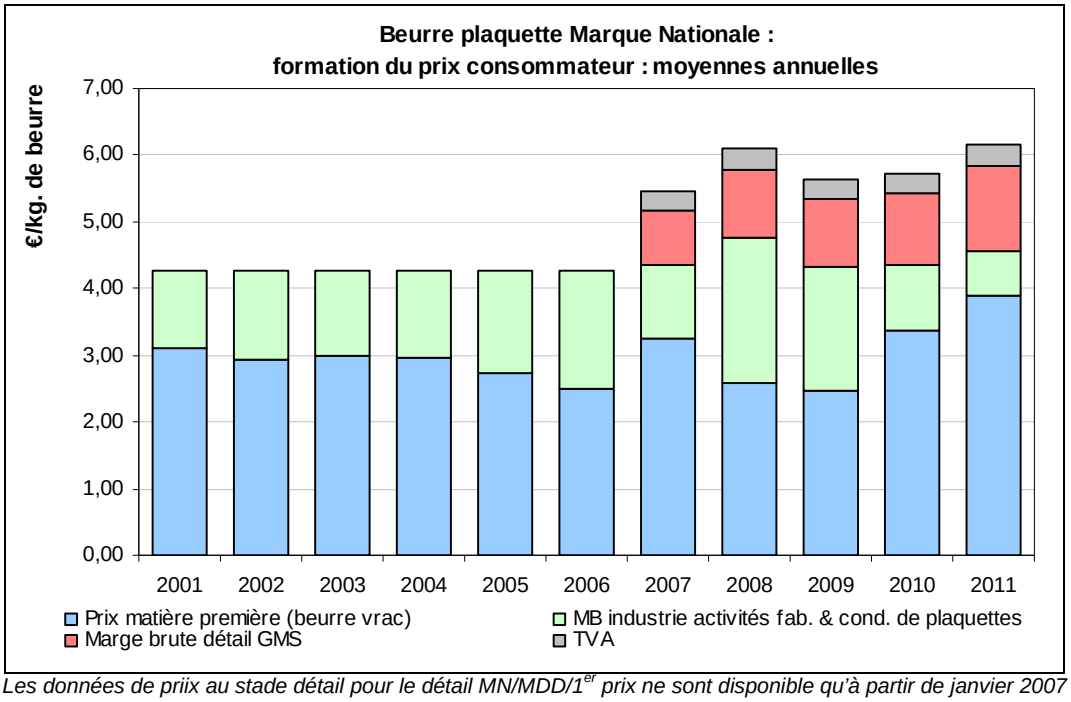
Graphique 135



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 136

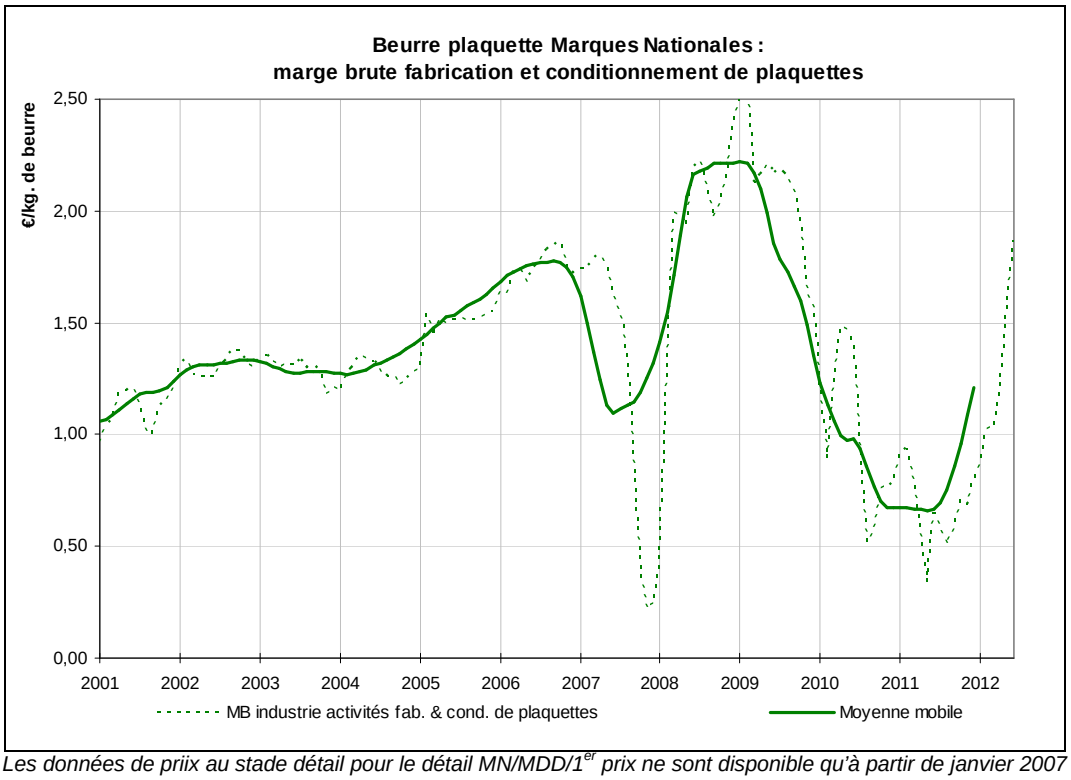


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Marges brutes aux différents stades de la filière

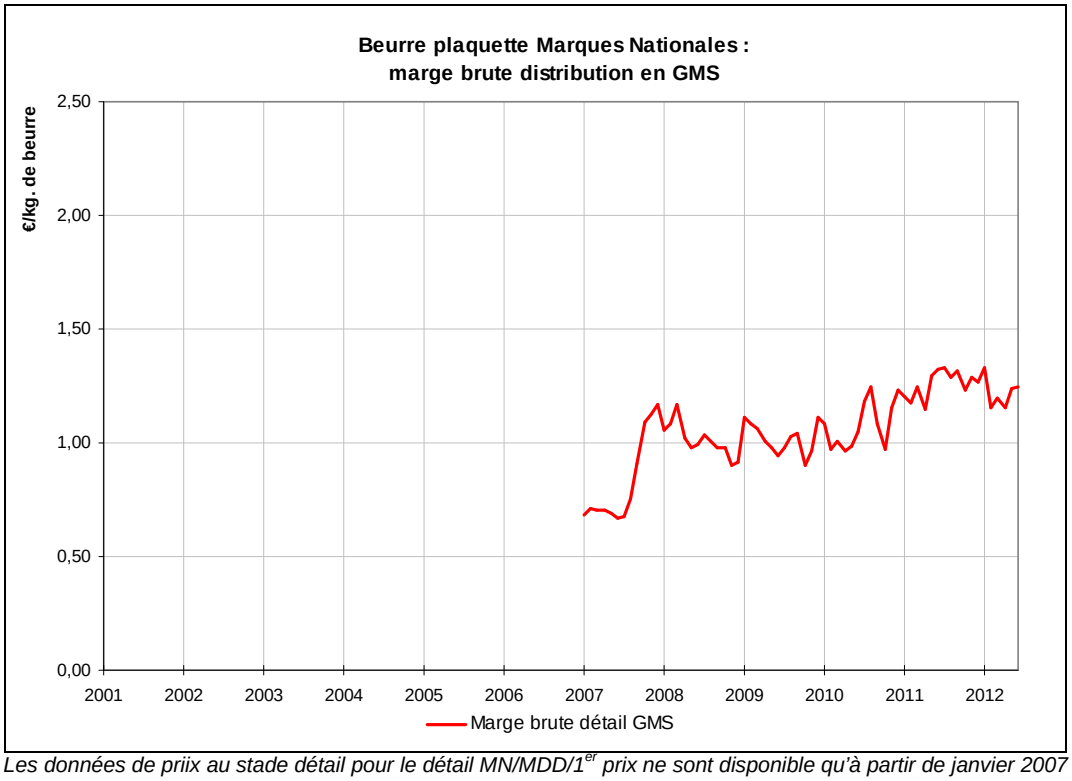
Graphique 137



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 138



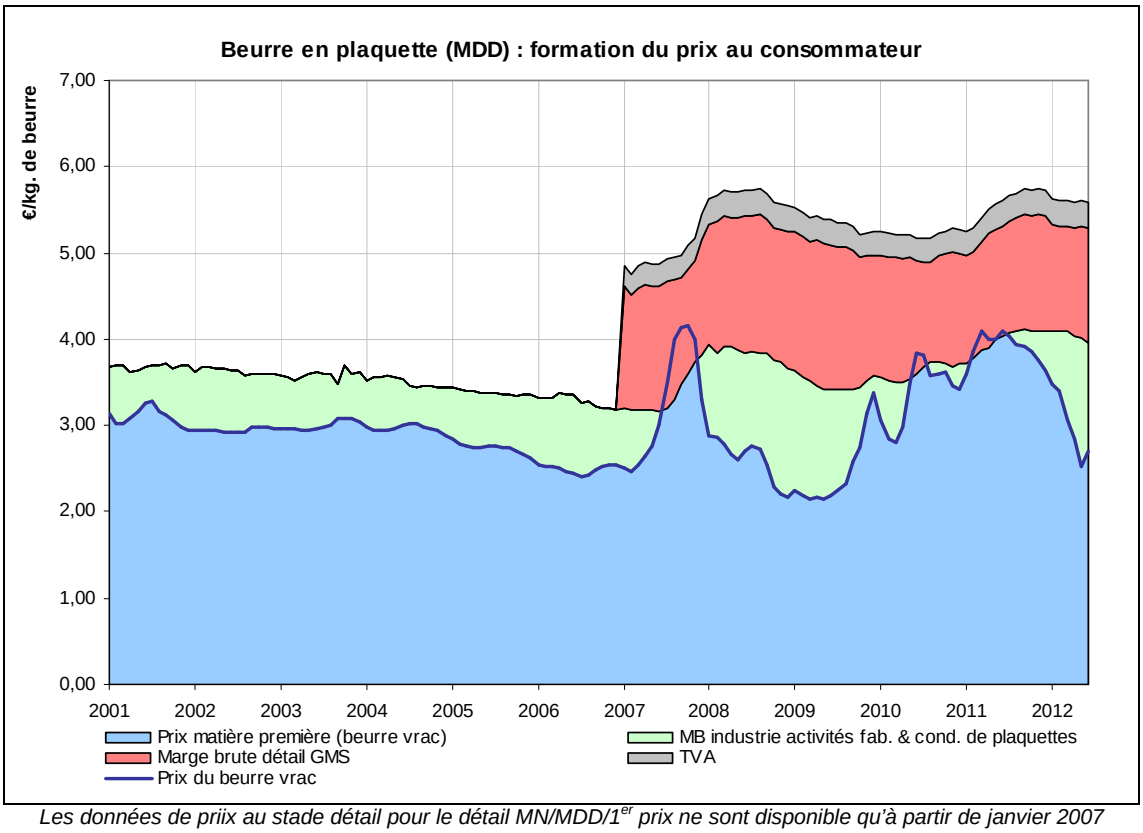
Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Beurre plaquette MDD

Formation du prix

Graphique 139

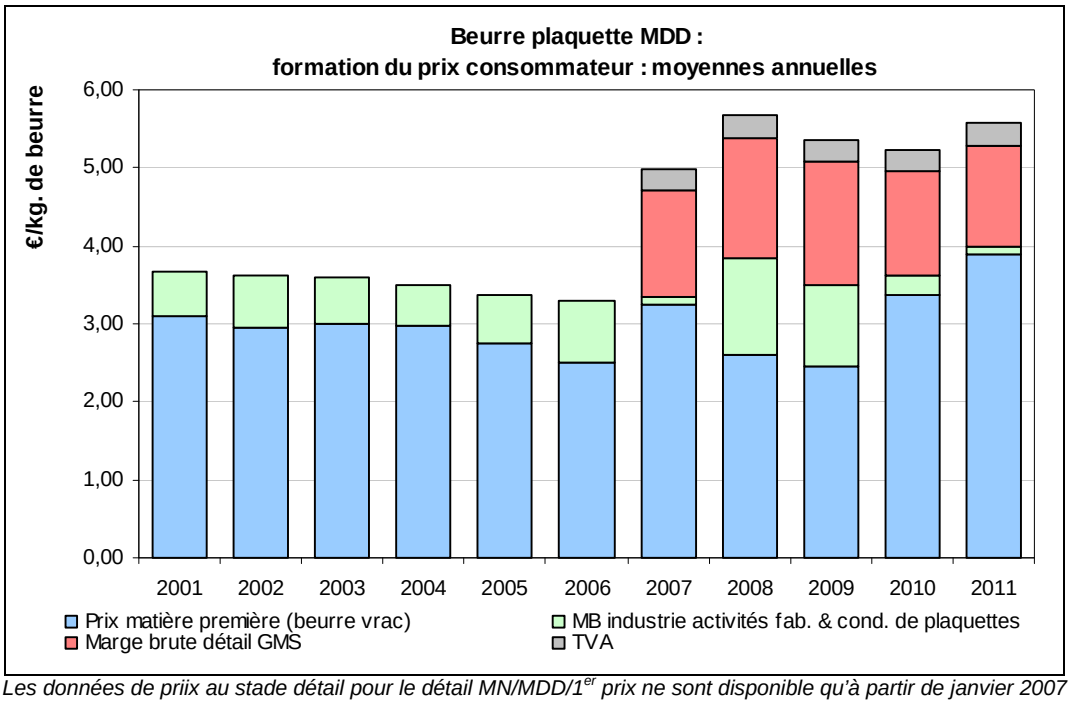


Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Lors de l'envolée des prix du beurre sur les marchés internationaux en 2007 (et dans une moindre meure en 2010-2011), compte tenu des contrats de livraisons entre les industriels et la distribution, l'activité de fabrication et conditionnement de plaquettes de beurre s'est faite, sur certains mois de l'année, à marge brute négative, les hausses de prix ayant été différées et amorties dans le temps de façon encore plsu nette que sur les marques nationales.

Graphique 140



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

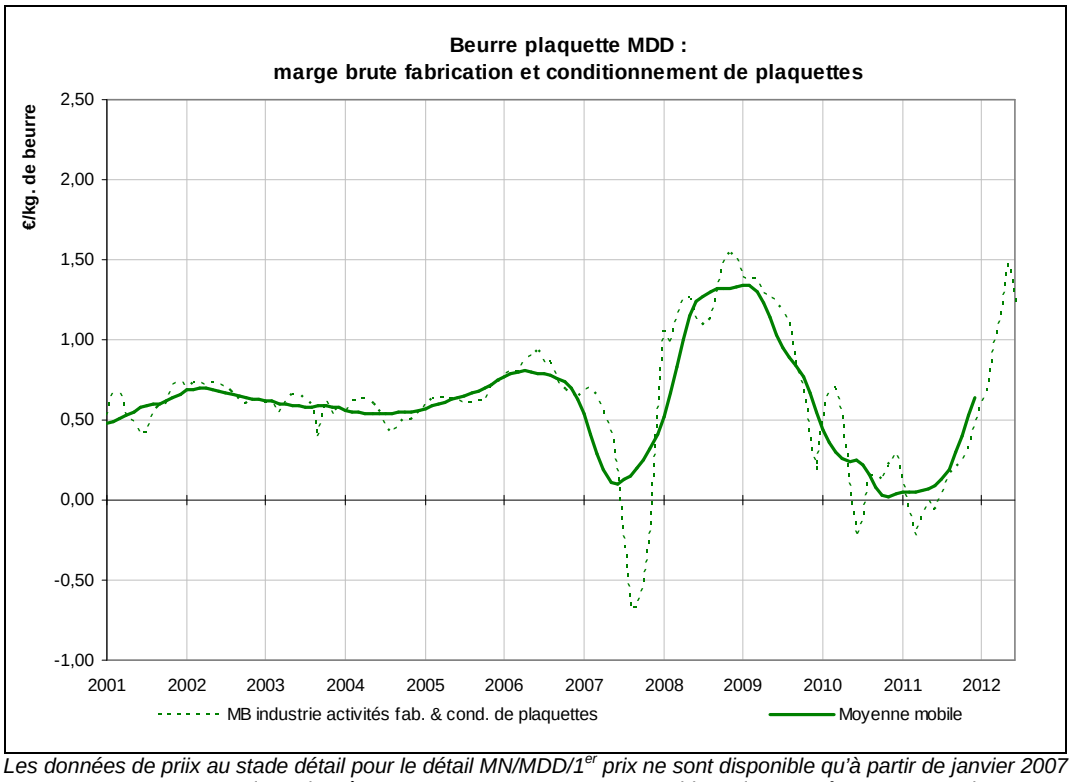
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

La moyennne annuelle montre bien qu'au-delà de pertes ponctuelles, la marge brute de l'activité industrielle de fabrication et conditionnement de plaquettes a été très fortement comprimée en 2007, ainsi qu'en 2010 et 2011.

Une nouvelle fois, cette analyse de la formation des prix des produits laitiers montre bien que la situation sur un produit ou une activité donnés est étroitement liée au reste de la filière.

Marges brutes aux différents stades de la filière

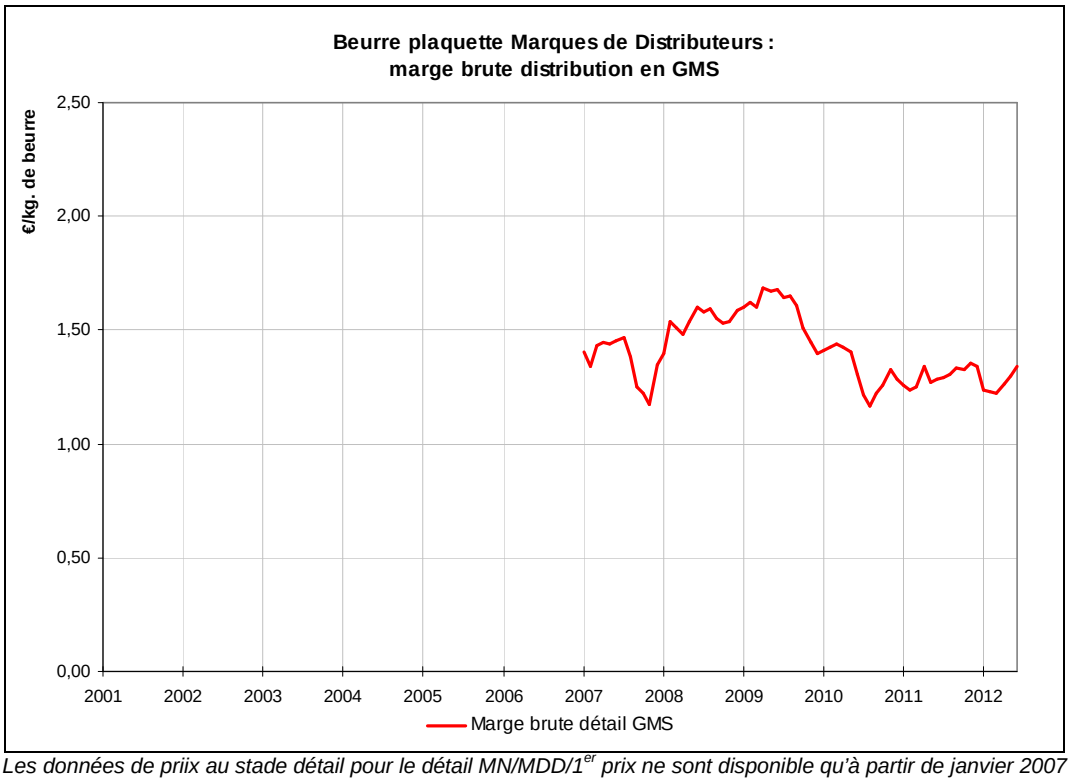
Graphique 141



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 142



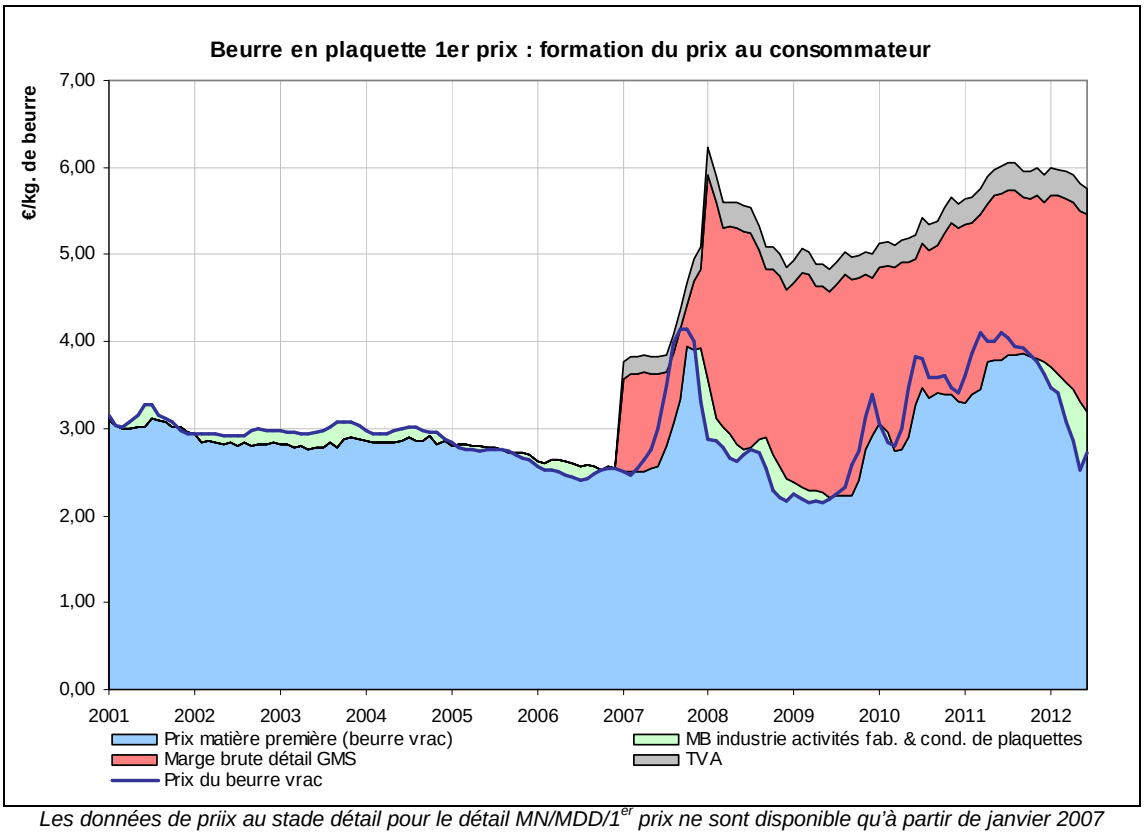
Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Beurre plaquette premier prix

Formation du prix

Graphique 143



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Le prix de vente industriel du beurre premier prix apparait très étroitement corrélé au prix du beurre vrac, avec à la fois une importante répercussion des variations de prix, et un temps de réponse très court. Il s'agit d'un marché spot ou à contrats courts (au mois), très peu soumis à des contrats moyen ou long terme, à l'inverse des beurres MN ou MDD.

Ainsi, suite à l'envolée des cours internationaux du beurre au second semestre 2007, le beurre premier prix avait finalement quasiment disparu des rayons. Dans le cas contraire, il aurait été commercialisé à un prix supérieur au beurre de marque nationale, pour lequel la hausse avait été lissée par les contrats moyen terme.

Historique volumes beurre 1er prix QA HMSMHD

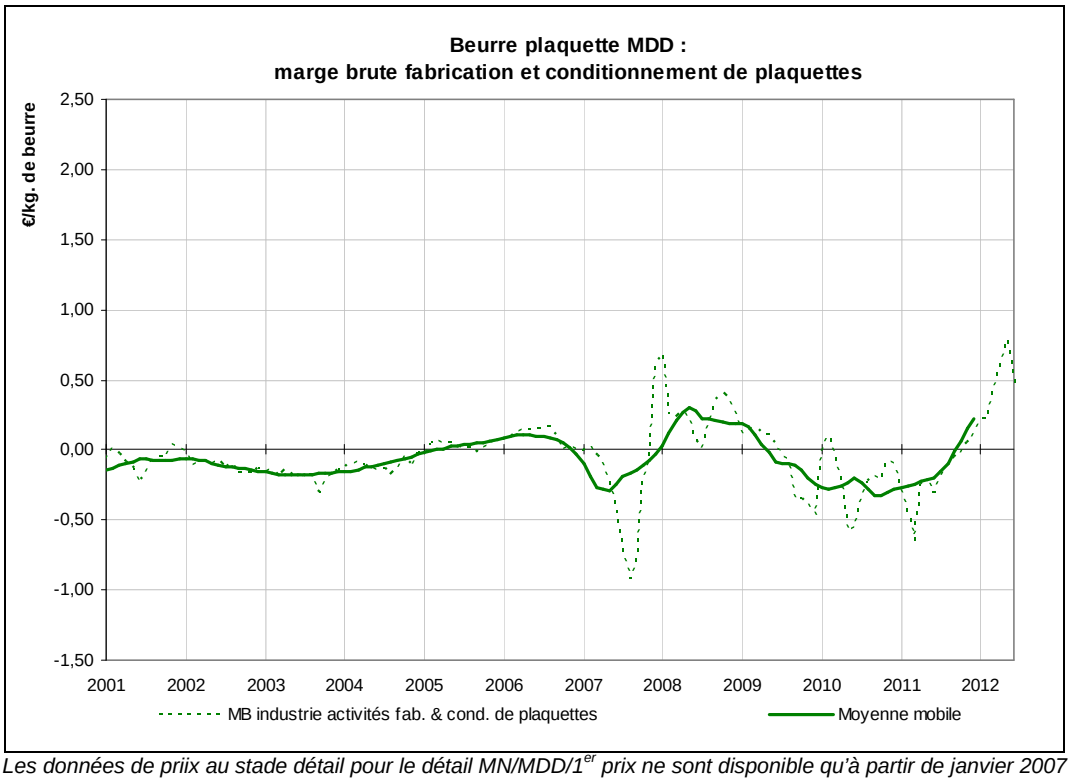
Quelle que soit la période analysée, la marge brute industrielle sur les activités de fabrication et conditionnement des plaquettes de beurre premier prix apparait extrèmement faible, et régulièrement négative depuis 2007 et l'évolution des marchés des produits industriels. Cela indiquerait que cette activité ne peut être que marginalement le fait de malaxeurs – conditionneurs (hors situations particulières : écoulement de stocks...), et que la production de plaquettes premier prix serait principalement dûe à des fabricants de beurre, pour lesquelles elle constituerit une alternative directe au marché du beurre vrac (beurre en cubes de 25 kg. à destination des IAA ou des marchés internationaux).

L'étroite corrélation, entre le prix de vente industriel des plaquettes premier prix et le prix du beurre vrac permet de comprendre le recul de ce segment de marché depuis 2008. La fabrications de plaquettes de beurre premier prix en elle-même ne génère en effet de marge brute positive (sans même parler des charges liées…) que lorsque le prix du beurre vrac est à la baisse et que les débouchés du vrac sont limités.

Une analyse complémentaire avec des données antérieures à l'année 2007 reste à développer.

Marges brutes aux différents stades de la filière

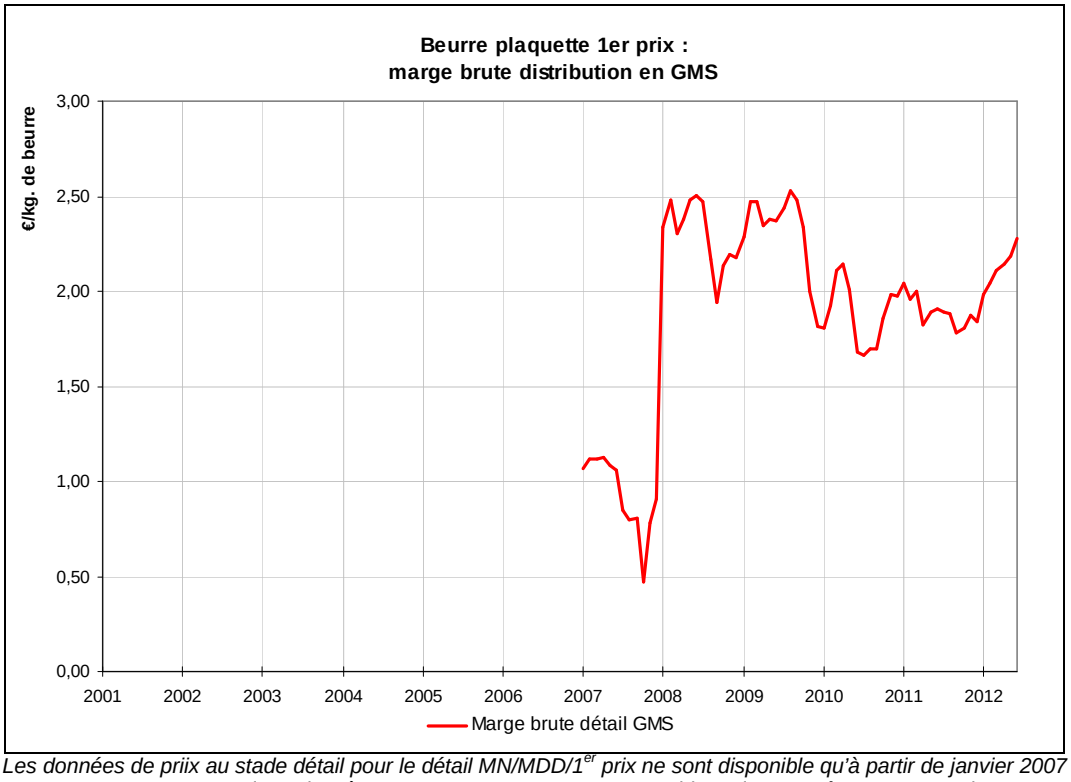
Graphique 144



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 145



Les données de priix au stade détail pour le détail MN/MDD/1er prix ne sont disponible qu'à partir de janvier 2007
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, INSEE, ATLA, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

3. COMPTES DES INDUSTRIES LAITIERES

Les statistiques des industries agroalimentaires élaborées par le SSP répartissent les entreprises de la transformation laitière entre quatre secteurs, définis par la nature des productions principales :

- secteur 10.51A : Fabrication de lait liquide et produits frais ;
- secteur 10.51B : Fabrication de beurre (et fabrication de pâtes à tartiner laitières) ;
- secteur 10.51C : Fabrication de fromages ;
- secteur 10.51D : Fabrication d'autres produits laitiers.

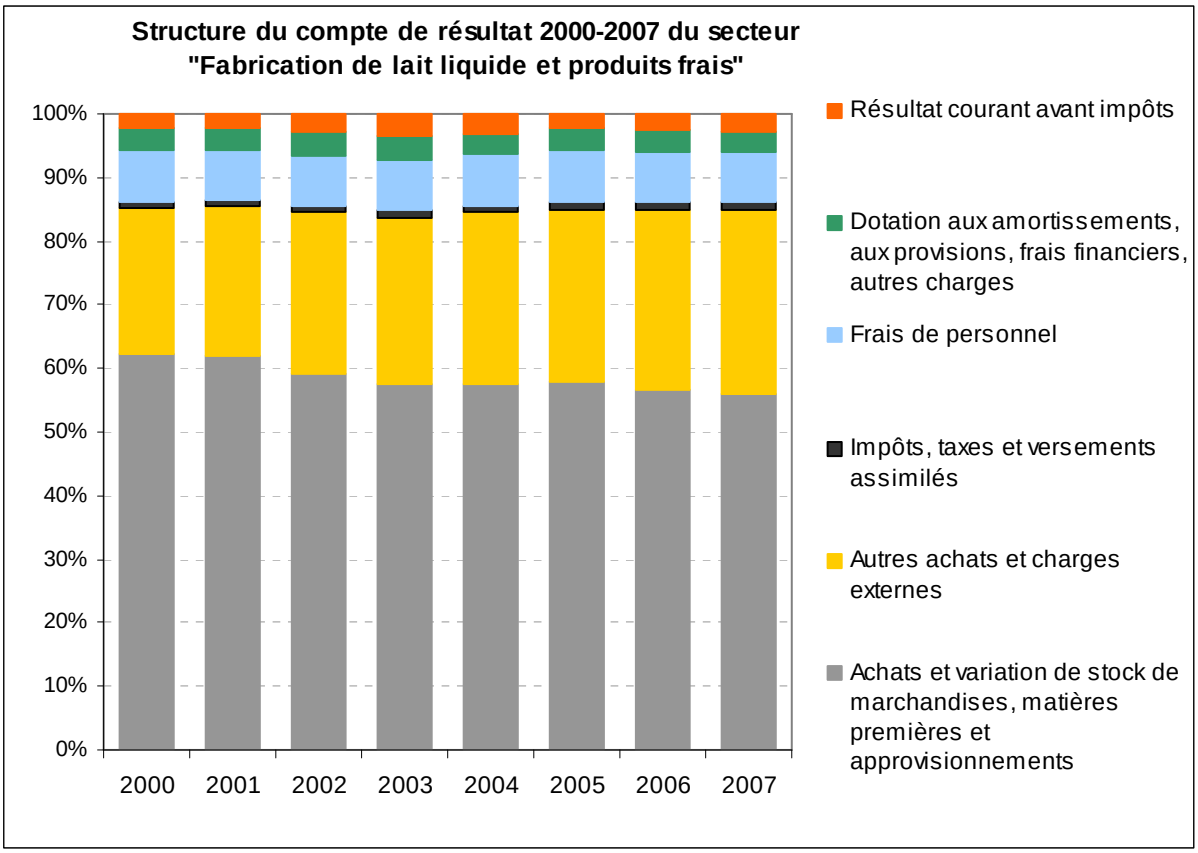
Les comptes disponibles à la date de rédaction du rapport 2012 couvrent les années 2000-2009.
Ils permettent d'identifier et d'évaluer les coûts constitutifs des marges brutes de transformation, ainsi que leur évolution sur cette période.
Néanmoins, comme évoqué au chapitre 2, la révision de la nomenclature ainsi que le changement de dispositif d'enquête ont créé une rupture de série entre les années 2000-2007 et 2009. Les données de l'année 2008, au stade de détail étudié par l'OFPM pour les industries laitières, ne sont pas disponibles.
C'est pourquoi nous présentons ci-après deux séries de graphiques pour les mêmes données : 2000-2007 d'une part et 2009 d'autre part.

3.1. Comptes du secteur Fabrication de lait liquide et produits frais

3.1.1. Structure du compte de résultat du secteur Fabrication de lait liquide et produits frais

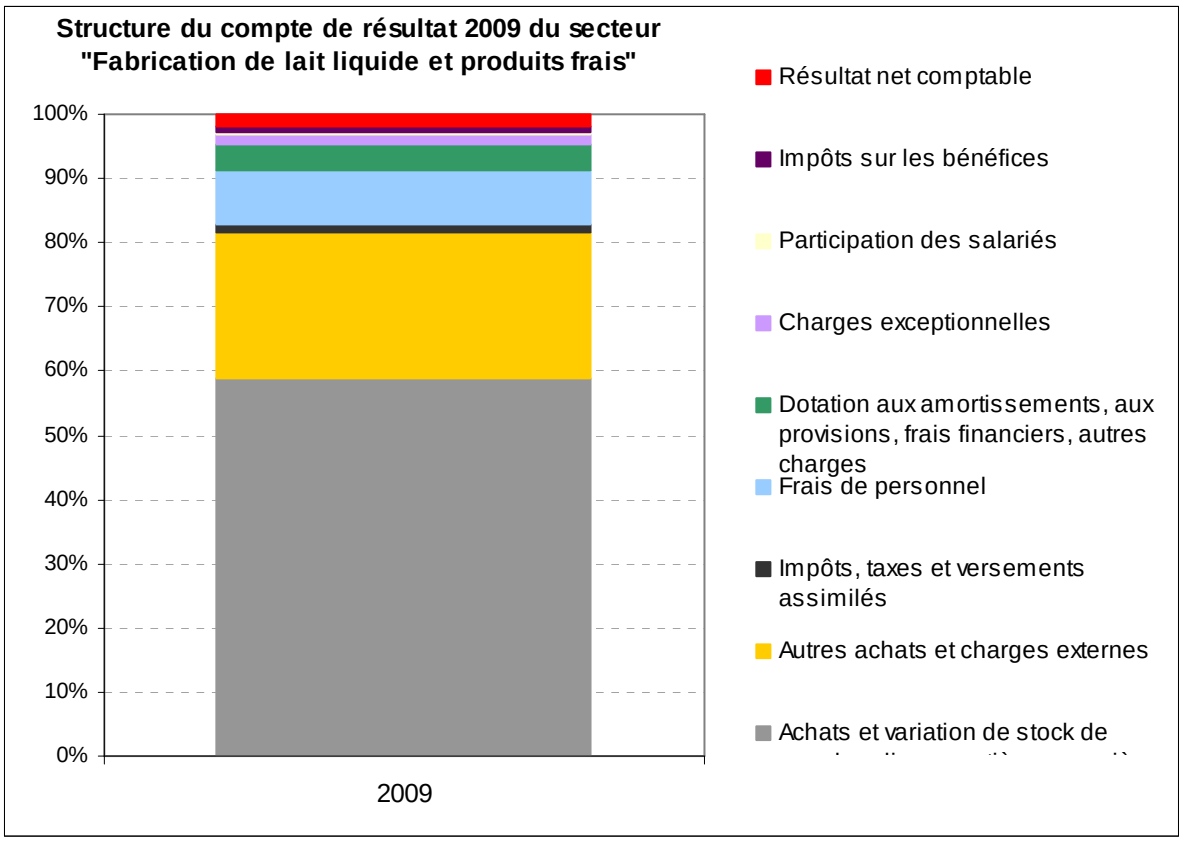
La structure du compte de résultat montre le poids important de la matière première (plage grisée dans les graphiques) dans la valeur produite. On peut le comparer au poids de l'ensemble des autres charges qui constituent la « marge brute de transformation » (les autres plages dans les graphiques).
Dans la « marge brute de transformation » le poids des « autres achats et charges externes » est dominant. Il est constitué de l'ensemble des approvisionnements et services autres que la matière première, dont énergie, emballages …
Le « bénéfice » est apprécié entre 2000 et 2007 au niveau du résultat courant avant impôts (qui est le bénéfice hors résultat d'opérations exceptionnelles) puis au niveau résultat net à partir de 2009. Ce « bénéfice » ne représente que quelques points par rapport à la marge brute.

Graphique 146



Source : SSP – Agreste

Graphique 147



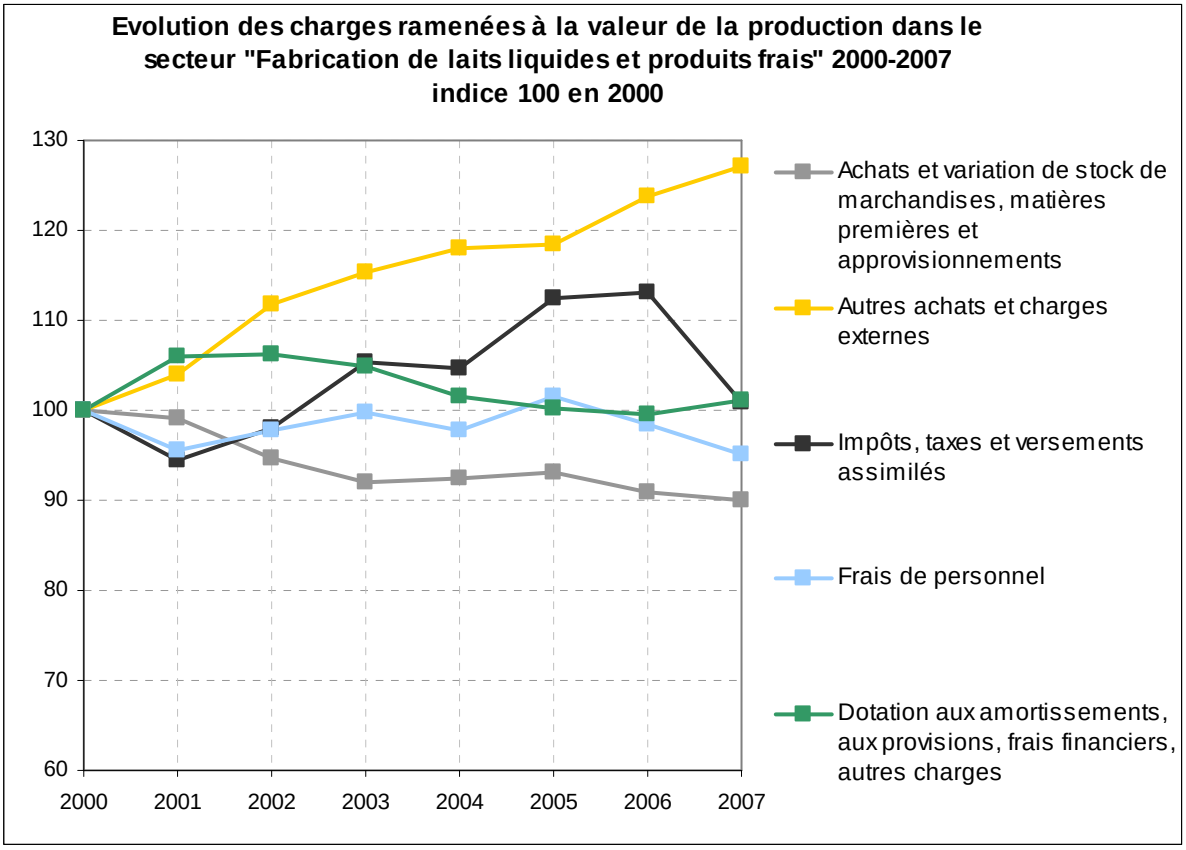
3.1.2. Evolution d'indicateurs du secteur Fabrication de lait liquide et produits frais

L'évolution des charges ramenées à la valeur de la production montre le poids croissant des « autres achats et charges externes » dans la valeur produite dû notamment à l'accroissement du coût des emballages et de l'énergie.
Inversement, la part de la matière première diminue, cette charge augmente donc moins vite que les charges externes. Ceci est lié au degré croissant d'élaboration des produits du secteur (évolution des « produits frais ») et à la hausse des prix des charges autres que la matière première.

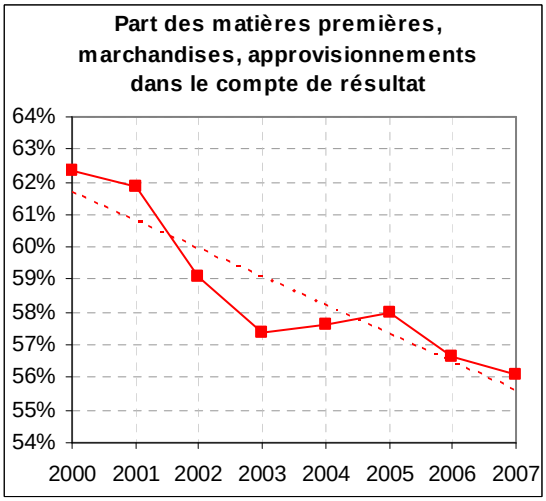
L'évolution de la marge brute et du résultat courant rapportés à la valeur de la production (le rapport étant exprimé en indice avec la valeur 100 en 2000) illustre la différence entre marge brute et bénéfice et les évolutions éventuellement divergentes des deux soldes.

L'évolution des prix de la matière première (lait sortie ferme) et des produits du secteur illustre la liaison plus ou moins forte entre ces deux prix, notamment la transmission des hausses et des baisses de l'amont vers l'aval. En 2009, le prix du lait payé aux producteurs a diminué et le prix des produits sortie usine a suivi cette évolution à la baisse par rapport à 2008. En 2010-2011, matière première et prix des produits augmentent.

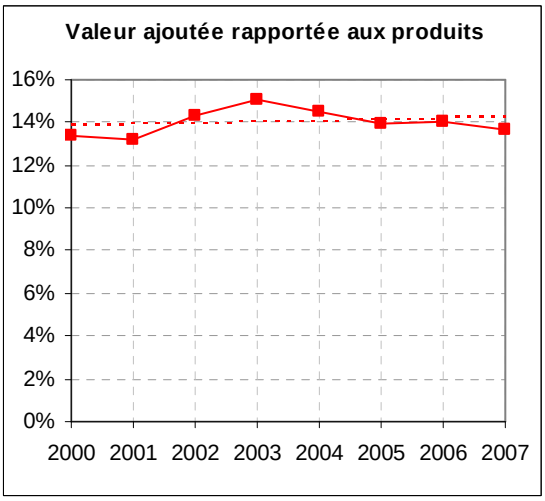
Graphique 148



Graphique 149

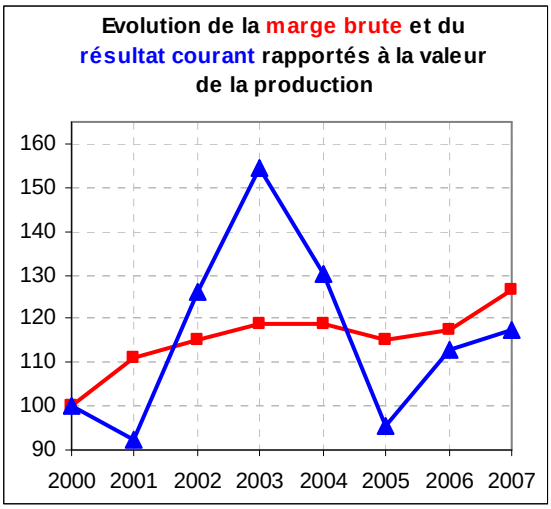


Graphique 150

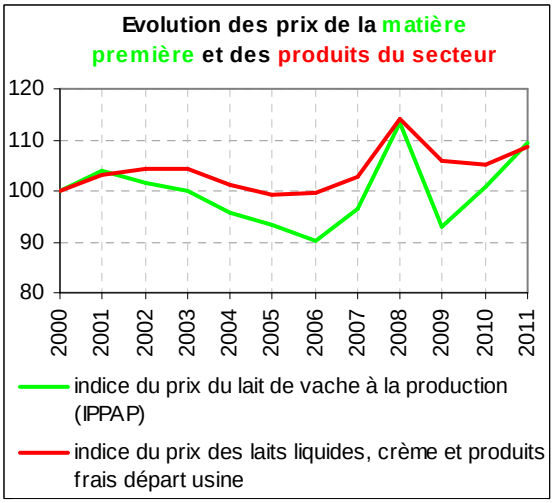


Sources : SSP

Graphique 151



Graphique 152



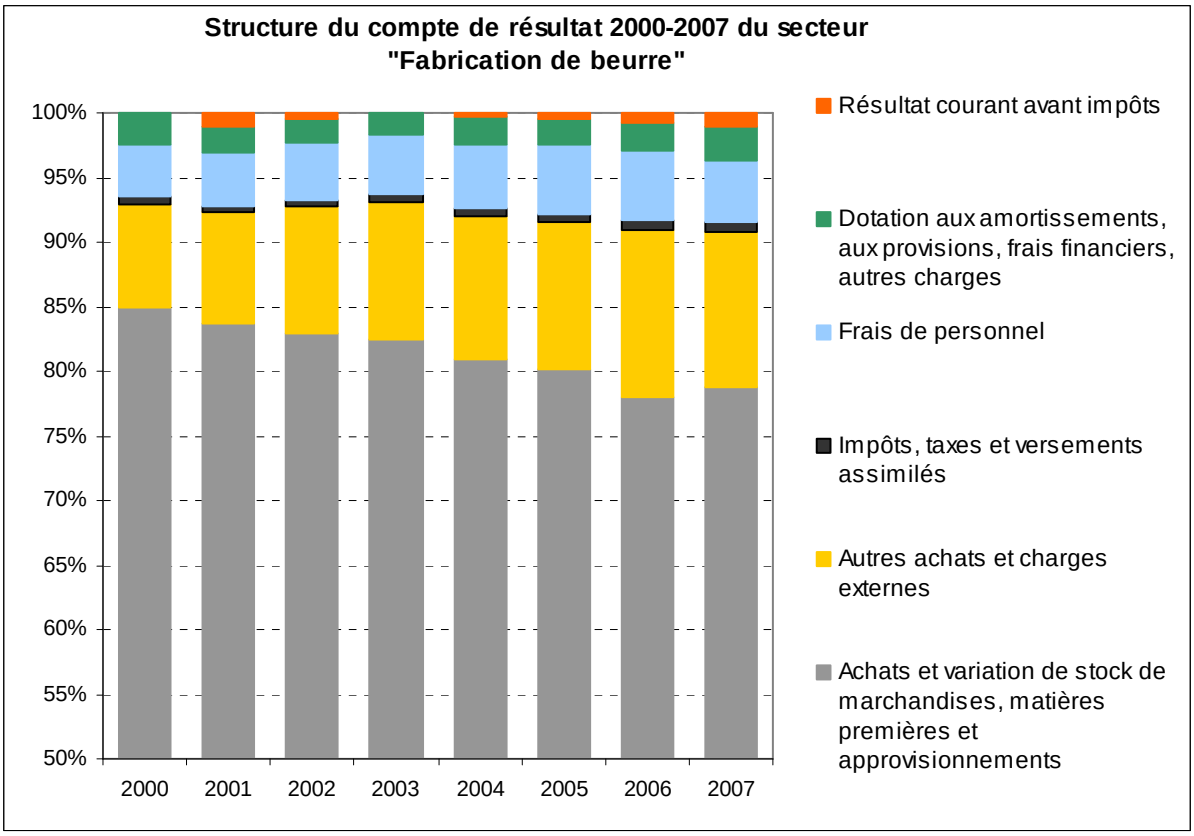
Sources : SSP – Agreste ; INSEE

3.2. Comptes du secteur Fabrication de beurre

3.2.1. Structure du compte de résultat du secteur Fabrication de beurre

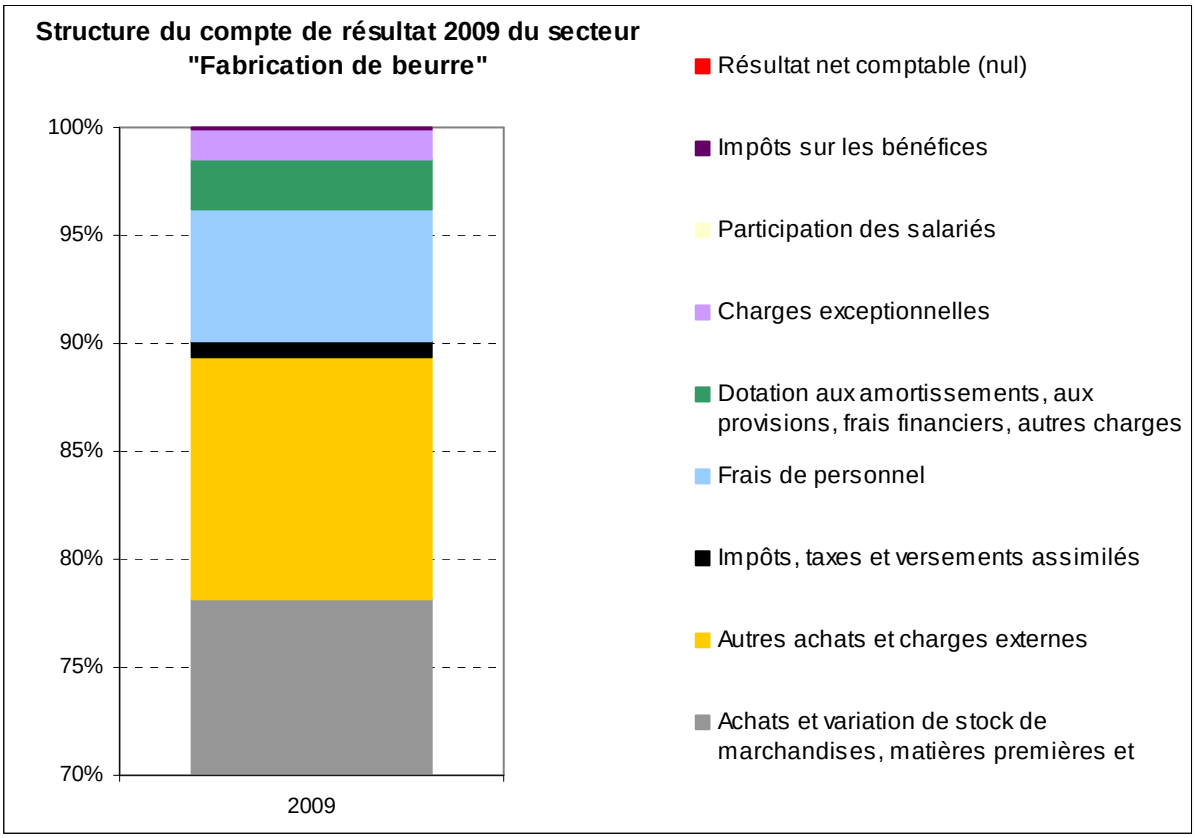
La structure du compte de résultat montre le poids de la matière première (plage grisée dans les graphiques) dans la valeur produite. Ce poids, bien qu'en diminution, est très important dans le secteur de la fabrication du beurre par rapport aux autres secteurs de l'industrie laitière.
L'ensemble des autres charges, qui constituent la « marge brute de transformation » (les autres plages dans les graphiques) est de plus en plus dominé par les « autres achats et charges externes » : ensemble des approvisionnements et services autres que la matière première, et particulièrement l'énergie et les emballages dont les prix ont augmenté.
Le « bénéfice » est apprécié entre 2000 et 2007 au niveau du résultat courant avant impôts (qui est le bénéfice hors résultat d'opérations exceptionnelles et avant impôt sur les sociétés) puis au niveau résultat net à partir de 2009. Ce « bénéfice » ne représente que quelques points de pourcentage de la marge brute et est plus faible que dans les autres secteurs industriels laitiers. Il est négatif certaines années (2000, 2003).

Graphique 153



Source : SSP – Agreste

Graphique 154

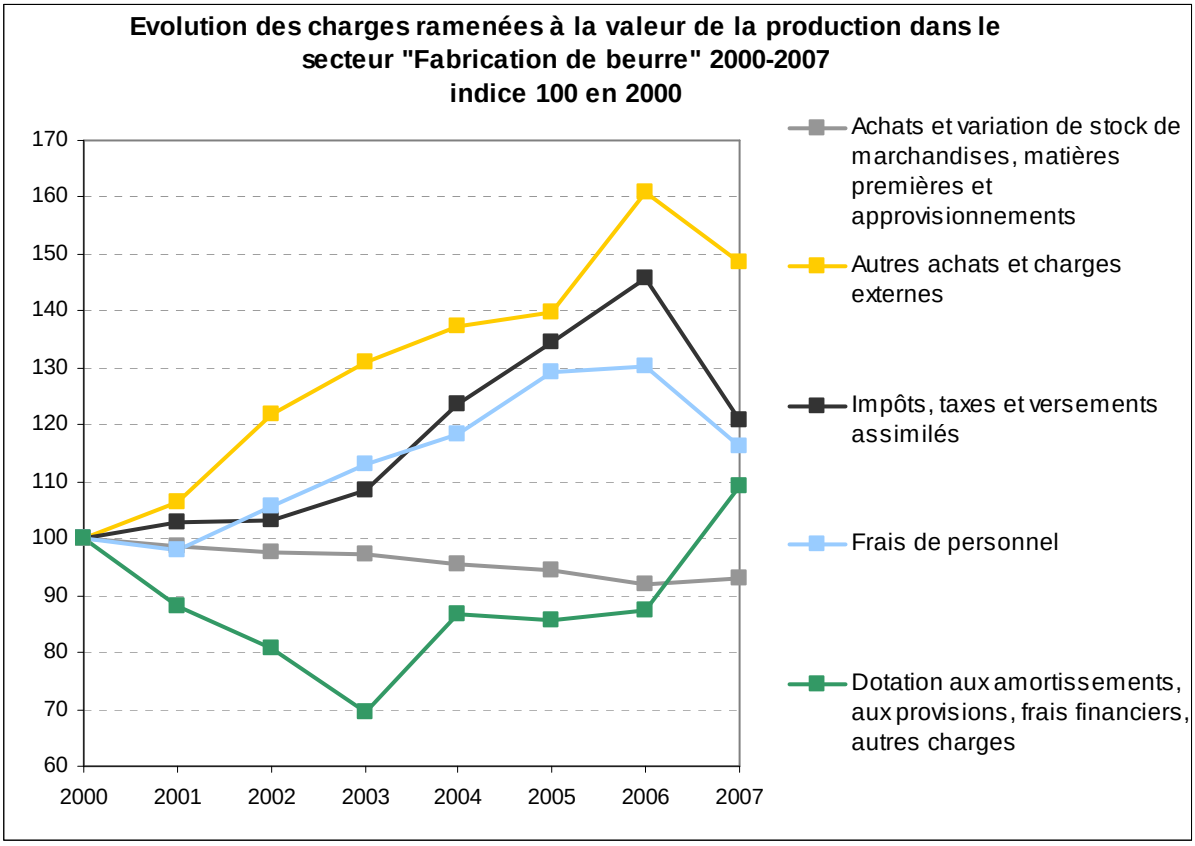


Source : SSP – Agreste

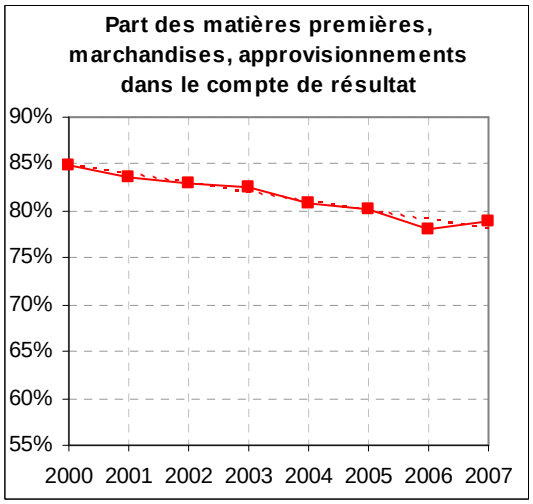
3.2.2. Evolution d'indicateurs du secteur Fabrication de beurre

L'évolution des charges ramenées à la valeur de la production montre le poids croissant des « autres achats et charges externes » dans la valeur produite par l'industrie de la fabrication du beurre, sous l'effet de la hausse des prix des charges hors matière première et du degré croissant d'élaboration des produits.
Inversement, la part de la matière première diminue. Ceci est lié à la fois au degré d'élaboration croissant des produits du secteur (qui recouvre, outre le beurre « classiques », des beurres allégés, des pâtes à tartiner…) et à l'évolution des prix des charges externes.
L'évolution de la marge brute et du résultat courant rapportés à la valeur de la production (le rapport étant exprimé en indice avec la valeur 100 en 2000) illustre la différence entre marge brute et bénéfice et les évolutions éventuellement divergentes des deux soldes.
L'évolution des prix de la matière première (lait sortie ferme) et des produits du secteur illustre la liaison plus ou moins forte entre ces deux prix, notamment la transmission des hausses et des baisses de l'amont vers l'aval. Comme pour le lait liquide, le prix du beurre a été élevé en 2008 et a baissé en 2009.

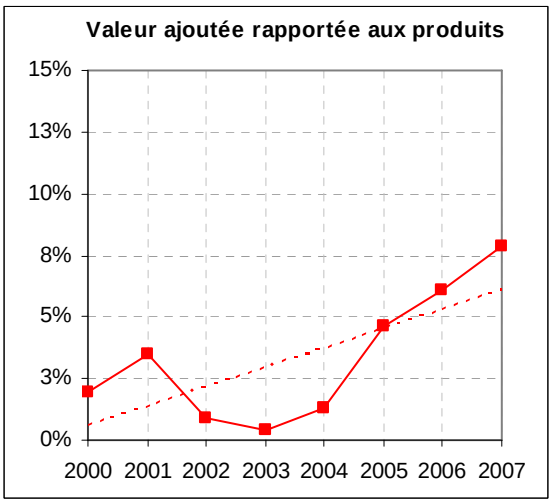
Graphique 155



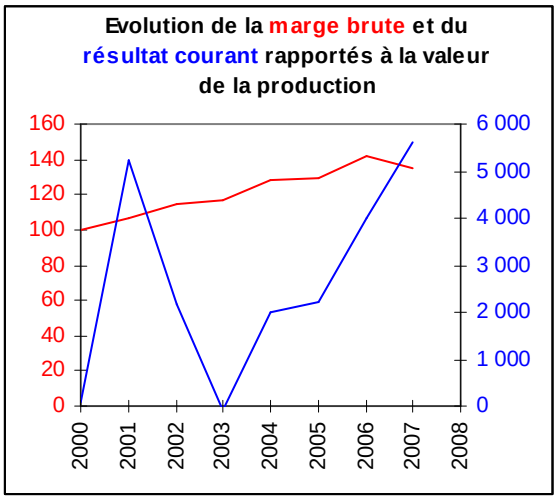
Graphique 156



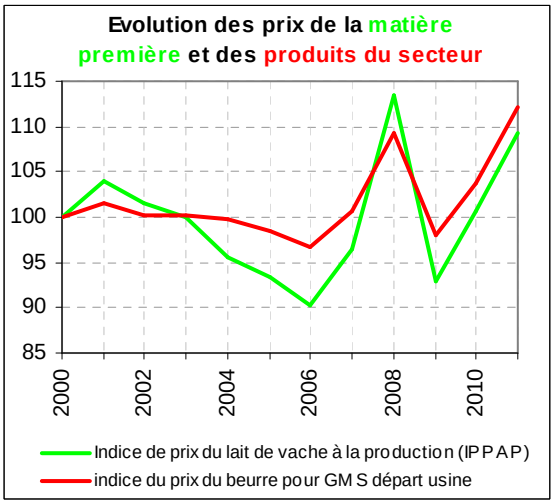
Graphique 157



Graphique 158



Graphique 159



Sources : SSP – Agreste, INSEE

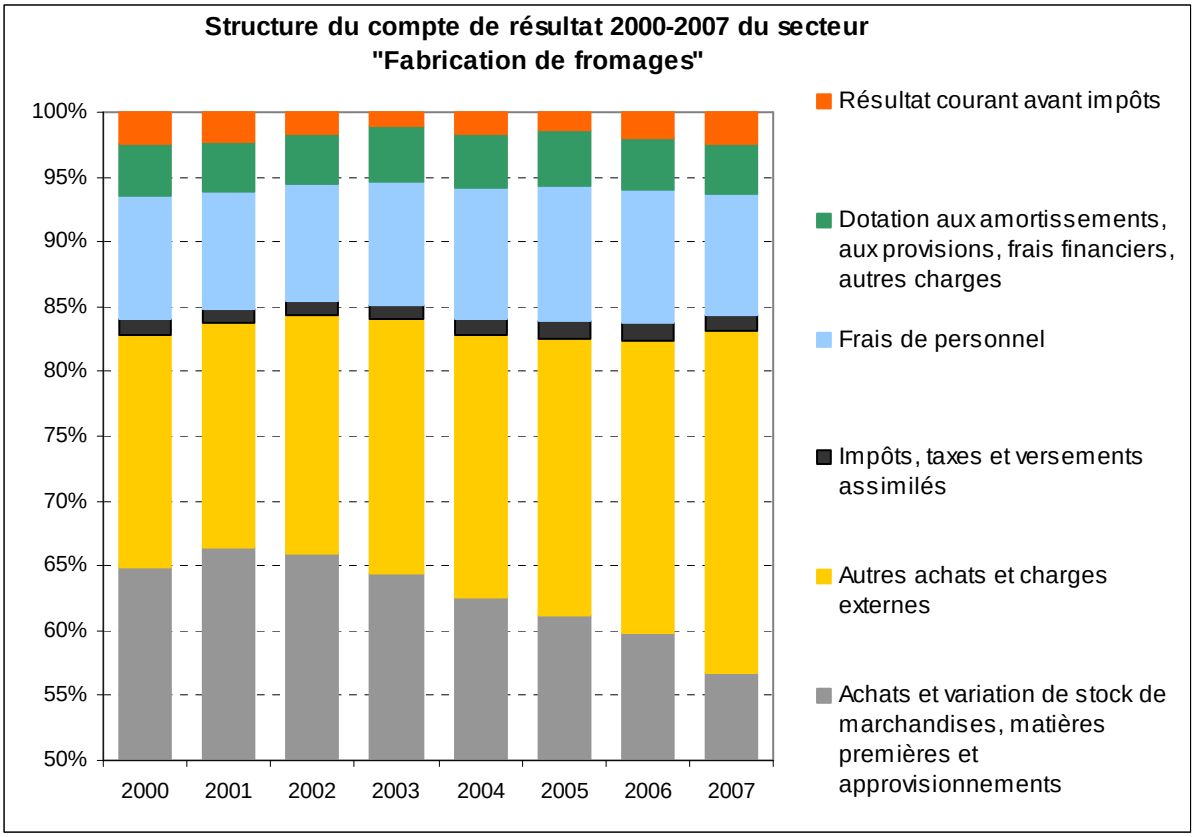
3.3. Comptes du secteur Fabrication de fromage

3.3.1. Structure du compte de résultat du secteur Fabrication de fromage

La structure du compte de résultat montre le poids de la matière première (plage grisée dans les graphiques) dans la valeur produite par le secteur « fabrication de fromage ». Ce poids est moins important que dans le secteur «fabrication de beurre » et sensiblement plus élevé que dans le secteur « lait et produits frais ».
L'ensemble des autres charges qui constituent la « marge brute de transformation » (les autres plages dans les graphiques) est dominé par les « autres achats et charges externes » : ensemble des approvisionnements et services autres que la matière première, dont énergie, emballages ... Les « autres achats et charges externes » et les frais de personnel sont en croissance.
Le « bénéfice » est apprécié entre 2000 et 2007 au niveau du résultat courant avant impôts (qui est le bénéfice hors résultat d'opérations exceptionnelles) puis au niveau résultat net à partir de 2009. Ce « bénéfice » est ici plus important que dans le secteur « Fabrication de beurre ».

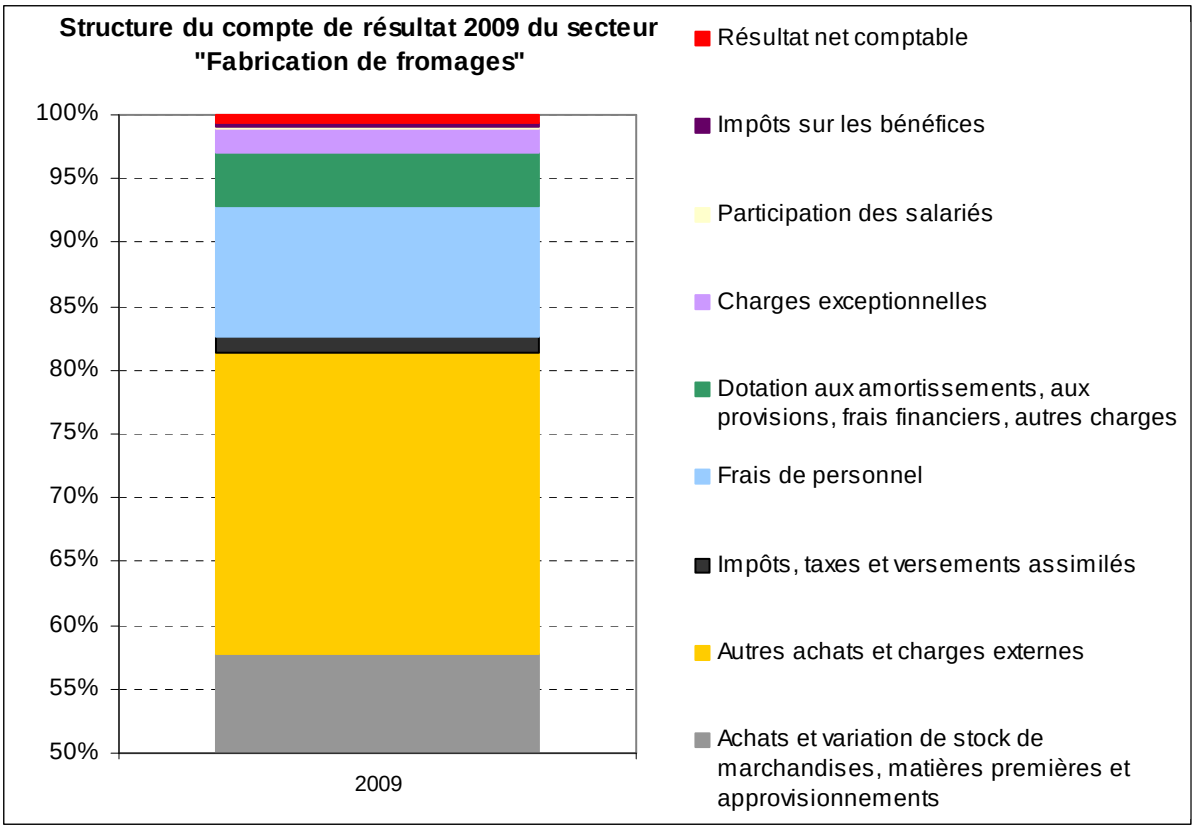
L'évolution des charges ramenées à la valeur de la production montre le poids croissant des « autres achats et charges externes » dans la valeur produite.
Inversement, la part de la matière première diminue. Ceci est lié à la fois au degré d'élaboration des produits du secteur et à l'évolution des prix des charges externes.

Graphique 160



Source : SSP – Agreste

Graphique 161



Source : SSP – Agreste

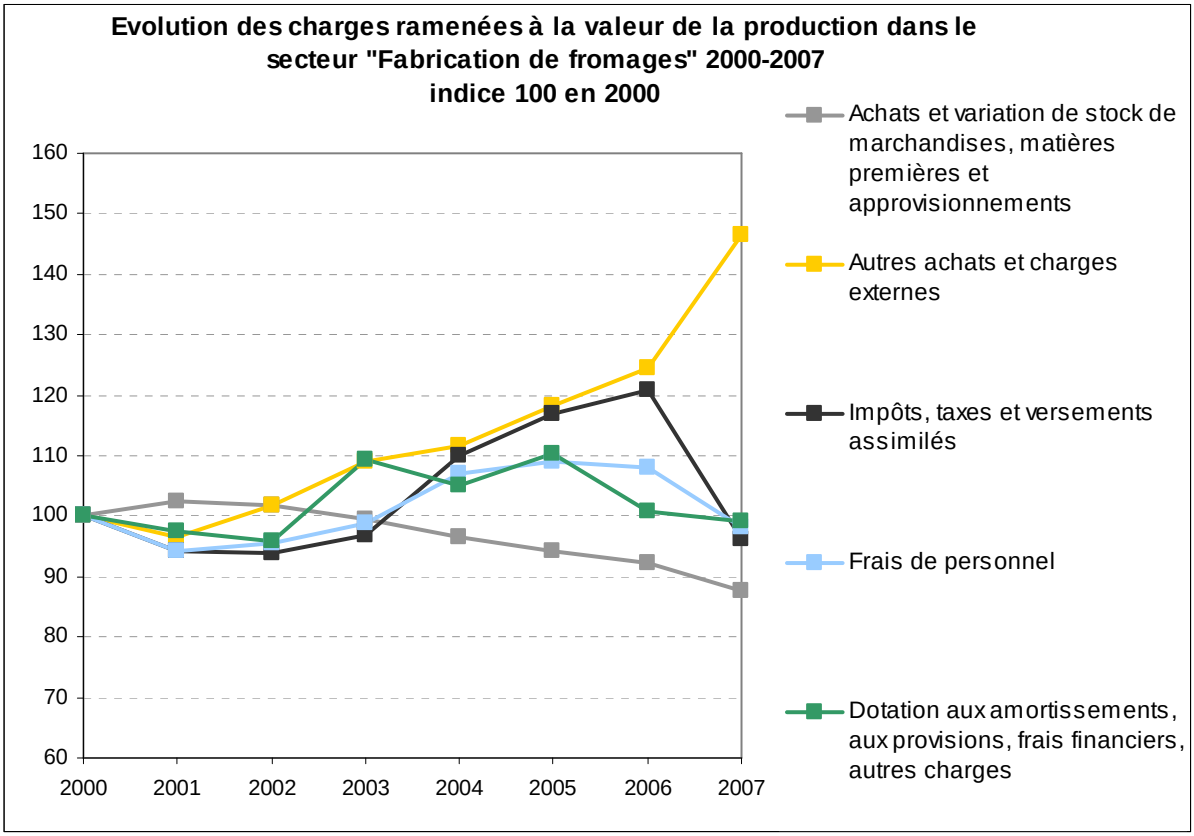
3.3.2. Evolution d'indicateurs du secteur Fabrication de fromage

L'évolution de la marge brute et du résultat courant rapportés à la valeur de la production (le rapport étant exprimé en indice avec la valeur 100 en 2000) illustre la différence entre marge brute et bénéfice et les évolutions éventuellement divergentes des deux soldes.

L'évolution des prix de la matière première (lait sortie ferme) et des produits du secteur illustre la liaison plus ou moins forte entre ces deux prix et notamment la transmission des hausses et des baisses de l'amont vers l'aval.

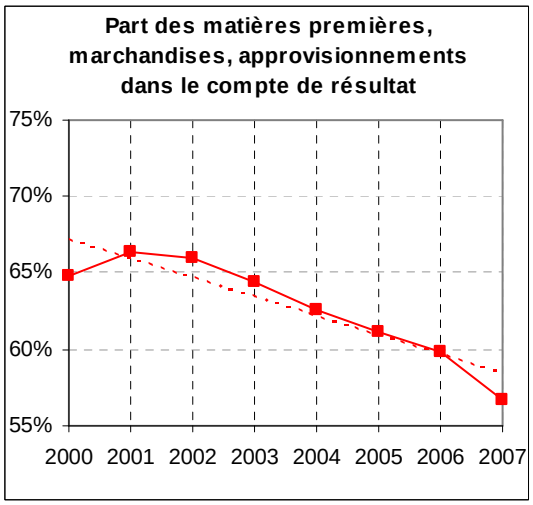
La part de la matière première dans le compte de résultat montre la baisse relative du poids du lait sortie ferme dans la valeur produite par l'industrie de la fabrication de fromage, sous l'effet de la hausse des prix des charges autres que de matière première.

Graphique 162

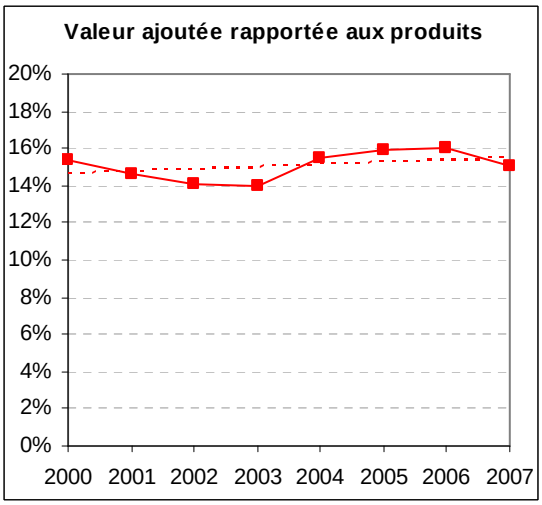


Source : SSP – Agreste

Graphique 163



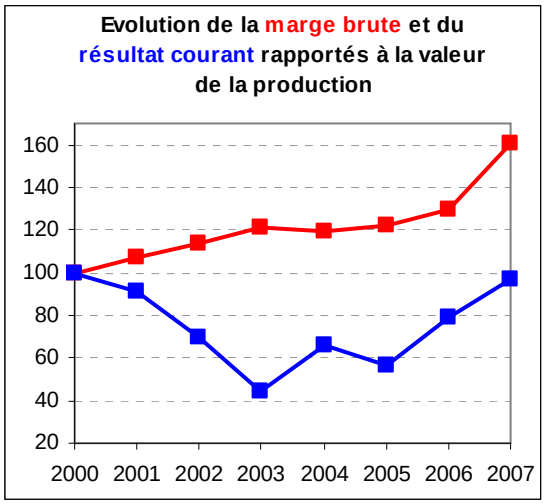
Graphique 164



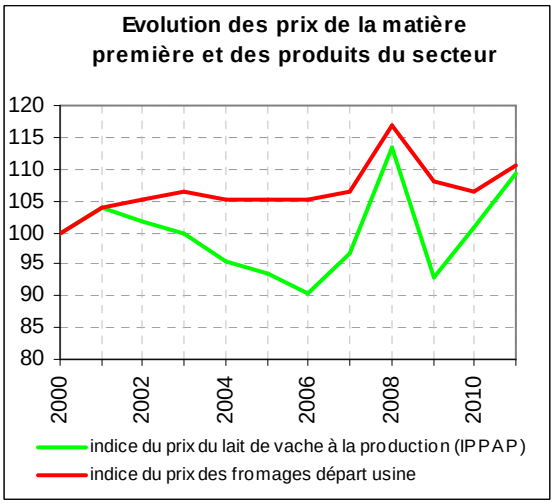
Source : SSP – Agreste

Evolution d'indicateurs du secteur Fabrication de fromage

Graphique 165



Graphique 166



Sources : SSP – Agreste, INSEE

3.4. Comptes du secteur de la transformation laitière hors fabrication de glaces et sorbets

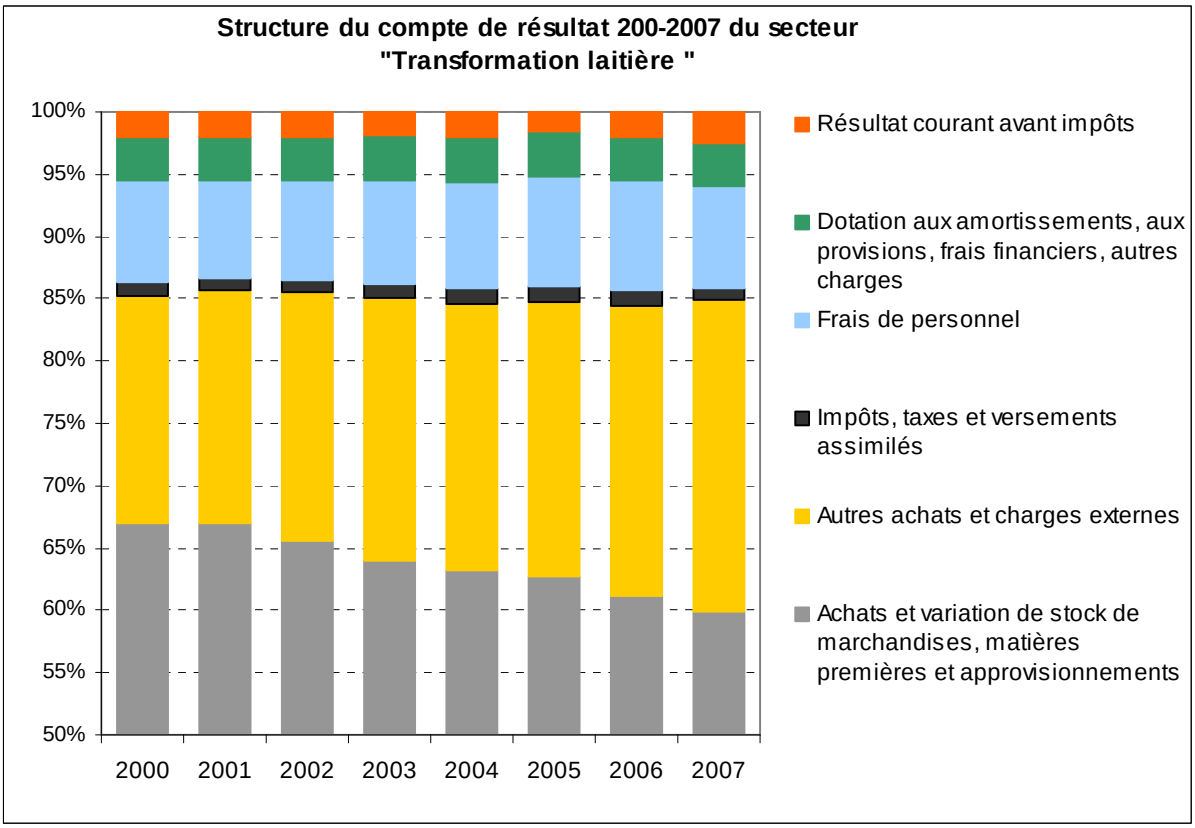
Les données suivantes agrègent les 4 secteurs suivants, dont les 3 premiers ont été détaillés plus haut :

- secteur 10.51A : Fabrication de lait liquide et produits frais ;
- secteur 10.51B : Fabrication de beurre (et fabrication de pâtes à tartiner laitières) ;
- secteur 10.51C : Fabrication de fromage ;
- secteur 10.51D : Fabrication d'autres produits laitiers.

3.4.1. Structure du compte de résultat du secteur «Transformation laitière »

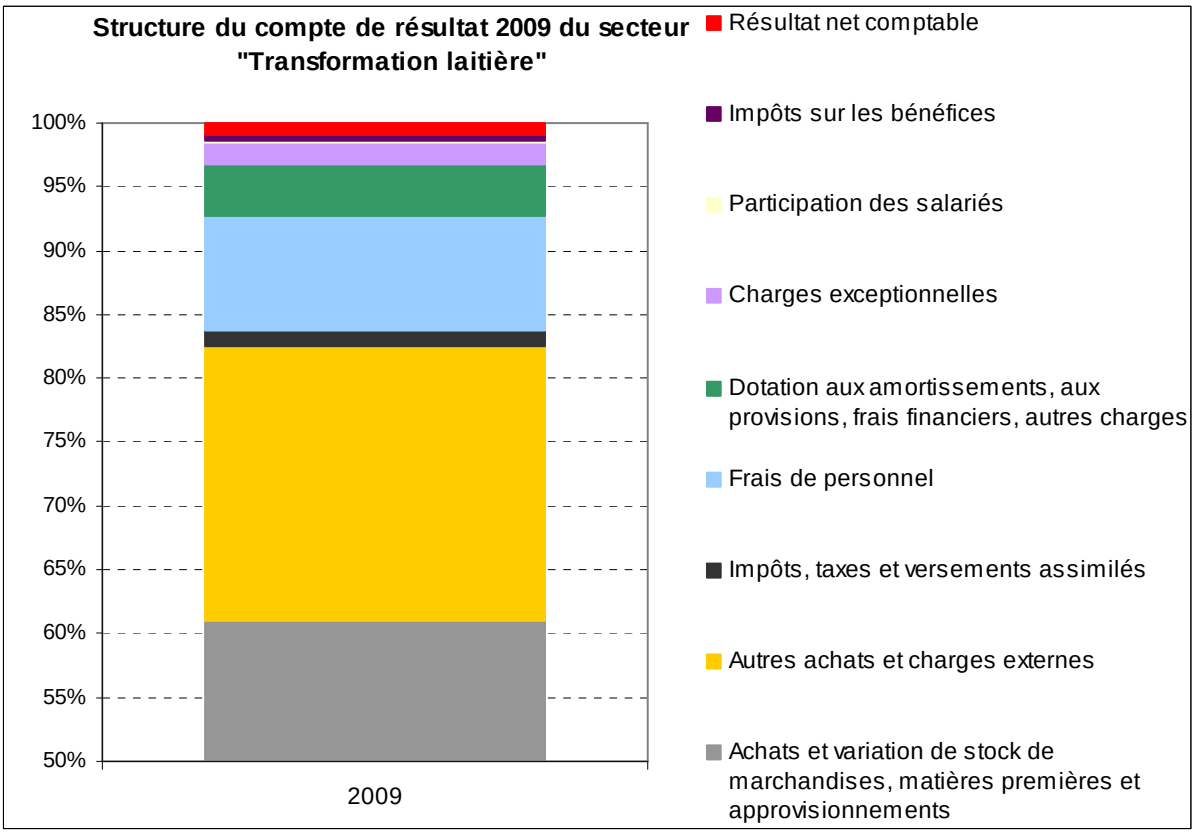
La structure du compte de résultat montre le poids, en diminution, de la matière première (plage grisée dans les graphiques) dans la valeur produite. L'ensemble des autres charges, qui constituent la « marge brute de transformation » (les autres plages dans les graphiques) est de plus en plus dominé par les « autres achats et charges externes » : ensemble des approvisionnements et services autres que la matière première, et particulièrement l'énergie et les emballages dont les prix ont augmenté.
Le « bénéfice » est apprécié entre 2000 et 2007 au niveau du résultat courant avant impôts (RCAI, qui est le bénéfice hors résultat d'opérations exceptionnelles et avant impôt sur les sociétés) puis au niveau résultat net à partir de 2009.

Graphique 167



Source : SSP – Agreste

Graphique 168



Source : SSP – Agreste

3.4.2. Evolution d'indicateurs du secteur «Transformation laitière »

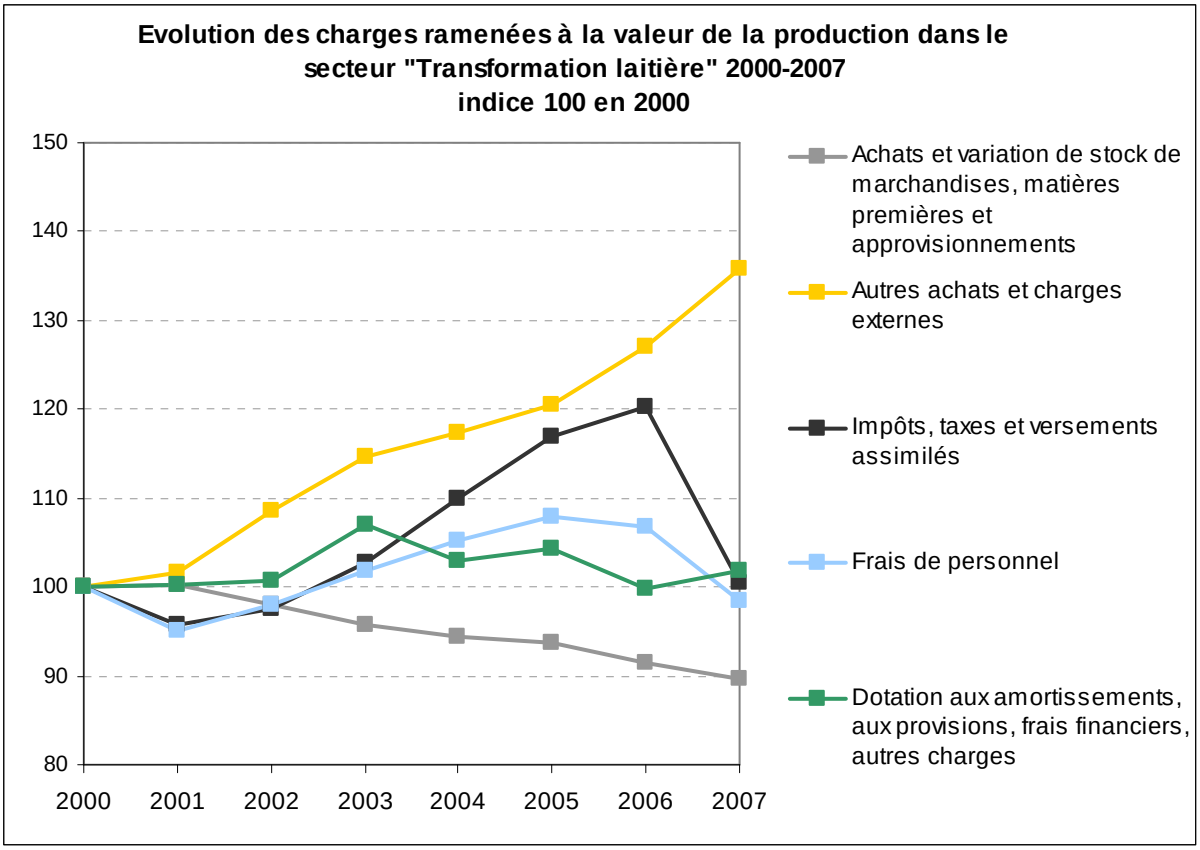
Dans l'ensemble de la transformation laitière, on constate la diminution de la part du poste « matières premières, marchandises, approvisionnements » et la progression du poste « autres charges externes… ». La valeur ajoutée, rapportée à la production, évolue assez peu. Le poids des charges de personnel s'infléchit à partir de 2006.

Rapportés à la production, la marge brute est en hausse assez régulière et le résultat courant présente des évolutions plus contrastées.

L'évolution des prix de la matière première (lait sortie ferme) et des produits du secteur illustre la liaison plus ou moins forte entre ces deux prix et notamment la transmission des hausses et des baisses de l'amont vers l'aval.

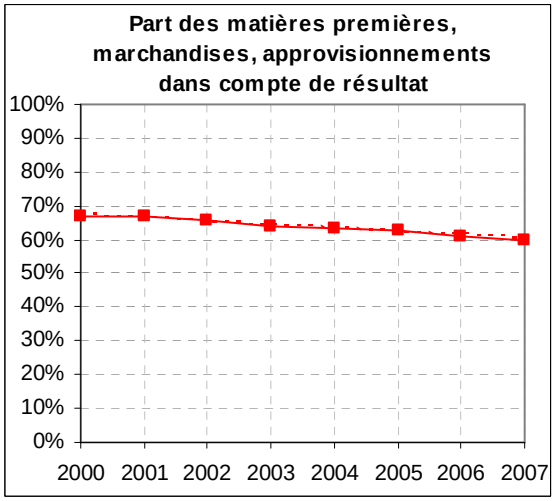
La part de la matière première dans le compte de résultat montre la baisse relative du poids du lait sortie ferme dans la valeur produite par les industries laitières, sous l'effet de la hausse des prix des charges autres que de matière première.

Graphique 169

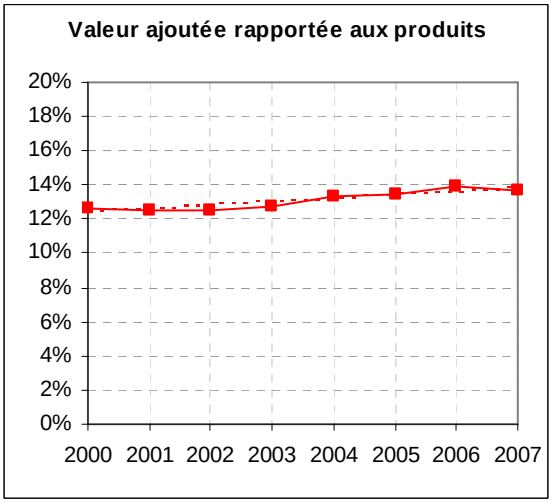


Source : SSP – Agreste

Graphique 170

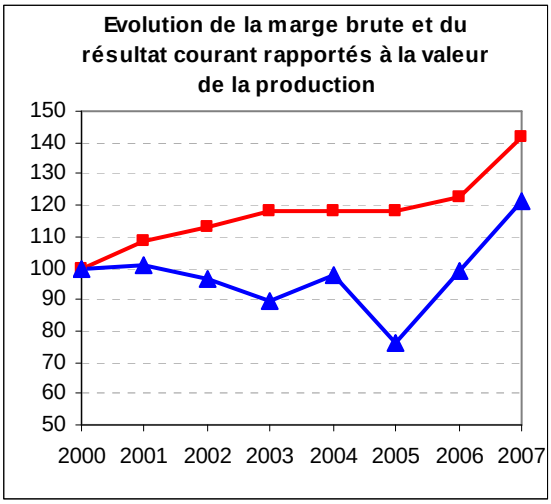


Graphique 171

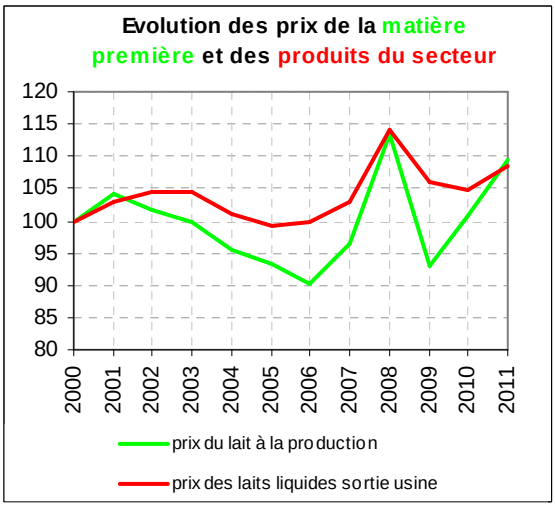


Source : SSP – Agreste

Graphique 172



Graphique 173



Source : SSP – Agreste ; INSEE

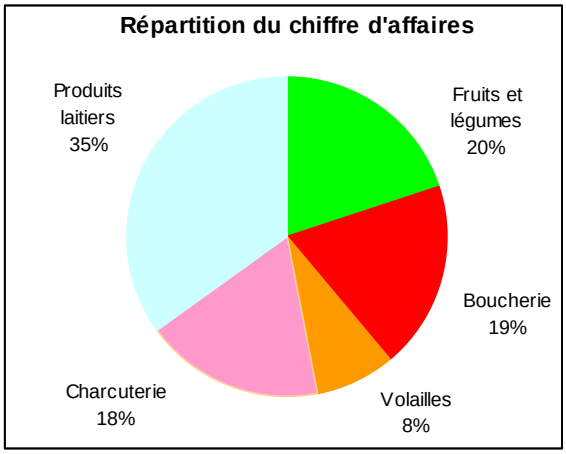
4. COMPTES DES RAYONS PRODUITS LAITIERS EN GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

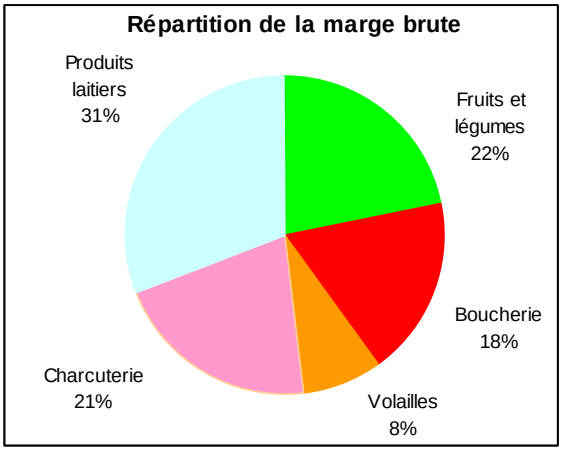
4.1. Le rayon produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon produits laitiers représente 35% du chiffre d'affaires des rayons étudiés (au 1er rang pour ce critère), 31% de leur marge brute (idem), 22% de leurs frais de personnels spécifiques (3ème rang) et 32% de leur marge nette de ces rayons boucherie exclue (car marge nette négative en moyenne), en 2ème position après le rayon charcuterie.

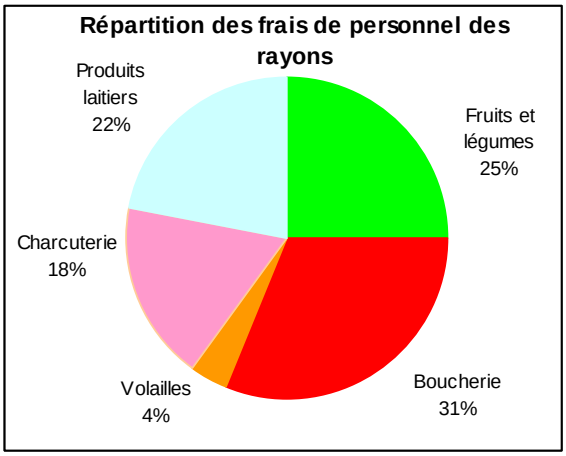
Graphique 174



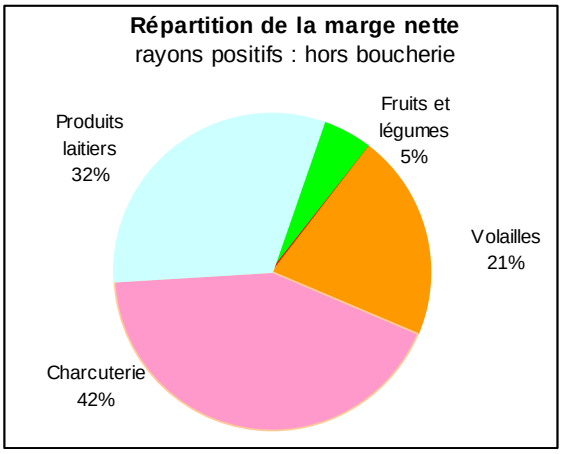
Graphique 175



Graphique 176



Graphique 177



Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

4.2. De la marge brute à la marge nette du rayon produits laitiers

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitiers

Tableau 19

	en % du CA du rayon	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*
Chiffre d'affaires du rayon	100,0		
Coût d'achat des produits du rayon	76,6		
Marge brute	**23,4**	**± 2,4**	***9%***
Frais de personnel du rayon	4,0	± 1,0	*25%*
Marge semi-nette	**19,4**		
Autres charges	17,5		
Marge nette	**1,9**	**± 1,8**	***95%***

(*) moyenne des valeurs absolues des écarts à la moyenne : indicateur de la dispersion des données dont on a fait la moyenne ; par exemple, pour la marge brute rapportée au CA : MB = 23,4 avec un écart moyen de ± 2,4 d'où l'intervalle donnant un indication sur la dispersion de la MB de (23,4 – 2,4) = 21,0 à (23,4 + 2,4) = 25,8. Rapporté à la moyenne MB, l'écart représente 2,4 / 23,4 = 9%.

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 -2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon produits laitiers, les GMS interrogées dégagent en moyenne 23 € de marge brute, les achats de produits laitiers représentant 77 € , soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 30% (23 € de marge brute pour 77 € d'achat). En moyenne, le rayon produits laitiers est le rayon dont la marge brute rapportées au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés pour les enseignes interrogées. C'est le cas de 4 des 7 enseignes interrogées.
Rappelons que les pertes de produit en rayon (ou en centrale d'achat) sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
Les frais de personnel spécifiques au rayon (manutention, réassortiment fréquent du rayon), avec 4 € pour 100 € de chiffre d'affaires sont, relativement à ce dernier, en moyenne plus faibles que dans les autres rayons, avec toutefois une certaine dispersion selon les enseignes traduisant probablement l'existence de rayons à la coupe et la préparation de fromages en portions en libre-service, découpés par les magasins. Mais la marge « semi-nette » est de 19 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires, proche du niveau moyen observé dans les rayons fruits et légumes. Elle est grevée par d'autres charges réparties à hauteur de près de 18 € incluant l'énergie, le rayon étant en partie réfrigéré. D'où une marge nette moyenne de moins de 2 € pour 100 € de ventes, au 3ème rang des rayons étudiés (derrière les rayons volailles, à 6 € et charcuterie à 4 €). Cette marge nette moyenne masque cependant des écarts entre les 7 enseignes interrogées : du simple au double environ en se basant sur l'écart moyen.
La marge nette rapportée au chiffre d'affaires de ce rayon reste modeste par rapport à celle des autres rayons étudiés (boucherie exceptée où ce solde est en moyenne négatif). Néanmoins, s'agissant du rayon dont le poids dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés est le plus élevé pour les 7 enseignes, il s'agit d'un des rayons (parmi ceux étudiés dans ce rapport) dégageant la marge nette globale la plus élevée.

4.3. Détail des charges du rayon produits laitiers

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon produits laitier

Tableau 20

Charges spécifiques du rayon	Frais de personnel du rayon	4,0
	Appro stockables : consommables, emballages … pour le rayon	0,01
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,9
	Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon	0,9
	Sous-total charges spécifiques du rayon	**6,3**
Charges générales réparties	Frais généraux	13,5
	Frais financiers	0,5
	Impôts sur les sociétés	1,0
	Sous-total charges générales réparties	**15,2**
	Total des charges imputée au rayon	**21,5**

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6 € de charges spécifiques (dont 4 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 15 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins commun à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[22] et l'impôt sur les sociétés.
Soit au total près de 22 € pour 100 € de chiffre d'affaires. L'ensemble des charges rapportées au chiffre d'affaires de ce rayon présente le plus faible montant pour 3 enseignes Le rayon des produits laitiers est celui dont la moyenne des charges de main-d'œuvre directement affectée au rayon, rapportées au chiffre d'affaires, est la plus faible.
En revanche, après le rayon fruits et légumes, il s'agit du rayon ayant les frais généraux rapportés au chiffre d'affaires les plus élevés. L'analyse de ce point est difficile dans la mesure où il s'agit d'une ligne agrégeant de nombreuses lignes de charges (voir la partie méthode au chapitre 2). Néanmoins, la surface occupée par ce rayon et son chiffre d'affaires sont importants, et certaines charges étant affectées aux rayons au prorata de ces deux critères, ceci peut expliquer le poids des frais généraux par rapport aux autres rayons étudiés.

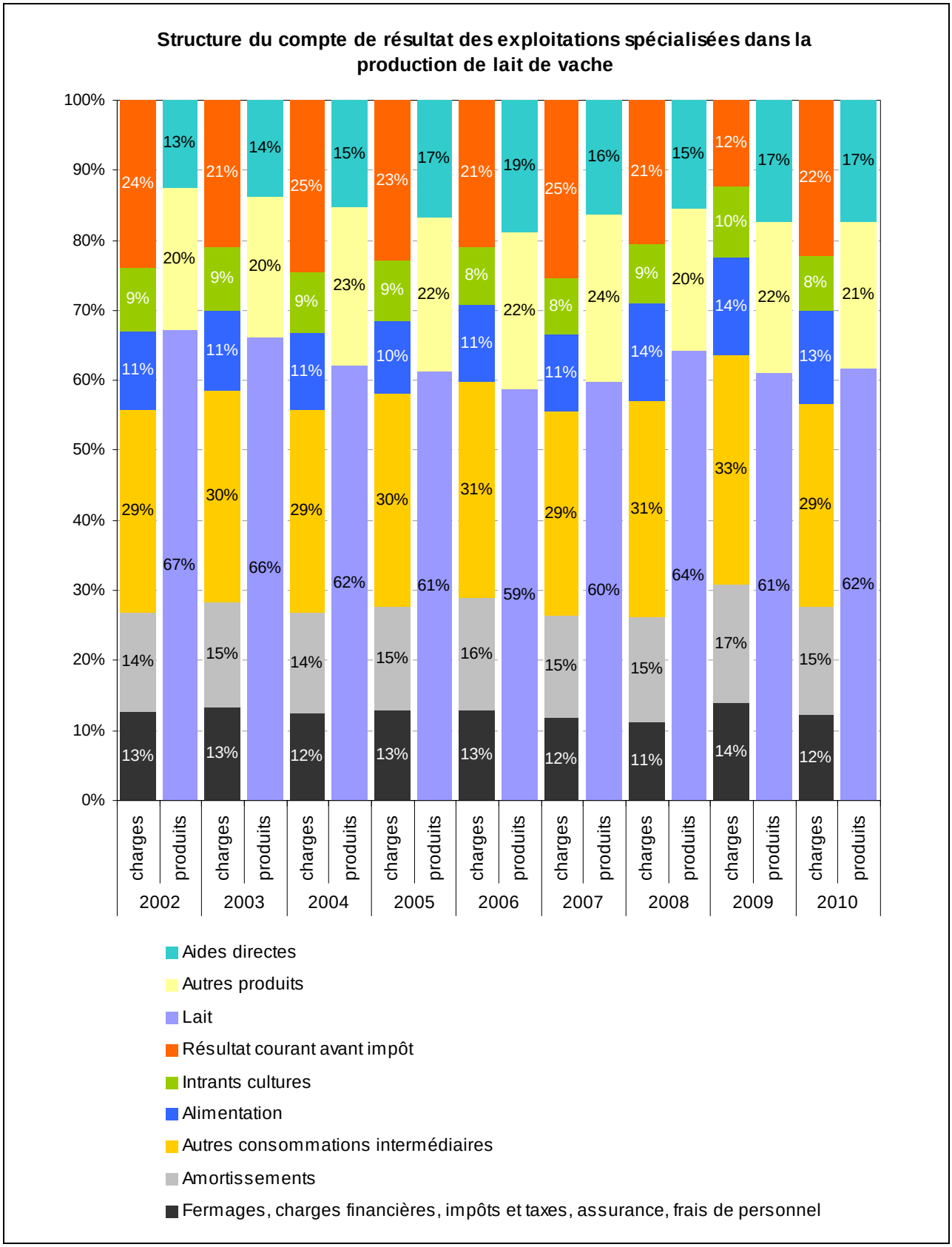
[22] Rappelons qu'il peut s'agir, selon le mode d'organisation des enseignes, de frais financiers supportés par les magasins ou de l'imputation sur les magasins, par le siège, de frais financiers supportés à ce niveau ou de rémunération attendue de capitaux investis par le groupe propriétaires des magasins. Cf. Chapitre 2.

5. COMPTES DES EXPLOITATIONS LAITIERES ET COUT DE PRODUCTION DU LAIT

5.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations laitières spécialisées

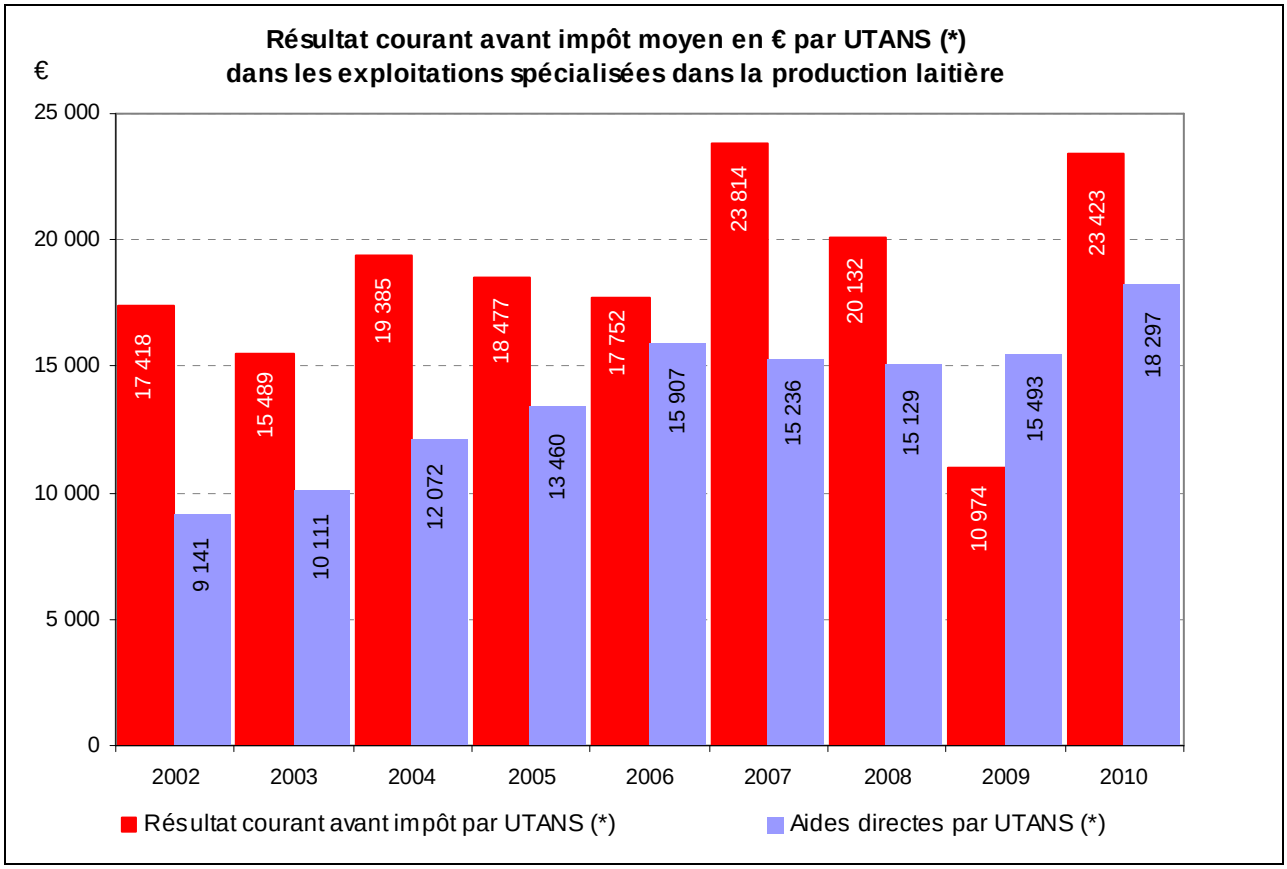
L'échantillon RICA des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache est constitué de 481 à 579 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles la production de lait constitue plus de 69 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux, cet échantillon est représentatif de 22 600 à 30 100 exploitations.
Le poids du résultat courant avant impôt rapporté aux produits est assez stable (21% à 25%) dans les exploitations spécialisées dans la production laitière (hormis en 2009) mais, certaines années, il varie fortement en valeur absolue, en particulier sur la fin de la période observée : diminution de près de 15 000 € entre 2008 et 2009 et hausse de près de 21 000 € entre 2009 et 2010. Ces variations s'expliquent par la forte diminution du prix du lait en 2009.
La part de chaque poste de charge varie modérément bien qu'une augmentation de la part des chrages en alimentation du bétail soit observée après 2007 (passage de 11% à 14%). En montant en € par exploitation, ce poste a connu une hausse de 30% en 2008 puis de 16% en 2010 ; il étaient en recul en 2009 (-9%).

Graphique 178



Source : SSP (RICA)

Graphique 179

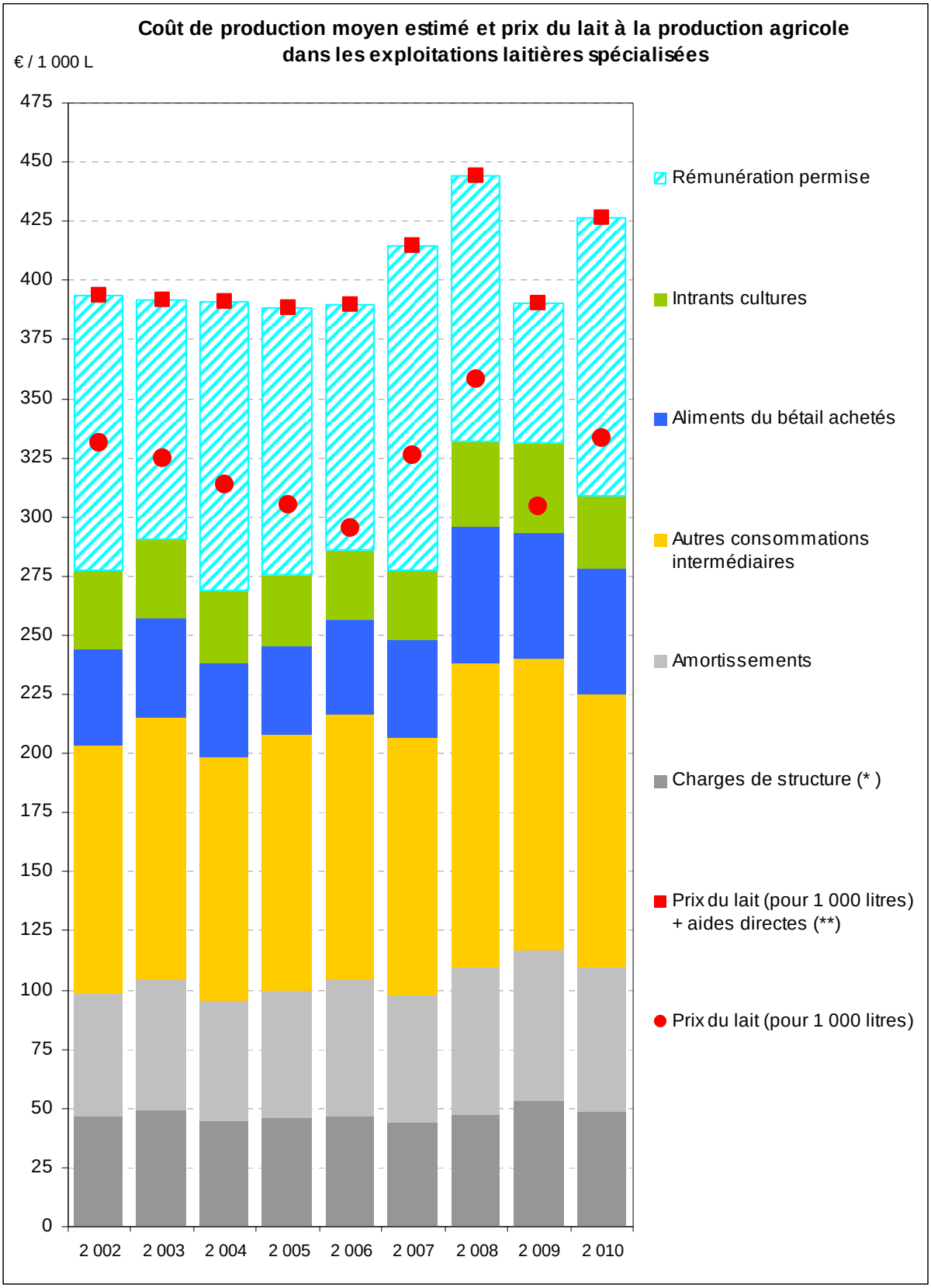


(*) UTANS = unité de travail annuel non salarié (soit un emploi familial à plein temps)

Source : SSP (RICA)

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Les résultats sont présentée dans le graphique ci-après.
Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : veaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.
Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon RICA, déduit des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des aides directes a été évalué pour 1 000 litres produit.
Le coût de production du lait, ainsi estimé, varie de 269 à 332 € pour 1 000 litres entre 2002 et 2010 ; il apparaît supérieur au prix du lait en 2009, entraînant une marge nette négative (-27€). Toutefois, les aides permettent une rémunération de 59 euros 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'autre produits que le lait, dont les ventes d'animaux, veaux et vaches de réforme) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 180



(*) aides couplées aux produits et DPU
(**) intérêts, fermages, salaires, assurances…

Source : SSP (RICA)

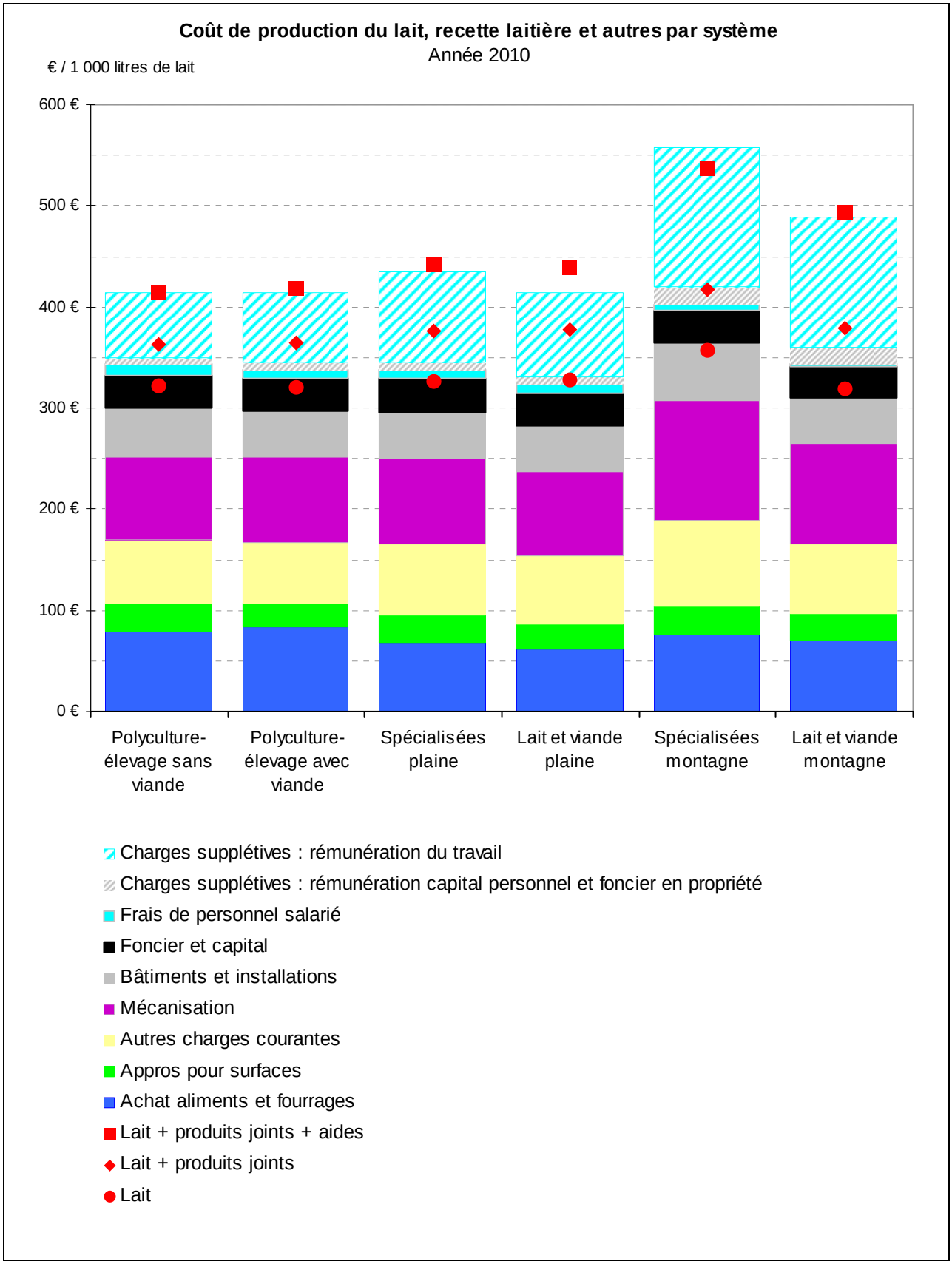
5.2. Coût de production du lait dans les systèmes de production laitière

Cette approche s'appuie sur les données des exploitations suivies par l'Institut de l'élevage dans le cadre de son partenariat avec les Chambres d'agriculture (dispositif Réseaux d'élevage). Elle permet d'appréhender la diversité des systèmes de production laitière, au travers des types d'exploitations laitières suivants : « polyculture-élevage » (avec ou sans production de viande en sus des vaches de réforme et veaux laitiers), « spécialisées de plaine », « lait et viande en plaine », « spécialisées de montagne », « lait et viande en montage ».
Dans cette approche, le coût de production intègre des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).
Ce coût de production est, sur le graphique suivant, comparé à trois niveaux de recette unitaire (pour 1'000 litres de lait) :

- au seul prix du lait ;
- au prix du lait augmenté des produits joints, c'est-à-dire essentiellement les ventes ou cessions d'animaux issus de l'atelier laitier (veaux de 8 jours, vaches de réforme) ramenées au volume de lait commercialisé ;
- au prix du lait augmenté des produits joints et des subventions (aides directes) ramenées au volume de lait commercialisé.

Selon les systèmes observés, en 2010, le produit total de l'atelier laitier (incluant les ventes de lait, les produits joints et les aides) est supérieur de 4 à 25 € au coût de production de l'atelier (incluant la rémunération du travail de l'exploitant et de sa famille à 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre) sauf dans le système « Spécialisé de montagne » qui ne permet la rémunération de la main-d'œuvre non-salariée qu'à 1,3 SMIC par UMO. Dans le système « Polyculture élevage sans viande », le produit total de l'atelier laitier (incluant la vente des produits joints et les aides) équivaut au coût de production de l'atelier incluant la rémunération du travail de l'exploitant et de sa famille à 1,5 SMIC par unité de main-d'œuvre.

Graphique 181



Source : Institut de l'élevage

Section 3 - Viande bovine

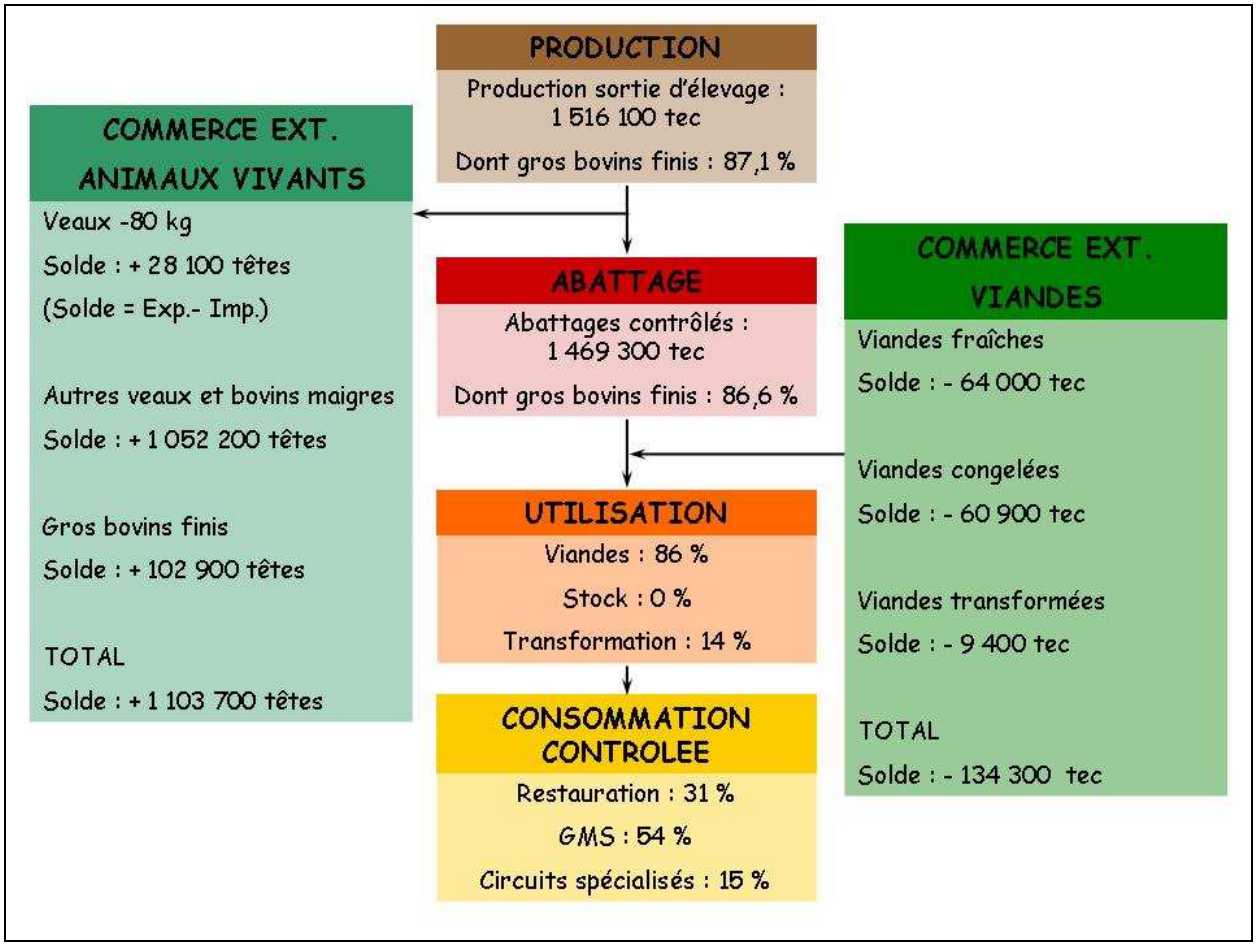
1. PRESENTATION DE LA FILIERE

1.1. Traits généraux et bilan des flux en viande bovine

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

Bilan Viande bovine 2010

Schéma 14



Tec : tonne équivalent carcasse

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Kantar Worldpanel et Douanes ; année 2010

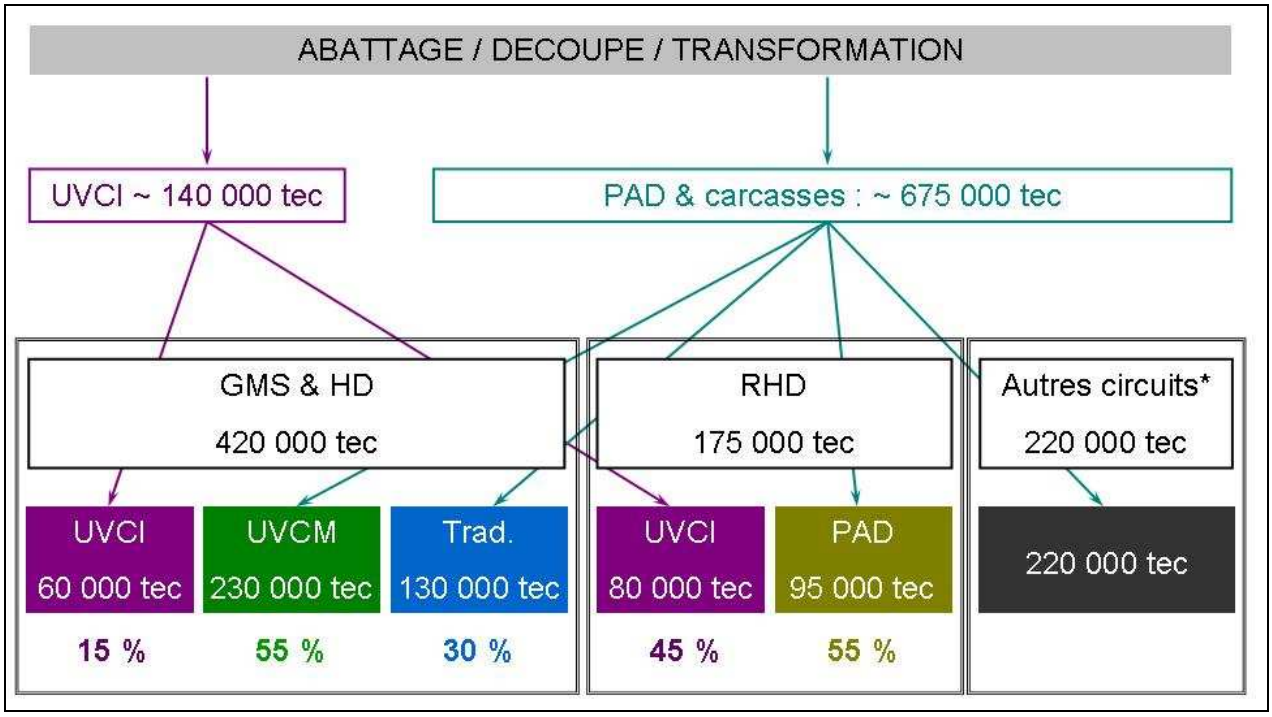
La filière française se caractérise par une double production. Outre les gros bovins finis, elle produit également des animaux maigres (broutards), majoritairement mâles et de races allaitantes. Ces bovins sont destinés pour moitié à l'engraissement en France et pour l'autre moitié à l'exportation vers l'Italie (à 85 %) et l'Espagne. De ce fait, la France est un exportateur net de bovins et le principal fournisseur du marché européen en broutards.
En revanche, la France n'est pas auto-suffisante en viande bovine et doit importer des volumes non négligeables de viande chaque année pour répondre à la demande de ses consommateurs.

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

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

Flux de viande bovine fraiche, hors produits hachés, élaborés et hors exports de viande de l'industrie à la distribution

Schéma 15



* dont boucheries et circuits spécialisés Tec : tonne équivalent carcasse

Source : étude ABSO conseil, 2012

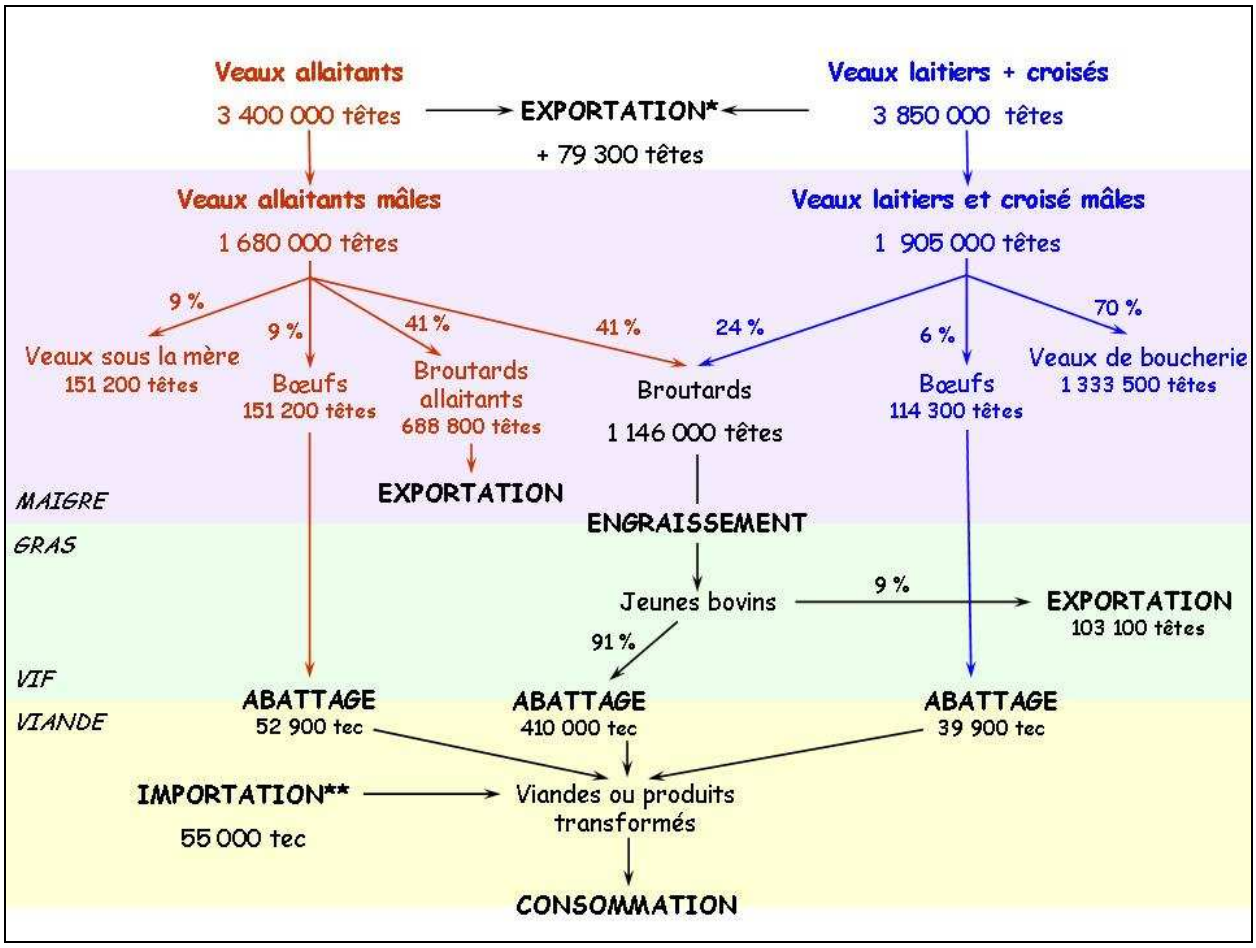
1.2. Utilisation des animaux mâles

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

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

Bilan Veaux mâles 2011

Schéma 16



*: 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 et toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes ; année 2011

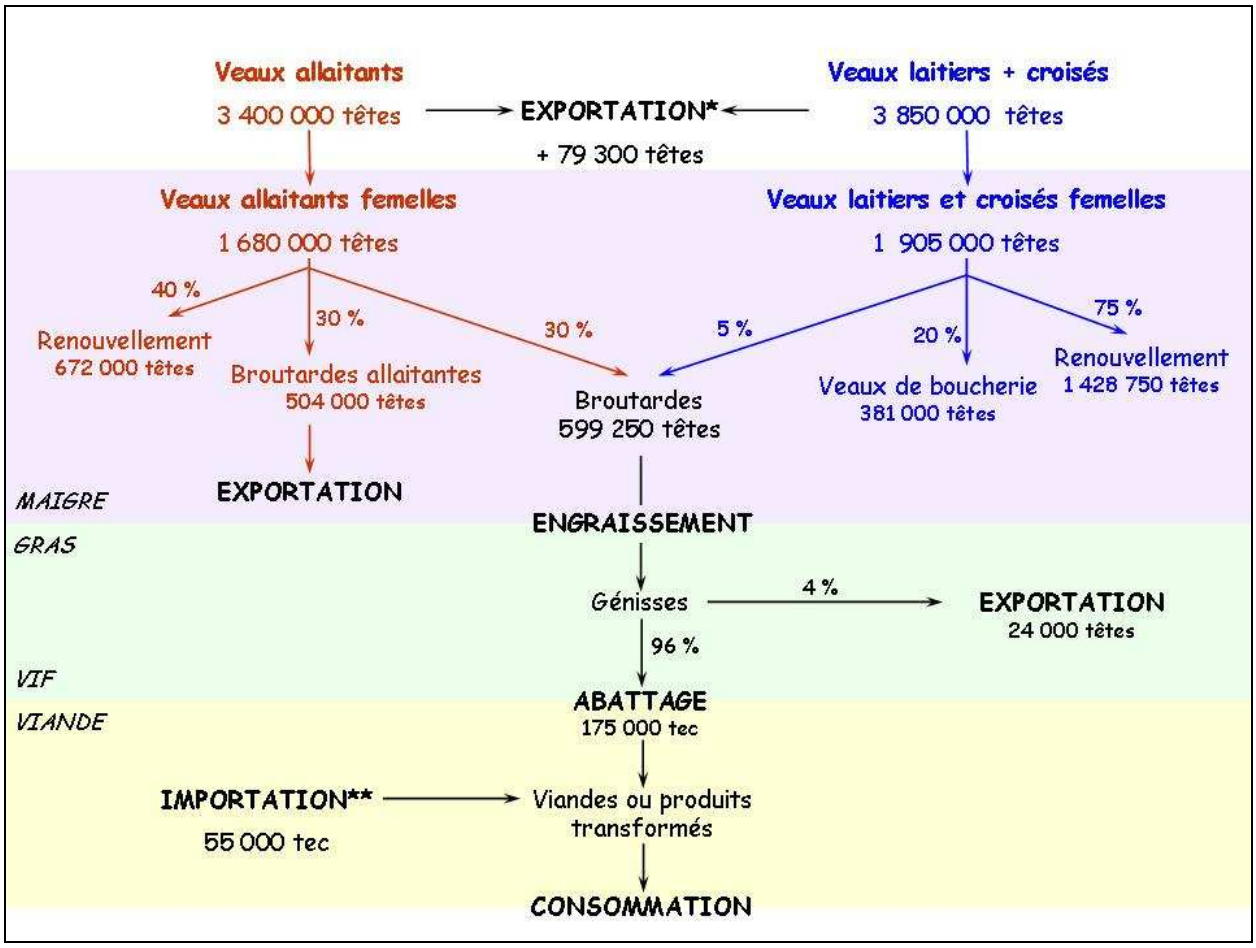
1.3. Utilisation des animaux femelles

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

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

Bilan Veaux femelles 2011

Schéma 17



*: 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 et toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes ; année 2011

2. ELEMENTS DE METHODE

2.1. Un modèle de valorisation de la carcasse

2.1.1. Pourquoi raisonner sur la carcasse ?

Un petit rappel de quelques prix permet de comprendre l'utilité de raisonner sur la carcasse et non uniquement sur certains morceaux de boucherie : au détail un kg de filet peut valoir plus de 20 euros, tandis qu'on trouve du plat de côte pour 5 euros… La vingtaine (au moins) de morceaux de « bœuf » disponible à la consommation est proposée en GMS à des prix qui s'échelonnent entre ces deux bornes. Tous proviennent de la même matière première, la carcasse, dans laquelle ils se trouvent dans des proportions relativement fixes, et l'un ne peut en être extrait sans les autres. La matière première « carcasse » est donc composite : c'est une collection de produits joints et le prix au kg de carcasse, base de la rémunération de l'éleveur, n'est que la valeur moyenne de la totalité des morceaux, des « plus chers » aux « moins chers ».
De plus, la matière première carcasse comprend environ 30% d'os, os que l'on ne retrouve qu'en faibles proportions dans quelques morceaux vendus au détail. Le prix de la carcasse ne peut donc être comparé directement à celui de morceaux de viande vendus en GMS.

Dès lors, il n'y a guère que deux types de raisonnement :

- on peut suivre la formation de la valeur de quelques morceaux parmi ceux vendus au détail[23] : pour cela, il faut calculer la valeur de la matière de chacun de ces morceaux en décomposant le prix de la carcasse entrée abattoir en une série de prix différents spécifiques de chaque partie. Notons qu'en procédant ainsi, sauf à recoller tous les morceaux, on perd de vue la valorisation de l'ensemble de la matière première ;

- alternativement, on peut conserver l'unité de la carcasse, ensemble de produits joints, du début de filière viande (entrée abattoir) jusqu'à la fin (les GMS) : ceci impose de reconstituer la carcasse au détail et au stade industriel, en considérant les prix de tous les morceaux et en en faisant une moyenne pondérée par les proportions dans lesquelles ils sont extraits de la carcasse.

En outre, dans les deux cas, il faut tenir compte du fait que la viande au détail est sans os, exception faite de quelques morceaux, alors qu'ils font partie de la matière première « carcasse ». Là aussi, deux options : recalculer la valeur sans os de la matière première pour la comparer avec celle des morceaux vendus au détail, ou recalculer une valeur avec os de la viande vendue au détail pour la comparer avec celle de la matière première initiale (cf. chapitre 2 et, ci-après, paragraphe 2.1.4.).

Pour la filière bovine, le choix a été fait de travailler sur la décomposition du prix de la totalité d'une carcasse de gros bovin et non uniquement de certains morceaux de viande. Ce faisant, on prend bien en compte le fait que la valorisation de la viande au stade industriel se fait fatalement sur l'ensemble de la carcasse et est également raisonnée globalement, et non morceau par morceau, au stade de la distribution.

La méthode utilisée dans cette approche des marges brutes en filière viande bovine est une adaptation de celle qui a été conçue en 2002 par Pascal Mainsant, ingénieur de recherches à l'INRA, et développée notamment dans le cadre de travaux sur les effets de la seconde crise de l'ESB sur les prix dans la filière bovine.

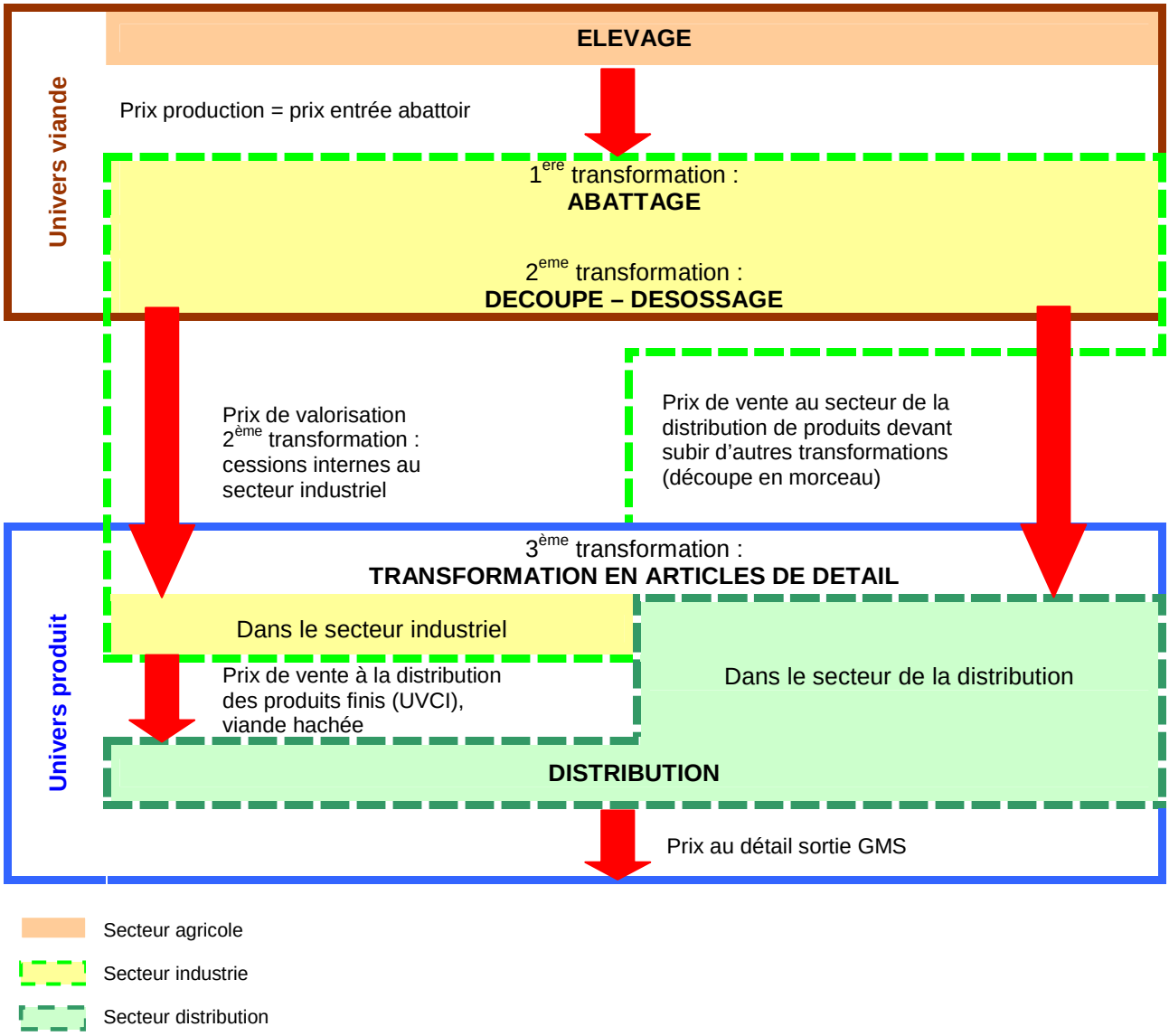
[23] Parfois, il est difficile de faire autrement : cas de la filière porcine, dans laquelle une fraction importante de la carcasse est valorisée, par la charcuterie-salaison, en une multitude très segmentée (en termes de prix) de produits de consommation, souvent en combinaison avec d'autres matières premières : il est alors quasi impossible, compte tenu de la masse de données qu'il faudrait récolter et traiter, de remonter la chaîne de valeur de tous ces produits. Cf. section « Viande porcine ».

2.1.2. Quelles marges à quelles étapes de la valorisation ?

L'objectif est de reconstituer le prix d'une carcasse de gros bovin à chacun des stades de la filière : sortie production (ou entrée abattoir), sortie industrie (à l'issue de la 3ème transformation), sortie grande distribution. Un stade intermédiaire entre la production et la sortie industrie est également étudié : le stade de la 2ème transformation, après l'étape de découpe et désossage en abattoir.

Représentation schématique des étapes de valorisation de la viande bovine

Schéma 18



L'historique des données permet de remonter à 1998 aux stades sortie production (sortie élevage)[24] et sortie GMS. En revanche, aucune série statistique de prix industriels en niveau n'existait avant la mise en place de l'observatoire de la formation des prix et des marges.

La conception du modèle et la mise en place d'un dispositif de recueil auprès d'un panel d'entreprises résultent des travaux conduits depuis fin 2010 dans le cadre de l'observatoire.
Ils ont pu aboutir grâce à la collaboration technique des fédérations industrielles de la filière : SNIV-SNCP (Syndicat National des Industries de la Viande – Syndicat National du Commerce du Porc) et FNICGV (Fédération Nationale de l'Industrie et du Commerce en Gros des Viandes).

[24] Comme on le verra plus loin, si l'analyse principale développée ici prend comme prix de référence pour la production agricole le prix au kg de carcasse entrée abattoir, l'éleveur ne livre généralement pas lui-même ses animaux à l'abattoir. Il existe un maillon commercial entre l'élevage et l'abattage : le négoce en vif.

Les séries de prix industriels ainsi obtenues, qui constituent donc une information originale et nouvelle, débutent au second semestre de l'année 2010. Il était évidemment difficilement envisageable de reconstituer un historique.

Pour cette raison, dans le présent rapport, deux types de calcul de marge sont réalisés. L'un porte sur le long terme et se borne à reconstituer une « marge brute agrégée » des stades industrie et distribution ne pouvant disposer que des prix aux stades « entrée abattoir » et « détail ». L'autre porte sur la période récente, valorise les nouvelles données récemment obtenues au stade industriel et distingue la marge brute du secteur industriel et de celle de la grande distribution.

Dans le premier cas, la « marge brute agrégée » est estimée par la différence entre le prix au détail sortie GMS et le prix entrée abattoir, exprimée en euro par kg de carcasse. Il s'agit, rappelons-le, d'une marge « brute » et non d'un « bénéfice » : elle est soldée par l'ensemble des coûts supportés par les secteurs de la transformation et du commerce en grande surface ; elle est « agrégée » car il n'est pas possible, dans ce cas précis, de la répartir entre les deux secteurs, en l'absence de données au stade sortie industrie.

Dans le second cas, les nouvelles données permettent de « désagréger la marge brute agrégée » en trois composantes :

- la marge brute que le secteur industriel dégage à l'issue de la 1ère transformation (abattage et production de carcasses) et de la 2ème transformation (désossage et découpe en quartiers, pièces et « minerais »[25]) ; ce sont des transformations ressortissant de « l'univers viande » du schéma de la page précédente ;

- la marge brute que le secteur industriel dégage de la 3ème transformation, ressortissant des activités que les entreprises de l'abattage-découpe, à la recherche de valeur ajoutée, développent depuis quelques années dans « l'univers des produits » (cf. schéma de la page précédente) : fabrication de portions-consommateurs (UVCI) de morceaux de viande et de produits élaborés (viande hachée) ;

- la marge brute du secteur de la grande distribution, qui résulte :

  - d'une part, de l'activité commerciale : c'est la marge commerciale de la revente de produits élaborés par les activités de l'industrie de l'abattage-découpe ;

  - d'autre part, du maintien, à des degrés divers, d'une activité plus ou moins traditionnelle de boucher dans la grande distribution : confection de portions-consommateurs à partir de pièces de découpe, de muscles en PAD, de quartiers désossés ou non, voire de carcasses compensées, fournis par l'industrie.

Il a déjà été noté que le modèle principal de valorisation étudié ici commence à l'entrée de l'abattoir ; les activités commerciales en amont ne peuvent être intégrées au modèle[26], bien qu'il s'agisse d'activités importantes pour la création de valeur dans la filière.
Le commerce en vif assure en effet le ramassage des animaux et leur transport, mais aussi l'allotement, opération de segmentation de l'offre collectée en fonction des différents besoins de la demande des industriels (conformation des animaux, type racial, catégorie de prix…). Des premiers éléments sur les marges commerciales du négoce en vif sont fournis cependant dans la partie 4.

[25] Produits de la découpe et du désossage servant de matière première pour la fabrication de produits élaborés, principalement des viandes hachées fraîches ou surgelées. Ces minerais sont soit utilisés par l'entreprise qui les a extraits, soit vendus à une autre entreprise industrielle qui assure alors la 3ème transformation.

[26] Les données actuellement recueillies sur le négoce en vif doivent être complétées et précisées ; en outre, elles sont annuelles et donc pas disponibles avec la même fréquence (mensuelle) que les prix agricoles, industriels et au détail alimentant le modèle principal de valorisation. De plus, il s'agit d'indicateurs moyens tous types de bovins confondus ; elles ne sont donc pas homogènes à celles du modèle principal de valorisation.

2.1.3. Quel type de carcasse ?

En production bovine, il existe une grande diversité d'animaux élevés (vache, génisse, bœuf, jeune bovin, taureau), de races (type allaitant tels que les charolais, les limousins ou type laitier tels que les prim'holstein), de conformations, d'états d'engraissement…
Comme pour les autres filières, la demande adressée à l'observatoire porte sur la formation des prix des produits achetés en GMS par les ménages français. Or, dans ce circuit de distribution, environ deux tiers de la viande proposée est de la viande de vache, dont environ 60 % d'origine laitière et 40 % d'origine allaitante. C'est donc la carcasse de ce type bovin qui est retenue dans le modèle de valorisation étudiée, choix à la fois justifié par la représentativité du produit et par l'impossibilité matérielle de construire un modèle plus complexe.

A chaque stade, entrée abattoir, industriel (2ème ou 3ème transformation) et GMS, trois types de valorisation de carcasse de vache sont appréhendés dans le modèle :

- la vache laitière de réforme type Holstein, d'un poids de carcasse de 280-320 kg, classement P+/O- et état d'engraissement 3 ;

- la vache allaitante de réforme type Charolais, de moins de 10 ans, d'un poids de carcasse de 360-380 kg, classement R=/R+ et état d'engraissement 3 ;

- une vache moyenne, déduite des deux précédentes : 60 % de la vache laitière et 40 % de la vache allaitante.

2.1.4. Quelle unité de mesure des prix et des marges tout au long de la filière ?

Compte tenu de la diversité de nature des éléments étudiés (viande au stade de la production, produits au stade de la distribution), les unités de mesure des prix ne sont pas les mêmes. Au début de la chaine, on raisonne sur la carcasse, un produit composite comprenant de la viande ainsi que d'autres composants non valorisés dans le circuit de la GMS (os, suif…). Au bout de la chaine, il s'agit d'un ensemble de morceaux de viande rouge sans os (sauf ceux vendus avec certains morceaux).

Or, il est **nécessaire de raisonner sur une unité de produit homogène pour estimer et analyser les marges brutes tout au long de la filière,** ce qui, comme on l'a vu précédemment, laisse le choix entre deux options : soit d'exprimer toutes les valeurs en euro par kg de carcasse, et donc convertir les prix au détail en prix par kg équivalent de carcasse (kg-ec), soit d'exprimer toutes les valeurs en euro par kg de viande, et donc convertir les prix entrée abattoir et tous les prix d'articles non désossés en prix par kg équivalent viande sans os.
L'option prise ici est la première susmentionnée : elle facilite la comparaison avec les prix agricoles (mais elle est peut-être moins « parlante » pour le consommateur) et permet d'utiliser des références de coûts industriels pour analyser le contenu des marges brutes industrielles (panels suivis par FranceAgriMer) : ces coûts sont exprimés dans la base de données en euro par kg-ec (sans avoir les moyens de convertir facilement dans l'autre unité, faute de disposer des proportions des différents produits et de leurs rendements en viande).

Puisque l'on cherche à mesurer les composantes du prix de la viande au détail, les marges brutes et la valeur de la matière première devraient non seulement être exprimées tout au long de la chaîne dans la même unité (on a donc choisi le kg de carcasse), mais encore en se ramenant à l'unité (kg de carcasse) vendue au détail, donc en intégrant toutes les pertes et tous les coefficients de rendements des différents stades de transformation et commercialisation. Devraient donc être pris en compte non seulement le rendement de la carcasse en viande au stade industriel (ce qui a été fait) mais aussi les taux de pertes, casse, etc,.. à chaque stade et notamment en rayon au détail. Ces pertes impliquent que, normalement, la vente d'un kg d'équivalent carcasse au détail implique que plus d'un kg de carcasse ont dû être mobilisés dans les stades précédents, jusqu'à la production agricole (cf. chapitre 2, « métodes »). Ces coefficients de pertes n'étant pas encore connus avec précision et ne pouvant pas l'être en donées mensuelles, ils n'en n'a pas été tenu compte dans les séries de marges brutes mensuelles présentées en partie 3. Ainsi, les données de marges brutes par kg de carcasse, notamment au détail, doivent être considérés comme des indicateurs, prenant leur sens en comparaions et en évolution,et non comme des résultats comptables.

2.2. Les sources de prix utilisées et le calcul des marges brutes aux différents stades de la filière

2.2.1. Calcul du prix de la carcasse entrée abattoir

Les données utilisées pour calculer le prix de la carcasse de vache entrée abattoir sont issues des cotations hebdomadaires des gros bovins entrée abattoir, réalisées par le réseau de FranceAgriMer.
Exprimé en euro par kg de carcasse, le prix entrée abattoir pour un type donné de carcasse de vache est la moyenne nationale pondérée des cotations de ce type établies par les dix commissions régionales de cotations (quatre à partir de 2012). La réforme des cotations, élaborée dans le courant de l'année 2011 et effective à partir de la semaine 3 de 2012, a permis de fiabiliser ce système d'élaboration de prix.

Parmi toutes celles disponibles, les cotations des vaches R3 (pour le modèle vache allaitante), O3 et P3 (pour le modèle vache laitière) sont retenues. Si le prix de la carcasse de vache allaitante correspond dans sa totalité à la cotation de la vache R3 (voir définition au paragraphe 2.1.3), des coefficients ont dû être définis pour calculer le prix de la carcasse de vache laitière, à ventiler entre la cotation O3 et la cotation P3. Ces coefficients ont été établis à partir des données d'abattage de Normabev (données en cumul sur cinq ans, 2004-2008, par conformation et état d'engraissement). Ainsi, le prix de la carcasse de vache laitière correspond à 45,6 % de la cotation de la vache O3 et 54,4 % de la cotation de la vache P3.

2.2.2. Calcul du prix de la carcasse reconstituée sortie industrie

Rappelons qu'aucune série de données de prix industriels n'était jusque-là disponible pour traiter cette partie. Une enquête a été mise en place auprès de huit groupes industriels, adhérents au SNIV-SNCP ou à la FNICGV. Les premiers relevés de prix disponibles remontent à juillet 2010.
Cette enquête s'appuie sur une modélisation de la 2ème et de la 3ème transformation de carcasses types de vache laitière (P+ à O- ; état d'engraissement 3 ; poids 280-300 kg) et allaitante (R= à R+ ; état d'engraissement 3 ; moins de 10 ans ; poids 360-380 kg).

Les articles issus des opérations de la 2ème transformation (découpe – désossage) de ces carcasses sont évidemment de nature différente de ceux identifiés en rayon GMS, car ils subissent une 3ème transformation avant d'y être commercialisés. La 2ème transformation produit en effet des quartiers, des muscles en PAD et des « minerais » destinés à une 3ème transformation en UVCI de viandes hachées fraîches et surgelées. Celle-ci a généralement lieu au niveau de l'industrie mais elle peut parfois être opérée dans la distribution, dans le rayon boucherie, les ateliers en back-store ou dans les centrales (cf. Schéma 18).
La nomenclature des articles issus de la 2ème transformation et les coefficients afférents diffèrent selon le type racial – laitier ou allaitant - de la carcasse. Ces paramètres ont été définis par les organismes professionnels de l'industrie, de façon à refléter au mieux le mode le plus courant de « désassemblage » des carcasses de vaches dont sont issus les morceaux vendus en GMS.
Les coefficients de pondération des produits issus des 2ème et 3ème transformations et destinés aux GMS sont obtenus à partir des précédents et en tenant compte de la freinte (rendement 3ème transformation ; Tableau 16). Une perte de produits, dont il faut tenir compte dans le calcul du prix de la carcasse, a effectivement lieu entre la 2ème et la 3ème transformation.

Le Tableau 22 présente, par type de carcasse modélisé :
- les articles issus de la 2ème transformation ;
- la forme sous laquelle ils seront vendus à la distribution : soit à l'issue de la 2ème transformation (PAD), soit après 3ème transformation (UVCI, viandes hachées) ;
- le degré de transformation donnant la forme vendue à la distribution ;
- leur proportion dans la carcasse (vache laitière ou vache allaitante) aux stades 2ème et 3ème transformations.

Les coproduits[27] sont essentiellement les os et les suifs, la différence entre 100% et leur coefficient dans la carcasse étant égale au rendement en viande de la carcasse.

La valeur moyenne du kg de carcasse sortie industrie (après 3ème transformation) est calculée, pour chaque type racial, laitier ou allaitant, à partir des coefficients ainsi obtenus et du relevé de prix fourni par l'enquête du SNIV-SNCP et de la FNICGV. Les données de base de l'enquête conduite auprès des industriels sont des relevés de prix moyens mensuels au kg vendu en GMS, franco (livraison incluse), nets de toutes conditions commerciales (remise, ristournes déduites), dits « trois fois net », taxes, redevances et cotisations incluses hormis la TVA (cf. extrait du questionnaire en annexe).

Il s'agit donc de prix d'articles issus de la 2ème transformation : PAD, compensé et de la 3ème transformation : présentation en UVCI de certains morceaux et de viandes hachées issues des minerais. Pour la viande hachée fraiche, le prix correspond au produit barquette deux pièces ; pour la viande hachée surgelée, à une boite de 1 kg.

La valeur moyenne du kg de carcasse « sortie 2ème transformation » résulte du même type de calcul, à l'exception près que les prix sont d'abord corrigés des coûts standards de 3ème transformation. En effet, pour chaque article de 3ème transformation, les industriels ont fourni les coûts standards intervenant dans cette phase spécifique de transformation, à partir de la viande issue de la 2ème transformation (par exemple : coûts standards de la transformation du PAD d'entrecôtes en UVCI d'entrecôtes ; du minerai en VHS, etc.). A ces coûts de transformation proprement dits s'ajoutent des coûts logistiques et commerciaux afférents à la vente aux GMS, des coûts qui concernent également les muscles en PAD (produits de 2ème transformation) livrés aux GMS.

Coûts standards se rajoutant aux coûts de 2ème transformation industrielle pour la fourniture d'articles de 2ème transformation (PAD) ou 3ème transformation aux GMS

Tableau 21

Produits sortie industrie pour GMS	Coûts logistiques livraison GMS	Coûts commerciaux	Coûts 3ème transfo.	Freinte / rendement 3ème transfo.
Issus 2ème transformation :				
Muscles en PAD *(1)*	0,20 €	0,20 €	-	-
Issus 3ème transformation :				
Faux-filet UVCI	0,18 €	0,25 €	1,90 €	5 %
Côtes-entrecôtes UVCI	0,18 €	0,25 €	2,07 €	5 %
Tranche double UVCI	0,18 €	0,25 €	1,85 €	5 %
Nerveux UVCI	0,18 €	0,25 €	1,65 €	5 %
VHR 5 et 15 %	0,25 €	0,25 €	1,40 €	1,50 %
VHS 15 et 20 %	0,08 €	0,15 €	0,66 €	1,50 %

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV

[27] Il s'agit des coproduits issus du « démontage » de la carcasse, et non du « 5ème quartier », i.e. divers produits, dont les abats, issus de la 1ère transformation de l'animal, auxquels s'a'joutent les cuirs. Cf Encadré « Le cinquième quartier ».

Articles produits par la 2ème transformation dans l'industrie, destinations et coefficients de pondération

Tableau 22

VACHE LAITIERE					VACHE ALLAITANTE				
Articles issus de la 2ème transformation	Destination commerciale *(degré de transf.)*	Coef. sortie 2ème transf.	Coef. sortie 3ème transf.	Coef. sortie GMS	Articles issus de la 2ème transformation	Destination commerciale *(degré de transf.)*	Coef. sortie 2ème transf.	Coef. sortie 3ème tranfs.	Coef. sortie GMS
ART8 (8 paires de côtes)					*ART 13 (13 paires de côtes)*				
Filet semi-paré	PAD (2e)	1,90%	1,90%	1,90%	ART 13 compensé désossé	Compensé (2e)	41,50%	41,50%	41,50%
Faux-filet	UVCI *(3ee)*	4,00%	3,80%	3,80%					
Côtes - entrecôtes	UVCI *(3ee)*	2,55%	2,42%	2,42%					
Tranche double	UVCI *(3e)*	8,00%	7,60%	7,60%					
Cœur de rumsteck	PAD (2e)	2,30%	2,30%	2,30%					
Bavette Aloyau	PAD (2e)	1,00%	1,00%	1,00%					
Bavette de flanchet	PAD (2e)	0,50%	0,50%	0,50%					
Jarrets AR	PAD (2e)	3,00%	3,00%	3,00%					
Aiguillette baronne	VHR 5% *(3e)*	0,70%	0,69%	0,69%					
Aiguillette Rumsteck	PAD (2e)	0,90%	0,90%	0,90%					
Rond de gite	PAD (2e)	1,40%	1,40%	1,40%					
Noix de gite	VHR 5% *(3e)*	1,60%	1,58%	1,58%					
Nerveux	UVCI *(3e)*	1,30%	1,24%	1,24%					
Minerai d'AR	VHS 20% *(3e)*	5,40%	5,32%	5,32%					
AVT5 (5 paires de côtes)					*AVANT*				
Macreuse PAD	PAD (2e)	1,70%	1,70%	1,70%	Jarret	PAD (2e)	1,90%	1,80%	1,80%
Paleron	PAD (2e)	1,70%	1,70%	1,70%	Boite à moelle	PAD (2e)	1,80%	1,90%	1,90%
Jumeau	VHR 5% *(3e)*	1,10%	1,08%	1,08%					
Basse-côte	PAD (2e)	2,90%	2,90%	2,90%					
Dessus de palette	PAD (2e)	0,70%	0,70%	0,70%					
Collier	VHR 15% *(3e)*	4,00%	3,94%	3,94%					
Minerai d'AV 15 %	VHR 15 % *(3e)*	6,10%	6,01%	6,01%					
Minerai d'AV 15 %	VHS 15% *(3e)*	7,00%	6,90%	6,90%	Minerai 15 %	VHR 15% *(3e)*	13,40%	13,20%	13,20%
Minerai Capa	51/49 15% *(3e)*	11,20%	11,03%	11,03%	Minerai Capa et trimming	VHS 20% *(3e)*	13,80%	13,59%	13,59%
Coproduits		*29,05%*	*0,00%*	*0,00%*	*Coproduits*		*27,60%*	*0,00%*	*0,00%*
Pertes		*0,00%*	*30,40%*	*30,40%*	*Pertes*		*0,00%*	*28,01*	*28,01*
TOTAL		100,00%	100,00%	100,00%	TOTAL		100,00%	100,00%	100,00%

Définitions et sigles : **ART** : quartier arrière traité ; **AVT** : quartier avant traité ; **PAD** : prêt à découper (muscle désossé) ; **UVCI** : unité de vente consommateur industrielle, **VHS** : viande hachée surgelée ; **VHR** : viande hachée réfrigérée ; **« 51-49 »** : viande hachée surgelée issue d'un mix entre des protéines animales et des protéines végétales ; C**ompensé** : le quartier désossé est vendu en totalité mais « en pièces détachées » sans os ; **Minerai, trimming** : produits de découpe destinés à la transformation supplémentaire en produits élaborés (haché, préparations) ; **Capa** : partie de quartier avant.

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV pour FranceAgriMer

On dispose ainsi, pour chacun des deux types raciaux, de deux valeurs de carcasse au stade industriel : prix de la carcasse vendue aux GMS (mix de produits de 2ème et 3ème transformation) et valeur de la carcasse au stade 2ème transformation, la différence entre les deux étant les coûts standards précités.
On peut ensuite calculer un prix de carcasse de vache moyenne à ces deux stades, égal à 60 % du prix de la carcasse de vache laitière et 40 % du prix de la carcasse de vache allaitante.

2.2.3. Calcul du prix de la carcasse au détail en GMS

Le prix d'une carcasse de vache (débitée en morceaux de viande) en GMS (hyper et supermarchés) est reconstitué avec les prix du panel consommateur Kantar Worldpanel (cf. chapitre 2).

Sont disponibles, par période de quatre semaines (treize périodes sur l'année) et sur un historique remontant jusqu'en 1998, les prix en euro par kg de viande d'une quinzaine de morceaux de viande bovine, calculés à partir des montants en valeur et poids des achats d'un panel de 12 000 ménages.

Cette source de données ne fournit des informations que sur des morceaux de viande fraîche (dont steak haché) et sur le steak haché surgelé. Il s'agit de morceaux résultant d'opérations de découpes successives, sans transformation par cuisson ou séchage ni incorporation d'autres matières premières, donc hors conserves de viande, plats cuisinés et toute autre préparation à base de viande. Aucune indication sur le type racial ou le type de bovin dont la viande provient n'est fournie par le panel (ce qui est regrettable, mais aucune alternative équivalente en précision et représentativité n'est envisageable, sauf avec des coûts administratifs prohibitifs et bien sûr sans possibilité de reconstituer le moindre historique). En outre, la saisie étant réalisée par les ménages panélistes, qui ne sont pas tous des « connaisseurs », il peut y avoir quelques erreurs dans l'identification des morceaux de viande (les erreurs les plus manifestes sont toutefois corrigées par les statisticiens de Kantar, selon les procédures habituelles en matière de sondages). Néanmoins, malgré ces quelques limites, il s'agit de la source de données la mieux adaptée, notamment parce qu'elle prend parfaitement en compte les effets des promotions – qui peuvent être importantes en viande - sur le prix moyen réellement payé par le consommateur (et perçu par la GMS), ce que ne peut assurer en aucune façon un relevé de prix en magasin : le prix moyen pondéré par les quantités achetées, ou « vrai » prix de l'échange, n'est pas la moyenne des prix relevés à partir de l'étiquetage en rayon.

Le prix au détail de la viande est le prix moyen des différentes pièces vendues en GMS, pondéré par leur poids anatomique moyen dans la carcasse « viande », c'est-à-dire hors os, suif, déchets … Ces coefficients ont été élaborés en collaboration avec les organismes professionnels de la branche industrielle de la filière, avec des valeurs spécifiques pour la vache laitière d'une part et pour la vache allaitante d'autre part (cf. Tableau 22 et Tableau 23). Ils sont considérés comme fixes sur la période étudiée : les effets d'éventuelles évolutions structurelles ou variations saisonnières de la consommation des différents morceaux (plus de grillades en été, plus de morceaux à braiser ou bouillir en hiver) sur le prix moyen de la viande consommée ne sont donc pas pris en compte. Ceci peut être reproché au modèle mais, d'un autre côté, il serait assez difficile d'analyser des évolutions de prix et de marges qui résulteraient de multiples facteurs.

On raisonne donc ici, de façon assez classique en la matière, à « panier constant » : les seules variations de prix moyens ainsi suivies sont celles dues à l'évolution des prix de chaque article du panier, et non aux variations de sa composition.

Le panel ne donnant pas de prix de morceaux différenciés par type racial (laitier, allaitant), le prix moyen de la carcasse de viande bovine reconstituée au détail est calculé comme suit :

- prix moyen de la carcasse de vache au détail, différencié par type racial sous le seul effet des coefficients de pondération des pièces. On calcule un prix moyen « carcasse laitière » en ne pondérant les morceaux qu'avec les coefficients de la carcasse laitière, et un prix moyen « carcasse allaitante » en ne pondérant les morceaux qu'avec les coefficients de la carcasse allaitante. Il s'agit d'une approche, imparfaite sous contrainte de données, du différentiel de prix lié au type racial, éventuellement améliorable par une modélisation ultérieure.

- prix moyen de la carcasse de vache moyenne au détail tous types raciaux confondus : il est calculé à partir des deux séries de prix précédentes, en les pondérant par le poids de vente des deux types raciaux en GMS (60 % pour la vache laitière, 40 % pour la vache allaitante).

Coefficients de pondération des pièces de viande vendues en GMS et coproduits et pertes selon leur poids dans la carcasse.

Tableau 23

Articles du panel (plus coproduits et pertes)	VACHE LAITIERE	VACHE ALLAITANTE
	Coefficients carcasse	Coefficients carcasse
Filet	1,90%	1,90%
Tournedos (1)	0,00%	0,00%
Faux filet	3,80%	4,00%
Entrecôte	1,62%	1,70%
Rumsteck	2,30%	2,30%
Côte	0,81%	1,50%
Steak grillade	9,52%	13,00%
Viande hachée fraiche	13,30%	13,20%
Autre à rôtir	1,52%	3,00%
Pot au feu	5,90%	1,90%
Bœuf Bourguignon	2,30%	6,00%
Paleron	1,70%	1,70%
Macreuse	1,70%	1,70%
Autre à bouillir	0,00%	6,50%
Viande hachée surgelée	23,25%	13,59%
Coproduits (os, suif…)	*0,00%*	*0,00%*
Pertes	*30,40%*	*28,01%*

(1) Le tournedos n'est pas a proprement parler un morceau précis mais une présentation généralement donnée au filet. Ses proportions sont incluses dans les coefficients relatifs à l'article « filet ».

Certaines de ces pièces sont issues d'une 3ème transformation dans le secteur industriel, d'autres dans la distribution, à partir de PAD ou de quartiers compensés fournis par l'industrie. La méthodologie utilisée devrait donc tenir compte des pertes de matières liées à la découpe des pièces lors de cette 3ème transformation, comme cela a été le cas pour celle opérée dans l'industrie (cf. Tableau 22). Des difficultés se posent toutefois pour savoir, d'une part, quelles pièces sont issues de cette 3ème transformation dans les ateliers des GMS, d'autre part, quels coefficients de rendement doivent être appliqués. En effet, aucune donnée n'est pour l'instant disponible pour permettre d'intégrer tous ces paramètres au modèle.

Un autre aspect fait défaut au modèle au niveau de ce stade de la distribution : les pertes de produits liées à la gestion des stocks et des dates limites de consommation (DLC). En effet, une partie des pièces achetées par les GMS est perdue pour le consommateur, car retirée de la vente lorsque la DLC est dépassée. Ainsi, pour vendre effectivement un kilo équivalent carcasse de viande, les GMS doivent acheter plus d'un kilo à l'industrie, en raison de ces pertes. Mais là encore, les données exactes qui permettraient l'intégration de ce facteur au modèle ne sont (pour l'instant) pas disponibles.

2.2.4. Calcul des marges brutes au kg de carcasse aux différents stades

Sur le long terme (depuis 1998), en raison de l'absence de données de prix industriels, seule une marge brute agrégée « industrie + distribution » peut être calculée, par différence entre le prix de la carcasse reconstituée sortie GMS et le prix de la carcasse entrée abattoir.
A partir de juillet 2010, deux nouvelles séries de prix sont disponibles, en plus des séries « entrée abattoir » et « sortie GMS » :

- la valeur du kg de carcasse à la sortie 2ème transformation industrielle (découpe – désossage) composée de pièces destinées telles quelles aux GMS, ou après une 3ème transformation dans l'industrie ;

- la valeur du kg de carcasse sortie industrie, composée de produits issus de 2ème et de 3ème transformation dans l'industrie et vendus aux GMS.

Cela a permis de décomposer la marge brute agrégée en trois parties : la marge brute de la 1ère et 2ème transformations industrielles, la marge brute de la 3ème transformation industrielle et la marge brute de la distribution.
Dans la partie suivante de ce rapport, les résultats des deux types d'approche (long terme avec la seule marge agrégée, court terme avec des marges différenciées) font l'objet de présentations distinctes.

Encadré 11

Le Cinquième quartier

texte

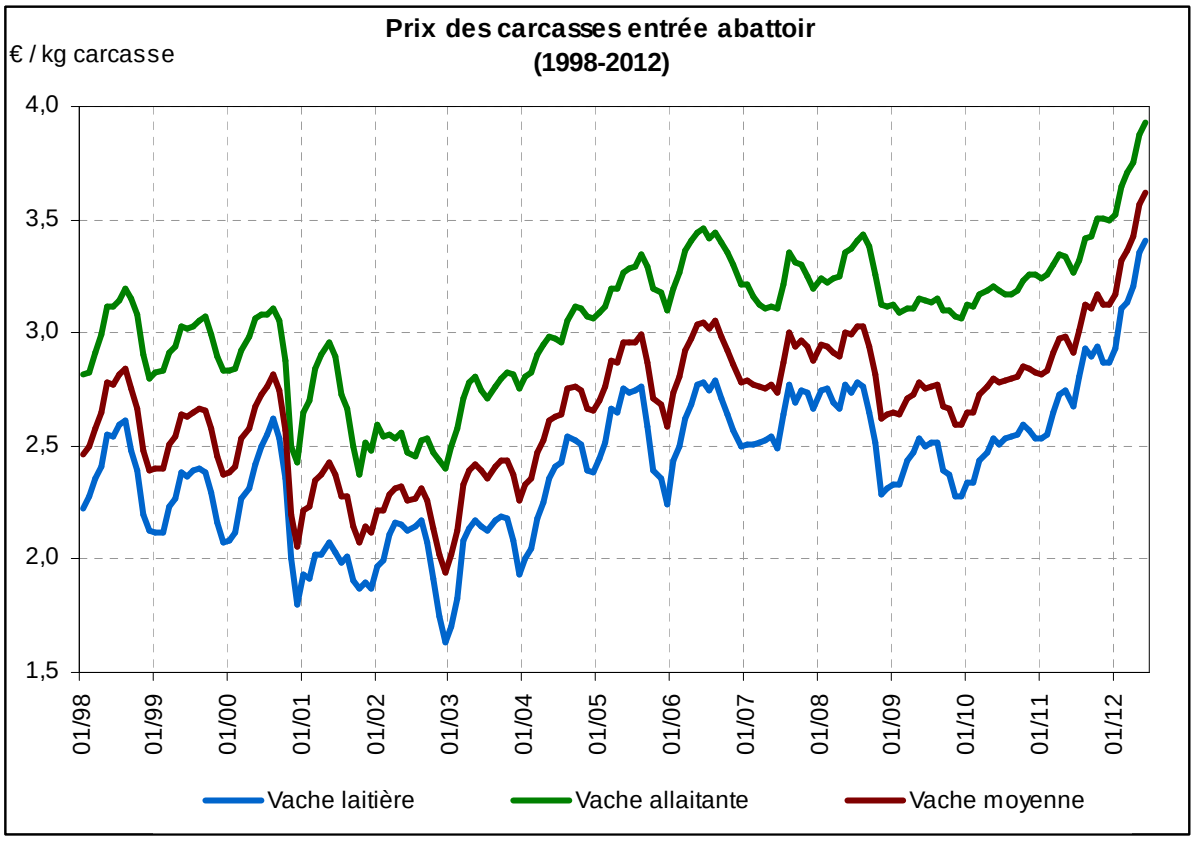
3. LES PRIX ET LES MARGES BRUTES AUX DIFFERENTS STADES, LES COMPOSANTES DES PRIX AU DETAIL

3.1. Evolution des prix aux différents stades

3.1.1. Prix de la carcasse entrée abattoir

Les graphiques ci-après présentent l'évolution du prix moyen d'une carcasse de vache payée à l'éleveur, en fonction du type racial. Le prix de la carcasse de vache « moyenne » est la moyenne pondérée des prix des deux autres carcasses (40 % du type allaitant, 60 % du type laitier).
Les prix sont soumis à de nettes variations saisonnières, dépendantes de la saisonnalité de l'offre. Pour les vaches de type laitier, le pic de production a lieu à partir de l'automne, lors de la décharge des herbages et jusqu'à la fin de la campagne laitière, c'est-à-dire jusqu'au mois de mars. C'est à ces périodes que les prix sont les plus bas. Pour les vaches de type allaitant, la production est globalement croissante sur l'année, avec le même effet « décharge des herbages » à l'automne. Les prix de ces vaches allaitantes sont en fait nettement corrélés à ceux des vaches laitières. Un déficit d'offre sur un type de vaches conduit à un report sur les autres catégories, ce qui induit une évolution parallèle des prix.

Graphique 182

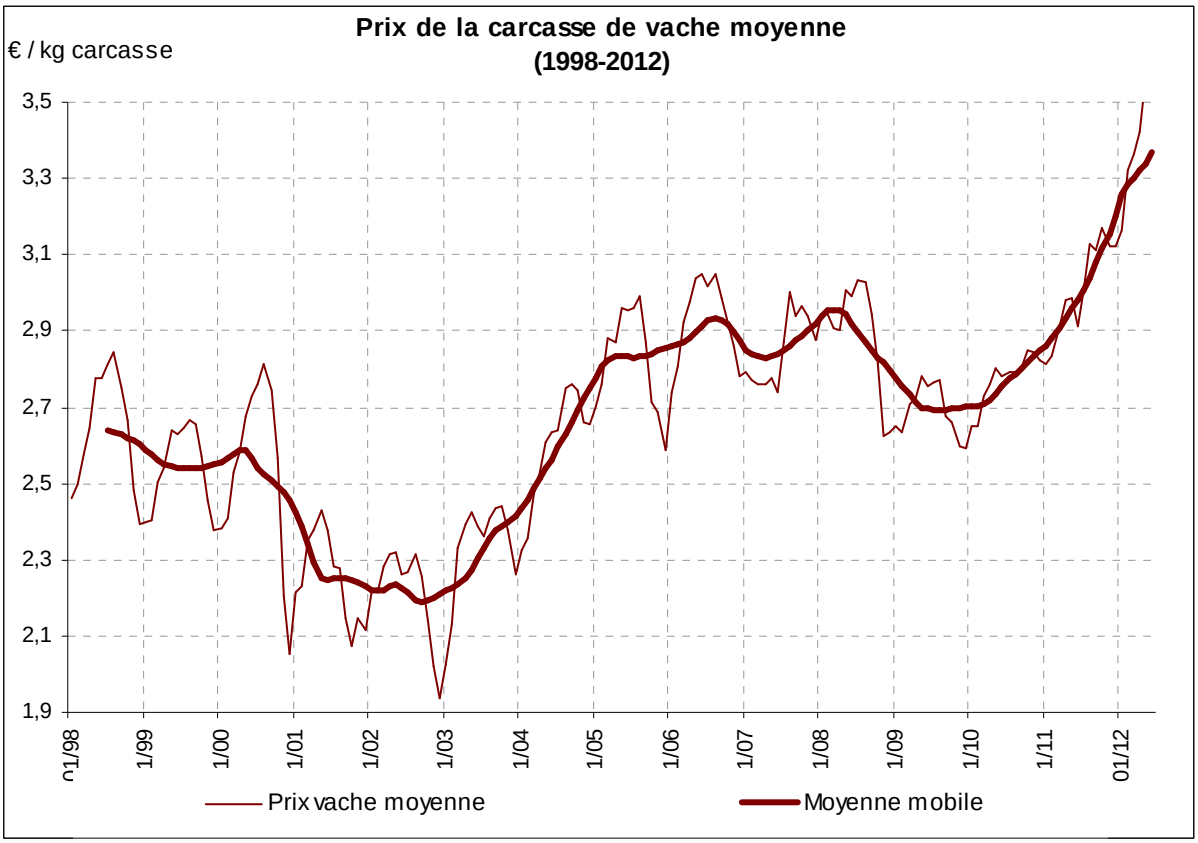


Source : FranceAgriMer

Les prix ont été marqués par une chute en 2001 et 2002, liée à la 2ème crise de l'ESB. Les vaches de moins bonne qualité (type laitier) ont été plus particulièrement touchées par cette baisse des cours. A partir de janvier 2003, les prix sont repartis sur une tendance haussière jusqu'à l'été 2006, dépassant les niveaux antérieurs à la seconde crise de l'ESB. Après un décrochage fin 2006 - début 2007, une légère hausse des prix a pu être observée à partir de 2010.

Depuis 2009, la saisonnalité des prix est toutefois moins marquée, et les prix orientés globalement à la hausse. Cette croissance s'est accentuée à partir de mi-2010 et jusqu'en 2012. La forte demande en bovins vivants (jeunes bovins en particulier) des pays de l'Union européenne comme des pays tiers a créé une situation de tension sur le marché de la viande bovine. Les conséquences ont été un repli des abattages de mâles en France et un appel plus marqué sur les femelles pour compenser ce déficit. Cela a entrainé un déséquilibre entre l'offre et la demande, ce qui explique la forte augmentation des prix. La particularité est que cette situation n'a pas été ponctuelle mais s'étale sur une longue période. L'écart entre les prix des diverses carcasses a de plus pu être constaté, les prix des vaches O3 et P3 progressant plus rapidement que ceux des vaches R3.

Graphique 183



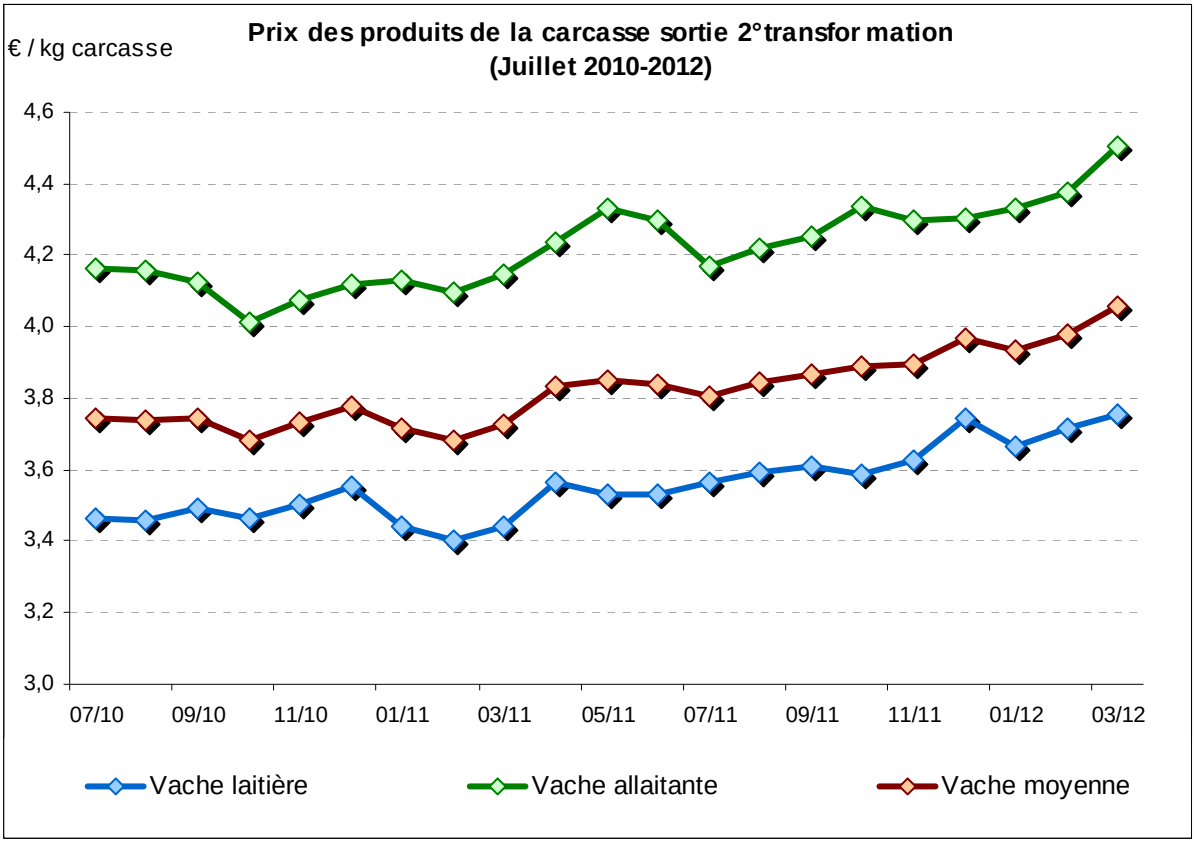
Source : FranceAgriMer

3.1.2. Prix de la carcasse au stade industriel

3.1.2.1. Prix de la carcasse sortie 2ème transformation

Le graphique ci-dessous illustre l'évolution du prix de carcasses reconstituées au stade sortie 2ème transformation, c'est-à-dire après découpe-désossage, de juillet 2010 à mars 2012. Pour la vache laitière, ce prix oscille entre 3,34 et 3,76 €/kg au cours des 21 mois considérés. Les variations sont d'amplitudes plus marquées pour la vache allaitante, avec un écart de près de 50 centimes entre le prix maximum et le prix minimum constaté (de 4,02 à 4,50 €/kg).
Si les prix ont peu varié en 2010 et au début de l'année 2011, ils ont par la suite été orientés à la hausse, dès juillet 2011, pour les deux types raciaux. Cette croissance est liée à celle constatée pour les prix entrée abattoir et répercutée sur tout la chaine de production, avec léger retard cependant. Le prix de la matière première « animal » est en effet un composant important du prix industriel, auquel s'ajoutent les autres charges, et qui donc influence en grande partie l'évolution des prix industriels. Mais contrairement aux prix entrée abattoir, ce sont les carcasses de vaches allaitantes qui ont enregistré la plus forte augmentation.

Graphique 184

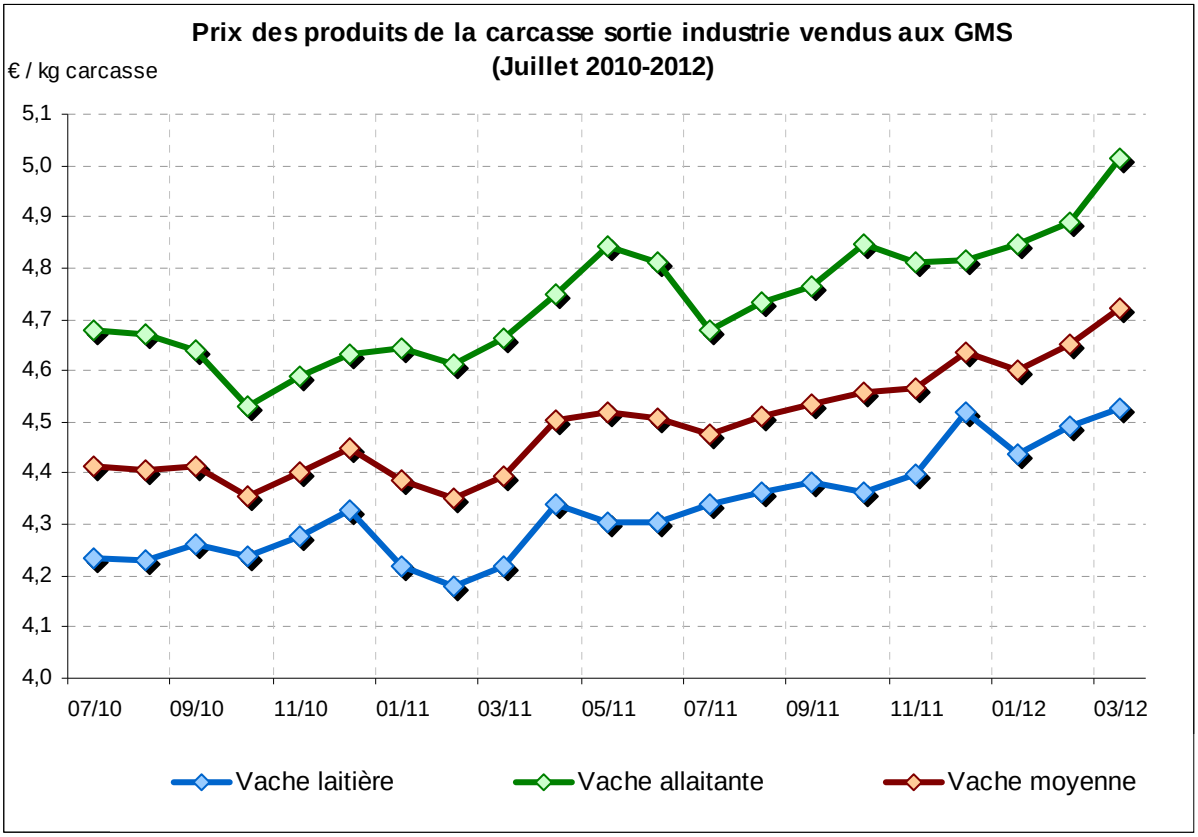


Sources : FranceAgriMer

3.1.2.2. Prix de la carcasse sortie industrie pour les GMS

En raison des divers coûts standards qui entrent en jeu au moment de la 3ème transformation, les prix des carcasses reconstituées sortie industrie à destination des GMS sont supérieurs à ceux précédemment détaillés, comme le montre le graphique suivant. Les prix de la carcasse de vache laitière tournent autour d'une moyenne de 4,33 €/kg sur les 214 mois étudiés, ceux de la carcasse de vache allaitante autour de 4,74 €/kg.
Là encore, l'augmentation des prix à partir de juillet 2011 a été plus marquée sur les carcasses de vaches allaitantes que sur celles de vaches laitières. En un an, les premières ont gagné 34 centimes tandis que les secondes ont progressé près de deux fois moins, de 19 centimes.

Graphique 185



Source : FranceAgriMer

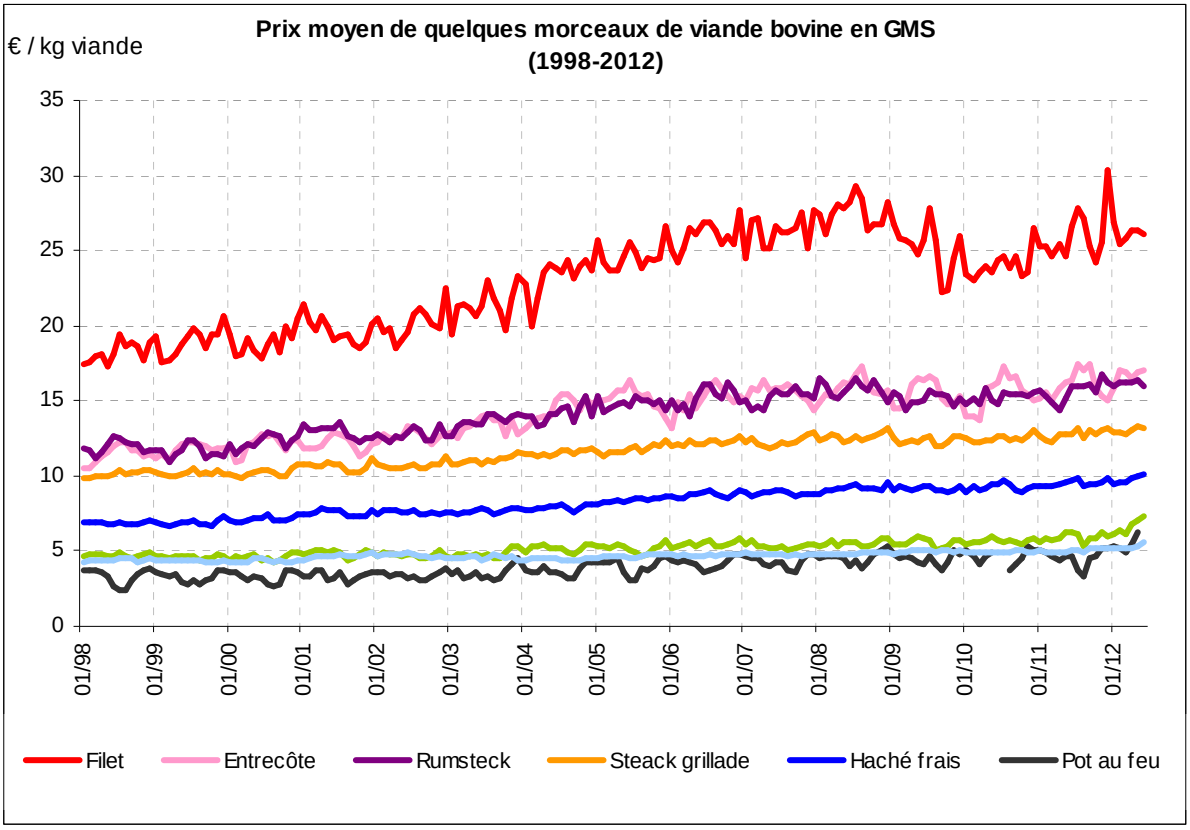
3.1.3. Prix de la carcasse au détail, sortie GMS

Les prix présentés ici sont les « prix d'achat moyens pondérés » (PAMP) en GMS issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

3.1.3.1. Prix de vente de quelques morceaux

Le Graphique 186 présente la hiérarchie et l'évolution des prix des principaux morceaux de viande vendus en hyper et supermarchés et recensés dans le panel de consommateurs. Des écarts de prix considérables peuvent être constatés entre les morceaux les plus chers et ceux les moins chers, qui sont parfois moins consommés (bien que leur part dans la carcasse reste évidemment à peu près identique).
Les prix de ces divers morceaux sont caractérisés par une inflexion plus ou moins importante mais durable à la hausse après 2001, accompagnée de variations saisonnières différentes selon les produits. Ainsi, le prix du filet, produit le plus onéreux, a connu la croissance la plus soutenue (+ 50 % entre 2000 et 2008) suivie d'une inversion récente de tendance (réduction de la demande pour les produits les plus chers, et celui-ci en particulier, en période de difficultés économiques), le tout assorti de variations saisonnières avec des pics en été et en fin d'année. A l'opposé, le prix du haché surgelé, produit très bon marché, présente des variations saisonnières moins amples et une augmentation plus modérée (+ 10 % entre 2000 et 2008).

Graphique 186



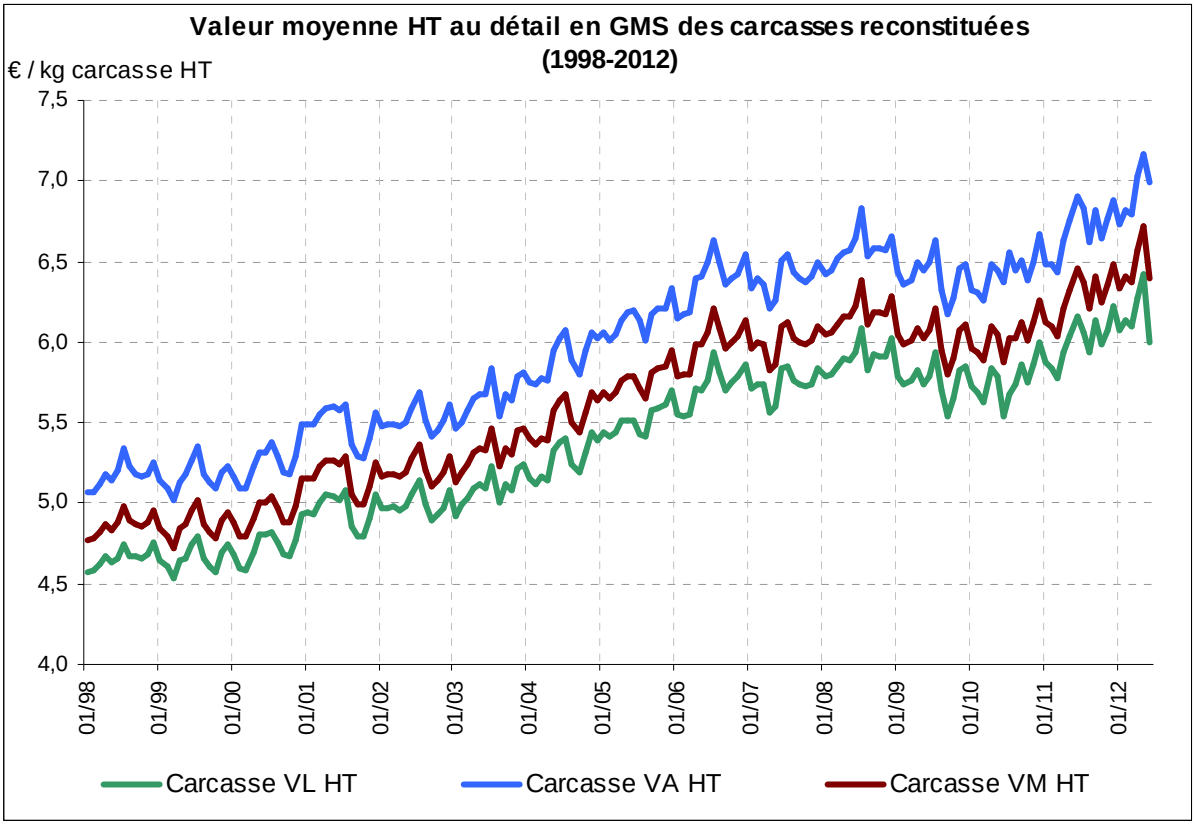
Source : Kantar Worldpanel, retraitements FranceAgriMer

3.1.3.2. Prix de vente de la carcasse reconstituée au détail

Les différences de valorisation au détail de la matière première justifient d'appréhender l'évolution du prix au détail sur la carcasse entière, dont les graphiques ci-après présentent l'évolution, en euro par kg de carcasse (homogène et comparable directement avec le prix de la même carcasse entrée abattoir).

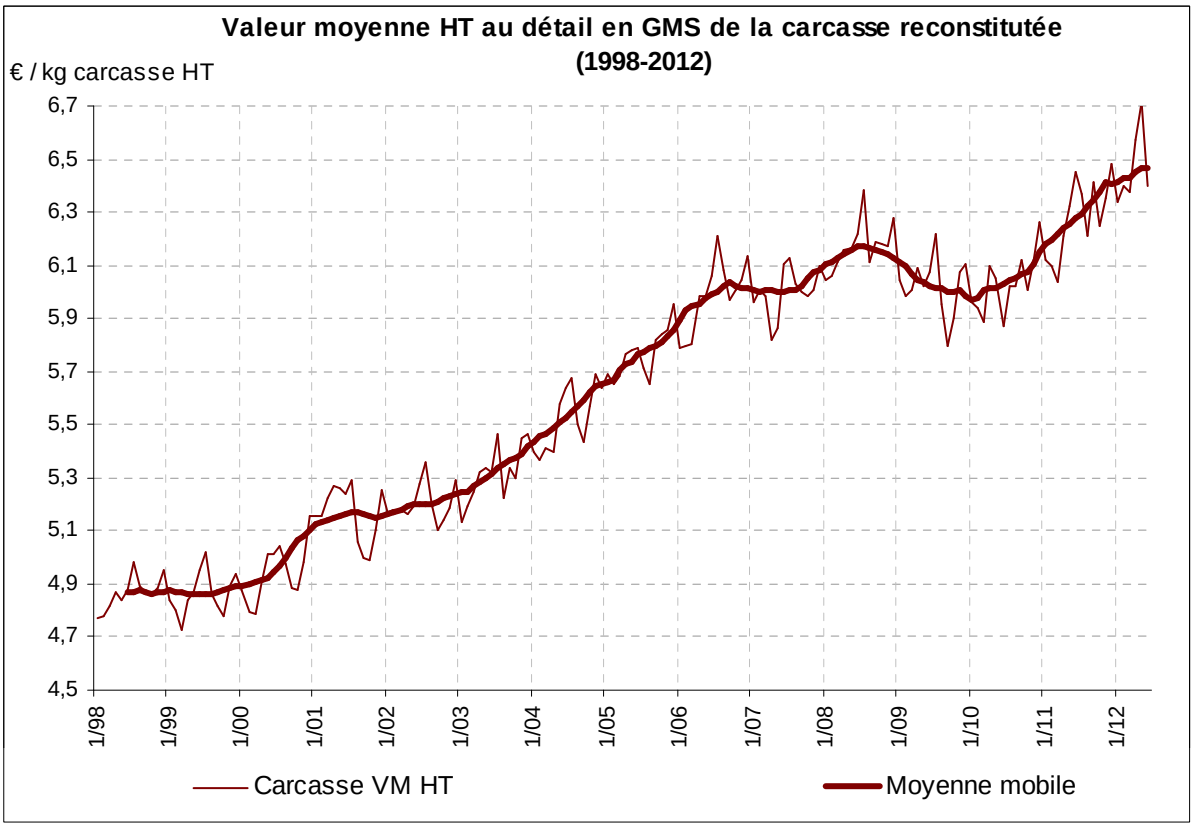
Il apparaît, en tendance hors variations saisonnières ou exceptionnelles, une croissance quasi ininterrompue du prix moyen au détail en GMS entre 2000 et 2008, de l'ordre de 25 %, avec notamment une « marche d'escalier » assez nette en 2001, après la crise de l'ESB de fin 2000. La fin de l'année 2008 marque une inversion de la tendance, les prix évoluant à la baisse jusque mi-2010. Cette évolution est probablement à mettre sur le compte de la crise économique qui a touché la France (et l'Union européenne) à cette période, et qui a eu un impact direct sur les choix d'achats alimentaires des ménages. Ceux-ci se sont tournés vers les produits les moins chers : la consommation de viande en a donc pâti, et celle de viande bovine plus particulièrement, les français favorisant les abats, la viande de volaille ou la viande de porc. Face au repli de la demande, les prix au détail ont diminué. Mais cette situation n'a pas duré très longtemps puisque la grande distribution a été dans l'obligation de répercuter la forte hausse des prix pratiquée au premier maillon de la filière (niveau sortie élevage) sous peine de voir ses marges fortement régresser. Ainsi, les prix de carcasses ont retrouvé une évolution croissante à partir de mi-2010, en même temps celle des prix entrée abattoir.

Graphique 187



Source : Kantar Worldpanel, retraitements FranceAgriMer

Graphique 188



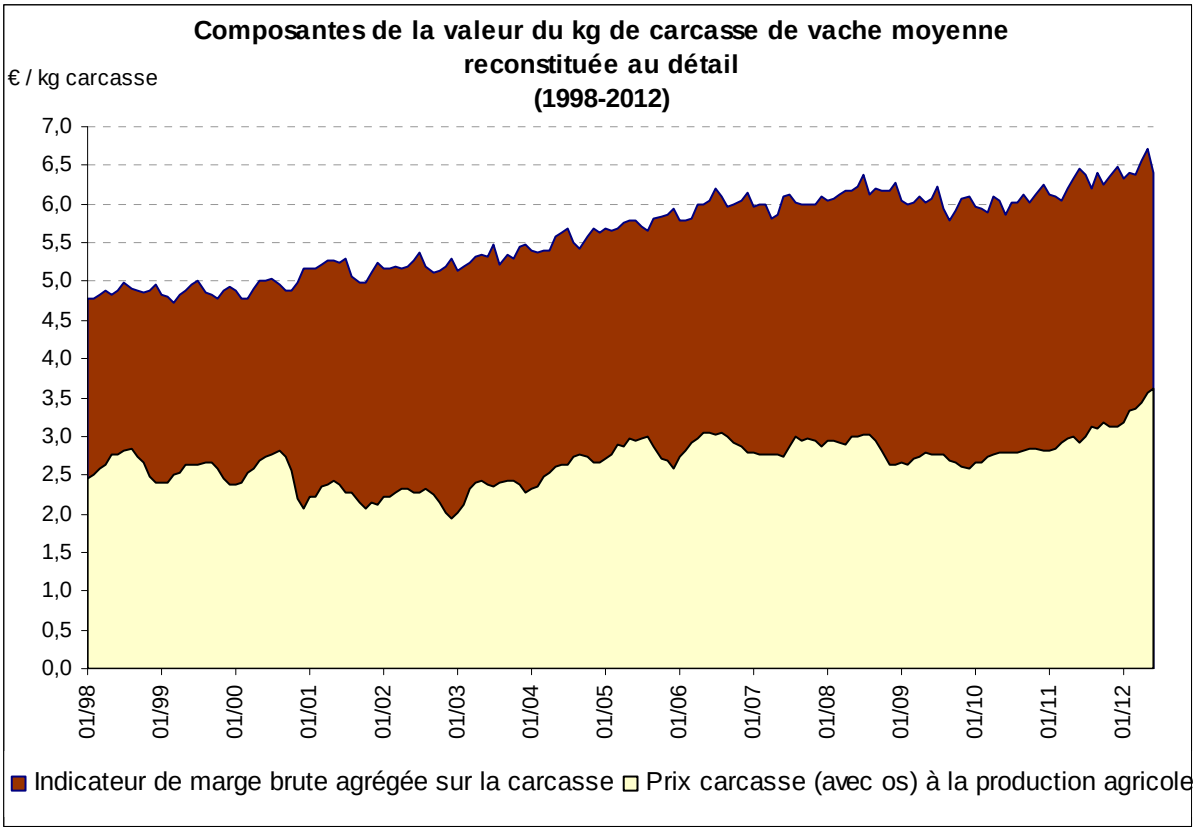
Source : Kantar Worldpanel, retraitements FranceAgriMer

NB : la mention HT signifie « hors TVA », l'impact des autres taxes est éventuellement inclus.

3.2. Approche sur longue période en termes de marge brute agrégée

Cette approche est la seule possible sur le long terme, faute de série historique de prix industriels.
Est présentée sur le Graphique 189 la série mensuelle 1998-2012 de la valeur du kg de carcasse reconstituée au détail en GMS, décomposée en prix de la carcasse entrée abattoir et marge brute agrégée (industrie et distribution).

Graphique 189



Sources : Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Le Tableau 24 et le Tableau 25 ci-après résument les évolutions observées. Entre le début et la fin de la période étudiée, on observe une augmentation de 6 points de la part de la marge agrégée, et une réduction équivalente de la part de la matière première.

Pour une vache « moyenne », entre 2000 et 2011, le prix en GMS HT ramené au kg équivalent carcasse a augmenté de 1,34€ ; dans le même temps, la marge brute au kg équivalent carcasse agrégée a progressé de 0,87 € tandis que la valeur de la matière première a connu une hausse moins marquée (+ 0,47 €). Cette dernière s'est tout de même accentuée par rapport à 2010. En effet, l'écart constaté entre 2010 et 2011 est dû exclusivement (à 1 centime près) à l'amélioration du prix de la carcasse entrée abattoir (+ 24 centimes). Pour rappel, cette évolution est liée à la croissance de la demande en bovins vivants et en viande des pays tiers qui a créé des tensions sur le marché mondial et conduit à une revalorisation des prix. Les chiffres du Tableau 24 ci-dessous montrent également que, en 2011, le maillon industrie – distribution n'a pas répercuté (du moins pas en intégralité) cette hausse des prix entrée abattoir.

Structure du prix moyen au détail en 2000 et 2011

Tableau 24

	carcasse entrée abattoir (1)	marge agrégée industrie et distribution sur carcasse avec os (2)	prix HT / kg équivalent carcasse au détail de l'ensemble des morceaux issus de la carcasse (3) = (1) + (2)	TVA sur prix au détail par kg équivalent carcasse
Vache moyenne				
2000	**49 %**	**46 %**	**95 %**	**5 %**
2011	**46 %**	**49 %**	**95 %**	**5 %**
Vache type lait				
2000	47 %	48 %	95 %	5 %
2011	44 %	51 %	95 %	5 %
Vache type allaitant				
2000	46 %	49 %	95 %	5 %
2011	48 %	47 %	95 %	5 %

Valeurs moyennes annuelles (jusqu'en décembre 2011).

Sources : Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Composantes en euros courants du prix moyen au détail de 2000 à 2012 - vache moyenne

Tableau 25

	carcasse entrée abattoir (1)	marge agrégée industrie et distribution sur carcasse avec os (2)	valeur au détail HT calculée par kg équivalent carcasse (3) = (1) + (2)	TVA sur prix au détail par kg équivalent carcasse
2000	2,54	2,40	4,94	0,27
2001	2,25	2,92	5,17	0,28
2002	2,21	2,99	5,20	0,29
2003	2,33	2,99	5,32	0,29
2004	2,60	2,93	5,52	0,30
2005	2,83	2,94	5,76	0,32
2006	2,93	3,06	5,99	0,33
2007	2,85	3,15	6,00	0,33
2008	2,90	3,28	6,17	0,34
2009	2,69	3,33	6,02	0,33
2010	2,77	3,26	6,03	0,33
2011	3,01	3,27	6,28	0,35
2012	3,41	3,06	6,47	0,36

Valeurs moyennes annuelles (jusqu'en juin 2012).

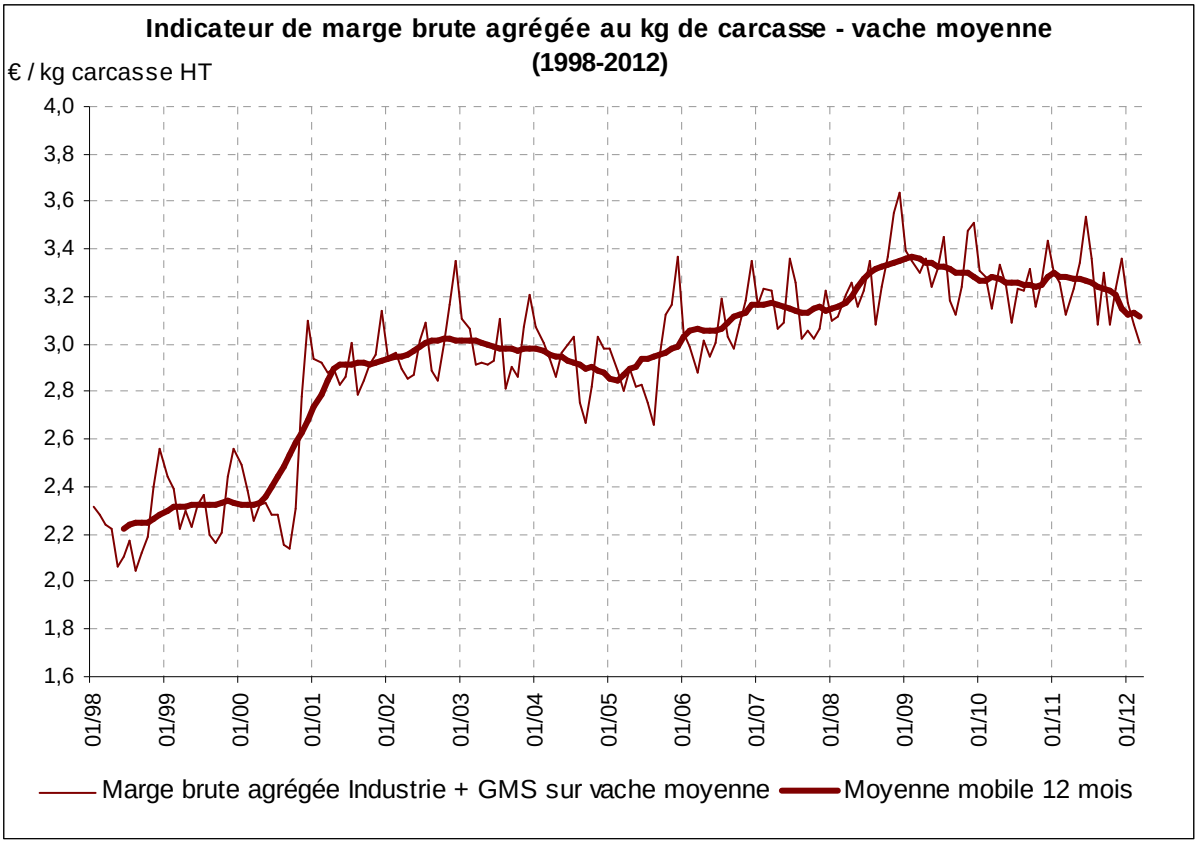
Sources : Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Pour une vache de type laitier, le prix en GMS a augmenté de 1,27 € au kg de carcasse et la marge brute agrégée de 0,80 €, tandis que le prix de la carcasse entrée abattoir a gagné 0,47 €.

Pour une vache de type allaitant, le prix en GMS a progressé de 1,43 € au kg de carcasse : la marge brute agrégée a enregistré une hausse de 0,96 € et le prix de la matière première de 0,47 €.

L'évolution sur 1998-2012 de la marge brute agrégée appréciée en moyenne mobile sur 12 mois (Graphique 190) permet de repérer les principales tendances. Avant la crise de l'ESB (novembre 2000), la marge brute suit une faible évolution à la hausse, résultant de la hausse des charges autres que matière première. Ponctuellement, la brusque augmentation de la marge brute entre 2000 et 2001 résulte de l'effondrement des cours à la production agricole lié à la crise de l'ESB et non intégralement répercuté par l'aval (volonté de préserver une partie du chiffre d'affaires alors que les quantités baissent fortement).

Graphique 190



Sources : Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

La transmission jusqu'au consommateur des nouveaux coûts structurels apparus dans la filière à partir de 2001, notamment ceux liés à l'ESB [28], peut expliquer la persistance d'une marge brute toujours supérieure à son niveau d'avant 2001.
Les comptes industriels présentés dans la partie 4 (cf. plus loin) montrent une croissance des charges par kg de carcasse traité dans ce secteur, expliquant l'essentiel de l'évolution de la marge brute de l'industrie. La distribution supporte certaines de ces charges de transformation lorsqu'elle réalise une partie de la découpe des carcasses, quartiers ou pièces. Toutefois, l'absence de données historiques sur les comptes des rayons viandes des GMS ne permet pas d'apprécier l'évolution des charges dans ce secteur.

Ces coûts structurels sont les suivants :

[28] Les coûts ci-après ont été listés dans plusieurs rapports antérieurs, dont :
Christiane LAMBERT « Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur », Rapport au Conseil économique, social et environnemental, 2009 ;
Pascal MAINSANT « Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf », Viande et produits carnés n° hors série, 2004.
Les évaluations exhaustives et précises font cependant défaut.

- augmentation, modification ou création de diverses taxes sanitaires, supportées par les industriels, sauf pour la taxe sur les achats de viande qui, de 1997 à 2003, était due par le commerce de détail (cf. Tableau 26) ;
- coûts des tests ESB, chargés par les industriels en pied de facture de leurs livraisons à la distribution, et donc probablement transmis jusqu'au consommateur ;
- coûts d'élimination et d'enlèvement de certains produits (os, gras, MRS[29]) : il s'agit de charges supportées par les industriels sous la forme de frais supplémentaires d'équarrissage ou, en 2004, d'une taxe sur les déchets (cf. Tableau), mais également des coûts de main-d'œuvre ou de perte de productivité liés au travail de prélèvement des MRS sur les carcasses (moelle épinière) ;
- investissements matériels et coûts en productivité du travail dans l'industrie et le commerce, liés à la mise en place de la « traçabilité » des produits mis en rayon ;
- moindre valorisation des déchets et du 5ème quartier, sous des effets de volumes et de prix : des déchets voués désormais à la destruction et interdits à la consommation étaient auparavant valorisés (farines à base de graisse et coproduits pour l'alimentation animale, boyaux pour la triperie) ; baisse de la consommation humaine des produits tripiers autorisés, baisse de leur prix, orientation moins valorisante d'une partie des volumes vers la fabrication de *pet-food* ;
- hausse des coûts de fabrication et de gestion (traçabilité) pour la viande hachée sous logo « 100 % muscles » ;
- augmentation des pertes en magasin liées à l'application plus stricte des DLC (date limite de consommation) sur les UVCI (unités de vente consommateur industrielles) et au nombre croissant de produits plus élaborés

Nature et taux des taxes sanitaires en filière viande bovine de 1995 à 2010

Tableau 26

années d'application	redevance sanitaire : abattage € / tête [1]	redevance sanitaire : contrôle des résidus € / kg [2]	redevance sanitaire : découpage € / kg [3]	taxe sur les achats de viandes % [4]	taxe d'abattage sur viande abattue € / T [5]	taxe d'abattage sur déchets € / T [6]
1995 - 1996	4,57					
1997 - 1998	4,12		0,00168	0,6 % et 1 %		
1999 - 2001		0,00135				
2001 - 2003				2,1 % et 3,9 %		
2004					47	197
2005						à partir de 2005 : charge acquittée directement par les abatteurs auprès des équarisseurs
2006 - 2008					58	
2009 - 2010					67	
2011 – juil-2012		abrogée				
Depuis juil-2012					73,7	

Sources : FNICGV, réglementation

Notes :

[1] : seuls sont mentionnés ici les taux pour les gros bovins de 24 mois et plus, il existe d'autres taux pour les autres catégories.

[2] : taux par kg de carcasse ; taxe introduite en 1999, abrogée à compte der janv-2011.

[3] : taux par kg de carcasse.

[4] : taxe ad valorem, taux en % de la valeur des achats de viande des distributeurs, deux taux en fonction du montant des achats mensuels.

[29] Matériaux à risque spécifié : organes éliminés des chaînes alimentaires (humaine et animales) car susceptibles, en cas d'infection de l'animal, d'être hôtes du prion responsable de l'encéphalopathie spongiforme bovine.

- du 11-04-1997 au 31-03-2001 : 0,6 % pour les achats mensuels < 19 000 €, 1 % au-delà ;
Assiette : viandes et abats, frais ou cuits, réfrigérés ou congelés, de volaille, de lapin, de gibier ou d'animaux des espèces bovine, ovine, caprine, porcine et des espèces chevaline, asine et de leurs croisements ; salaisons, produits de charcuterie, saindoux, conserves de viandes et abats transformés, aliments pour animaux à base de viandes et d'abats.
- du 31-03-2001 au 31-12-2003 : 2,1 % pour les achats mensuels < 19 000 €, 3,9 % au-delà.
En 2001, l'assiette est étendue à tout produit à base de viandes.
Taxe supprimée et remplacée en 2004 par la taxe d'abattage, acquittée par les industriels.

[5] : taux par tonne de carcasse. Cette taxe a été augmentée dernièrement en juillet 2012.

[6] : taux par tonne de déchets pris en charge par le service public de l'équarrissage, en vigueur en 2004 ; l'élimination des déchets par les équarrisseurs est à la charge des industriels à partir de 2005.

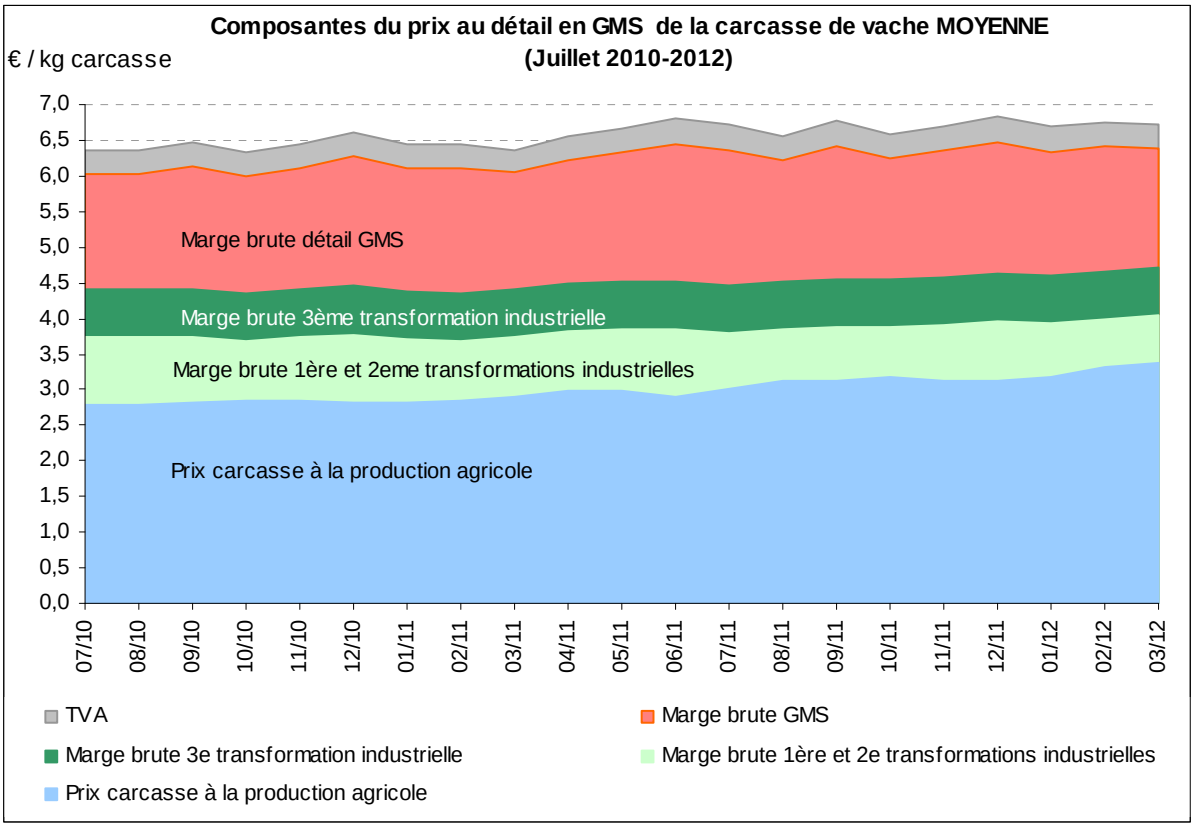
A partir de 2005, l'entrée en vigueur du « paquet hygiène » conduit à la mise en place de systèmes de traçabilité dans toute la filière pour pouvoir procéder à des retraits ciblés et rapides en cas de crise et, plus largement, accroît les exigences en matière d'hygiène. Ces nouvelles charges expliquent la reprise de la croissance de la marge brute agrégée. D'autres coûts non liés à l'ESB mais également susceptibles d'avoir augmenté depuis 2001 sont mentionnés à dire d'experts comme ayant contribué à l'élévation du niveau de la marge brute [*Mainsant P., 2004*] : l'impact des 35 heures dans l'industrie et le commerce, les hausses des coûts de transport, l'augmentation du prix des emballages…

La tendance s'est inversée à partir de 2009. Ainsi, entre décembre 2008 (dernier mois où une hausse a pu être constatée) et juin 2012, la marge brute agrégée industrie et distribution (en moyenne mobile sur 12 mois) a perdu 29 centimes, soit près de 10 % de sa valeur. A cette période, et plus précisément à partir de 2010, le prix entrée abattoir a fortement progressé. Une baisse de la marge brute agrégée, dans un contexte où, dans le meilleur des cas, les autres charges de l'industrie et de la distribution sont restées stables illustre probablement une diminution de la marge nette. En effet, un maintien de la marge nette au fil des mois aurait été accompagné d'une croissance de la marge brute agrégée équivalente en valeur à celle du prix des carcasses de vaches à la production. Cette diminution supposée de la marge nette de l'industrie et de la distribution reste toutefois à quantifier, dans sa globalité et pour chacun de ces maillons.

3.3. Nouveaux résultats sur le niveau des marges brutes par kg de carcasse dans l'industrie et dans la grande distribution

Sur la période allant de juillet 2010 à mars 2012, une approche plus fine des marges brutes peut être réalisée, en détaillant chaque maillon de la filière. On obtient ainsi, d'une part, la marge brute de l'industrie, en dissociant celle des 1ère et 2ème transformations et celle de la 3ème transformation et, d'autre part, la marge brute de la distribution.
Sur le graphique suivant est présentée la série de prix de la carcasse reconstituée pour la vache moyenne (60 % du type laitier et 40 % du type allaitant) et décomposées entre les différentes marges brutes. Les données et les évolutions étant à peu près similaires pour les carcasses de vache laitière et de vache allaitante, ces graphiques n'ont pas été ajoutés.

Graphique 191



Sources : SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Ce graphique illustre la nette hausse du prix de la carcasse entrée abattoir entre le 3ème triemestre 2010 et le 1er trimestre 2012. Dans le cas de la carcasse de vache moyenne, ce prix à la production a progressé de 51 centimes, alors que dans le même temps, le prix de la carcasse de vache moyenne au détail (sortie GMS) n'a augmenté que de 34 centimes.
La forte croissance constatée sur le prix entrée abattoir n'a donc pas été répercutée, du moins pas dans sa totalité, aux autres maillons de la filière (industrie et distribution). En effet, dans le secteur industriel, la marge brute a diminué de 27 centimes entre le 3ème trimestre 2010 et le 1er trimestre 2012. La marge brute de la grande distribution a pour sa part gagné 10 centimes.

Dans le contexte de crise économique, il est difficile pour le secteur de l'industrie et celui de la distribution de répercuter la totalité de l'augmentation du prix à la production, quand les autres charges évoluent également à la hausse (coûts de personnel, coûts énergétiques, charges financières, divers impôts et taxes…). Cela conduirait en effet à un accroissement trop important du prix des pièces de viande au détail et, par conséquent, à une chute de la consommation française. Quand les prix augmentent, les ménages français modifient leur comportement d'achats dans les GMS, se tournant vers les produits du rayon boucherie les moins chers (comme le porc, la volaille ou les abats).

Le tableau ci-après résume les évolutions observées.

Composantes en euros courants par kg équivalent carcasse du prix moyen au détail du 2ème semestre 2010 au 1er trimestre 2012

Tableau 27

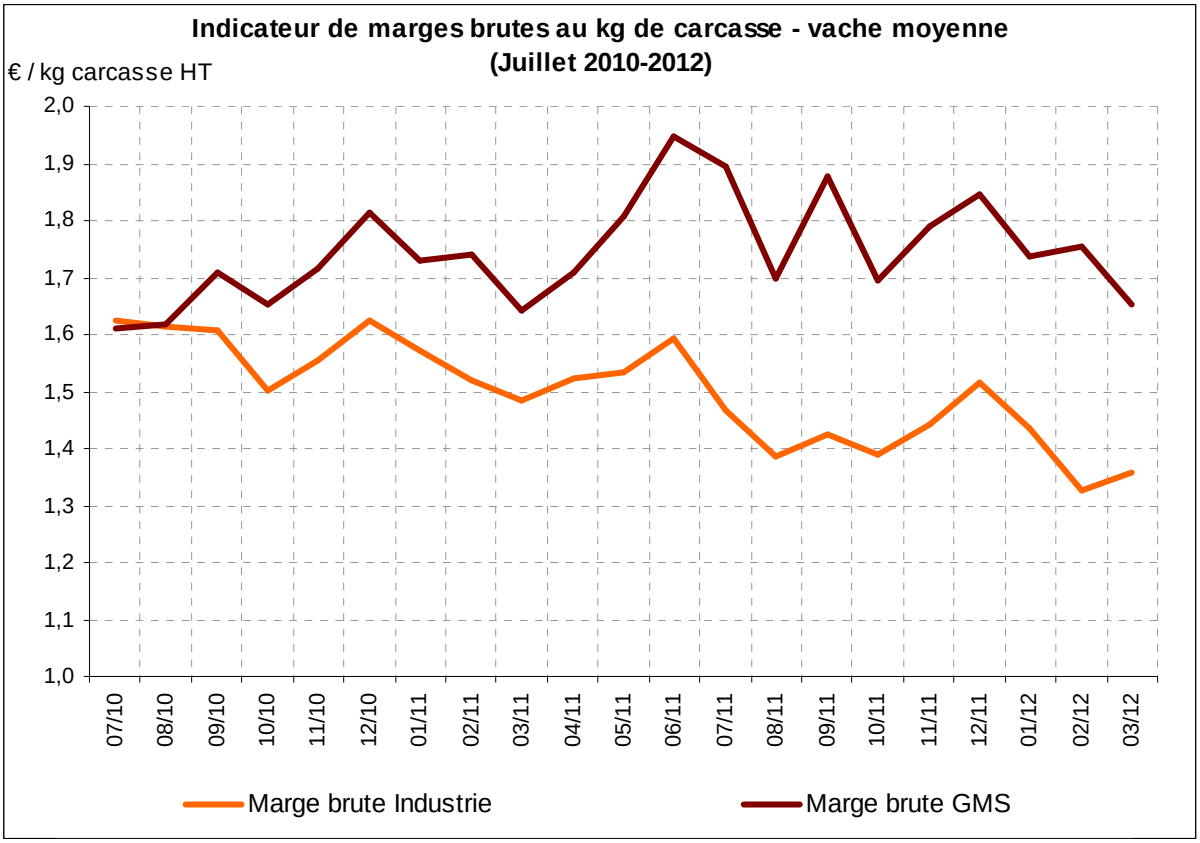
	carcasse entrée abattoir (1)	marge brute 1ère et 2ème transf. industrielles (2)	marge brute 3ème transf. industrielle (3)	marge brute GMS (4)	TVA sur prix au détail
Vache moyenne					
2010 (2e semestre)	2,82	0,92	0,67	1,69	0,34
2011	3,01	0,82	0,67	1,78	0,34
1er trim. 2012	3,29	0,70	0,67	1,71	0,35
Vache type lait					
2010 (2e semestre)	2,56	0,74	0,77	1,64	0,32
2011	2,77	0,61	0,77	1,64	0,33
1er trim. 2012	3,06	0,62	0,77	1,58	0,34
Vache type allaitant					
2010 (2e semestre)	3,21	0,90	0,51	1,89	0,36
2011	3,37	0,87	0,51	1,94	0,37
1er trim. 2012	3,63	0,78	0,51	1,86	0,37

Sources : SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Le graphique suivant illustre l'évolution des marges brutes des secteurs de l'industrie et de la distribution pour une carcasse de vache moyenne. Globalement, sur la période étudiée, on constate que la marge brute de la distribution est restée stable tandis que celle de l'industrie s'est inscrite sur une tendance à la baisse.

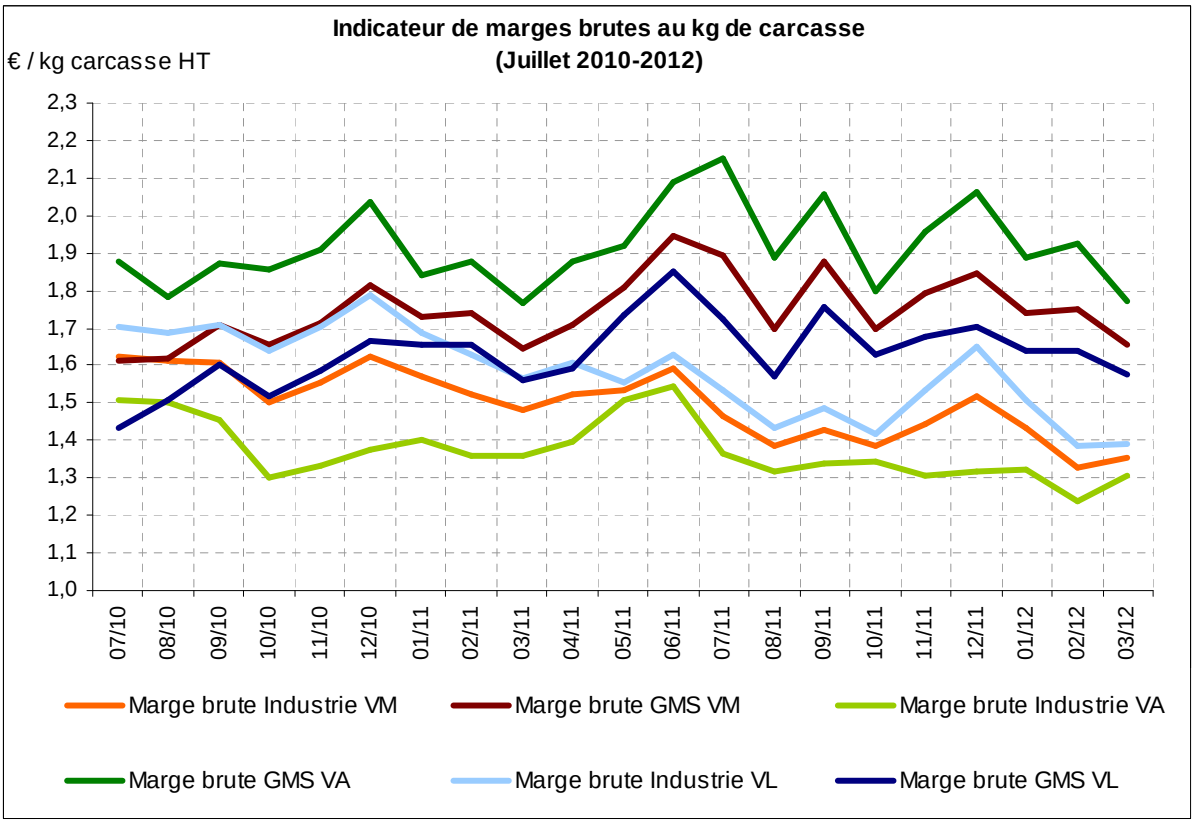
Le Graphique 193 montre que, si les industries réalisent une marge brute plus importante sur les carcasses de vaches de type laitier que sur celles de vaches de type viande, c'est le contraire qui se produit pour la distribution. L'explication est liée au niveau de découpe plus ou moins poussé des carcasses.
La plus grande partie de la découpe des carcasses de vaches laitières est réalisée dans le secteur industriel (cf. détail dans la partie 2), alors qu'elle est plus grossière pour la carcasse de vache allaitante, puisque celle-ci est vendue à plus de 40 % en quartier compensé à la GMS. Les coûts de découpe – désossage sont donc plus également plus élevés pour les carcasses laitières dans le secteur industriel.
Ce quartier compensé de carcasse de vache allaitante est vendu à la grande distribution qui a donc, dans ce cas, une découpe à réaliser dans ses magasins. Il y a donc des charges supplémentaires pour ce type de carcasses en GMS, par rapport aux carcasses de vaches laitières, livrées à plus de 50 % sous forme d'UVCI et de viande hachée (des formats qui ne nécessitent plus aucune transformation).

Graphique 192



Sources : SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

Graphique 193



Sources : SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel, FranceAgriMer

4. COMPTES DE L'INDUSTRIE DE LA VIANDE BOVINE

Les entreprises de l'industrie des viandes relevant du secteur *10.11.z – Transformation et conservation des viandes de boucherie* réalisent l'abattage d'animaux de boucherie, la préparation et l'emballage de la viande de bœuf, porc, agneau, lapin, mouton, etc.

Malgré la diversité des produits fabriqués par ce secteur, y compris à partir d'une même espèce (bovine, en l'occurrence), l'analyse de comptes sectoriels apporte des éléments d'explication sur le « contenu » de la marge brute unitaire par kg de carcasse valorisé vers la grande distribution.

Deux types de sources sur les comptes des entreprises du secteur *Transformation et conservation des viandes de boucherie* (dit aussi « abattage-découpe ») spécialisées dans le traitement de l'espèce bovine ont été mobilisés :

1) les comptes d'un petit échantillon d'entreprises d'abattage-découpe et transformation (jusqu'à la fabrication de steak haché) du secteur bovin suivi par FranceAgriMer ; les résultats comptables sont complétés par des données physiques (tonnages), exprimées en unités homogènes (équivalent carcasse ou équivalent viande) permettant le suivi de ratios par kg produit.

2) les comptes macro-sectoriels annuels de 2000 à 2008, d'un sous-ensemble du secteur *10.11.z. Transformation et conservation des viandes de boucherie*, plus spécialisé en viandes bovines. Ces résultats originaux ont été constitués spécialement pour l'observatoire par le SSP à partir des bases de données des enquêtes EAE, ESANE et PRODCOM. Plus représentatif que le petit échantillon, ce « sous-secteur » permet d'identifier des évolutions de portée plus générale dans l'industrie des viandes bovines. En revanche, les quelques données en volume portent sur des tonnages de produits hétérogènes (avec ou sans os…).

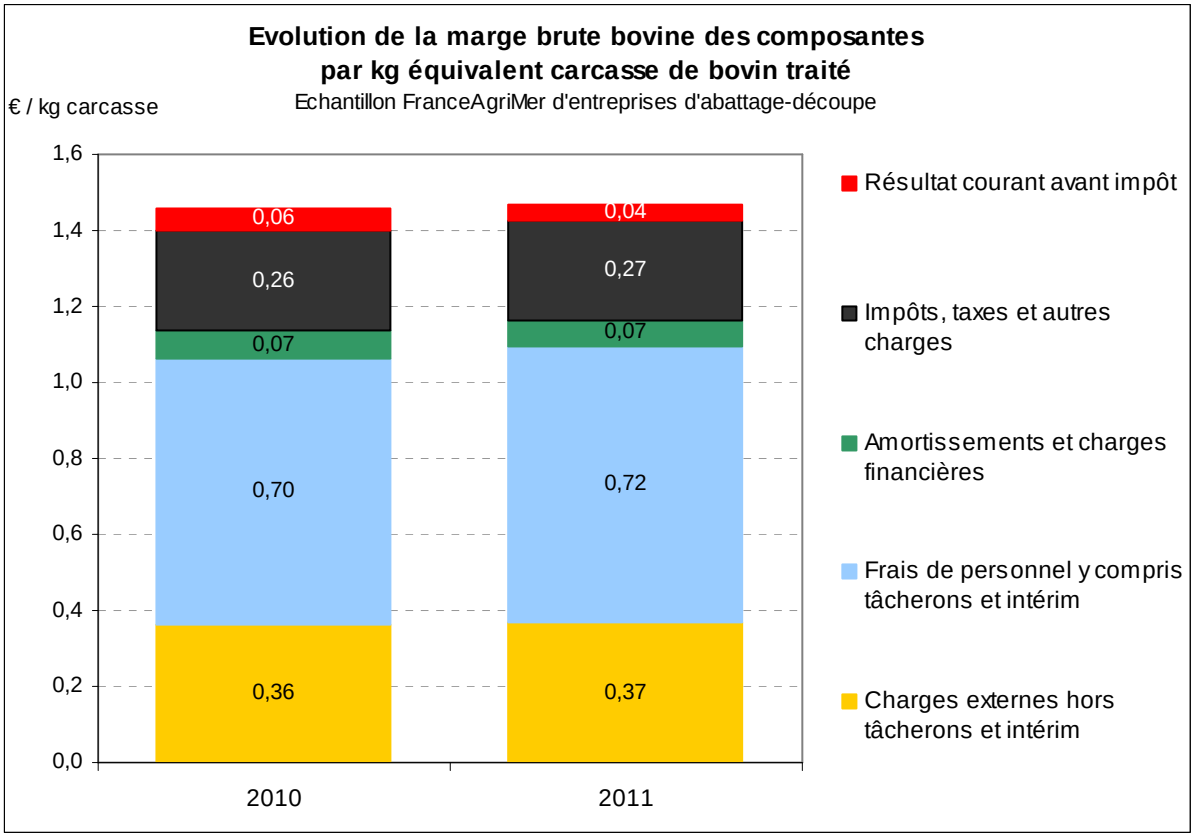
4.1. Évolution de la marge brute bovine dans un échantillon de transformateurs-industriels

FranceAgriMer réalise une étude trimestrielle sur l'activité, les coûts et les marges et les résultats des entreprises d'abattage et de transformation du secteur bovin en relation avec l'évolution de la conjoncture.
L'étude est réalisée auprès de 9 entreprises et groupes d'entreprises spécialisées en bovin, c'est-à-dire réalisant près de 90% de leur activité avec de la viande de gros bovins. Les calculs s'opèrent à échantillon constant en comparant les résultats de 2011 à ceux obtenus en 2010 (on ne peut pas remonter aux années antérieures, l'échantillon ayant été fortement modifié) . Ils sont exprimés en € par kg d'équivalent carcasse traité.

Le Graphique 194 présente les postes de charges et le résultat courant avant impôt, ramenés au kg de carcase bovine[30] traité en 2010 et en 2011. Le total est égal au produit bovin par kg de carcasse traité, en progression de 27 centimes (+ 5,6%), pour un coût de la matière première augmentant de 25 centimes (+7,8%). La différence entre produit et coût de la matière première correspond à la marge brute des transformateurs, égale aux autres postes de charges et au résultat courant. La marge brute progresse moins vite que l'ensemble des charges unitaires qu'elle doit couvrir (respectivement, + 0,03 et + 0,04 €/kg traité). On remarque notamment la progression des frais de personnels, de 0,02 €/kg EC traité (correspondant à près de 4% d'augmentation). Il en résulte un bénéfice (avant impôt) inférieur à celui de 2010 (0,04 €/kg traité contre 0,06 en 2010).

[30] Après calcul de la part imputable à l'activité bovine des charges communes à cette activité (largement dominante) et à d'autres.

Graphique 194



Source : FranceAgriMer

4.2. Structure et évolution des comptes dans le secteur industriel « Transformation et conservation des viandes bovines »

Cette approche s'appuie sur la constitution par le SSP, à partir des statistiques sectorielles des IAA, d'un secteur d'entreprises de l'abattage-découpe spécialisées dans le traitement de viandes bovines pour plus des deux-tiers de leur chiffre d'affaires. Elle a pour but de corroborer et compléter les observations faites sur la base de l'échantillon précédent, plus restreint. Les dernières données disponibles portent sur l'année 2009.

4.2.1. Structure du compte de résultat du secteur Transformation et conservation des viandes bovines

La structure du compte de résultat montre la part prépondérante mais néanmoins décroissante dans l'ensemble des charges, du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus mais aussi d'autres matières premières, comme des carcasses ou quartiers (flux internes au secteur) complétant l'approvisionnement des chaînes de découpe. Les produits seront ensuite transformés à des degrés variables par ces mêmes entreprises : depuis la première découpe jusqu'à l'élaboration d'UVCI.
La baisse relative de ce poste « marchandises, matières premières et approvisionnements » traduit d'une part la baisse du cours des bovins comme en 2001, 2002 et 2009 et d'autre part la tendance à l'élévation du taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée à la production), liée à la production de produits de plus en plus élaborés (UVCI), analysée plus loin.

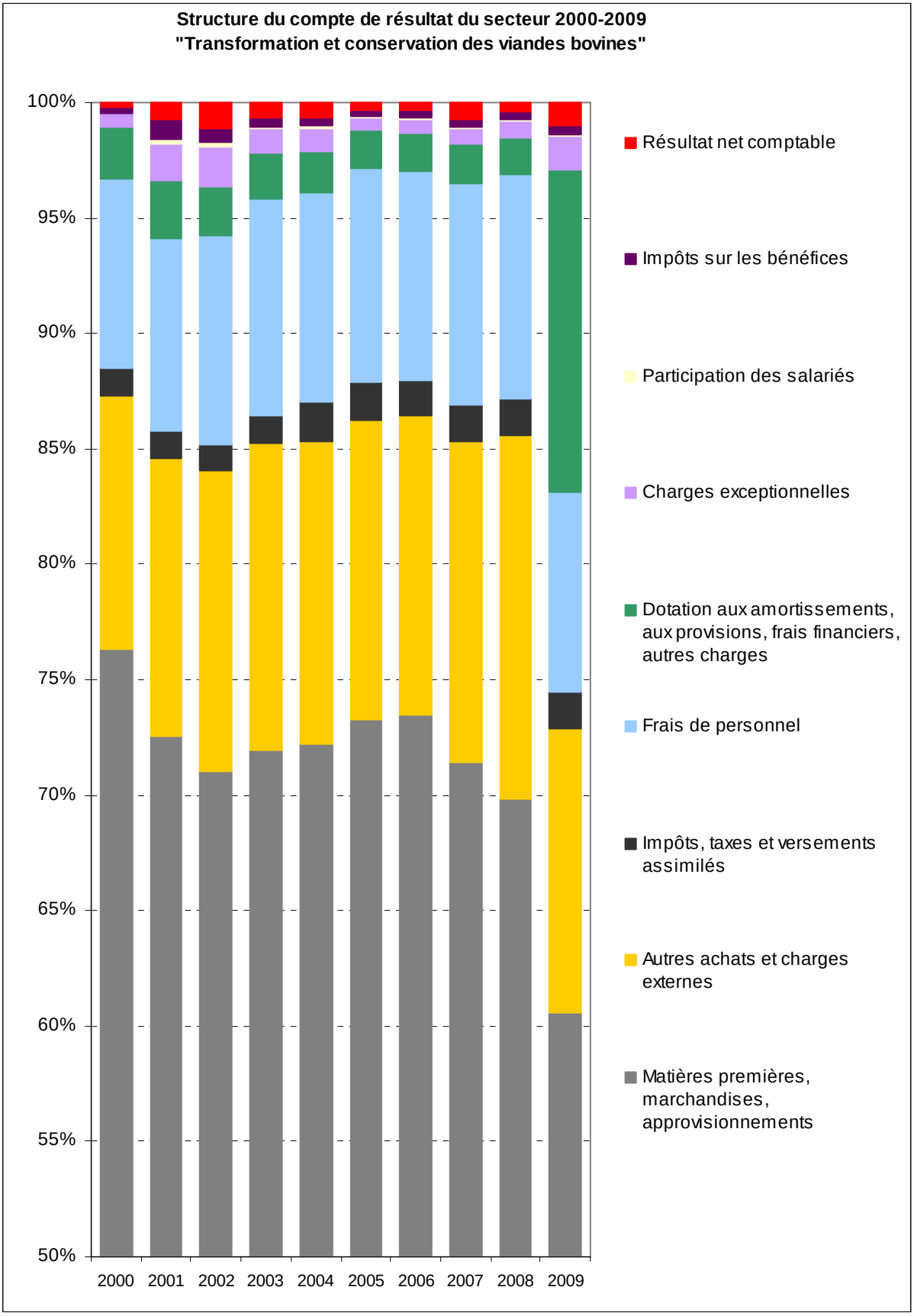
Ramené à la valeur de la production, le total des charges du secteur varie peu. En revanche, les différents postes ont des évolutions contrastées de 2000 à 2009.

Parmi les autres postes les plus importants du compte, les « autres achats et charges externes » progressent nettement en 2001-2002 et 2007-2008 et leur poids est élevé (13,3 % en moyenne sur la période 2000-2009). Cette augmentation est liée à celle de certaines composantes du poste, analysées par le SSP : il s'agit principalement des achats de sous-traitance, des montants des dépenses de publicité, publications et relations publiques, des dépenses liées au système de facturation des « marges arrières », mais aussi, pour des montants plus réduits, des dépenses d'informatique (probablement liées aux exigences croissantes de traçabilité). Néanmoins, ce poste « autres achats et charges externes » enregistre une baisse de -17% en 2009 (application de la LME : suppression des « marges arrières »).
Les frais de personnel représentent 9,2 % en moyenne sur 2000-2008. Rapportés à la valeur produite, ils augmentent entre 2000 et 2003, puis entre 2006 et 2008. Cette augmentation est probablement liée pour partie aux traitements imposés par la réglementation sanitaire depuis la crise de l'ESB et à la fabrication de produits plus élaborés. Ces frais de personnel rapportés à la valeur produite reculent de 1% en 2009 sur les entreprises sélectionnées.
Le poids du poste « impôts et taxes » s'accroît à partir de 2004, sous l'effet de l'instauration de la taxe d'abattage. Rappelons toutefois que le poids moyen de ce poste est modeste (1,5 %, cf Graphique 195) : sa progression n'explique donc qu'une faible part de l'accroissement de la marge brute agrégée sur carcasse.
Le poids relatif important des « Dotations aux amortissements, aux provisions » en 2009 résulte uniquement de l'impact comptable de la restructuration d'une des entreprises du secteur. Il entraîne une diminution du poids relatif des autres postes, bien que leurs montants en restent dans les mêmes ordres de grandeurs que les années précédentes.

L'ensemble des postes de charges autres que la matière première constitue un solde équivalent à la notion de « marge brute ». La part de ce solde est en progression, essentiellement sous l'effet de la progression des charges.

Dans ce secteur, le résultat net est faible. Il représente en moyenne 0,62 % des produits, taux variant entre 0,18 % en 2000 et 1,18 % en 2002.

Graphique 195



Sources : SSP, traitement ad hoc EAE-ESANE et PRODCOM

4.2.2. Evolution d'indicateur du secteur Transformation et conservation des viandes bovines

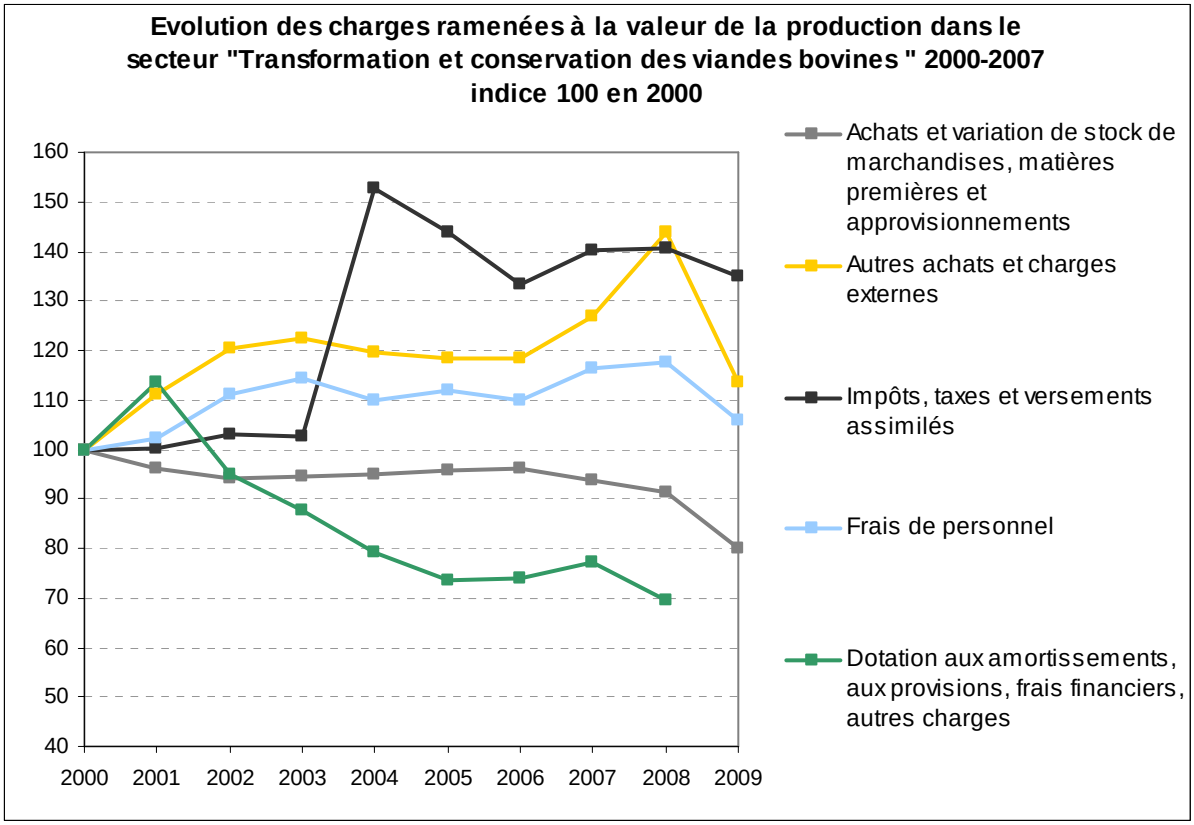
Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), en moyenne de 12 % sur la période, s'inscrit sur une tendance à la hausse. Il a augmenté entre 2000 et 2002, en partie sous l'effet de la baisse des cours de la matière première bovine consécutive à l'ESB puis a diminué de 2002 à 2006 malgré une amélioration en 2004 ; il a progressé nettement en 2007 et 2009, atteignant 15 % cette dernière année.

Malgré un creux en 2001 (crise de l'ESB), le prix moyen du « panier » de produits de viandes bovines issus du secteur augmente sensiblement sur la période : de 4,11 €/kg à 5,03 €/kg, sur un panier qui évolue : cette augmentation du prix moyen ne résulte pas que de la hausse des prix des différents produits, mais aussi du poids croissant des produits plus élaborés dans l'ensemble des produits.

Les évolutions comparées de l'indice des prix agricoles à la production des gros bovins et de l'indice du prix moyen du « mix-produit » du secteur « Transformation et conservation de la viande bovine » (graphique ci-après) traduisent un accroissement de la différence entre prix industriel et prix de la matière première agricole, en 2001, 2002, 2003, 2006 à 2009.

Bien que le prix industriel suivi ici ne soit pas celui des seules livraisons à la grande distribution, ce résultat indique une augmentation, pour les années précitées et sur l'ensemble de la période, de la marge brute de l'industrie par kg de carcasse, sous l'effet du développement de la fabrication de produits plus élaborés (UVCI).

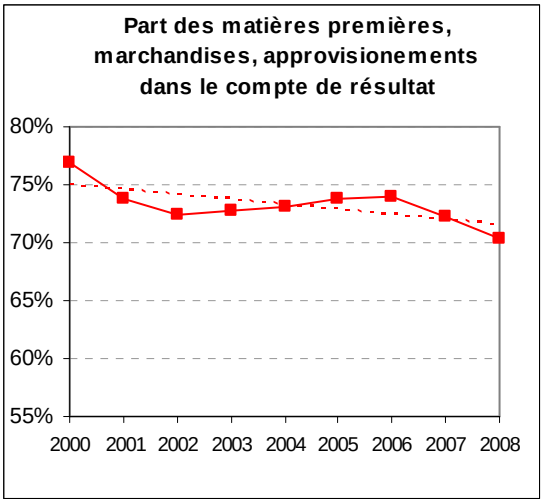
Graphique 196



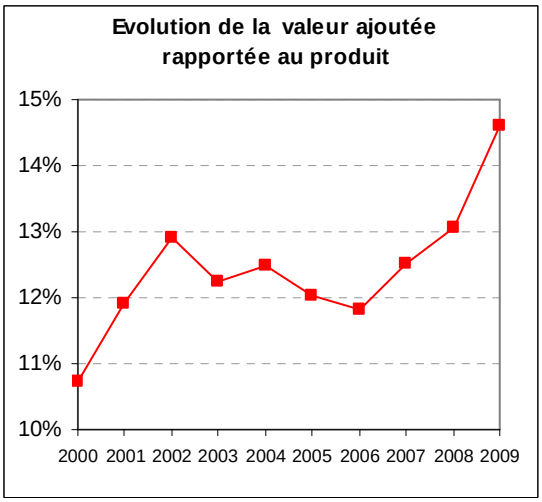
Source : SSP (traitement des enquêtes ESANE et PRODCOM)

Evolution d'indicateurs du secteur « Transformation et conservation des viandes bovines»

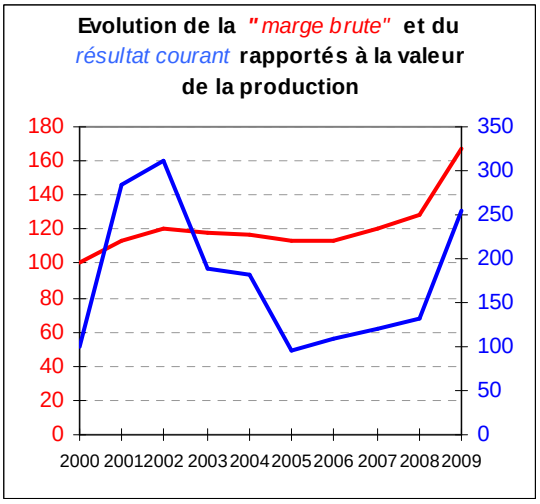
Graphique 197



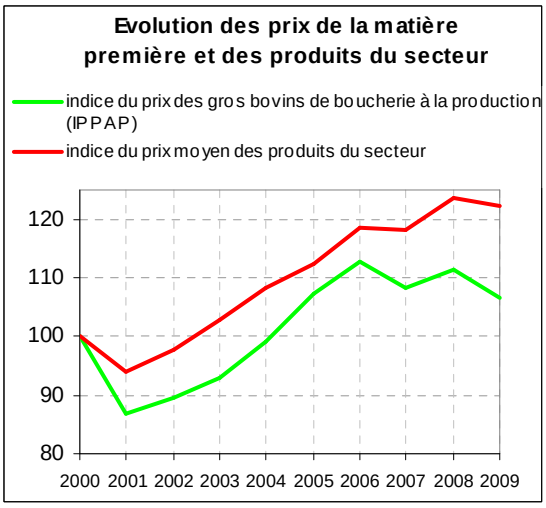
Graphique 198



Graphique 199



Graphique 200



Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM ; INSEE

En conclusion de cet examen du compte du « sous-secteur » statistique de l'abattage-découpe spécialisé aux deux tiers au moins dans le traitement des bovins, on retiendra les résultats suivants :

- le taux de valeur ajoutée a augmenté : le secteur fabrique des produits plus élaborés à partir d'une matière première dont la valeur progresse peu ;

- la marge brute unitaire du secteur a augmenté ; bien qu'appréhendée sur un « mix-produits » plus large que les seuls produits livrés à la grande distribution. Ce constat est néanmoins certainement transposable à la marge brute industrielle sur carcasse ;

- la progression de la marge brute a la même origine que celle de la valeur ajoutée : la fabrication croissante de produits plus élaborés ;

- des charges en progression s'imputent sur la marge brute et la valeur ajoutée, dont les frais de personnel et les « autres achats et charges externes », progression liée au degré d'élaboration croissant des produits, à l'impact des mesures sanitaires et de traçabilité, ainsi qu'à l'augmentation des prix des approvisionnements (eau, énergie,…) et du taux de salaire ;

- la part du résultat courant avant impôts reste faible, tant en regard du produit, que de la valeur ajoutée ou de la marge brute : l'augmentation de la marge brute par kg de carcasse dans l'industrie ne peut pas être expliquée par une augmentation des bénéfices.

5. ELEMENTS SUR LES COMPTES DU NEGOCE EN VIF

Les marges des opérations commerciales sur bovins en amont de l'abattoir ne sont pas intégrées dans le modèle dont les résultats ont été présentés en partie 3 : le suivi mensuel de la chaîne de valeur débute ainsi avec la valeur de la carcasse entrée abattoir puisque ce n'est qu'à partir de ce stade que l'on dispose de cotations utilisables.

Le prix effectivement perçu par le producteur de bovins est généralement grevé par la marge de l'opérateur ou premier acheteur qui assure le ramasage des animaux, leur allotement, et la livraison à l'abattoir. Il peut s'agir d'un groupement de producteurs ou d'un négociant privé.

Actullement, l'observatoire dispose d'éléments fournis par Coop de France et portant sur 31 organisations de producteurs bovins représentant 45 % des organisations coopératives du secteur. Ont été founi fournis à ce stade, pour l'exercice comptable 2009, le chiffre d'affaires en bovins, la marge commerciale totale en bovins et le nombre d'UGB[31] bovines commercialisées par chaque organisation. On en déduit les taux de marge et de marque[32] moyens ainsi que la marge commerciale moyenne par UGB (et la dispersion de ces variables).
A noter qu'on ne dispose pas, à ce stade, de la décomposition de la marge commerciale en charges d'exploitation (notamment salaires et transport, les deux postes les plus importants dans ce type d'activité).
Par ailleurs, en l'absence d'éléments plus détaillés sur la structure des ventes par type de bovin, les marges par UGB ne peuvent être converties en marge par kg de carcasse, et donc ne peuvent pas être intégrées au modèle de marges brutes sur carcasse de vache, développé en partie 3.

Marge commerciale sur négoce en vif de bovins par les organisations coopératives en 2009

Tableau 28

Exercice 2009	taux de marque *(marge commerciale sur chiffre d'affaires)*	taux de marge *(marge commerciale sur achats)*	marge commerciale *€ par UGB*
moyenne	**5,1 %**	**5,3 %**	**75,3 €**
minimum	2,9 %	3,0 %	44,3 €
maximum	8,5 %	9,3 %	124,8 €
écart-type	0,9 %	1,1 %	16,5 €
coefficient de variation (écart-type / moyenne)	18,7 %	19,8 %	21,9 %

Source : Coop de France

Ainsi, en moyenne en 2009, un bovin vif pris en charge sortie élevage par le négoce coopératif voit sa valeur augmenter de 5,3 % entre l'élevage et l'abattoir (réciproquement, le prix perçu par l'éleveur est en moyenne de 5,1 % inférieur au prix entrée abattoir).

[31] UGB : unité de gros bétail : unité de comptabilisation homogène des animaux d'élevage, permettant d'additionner des animaux d'espèces, âges et poids différents ; 1 UGB correspond à un animal dont les besoins alimentaires énergétiques annuels correspondent à la quantité d'énergie alimentaire contenue dans 3 tonnes d'orge.
[32] taux de « marque » : désigne le rapport « marge sur ventes (ou chiffre d'affaires) = marge commerciale / chiffre d'affaires.

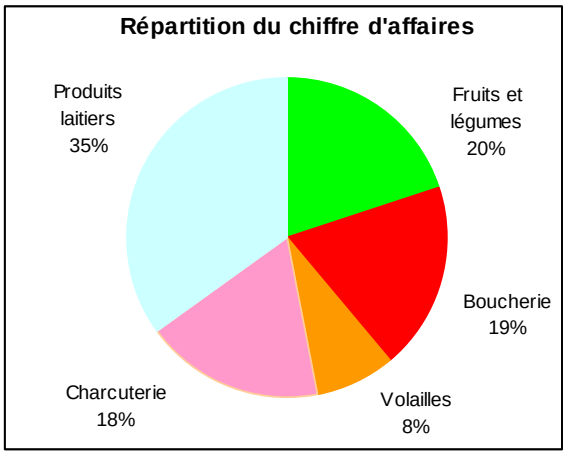
6. COMPTES DES RAYONS BOUCHERIE EN GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

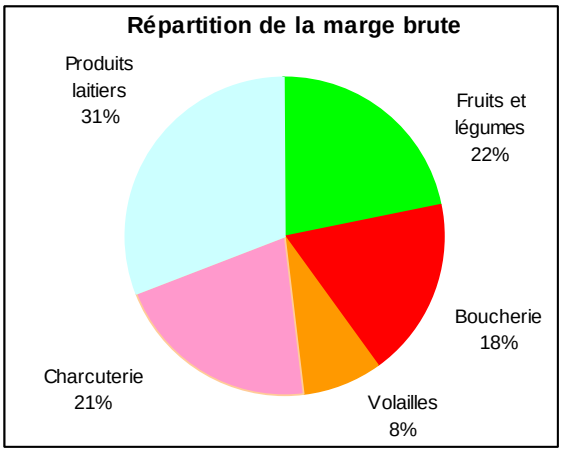
6.1. Le rayon boucherie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boucherie représente 19% du chiffre d'affaires des rayons étudiés (3ème rang, après les produits laitiers et les fruit et légumes), 18% de leur marge brute (idem), 31% de leurs frais de personnels spécifiques (1er rang) et le seul dont la marge nette moyenne est négative.

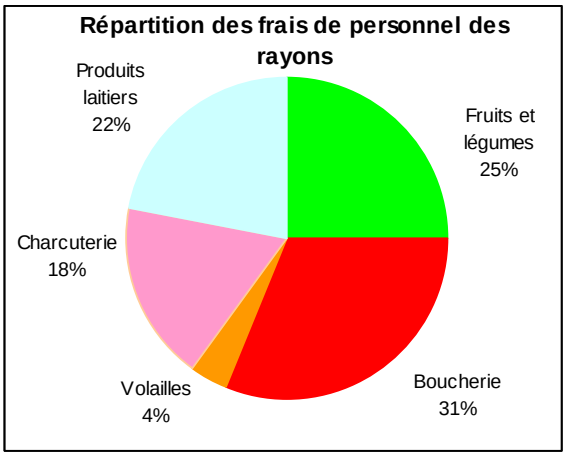
Graphique 201



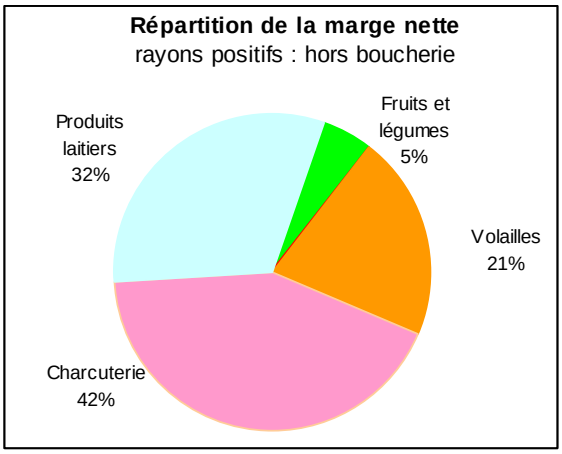
Graphique 202



Graphique 203



Graphique 204



Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

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

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie

Tableau 29

	en % du CA du rayon	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*
Chiffre d'affaires du rayon	100,0		
Coût d'achat des produits du rayon	75,9		
Marge brute	**24,1**	**± 2,3**	***10%***
Frais de personnel du rayon	10,4	± 1,1	*11%*
Marge semi-nette	**13,6**		
Autres charges	15,5		
Marge nette	**-1,9**	**± 2,8**	***147%***

(*) moyenne des valeurs absolues des écarts à la moyenne : indicateur de la dispersion des données dont on a fait la moyenne ; par exemple, pour la marge brute rapportée au CA : MB = 24,1 avec un écart moyen de ± 2,3 d'où l'intervalle donnant un indication sur la dispersion de la MB de (24,1 – 2,3) = 22,8 à (24,1 + 2,3) = 26,4. Rapporté à la moyenne MB, l'écart représente 2,3 / 24,1 = 10%.

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 -2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boucherie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 24 € de marge brute, les achats de viandes représentant 76 € , soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 32% (24 € de marge brute pour 76 € d'achat).
Rappelons que les pertes de produit en rayon (ou en centrale d'achat) et celles liées à l'activité de découpe par les magasins ou les centrales sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
En moyenne, le rayon viande est le rayon dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés après celle du rayon produits laitiers.
Les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin ou centrale : découpe de PAD, voire désossage de quartiers et carcasses, élaboration d'UVCM. Ainsi certains magasins ont-ils une marge qui, outre la stricte marge de la distribution, intègre tout ou partie de la marge de 2ème transformation de la viande.
La marge « semi-nette » descend ainsi à 14 € en moyenne, moins que les autres charges, d'où une marge nette moyenne négative de –2 centimes pour 100 € de ventes : il s'agit du rayon qui présente, en moyenne, la plus faible marge nette rapportée au chiffre d'affaires pour les rayons étudiés. Ce résultat moyen masquant une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 6 environ en se basant sur l'écart moyen ; il s'agit de la marge nette sur chiffre d'affaires la plus faible des rayons étudiés dans 6 des 7 enseignes interrogées et elle reste négative dans 5 d'entre elles.

6.3. Détail des charges des rayons boucherie

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie

Tableau 30

Charges spécifique du rayon	Frais de personnel du rayon	10,4
	Appro stockables : consommables, emballages … pour le rayon	0,7
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,1
	Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon	0,7
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	**13,6**
Charges générales réparties	Frais généraux	11,4
	Frais financiers	0,4
	Impôts sur les sociétés	0,5
	Sous-total : charges générales réparties	**12,3**
	Total des charges imputée au rayon	**26,0**

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 14 € de charges spécifiques (dont 10 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 12 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins commun à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[33] et l'impôt sur les sociétés.
Soit au total 26 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est un des rayons dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires les plus élevées. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

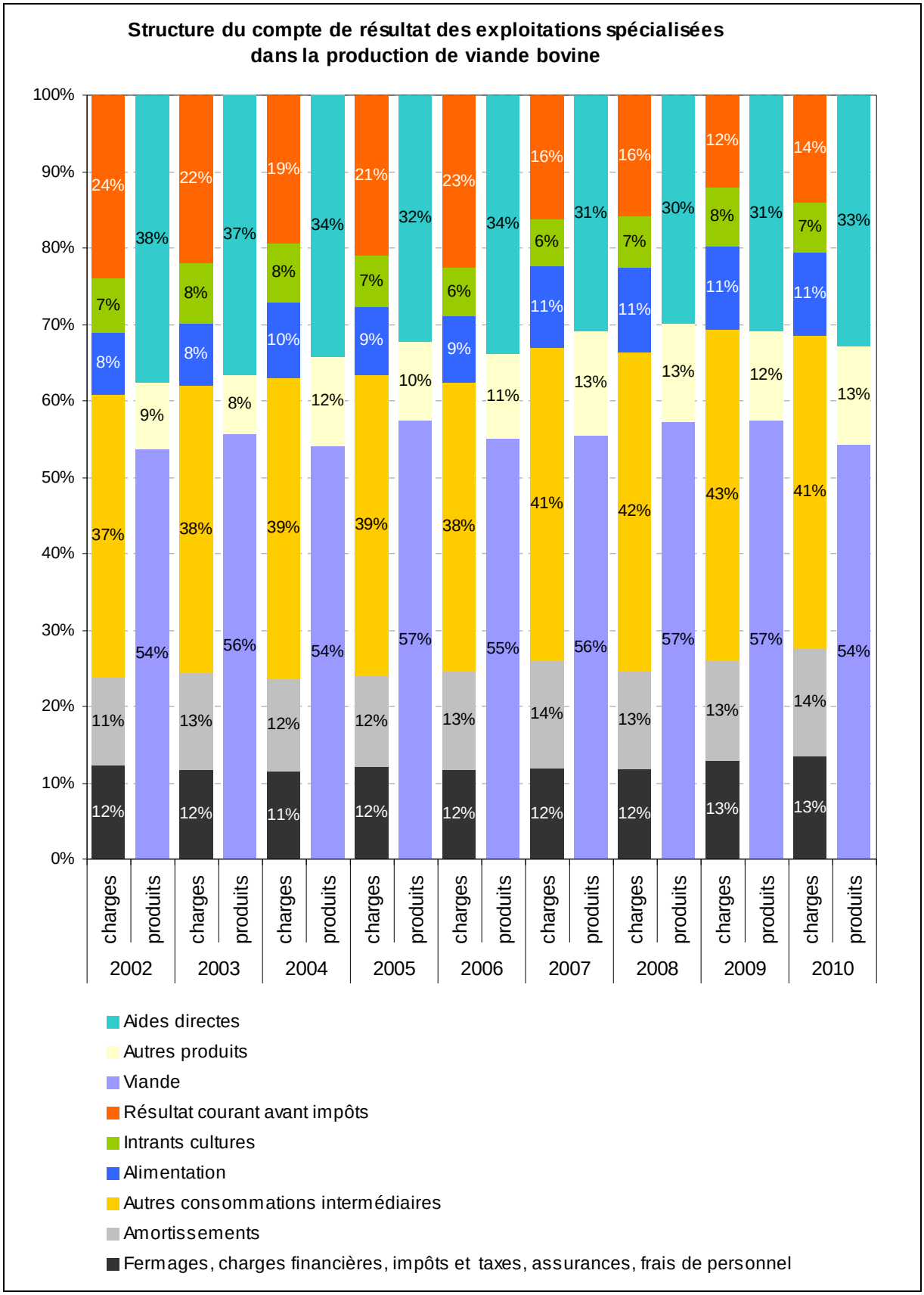
[33] Rappelons qu'il peut s'agir, selon le mode d'organisation des enseignes, de frais financiers supportés par les magasins ou de l'imputation sur les magasins, par le siège, de frais financiers supportés à ce niveau ou de rémunération attendue de capitaux investis par le groupe propriétaires des magasins. Cf. Chapitre 2.

7. COMPTES DES EXPLOITATIONS « BOVIN VIANDE » ET COUTS DE PRODUCTION DES BOVINS

7.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées dans la production de viande bovine

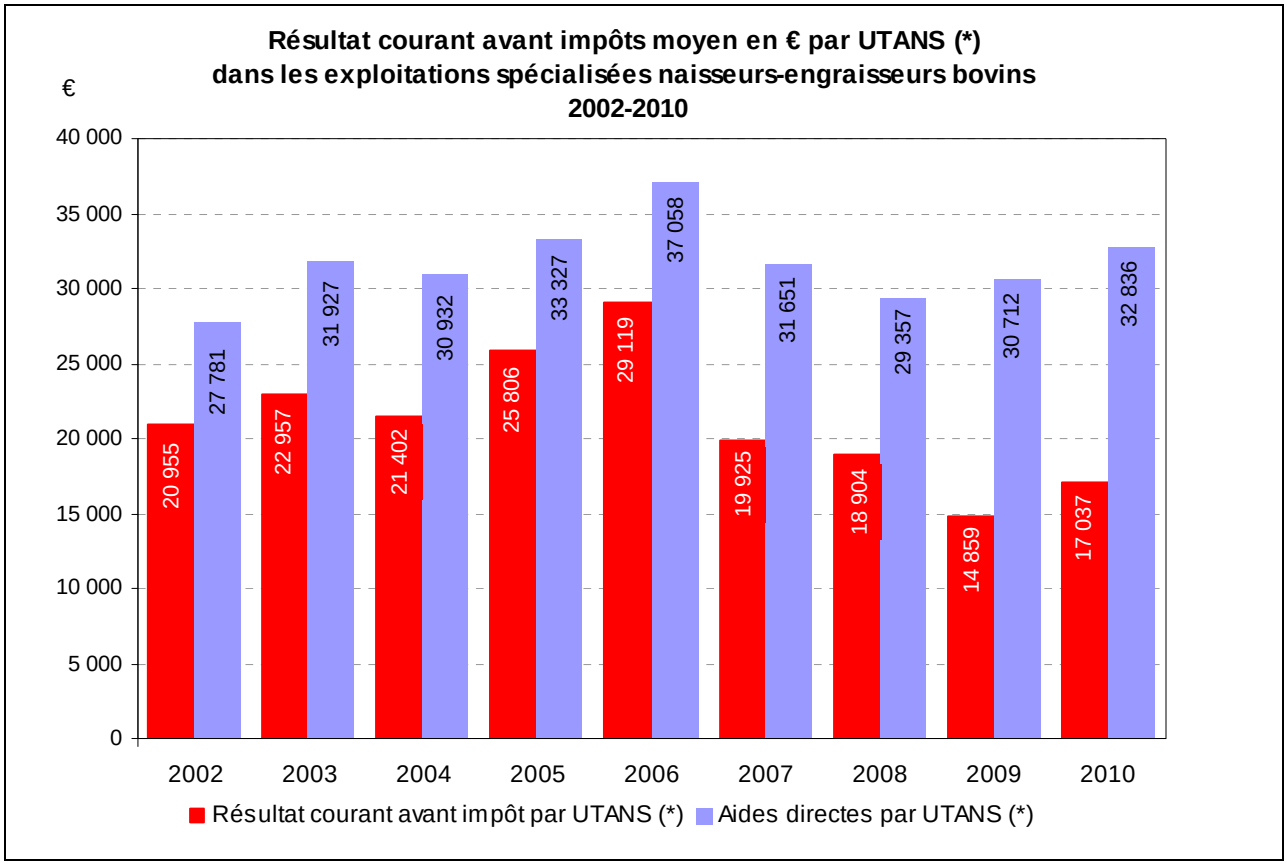
L'échantillon RICA 2002-2010 des exploitations spécialisées dans la production de viande bovine (gros bovins abattus à la sortie de l'exploitation) est constitué de 94 à 124 exploitations (effectif variable selon les années) dans lesquelles cette production constitue plus de 82 % de la production de l'exercice. Cet échantillon est représentatif de 4 400 à 6 600 exploitations.
On observe de 2007 à 2009 une nette diminution du résultat courant avant impôts (RCAI), tant en valeur relative qu'en valeur absolue par travailleur familial (graphiques suivants), liée à une certaine stagnation des prix des bovins alors que les charges d'élevage (alimentation, autres consommations intermédiaires) augmentent. Cette situation s'améliore légèrement en 2010 et entraîne une légère augmentation en valeur (5%) du RCAI, entraînée par une diminution des charges (-11% entre 2009 et 2010) et principalement des charges de cultures (-21% entre 2009 et 2010). La production de l'exercice diminue de 11% entre 2009 et 2010.

Graphique 205



Source : SSP (RICA)

Graphique 206



(*) UTANS = unité de travail annuel non salarié (soit un emploi familial à plein temps)

Source : SSP (RICA)

7.2. Coûts de production de la viande bovine dans le système spécialisé « naisseur-engraisseur de jeunes bovins », source Institut de l'Elevage

Cette estimation de coûts de production « par kg de viande bovine vive » (coûts exprimés en euro par kg d'animal vif) est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans 450 exploitations choisies sur la base d'une typologie représentant la diversité des systèmes d'élevage. Il s'agit d'exploitations parmi les plus performantes dans leur contexte, relevant du tiers supérieur des exploitations, en termes de résultats technico-économiques.

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de 2 SMIC par unité de main d'œuvre, pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du livret A) et pour les terres en propriété (taux de fermage moyen).

En outre, la charge correspondant aux aliments des bovins issus des cultures céréalières (grains et maïs fourrage) de l'exploitation est évaluée non sur la base des charges engagées mais en référence au prix moyen du marché des céréales en grains correspondant.

Dans le tableau ci-dessous, les prix de cession des céréales pour les années 2009 et 2010 sont les prix réellement observés dans les comptabilités des élevages faisant partis du groupe technique suivi par l'Institut de l'Elevage. Les données 2011 et 2012 (janvier et février) sont des extrapolations des données des années précédentes. Pour 2011, elles ont été vérifiées par observation ; les analyses détaillées de l'ensemble des comptabilités devant encore être réalisées.

Tableau 31

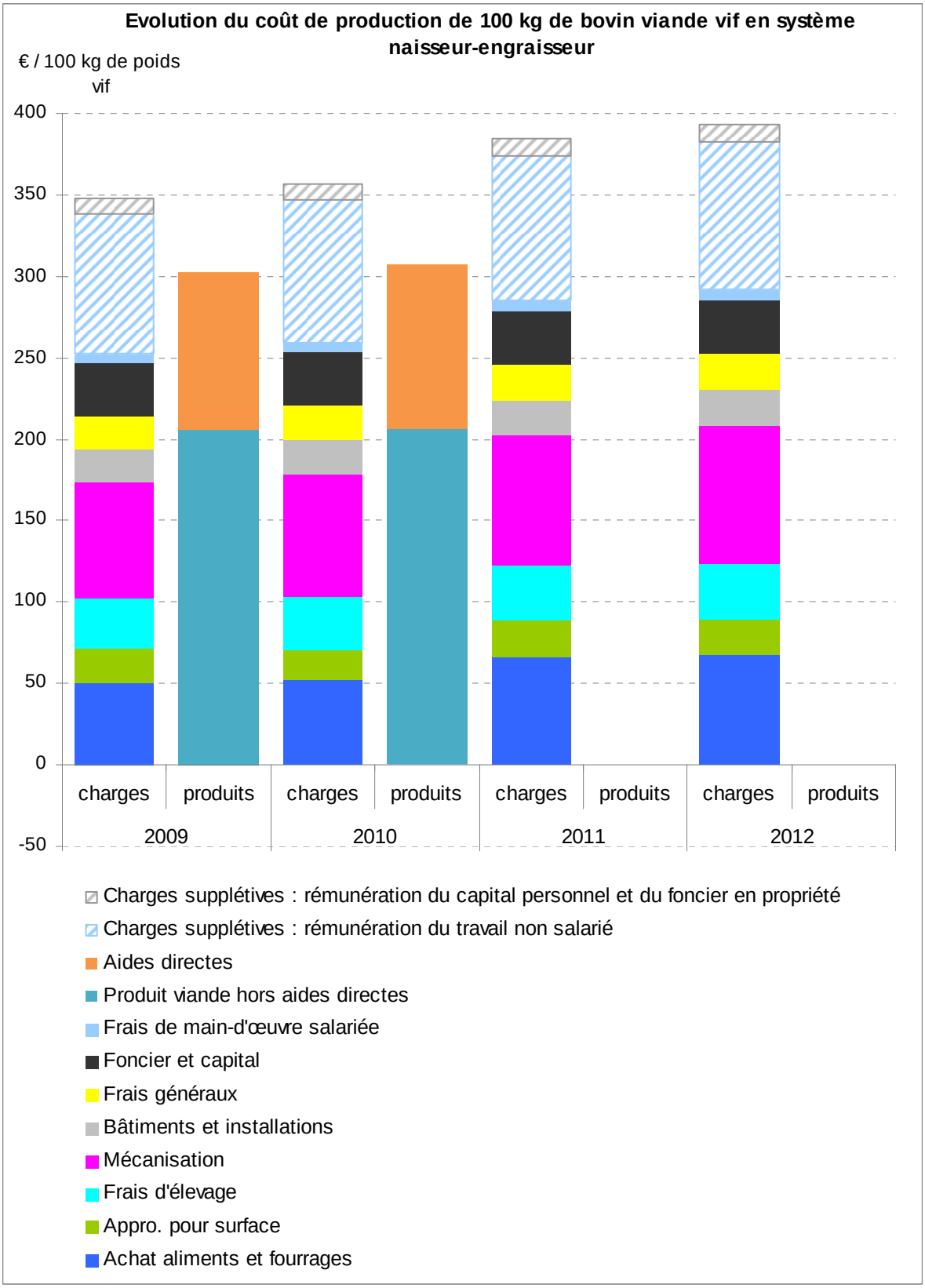
	2009	2010	2011	début 2012
Prix de cession des céréales au prix de marché (€/T céréales)	115	131	150	165
Prix de cession des céréales (€/100 kg vif)	11	14	16	17

Source : Institut de l'Elevage

Les résultats présentés correspondent au système « naisseur-engraisseur de jeunes bovins de race », pour les années 2009, 2010, 2011, plus une simulation de la situation début 2012 (janvier-février 2012). L'Institut de l'Elevage ne dispose pas, à la date de publication du rapport, des données pour les mois suivants de l'année 2012. Toutefois, les charges connaissant la plus forte variation au cours de cette année étant les charges liées à l'achat d'aliments, il est à noter que l'indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole (IPAMPA), produit par l'INSEE, pour les aliments pour gros bovins (base 100 en 2005) est passé de 131,8 en janvier 2012 à 143,0 en juin 2012.
Le total des postes de coûts hors « travail » (charge essentiellement calculée : valorisation du travail familial à hauteur de 2 SMIC) se rapproche du coût de production qui pourrait être estimé sur la base des charges comptables réelles ; il est cependant encore supérieur du fait du mode d'évaluation du coût de l'alimentation du bétail, intégrant une valorisation au prix de marché des céréales produites par l'exploitation (dans l'approche sur base comptable, ces céréales interviennent dans le coût de production des bovins via les seules charges réelles de culture : semences, engrais, …).

En 2010, l'ensemble des produits (aides directes incluses) est inférieur de 50 € par 100 kg de poids vif au coût de production incluant la charge calculée de main-d'œuvre familiale (sur la base de 2 SMIC), et supérieur de 44 € par 100 kg de poids vif au coût de production hors cette charge calculée.

Graphique 207



Source : Institut de l'Elevage

8. LA TRANSMISSION DES HAUSSES DE PRIX DANS LA FILIERE BOVINE

On compare ici les évolutions des prix dans la filière à différents stades (depuis l'aliment pour bovins à l'engrais jusqu'au produit fini en GMS) sous l'angle de la transmission, pour chaque stade, du prix de sa matière première dans son prix de vente.
Bien que les charges en aliments du bétail achetés soient, relativement au produit, moins élevées dans l'élevage de bovins-viande (s'agissant d'herbivores) que dans les élevages de monogastriques, la hausse des prix des matières premières de l'alimentations animale (céréales, soja) et leur volatilité, depuis 2008, sont susceptibles de fragiliser les exploitations spécialisées, aux revenus déjà modestes en moyenne (cf. partie précédente). En outre, l'augmentation des prix des céréales renchérit le « coût d'opportunité » de l'utilisation des céréales de l'exploitation dans la ration des bovins, alternativement à leur vente.
Sont également présentés les outils statistiques pour la mise en œuvre de *« l'accord d'engagement de prise en compte des variations excessives des prix de l'alimentation animale dans les négociations commerciales sur les produits carnés »* , signé le 3 mai 2011 entre les représentants de l'agriculture, de l'industrie et de la distribution. Cet accord engage les parties à ouvrir des négociations de vente lorsque les variations de prix des aliments du bétail atteignent un certain seuil, pendant une certaine durée, ces paramètres, ainsi que les modalités de calcul des variations de prix des aliments du bétail, étant définis dans le texte de l'accord.

8.1. Des prix à la production agricole qui s'améliorent depuis 2011

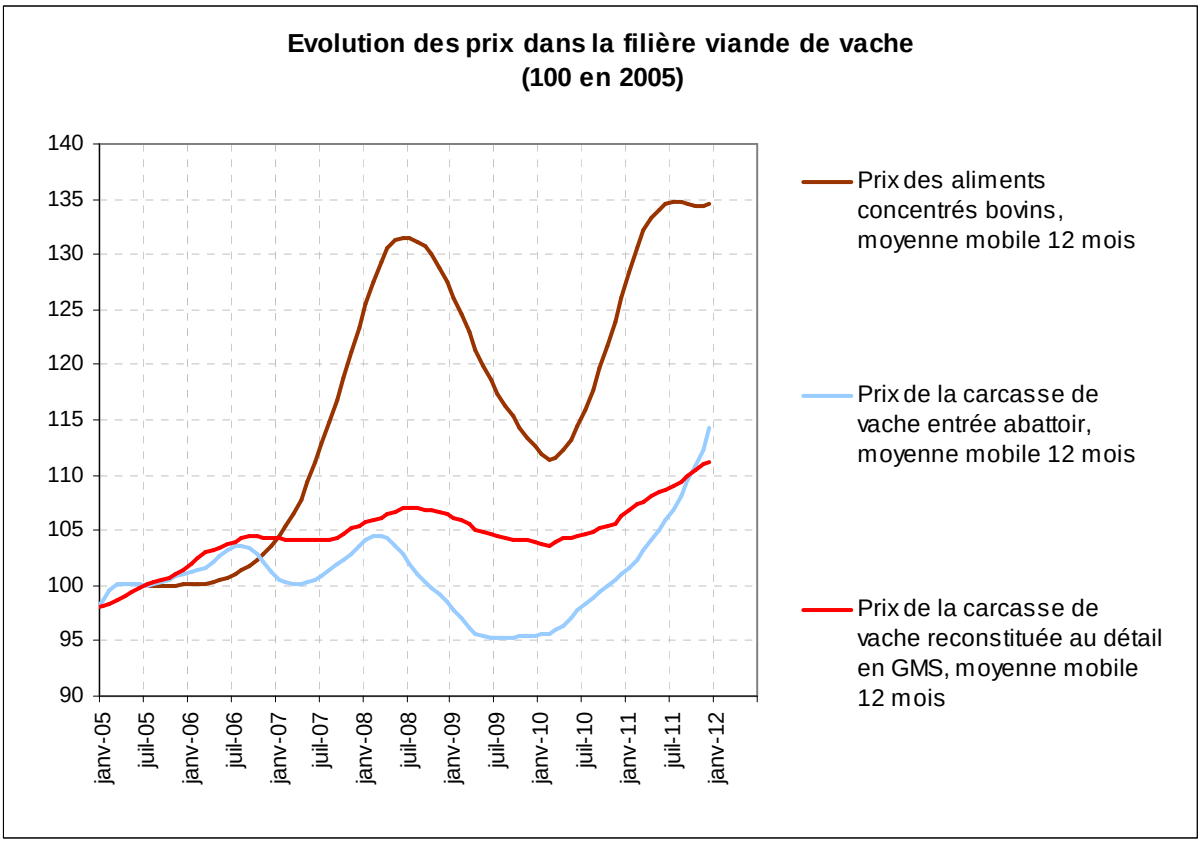
Le Graphique 208 présente l'évolution des prix dans la filière de la « viande de vache » (on suit en effet la carcasse « moyenne » étudiée dans la partie 3.), depuis l'aliment du bétail (qui représente en moyenne 20% de la prix de la carcasse entrée abattoir), le bovin à l'entrée de l'abattoir et jusqu'aux différents morceaux issus de la carcasse et vendus en GMS au consommateur. Les prix sortie abattage-découpe ne sont pas représentés, faute d'un historique de données suffisant (le recueil des prix de la vache valorisée sortie abattage-découpe a été mis en place par l'OFPM à partir de juin 2010).
Ces évolutions ont été suivies en moyenne mobile calculée sur 12 mois[34] pour mieux dégager les tendances en faisant abstraction des variations mensuelles.

Ce graphique appelle plusieurs niveaux de remarques :

- quelle que soit la période considérée, les variations relatives (c'est-à-dire en %, il s'agit d'indices) des prix aval sont moins fortes que celles des prix amont ; c'est en partie l'effet purement « mécanique » de la « dilution » des matière premières dans la valeur des produits transformés, sous l'effet de l'incorporation d'autres consommations intermédiaires et de la création de valeur ajoutée en aval ;
- à partir de 2007, le prix de l'aliment concentré pour bovins à l'engrais, tout en devenant plus variable, se positionne à un niveau nettement plus élevé qu'auparavant ; le prix de la carcasse entrée abattoir semble suivre le mouvement, avec retard toutefois ; il s'agit moins d'une transmission des coûts en aliments dans le prix des animaux que de l'effet de la hausse de la demande alimentaire mondiale portant à la fois sur les céréales et sur les viandes ;
- les grandes variations de prix à la production (baisse sur 2008-2010, hausse ensuite) se retrouvent de façon tendancielle et très amorties dans les prix au détail en GMS (il s'agit ici de moyennes mobiles sur 12 mois qui donnent une tendance plus lisible mais qui gomment les variations saisonnières et l'effet des promotions).

[34] Par exemple, le prix en moyenne mobile sur 12 mois pour le mois de juillet 2007 est égale à la somme des prix de février à décembre 2007 divisée par 12 à laquelle on ajoute les prix de janvier 2007 et janvier 2008 divisés par 24.

Graphique 208



Sources : INSEE, SSP, FranceAgriMer

Part des matières premières dans le produit aux différents stades de la filière bovine en 2005

Tableau 32

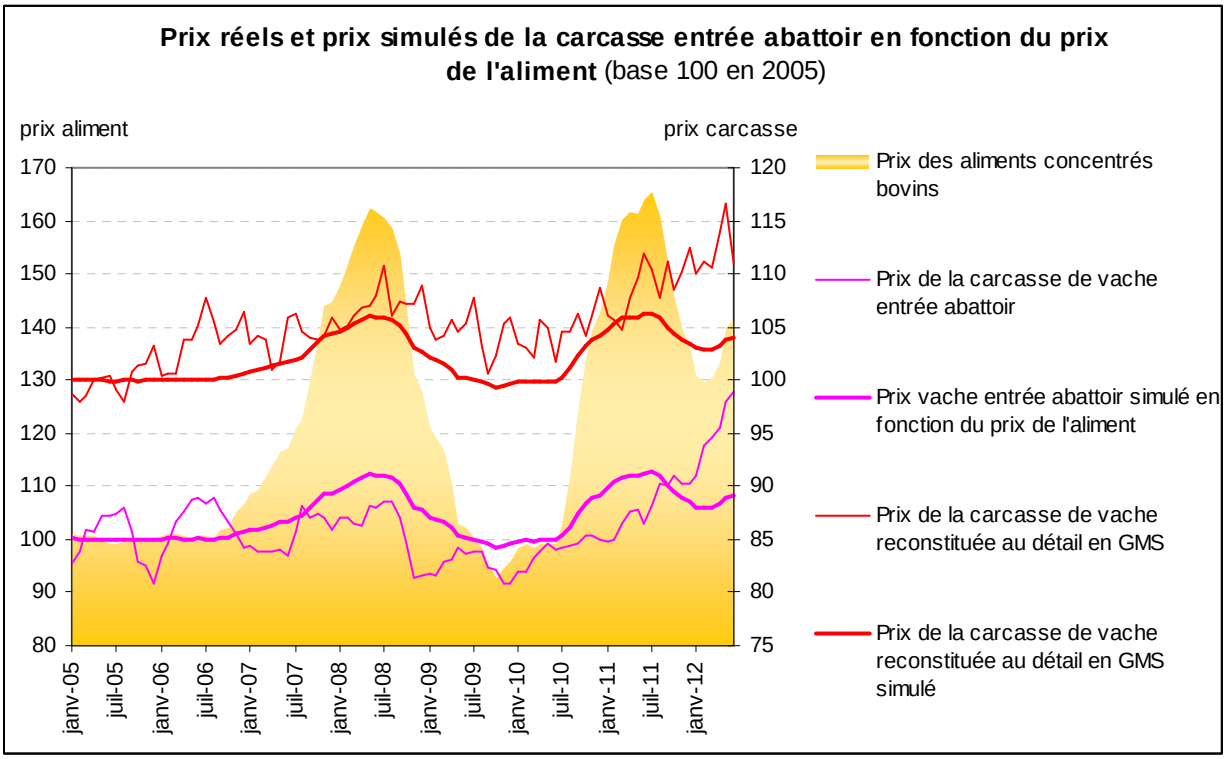
	2005	2011
part du coût en aliment du bétail (achats de concentrés + intraconsommations) dans la carcasse entrée abattoir	19,6%	21,5%
part du coût carcasse entrée abattoir dans le produit sortie abattage découpe	nd	66,9%
part du coût d'achat carcasse sortie abattage-découpe dans la vente de viande bovine au détail en GMS	nd	71,6%
part du coût en aliment du bétail dans le produit sortie abattage-découpe	nd	14,4%
part du coût en aliment du bétail dans le vendu au détail en GMS		10,3%

Source : FranceAgriMer - OFPM, RICA

La matière première initiale (l'aliment du bétail) se « dilue » au fur et à mesure que l'on descend la filière vers l'aval et que les stades industriels et commerciaux créent de la valeur ajoutée. Les coefficients se multiplient : ainsi, la part de l'aliment du bétail dans la valeur de la carcasse entrée abattoir étant de 21,5% (en 2011), la part du coût de la carcasse dans les produits issus de la découpe étant de 66,9% et la part de ces produits dans la vente au détail étant de 71,6%, l'aliment du bétail ne « pèse » dans la valeur finale (prix au détail) que : 21,5% x 66,9% x 71,6% = 10,3%.

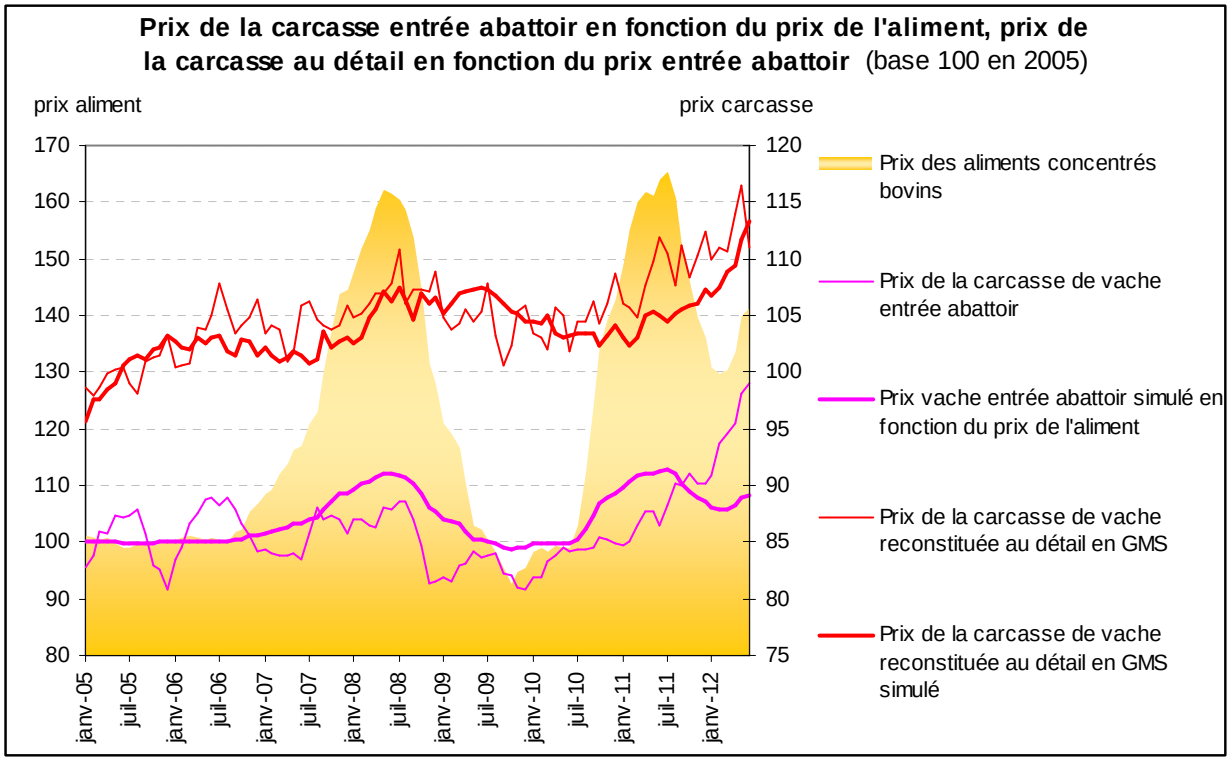
Les graphiques suivants représentent ce qu'auraient été les prix entrée abattoir et au détail s'ils avaient suivi les évolutions des prix de la matière première toutes choses égales par ailleurs, et notamment à marges sur coûts en matière première constantes. Le Graphique 209 représente une situation fictive dans laquelle les évolutions du prix de l'aliment du bétail seraient transmises aux prix de la carcasse entrée abattoir puis, via ce dernier, aux prix au détail ; le graphique suivant simule d'une part la transmission des évolutions du prix de l'aliment au prix entrée abattoir, d'autre part, la transmission des évolutions réelles du prix entrée abattoir au prix au détail.

Graphique 209



Sources : INSEE, SSP, FranceAgriMer

Graphique 210



Sources : INSEE, SSP, FranceAgriMer

8.2. L'accord du 3 mai 2011 dans la filière bovine

Cet accord prévoit que des négociations sur les conditions de vente des carcasses et viandes fraîches issues de jeunes bovins, de génisses et de bœufs s'engagent lorsque les deux conditions suivantes sont remplies simultanément :

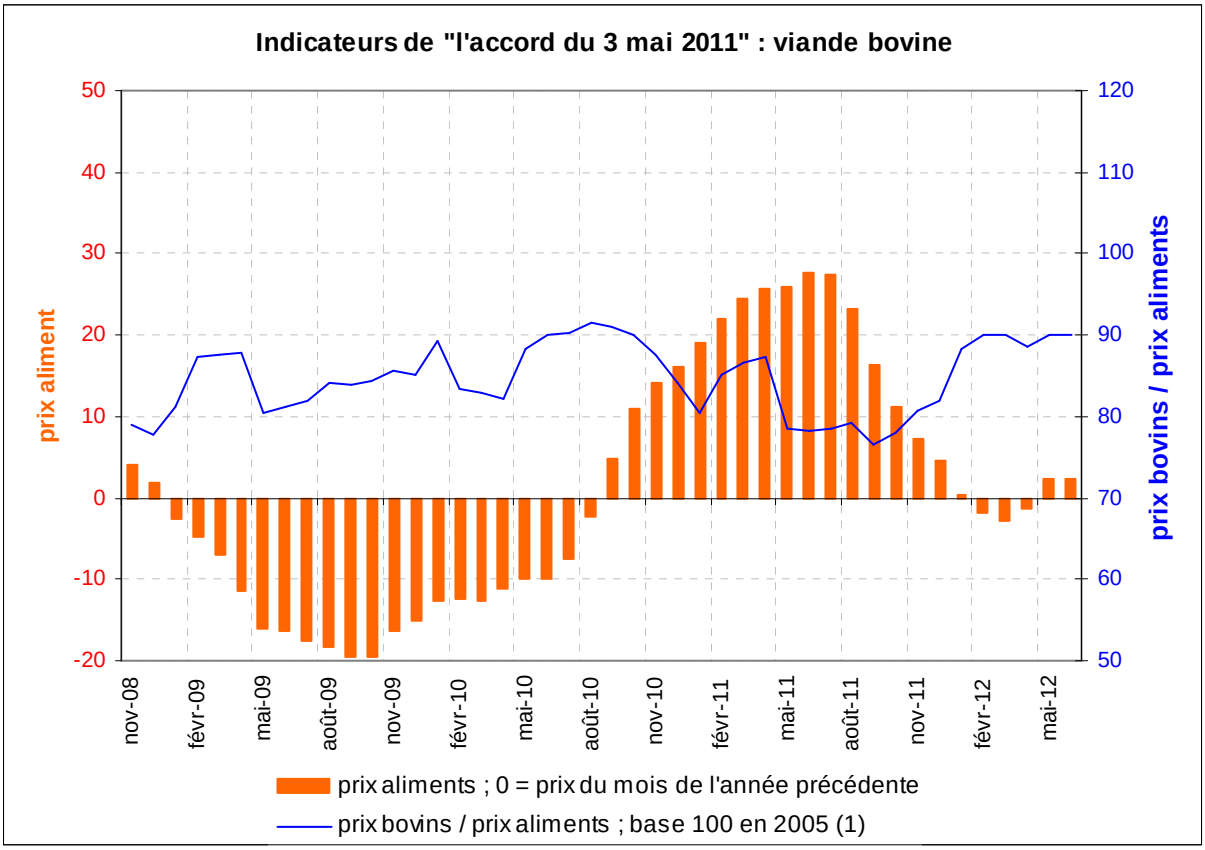
1) le prix de l'aliment pour bovins a franchi sur 3 mois au moins un palier de plus ou moins 10% par rapport à son niveau du même mois de l'année précédente.
2) le rapport « prix des bovins viande / prix de l'aliment » se situe en dehors de l'intervalle de plus ou moins 10% autour de sa valeur de 2005.

La première condition porte donc sur la variation du prix de l'aliment pour bovins, la seconde vise à n'enclencher le dispositif, quelle que soit la variation de prix de l'aliment, que si le prix du bovin « décroche » sensiblement du prix de l'aliment (à la hausse comme à la baisse).
En fonction de l'évolution constatée du prix de la matière première et du prix des bovins, il peut s'agir de négociations :

- à la hausse : l'indice de prix de l'aliment monte en passant les paliers prévus et le rapport de prix des bovins au prix de l'aliment est en dessous du seuil minimum de l'intervalle ;
- comme à la baisse : l'indice de prix de l'aliment baisse en passant les paliersprévus et le rapport de prix des bovins au prix de l'aliment est au dessus du seuil maximum de l'intervalle ;

Le graphique suivant présente l'évolution des variables du disposif, de fin 2008 à juin 2012.
A titre d'exemple, le prix des aliments pour bovins à l'engrais a franchi le palier +10 en octobre 2010 et est demeuré à ce niveau 3 mois consécutifs ; la condition 1) était remplie dès fin décembre. De plus, le rapport du prix des bovins au prix de l'aliment est devenu depuis octobre 2010 inférieur à 90% du niveau de référence 2005 : si le dispositif avait déjà été en vigueur à l'époque, des négociations auraient pu s'engager en vue d'une baisse des prix des bovins pour tenir de la forte hausse constatée sur le prix des aliments pour bovins à l'engrais.
La remontée des prix des matières premières premières de l'alimentation animale (céréales) en 2012 ne s'est pas encore traduite par un changement de tranche de l'indicateur, du moins en juin.

Graphique 211



Sources : INSEE, SSP

Section 4 - Viandes porcines : porc frais et charcuteries

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

1.1. Cartographie des flux et opérateurs [35]

Cf. Schéma 19 page suivante.

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

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

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

Les industriels de la transformation fabriquent des produits de charcuterie-salaison et des plats préparés à base de viande.

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

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

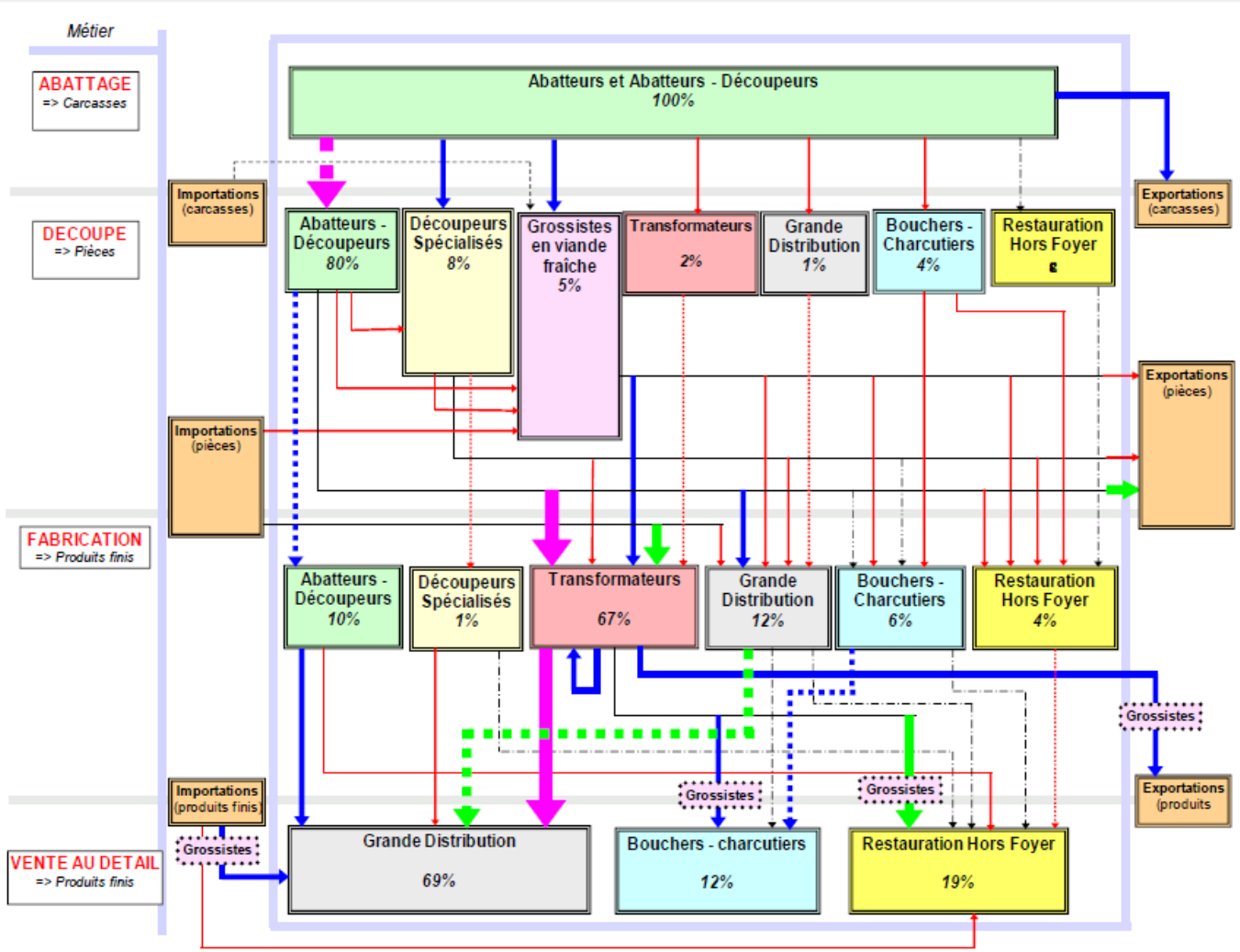
Les opérateurs de la grande distribution jouent un rôle majeur dans la vente au détail de produits finis mais réalisent rarement la découpe. Les pièces qu'ils achètent sont préalablement élaborées et conditionnées par les opérateurs de la découpe et les grossistes. Ce sont principalement des longes (les morceaux issus de la longe représentent près de 90 % de la viande de porc consommée fraîche en grande distribution, d'après TNS). Les produits finis sont achetés à des opérateurs industriels, français et étrangers.

Les distributeurs élaborent eux-mêmes une partie des produits de porc frais qu'ils commercialisent. Toutefois, les produits finis frais conditionnés par les industriels (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.

[35] D'après : « 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 », V. LEGENDRE, M. RIEU, IFIP. 2008.

Cartographie des flux dans la filière porcine

Schéma 19



Source : IFIP

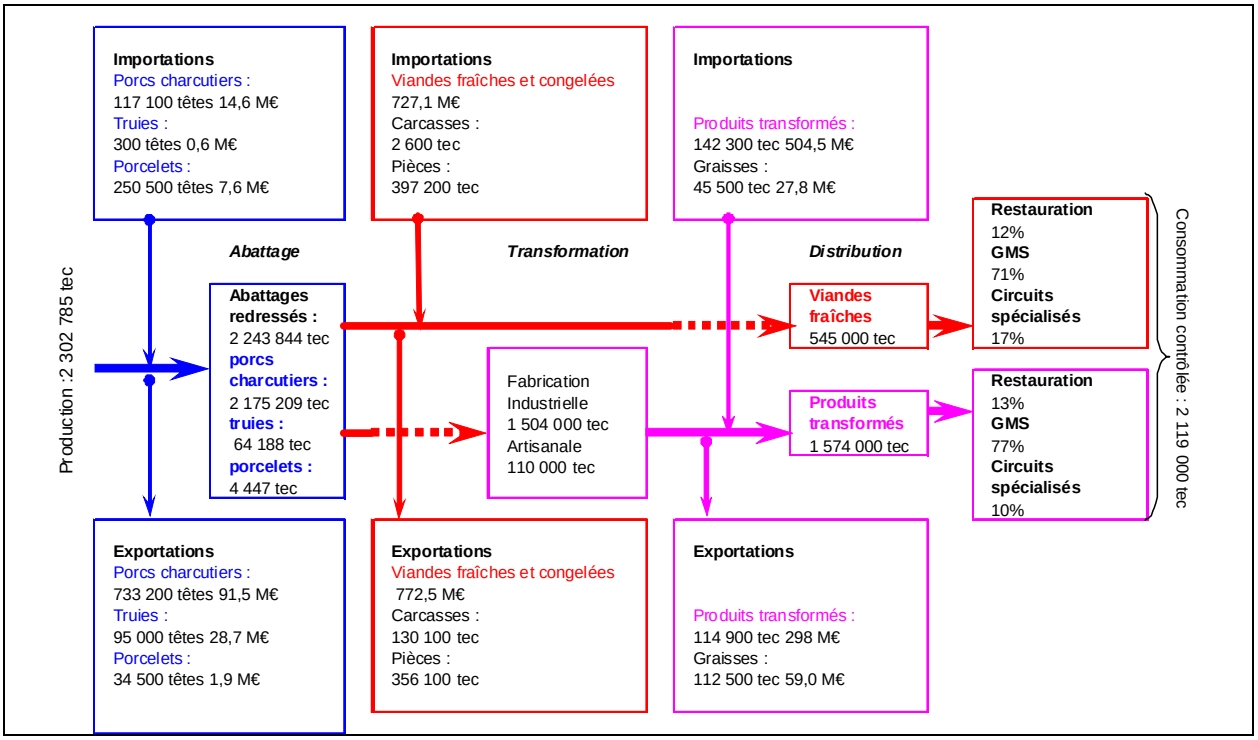
Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (cf. colonne de gauche).
Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

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

1.2. Bilan des flux dans la filière porcine

Bilan des flux dans la filière porcine en 2009

Schéma 20



Sources : SSP, Douanes, Kantar Worldpanel, Credoc

2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE PORCINE

2.1. Filière porc frais

La viande de porc frais commercialisé 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 selon deux produits : la côte de porc et le rôti de porc entier ou découpé en escalope. L'observatoire a donc choisi de modéliser la commercialisation de ces produits, du stade carcasse au stade barquette de viande mise en rayon (UVC : Unité de Vente Consommateur).
Le choix a été fait de décrire la commercialisation d'une partie du cochon (la longe) et non pas du porc en entier. Cette dernière option aurait été pratiquement irréalisable compte tenu de l'extrême diversité des produits de charcuterie.

2.1.1. Définition du circuit porc frais étudié

Le circuit principalement suivi par les travaux de l'observatoire est celui d'un porc charcutier vendu par un groupement d'éleveurs à un abattoir qui abat l'animal pour obtenir une carcasse de porc, des coproduits (gras, abats).
Dans une salle de découpe au sein de l'abattoir, la carcasse est découpée en plusieurs pièces (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule).
La longe est vendue par l'abattoir à une GMS. La longe est découpée par le distributeur en côtes, rôtis entier et/ou escalopes dans le laboratoire du magasin. Les côtes et les rôtis-escalopes sont conditionnées en magasin en barquettes de morceau de viande (UVCM : Unité de Vente Consommateur Magasin) pour être commercialisées dans les rayons de la GMS auprès du consommateur final (les ménages) en libre service.
Dans ce circuit, dit « UVCM », les charges de découpe de la longe sont supportées par la GMS.

Toutefois, depuis plusieurs années, les GMS commercialisent des volumes croissants de côtes, de rôtis et d'escalopes qui ont été directement découpés et conditionnés dans l'abattoir en portions prêtes pour la présentation dans les rayons en rayon libre-service des GMS (conditionnement en UVCI : Unité de Vente Consommateur Industrielles).
Les charges de dernière découpe et de conditionnement en barquettes sont alors supportées par l'abattoir ; seules les charges de commercialisation auprès du consommateur final (logistique entre centrale d'achat et point de vente, gestion des rayons…) sont supportées par les GMS.
En complément du suivi principal, cette édition du rapport de l'observatoire présente une première approche des prix et marges brutes dans ce type ce circuit, dit « UVCI », en s'appuyant sur les premières séries de prix d'UVCI (côtes de porc sortie industrie) transmises par l'INSEE pour l'observatoire (dans le cadre de convention INSEE-FranceAgriMer de fourniture de données pour l'OFPM).

2.1.2. Hypothèses de base de la modélisation des marges du circuit porc frais

Le porc vendu par l'éleveur est un porc de conformation standard d'environ 115 kg duquel on obtient une carcasse d'environ 90 kg avec un taux de viande maigre d'au moins 55 %, selon la grille communautaire. Cette catégorie de porc est représentative des porcs moyens vendus par les éleveurs car environ 70 % des porcs abattus en France rentrent dans cette catégorie.
La valeur du porc pour l'éleveur est défini sur la base du poids de la carcasse (présentation avec pieds et têtes) et d'un prix au kilo défini sur la base du cadran de Plérin (MPB) qui cote le prix au kilo

d'une carcasse de porc à 56 % de TMP auquel l'abattoir ajoute une plus value moyenne de l'ordre de 15 centimes du kilo.
La valorisation du porc par l'abattoir repose uniquement sur la commercialisation des pièces d'une carcasse présentée sans têtes ni pieds, auprès des distributeurs et des industriels de la charcuterie (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule). Les exportations de pièces et la vente des pieds, des têtes, des coproduits et des sous-produits de découpe n'entre pas dans le modèle, faute de données disponibles
A partir du taux de marge réalisé par l'abattoir sur l'ensemble de la carcasse et du prix de vente de chaque pièce, on évalue la valeur de la matière première de chaque pièce incluse dans la carcasse[36], dont celle de la longe.
La valorisation de la longe dans le « circuit UVCM » par la GMS est supposée reposer uniquement sur la vente des côtes et des rôtis. Il est possible que certaines GMS qui traitent de gros volume de longes valorisent les déchets de découpe (viande pour farcir, par exemple) mais ceci n'est pas pris en compte. On considère par ailleurs que le taux de marge de la GMS sur l'ensemble de la longe est également le taux de marge sur chacun des morceaux qui sont issus (rôti, escalope, côte).

2.1.3. Définition du modèle de marge du circuit porc frais « UVCM »

La valorisation du porc vif par l'éleveur est définie par le poids de la carcasse du porc abattu et le prix au kilo de la carcasse de porc.
La valorisation de la carcasse par l'abattoir est égale à la somme des valeurs des six pièces issue de la carcasse (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule. Cette valeur est définie par le poids et le prix au kilogramme de chaque pièce. Le poids de chaque pièce est fixé par des coefficients techniques définis dans le modèle proposé par P. Mainsant dans une étude de 2001 pour les Journées de la recherche porcine [MAINSANT, 2001] et mis à jour par l'institut de la filière porcine (IFIP)

La valeur du kg de longe entrée abattoir $P_{L\,0}$, dont la connaissance est nécessaire pour calculer la marge brute de l'abattage-découpe sur longe, est calculée de la façon suivante :

- on connaît le prix du kg de longe sortie abattage-découpe (cotations de Rungis), soit $P_{L\,1}$;
- on connaît la valeur moyenne d'un porc vif entrée abattoir (cotation nationale entrée abattoir du porc classe E, multiplié par poids moyen) soit V_0 ;
- on connaît la valeur de l'ensemble des pièces de découpes issus de cette carcasse (cotations de Rungis et poids moyens des pièces), soit V_1 ;

On en déduit : le taux de marge de l'abattage découpe : $T = (V_1 – V_0) / (V_0)$
Ce taux s'applique à toutes les pièces, dont la longe : $T = (P_{L\,1} – P_{L\,0}) / P_{L\,0}$
On en déduit donc la valeur du kg de la longe dans le porc vif entrée abattoir : $P_{L\,0} = P_{L\,1} / (T + 1)$

La valorisation des produits issus de la longe (côtes et rôtis) est définie à partir des prix de ventes au kilo de ces produits en GMS et des rendements de découpes. Les rendements techniques de découpe de la longe sont ceux du modèle proposé par Mainsant dans l'étude déjà citée [MAINSANT, 2001], et complétés par les observations des volumes commercialisés par les GMS (panel Kantar).

2.1.4. Données de base du modèle porc frais

Les séries d'abattages redressées de porc en volume et en tête, produite par le SSP permettent de calculer un poids mensuel moyen des carcasses de porc en France selon une présentation avec les coproduits (tête et pieds), servant de base pour définir la valorisation du porc vif.

36 Taux de marge sur une pièce = (vente de la pièce / valeur de la matière première de cette pièce) – 1 = taux de marge sur toutes les pièces = (vente des pièces / valeur de la carcasse entrée abattoir) - 1. Cf. plus loin.

La cotation hebdomadaire du kilo de carcasse des porcs français de classe E réalisée par FranceAgriMer et transmise à la Commission européenne est la référence choisie pour définir le prix de vente des porcs vendus par l'éleveur.
Les série d'abattages contrôlés de porc en volume et en tête produite par le SSP permettent de calculer un poids mensuel moyen des carcasses de porc en France selon une présentation sans les coproduits (têtes et pieds), servant de base pour définir la valorisation de la carcasse de porc en pièces.
Les cotations hebdomadaire de cinq pièces (bardière avec couenne, hachage sans gorge, jambon sans mouille, longe n°3 sans travers ni palette, po itrines N°1 sans hachage) réalisées par les agents du réseau des nouvelles des marchés sur le Marché International de Rungis sont utilisées pour définir le prix mensuel moyen sortie industrie des 6 pièces issues de la découpe de la carcasse de porc, et ce pour le circuit « UVCM ».
Pour le circuit « UVCI », on dispose depuis fin 2010 des prix moyens mensuels sortie usine des côtes de porc en UVCI destinées aux GMS (frais de port non compris).
Le panel consommateur Kantar Worldpanel fourni les prix des produits de longes (côtes, rôtis entier ou en escalopes) au détail en GMS.

2.1.5. Adaptation des données et coefficients techniques

L'éleveur valorise un porc vif au prix de la cotation classe E pour une carcasse se présentant avec les sous-produits (têtes et pieds), c'est-à-dire d'un poids de 89 kg, moyenne en 2010.
Sur ces 89 kg, l'abattoir retire la tête et les pieds dont la valorisation n'est pas prise en compte dans le modèle et découpe une carcasse de 81 kg (moyenne en 2010) en 6 types de pièces valorisables. L'ensemble de ces pièces représentent (selon le modèle Mainsant) 94,7 % de ce volume (longe 25 %, jambon 27,6 %, poitrine 10,5 %, hachage 15,8 %, bardière 7,8 %, travers 2,6 % et palettes 5,3 %), restent 5,3 % de déchets qui ne sont pas valorisés par l'abattoir selon le modèle.
La palette et le travers ne sont pas cotés au marché de Rungis. On définit leur valeur selon le modèle Mainsant à partir de la cotation de la longe N°3 à Rungis. Le prix de la palette est égal à la cotation de la longe N°3, et pour le travers on ajoute 0,8 €/kg à la cotation de la Longe N°3.
Pour définir le prix des pièces vendues par l'abattoir aux GMS, sont ajoutés à la cotation de Rungis les frais de livraison au client (boucherie, RHF, GMS, industriel de la salaison) qui sont facturés par l'abattoir. Ils sont définis ainsi dans le modèle Mainsant : + 0,05 €/kg sur le jambon, la poitrine, le hachage, la bardière, le travers, la palette et + 0,15 €/kg sur la longe.
Les rendements matière de la découpe de la longe sont ceux du modèle Mainsant. La découpe de côtes à un rendement de 92 %. Le rendement de la découpe des rôtis-escalopes est de 80 %. Au vu des proportions de côtes (40 %) et rôtis-escalopes (60 %) commercialisés par les GMS d'après les données du panel Kantar, on estime que 55 % de la longe N°3 (sans travers ni palette) en poids est utilisée pour fabriqués des rôtis et des escalopes, et 45 % sont valorisés en côtes et côtelettes. Les variations saisonnières de ces proportions sont négligées. On obtient un rendement matière global de la découpe de la longe entière de 85,4 %. Faute de données précises, il n'est pas tenu compte de taux de pertes en rayon.
Le coût en matière première agricole d'un kg de longe vendu au détail sous forme de côtes et rôtis-escalopes est donc la valeur du kg de longe inclus dans le prix de carcasse au stade entrée abattoir (frais de livraison inclus, ristourne déduite), divisée par le rendement matière (cf. chapitre 2, « méthodes »).

2.2. Filière charcuterie de porc

La carcasse de porc est commercialisée pour 75 % sous forme de produits de salaisonnerie (produits charcutiers). Pour compléter la vision du commerce de la viande de porc, une modélisation d'un circuit de charcuterie intégrant le maillon de l'industrie de salaisonnerie est nécessaire. Le jambon cuit représente le volume le plus important parmi les produits de salaisonnerie commercialisés en GMS (le quart). L'observatoire a donc choisi le jambon cuit pour modéliser un circuit de commercialisation des produits de charcuterie.

La prise en compte des autres produits de charcuterie, nombreux et de compositions très variée, nécessiterait de disposer de très nombreuses données de prix sortie industrie. Une approche plus globale s'impose donc pour suivre l'évolution des prix et des marges pour l'ensemble des produits de charcuterie.

2.2.1. Définition du circuit jambon cuit étudié

Le circuit envisagé est celui d'un porc charcutier vendu par un groupement d'éleveur à un abattoir qui abat l'animal pour obtenir une carcasse de porc, des coproduits (gras, abats).
Dans une salle de découpe au sein de l'abattoir, la carcasse est découpée en plusieurs pièces (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule).
Les pièces de jambons (membres postérieurs de l'animal) sont vendues par l'abattoir à un industriel de la salaisonnerie qui va transformer ces pièces de viandes fraîches avec os.
Le produit fabriqué chez le salaisonnier est un jambon cuit sans os qui sera commercialisé par cet industriel auprès de la GMS :

- soit entier pour vente à la coupe ou tranchage et conditionnement par les GMS (UVCM),
- soit tranché et conditionné pour vente en libre service par les GMS. Le procédé de fabrication génère des coproduits (gras,…) et des sous produits (cuirs, os,…).

Les deux types de fournitures sont agrégés, et non distinguées, dans les données de prix sortie industrie de la charcuterie disponibles pour l'OFPM (toutefois, une série de prix de jambons sortie usine en UVCI est en cours de constitution dans le cadre de la convention INSEE-FranceAgriMer).

Depuis plusieurs années, les salaisonniers achètent des volumes croissants de pièces de jambons déjà désossés, découennés, dégraissés, dénervés, démontés, prêts à cuire auprès de l'industrie d'abattage découpe. Dans ce type d'approvisionnement, les charges de seconde découpe de la pièce de jambon ne sont plus supportées par l'industrie de salaisonnerie mais par l'abattoir.

2.2.2. Hypothèses de base de modélisation du circuit jambon cuit

Le porc vendu par l'éleveur est un porc de conformation standard d'environ 115 kg duquel on obtient une carcasse d'environ 90 kg avec un taux de viande maigre d'au moins 55 %, selon la grille communautaire. Cette catégorie de porc est représentative des porcs moyens vendus par les éleveurs car environ 70 % des porcs abattus en France rentrent dans cette catégorie.
La valeur du porc pour l'éleveur est définie sur la base du poids de la carcasse (présentation avec pieds et têtes) et d'un prix au kilo défini sur la base du cadran de Plérin (MPB) qui cote le prix au kilo d'une carcasse de porc à 56 % de TMP auquel l'abattoir ajoute une plus-value moyenne de l'ordre de 15 centimes du kilo.
La valorisation du porc par l'abattoir repose uniquement sur la commercialisation des pièces d'une carcasse présentée sans têtes ni pieds, auprès des distributeurs et des industriels de la charcuterie (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule). Les exportations de pièces et la vente des pieds, des têtes, des coproduits et des sous-produits de découpe n'entre pas dans le modèle, faute de données disponibles
A partir du taux de marge réalisé par l'abattoir sur l'ensemble de la carcasse et du prix de vente de chaque pièce, on évalue la valeur de la matière première de chaque pièce incluse dans la carcasse[37], dont celle de la longe.

La valorisation de la transformation du jambon repose uniquement sur la vente des jambons cuits conditionnés entier ou tranchés dans des barquettes. La valorisation par les salaisonniers des coproduits et des sous-produits issus de la transformation du jambon et des chutes après tranchage n'est pas prise en compte dans le modèle. Il est vraisemblable que les salaisonniers valorisent ces produits.

37 Taux de marge sur une pièce = (vente de la pièce / valeur de la matière première de cette pièce) – 1 = taux de marge sur toutes les pièces = (vente des pièces / valeur de la carcasse entrée abattoir) - 1. Cf. plus loin.

La valorisation du jambon cuit en GMS, repose sur la vente des barquettes de tranches de jambons au rayon traiteur-charcuterie et la vente à la coupe de jambon entier au rayon à la coupe.

2.2.3. Définition du modèle de marge du circuit jambon cuit

La valorisation du porc vif par l'éleveur est définie par le poids de la carcasse du porc abattu et le prix au kilo de la carcasse de porc.
La valorisation de la carcasse par l'abattoir est égale à la somme des valeurs des six pièces issue de la carcasse (bardière, longe sans travers, travers, jambons, poitrine et épaule. Cette valeur est définie par le poids et le prix au kilo de chaque pièce. Le poids de chaque pièce est défini selon des coefficients techniques définis dans le modèle proposé par P. MAINSANT dans une étude de 2001 pour les Journées de la recherche porcine [MAINSANT, 2001] et mis à jour par l'institut de la filière porcine (IFIP)

La valeur du kg de jambon avec os entrée abattoir $P_{J\,0}$, dont la connaissance est nécessaire pour calculer la marge brute de l'abattage-découpe sur jambon, est calculée ainsi :

- on connaît le prix du kg de jambon avec os sortie abattage-découpe (cotations de Rungis), soit $P_{J\,1}$;
- on connaît la valeur moyenne d'un porc vif entrée abattoir (cotation nationale entrée abattoir du porc classe E, multiplié par poids moyen) soit V_0 ;
- on connaît la valeur de l'ensemble des pièces de découpes issus de cette carcasse (cotations de Rungis et poids moyens des pièces), soit V_1 ;

On en déduit : le taux de marge de l'abattage découpe : $T = (V_1 – V_0) / (V_0)$
Ce taux s'applique à toutes les pièces, dont le jambon avec os : $T = (P_{J\,1} – P_{J\,0}) / P_{J\,0}$
Donc, on en déduit la valeur du kg de jambon avec os dans la carcasse : $P_{J\,0} = P_{J\,1} / (T + 1)$

La valorisation du jambon vendu en barquette et du jambon vendu à la coupe est définie à partir des prix de ventes au kilo de ces produits en GMS.

2.2.4. Données de base du modèle jambon cuit

Les séries d'abattages redressées de porc en volume et en tête, produite par le SSP permettent de calculer un poids mensuel moyen des carcasses de porc en France selon une présentation avec les coproduits (tête et pieds), servant de base pour définir la valorisation du porc vif.
La cotation hebdomadaire du kilo de carcasse des porcs français de classe E réalisée par FranceAgriMer et transmise à la Commission européenne est la référence choisie pour définir le prix de vente des porcs vendus par l'éleveur.
Les série d'abattages contrôlés de porc en volume et en tête produite par le SSP permettent de calculer un poids mensuel moyen des carcasses de porc en France selon une présentation sans les coproduits (têtes et pieds), servant de base pour définir la valorisation de la carcasse de porc en pièces.
Le prix du jambon cuit vendu par l'industrie de la salaisonnerie utilisé est obtenu à partir des données contenues dans l'enquête annuelle de branche INSEE (chiffre d'affaire et volume de vente). On obtient un prix moyen annuel de commercialisation du jambon cuit (ventes en entier ou en UVCI confondues). Pour se caler sur le rythme mensuel des autres données de prix utilisées dans le modèle, ce prix moyen annuel est mensualisé en s'appuyant sur l'évolution de l'indice mensuel du prix départ usine des jambons cuits (INSEE, Indices des prix de production de l'industrie pour le marché français, ref. FM0D101303).
Pour les tranches de jambons en UVCI, c'est l'industriel qui a supporté les charges de tranchages et d'emballage. Pour le jambon cuit vendu dans le rayon à la coupe (ou les UVCM préparées en magasin), les opérations de tranchages et de conditionnement sont réalisées par le personnel de la GMS qui supporte alors les charges afférentes.

L'utilisation d'un prix moyen unique pour le jambon cuit sortie usine vendu génère une imprécision dans la représentation de la répartition des marges dans le circuit jambon cuit (la série de prix d'UVCI en cours de constitution pourra améliorer l'information).

Les données utilisées pour le prix de vente en GMS du jambon cuit (libre service et à la coupe) sont issues du panel consommateurs Kantar Worldpanel (données mensualisées).

2.2.5. Adaptation des données et coefficients techniques

L'éleveur valorise un porc vif au prix de la cotation classe E pour une carcasse avec une présentation avec les sous produits (têtes et pieds), c'est-à-dire d'un poids 89 kg moyenne en 2010.
Sur ces 89 kg, l'abattoir retire la tête et les pieds qu'il ne valorise pas et découpe une carcasse de 81 kg en moyenne en 2010 en 6 types de pièces valorisables. L'ensemble de ces pièces représentent (selon le modèle Mainsant) 94,7 % de ce volume (longe 25 %, jambon 27,6 %, poitrine 10,5 %, hachage 15,8 %, bardière 7,8 %, travers 2,6 % et épaule 5,3 %). Restent 5,3 % de chutes qui ne sont pas valorisées par l'abattoir selon le modèle.
L'épaule et le travers ne sont pas cotés au marché de Rungis. On définit leur valeur selon le modèle Mainsant à partir de la cotation de la longe N°3 de Rungis. Le prix de la palette est égal à la cotation de la longe N°3 et pour le travers on ajoute 0,8 €/ kg à la cotation de la Longe N°3.
Pour définir le prix des pièces vendues par l'abattoir, sont ajoutés à la cotation de Rungis les frais de livraison au client (boucherie, RHF, GMS, industriel de la salaison) qui sont facturés par l'abattoir. Ils sont définis dans le modèle Mainsant ainsi : + 0,05 €/kg sur le jambon, la poitrine, le hachage, la bardière, le travers, l'épaule et + 0,15 €/kg sur la longe).
Les rendements matière de transformation de la pièce de jambon avec os en jambon cuit sont ceux définis dans l'étude de l'INRA intitulée « *Qualité Technologique du Jambon de porc : relations entre les rendements de transformation en jambon cuit et en jambon sec »* parue dans actes de *Journées de la Recherche Porcine, 1993*. Pour préparer un jambon cuit, la pièce de jambon est désossée, découennée, dégraissée, dénervée, démontée. Ses 5 opérations ont au total un rendement anatomique de 67,2 %. La pièce de jambon est ensuite saumurée et mise dans un moule. Le gain en poids par le saumurage est de 14,9 %. Le jambon dans son moule est mis à la cuisson. Le rendement à la cuisson est de 85,6 %. On arrive au total à un rendement technologique de 85,6 % en moyenne et un rendement global (avec démontage) de 56,1 % en moyenne. Ces informations ont été confrontées aux données des industriels de la salaisonnerie par l'IFIP ; les *process* actuels ont des rendements proches des résultats de cette étude de 1993. Au final pour obtenir 1 kg de jambon cuit, il faut 1,78 kg de jambon avec os (rendement matière de 56 %). Faute de données précises, il n'est pas tenu compte de taux de pertes en rayon.

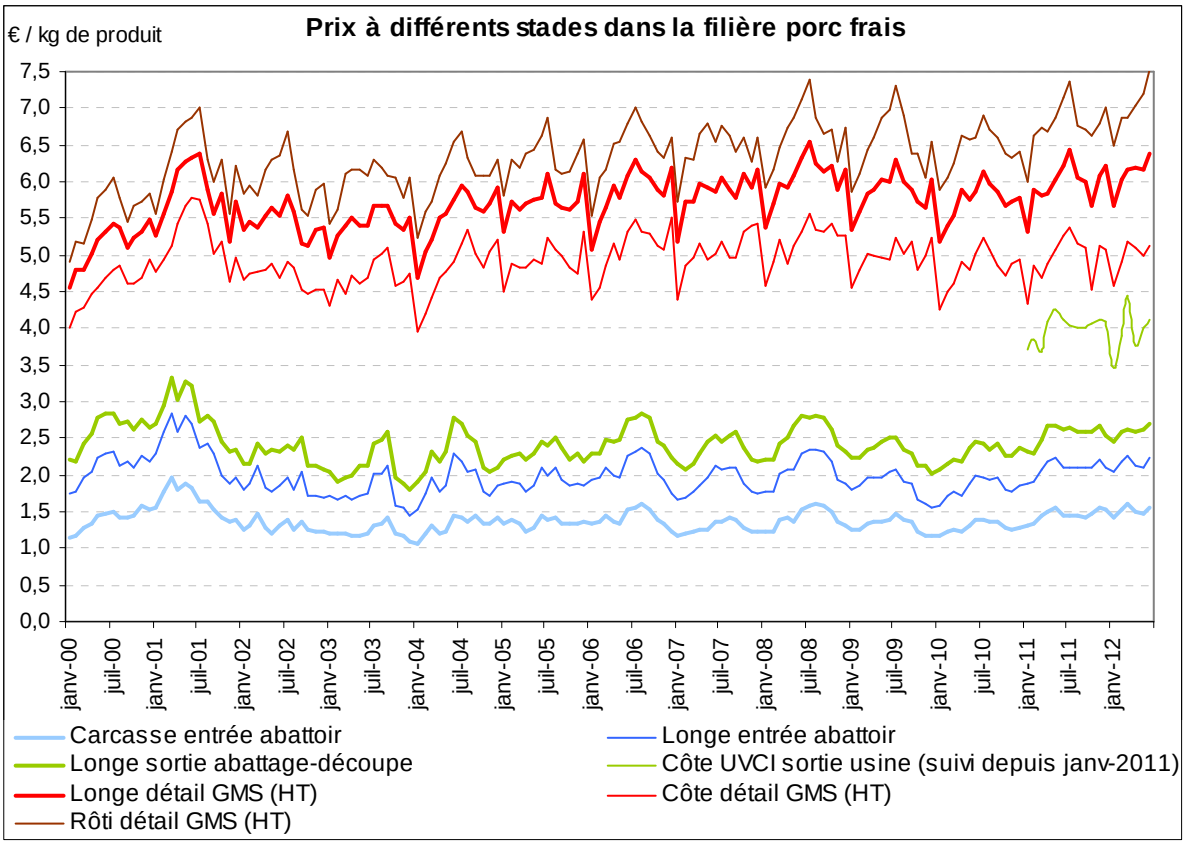
Le coût en matière première agricole d'un kg de jambon vendu au détail est donc la valeur du kg de jambon avec os inclus dans le prix de carcasse au stade entrée abattoir, (frais de livraison inclus, ristourne déduite), divisée par le rendement matière.

3. LES PRIX ET LES MARGES BRUTES AUX DIFFERENTS STADES, LES COMPOSANTES DU PRIX DE DETAIL DANS LA FILIERE PORCINE

3.1. Evolution des prix aux différents stades de commercialisation

3.1.1. Circuit de la viande de porc fraîche

Graphique 212



Sources : FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

3.1.1.1. Prix du porc payé à l'éleveur (stade production agricole)

Le cours du porc au niveau européen résulte de l'équilibre entre l'offre de porc et la demande de viande de porc pour l'Europe et l'exportation vers les pays-tiers (exemple : la Russie, le Japon, …). Il n'existe pas de lien direct à court terme entre le coût de production et le prix du porc en Europe. Le marché français du porc est très ouvert sur le marché européen. Près du tiers de la consommation française est importé et près du tiers de la production est exporté vers le marché européen. En conséquence, le prix du porc en France suit le cours européen.

Le prix du porc en France est déterminé chaque semaine à partir d'une référence produite au marché au cadran de Plérin (Côtes-d'Armor). Dans cette région qui compte près de 60 % du cheptel national, les groupements de producteurs proposent chaque semaine une partie de la production régionale (environ 20 %) sous forme de lots de porcs charcutiers à des acheteurs qui représentent les grands groupes d'abattage de la région. Les acheteurs et les vendeurs concluent le prix de chaque lot au terme d'une enchère descendante. La référence du cadran correspond à la moyenne des

transactions. Cette référence est ensuite utilisée par tous les abattoirs de France pour définir le prix de chaque porc abattu la semaine suivante. En fonction de la qualité de la carcasse, une plus-value ou une moins-value est appliquée à la référence du cadran par les abattoirs.

Le prix du porc payé à l'éleveur est saisonnier. En hiver, la production française atteint, comme en Europe, son pic de production annuel. L'offre est abondante et le prix du porc en GMS est faible. En été, la production de porc atteint un creux et la consommation des produits de longe atteint un pic (saison des produits de grillade). Ainsi, en été, le prix du porc est-il en général plus élevé.

Le prix moyen annuel du porc payé à l'éleveur est fluctuant en fonction de l'état de l'offre et de la demande ; ces dix dernières années, il a connu des phases élevées (2001, 2008…), d'autres déprimées (2007), et s'inscrit à nouveau à la hausse dans la période récente (2011-2012). On résume ces évolutions et leurs origines ci-après.

En 2001, après plusieurs années de surproduction en Europe, le recul de l'offre européenne a fortement fait grimper les prix du porc en Europe.
En 2007, après une hausse significative de la production porcine en Europe (+ 4 %), le prix du porc a chuté. Au second semestre 2007, la hausse des cours des matières premières (céréales et soja) a fait grimper le prix de l'aliment porc et réduit plus fortement la rentabilité des élevages de porc en Europe. Cette situation a entrainé une baisse de la production européenne en 2008 et 2009.
Au cours de l'année 2008, les cours du porc se sont nettement redressés en Europe grâce au développement des exportations européennes vers les Pays-Tiers (+ 25 % en volume) dans un contexte d'offre européenne réduite. Ce dynamisme à l'export s'explique par une hausse de la demande mondiale (JO de Pékin, …), et la mise en place de restitutions (subvention à l'exportation) par la Commission européenne.
Mais la crise économique amorcée à l'automne 2008 a fait reculer la demande, la consommation et surtout l'export hors UE ou vers les nouveaux états membres de l'UE (faible pouvoir d'achat, absence de garanties de paiement). Les prix ont alors réagi plus à la demande qu'à l'offre, de manière anticyclique.

En moyenne, sur la période 2001-2011, le prix du kilo de carcasse vendu par l'éleveur s'établit à 1,37 €/kg. Il est de 1,36 €/kg sur la période 2009-2011 et de 1,46 €/kg en 2011.

En 2011, la demande sur le marché mondial a été très forte. Les exportations européennes et françaises vers la Russie et l'Asie ont atteint des volumes record. En Russie, les opérateurs européens et français ont bénéficié du retrait des opérateurs brésiliens déréférencés par les autorités sanitaires russes. En Corée du Sud, les autorités ont détruit le tiers de leur cheptel en raison d'une épizootie et ont du faire appel massivement à la viande importée. En Chine, une baisse de la production a entrainé une forte inflation sur la viande porcine qui a été enrayée par le gouvernement qui a fait lui aussi massivement appel à la viande importée.
Cette forte hausse de la demande extérieure a entraîné sur le marché communautaire et français une hausse significative du prix du porc payé à l'éleveur sur l'année 2011 par rapport à l'année 2010 (+ 12 %).

Au 1er semestre 2012, l'offre de porc est en retrait et le rythme des exportations reste élevé. Le prix du porc a continué de progresser de l'ordre de 6 % par rapport au 1er semestre 2011 (+ 3,5 % par rapport au second semestre 2011).

3.1.1.2. Prix de la longe vendue aux GMS (circuit UVCM)

Le prix de la viande de porc achetée par les centrales d'achats des GMS est négocié chaque semaine au moment des commandes entre les acheteurs de GMS et les vendeurs des abattoirs. L'indicateur principal dans les négociations entre GMS et abattoirs est le cadran de Plérin. Ainsi, l'évolution du prix d'achat des longes suit le plus souvent celle du cadran. La cotation de la longe à Rungis, corrigée d'une ristourne, est utilisée dans le modèle comme référence pour le prix des longes achetées par les GMS.

En moyenne, sur la période 2001-2011, le prix du kilo de longe acheté par les GMS s'établit à 2,78 €/kg. Il est de 2,77 €/kg sur la période 2009-2011 et de 2,97 €/kg en 2011.

3.1.1.3. Prix de la côte de porc UVCI vendue aux GMS

Le prix moyen de la côte de porc que les industriels vendent sous forme d'UVCI (barquettes prêts à la mise en rayon) n'est disponible que depuis janvier 2011 (source INSEE). Deux constats peuvent être faits :

- ce prix, de l'ordre de 4 euros / kg, est nettement plus élevé que celui de la longe sortie industrie pour transformation en UVCM dans les GMS (de l'ordre de 2,5 euros / kg), l'écart devant couvrir toutefois des charges supplémentaires et des rendements dues à la dernière découpe et au conditionnement ;
- ce prix industriel présente des variations proches (sinon parallèles, et avec un décalage) de celui du produit correspondant au détail (le nombre de donnés, 12, est toutefois encore trop faible pour aller à des constations plus étayées).

3.1.1.4. Prix des produits de longe (côtes et rôtis-escalopes) vendus en GMS

Comme le prix du porc payé à l'éleveur, le prix du porc en GMS est saisonnier. En hiver, la production européenne atteint son pic de production annuel. L'offre est abondante et le prix du porc en GMS est plus bas, notamment grâce à des opérations promotionnelles. En été, la production de porc atteint un creux et la consommation des produits de longe, un pic (saison des produits de grillade). Ainsi en été, les prix du porc vendu au consommateur sont-ils plus élevés.

Depuis l'année 2000, la tendance est à une hausse régulière du prix de la viande de porc payé par le consommateur. Toutefois, entre 2000-2001, ce prix a connu une progression plus rapide. Une demande accrue sur la viande de porc en raison de craintes sur la viande bovine (ESB et interdiction des farines animales) et une baisse significative de la production européenne suite à une crise de surproduction (1998-99) avaient conduit à une revalorisation importante du prix payé à l'éleveur, répercutée aux consommateurs. En 2002, les prix pour le consommateur ont reculé, pour ensuite reprendre à partir de 2003 une croissance annuelle de l'ordre de 1 % par an.

Le prix au kilo des côtes de porc vendues en GMS s'établit à 5,22 €/kg en moyenne sur la période 2001-2011, il est de 5,19 €/kg sur la période 2009-2011 et de 5,23 €/kg en 2011.
Pour le rôti de porc vendu en GMS, le prix moyen s'établit à 6,72 €/kg sur 2001-2011, à 6,95 €/kg sur la période 2009-2011 et à 7,15 €/kg en 2011.
Au 1er semestre 2012, les prix de la viande fraîche en GMS ont suivi le prix du porc payé à l'éleveur avec une hausse 4 % par rapport au 1er semestre 2011 (stable par rapport au second semestre 2011).

Tableau 33

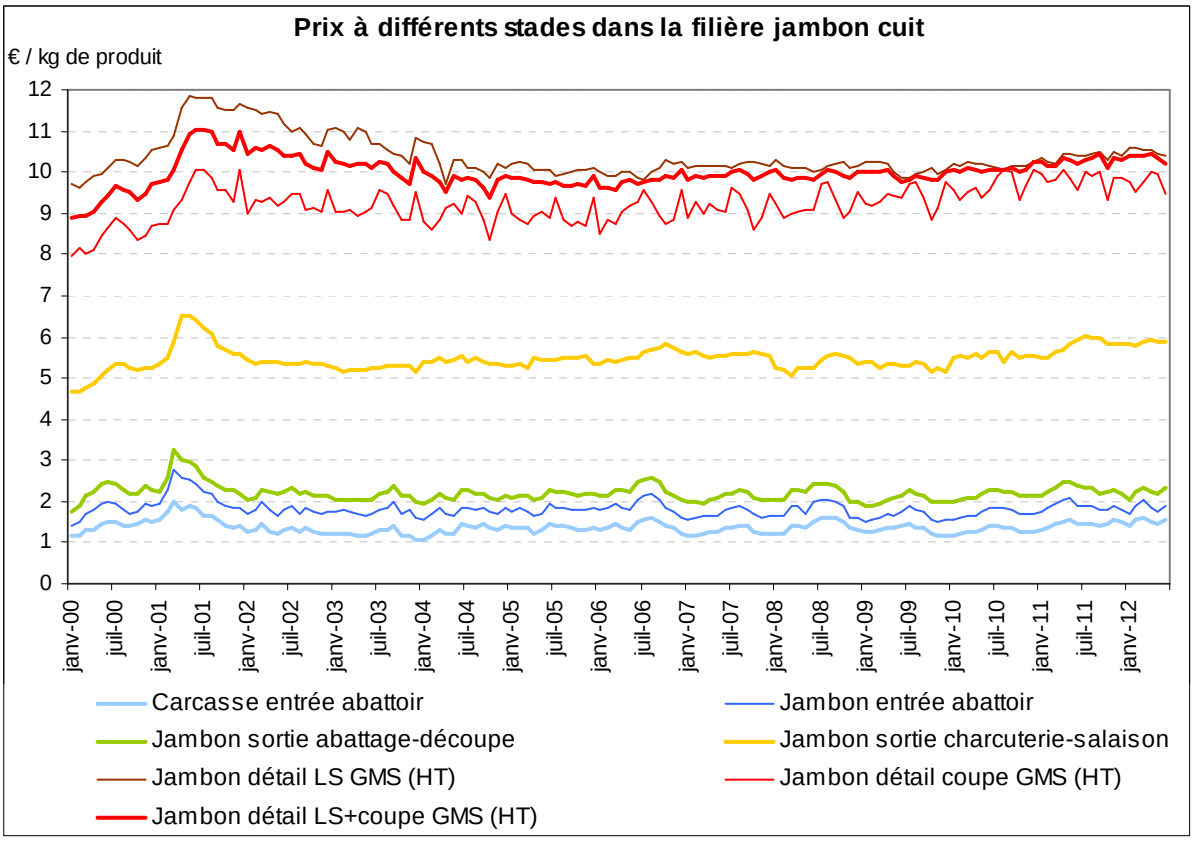
Synthèse des prix moyen des produits de longe vendus par les GMS

Prix au détail en GMS	Moyenne 2001-2011	Moyenne année 2011
Ensemble de la Longe	6,07 €/kg	6,29 €/kg
dont Côte	*5,22 €/kg*	*5,23 €/kg*
dont Rôti	*6,72 €/kg*	*7,15 €/kg*

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

3.1.2. Circuit du jambon cuit

Graphique 213



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

3.1.2.1. Prix de la pièce de jambon avec os vendue aux industriels de la charcuterie

Le prix de la viande de porc achetée par les industriels est négocié chaque semaine au moment de la commande entre les acheteurs des salaisonniers et les vendeurs des abattoirs. Deux indicateurs sont utilisés dans les négociations entre salaisonniers et abattoirs : le cadran de Plérin (marché de porc en vif) et la cotation de la pièce de jambon (frais avec os) à Rungis (prix des transactions entre les opérateurs du marché de Rungis qui fournissent l'Ile-de-France). Ainsi, l'évolution du prix d'achat des jambons suit à moyen terme celle du cadran. Toutefois, la situation particulière sur le marché des pièces intervient tout autant à court terme.
La référence du prix de la pièce de jambon à Rungis est considérée dans le modèle comme proche des prix pratiqués dans les transactions entre les abattoirs et les industriels salaisonniers. Néanmoins les experts s'accordent sur une légère surévaluation du prix de Rungis de quelques centimes d'euros.
En moyenne, sur la période 2001-2011, le prix du kg de jambon au stade abattage découpe s'établit à 2,21€/kg.

3.1.2.2. Prix des jambons cuits vendus par les industriels

Le jambon cuit vendu par les industriels de la salaisonnerie est en grande majorité contractualisé avec les GMS à un tarif fixe pour une durée de trois mois. Ce prix est donc lissé et peu saisonnier. Le prix utilisé par le modèle est un prix de facturation moyen du jambon cuit, quel que soit son emballage et sa présentation. Les GMS achètent à la fois du jambon tranché et déjà emballé pour leur rayon libre-

service et du jambon entier destiné à être commercialisé à la coupe. Ainsi, le prix du jambon suivi est-il une moyenne pondéré par les volumes des prix du jambon tranché et du jambon à la coupe. Il existe un écart de prix non négligeable entre ces deux produits. Le jambon déjà tranché et emballé étant vendu aux GMS plus cher au kg que le jambon entier.

Excepté le pic de 2001, le prix du jambon cuit vendu aux GMS est resté proche des 5,50 €/kg. Toutefois, on observe une légère baisse des tarifs depuis trois ans pour les salaisonniers.

Le prix du jambon cuit vendu par les industriels a augmenté de 5 % en 2011 par rapport à 2010.

3.1.2.3. Prix du jambon cuit vendus en GMS

Le prix du jambon cuit vendu en GMS n'est pas saisonnier. Le prix a fortement progressé en 2001, puis a légèrement baissé jusqu'en 2005. Depuis 2006, la tendance est à une légère croissance du prix du jambon cuit pour les consommateurs (+ 0,5 €/ kg) qui s'explique en partie par une proportion croissante d'achat de jambon cuit en tranches au rayon libre service, vendu plus cher, aux dépens du jambon à la coupe .

En moyenne, sur la période 2001-2011, le prix du kg de jambon au stade GMS s'établit à 10,05 €/kg et plus précisément 9,13 €/kg pour le jambon cuit à la coupe et 10,41 €/kg pour le jambon cuit libre-service.

3.2. Les marges brutes de transformation et de commercialisation

3.2.1. Les marges brutes dans le circuit de la viande fraîche de porc

3.2.1.1. Les marges brutes des abattoirs sur les produits de la longe de porc

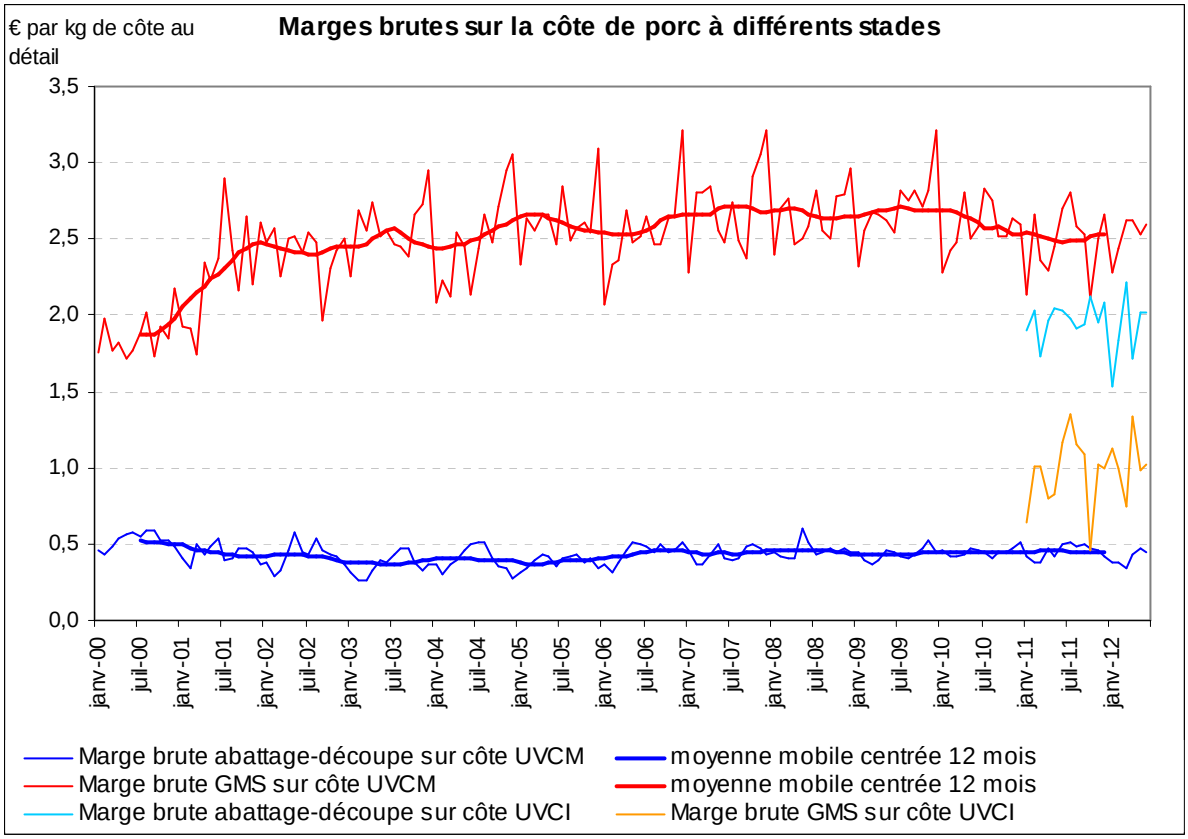
En UVCM, les marges brutes du maillon abattage-découpe ont peu évolué entre 2000 et 2010. Jusqu'en 2003, la marge des abatteurs avait reculé de l'ordre de 0,125 €/kg sur les produits de longe. Entre 2003 et 2010, les abattoirs ont récupéré progressivement ces 0,125 €/kg.
En 2011, la marge du maillon abattage- 1ère découpe en UVCM est de 0,54 €/kg sur l'ensemble longe (côtes, rôtis-escalopes), au même niveau que 2010.

Environ 60 % du porc vendu en frais dans les GMS n'est pas détaillé dans le laboratoire de découpe des magasins, mais a été conditionné dans l'industrie d'abattage-découpe en portions pour consommateurs (UVCI : unité de vente consommateur industrielle), par opposition au même type de conditionnement réalisés par les magasins (ou leurs centrales d'achat), après qu'ils aient procédé à la découpe des pièces (longes) en morceaux (côtes, rôtis, filets), les UVCM, unités de vente consommateur magasin.
Dans le circuit UVCI (données depuis janvier 2011), dans lequel l'industrie de l'abattage-découpe assure toute la découpe jusqu'au produit fini conditionné, la marge brute de l'industrie est en moyenne de 2 euros par kg de côte, (avec des variations mensuelles de forte amplitude) contre 0,50 €/kg dans le circuit UVCM dans lequel l'industrie n'assure que la 1ère découpe.

3.2.1.2. Les marges brutes des GMS sur les produits de la longe de porc

Rappelons qu'il s'agit d'indicateurs de marge brutes au détail en GMS, calculés sur la base des prix unitaires, n'intégrant pas, faute de données suffisamment précises, les pertes de produit dans la chaine de distribution (en centrale, en rayon : casse, démarque inconnue, dépassement DLC…) ; les rendements techniques de découpe sont cependant prix en compte.

Graphique 214

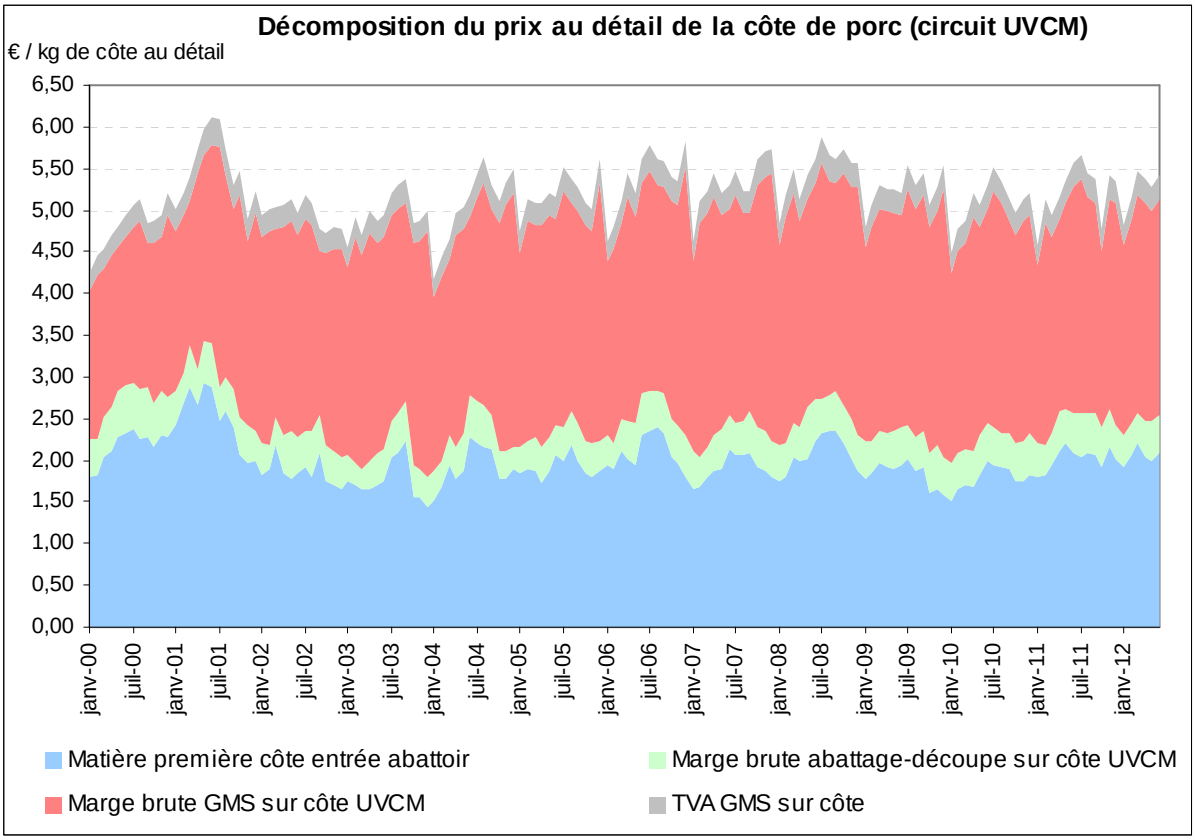


Sources : FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Entre 2001 et 2002, dans le circuit UVCM où mes GMS assurent l'élaboration des produits finis, la marge brute des GMS est passée de 40 % du prix final à 50 %. Cette hausse de la marge brute peut être en partie expliquée par une hausse des charges dues à la mise en place des processus de traçabilité dans l'activité de découpe et conditionnement des viandes.
Depuis 2002, la tendance est à une hausse de la marge brute des activités de la GMS en circuit UVCM (atelier de découpe et distribution). La progression est de 0,54 €/kg sur les côtes de porc et de 1,00 €/kg pour le rôti-escalope (2003-2009).
En 2011, pour la deuxième année consécutive, la marge brute des GMS en circuit UVCM (découpe + distribution) recule, à 2,49 €/kg pour les côtes et 3,40 €/kg pour le rôti-escalope, soit un peu moins de 50 % du prix payé par le consommateur.

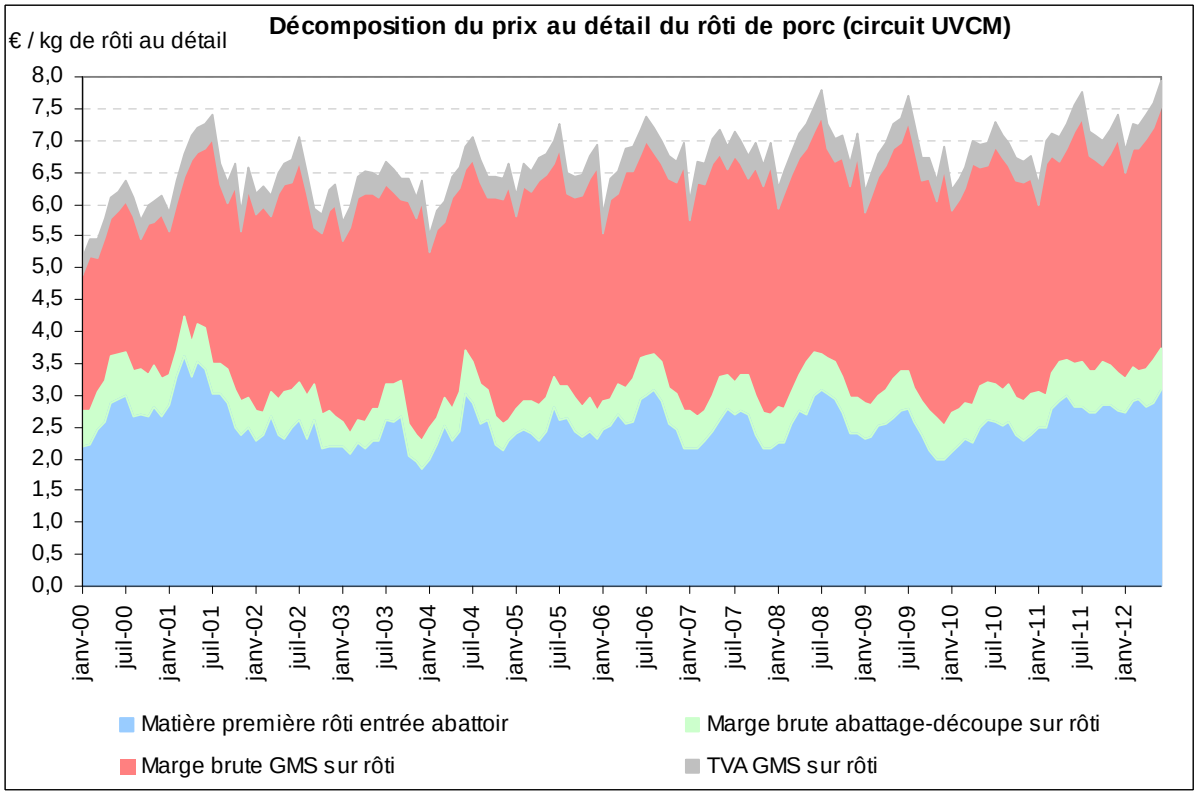
Dans le circuit UVCI (données depuis janvier 2011), dans lequel la GMS assure la dernière découpe et le conditionnement, la marge brute de la GMS est en moyenne de 1 euro par kg de côte, (avec des variations mensuelles de forte amplitude) contre 2,50 €/kg dans le circuit UVCM dans lequel la GMS n'assure que la distribution du produit fini.
Le taux de marge brute de la GMS estimé ainsi dans le circuit UVCM de la viande de porc (un peu moins de 25% du CA hors TVA) est du même ordre de grandeur de celui obtenu en moyenne dans le rayon boucherie selon l'enquête conduite par l'OFPM auprès des enseignes (cf. partie 5).

Graphique 215



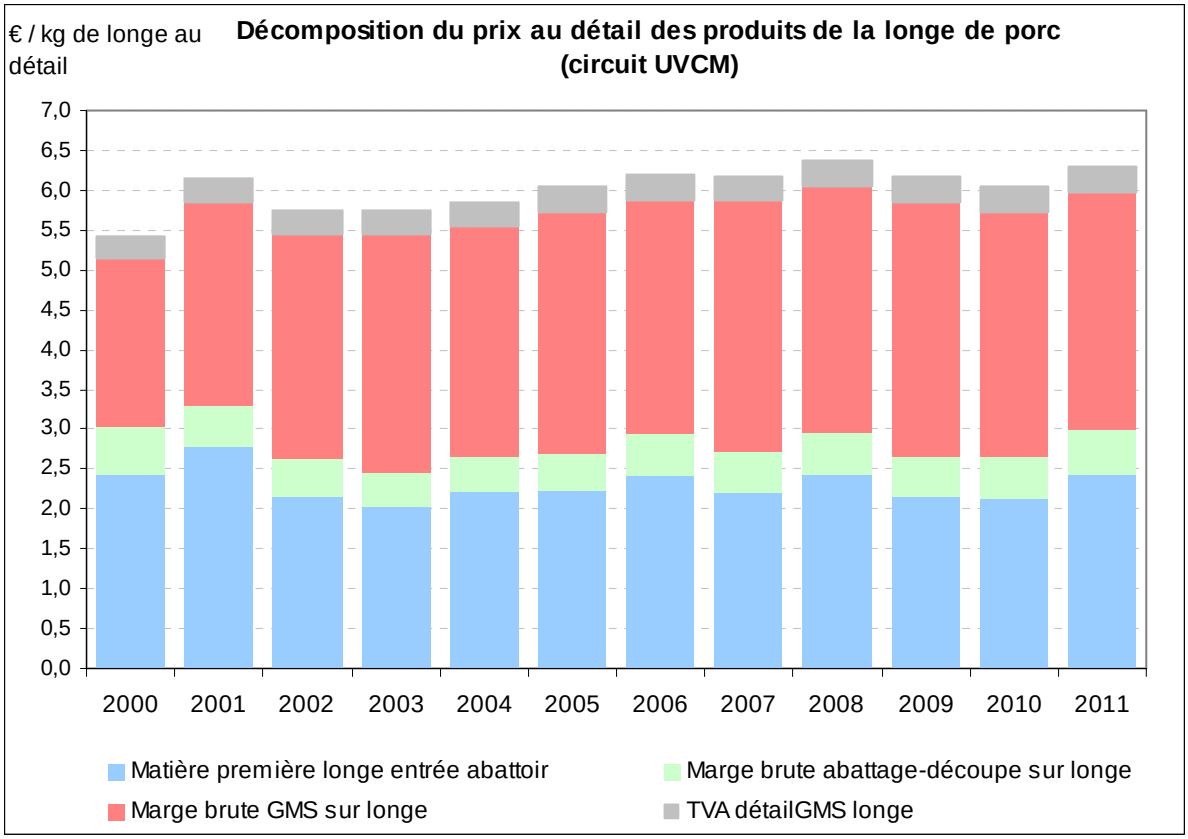
Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Graphique 216



Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Graphique 217



Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Composantes moyennes annuelles du prix au détail de la longe (côte-escalope et rôti), circuit UVCM

Tableau 34

Mois	Prix TTC payé par le consommateur en €/kg de produit fini	Répartition de la valeur dans le prix au détail payé par le consommateur des produits de longe			
		Production (éleveur) longe (1)	**Abattage-découpe** longe (2)	**GMS (découpe+distrib.)** rôti, côte, escalope (3)	**Impôt TVA** rôti, côte, escalope (4)
2001	6,16	45,2%	8,0%	41,6%	5,2%
2002	5,74	37,4%	8,6%	48,7%	5,2%
2003	5,73	35,4%	7,4%	52,0%	5,2%
2004	5,84	37,8%	7,9%	49,1%	5,2%
2005	6,05	36,9%	7,4%	50,5%	5,2%
2006	6,19	39,0%	8,3%	47,5%	5,2%
2007	6,18	35,7%	8,2%	50,9%	5,2%
2008	6,38	38,0%	8,4%	48,5%	5,2%
2009	6,18	35,0%	8,2%	51,6%	5,2%
2010	6,05	35,2%	8,9%	50,7%	5,2%
2011	6,29	38,6%	8,6%	47,5%	5,2%
moyenne 3 dernières années	6,17	36,3%	8,6%	49,9%	5,2%

(1) : valeur du kg de longe dans le porc vif vendu par l'éleveur, en % du prix des produits de longe au détail
(2) : marge brute au kg de longe de l'industrie d'abattage-découpe, en % du prix des produits de longe au détail
(3) : marge brute au kg de longe au détail, en % du prix des produits de longe au détail
(4) : TVA sur prix de la longe au détail, en % du prix des produits de longe au détail

Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

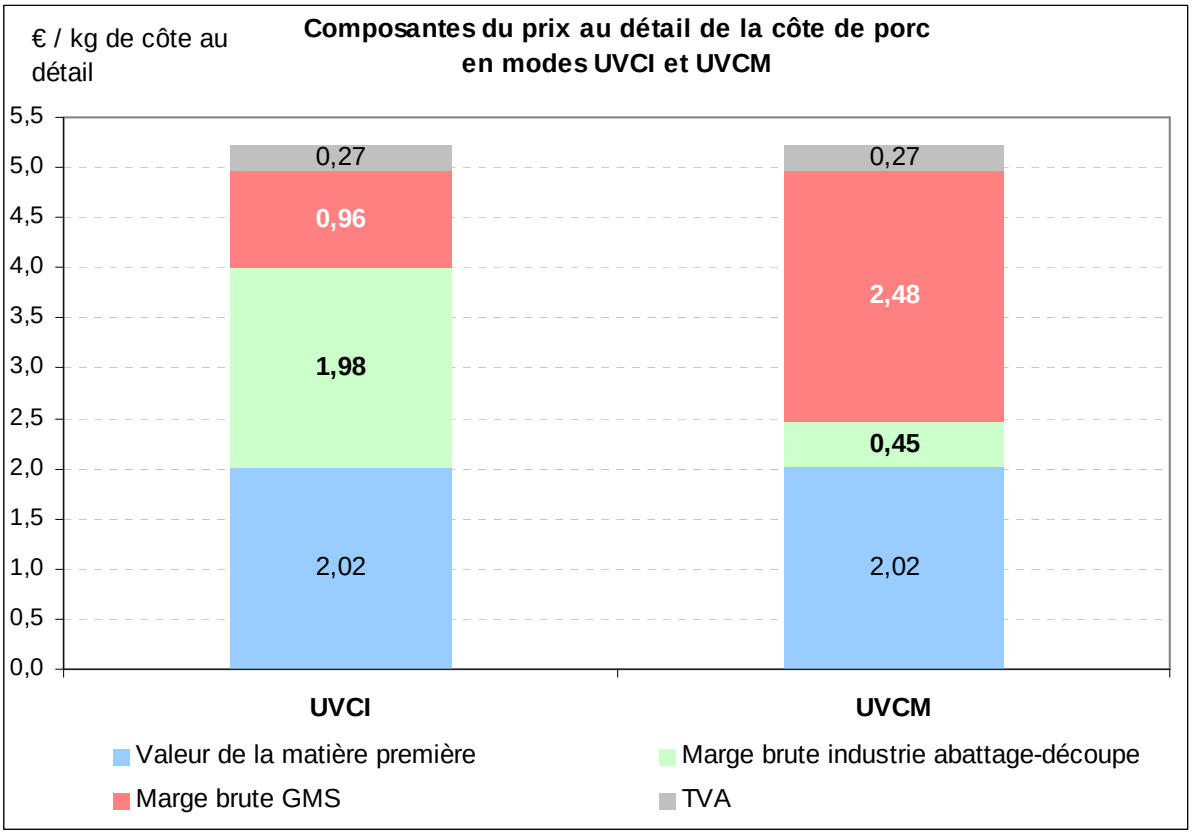
Tableau 35

Mois	Production de porc prix au kilo de la carcasse (0)	Prix des produits de longe (rôti, côte, escalope) aux différents stades de la filière (en €/kg de produits finis)			
		Production (éleveur) longe dans carcasse (1)	**Abattage-découpe** pièce de longe avec os (2)	**GMS hors taxes** longe découpée (côte et rôti) (3)	**GMS + TVA** longe découpée (côte et rôti) (4)
2001	1,65	2,79	3,28	5,84	6,16
2002	1,29	2,15	2,64	5,44	5,74
2003	1,22	2,03	2,45	5,44	5,73
2004	1,31	2,21	2,67	5,53	5,84
2005	1,35	2,23	2,68	5,73	6,05
2006	1,42	2,41	2,93	5,86	6,19
2007	1,28	2,21	2,71	5,86	6,18
2008	1,42	2,42	2,96	6,05	6,38
2009	1,31	2,16	2,67	5,86	6,18
2010	1,30	2,13	2,66	5,73	6,05
2011	1,46	2,43	2,97	5,97	6,29
moyenne 3 dernières années	1,36	2,24	2,77	5,85	6,17

(0) : prix du porc vif vendu par l'éleveur exprimé en kg de carcasse
(1) : valeur du kg de longe dans le porc vif vendu par l'éleveur
= prix de la longe sortie abattage-découpe
x (valeur carcasse / somme des valeurs des pièces de découpe pondérée par leur poids dans la carcasse)
(2) : prix de vente du kg de longe par l'industrie d'abattage-découpe, corrigé des frais de livraison en GMS et rabais
(3) : prix du kg de longe au détail (somme pondérée des prix de la côte et du rôti) pour le calcul de la marge brute au détail : hors TVA
(4) : TVA appliquée au prix du kg de longe au détail

Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Graphique 218



Sources : FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Rappelons que dans le circuit UVCI, la marge brute de l'abattoir est nettement plus importante car il vend un produit avec plus de valeur ajoutée, mais ses charges sont aussi plus élevées que lorsqu'il commercialise la longe entière, non découpée et non conditionnée en barquette : ***« derrière les marges (brutes), il y a surtout des charges »****.*

3.2.2. Les marges brutes dans le circuit du jambon cuit

Rappelons qu'il s'agit d'indicateurs de marge brutes, calculés sur la base des prix unitaires, n'intégrant pas, faute de données suffisamment précises, les pertes de produit, notamment au détail dans la chaine de distribution (en centrale, en rayon : casse, démarque inconnue, dépassement DLC…) ; les rendements techniques de découpe sont cependant prix en compte.
En outre, les différentes modalités de l'approvisionnement en jambon de la GMS auprès des industriels de la charcuterie-salaisonnerie est composite (jambon entier à vendre à la coupe en rayon traditionnel ou en libre –service après préparation de portion emballé en magasin ; UVCI de jambon tranché) sont agrégées et non distinguées dans les calculs.

3.2.2.1. Les marges brutes des abattoirs sur la pièce de jambon frais de porc

La marge brute du maillon abattage-découpe a peu évolué entre 2000 et 2010. Jusqu'en 2003, la marge des abatteurs avait reculé de l'ordre de 0,25 €/kg de jambon cuit commercialisé. Entre 2003 et 2010, les abattoirs ont récupéré progressivement ces 0,125 €/kg de jambon cuit commercialisé.
En 2011, la marge du maillon abattage-1ère découpe est de 0,75 €/kg de jambon cuit commercialisé, en baisse de 0,02 €/kg par rapport à 2010.

3.2.2.2. Les marges brutes des industriels de la charcuterie

Dans le modèle, la marge brute des industriels de la charcuterie-salaisonnerie repose sur l'activité de transformation des pièces de jambon avec os en jambon cuit et, pour une partie croissante des volumes transformés (64 % en 2010), le tranchage, l'emballage et le conditionnement du jambon cuit vendu en tranches dans des barquettes à destination du rayon libre service (UVCI).
La marge brute de l'industrie de la salaisonnerie a progressé rapidement (+ 0,50 €/ kilo de jambon cuit) entre 2000 et 2001, une période de hausse du prix de la viande de porc et du prix payé à l'éleveur. Cette marge est ensuite restée relativement constante jusqu'en 2007. Depuis 2007, les variations ont été fortes (de l'ordre de 0,50 €/kg de jambon cuit) et la tendance indique une baisse de la marge brute des salaisonniers.

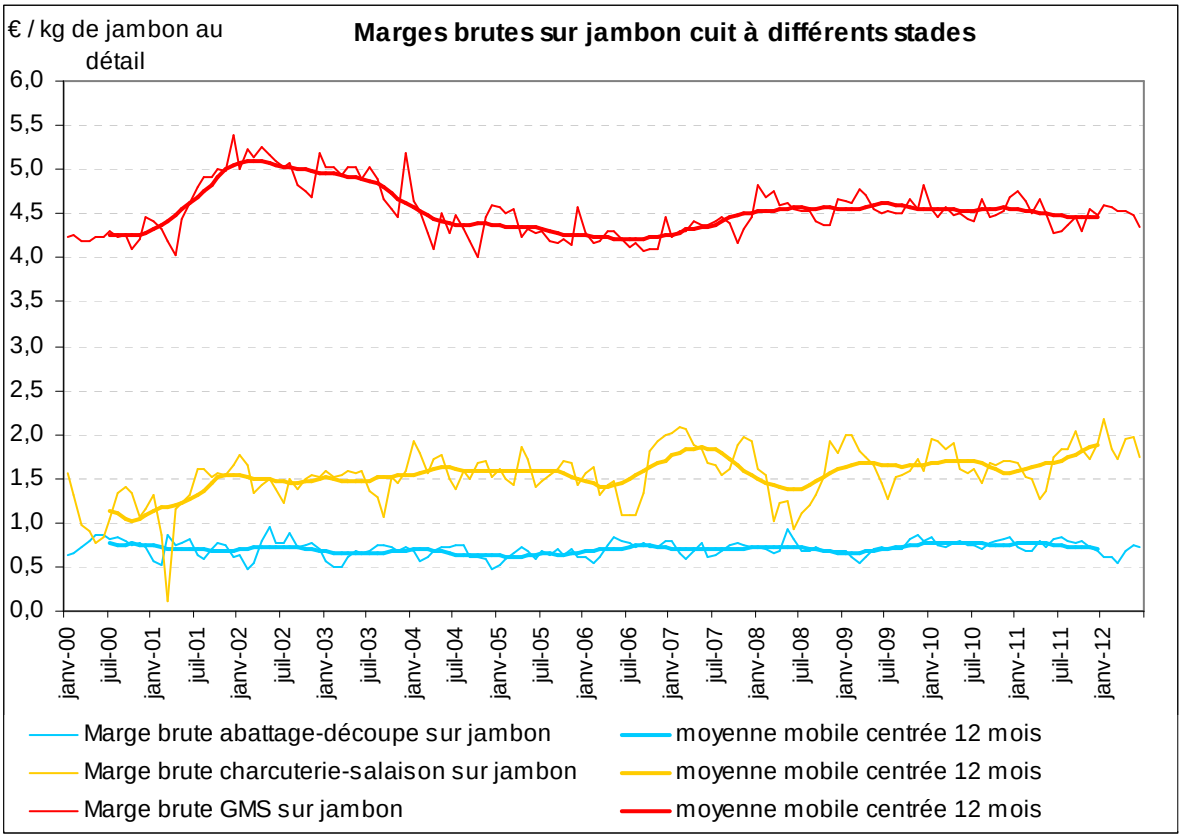
En 2011, la marge des industriels de la charcuterie est 1,74 €/kg de jambon cuit, en hausse de 0,03 €/kg par rapport à 2010.

Globalement, la marge brute de l'industrie de salaisonnerie a peu progressé depuis 2000-2001 malgré la vente croissante depuis 2000, de produits de plus haute valeur ajoutée (tranches de jambon, emballées dans des barquettes conditionnées pour le rayon libre service) et le renforcement de la traçabilité depuis 2001, générateurs de charges nouvelles, non compensées par la hausse des prix de vente en regard de ceux de la matière première.

3.2.2.3. Les marges brutes des GMS sur le jambon cuit

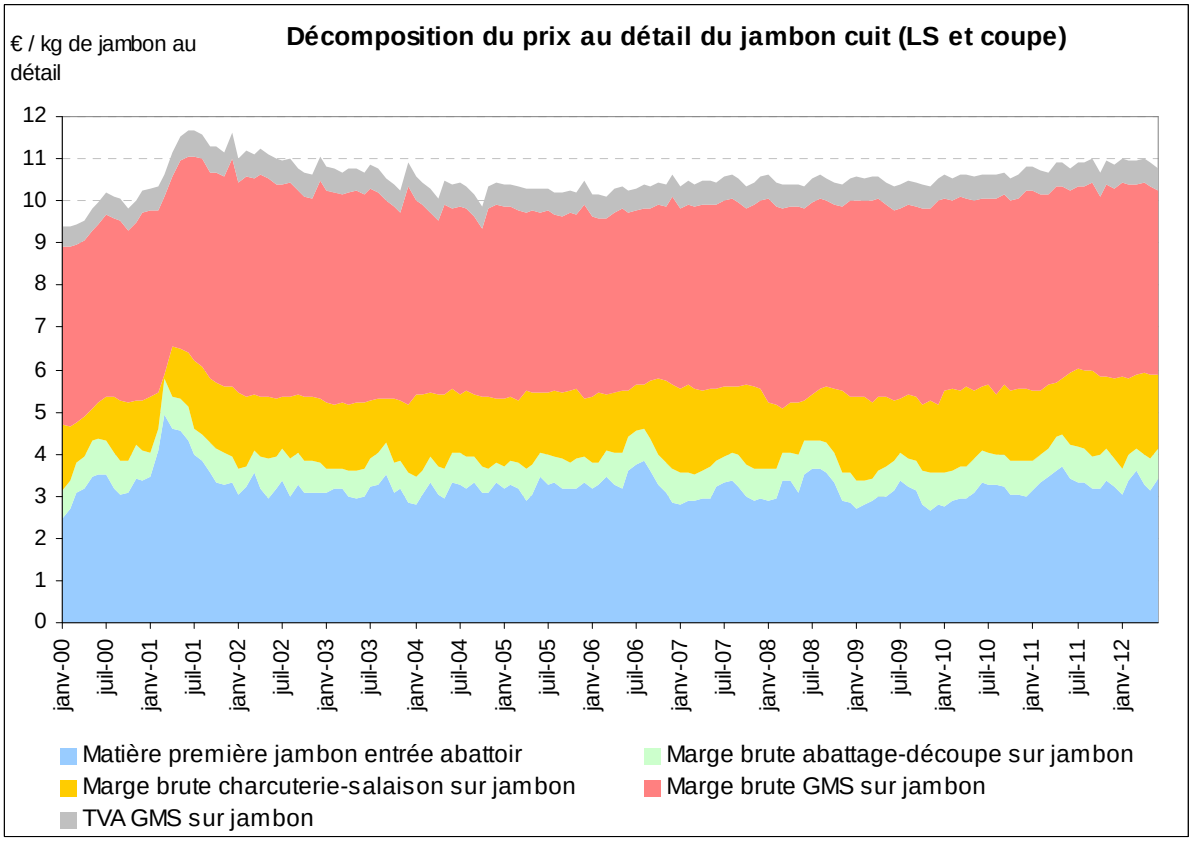
Dans le modèle, la marge brute des GMS couvre l'activité de tranchage des jambons entiers et la mis en vente d'une part, des portions issues de cet approvisionnement en jambons entiers, d'autre part, du jambon acheté en portions aux industriels (UVCI). La proportion de jambon vendu tranché au rayon libre service est croissante et atteint 80 % des volumes de jambons vendus en GMS en 2010.
Entre 2001 et 2002, la marge brute de la GMS a brusquement progressé de 1 €/kg de jambon cuit, en partie expliquée par une hausse de certaines charges dues à la mise en place des processus de traçabilité des viandes, puis elle a progressivement régressé pour revenir en 2006 au niveau de 2000.
A partir de 2007, la marge brute de la GMS a suivi une tendance orientée à la hausse.
En 2011, la marge brute des GMS sur le jambon cuit atteint 4,43 €/kg de jambon cuit, en baisse de 0,10 €/kg par rapport à 2010.

Graphique 219



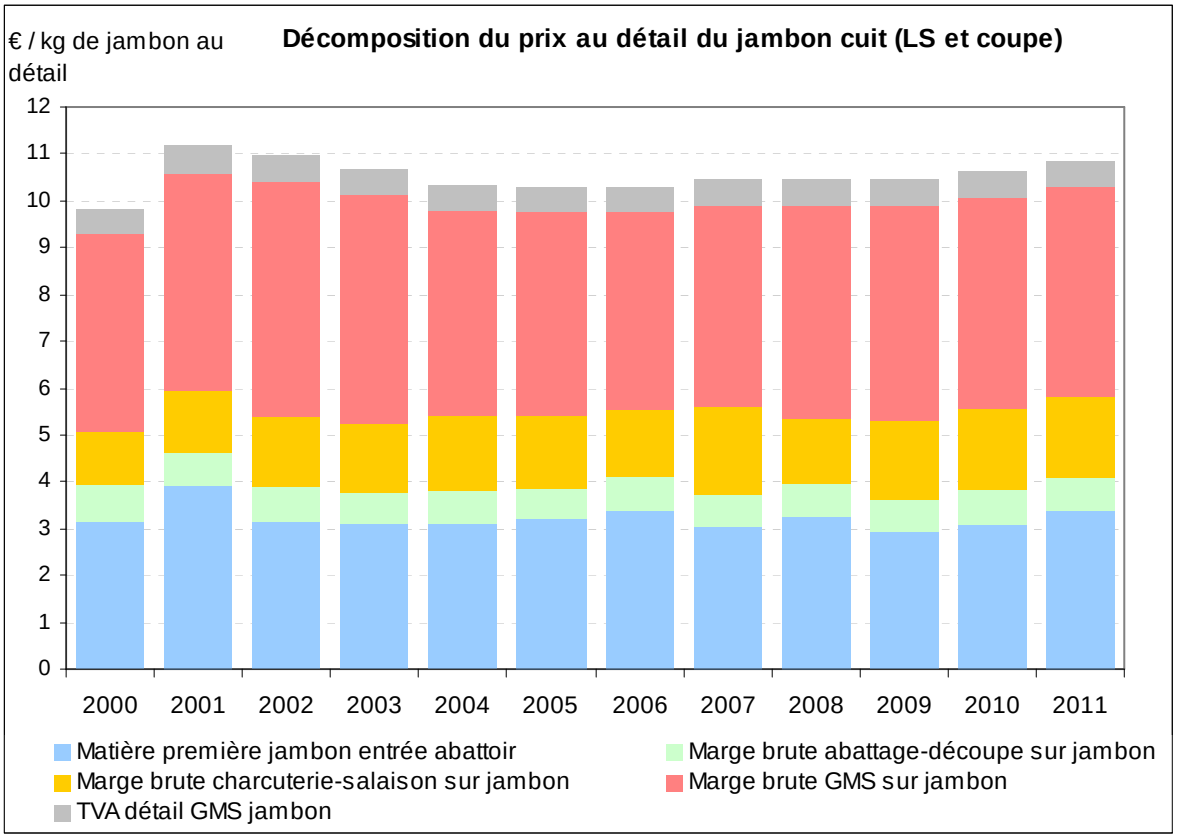
Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Graphique 220



Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Graphique 221



Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Composantes moyennes annuelles du prix au détail du jambon cuit

Tableau 36

Année	Prix TTC payé par le consommateur en €/kg de produit fini	Répartition de la valeur dans le prix au détail payé par le consommateur du jambon cuit				
		Production (éleveur) jambon dans carcasse (1)	**Abattage-découpe** pièce de jambon avec os (2)	**Charcuterie-salaison** jambon cuit (LS et coupe) (3)	**GMS** jambon cuit (LS et coupe) (4)	**TVA** jambon cuit (LS et coupe) (5)
2001	11,18	35,2%	6,2%	11,6%	41,8%	5,2%
2002	10,97	28,8%	6,6%	13,4%	45,9%	5,2%
2003	10,69	29,2%	6,1%	13,7%	45,8%	5,2%
2004	10,32	30,4%	6,3%	15,8%	42,3%	5,2%
2005	10,30	31,1%	6,2%	15,3%	42,1%	5,2%
2006	10,31	32,7%	7,0%	14,3%	40,8%	5,2%
2007	10,47	29,0%	6,7%	17,6%	41,6%	5,2%
2008	10,47	31,1%	6,8%	13,1%	43,7%	5,2%
2009	10,46	28,2%	6,7%	15,8%	44,1%	5,2%
2010	10,62	28,8%	7,3%	16,1%	42,6%	5,2%
2011	10,84	31,0%	6,9%	16,1%	40,9%	5,2%
moyenne 3 années	10,64	29,3%	6,9%	16,0%	42,5%	5,2%

(1) : valeur du kg de jambon dans le porc vif vendu par l'éleveur, en % du prix du jambon cuit LS et coupe au détail
(2) : marge brute de l'industrie d'abattage-découpe, en % du prix du jambon cuit LS et coupe au détail
(3) : marge brute de l'industrie de charcuterie-salaison, en % du prix du jambon cuit LS et coupe au détail
(4) : marge brute de la GMS, en % du prix du jambon cuit LS et coupe au détail
(5) : TVA sur prix du jambon cuit au détail, en % du prix du jambon cuit LS et coupe au détail

Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

Tableau 37

Année	Production de porc prix au kilo de la carcasse (0)	Prix du jambon cuit (rayon LS et à la coupe) aux différents stades de la filière (en €/kg de produits finis)				
		Production (éleveur) jambon dans carcasse (1)	**Abattage-découpe** pièce de jambon avec os (2)	**Charcuterie-salaison** jambon cuit (LS et coupe) (3)	**GMS hors taxes** jambon cuit (LS et coupe) (4)	**GMS + TVA** jambon cuit (LS et coupe) (5)
2001	1,65	3,94	4,63	5,93	10,59	11,18
2002	1,29	3,17	3,89	5,37	10,40	10,97
2003	1,22	3,12	3,77	5,24	10,13	10,69
2004	1,31	3,13	3,78	5,41	9,78	10,32
2005	1,35	3,20	3,85	5,42	9,76	10,30
2006	1,42	3,37	4,09	5,57	9,77	10,31
2007	1,28	3,04	3,73	5,57	9,92	10,47
2008	1,42	3,26	3,98	5,34	9,92	10,47
2009	1,31	2,95	3,65	5,30	9,92	10,46
2010	1,30	3,06	3,83	5,54	10,07	10,62
2011	1,46	3,36	4,10	5,84	10,28	10,84
moyenne 3 années	1,34	3,12	3,86	5,56	10,09	10,64

(0) : prix du porc vif vendu par l'éleveur exprimé en kg de carcasse
(1) : valeur du kg de jambon dans le porc vif vendu par l'éleveur
(2) : prix de vente du jambon par l'industrie d'abattage-découpe à la charcuterie salaison corrigé des frais de livraison
(3) : prix de vente de jambon cuit par la charcuterie salaison à la distribution
(4) : prix du jambon cuit au détail à prendre en comte pour le calcul de la marge au détail, donc hors TVA
(5) : TVA sur prix du jambon cuit au détail = prix de vente au consommateur

Sources : FranceAgriMer-SNM, Kantar Worldpanel

3.2.3. Suivi des prix et marges pour un ensemble de produits de charcuterie

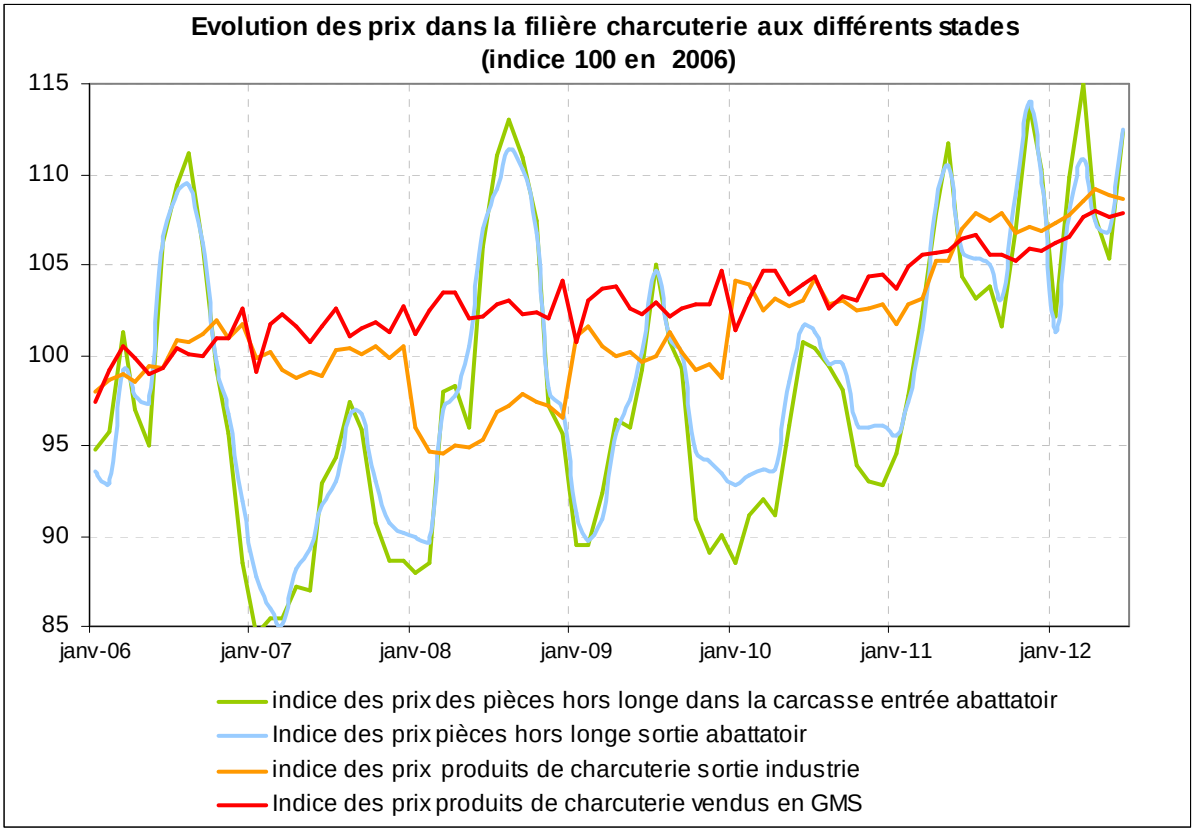
Dans l'approche précédente, le jambon cuit est le seul article considéré dans la filière charcuterie, malgré la grande diversité des produits du secteur : il convient donc d'élargir l'observation. Pour autant, il est inenvisageable de multiplier les articles à suivre, du fait même de cette diversité, de la segmentation des produits et de la difficulté ou de l'impossibilité de disposer de toutes les données de prix nécessaires.
Ainsi, on propose de compléter l'approche précédente par le suivi d'indicateurs de prix et de marges brutes construit sur des « paniers » agrégeant aux différents stades (production agricole, industrie de l'abattage-découpe, industrie de la charcuterie-salaisonnerie, distribution au détail en GMS) pratiquement tous les produits du secteur.
L'extrême diversité des recettes et des produits ne permet pas, toutefois, de suivre un même panier tout au long de la filière, ce qui interdit donc de décompser le prix de détail du panier en marges et matière première.
Un premier panier, homogène de l'élevage à l'abattage-découpe est constitué par la carcasse à l'exclusion de la longe, soit l'ensemble formé de la bardière, des jambons, de la poitrine et des épaules, considérés comme les produits de base de la fabrication des produits de charcuterie.
Le prix « entrée abattoir » de cet ensemble est estimée mensuellement selon la méthode déjà décrite pour la longe ou le jambon. Ce prix est affecté des rendements intervenant dans les transformations en aval pour constituer le coût en matière première agricole d'une unité de produit vendu au détail (cf. chapitre 2, méthode générale).
Le prix à la sortie de l'industrie de l'abattage-découpe du même ensemble (pièces de la carcasse sauf longe) est calculé à partir des cotations des découpes à Rungis, faute d'autres sources.
On peut considérer de façon très approximative que ce panier à la sortie de l'abattage-découpe est représentatif de l'approvisionnement de la charcuterie-salaison, qui élabore à partir de cette matière première divers produits de charcuteries. Le panier à la sortie de cette industrie est constitué par les quantités et montant de ventes relevés dans l'enquête de branche annuelle de l'INSEE. On en tire des prix moyens annuels par grands poruits de charcuterie qui sont ensuite mensualisés en leur appliquant les indices de prix mensuels correspondant, publiés par l'INSEE dans les séries d'indices des prix des produits de l'industrie.
Via le panel consommateur Kantar Worldpanel, on calcule le prix moyen mensuel d'un ensemble de produits de charcuterie vendus au détail en GMS, qui n'est pas rigoureusement homogène au panier de produits issu du stades précédent.

Sur ces baes, on peut donc comparer les évolutions des prix moyens aux différents stades (matière première agricole, abattage-découpe, charcuterie-salaison, détail) de cet ensemble tous produits de charcuterie, et estimer des indicateurs d'évolution (et non de niveau) des marges brutes aux différents stades, sans se risquer à reconstituer les composantes du prix au détail car les données d'un satde à l'autre sont assez hétérogènes.

3.2.3.1. L'évolution des prix dans la filière produits de charcuterie

Les variations relatives de prix sont plus fortes et plus fréquentes en amont (prix entrée abattoir et prix sortie abattage-découpe) qu'en aval (prix de l'industrie de la charcuterie, prix au détail en GMS).
Le prix au détail s'inscrit dans une tendance assez régulière à la hausse depuis 2006 et a augmenté d'environ 10% en 6 ans.
Les prix de l'industrie de charcuterie-salaison baissent rapidement fin 2007-début 2008, reproduisant, avec un décalage, la baisse du prix du porc et des pièces, baisses non répercutées sur les prix au détail. Les prix de l'industrie de charcuterie-salaison remontent ensuite par paliers en 2009 et en 2010 puis plus régulièrement entre mi-2011 et mi-2012, sous l'effet d'une nouvelle tendance à la hausse des prix en amont.

Graphique 222



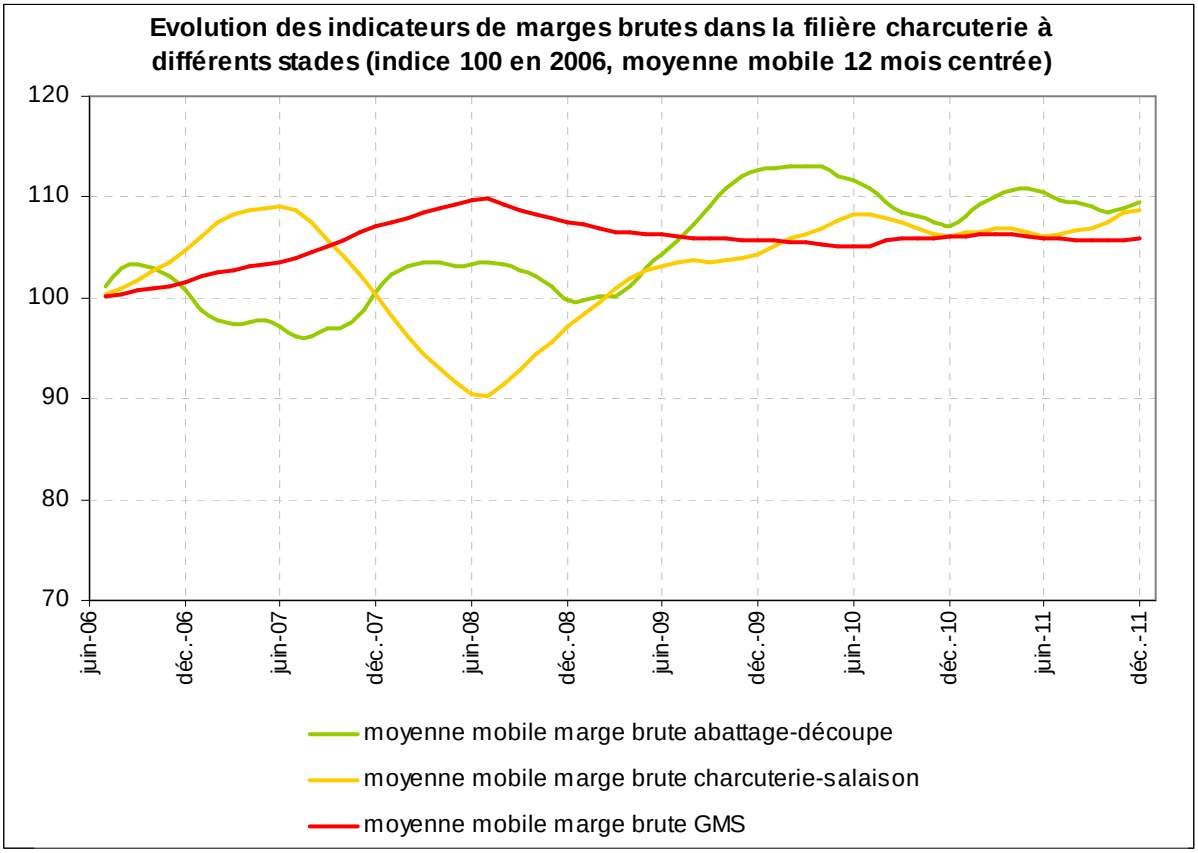
Sources : FranceAgriMer-SNM, INSEE, Kantar Worldpanel

3.2.3.2. L'évolution des marges brutes dans la filière produits de charcuterie

Les marges brutes sont représentées en moyennes mobiles sur le

Graphique 223 afin de dégager les tendances au-delà des variations mensuelles qui peuvent être de grande ampleur, surtout aux stades en amont.
Au-delà de variations très contrastées selon les stades, surtout sur 2006-2009, ces marges brutes s'inscrivent toutes dans une tendance à la hausse sur la période suivie, au moins en partie due à la progression des charges à tous les stades de la chaîne de transformation-commercialisation.

Graphique 223



Sources : FranceAgriMer-SNM, INSEE, Kantar Worldpanel

4. COMPTES DES INDUSTRIES DE LA FILIERE PORCINE

Les entreprises des industries de la filière porcine relèvent de deux secteurs :

- *10.11Z - Transformation et conservation des viandes de boucherie :* ces entreprises réalisent l'abattage des animaux et la découpe des carcasses jusqu'à l'élaboration de produits de viande fraîche plus ou moins élaborés ; elles livrent également des pièces de découpe de porc au secteur *Préparation industrielle de produits à base de viande* ;

- *10.13A - Préparation industrielle de produits à base de viande* : l'activité principale de ces entreprises est la fabrication de produits élaborés à base de viande : viandes cuites, fumées, salées, etc.

Les séries statistiques publiées (site Agreste) sur ces deux secteurs agrègent des entreprises traitant différentes espèces (bovins, porcins, ovins…). Dans chaque secteur, le SSP a réalisé pour l'observatoire une extraction d'un échantillon d'entreprises spécialisées dans le traitement de viandes porcines : abatteurs-découpeurs de porc au sein du secteur 10.11Z, charcutiers-salaisonniers au sein du secteur 10.13A.

Ces résultats sont complétés, s'agissant du secteur 10.11Z, par les données comptables d'un panel d'abatteurs - découpeurs de porcs suivis par FranceAgriMer et s'agissant du 10.13A, par les comptes d'un panel d'entreprises de la charcuterie (sur la base de leurs liasses fiscales) suivies par AND International pour FranceAgrimer.

Malgré la diversité des produits fabriqués par ces secteurs, l'analyse de comptes sectoriels apporte des éléments d'explication sur le « contenu » de la marge brute unitaire par kg de carcasse valorisé vers la grande distribution.

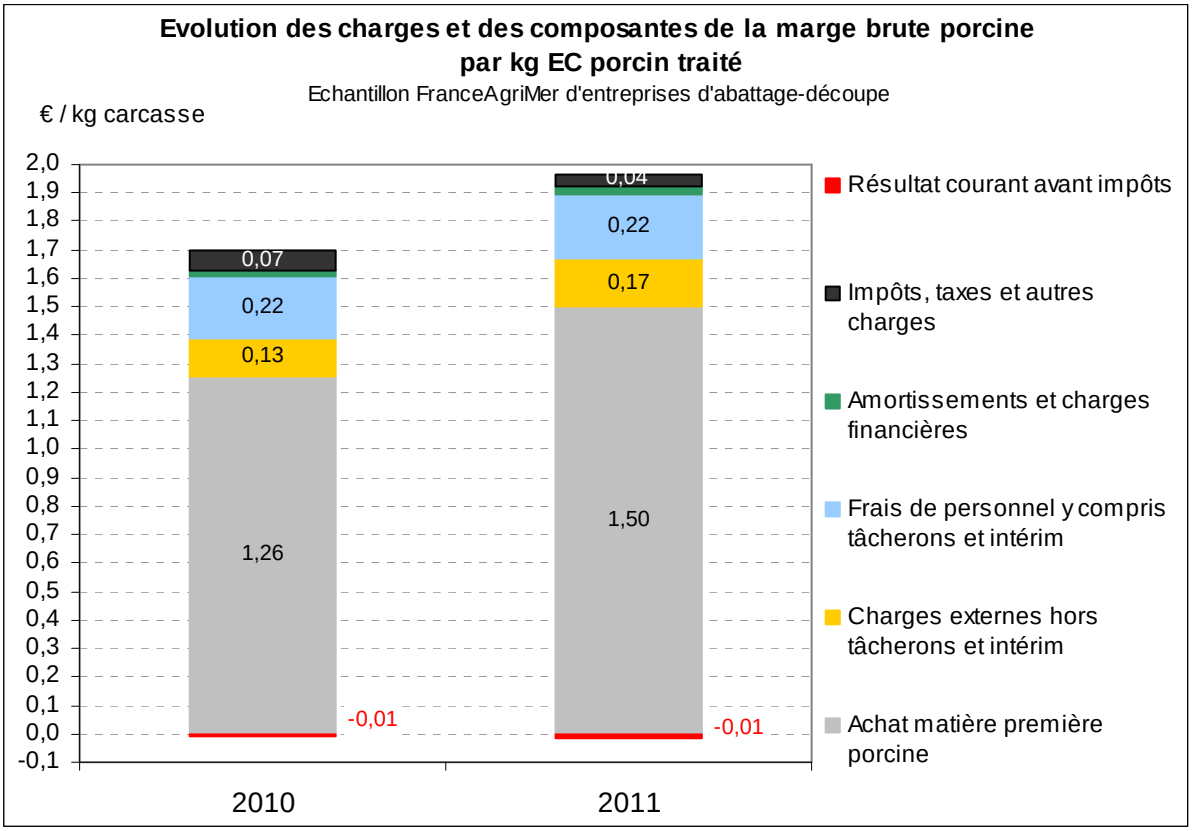
4.1. Évolution de la marge brute dans un échantillon de transformateurs-industriels (abattage-découpe)

FranceAgriMer réalise une étude trimestrielle sur l'activité, les coûts et les marges et les résultats des entreprises d'abattage et de transformation du secteur porcin en relation avec l'évolution de la conjoncture.
L'étude est réalisée auprès de 8 entreprises et groupes d'entreprises spécialisées en porcin, c'est-à-dire réalisant 98% de leur activité avec de la viande porcine. Les calculs s'opèrent à échantillon constant en comparant les résultats de 2011 à ceux obtenus en 2010. Ils sont exprimés en € par kg traité.

Le Graphique 224 présente les postes de charges et le résultat courant avant impôt, ramenés au kg de carcase porcine[38] traité en 2010 et en 2011. Le total est égal au produit porcin par kg de carcasse traité, en progression de 27 centimes (+ 16%), pour un coût de la matière première augmentant de 25 centimes (+20%). La différence entre produit et coût de la matière première correspond à la marge brute des transformateurs, égale aux autres postes de charges et au résultat courant. La marge brute reste légèrement inférieure à l'ensemble des charges qu'elle doit couvrir. Il en résulte un bénéfice (avant impôt) négatif, en 210 comme en 2011 (- 1 centime / kg traité).

[38] Après calcul de la part imputable à l'activité porcine des charges communes à cette activité (largement dominante) et à d'autres.

Graphique 224



Source : FranceAgriMer

4.2. Structure et évolution des comptes dans le secteur industriel « Transformation et conservation des viandes porcines »

Cette approche s'appuie sur la constitution par le SSP, à partir des statistiques sectorielles des IAA, d'un secteur d'entreprises de l'abattage-découpe spécialisées dans le traitement de viandes porcines pour plus des deux-tiers de leur chiffre d'affaires. Elle a pour but de corroborer et compléter les observations faites sur la base de l'échantillon précédent, plus restreint. Les dernières données disponibles portent sur l'année 2009.

4.2.1. Structure du compte de résultat du secteur Transformation et conservation des viandes porcines

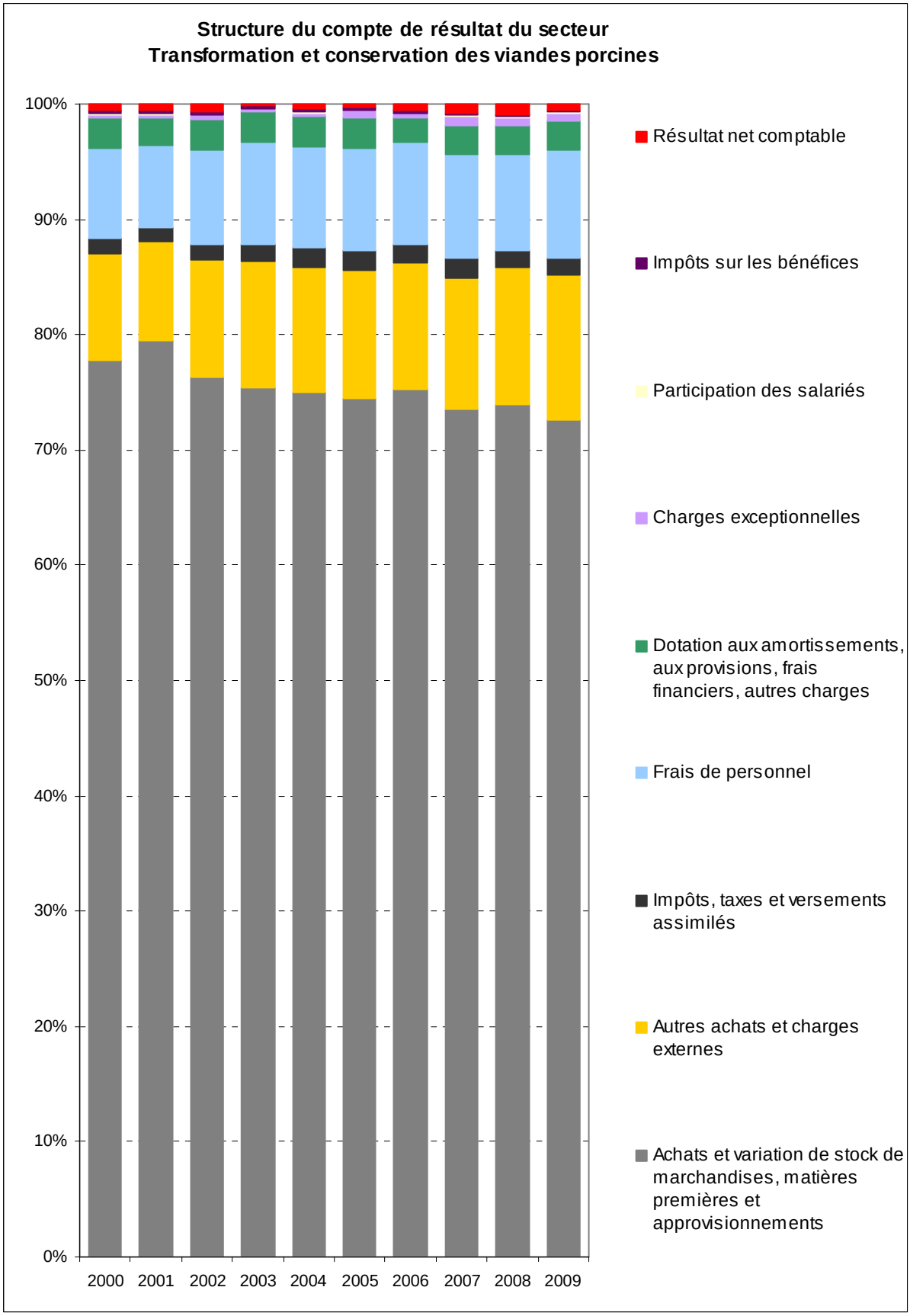
La structure du compte montre la part prépondérante (environ 76%) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, en valeur, ce poste a progressé en 2001 de + 20 % puis reculé de -15 % en 2002 et n'a quasiment pas évolué entre 2003 et 2007. Il a augmenté de +11% en 2008 et reculé en -8% en 2009. Au global, l'évolution en valeur est de +2% entre 2000 et 2009 sur l'échantillon étudié.

Le poste « autres achats et charges externes » augmente de 48% entre 2000 et 2009. *« Ces achats retracent des achats de sous-traitance, mais aussi toutes sortes de dépenses diverses (énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques). Pour des montants beaucoup plus réduits,*

ils incluent des achats de logiciels informatiques et des dépenses courantes d'informatique autres que logiciels. […] Comparés à la production vendue de biens, les autres achats et charges externes passent de 9,9 % en 2000 à 13,3 % en 2009, soit une hausse de près de 3,4 % sur la période étudiée. Comparée à l'ensemble des achats, la part des autres achats et charges externes passe de 11 % en 2000 à plus de 15 % en 2009 alors qu'au cours de la même période, la part des achats de matières premières passe de 89,1 % en 2000 à 85 % en 2009. » (SSP-Agreste) ;
Les frais de personnel (8,6 % en moyenne de l'ensemble des charges sur 2000-2009) ont globalement augmenté au cours de la période pour atteindre 9,5 % de l'ensemble des charges en 2009.

La marge brute de transformation du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 225. Dans ce secteur, le résultat net est en moyenne très faible. Il représente 0,5 % en moyenne de la marge brute sur la période.

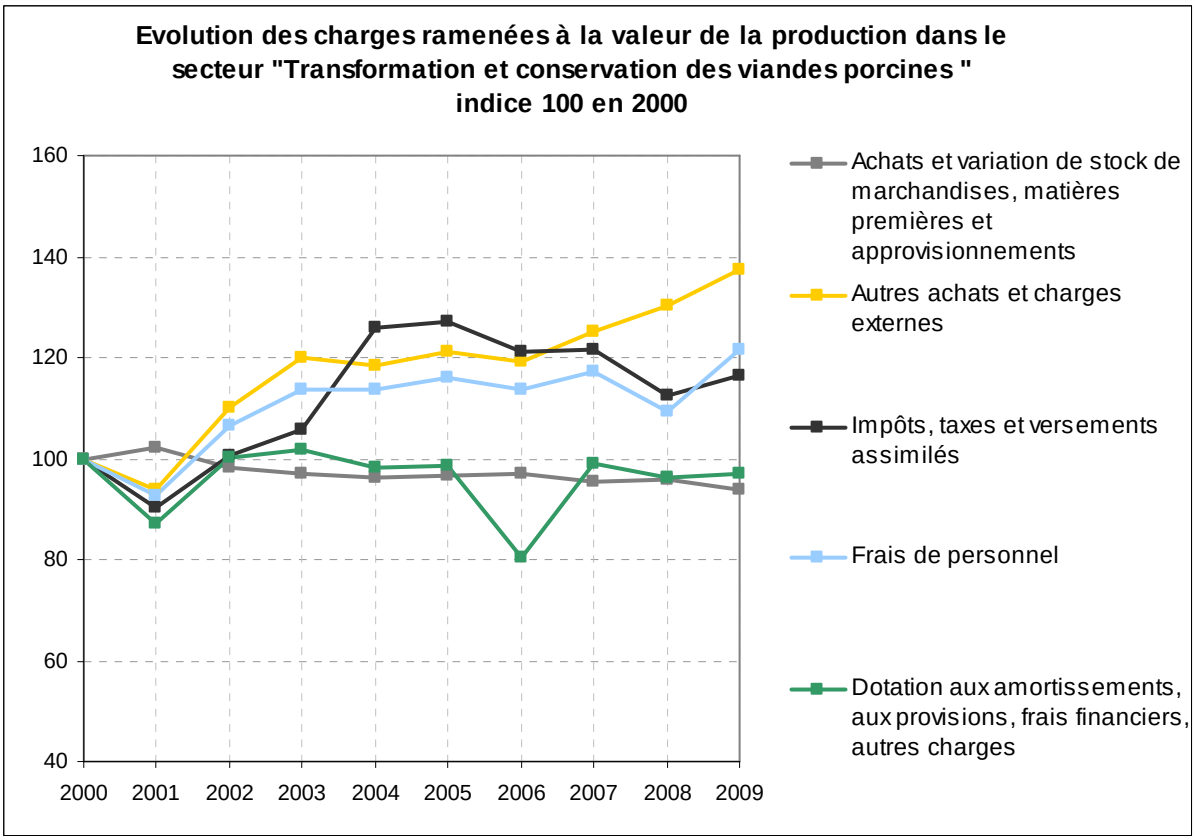
Graphique 225



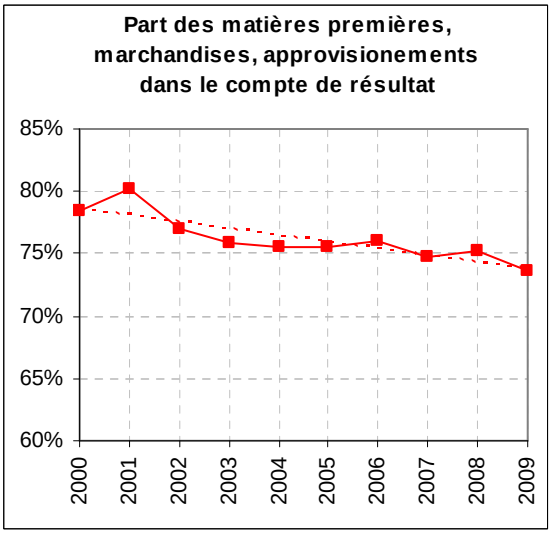
Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

4.2.2. Evolution d'indicateurs du secteur Transformation et conservation des viandes porcines

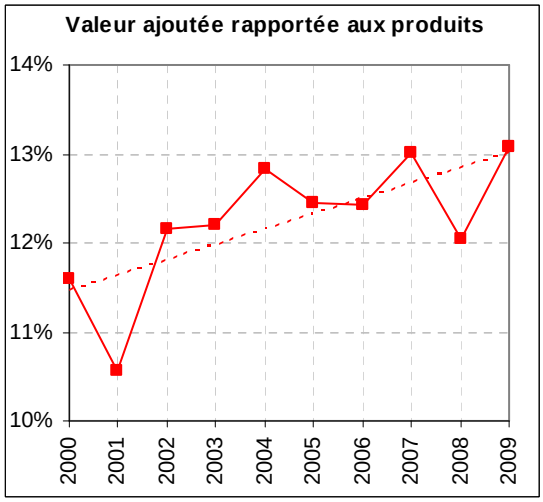
Graphique 226



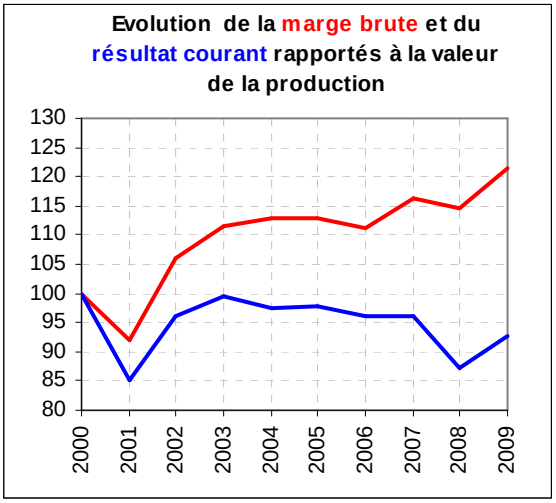
Graphique 227



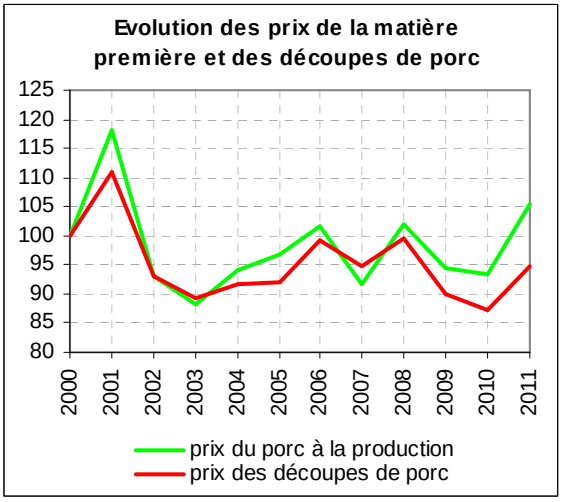
Graphique 228



Graphique 229



Graphique 230



Sources : SSP (traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM), INSEE

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), en moyenne de 12 % sur la période, s'inscrit sur une tendance à la hausse. Il a baissé en 2001 sous l'effet du renchérissmeent des porcs consécutif à l'ESB, et malgré l'augmentation des prix de produits, puis il s'inscrit dans une tendance à la hausse par la suite, en partie du fait du degré croissant d'élaboration des produits (UVCI, notamment).
Le prix du porc et celui des découpe (longes, jambons, etc., …) suivent des évolutions assez liées, ils présentent un pic en 2011 (ESB) puis des hausses plus modérées en 2006, 2008 et 2011 et des baisses en 2007 et 2010.
Conséquence de l'augmentation des charges, marge brute et résultat courant suivent des évolutions contrastées depuis 2002.

4.3. Structure et évolution des comptes dans les entreprises de la charcuterie spécialisées en jambon cuit

Les produits de charcuterie sont élaborés par des entreprises dites de « 2ème transformation du porc »[39] (industriels charcutiers-salaisonniers), à partir d'une matière première constituée par des pièces de porc frais (jambon, épaule, gorge…) issues des entreprises de l'abattage-découpe. L'analyse de la formation du prix du jambon cuit doit donc intégrer 2 stades industriels : l'abattage-découpe, dont les comptes ont été présentés dans la partite précédente, et la charcuterie, abordée maintenant.
Les éléments fournis dans cette partie visent donc à rendre compte du niveau et de l'évolution de l'indicateur de marge brute unitaire sur le jambon, au stade de la seconde transformation industrielle, en examinant les niveaux et l'évolution des charges des entreprises spécialisées du secteur.
Les données utilisées pour cette approche proviennent de comptabilités d'entreprises de charcuterie spécialisées dans le jambon cuit retraitées par le cabinet AND, et non d'un retraitement des statistiques des bases de comptes des IAA par le SSP, dans lesquelles il était difficile d'isoler des entreprises de charcuterie spécialisées dans la production de jambon cuit. La précision des comptes utilisés ici ne permet pas de présenter les graphiques allant jusqu'au résultat net comme c'est le cas pour les données fournies par le SSP pour les autres secteurs.

[39] Appellation qui peut prêter à confusion, car, dans les industries d'abattage-découpe, distinctes de la charcuterie, on emploie les termes 1ère transformation pour l'abattage et la production de carcasses, 2ème transformation pour le désossage (production de pièces de muscles) et 3ème transformation pour la fabrication d'UVCI.

4.3.1. Structure du compte de résultat des entreprises de charcuterie

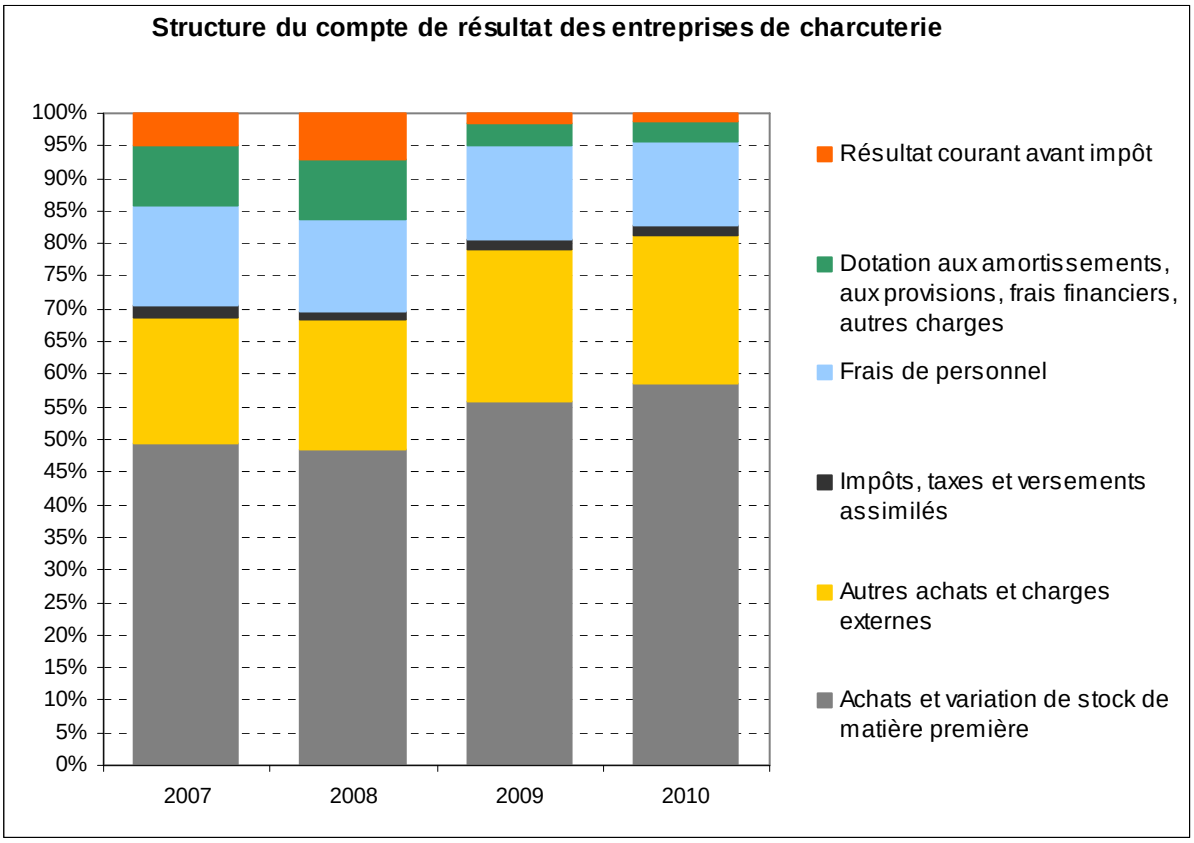
La structure du compte de résultat montre la part prépondérante du poste « achats et variation de stock de matière première » dans les charges : 56 % en moyenne entre 2007 et 2010 pour l'échantillon observé. Ce poste enregistre une augmentation notable entre 2008 et 2009 : +9 % et 2009 et 2010 : +3 %.

Les autres postes les plus importants du compte sont :

- les « autres achats et charges externes » (22 % en moyenne sur 2007-2010).
- les frais de personnel (13,8 % en moyenne sur 2007-2010)

La marge brute de transformation (produits moins matière première) du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur autre que grisée sur le Graphique 231.

Graphique 231

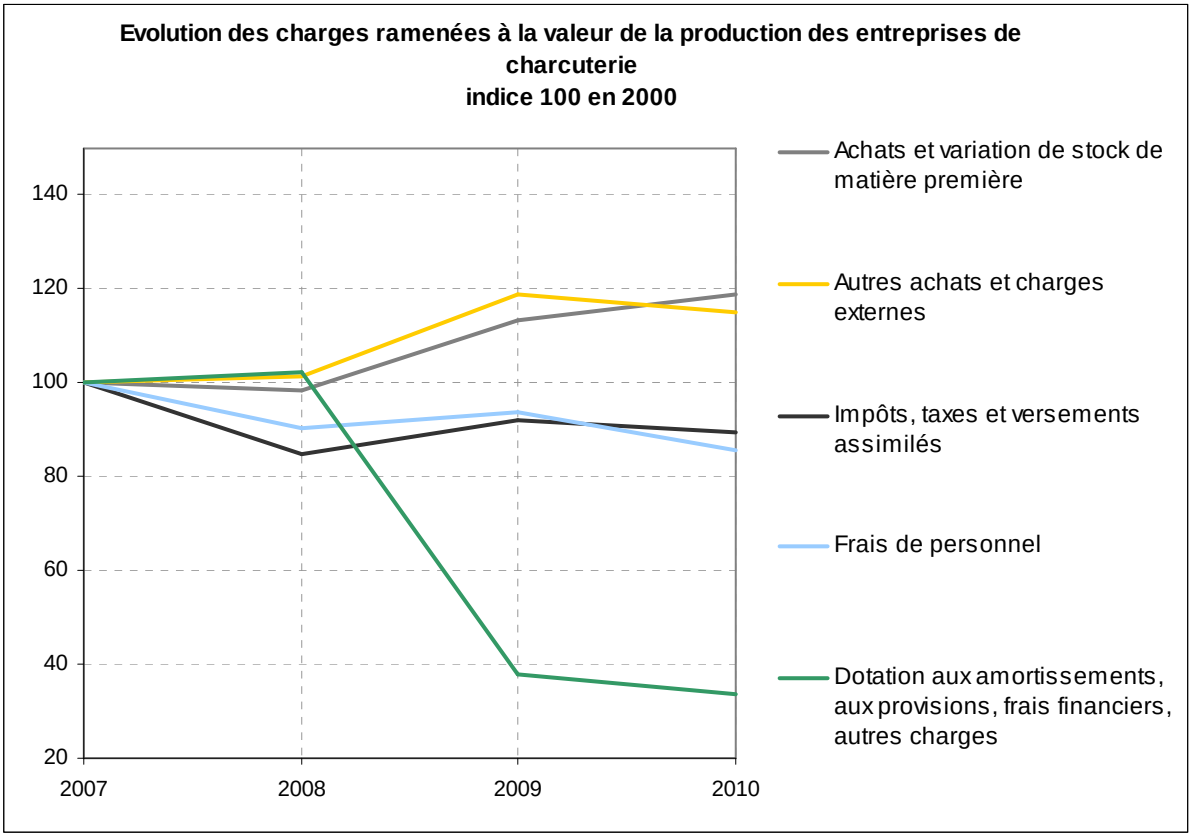


Source : AND International

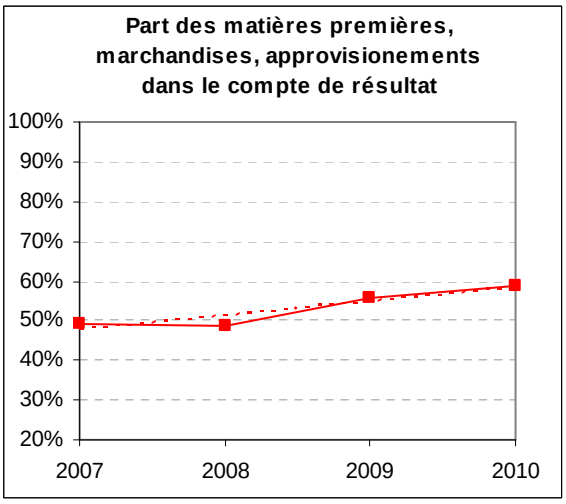
4.3.2. Evolution d'indicateurs des entreprises de charcuterie

La marge brute rapportée au produits (taux de marge, au sens strict du terme) est de l'ordre de 60 à 70 %. Elle diminue sur la période étudiée, perdant près de 13 % entre 2007 et 2010. De même, la marge brute ramenée à la matière première (ratio appelé taux de marque) baisse d'environ 4 %.
Les postes de charges de matière première et autres approvisionnements du secteur de l'industrie de la charcuterie progressent sensiblement sur la période suivie (2007-2010), à l'exception des dotations aux amortissements et aux provisions. Les frais de personnel diminuent ainsi que les dotations aux amortissements et aux provisions.
Contrairement à la plupart des secteurs des industries agroalimentaires, la part de la valeur de la matière première dans la valeur produite tend à croître et le taux de valeur ajoutée du secteur a baissé pour passer de 21 % en 2007 à 15 % en 2010 (Graphique 233).
La marge brute (estimée ici par la différence entre la production d'une part et la matière première et les autres approvisionnements achats de marchandises d'autres part) évolue à la baisse et le résultat courant, qui représente 1,9 % des produits en moyenne sur la période, perd plus de 20% en deux ans.
A court terme, le prix des jambons cuits sortie usine évolue de façon assez indépendante des prix du porc à la production et des découpes. Seuls les gros chocs paraissent transmis : certaines hausses comme en 2001, lors de la hausse l'épisode ESB qui a favorisé la demande de viande blanche, ou encore la forte baisse observée en 2009, après la hausse de l'année précédente.

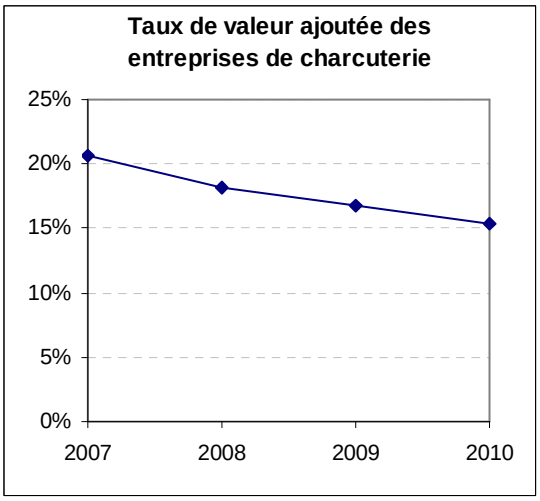
Graphique 232



Graphique 233

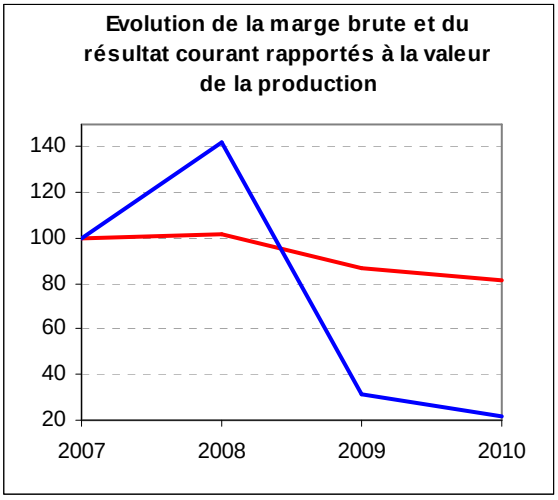


Graphique 234

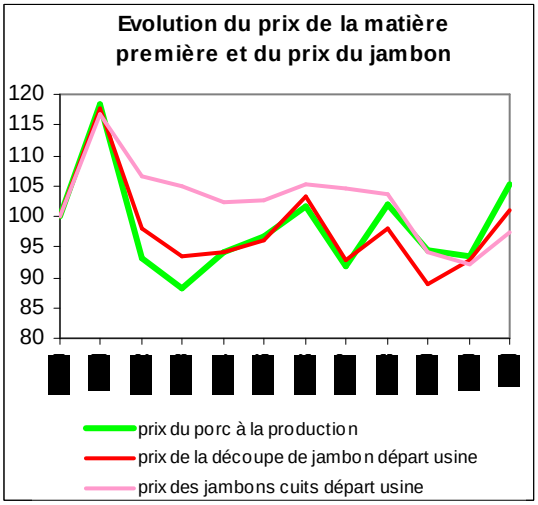


Sources : AND International

Graphique 235



Graphique 236



Sources : AND International, INSEE

4.4. Structure et évolution des comptes dans le secteur industriel de la Fabrication de produits à base de viande de porc

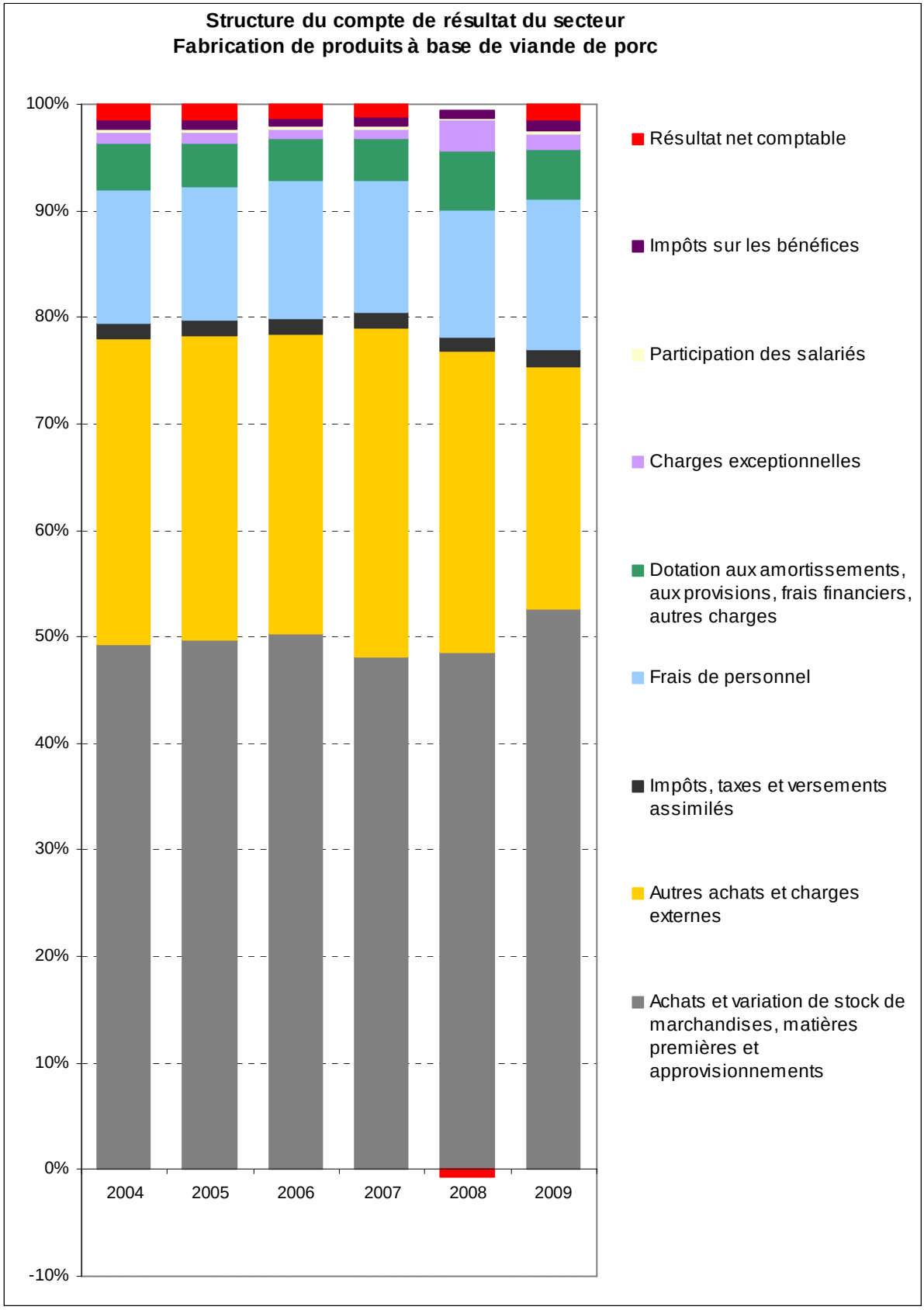
Compte tenu de l'élargissement du suivi des produits de charcuterie par l'observatoire à un « panier » de tous produits de ce type, on présente ici des données de comptes sectoriels pour l'ensemble des entreprises transformant les viandes fraîches de porc en produits de charcuterie de toute nature.
Cette approche s'appuie sur la constitution par le SSP, à partir des statistiques sectorielles des IAA, d'un « sous-secteur » d'entreprises du secteur de la « fabrication de produits à base de viande » plus spécialisées dans la fabrication de produits à base de viande de porc. Les dernières données disponibles portent sur l'année 2009.

4.4.1. Structure du compte de résultat du secteur Fabrication de produits à base de viande de porc

La structure du compte montre la part importante du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements » : en moyenne 51% des charges sur la période 2004-2009. Sur l'échantillon étudié ce poste a progressé de 7,8% en valeur sur la période considérée. On enregistre une baisse de 6,5% de ce poste en valeur entre 2008 et 2009 sur l'échantillon étudié, liée à la baisse de la cotation du porc (-8%).

Parmi les autres postes importants du compte, les « autres achats et charges externes » représentent 28,7% des charges en moyenne sur la période. Après avoir fortement progressé en 2006 (+4,4%) et en 2007 (+14,6%), ils baissent depuis 2008, enregistrant une baisse en valeur de -2,7% entre 2007 et 2008 puis de -30,8% entre 2008 et 2009 (impact de la mise en oeuvre de la LME sur les marges arrières).
Les frais de personnel (13,1% en moyenne de l'ensemble des charges sur 2004-2009) ont fortement augmenté entre 2008 et 2009 : +2% de part relative dans les charges et près de +3% en valeur sur l'échantillon considéré. Sur la période 2004-2009, ils ont augmenté de 13% en valeur.
La marge brute de transformation du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 237. Dans ce secteur, le résultat net représente 1% en moyenne de la marge brute sur la période. Pour l'échantillon étudié, il était négatif en 2008.

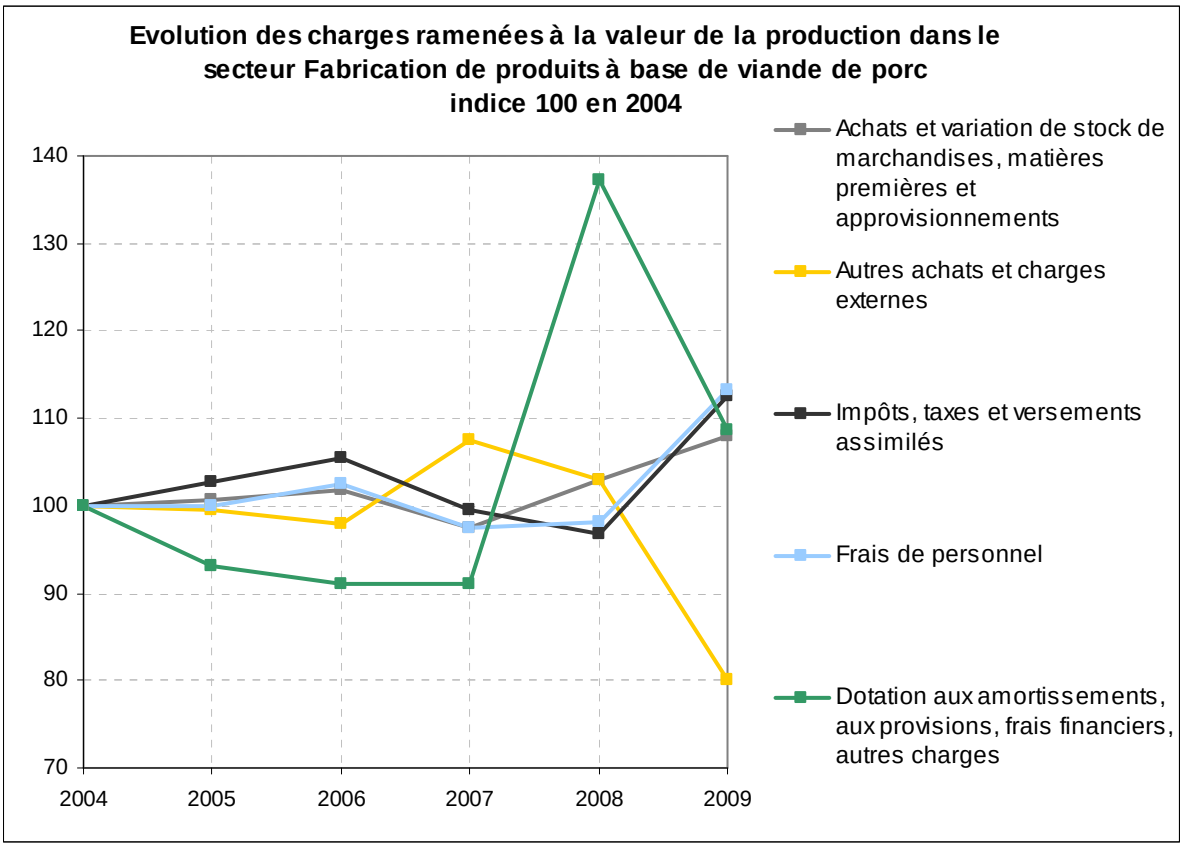
Graphique 237



Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

4.4.2. Evolution d'indicateurs du secteur Fabrication de produits à base de viande de porc

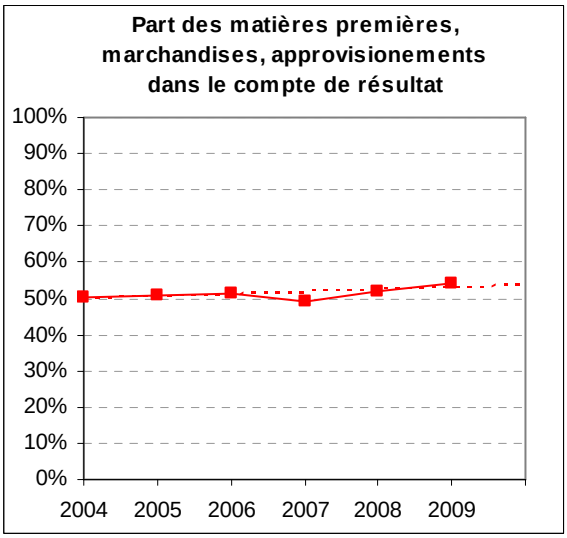
Graphique 238



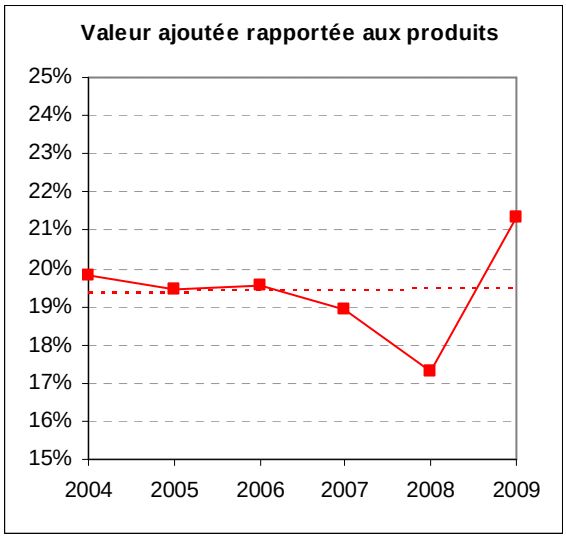
Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

On retrouve dans ce ce secteur plus large de l'ensemble des entreprises de la fabrication de produits à base de viande de porc certaines des évolutions de charges observées dans le secteur des entreprises plus artisanale et plus spécialisées (jambons cuits) étudié précédemment.

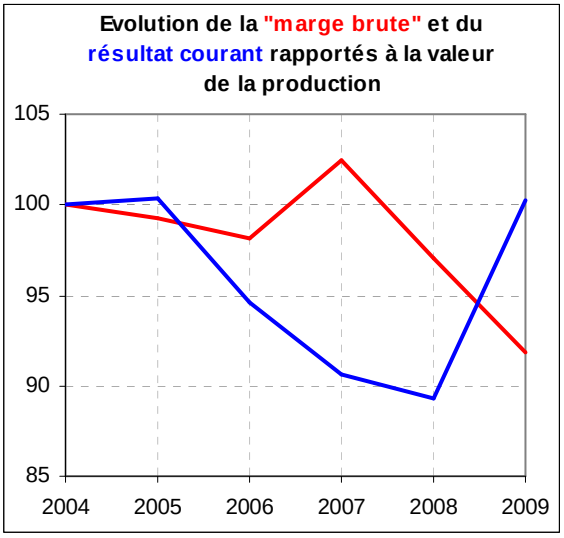
Graphique 239



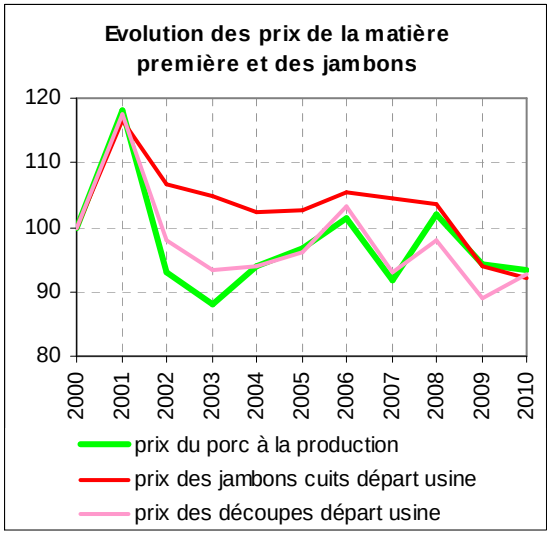
Graphique 240



Graphique 241



Graphique 242



Sources : SSP (traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM), INSEE

.

La part de la valeur de la matière première dans la valeur produite dans le secteur de la fabrication de produits à base de porc reste assez stable, voire augmente très légèrement, alors qu'elle baisse généralement dans les autres secteurs.

Le taux de valeur ajoutée du secteur baisse fortement en 2008 (hausse du prix du porc).

La marge brute (estimée ici par la différence entre la production d'une part et la matière première, soit les pièces de découpe de jambon frais, et les autres approvisionnements et achats de marchandises d'autres part) évolue à la baisse (sauf 2007 : baisse du prix du porc à la production, répercutée sur celui des pièces de découpe), ainsi que le résultat courant, sauf en 2009.

A court terme, le prix des jambons cuits sortie usine évolue de façon assez indépendante des prix du porc à la production et des découpes : seuls les gros chocs sont transmis : certaines hausses comme en 2001, lors de la hausse l'épisode ESB qui a favorisé la demande de viande blanche, ou encore la forte baisse observé en 2009, après la hausse de l'année précédente.

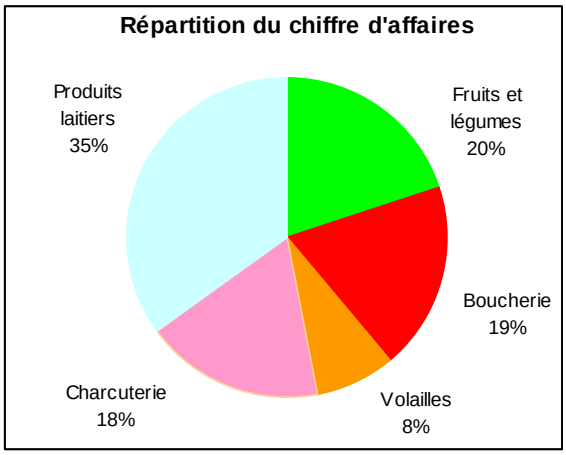
5. COMPTES DES RAYONS BOUCHERIE ET CHARCUTERIE EN GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

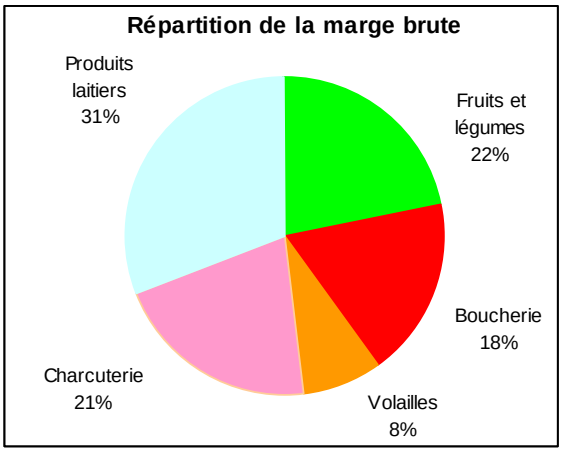
5.1. Les rayons boucherie et charcuterie par rapport aux autres rayons étudiés

Avec respectivement 18% et 19%, les rayon boucheries et charcuterie pèsent d'un poids comparable dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés. Le rayon charcuterie se distingue ensuite, avec une contribution plus importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (21% contre 18%) et surtout à la marge nette. La boucherie est le seul rayon à marge nette moyenne négative et la charcuterie constitue en moyenne 42% de la marge nette de l'ensemble des rayons à marges nettes moyennes positives (hors boucherie). Pour 6 des 7 enseignes, la charcuterie présente la plus forte contribution à la marge nette tous rayons. Plus de 30% des frais de personnels spécifiques des rayons étudiés sont dans le rayon boucherie, contre 18% dans le rayon charcuterie.

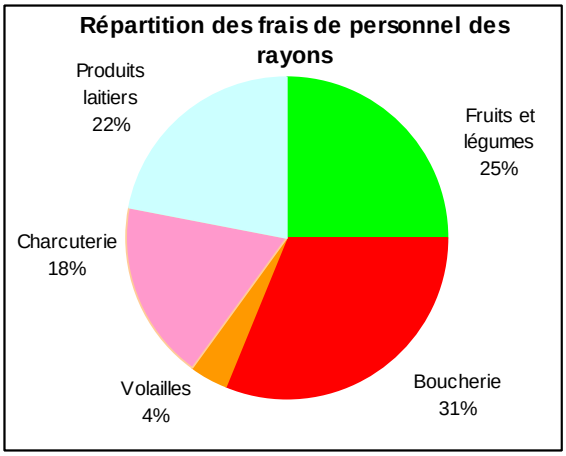
Graphique 243



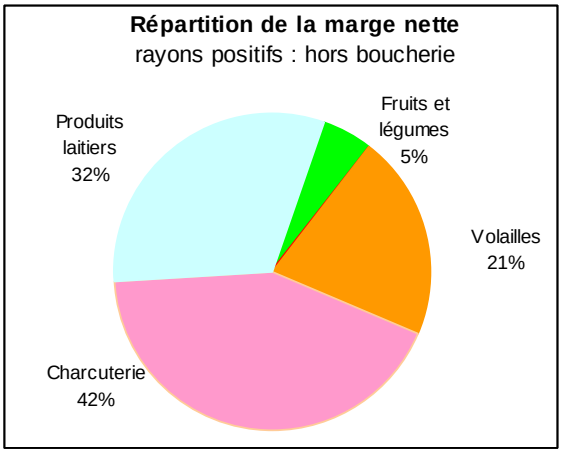
Graphique 244



Graphique 245



Graphique 246



Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

5.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie et charcuterie

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

Tableau 38

	Boucherie			*Charcuterie*		
	en % du CA du rayon	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*	**en % du CA du rayon**	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*
Chiffre d'affaires du rayon	100,0			100,0		
Coût d'achat des produits du rayon	75,9			69,4		
Marge brute	**24,1**	**± 2,3**	***± 10%***	**30,6**	**± 2,9**	***± 9%***
Frais de personnel du rayon	10,4	± 1,1	*± 11%*	6,7	± 2,0	*± 30%*
Marge semi-nette	**13,6**			**23,9**		
Autres charges	15,5			18,7		
Marge nette	**-1,9**	**± 2,8**	***± 147%***	**5,1**	**± 1,9**	***± 37%***

(*) moyenne des valeurs absolues des écarts à la moyenne : indicateur de la dispersion des données dont on a fait la moyenne ; par exemple, pour la marge brute rapportée au CA en Boucherie : MB = 24,1 avec un écart moyen de ± 2,3 d'où l'intervalle donnant un indication sur la dispersion de la MB de (24,1 – 2,3) = 22,8 à (24,1 + 2,3) = 26,4. Rapporté à la moyenne MB, l'écart représente 2,3 / 24,1 = 10%.

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 -2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

5.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon boucherie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 24 € de marge brute, les achats de viandes représentant 76 € , soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 32% (24 € de marge brute pour 76 € d'achat).
Rappelons que les pertes de produit en rayon (ou en centrale d'achat) et celles liées à l'activité de découpe par les magasins ou les centrales sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
En moyenne, le rayon viande est le rayon dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus faible des rayons étudiés après celle du rayon produits laitiers.
Les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont importants du fait des activités de transformation réalisées en magasin ou centrale : découpe de PAD, voire désossage de quartiers et carcasses, élaboration d'UVCM. Ainsi certains magasins ont-ils une marge qui, outre la stricte marge de la distribution, intègre tout ou partie de la marge de 2ème transformation de la viande. Cependant, en viande porcine, selon les experts consultés, l'approvisionnement en UVCI (donc sans phase de transformation dans les GMS) devient important.
La marge « semi-nette » descend ainsi à 14 € en moyenne, moins que les autres charges, d'où une marge nette moyenne négative de –2 centimes pour 100 € de ventes : il s'agit du rayon qui présente, en moyenne, la plus faible marge nette rapportée au chiffre d'affaires pour les rayons étudiés. Ce résultat moyen masquant une certaine dispersion dans les enseignes interrogées : de 1 à 6 environ

en se basant sur l'écart moyen ; il s'agit de la marge nette sur chiffre d'affaires la plus faible des rayons étudiés dans 6 des 7 enseignes interrogées et elle reste négative dans 5 d'entre elles.

5.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon charcuterie, les GMS interrogées dégagent en moyenne 31 € de marge brute, les achats aux fournisseurs représentant 69 €, soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 45% en moyenne, le plus élévé des rayons étudiés. Le rayon charcuterie est celui dont la marge brute rapportée au chiffre d'affaires est la plus élevée des rayons étudiés, en moyenne et pour 6 des 7 enseignes interrogées.
Rappelons que les pertes de produit en rayon de vente en libre-service ou à la coupe, ou en centrale d'achat sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
Les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires ou à la marge brute, sont assez conséquents du fait de la présence de rayons de vente à la coupe et de préparation de portions-consommateur mises en libre-service. Toutefois, à la différence du rayon boucherie, il n'y a pas dans le rayon charcuterie d'activité de transformation importante (désossage, découpe).
La marge « semi-nette » se situe ainsi à 24 € en moyenne, et, malgré le poids assez élevé des autres charges dans le chiffre d'affaires, la marge nette est en moyenne à 5 € pour 100 € de ventes, soit la plus élevée des rayons étudiés, et ce avec une dispersion entre enseignes plus faible que pour les marges nettes des autres rayons.

5.3. Détail des charges des rayons boucherie et charcuterie

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

Tableau 39

		Boucherie	*Charcuterie*
Charges spécifique du rayon	Frais de personnel du rayon	10,4	6,7
	Appro stockables : consommables, emballages … pour le rayon	0,7	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,1	0,9
	Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon	0,7	1,1
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	**13,6**	**9,3**
Charges générales réparties	Frais généraux	11,4	13,5
	Frais financiers	0,4	0,4
	Impôts sur les sociétés	0,5	2,2
	Sous-total : charges générales réparties	**12,3**	**16,1**
	Total des charges imputée au rayon	**26,0**	**25,4**

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

5.3.1. Détail des charges en rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 14 € de charges spécifiques (dont 10 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 12 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins commun à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[40] et l'impôt sur les sociétés.
Soit au total 26 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est un des rayons dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus élevées. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

5.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement 9 € de charges spécifiques hors achats de marchandise (dont 7 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 16 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins commun à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[28] et l'impôt sur les sociétés.
Soit au total 25 € pour 100 € de chiffre d'affaires, niveau de charges dans la moyenne de celui observé tous rayons, mais qui s'impute sur une marge brute conséquente, laissant donc une marge nette rapportée au chiffre d'affaires élevée, venant au 2ème rang après le rayon volailles en moyenne et au 1er rang dans 4 des 7 enseignes étudiées.

[40] Rappelons qu'il peut s'agir, selon le mode d'organisation des enseignes, de frais financiers supportés par les magasins ou de l'imputation sur les magasins, par le siège, de frais financiers supportés à ce niveau ou de rémunération attendue de capitaux investis par le groupe propriétaires des magasins. Cf. Chapitre 2.

6. COMPTES DES EXPLOITATIONS D'ELEVAGE PORCIN ET COUT DE PRODUCTION DU PORC

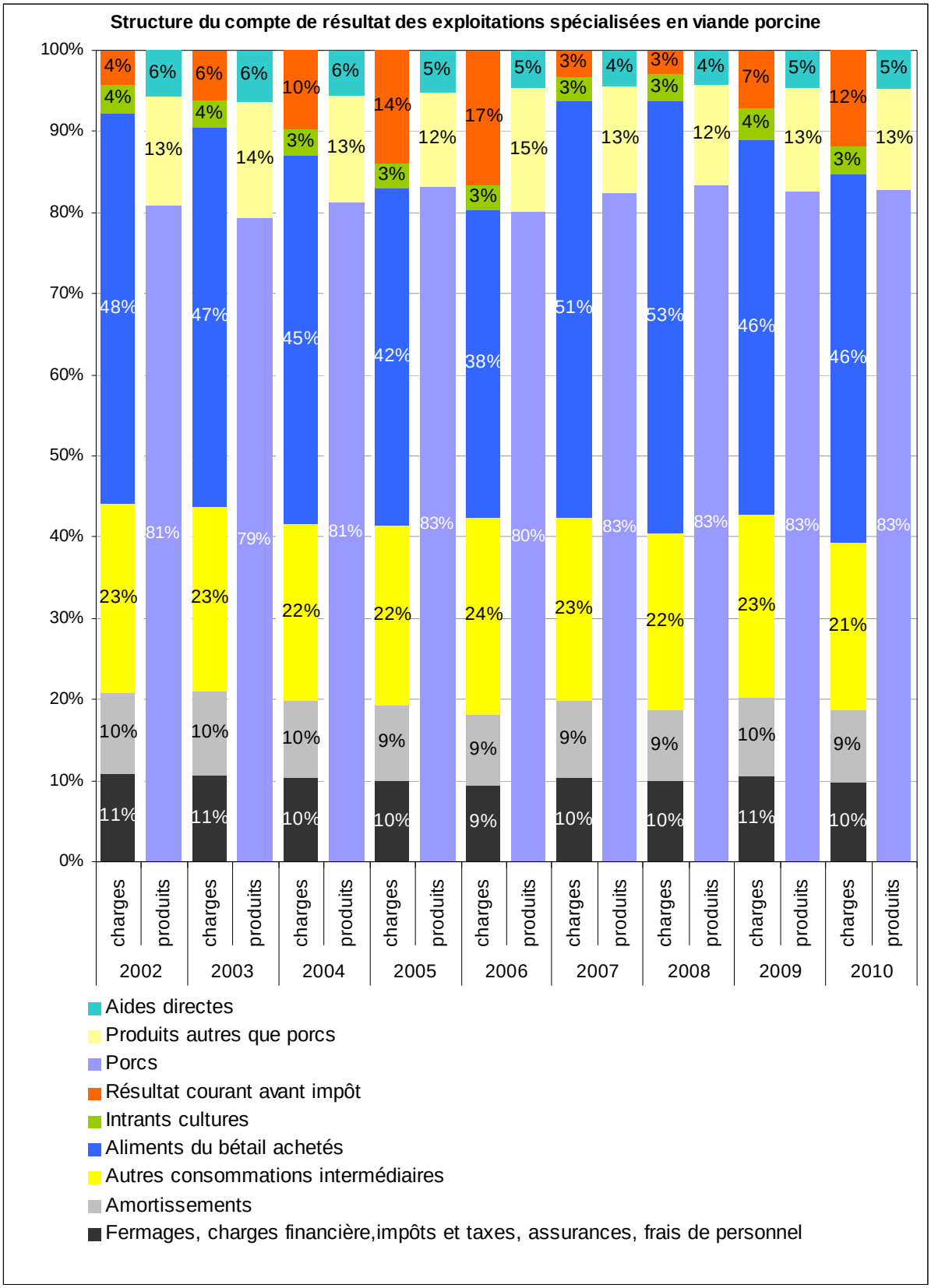
6.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées dans la production de viande porcine

L'échantillon RICA 2002-2010 des exploitations spécialisées dans la production de viande porcine est constitué de 155 à 181 (effectif variable selon les années) exploitations dans lesquelles cette production constitue plus de 85 % de la production de l'exercice et est essentiellement orientée vers la vente de porcs charcutiers. Cet échantillon est représentatif de 5 400 à 6 700 exploitations.
On note le poids très important de la charge en aliment du bétail (aliments achetés) qui influe fortement sur le résultat courant avant impôts (RCAI). Le poids du RCAI dans le chiffre d'affaires augmente entre 2002 et 2006 (il passe de 4 à 17%), puis chute en 2007, pour atteindre 3% du chiffre d'affaires avant de progresser à nouveau. Il atteint 12% en 2010.

Depuis 2002, le montant moyen des aides directes perçues par les exploitations d'élevage porcin (aides au trtire d'autres productions ou « découplées ») est relativement constant. Le revenu courant avant impôt moyen connaît quand à lui de fortes variations, expliquées principalement par la variation des cours du porc et des coûts de production. Il est à noter que ce graphique indique le montant d'aides moyen perçu par les différentes exploitations de l'échantillon. Les exploitations en bénéficient du fait de leurs ateliers de production non-porcins : céréales, lait, etc. L'élevage de porcs ne bénéficiant d'aucune aide à la production

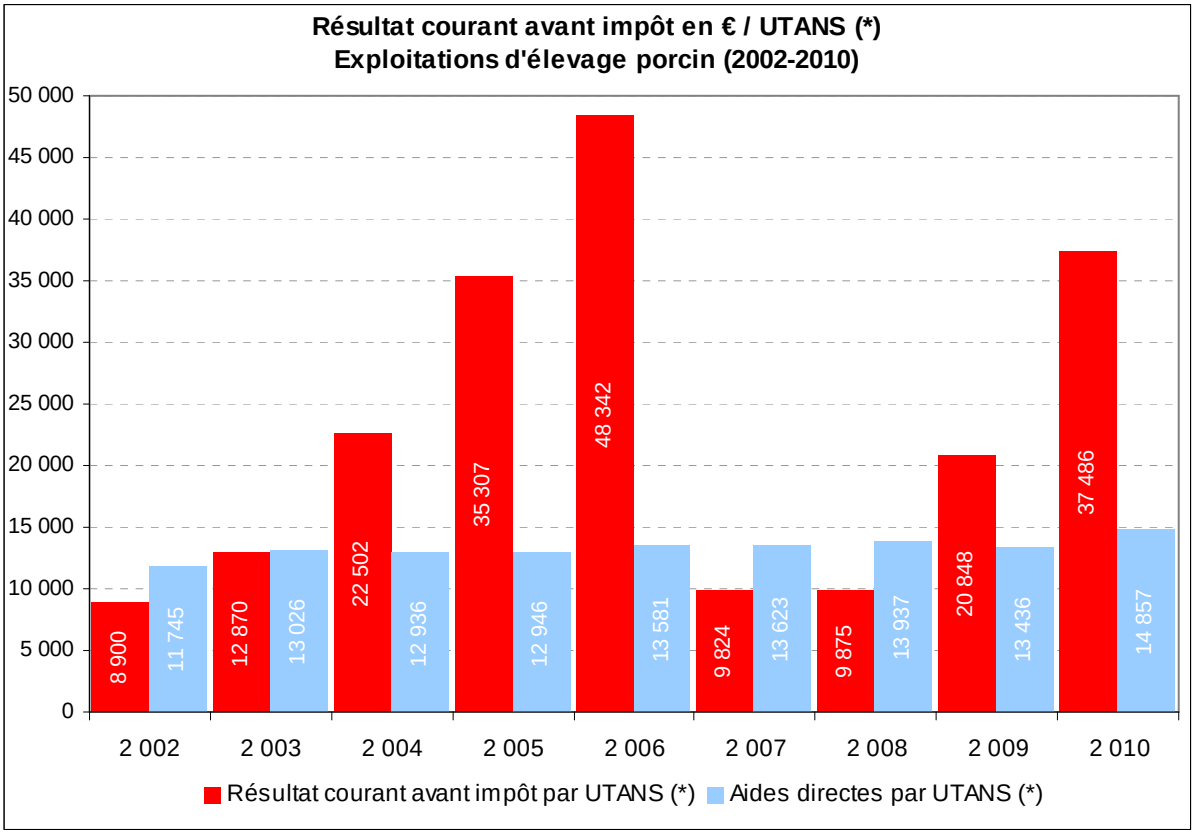
Il n'est pas possible de calculer un coût de production agricole rapporté au kg de carcasse, le RICA ne contenant pas de données de production de porc exprimées dans cette unité. Ainsi, la seule approche « coûts de production agricoles » disponible pour le porc est celle développée par l'Institut du porc (IFIP), présentée ci-après.

Graphique 247



Source : SSP (RICA)

Graphique 248



(*) UTANS : unités de travail annuel non salarié

Source : SSP (RICA)

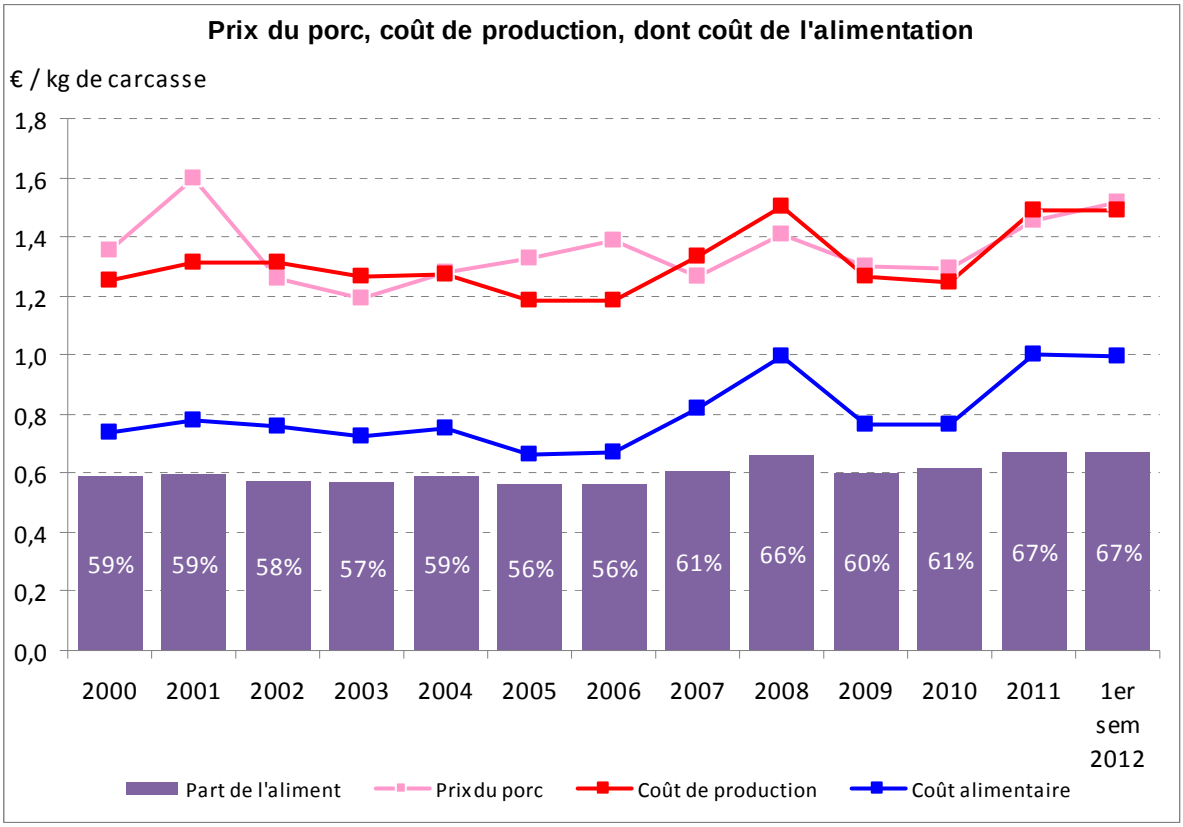
6.2. Coût de production du porc

Cette approche s'appuie sur les données des exploitations suivies par l'IFIP dans le cadre du dispositif GTE - TB (gestion technico-économique – Tableau de bord), l'échantillon est constitué d'environ 10% des exploitations d'élevage porcin de plus de 50 truies, dont les performances techniques sont inférieures à celles de l'échantillon national. Les élevages de porcs bretons ne sont pas représentés dans cet échantillon.

Dans cette approche, le coût de production intègre des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial à hauteur de **1,5 SMIC** (brut horaire) par unité de main d'œuvre (complétée par les charges MSA consommées par l'atelier Porc), pour les capitaux personnels (taux d'intérêt du marché).

Le coût en aliment repose sur le prix d'achat des aliments complets. Dans le cas de la fabrication d'aliment à la ferme (FAF), le coût alimentaire comprend le coût matière (valeur d'achat ou en cas de production sur l'exploitation, le coût du marché à la date de récolte), le frais de stockage et le coût de fabrication.

Graphique 249



Source : IFIP

Le coût de production du porc dépend fortement du prix de l'aliment et donc du cours des matières premières (avec un certain décalage : le coût alimentaire est calé sur l'aliment consommé sur la période, et non sur l'aliment consommé par les animaux vendus sur la période). Selon les années, la part de l'alimentation dans le coût de revient total varie de 57% à 68%, cette part dépassant systématiquement 60% du coût de production du porc depuis 2007. Sur la période 2000-2011, le coût de production du porc s'établit en moyenne à 1,35 €/kg de carcasse avec des variations entre 1,24 €/kg en 2005 et 2006 à 1,55 €/kg en 2008.

Le prix du porc (produit moyen perçu par l'éleveur pour la vente d'un kilo de carcasse de porc, pour la qualité moyenne produite, net de cotisations et prélèvements) est en moyenne de 1,35 €/kg allant de 1,21 €/kg en 2003 à 1,60 €/kg en 2001.

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

Il en résulte une marge nette nulle moyenne sur 2000 - 2011, variant entre - 0,14 €/kg en 2008 et 0,26 €/kg en 2001.

7. LA TRANSMISSION DES HAUSSES DE PRIX DANS LA FILIERE PORC

On compare ici les évolutions des prix dans la filière à différents stades (depuis l'aliment pour porcs jusqu'au produit fini en GMS) sous l'angle de la transmission, pour chaque stade, du prix de sa matière première dans son prix de vente.
Sont également présentés les outils statistiques pour la mise en œuvre de *« l'accord d'engagement de prise en compte des variations excessives des prix de l'alimentation animale dans les négociations commerciales sur les produits carnés »* , signé le 3 mai 2011 entre les représentants de l'agriculture, de l'industrie et de la distribution. Cet accord engage les parties à ouvrir des négociations de vente lorsque la variation du prix des aliments du bétail atteint un certain seuil, pendant une certaine durée ; ces paramètres, ainsi que les modalités de calcul des variations de prix des aliments du bétail, étant définis dans le texte de l'accord.

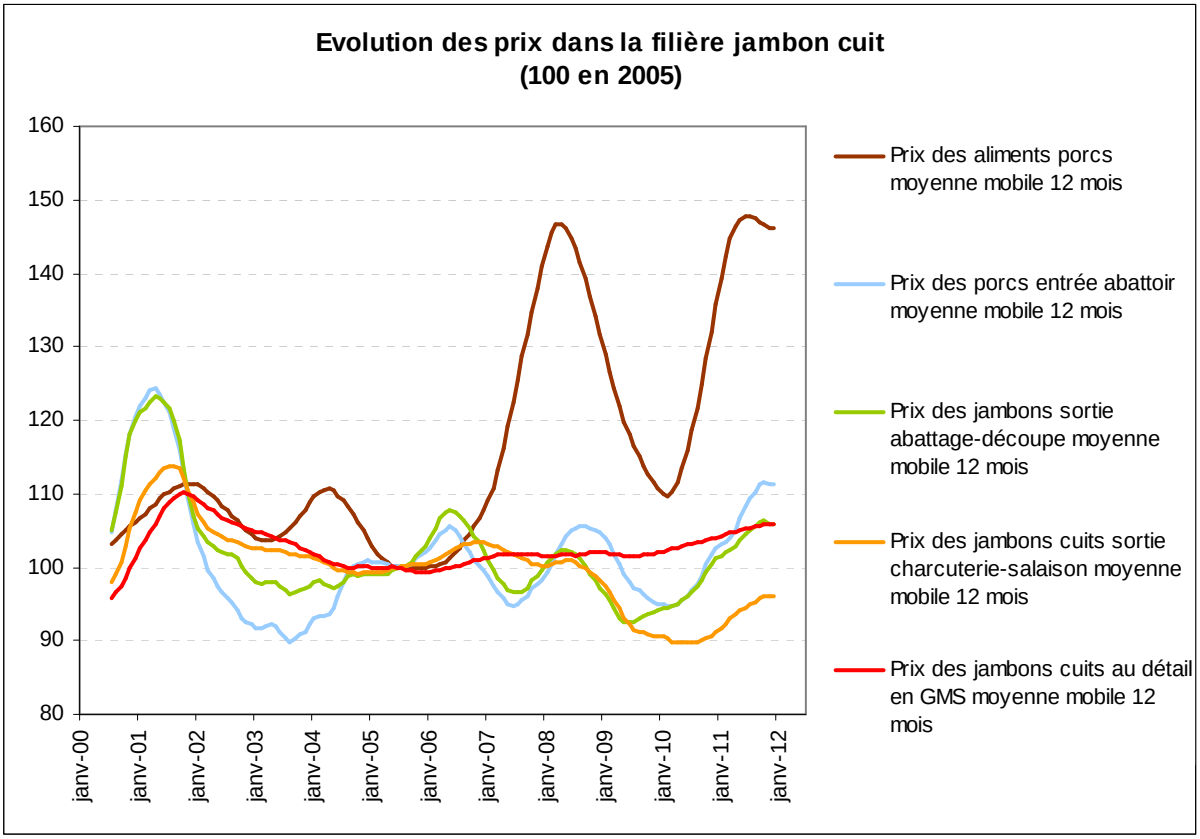
7.1. Les prix du porc et de ses produits sont largement déconnectés de ceux de l'aliment du bétail

Le Graphique 250 présente l'évolution des prix dans la filière du jambon cuit, depuis l'aliment du bétail (qui représente en moyenne 50% de la valeur du porc à la production) juqu'au jambon cuit vendu en GMS au consommateur, en passant par la pièce de jambon frais « démontée » de la carcasse par l'industrie d'abattage-découpe et vendue à l'industrie de la charcuterie pour transformation en jambon cuit.
Ces évolutions sont suivies en moyenne mobile calculée sur 12 mois[41] pour mieux dégager les tendances en faisant abstraction des variations mensuelles.
Ce graphique appelle plusieurs niveaux de remarques :

- quelle que soit la période considérée, les variations relatives (c'est-à-dire en %, il s'agit d'indices) des prix aval sont moins fortes que celles des prix amont ; c'est en partie l'effet purement « mécanique » de la « dilution » des matière premières dans la valeur des produits transformés, sous l'effet de l'incorporation d'autres consommations intermédiaires et de la création de valeur ajoutée en aval ; on pourra apprécier le jeu de ce seul effet « mécanique » en simulant des évolutions de prix uniquement régies par celles des prix amont et des coeffcients d'incorporation des matières premières (cf. plus loin) ;
- à partir de 2007, le prix de l'aliment, tout en devenant plus variable, se positionne à un niveau nettement plus élevé qu'auparavant (variations autour de l'indice 125, contre 115 avant 2007) ; ce n'est qu'à partir de juin 2011 que le prix du porc sort « par le haut » de la plage de variations dans laquelle il se situait depuis 2002 (fin 2000-début 2001 est atypique : effet de la crise de l'ESB sur la demande et le prix des viandes blanches) ;
- à partir de 2007, prix de l'aliment et prix du porc présentent des similitudes de phases mais il s'agit moins d'une transmission des coûts de production que de l'effet de la hausse de la demande alimentaire mondiale portant à la fois sur les céréales et sur les viandes ;
- le prix de la pièce sortie abattage-découpe, sans être parfaitement corrélé à celui du porc à l'entrée abattoir (liaison linéaire statistiquement faible), en reproduit toutefois assez fidèlement les évolutions : la cotation du porc charcutier est une base de la négociation des pièces ;
- le prix du jambon cuit sortie usine (charcuterie salaisonnerie) suit de façon retardée et amortie les variations du prix des pièces ; le degré d'élaboration du produit induit des charges l'impact du prix de la matière première. En 2009, le prix du jambon sortie usine « décroche » nettement, ceci pouvant résulter en partie de l'entrée en vigueur des disposition de la LME relatives aux « marges arrières » (atténuation du coût de la coopération commerciale que les industriels répercutait dans leur prix de vente) ;
- le prix au détail en GMS présente des évolutions moins marquées (hors variations saisonnières ou effets mensuels des promotions, gommés ici dans le suivi en moyenne mobile) et s'inscrit depuis 2007 dans une tendance à la hausse.

[41] Par exemple, le prix en moyenne mobile sur 12 mois pour le mois de juillet 2007 est égale à la somme des prix de février à décembre 2007 divisée par 12 à laquelle on ajoute les prix de janvier 2007 et janvier 2008 divisés par 24.

Graphique 250



Sources : FranceAgriMer-RNM, SSP, INSEE, KantarWorldpanel

Les quatre graphiques suivants comparent l'évolution du prix observé du produit à chaque stade (entrée abattoir, sortie abatage-découpe, sortie charcuterie-salaison et GMS) avec son prix simulé : prix qui permettrait, toutes choses égales par ailleurs, le maintien de la marge brute sur matière première à son niveau de 2005.

NB : tous calculs faits, si, entre 2005 et la date t l'indice du prix d'(achat de la matière première est passé de 100 à A_t , pour que la marge brute reste au niveau de 2005, il faut que prix de vente du produit passe de l'indice 100 en 2005 à l'indice V_t tel que : $V_t = 100 + C A_t - 100 C$, avec C, rapport entre le coût en matière première et la valeur du produit en 2005. Les indices de prix utilisés pour l'aliment du bétail, et les produits aux stade entrée abattoir, sortie découpe, sortie charcuterie et détail en GMS sont respectivement ; l'IPAMPA aliments poour porcins (indice des prix d'achat des moyens de production en agriculture, source : SSP-INSEE), l'IPPAP porcin (indice des prix des produit agricoles à la production, SSP-INSEE), les indices de prix de l'industrie départ usine de la pièce de jambon frais sortie découpe et du jambon sortie charcuterie-salaison (INSEE) et les prix (convertis en indices) du jambon en GMS provenenant partir des données du panel Kantar Worldpanel. Les coefficients C en 2005 (prix du produit à un stade donné / coût en matière première utilisée) intègrent les prix en 2005 et les coefficients techniques qui proviennent du modèle de marge brute dans la chaîne « jambon cuit », présenté en partie 3 et des travaux sur les coûts de production en agriculture présenté en partie 6.

Part des matières premières dans le produit aux différents stades de la filière jambon en 2005

Tableau 40

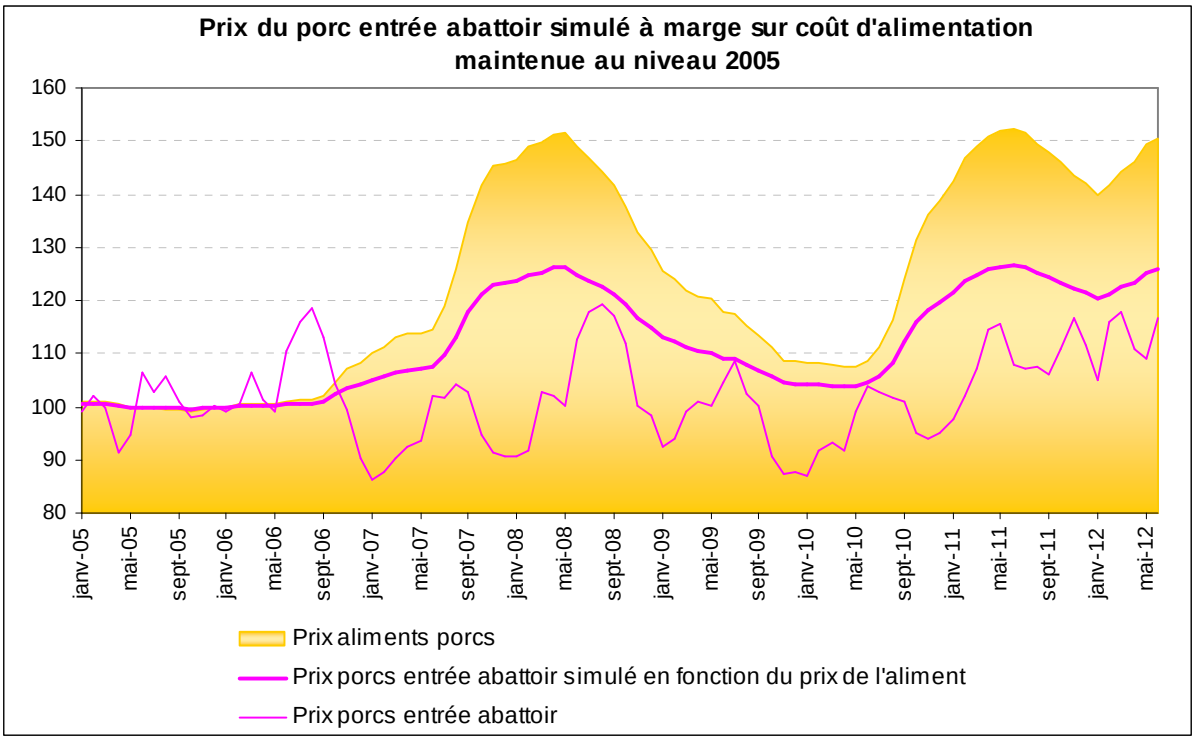
part du coût en aliment dans le produit porc entrée abattoir	51%
part du coût en porc entrée abattoir dans le produit jambon sortie abattage découpe	86%
part du coût en jambon sortie découpe dans le jambon cuit sortie charcuterie-salaison	69%
part du coût d'achat en jambon cuit sortie charcuterie-salaison dans la vente de jambon cuit au détail en GMS	54%
part du coût en aliment dans le produit jambon sortie abattage-découpe	44%
part du coût en aliment dans le produit jambon cuit sortie charcuterie-salaison	30%
part du coût en aliment jambon cuit sortie charcuterie-salaison dans la vente de jambons cuits au détail en GMS	16%

Source : FranceAgriMer – OFPM, IFIP

La matière première initiale (l'aliment du bétail) se « dilue » au fur et à mesure que l'on descend la filière vers l'aval : les stades industriels et commerciaux créent de la valeur ajoutée et les rendements matière interviennent. Les coefficients se multiplient. Ainsi, la part de l'aliment du bétail dans la valeur du jambon au détail est de : 51% x 86% x 69% x 54% = 16%%.

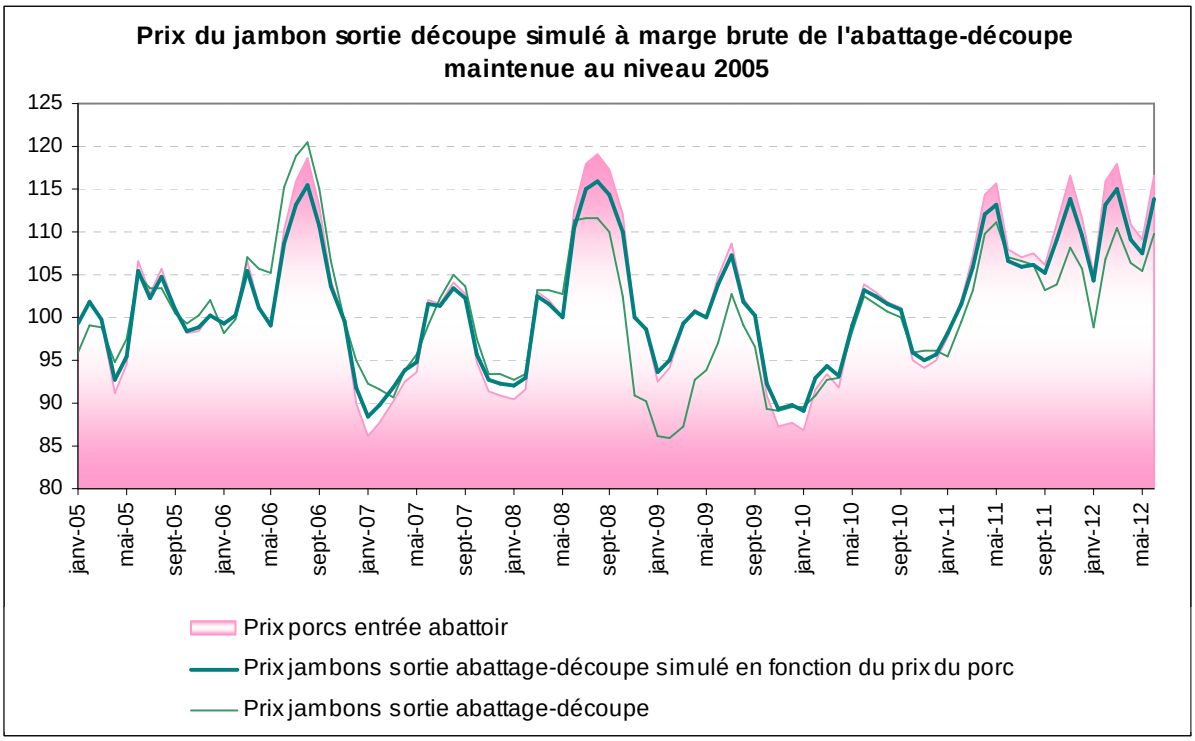
Les graphiques suivants représentent ce qu'auraient été les prix entrée abattoir et au détail s'ils avaient suivi les évolutions des prix de la matière première toutes choses égales par ailleurs, et notamment à marges sur coûts en matière première constantes. Le Graphique 251 représente une situation fictive dans laquelle les évolutions du prix de l'aliment du bétail seraient transmises aux prix de la carcasse entrée abattoir puis, via ce dernier, aux prix au détail ; le graphique suivant simule d'une part la transmission des évolutions du prix de l'aliment au prix entrée abattoir, d'autre part, la transmission des évolutions réelles du prix entrée abattoir au prix au détail.

Graphique 251



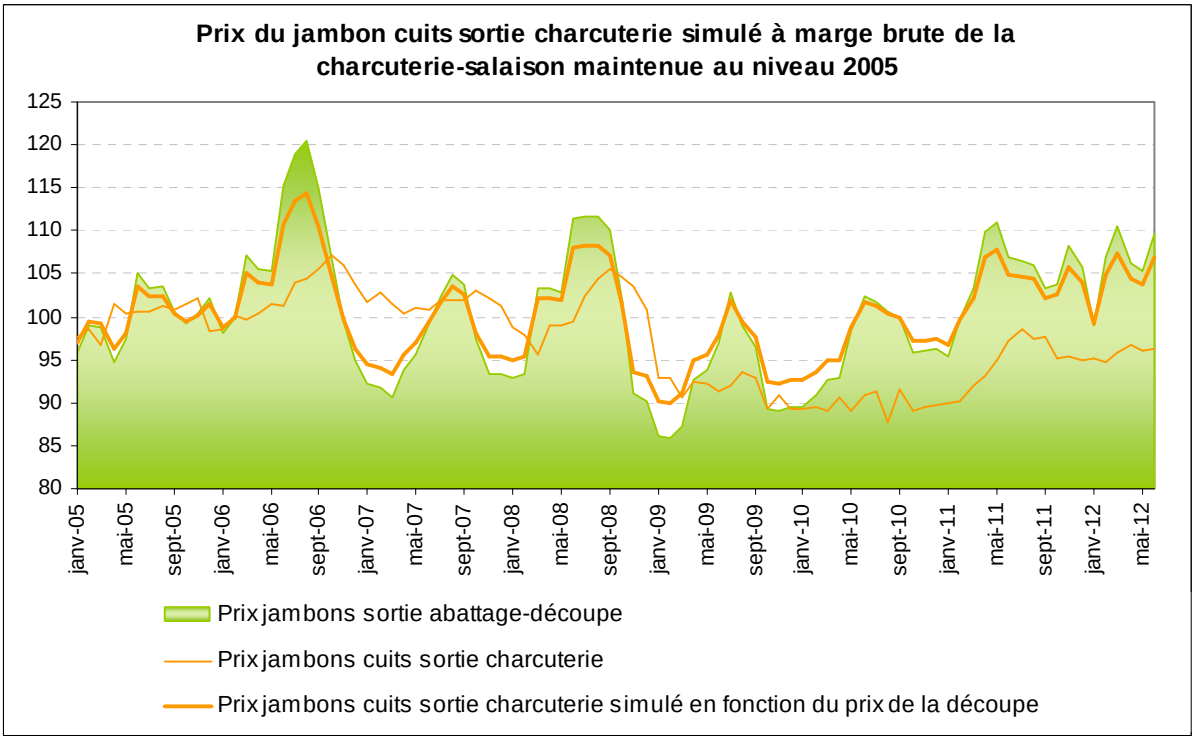
Sources : FranceAgriMer-RNM, SSP

Graphique 252



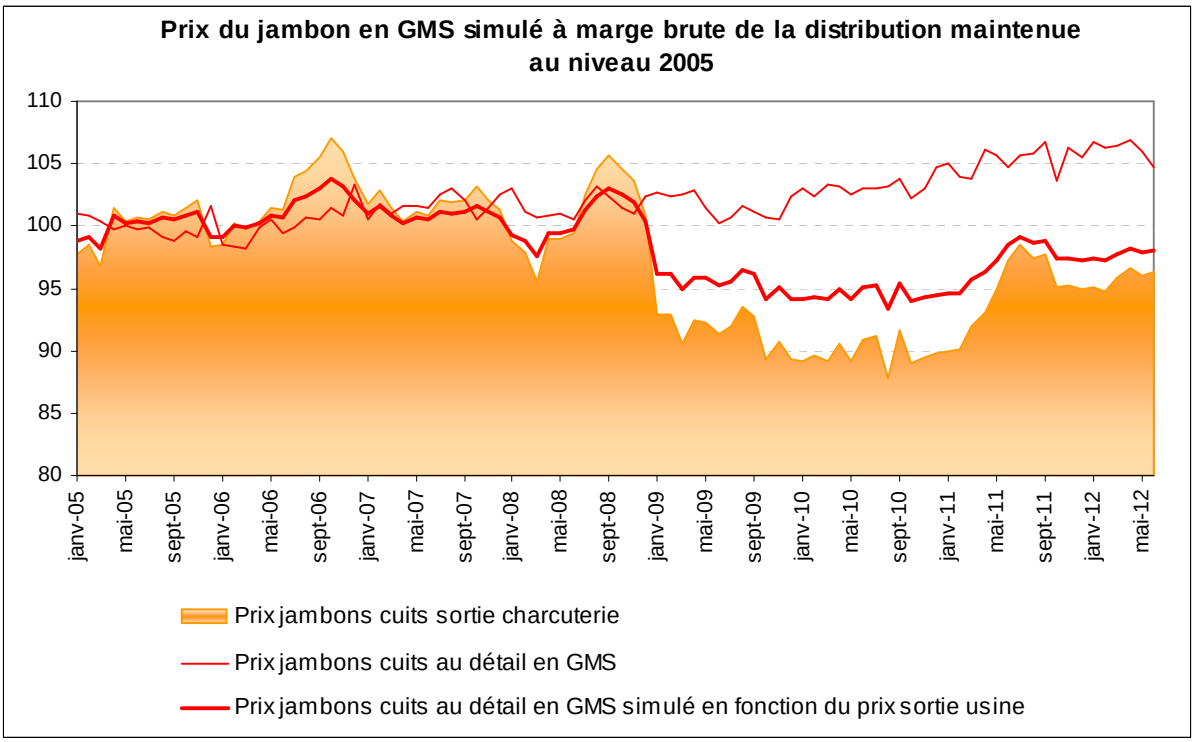
Sources : FranceAgriMer-RNM

Graphique 253



Sources : FranceAgriMer-RNM, INSEE

Graphique 254



Sources : FranceAgriMer-RNM, INSEE, Kantar Worldpanel

Ainsi, en référence à une situation simulée toutes choses égales par ailleurs dans laquelle les prix des produits s'ajustent à ceux de leur matière première (aliment pour le stade élevage-entrée abattoir, pièce jambon dans la carcasse pour le stade abttage-découpe, pièce jambon issue de la carcasse pour le satde charcuterie, jambon cuit sortie usine pour la GMS) afin de maintenir constante la marge brute :

- le prix réel du porc est inférieur à son prix simulé ;
- le prix réel de la découpe de jambon suit plus ou moins son prix simulé, avec toutefois des phases d'écarts importants ;
- l'évolution du prix réél du jambon cuit sorti usine présente un « décrochage » par rapport au prix simulé depuis 2009 ;
- le prix réel du jambon cuit en GMS ne reproduit pas ce décrochage du prix fournisseur et se maintient au dessus du prix simulé..

7.2. L'accord du 3 mai 2011 dans la filière porcine

Cet accord prévoit que des négociations sur les conditions de vente sur les porcs, carcasses, viandes fraîches et produits de charcuterie s'engagent lorsque les deux conditions suivantes sont remplies simultanément :

1) le prix de l'aliment a franchi pendant 3 mois consécutifs un palier de plus ou moins 10% par rapport à son niveau du même mois de l'année précédente.
2) le rapport « prix du porc / prix de l'aliment » se situe en dehors de l'intervalle de plus ou moins 20% autour de sa valeur de 2005.

La première condition porte donc sur la variation du prix de l'aliment pour porcs, la seconde vise à n'enclencher le dispositif, quelle que soit la variation de prix de l'aliment, que si le prix du porc « décroche » sensiblement du prix de l'aliment (à la hausse comme à la baisse).
Il peut s'agir de négociations :

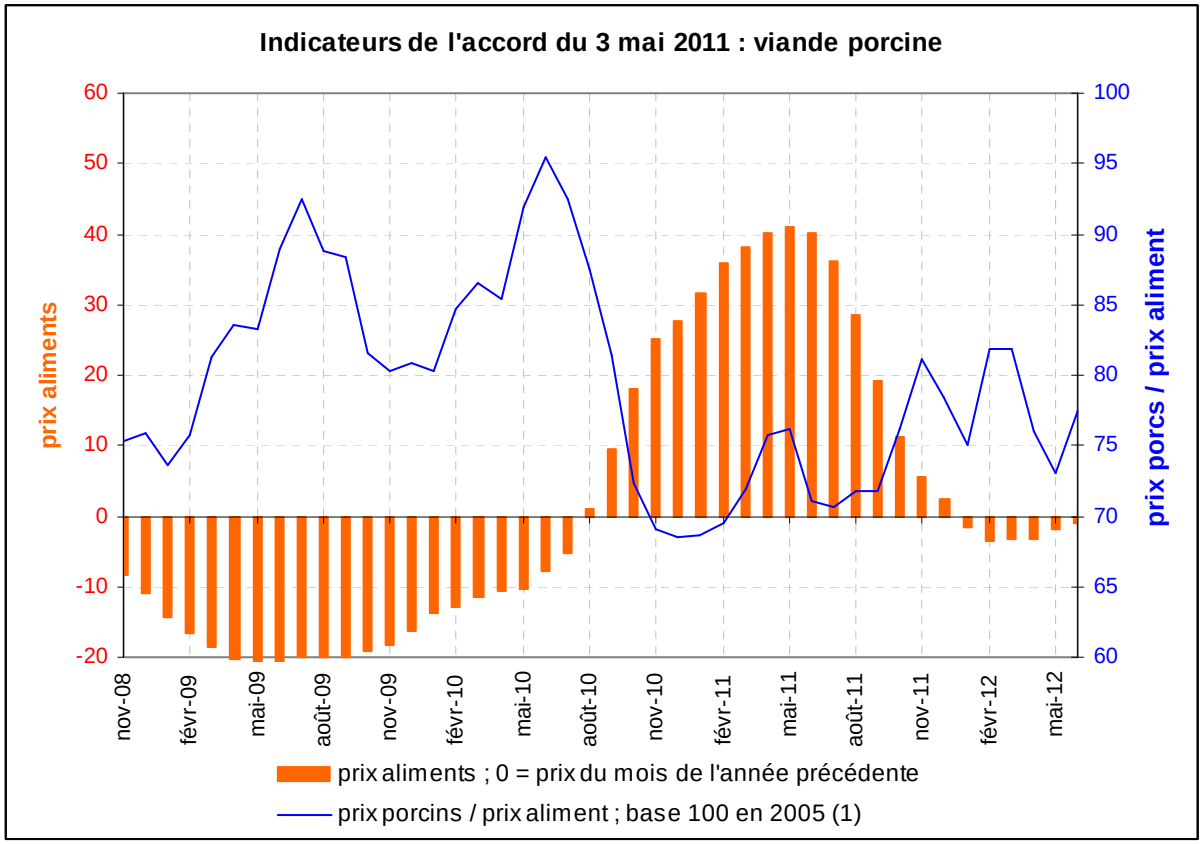
- à la hausse : prix de l'aliment en augmentation et rapport prix du porc / prix de l'aliment inférieur au seuil bas de l'intervalle)
- comme à la baisse : prix de l'aliment en baisse et rapport prix du porcc / prix de l'aliment supérieur au seuil haut de l'intervalle.

Le graphique suivant présente les variables du disposif, de fin 2008 à juin 2012.
A titre d'exemples ;

- le prix des aliments pour porcs a franchi en décembre 2008 le palier -10% et cette situation baissière a perduré au moins jusqu'en mars 2009 : la condition 1) aurait été remplie pour une négiciation des prix du porc à la baisse, mais pas condition 2) car le rapport du prix du porc au prix de l'aliment est resté trop faible (il aurait dû dépasser 120%).
- de janvier à mars 2011, le prix des aliments pour porcs, après avoir franchi la tranche +30% en janvier, s'est maintenu à ce niveau élevé pendant 3 mois consécutif, tandis que le rapport prix du porc / prix de l'aliment se situait nettement en dessous de 80% : si le dispositif avait été en vigueur à l'époque, des négociations auraient dû s'engager en vue d'une hausse des prix pour tenir de la forte hausse constatée sur le prix des aliments pour porc.

Les conditions de déclenchement du dispositif devraient être remplies avec la remontée des prix des matières premières premières de l'alimentation animale (céréales) amorcée durant l'été 2012.

Graphique 255



Source : SSP

Section 5 - Viandes de volailles : poulet, dinde

1. PRESENTATION DE LA FILIERE

Avec 1,86 million de tonnes produites en 2011, la France est le premier pays producteur de volaille de l'Union européenne (environ 15 % des volumes), devant l'Allemagne et le Royaume-Uni (environ 13 % de la production européenne chacun).

De 2001 à 2006, le poulet représentait un peu moins de la moitié des volumes de viande de volaille produits en France (49 % des abattages contrôlés de volaille en 2001). Aujourd'hui, ce secteur domine le marché français avec près de 60 % des abattages contrôlés de volailles en volume en 2011 (1 million de tec) et 80 % des abattages en nombre d'animaux (781 millions de têtes). Cette évolution reflète la part croissante de poulets légers produits pour le grand export et exportés sous forme de carcasses congelées et le recul de la production de dinde.

Il convient de distinguer, en poulet de chair, la production de poulets « export » (essentiellement abattue en Bretagne, et expédiée vers les Pays Tiers sous forme de carcasses congelées) et celle de poulets destinés aux marchés national et européen (majoritairement produite 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, bio). En 2011, les exportations de viandes de poulet vers les Pays Tiers se sont élevées à 343 100 tec, soit 34 % des abattages français de poulet toutes qualités et 71 % des exportations françaises de viande de poulet. Les expéditions sur le marché européen ont, quant à elles, porté sur 142 200 tec (14 % des abattages de poulet). En 2010, les abattages destinés aux marchés français et communautaire ont été constitués à 65 % de poulet standard, 22 % de poulet Label Rouge, 1 % de bio et 12 % de poulet d'autres signes de qualité.

La production de dinde est également majoritairement réalisée dans le Grand Ouest (45 % des abattages réalisés en Bretagne en 2011, et 24 % dans les Pays de la Loire). Sur les dix dernières années, le poulet et la dinde ont représenté environ 80 % de la production française de viande de volaille (part relativement stable), mais alors que la part du poulet s'est accrue, celle de la dinde a fléchi. La dinde a représenté 35 % en volume (11 % en nombre de têtes) des abattages contrôlés de viande de volaille en 2001, elle n'en représente plus que 22 % en 2011 (5 % en têtes). Depuis plusieurs années, le secteur de la dinde connaît des difficultés économiques qui ont conduit à une réduction de la production de moitié en dix ans. En 2011, les abattages contrôlés de dindes ont porté sur 380 600 tec, soit un peu moins de 54 millions de têtes, contre 113 millions en 2001, dont environ 87 % d'abattages standard. Les exportations ont représenté 30 % des débouchés pour la viande de dinde française, elles ont été destinées à 70 % au marché communautaire.

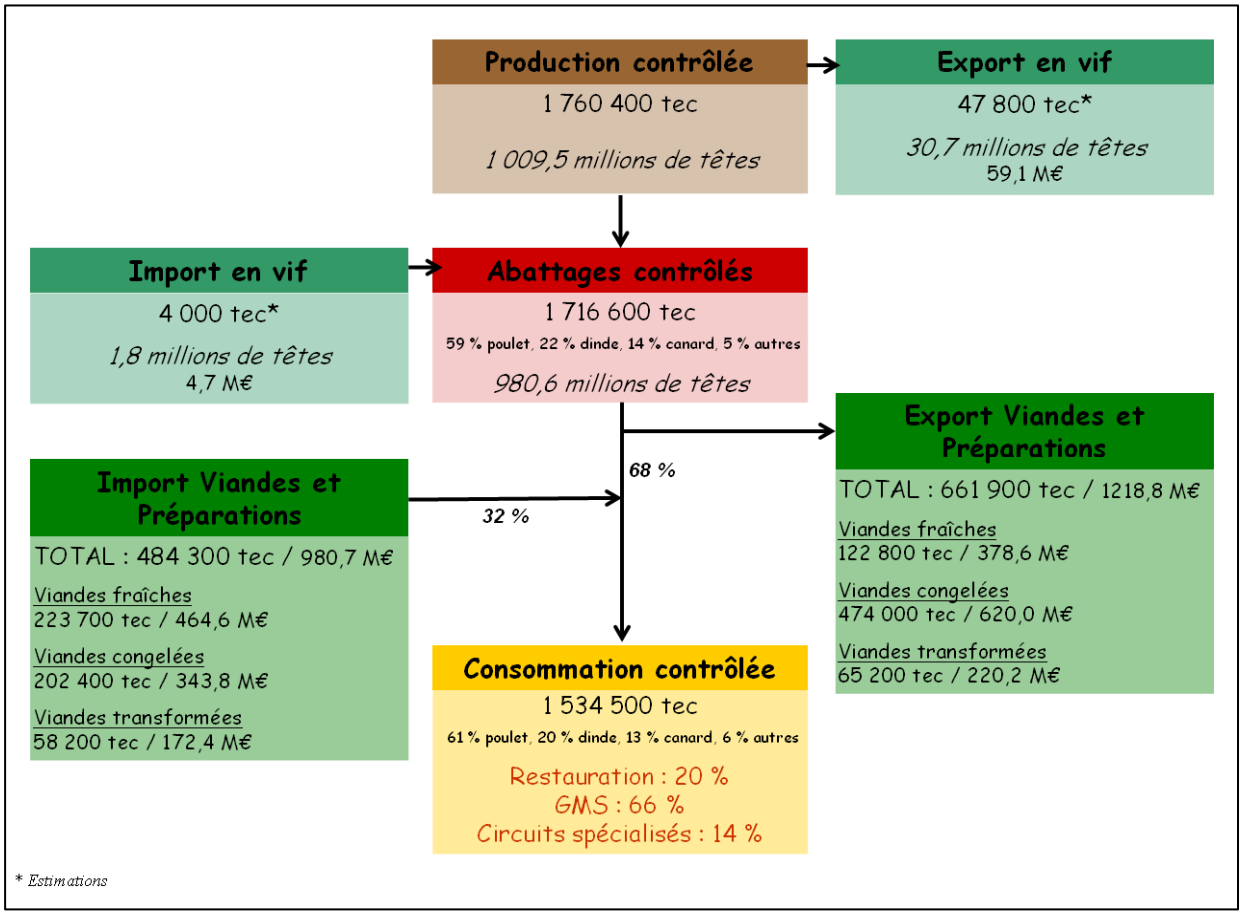
Les importations représentent une part croissante de la consommation française de viande de volaille (plus de 40 % de la consommation de poulet en 2011) et concernent l'ensemble des circuits de distribution. Elles ont porté sur plus de 484 000 tec en 2011, dont 46 % de produits frais, 42 % de produits congelés et 12 % de produits transformés.

La viande de volaille commercialisée en GMS (hors HD) a représenté 70 % des achats des ménages français de volaille et élaborés frais en 2009. Cette part varie selon les produits, les achats de poulet entier (poulet PAC) ont été réalisés à 83 % en GMS.
Tous circuits de commercialisation confondus, le poulet (y compris produits élaborés) a représenté 58 % des volumes de viande de volaille et élaborés frais achetés par les ménages français en 2009 (en poids de produit fini). Les découpes ont été la forme la plus consommée (53 % en volume, 58 % en valeur). La part des produits élaborés (poulet cuit, fumé, découpes aromatisées, panés frais), en croissance régulière, s'est élevée à 16 % en volume (18 % en valeur). Les 31 % restants (24 % en valeur) ont été commercialisés sous forme de poulet PAC. Le poulet Label Rouge, avec environ la moitié de ces volumes, occupe une place privilégiée dans l'univers du poulet entier.

Les achats des ménages de viande de dinde (y compris panés frais) ont représenté 20 % des achats de viande de volaille en 2009. Les ménages ont principalement acheté des escalopes (40 % des achats en volume, 55 % en valeur). Les ventes de cuisses et de panés frais ont chacune représenté 18 % des achats en volume et 10 % en valeur.

Bilan Viandes de volailles 2011

Schéma 21



tec : tonne équivalent carcasse

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

2. DONNEES ET METHODES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE VOLAILLE

2.1. Données de prix disponibles

2.1.1. Valeurs en vif

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

Il existe deux types principaux de contrats :

- les contrats à façon, qui prévoient une rémunération par kg vif pour un poids et un indice de consommation de référence, assortie de majorations ou minorations en fonction des résultats effectifs de l'élevage (en terme de mortalité, de consommation d'aliments, de poids) en regard des références ;

- les contrats à prix de reprise, qui fixent le prix au kg des animaux à reprendre par l'intégrateur, le prix des poussins et celui des aliments fournis : la rémunération de l'éleveur est le solde entre d'une part, le prix de reprise multiplié par le tonnage produit, et d'autre part, le nombre de poussins multiplié par le prix des poussins et le tonnage d'aliment consommé multiplié par le prix de l'aliment.

Dans ces filières, on ne peut donc identifier de « prix à la production agricole » proprement dit : la valeur unitaire du produit agricole, soit la valeur du kg d'animal vif prêt pour l'abattoir, n'est pas un prix de marché ni la recette unitaire du producteur agricole.
Ces valeurs font toutefois l'objet d'enquêtes statistiques du SSP fournissant mensuellement les prix moyens au kg vif nécessaires au calcul des IPPAP "volailles". Ces données sont également publiées en niveau pour les agrégats suivants : dindes et dindons, poulets, pintade. Des prix en niveau pour le poulet standard ont spécifiquement été fournis pour les besoins de l'observatoire.
Dans le cadre de l'observatoire de la formation des prix et des marges, on utilise ces valeurs en vif comme indicateurs de la valeur de la matière première agricole de la filière, bien que cette valeur soit coproduite par l'éleveur et son intégrateur.

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

En 2011, l'observatoire n'avait pu disposer que de très peu de données de prix industriels en filière volailles, et ces références n'étaient pas utilisables. Celles-ci portaient en effet sur des cotations régionales ne représentant qu'une partie du marché ; ces prix industriels ne pouvaient donc pas être comparés aux valeurs moyennes nationales recueillies aux stades production et détail.
Seule une première approche en termes de marge brute agrégée industrie-distribution avait donc pu être réalisée en 2011.

L'observatoire dispose à présent de prix industriels en niveaux relevés par l'INSEE (cf. Chapitre 2) pour 4 produits, dont 3 suivis par l'observatoire : poulet entier PAC standard, filet de poulet standard, filet de dinde standard et cuisse de poulet standard. Ce dernier produit n'est pas suivi directement par l'observatoire, mais est nécessaire à la construction du modèle de calcul de la marge brute de l'industrie pour les filets (cf. partie 2.2.1 de cette section).

Ces relevés de prix industriels sont toutefois récents (dans les filières volailles, les premières données disponibles débutent en mars 2011). En série longue, sont disponibles les indices de prix industriels de viandes de volailles élaborés par l'INSEE dans le cadre du dispositif des indices des prix de l'industrie et des services aux entreprises (OPISE), mais ils portent sur de larges agrégats de produits (viandes de poulets, viandes de dindes…) qu'il est difficile de rattacher aux nomenclatures plus précise suivies aux stades amont et détail.

2.1.3. Prix des volailles au détail

On utilise les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, disponibles depuis 2003.
Le suivi a été limité aux articles suivants : poulet entier standard, poulet entier label, escalopes de poulet standard, escalopes de dinde.

2.2. Indicateurs de marge brute

2.2.1. Calcul des marges brutes aux différents stades de la filière

2.2.1.1. Marge brute agrégée industrie-distribution

Sur le long terme, en l'absence de données de prix industriels, seule une marge brute agrégée « industrie + distribution » peut être calculée, par différence entre le prix au détail (HT) de l'article considéré et le prix de la volaille entrée abattoir.
Cette approche a pu être réalisée dans le précédent rapport, elle est reconduite ici, mais les résultats évoluent légèrement par rapport à 2011 puisqu'ils tiennent compte à présent des coefficients techniques (rendements carcasses) fournis par les industriels. Ainsi, alors qu'en 2011, la marge brute agrégée était la différence entre le prix au détail et le prix du vif entrée abattoir, tel qu'obtenu à partir de l'enquête du SSP, en 2012, elle représente la différence entre le prix au détail et le prix de la carcasse entrée abattoir.

2.2.1.2. Marge brute abattage-découpe et marge brute détail GMS

Sur la période récente débutant en mars 2011, la disponibilité de prix industriels relevés par l'INSEE permet de « désagréger » la marge brute industrie-distribution pour la scinder en deux et ainsi décomposer plus finement le prix au détail de l'article considéré. Il est la somme de 3 éléments : la valeur de la matière première agricole, la marge brute de l'industrie ou marge brute de transformation, et la marge brute de la distribution.

Cas des volailles entières

On décompose donc le prix au détail du poulet entier PAC de la manière suivante :
$P_{DETAIL} = V_{MP\ AGRICULTURE} + MB_{INDUSTRIE} + MB_{DETAIL}$

Ces trois éléments, valeur de la matière première (V_{MP}) et marges brutes (MB) doivent être exprimés dans la même unité : en unité de produit vendu au détail. Il faut pour cela tenir compte des pertes et rendements à chaque étape.

Pour vendre 1 kg de poulet PAC, le stade détail doit avoir acheté à l'industrie une quantité plus grande, égale à $1 / R_{DETAIL}$ si l'on tient compte de pertes à ce stade, ou bien seulement 1 kg si l'on ne tient pas compte des pertes ou faute de connaître avec précision le taux de perte au détail. Si $P_{INDUSTRIE}$ est le prix d'achat à l'industrie, et P_{DETAIL} le prix de vente au détail, la marge brute du commerce de détail est donc :
$MB_{DETAIL} = P_{DETAIL} - (P_{INDUSTRIE} / R_{DETAIL})$

Ne disposant pas d'informations sur les éventuelles pertes au détail, celles-ci ne sont pas prises en compte dans le modèle volaille (on considère donc que $R_{DETAIL} = 1$), d'où :
$MB_{DETAIL} = P_{DETAIL} - P_{INDUSTRIE}$

Pour permettre au stade détail de vendre 1 kg de poulet PAC, le stade industrie doit donc produire une quantité égale à $1 / R_{DETAIL}$, soit 1 kg ici. Il doit pour cela avoir acheté cette quantité au stade production agricole, mais doit également tenir compte de ses propres rendements.
Ici, le seul coefficient pris en compte est le rendement carcasse : pour produire et vendre 1 kg de poulet PAC, l'industrie doit avoir acheté une quantité de poulet vif égale à $1 / R_{INDUSTRIE}$ (avec $R_{INDUSTRIE}$ = rendement carcasse).

Finalement, l'industrie doit acheter à la production agricole la quantité $1 / (R_{INDUSTRIE} \times R_{DETAIL})$, ici cette quantité correspond simplement au poids de poulet vif corrigé par le rendement carcasse.
On a donc :
$MB_{INDUSTRIE} = P_{INDUSTRIE} - (P_{VIF}$ / rendement carcasse)

Dans le cas des volailles entières, le modèle de décomposition du prix au détail est donc très simple :
- la marge brute détail GMS est égale au prix d'achat du poulet PAC au détail (Kantar) moins le prix sortie industrie du poulet PAC (INSEE) ;
- la marge brute abattage-découpe est la différence entre le prix sortie industrie et le prix du kg de carcasse, ce dernier étant obtenu à partir du prix du vif (enquête SSP) et du rendement carcasse (fourni par les industriels) ;
- la valeur de la matière première agricole correspond au prix du vif divisé par le rendement carcasse.

Cas des découpes

De la même manière, on cherche à décomposer le prix au détail d'une découpe de volaille (filet de poulet standard et filet de dinde sont les deux produits de découpes suivis par l'observatoire) :
$P_{DETAIL} = V_{MP\ AGRICULTURE} + MB_{INDUSTRIE} + MB_{DETAIL}$

Ces différents éléments doivent être exprimés en unité de produit vendu au détail, soit 1 kg de filet (de poulet ou de dinde) vendu au détail.
Ne tenant pas compte des éventuelles pertes au stade détail, comme pour le poulet PAC, on a :
$MB_{DETAIL} = P_{DETAIL} - P_{INDUSTRIE}$
P_{DETAIL} correspond au prix d'achat du filet au détail (Kantar) et $P_{INDUSTRIE}$ au prix sortie industrie du filet de poulet ou de dinde (INSEE).

En reprenant le même raisonnement que pour le poulet PAC, le stade détail doit donc acheter 1 kg de filet à l'industrie pour pouvoir en vendre 1 kg (un modèle ultérieur pourra tenir compte de pertes au stade détail). Pour produire ce kg de filet, parmi d'autres produits de découpe, l'industrie doit traiter 6,6 kg de poulet vif ou 5,4 kg de dinde vive, compte tenu des rendements mentionnés ci-après.

Rendements carcasse et filet dans l'industrie

Tableau 41

	Poulet standard	Poulet label	Dinde
Poids vif (g)	1 900	2 200	9 800
Rendement carcasse (% poids vif)	67%	66%	72%
Poids carcasse (g)	1 275	1 450	7 100
Rendement filet (% poids vif)	15%		18%
Poids de filet (g)	287		1 811

Source : FIA

Pour le calcul de la marge brute de transformation sur un kg de pièce (filet), il faut estimer la valeur de la seule matière première de ce kg de pièce, qui n'est pas le prix du kg de carcasse ou de vif. La méthode de calcul de la marge brute dans l'industrie des viandes sur une pièce particulière issue d'une carcasse, proposée par P. MAINSANT dans ses travaux sur les marges en viandes bovines et porcine, peut être utilisée pour calculer cette valeur.

Rappel du principe : la marge brute industrielle unitaire sur une pièce particulière est par définition, le prix de vente de cette pièce sortie usine moins le coût de la matière première de cette pièce, coût non égal au prix de la carcasse : puisque les pièces ont des valorisations différentes, on postule que leurs matières premières ont des valeurs unitaires différentes, qui ne peuvent être que calculées, puisque ces matières premières ne sont pas achetées séparément, étant des composants de la même carcasse.

Un premier modèle minimal propose de considérer que seules trois pièces de découpe sont valorisées à partir de la carcasse, c'est-à-dire au moins ailes, filets et cuisses. Ce modèle nécessite de connaître les prix de vente sortie industrie de ces découpes :
$P_{COUP\ 1}$, $P_{COUP\ 2}$, et $P_{COUP\ 3}$.

Ces prix correspondent aux prix industriels fournis par l'INSEE.
A partir de leur poids moyen en % du poids carcasse valorisé (coefficients obtenus à partir des rendements de découpe fournis par la FIA), on en déduit le prix moyen au kg de la carcasse valorisée en découpes.
$P_{INDUSTRIE} = P_{COUP\ 1} \times \%poids_{COUP\ 1} + P_{COUP\ 2} \times \%poids_{COUP\ 2} + P_{COUP\ 3} \times \%poids_{COUP\ 3}$

On calcule alors, chaque mois, le rapport entre la valeur de la matière première par kg de découpe et le prix moyen de ces découpes sortie industrie (on tient compte du rendement global T de l'opération) :
$R = P_{CARCASSE} / (T \times P_{INDUSTRIE})$, avec $P_{CARCASSE} = P_{VIF}$ / rendement carcasse

On considère que ce rapport *R* s'applique pièce par pièce, donc la valeur de la matière première au kg de chaque pièce est :
$V_{MP\ 1} = R \times P_{COUP\ 1}$
$V_{MP\ 2} = R \times P_{COUP\ 2}$
$V_{MP\ 3} = R \times P_{COUP\ 3}$

(Le rapport *R* est le même pour toutes les pièces à un moment donné, mais il change à chaque date en fonction des rapports de prix constatés entre matière première et valorisations).
La marge brute sur chaque pièce est alors, par kg de pièce vendue :
$MB_{COUP\ 1} = P_{COUP\ 1} - V_{MP\ 1} = P_{COUP\ 1} \times (1 - R)$
$MB_{COUP\ 2} = P_{COUP\ 2} - V_{MP\ 2} = P_{COUP\ 2} \times (1 - R)$
$MB_{COUP\ 3} = P_{COUP\ 3} - V_{MP\ 3} = P_{COUP\ 3} \times (1 - R)$

2.2.2. Les indicateurs suivis par l'observatoire en viandes de volailles

2.2.2.1. Cas des volailles entières : poulet entier PAC standard

D'après les données de prix et coefficients disponibles, dans le cas du poulet PAC standard, les deux approches qui viennent d'être explicitées pourront être présentées dans ce rapport : long terme avec la seule marge agrégée, court terme avec marges différenciées.

2.2.2.2. Cas des volailles entières : poulet entier PAC label

Ne disposant pas encore de prix industriels pour le poulet PAC label, l'observatoire n'est pas en mesure de déterminer des marges brutes de transformation et de distribution pour ce produit. Seule l'approche agrégée reste possible. Comme indiqué dans la partie précédente, celle-ci évolue par rapport à 2011 en tenant compte désormais du rendement carcasse.

2.2.2.3. Cas des découpes : filet de poulet standard et filet de dinde

L'application du modèle décrit précédemment suppose la disponibilité de prix industriels pour au moins les ailes, les filets, et les cuisses. Or, les seuls prix disponibles (via l'INSEE) sont ceux des filets

de poulet, cuisses de poulet, et filets de dinde. Les données sont donc encore insuffisantes pour pouvoir estimer la valeur de la matière première des découpes.
On ne peut donc pas calculer à ce satde d'indicateur de marge brute de l'industrie pour les découpes de volailles.
La disponibilité de prix industriels permet tout de même de présenter, sur court terme, l'évolution de la marge brute de distribution, soit un des trois éléments qui permettent de décomposer le prix au détail du filet de poulet ou de dinde.

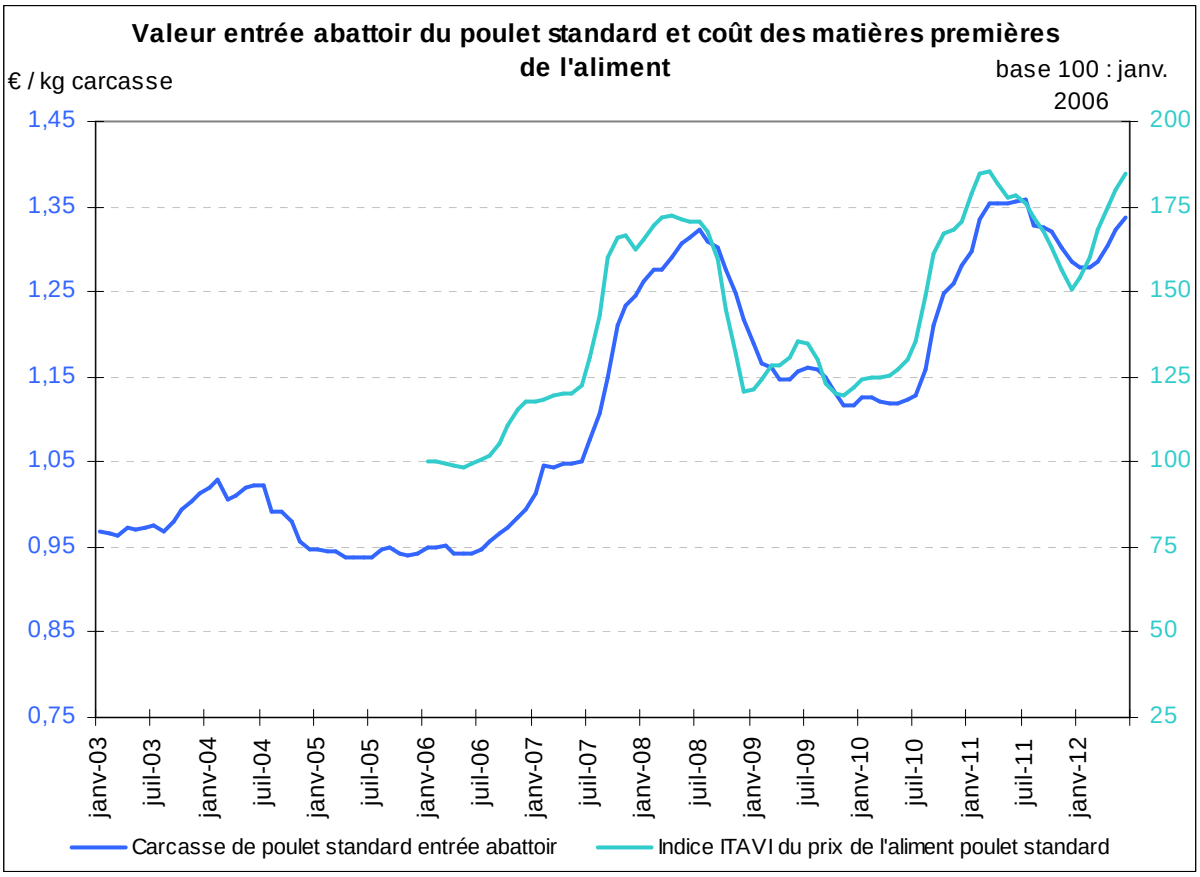
3. LES PRIX ET LES MARGES AUX DIFFERENTS STADES, LES COMPOSANTES DES PRIX AU DETAIL DANS LA FILIERE VOLAILLE

3.1. Evolution des prix aux différents stades de commercialisation

3.1.1. Prix des volailles entrée abattoir

Les graphiques ci-après présentent l'évolution de la valeur des volailles entrée abattoir en €/kg de carcasse[42] pour les trois types de volailles suivis par l'observatoire : poulet standard, poulet label et dinde. Le premier graphique, constitué de deux axes, présente aussi l'évolution de l'indice ITAVI coût matières premières de l'aliment poulet standard (dont l'évolution est similaire pour toutes les volailles). En effet, la valeur des volailles à la production est fortement corrélé à l'évolution du prix des matières premières entrant dans la composition des aliments, l'aliment représentant la majeure partie du coût de production (cf. parties 6 et 7 sur les coûts e production et la transmission des prix).
Les évolutions de la valeur des volailles entrée abattoir reflètent donc (avec un léger décalage) les évolutions des prix des céréales et des protéines incorporées dans l'aliment.

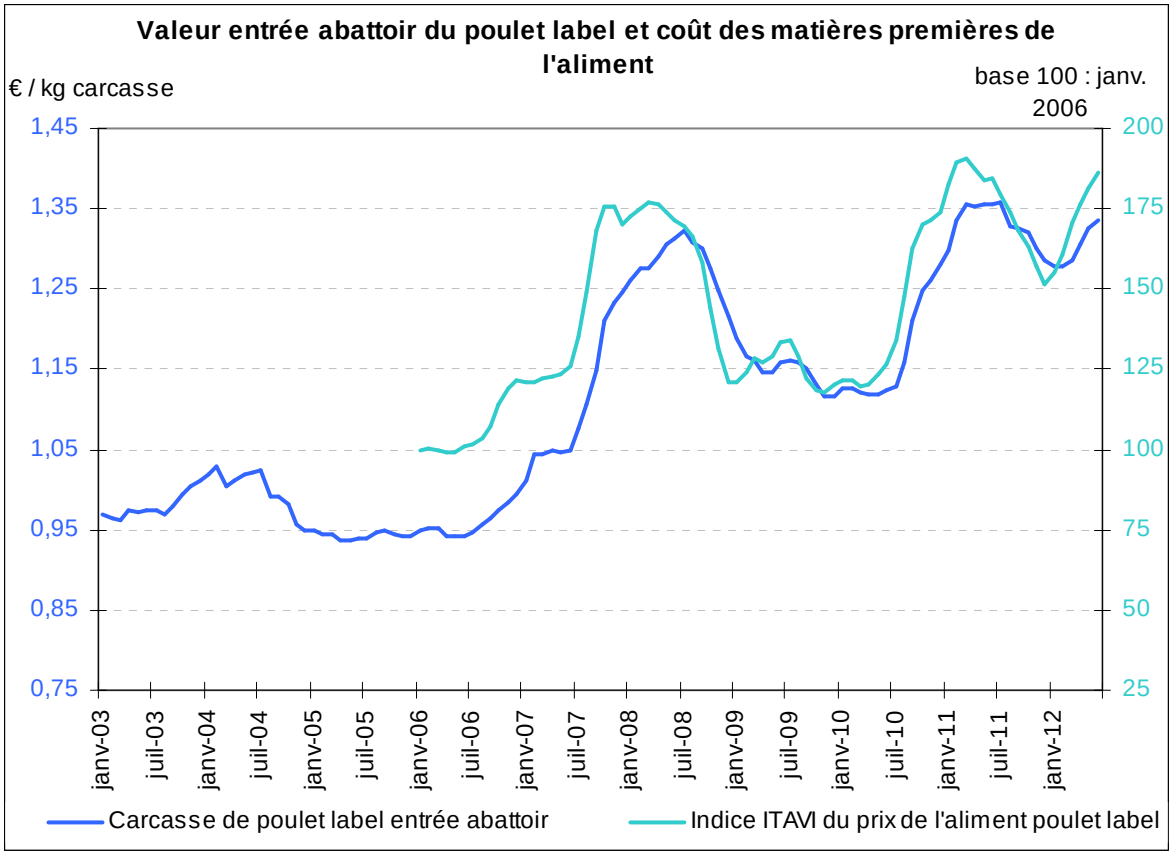
Graphique 256



Sources : ITAVI, SSP, traitements FranceAgriMer

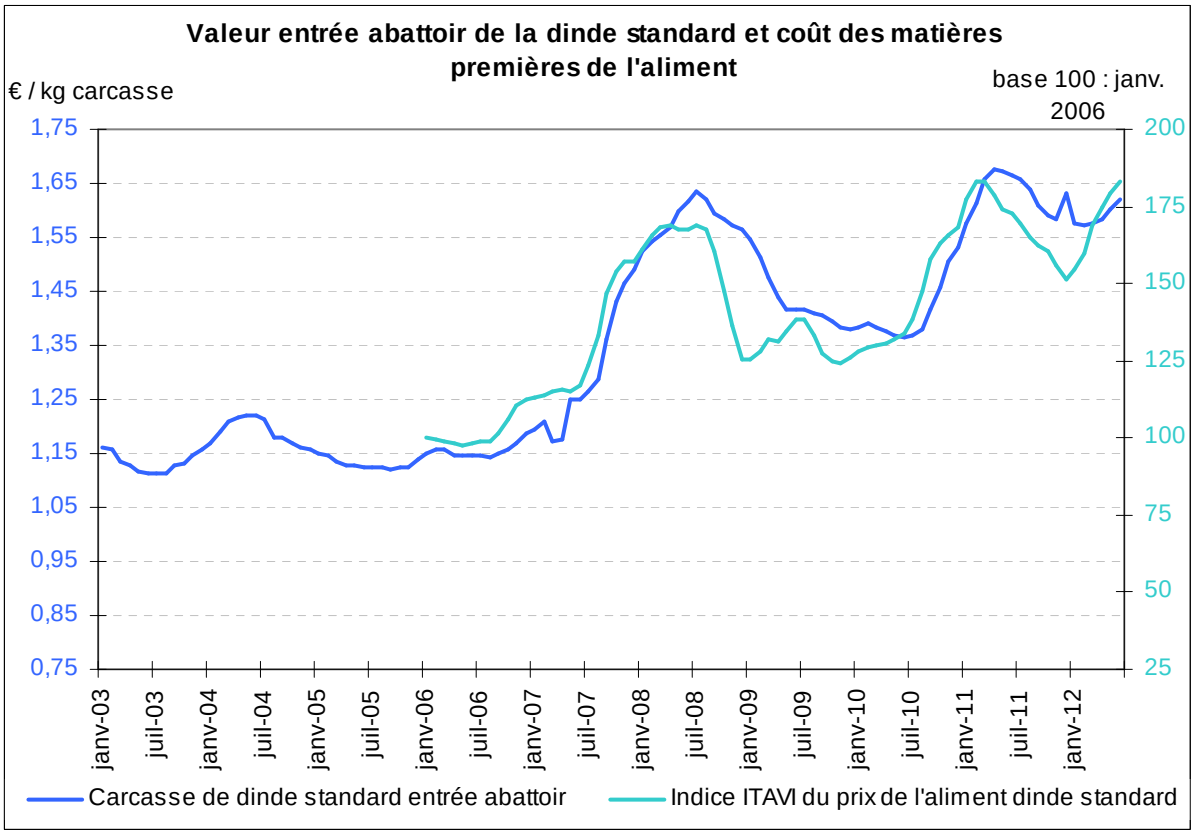
[42] Dans les formes d'élevage intégré, il ne s'agit pas d'un prix à la production agricole au sens de « payé au producteur agricole » , mais de la valeur de cession par l'intégrateur à l'industriel, d'un produit dont les coûts ont été supportés pour partie par l'éleveur (travail, bâtiments,…) et pour partie par l'intégrateur (aliments, poussins).

Graphique 257



Sources : SSP, traitements FranceAgriMer

Graphique 258

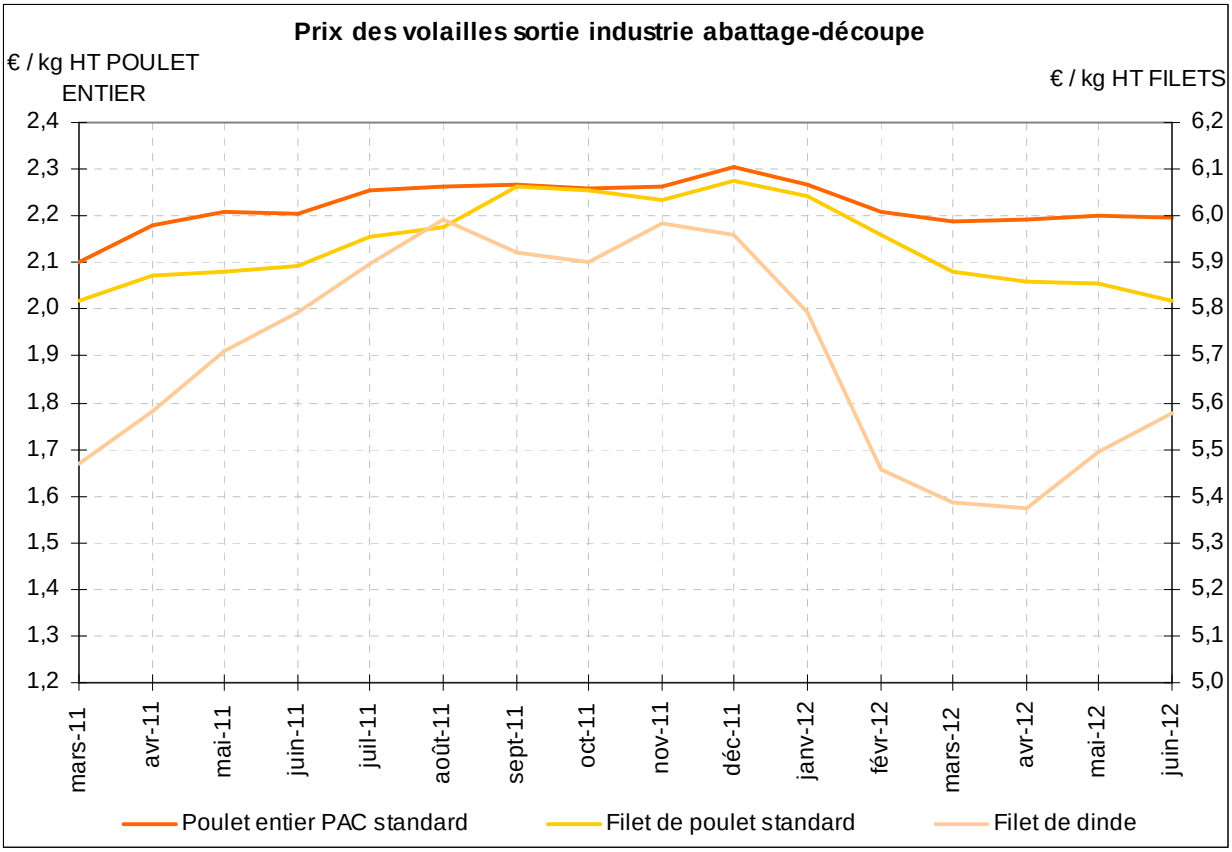


Sources : SSP, traitements FranceAgriMer

3.1.2. Prix des volailles au stade industriel abattage-découpe

Les séries présentées ici sont encore très courtes, ne disposant de prix sortie industrie (via l'INSEE, pour l'OFPM) que depuis mars 2011. Les évolutions observées sur cette brève période peuvent difficilement être commentées.

Graphique 259



Source : INSEE

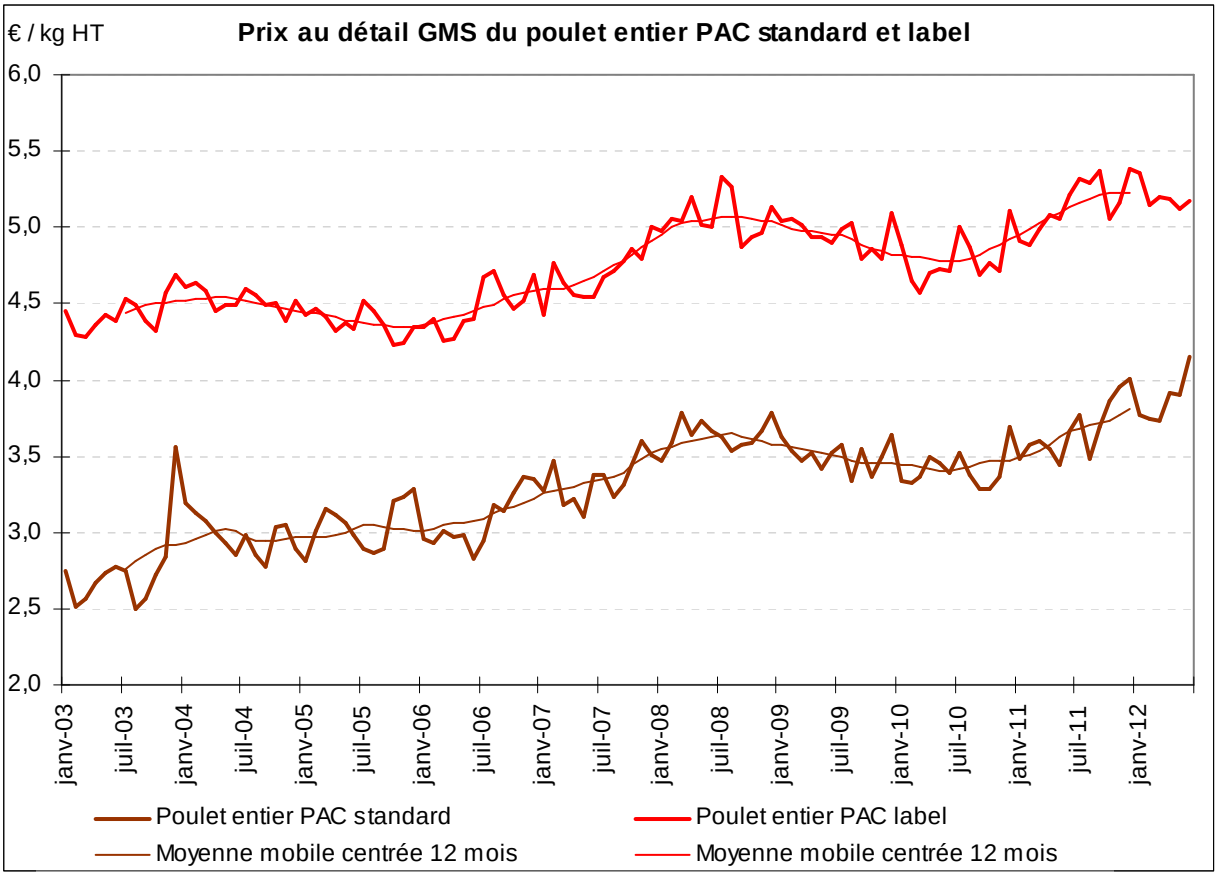
3.1.3. Prix des produits de volailles au détail en GMS

Les graphiques présentés ici sont les prix moyens d'achat en GMS des différents produits de volaille suivis par l'observatoire, issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel.
Ces prix sont mis en parallèle avec les prix entrée abattoir des volailles sur les graphiques à double échelle (qui permettent de comparer plus facilement les évolutions des deux séries, aux ordres de grandeur très différents).
On constate que les deux courbes suivent des évolutions similaires, mis à part certaines baisses du prix au stade production qui ne se retrouvent pas au niveau du prix de détail GMS. C'est le cas du filet de dinde notamment. Mais cela s'observe aussi pour le poulet entier PAC standard : malgré une baisse du prix à la production fin 2004, le prix moyen au détail en GMS du poulet PAC standard a continué de progresser.
Pour les différents produits de volaille étudiés, le prix de détail est sur une tendance haussière depuis 2003. Cette hausse a été particulièrement marquée en 2007 et 2008, période pendant laquelle les industriels ont été en capacité de répercuter la hausse du prix de l'aliment sur le prix de détail. Mais cette forte croissance des prix a rapidement induit une baisse des achats. La tendance s'est inversée dès la fin de l'année 2008, avec une légère baisse des prix au détail, permettant ainsi une reprise des achats.

En 2010, les quantités achetées se sont à nouveau inscrites en hausse avec un prix en recul : les achats de poulet PAC standard et label ont progressé respectivement de 6,1 % et 1,8 % en volume (tous circuits de distribution confondus), avec un prix d'achat en repli de 1,9 % et 3 %. Les achats de découpes de volaille ont enregistré une forte progression : + 17 % pour les escalopes de poulet, avec un prix en baisse de 3,3 %, et + 4,9 % pour les escalopes de dinde avec un prix d'achat qui s'est stabilisé (+ 0,2 %).

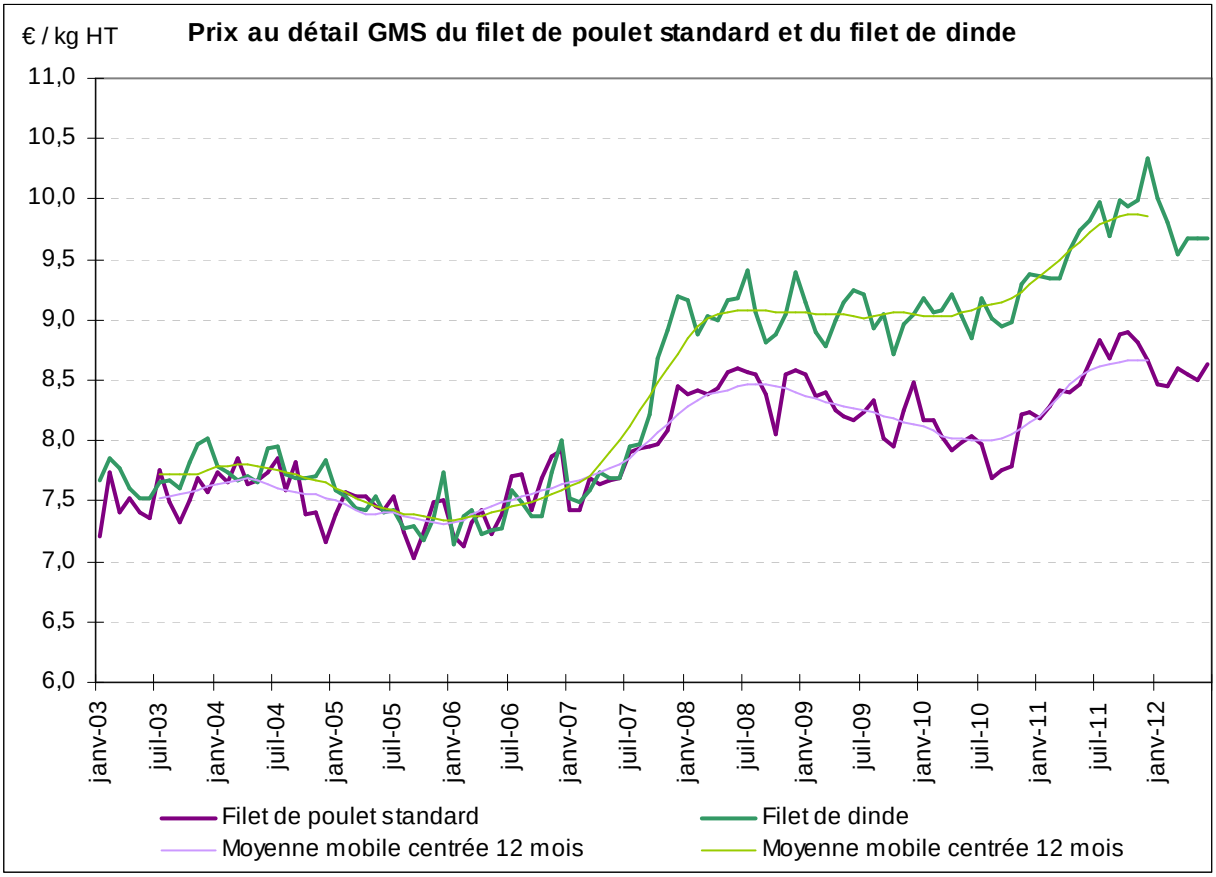
En 2011, suite à la nouvelle flambée du cours des matières premières survenue à partir de l'été 2010, les prix de détail de la volaille sont repartis à la hausse. Les volumes achetés se sont relativement bien maintenus au début de l'année, mais ont commencé à reculer à partir de septembre. Ainsi, les achats des ménages de la plupart des produits de volaille ont été en baisse en 2011 ; en particulier, les volumes des quatre produits suivis par l'observatoire achetés par les ménages se sont repliés par rapport à 2010 avec des prix moyens d'achat en progression de 7 à 8 %.
Début 2012, les prix de détail continuent de progresser. Avec un prix au kg plus faible, les volumes de poulet PAC entier et label achetés par les ménages restent en hausse, alors que ceux d'escalopes de poulet et de dinde reculent.

Graphique 260



Source : Kantar Worldpanel

Graphique 261



Sources : SSP, Kantar Worldpanel

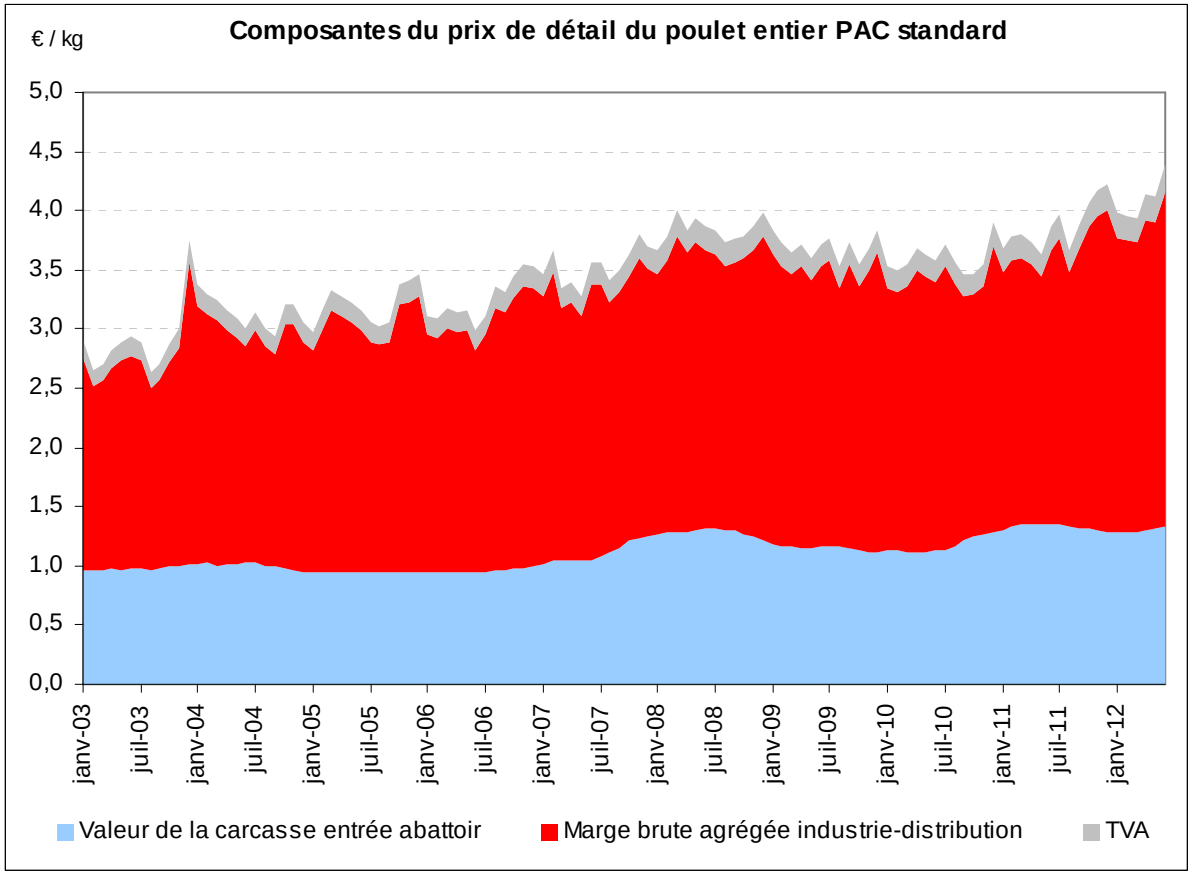
3.2. Marges brutes et composantes du prix au détail

3.2.1. Poulet entier PAC standard

3.2.1.1. Approche sur longue période en termes de marge brute agrégée

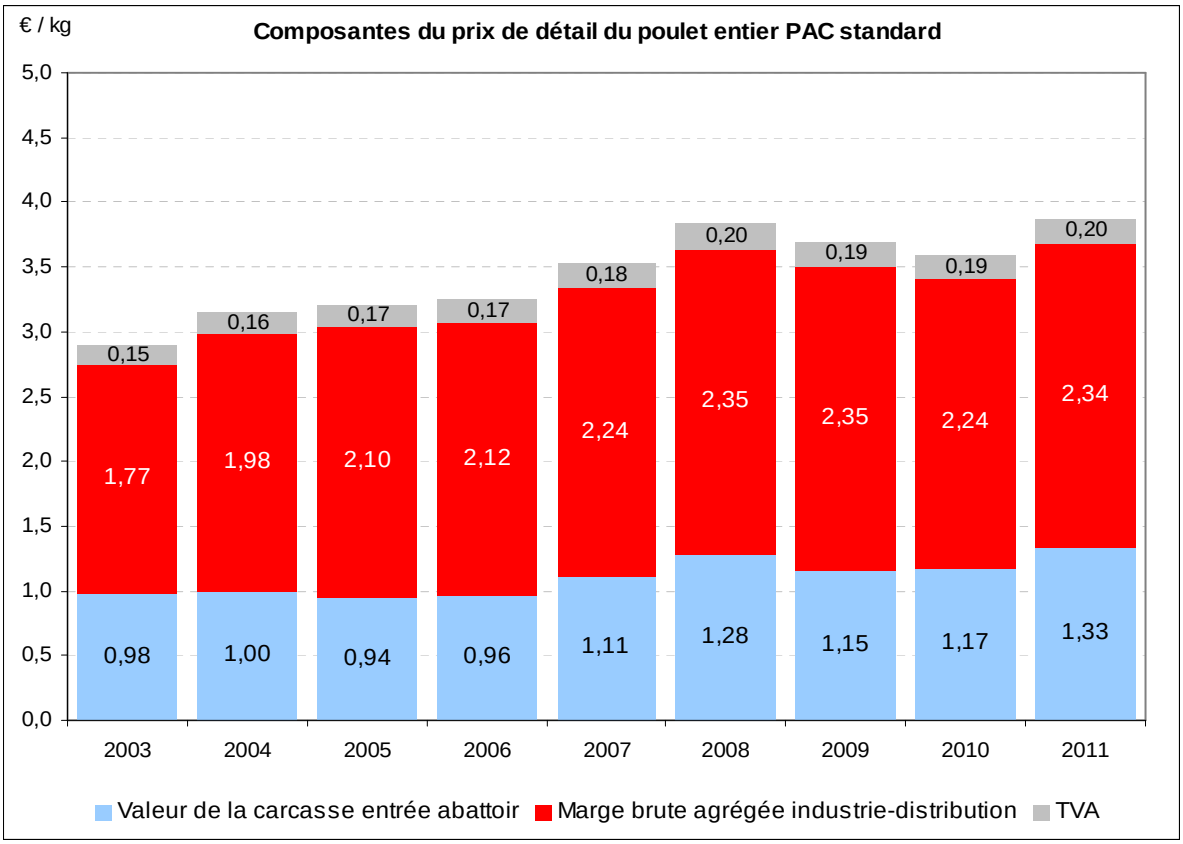
En raison de l'absence de série historique de prix industriels, cette approche est la seule possible sur le long terme.
Les deux graphiques qui suivent présentent la série mensuelle 2003-2012 et annuelle 2003-2011 du prix de détail en GMS du poulet entier PAC standard, décomposé en valeur de la carcasse entrée abattoir et marge brute agrégée industrie-distribution. Le Graphique 262 présente quant à lui l'évolution de la marge brute agrégée industrie-distribution entre 2003 et 2012, appréciée en moyenne mobile sur 12 mois afin de repérer les principales tendances.
Entre 2003 et 2011, le prix en GMS HT du poulet PAC standard a augmenté de 0,93 € (+ 34 %). Dans le même temps, la marge brute agrégée a progressé de 0,57 € (+ 32 %) et la valeur de la carcasse entrée abattoir de 0,35 € (+ 36 %). Avec la hausse du prix de détail, la part de la valeur de la carcasse entrée abattoir et de la marge brute agrégée dans le prix moyen au détail HT est restée relativement stable sur la période 2003-2011 : respectivement environ 34 % et 66 %.
Alors que la valeur de la carcasse entrée abattoir a suivi l'évolution du cours des matières premières de l'aliment (cf. 3.1.1), la marge brute agrégée industrie-distribution (Graphique 262) a progressé régulièrement jusque fin 2008. Elle s'est légèrement repliée sur 2009-2010, ce qui, combiné à une diminution de la valeur entrée abattoir, a permis un recul du prix de détail favorisant la reprise des achats des ménages. Elle est repartie à la hausse début 2011 et progresse fortement depuis juin 2011. En juin 2012, elle est en hausse de 29 % (+ 0,63 €) par rapport à janvier 2011.

Graphique 262



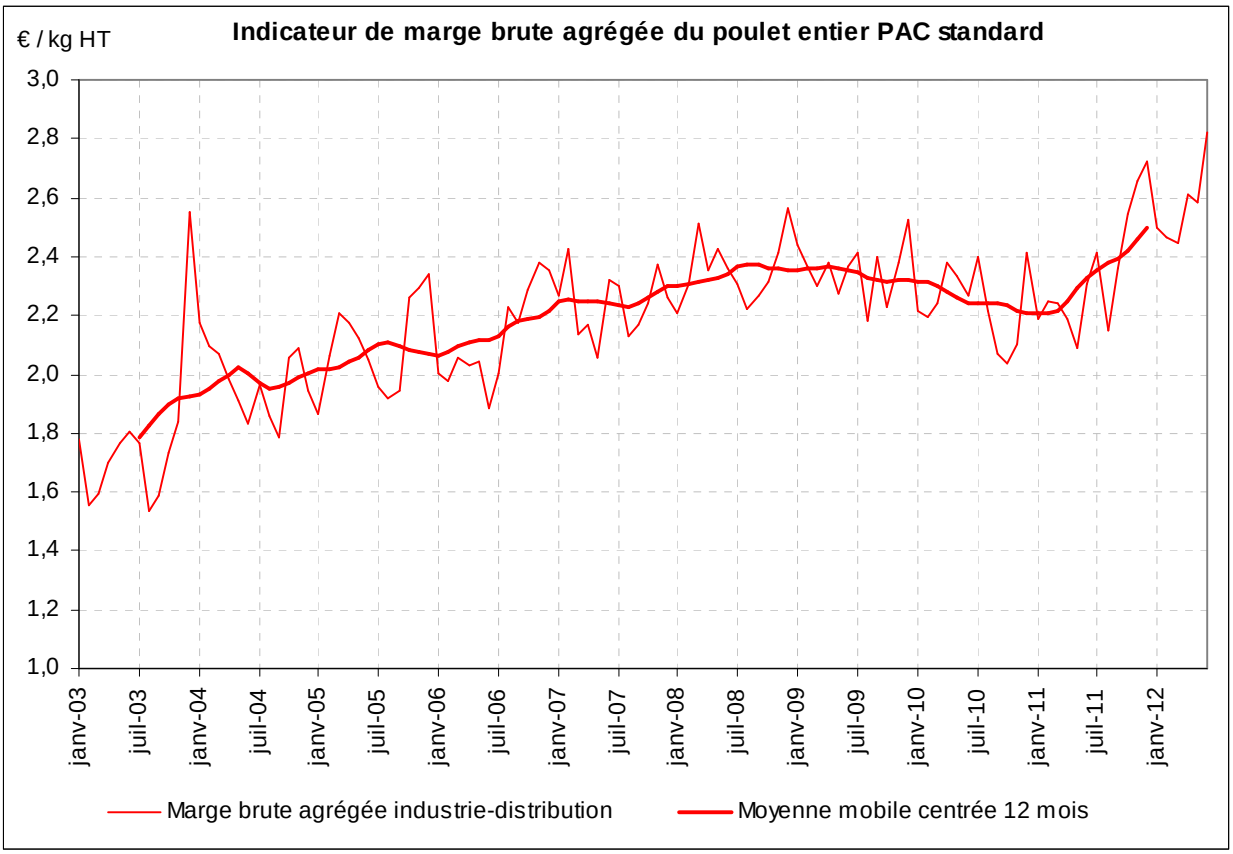
Sources : SSP, Kantar Worldpanel

Graphique 263



Sources : SSP, Kantar Worldpanel

Graphique 264

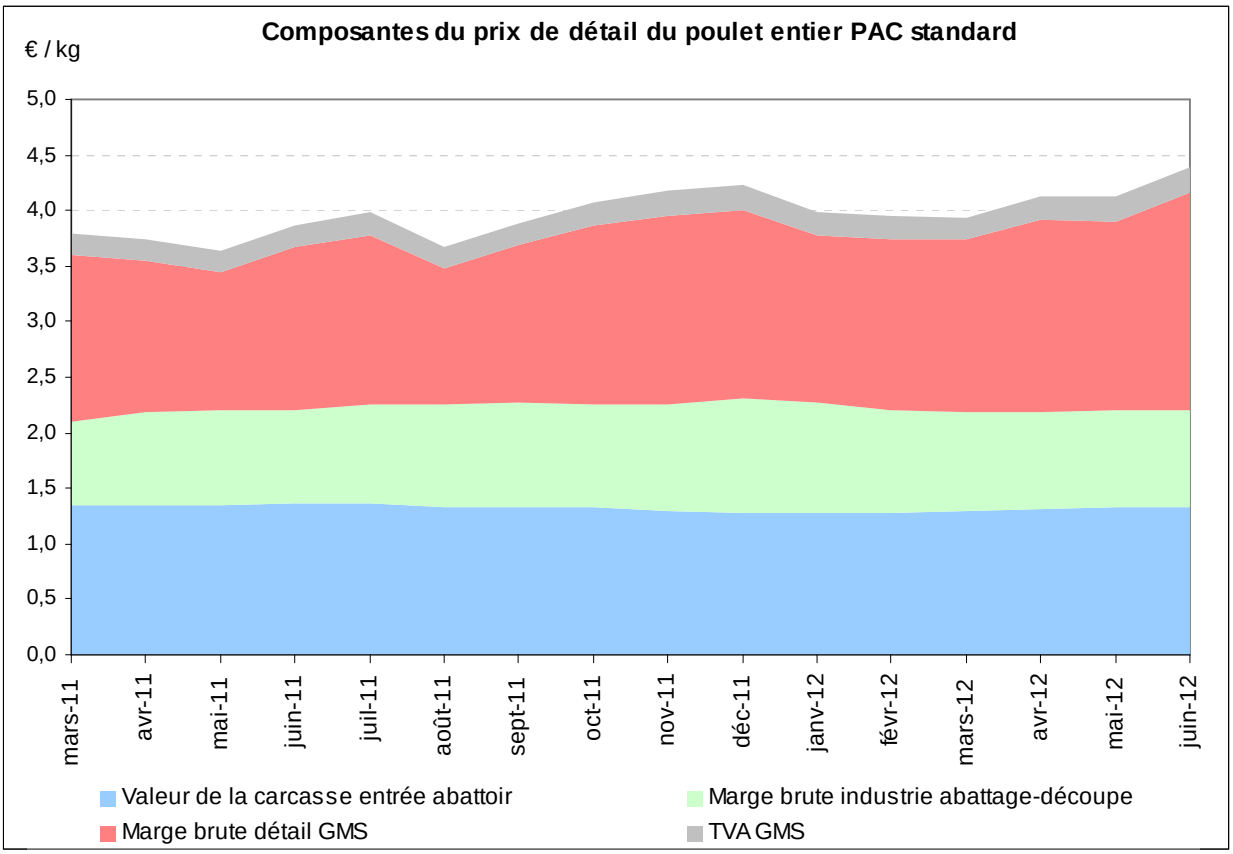


Sources : SSP, Kantar Worldpanel

3.2.1.2. Nouveaux résultats sur le niveau des marges brutes dans l'industrie et dans la grande distribution

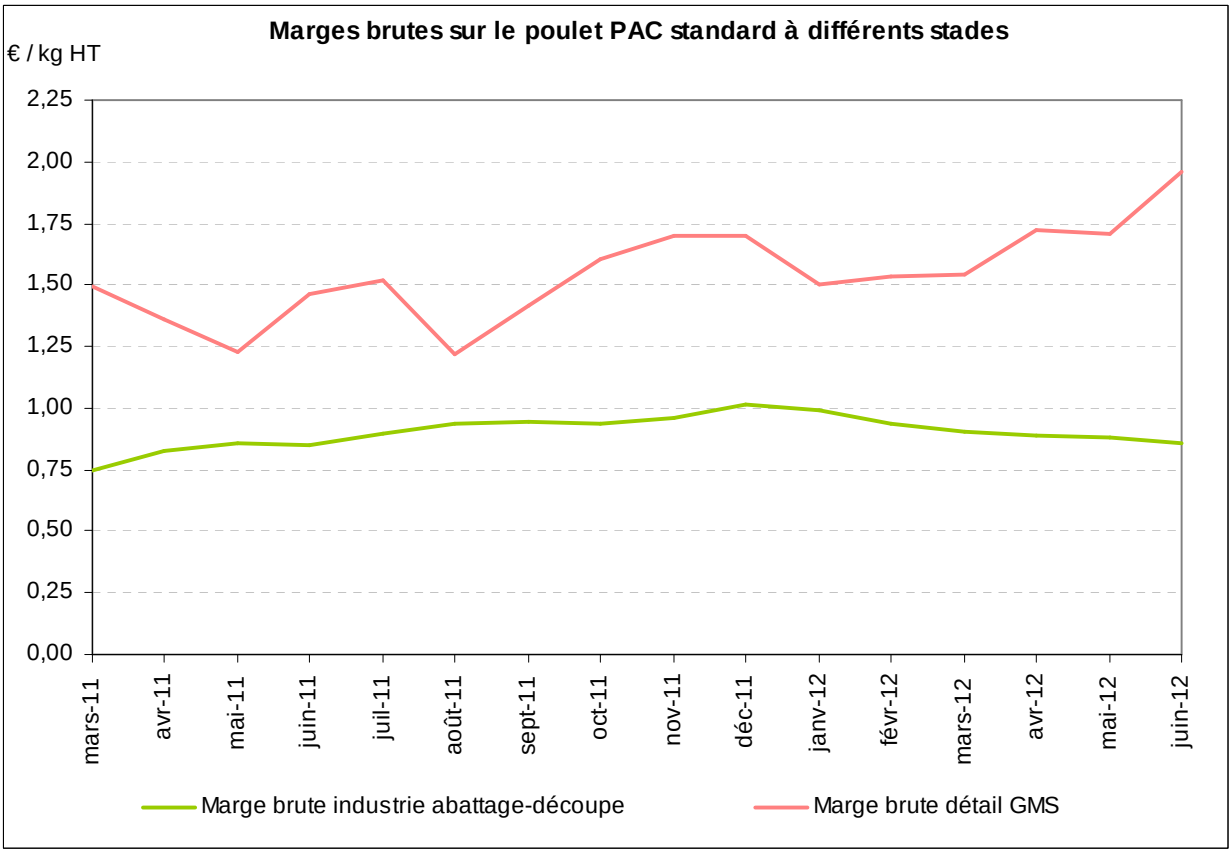
Depuis mars 2011, une approche plus fine des marges brutes peut être réalisée pour le poulet entier PAC standard, en dissociant la marge brute de l'industrie et la marge brute de la GMS.
Le Graphique 265 présente la décomposition mensuelle du prix au détail du poulet PAC standard entre les différentes marges brutes et le Graphique 266 l'évolution sur mars 2011-juin 2012 des marges brutes de l'industrie et de la distribution.
La marge brute de la distribution représente sur la période environ deux tiers (56 à 69 % selon les mois) de la marge brute agrégée industrie-distribution calculée précédemment et 35 à 47 % du prix de détail HT, alors que la marge brute de l'industrie représente 31 à 44 % de la marge brute agrégée et 21 à 27 % du prix de détail.
Alors qu'à cette échelle la valeur de la matière première entrée abattoir varie peu, le Graphique 266 montre que la variation du prix au détail du poulet PAC standard est surtout liée à l'évolution de la marge brute de la distribution.
Depuis le début de l'année 2012, la marge brute de l'industrie diminue avec la progression de la valeur de la matière première entrée abattoir (Graphique 256) et la baisse du prix sortie industrie (Graphique 259), alors que la marge brute de la distribution s'accroît.

Graphique 265



Sources : SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 266

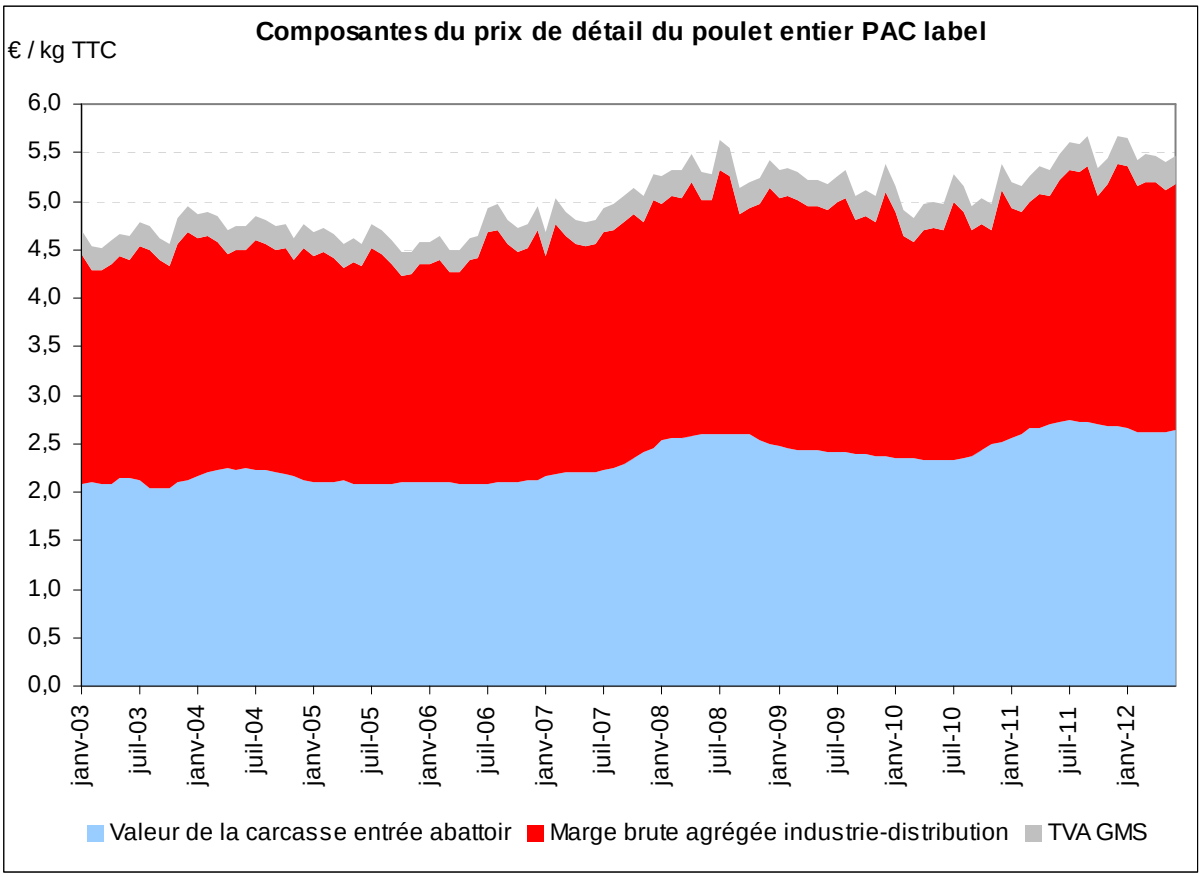


Sources : SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

3.2.2. Poulet entier PAC label

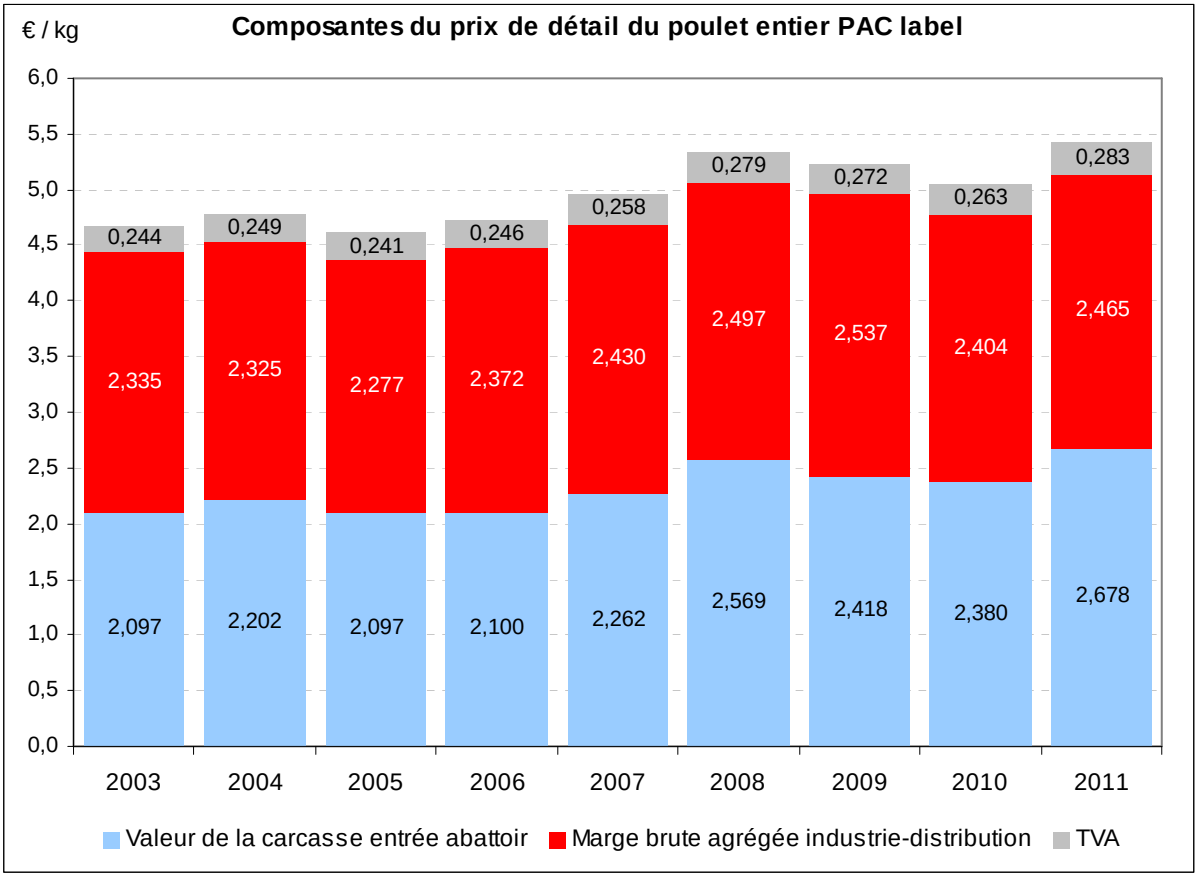
Ne disposant pas encore de série de prix industriels, la seule approche possible pour le poulet entier PAC label est la marge brute agrégée industrie-distribution. Cette partie présente ainsi les trois mêmes graphiques que ceux construits pour le poulet PAC standard pour cette approche.
Entre 2003 et 2011, le prix en GMS HT du poulet PAC label a augmenté de 0,71 € (+ 16 %). Contrairement au poulet standard, cette croissance est davantage liée à l'augmentation de la valeur entrée abattoir (+ 0,58 €, soit + 28 %). La marge brute agrégée a quant à elle progressé de 0,13 € (+ 6 %).
L'évolution du prix de détail est dans ce cas plus liée à la variation du prix du vif. Contrairement au poulet standard, les variations du prix au détail du poulet entier PAC label suivent de plus près les variations du coût du vif. Par ailleurs, la part de la valeur de la carcasse entrée abattoir dans le prix moyen au détail HT du poulet PAC label est cette fois-ci plus importante et sur une tendance croissante, de 47 % en 2003 à 52 % en 2011, contre 34 % en moyenne pour le poulet standard.

Graphique 267



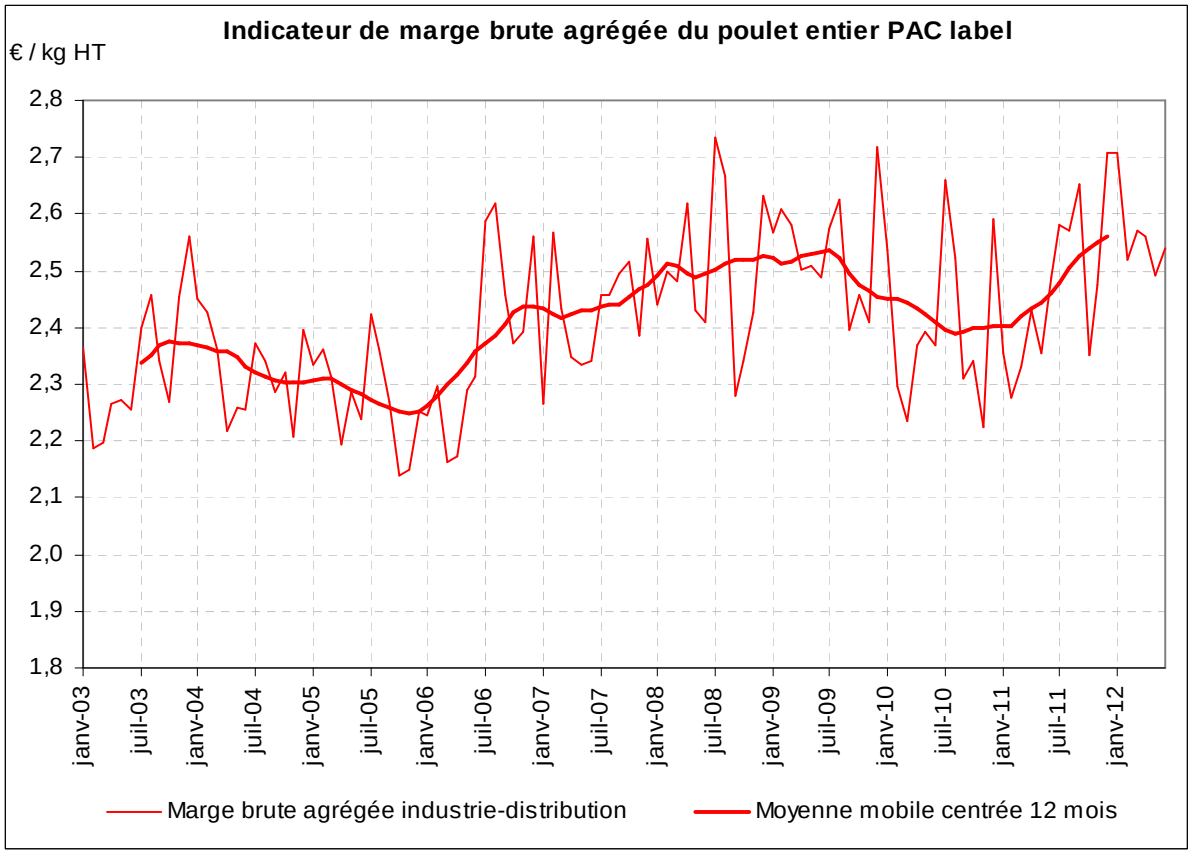
Sources : SSP, Kantar Worldpanel

Graphique 268



Sources : SSP, Kantar Worldpanel

Graphique 269



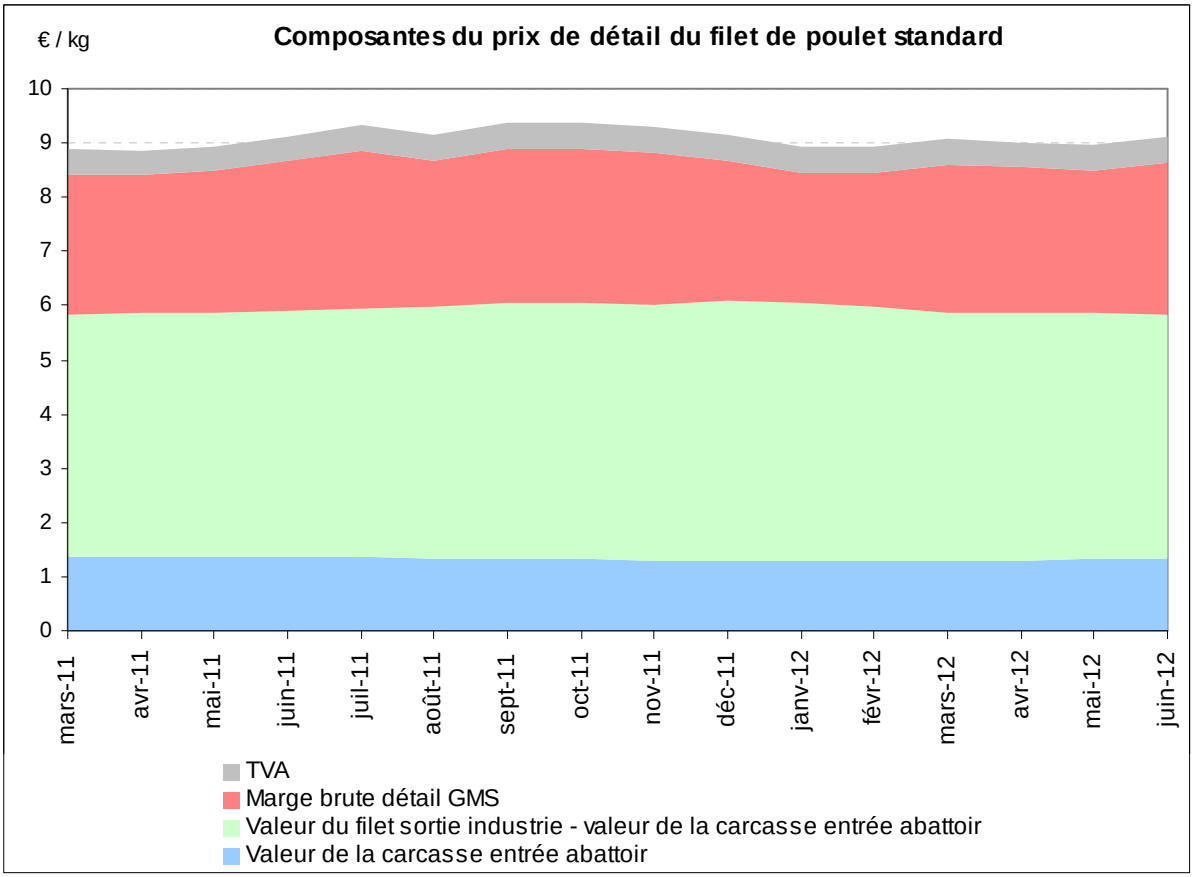
Sources : SSP, Kantar Worldpanel

3.2.3. Découpe de poulet standard : filet (ou escalope)

Avec la disponibilité de prix industriels depuis mars 2011, il est désormais possible de suivre la marge brute de la GMS sur l'escalope de poulet (de même pour l'escalope de dinde). En revanche, comme rappelé plus haut, il n'est pas possible de calculer une marge brute de l'industrie pour cette pièce de découpe, faute de disposer à ce stade d'un modèle complet de valorisation de la carasse (cf. partie 2, méthodes). A titre indicatif, on mentionne cependant que le graphique suivant la différence entre prix de la découpe sortie industrie et valeur de la carcasse

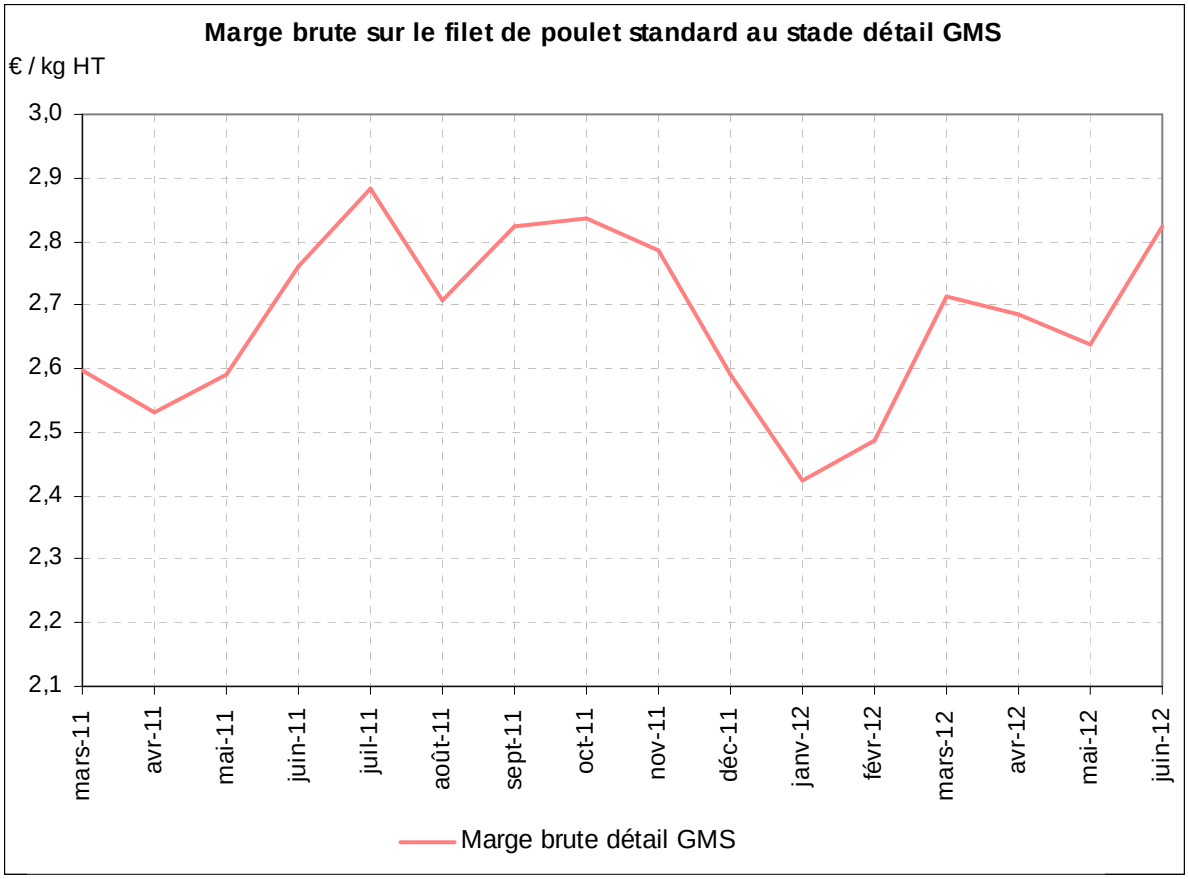
La marge brute de la distribution représente sur la période environ 30% du prix au détail HT (29 à 33 % selon les mois). L'essentiel de la valeur se fait au stade industriel lors de la transformation de la carcasse de poulet en filets et autres découpes.

Graphique 270



Sources : SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 271



Sources : INSEE, Kantar Worldpanel

3.2.4. Découpe de dinde : escalope

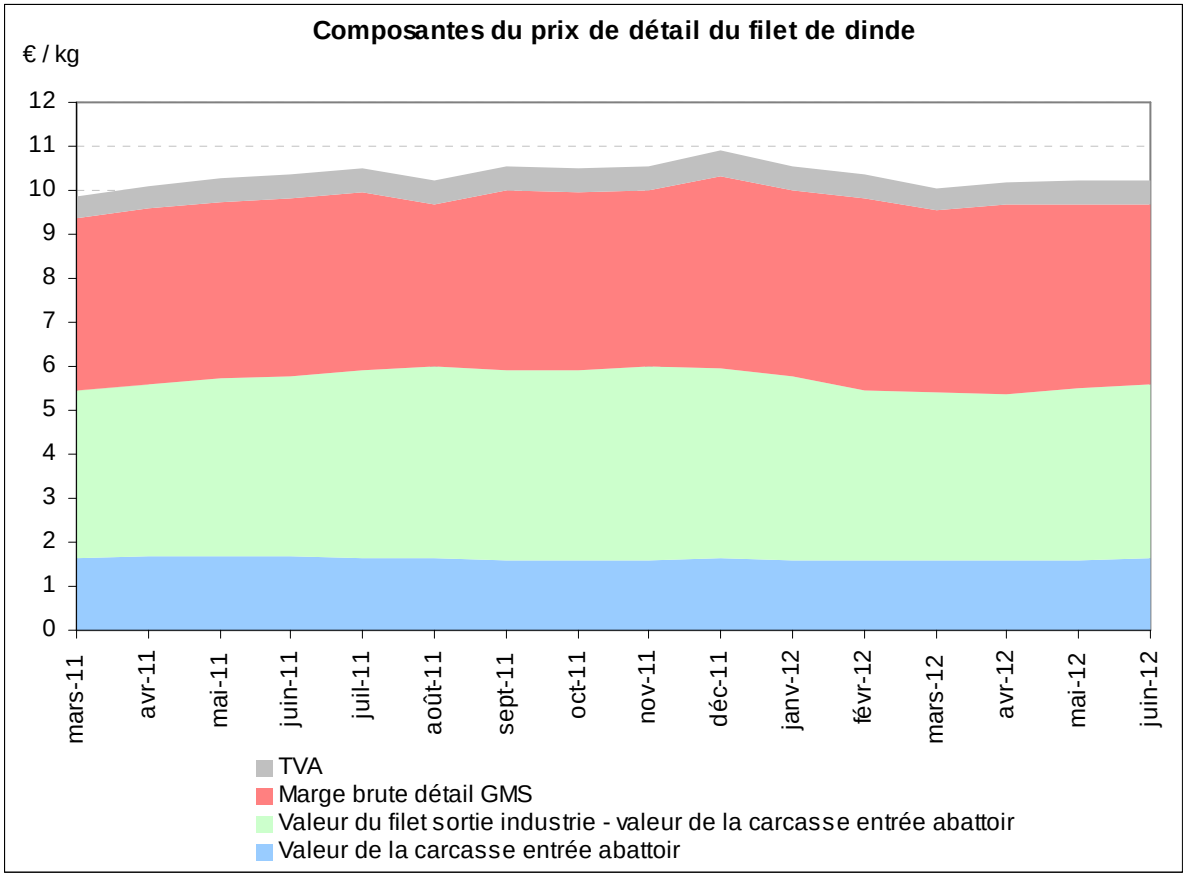
Avec la disponibilité de prix industriels depuis mars 2011, il est désormais possible de suivre la marge brute de la GMS sur l'escalope de dinde). En revanche, comme rappelé plus haut, il n'est pas possible de calculer une marge brute de l'industrie pour cette pièce de découpe, faute de disposer à ce stade d'un modèle complet de valorisation de la carasse (cf. partie 2, méthodes). A titre indicatif, on mentionne cependant que le graphique suivant la différence entre prix de la découpe sortie industrie et valeur de la carcasse

La marge brute de la distribution représente sur la période environ 42% du prix au détail HT (38 à 44 % selon les mois), contre 30% environ pour le filet de poulet.

Remarques sur les prix comparés de l'escalope de poulet et de l'escalope de dinde :

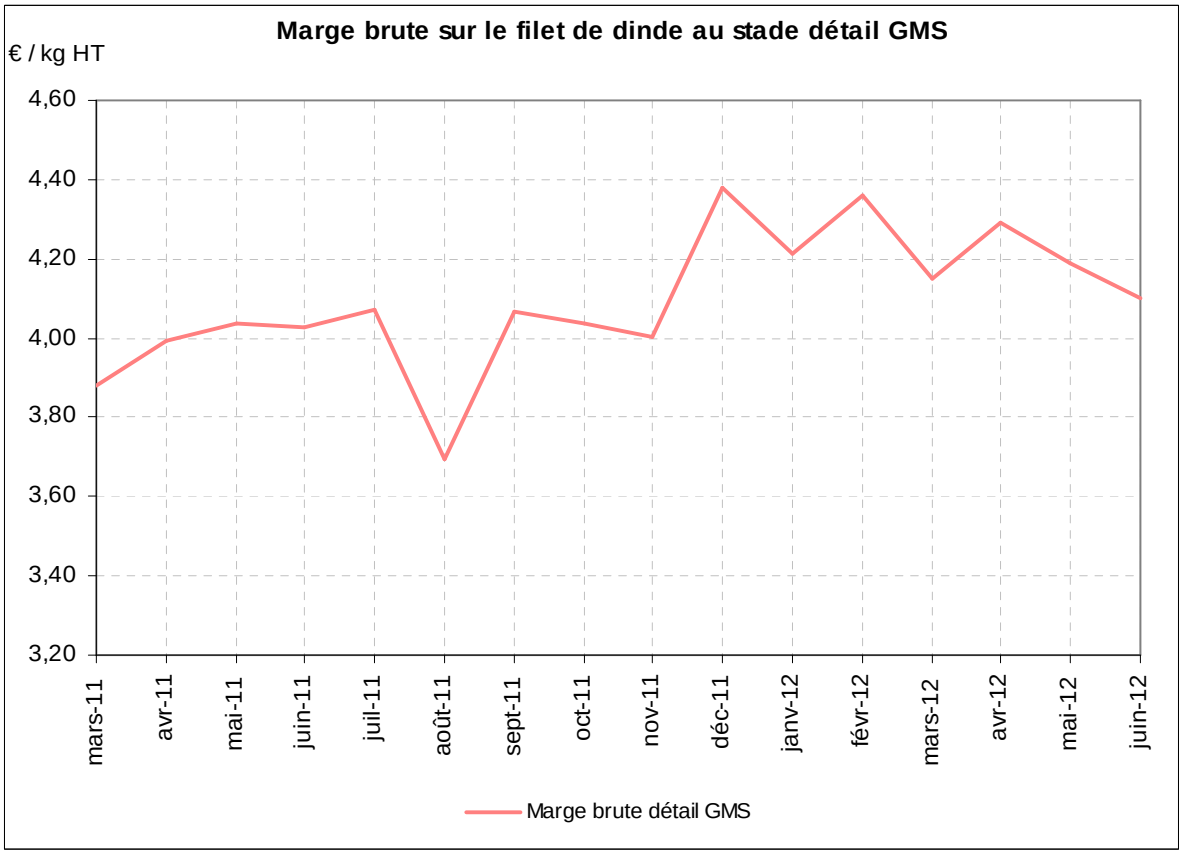
- le prix au détail de l'escalope de dinde est plus élevé que celui de l'escalope de poulet (Graphique 261) bien que le prix sortie industrie de l'escalope de dinde soit plus faible que celui de l'escalope de poulet (Graphique 259) ;
- la marge brute détail GMS est plus ainsi plus importante sur l'escalope de dinde (Graphique 273) que sur l'escalope de poulet (Graphique 271) ;
- le prix sortie industrie du filet de poulet est plus élevé que celui du filet de dinde, alors le prix au kg de la carcasse de poulet entrée abattoir est plus faible que celui de la carcasse de dinde.

Graphique 272



Sources : SSP, INSEE, Kantar Worldpanel

Graphique 273



Sources : INSEE, Kantar Worldpanel

4. COMPTES DES INDUSTRIES DES VIANDES DE VOLAILLES

Les entreprises de l'industrie des viandes relevant du secteur *10.12Z – Transformation et conservation des viande de volaille* réalisent l'abattage, la préparation et à l'emballage de la viande de volailles pour les espèces suivantes : poules, dindes, oies, pintades et canards. La préparation aboutit à des produits plus ou moins élaborés : volailles entières prêtes à cuire (PAC), cuisses, escalopes, etc., en UVCI, articles frais ou congelés, pour le commerce de gros ou de détail ainsi que pour l'export (congelé, notamment), ou destinés à d'autres transformations industrielles (plats cuisinés, produits de restauration rapide …).

Malgré la diversité des espèces traitées par ce secteur, l'analyse des comptes sectoriels apporte des éléments d'explication sur le « contenu » des marges brutes unitaires par article valorisé vers la grande distribution.

Un sous-ensemble du secteur *10.12Z Transformation et conservation des viandes de volailles* plus spécialisé en viandes de poulets de chair et dindes a été constitué spécialement pour l'observatoire par le SSP à partir des bases de données des enquêtes EAE, ESANE et PRODCOM..

« Pour l'année 2009, l'échantillon comprend ainsi 68 entreprises spécialisées dans la transformation et conservation de la viande de volaille « Poulets de chair et de Dindes ». Il en comptait un peu moins de 80 dix ans plus tôt. La part de ces entreprises dans le total des ventes de produits de viande de volailles « Poulets de chair et Dindes » des 86 entreprises retenues est de 97 %. Cette proportion avoisine 94 % en moyenne sur la période 2000-2009. » (SSP – Agreste)

4.1. Structure et évolution des comptes dans le secteur industriel « Transformation et conservation des viandes de dinde et de poulet »

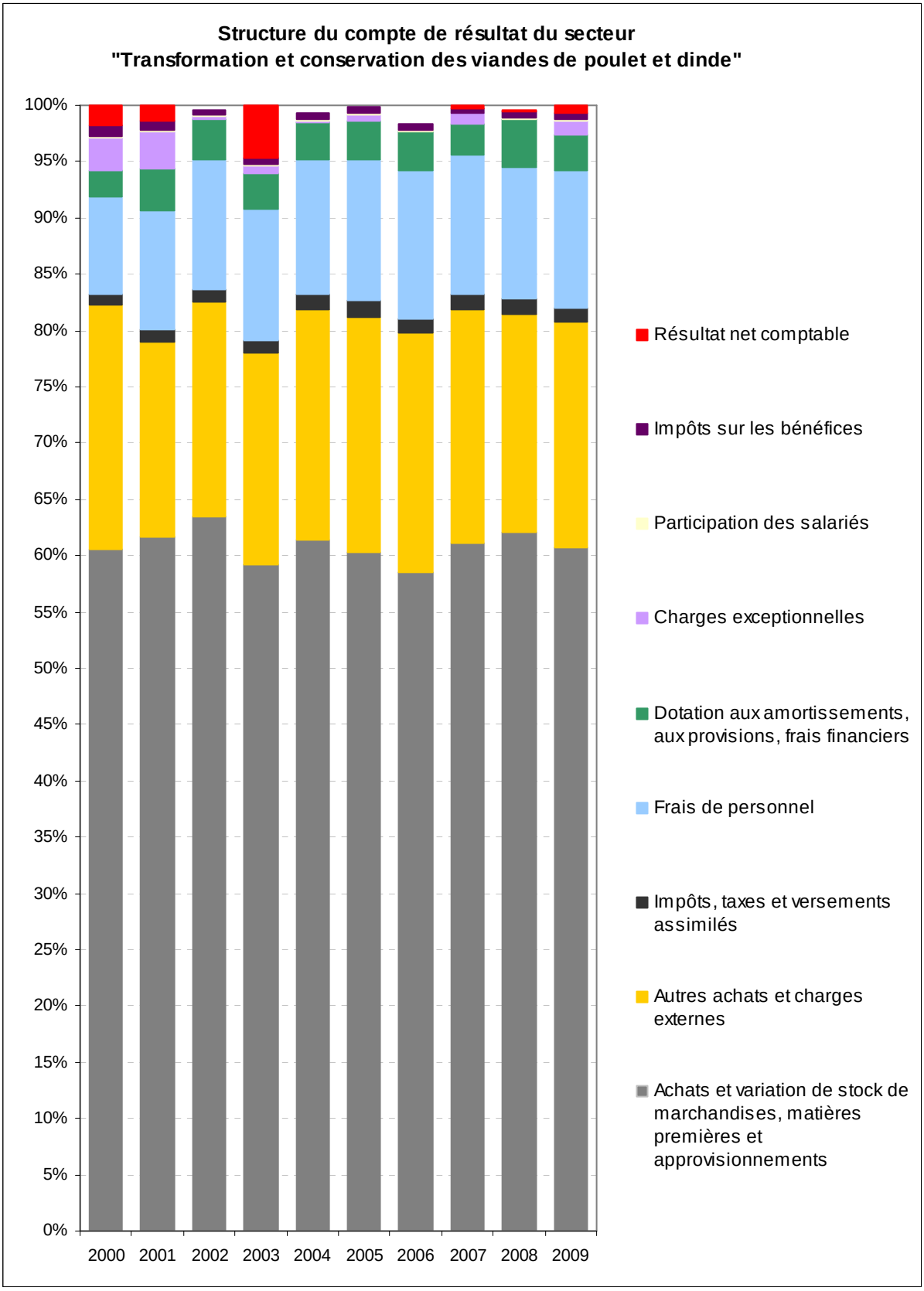
4.1.1. Structure du compte de résultat du secteur Transformation et conservation des viandes de dinde et de poulet

La structure du compte montre la part prépondérante (de 60 à 62%) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Ce poste a progressé en 2001 de + 0,7 % en raison de l'augmentation des prix de la matière première. Il a baissé en valeur en 2002 mais augmenté en part relative (+ 0,9 %) dans le compte de résultat à cause de la baisse du chiffre d'affaires en 2002 (crise dans la filière due à la surproduction).
Les autres postes importants du compte sont :

- les « autres achats et charges externes » relativement stables autour de 20% en moyenne sur la période ;
- les frais de personnel (12 % en moyenne sur 2000-2009). Ils ont augmenté régulièrement jusqu'en 2006 pour atteindre 13,6% puis sont redescendus depuis 2007 autour de 12%.

La marge brute de transformation du secteur se répartit entre les postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 274.
Dans ce secteur, le résultat net est en moyenne faible. Il représente 2% en moyenne de la marge brute (approchée par la différence entre produit total et matières premières + marchandises + approvisionnements) sur la période et est, en outre, négatif en 2004, 2005, 2006.

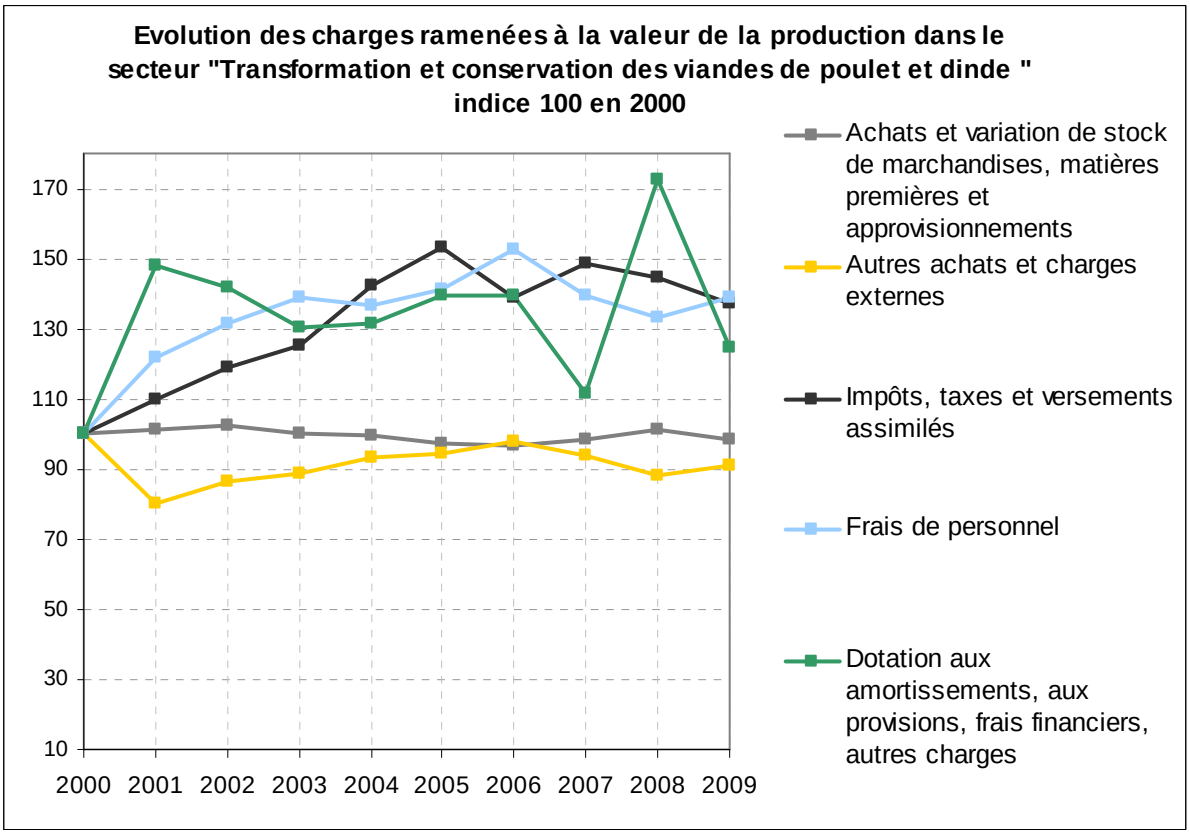
Graphique 274



Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

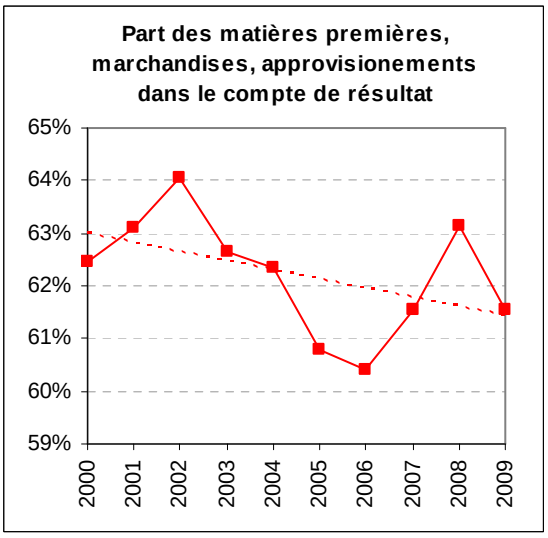
4.1.2. Evolution d'indicateurs du secteur Transformation et conservation des viandes de dinde et de poulet

Graphique 275

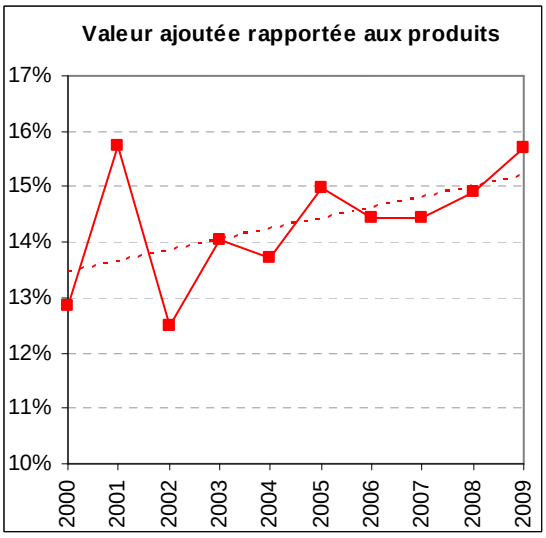


Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

Graphique 276

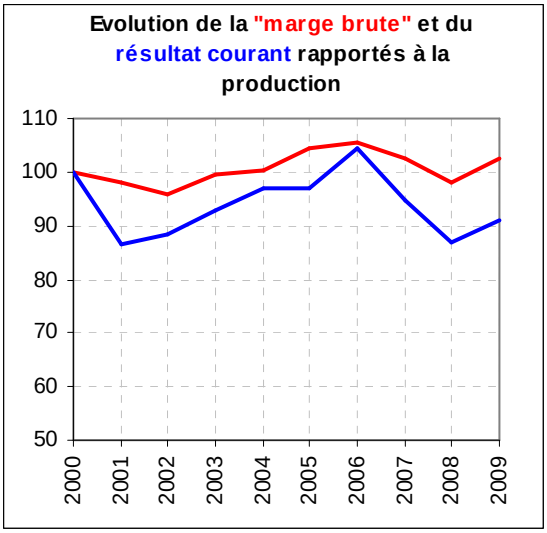


Graphique 277

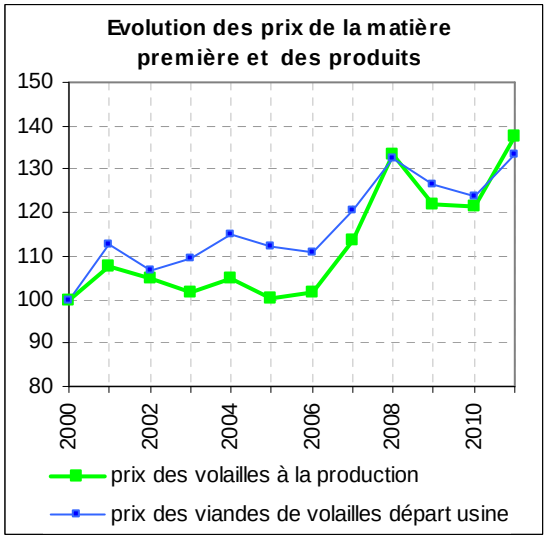


Sources : SSP, traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM

Graphique 278



Graphique 279



Sources : SSP (traitement ad hoc enquêtes EAE-ESANE et PRODCOM), INSEE

Comme dans d'autres industries des viandes développant la fabrication de produits de plus en plus élaborés, la part de la matière première dans la valeur des produits du secteur Transformation et conservation des viandes de dinde et de poulet tend à diminuer.
Le taux de valeur ajoutée tend à augmenter, après les évolutions contrastées de 2000-2002 sous l'effet de l'élévation du prix moyen des produits. L'augmentation de la valeur ajoutée en 2001 est liée à celle des prix des produits, sous l'effet du report de la demande en viande de bœuf sur les viandes blanches dans me contexte de la crise de l'ESB.

« Au cours de la période 2000 à 2008, le prix moyen des produits issus de la viande de « Poulets de chair et Dindes » vendus par les entreprises spécialisées dans ce secteur d'activité enregistre des évolutions contrastées et liées à l'évolution des approvisionnements et des crises sanitaires : une forte hausse en 2001 (+ 11 %) suivie d'un recul en 2002 (- 4,4 %) et 2003 (- 1,4 %) , conséquence de la crise avicole. Le prix progresse fortement en 2004 (+ 6,8 %), suivie d'une stabilisation en 2005 et 2006 (- 0,4 % et + 0,7 % respectivement) puis une forte croissance en 2008 (+ 11 %). Pour l'année 2009, le prix moyen recule de 2,9 %.
Au cours de la période 2000 à 2008, le prix moyen observé sur la viande de « Dindes » est supérieur à celui observé sur la viande de « Poulets de chair » et il évolue plus vite. Le différentiel de prix en moyenne de 17 %, s'accroît nettement en 2008 et 2009 (+ 27 %) » (SSP-Agreste).

La marge brute (appréciée par la différence entre les postes « produits » et « matière première + marchandises + approvisionnements ») et le résultat courant avant impôt baissent en début de période étudiée puis progressent jusqu'en 2006 ; ils subissent une baisse sensible en 2008 sous l'effet de la hausse des prix des volailles sortie élevage, hausse directement liée à celle du coût de l'alimentation due à l'augmentation du prix des céréales. Marge brute et résultat courant progressent à nouveau en 2009.

Dans une certaine mesure, les évolutions des prix industriels toutes volailles confondues (Graphique 279) reproduisent celles du coût de la matière première (toutes volailles, valeur en vif). C'est une spécificité déjà soulignée de la filière des volailles de chair, liée à l'intégration. La différence entre prix industriel et valeur en vif ne reste toutefois pas constante. L'analyse des évolutions des indices montre que cette différence augmente en 2001, 2003, 2004 et 2005 , diminue en 2002 et 2010.
Néanmoins, les évolutions des écarts entre prix agricole et industriel en 2006, 2007 et 2008 ne sont pas déterminables au vu des seuls indices[43].

[43] Le signe de la variation de la marge brute (différence entre prix aval et prix amont) n'est déterminable, en ne connaissant que les indices des prix amont et aval que dans certains cas : si l'indice du prix amont augmente plus (ou diminue moins) que le prix aval, alors, la marge augmente ; si l'indice du prix aval baisse alors que le prix amont augmente ou baisse moins, alors la marge baisse.

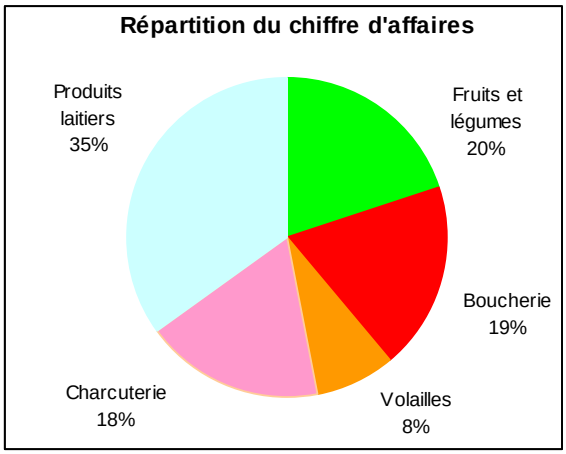
5. COMPTES DES RAYONS VOLAILLES EN GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon a été présentée dans le chapitre 2 de ce rapport. Il convient de s'y référer pour les définitions précises des différents termes.

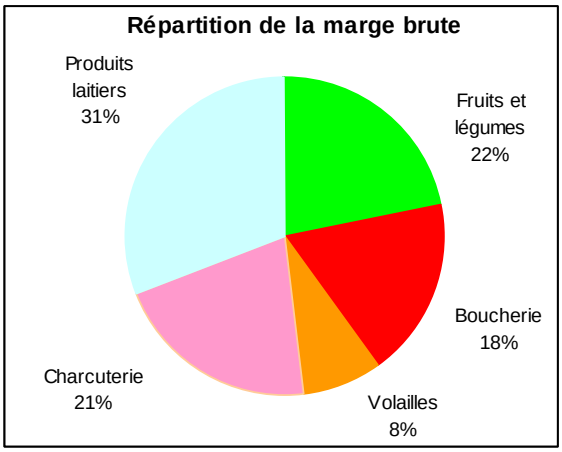
5.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Avec 8% du chiffre d'affaires et de marge brute de l'ensemble des rayons étudiés, le rayon volailles pourrait apparaître comme un « petit » rayon, mais sa contribution à la marge nette globale est conséquente : 21% de la marge nette des rayons à marge nette positive (hors boucherie). Le poids de ce rayon dans les frais de personnels spécifiques est le plus faible des cinq rayons suivis.

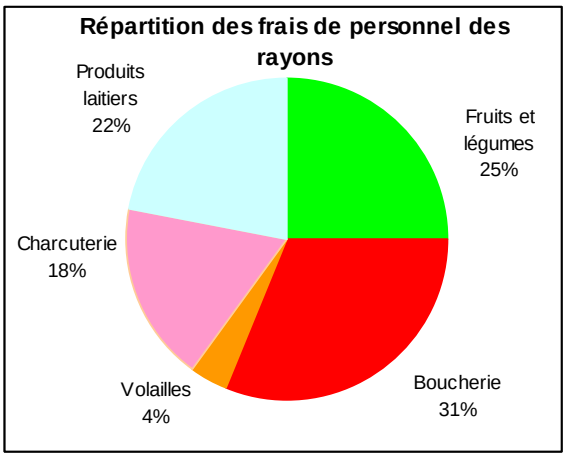
Graphique 280



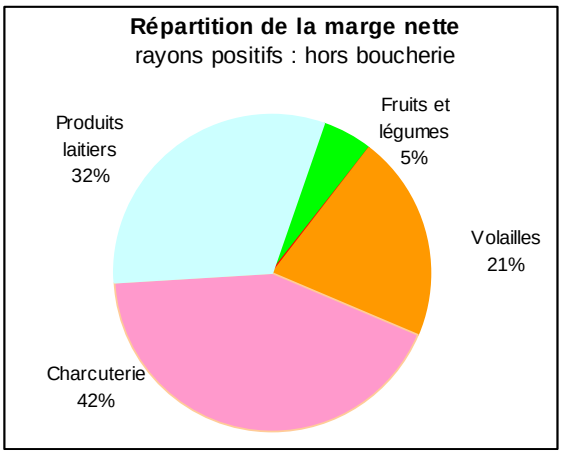
Graphique 281



Graphique 282



Graphique 283



Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

Tableau 42

	en % du CA du rayon	écart moyen absolu (*)	*écart moyen absolu (*) rapporté à la moyenne*
Chiffre d'affaires du rayon	100,0		
Coût d'achat des produits du rayon	73,8		
Marge brute	**26,2**	**± 1,6**	***± 6%***
Frais de personnel du rayon	3,6	± 2,4	**±** *67%*
Marge semi-nette	**22,5**		
Autres charges	16,6		
Marge nette	**5,9**	**± 2,9**	***± 34%***

(*) moyenne des valeurs absolues des écarts à la moyenne : indicateur de la dispersion des données dont on a fait la moyenne ; par exemple, pour la marge brute rapportée au CA : MB = 26,2 avec un écart moyen de ± 1,6 d'où l'intervalle donnant un indication sur la dispersion de la MB de (26,2 – 1,6) = 24,6 à (26,2 + 1,6) = 27,8. Rapporté à la moyenne MB, l'écart représente 1,6 / 26,2 = 6%.

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010 -2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires dans le rayon volailles, les GMS interrogées dégagent en moyenne 26 € de marge brute, les achats de volailles aux fourniseurs représentant 74 € , soit un taux de marge (marge brute sur achats) de 35% (26 € de marge brute pour 74 € d'achat).
Rappelons que les pertes de produit en rayon (ou en centrale d'achat) sont prises en compte dans le calcul comptable de la marge brute, par différence entre les ventes et les achats, y compris les « achats non vendus ».
Le rapport de la marge brute au chiffre d'affaires du rayon volailles est dans la moyenne observée tous rayons. En revanche, les frais de personnel spécifiques au rayon, rapportés au chiffre d'affaires sont nettement moins importants, dans ce rayon largement en libre-service et sans activité de transformation en magasins (rôtisserie exceptée, lorsqu'elle existe) ou centrale.
Il en résulte une marge « semi-nette » de 23 € pour 100 € de chiffre d'affaires, nettement supérieure aux autres charges (17 €). Ainsi, toujours en moyenne toutes enseignes, la marge nette est, avec presque 6 €, la plus élevé des rayons étudiés. Ce constat s'applique à 3 des 7 enseignes étudiées.

5.3. Détail des charges du rayon volailles

Tableau 43

Charges spécifique du rayon	Frais de personnel du rayon	3,6
	Appro stockables : consommables, emballages … pour le rayon	ε
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,8
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,9
	Taxes, cotisations et redevances spécifiques au rayon	0,8
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	**6,2**
Charges générales réparties	Frais généraux	11,6
	Frais financiers	0,5
	Impôts sur les sociétés	2,1
	Sous-total : charges générales réparties	**14,1**
	Total des charges imputée au rayon	**20,3**

Source : FranceAgriMer, données enseignes année 2011 ou 2010-2011 (clôture des comptes au 30/06/2011)

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement 6 € de charges spécifiques (dont 4 € de frais de personnel) auxquelles s'ajoutent des charges générales imputées à hauteur de 14 €, principalement des « frais généraux » (dont frais de personnel des magasins commun à plusieurs rayons, participation à la couverture des frais de fonctionnement de la tête de réseau) auxquels s'ajoutent des frais financiers[44] et l'impôt sur les sociétés dont le poids dans le chiffre d'affaires apparaît relativement important pour ce rayon, du fait des conventions d'affectation utilisées[45].
Soit au total 14 € pour 100 € de chiffre d'affaires : c'est le rayon dont, en moyenne, les charges rapportées au chiffre d'affaires sont les plus faibles. C'est le cas pour 3 des 7 enseignes interrogées.

[44] Rappelons qu'il peut s'agir, selon le mode d'organisation des enseignes, de frais financiers supportés par les magasins ou de l'imputation sur les magasins, par le siège, de frais financiers supportés à ce niveau ou de rémunération attendue de capitaux investis par le groupe propriétaires des magasins. Cf. Chapitre 2.

[45] Voir Chapitre 2 (méthodes). L'IS a été conventionnellement répartie entre sur les seuls rayons excédentaires (résultat net avant impôt positif) de chaque enseigne, les rayons volailles présentant un résultat net relativement important par rapport à leur chiffre d'affaires, cette convention l « charge » notablement le chiffre d'affaires en IS.

6. COUT DE PRODUCTION DES VOLAILLES EN VIF

Compte tenu du caractère « intégrée » de la production de volailles (plus de 90 % des volumes et des élevages relèvent de ce mode d'organisation associant éleveurs et entreprises commerciales ou industrielles), les données comptables d'élevages non intégrés, présentes dans le RICA, ne sont représentatives que d'une petite partie du maillon agricole de la filière, et ne seront pas exploitées ici. Par ailleurs, l'exploitation de données comptables d'élevages intégrés, également disponibles dans le RICA, regroupe au sein d'une même catégorie l'ensemble des productions avicoles de chair (poulet, dinde, canard, pintade …) et rend inexploitable les informations.
La présentation des coûts de production « du vif » (animaux livrés à l'abatteur) suivante provient de l'ITAVI (Institut technique de l'aviculture), et ce pour trois catégories de volailles : poulet standard, poulet label rouge et dinde standard.
Ce coût de production du vif s'appuie sur **les résultats technico-économiques des exploitations suivies par l'institut** au cours de l'année et des années précédentes. La représentativité de l'échantillon est la suivante :

Tableau 44

Production	Taille de l'échantillon (nombre de têtes)	Part dans la production nationale (en têtes)
Poulet standard	160 036 737	entre 40 et 45 %(1)
Poulet label	65 420 521	74 %
Dinde standard	23 998 057	43 %

(1) En pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

L'ITAVI procède au recueil des **données déclaratives ou simule certaines charges** à partir de données réelles extrapolées, présentées ci-dessous :

L'aliment : compte tenu de la spécificité des filières volailles de chair avec l'intégration des éleveurs par les organisations de production (contrat), il n'existe pas de réel marché de l'aliment et du poussin ; et par conséquent, de réel prix de marché pour ces principaux intrants. Depuis 2007, la méthode d'estimation du « prix d'aliment » de l'ITAVI est d'utiliser un prix estimé et indexé sur les évolutions du coût matières premières mesurées par l'indice coût matières premières. L'ITAVI a utilisé les données de l'enquête de l'année 2006 pour calculer un prix moyen représentatif, puis la part relative au prix des matières premières (80 %) a été indexée sur l'évolution de *l'indice*[46] « coûts matières premières » ITAVI et la part induite par leur transformation (20 %) sur l'évolution de l'inflation.

Les amortissements : l'ITAVI considère que l'élevage simulé a investi récemment dans des bâtiments neufs, financés à 80 % par emprunt bancaire. Le calcul des amortissements repose sur de durées moyennes d'amortissement, en distinguant les durées applicables au bâtiment et au matériel.

Les autres charges variables et de structure : pour les productions standards et certifiées, les valeurs des postes de charges variables utilisées correspondent aux données recueillies en élevage par les Chambres d'Agriculture de l'Ouest (publiées dans « Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest »). Pour les productions label et biologiques, les valeurs de charges variables ont été collectées auprès des organisations de production. L'ITAVI calcule alors une moyenne « production standard » et une moyenne « production label » pour les principales charges de structure affectables (assurance, entretien et réparation, frais de gestion et frais de location de la cuve de gaz).

[46] 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

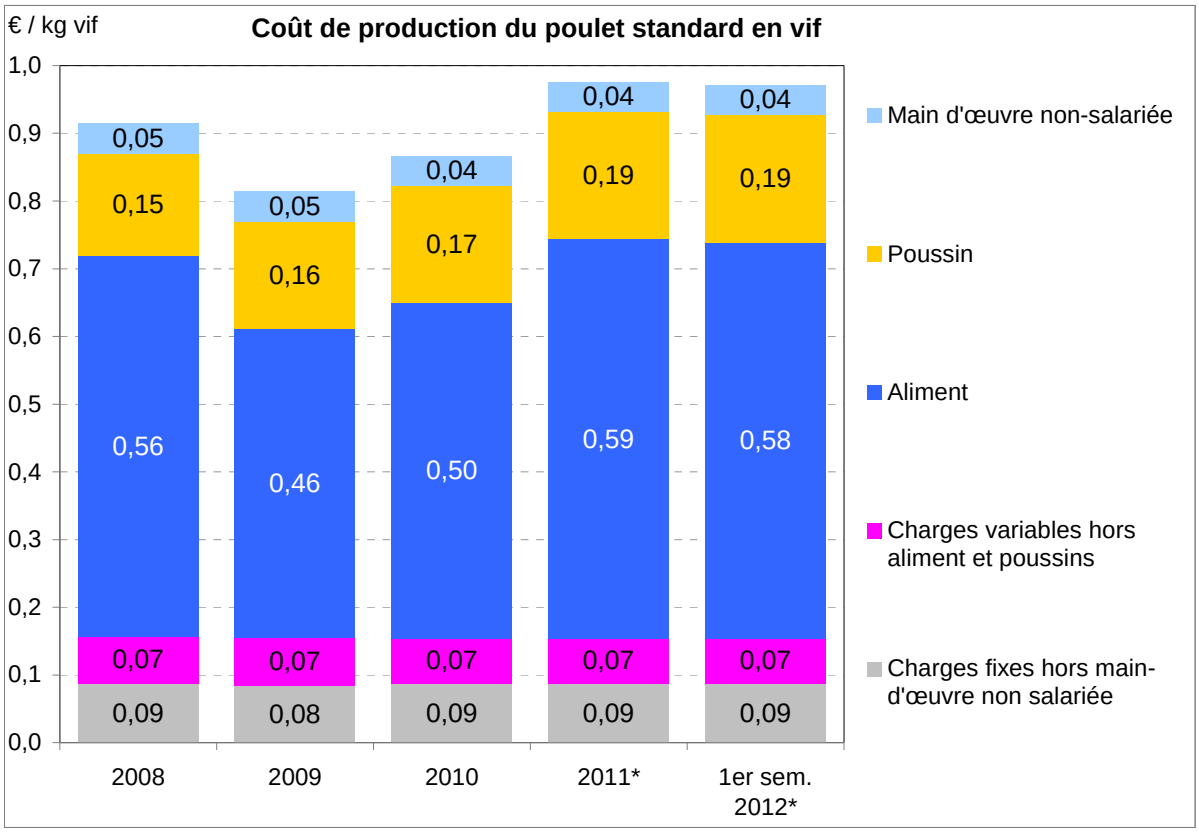
Le travail : le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est forfaitairement indexé sur la valeur de 2 SMIC bruts. L'ITAVI considère que l'exploitant est spécialisé en aviculture et travaille seul sur l'élevage simulé. Un UTH est alors pris en compte pour l'équivalent de 3 000 m² de bâtiments en production standard. En production Label Rouge, la productivité du travail a été fixée à 0,75 UTH pour 1 600 m² (surface maximale fixée par les cahiers des charges).

L'intérêt de cette approche est de comparer année après année un coût de production qui ne varie que sous l'effet de l'évolution des paramètres technico-économiques (performances techniques et coût des intrants). Le coût de production ainsi calculé est le reflet d'une période particulière dans la vie de l'exploitation, durant laquelle le coût de production est maximisé par la charge de l'emprunt.
Le coût de production présenté par l'ITAVI est composé de charges supportées d'une part, par l'éleveur, d'autre part, par l'intégrateur. La répartition par nature de charges entre les deux acteurs dépend du type de contrat : en général, l'éleveur apporte son travail et assume les charges sur les matériels et bâtiments, tandis que l'intégrateur supporte les charges d'aliments, fournit dans certains cas les poussins, et verse à l'éleveur une rémunération calculée selon différentes modalités, en fonction du type de contrat.

Les graphiques suivants présentent le coût de production du vif, pour le poulet standard, le poulet label ainsi que pour la dinde standard. Ces différents graphiques sont accompagnés de tableaux présentant l'évolution récente du coût de l'alimentation qui constitue le poste de charge le plus important de ces différents coûts de production.

En 2011, le coût de l'aliment était élevé. Il est resté au même niveau de prix au 1er semestre 2012, tout en connaissant une hausse à partir du milieu du semestre (augmentation de 15% à 17% selon les productions au cours du 1er semestre (cf. tableaux suivants).

Graphique 284



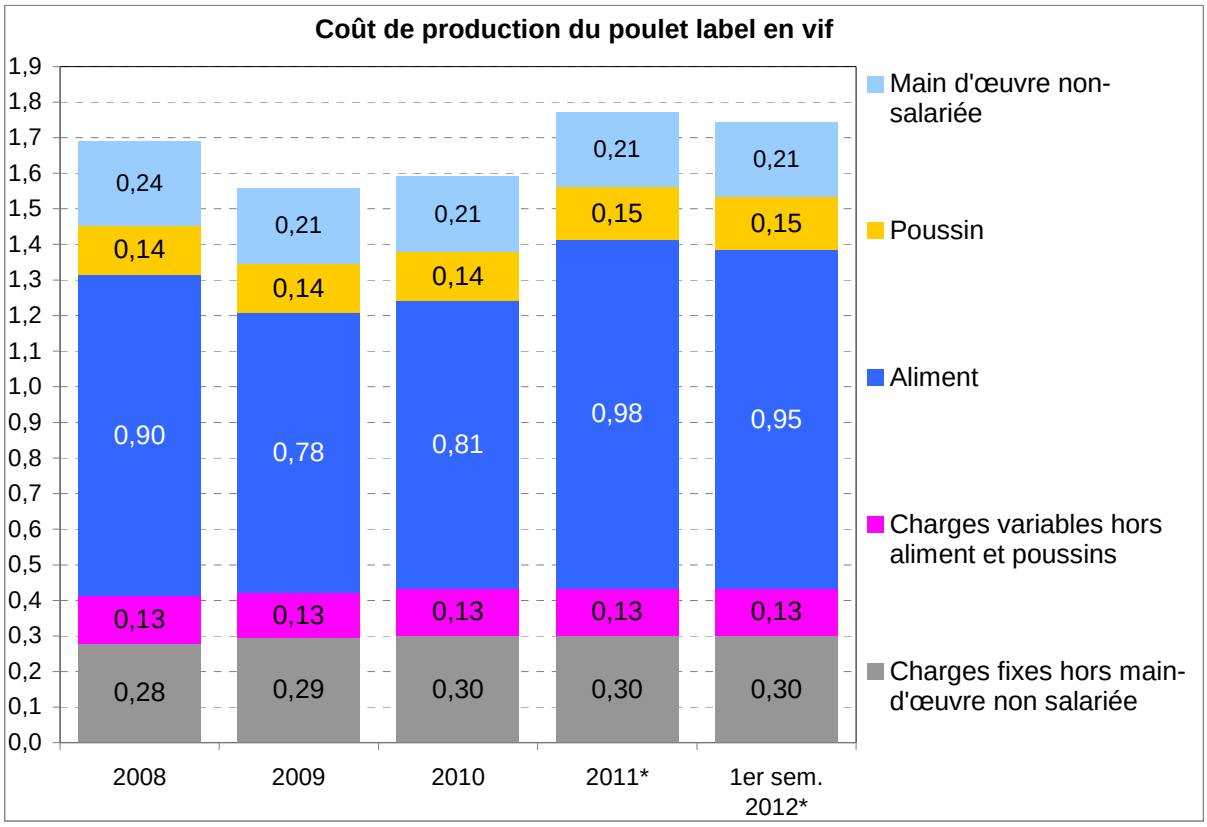
* estimé par actualisation des coûts aliment et poussins – les charges fixes et variables sont constantes (voir méthodologie)

Source : ITAVI

Tableau 45

2012 (estimation)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Prix aliment (par € de kg vif produit)	0,54	0,55	0,58	0,60	0,61	0,63

Graphique 285



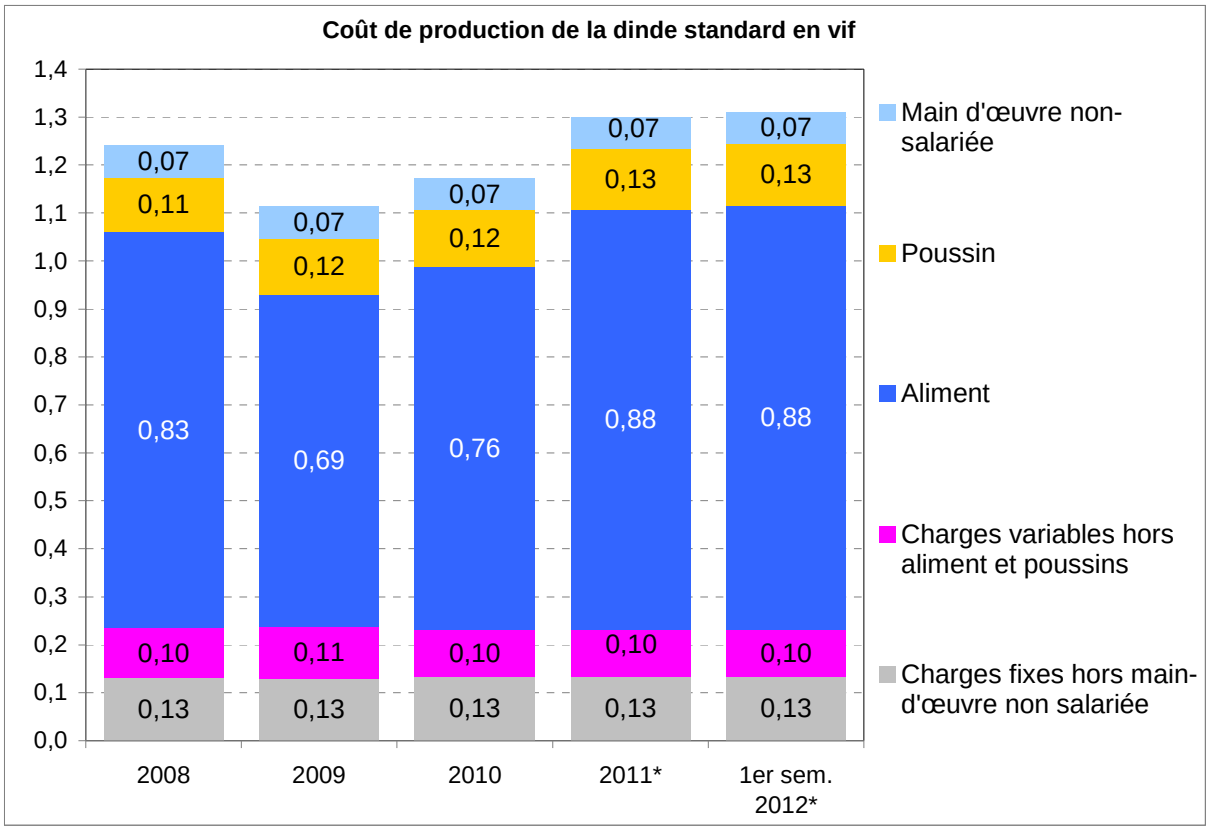
* estimé par actualisation des coûts aliment et poussins – les charges fixes et variables sont constantes (voir méthodologie)

Source : ITAVI

Tableau 46

2012 (estimation)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Prix aliment (par € de kg vif produit)	0,88	0,91	0,96	0,99	1,01	1,03

Graphique 286



* estimé par actualisation des coûts aliment et poussins – les charges fixes et variables sont constantes (voir méthodologie)

Source : ITAVI

Tableau 47

2012 (estimation)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Prix aliment (par € de kg vif produit)	0,82	0,84	0,88	0,90	0,92	0,94

Source : ITAVI

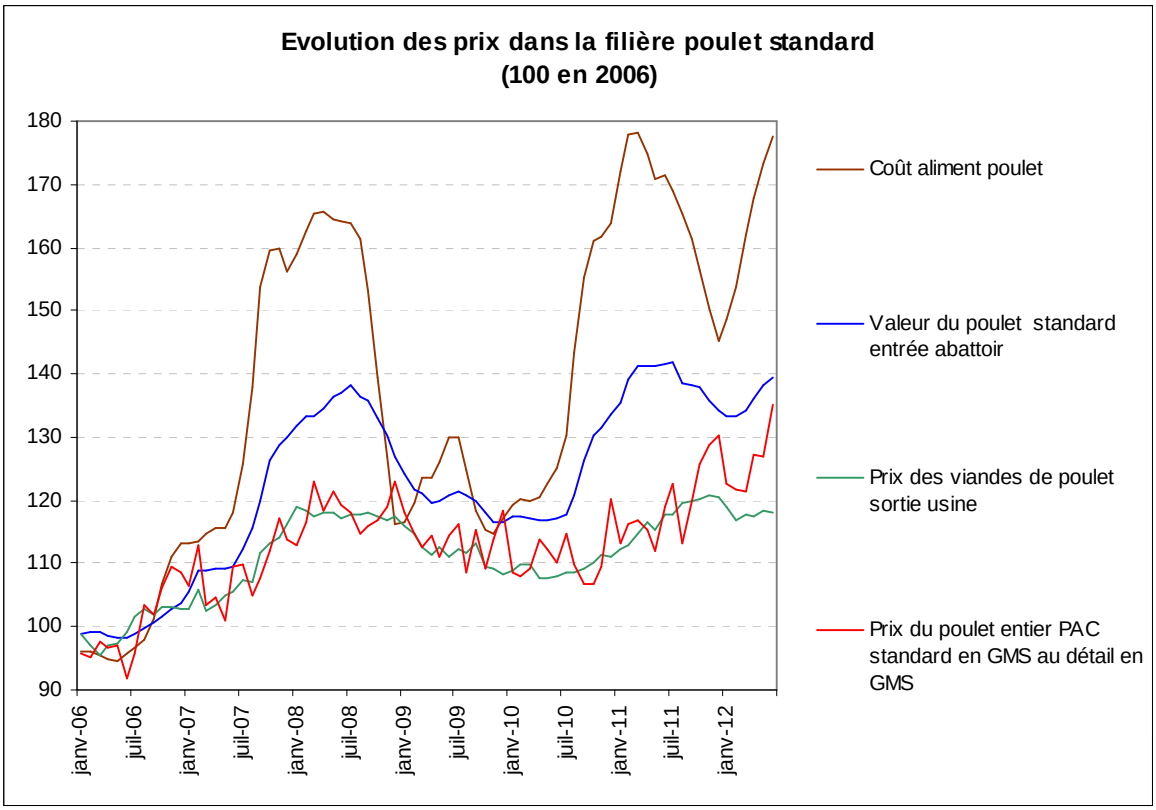
7. LA TRANSMISSION DES HAUSSES DE PRIX DANS LA FILIERE VOLAILLE

On compare ici les évolutions des prix dans la filière « poulet » à différents stades (depuis l'aliment pour poulet jusqu'au produit fini en GMS) sous l'angle de la transmission, pour chaque stade, du prix de sa matière première dans son prix de vente. Sont également présentés les outils statistiques pour la mise en œuvre de *« l'accord d'engagement de prise en compte des variations excessives des prix de l'alimentation animale dans les négociations commerciales sur les produits carnés »* , signé le 3 mai 2011 entre les représentants de l'agriculture, de l'industrie et de la distribution. Cet accord engage les parties à ouvrir des négociations de vente lorsque la variation du prix des aliments du bétail atteint un certain seuil, pendant une certaine durée ; ces paramètres, ainsi que les modalités de calcul des variations de prix des aliments du bétail, étant définis dans le texte de l'accord.

7.1. Les prix des volailles sortie usine et au détail sont très liés à ceux de l'aliment du bétail

Le Graphique 287présente l'évolution des prix dans la filière du poule standard, depuis l'aliment du bétail jusqu'au poulet entier PAC vendu en GMS au consommateur.
Quelle que soit la période considérée, les variations relatives (c'est-à-dire en %, il s'agit d'indices) des prix aval sont moins fortes que celles des prix amont ; c'est en partie l'effet purement « mécanique » de la « dilution » des matière premières dans la valeur des produits transformés, sous l'effet de l'incorporation d'autres consommations intermédiaires et de la création de valeur ajoutée en aval.
En filière volailles, du fait des systèmes d'intégration de l'élevage et du poids de aliments dans le produit fini, le prix sortie usine est très lié au prix de l'aliment.
Le prix en GMS reproduit assez fidèlement les variations du prix sortie usine.

Graphique 287



Sources : FranceAgriMer-RNM, SSP, INSEE, KantarWorldpanel

Faute de série de prix sortie industrie suffisament longue (le recueil de telles données par l'INSEE pour l'observatoire commencé début 2011), il n'est pas possible de reproduire pour la filière volaille les simulations de transmission des prix réalisées plus haut dans ce rapport pour la filière porcine.
A titre indicatif, on fournit ci-dessous les coefficients rapportant la valeur des produits à leur matière première pour la période mars 2001-mars 2012, qui pourra être prise comme référence pour des suivis ultérieurs.

Part des matières premières dans le produit aux différents stades de la filière poulet de mars 2011 à mars 2012

Tableau 48

part du coût en aliment dans la valeur du poulet standard vif entrée abattoir	67%
part de la valeur en vif entrée abattoir dans le poulet PAC standard sortie abattage- découpe	58%
part du coût d'achat en poulet PAC standard sortie usine dans la vente de poulet au détail en GMS	57%
part du coût en aliment dans le poulet sortie abattage-découpe : 67% x 58% =	39%
part du coût en aliment dans la vente poulet au détail en GMS : 67% x 58% x 57% =	22%

Source : FranceAgriMer – OFPM, IFIP

7.2. L'accord du 3 mai 2011 dans la filière volailles

Cet accord prévoit que des négociations sur les conditions de vente des volialles entières et découpes s'engagent lorsque les deux conditions suivantes sont remplies simultanément :

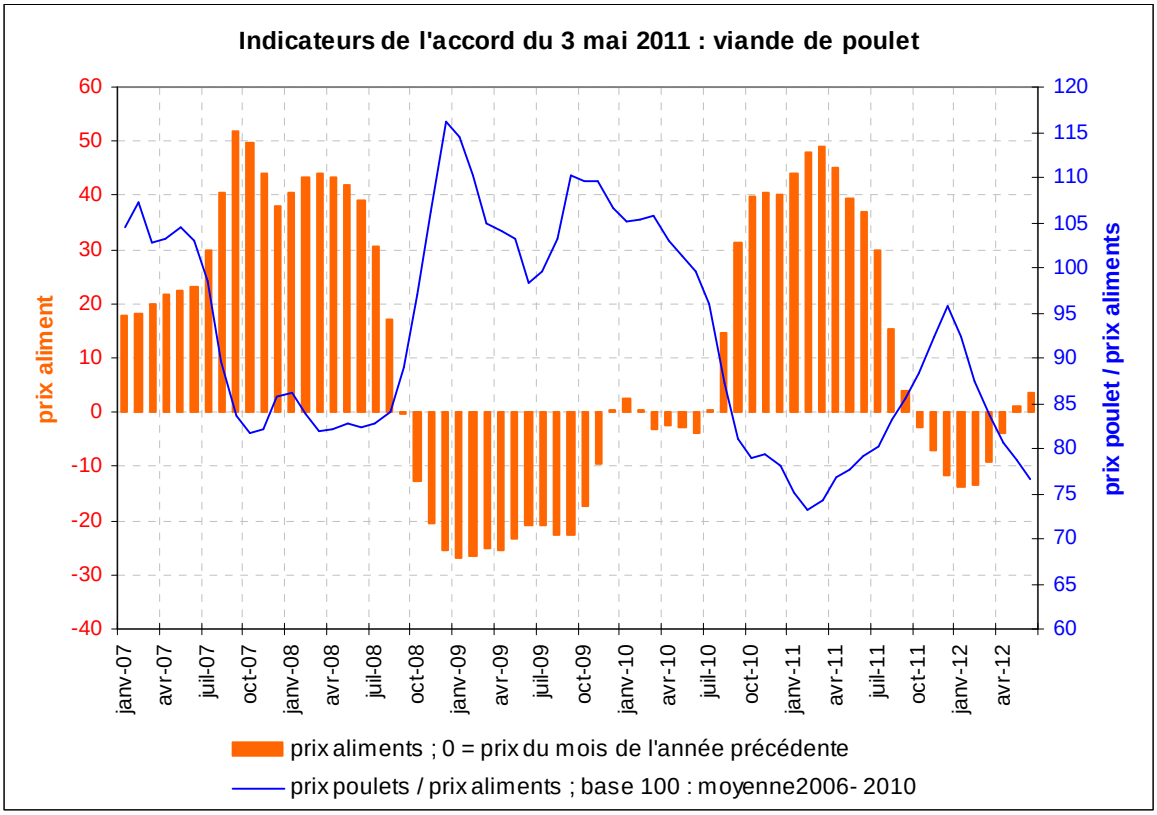
3) le prix de l'aliment composé pour poulet standard a franchi pendant 3 mois consécutifs un palier de plus ou moins 10% par rapport à son niveau du même mois de l'année précédente.
4) le rapport « prix du poulet standard sorti usine / prix de l'aliment » se situe en dehors de l'intervalle de plus ou moins 10% autour de sa moyenne glissante 2006-2010..

La première condition porte donc sur la variation du prix de l'aliment pour porcs, la seconde vise à n'enclencher le dispositif, quelle que soit la variation de prix de l'aliment, que si le prix du poulet sirtie usine « décroche » sensiblement du prix de l'aliment (à la hausse comme à la baisse).
Il peut s'agir de négociations :

- à la hausse : prix de l'aliment en augmentation et rapport prix du poulet / prix de l'aliment inférieur au seuil bas de l'intervalle ;
- comme à la baisse : prix de l'aliment en baisse et rapport prix du poulet / prix de l'aliment supérieur au seuil haut de l'intervalle.

Le graphique suivant présente les variables du disposif, de janvier 2007 à juin 2012.
A titre d'exemple, le prix de l'aliment pour poulet a franchi en octobre 2010 le palier +40% et cette situation haussière perduré au moins jusqu'en décembre 2010 : la condition 1) aurait été remplie pour une négociation des prix du poulet à la hausse, ainsi que la condition 2) car le rapport du prix du poulet au prix de l'aliment est resté en dessous de 90%.
Les conditions de déclenchement du dispositif pour une négociation à la hausse des prix ont été vérifiées à partir de mai 2012.

Graphique 288



Source : SSP

Section 6 – Viande ovine

Un groupe de travail « Filière ovine » (viande et lait) a été constitué en 2012 à la demande du comité de pilotage de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Il s'est réuni à deux reprises en 2012 (mi janvier et fin juin). Au cours de la 1ère réunion, FranceAgriMer a présenté l'état des données disponibles et les spécificités des filières lait de brebis et viande ovine. De nombreuses contraintes et difficultés ont été alors identifiées pour l'application de la méthode générale mise en œuvre dans les autres filières (poids des importations dans la consommation de viande ovine, manque de données de prix au détail différenciant les origines de la viande, manque de données de prix industriels…). Elles n'ont pas pu être levées dans les délais de réalisation du présent rapport, qui présente donc, pour ces filières, des résultats encore très partiels.

1. PRESENTATION DE LA FILIERE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Une spécificité importante de la filière ovine française, avec des implications contraignantes pour les travaux de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, est le poids élevé des importations dans la consommation : en 2011, la production des élevages français s'élève à 89 500 tonnes d'équivalents-carcasse (tec) ; une partie de cette ressource est exportée et il reste 73 200 tec disponibles pour la consommation intérieure, alors que celle-ci s'élève à 188 500 tec ; ainsi, les importations, de 115 300 tec assurent plus de 60% de la consommation (Schéma 22).

Une deuxième particularité de la filière, également importante pour les travaux de l'observatoire est la part importante du commerce de détail spécialisé : en 2011, plus de 20% des achats de viande ovine sont effectués en boucherie spécialisée et 10% dans divers circuits (marchés, ventes directes) contre 70% en GMS maxi-discompteurs compris (source : Kantar Worldpanel). Hors circuit d'achats proprement dit, la restauration hors foyer représente 20% de la consommation de viande ovine, dont un peu moins de 60% en restauration commerciale et plus de 40% en restauration collective

La production ovine française présente une très grande diversité. Il existe plus de 50 races : les races laitières spécialisées pour la production de lait (Lacaune, …), les races lainières qui étaient sélectionnées à l'origine pour la qualité de leur laine (Mérinos d'Arles), les races prolifiques (Romanov), les races précoces (Ile de France, …), les races d'herbage (Texel, …) et les races rustiques (Préalpes du Sud, …) utilisées pour la production de viande. Il existe également de nombreux types d'animaux abattus, portant diverses dénominations : agneaux de lait et laitons, nourris uniquement au lait de brebis, agneaux d'herbe, agneaux de bergerie, agneaux « gris » (4 mois et plus, engraissement en bergerie après une phase à l'herbe), brebis, mouton (animal castré), etc., … Mais, s'agissant des agneaux (principale source de viande ovine), il n'y a pas de définition précise et universelle des principales nombreuses catégories produites en France [INTERBEV, 2005].

La consommation de viande ovine ne représente que 5% de celle de l'ensemble des viandes, elle porte principalement sur la viande d'agneau (90%) et sa saisonnalité est très marquée : les achats de viande d'agneau dans le mois de Pâques s'élèvent à environ 8 000 tonnes en 2011 d'après le panel Kantar pour 4 000 et 6 000 tonnes pour chacun des autre mois. Ce profil s'observe chaque année, mais dans une tendance à la baisse de la consommation (-2% par an de 2007 à 2011, -40% en 30 ans). Près de 30% des achats de 2011 sont consacrés au gigot frais (par opposition au gigot surgelé, généralement importé : 5%), les autres pièces à griller ou rôtir (côtelettes, épaules…) achetées en frais représentant 45% des achats.

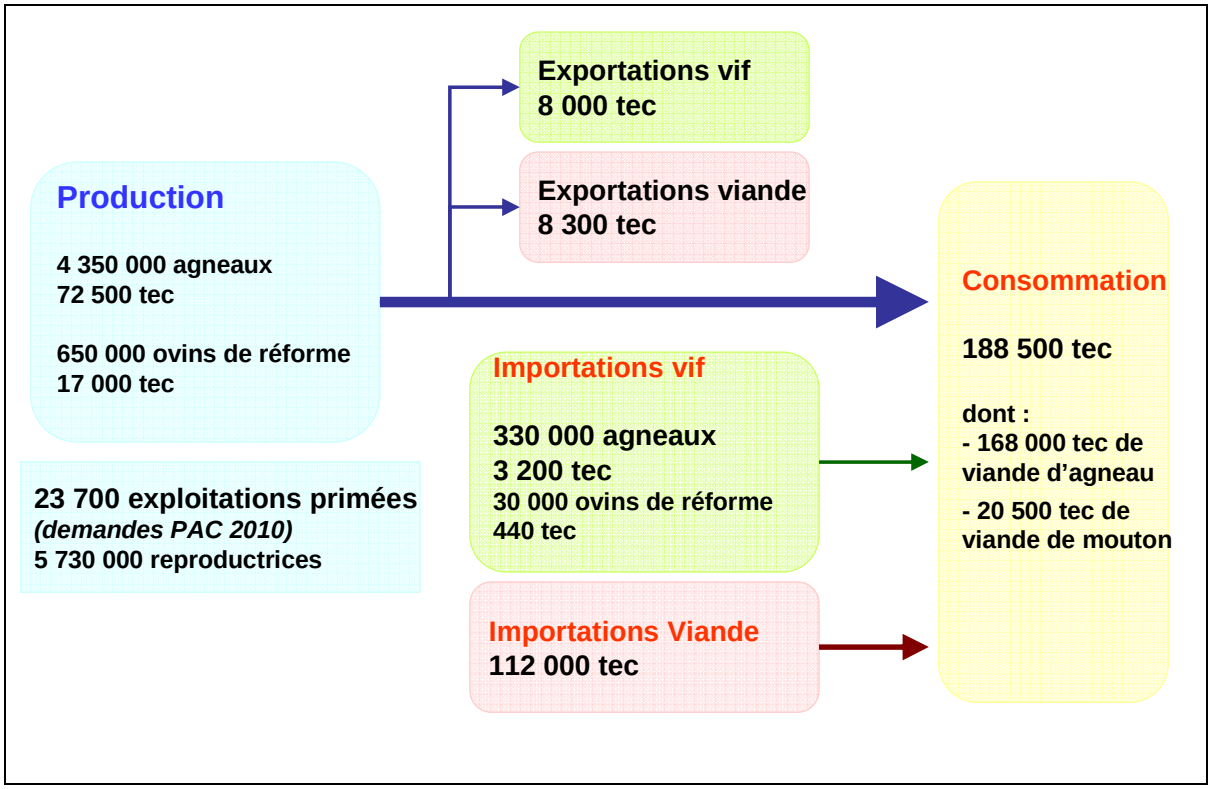
En GMS, la présentation en unité de vente consommateurs (UVC) se développe aux dépens du rayon boucherie traditionnel à la coupe. Ces « barquettes » sont toutefois souvent produites dans les ateliers spécialisés de la grande distribution (il s'agit alors d'unités de vente consommateurs

magasin, UVCM), à partir d'achats de carcasses ou demi-carcasses, et moins dans l'industrie (UCVI).

Pour en savoir plus : « La consommation de viande ovine, une baisse difficile à enrayer ». Les synthèses de FranceAgriMer, juin 2012, n°14.

Bilan des flux dans la filière viande ovine en 2011

Schéma 22



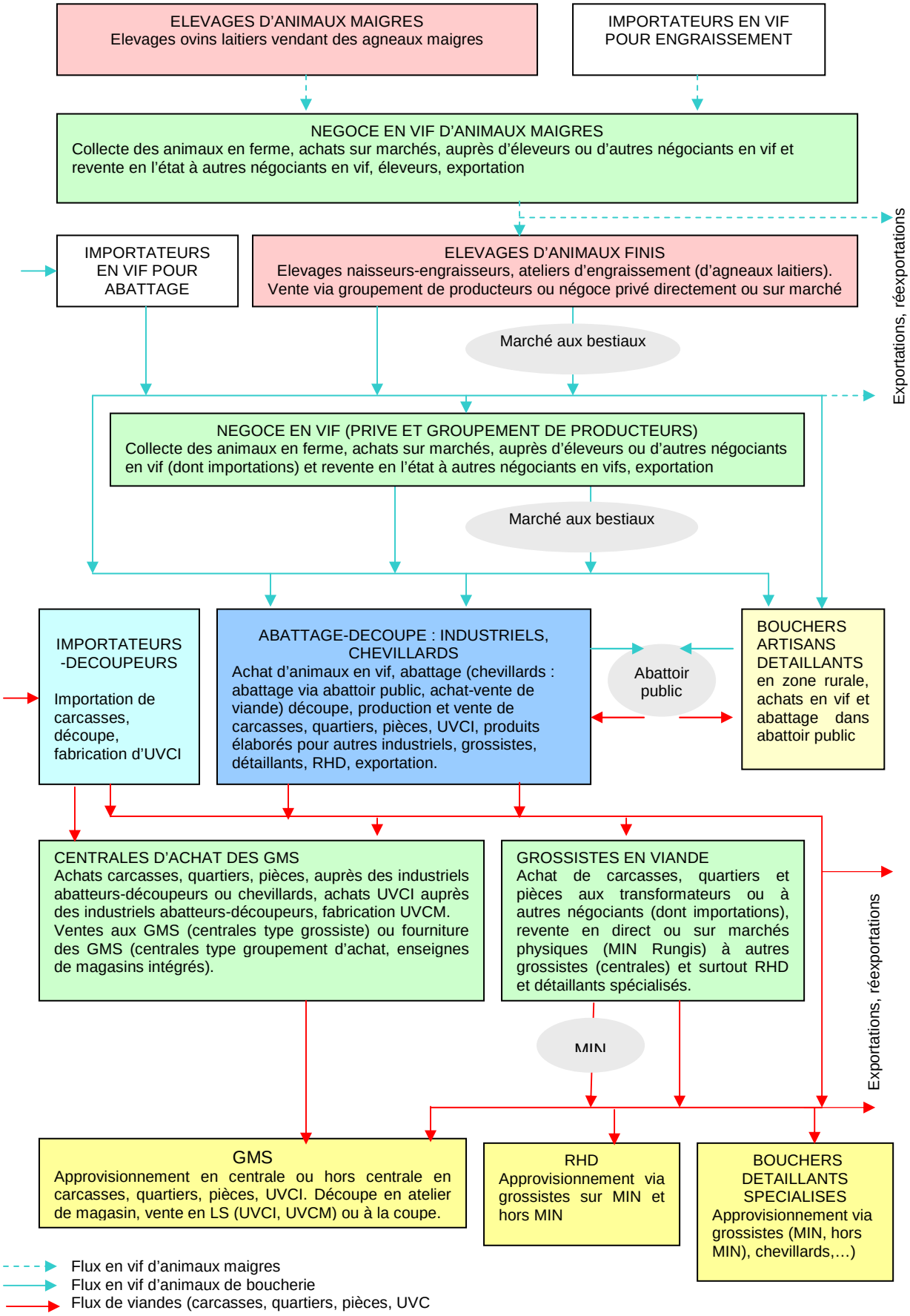
tec : tonne équivalent carcasse

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

Le Schéma 23 de la page suivante est une ébauche de représentation des circuits et des d'opérateurs (ou fonctions) dans la filière de la viande ovine. Il devrait certainement être amélioré mais il permet toutefois d'identifier les transactions pour lesquelles l'observatoire devrait disposer périodiquement de références de prix pour un suivi du même type que celui entrepris dans les autres filières, et les simplifications qui s'imposeraient, sous contraintes de disponibilités de données.

Ebauche de schéma des circuits et des opérateurs dans la filière ovine

Schéma 23



D'après BOUTONNET J.P, 1996 ; LEFEBVRE F., 2001

2. DONNEES ET CONTRAINTES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE VIANDE OVINE

2.1. Données de prix

2.1.1. Valeurs en vif sur les marchés physiques de gré à gré

Comme l'indique le diagramme de la filière, les transactions en vif portent sur des animaux « finis », prêts à être abattus, mais aussi sur des flux, certes plus limités et régionalement circonscrits, d'animaux « maigres », destinés à des ateliers d'engraissement, et pour partie importés.
Les transactions en vif portant sur des animaux finis entre éleveurs et 1er acheteurs (négociants en vif), ou entre négociants sur certains marchés physiques de gré à gré font l'objet de cotations réalisées sur ces marchés. Les prix sont exprimés en € par kg vif, parfois à la pièce ou dans certains cas en € par kg de carcasse. Ces cotations portent sur des nomenclatures d'animaux assez hétérogènes selon les sites de marchés car reflétant la diversité régionale des systèmes d'élevage ovin et de leurs productions (Cf. Tableau 49) . Il n'existe pas de synthèse moyenne nationale de ces données, qui sont donc en l'état inexploitables par l'observatoire.
Les transactions en vif portant sur des animaux maigres ne font pas l'objet de cotations diffusées, sauf exception sur certains marchés locaux (par exemple : agneaux pour l'embouche à Sancoins).

Exemples de cotations d'ovins vif sur certains marchés régionaux
(extraits)

Tableau 49

Marché en vif	Types d'agneaux	Unité d e cotation	Prix moyen
Parthenay	Agneaux 16-19 kg E	€ / kg carcasse	6,6
	Agneaux 16-19 kg U	€ / kg carcasse	6,3
	…	…	…
	Agneaux 19-22 kg R	€ / kg carcasse	5,6
	Agneaux 19-22 kg O 4	€ / kg carcasse	4,5
Sancoins (8 août 2012)	Agneaux d'embouche	€ pièce	65,0
	Agneaux gris plus de 22 kg R	€ / kg carcasse	5,0
	…	…	…
	Laiton 19-22 kg U	€ / kg carcasse	5,6
	Laiton 19-22 kg R	€ / kg carcasse	5,2
Châteaumeillant (7 août 2012)	Agneaux gras moins de 38 kg	€ pièce	78 à 118
	Agneaux gras 38-44 kg	€ pièce	
	…	…	…
	Agneaux gras moins de 38 kg R	€ / kg vif	2,5
	Agneaux gras moins de 38 kg U	€ / kg vif	3,0
	Agneaux gras plus de 44 kg R	€ / kg vif	2,5
	Agneaux gras plus de 44 kg U	€ / kg vif	2,7
Laissac (7 août 2012)	Agnelet 12-14 kg	€ / kg vif	3,6
	Agnelet 10-12 kg	€ / kg vif	3,8
Saugues (3 août 2012)	Agneaux moins de 23 kg E	€ pièce	79,0
	Agneaux 23-26 kg E	€ pièce	84,0
	…	…	…
	Agneaux moins de 12 kg R	€ / kg carcasse	7,4
	Agneaux moins de 12 kg O	€ / kg carcasse	6,0

Source : www.pleinchamp.com

2.1.2. Valeur au kg de carcasse entrée abattoir

Des cotations régionales des ovins de boucherie entrée abattoir sont réalisées par FranceAgriMer, qui calcul à partir de ces données un « prix moyen pondérée des agneaux de boucherie », agrégeant donc les cours de différentes catégories d'agneaux dans diverses régions.
Cette donnée constitue la principale référence nationale utilisable en filière ovine par l'observatoire comme prix « à la production » (il ne s'agit pas nécessairement du prix rémunérant l'éleveur, les animaux ayant été ramassés en ferme puis livrés à l'abattoir par un négociant ou un groupement de producteurs qui doit couvrir ses charges par une marge).

2.1.3. Valeurs des viandes ovines sortie industrie

Comme dans les autres filières viandes avant le développement des travaux de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, les données publiques de prix sortie industrie en viande ovine sont pour l'instant très limitées et insuffisantes pour une étude détaillée de la chaîne de valeur.
On dispose, en série longue (depuis 1991), des prix des carcasses et de certaines pièces d'agneaux ou de moutons vendues sur le MIN de Rungis. Ces transactions sont réalisées entre des grossistes d'une part et des bouchers détaillants spécialisés ou des restaurateurs d'autre part. Ces données sont donc inadaptées pour le suivi des prix et des marges dans un circuit aboutissant en GMS.
Depuis janvier 2011, l'INSEE fournit le prix moyen mensuel des carcasses d'agneaux sortie industrie au niveau national. Cette donnée porte sur un flux moins particulier que celui passant à Rungis et pourrait être utilisée pour le suivi des prix et des marges dans un circuit aboutissant en GMS. Toutefois, si les GMS s'approvisionnent encore de façon importante en viande d'agneau sous forme de carcasses, les UVCI se développent, mode d'approvisionnement pour lequel l'observatoire ne dispose par encore de données.

2.1.4. Valeurs des abats

Compte tenu de leur poids relatif dans la carcasse, il devrait être tenu compte des abats dans la valorisation industrielle de la matière première : les seules données actuellement disponibles sont des cotations de certains abats de mouton à Rungis, avec les limites susmentionnées pour l'observatoire

2.1.5. Valeurs des viandes ovines importées

Le poids des viandes importées dans l'offre au détail entraîne deux types de conséquences pour l'observatoire :

- idéalement, il faudrait suivre d'une part, la chaîne de valeur de la seule viande ovine nationale, d'autre part celles des importations ;
- mais les données de prix en GMS qui portent sur l'ensemble des morceaux de viande ovine fraîche ne permettent pas d'identifier l'origine des viandes ; sous cette contrainte, il faudrait suivre les prix et marges dans la filière sur la base d'une matière mixte faite de carcasses nationales et importées.

Des prix des viandes (carcasses, pièces) importées pourraient être estimés à partir des statistiques douanière.

2.1.6. Prix au détail

Le panel de consommateur Kantar Worldpanel est la seule source à la disposition de l'observatoire pour calculer des prix d'achat moyen pondérés (intégrant l'effet des promotions, cf. Chapitre 2) de l'ensemble des morceaux de viande ovine proposés au détail dans les différents circuits de distribution.
Pour quelques uns des morceaux vendus en GMS (collier, côtelettes, gigot), on dispose également de relevés de prix en rayon de GMS, réalisés par le Réseau des nouvelles des marchés,

mentionnant l'origine de la viande et le conditionnement. Outre le fait que l'effet des promotions est peu intégré dans ce type de relevé, on manque des données industrielles indispensables pour « remonter » la chaîne de valeur de ces articles.

2.2. Indicateurs

Il résulte des carences dans l'information sur les prix industriels et de l'inscription relativement tardive de cette filière au programme de l'observatoire que cette édition du rapport ne peut présenter d'indicateurs de marges brutes de la transformation et distribution pour la viande ovine ; en conséquence, le présent rapport s'est limité à mettre en relation les séries de prix disponibles aux différents stades.

3. PRIX DANS LA FILIERE VIANDE OVINE

(à faire : série de prix entrée abtt agno français , viandes importés, sortie indus (carcasses / insee)) essai de construire un indicateur sommaire

4. COMPTES DE L'INDUSTRIE DE LA VIANDE OVINE

Les entreprises de l'industrie des viandes qui abattent et découpent des ovins relèvent du secteur : *10.11.z – Transformation et conservation des viandes de boucherie.*
Très peu d'entre elles sont fortement spécialisées dans le traitement des seuls ovins.
En conséquence, il n'a pas été possible ici de reproduire la méthode appliquée pour les autres filières viandes (extraction de données d'entreprises spécialisées parmi celles de la base de données des enquêtes ESANE et EAE, cf. Section 3 et 4).

5. COMPTES DES RAYONS BOUCHERIE EN GMS

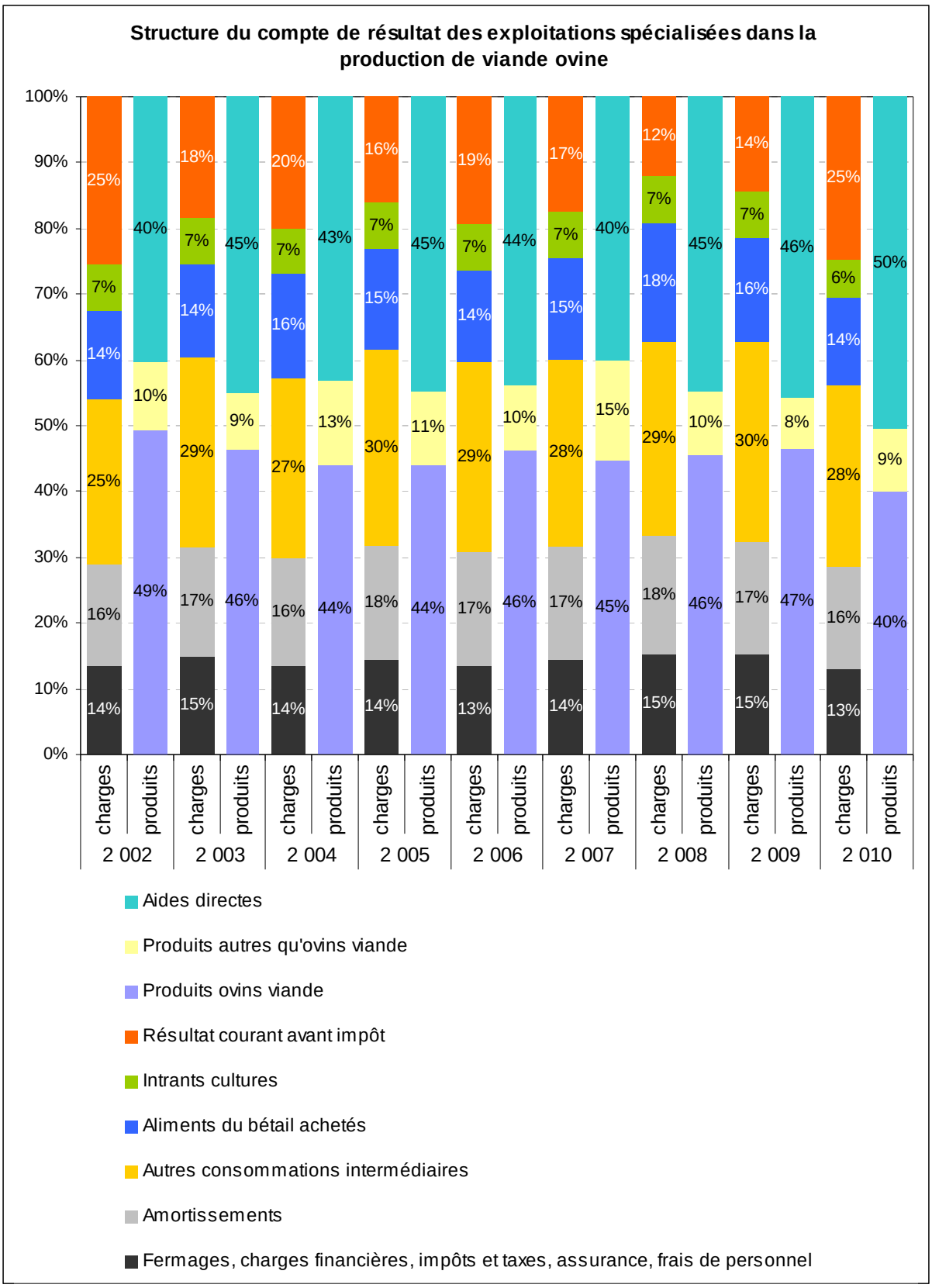
La viande ovine en GMS relève du rayon boucherie. Les données comptables relatives à ce rayon en 2011, issues de l'enquête conduite auprès des enseignes en 2012, ne distinguent pas les charges (autre que l'achat des viandes) par espèces (cf. chapitre 2).
Les résultats du rayon viande ont été présentés dans les sections antérieures du rapport portant sur les autres viandes suivies par l'observatoire (viande bovine, porc frais).
On rappelle ici que ce rayon viande présente, en moyenne en 2011 toutes enseignes confondues, une marge brute (chiffre d'affaires moins achats de viande) rapportée au chiffre d'affaires de 24%, une marge semi-nette (marge brute moins frais de personnel spécifique) de 14%, et une contribution négative (-2%) au résultat net de l'ensemble des rayons.

6. COMPTE DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES DANS L'ELEVAGE OVIN-VIANDE ET COUT DE PRODUTION DES OVINS

6.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées dans la production de viande ovine

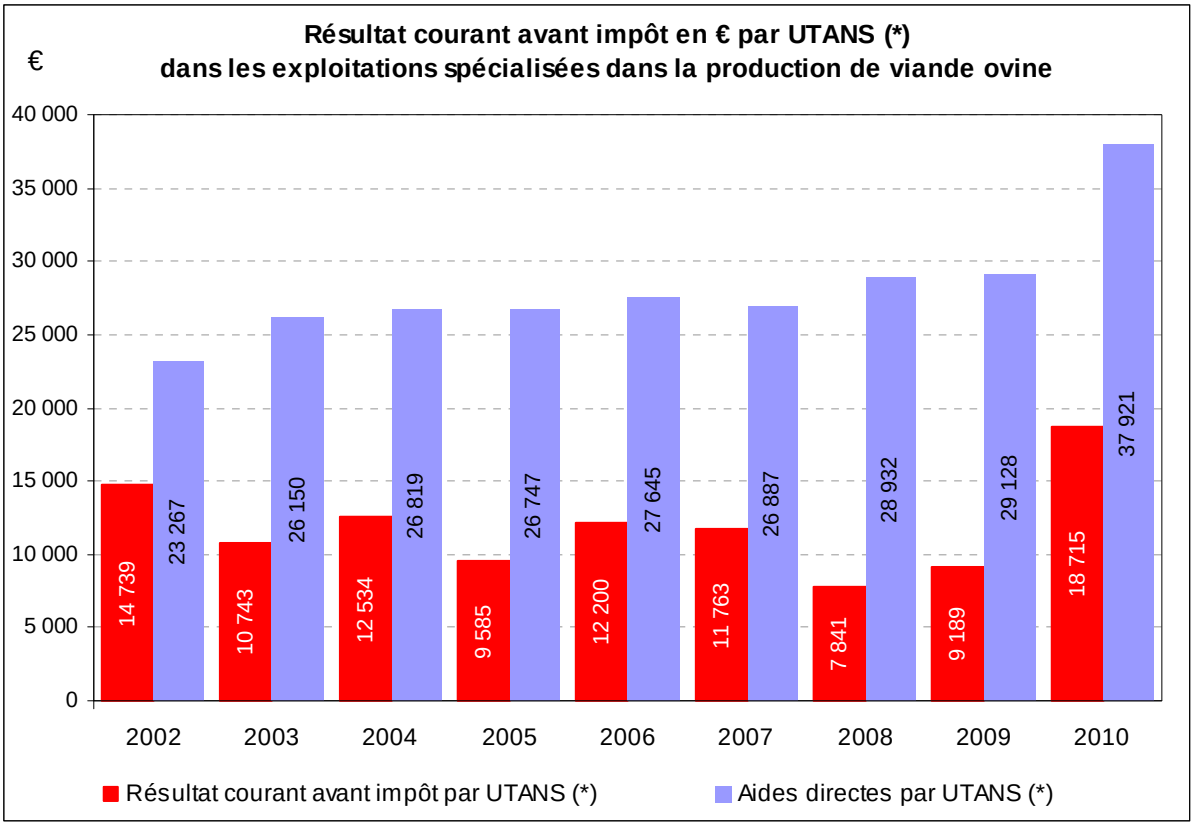
L'échantillon RICA 2002-2010 des exploitations spécialisées dans la production de viande ovine est constitué de 118 à 142 exploitations (effectif variable selon les années). Le produit brut ovin constitue plus de 76 % de la production de l'exercice de ces exploitations. Cet échantillon est représentatif de 5 600 à 6 600 exploitations.
De 2002 à 2008, des variations successives du résultat courant avant impôts (RCAI) conduisent à une diminution progressive de celui-ci, tant en valeur relative qu'en valeur absolue (graphiques suivants).
En 2009, le RCAI progresse légèrement. Cette progression s'accentue lors de l'année 2010, tant en valeur relative qu'en valeur absolue par travailleur familial (graphiques suivants). Elle s'explique par une forte augmentation des subventions d'exploitation (+26% en valeur entre 2009 et 2010) ainsi que par une stagnation des charges. L'augmentation des subventions d'exploitation est liée à la modification des régimes d'aide aux filières ovines ayant eu lieu suite au « Bilan de santé » de la PAC réalisé en 2009.
Au cours de la période observée, les aides reçues par les exploitations de l'échantillon, et qui ne sont pas destinées uniquement à la production ovine, sont comprises entre 40 et 50 % du total des produits (aides incluses). Le produit ovins viande varie entre 40 et 49% du total des produits.

Graphique 289



Source : SSP (RICA)

Graphique 290



(*) UTANS : unité de travail annuel non salarié

Source : SSP (RICA)

6.2. Coûts de production de la viande ovine dans les différents systèmes spécialisés « Fourragers », « Herbagers », « Pastoraux mineurs » et « Pastoraux majeurs »

Cette estimation de coûts de production « par kg de viande ovine en carcasse » (coûts exprimés en euro par kg de carcasse) est réalisée par l'Institut de l'Elevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans 176 exploitations, obtenant généralement des résultats supérieurs à la moyenne, et dont le taux de spécialisation est supérieur à 90% ; 10% du produit total de ces exploitations étant généré par d'autres activités telles que des ateliers hors-sol, des cultures spécialisées ou d'autres diversifications.

Les exploitations se répartissent selon les systèmes d'exploitation suivants :

- **32 en système fourrager** : système intensifié (chargement > 1,4 UGB/ha), avec un temps de séjour en bergerie non négligeable et un recours fréquent à l'ensilage d'herbe voire à l'ensilage de cultures fourragères (maïs, sorgho). Systèmes rencontrés principalement dans les zones d'élevage à bon potentiel (Grand Ouest, Ségalas) ou dans les zones mixtes cultures et élevage.
- **90 en système herbager** : système peu intensifié (chargement < 1,4 UGB/ha SFP), avec une alimentation plus fortement axée sur le pâturage et des stocks généralement constitués exclusivement de foin (et absence de cultures fourragères). Ces systèmes se rencontrent notamment dans les zones herbagères au nord du Massif Central ainsi que dans le Nord-est.
- **42 en système pastoral mineur** et **12 en système pastoral majeur** : systèmes caractérisés par l'utilisation de parcours et différenciés sur la base du chargement à l'hectare. Les systèmes pastoraux majeurs (> 2,5 UGB/ha de SFP), plus fortement dépendants des parcours et généralement non autosuffisants en fourrages, se retrouvent plutôt dans le grand Sud-est (du Roussillon aux Alpes en passant par la vallée du Rhône).

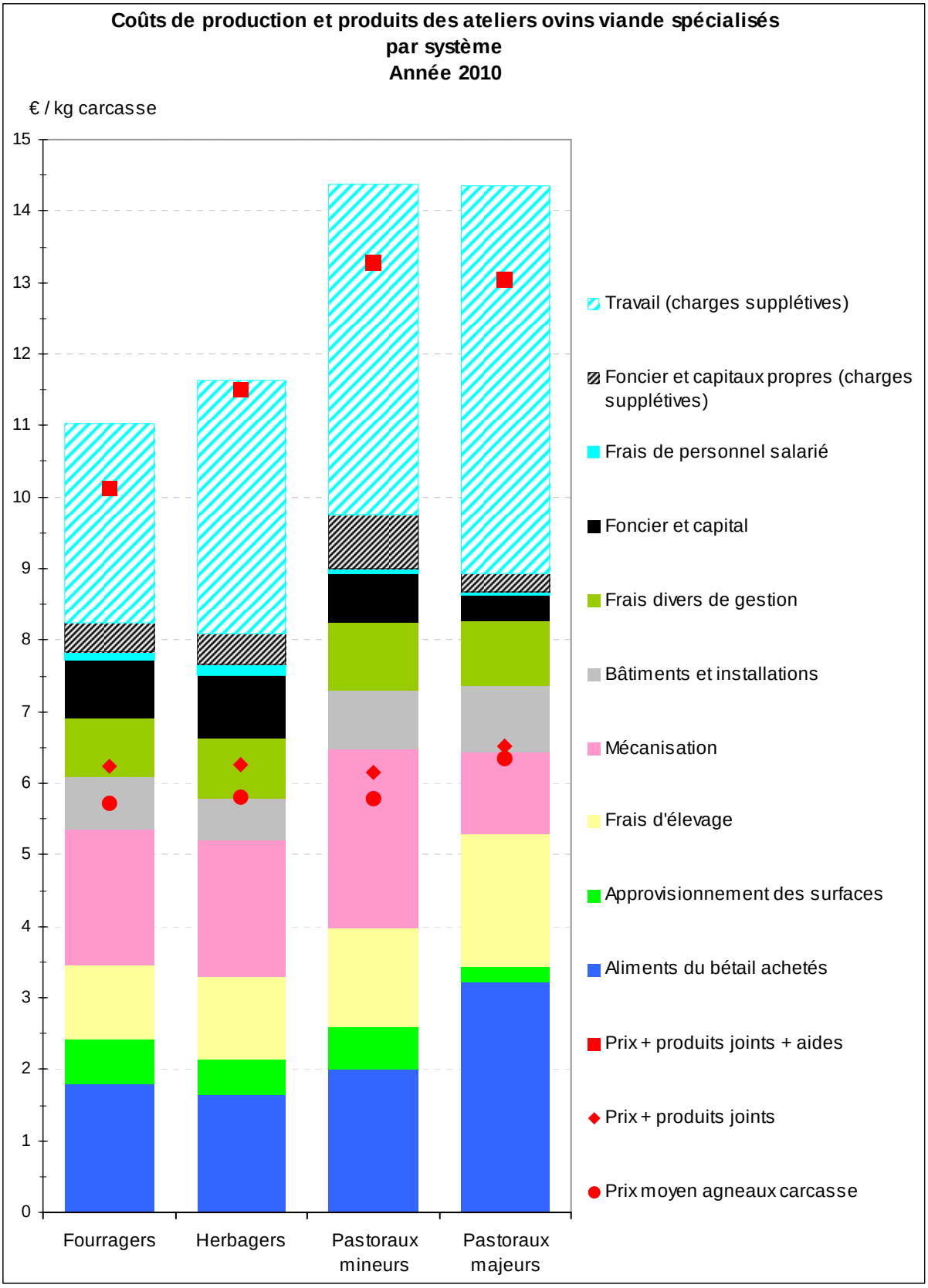
Les pastoraux mineurs se rencontrent notamment dans les causses du Sud-ouest, mais aussi dans toutes les zones pastorales.

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial, variant de 1,1 à 1,6 SMIC par unité de main d'œuvre (UMO), selon le système de culture. La norme admise par l'Institut de l'Elevage étant de 1,5 SMIC par UMO. Les capitaux personnels sont valorisés aux taux d'intérêt du marché et les terres en propriété aux taux de fermage moyen.

Le graphique suivant situe les coûts de production estimés par kg de carcasse en regard du prix de vente correspondant puis de la recette par kg de carcasse incluant les produits joints et les aides directes (celles-ci étant destinées à l'atelier ovins comme aux autres ateliers présents sur l'exploitation).

En 2010, quel que soit le système de production, le coût de production du kg de carcasse est supérieur de 14 centimes à 1,33 euros par kg au prix de vente moyen des carcasses incluant les aides ainsi que les produits joints (animaux de réforme, laine, etc.). Ce coût de production inclut une charge calculée de main-d'œuvre familiale de 1,1 à 1,6 SMIC selon le système d'élevage observé. La part du nombre d'élevage bénéficiant de plus de 1,5 SMIC par unité de Main d'Œuvre (UMO) est de 33% dans les systèmes « pastoraux majeurs » à 50% dans les systèmes « herbagers ».

Graphique 291



Source : Institut de l'Elevage

Section 7 – Lait et fromages de brebis

Un groupe de travail « Filière ovine » (viande et lait) a été constitué en 2012 à la demande du comité de pilotage de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. Il s'est réuni à deux reprises en 2012 (mi janvier et fin juin). Au cours de la 1ère réunion, FranceAgriMer a présenté l'état des données disponibles et les spécificités des filières lait-fromages de brebis et viande ovine. Des contraintes et difficultés ont été alors identifiées pour l'application de la méthode générale mise en œuvre dans les autres filières (importations de lait pour la production de certains fromages, manque de données de prix industriels…). Elles n'ont pas pu être levées dans les délais de réalisation du présent rapport, qui présente donc des résultats encore très partiels pour la filière Lait-fromages de brebis.

1. PRESENTATION DE LA FILIERE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

La collecte de lait de brebis s'est élevée en France à 259 millions de litres [Agreste, 2011], en 4ème position en Europe la Grèce, l'Italie et l'Espagne. Les trois quarts des 4 000 producteurs livrent à l'industrie laitière (les autres transformant à la ferme). La production est concentrée dans trois régions de montagne : le sud du Massif central avec le Rayon de Roquefort (70 % de la production nationale), le sud du département des Pyrénées-Atlantiques (20 %) et la Corse (5 % de la production).

(structure de l'industrie de transf ?)

La distribution au détail des fromages de brebis est dominée par les hyper et supermarchés, hors maxidiscompte (78% des quantités achetées),dans lequel se réalise 17% des achats, les achats sur marchés forains représentent 4% du total, soit plus que les fromageries spécialisées (1%).

La consommation de fromage de brebis est en hausse (25,3 milliers de tonnes en 2008, 26,3 milliers de tonnes en 2011). L'offre est aujourd'hui assez diversifiée : si, selon le panel Kantar, le Roquefort domine relativement les achats (36% des quantités achetées en 2011), les autres pâtes pressées non cuites le suivent de près (33% des quantités achetées), puis viennent les fromages de type feta et assimilés (16%), les pâtes molles (11%), fromages fondus (3%) et autres fromages frais (1%).
A cette diversité de produit correspond un net écart de prix au détail : tous circuits confondus, de l'ordre 10 €/kg pour les fromages de type feta et 16 €/kg pour le Roquefort.

(diagramme filière ?)

2. DONNEES ET CONTRAINTES SPECIFIQUES AU SUIVI DES PRIX ET DES MARGES DANS LA FILIERE LAIT- FROMAGE DE BREBIS

2.1. Données de prix

2.1.1. Prix du lait de brebis à la production

Les données de prix existantes portent sur le lait collecté dans le rayon de Roquefort (prix pour chacune des trois classes de lait et pour un lait de composition moyenne) et sur la collecte dans les Pyrénées-Atlantiques et en Corse. Il s'agit de moyennes annuelles, donc inadapté à un suivi infra-annuelle du type de celui réalisé pour les autres produits par l'observatoire.

2.1.2. Prix des fromages de brebis sortie usine

Aucune donnée publique n'est disponible. Le caractère très organisée et concentrée de la filière Roquefort assure l'information des producteurs et des industriels sur la situation du marché, sans intervention d'un tiers.
En outre, du fait de concentration de l'industrie de Roquefort, la diffusion de données sur ces entreprises est contrainte par les règles du secret statistique.

2.1.3. Prix des fromages de brebis au détail

Comme pour la plupart des autres produits suivis par l'observatoire, la source quasi-unique et la plus adaptée est le panel de consommateurs Kantar Worldpanel (cf. chapitre 2). A noter qu'à l'exception du Roquefort, fromage français d'appellation d'origine contrôlée, les autres regroupements d'articles suivis par le panel sont susceptibles de contenir des fromages importés.

2.2. Indicateurs

Il résulte des carences dans l'information sur les prix industriels et de l'inscription relativement tardive de cette filière au programme de l'observatoire que cette édition du rapport ne peut présenter d'indicateurs de marges brutes de la transformation et distribution pour la viande ovine ; en conséquence, le présent rapport s'est limité à mettre en relation les séries de prix disponibles aux différents stades.

3. PRIX DANS LA FILIERE LAIT-FROMAGE DE BREBIS

(à faire : série de prix à chaque stade)

4. COMPTES DE L'INDUSTRIE DU LAIT DE BREBIS

Les comptes sectoriels établis par le service public de statistique (SSP, INSEE) portant sur les industries laitières ne distinguent pas les entreprises spécialisées dans la transformation du lait de brebis de celles traitant le lait de vache ou de chèvre. En outre, du fait de la concentration de l'industrie de Roquefort, la diffusion de données sur ces entreprises est contrainte par les règles du secret statistique.
Les comptes des industries laitières (dont fabrication de fromages) ont été présentés dans la section 1 du présent chapitre, dédiée aux produits laitiers issus du lait de vache.

5. COMPTES DES RAYONS PRODUITS LAITIERS EN GMS

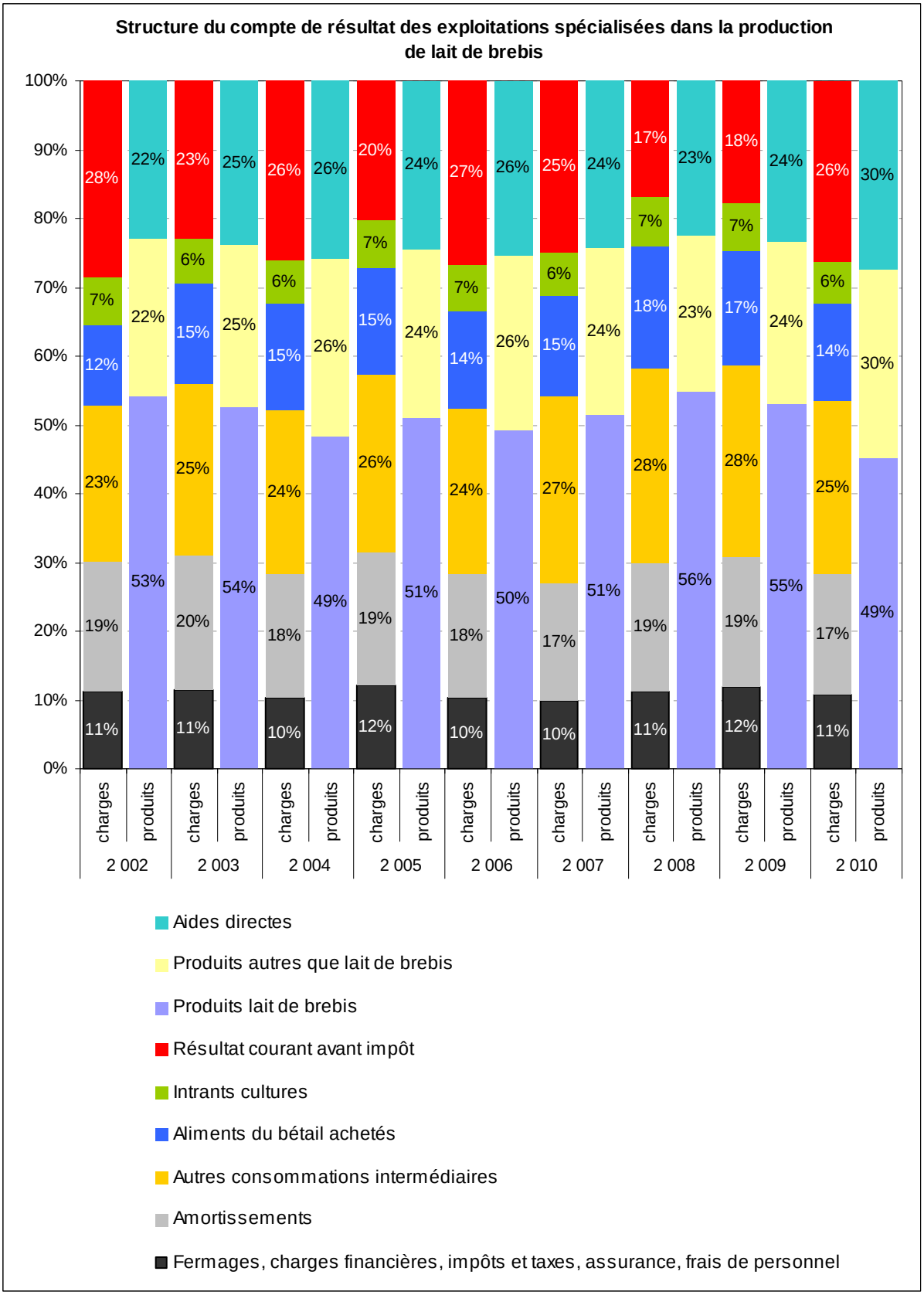
Les fromages de brebis en GMS relèvent du rayon des produits laitiers. Les données comptables relatives à ce rayon en 2011, issues de l'enquête conduite auprès des enseignes en 2012, ne distinguent pas les charges (autre que l'achat des produits) par nature de produit (cf. chapitre 2).
Les résultats du rayon ont été présentés dans la section antérieure du rapport portant sur le lait de vache et ses produits.
On rappelle ici que ce rayon produits laitiers présente, en moyenne en 2011 toutes enseignes confondues, une marge brute (chiffre d'affaires moins achats de viande) rapportée au chiffre d'affaires de 23%, une marge semi-nette (marge brute moins frais de personnel spécifique) de 19%, et une contribution positive (+2%) au résultat net de l'ensemble des rayons.

6. COMPTES DES EXPLOITATIONS SPECIALISEES OVINS-LAIT ET COUT DE PRODUCTION DU LAIT DE BREBIS

6.1. Structure des charges et résultat : moyennes et évolution de l'ensemble des exploitations spécialisées dans la production de lait de brebis

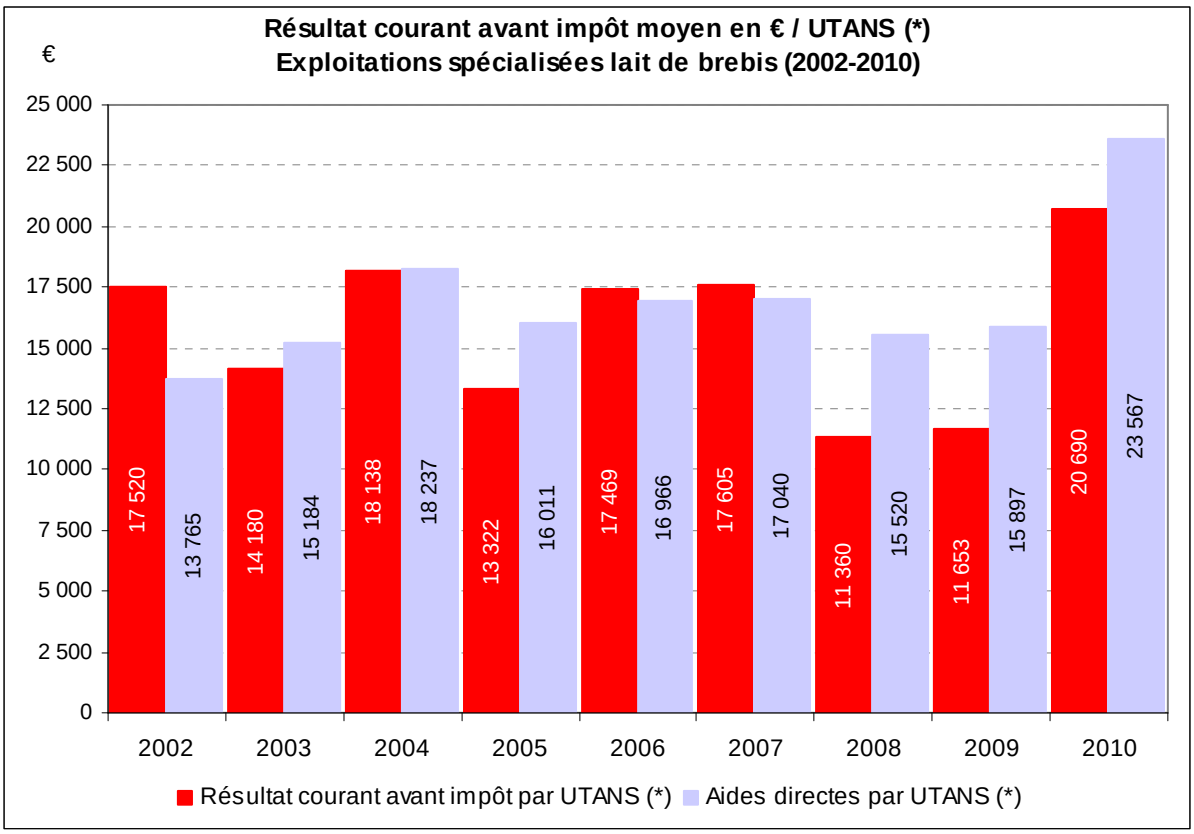
L'échantillon RICA 2002-2010 des exploitations spécialisées dans la production de lait de brebis est constitué de 101 à 116 exploitations (effectif variable selon les années). La production de lait constitue plus de 67 % de la production de l'exercice de ces exploitations. Cet échantillon est représentatif de 4 100 à 4 800 exploitations.
Après avoir connu une forte baisse (tant en valeur relative qu'absolue) entre 2007 et 2008 (passage de 26 316 € à 16 387 €), le Résultat courant avant impôts (RCAI) moyen, s'est stabilisé en 2009 avant de repartir à la hausse en 2010 (29 618 € en 2010). Cette hausse s'explique par une forte augmentation des subventions d'exploitation (+ 49% en valeur entre 2009 et 2010), liée à la modification des régimes d'aide aux filières ovines ayant eu lieu suite au « Bilan de santé » de la PAC réalisé en 2009.
Le résultat courant avant impôts rémunère le travail non salarié de l'exploitant et de sa famille, ses capitaux personnels, ses terres en propriété.

Graphique 292



Source : SSP (RICA)

Graphique 293



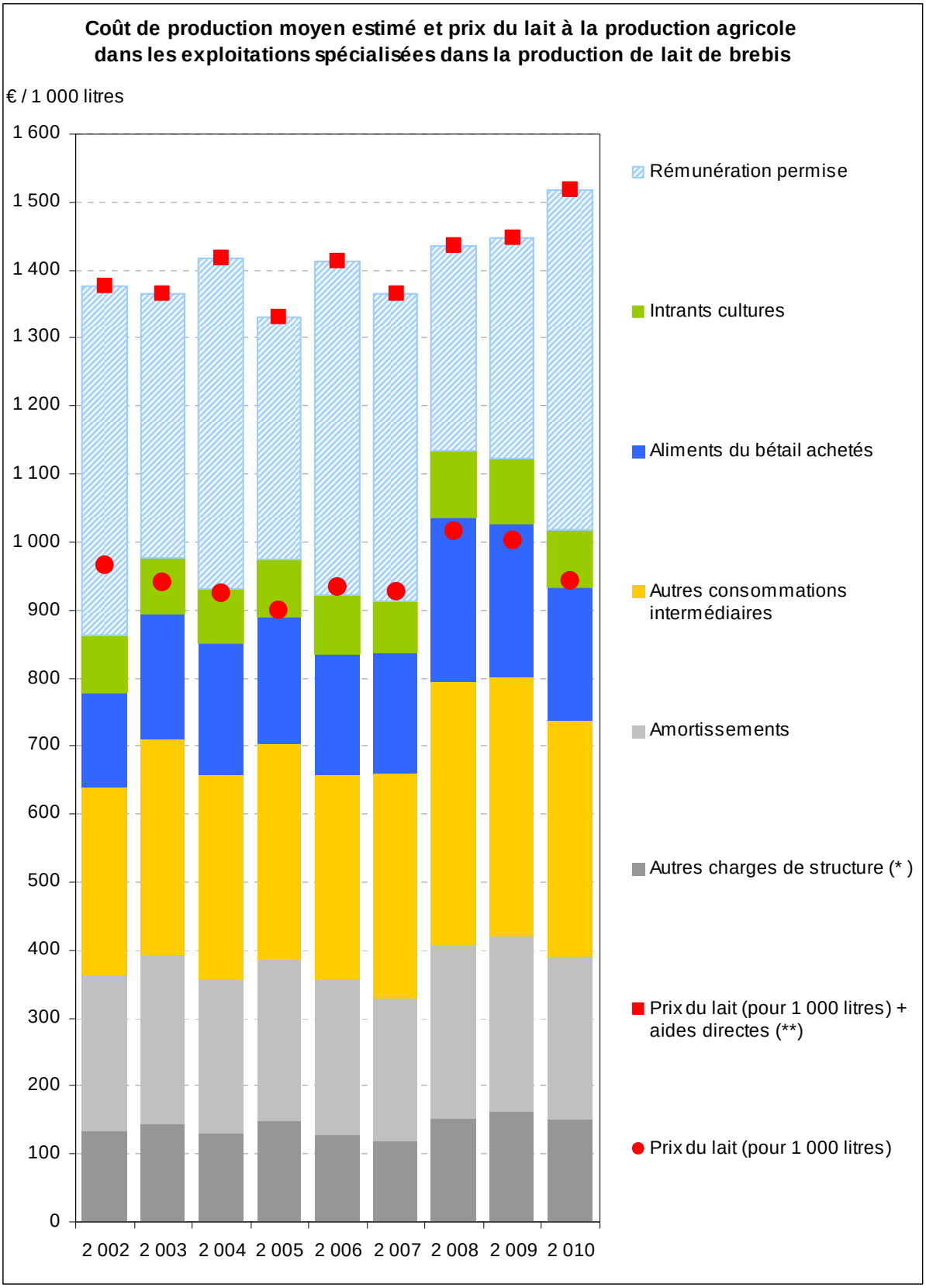
(*) UTANS : unité de travail annuel non salarié

Source : SSP (RICA)

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptes de l'échantillon du RICA. Il s'agit d'une approche sur base uniquement comptable : les seuls coûts pris en compte sont les charges comptables réelles.
Le coût de production du lait, ainsi estimé, varie de 864 à 1 133 € pour 1 000 litres entre 2002 et 2010 ; il est de 1 017 € pour 1 000 litres en 2010. Le montant des aides progressent en 2010, il passe de 444 € pour 1 000 litres à 575 € pour 1 000 litres. Cette augmentation compense la diminution du prix du lait, ce qui permet une augmentation de 72 € pour 1 000 litres de la rémunération permise.

Compte tenu des sources utilisées (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.

Graphique 294



(*) Intérêts, fermages, salaires, assurances…
(**) aides couplée aux produits et DPA

Source : SSP (RICA)

.

6.2. Coûts de production du lait ovin dans les différents systèmes de production laitière ovine

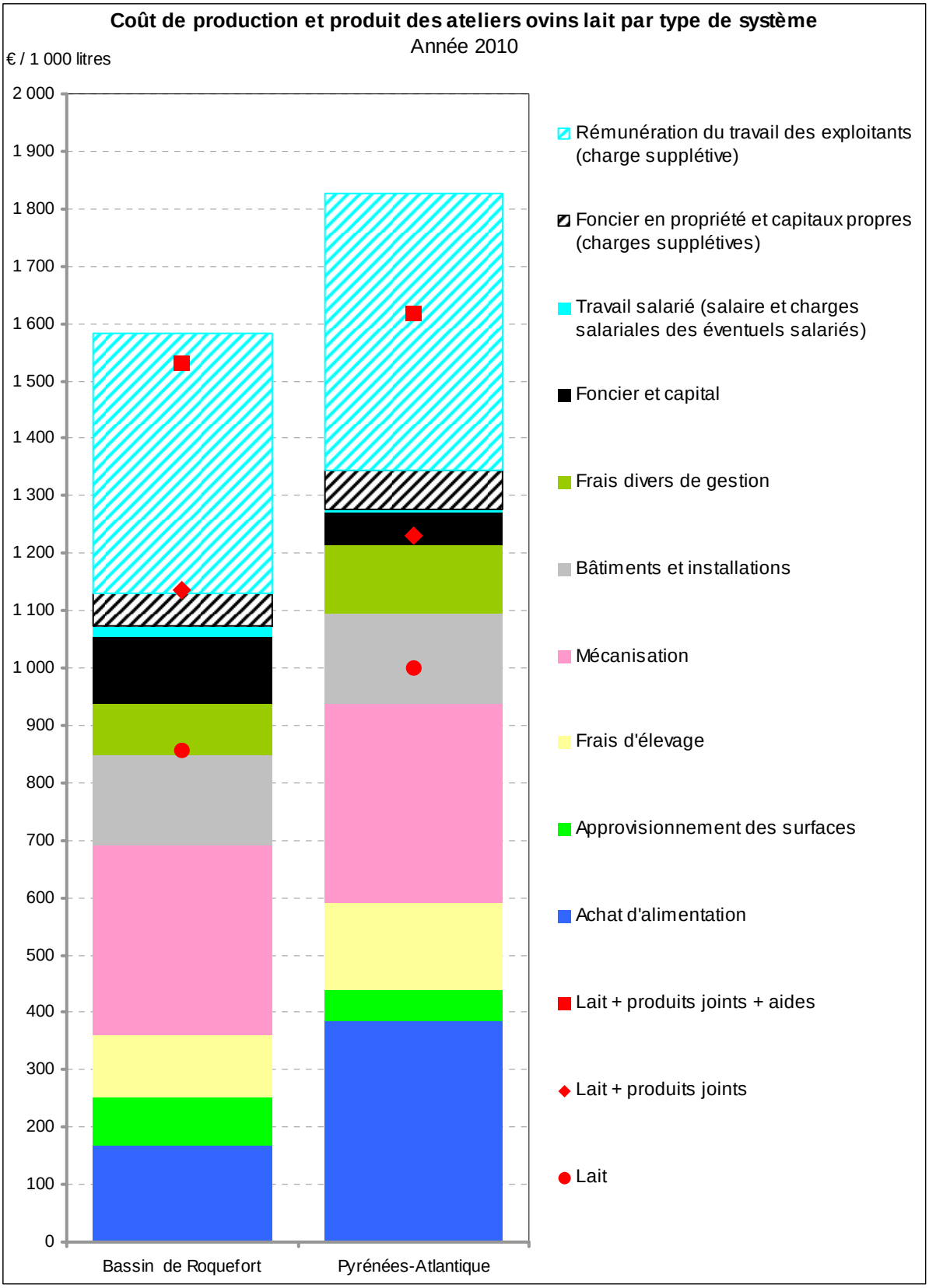
Cette estimation de coûts de production « par 1 000 litres de lait » est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans les exploitations suivies par l'institut. Les 49 exploitations observées sont des exploitations dont les performances sont supérieures à la moyenne.

Dans cette approche, certaines charges sont modélisées, ne résultant pas ainsi directement d'enregistrements comptables ; le coût de production intègre notamment des charges « calculées » ou « supplétives » (en sus des postes de charges réelles comptables), comprenant une rémunération standard pour le travail familial, variant de 0,8 à 1,3 SMIC par unité de main d'œuvre (UMO), selon le système de culture. La norme admise par l'Institut de l'Elevage étant de 1,5 SMIC par UMO. Les capitaux personnels sont valorisés aux taux d'intérêt du marché et les terres en propriété aux taux de fermage moyen.

Les résultats présentés correspondent aux zones de production « Bassin de Roquefort » et « Pyrénées-Atlantiques » pour l'année 2010.

En 2010, quelque soit la zone de production, le coût de production de 1 000 litres de lait est supérieur de 50 à 210 euros au prix de vente moyen incluant les aides ainsi que les produits joints (animaux vendus à d'autres élevages, etc.). La part du nombre d'élevage bénéficiant de plus de 1,5 SMIC par unité de Main d'Œuvre (UMO) est de 34% dans le « Bassin de Roquefort » et de 20% dans la zone « Pyrénées-Atlantiques ».

Graphique 295



Source : Institut de l'Elevage

Encadré 12

Elargissement des travaux de l'observatoire à d'autres filières en 2012 : état d'avancement

*Outre les **filières ovines, viande et lait,** dont l'état d'avancement des travaux – commencés courant 2012 - et la disponibilité limitée des données ne permettent pas de présenter, dans le présent rapport, d'éléments comparables à ceux conduits dans les autres filières (sauf pour le volet « comptes des exploitations agricoles et coûts de production »), deux autres filières ont fait l'objet de premières approches, beaucoup plus limitées, en 2012, mais il ne peut pas être présenté de résultats dans le présent rapport :*

- *Les **produits de la pêche maritime et de l'aquaculture** (conchyliculture, pisciculture) ont fait courant 2012 l'objet de plusieurs réunions en vue d'une extension des travaux de l'observatoire à ces filières. Trois axes de travail ont été ainsi envisagés :*

1) *un suivi périodique et saisonnier des prix, marges brutes et coûts à différents stades (production, expédition, détail) et selon les principaux circuits (GMS, poissonneries, vente directe) dans la conchyliculture (huîtres, moules), à partir de données principalement recueillies par le Centre National de la Conchyliculture ;*

2) *un suivi périodique des prix, marges brutes et coûts à différents stades pour un produit de la pisciculture vendu en GMS : la truite entière, à partir de données principalement recueillies par le Comité Interprofessionnel des Produits de l' Aquaculture ;*

3) *l'actualisation d'une étude réalisée en 2006 pour l'ex Office national interprofessionnel des produits de la mer (Ofimer) : « La formation du prix des produits aquatiques frais 2006 » étude pour Ofimer. YKEMS et PROTEIS, 2006 (résumé en ligne sur le site de l'observatoire).*

Les 1er et 2ème axes n'ont pas pu être développés en 2012. Les travaux d'actualisation de l'étude de 2006 (axe 3) commenceront en 2013, au terme de la procédure d'appel d'offres et de sélection d'un cabinet d'études.

- *Au cours de l'année 2012, l'inscription de **la filière viticole** au programme de l'observatoire a été évoquée et a fait l'objet d'une présentation du dispositif en conseil spécialisé de FranceAgriMer par Philippe Chalmin le 21 mars 2012. Le type de vins à suivre (sans ou avec indication géographique de provenance, cépage…) n'a pas été défini à ce stade avec les professionnels concernés.*

Chapitre 4. Le partage de *« l'euro alimentaire du consommateur »* ou la répartition de la dépense alimentaire en valeurs ajoutées dans les différentes branches de l'économie

1. UNE APPROCHE MACROECONOMIQUE DE LA DEPENSE ALIMENTAIRE

L'objet de ce travail est, en s'inspirant de travaux de l'USDA[47] et en s'appuyant sur les tableaux entrées-sorties (TES) de la comptabilité nationale, de décomposer le montant de la consommation alimentaire des français en valeurs ajoutées des différentes branches puis en revenus.

On cherche ainsi à estimer les parts respectives, dans un euro de consommation alimentaire, de la rémunération des facteurs de production (travail et capital) de l'agriculture, des industries alimentaires, du commerce et des autres branches, ainsi que la part qui sert à payer les importations et celle qui est prélevée ou redistribuée par l'Etat.
Les résultats présentés ici portent sur l'année 2008, les données de base pour une application de la méthode à une année plus récente ne sont pas encore disponibles. Ils sont comparés à ceux de l'année 1995, de façon toutefois assez synthétique (un travail plus approfondi sur l'évolution de « l'euro alimentaire » fera l'objet d'une publication fin 2012).
Il s'agit par ailleurs d'une première estimation des résultats 2008, les changements de nomenclature des comptes utilisés, à partir de cette année, ont en effet conduit à recourir à certaines approximations qui devront certainement être améliorées par la suite.
Il est important de noter que la consommation alimentaire appréhendée ici est celle qui résulte d'achats de produits alimentaires dans les points de vente, elle n'inclut donc pas la consommation alimentaire au restaurant ni les services de repas à domicile : ces services de restauration sont agrégés dans les comptes nationaux avec l'hôtellerie, sans possibilité de les distinguer.

Cette approche macroéconomique de la composition de la valeur dans la chaîne alimentaire est tout-à-fait complémentaire des travaux par filière jusque-là entrepris par l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et présentés dans les chapitres précédents de ce rapport.
Les deux approches - sectorielle et macroéconomique - sont d'ailleurs menées parallèlement par l'USDA pour répondre à des objectifs de même nature que ceux assignés à l'OFPM : au suivi périodique de la composition des prix de différents produits alimentaires en part agricole et marges de l'aval (http://www.ers.usda.gov/Data/MeatPriceSpreads/), l'ERS[48] ajoute une analyse de la dépense alimentaire nationale fondée sur les équilibres de la comptabilité nationale.
(http://www.ers.usda.gov/Data/FoodDollar/)[49].

Bien que la méthode ne soit applicable, sous contrainte de données, qu'à l'ensemble de la dépense alimentaire et non à un produit alimentaire particulier, elle « élargit le champ de vision » de l'Observatoire de la formation des prix et des marges.
En effet, la première approche relie les prix des produits alimentaires avec les coûts dans les seules entreprises des filières des produits étudiés (exploitations agricoles, industries alimentaires, commerces de gros agroalimentaires et commerce de détail alimentaire).
La seconde approche, objet de ce chapitre, relie en quelque sorte ces coûts avec l'ensemble de l'économie : les consommations intermédiaires dans les filières étudiées sont des biens (ou des services) soit importés, soit issus de diverses branches de l'économie nationale, dont la valeur résulte aussi d'autres consommations intermédiaires et valeurs ajoutées réalisées également dans diverses branches de l'économie nationale, etc.
Ainsi, peut-on mesurer la contribution de chaque branche de l'économie nationale à la valeur de la dépense alimentaire, ou, dit d'une autre façon, la valeur ajoutée et donc la rémunération des facteurs de production primaires (capital, travail) induites dans chaque branche par la dépense alimentaire.

Avant de présenter les résultats, on s'en tient ici à une évocation très générale de la méthode de décomposition de la demande finale alimentaire nationale en valeurs ajoutées ; pour une présentation plus complète, cf. *« La décomposition de l'euro alimentaire en revenus des différents facteurs en France en 2005 »* (J.P. Butault, Ph. Boyer, mai 2012), en ligne sur le site de l'observatoire.

[47] United states Department of Agriculture

[48] Economic research service

[49] Outre l'exemple américain, Rastoin et Ghersi (2010) ont montré l'intérêt de l'exploitation des TES pour analyser la filière agroalimentaire en passant de *« l'approche agricolo-centrique à celle de complexe alimentaire ».*

2. FONDEMENT DE LA METHODE : LA RELATION D'EGALITE ENTRE VALEUR AOUTEE ET DEMANDE FINALE

A l'échelle macroéconomique, et hors importations, l'égalité entre valeur ajoutée[50] et demande finale[51] est évidente : la valeur ajoutée est par définition égale à la production moins les consommations intermédiaires, et cette différence est bien la demande finale.

L'objectif des calculs (assez longs et non présentés ici) rééalisés sur les TES est de ventiler par branche cette égalité globale, afin de pouvoir exprimer la part de valeur ajoutée de chaque branche dans la demande finale en produits des branches produisant les biens alimentaires (IAA et, pour les produits alimentaires non transformés : agriculture et pêche).

L'économie n'étant pas « fermée », une partie de la demande finale alimentaire nationale est satisfaite par des importations de biens répondant directement à cette demande finale (importations d'aliments) et par des importations de biens de consommation intermédiaire intervenant dans les productions nécessaires à la satisfaction de la demande alimentaire. Il s'agit non seulement des intrants importés pour les IAA ou pour l'agriculture, mais aussi pour toutes les branches de l'économie, à hauteur de la participation de leurs produits et services à la chaîne alimentaire, par exemple : importations de pétrole utilisé dans les transports.
Par ailleurs, les taxes sur les produits sont incluses dans la valeur de la consommation finale alimentaire (dépense du consommateur) mais reviennent à l'Etat et non aux branches.
Enfin, les valeurs ajoutées prises en compte ici le sont avant subventions, puisque celles-ci ne sont pas payées par le « consommateur » mais par le « contribuable » ; elles ne sont pas comprises dans la dépense alimentaire du consommateur.
Au terme du processus, on pourra donc exprimer la demande finale alimentaire sous la forme suivante :

	Demande finale
=	valeur ajoutée dans la branche 1
+	valeur ajoutée dans la branche 2
+	valeur ajoutée dans la branche 3
+	……
+	importations directes et indirectes
+	taxes

Comme la valeur ajoutée constitue la ressource pour la rémunération des services du travail (salaires) et du capital (excédent brut d'exploitation), on peut poursuivre la décomposition sous la forme :

	Demande finale
=	salaires dans les branches 1, 2, 3 …
+	EBE dans les branches 1, 2, 3, …
+	importations directes et indirectes
+	taxes

3. QUELQUES LIMITES POUR L'INTERPRETATION DES RESULTATS

Sous contrainte de la nomenclature des TES utilisés, la consommation finale alimentaire considérée ici n'inclut pas la restauration hors foyer ni les services de repas à domicile.
Par ailleurs, cette consommation finale alimentaire comprend les achats d'aliments pour animaux de compagnie par les ménages, ces produits étant non dissociables de la demande finale en produits des IAA. En revanche, bien sûr, la demande en aliments du bétail, également produits par les IAA, est en dehors de la demande finale, s'agissant d'une consommation intermédiaire.
A partir de 2008, certains changements de nomenclature dans les TES induisent une difficulté supplémentaire : l'industrie du tabac devient incluse dans les industries agroalimentaires et non dissociable de cet ensemble, alors qu'elle constituait une branche à part entière jusqu'en 2007.
Il en résulte que la consommation finale en produit des IAA retracée par les TES n'est plus strictement alimentaire et donc, sans correction adaptée, la décomposition de la demande alimentaire en valeurs

[50] Valeur ajoutée = Production – Consommations intermédiaires = Rémunérations (brutes) du travail et du capital.
[51] Valeur des biens et services consommés par les consommateurs finals, excluant donc les « consommations intermédiaires », en biens et services entrant dans les processus de production.

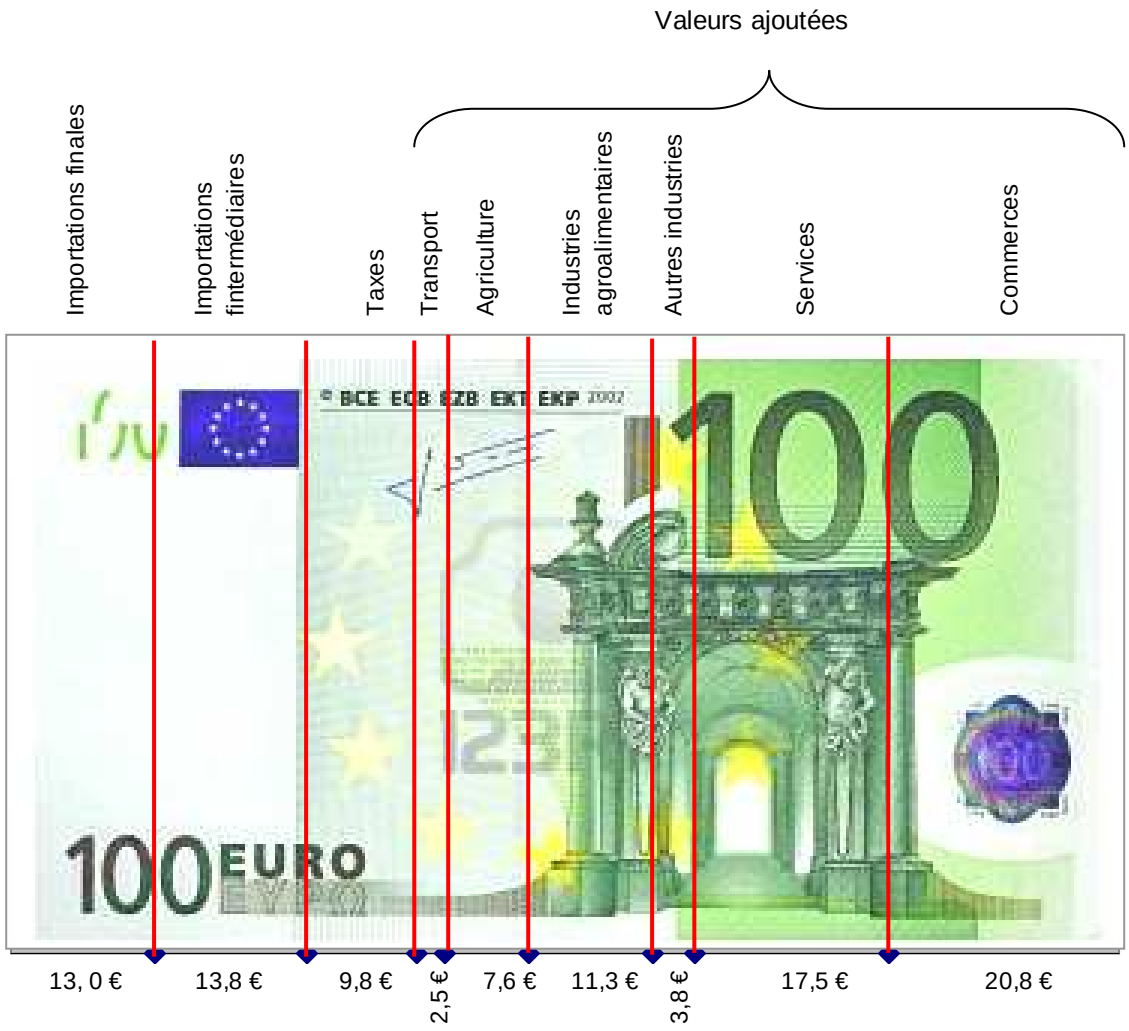
ajoutées, importations et taxes incorporerait les effets cette inclusion du tabac (le poids des taxes, notamment, est plus élevé que pour la seule consommation alimentaire).
La correction apportée en 2008 est assez grossière (mais devrait être affinée ultérieurement) : on a calculé l'incidence du tabac en 2007 (dernière années où le tabac peut-être isolé des IAA) en comparant la répartition en valeurs ajoutés, importations et taxes de la demande alimentaire hors tabac avec celle de la demande alimentaire tabac inclus. Les différentiels ont été soustraits aux résultats « tabac inclus » de 2008. Cette correction porte essentiellement sur les taxes (importantes pour le tabac), les autres incidences sont limitées car la consommation finale de tabac hors taxes ne représente que 0,7% de celle de celle des produits alimentaires.

4. LA DECOMPOSITION DE « L'EURO ALIMENTAIRE » EN 2008

En 2008, le montant de la consommation alimentaire (hors tabac) à domicile s'élève à 169,8 milliards d'euros, en produits des IAA (139,9 milliards d'euros), de l'agriculture (26,3 milliards d'euros) et de la pêche (3,5 milliards d'euros) .
Le graphique ci-dessous présente, pour 100 € de cette dépense alimentaire, la répartition totale entre les importations, les taxes et les valeurs ajoutées entre les différentes branches.

Schéma 24

Partage de la dépense alimentaire en valeurs ajoutées, importations et taxes : estimation en 2008



Sources : INSEE, calculs :FranceAgriMer – OFPM, d'après INRA

Cette décomposition de « l'euro alimentaire » appelle quatre remarques :

- le poids des importations dans la valeur de notre alimentation est important puisqu'elles concourent à plus du quart (27%) des dépenses alimentaires. Ces importations se partagent presque pour moitié entre les produits alimentaires finaux importés et les produits qui entrent dans les consommations intermédiaires des branches contribuant à la production et à la distribution des produits alimentaires (importations en produits agricoles mais aussi, pétrole, gaz naturel, phosphates…) ;

- les taxes pèsent à hauteur de 10% de la valeur de la consommation alimentaire[52], ce taux passerait à 16% si on intégrait le tabac dans la consommation alimentaire ;

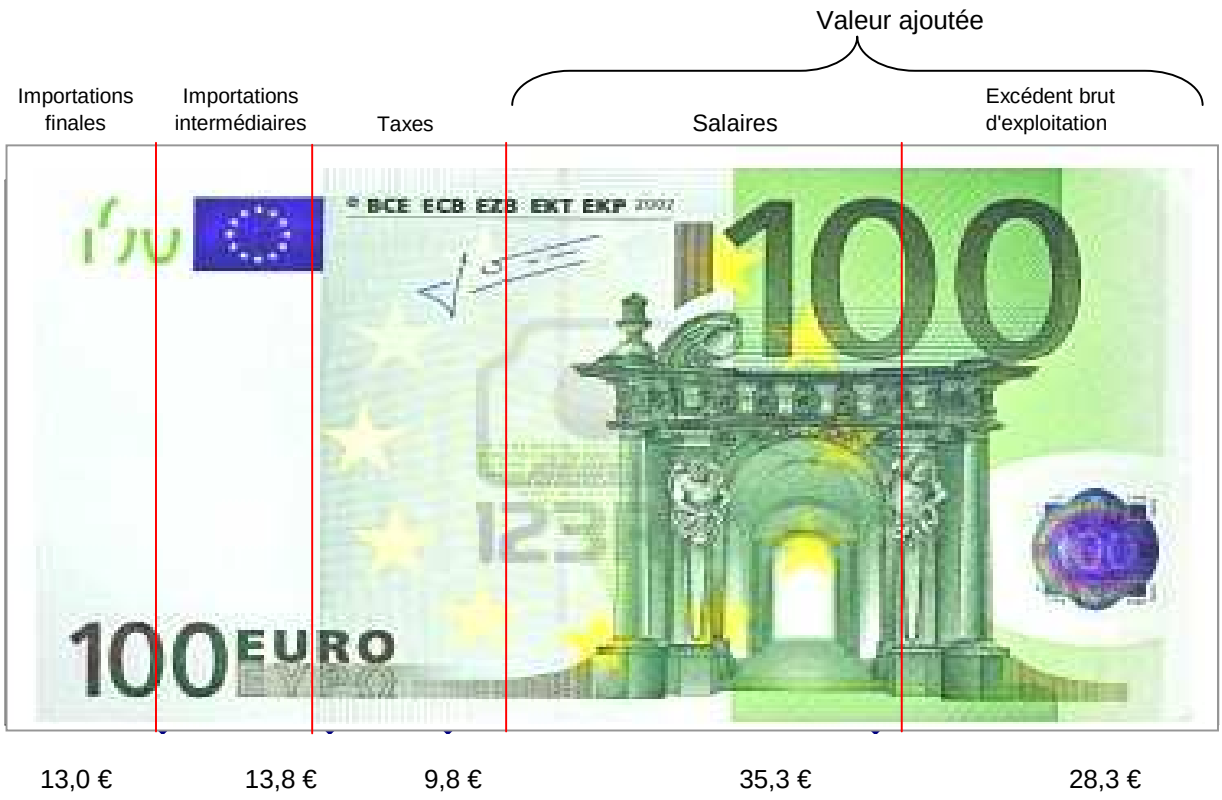
- les branches amont de la filière agroalimentaire concourent pour moins de 20% à la valeur de notre alimentation : moins de 8% de la valeur des dépenses alimentaires revient à l'agriculture ; cette part est de 11,3% pour les IAA ;

- en revanche, le poids du commerce et des services est considérable : près de 41% de la dépense finale alimentaire revient à ces branches (en y incluant le transport).

La valeur ajoutée se répartissant entre salaires et excédent brut d'exploitation, on obtien le schéma suivant décomposant « l'euro alimentaire » en importations (« rémunération du travail et du capital de l'étranger), taxes, salaires (rémunération brute du travail) et excédent brut d'exploitation (rémunération brute du capital et revenus mixtes [53]).

Schéma 25

Partage de la dépense alimentaire salaire, EBE, importations et taxes : estimation en 2008



Sources : INSEE, calculs :FranceAgriMer – OFPM, d'après INRA

[52] Ce sont des taxes sur les produits (dont ceux intervenant en consommations intermédiaires), y compris au stade de la consommation finale (TVA), hors impôts sur les revenus : les rémunérations des facteurs primaires considérées ici (salaires, EBE) sont avant impôts.

[53] Dans les branches où, comme l'agriculture, une partie de la main-d'œuvre est non salariée, l'EBE est dit « revenu mixte » car il rémunère les capitaux investis et le travail fourni par cette main-d'œuvre non salariée. Rappelons qu'il s'agit de revenus bruts, avant impôt sur les revenus, et l'EBE doit financer la consommation de capital fixe, c'est-à-dire les amortissements.

La valeur ajoutée rémunérant les facteurs primaires représente donc 68,3% des dépenses alimentaires dont 35,3% en salaires et 28,3% en excédent brut d'exploitation. Rappelons que cet excédent brut d'exploitation (EBE) ne comprend pas, à ce stade, les subventions d'exploitation et qu'il doit financer la consommation de capital fixe, c'est-à-dire les amortissements.

Les mêmes données peuvent être présentées sous l'angle de la répartition, non plus de la totalité de la dépense alimentaire, mais de la seule valeur ajoutée induite par cette dépense (graphique W1), soit 107,9 milliards d'euros.

On en tire ensuite la répartition par branche des salaires (59,6 milliards d'euros) et de l'EBE (48 milliards d'euros) induits par la dépense alimentaire (graphiques W2 et W3).

Puis, à partir des données sur le nombre d'emplois et la valeur ajoutée par branche, on peut calculer la répartition par branche du 1,96 million d'emplois induits par la demande alimentaire (graphique W4).

Pour interpréter ces résultats, il faut garder en mémoire que la part de chaque branche dans la valeur ajoutée générée par les dépenses alimentaires ne dépend pas seulement de sa contribution en consommations intermédiaires, mais aussi de la part de la valeur ajoutée sur consommations intermédiaires « domestiques » (hors consommations intermédiaires importées) dans la production de chacune de ces branches : en résumé, la part dans la valeur ajoutée induite par la demande alimentaire est plus faible pour les branches qui utilise beaucoup d'intrants importés.

Ces répartitions font apparaître les résultats suivants :

- la part de la valeur ajoutée induite par la demande alimentaire revenant à l'agriculture et aux IAA n'est que, respectivement, de 12% et 18% ;

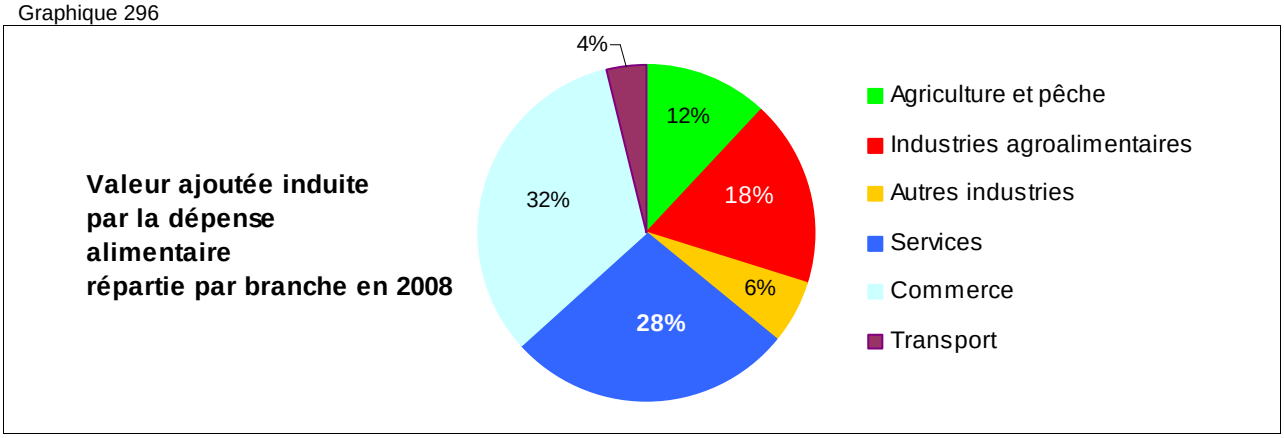
- dans l'EBE, cette part remonte à 19% pour l'agriculture, mais, en définitive, l'EBE des agriculteurs ne représente que 5,5% des dépenses de consommation finale alimentaire ;

- la part de la valeur ajoutée induite par la demande alimentaire allant au commerce et aux services atteint, pour l'ensemble formé par ces deux branches, 60% et presque autant en termes d'EBE (56%) ;

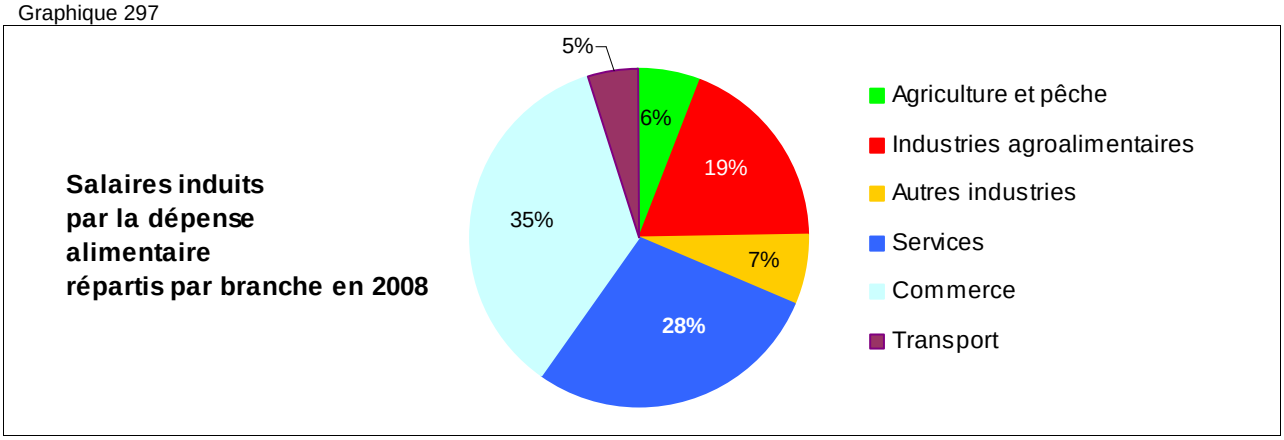
- la répartition entre branches des salaires induits par la demande alimentaire est assez proche de celle observée pour la valeur ajoutée (le partage de la valeur ajoutée entre salaires et EBE n'étant pas très différent entre les regroupements de branches opérés ici) ;

- il en est en gros de même pour les emplois.

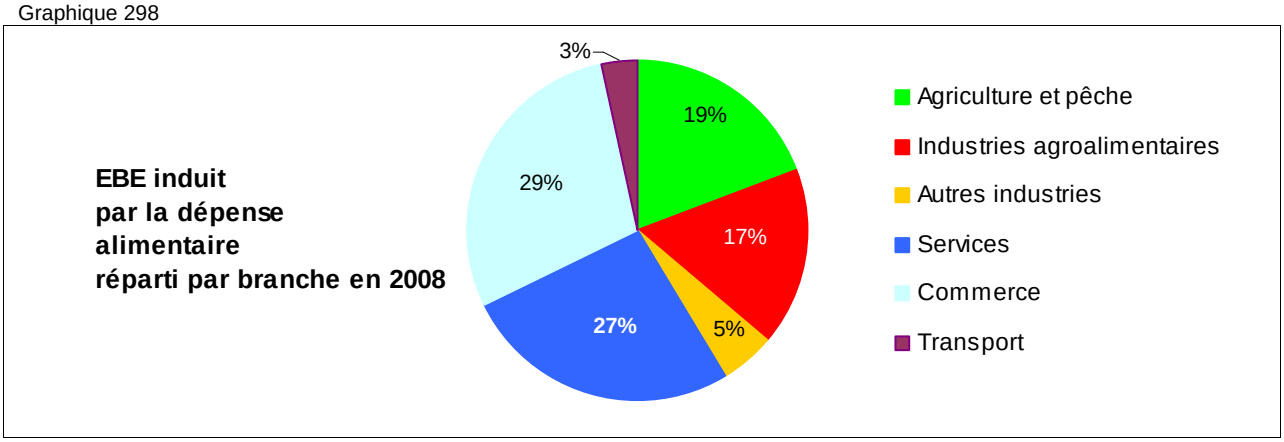
Graphique 296



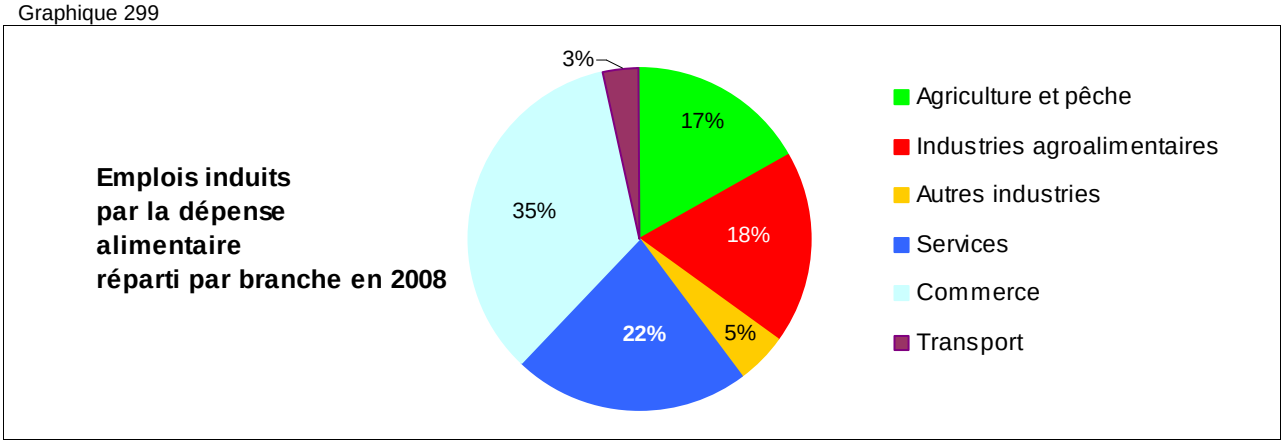
Graphique 297



Graphique 298



Graphique 299



Sources : INSEE, calculs :FranceAgriMer – OFPM, d'après INRA

5. EVOLUTION DE « L'EURO ALIMENTAIRE » DEPUIS 1995

Les résultats présentés ci-dessus présentent un caractère encore provisoire compte tenu de certaines approximations. En outre, ils ne couvrent pas tout le champ de l'alimentation (les dépenses en RHF ne sont pas prises en compte).
Ainsi, bien que les résultats obtenus par cette méthode sur année encore assez récente permettent de donner pour la première fois un ordre de grandeur au « partage de la valeur ajoutée » dans l'agroalimentaire, c'est surtout en suivi pluriannuel et en évolution, que l'approche présentera le plus d'intérêt.

Des travaux sont en cours dans ce domaine (J.P. Butault, INRA), intégrant également un projet de comparaison avec d'autres pays. Ils feront l'objet de publications ultérieures plus détaillées ; le présent rapport présente ici un résumé des premiers résultats.
Notons que ces évolutions sont observées en valeurs et non en volumes à prix constants. Autrement dit, la variation de la part d'une branche dans « l'euro alimentaire » peut résulter :

- de variations de prix, par rapport à ceux des autres branches : des produits de cette branche ou des prix de ses consommations intermédiaires ;
- de variations de volumes, par rapport à celles des autres branches induites, par exemple, par des substitutions d'intrants domestiques par des importations dans les processus de fabrication ou par l'externalisation vers les services de certaines tâches industrielles (cf. plus loin).

Les grandes lignes de l'évolution de « l'euro alimentaire » qu'il est possible de dégager de ces travaux à ce stade sont les suivantes (cf. graphique…) :

- la part du commerce reste prépondérante sur la période et suit des évolutions assez irrégulières mais dans un intervalle relativement restreint, entre 19 % et 21 %, malgré la hausse des prix agricoles en 2008 ;
- la part des services dans la dépense alimentaire reste au deuxième rang sur la période 1995-2008 mais suit une progression sensible : le poids de la valeur ajoutée des services dans la dépense alimentaire passe ainsi de 15 % de la dépense alimentaire en 1995 à 17,5 % en 2008, après une croissance quasi linéaire jusqu'à près de 19% en 2007 ;
- autres composantes de l'euro alimentaire qui augmentent nettement de 1995 à 2008 : les importations. La part des importations sous forme de consommations intermédiaires incorporées à la valeur des biens alimentaires passent de 10% environ en début de période à près de 14% en 2008. Les importations en produits finis alimentaires représentaient 12,5% de la dépense alimentaire en 1995, elles sont à 13% en 2008, leur progression dans l'euro alimentaire est toutefois plus régulière que celle des intrants importés, qui reproduit notamment les variations des prix des matières premières ;
- la valeur ajoutée par l'agriculture représentait plus de 12% de la dépense alimentaire en 1995 (soit 3 points de moins seulement que les services, à l'époque), elle n'est plus que de 7,6% en 2008. Cette part a baissé de façon assez régulière jusqu'en 2006 et devrait subir ensuite des variations plus contrastées, reflétant la volatilité récente des prix agricoles : elle avait ainsi remonté à plus de 9 % en 2007 ;
- le poids des industries agroalimentaires diminue d'environ un point, passant d'un peu plus de 12 % en 1995 à 11,3 % en 2008 ; cette évolution est assez régulière sur la période

En résumé, la baisse relative de l'agriculture et des IAA (ainsi que des autres industries, qui occupent une place plus modeste) dans « l'euro du consommateur » « profite » aux branches du commerce et surtout des services, ainsi qu'aux importations.

L'évolution au profit des services résulte en partie d'un mouvement assez général d'externalisation de certaines tâches de l'industrie vers le secteur des services. Ceci se traduit par un transfert de valeur ajoutée et d'emplois, notamment dans les IAA, où les emplois externalisés auraient augmenté de 30% entre 1990 et 2007 dans les IAA [DEMMOU L., 2010]. La progression de la part des services dans la valeur des produits alimentaires provient également de la croissance du recours à certains services dans les processus de production et de distribution : publicité, communication, informatisation (traçabilité dans l'agroalimentaire).

La tendance à la baisse de la part de l'agriculture dans la valeur de notre alimentation, observée jusqu'ici avec une régularité quasi linéaire (une certaine rupture est déjà visible depuis 2007), devrait dans les années à venir être moins régulière, sous l'effet des tensions sur les grands marchés agricoles et le contexte haussier pour plusieurs grands produits agricoles, mais la tendance à la diminution du poids de l'agriculture dans « l'euro alimentaire » ne devrait probablement pas s'inverser pour autant.

BIBLIOGRAPHIE

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* .

COHEN E. [1997]. Analyse financière, *Economica.*

CORDONNIER P. et al [1944]. Economie de l'entreprise agricole, *Cujas.*

GEB (groupe d'économie bovine) [2002]. Segmentation de la viande bovine dans les GMS. Stratégies de la grande distribution face à la crise en 2001. *Le Dossier Economie de l'élevage N° 303, janvier* . Institut de l'élevage.

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. [2009]. Le diagramme de la distribution en 2008, le tableau de bord de la filière. *Ctifl-Infos*, n° 255, octobre 2009.

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 (OPISE).

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.*

LAMBERT C. [2009]. Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur. *Rapport au Conseil économique, social et environnemental.*

LEGENDRE V., RIEU M. [2008]. Cartographie des flux de viande à l'aval de la filière porcine. De la sortie des abattoirs à la mise à disposition du consommateur final. IFIP

LIPICH A. [2005]. Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire. *Diagnostiques, prévisions et analyses économiques, N°59, janvier* . DGTPE.

MAGDELAINE P. [2008]. La situation des filières avicoles françaises. Etat des lieux des filières avicoles en France et au Brésil : du passé au présent, description et compréhension de dynamiques instables. *AVITER rapport WP2*. ITAVI

MAINSANT P. ; **PORIN F.** [2002], Un modèle d'estimation des marges brutes en porc de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Rapport pour l'Ofival.*

MAINSANT P. [2002]. Note pour le groupe de travail « validation bœuf ». Note pour le ministère de l'agriculture (méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine).

MAINSANT P. [2004 (1)]. Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf. *Viandes et produits carnés, N° hors série.*

MAINSANT P. [2004 (2)]. Introduction méthodologique : offre promotionnelle et achats en produits carnés. *Note pour l'Ofival .*

MAINSANT P. [2003]. Résultats actualisés du modèle d'estimation des marges brutes en porc, de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Journées Recherche Porcine, 35, 223-228.*

MAINSANT P. [2009]. La formation des prix de la viande. Influence de la concurrence entre enseignes de Distribution. *Viandes et produits carnés, vol. 27 (3).*

MASSON Ph. [1975]. Le rôle des prix agricoles dans l'évolution des prix de détail. *Économie rurale, Année 1975, Volume 109, Numéro 1*

PROVIANDE [2002]. La viande a son prix. *Viande information N°2002/2* (Suisse).

SSP [2010]. 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.*

Annexes

ANNEXE 1. 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 relatifs à l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

Art. D. 692-1.

(…) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :
- reçoit, de la part des services et établissements publics compétents, les données statistiques existantes nécessaires à son objet ;
- en tant que de besoin, demande aux services et établissements précités de collecter les données supplémentaires indispensables ;
- réalise ou fait réaliser les travaux d'études nécessaires à son activité ;
- analyse les informations recueillies ;
- produit des rapports de synthèse sur les filières étudiées ;
- assure la diffusion régulière de ses travaux.

A ces fins, l'Observatoire de la formation des prix et des marges alimentaires s'appuie sur FranceAgriMer.

Les travaux de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires sont suivis par un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et doté d'un secrétariat.

Art. D. 692-2

Le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est nommé par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation pour une période de trois ans renouvelable.

Art. D. 692-3

Outre le président, le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires comprend :

1° Six représentants des services 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 FranceAgriMer ou son représentant ;
- Le chef du service de la statistique et de la prospective au ministère chargé de l'agriculture ou son représentant ;
- Le directeur général de l'institut national de la statistique et des études économiques ou son représentant ;

« 2° Dix-huit représentants des secteurs agricoles et agroalimentaires :
- un représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture ;
- quatre représentants des organisations syndicales d'exploitations agricoles à vocation générale (…)
- trois représentants de la pêche maritime et de l'aquaculture ;
- six représentants des industries de transformation ;
- trois représentants du commerce et de la distribution.

3° Deux représentants des associations nationales d e consommateurs ;

4° Des personnalités désignées en raison de leurs c ompétences particulières ou de leurs fonctions, dans la limite de six.

(…)

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 28 octobre 2010 portant nomination du président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

Par arrêté de la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, du ministre de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche et du secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services et de la consommation en date du 28 octobre 2010, M. Philippe Chalmin est nommé président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

Arrêté du 18 février 2011 complété par l'arrêté du 27 août 2012 portant nomination au comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

(…) sont nommés membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires pour une durée de trois ans :

En qualité de représentant l'assemblée permanente des chambres d'agriculture

M. Bailhache (Rémi).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles

M. Bayard (Jean-Bernard).
M. Esnault (Bernard).
M. Mousnier (Nicolas).
M. Meynier (Philippe).
M. Lucas (François).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture

M. Commère (Pierre).
Mme White (Yvette).
M. Guillaumie (Bruno).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire

M. Hot (Bruno).
M. Picot (Olivier).
M. Volut (Robert).
M. Jubert (Laurent).
M. Le Coutour (Louis-Marie).
M. de Montgolfier (Ghislain).
M. Joutel (Jean-Marie).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire

M. De Prunelé (Stéphane).
M. Creyssel (Jacques).
M. Gay (Serge).
M. Hervouet (Marc).
M. Perrot (Dominique).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs

M. Barbier (Gérard).
M. Girard (Romain).

En qualité de personnalité désignée en fonction de ses compétences particulières ou de ses fonctions

Mme Alexandre (Sylvie).
M. Defrance (Dominique).
M. Texier (Pierre-Henri).
M. Perrault (Olivier).
M. Butault (Jean-Pierre).
M. Geoffron (Patrice).
M. Nefussi (Jacques).

ANNEXE 2. GROUPES DE TRAVAIL, REDACTION DU RAPPORT

Groupe de travail Fruits et Légumes

Participants aux sessions « rapport 2012 »

M PERRAULT Olivier	Président du groupe de travail
Mme LEVEBVRE Lucile	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
M HUTIN Christian	Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes
M LE COUTOUR Louis-Marie	Coop de France Coop de France
Mme ORTET Annie	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M GIRARD Romain	Familles rurales
M DUPONT Bruno	Fédération nationale des producteurs de fruits
Mme DELAVALLADE Anne-Cécile	INTERFEL Interprofession des fruits et des légumes
M DROUARD G.	INTERFEL Interprofession des fruits et des légumes
Mme SEINE Valérie	INTERFEL Interprofession des fruits et des légumes
M DESCHAMPS Pierre	Légumes de France
Mme ORTET Annie	MEF Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
Mme BALLANDRAS Catherine	MEF Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M MAHOURDEAU Sylvain	INSEE
Mme BONNET Annie	MAAF Direction générale des politiques agricole, alimentaire et des territoires
M DE CORLIEU Thierry	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M VIGUIER André	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mme DEROIN Christine	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mme CHOUX Sandrine	Union des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs
M MAYOUD H.	Intermarché – Les Mousquetaires
Mme FUGAZZA Cécile	FrancegriMer Déléguée Filières Fruits et légumes
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme BARAT Julie	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BERTRAND Raphaël	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M MONTANGE Baptiste	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

11 octobre 2011
14 novembre 2011
21 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Fruits et légumes (FranceAgriMer)

Baptiste MONTANGE, Julie BLANCHOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER.

Groupe de travail Produits laitiers

Participants aux sessions « rapport 2012 »

Mme ALEXANDRE Sylvie	Présidente du groupe de travail
M ROQUEFEUIL Thierry	Fédération nationale des producteurs de lait (FNSEA)
Mme ANJUERE Maud	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme LE NEOUANIC Marie	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme PONS Viviane	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
M CALBRIX Gérard	Association de la transformation laitière
M RONEY Bruno	Centre national interprofessionnel de l'économie laitière
M TEYSSEIRE Bernard	Coordination rurale
Mme ROBINO Patricia	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M JAMET Jean-Paul	Expert
M GIRARD Romain	Familles rurales
Mme BOQUET Magali	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M PECQUEUR Mathieu	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M LAZARD Philippe	Intermarché – Les Mousquetaires
M GARNIER J.C.	Intermarché – Les Mousquetaires
M KOUBBI Lionel	Fédération nationale du commerce des produits laitiers
M YVERNEAU Rémi	Fromagers de France
M RIGO José	Institut national de la statistique et des études économiques
Mme ROBINO Patricia	MEF Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M BERT Emmanuel	MAAF Direction générale des politiques agricole, alimentaire et des territoires
M DE CORLIEU Thierry	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M DOUEL Frédéric	FranceAgriMer, Délégué Filière Lait
M DEPEYROT Jean-Noël	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M TREGARO Yves	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BERTRAND Raphaël	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme SAMSON Caroline	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

11 octobre 2011
14 novembre 2011
20 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Produits laitiers (FranceAgriMer)

Jean-Noël DEPEYROT, Julie BLANCHOT, Cécile GUILLOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER,

Groupe de travail Viande bovine

Participants aux sessions « rapport 2012 »

M CHALMIN Philippe	Président du groupe de travail
Mme ANJUERE Maud	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme COTTRET Fabienne	Interprofession Bétail et Viandes INTERBEV
M FLEURY Jean-Pierre	Fédération nationale bovine
M VAUGARNY Pierre	Fédération nationale bovine
M BUCZINSKI Patrick	Fédération nationale bovine
M CHAPELLE Eric	Fédération nationale bovine
M LE THIELLEUX Jean-Marie	Coordination rurale
M NEDELEC Yann	Jeunes Agriculteurs
M BILLY Bernard	Confédération paysanne
M COELENBIER	Syndicat des industries françaises des coproduits
M POULET Jacques	Coop de France
M GILLIOT Denis	Coop de France
M LACROIX Stéphane	Intermarché – Les Mousquetaires
M DEBIEVRE Didier	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M LAPEERE Claude	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M MAINSANT Pascal	Expert
M HALLIEZ Pierre	Syndicat national de l'industrie des viandes – Syndicat national du commerce du porc
M DES DESERTS Hervé	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes
M RIGO José	Institut national de la statistique et des études économiques
M HALLIEZ Pierre	Syndicat national de l'industrie des viandes - syndicat national du commerce du porc
Mme GARCIA Cécile	MEF Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M ROUX Nicolas	MEF Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
M MAHOURDEAU Sylvain	INSEE
M LEMAÎTRE Franck	MAAF DRIAF SRISE Réseau des nouvelles des marchés Rungis
M JEANNE Nicolas	MAAF DRIAF SRISE Réseau des nouvelles des marchés Rungis
M DESRIERS Maurice	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M HEBRARD Lionel	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M DE CORLIEU Thierry	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M VIGUIER André	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M MEUNIER Michel	FranceAgriMer Délégué filières viandes
Mme LEGRAIN Claire	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme FOUQUE Laurence	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme ENNIFAR Myriam	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BERTRAND Raphaël	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M TREGARO Yves	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

19 octobre 2011
24 novembre 2011
16 février 2012
29 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Viande bovine (FranceAgriMer)

Myriam ENNIFAR, Julie BLANCHOT, Cécile GUILLOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER.

Groupe de travail Viande porcine

Participants aux sessions « rapport 2012 »

M TEXIER Pierre-Henri	Président du groupe de travail
Mme PONS Viviane	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme ANJUERE Maud	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
M AUFFREY Paul	Fédération nationale porcine FNSEA
Mme TAILLEUR Caroline	Fédération nationale porcine FNSEA
Mme LAILLE Catherine	Coordination rurale
Mme GARCIA Cécile	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
M ROUX Nicolas	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
M MAINSANT Pascal	Expert
M DEBIEVRE Didier	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M LACROIX Stéphane	Intermarché – Les Mousquetaires
Mme GOAVEC Catherine	Fédération des industriels charcutiers-traiteurs
Mme FUIRET Stéphanie	Fédération des industriels charcutiers-traiteurs
M ROUCHE Paul	Syndicat national de l'industrie des viandes - syndicat national du commerce du porc
M FRETTE François	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes
M RIEU Michel	IFIP Institut du porc
M LEGENDRE Vincent	IFIP Institut du porc
Mme RIVIERE Rachel	INAPORC (Interprofession nationale porcine)
M NEDELEC Yves	Jeunes agriculteurs
M RAVISE Jean-François	MAAF DGPAAT
Mme DE SMEDT Sylvie	MAAF DGPAAT
M LEMAÎTRE Franck	MAAF DRIAF SRISE Réseau des nouvelles des marchés Rungis
M HEBRARD Lionel	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M CATROU Olivier	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M DE CORLIEU Thierry	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mr DESRIERS Maurice	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M VIGUIER André	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M MEUNIER Michel	FranceAgriMer Délégué filières viandes
Mme FOUQUE Laurence	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BERTRAND Raphaël	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
Mme GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M DJAOUT Fabien	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M TREGARO Yves	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective
M BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

25 octobre 2011
22 novembre 2011
28 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Viandes porcines (FranceAgriMer)

Fabien DJAOUT, Julie BLANCHOT, Cécile GUILLOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER

Groupe de travail Volailles

Participants aux sessions « rapport 2012 »

M TEXIER Pierre	Président du groupe de travail
Mme ANJUERE Maud	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme LEFEBVRE Lucile	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme PONS Viviane	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme HENNINOT Emmanuelle	Confédération générale de l'aviculture
M MARINOV Christian	Confédération générale de l'aviculture
Mme TISSOT Edith	Coop de France
M CLEMENT Pierre	Coop de France
M DESDUQUOIS Luc	Coop de France
Mme ELGOSI Véronique	Fédération des industries avicoles
M GUILLET Philippe	Fédération des industries avicoles
M HERVOUET Marc	Fédération nationale des syndicats du commerce en gros produits avicoles
Mme MAGDELAINE Pascale	Institut technique de l'aviculture
Mme RIFFARD Cécile	Institut technique de l'aviculture
M MEUNIER Delphin	Intermarché – Les Mousquetaires
Mme GARCIA Cécile	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
M ROUX Nicolas	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
Mme DEVILLANT Nathalie	INSEE
M LEMAÎTRE Franck	MAAF DRIAF SRISE Réseau des nouvelles des marchés Rungis
Mme BALMONT Véronique	MAAF DGPAAT
M HEBRARD Lionel	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M CATROU Olivier	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M DE CORLIEU Thierry	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mr DESRIERS Maurice	MAAF Service de la statistique et de la prospective
M VIGUIER André	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mme FOUQUE Laurence	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme BALLAN Magalie	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
M TREGARO Yves	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
M BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

10 octobre 2011
17 novembre 2011
28 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Viandes de volailles (FranceAgriMer)

Magalie BALLAN, Julie BLANCHOT, Cécile GUILLOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER.

Groupe de travail Filière ovine

Participants aux sessions « rapport 2012 »

MEUNIER Michel	Président du groupe de travail
PREVERAUD Serge	Président de la Fédération nationale ovine
VILETTE Amélie	Fédération nationale ovine
ANJUERE Maud	Assemblée permanente des Chambres d'agriculture
QUEMERAIS Morgane	Coop de France Bétail-Viandes filière ovine
FRETTE Frette	Fédération Nationale des industries et du commerce en Gros des Viandes
MOTTET Anne	Institut de l'Elevage
PECQUEUR Mathieu	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
PHILIPPE Lydia	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution Cora
MAHOURDEAU Sylvain	INSEE
DEBIEVRE Didier	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution - Carrefour
LACROIX Stéphane	Intermarché
HATON Patrice	Intermarché
LEMAÎTRE Franck	Réseau des nouvelles des marchés, Centre de Rungis (DRAAF-SRISE Ile-de-France)
DESRIERS Maurice	MAAF Service de la statistique et de la prospective
SIMON Annick	MAAF DGPAAT
LEGRAIN Claire	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
BERTRAND Raphaël	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
DEPEYROT Jean-Noël	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
BOYER Philippe	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

25 janvier 2012
19 juin 2012

Rédaction du rapport 2012, partie Viandes de volailles (FranceAgriMer)

Jean-Noël DEPEYROT, Julie BLANCHOT, Cécile GUILLOT, Amandine HOURT, Philippe BOYER.

Groupe de travail « horizontal » Grande distribution

Participants aux sessions « rapport 2012 »

M CHALMIN Philippe	Co-président du groupe de travail
M BOYER Philippe	Co-président du groupe de travail
M PERRAULT Olivier	MEF (président du groupe de travail F&L de l'OFPM)
M LUCAS François	Coordination rurale
Mme PONS Viviane	Assemblée permanente des chambres d'agriculture
Mme QUERE Vanessa	Association nationale des industries alimentaires
M LE COUTOUR Louis-Marie	Coop de France Coop de France
M GUILLAUMIE Bruno	Centre national de la conchyliculture
M HUTIN Christian	Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes
M CALBRIX Gérard	Association des transformateurs de lait
Mme GOAVEC Catherine	Fédération des industriels charcutiers traiteurs
M GIRARD Romain	Familles rurales
M ANDRAULT Olivier	Union fédérale des consommateurs Que Choisir
M PECQUEUR	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
M BERTHOLET Maxime	Casino
M BROUSSE Thierry	Casino
Mme LE FLOCH Lorraine	Casino
M JOLY Christophe	Casino
Mme OTTOLINI Mathilde	Cora
M LAROCHE Roger	Cora
M GOMPLEWICZ Dan	E. Leclerc
M DE PRUNELE	E. Leclerc
Mme DEVRIEZE Danielle	Auchan
M LAPEERE Claude	Auchan
M MILLORY Pascal	Système U
M MORAND Bertrand	Système U
M CARREZ Benoît	Intermarché Les Mousquetaires
M LAZARD Philippe	Intermarché Les Mousquetaires
M DEBIEVRE Didier	Carrefour
M MEUNIER Delphin	Intermarché – Les Mousquetaires
M ROUX Nicolas	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
M HANN Hugo	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
Mme MARECHAL-DEREU Constance	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes
M GALLAIS Alain	INSEE
M MAINSANT Pascal	Expert
M CLAVEL Bernard	MAAF DGPAAT
M CASAGRANDE Paolo	MAAF Service de la statistique et de la prospective
Mme LE BOURGEOIS Laure	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme GRAWITZ Tania	FranceAgriMer Direction Animation des filières, Service Entreprises et marchés
Mme BLANCHOT Julie	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme GUILLOT Cécile	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme HOURT Amandine	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
Mme JOSEPH Alice	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective
M MONTANGE Baptiste	FranceAgriMer Direction Marchés, études et prospective

Réunions de travail pour le rapport 2012

6 octobre 2011
3 mai 2012
29 juin 2012

ANNEXE 3. Convention relative aux modalités de fourniture par l'Insee à FranceAgriMer de résultats d'enquêtes statistiques nécessaires pour l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

Entre, d'une part,

l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), représenté par son directeur général,

et, d'autre part,

L'Etablissement national des produits de l'agriculture et de la mer (FranceAgriMer), représenté par son directeur général,

il est convenu ce qui suit.

Article 1er. Objet de la convention

La présente convention est prévue à l'article L.621-8 (2ème alinéa) du code rural et de la pêche maritime qui dispose que *« le service statistique public transmet à l'établissement mentionné à l'article L. 621-1, 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 de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. »*

Article 2 . Nature et origine des informations nécessaires pour l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

Les informations nécessaires pour l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, pour lesquelles la présente convention prévoit l'application des dispositions précédentes, sont des prix de production moyens nationaux mensuels en niveau de différents produits des industries alimentaires ; ces prix sont établis par l'Insee :

à partir des données qu'il recueille dans le cadre de son dispositif « Observation des Prix de l'Industrie et des Services aux Entreprises » (OPISE) ;

ou à partir de données d'enquêtes spécifiques lorsque la réalisation du programme de l'observatoire de la formation des prix et des marges alimentaires requiert de disposer de références de prix sur des nomenclatures de produits différentes de celles prévues par le dispositif OPISE, sous réserve de financement par les commanditaires.

Dans ce dernier cas, les enquêtes spécifiques nécessaires sont programmées, réalisées et leurs résultats exploités conformément aux dispositions de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques.

Ces enquêtes spécifiques, dont les méthodes d'échantillonnage, de collecte et de traitement des données sont définies par l'Insee, sont réalisées par ce dernier ou par un organisme agréé

conformément à l'article 4 de la loi précitée, selon un protocole validé par l'Insee pour chaque enquête.

Article 3. Nomenclature des produits

Chaque produit pour lequel est établi un prix moyen doit, dans toute la mesure du possible, être une denrée précisément définie, homogène quant à son mode de fabrication, de conditionnement et de commercialisation.

La nomenclature précise de ces produits est arrêtée au cas par cas en fonction du programme de travail assigné à l'observatoire et du programme de rebasement du dispositif OPISE géré par l'INSEE ; elle fait l'objet d'une annexe annuelle à la présente convention.

Article 4. Transmission des résultats par l'Insee à FranceAgriMer

Pour chacun des produits définis dans la nomenclature mentionnée *supra*, les résultats transmis par l'Insee à FranceAgriMer, conformément aux dispositions de la loi n° 51-711 du 7 juin 1951 sur le secret en matière de statistiques, sont des moyennes mensuelles France entière à l'exclusion de toute donnée individuelle ou régionale.

L'Insee transmet ces résultats à FranceAgriMer dans les deux mois suivant celui pour lequel ces résultats sont établis ; ces résultats sont provisoires à leur première diffusion et sont révisés pendant les trois mois ultérieurs.

Le format sous lequel l'Insee transmet les résultats est laissé à sa convenance.

FranceAgriMer assure la saisie, le traitement et le stockage des résultats qui lui sont transmis, et ce, selon les modalités techniques qu'il juge appropriées à l'exercice de ses missions.

FranceAgriMer tient à la disposition de l'Insee et du service de la statistique et de la prospective la base de données qu'il constitue à partir des résultats qui lui sont transmis par l'Insee dans le cadre de la présente convention.

Article 5. Conditions de dénonciation

La présente convention est prévue pour une durée de cinq ans à compter de la date de signature. Elle peut être dénoncée par l'une ou l'autre des parties au moyen d'une lettre recommandée avec avis de réception. Cette dénonciation prendra effet un mois après réception de cette lettre.
Toutefois, la résiliation intervient sans délai et sans recours de FranceAgriMer dans le cas d'une décision administrative plaçant l'Insee dans l'impossibilité de continuer à exécuter les travaux ou les services prévus.

Fait à Paris, le

Le Directeur général de l'Insee,	Le Directeur général de FranceAgriMer,
Jean-Philippe COTIS	**Fabien BOVA**