

FranceAgriMer
12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
www.franceagrimer.fr
<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr>



RAPPORT AU PARLEMENT / Observatoire de la formation des prix et des marges / 2017

> ÉDITION
avril 2017
**RAPPORT
AU PARLEMENT
2017**



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

(version en ligne 18 avril 2017)

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

- Philippe CHALMIN (Université Paris-Dauphine).

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

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

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

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

Les principaux rédacteurs et contributeurs du rapport 2017 de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- Philippe BOYER (FranceAgriMer), coordination, méthode générale, « *euro alimentaire* », filière porc, filière volaille.
- Myriam ENNIFAR (FranceAgriMer), filière laitière ;
- Laurence FOUQUE (FranceAgriMer), industrie des viandes de boucherie ;
- Nadine BISSOL (FranceAgriMer), filière viande bovine ;
- Thierry GUILLAUME (SSP), travaux statistiques sur les comptes des industries des viandes et des industries laitières ;
- Amandine HOURT (FranceAgriMer), coordination, coûts de production agricole, industrie, distribution ;
- Laurène JOLLY (FranceAgriMer), filière produits de la pêche et de l'aquaculture ;
- Alice JOSEPH (FranceAgriMer), filière fruits et légumes ;
- Olivia LE LAMER (FranceAgriMer), filières pain, pâtes alimentaires ;
- Caroline SAMSON (FranceAgriMer), filières pain, pâtes alimentaires ;
- Cécile WELTER-NICOL (SSP), travaux statistiques sur le RICA.

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

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

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

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

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

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

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions, recueillies auprès de l'établissement mentionné à l'article L621-1¹ et du service statistique public.

Il étudie les coûts de production au stade de la production agricole, les coûts de transformation et les coûts de distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation des produits agricoles.

Il remet chaque année un rapport au Parlement ».

Dans un contexte nouveau et probablement durable de volatilité accrue, – dans une tendance à la hausse –, des prix des matières premières agricoles, l'observatoire produit, via son rapport annuel et son site internet <http://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/> une information objective et partagée sur l'évolution des prix dans les filières agroalimentaires, depuis la production agricole jusqu'au commerce de détail, avec une attention plus particulière sur les divergences d'évolution des prix amont et aval. L'observatoire propose également une lecture macroéconomique de la répartition entre les branches de l'économie de la valeur ajoutée découlant de la consommation alimentaire.

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

Le dispositif s'appuie sur FranceAgriMer pour réaliser ou faire réaliser les travaux d'étude et en diffuser les résultats. L'établissement mobilise 2,5 équivalents temps plein (ETP) pour l'observatoire, dont un cadre à plein temps (secrétaire général de l'observatoire), une chargée de mission à 75% (adjointe du secrétaire général, coordination, études horizontales : comptes de l'agriculture, des industries et du commerce), cinq ingénieurs chargés d'études économiques sectorielles pour environ 25% de leur temps, plus une quote-part de services généraux et informatiques (développement du site internet) estimée à 0,5 ETP.

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

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

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

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

¹ FranceAgriMer, Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer

Sommaire

SOMMAIRE	5
PRÉSENTATION	9
ACTIVITÉ DE L'OBSERVATOIRE. SAISON 2016 - 2017	11
AVERTISSEMENT	15
RÉSUMÉ	17
TABLEAUX DE SYNTHÈSE PAR FILIÈRE	21
AVANT-PROPOS	33
CHAPITRE 1. MÉTHODE GÉNÉRALE	37
1. <i>Une approche principalement sectorielle complétée par une analyse macroéconomique</i>	37
2. <i>L'analyse des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce</i>	40
CHAPITRE 2. DONNÉES DE CADRAGE	49
1. <i>Les prix dans le circuit agroalimentaire</i>	49
2. <i>L'évolution des coûts dans les secteurs agricoles, industriels et du commerce</i>	64
CHAPITRE 3. MARGES BRUTES ET COÛTS PAR FILIÈRE	75
SECTION 1 – VIANDE PORCINE ET CHARCUTERIE	77
1. <i>Circuits de transformation et de commercialisation en filière porcine</i>	77
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail pour la filière porcine</i> ...	80
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande porcine et du jambon cuit</i>	83
4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage porcin et coût de production du porc en élevage</i>	92
5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande porcine et charcuterie et coût de production dans l'abattage-découpe de porcs</i>	95
6. <i>Compte des rayons boucherie et charcuterie des GMS</i>	99
SECTION 2 – VIANDE BOVINE	103
1. <i>Circuits de commercialisation en filière viande bovine</i>	103
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail en filière viande bovine</i> ...	107
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande bovine</i>	112
4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin viande et coût de production des bovins viande en élevage</i>	121
5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation des filières viande bovine et coût de production dans l'abattage-découpe de bovins</i>	125
6. <i>Compte des rayons boucherie des GMS</i>	127

SECTION 3 – VOLAILLES DE CHAIR ET LAPINS.....	129
1. <i>Circuits de commercialisation en filière volailles de chair et lapins.....</i>	129
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière volailles de chair et lapins</i>	131
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS de la viande de volaille et de lapin.....</i>	133
4. <i>Coût de production des volailles et lapins en élevage</i>	146
5. <i>Compte du rayon volailles des GMS.....</i>	151
SECTION 4 – PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE.....	153
1. <i>Bilan et flux dans la filière des produits laitiers</i>	153
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits laitiers de lait de vache.....</i>	156
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes des prix au détail en GMS des produits laitiers</i>	158
4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées d'élevage bovin laitier et coût de production du lait de vache en élevage.....</i>	173
5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière laitière.....</i>	178
6. <i>Compte du rayon des produits laitiers des GMS.....</i>	182
SECTION 5 – PAIN	185
1. <i>Les circuits de commercialisation en filière pain.....</i>	185
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pain</i>	187
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix de la baguette</i>	188
4. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre et coût de production du blé tendre</i>	190
5. <i>Compte de résultat des entreprises de l'industrie et du commerce artisanal de la filière farine-pain.. ..</i>	193
6. <i>Compte du rayon boulangerie des GMS.....</i>	196
SECTION 6 – PÂTES ALIMENTAIRES	199
1. <i>Les circuits de commercialisation en filière pâtes alimentaires</i>	199
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière pâtes alimentaires</i>	202
3. <i>Décomposition en matière première et marges brutes du prix au détail dans la filière des pâtes alimentaires</i>	204
4. <i>Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur et coût de production du blé dur... ..</i>	207
5. <i>Compte de résultat des entreprises de transformation de la filière pâtes alimentaires</i>	209
6. <i>Compte des rayons épicerie salée des GMS.....</i>	210
SECTION 7 – FRUITS ET LÉGUMES	211
1. <i>Les circuits de commercialisation des fruits et légumes</i>	211
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière fruits et légumes</i>	214
3. <i>Décomposition des prix au détail en GMS des fruits et légumes.....</i>	216
4. <i>Compte de résultat des exploitations spécialisées fruitières et légumières et coût de production de certains fruits et légumes</i>	225
5. <i>Compte de résultat des entreprises d'expédition et de commerce de gros et de détail de la filière fruits et légumes</i>	233
6. <i>Compte du rayon fruits et légumes des GMS</i>	236

SECTION 8 – PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L’AQUACULTURE.....	239
1. <i>Présentation de la filière des produits de la pêche et de l’aquaculture et circuits de commercialisation.....</i>	<i>239</i>
2. <i>Données et méthodes spécifiques de la décomposition des prix au détail dans la filière des produits de la pêche et de l’aquaculture</i>	<i>241</i>
3. <i>Évolution des prix et décomposition des prix au détail dans la filière des produits aquatiques</i>	<i>243</i>
4. <i>Compte du commerce de détail spécialisé de la poissonnerie</i>	<i>255</i>
5. <i>Compte du rayon poissonnerie des GMS</i>	<i>256</i>
CHAPITRE 4. L’EURO ALIMENTAIRE	259
1. <i>Objectif, méthode, limites</i>	<i>259</i>
2. <i>Partage de l’euro alimentaire entre production agricole et aval</i>	<i>262</i>
3. <i>Partage de l’euro alimentaire en valeurs ajoutées</i>	<i>263</i>
4. <i>emplois induits par la consommation alimentaire</i>	<i>266</i>
5. <i>Contributions des différentes demandes finales à la valeur ajoutée en agriculture.....</i>	<i>268</i>
BIBLIOGRAPHIE	271
BASES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES.....	275
SIGLES.....	281

Présentation

Ce cinquième rapport annuel comprend les parties suivantes.

L'« *Activité de l'observatoire* » mentionne les réunions des groupes de travail et du comité de pilotage, les autres réunions de travail avec les professionnels, les publications (dont [la Lettre de l'OBSERVATOIRE](#)) ainsi que les interventions dans diverses instances en 2016 et début 2017, depuis la parution du précédent rapport.

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

Les « *Tableaux de synthèse par filière* » exposent les principaux chiffres du rapport, avec leurs évolutions récentes.

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

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

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

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

Le « *Chapitre 3* » présente, filière par filière (chacune faisant l'objet d'une « *Section* »), les différents résultats résumés dans les « *Tableaux de synthèse par filière* ». Ces résultats figurent également sur le site de l'observatoire, dans la partie [Résultats par filière](#). Sous contrainte de moyens et de délais de parution, cette année, certaines filières étudiées auparavant ne sont pas abordées (lait de chèvre, lait de brebis, viande ovine). Le changement de méthode dans l'établissement des statistiques annuelles d'entreprise (Esane) de l'Insee ne permet plus de présenter, à partir de cette source, des séries longues de comptes sectoriels dans les industries agroalimentaires. Un nouveau dispositif devra être envisagé à l'avenir.

Un thème nouveau est traité dans ce chapitre 3 :

- dans la section « *Filière viande bovine* », suite à une demande professionnelle exprimée auprès du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, un *focus* sur le *veau de boucherie* présente les premiers matériaux pour un suivi de la formation du prix de ce produit.

Le « *Chapitre 4* » est dédié à « *l'euro alimentaire* » en 2013 (dernière année disponible lors de la rédaction du rapport), analyse du partage de la valeur ajoutée créée par nos dépenses alimentaires. L'approche inclut pour la première fois la restauration hors domicile, une présentation initiale avait été faite, pour l'année 2012, dans [La Lettre n°11 de l'OBSERVATOIRE](#), parue en décembre 2016.

Activité de l'observatoire. Saison 2016 - 2017

Réunions de l'observatoire

Comité de pilotage de l'observatoire

- 27 mars 2017
- 9 mars 2017
- 27 janvier 2017
- 29 juin 2016

Groupe de travail Grande distribution

- 27 février 2017

Groupe de travail Produits laitiers

- 17 février 2017

Groupe de travail Filière Porcine (échanges par courriels)

- Mars 2017

Groupe de Travail Filière Volailles (échanges par courriels)

- Mars 2017

Groupe de travail Filière Viande Bovine : [présentation](#)

- 3 mars 2017
- 30 novembre 2016

Groupe de travail Filière Fruits et Légumes (échanges par courriels)

- Mars 2017

Groupe de Travail Filière Céréales (échanges par courriels)

- Mars 2017

Réunion de travail avec les fédérations professionnelles et les entreprises

24 février 2016	Intermarché (magasin)
13 janvier 2016	Intermarché (siège)
16 décembre 2016	Système U
8 décembre 2016	E.Leclerc
7 décembre 2016	Cora
10 novembre 2016	Auchan
8 novembre 2016	Casino
21 septembre 2016	Interprofession du rhum
3 août 2016	Carrefour
28 juillet 2016	Culture Viande
12 juillet 2016	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD)
24 juin 2016	Auchan
21 juin 2016	Fédération des industries avicoles (FIA)

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

30 janvier 2017	Formation filière lait et filière viande. AgroSup Dijon
14 décembre 2016	Intervention au groupe de Prospective Viande bovine de FranceAgriMer
27 octobre 2016	Observatoire européen du marché de la viande, Commission européenne (Bruxelles). Présentations : viande bovine ; viande porcine

26 octobre 2016

« Les entretiens de l'Observatoire »

- [Point sur la conjoncture des marchés agricoles à l'automne 2016](#) ; Philippe Chalmin
- [État des lieux des contrats de commercialisation des porcs](#) ; Estelle Antoine et Chloé Dupont (IFIP - Institut du porc)
- [Présentation de l'étude « Où va l'agneau ? »](#) : les circuits de commercialisation de la viande ovine en France ; Marie Carlier (Idele)
- [Actualité des relations commerciales entre industriels de la volaille et grande distribution](#) ; Pascale Magdelaine (Itavi)
- Marchés à terme en agriculture – [Produits laitiers](#) et [fertilisants azotés](#) ; Olivier Raevol (Euronext)

29 juin 2016	Rencontre avec une délégation du Ministère de l'Agriculture d'Ukraine
28 juin 2016	Réunion du Réseau Mixte Technologique Économie des filières animales
21 juin 2016	Intervention au Conseil d'administration de la Fédération des Industries Avicoles : présentation
9 juin 2016	Audition de Philippe Chalmin et Philippe Boyer par M. Daniel Grémillet, Sénateur, Rapporteur du projet de loi relatif à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique.
1 ^{er} juin 2016	Conseil spécialisé Viandes bovines et ovines, FranceAgriMer : présentation .
25 mai 2016	Audition de Philippe Chalmin par la Commission des affaires économiques de l'Assemblée Nationale.
27 avril 2016	Intervention au Conseil d'administration de Jeunes Agriculteurs (Paris) : présentation
19 avril 2016	Intervention au Comité des associations spécialisées de la Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles (Paris) : présentation .

Publications

Les travaux ci-dessous sont ceux issus de l'observatoire au cours de la saison 2016-2017, publiés dans la [Lettre de l'OBSERVATOIRE](#) et consultables en ligne sur le site de l'Observatoire de la formation des prix et des marges, ou dans d'autres publications.

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

[Le partage de l'euro alimentaire : première estimation incluant la restauration](#)

La lettre de l'OBSERVATOIRE, n°11, décembre 2016.

[L'évaluation des coûts et des marges dans les rayons alimentaires de la grande distribution en 2014](#)

La lettre de l'OBSERVATOIRE, n°10, septembre 2016.

AUTRES PUBLICATIONS

[La formation des prix et des marges du pré à l'assiette](#)

Cahiers de l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Ile-de-France, n° 173, 1^{er} trimestre 2017.

Avertissement

L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires mobilise diverses sources (séries de prix, comptes d'entreprises, comptes nationaux) qui, au moment de la rédaction du rapport, ne sont pas à jour à la même période. On mentionne ci-dessous les différents résultats développés dans ce rapport par année de mise à jour la plus récente :

2016

Prix et marges brutes

Les prix au détail, les prix à la sortie des industries alimentaires, les prix à la production agricole et les indicateurs de marges brutes que l'on peut simuler sur la base des différences de prix amont et aval dans les industries alimentaires et dans la distribution sont mis à jour dans le présent rapport jusqu'en décembre 2016. Rappelons que les derniers prix de l'année ne sont en général disponibles qu'en février ou mars de l'année suivante.

Certains coûts de production agricole

Les coûts de production en agriculture sont établis à partir de données comptables qui, par nature, ne sont pas encore disponibles pour 2016 au moment de la réalisation du rapport. Toutefois, certains postes pour 2016 peuvent être estimés à partir des résultats 2015, en leur appliquant les indices de prix 2016 afférents à ces postes (par exemple : coût en aliment du bétail 2016 = coût en aliment du bétail 2015 x indice de prix aliment du bétail 2016 / indice de prix aliment du bétail 2015).

Coûts de l'abattage-découpe d'animaux de boucherie

Les coûts de l'abattage-découpe de bovins et de porcins proviennent de l'observatoire des entreprises de FranceAgriMer (unité Entreprises et filières, direction des Interventions), qui traite les données fournies par les entreprises du secteur. Dans ce rapport, ces résultats sont actualisés jusqu'à septembre 2016.

2015

2015 est le dernier exercice couvert, disponible au moment de la confection de ce rapport, par plusieurs sources de type comptable :

- **les résultats du RICA** (comptes des exploitations agricoles) ;
- **les comptes de certains secteurs de l'industrie alimentaire ou du commerce spécialisé** : industrie de charcuterie (source : Banque de France, via Fict) ; boulangerie-pâtisserie artisanale à forme individuelle (source : centres de gestion) ; expéditeurs, grossistes et détaillants spécialisés en fruits et légumes (source : Ctifl) ;
- **les comptes des GMS par rayon alimentaire de produits frais** dont la source est la série d'enquêtes et entretiens réalisée tout au long de l'année dans les enseignes par FranceAgriMer.

2014

Pour tous les autres secteurs industriels ou commerciaux, la seule référence actuellement utilisée par l'observatoire est la base Esane (Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises, Insee), pour laquelle 2014 est actuellement le dernier exercice disponible.

2013

L'**euro alimentaire**, ou décomposition de la consommation alimentaire en revenus générés dans les diverses branches ne peut être calculé de façon suffisamment rigoureuse qu'à partir de tableaux des entrées-sorties (TES) domestiques et des importations symétriques et détaillés en une soixantaine de branches. Ces TES, élaborés par l'Insee pour Eurostat, ne sont disponibles que 3 ans après la fin de l'année à laquelle ils se rapportent. Donc, pour ce rapport, l'euro alimentaire est actualisé à 2013.

Résumé

L'observatoire de la formation des prix et des marges mobilise plusieurs sources et met en œuvre plusieurs approches pour rendre compte et expliquer la formation et la répartition de la valeur le long des chaînes de production, transformation et distribution alimentaires. Ces sources ne sont pas toutes mises à jour ni disponibles aux mêmes dates. Ainsi, pour cette édition 2017 du rapport de l'observatoire, les séries d'indices de prix, de prix en niveau et d'indicateurs de marges brutes vont jusqu'à l'année 2016 incluse, les comptes d'entreprises étudiés s'arrêtent, selon les sources à l'année 2014 ou 2015, sauf dans certains secteurs pour lesquels des résultats 2016 provisoires (sur 9 mois) ou estimés (prévisions) ont pu être élaborés. Enfin, l'approche macroéconomique de la répartition de la dépense alimentaire entre les branches exploite des synthèses complexes élaborées par la comptabilité nationale qui, pour ce présent rapport, ne sont pas encore disponibles au-delà de l'année 2013.

Les prix dans les filières agroalimentaires en 2016

L'année 2016 est caractérisée par un nouveau recul des prix agricoles affectant particulièrement pour la 2^{ème} année consécutive, parmi les matières premières des filières alimentaires suivies par l'observatoire, le lait, les bovins viande, le blé tendre et le blé dur. En revanche, les prix à la production progressent en 2016 pour le porc, les fruits et les légumes, et sont quasi stables pour les volailles considérées globalement.

Tous produits agricoles confondus (y compris ceux non suivis par l'observatoire), la moyenne des prix à la production agricole stagne avec +0,3% en 2016 par rapport à 2015.

Une nouvelle baisse des prix s'observe également pour les produits des industries alimentaires considérés globalement, en recul pour la 3^{ème} année consécutive en 2016 (-1,5%). Dans les secteurs suivis par l'observatoire, ce recul des prix sortie industrie concerne nettement les produits laitiers de consommation (les produits laitiers pour l'industrie voyant par contre leur prix moyen remonter), la farine et les pâtes, dans une moindre mesure la viande bovine et la volaille, tandis que le prix moyen sortie industrie des viandes fraîches de porc et des jambons progressent en 2016, après avoir baissé lors des deux années précédentes.

Les prix à la consommation alimentaire, progressent en moyenne un peu plus en 2016 (+0,7%) qu'en 2015 (+0,5%), la hausse de 2016 étant cette année supérieure à l'inflation générale (+0,2%), laquelle est un peu plus marquée cette année qu'en 2015, où elle apparaissait nulle.

Les prix dans les filières de produits carnés

La baisse des prix à la production des gros bovins et veaux de boucherie en 2016 (-4%) est liée à l'augmentation des abattages de vaches laitières due à la crise laitière mais aussi à un afflux de vaches allaitantes. En revanche, le prix à la production progresse pour le porc (+3%), sous l'effet d'un rebond inattendu de la demande chinoise.

Les suivis de l'observatoire, sur quelques produits carnés de grande consommation, montrent en 2016 des baisses de prix au détail en GMS relativement faibles sur les produits de la longe de porc (moins de 0,5%), une hausse sur le jambon cuit (+1,6%, intégrant probablement des effets de montée en gamme des achats) et une quasi stabilité sur le panier saisonnier de morceaux de viande de bœuf (+0,2%). En filière volailles, les prix au détail des articles suivis par l'observatoire (poulets entiers, escalopes de poulet) sont en baisse.

Les maillons industriels des filières carnées ont généralement vu s'améliorer leur indicateur moyen de marge brute (différence entre prix de vente et coût en matière première) en 2016. Au détail en GMS, l'indicateur de marge brute des mêmes produits augmente également pour la viande de bœuf : la baisse du prix entrée abattoir n'a pas été transmise en aval. Ces hausses de marges dans l'industrie et au détail sont toutefois sans impact important sur le prix au détail compte tenu de la forte baisse de prix entrée abattoir. Les marges brutes en GMS des autres produits carnés suivis sont plutôt stables ou en diminution en 2016.

Les prix dans la filière laitière

Les indices de l'Insee des prix à la consommation des produits laitiers montrent une baisse moyenne des prix de l'ordre de 1% de 2015 à 2016 ; en contradiction avec l'évolution du prix d'achat moyen pondéré des produits laitiers en GMS, qui progresse de +1% (différence due à la composition des

paniers de produits pris en compte). Le prix du lait à la production a quant à lui à nouveau diminué en 2016 (-7,3%), baisse faisant suite à celle de 2015 (-14%) après la hausse de 2014. Cette baisse est due à une collecte abondante dans l'Union européenne, alors que les pays importateurs ont ralenti leur demande en produits laitiers. Toujours selon les indices de l'Insee, les prix sortie industrie des produits laitiers ont baissé en 2016 (-3% pour les produits destinés aux GMS, -4% pour les beurres et poudres à destinations industrielles).

Pour les produits laitiers de grande consommation suivis par l'observatoire, on observe généralement en 2016 une progression des indicateurs de marges brute de l'industrie et de la distribution et des diminutions de prix dans l'industrie et en GMS : la baisse du coût de la matière première n'apparaît que partiellement transmise par l'industrie vers la distribution puis par celle-ci vers le consommateur.

Les prix dans filière blé-farine-pain

On constate en 2016, pour la 3^{ème} année consécutive, une nouvelle baisse du prix moyen du blé tendre, de -9,6% (-6,6% en 2015 et -14,5% en 2014), assortie des rendements en baisse et d'une dégradation de la qualité, impactant les coûts de la meunerie. Le prix de la farine pour boulangerie artisanale, sortie industrie, baisse également pour la 3^{ème} année en 2016 (-2,7%), le prix moyen de la baguette ordinaire, dans lequel le prix du blé entre en fait pour une faible part, restant quasi stable. L'indicateur de marge brute de la meunerie est en baisse en 2016 de -4,3%, celui de l'aval progresse très légèrement.

Les prix dans la filière des pâtes alimentaires

On observe en 2016 une faible hausse du prix au détail, malgré une baisse des prix des pâtes sortie industrie (-3,3%), répercutant celle du prix de la matière première, le blé dur (-9,7%). L'indicateur de marge brute de l'industrie des pâtes alimentaires diminue ainsi en 2016, celui du détail progresse légèrement.

Les prix dans la filière des fruits et des légumes frais

L'observatoire suit d'une vingtaine de fruits et légumes et deux « paniers saisonniers », l'un de fruits, l'autre de légumes, dont la composition varie chaque semaine.

L'année 2016 présente des prix à l'expédition et au détail en hausse pour le panier saisonnier de fruits et pour le panier saisonnier de légumes : le prix moyen annuel à l'expédition du panier de fruits augmente ainsi de 4,3%, celui des légumes de 5,7%. Ces hausses font suite à celles de 2015, plus importantes. Au détail en GMS les hausses de prix de 2016 - également plus faibles qu'en 2015 - sont respectivement de 4% et 0,6%. L'indicateur de marge brute du circuit de distribution en GMS progresse en 2016 pour le panier de fruits (+3,6%) et diminue pour le panier de légumes (-3%).

Les prix des produits de la pêche et de l'aquaculture

L'observatoire suit le saumon fumé, le lieu noir et la sole. Le prix au détail en GMS du saumon fumé continue de progresser en 2016 (+74 cts, soit +2,7%). L'augmentation importante du coût en saumon frais (+2,9 euros par kg de produit fini, soit +30%) a été intégralement amortie par le maillon du mareyage et de l'industrie, qui maintient son prix de vente en 2016.

Les coûts de production agricole en 2016

Les résultats, encore prévisionnels, de 2016 font état d'une baisse du coût de production en **élevage porcin** due pour l'essentiel à celle du prix de l'aliment et une hausse du prix du porc. La marge nette moyenne estimée de l'élevage, après déduction des « charges calculées » pour rémunération du travail et du capital de l'exploitant, deviendrait ainsi positive (+6 cts par kg de carcasse) en 2016, après plusieurs années déficitaires.

En revanche la situation se dégrade encore pour les **élevages spécialisés de gros bovins de boucherie**, avec, sous l'effet d'une nouvelle baisse des cours des bovins, des marges nettes dégradées par rapport à l'année 2015, déjà critique. En moyenne, après prise en compte des « charges calculées » (rémunération des facteurs auto fournis estimée en référence à un revenu de parité), les élevages naisseurs-engraisseurs perdraient en moyenne 16 centimes par kg vif en 2016 (perte double de celle de 2015).

Dans la production intégrée de **poulet**, les coûts de production diminuent en 2016 du fait de la baisse du coût de l'aliment (à la charge de l'intégrateur), liée à celle du prix des céréales, la marge nette jointe de l'intégrateur et de l'éleveur s'améliore en conséquence, mais elle ne couvre les « charges calculées »

rémunérant l'éleveur qu'en filière label. Dans la production de **lapin**, la baisse du prix du vif entraîne une dégradation de la marge nette, malgré la baisse du coût de l'aliment.

Le coût de production du **lait de vache** estimé sur base comptable (hors rémunération calculée de l'éleveur) progresse en 2016 et atteint 375 € pour 1 000 litres (contre 370 en 2015), il s'ensuit une nouvelle dégradation de la marge nette moyenne des producteurs qui descend à 105 € pour 1 000 litres (113 en 2105), avant rémunération calculée de l'éleveur.

La baisse conjointe des rendements et du prix du **blé tendre** en 2016 dégrade la marge nette des producteurs, qui devient négative, à -52 € par tonne, avant même imputation de la rémunération calculée de l'exploitant.

L'observatoire ne dispose pas de données prévisionnelles de coûts de production pour 2016 dans les exploitations de **fruits et de légumes**. Les derniers résultats disponibles portent sur 2015, ils indiquent une situation globalement plus favorable qu'en 2014, en termes de résultat courant rapporté au chiffre d'affaires pour l'ensemble des exploitations d'orientation fruitière ou légumière, et une amélioration de la marge nette moyenne par kg produit, estimée sur base comptable pour la tomate et la pomme.

Les résultats des maillons industriels en 2016, 2015 ou 2014 selon les filières

L'**abattage-découpe d'animaux de boucherie** voit son résultat courant moyen par kg de carcasse traitée s'améliorer sur les **9 premiers mois de 2016** par rapport à la même période de 2015, surtout dans le secteur de la viande porcine, où le résultat redevient positif (2 centimes par kg). Ce résultat sur 9 mois est lié au fait que la hausse du prix du porc entrée abattoir en 2016 par rapport à 2015 n'est intervenue qu'à partir du mois de juin. En gros bovins, le résultat courant sur les 9 premiers mois de 2016 est en moyenne de 9 centimes par kg contre 8 centimes pour la même période en 2015.

Pour l'**industrie de la charcuterie**, l'observatoire ne dispose pour le présent rapport que des comptes de 2015, ils indiquent une légère amélioration de la marge sur matière première et du résultat courant par rapport au chiffre d'affaires (2,8% en 2015 pour 2,3% en 2014).

Dans les autres filières, en matière de comptes industriels, l'observatoire n'a disposé pour le présent rapport que des résultats de 2013 et 2014 issus du dispositif Esane de l'Insee.

Dans l'**industrie laitière**, le secteur « *exploitations de laiteries et fabrication de fromages* », qui agrège les activités de fabrication de produits laitiers de grande consommation a vu son résultat courant diminuer de 4% en 2014, passant de 996 M€ à 956 M€, soit de 3,1% à 3% du chiffre d'affaires, sous l'effet, principalement, du renchérissement de sa matière première, en partie compensé par la diminution d'autres charges, relativement au chiffre d'affaires.

Dans l'**industrie de la meunerie**, en 2014, sous l'effet de la baisse des prix du blé, la marge brute sur matière première s'améliore, atteignant 39% du chiffre d'affaires (contre 35% en 2013), ainsi que le résultat courant rapporté au chiffre d'affaires (+0,7% en 2014, -0,1% en 2013).

Dans l'**industrie des pâtes alimentaires**, la structure moyenne du compte de résultat évolue peu de 2013 à 2014. Le taux de marge brute sur matière première passe de 55% à 56% du chiffre d'affaires du fait de la baisse du prix du blé dur, en partie transmise dans le prix des pâtes. Le résultat courant rapporté au chiffre d'affaires diminue peu, passant de 3,7% en 2013 à 3,6% en 2014, sous l'effet de la progression du poids des charges autres que de matières premières.

Les comptes par rayon des GMS en 2015

Cette approche est issue des travaux conduits courant 2016 auprès des sept principales enseignes.

Pour l'**ensemble des rayons alimentaires frais**, la marge brute sur achats, rapportée au chiffre d'affaires est de 29,0 € en 2015. Elle apparaît ainsi en baisse de 0,4 € par rapport à 2014, malgré les baisses de prix de vente de l'industrie à la distribution pour plusieurs produits, notamment dans le secteur laitier. *L'imputation de coûts logistiques internes dans la marge brute, insuffisamment individualisés par l'enquête, contribue probablement à la baisse de cet indicateur.* Après répartition des charges entre les rayons, la marge nette rapportée au chiffre d'affaires ressort à 1,3 % (avant impôt), en baisse de 0,1 point. La hiérarchie des rayons en fonction des indicateurs de résultats est conforme à celle observée les années précédentes.

Avec plus de 58% de marge brute rapportée au chiffre d'affaires, le **rayon boulangerie-pâtisserie-vienniserie** vient en tête pour ce critère, de par son activité de fabrication à forte valeur ajoutée. C'est

cependant l'un des rayons qui ressort en négatif en termes de marge nette avec -0,3% du chiffre d'affaires, une fois toutes les charges réparties par rayon, du fait notamment du poids de la main-d'œuvre dédiée.

Le **rayon charcuterie** bénéficie d'une marge brute élevée, de 32,8% du chiffre d'affaires, contre 24,6% en **boucherie** et 28,1% en **volailles**. Ces taux de marges brutes sont en baisse par rapport à 2014, alors que les évolutions comparées des indices de prix de l'industrie et à la consommation laissent supposer une hausse. L'ensemble constitué par ces trois **rayons de produits carnés** (boucherie, charcuterie, volailles) présente une marge nette rapportée au chiffre d'affaires de 4% : pondérés par leur poids respectifs dans le chiffre d'affaires, les résultats positifs des rayons charcuterie (marge de nette de 8,6%) et volailles (marge nette de 8,9%) compensent ainsi la marge nette négative de la boucherie (-2,9%).

La marge brute du **rayon des fruits et légumes** s'élève à 30,3% du chiffre d'affaires, et toutes charges réparties, conduit à une marge nette de 2,8%, situant ce rayon au 3^{ème} rang pour ce critère.

Cette 3^{ème} place était jusqu'en 2016 occupée par le **rayon des produits laitiers**. Or, depuis 2014, celui-ci présente une marge nette rapportée au chiffre d'affaires plutôt dégradée, de 0,2% (contre plus de 2% sur 2001-2013). Ce résultat survient en 2015 malgré la forte baisse du prix du lait à la production (- 14%), la légère baisse de l'indice Insee des prix des produits laitiers de grande consommation vendus par l'industrie aux GMS (-0,8%, la baisse avait davantage affecté les produits laitiers pour l'industrie) et, selon le panel Kantar, une hausse de 1,3% du prix moyen des mêmes produits en GMS.

Enfin, le **rayon marée** présente une marge brute sur chiffre d'affaires inférieur à la moyenne des rayons frais (25,4% contre 29%), et une marge nette toutes charges réparties nettement négative (-8,0%).

Répartition de la valeur de la dépense alimentaire

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

- d'une part, en isolant, au sein de ce montant, la valeur de la production agricole nationale incorporée,
- d'autre part, en décomposant ce montant en rémunérations brute du travail et du capital (valeurs ajoutées, réparties en excédent brut d'exploitation et salaires bruts) induites dans toutes les branches de l'économie, importations alimentaires finales et importations en biens de consommations intermédiaires et taxes.

Compte tenu des délais d'obtention des données indispensables au calcul de cette répartition, l'euro alimentaire du présent rapport porte sur l'année 2013. Pour la première fois, il intègre dans la consommation alimentaire des ménages, outre les dépenses alimentaires en magasin, celles en services de restauration (commerciale ou collective).

En 2013, les 232 M€ de consommation alimentaire des ménages incluent :

- 9,5% de taxes, 10,9% d'importations alimentaires finales (importations de produits alimentaires prêts à la consommation),
- 14,7% de production agricole domestique et
- 65% de valeurs créées en aval de l'agriculture (industries, commerces, services).

En poursuivant l'analyse, outre les taxes et importations alimentaires déjà isolées, la consommation alimentaire induit 64,7% de valeurs ajoutées dans toutes les branches de l'économie et contient 14,9% d'importations de biens intermédiaires (matières premières, sources d'énergie, produits bruts, équipements...).

Sur 64,7 € de valeur ajoutée induite par 100 € de consommation alimentaire, l'agriculture crée, ou récupère, selon le point de vue que l'on retient, 6,2 € (soit 9,6% de la valeur ajoutée induite totale),

- les industries alimentaires : 11,7 €,
- les autres industries : 3,2 €,
- la restauration : 13,9 € ;
- le reste vient du commerce inter-entreprises et de détail (15,4 €) et les services (14,3 €).

2,6 millions d'équivalents temps plein sont mobilisés pour produire les biens et les services concourant à assurer la consommation alimentaire domestique, dont près de 420 000 dans l'agriculture. La consommation alimentaire contribue pour 37% au revenu brut de la branche agricole, dont 4,5% imputable à la restauration, le reste du revenu agricole est assuré par l'exportation (24,7%), les subventions (28,6%) et d'autres demandes intérieures, non alimentaires (9,4%), par exemple : énergie, chimie, textile, fleurs et plantes...

Tableaux de synthèse par filière

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

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

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

- Prix et indicateur de marges brutes sont mis à jour jusqu'à l'année 2016 incluse ;
- Les coûts de production ou les comptes des exploitations agricoles sont mis à jour jusqu'en 2015 en données définitives ; les résultats de 2016, lorsqu'ils sont présentés, sont provisoires ou estimés ;
- Selon les secteurs, les comptes industriels sont mis à jour pour les 9 premiers mois de l'année 2016 (abattage découpe de bovins et porcins), pour l'année 2015 (charcuterie, boulangerie artisanale à forme d'entreprise individuelle) ou uniquement 2014 (autres industries) ;
- Les comptes par rayon des GMS sont mis à jour à 2015.

Viande porcine : porc frais

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Carcasse	1,45	1,40				
Longe en UVCI de côtes et rôtis			3,59	3,61	5,70	5,72
Longe en UVCM de côtes, rôtis, escalopes, filets			2,62	2,53	6,44	6,46

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS	
	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final
Longe en UVCI de côtes et rôtis	2,31	2,30	1,27	1,31	2,11	2,11
Longe en UVCM de côtes, rôtis, escalopes, filets	2,34	2,32	0,71	0,63	3,39	3,51

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

Coûts de production et marge nette en élevage porcin

Élevage naisseur-engraisseur de porcs	Coût de production total avec charges calculées		Marge brute sur coût en aliment		Marge nette avec charges calculées	
	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse
	1,38	1,44	0,61	0,50	0,06	-0,05

Source : Ifip

Comptes par kg de carcasse traité de l'abattage-découpe de porcs

Abattage-découpe de porcs	Produit porcin		Marge brute sur coût entrée abattoir		Résultat courant	
	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse
	1,97	1,96	0,55	0,52	0,02	0,00

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Compte du rayon boucherie en GMS

Rayon boucherie en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	24,6	25,6	13,1	14,4	-2,9	-2,1

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision ; (**) 9 mois : janvier à septembre

Viande porcine : charcuterie

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Industrie de charcuterie		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Carcasse	1,45	1,40						
Jambons cuits			2,43	2,28	6,22	6,11	10,61	10,44

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Industrie de charcuterie		Marge brute GMS	
	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final
Jambons cuits	3,53	3,41	1,07	0,92	1,62	1,78	4,39	4,33

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

Coûts de production et marge nette en élevage porcin

Élevage naisseur-engraisseur de porcs	Coût de production total avec charges calculées		Marge brute sur coût en aliment		Marge nette avec charges calculées	
	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse	2016 (*) €/ kg de carcasse	2015 €/ kg de carcasse
	1,38	1,44	0,61	0,50	0,06	-0,05

Source : Ifip

Comptes par kg de carcasse traité de l'abattage-découpe de porcs

Abattage-découpe de porcs	Produit porcin		Marge brute sur coût entrée abattoir		Résultat courant	
	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse
	1,97	1,96	0,55	0,52	0,02	0,00

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Comptes du secteur de l'industrie de charcuterie

Industrie de charcuterie	Produit		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2015 M €	2014 M €	2015 % du produit	2014 % du produit	2015 % du produit	2014 % du produit
	7 873	7 945	43,0%	42,0%	2,8%	2,3%

Source : Banque de France pour Fict

Compte du rayon charcuterie en GMS

Rayon charcuterie en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	32,8	33,4	26,3	27,1	8,6	8,9

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision ; (**) 9 mois : janvier à septembre

Viande bovine : « bœuf »

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg EC	2015 €/ kg EC	2016 €/ kg EC	2015 €/ kg EC	2016 €/ kg EC	2015 €/ kg EC
Carcasse	3,22	3,44				
Panier des morceaux pour GMS			5,06	5,07	7,05	7,04

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS	
	2016 €/ kg EC produit final	2015 €/ kg EC produit final	2016 €/ kg EC produit final	2015 €/ kg EC produit final	2016 €/ kg EC produit final	2015 €/ kg EC produit final
Panier des morceaux en rayons	3,24	3,46	1,82	1,61	2,00	1,97

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

Coûts de production et marge nette en élevage de gros bovins viande

	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avant charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif
Élevage naisseur	4,27	4,27	0,72	0,81	-0,41	-0,30
Élevage naisseur-engraisseur	3,52	3,53	0,63	0,70	-0,16	-0,08
Élevage engraisseur	2,15	2,21	0,22	0,33	-0,06	0,05

Source : Idele

Comptes par kg de carcasse traité de l'abattage-découpe de gros bovins

Abattage-découpe de gros bovins	Produit bovin		Marge brute sur coût entrée abattoir		Résultat courant	
	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016(**) €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse
	5,31	5,44	1,57	1,55	0,09	0,09

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Compte du rayon boucherie en GMS

Rayon boucherie en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	24,6	25,6	13,1	14,4	-2,9	-2,1

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision ; (**) 9 mois : janvier à septembre

Viande bovine : veau de boucherie

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
	€/ kg EC	€/ kg EC	€/ kg EC	€/ kg EC	€/ kg EC	€/ kg EC
Carcasse	5,07	5,16				
Carcasse reconstituée en GMS			nd	nd	9,08	9,08

Sources : FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute agrégée industrie + GMS	
	2016	2015	2016	2015
	€/ kg EC produit final	€/ kg EC produit final	€/ kg EC produit final	€/ kg EC produit final
Carcasse reconstituée en GMS	5,07	5,16	4,01	3,91

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

Coûts de production et marge nette en élevage de veaux

	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette hors charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
	€/ kg vif	€/ kg vif	€/ kg vif	€/ kg vif	€/ kg vif	€/ kg vif
Élevage naisseur-engraisseur (veau sous la mère)	6,71	6,80	1,64	1,63	-0,70	-0,69
Élevage engraisseur (intégration)						

Source : Idele

Comptes par kg de carcasse traité de l'abattage-découpe de veaux

Abattage-découpe de veaux	Produit bovin		Marge brute sur coût entrée abattoir		Résultat courant	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
	€/ kg carcasse	€/ kg carcasse	€/ kg carcasse	€/ kg carcasse	€/ kg carcasse	€/ kg carcasse
non disponible, enquête en cours						

Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Compte du rayon boucherie en GMS

Rayon boucherie en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	24,6	25,6	13,1	14,4	-2,9	-2,1

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

Volailles de chair

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg
Poulet entier standard	1,29	1,30	2,13	2,18	3,66	3,70
Poulet entier label	2,58	2,59	nd	nd	5,15	5,21
Escalope poulet standard UVCI			5,33	5,53	8,85	9,07

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS		Marge brute agrégée industrie + GMS	
	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final
Poulet entier standard	1,27	1,29	0,86	0,89	1,53	1,52	2,38	2,41
Poulet entier label	2,52	2,53	nd	nd	nd	nd	2,63	2,63
Escalope poulet standard UVCI	3,04	2,96	2,29	2,57	3,51	3,54	2,63	2,63

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

Coûts de production et marge nette en élevage de volailles

	Coût de production total avec charges calculées		Marge brute sur coût en aliment		Marge nette avant charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2016(*) €/kg vif	2015 €/kg vif	2016(*) €/kg vif	2015 €/kg vif	2016(*) €/kg vif	2015 €/kg vif	2016(*) €/kg vif	2015 €/kg vif
Poulet standard	0,90	0,94	0,38	0,36	0,01	-0,02	-0,04	-0,07
Poulet label	1,72	1,77	0,90	0,83	0,23	0,16	0,01	-0,06

Source : Itavi

Comptes du secteur de la transformation et conservation de viandes poulets et dindes

Transformation et conservation de viandes de poulets et dindes	Produit du secteur		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2014 M €	2013 M €	2014 % du produit	2013 % du produit	2014 % du produit	2013 % du produit
	4 758	5 085	37,3%	35,1%	2,7%	0,9%

Source : OFPM d'après Esane, traitement SSP

Compte du rayon volailles en GMS

Rayon volaille en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	28,1	27,3	24,9	24,2	8,9	7,8

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision

Viande de lapin

Prix aux différents stades

Produit	Entrée abattoir		Industrie d'abattage-découpe		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016 €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse	2016 €/ kg carcasse	2015 €/ kg carcasse
Lapin entier	3,04	3,17	non disponible		6,78	6,52
Lapin entier découpé					7,13	7,06
Morceaux de lapins					11,75	11,77

Sources : FranceAgriMer, SSP, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût entrée abattoir		Marge brute industrie abattage-découpe		Marge brute GMS		Marge brute agrégée industrie + GMS	
	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final
Lapin entier	3,04	3,17	non disponible				3,75	3,36
Lapin entier découpé	3,01	3,13					4,12	3,92
Morceaux de lapins	3,03	3,16					8,72	8,61

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

Coûts de production et marge nette en élevage de lapin

Lapin	Coût de production total avec charges calculées		Marge brute sur coût en aliment		Marge nette avant charges calculées		Marge nette avec charges calculées	
	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif	2016(*) €/ kg vif	2015 €/ kg vif
		1,83	1,86	0,89	0,86	0,13	0,17	-0,13

Source : Itavi

Compte du rayon volailles en GMS

Rayon volaille en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	28,1	27,3	24,9	24,2	8,9	7,8

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision

Produits laitiers de lait de vache

Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie transformation laitière		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg
Lait collecté	0,31	0,33				
Lait UHT ½ écrémé			0,58	0,59	0,73	0,72
Yaourt nature			1,15	1,21	1,46	1,47
Emmental			4,43	4,61	6,52	6,55
Camembert			4,51	4,64	5,86	5,97

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM, Kantar Worldpanel

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

Produit final	Coût matière première		Marge brute industrie transformation laitière		Marge brute GMS	
	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final
Lait UHT ½ écrémé	0,24	0,29	0,33	0,30	0,16	0,13
Yaourt nature	0,25	0,30	0,90	0,91	0,40	0,34
Emmental	3,21	3,61	1,22	1,00	2,45	2,30
Camembert	2,44	2,74	2,07	1,89	1,66	1,66

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

Coûts de production comptable moyen national du lait de vache

Lait de vache	Coût de production total		Marge brute sur consommations intermédiaires		Résultat courant	
	2016(*) €/1000 l	2015 €/1000 l	2016(*) €/1000 l	2015 €/1000 l	2016(*) €/1000 l	2015 €/1000 l
	374,67	369,58	338,67	343,24	104,79	113,42

Source : OFPM d'après Rica, traitement SSP

Comptes du secteur de la transformation laitière (PGC)

Exploitation de laiterie et fabrication de fromage	Produit du secteur		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2014 M €	2013 M €	2014 % du produit	2013 % du produit	2014 % du produit	2013 % du produit
	32 235	32 103	37,35%	40,05%	3,0%	3,1%

Source : Esane

Comptes du rayon produits laitiers en GMS

Rayon produits laitiers en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	22,4	23,0	17,8	18,5	0,2	0,2

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision

Pain

Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie meunière		Détail tous circuits hors TVA	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Blé tendre	0,15	0,17				
Farine boulangère			0,44	0,46		
Baguette standard					3,29	3,28

Sources : FranceAgriMer, Insee pour OFPM

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

Produit final	Coût en blé tendre		Marge brute industrie meunière		Marge brute boulangerie tous circuits	
	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final
Baguette standard	0,18	0,21	0,23	0,22	2,88	2,85

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Insee,

Coûts de production et marge nette de la production de blé tendre

Culture de blé tendre	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avant charge calculées		Marge nette avec charge calculées	
	2016 (*) €/ t	2015 €/ t	2016 €/ t	2015 €/ t	2016 €/ t	2015 €/ t
	269,2	186,2	-51,7	23,3	-90,8	-5,3

Source : Arvalis

Comptes des secteurs de la filière farine-pain

	Produit		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2014 M €	2013 M €	2014 % du produit	2013 % du produit	2014 % du produit	2013 % du produit
Meunerie	2 748	2 846	38,9%	34,6%	0,7%	-0,1%
Boulangerie - pâtisserie	9941,5	9579,1	68,8%	69,0%	2,1%	2,8%

Source : Esane

Boulangerie – pâtisserie, entreprises artisanales individuelles	Produit		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2015 k € / entreprise	2014 k € / entreprise	2015 % du produit	2014 % du produit	2015 % du produit	2014 % du produit
	284,8	284,2	74,4%	73,4%	12,5%	12,4%

Source : Centres de gestion

Comptes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie en GMS

Rayon boulangerie- pâtisserie- viennoiserie en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	58,3	56,9	27,1	26,2	-0,3	-1,1

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

(*) prévision

Pâtes alimentaires

Prix aux différents stades

Produit	Production agricole		Industrie pastière		Détail tous circuits hors TVA	
	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg	2016 €/kg	2015 €/kg
Blé dur	0,25	0,33				
Pâtes			1,07	1,11	1,49	1,48

Sources : FranceAgriMer, SSP, Insee pour OFPM

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

Produit final	Coût en blé dur		Marge brute industrie meunière		Marge brute détail tous circuits	
	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final	2016 €/kg produit final	2015 €/kg produit final
Pâtes sup. 500 g	0,35	0,46	0,72	0,64	0,41	0,37

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP Insee

Coûts de production et marge nette de la production de blé dur

Culture de blé dur	Coût de production total avec charges calculées		Marge nette avec charge calculées	
	2016 €/t	2015 €/t	2016 €/t	2015 €/t
	non disponible	non disponible	non disponible	non disponible

Comptes du secteur de la fabrication des pâtes alimentaires

Fabrication des pâtes alimentaires	Produit		Marge brute sur matière première		Résultat courant	
	2014 M€	2013 M€	2014 % du produit	2013 % du produit	2014 % du produit	2013 % du produit
	776,8	821,9	37,4%	37,7%	5,5%	3,5%

Source : Esane

Fruits et légumes frais

Prix aux différents stades

Produit	Expédition		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Panier fruits	1,21	1,16	2,36	2,27
Panier légumes	0,88	0,83	1,80	1,79

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Réseau des nouvelles des marchés

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

Produit final	Expédition		Marge brute circuit GMS	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Panier fruits	1,21	1,16	1,15	1,11
Panier légumes	0,88	0,83	0,93	0,96

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Insee,

Charges des exploitations fruitières et légumières

	Charges courantes % CA		Salaires % CA		Résultat courant % CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Exploitations fruitières	81,3%	86,4%	26,4%	31,0%	18,7%	13,6%
Exploitations légumières	83,3%	88,9%	19,6%	20,8%	16,7%	11,1%

Source : Rica, traitements SSP pour OFPM

Coûts de production comptables en tomate et pomme

	Charges courantes €/ 100 kg		Salaires €/ 100 kg		Résultat courant €/ 100 kg	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Tomates de serre et abri haut	104,1	103,6	31,8	31,1	15,3	5,2
Pommes	44,5	42,4	16,1	15,6	5,1	2,5

Source : Rica, traitements SSP pour OFPM

Comptes des entreprises commerciales spécialisées de la filière fruits et légumes

	Marge brute		Frais de personnel		Résultat courant	
	2015 % CA	2014 % CA	2015 % CA	2014 % CA	2015 % CA	2014 % CA
Expéditeurs	26,2%	26,4%	7,2%	7,5%	2,8%	2,0%
Commerce en gros	21,1%	21,9%	9,6%	9,9%	2,2%	2,0%
Détail spécialisé	29,7%	30,4%	14,9%	15,6%	3,6%	3,4%

Source : Ctifl - observatoire des entreprises

Comptes du rayon fruits et légumes en GMS

Rayon fruits et légumes en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	30,3	31,1	22,4	23,0	2,8	2,3

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

Produits de la pêche et de l'aquaculture

Prix aux différents stades

Produit	Criée ou importation		Mareyage et industrie		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg	2016 €/ kg	2015 €/ kg
Saumon frais	6,04	4,63				
Saumon fumé			22,85	22,85	28,02	27,28
Lieu noir	1,80	1,67	5,58	4,92	9,21	8,82
Sole	13,24	11,78	14,95	13,86	16,43	15,44

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Réseau des nouvelles des marchés, Comext, Eumofa, Kantar Worldpanel

Décomposition du prix au détail en ressources criée ou import et marges brutes de l'aval

	Criée ou importation		Mareyage et industrie		Détail en GMS hors TVA	
	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final	2016 €/ kg produit final	2015 €/ kg produit final
Saumon fumé	12,67	9,73	10,18	13,12	5,17	4,43
Lieu noir	4,49	4,32	1,09	0,60	3,62	3,90
Sole	13,94	11,53	1,01	2,33	1,48	1,58

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Réseau des nouvelles des marchés, Comext, Eumofa, Kantar Worldpanel

Comptes du rayon marées en GMS

Rayon marées en GMS	Marge brute pour 100 € CA		Marge semi-nette pour 100 € CA		Marge nette avant IS pour 100 € CA	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	25,4	26,1	10,2	10,7	-8,0	-8,3

Source : OFPM, enquête dans les enseignes

Avant-propos

En 2016, les marchés agricoles ont été marqués par des fortes instabilités à la hausse comme à la baisse, de manière parfois surprenante : forte chute des prix des céréales, aggravée en France par une récolte catastrophique, bonne tenue du prix du porc au 2^{ème} semestre grâce à l'importance des achats chinois, rebond inattendu des produits laitiers et notamment du beurre à partir de l'automne... Cette instabilité des marchés mondiaux, à laquelle il faut bien sûr ajouter l'instabilité monétaire (le rapport dollar / euro), fait désormais partie du quotidien des filières agroalimentaires françaises dans la mesure où sur les dix dernières années les instruments de gestion des marchés mis en place à partir de 1962 par la Politique agricole commune ont été démantelés. Après les quotas laitiers le 1^{er} avril 2015, ce sera le tour le 30 septembre 2017 des quotas sucriers. Il n'y aura plus alors en Europe aucun instrument de stabilisation des marchés agricoles à l'exception de quelques mécanismes d'urgence (intervention et stockage) de moins en moins adaptés. On se retrouve là dans une situation sans équivalent depuis le début du XX^{ème} siècle, avant l'âge des politiques agricoles et c'est une véritable « *révolution culturelle* » qui touche l'ensemble des acteurs au long des filières mais tout particulièrement les producteurs agricoles qui sont passés en quelques années du « *stable à l'instable* », de prix administrés (et souvent politiques) à des prix de marchés de plus en plus mondialisés, les soumettant à de nouveaux risques et souvent aggravant leurs difficultés.

À l'autre bout de la chaîne, le consommateur final est de moins en moins conscient de cette instabilité. Alors que la part agricole du panier alimentaire des ménages n'a cessé de diminuer au profit de la transformation et des services à la faveur de produits prêts à consommer, les prix alimentaire ont en France fait preuve ces dernières années d'une étonnante stabilité. Certes les modèles de consommation ont évolué, se sont sophistiqués autour de produits « *marketés* », voire de niches, plus difficiles à analyser.

Mais les rayons alimentaires sont aussi ceux qui font l'objet d'une « *guerre des prix* » entre les principaux acteurs de la grande distribution française.

L'observateur ne peut qu'être frappé du contraste entre l'instabilité caractéristique des marchés agricoles et la stabilité des prix alimentaires. Le lecteur attentif le vérifiera encore dans tous les chapitres du rapport 2017 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires que nous présentons ici. La différence entre le bord champ et l'assiette, par nature instable, partagée entre les différents stades industriels et commerciaux, est une variable d'ajustement particulièrement sensible dans un pays comme la France.

La situation que nous venons de décrire est à peu près la même dans tous les pays d'Europe (avec plus ou moins de flexibilité des prix alimentaires). Mais c'est en France qu'elle a provoqué et qu'elle provoque encore des tensions les plus fortes entre les maillons de la chaîne, de la production à la distribution.

Il y a en effet – bien au-delà du seul domaine de l'agro-alimentaire- un véritable particularisme français dans les relations commerciales que l'on retrouve à l'occasion des célèbres « *négociations* » entre industrie et grande distribution ou dans l'évolution des délais de paiement.

Ce n'est pourtant pas faute de l'existence d'un appareil législatif et réglementaire particulièrement épais mais qui ne parvient pas à pallier l'absence de confiance entre les différents acteurs des filières. C'est ce qui avait poussé le législateur à créer en 2010 un « *Observatoire des prix et des marges* » spécifique pour les produits alimentaires, à la fois indépendant mais regroupant aussi l'ensemble des parties prenantes de la production à la consommation. Cet Observatoire est unique en Europe et les données qui en sont issues n'ont aucun équivalent.

C'est le sixième rapport de l'Observatoire que j'ai le privilège de présenter au Parlement en ce printemps 2017. C'est l'occasion alors que le comité de pilotage de l'Observatoire a été renouvelé de faire aussi un bilan de ces six premières années de travaux.

Au moment de la mise en place de l'Observatoire à l'automne 2010, en pleine crise du marché de la viande bovine, les deux mots utilisés pour définir son action à venir furent transparence et confiance : transparence afin d'obtenir les données les plus exactes possibles en ce qui concerne les marges brutes et surtout nettes à chaque stade des filières concernées ; confiance peu à peu établie entre tous les

acteurs afin d'éclairer des données brutes et d'en livrer l'interprétation la plus pertinente. Une des originalités de l'Observatoire est d'ailleurs que son rapport soit adopté à l'unanimité des organisations participant à son comité de pilotage. Au fil des années le rapport de l'Observatoire est ainsi devenu la référence incontestable tant auprès des professionnels que du grand public par le biais des médias.

La réunion de données déjà existantes, la mise en place d'éléments originaux, la rigueur scientifique qui préside à son élaboration font de ce document une somme sans équivalent en Europe. Bien sûr, elle montre aussi des limites qu'il faut souligner :

- les décalages dans le temps de certaines séries. Ainsi, le rapport 2017 intègre-t-il toutes les séries de prix (et donc de marges brutes de l'année 2016) mais l'analyse des coûts et marges nettes par rayon de la grande distribution, fondée sur des résultats d'enquêtes et d'entretiens conduits durant toute l'année 2016, ne peut porter que sur l'année 2015 alors que certains résultats comptables industriels, issus des bases de l'Insee, sont limités à 2014.
- La méthode adoptée – du champ à l'assiette – limite notre analyse aux grands produits « *de base* » de l'alimentation (pain, jambon, steak haché, beurre, ...) et passe probablement à côté de l'évolution des comportements alimentaires vers des produits de plus en plus élaborés.
- La difficulté de recueillir des informations de prix et de comptes à tous les stades. La loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique a certes donné au Président de l'Observatoire des pouvoirs supplémentaires pour saisir les Présidents des tribunaux de commerce afin d'obtenir des comptes d'entreprise. Pour la première fois en 2017, cette possibilité sera utilisée vis-à-vis de l'industrie laitière.

Cependant, en l'état actuel et étant donné les moyens opérationnels dont dispose l'Observatoire (un peu moins de trois personnes en équivalent temps plein), il est difficile d'aller plus loin, et en 2016, pour répondre à des demandes de couverture de nouvelles filières (steak haché, viande de veau), il a fallu laisser provisoirement de côté des secteurs particuliers (viande ovine, lait de brebis et de chèvre). Le Président de l'Observatoire ne peut à ce propos que se féliciter de la qualité du travail de la petite équipe composée du Secrétaire général Philippe Boyer et d'Amandine Hourt sans lesquels le rapport ne pourrait exister.

Quelles sont les principales conclusions, les enseignements majeurs à tirer de ce rapport 2017 ?

La conjoncture agricole s'est nettement détériorée par rapport à 2015 pour la plupart des productions à l'exception notable de la viande porcine à partir du second semestre. Une fois de plus on ne peut que constater le fait, qu'en moyenne, les producteurs ne couvrent pas la réalité de leurs coûts de production (en intégrant leur travail et leur capital). Si la situation s'est quelque peu améliorée pour l'élevage porcin, elle s'est notablement dégradée pour les grandes cultures et notamment les céréales (mais l'année 2016 est quelque peu exceptionnelle).

Certes pour certaines productions on peut retrouver un comportement cyclique de bonnes et de mauvaises années, par contre pour d'autres, et notamment pour l'élevage bovin viande, la situation est structurellement déficitaire et ce même en tenant compte des aides et subventions.

Les comptes de l'industrie et de la distribution à notre disposition pour 2015 voire dans nombre de secteurs industriels seulement pour 2014 ne marquent pas d'infléchissement majeur. Ainsi les marges nettes moyennes des rayons de la grande distribution suivie par l'Observatoire ont été dans l'ensemble stables de 2014 à 2015.

Au fond la principale conclusion que l'on peut tirer de ce rapport – et en soi elle n'est pas nouvelle – est qu'au moins depuis 2013, le seul véritable « *gagnant* » est tout simplement le consommateur qui a bénéficié d'une certaine stabilité de prix de plusieurs familles de produits, du moins à structure de consommation inchangée et pour des produits peu transformés ni segmentés.

On notera toutefois qu'en 2016, les prix alimentaires à la consommation, et les prix au détail en GMS de plusieurs des produits suivis par l'Observatoire, ont poursuivi la légère hausse – supérieure à celle de l'inflation - réamorçée en 2015, après une année 2014 quasi « *déflationniste* ».

Ces hausses ne se reflétant pas toujours dans les prix agricoles ou industriels, chaque année a été marquée par des conflits entre les producteurs agricoles et leur aval (industrie et / ou distribution). En 2015 cela avait touché les élevages bovins puis porcins ; en 2016 ce fut le tour de la production laitière. À chaque fois les revendications étaient les mêmes : des prix « *rémunérateurs* », un meilleur partage

de la valeur ajoutée, plus de transparence, ... Il est clair que nombre de filières ont des progrès à réaliser en matière de transparence et de confiance (produits laitiers), de formation des prix de référence (lait, porc). Autant le passage du stable à l'instable des prix agricoles a été relativement bien négocié pour le monde des céréales et demain pour le sucre, autant il reste source de conflits et d'incompréhension pour les produits laitiers et indirectement pour la viande bovine. On ne peut qu'être interpellé par l'archaïsme de certains aspects des relations interprofessionnelles au sein d'une filière comme celle des produits laitiers. La crise du lait a été – en termes de prix – identique dans tous les pays d'Europe. C'est en France qu'elle a été vécue de la manière la plus dramatique.

Autrefois ce type de problèmes pouvait se régler par l'appel aux pouvoirs publics nationaux ou européens. Mais avec la fin de la PAC, ceux-ci ne disposent plus, dans une économie de marché de plus en plus mondialisée, de leurs anciennes boîtes à outils. Certes, on peut dans certains cas prôner l'utilisation des marchés dérivés et de techniques comme celle des *swaps* mais cela ne peut s'appliquer que de manière limitée pour les productions les plus « *marchandes* ». Dans la plupart des cas la seule solution pour gérer l'instabilité est de rentrer dans une logique de contractualisation, de partenariat à l'intérieur des filières. Il est d'ailleurs souhaitable qu'une évolution du droit de la concurrence et de sa jurisprudence, tenant davantage compte des spécificités agricoles et de l'état actuel des structures et pouvoirs de marché dans l'agroalimentaire, puisse rendre plus facile l'action collective des producteurs et favorise la signature d'accords permettant de lisser à moyen terme les fluctuations de prix en se référant à des indicateurs communs.

Nous sortons là bien sûr du champ d'intervention de l'Observatoire. Mais par son effort de transparence, le rapport que nous présentons ici au Parlement et plus largement à l'ensemble des parties est un instrument dont l'objet est justement de mieux mesurer les marges de manœuvre au long des filières. Les crises qui se sont succédées montrent bien le besoin qu'il y a dans le monde agroalimentaire français d'échanges constructifs comme ceux qui ont pu se tenir durant les multiples réunions des groupes de travail qui ont émaillé la vie de l'Observatoire durant toute l'année.

Qu'il soit permis au Président de l'Observatoire de remercier ici tous ceux qui ont rendu possible la réalisation de cette œuvre collective et puis aussi d'en assumer sa part de responsabilité dans les limites d'un travail qu'il faudra continuer à approfondir dans les années à venir.

Philippe CHALMIN

Chapitre 1. Méthode générale

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

1. UNE APPROCHE PRINCIPALEMENT SECTORIELLE COMPLÉTÉE PAR UNE ANALYSE MACROÉCONOMIQUE

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

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

Dans une première phase, pour chacune des filières étudiées, le prix moyen au détail d'un produit alimentaire de grande consommation (par exemple : la baguette de pain) est décomposé en trois parties. La première partie est la valeur de la matière première agricole incorporée (pour la baguette de pain : le blé tendre), les deux autres sont les *valeurs ajoutées* à cette matière première par les entreprises intervenant dans la chaîne de transformation et de distribution². Soit par exemple, pour la baguette de pain : l'industrie meunière qui fabrique la farine, la boulangerie artisanale qui fabrique et commercialise le pain. Ces « *valeurs ajoutées à la matière première* » par chaque secteur d'entreprise de l'aval sont couramment désignées sous le terme de « *marges brutes* »³ dans les études sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires (Masson, 1975, Mainsant, 2002, 2003, 2004, 2009).

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

À la différence de l'indicateur de marge brute au détail en GMS, la comptabilité des enseignes de la grande distribution fournit les marges brutes par solde entre chiffre d'affaires et « *coûts d'achat* ». Les enseignes intègrent généralement dans les coûts d'achat, outre le coût du produit facturé par le fournisseur, les coûts logistiques, externes (prix d'achat *franco* rendu plateforme) et internes (gestion des plateformes de l'enseigne, transport plateforme-magasins...); ces coûts d'achat étant par contre diminués des rabais, remises, ristournes et produits de coopération commerciale afférents au produit.

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

² Plus exactement, une partie des valeurs ajoutées : celle ajoutée à la seule consommation intermédiaire en matière première agricole, alors qu'au sens strict la valeur ajoutée est la valeur créée en sus de celle de toutes les consommations intermédiaires.

³ Nous utilisons ce terme consacré par l'usage, malgré son ambiguïté. Il ne s'agit pas d'un « *bénéfice* » et le terme n'a pas ici la signification, proche de celle d'excédent brut d'exploitation (bénéfice avant charges financières et amortissements), qu'il prend dans certaines analyses financières ou comptables. Par exemple, le « *taux de marge* » désigne dans ces analyses le rapport de l'EBE à la valeur ajoutée.

Dans une seconde phase, le niveau et l'évolution de la valeur de la matière première agricole incorporée et des marges brutes des opérateurs de l'aval sont analysés en mobilisant des données comptables et des évaluations de coûts de production. On mesure le résultat net ou « *marge nette* » de transformation ou de commercialisation par différence entre la marge brute et les coûts qu'elle doit ou devrait couvrir.

Il faut souligner que d'une phase à l'autre, on est contraint de changer d'échelle : si la décomposition en matière première agricole et marges brutes (1^{ère} étape) se fait à l'échelle du produit de consommation. L'observatoire ne peut évidemment pas refaire la comptabilité analytique des entreprises produit par produit et la seconde étape ne peut donc pas être conduite sur des produits définis à un niveau fin de nomenclature, compte tenu de la difficulté et, dans certains cas, de l'impossibilité, d'affecter à tel ou tel produit particulier diverses charges communes, et ce dans l'industrie et *a fortiori* dans le commerce en grande distribution, du fait du caractère multi-produits de leurs activités.

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

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

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

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

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

Ce biais est surtout important pour les fruits et les légumes (dont ceux consommés mais pas ou peu produits en France), le poisson (poids du saumon norvégien) et, dans une moindre mesure, les découpes de volailles (importations européennes croissantes en GMS) ou les produits de charcuterie. Or, pour les fruits et les légumes, l'observatoire ne s'appuie pas sur le panel Kantar mais sur des relevés de prix en rayon (Réseau des nouvelles des marchés) mentionnant l'origine ; seuls les produits français sont retenus et il y a donc homogénéité dans la chaîne de suivi des prix. Le poisson fait l'objet d'un traitement spécifique qui intègre les importations, comme on le verra dans la section dédiée à cette filière. Le biais sur les découpes de volailles est à ce stade non résolu : il est possible que les prix moyens au détail de Kantar portent sur une part non négligeable d'articles étrangers, achetés éventuellement moins cher par la distribution, qui pourrait alors avoir, sur ces produits, des taux de marge ou des marges absolues différents de ceux dégagés sur les produits français. Sur les produits laitiers, compte tenu de la nature des produits de grande consommation suivis par l'observatoire, le biais semble limité dans le type de distributeurs que l'on retient (hors maxidiscounters).

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

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

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

1.2. Décompositions macroéconomiques de la dépense alimentaire

Au terme de calculs réalisés sur les Tableaux Entrées-Sorties (TES) de la comptabilité nationale⁴, la dépense alimentaire domestique fait l'objet de deux décompositions dont les résultats sont présentés dans le **Chapitre 4**.

La **première décomposition** consiste à identifier, dans le montant de la dépense alimentaire annuelle nationale :

- d'une part la valeur de la production agricole (pêche et aquaculture comprises) incluse dans celle de la consommation alimentaire. C'est la production agricole nécessaire pour assurer la consommation alimentaire, déduction faite, pour éviter les doubles comptes, des intraconsommations de produits agricoles (par exemple semence de blé dans le blé nécessaire pour la farine du pain) et des intraconsommations indirectes de produits agricoles via un autre intrant (par exemple, productions végétales transformés en aliments industriels du bétail, utilisés dans la production d'animaux de boucherie) ;
- et, d'autre part, les valeurs créées en aval par l'industrie agroalimentaire, le commerce et le transport.

Il s'y ajoute :

- les importations d'aliments
- et les taxes sur les produits (toutes les valeurs précédentes étant mesurées hors taxes).

Ainsi :

$$\begin{aligned}
 & \textit{Dépense alimentaire nationale} \\
 = & \textit{Production agricole incluse} \\
 + & \textit{Importations de produits alimentaires} \\
 + & \textit{Valeurs créées en aval} \\
 + & \textit{Taxes}
 \end{aligned}$$

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

Au terme de cette seconde décomposition, on a donc :

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

⁴ Sources indispensables : TES domestiques aux prix de base symétriques à 60 branches et produits et TES symétriques à 60 branches et produits des importations réalisés par l'Insee pour Eurostat (la version française n'est pas adaptée à ces travaux), tableaux d'équilibres emplois-ressources (ERE) détaillés.

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

L'observatoire analyse les coûts dans chacun des secteurs d'entreprise de la chaîne de production-transformation-commercialisation des biens alimentaires : les **exploitations agricoles**, les **industries agroalimentaires**, le **commerce de détail** (grande distribution, sauf exception) et, selon les filières, le maillon du **commerce interentreprises** (commerce en gros de produits agricoles ; commerce en gros de produits alimentaires). Ce dernier n'est toutefois pas systématiquement appréhendé par l'observatoire dans toutes les filières. Ceci est dû, d'une part, au fait que les circuits alimentaires étudiés par l'observatoire convergent pour la plupart vers la grande distribution (à l'exception du pain, notamment) dans laquelle la fonction de grossiste en produits alimentaires est largement internalisée (centrales d'achat des enseignes) ; d'autre part, au manque de données sur certaines étapes commerciales dans certaines filières (commerce de bétail). Par ailleurs, le maillon « *transport* », dont les marges constituent un élément des prix à chaque stade⁵, n'est pas analysé en tant que tel.

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

L'observatoire s'appuie sur les approches en termes de coût de production par unité (kg, litre) de produit, réalisées par les instituts techniques professionnels agricoles. Il exploite également les données du réseau d'information comptable agricole (Rica), selon des modalités de traitements propres à chaque production, exposées plus en détail dans sections concernés du Chapitre 3.

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

Mais cette source (Esane), encore utilisée pour le présent rapport s'avère désormais mal adaptée à l'objet de l'observatoire. Ceci tient du fait, d'une part, du délai important d'obtention des résultats (au moins deux ans) et d'autre part, de nouvelles ruptures de séries induites par des changements de méthodes statistiques qui ne permettent plus de disposer de résultats comparables sur des séries pluriannuelles longues pour plusieurs secteurs. L'observatoire va donc être amené à rechercher d'autres sources. Il dispose également, pour certains secteurs, d'analyse de comptes par la Banque de France, de résultats de panels d'entreprises suivis par FranceAgriMer ou de l'Observatoire des entreprises de commerce de gros, d'expédition et de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes du CTIFL.

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

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

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

- le chiffre d'affaires du rayon ;
- le coût d'achat des produits du rayon ;
- la marge brute ou marge commerciale du rayon : chiffre d'affaires moins coût d'achat ;

⁵ La marge de transport est la différence entre le prix du produit départ fournisseur et le prix du même produit rendu acheteur, après facturation des frais de transport par le fournisseur (ou prix « *franco* »). Selon les stades et les produits, l'observatoire dispose de prix « *franco* » ou non : les marges brutes calculées à partir de ces prix sont donc, selon les cas, diminuées ou non des frais de transport.

- les autres charges directes du rayon, principalement les frais de personnel spécialisé du rayon (bouchers, boulangers,...) ;
- la marge semi-nette du rayon (marge brute moins frais de personnel spécialisé du rayon)
- les charges communes à l'ensemble des rayons (personnel de caisse, direction, immobilier, ...)
- la marge nette du rayon, après répartition des charges communes.

2.2.1. Une précision préalable importante

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

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

Cette réaffectation des charges communes et du calcul de la marge nette par rayon met en évidence la péréquation de résultats qui s'opère entre rayons de la grande distribution. Elle indique la capacité du rayon à couvrir plus ou moins les charges communes.

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

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

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

Les enseignes de GMS relèvent de deux grandes catégories quant à leurs modes de coordination ⁶ :

▪ **les réseaux intégrés :**

Cette forme de commerce se compose de réseaux de points de vente possédés par un groupe familial ou d'investisseurs. Les points de vente sont dirigés par des salariés du groupe, ils constituent donc des établissements ou succursales de la même entreprise, juridiquement ou financièrement dépendants de la tête de réseau.

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

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

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

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

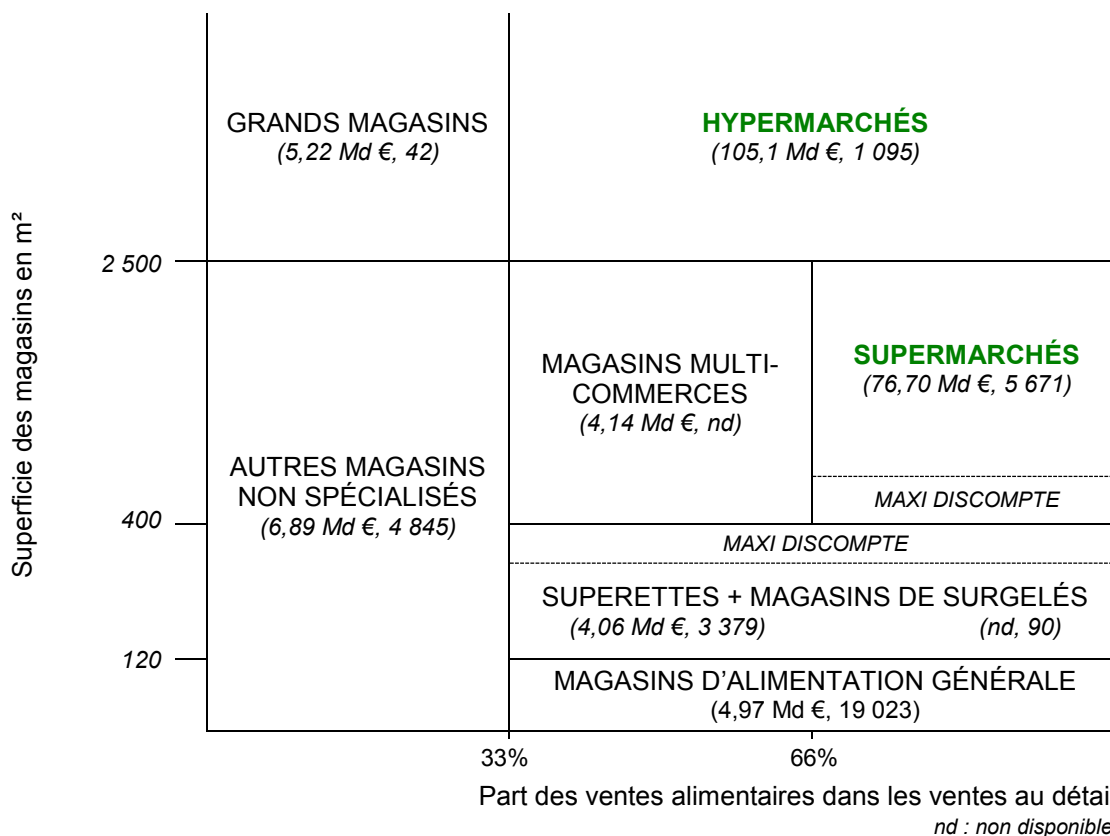
Souvent, l'exploitation du magasin et le portage des investissements, notamment immobiliers, relèvent de deux (voire plus) entreprises juridiquement distinctes : par exemple, une SCI peut détenir le foncier d'un ou plusieurs hypermarchés exploités par une autre société versant alors des loyers à la première.

⁶ Sources : « *Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce* ». Julien Fraichard, Corine Troïa. Insee Première N°1140 - juin 2007. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140®_id=0#inter7 ; Site de la Chambre de commerce et d'industrie d'Ile-de-France <http://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/commerce/le-parcours-du-createur-de-commerce1>

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

Schéma 1

Les hypermarchés et les supermarchés dans la typologie des magasins non spécialisés
(Chiffre d'affaires en milliards d'€, nombre d'entreprises en 2014)



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

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

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

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

Les entrepreneurs des magasins de certaines enseignes d'indépendants ont constitué des sociétés coopératives pour réaliser en commun leurs achats et mutualiser des fonctions logistiques (entrepôt, éclatement). Ces centrales d'achats présentent différents échelons géographiques (centrale nationale, centrales régionales) et/ou par famille de produits, pouvant être constitués en autant d'entreprises juridiquement distinctes ; l'Insee recense ainsi 345 entreprises de centrales d'achat alimentaire en France en 2014 (Esane), soit bien plus que le nombre d'enseignes. L'échelon national remplit des fonctions de négociation et de référencement pour l'ensemble du réseau, les fonctions d'achat et

logistique étant alors assurées par les centrales régionales, sauf, dans certains cas, pour certains produits dont la négociation, l'achat et la logistique relèvent entièrement d'une centrale nationale. Inversement, certaines négociations peuvent s'effectuer au niveau régional.

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

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

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

2.2.3. Le périmètre de consolidation retenu par l'observatoire

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

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

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

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

- les entreprises de transformation agroalimentaire détenus pas certains groupes de distribution (SVA pour Intermarché-Les Mousquetaires, Kerméné pour E.Leclerc) ; le cas échéant, les produits issus de ces entreprises et achetés puis revendus par les magasins du réseau ne sont pas, dans notre approche, traités différemment des approvisionnements venant d'autres fournisseurs ;
- les sociétés qui détiennent et gèrent l'immobilier commercial, qu'il s'agisse des filiales spécialisées (« *foncières* ») des groupes propriétaires des enseignes intégrées, *qui gèrent en général non pas le foncier des magasins mais celui de leurs galeries commerciales*, ou des SCI portant l'immobilier de magasins d'enseignes d'indépendants : les loyers perçus par ces sociétés de la part de celles qui exploitent les magasins sont donc comptés comme des charges pour le périmètre étudié⁷.

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

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

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

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

⁷ Également hors périmètre, évidemment, les propriétaires fonciers sans liaisons de groupe ou autre avec les enseignes, tels que les promoteurs en immobilier commercial, propriétaire des murs de certains magasins de réseaux d'indépendants.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tableau 1

Nomenclature des postes utilisée pour établir les comptes par rayon

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

Explication des principales lignes de la nomenclature des postes

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

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

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

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

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

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

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

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

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

13 : Amortissements immobiliers. Amortissements comptables des investissements immobiliers.

14 : Frais financiers à imputer aux rayons. Pour les enseignes intégrés, ces frais ont été calculés sur la base du ratio moyen issu des résultats d'Esane, soit 0,20 % du CA.

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

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

22 : L'impôt sur les sociétés (IS) imputable à chaque rayon, estimé en affectant un taux moyen d'IS à la marge nette avant IS du rayon. Ce taux a été appliqué aux rayons à marges nettes positives comme aux rayons à marges nettes négatives : ceux-ci diminuent l'assiette et le montant global de l'IS, ce qui revient à leur attribuer un « *impôt négatif* », donc une diminution de charges. Cette convention assure que la somme des impôts répartis est égale à l'impôt de l'ensemble. On présente également une marge nette avant IS, solde proche du « *résultat courant avant impôt* » présenté dans les données de cadrage (Chapitre 2) et les comptes des exploitations agricoles et des industries agroalimentaires⁸ (Chapitre 3).

Les comptes des enseignes étudiés dans le présent rapport sont ceux de l'année 2015, deuxième année d'application du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE). Le CICE est un avantage fiscal calculé sur la masse salariale (6% de la masse salariale en salaires inférieurs à 2,5 fois le SMIC en 2014), constitué d'un crédit d'impôt dont les entreprises peuvent obtenir le « *préfinancement* » sous la forme d'un versement de trésorerie correspondant à 85% du crédit d'impôt. Dans leur réponse au questionnaire de l'observatoire, les enseignes ont imputé ce versement en diminution de charges de personnel ou autres, le reste du crédit d'impôt venant en diminution de l'impôt sur les sociétés.

Le Tableau 2 présente les clés de répartition utilisées pour ventiler les charges communes par rayon. Rappelons que l'estimation de « *marges nettes* » par rayon est une demande forte du comité de pilotage

⁸ Le résultat courant avant impôt n'intègre pas les opérations exceptionnelles (non prises en compte également dans l'analyse des rayons des GMS), ni, par définition, l'impôt sur les bénéfices, ni la participation des salariés aux résultats de l'entreprise. Mais ce dernier poste est inclus dans les frais de personnel des données par rayon recueillies auprès des enseignes.

de l'observatoire. Cette approche sert donc de « *fil conducteur* » à une analyse du « *contenu* » des marges brutes des GMS, **mais il ne faut pas perdre de vue qu'elle est assez artificielle compte tenu du poids des charges communes. Celles-ci ne peuvent être réparties qu'au prix de conventions assez fragiles ; cette approche en marge nette par rayon est par ailleurs non utilisée comme critère de gestion par les enseignes elles-mêmes.**

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

Tableau 2

Principales clés appliquées pour la répartition des charges communes entre rayons

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

2.2.5. Représentativité de l'enquête de l'observatoire

Le format hypermarché (plus de 2 500 m²) est surreprésenté dans les données fournies à l'observatoire par les enseignes, par rapport au format supermarché (de 400 m² à 2 500 m²), et ceci du fait des cas de figure suivants :

- le groupe auquel appartient l'enseigne interrogée possède des magasins des deux formats, mais ceux-ci relèvent d'enseignes différentes, gérées par des entités distinctes, et, à ce stade, l'observatoire n'a pu interroger la structure gestionnaire des formats supermarché⁹ ;
- les formats supermarché sous enseigne du groupe exploitant par ailleurs des hypermarchés en mode intégré sont des franchisés dont les comptes détaillés ne sont pas centralisés ;
- l'enseigne interrogée est surtout une enseigne d'hypermarchés.

Le chiffre d'affaires total pour 2015 des rayons alimentaires frais du périmètre étudié par l'observatoire est de 36 173 millions d'euros. À titre de comparaison, les derniers résultats disponibles des comptes du commerce portant sur 2014 mentionnaient un chiffre d'affaires en produits alimentaires frais des hypermarchés et supermarchés, de 54 398 millions d'euros.

2.3. Limites à la comparaison des comptes des différents secteurs agroalimentaires

En **agriculture**, l'observatoire mobilise, lorsque les sources le permettent, deux types d'approche pour évaluer les coûts de production ou la structure des charges des exploitations :

- une approche strictement comptable (Rica), dans laquelle toutes les charges prises en compte reflètent l'emploi de biens et de services fournis par des tiers de l'entreprise. La rémunération du travail non salarié de l'exploitant et de sa famille et de ses capitaux propres est constituée par le solde comptable entre les produits et les charges (résultat courant, si les produits et les charges retenus pour le calcul excluent les opérations exceptionnels) ;
- l'approche des instituts techniques agricoles dans laquelle, aux dépenses constatées par la comptabilité, sont ajoutées des charges dites « *supplétives* » ou « *calculées* », rémunération théorique du travail et du capital de l'exploitant, évaluée à hauteur d'un standard prédéfini en référence à la rémunération à laquelle ces facteurs pourraient prétendre sur le marché du travail salarié et sur le marché des capitaux.

Dans **l'industrie**, l'observatoire mobilise uniquement des approches comptables, dans lesquelles la rémunération du capital des propriétaires de l'entreprise est celle permise par le résultat comptable, aucune charge de type « *calculée* » n'étant imputée. Les résultats agricoles issus de l'approche des instituts techniques et les résultats industriels donnés par l'approche strictement comptable ne sont donc pas de même nature. Mais la comparaison des résultats issus de l'approche comptable dans les deux secteurs (agriculture et industrie) s'avère également délicate : le résultat comptable des exploitations agricoles est en général un « *revenu mixte* » du travail et du capital, compte tenu de leurs caractères d'entreprises artisanales, familiales, personnelles, ou de sociétés de personnes, de nombreuses exploitations agricoles. Le même solde comptable dans une entreprise industrielle est essentiellement un revenu du capital. De plus, plusieurs entreprises industrielles ou commerciales sont – contrairement à la plupart des exploitations agricoles - intégrées dans des groupes et certains produits et charges des unités industrielles retracent en fait des flux avec d'autres entités (notamment, commerciales) du groupe et non avec des tiers de celui-ci, ce qui n'est pas sans incidence sur le niveau du bénéfice de l'activité industrielle car ces flux internes, hors marché, sont évalués à des prix de cession. (Voir, sur le site de l'Insee, la notion de [profilage](#), opération consistant à consolider les résultats de certaines sociétés d'un même groupe pour mieux évaluer le résultat économique de leur activité).

Ainsi, dans la **grande distribution**, l'observatoire évalue les produits et les charges sur base comptable pour un périmètre consolidé d'activité qui n'englobe toutefois pas certaines entreprises du groupe (ou également détenues par les exploitants des magasins, dans les enseignes « *d'indépendants* ») fournissant des services au périmètre (notamment, sociétés de portage de l'immobilier commercial), lesquels services sont donc imputés en charges au périmètre mais les montant afférents peuvent intégrer un élément de rémunération du capital des propriétaires de l'enseigne ou des magasins.

⁹ Ainsi, dans le groupe Louis-Delhaize, les hypermarchés sont sous l'enseigne Cora et les supermarchés sous l'enseigne Match, chaque enseigne est gérée par une entité distincte. *Idem* dans le groupe Mulliez, avec Auchan (hypermarchés) et Simply Market (supermarchés).

Chapitre 2. Données de cadrage

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

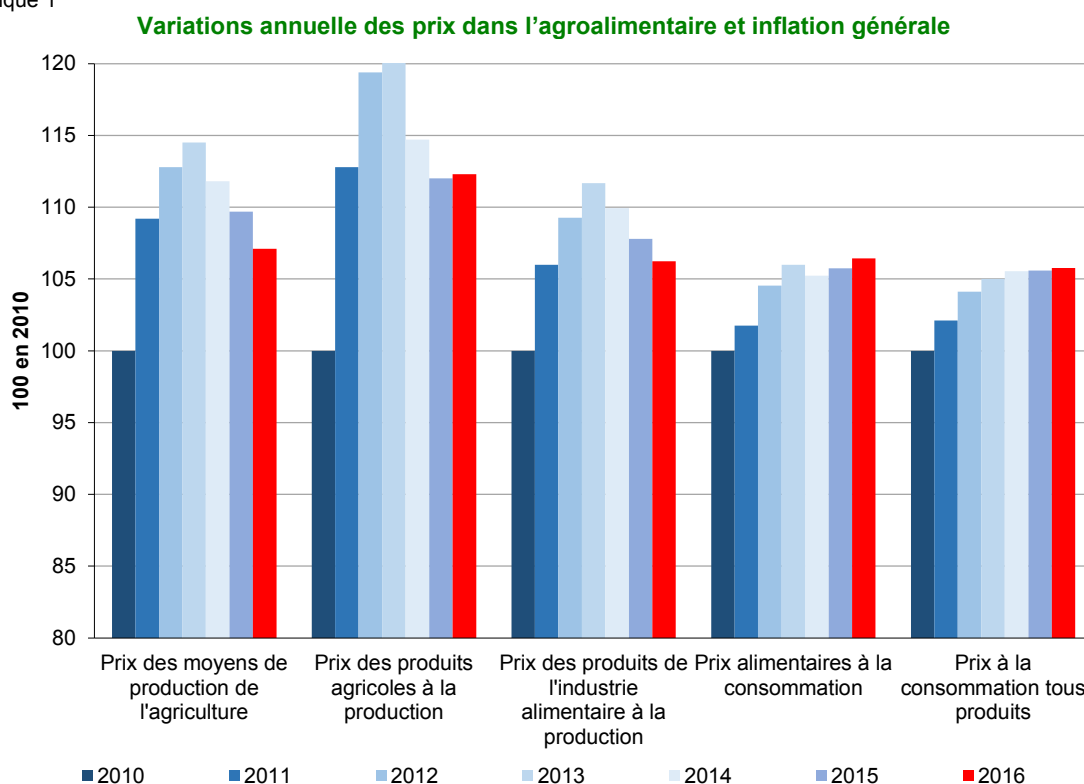
- les évolutions récentes des prix dans l'agroalimentaire, en mettant en relation des indices de prix à différents stades : production agricole, industrie alimentaire, consommation alimentaire (tous circuits), achat en GMS (pour certaines filières), consommation tous produits (indicateur de l'inflation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

1. LES PRIX DANS LE CIRCUIT AGROALIMENTAIRE

1.1. En 2016 : faible hausse moyenne des prix agricoles, baisse des prix des produits des industries alimentaires, hausse des prix alimentaires à la consommation

Les prix des intrants pour l'agriculture et des produits des industries alimentaires sont en baisse en 2016 pour la troisième année consécutive, respectivement de -2,4% et -1,5%. En moyenne, les prix agricoles sont en légère hausse (+0,3%), mais avec des disparités selon les produits, comme on le verra plus loin. Avec +0,6%, les prix alimentaires à la consommation progressent en 2016 à rythme comparable à celui de 2015 (0,5%), après la baisse de 2014 (-0,7%) et les hausses plus marquées des années antérieures. La hausse moyenne des prix alimentaires est en 2016 à nouveau plus marquée que celle de l'ensemble des prix à la consommation (+0,2%). Voir également [Insee - Informations rapides – n°9](#).

Graphique 1



Source : Insee

1.2. Le « ciseau des prix » par filière

Lorsqu'on ne dispose que d'indices de prix amont (par exemple, prix à la production) et aval (par exemple prix à la consommation), et si ces indices varient dans le même sens entre deux dates, il n'est pas toujours possible d'en déduire si l'écart en valeur entre les deux prix s'est accru ou a diminué entre ces dates ¹⁰. **Certaines interprétations d'évolution d'indices de prix agricoles et à la consommation alimentaire en termes d'évolution de la « marge des intermédiaires » oublient cela et s'en trouvent erronées.**

Il est toutefois possible de trouver le sens de la variation (augmentation ou diminution), entre deux périodes, d'une différence de prix sur la base des évolutions des indices de ces prix. On désigne par « *écart relatif* » entre deux prix, l'un en amont : *PA* (par exemple, prix d'un produit agricole livré à une industrie alimentaire) et l'autre en aval : *PV* (prix du produit alimentaire élaboré à partir du produit agricole), le rapport :

$$\frac{PV - PA}{PV}$$

L'écart relatif entre les deux prix augmente (respectivement, diminue) si le rapport suivant est inférieur (respectivement supérieur) à 1 :

$$\frac{IPA_t IPV_0}{IPA_0 IPV_t}$$

IPA et *IPV* étant respectivement les indices du prix amont et du prix aval, 0 étant la période initiale et *t* la période finale (par exemple, deux années successives)

Le Tableau 3 donne le sens de la variation de *l'écart relatif entre prix aval et prix amont* (Cf. définition en bas du tableau) en 2014, 2015 et 2016, telle qu'on peut l'inférer à partir des évolutions des indices de prix. Il est important de garder à l'esprit que cette approche à partir des indices ne peut que donner le sens de la variation (augmentation ou diminution) mais aucune indication sur son l'ampleur : estimer celle-ci suppose de connaître le rapport initial des prix amont et aval :

$$\frac{PA_0}{PV_0}$$

Les graphiques qui suivent le Tableau 3 présentent les indices des prix à différents stades par filières : indice du prix des intrants pour la production agricole (lorsqu'ils sont disponibles), indice du prix à la production agricole, indice du prix de production de l'industrie alimentaire du produit transformé, indice du prix à la consommation (tous circuits) de ce produit et indice du prix d'achat en GMS¹¹, et, pour comparaison, indice général des prix à la consommation tous produits.

¹⁰ Voir édition 2015 pour plus d'explications. Par exemple, si le prix agricole d'un produit passe de 3 € en 2014 à 2,75 € en 2015 et que le prix à la consommation de ce produit passe de 6 € à 5,75 € : l'écart entre les deux prix reste de 3 € en 2014 comme en 2015. En base 100 en 2014, en 2015, l'indice du prix agricole est de 91,7 et celui à la consommation de 95,8. Ces indices montrent seulement que la baisse relative (en pourcentage) du prix à la consommation (95,8-100 = - 4,2%) est moindre que celle du prix à la production (91,7-100 = 8,3%, mais, en valeur absolue, la différence entre les deux prix est resté la même, ce que ne pouvaient montrer les indices.

¹¹ Il est important de souligner que, pour une même famille de produits, l'indice des prix à la consommation, fondé sur des observations tous circuits et sur un panier fixe d'articles, ne varie pas comme les prix d'achat moyens pondérés en GMS tels qu'établis à partir du panel Kantar, portant sur le seul circuit des GMS et sur un panier d'achat évoluant sous l'effet notamment des promotions et des évolutions tendancielle de la consommation.

Tableau 3

Évolution de l'écart relatif entre prix amont et prix aval (*) dans les filières agroalimentaires

		Écart entre prix agricole et prix des intrants pour la production agricole	Écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix agricoles	Écart entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire	Écart entre prix à la consommation et prix agricole
Toutes filières alimentaires	2014	↘	↗	↗	↗
	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↗	↗
Filière porc (1) (viande fraîche)	2014	↗	↗	↗	↗
	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↘	↘
Filière porc (1) (porc cuit : jambon)	2014	↗	↗	↗	↗
	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↗	↘	↘	↘
Filière viande bovine	2014	↘	↗	↗	↗
	2015	↗	↗	↗	↗
	2016	↘	↗	↗	↗
Filière volailles (1)	2014	↗	↗	↗	↗
	2015	↗	↗	↗	↗
	2016	↘	↘	↗	↗
Filière produits laitiers de vache	2014	↗	↘	↘	↘
	2015	↘	↗	↗	↗
	2016	↘	↗	↗	↗
Filière blé tendre-farine-pain baguette	2014		↗	↗	↗
	2015		↗	↗	↗
	2016		↗	↗	↗
Filière blé dur-pâtes alimentaires	2014		↘	↘	↘
	2015		↗	↘	↗
	2016		↗	↗	↗
Filière fruits frais	2014				↗
	2015				↘
	2016				↘
Filière légumes frais	2014				↗
	2015				↗
	2016				↘
			Écart entre prix de l'industrie alimentaire et prix de gros	Écart entre prix à la consommation alimentaire et prix de l'industrie alimentaire	Écart entre prix à la consommation et prix de gros
Filière produits aquatiques	2014		↗	↘	↗
	2015		↘	↗	↘
	2016		↘	↘	↘

(*) Égal à la différence entre le prix aval et le prix amont, rapportée au prix aval. Par exemple l'écart relatif entre prix à la consommation et prix de l'industrie alimentaire est égal à la différence entre prix à la consommation et prix de l'industrie, rapporté au prix à la consommation. Cet écart relatif de prix s'apparente à un taux de marge brute rapportée au chiffre d'affaires.

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

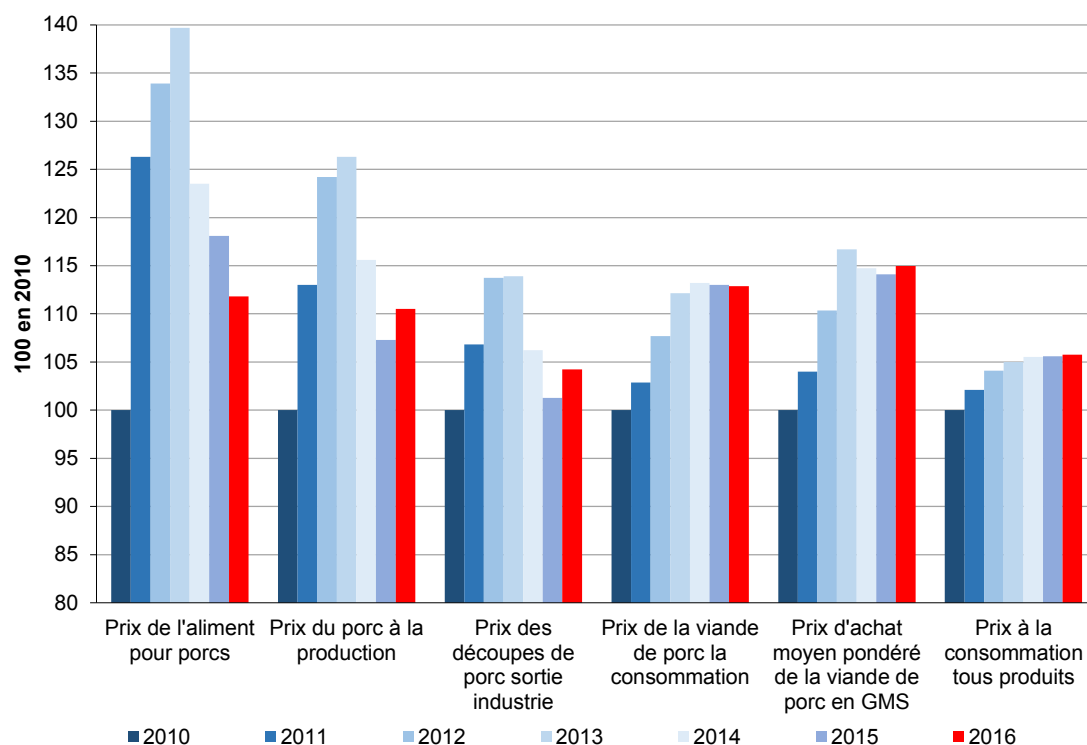
↘: l'évolution des indices de prix aval et amont permet d'estimer que l'écart relatif entre ces deux prix a diminué au cours de l'année par rapport à l'année précédente.

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

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

Graphique 2

Variations annuelles des prix dans la filière viande de porc fraîche et inflation générale



Source : Insee, Kantar Worldpanel (pour l'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS)

Le prix d'achat moyen pondéré (PAMP) en GMS est calculé en divisant la somme des dépenses d'achat par les quantités achetées, toutes viandes de porc fraîches confondues. Jusqu'en 2013, cet indicateur a davantage progressé que l'indice des prix à la consommation correspondant, il est également plus volatil sur 2013-2016, intégrant probablement davantage que l'IPC l'impact des promotions et des évolutions de la structure des achats. Ainsi, l'indice du PAMP de la viande de porc baisse plus sensiblement de l'IPC de ce produit en 2014 et 2015, et, inversement, il augmente plus nettement en 2016.

Analysés en regard de l'indice des prix des découpes de porc sortie industrie (considéré comme représentatif des prix des produits l'industrie de la viande de porc destinés à la consommation), l'indice du prix de la viande de porc à la consommation, comme l'indice du prix d'achat moyen pondéré, laissent supposer une diminution de la marge brute au détail en 2016, après une augmentation les deux années précédentes.

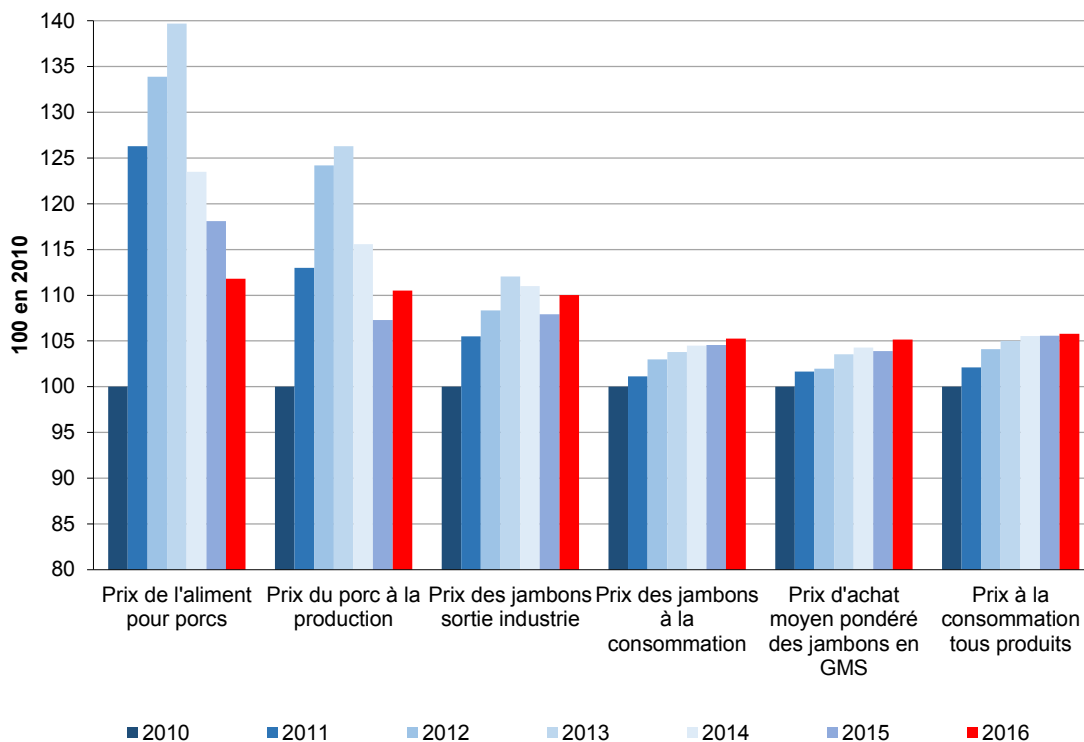
Toujours sur la base de l'analyse des indices, la marge brute de l'abattage-découpe a dû baisser en 2016 contrairement aux deux années précédentes, tandis que le ciseau des prix est devenu en 2016 favorable à l'élevage.

Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « Filière porc (viande fraîche) ».

Comparée à l'inflation générale (IPC tous produits), la viande de porc frais apparaît « inflationniste » entre 2010 et 2013 (+16% selon le PAMP, +12% selon l'IPC correspondant, contre +5% pour l'IPC tous produits). Ensuite, de 2014 à 2016, l'IPC de la viande de porc présente une quasi stabilité comparable à celle de l'IPC général, le PAMP enregistrant des variations plus marquées (baisse de 2013 à 2015, hausse en 2016).

Graphique 2 bis

Variations annuelles des prix dans la filière jambon et inflation générale



Source : Insee, Kantar Worldpanel (pour l'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS)

La grande diversité des produits de charcuterie et des nomenclatures de produits différentes aux stades industriel et consommation ne permettent pas le suivi d'indices synthétiques pour l'ensemble de la filière de la viande de porc cuite ou salée. On suit donc, à partir du stade industriel, un seul ensemble de produits : les jambons (cuits et secs).

L'indice du prix d'achat moyen pondéré (PAMP) en GMS, calculé en divisant la somme des dépenses d'achat par les quantités achetées, tous produits de charcuterie confondus, présente une évolution assez proche de celle de l'indice de prix à la consommation correspondant. Ces prix à la consommation progresse en 2016, de façon semble-t-il plus soutenue en GMS : ceci est probablement dû au fait que le prix d'achat moyen pondéré intègre immédiatement les évolutions qualitatives du panier d'achat, tandis que l'indice des prix à la consommation est construit sur la base d'un panier plus stable.

Analysés en regard de l'indice des prix des jambons sortie industrie, l'indice du prix des jambons à la consommation comme l'indice du prix d'achat moyen pondéré laissent supposer une diminution de la marge brute au détail en 2016, après une augmentation les deux années précédentes.

Toujours sur la base de l'analyse des indices, la marge brute de l'industrie de charcuterie a dû baisser en 2016 contrairement aux deux années précédentes.

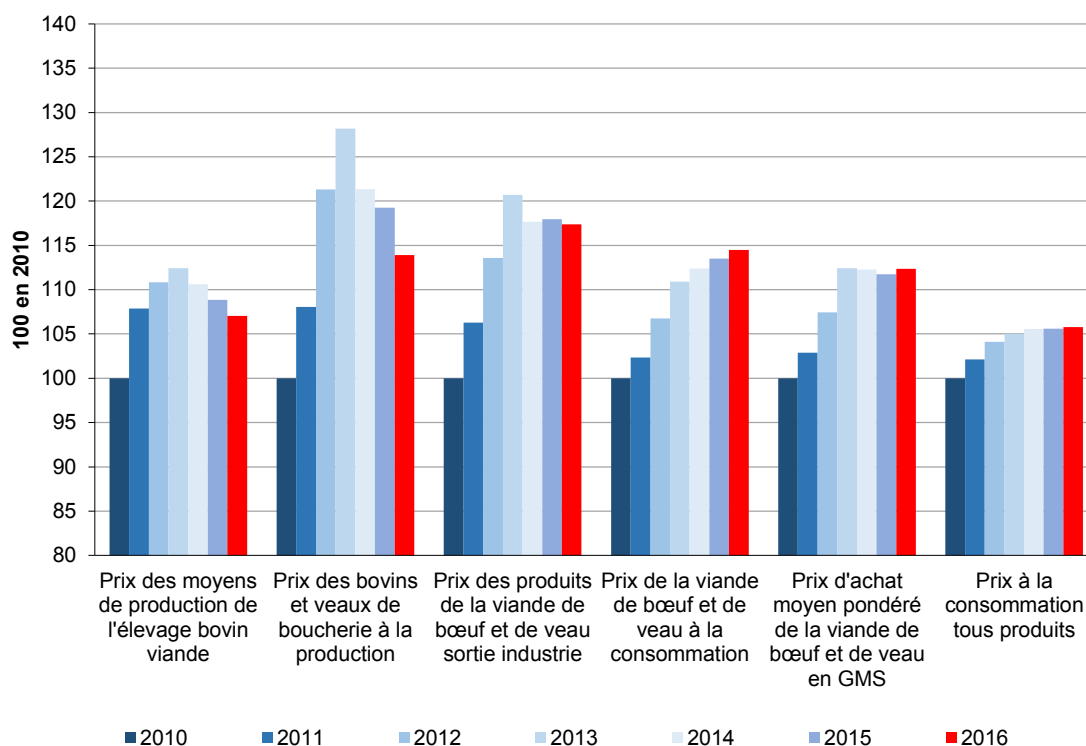
Comme vu précédemment, la marge brute de l'abattage-découpe (fournissant les jambons fris à l'industrie de charcuterie) a dû baisser en 2016 contrairement aux deux années précédentes, tandis que le ciseau des prix est devenu en 2016 favorable à l'élevage.

Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière porc (porc cuit : jambon)* ».

L'évolution 2010-2016 du prix des jambons au détail, qu'elle soit suivi par l'IPC de ce produit ou par son PAMP, s'inscrit globalement dans celle de l'inflation générale (+5% environ au total sur la période). La hausse du prix du jambon, un peu moins forte que celle de l'ensemble des prix à la consommation jusqu'en 2014 ou 2015 selon l'indice de référence considéré, est plus soutenue en fin de période.

Graphique 3

Variations annuelles des prix dans la filière bovine et inflation générale



Source : Insee, Institut de l'élevage, SSP, Kantar Worldpanel

L'indice du prix d'achat moyen pondéré (PAMP) en GMS, calculé en divisant la somme des dépenses d'achat par les quantités achetées, tous viandes de bœuf et veau confondues, présente une évolution sensiblement différente de celle de l'indice de prix à la consommation correspondant. En particulier, en 2014-2015, le prix moyen pondéré en GMS est en légère diminution, tandis que l'indice des prix à la consommation correspondant est en progression.

En 2016, le prix moyen d'achat pondéré en GMS progresse moins que l'indice de prix à la consommation correspondant. Rappelons qu'outre le fait que l'IPC est tous circuits, le prix d'achat moyen pondéré intègre immédiatement et directement les évolutions qualitatives du panier d'achat et les promotions, tandis que l'indice des prix à la consommation est construit sur la base d'un panier plus stable.

Analysés en regard de l'indice des prix sortie industrie, l'indice du prix du bœuf et du veau à la consommation comme l'indice du prix d'achat moyen pondéré laissent supposer une augmentation de la marge brute au détail en 2016. La marge brute au détail avait progressé en 2015 et 2014 sur la base de l'indice du prix à la consommation du bœuf et du veau ; en revanche, sur la base du prix d'achat moyen pondéré en GMS, la marge brute en GMS aurait pu légèrement reculer en 2015.

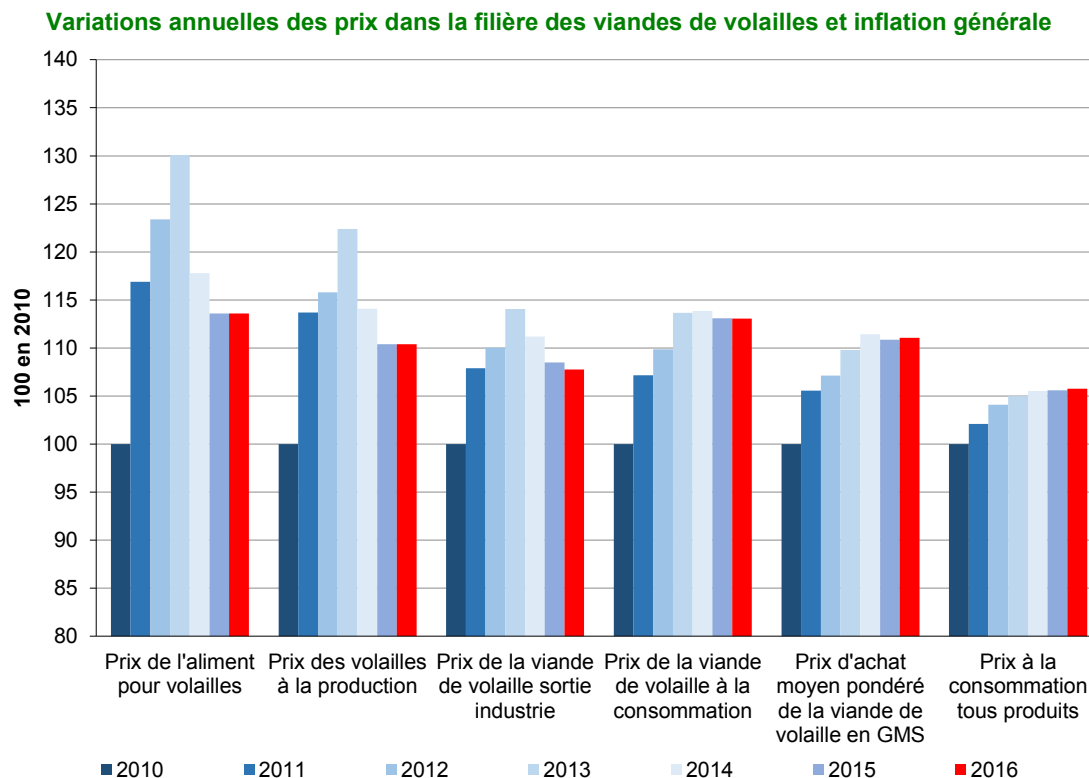
Toujours sur la base de l'analyse des indices, la marge brute de l'industrie de la viande bovine a dû augmenter en 2016, comme lors des deux aux années précédentes.

Le ciseau des prix est resté défavorable à l'élevage depuis 2014.

Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière viande bovine* ».

Le prix viande de bœuf et de veau augmente plus vite que l'inflation générale (IPC tous produits) entre 2010 et 2015 selon l'IPC de ces produits, 2013 selon l'indice du PAMP. Mais c'est surtout sur la période 2014-2016 que les deux indices du prix de la viande bovine et de veau présentent de fortes différences. Alors que le PAMP en GMS varie peu sur cette période, diminuant légèrement en 2014 et 2015 (contrairement à l'ensemble des produits) puis augmentant un peu en 2016 (suivant en cela l'inflation générale), l'IPC de ces viandes poursuit sa progression.

Graphique 4



Source : Insee, Institut de l'élevage, SSP

L'indice du prix d'achat moyen pondéré en GMS, calculé en divisant la somme des dépenses d'achat par les quantités achetées, tous viandes de volaille confondues, présente des hausses moins soutenues celle de l'indice de prix à la consommation correspondant de 2010 à 2013. En 2015, les deux indices de prix au détail enregistrent une légère baisse. Les évolutions des deux indices sont très légèrement divergentes en 2016 (faible baisse de l'IPC, légère hausse de l'indice de PAMP).

Analysés en regard de l'indice des prix sortie industrie, l'indice du prix de la viande de volaille à la consommation comme l'indice du prix d'achat moyen pondéré laissent supposer une augmentation du taux de marge brute au détail en 2016, comme lors des deux années précédentes.

Toujours sur la base de l'analyse des indices, le taux de marge brute de l'industrie des viandes de volailles a dû diminuer en 2016, contrairement aux deux aux années précédentes.

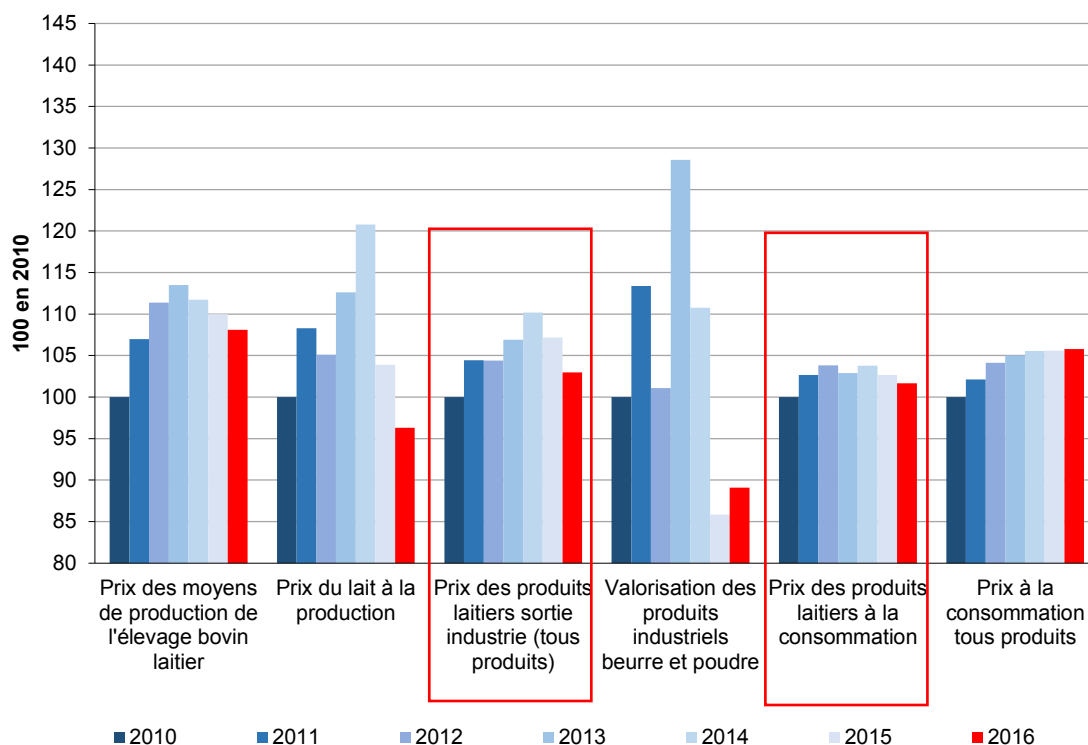
Le ciseau des prix apparaît plutôt favorable à l'élevage depuis 2014.

Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière viande de volailles* ».

Le prix de la viande de volailles a cru à un rythme sensiblement supérieur à celui de l'inflation générale jusqu'en 2013. Ensuite de 2014 à 2016, ce produit paraît « *déflationniste* » sur la base de son IPC, un peu moins sur celle de son prix d'achat moyen pondéré.

Graphique 5

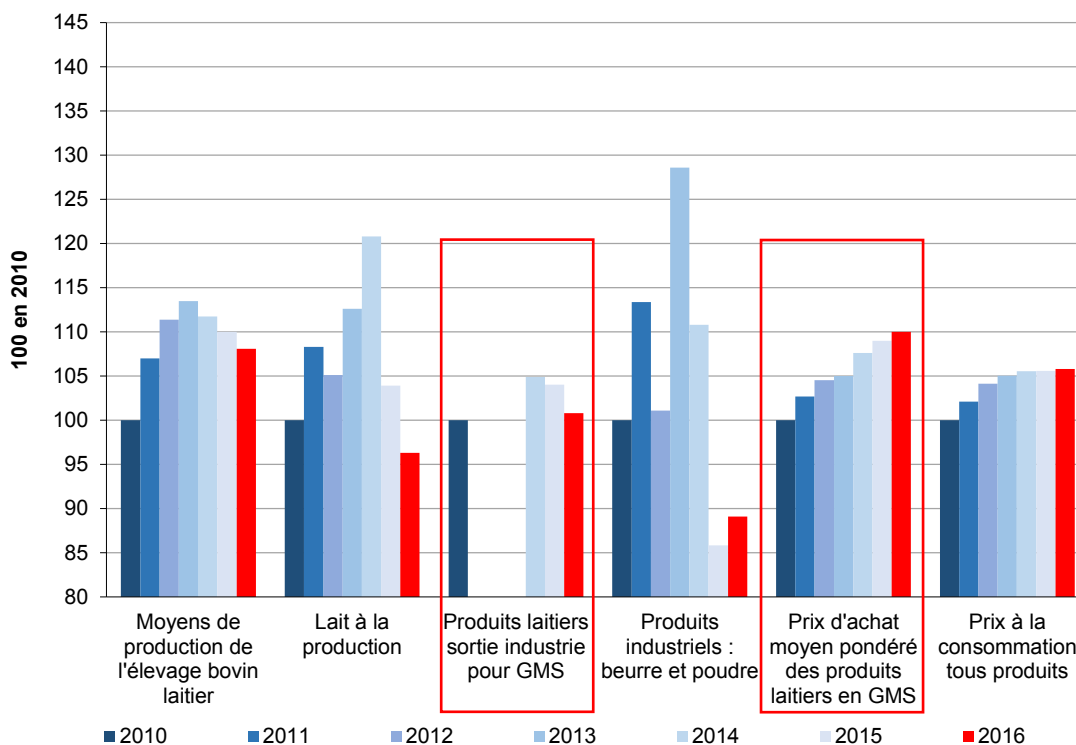
**Variations annuelles des prix dans la filière des produits laitiers et inflation générale
1°) Tous circuits**



Source : Insee, ATLA, Institut de l'élevage, SSP

Graphique 6

**Variations annuelles des prix dans la filière des produits laitiers et inflation générale
2°) Prix sortie industrie pour GMS et prix d'achat moyen pondéré en GMS**



Source : Insee, ATLA, Institut de l'élevage, SSP, Kantar Worldpanel

Deux graphiques sont présentés pour exposer les indices disponibles du prix du lait et des produits laitiers à différents stades : ils diffèrent par les indices retenus pour les prix des produits laitiers sortie usine et pour les prix au détail. Ces indicateurs sont encadrés en rouge sur les graphiques. Dans le premier graphique, ces deux indices (source Insee) portent sur des prix moyens tous circuits confondus ; dans le second, sont utilisés des indices spécifiques de prix sortie industrie (source Insee) et au détail dans le circuit aboutissant en GMS (source : Kantar Worldpanel). À noter que les indices de prix des produits sortie industrie pour GMS ne sont pas disponibles pour 2011, 2012 et 2013.

Les deux approches retracent bien une baisse des prix des produits laitiers en 2015, puis à nouveau en 2016, baisse répercutant partiellement celle du prix du lait à la production : l'analyse des variations d'indices selon la méthode évoquée plus haut montre que l'écart relatif entre prix des produits laitiers sortie industrie et prix du lait à la production a augmenté en 2015 et en 2016.

L'indice de prix des produits sortie industrie pour GMS évolue dans une plage de variation plus resserré que l'indice de prix des produits sortie industrie tous produits (et toutes destinations), ce qui est normal, ce dernier indice intégrant, outre ceux des produits de consommation, les prix des produits industriels, plus volatils.

D'ailleurs, les deux graphiques présentent également l'évolution de l'indice des prix des produits laitiers industriels (beurres et poudres) : ces prix enregistrent en baisse importante (plus que celle des produits laitiers de consommation) en 2015 (particulièrement) et en 2016. L'analyse des variations d'indices montre que l'écart relatif entre prix du lait à la production et prix des produits laitiers industriels (indicateur du taux de marge brute de l'industrie pour ces produits) se serait resserré en 2015, puis accru en 2016.

S'agissant de l'évolution des prix des produits laitiers de consommation au détail, la comparaison de l'indice des prix à la consommation de ces produits (source Insee) avec l'indice de leur prix d'achat moyen pondéré en GMS (construit avec les données de Kantar Worldpanel) soulève des interrogations.

L'IPC des produits laitiers varie entre 100 et 104 sur la période 2010-2016 (hausse en 2011 et 2012, baisse en 2013, hausse en 2014 suivi de baisses en 2015 et 2016), tandis que l'indice de leurs prix d'achat moyen pondéré en GMS croit presque régulièrement depuis 2010, depuis l'indice 100 à l'indice 110. Contrairement à l'IPC, l'indice des prix d'achat moyen pondéré varie chaque année en fonction de la structure des achats effectifs des consommateurs. Ceci pourrait expliquer les différences d'évolution des deux indices, dès lors que cette structure d'achat aurait varié entre 2010 et 2016 en se déplaçant sensiblement vers des produits plus chers. L'évolution du panier d'achat aurait ainsi amplifié l'impact de la seule hausse des prix de chaque produit de ce panier.

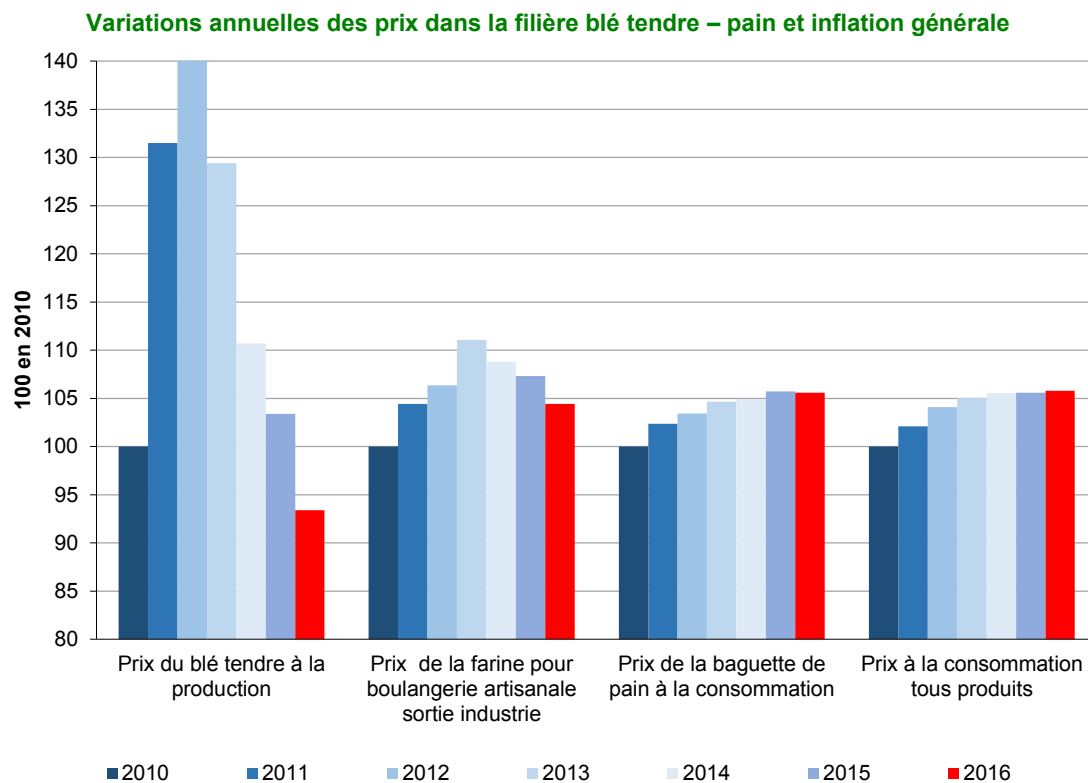
Pour 2015, l'augmentation de l'écart relatif entre le prix moyens des produits laitiers vendus en GMS aux consommateurs et le prix moyen des produits laitiers achetés par les GMS aux industriels, observée avec les indices, n'est pas confirmée par les résultats de l'enquête conduite par l'observatoire dans les enseignes, courant 2016, sur leurs comptes par rayon en 2015 (évolution 2014-2015 de la marge brute).

Cette différence entre l'indication fournie par les indices de prix et le résultat de l'enquête réalisée dans l'ensemble des sept enseignes pour 2015, appelle l'Observatoire à mener pour son prochain rapport un examen approfondi de ce sujet. Compte tenu de cette différence, il faut être prudent sur l'interprétation de ces résultats.

Notons par ailleurs un résultat contradictoire selon l'indice considéré : selon l'IPC de ces produits, le prix des produits laitiers évoluerait moins vite que l'inflation générale (IPC tous produits), mais, l'indice des prix d'achat moyen pondéré en GMS montre au contraire une hausse supérieure à l'inflation depuis 2014.

Enfin, en amont, le ciseau des prix du lait et des intrants reste, en 2016 comme en 2015, défavorable à l'élevage. Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière produits laitiers* ».

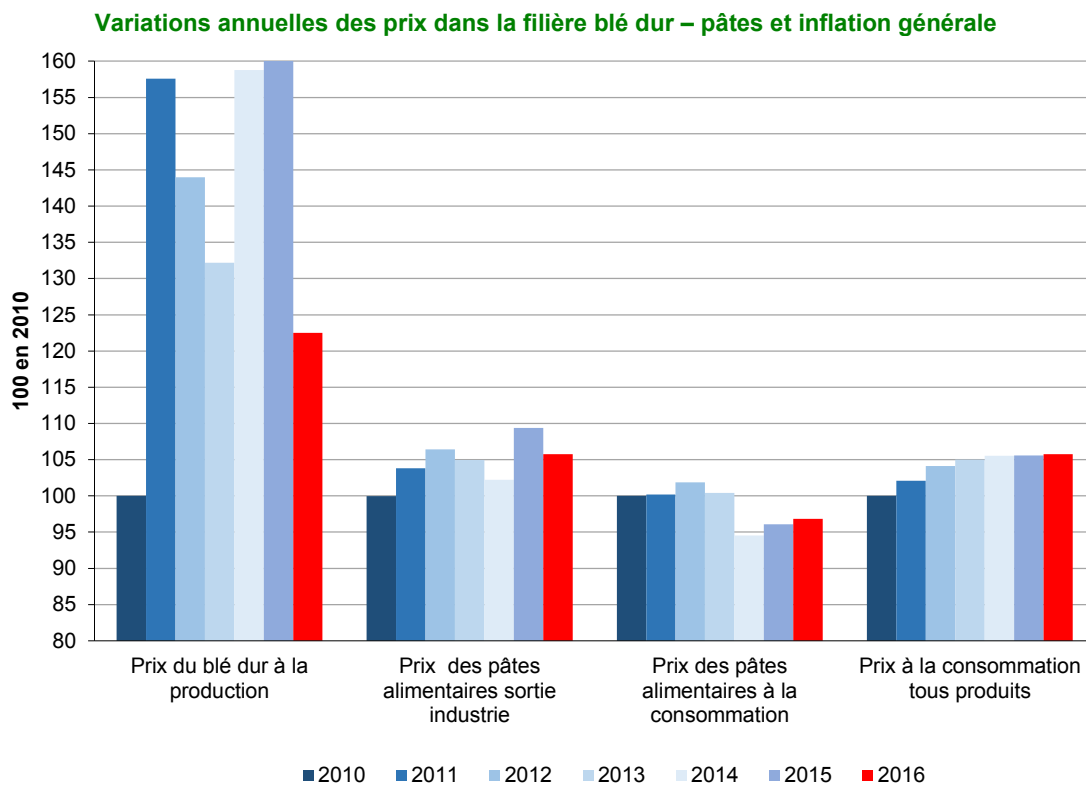
Graphique 7



Source : Insee

Dans la filière du pain, l'année 2016 est marquée par une nouvelle baisse importante du prix du blé, transmise partiellement dans celui de la farine boulangère (sur la base des indices observés, l'écart relatif entre prix des farines et prix du blé aurait augmenté). Ces évolutions des prix amont sont sans grandes incidences sur le prix de la baguette, du fait de la faible part de la valeur de la matière première blé dans celle du pain (5% à 10% selon le prix du blé). L'analyse des indices indique cependant une hausse de l'écart relatif entre prix du pain et prix de la farine ; ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière blé tendre-farine-pain baguette* ». Le prix du pain à la consommation apparaît évoluer pratiquement comme l'indice général des prix à la consommation, tous produits.

Graphique 8

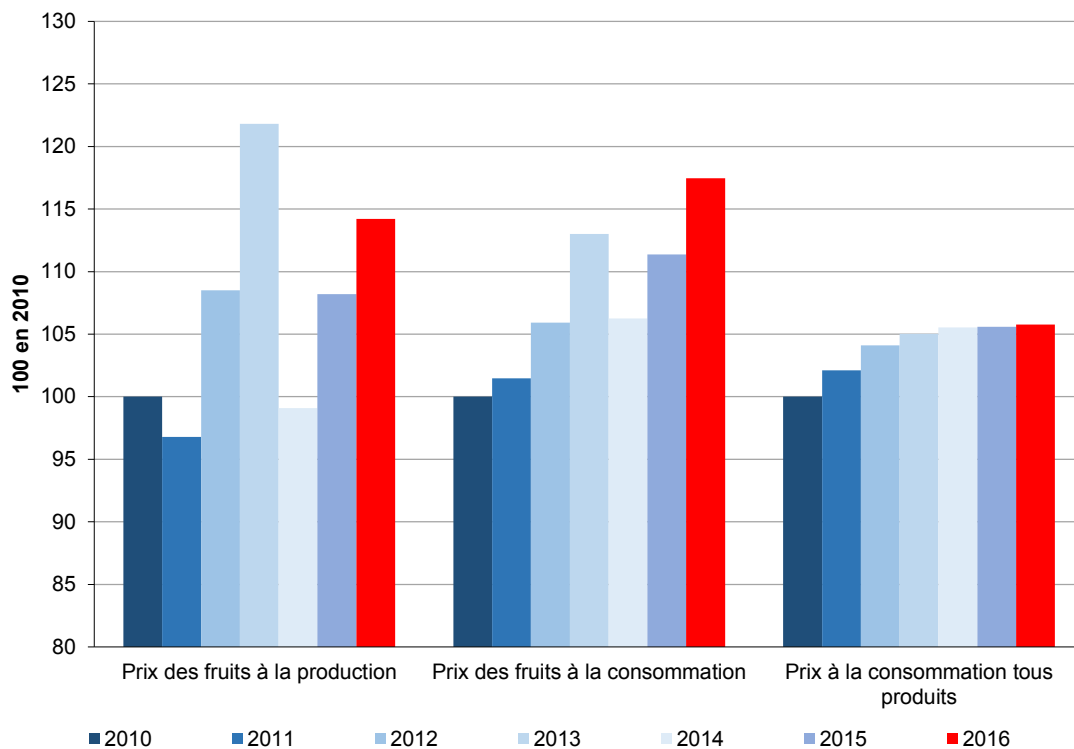


Source : Insee

Dans la filière des pâtes alimentaires, le prix du blé dur a de nouveau baissé en 2016, celui des pâtes sortie industrie également, l'analyse des indices indiquant cependant une augmentation de l'écart relatif entre ces deux prix. Selon l'Insee, le prix moyen des pâtes alimentaires à la consommation (essentiellement via achats en GMS) aurait encore légèrement augmenté en 2016, tout en restant inférieur aux niveaux observés en 2011-2013, lorsque les cours du blé dur et les prix des pâtes sortie usine étaient plus élevés. Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, ligne « *Filière blé dur-pâtes alimentaires* ». Comparé à l'indice général des prix à la consommation, celui des pâtes apparaît « *déflationniste* ».

Graphique 9

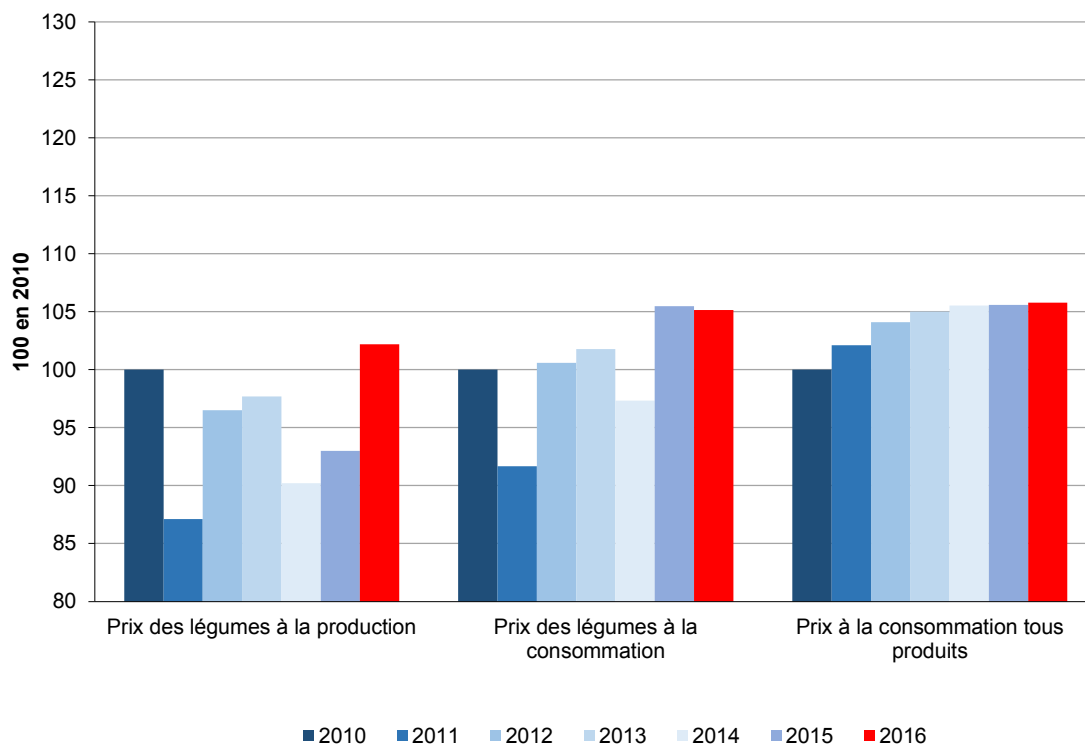
Variations annuelles des prix dans la filière fruits frais et inflation générale



Source : Insee

Graphique 10

Variations annuelles des prix dans la filière légumes frais et inflation générale



Source : Insee

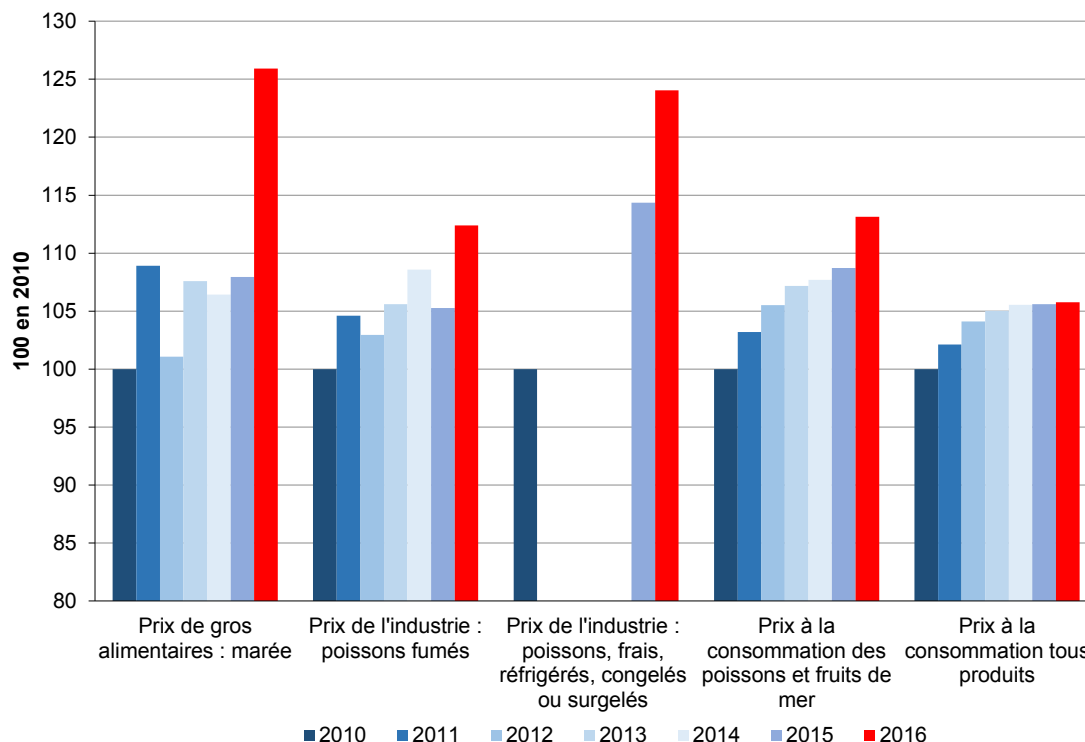
Soumis à l'impact des aléas climatiques, tant sur la production que sur la consommation, les prix moyens annuels des fruits et des légumes présentent une certaine volatilité. En 2016, les rapports entre indices des prix à la production et indices des prix à la consommation laissent supposer une diminution de l'écart relatif entre ces prix (i.e., du taux de marge brute de la distribution des fruits et légumes. En 2015, il en était de même pour les fruits, mais pas pour les légumes (hausse de l'écart relatif).

Ces observations sont résumées sur le Tableau 3, lignes « Filière fruits frais » et « Filière légumes frais ».

Le prix des fruits à la consommation tend à augmenter à rythme supérieur à celui de l'inflation générale, ce n'est pas le cas pour les légumes.

Graphique 11

Variations annuelles des prix dans la filière des produits aquatiques et inflation générale



Source : Insee

On ne dispose pas, pour les produits de la pêche et de l'aquaculture, d'indice de prix en amont équivalent à l'indice de prix des produits agricoles à la production (l'observatoire envisage l'élaboration). Outre un indice des prix de gros (sur la base des prix de la halle de la marée à Rungis), on dispose dans cette filière de divers indices de prix sortie industrie (filetage, fumaison, conserve), dont deux sont présentés ci-dessus et de l'indice des prix des poissons et fruits de mer à la consommation.

Les prix de gros et industriels suivis par l'Insee dans la filière des produits aquatiques ont fortement augmenté en 2016, sous l'influence, notamment, de la hausse du prix du saumon frais. Les rapports d'indices permettent de supposer que cette hausse a été amortie par l'aval : l'écart relatif entre prix de gros (l'indice correspondant étant supposé évoluer comme les prix à la première mise en marché) et prix de l'industrie, ainsi qu'entre prix à la consommation et prix de l'industrie, ont diminué en 2016.

En résumé, sur ces analyses d'indices :

En 2016, le ciseau des prix entre prix à la production agricole et prix des intrants de l'élevage s'est amélioré pour l'élevage porcin. En revanche, dans les élevages bovins viande et laitiers, la baisse des prix à la production l'a emporté sur celle des prix des intrants, dégradant le ciseau des prix aux dépens des producteurs.

Alors que l'écart relatif entre prix des produits des industries alimentaires et prix agricoles s'était accru dans toutes les filières suivies en 2014 et 2015 (hors filière laitière), il se resserre en moyenne toutes filières alimentaires confondues en 2016 (y compris celles non suivies par l'observatoire). Pour les

filières suivies par l'observatoire, cet écart entre prix industriel et prix agricole, diminue en filières porcines (frais et jambon), mais augmente encore en filières viande bovine, lait, blé tendre-farine et blé dur-pâtes alimentaires.

Dans les filières de produits transformés (i.e., ici, hors fruits et légumes frais), l'écart relatif entre prix à la consommation et prix des produits des industries alimentaires s'est accru en 2016 en moyenne toutes filières alimentaires confondues. C'est également le cas en filières viande bovine, volailles, lait, pain et pâtes alimentaires. Cet écart entre prix à la consommation et prix industriel, indicateur du taux de marge brute au détail, diminue en filière porc (frais et jambon).

Il découle des deux évolutions précédentes que l'écart relatif entre prix à la consommation alimentaire et prix agricole s'est accru en 2016 dans les filières des viandes bovines et de volaille, du lait, du pain et des pâtes. Ainsi, la nouvelle baisse des prix agricoles subie en 2016 par les productions de viande bovine, de lait et de céréales (blé dur et blé tendre) paraît une nouvelle fois n'avoir été transmise que partiellement par l'aval industriel et / ou commercial. Cet écart entre prix à la consommation et prix agricoles se serait en revanche resserré pour le porc, les fruits et les légumes.

Rappelons que cette « lecture » des seuls indices ne permet de déterminer que le sens de la variation de l'écart relatif¹² entre prix à la consommation et prix agricoles (indicateur de taux de marge brute globale de l'aval), ou prix sortie industrie et prix agricoles (marge brute de l'industrie), ou prix à la consommation et prix sortie industrie (marge brute de l'industrie). Les indices ne permettent pas de connaître la valeur de cet écart, en € comme en pourcentage : en la matière, des erreurs d'interprétations s'observent parfois.

Seule l'analyse en termes d'indicateurs de marges brutes, fondée sur des prix en niveau (€) et non sur des indices, développée plus loin (chapitre 3 du rapport) permet d'estimer systématiquement et le sens et le montant des variations en € des différences valeurs entre amont et aval.

1.3. La volatilité des prix agricoles depuis 2005

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

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

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

L'année 2014 et le premier semestre 2015 se caractérisent par la poursuite et la généralisation à plusieurs produits des baisses de prix amorcées en 2013. Cette baisse s'interrompt de juin à octobre 2015 puis reprend jusqu'en mars 2016.

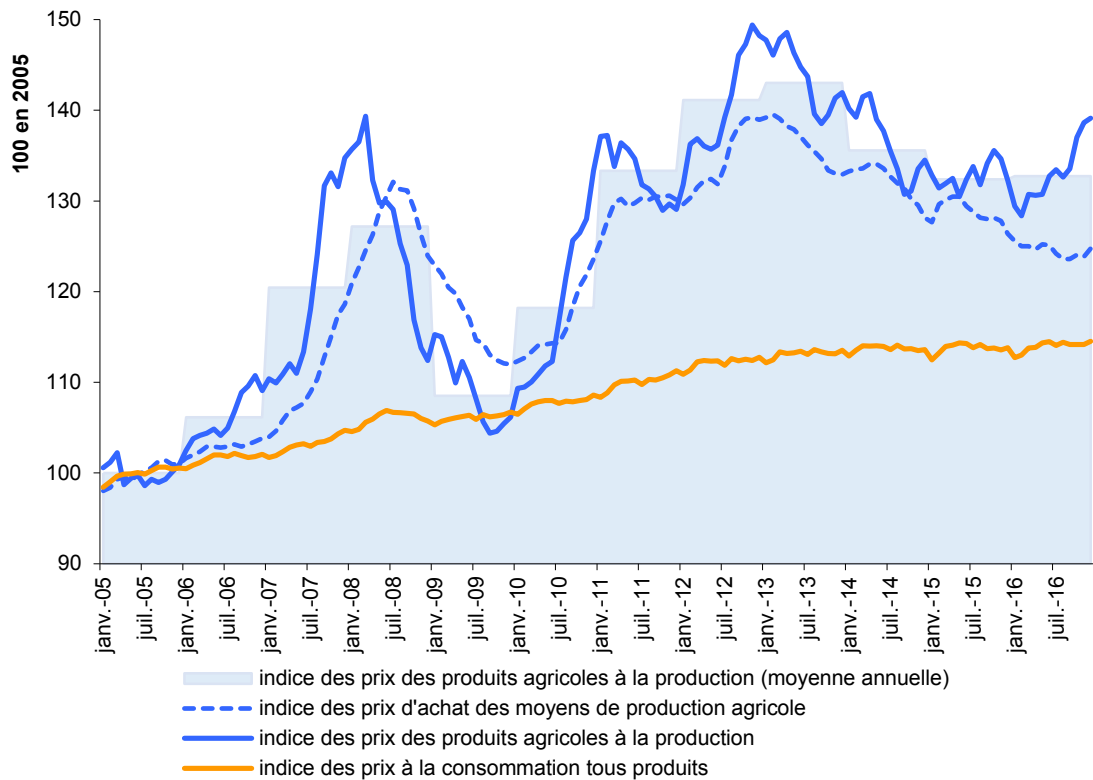
En termes de moyenne annuelle toutes productions confondues, les prix agricoles restent en 2016, à un niveau inférieur à celui des cinq années précédentes.

Depuis janvier 2014, l'indice des prix de production des industries alimentaires s'inscrit dans une nette tendance à la baisse tandis que l'indice des prix alimentaires à la consommation est en légère hausse ; cette divergence constatée sur le Graphique 13 a été retracée sur le Tableau 3 : en 2014, 2015 et 2016, l'écart s'accroît entre prix sortie des industries alimentaires et prix alimentaires à la consommation.

¹² Rappel : l'écart relatif est défini par la différence entre prix aval et prix amont, divisée par le prix aval, il s'apparente ainsi à un taux de marge brute rapportée au prix de vente.

Graphique 12

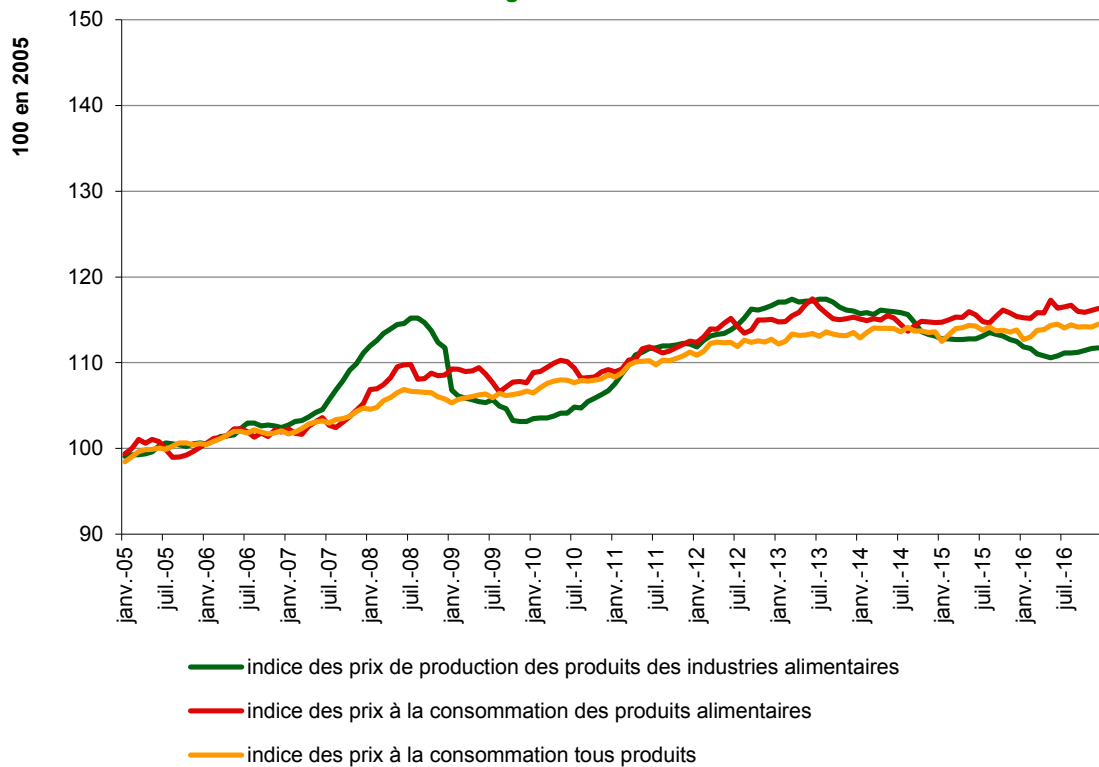
Variations mensuelles des prix agricoles, des prix des intrants pour l'agriculture et inflation générale



Source : Insee

Graphique 13

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



Source : Insee

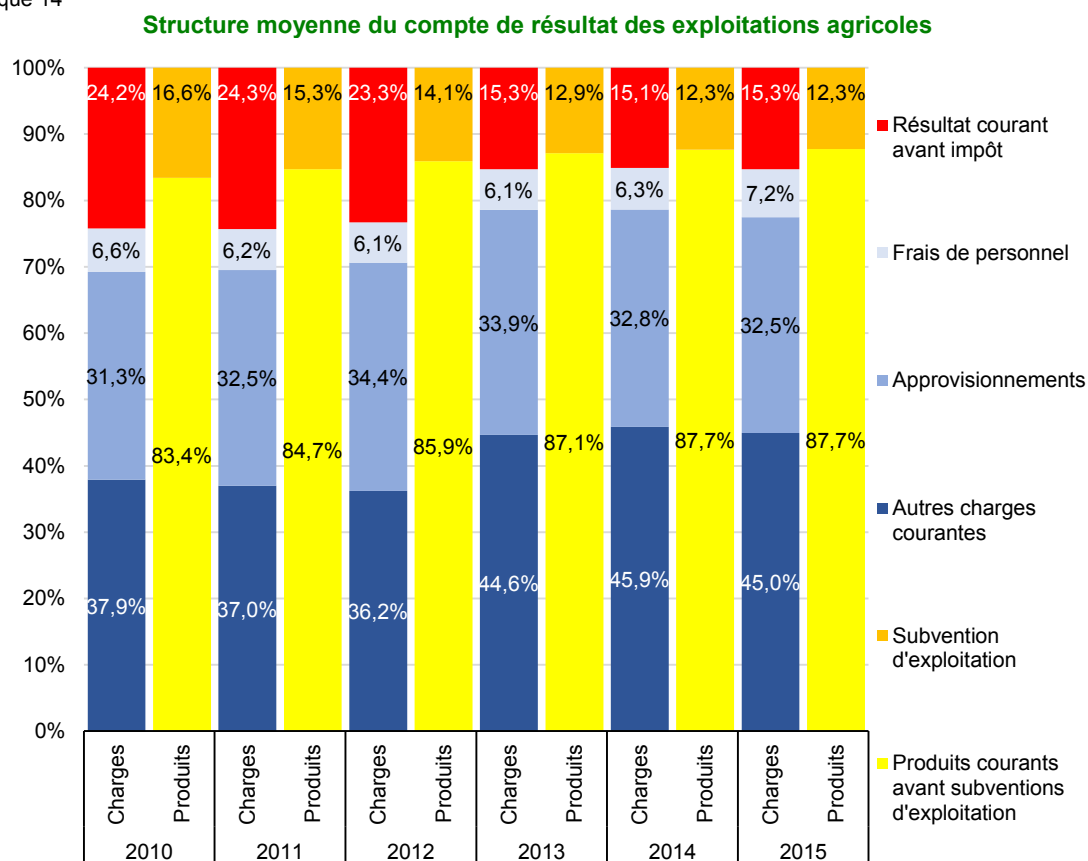
2. L'ÉVOLUTION DES COÛTS DANS LES SECTEURS AGRICOLES, INDUSTRIELS ET DU COMMERCE

Toujours dans l'objectif de fournir des éléments de cadrage pour les analyses plus détaillées par filière du Chapitre 3, on présente ici des données comptables moyennes pour chacun des quatre grands secteurs de la chaîne agroalimentaire : agriculture, industrie agricole, commerce en gros de produits alimentaires, grande distribution. Pour ce dernier secteur, est en outre proposée une synthèse des résultats des comptes par rayon des GMS, issus de l'enquête de l'observatoire. S'appuyant sur des comptabilités annuelles qui ne sont disponibles qu'après un certain délai, ces données sectorielles s'arrêtent à l'année 2014. Pour le secteur de la grande distribution, les comptes par rayon établis par l'observatoire ont été mis à jour à 2015.

2.1. Les comptes des exploitations agricoles

Sur 2010-2015, les charges d'approvisionnement (semences, engrais, aliments du bétail, carburants...) pèsent selon les années 31% à 34% du produit total (production et subventions), les autres charges courantes (charges financières, amortissements, loyers...) entre 38% et 46% et les frais de personnel (salarié) entre 6 et 7% (dans cette approche purement comptable, le coût du travail non salarié fourni par l'exploitant n'est pas évalué). Le résultat courant avant impôt représente ainsi de 15% à 24% des recettes. Le résultat courant moyen toutes exploitations confondues est resté stable depuis 2014, tant en pourcentage de produit total (Graphique 14) qu'en valeur par actif non salarié, indicateur de la rémunération permise à l'exploitant (Graphique 15).

Graphique 14



Source : Rica (SSP)

Les résultats provisoires du Réseau d'information comptable agricole (Rica) **pour 2015** indiquent des résultats « globalement stables mais différenciés selon les productions » ([Agreste Primeur n° 342, décembre 2016](#) et [rapports présentés à la commission des comptes de l'agriculture, décembre 2016](#)).

Ainsi, en moyenne **toutes orientations de production**, le résultat courant avant impôt par unité de travail non salarié (RCAI/UTANS) augmente de 1% en 2015 par rapport à 2014 et s'élève à 26 100 €.

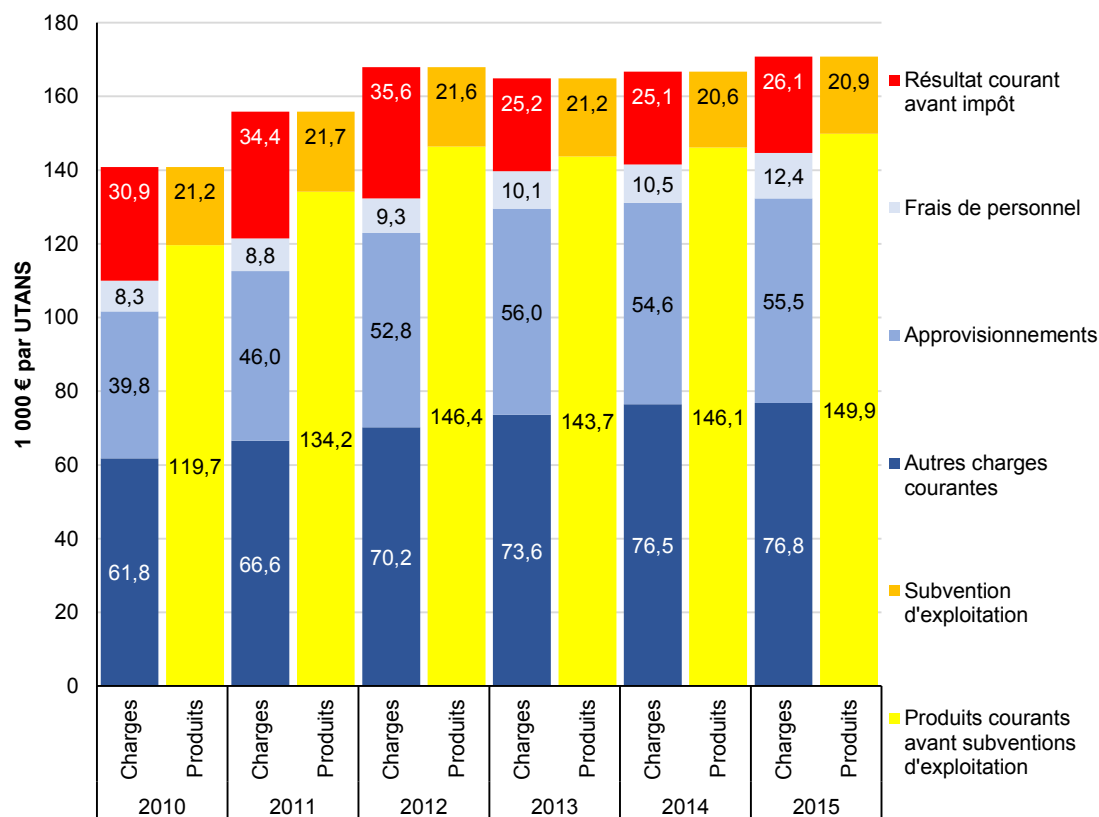
Par orientation de production (résultats provisoires issus d'[Agreste Primeur n° 342, décembre 2016](#), non représentés par un graphique) :

- Le RCAI/UTANS augmente de 8% en orientation **céréales et oléoprotéagineux**, sous l'effet notamment de la hausse des rendements en blé et orge et des prix de certaines productions (blé dur, par exemple) mais demeure à un niveau faible (16 700 €) par rapport à la moyenne 2005-2014.
- En **maraîchage** et en **production fruitière**, grâce à la hausse des prix des produits le RCAI/UTANS progresse sensiblement en 2015 par rapport à 2014 : respectivement de 45% et de 51%, atteignant en niveau 34 500 et 31 800 €.
- L'élevage porcin** subit en 2015 une baisse de prix du porc que ne compense pas celle du prix des aliments, le RCAI /UTANS baisse de 55% par rapport à sa moyenne 2005-2014 et s'établit en moyenne à 13 000 € en 2015.
- Dans l'orientation **bovins laitiers**, la forte baisse du prix du lait entraîne celle du RCAI/UTANS, qui diminue de 28% en 2015 par rapport à 2014, se limitant à en moyenne à 17 500 €.
- Dans l'orientation d'élevage **bovins-viande**, le RCAI/UTANS augmente de 6% en 2016 par rapport à 2014, restant toutefois à un niveau moyen faible : 18 800 €.

À la date de rédaction du rapport de l'observatoire, on ne dispose pas encore de résultats économiques agricoles par orientation pour 2016. Toutefois, certaines simulations seront présentées dans les paragraphes relatifs aux coûts de production des sections du rapport par filière.

Graphique 15

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



Source : Rica (SSP)

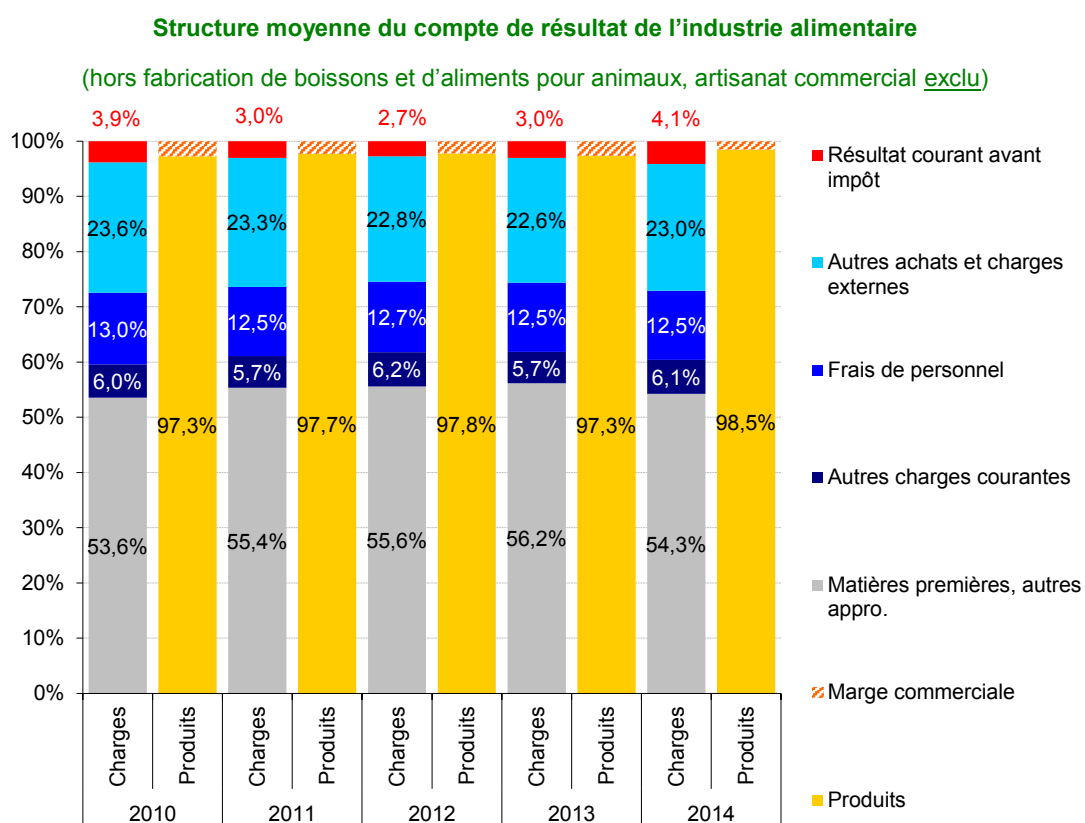
2.2. Les comptes de l'industrie alimentaire

La structure du compte de résultat du secteur (Graphique 16) montre :

- la présence d'une activité purement commerciale (achat et vente de marchandises), dont la marge commerciale a été portée en produit sur le graphique ;
- le poids élevé du poste « *matières premières et autres approvisionnements* », à hauteur de 53% à 56% du produit dont marge commerciale, ou 54% à 57% du produit hors commerce. Ce poids des matières premières¹³ augmente de 2010 à 2013 sous l'effet de la hausse des prix agricoles auquel s'ajoute dans certains cas l'effet de la transmission partielle de la hausse des prix matières premières dans les prix de vente de l'industrie ;
- la part importante des « *autres achats et charges externes* », lesquels avec 23% à 24% des produits, représentent le second poste de charge ; il s'agit d'un agrégat assez composite, incomplètement détaillé dans Esane, regroupant entre autres : la sous-traitance (environ 15% du poste), les coûts de main d'œuvre extérieure à l'entreprise (environ 8%)¹⁴, les charges locatives (environ 5%), l'énergie, l'eau... (non détaillé dans Esane) ;
- des frais de personnel rapportés au produit, plutôt en baisse, de 13% en 2010 à 12,5% en 2014 ;
- un taux résultat courant rapporté au produit de plus de 4% en 2014, meilleure année de la série.

On ne dispose pas pour ce rapport de données statistiques détaillées au-delà de 2014. Lors de cette année, le chiffre d'affaires de l'industrie alimentaire a augmenté (+2,7%), le taux de valeur ajoutée est en hausse de plus de 1 point de CA, le taux de marge brute de transformation également (+ 2 points de CA).

Graphique 16



Source : Esane (Insee)

¹³ Les matières premières sont ici des produits agricoles ou des produits intermédiaires des industries alimentaires eux-mêmes issus de produits agricoles. Le poste utilisé inclut, outre les matières premières, quelques approvisionnements dans une proportion non connue mais a priori relativement faible.

¹⁴ La main-d'œuvre extérieure peut être importante dans certaines industries agroalimentaires : Cf. l'intérim dans les abattoirs.

Tableau 4

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

	2011		2012		2013		2014	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Chiffre d'affaires	119 049	100,0%	125 589	100,0%	126 913	100,0%	130 336	100,0%
Marge brute de transformation (1)	45 630	38,3%	47 285	37,7%	46 376	36,5%	51 053	39,2%
Excédent brut d'exploitation	5 611	4,7%	5 958	4,7%	5 777	4,6%	7 546	5,8%
Frais de personnel	14 567	12,2%	15 096	12,0%	15 025	11,8%	15 482	11,9%
Valeur ajoutée (2)	20 178	16,9%	21 054	16,8%	20 802	16,4%	23 027	17,7%
Résultat courant avant impôt	3 507	2,9%	3 207	2,6%	3 594	2,8%	5 132	3,9%

Taux de marge brute de transformation (3)	41,5%	41,8%	40,8%	43,1%
---	-------	-------	-------	-------

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

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

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

Source : Esane (Insee)

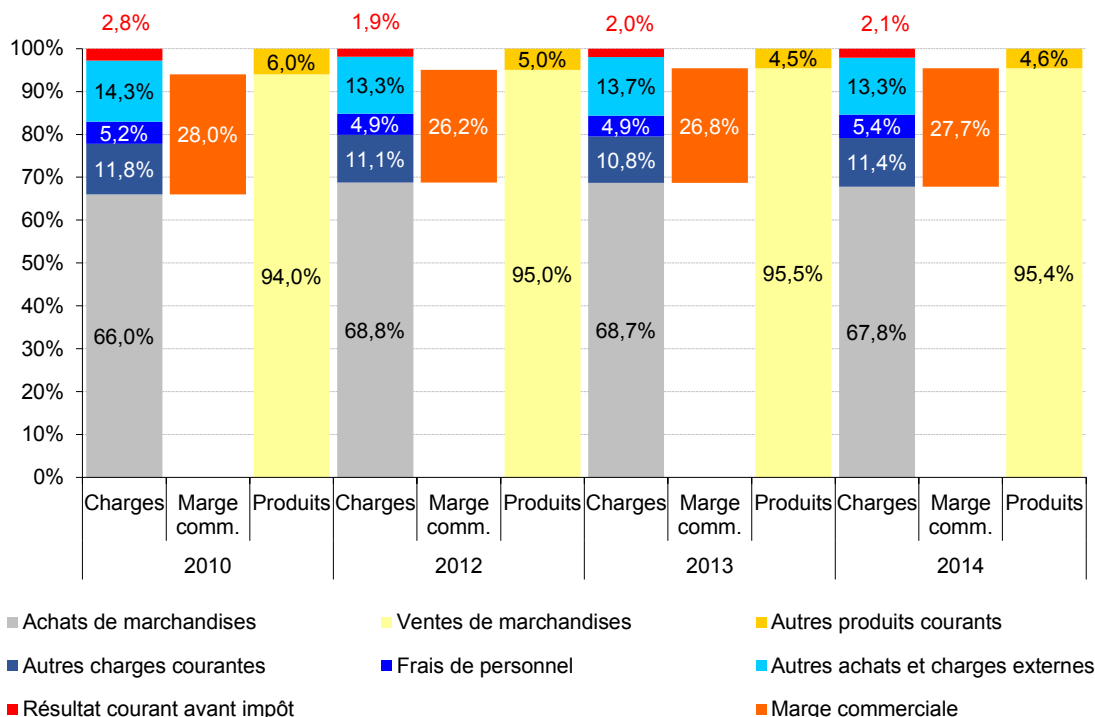
2.3. Les comptes du commerce de gros en produits alimentaires

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

Sur le Graphique 17 sont représentés les produits et charges courantes et la marge commerciale (différence entre ventes et achats de marchandises, moins variation de stocks de marchandises). La marge commerciale représente en moyenne 26% à 28% des produits et 27% à 30% des ventes. Outre les ventes de marchandises, les autres produits courants sont nécessaires pour assurer la couverture des charges et la formation du résultat courant, dont le poids dans le total des produits est quasi stable en 2014 ; la marge commerciale progressant de près d'un point de CA.

Graphique 17

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



NB : 2011 non disponible

Source : Esane (Insee)

2.4. Les comptes de la grande distribution

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

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

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

On expose également ici les résultats 2015 (et 2014) de l'enquête de l'observatoire sur les comptes des rayons alimentaires des hypermarchés et supermarchés, qui feront l'objet d'une analyse plus détaillée, rayon par rayon, dans les différentes sections par filière du Chapitre 3.

2.4.1. Comptes des hypermarchés et des supermarchés

Graphique 18 et Graphique 19.

Pour les deux formats de magasin confondus, le résultat courant rapporté au produit total est inférieur à 1% de 2011 et 2013, après avoir atteint le double en 2010. Ce taux de résultat courant est en baisse en 2014.

Comme on le verra plus loin, le résultat courant des hypermarchés et supermarchés, rapporté à leur chiffre d'affaires (moins de 1%) et sensiblement inférieur aux indicateurs de même type (marge nette avant impôt) appréhendés au niveau de leurs rayons alimentaires frais (2% en moyenne).

La marge commerciale représente environ 19% des ventes de marchandises (soit 23% des achats de marchandises) en 2014. La marge commerciale globale du secteur a augmenté chaque année mais elle s'accompagne d'une baisse du résultat courant en 2012 et surtout en 2014 : les charges à couvrir par la marge commerciale augmentent plus que celle-ci.

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

D'après les comptes du commerce de 2015¹⁵, les ventes en volume des GSA¹⁶ seraient quasi stables (+ 0,1%) cette année après avoir baissé en 2014. L'augmentation serait surtout le fait des hypermarchés (+0,6%), les supermarchés enregistrant encore une baisse (-0,7%). En valeur, le chiffre d'affaires des GSA serait en baisse de 1% en 2015, d'où l'estimation figurant Tableau 5.

¹⁵ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2022159?sommaire=2020973>

¹⁶ Grandes surfaces alimentaires : comprend outre les supermarchés et les hypermarchés (ou GMS, grandes et moyennes surfaces au sens retenu par l'observatoire), les « magasins multi-commerces » (surface de vente entre 400 et 2 499 m², comme les supermarchés, mais réalisant moins de 2/3 de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires, contrairement aux supermarchés, exemple : enseigne Monoprix). Les valeurs sont « semi-définitives » pour 2013 et encore provisoires pour 2014.

Tableau 5

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

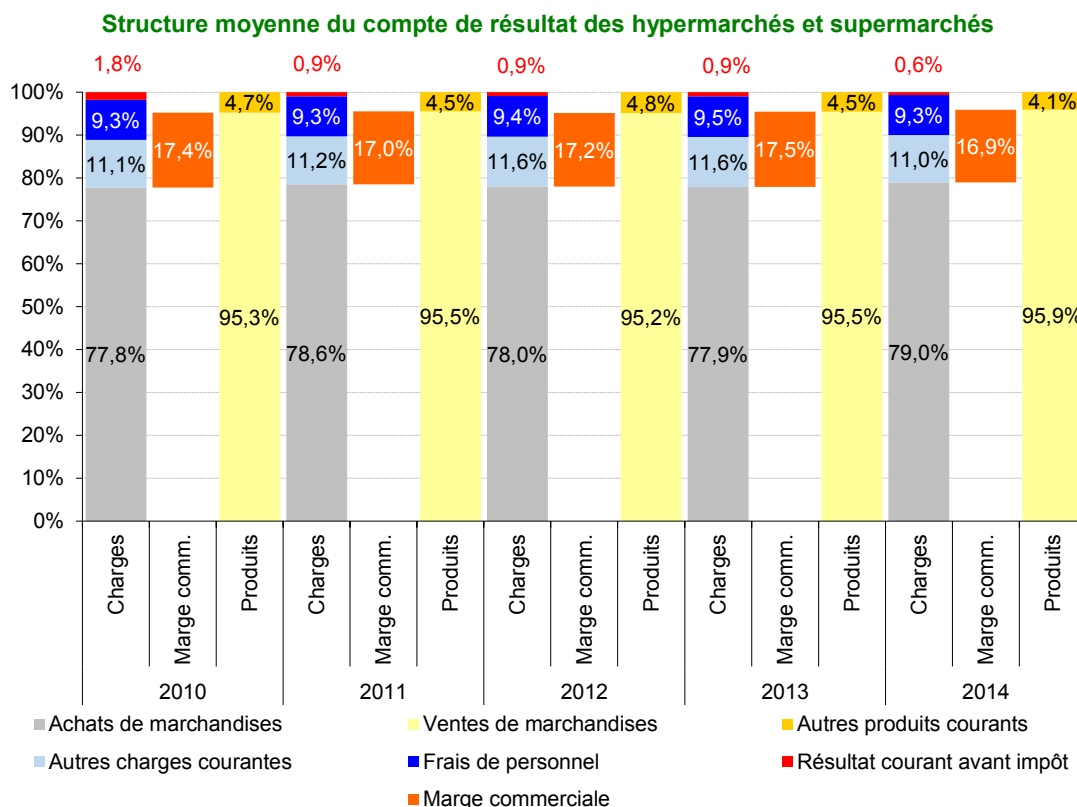
	2011		2012		2013		2014		2015 (1)	
	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA	M €	% CA
Chiffre d'affaires	177 370	100,0%	177 207	100,0%	178 699	100,0%	184 808	100,0%	183 000	
Marge commerciale	31 276	17,6%	31 497	17,8%	32 457	18,2%	33 511	18,1%		
Excédent brut d'exploitation	3 938	2,2%	3 194	1,8%	4 275	2,4%	3 864	2,1%		
Frais de personnel	16 743	9,4%	17 004	9,6%	17 220	9,6%	17 480	9,5%		
Valeur ajoutée (2)	20 681	11,7%	20 197	11,4%	21 495	12,0%	21 344	11,5%		
Résultat courant avant impôt	1 670	0,9%	1 594	0,9%	1 707	1,0%	1 149	0,6%		
Taux de marge sur achats	22,28%		22,5%		23,1%		22,9%			
Taux de marge sur ventes	18,2%		18,4%		18,7%		18,6%			

(1) 2015 : seul le chiffre d'affaires peut être estimé à ce stade, en se fondant sur certaines données des comptes du commerce. Cf. texte.

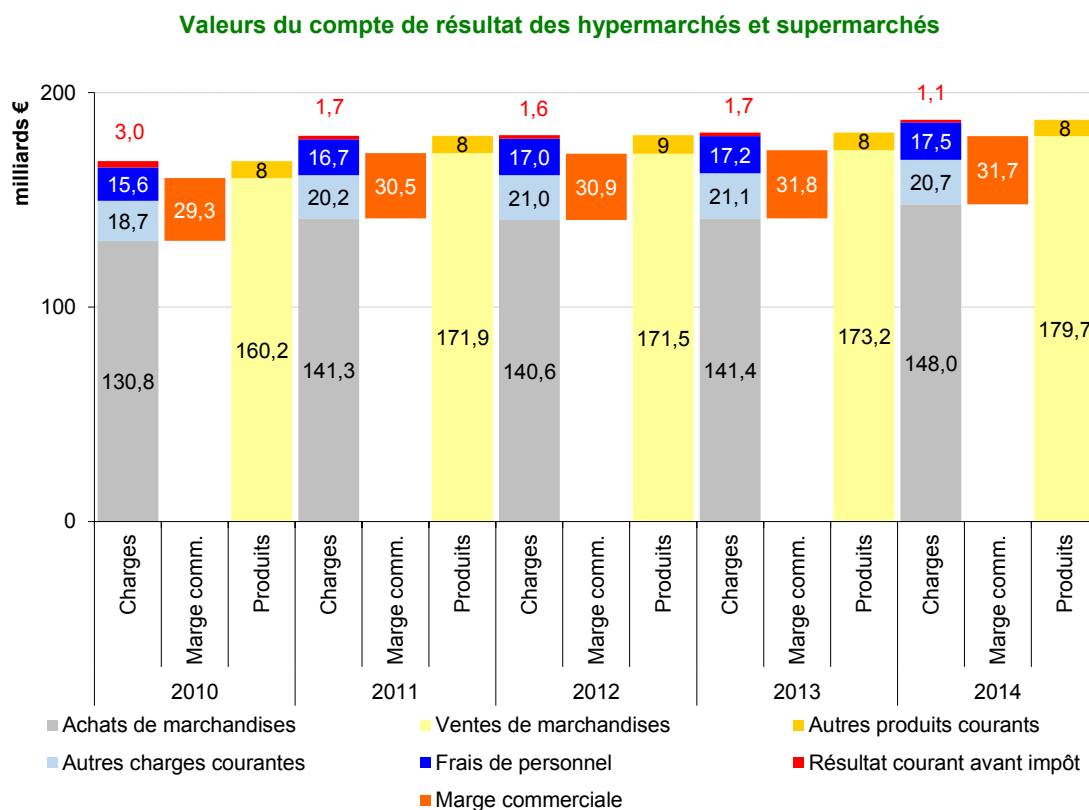
(2) « *Au coût des facteurs* », calculée par la somme : excédent brut d'exploitation + frais de personnel

Source : Esane (Insee), Comptes du commerce (2015)

Graphique 18



Graphique 19



2.4.2. Comptes des centrales d'achats alimentaires

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

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

2.4.3. Synthèse des comptes des rayons alimentaires frais des GMS

Le Tableau 6 présente les résultats 2015 par rayon, issus de l'enquête 2016 de l'observatoire. Ils sont repris et commentés de façon plus détaillée dans les sections par filière du Chapitre 3.

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

$$\begin{aligned} & \text{Marge brutemoyennedu rayon produitslaitiers (en \% du CA du rayon)} \\ &= \frac{\sum \text{margesbrutes des rayons produitslaitiers de toutes les enseignes}}{\sum \text{chiffres d'affaires des rayons produitslaitiers de toutes les enseignes}} \end{aligned}$$

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

Le Tableau 7 présente ces résultats en évolution. Entre 2014 et 2015, la marge brute de l'ensemble des rayons étudiés par l'observatoire a diminué de 0,4 € pour 100 € de chiffres d'affaires, résultant d'un coût d'achat en hausse de 0,4 €. La situation est très contrastée selon les rayons : les coûts d'achat du rayon boucherie ont augmenté de 1 € pour 100 € de chiffres d'affaires entre 2014 et 2015 alors qu'ils ont baissé de 0,8 € pour 100 € de chiffres d'affaires dans le rayon volailles. La variation des prix d'achat dans les autres rayons se situant entre ces deux niveaux. Certaines évolutions de taux de marge brute entre 2014 et 2015 paraissent paradoxales, particulièrement pour les produits laitiers. Comme signalé plus haut (paragraphe 1.2, Graphique 5 et Graphique 6) : la forte baisse du prix du lait en 2015, et sa répercussion, au moins partielle, dans le prix des produits sortie industrie pour GMS laissaient prévoir, compte tenu de la hausse du prix d'achat moyen pondéré des produits laitiers en GMS selon le panel Kantar, une amélioration du taux de marge du rayon.

Les frais de personnel dédié aux différents rayons augmentent de 0,1 € pour 100 € de CA entre 2014 et 2015. Tandis que les autres charges (du rayon ou communes) sont en baisse de 0,6 € pour 100 € de chiffres d'affaires.

Le Graphique 20 donne les poids de chacun des rayons étudiés, par rapport au chiffre d'affaires, à la marge brute, au frais de personnel et à la marge nette de l'ensemble de ces rayons.

Tableau 6

Comptes moyens des rayons alimentaires en GMS en 2015 pour 100 € de chiffres d'affaires

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés
Chiffre d'affaires		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Coût d'achat des ventes		75,4	67,2	71,9	77,6	69,7	74,6	41,7	71,0
Marge brute (marge commerciale)		24,6	32,8	28,1	22,4	30,3	25,4	58,3	29,0
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	11,6	6,5	3,2	4,6	7,9	15,2	31,2	9,3
	Marge semi-nette	13,1	26,3	24,9	17,8	22,4	10,2	27,1	19,7
	Approvisionnements et fournitures	0,5	0,1	0,0	0,1	0,1	0,3	1,4	0,3
	Eau, gaz, électricité	0,6	0,5	0,7	0,5	0,4	0,8	1,3	0,6
	Frais sur matériels et équipements	0,8	0,6	0,4	0,5	0,5	0,8	1,6	0,7
	Taxes, cotisations et redevances	0,3	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,4	0,5
	Autres charges du rayon	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Sous-total : autres charges directes	2,2	1,8	1,6	1,5	1,6	2,6	4,7	2,0
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Immobilier	1,9	1,7	1,4	1,8	2,2	1,9	3,0	1,9
	Frais de personnel hors rayon	5,9	6,1	5,3	5,8	6,6	5,7	9,2	6,2
	Frais financiers	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
	Autres charges communes	5,8	7,9	7,4	8,3	8,8	7,7	10,3	8,0
	Sous-total : charges communes	13,8	16,0	14,4	16,1	18,9	12,7	22,6	16,9
	Marge nette avant répartition de l'IS	-2,9	8,6	8,9	0,2	2,8	-8,0	-0,3	1,3
Répartition de l'impôt sur les sociétés		-1,0	3,1	3,2	0,1	1,0	-2,9	-0,1	0,5
Marge nette après répartition de l'IS		-1,8	5,5	5,7	0,1	1,8	-5,1	-0,2	0,8

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

Tableau 7

Variations annuelles des comptes moyens des rayons alimentaires en GMS

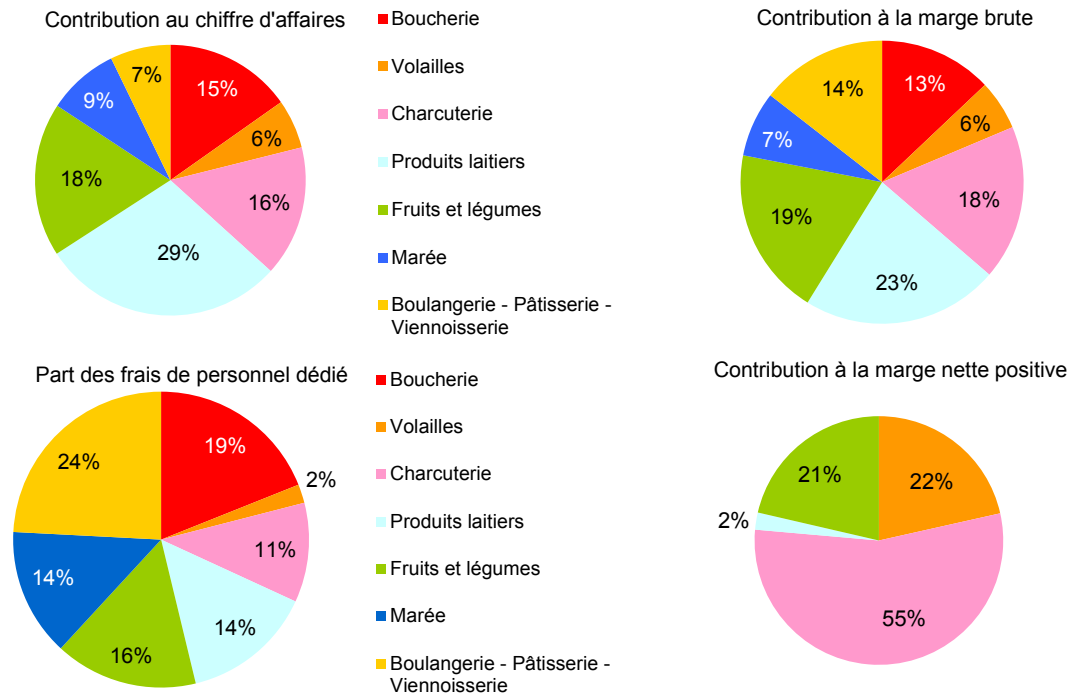
En € pour 100 € de CA

		Boucherie	Charcuterie	Volailles	Produits laitiers	Fruits et légumes	Marée	Boulangerie Pâtisserie	Ensemble des rayons étudiés	
Coût d'achat des ventes	2015 - 2014	1,0	0,5	-0,8	0,6	0,9	0,8	-1,4	0,4	
	2014 - 2013	-0,7	-0,1	0,4	1,7	-0,5	1,1	0,5	0,4	
Marge brute (marge commerciale)	2015 - 2014	-1,0	-0,5	0,8	-0,6	-0,9	-0,8	1,4	-0,4	
	2014 - 2013	0,7	0,1	-0,4	-1,7	0,5	-1,1	-0,5	-0,4	
CHARGES DIRECTES DU RAYON	Frais de personnel dédié du rayon	2015 - 2014	0,4	0,2	0,1	0,1	-0,2	-0,2	-0,5	0,1
		2014 - 2013	0,3	-0,5	-0,1	0,2	0,2	-0,1	-0,6	0,0
	Marge semi-nette	2015 - 2014	-1,3	-0,8	0,7	-0,7	-0,7	-0,6	0,9	-0,5
		2014 - 2013	0,3	0,6	-0,3	-1,9	0,4	-1,0	0,2	-0,4
	Autres charges directes du rayon	2015 - 2014	-0,1	-0,1	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1	0,0	-0,1
		2014 - 2013	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,2
CHARGES COMMUNES REPARTIES	Charges communes réparties	2015 - 2014	-0,4	-0,3	-0,4	-0,5	-1,1	-0,7	0,1	-0,5
		2014 - 2013	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2	-0,2	0,1
	Marge nette avant répartition de l'IS	2015 - 2014	-0,8	-0,4	1,1	0,0	0,6	0,3	0,8	0,1
		2014 - 2013	-0,1	0,3	-0,7	-2,1	0,2	-1,5	-0,1	-0,7

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

Graphique 20

Poids des rayons étudiés dans les enseignes en 2015
En % de l'ensemble des rayons étudiés



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

Chapitre 3. Marges brutes et coûts par filière

Viande porcine et charcuterie

Viande bovine

Volailles de chair

Produits laitiers de lait de vache

Pain

Pâtes alimentaires

Fruits et légumes frais

Produits de la pêche et de l'aquaculture

Section 1 – Viande porcine et charcuterie

1. CIRCUITS DE TRANSFORMATION ET DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PORCINE

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

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

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

Les **industriels de la 2^{ème} transformation** fabriquent des produits de charcuterie-salaison et des plats préparés à base de viande.

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

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

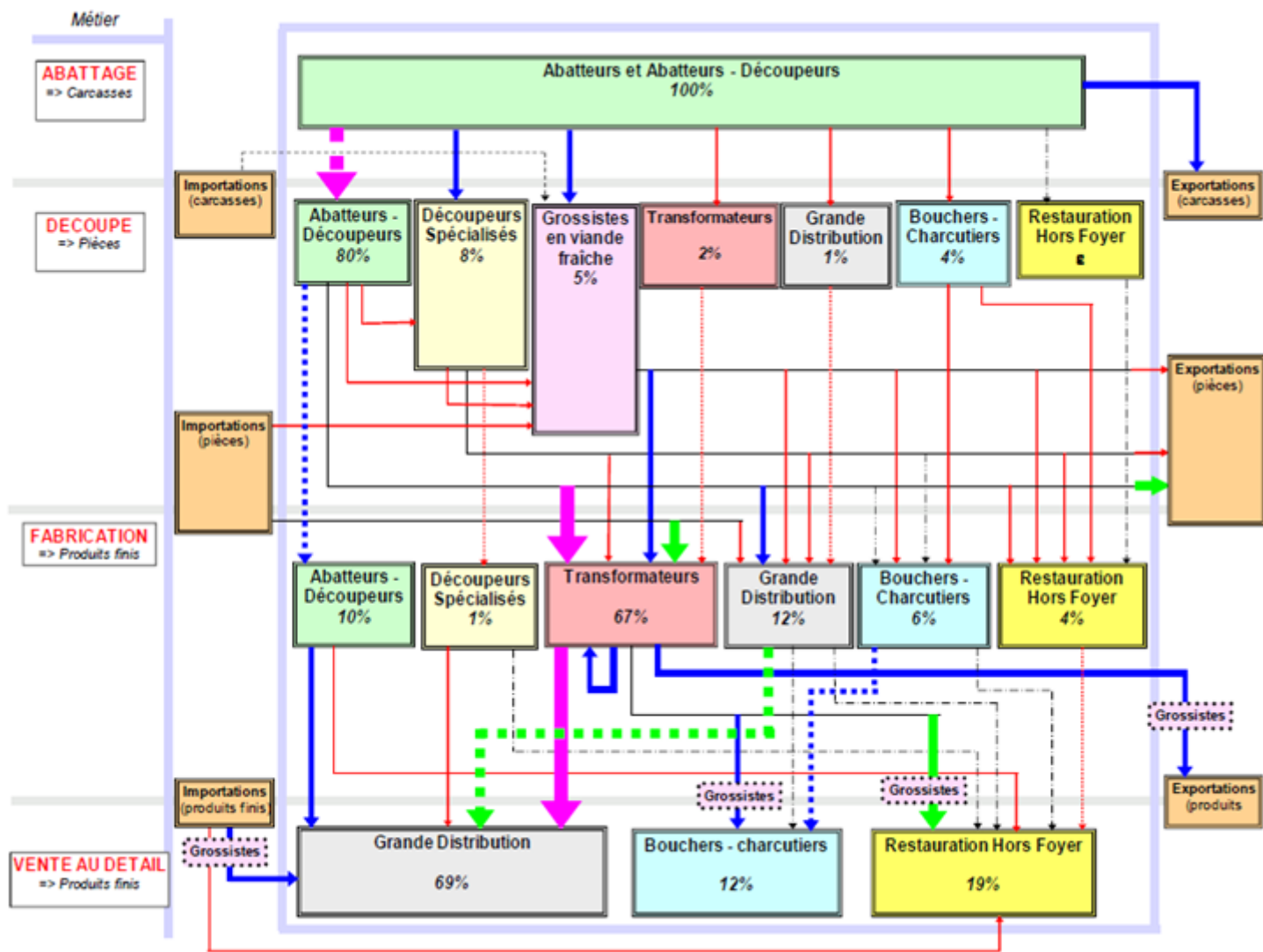
Les opérateurs de la **grande distribution** jouent un rôle majeur dans la vente au détail de produits finis. Les opérateurs de la **grande distribution** jouent un rôle majeur dans la vente au détail de produits finis.

Dans le circuit de la **viande de porc frais pour le rayon boucherie**, ils réalisent rarement la découpe de carcasses. Les pièces de viande de porc frais qu'ils achètent aux opérateurs de la découpe et aux grossistes sont principalement des longes (les morceaux issus de la longe représentent près de 90 % de la viande de porc consommée fraîche en grande distribution, d'après Kantar Worldpanel). Les produits finis (viande fraîche en portions consommateurs) sont achetés à des opérateurs industriels, mais les distributeurs élaborent eux-mêmes une partie des produits de porc frais qu'ils commercialisent, en débitant notamment les longes en côtes et rôtis de porc. Ces morceaux élaborés et conditionnés par les magasins et mis en vente en libre-service sont appelés des « *unités de vente consommateurs- magasins* » (UVCM). Toutefois, les produits finis frais conditionnés par les industriels (« *unités de vente consommateurs industrielles* » : UVCI) se sont fortement développés ces dernières années, répondant ainsi aux attentes de la grande distribution (traçabilité, réduction des ventes à la coupe au profit du libre-service...). Ces UVCI représentent entre 25 et 30 % des ventes de viande de porc frais des enseignes.

Dans le circuit des **produits du rayon charcuterie**, les distributeurs s'approvisionnent auprès des industriels de la 2^{ème} transformation principalement en produits prêts à être proposés au consommateur en libre-service. S'agissant du jambon cuit, 80% des volumes vendus en hyper et supermarchés le sont désormais en libre-service et 20% au rayon à la coupe, une petite partie des portions en libre-service pouvant être toutefois préparées en magasin à partir de jambon entiers.

Schéma 2

Cartographie des flux dans la filière porcine



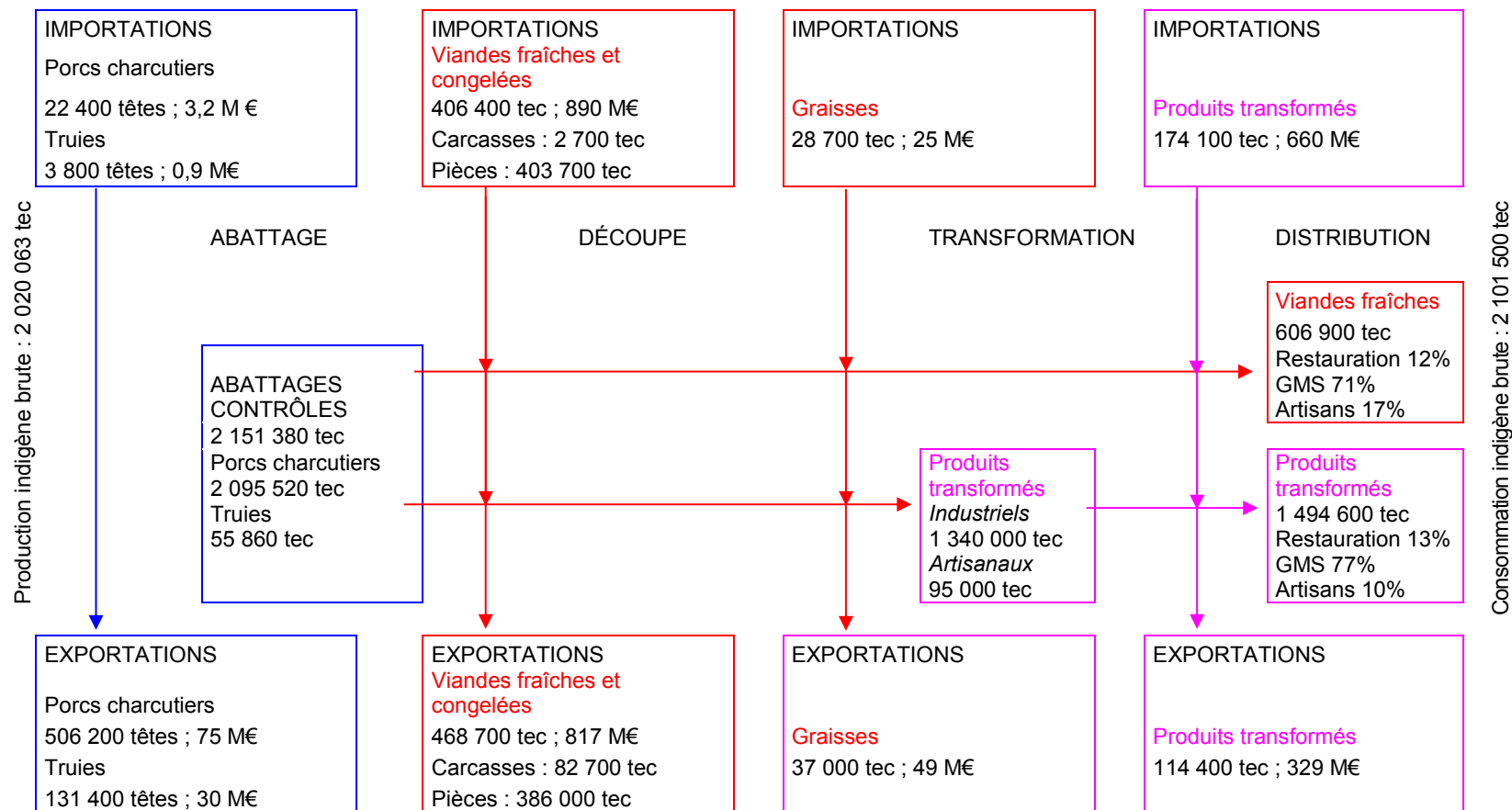
Les flux sont exprimés en % de la quantité totale traitée par les opérateurs français de la filière à chaque niveau de métier (Cf. colonne de gauche). Les contributions des opérateurs à chaque métier sont indiquées dans les cases.

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

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

Schéma 3

Bilan des flux dans la filière porcine en 2014



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

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

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

2.1. Filière porc frais

La viande de porc frais commercialisée en GSM est principalement 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 en rayon boucherie sous la forme de quatre principaux articles (tels que désignés dans le panel Kantar) : la côte de porc, le rôti de porc, l'escalope de porc et le filet de porc. À noter que « rôti » et « escalope », contrairement à « filet » et « côte », ne désignent pas une partie anatomique précise mais constituent plutôt des présentations de la longe. L'observatoire a donc choisi de retenir ces produits pour le suivi de la commercialisation de la viande de porc frais depuis l'entrée de l'abattoir jusqu'au stade des barquettes de viande mise en rayon.

Ces dernières, ou unités de vente consommateur (UVC) peuvent avoir deux origines :

- les UVCI, unités de vente consommateur industrielles, sont élaborées dans l'industrie de l'abattage-découpe, qui assurent ainsi la transformation ultime de la longe ;
- les UVMC, unités de vente consommateur magasin, sont préparées, à partir de la pièce de longe fournie par les industriels de l'abattage-découpe, dans les laboratoires des magasins.

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse de porc charcutier classe E et S entrée abattoir (FranceAgrimer-Réseau des nouvelles du marché) ;
- pour la pièce de longe sortie industrie d'abattage-découpe (pour UVMC) : cotation des pièces de porc au marché de Rungis (idem) ;
- pour les UVCI : enquête de l'Insee réalisée pour l'observatoire sur les prix moyens sortie industrie pour GSM ; cette enquête ne porte toutefois que sur deux produits de la longe : les côtes et les rôtis ;
- pour les prix au détail en GSM : achats en valeur et quantités du panel de consommateurs Kantar Worldpanel ; ces données de prix portent sur chacun de quatre principaux articles de boucherie issue de la longe : côte, le rôti, l'escalope et le filet.

Les suivis réalisés désormais par l'observatoire diffèrent sensiblement des précédents car des données supplémentaires ont été prises en compte et des corrections ont été apportées :

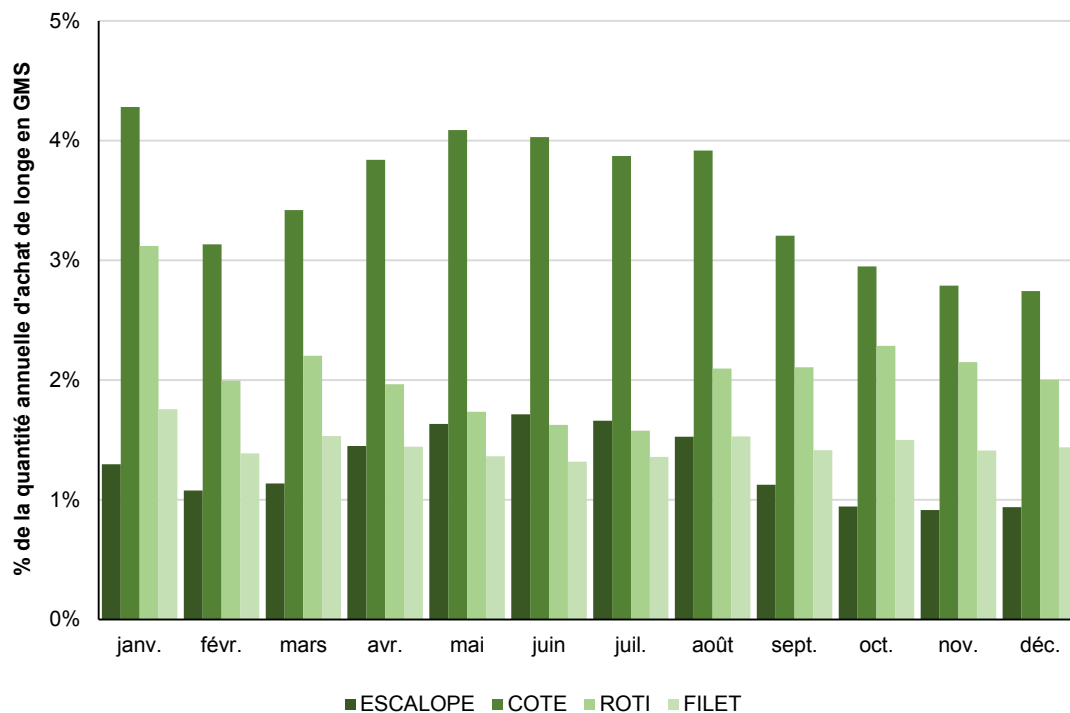
En mode UVMC, la décomposition du prix au détail porte maintenant sur chacun des 4 articles (côtes, rôtis, escalopes, filets) et sur une longe constituée par l'ensemble de ces quatre produits, pondérés par leurs quantités achetées respectives. Les coefficients de pondération ont été calculés sur une même année de référence, l'année 2015, pour toute la période suivie (depuis 2005). Ceci permet de comparer dans le temps le prix moyen d'un panier d'articles dont la composition reste homogène (et très proche de la période actuelle) tout en rendant compte de la saisonnalité de la consommation : pour un article donné, le coefficient de pondération pour un mois donné diffère de ceux des autres mois mais reste le même quelle que soit l'année. Auparavant, seuls la côte et un agrégat « rôti et filet » en pondération fixes (1/3 côte, 2/3 rôti-filet) étaient pris en compte pour reconstituer la longe : ceci avait pour conséquence de majorer le prix moyen, et donc l'indicateur de marge brute, de la longe au détail en GSM. En effet, les quantités d'achats d'articles de longe sont dominées par les achats de côtes, produit moins cher que les autres et souvent en promotion. Dans ce mode UVMC, les produits issus de l'abattage-découpe et livrés aux GSM sont des longues entières dont on suppose que la découpe permet d'obtenir des côtes, des rôtis, du filet et de l'escalope de porc dans les proportions observées des quantités achetées en GSM. La découpe de cette longe ayant des rendements différents selon l'article, la valeur sortie abattage-découpe de la partie de longe transformée en GSM par kg d'article final diffère selon qu'il s'agit de côtes, de rôti, de filet ou d'escalope.

En mode UVCI, la décomposition du prix au détail ne porte que sur deux articles : côtes et rôti, l'enquête de l'Insee pour l'observatoire sur les prix moyens sortie industrie ne portant que sur ces deux articles. Chaque produit est suivi séparément puis combiné à l'autre dans les proportions des quantités achetées observées chaque mois dans l'année prise pour référence (2015). Par rapport aux séries antérieures, le rôti pris en compte ici au détail est l'article ainsi désigné dans le panel Kantar, et non, comme auparavant, un « mix » de produits du filet.

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de longe vendu au détail n'est pas le prix du kg de carcasse entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisations différentes) : à ce prix doivent être appliqués les rendements de transformation et le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la valeur de l'ensemble des valorisations [Mainsant, Porin, 2002].

Graphique 21

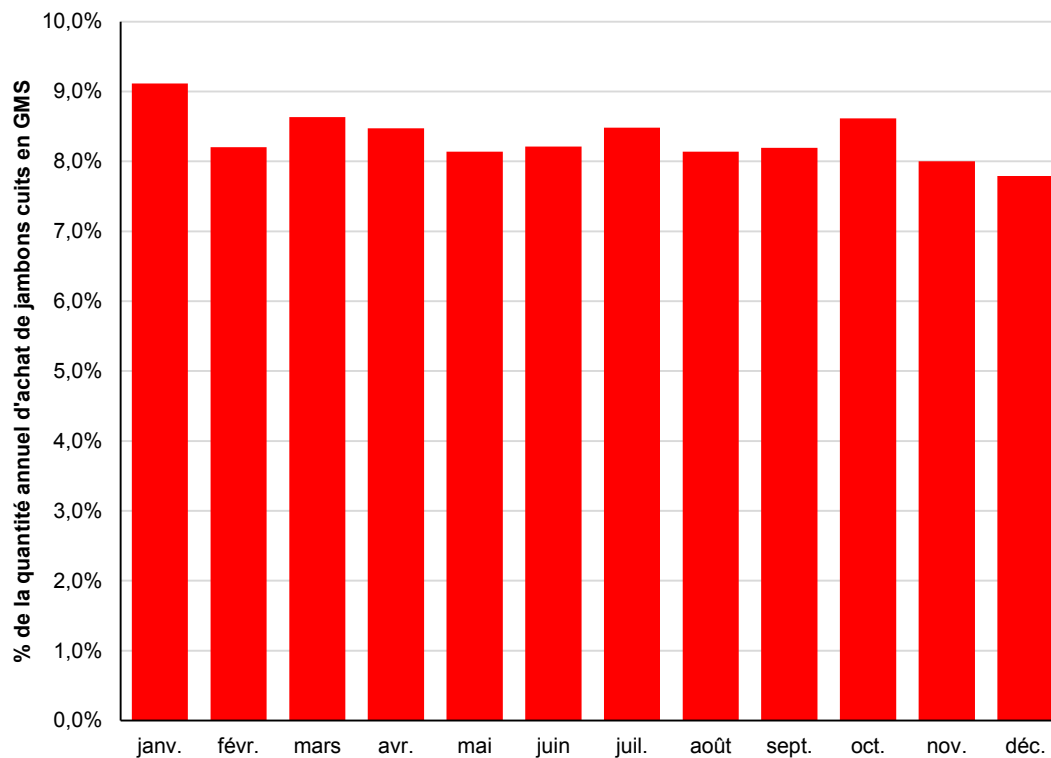
Saisonnalité des achats d'articles de longe de porc au détail en GMS



Source : Kantar Worldpanel

Graphique 22

Saisonnalité des achats de jambons cuits au détail en GMS



Source : Kantar Worldpanel

2.2. Filière charcuterie de porc

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

Les sources de prix utilisées par l'observatoire sont :

- pour le porc à la production agricole : cotation nationale de la carcasse entrée abattoir (FranceAgrimer-Réseau des nouvelles du marché) ;
- pour la pièce de jambon sortie industrie d'abattage-découpe : cotation des pièces de porc au marché de Rungis (Idem)¹⁷ ;
- pour le jambon sortie industrie de charcuterie-salaison : données détaillées pour l'enquête Prodcom (SSP) sur les produits commercialisés des industries alimentaires (tonnages commercialisés et chiffre d'affaires en jambons cuits des entreprises de charcuterie. On en tire un prix moyen annuel, que l'on mensualise en lui appliquant l'indice mensuel de l'Insee du prix de production dans l'industrie du jambon cuit (en année N, lorsque le prix moyen annuel N-1 est connu, il est en général nécessaire de recalculer les valeurs mensuelles de l'année N-1 afin qu'elles soient cohérentes avec le prix moyen annuel, l'indice ayant pu entraîner une légère dérive) ;
- pour les prix au détail en GMS : achats en valeur et quantités du panel de consommateurs Kantar Worldpanel, moyenne des jambons cuits vendus en libre-service ou à la coupe.

Compte tenu des différences de nomenclature des gammes de jambons cuits dans le panel Kantar et dans la base de l'enquête Prodcom, il est impossible de s'assurer que l'ensemble « *jambons cuits* » a exactement la même composition en gammes aux deux stades (industrie de charcuterie et détail en GMS). Toutefois, le poids du débouché en GMS limite le biais éventuel.

La consommation de jambon cuit s'avère relativement peu saisonnière. Pour le calcul des prix moyens annuels, les prix moyens mensuels (source : Kantar Worldpanel) ont été pondérés par les pourcentages mensuels du volume annuel d'achat observés en 2015.

La valeur de la matière première entrée abattoir pour un kg de produit de jambon vendu au détail n'est pas le prix du kg de carcasse de porc entrée abattoir (laquelle carcasse donnant des pièces de valorisations différentes) ; à ce prix doivent être appliqués les rendements de transformation et le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la valeur de l'ensemble des valorisations [Mainsant, Porin, 2002].

¹⁷ FranceAgriMer élabore et diffuse également un indice du prix d'achat de la pièce de jambon par les industriels de la charcuterie à leurs fournisseurs.

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

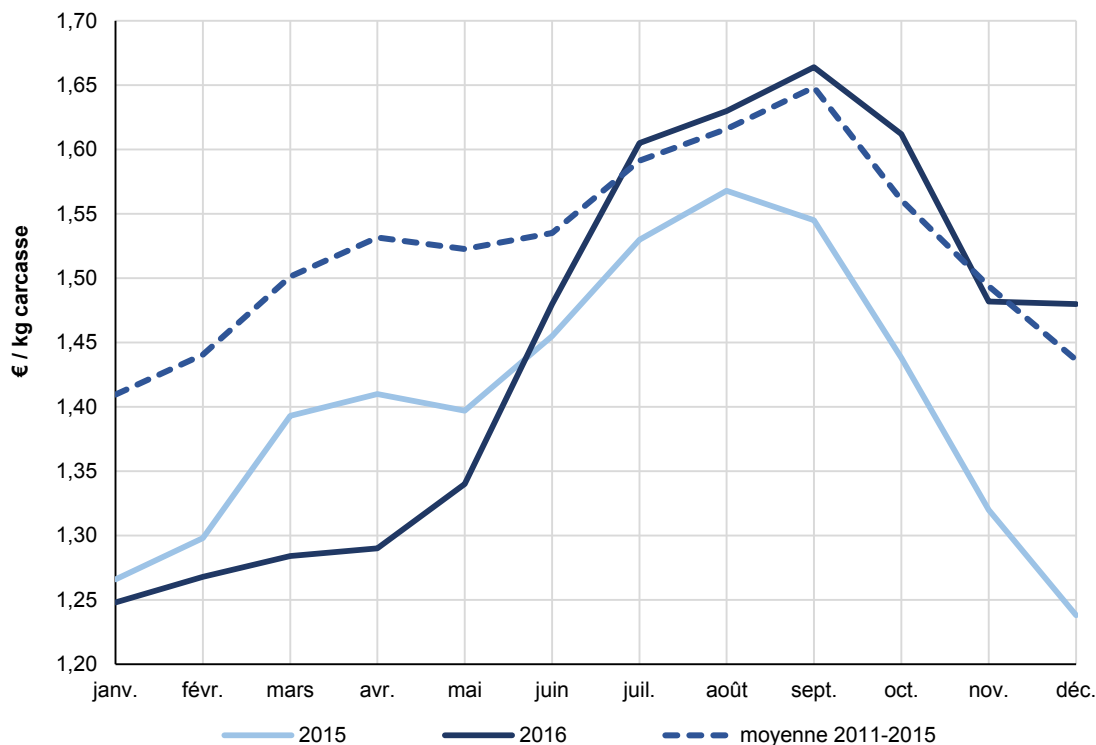
L'année 2015 avait été marquée par la fragilisation du marché français du porc sous l'effet de la fermeture du débouché russe, dans un contexte de repli de consommation intérieure. En 2016, la demande chinoise a connu un rebond important, portant les ventes européennes de porc vers la Chine et Hong-Kong à 474 000 tonnes au premier trimestre, soit +66% par rapport à 2015. En France, dans le même temps, les exportations vers les pays tiers, dont la Chine, ont progressé de 33%. Cette augmentation assez inattendue de la demande chinoise serait liée à la fermeture, pour causes notamment sanitaires, de nombreux petits élevages familiaux et périurbains. Elle a contribué à l'amélioration du marché à partir du milieu de l'année, malgré l'embargo sur la Russie et malgré une consommation intérieure toujours en baisse en 2016. En volume annuel d'achat au détail, l'ensemble des viandes de porc frais a reculé de 3,5% (dont -4% pour la longe) et le jambon cuit de 2% ; la consommation de certains autres produits de charcuterie, de moindre poids dans la demande totale de viandes de porc, progressant toutefois : +1,5% pour les jambons secs, +1,7% pour les saucissons secs (Conjoncture – Viandes FranceAgriMer, d'après Kantar Worldpanel).

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière porc frais : produits de longe en UVMC

Le prix du porc à la production varie au cours de l'année en fonction de l'offre et de la demande sur le marché européen, mais aussi sous l'effet de la demande mondiale ; les variations mensuelles peuvent représenter un quart du prix de vente. Sur les neuf premiers mois de 2016, les abattages sont en légère progression en têtes (+0,4%), plus sensible en tonnes (+1,1%) du fait de l'alourdissement d'animaux dont la vente avait été différée dans un contexte d'offre excessive (Agreste, Bilan conjoncturel 2016). Si la production porcine reste affectée par la perte du débouché russe, le rebond de la demande chinoise a, temporairement du moins, entraîné le redressement du cours moyen du porc à la production. Après un début d'année encore plus critique qu'en 2015, la cotation nationale entrée abattoir du porc charcutier de classe E et S a ainsi dépassé à partir de juin 2016 les prix de 2015, puis à partir de juillet, a rejoint le niveau moyen des cinq dernières années.

Graphique 23

Redressement du cours du porc à partir de mi-2016



Source : FranceAgriMer, réseau des nouvelles des marchés

L'amélioration du cours du porc et la baisse du prix des aliments pour porcs, créant un « ciseau des prix » plus favorable (cf. Tableau 3 et Graphique 2, Chapitre 2), devraient se traduire par une amélioration du revenu en élevage (Cf. plus loin, Section 4).

Dans l'industrie d'abattage-découpe, l'indicateur de marge brute sur la viande fraîche vendue aux GMS varie peu d'habitude et il y a une répercussion presque immédiate et quasi intégrale des variations de prix du porc vif sur le prix des pièces vendues par les abatteurs. Toutefois, l'indicateur de marge brute de ce maillon (évalué, rappelons-le, sur la base des prix des découpe à Rungis) progresse en 2014 et, plus sensiblement, en 2015, la baisse du coût entrée abattoir n'étant là que partiellement transmise (Graphique 24) ; il augmente à nouveau en 2016, amplifiant l'effet de la hausse du coût entrée abattoir. Ces augmentations de l'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe recouvrent, comme on le verra dans l'analyse des comptes de l'activité (paragraphe 5.2) une progression de certaines charges et une reconstitution de bénéfice, après plusieurs années de résultats négatifs ou nuls.

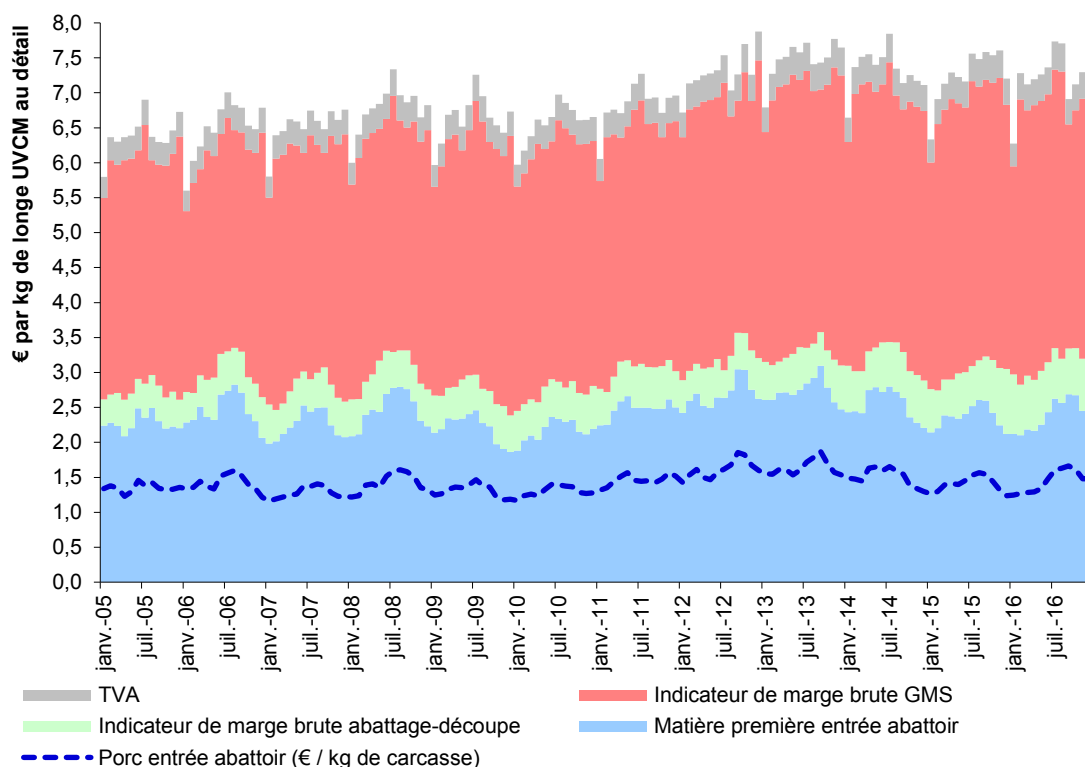
L'indicateur de marge brute des GMS doit couvrir les coûts de dernière transformation et de conditionnement du produit, s'agissant d'UVCM, donc de produits dont la transformation finale est assurée en magasin. Il est assez fluctuant en valeur mais relativement plus stable en pourcentage.

En moyennes annuelles (Graphique 25), la hausse du prix du porc à l'entrée de l'abattoir en 2016 par rapport à 2015 (+5 centimes) se traduit par celle du coût entrée abattoir exprimé par kg de produit final (+2 centimes)¹⁸. Le maillon abattage-découpe paraît avoir amplifié cette hausse : son indicateur de marge brute progressant de 8 centimes, portant la valeur de la longe entrée GMS à 3,05 € par kg de produit final, contre 2,95 € l'année précédente, soit +10 centimes. Cette année, le maillon de la distribution paraît avoir amorti cette hausse : le prix moyen pondéré au détail des quatre principaux produits de longe est en diminution de 1 centime, l'indicateur de marge brute de la GMS diminuant de 12 centimes.

Exprimé en pourcentage du prix au détail hors TVA, l'indicateur de marges brutes diminue en 2016 s'agissant de la GMS tandis qu'il augmente pour l'industrie (Graphique 26).

Graphique 24

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

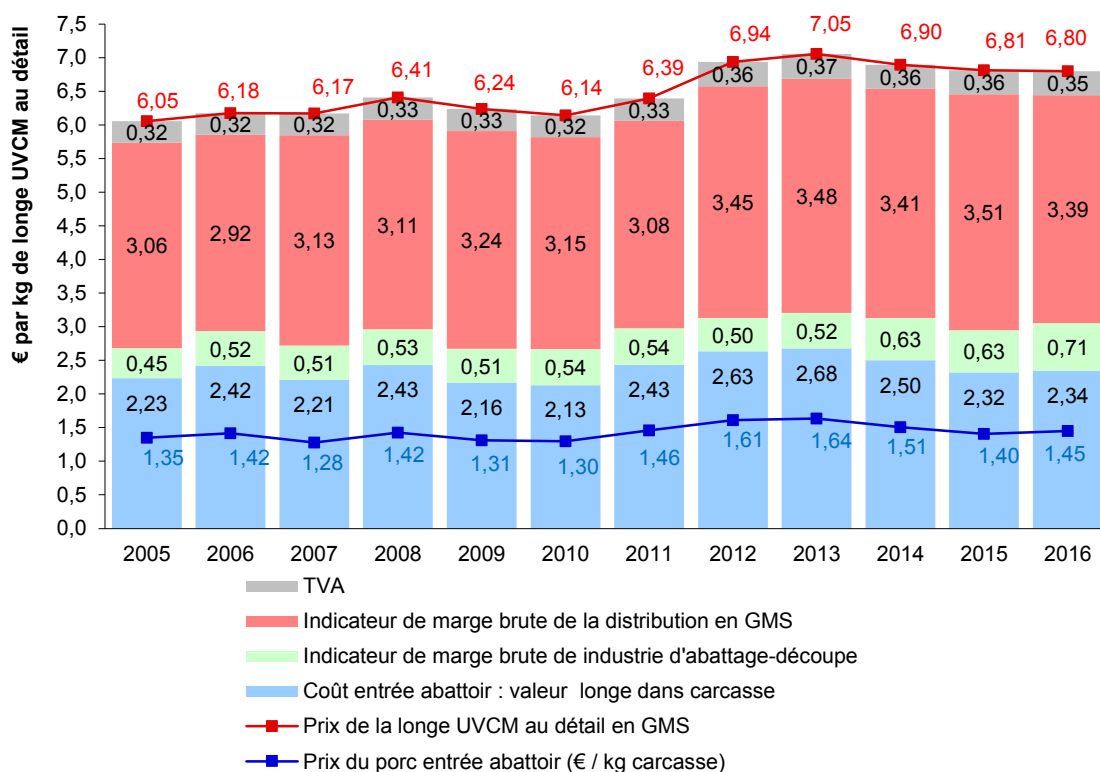


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

¹⁸ On rappelle que la valeur de matière première d'une pièce issue du désassemblage d'une carcasse ne peut qu'être calculée en faisant l'hypothèse d'un taux de marge de l'abattage-découpe identique pièce par pièce à celui observé sur l'ensemble de la carcasse. Le prix de matière d'une pièce est alors évalué par le produit du prix de la pièce sortie découpe, multiplié par le rapport entre la valeur de la carcasse entrée abattoir et la somme des valeurs de toutes les pièces qui en sont issues, pondérées par leurs poids dans la carcasse.

Graphique 25

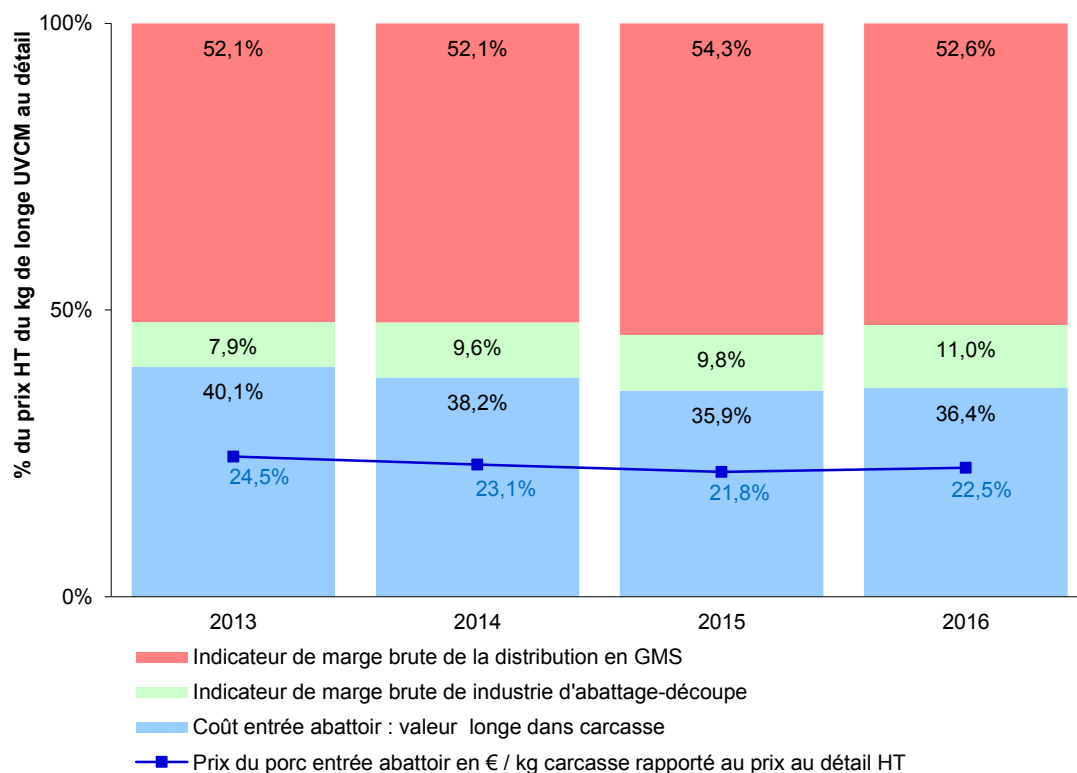
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la longe de porc UVCM



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

Graphique 26

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



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

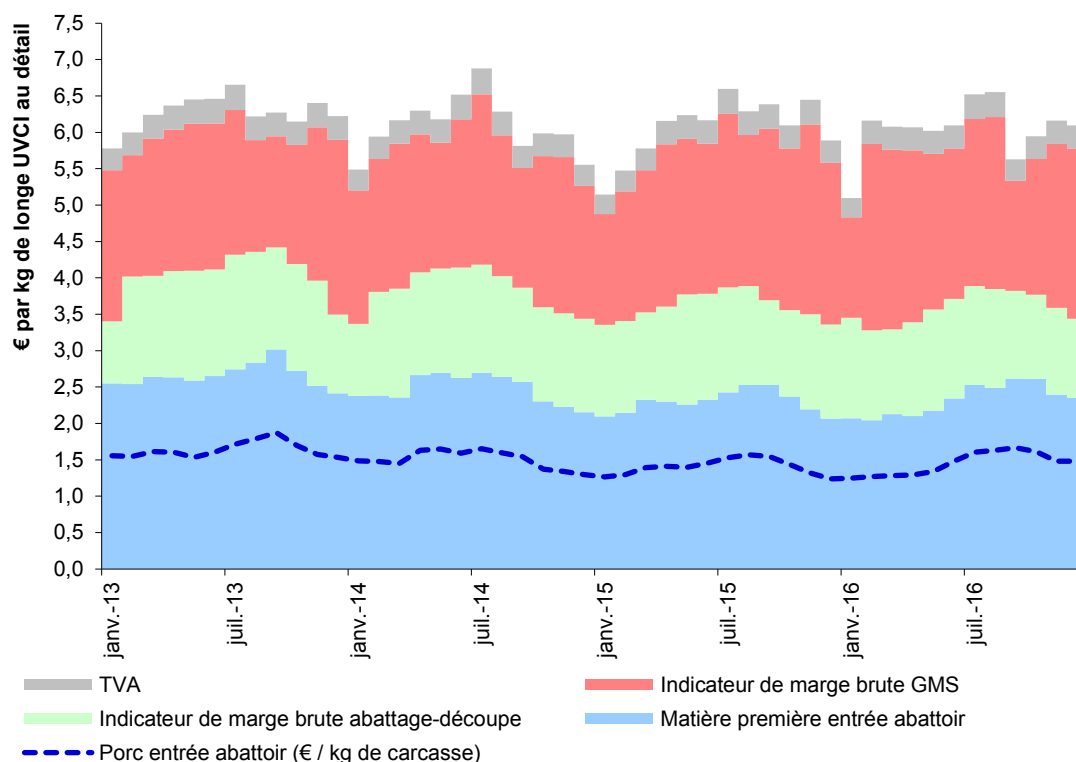
3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière porc frais : la longe vendue en UVCI

Les produits élaborés en portions pour libre-service par l'industriel et suivis par l'observatoire sont la côte de porc et le rôti de porc ; la décomposition du prix au détail de chaque article est présentée plus loin. Auparavant, le Graphique 27, Graphique 28 et Graphique 29 présentent la décomposition du prix moyen au détail de l'ensemble de ces deux articles, pondérés par les consommations saisonnières.

Pour les UVCI, la découpe finale et le conditionnement en « *barquette* » sont réalisés par l'industrie d'abattage-découpe, les GMS assurant la seule distribution du produit. Les articles vendus par les industriels de l'abattage-découpe sont ainsi plus élaborés, - les côtes sont détaillées et le rôti est découpé et paré -, et donc vendus plus cher qu'une longe ou une demi-longe. La marge brute de l'abattage-découpe, devant couvrir les charges afférentes à ces opérations, est plus importante que dans le circuit UVCM. Pour l'ensemble côtes et rôtis en UVCI, elle représente près du quart de la valeur du produit au détail contre 8% à 11% pour la longe dans le circuit UVCM.

Graphique 27

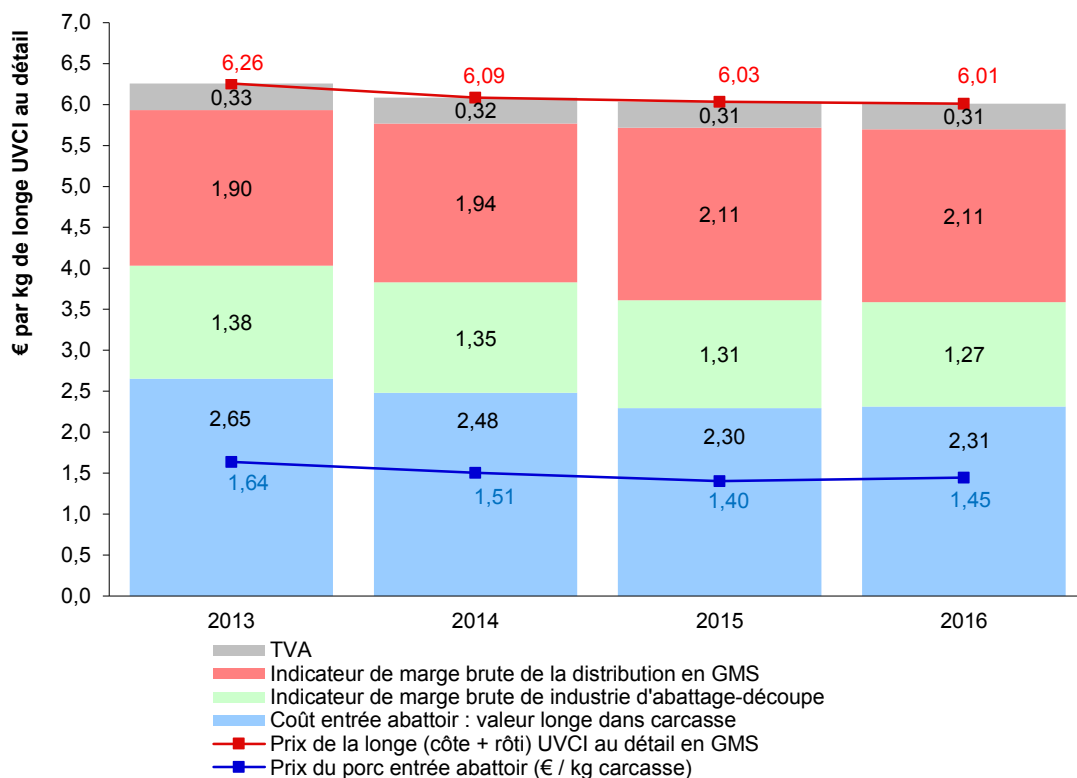
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de l'ensemble côte et rôti de porc en UVCI



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

Graphique 28

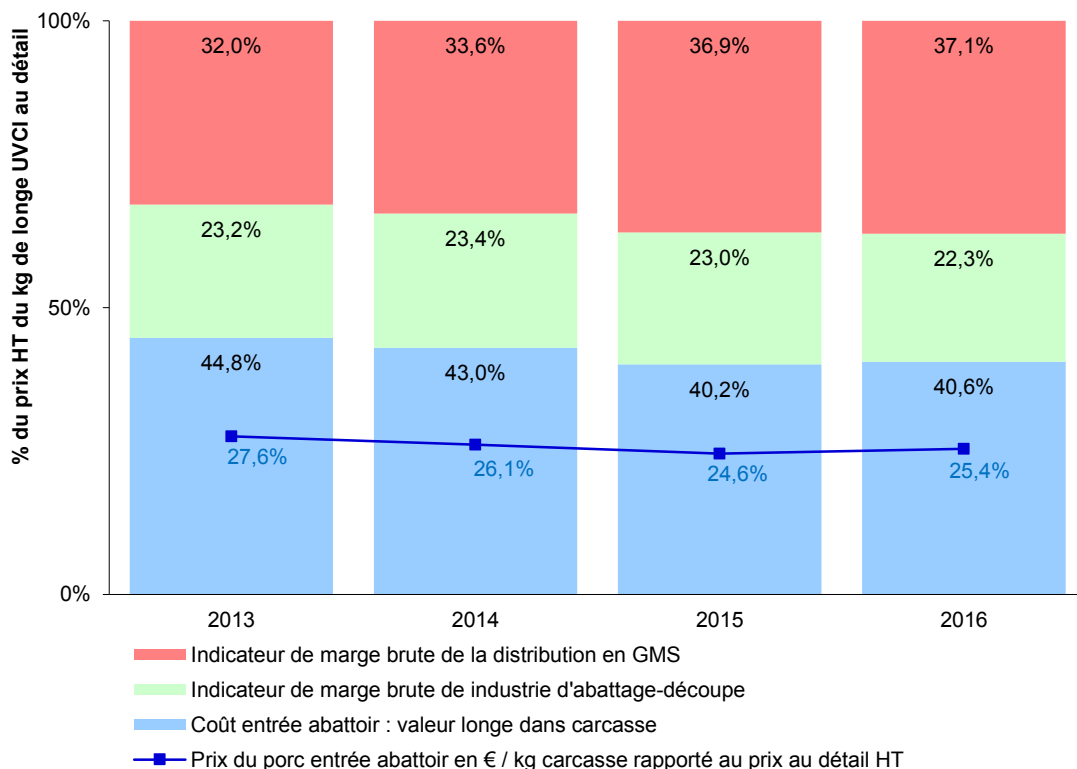
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'ensemble côte et rôti de porc en UVCI



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

Graphique 29

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de l'ensemble côte et rôti de porc en UVCI



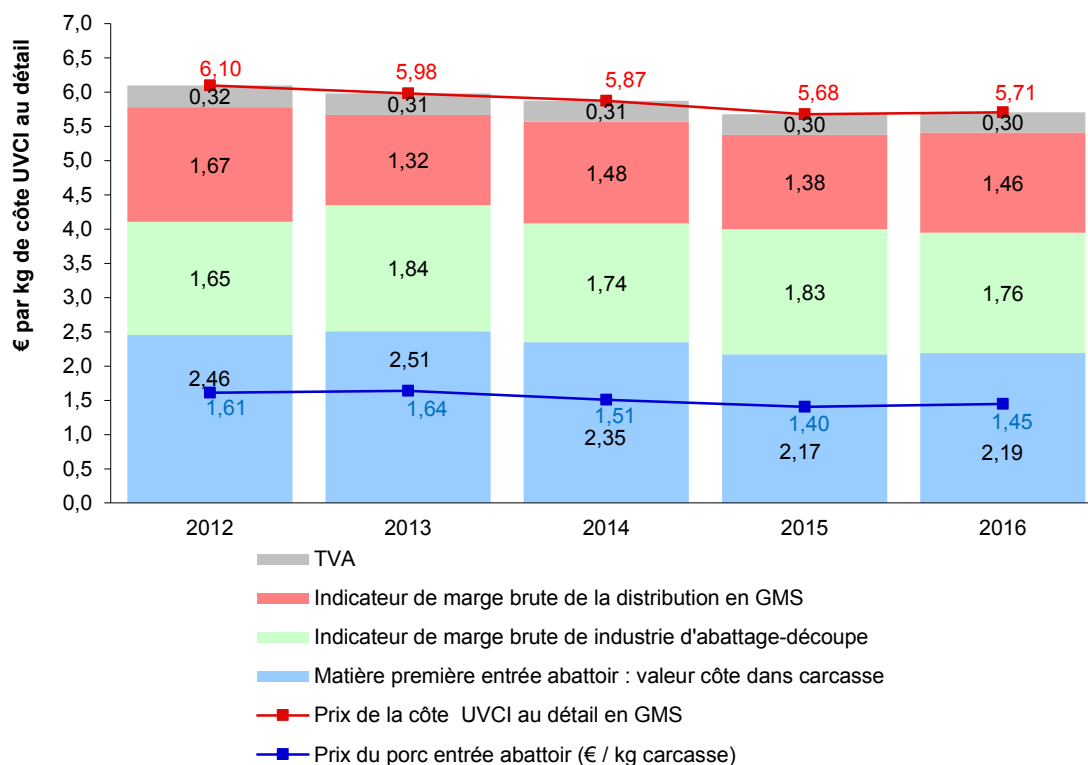
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Insee, Kantar Worldpanel

Les prix au détail de ces deux UVCI sont sur une tendance à la baisse, avec un amortissement par l'aval (tantôt l'industrie, tantôt la distribution) des incidences des variations du prix du porc à la production.

- le prix moyen au détail de la côte de porc UVCI avait enregistré une baisse sensible en 2015, il augmente légèrement en 2016, suivant en cela la hausse du coût entrée abattoir. Celle-ci est amortie par le maillon industriel qui voit baisser son indicateur de marge brute, mais l'indicateur de marge brute en GMS progresse. La situation était pratiquement inverse en 2015.
- en revanche, le prix moyen au détail du rôti de porc baisse en 2016, malgré la hausse du coût entrée abattoir, dont l'impact semble être amorti à la fois par l'industrie et la distribution qui voient diminuer leur indicateur de marge brute respectif.

Graphique 30

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la côte de porc en UVCI



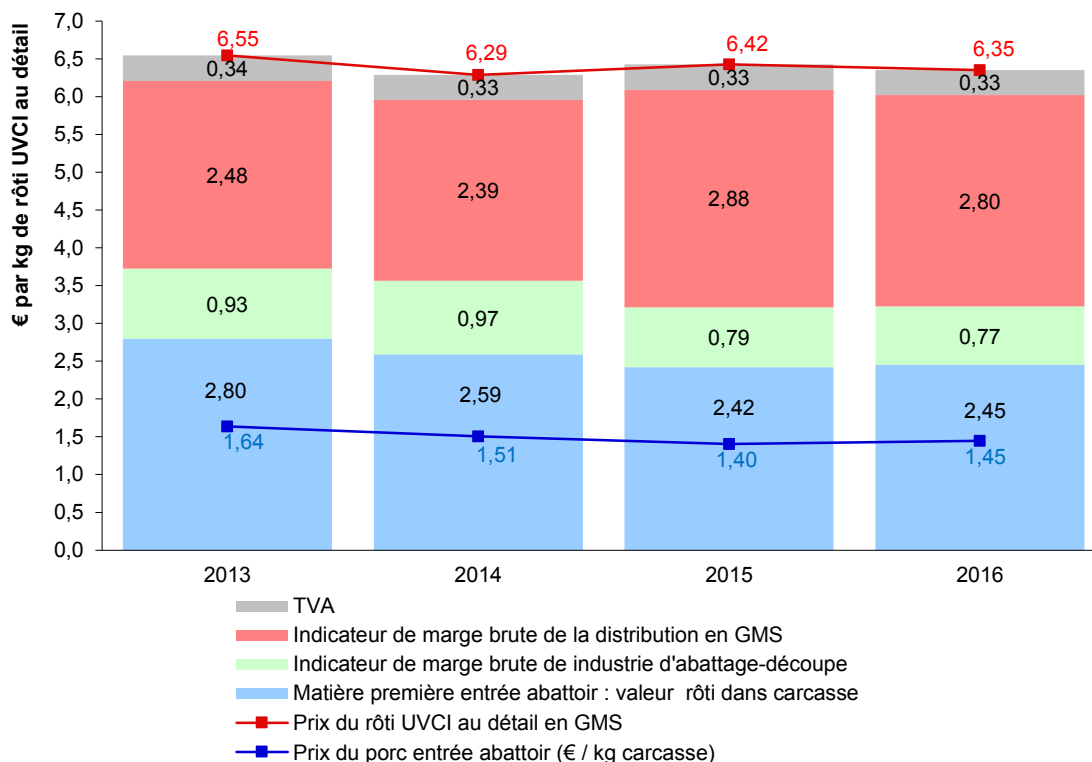
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer-RNM, Insee, Kantar Worldpanel

On remarque la répartition différente des indicateurs de marge brute entre GMS et industrie, selon le produit. Ceci est en partie lié au calcul, inévitablement conventionnel et assez théorique, du coût-matière pour l'industrie. Ce coût est supposé être dans les deux cas la valeur de la quantité de longe incluse dans la carcasse entrée abattoir et nécessaire pour la fabrication d'un kg de côtes ou de rôti en UVCI : il ne diffère, selon l'article, que du rendement de la longe en cet article, rendement plus élevé dans le cas des côtes (vendu avec os) que du rôti (article sans os) : le coût-matière est plus faible pour les côtes que pour le rôti. En outre, il s'avère que le prix moyen de vente du kg d'article UVCI par l'industrie à la GMS (source : enquête Insee pour l'observatoire) est plus faible pour le rôti que pour les côtes. D'où un indicateur de marge brute industrielle plus élevé pour la côte que pour le rôti. Objet de promotions souvent importantes, le prix moyen au détail de la côte de porc est plus faible que celui du rôti, alors que son prix d'achat à l'industrie est plus élevé. D'où un indicateur de marge brute de la distribution plus faible pour la côte que pour le rôti, à l'inverse de l'industrie.

Ceci illustre les péréquations de marges entre produits issus d'une même matière première,... et la limite de toute conclusion sur le partage des marges qui se fonderait sur le suivi d'un seul article.

Graphique 31

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



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

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

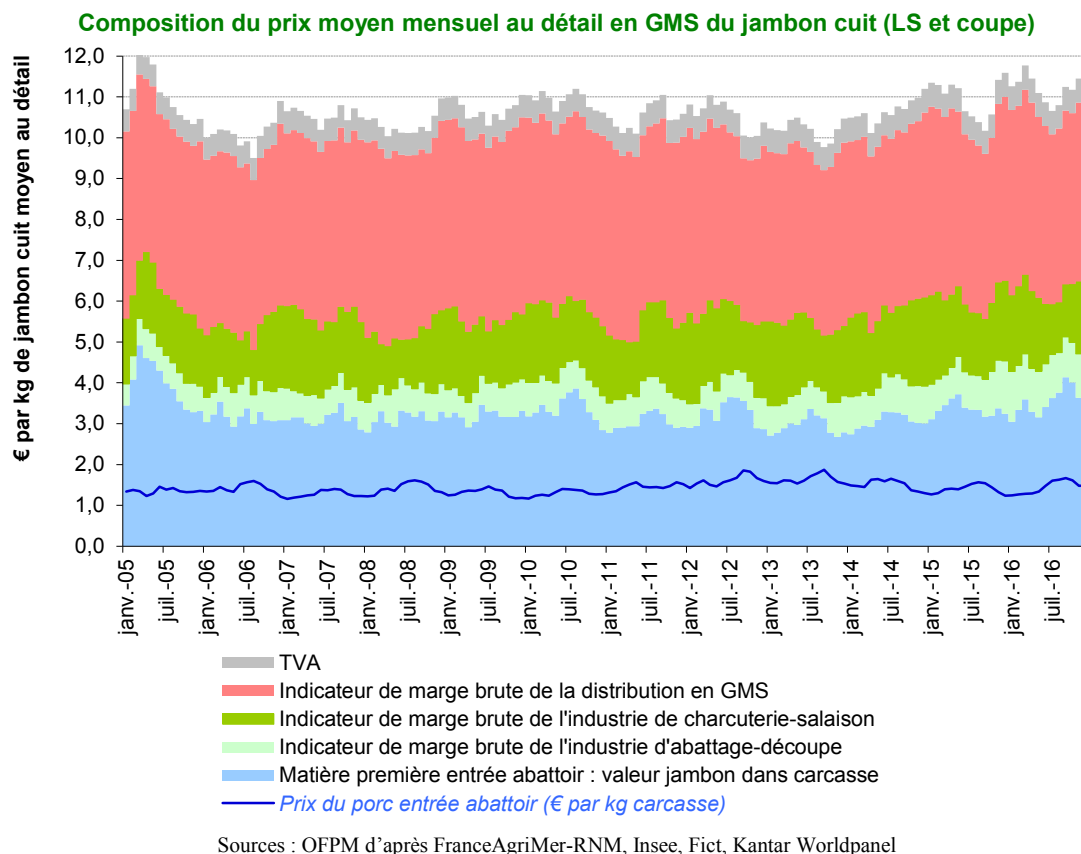
Le prix du porc se forme avec une fréquence hebdomadaire en fonction de l'offre et de la demande sur les marchés européens et les pays tiers. Le prix de la pièce de jambon sortie découpe, comme celui de la longe, suit tendanciellement le cours du porc et comme lui, subit des variations importantes au cours de l'année. Toutefois, en 2014 et 2015, la baisse du coût moyen entrée abattoir n'a pas été répercutée dans la valeur de la pièce sortie découpe. Ces augmentations de l'indicateur de marge brute de l'abattage-découpe recouvrent, comme on le verra dans l'analyse des comptes de l'activité (paragraphe 5.2.) une progression de certaines charges et une reconstitution de bénéfice, après plusieurs années de résultats négatifs ou nuls.

Les salaisonniers achètent leur matière première - la pièce de jambon sortie découpe - à la semaine. La marge brute de la salaisonnerie peut varier fortement d'un mois sur l'autre, ses prix de vente étant relativement stables – le marché étant devenu très concurrentiel - et le prix de sa matière première étant plus volatil. Sur la période suivie, la marge brute de la charcuterie augmentait jusqu'en 2014, mais les charges à couvrir suivaient également une tendance à la hausse, ainsi, le poids du résultat courant dans le chiffre d'affaires avait-il diminué, notamment de 2010 à 2014, s'améliorant en 2014. (Cf. plus loin, paragraphe 5.3 sur les comptes du secteur). En 2015 et 2016, la marge brute de l'industrie de la charcuterie-salaisonnerie diminue.

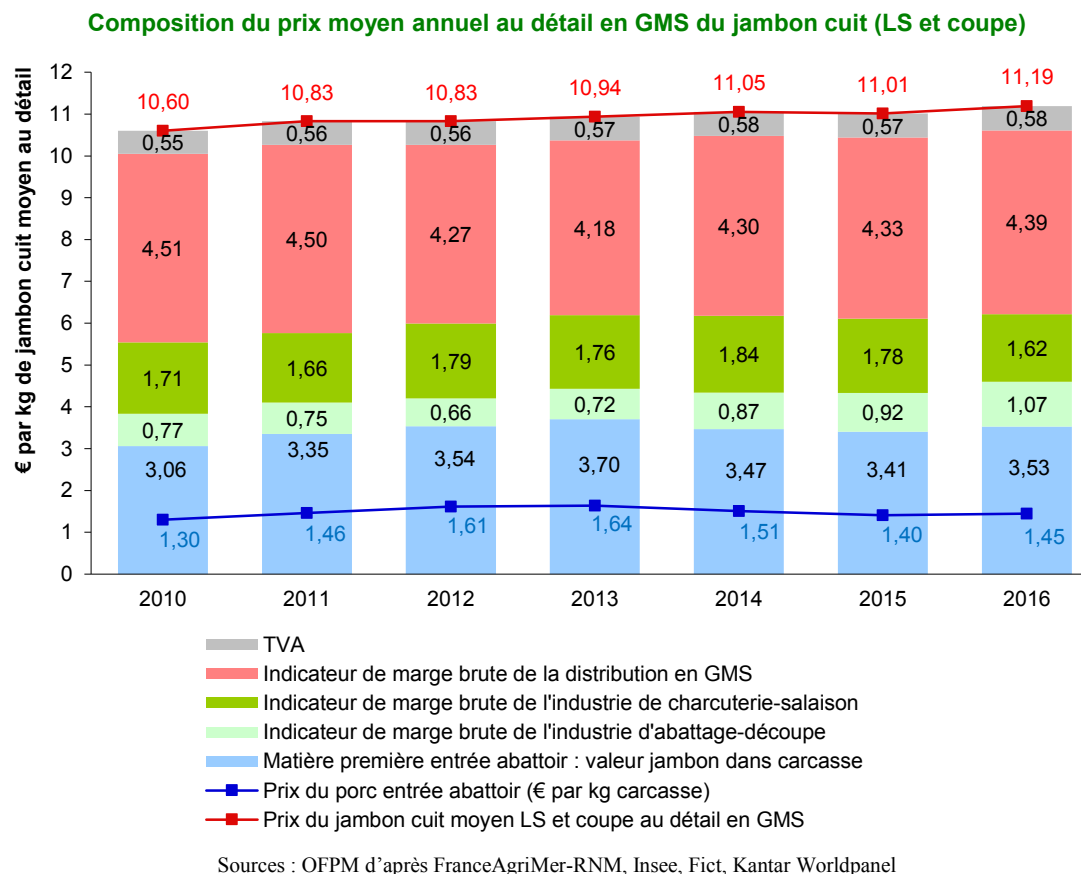
Le prix du jambon en GMS est peu fluctuant. Les GMS négocient avec leurs fournisseurs des contrats où le tarif est fixé pour plusieurs mois, voire à l'année, en fonction de nombreux critères (marque, réputation, concurrence...). L'indicateur de marge brute des GMS varie depuis 2010, autour de 4,40 €, il représente depuis 3 ans un peu plus de 41% de prix de vente HT (Graphique 34). En diminution de 2010 à 2014, cet indicateur est depuis en progression. L'impact des variations du prix du porc sur le coût-matière du jambon cuit en jambon frais est amplifié par le jeu des rendements (près de 1,8 kg de pièce fraîche sortie découpe par kg jambon cuit). Ainsi, en 2016, suivant en cela la hausse du prix du porc à la production, avec un effet amplifié par les rendements de transformation, le coût *calculé*¹⁹ de la matière première de la pièce de jambon a progressé (+12 centimes, Graphique 33). L'impact de cette hausse sur le prix au détail a été amorti par le maillon de l'industrie de la charcuterie, dont l'indicateur de marge brute diminue.

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

Graphique 32

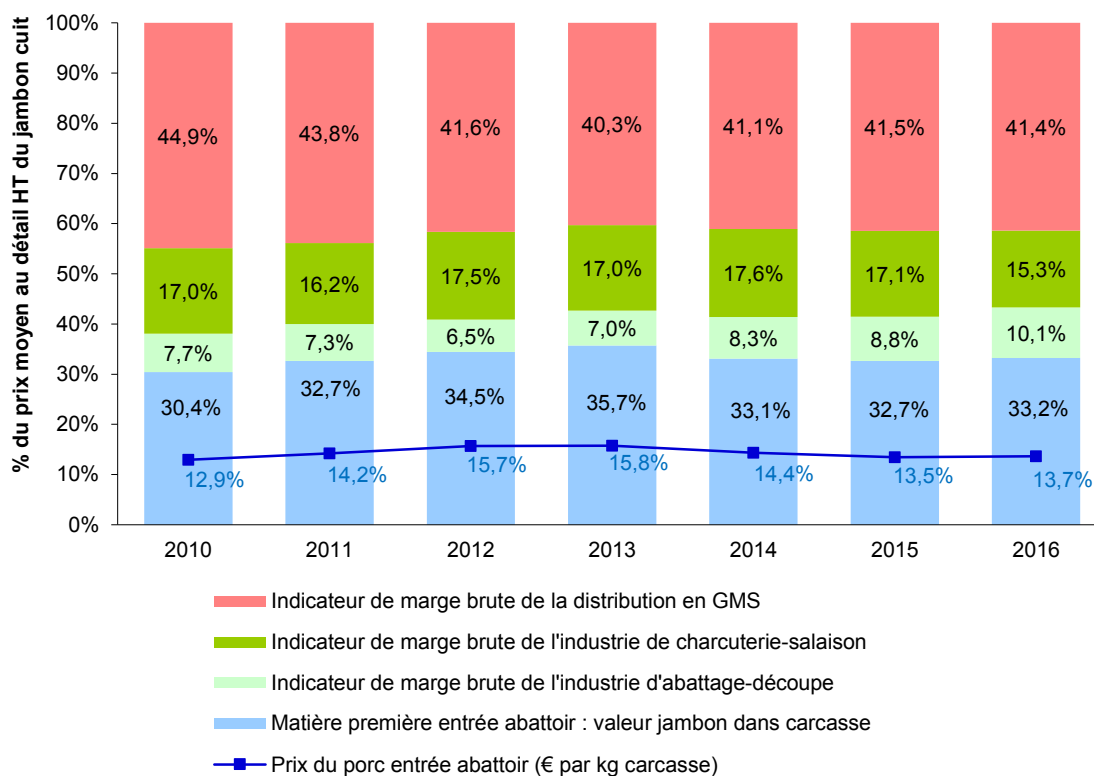


Graphique 33



Graphique 34

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du jambon cuit (LS et coupe)



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

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

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

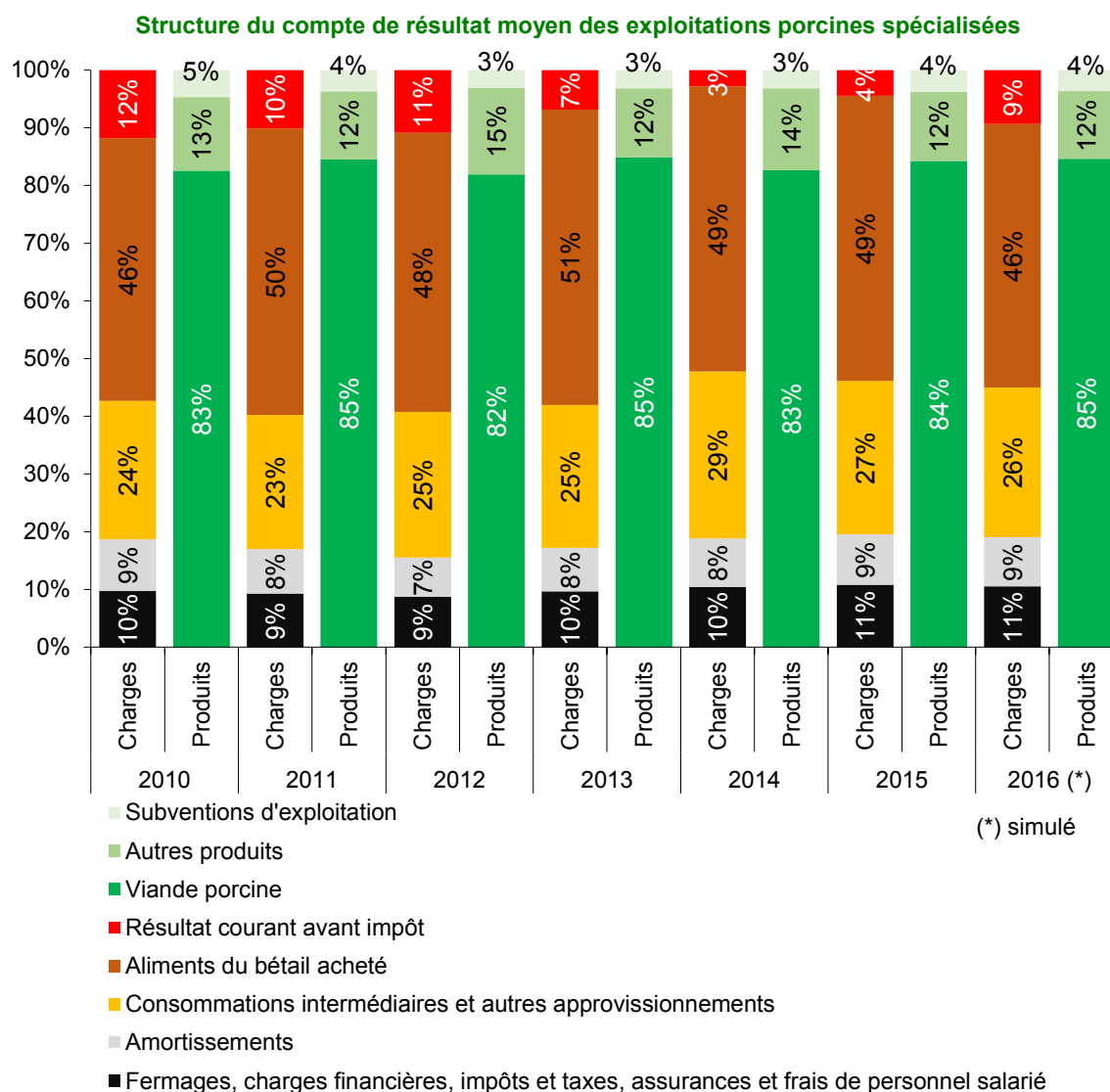
L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de porcs, issu du Rica, est constitué de 152 à 171 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 5 182 à 5 555 exploitations. Dans cet échantillon, la production de porcs constitue plus de 85 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 3 % à 12 %. La part de l'aliment dans les charges est très forte, comprise entre 46 % et 51 %.

Les résultats 2016 sont simulés. L'IPPAP porcins 2016 (Insee), en hausse de 3 %, est appliqué au produit 2015 pour calculer le prix des porcs en 2016. L'IPAMPA aliments pour porcins (Insee), en baisse de 5 %, est utilisé pour simuler le prix de l'aliment. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles stratégies d'adaptation des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2015.

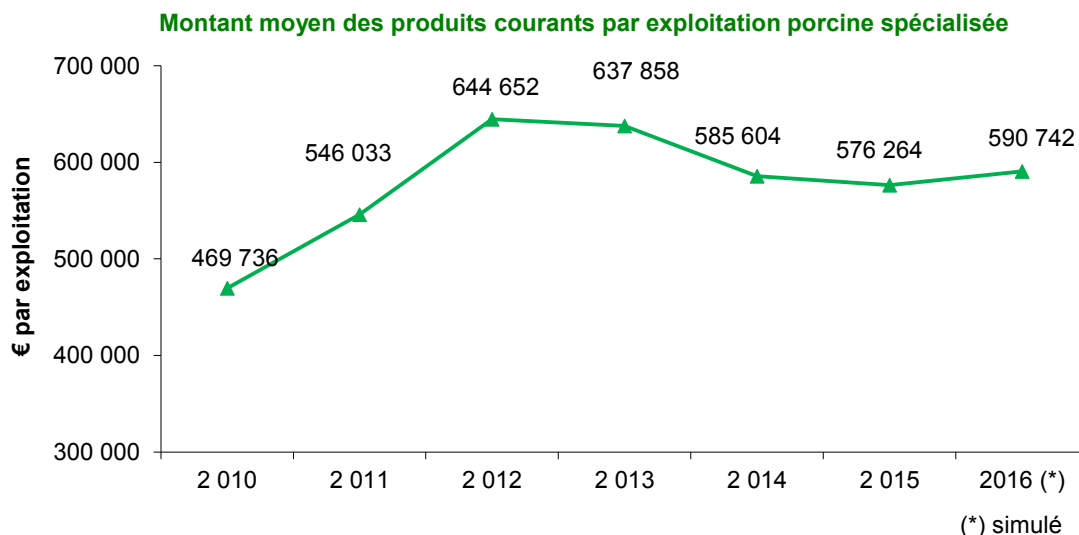
En 2015, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 4 % de la totalité des produits, soit 25 577 € pour 576 264 € (Graphique 35). En 2016, le prix de l'aliment diminue de 5 % tandis que le prix moyen des porcs augmente de 3 %, ce qui permet une hausse du résultat courant avant impôt qui représente 9,3 % du produit en 2016 soit 55 014 € pour 590 742 € de produits totaux. Il passe de 17 685 € par travailleur familial en 2015 à 38 039 € par travailleur familial en 2016 (Graphique 37).

Graphique 35



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2016

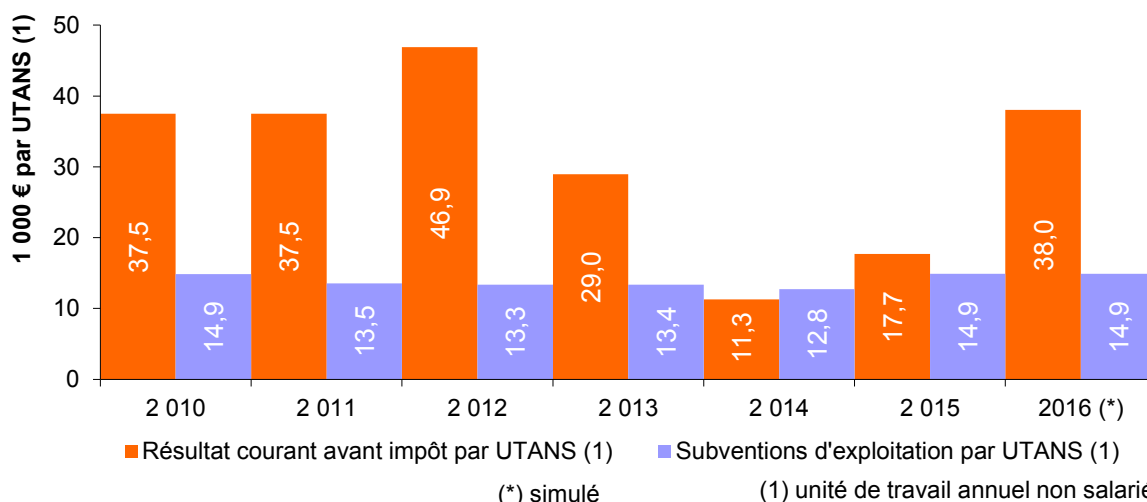
Graphique 36



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee pour simulation 2016

Graphique 37

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



Source : Rica (SSP), indices Insee pour simulations 2016

4.2. Coût de production du porc en élevage

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

- les performances techniques, les prix de vente du porc et les charges alimentaires des élevages naisseurs-engraisseurs suivis en Gestion Technico-Économique (GTE), représentant 46 % du cheptel de truies des élevages naisseurs-engraisseurs français en 2015,
- les charges de structure d'un échantillon composé du groupe GTE-TB (Tableau de Bord), représentant environ 4 % du cheptel des truies des élevages naisseurs-engraisseurs français, et d'informations complémentaires rendues publiques par les centres comptables et les banques, en particulier en Bretagne.

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

- une rémunération pour le travail familial simulée à hauteur de 2 SMIC bruts horaires par unité de main d'œuvre (incluant la partie des cotisations sociales de l'exploitant affectée à l'atelier porcin),
- une rémunération simulée des capitaux personnels (au taux d'intérêt du livret A).

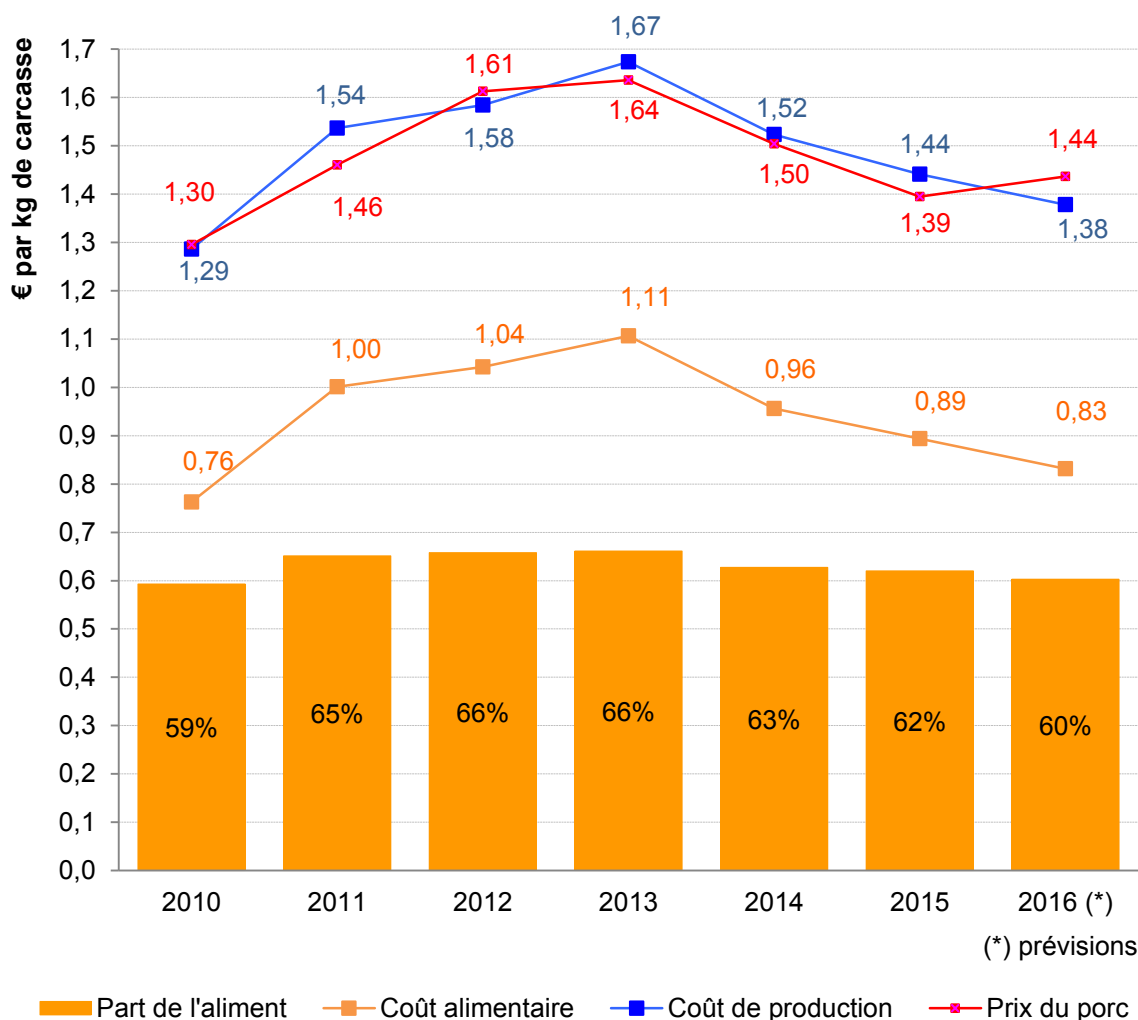
La part de l'alimentation dans le coût de production total varie, sur la période étudiée, de 59 % à 66 %. Cette proportion est supérieure à celle présentée dans l'analyse du RICA (de 46 % à 51 % sur la même période) car seuls les achats d'aliments sont pris en compte dans le RICA alors que le coût alimentaire présenté dans cette approche prend également en compte les intraconsommations de matières premières produites sur l'exploitation. De plus, dans l'analyse faite sur la base du RICA, la part de l'alimentation est rapportée à l'ensemble des produits des exploitations et non au seul produit porcin.

Il est à noter que le coût alimentaire pris en compte est celui de l'aliment consommé dans la période et non celui de l'aliment consommé par les animaux vendus lors de cette période (les variations des prix des aliments sont donc observées avec un certain décalage).

Le coût de production et le prix du porc à l'élevage varient fortement d'une année à l'autre, ce qui entraîne de fortes variations de rentabilité. En 2016, et pour la première fois depuis 2013, les produits de la vente des porcs dépassent les coûts de production moyens permettant ainsi aux exploitations étudiées, un résultat de 5,8 centimes par kg. Ce résultat est permis par des coûts de production en baisse (liée à la baisse du prix des aliments) de 6,2 centimes/kg entre 2015 et 2016 où ils s'établissent à 1,38 €/kg et par un prix du porc à 1,44 €/kg, en hausse de 4,2 centimes/kg entre 2015 et 2016 ; ce prix reste toutefois en dessous de la moyenne des cinq dernières années (1,52 €/kg).

Graphique 38

Coût de production moyen du porc en élevage (2010-2016)



Source : IFIP

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

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

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment), pour une même année et ne permettent plus de prolonger la série précédente des comptes du secteur de la transformation et de la conservation des viandes porcines de boucherie. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données.

Les résultats ci-après sont obtenus au moyen d'un traitement particulier, pour l'observatoire, des données individuelles de la base Esane – Insee. Le SSP a sélectionné les entreprises de transformation dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de porcins constituaient une part importante (au moins 61 %) de la production vendue de biens. L'échantillon ainsi constitué regroupe 45 entreprises en 2014. Un traitement différencié des données de base collectée par l'Insee entraîne une rupture de série entre la période 2011 à 2013 et l'année 2014.

Comme lors des années précédentes, la structure du compte de résultat montre la part prépondérante du poste « *marchandises, matières premières et approvisionnements* » (de 74,2 % à 76,3 % sur la période étudiée), qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le poids de ce poste progresse jusqu'en 2012-2013, puis il baisse en 2014 avec la diminution des cours du porc (cependant, il est à noter qu'il existe une rupture de la série).

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

Le poids des frais de personnel (donc, hors intérim) passe de 9 % à 8,6 % de l'ensemble des charges sur la période 2011-2013. Il s'établit à 8,5 % de l'ensemble des charges en 2014.

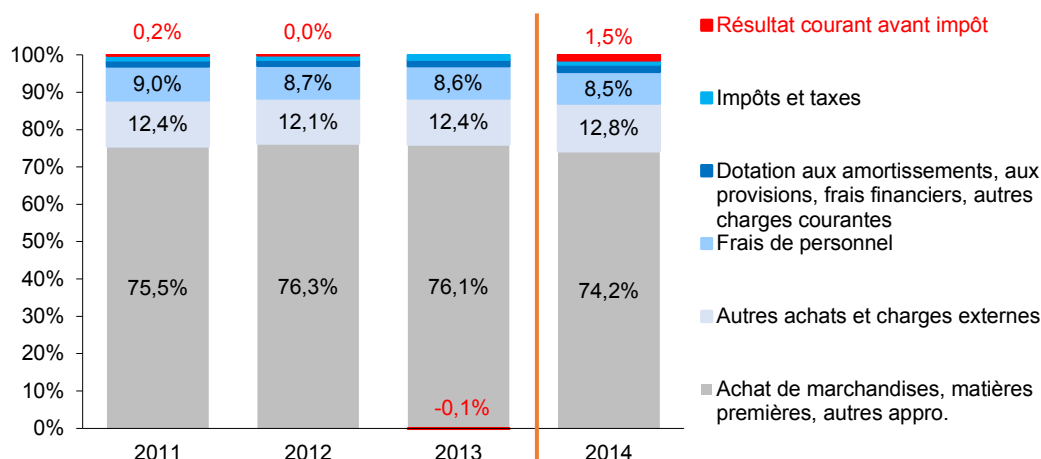
Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 11 % à 13 % sur la période.

La marge brute correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 39. La part du résultat courant est faible et en baisse jusqu'en 2013. En 2014, cette part s'établit à 1,5 % du total des charges (RCAI compris) mais les données 2014 ne soient pas comparables avec celles des années antérieures. La baisse du prix du porc en 2014 a toutefois probablement contribué à une amélioration du RCAI du secteur. Rappelons par ailleurs qu'il s'agit des résultats des seules unités légales classées dans le secteur industriel : lorsque ces entreprises appartiennent à des groupes, il est possible que leurs ventes soient en fait des cessions internes à d'autres unités du groupe ayant une activité commerciale et où se réalise le résultat.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2015 et, a fortiori, pour 2016 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, une baisse du poids des achats de matière première sous l'effet de celle du prix du porc en 2015. En 2016, les cours du porc étaient inférieurs à ceux de 2015 jusqu'en juin, puis ils se sont redressés : au total, le poids des achats de porcs devrait donc augmenter toutes choses égales par ailleurs.

Graphique 39

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



Attention, rupture de série en 2014 : du fait de changement de méthode dans l'enquête Esane, les résultats 2001-2013 ne sont pas comparables avec ceux de 2014.

Source : OFPM par SSP d'après Esane

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

FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts, des marges et des résultats des entreprises d'abattage et de 1^{ère} transformation de la viande porcine, en relation avec la conjoncture. L'étude est réalisée auprès de 7 entreprises et groupes d'entreprises ne transformant que des porcins et ayant traité plus d'un million de tonnes de viande de porc en 2015, ce qui représente 65% des abattages contrôlés nationaux.

En 2016 (9 premiers mois), le résultat courant, qui s'établit à 2 cts d'€/kg de carcasse, est en progression de 4 cts d'€/kg par rapport au résultat sur la même période de 2015 (Graphique 40, page suivante). Il devient ainsi positif. Dans un contexte de hausse des cours à la production amorcée en juin, le prix de vente des entreprises progresse plus rapidement que leur prix d'achat, bien que favorisé par un contexte commercial porteur. En effet, on constate au plan national sur cette période des exportations de viandes sur pays tiers en très forte hausse, notamment vers la Chine. Cependant, les achats de viande de porc frais par les ménages français sont en retrait. Les charges, dans un contexte de hausse de l'activité, progressent légèrement.

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

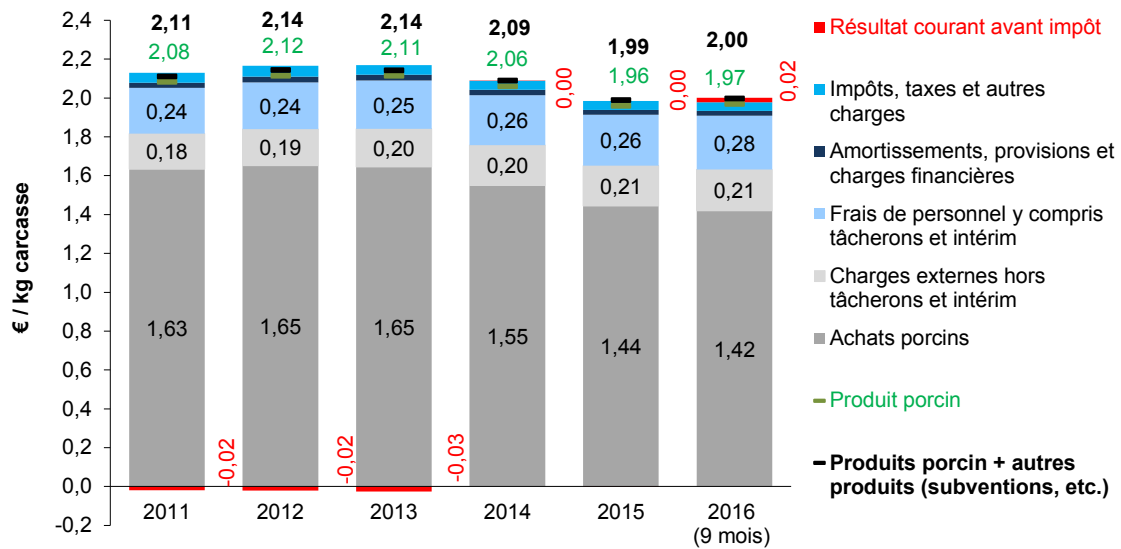
Le secteur de la 2^{ème} transformation du porc²⁰ bénéficie généralement de la baisse des prix du porc, indirectement via son fournisseur, l'abattage-découpe, qui transmet les variations de prix de sa propre matière première. Ce fut le cas en 2015, comme le montre le Graphique 42 portant sur 238 entreprises suivies par la Banque de France pour la Fédération des industriels charcutiers – traiteurs (Fict). Le montant des achats de matière première par ce secteur a diminué de -133 M€ soit -3,1 % par rapport à 2014. La production a baissé mais dans une moindre proportion (- 71 M€ ; - 0,9 % par rapport 2014). Ainsi, le résultat du secteur s'améliore en 2015 de 40 M€, soit 21,8 %. Cette amélioration est probablement due pour partie au CICE : une étude de la Fict estime que ce dispositif a généré pour le secteur une baisse de charges de 43 millions d'euros.

En 2015, comme en 2014, le résultat courant se maintient à plus de 2 % dans le chiffre d'affaires, ce qui n'avait pas été le cas depuis 2011. Après les hausses de 2011 et 2012, le poids des achats de matières premières dans le chiffre d'affaires a diminué en 2013, 2014 et 2015. Il devrait augmenter en 2016, si l'industrie d'abattage-découpe transmet intégralement la hausse des prix d'achat de la matière première. Le poids des autres charges augmentent légèrement en 2015.

²⁰ On notera que ces désignations des stades industriels varient selon les filières : en bovins, la 1^{ère} transformation est la « production de la carcasse », soit l'abattage et les opérations de désassemblage de celle-ci en quartiers, la 2^{ème} transformation étant le désossage conduisant à la production de pièces de muscles, la 3^{ème} transformation désignant la production de morceaux consommables. En porcine, le terme 2^{ème} transformation désigne aussi la charcuterie, la 1^{ère} transformation étant alors l'ensemble de l'abattage-découpe et production de pièces de viande de porc frais.

Graphique 40

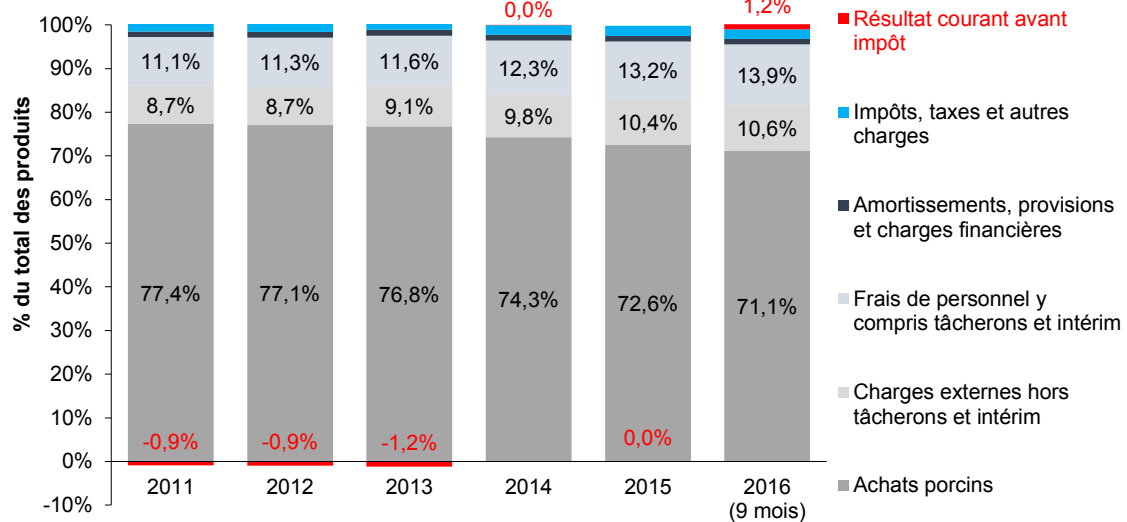
Coûts et résultat courant par €/ kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe de viande porcine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Graphique 41

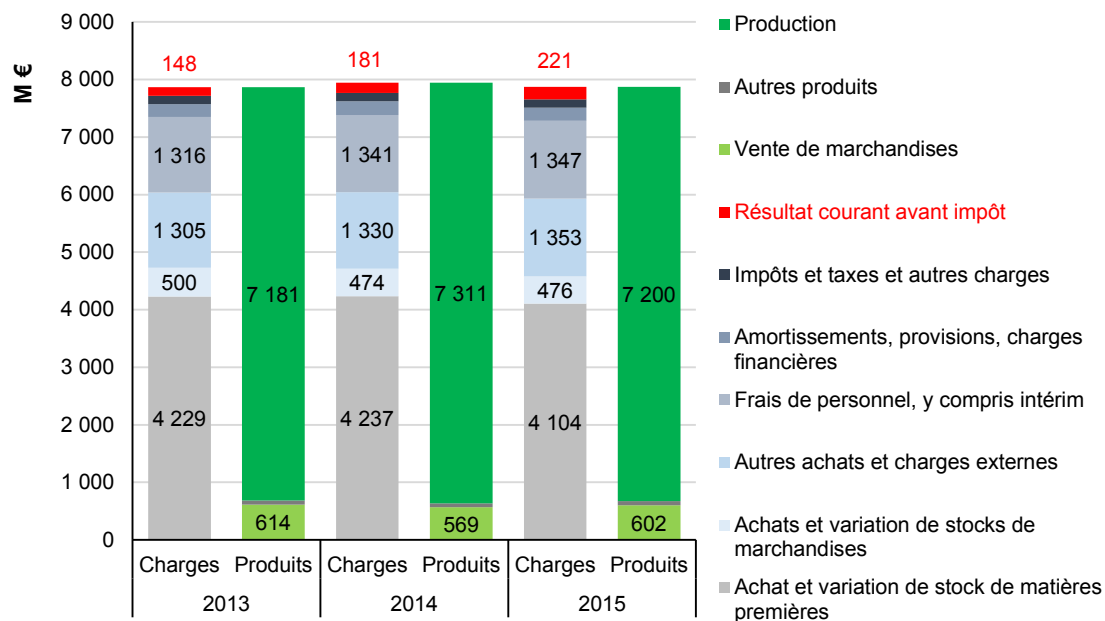
Coûts et résultat courant en pourcentage de la valeur des produits dans l'abattage-découpe de viande porcine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Graphique 42

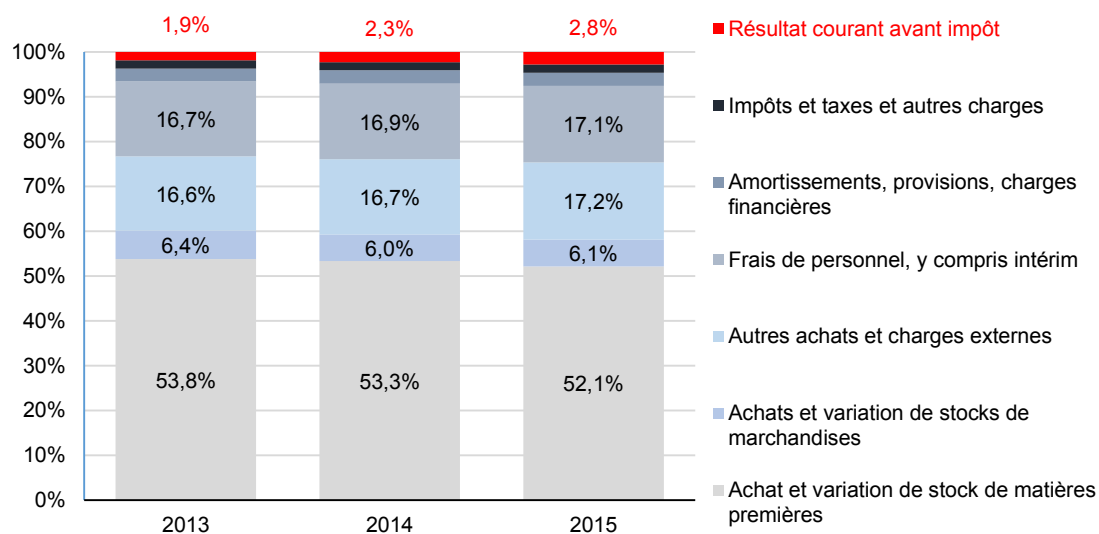
Compte de résultat des entreprises de charcuterie - salaison
(hors artisanat commercial)



Source : Banque de France, pour Fict

Graphique 43

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



Source : Banque de France, pour Fict

6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE ET CHARCUTERIE DES GMS

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

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

Les rayons boucherie et charcuterie ont un poids comparable dans le chiffre d'affaires total des rayons étudiés : 15 % pour la boucherie, 16 % pour la charcuterie en 2015. Le rayon charcuterie se distingue ensuite par une contribution plus importante à la marge brute de l'ensemble des rayons (18 % contre 13 %) et surtout par sa marge nette, positive qui contribue à 55 % de la marge nette positive des enseignes, alors que celle du rayon boucherie est négative.

Le rayon boucherie des GMS a une activité de dernière transformation : préparation de portions consommateurs (UVCN) par désossage et découpe à partir de carcasses ou quartiers (rare en porc frais), ou découpe à partir de PAD (pièces de muscles prête à découper) ou de longes, en porc frais. Il concentre ainsi 19 % des frais de personnel dédié des rayons étudiés. En charcuterie, où ce taux est de 11 % ; les personnels dédiés interviennent pour la vente assistée et à la coupe ou pour la préparation des portions préemballées.

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

6.2.1. Marges et charges du rayon boucherie

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,6%. Ce taux est inférieur de plus de 4 points à la moyenne des rayons étudiés, en partie, probablement, du fait des pertes et freintes due à la préparation des produits. Sur cette marge brute s'imputent des frais de personnel dédiés importants rapportés au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 11,6 € pour 100 € de CA (9,3 € en moyenne tous rayons étudiés). Ce personnel est nécessité par les activités de transformation réalisées en magasin : découpe de PAD (ou de longes, en porc frais), voire désossage de quartiers et carcasses (ovins, parfois bovins, rarement porcins), élaboration d'UVCN.

La marge semi-nette est ainsi de 13,1 € en moyenne en 2015, inférieur aux autres rayons (19,7 € en moyenne). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative : -2,9 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de -1,8 € après.

6.2.2. Marges et charges du rayon charcuterie

À la différence du rayon boucherie, le rayon charcuterie présente un taux de marge brute élevé : 32,8% du CA, soit près de 4 points de plus que la moyenne des rayons étudiés, et l'activité de préparation des produits est moins importante (pas de désossage, ni de découpe de grosses pièces). Cette-ci concerne le rayon charcuterie à la coupe, qui représente 20% des volumes vendus, contre 80% pour le libre-service (respectivement 13% et 77% en valeur) selon les données du panel Kantar ; une partie du libre-service pouvant être approvisionné en portions-consommateur élaborées par le rayon à la coupe. Il en résulte que les frais de personnel dédié à ce rayon, rapportés à son chiffre d'affaires, bien que plus faibles qu'en boucherie, représentent néanmoins en moyenne 6,5 € pour 100 € de CA en 2015.

La marge semi-nette est ainsi de 26,3 € en moyenne pour 100 € de CA, supérieure aux autres rayons (17,8 €). La répartition des charges communes laisse donc une marge nette de 8,6 € en moyenne pour 100 € de chiffre d'affaires (avant réaffectation de l'IS). Ce résultat, positif dans toutes les enseignes étudiées, présente une dispersion entre enseignes légèrement plus faible ici que dans les autres rayons.

Le rayon charcuterie vient au 2^{ème} rang des rayons étudiés classés dans l'ordre décroissant du taux de marge nette, après le rayon volailles.

Tableau 8

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie**

	<i>Boucherie</i>		<i>Charcuterie</i>	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0		100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	75,4		67,2	
Marge brute	24,6	Peu dispersées	32,8	Très peu dispersées
Frais de personnel du rayon	11,6	Peu dispersées	6,5	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	13,1		26,3	
Autres charges	15,9		17,8	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,9		8,6	
Impôt sur les sociétés	-1,0		3,1	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,8	Très fortement dispersées, +/- 1,6 €	5,5	Sensiblement dispersées, +/- 0,9 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

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

6.3.1. Détail des charges en rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte 13,8 € de charges directes contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 11,6 € de frais de personnel dédié (contre 9,3 € en moyenne tous rayons) et 2,2 € d'autres coûts directs. Ils recouvrent des approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon « froid »), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération, découpe). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, d'un poids dans le CA (13,8%) plus faible qu'en moyenne tous rayons (16,9%).

Au total, le rayon supporte 27,6 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,2 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

6.3.2. Détail des charges en rayon charcuterie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon charcuterie supporte directement 8,3 € de charges directes contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon charcuterie comprennent 6,5 € de frais de personnel dédié (contre 9,3 € en moyenne tous rayons étudiés) et 1,8 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont moins élevés que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, d'un poids dans le CA (16%) proche de la moyenne tous rayons (16,9%).

Au total, le rayon supporte 24,3 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,2 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, et s'impute sur une marge brute nettement plus élevée.

Tableau 9

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie et charcuterie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>	<i>Charcuterie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	11,6	6,5
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8	0,6
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	13,7	8,3
Charges communes réparties	Immobilier	1,9	1,7
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,9	6,1
	Frais financiers	0,2	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	5,8	7,9
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,0	3,1
	Sous-total : charges communes réparties	12,7	19,1
Total des charges imputées au rayon		26,5	27,3

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

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

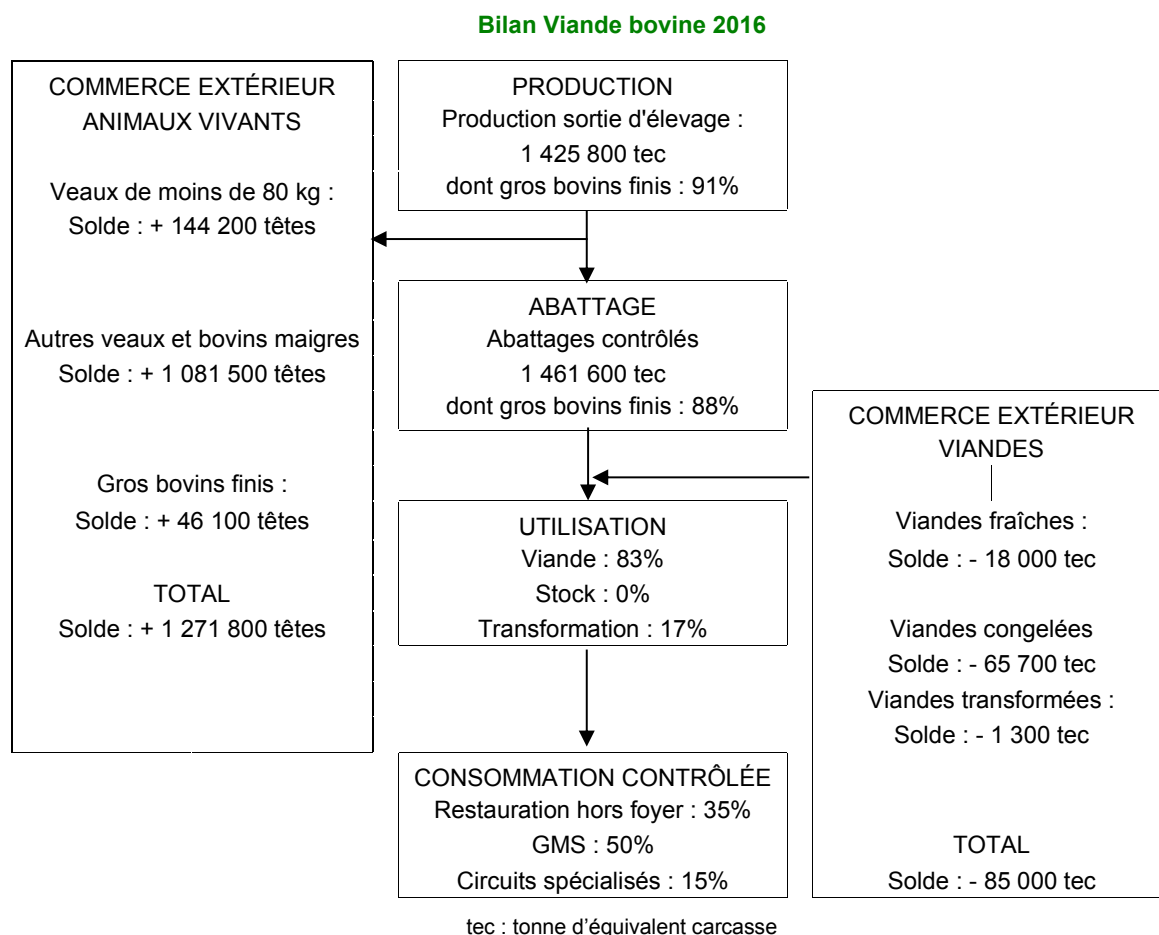
Section 2 – Viande bovine

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VIANDE BOVINE

1.1. Traits généraux et bilan des flux en viande bovine

Le cheptel français est composé de 19,0 millions de bovins dont 7,9 millions de vaches, laitières (46 %) et allaitantes (54 %). La France est le premier pays européen producteur de viande bovine, devant l'Allemagne et le Royaume-Uni. Elle est le seul pays de l'Union européenne à disposer d'une production de bovins d'origine allaitante développée (40 % de sa production totale en têtes). En moyenne, la répartition de la production nationale (origine laitière et allaitante), en têtes, est de 50 % pour les vaches, 31 % pour les jeunes bovins et 13 % pour les génisses, le reste étant de la viande de bœuf. Cette production n'est pas répartie de façon homogène sur l'ensemble du territoire et environ 40 % des volumes totaux est réalisé dans le grand Ouest.

Schéma 4



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

La filière française se caractérise par une double production. Outre les gros bovins « *finis* » (abattus à la sortie de l'élevage), elle produit également des animaux « *maigres* » (broutards), majoritairement mâles et de race allaitante, destinés à l'engraissement en France pour une moitié et, après exportation, pour l'autre moitié en Italie (76 % en têtes du total exporté en 2016) et en 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 première mise en marché est réalisée par des coopératives (pour un tiers), des organisations de production non commerciales et des négociants, certains de ces opérateurs ou les éleveurs eux-mêmes pouvant traiter sur des marchés aux bestiaux (marché physiques organisés, de gré à gré ou au cadran). Le maillon abattage-découpe constitue l'étape industrielle du circuit.

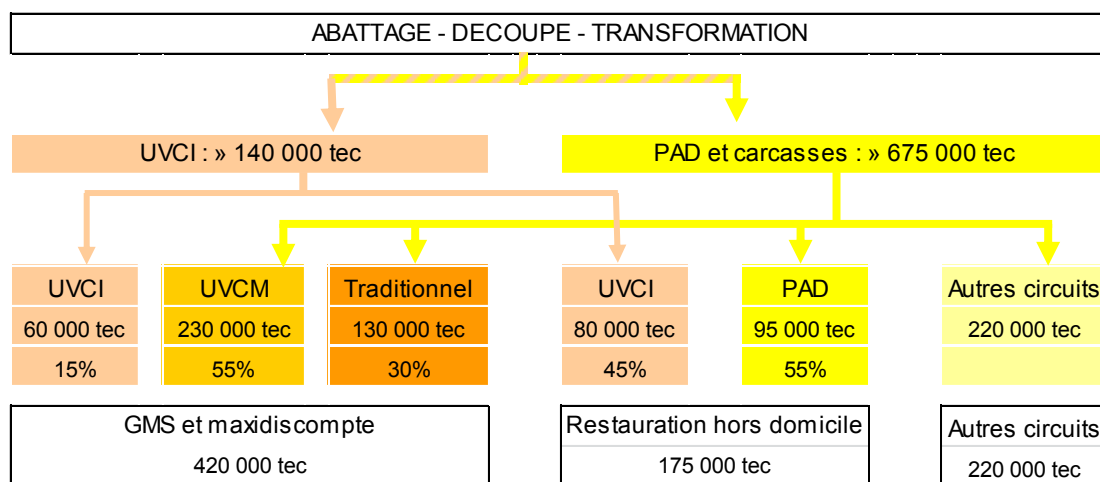
Dans les entreprises de l'industrie d'abattage-découpe, la transformation, depuis l'abattage, comprend plusieurs étapes qui aboutissent à des produits qui présentent divers degrés de finition à leur sortie usine. Les carcasses sont d'abord fendues puis découpées en quartiers, produits dits de « 1^{ère}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

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

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

Schéma 5

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



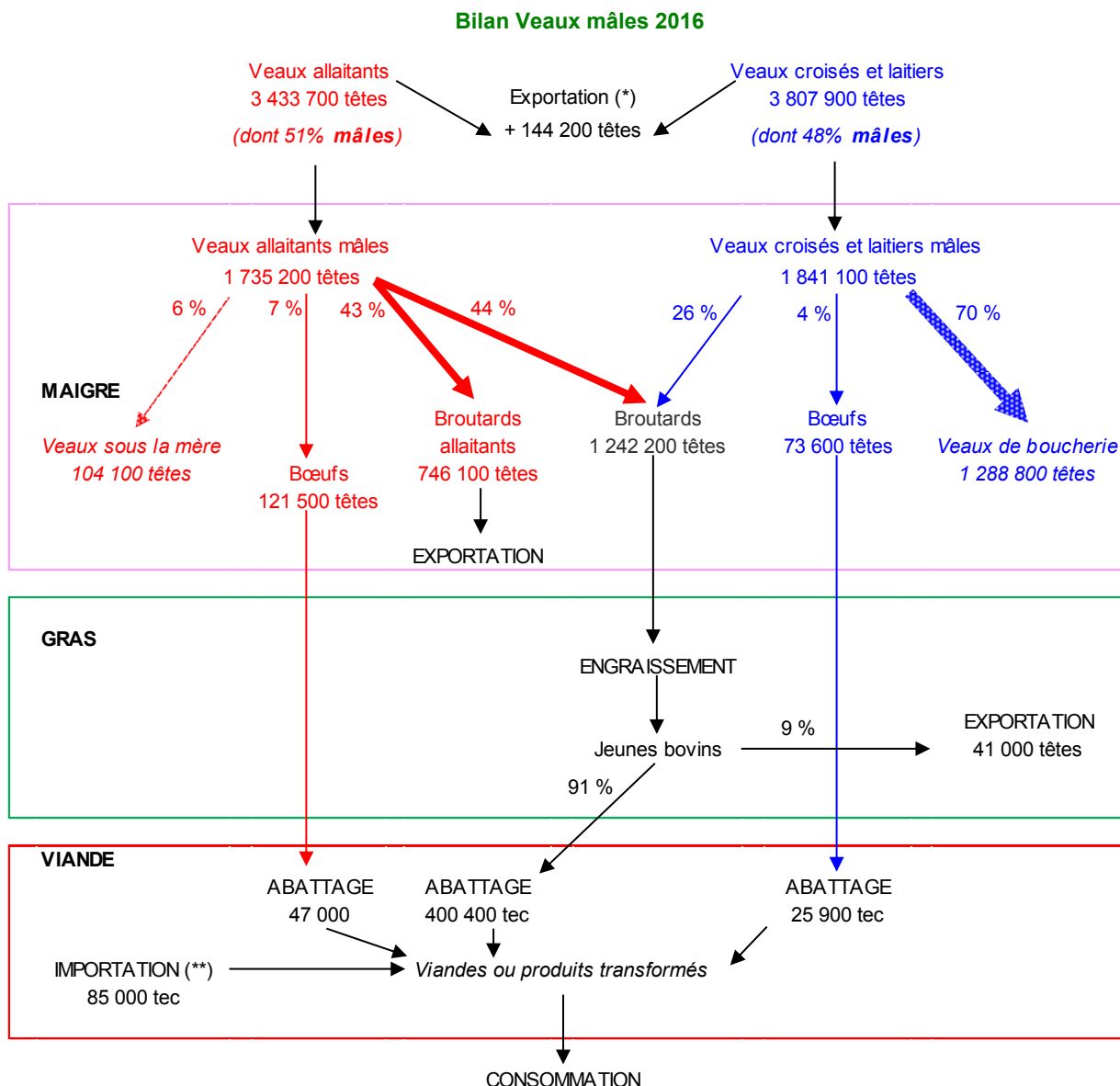
Source : Étude ABSO Conseil pour FranceAgriMer

1.2. Utilisation des animaux mâles

Les veaux mâles de races à viande sont destinés pour plus de 80% à la production de brouards, dont environ la moitié est exportée. L'autre moitié est engraisée et abattue, pour la grande majorité, en jeunes bovins sur le territoire national. Les veaux mâles allaitants restants sont dirigés vers la production de veaux sous la mère et vers la production de bœufs.

Les veaux de races laitières sont réservés, pour les deux tiers environ, à la filière veau de boucherie (non encore suivie par l'observatoire). Un quart de ces veaux renforce les disponibilités en brouards pour l'engraissement en France et une petite partie est destinée à la production de bœufs.

Schéma 6



(*) Le montant porté en EXPORTATION est le solde excédentaire des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg. (**) Le montant porté en IMPORTATION est le solde déficitaire des échanges de viande, dont veau, tout type d'animaux, toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

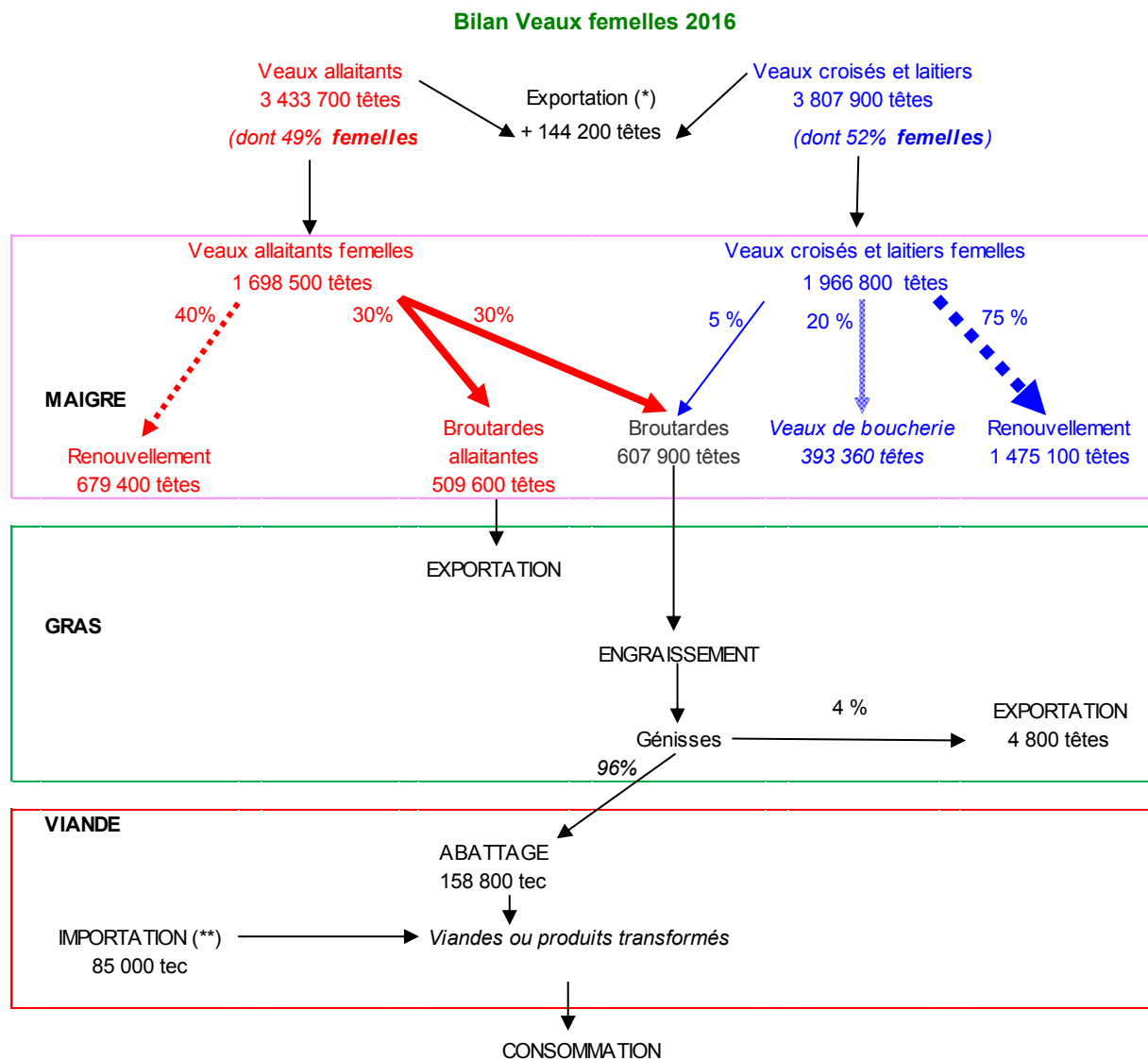
1.3. Utilisation des animaux femelles

Une forte proportion de veaux femelles est destinée au renouvellement du cheptel de reproductrices : 40 % en races allaitantes, un peu plus des deux tiers en races laitières. Néanmoins au cours des mois de croissance d'autres sélections s'effectuent, et ainsi parmi toutes ces génisses seules les meilleures servent effectivement pour le renouvellement. Les autres sont sorties du circuit et engraisées pour la production de viande. En races allaitantes, les veaux femelles restants sont dirigés vers le circuit du broutard, comme les mâles, avec des marchés spécifiques à l'exportation (l'Espagne notamment). En race laitière, environ 20 % des veaux femelles sont destinés à la filière du veau de boucherie et une très faible proportion est intégrée à la production de broutardes.

1.4. Éléments de conjoncture 2016

Les prix des bovins de boucherie ont diminué en 2016 sous l'effet d'une hausse des abattages, consécutive à la crise laitière. Le prix moyen annuel entrée abattoir des vaches de type « O » (représentatif des vaches laitières) a baissé de 6,6%, celui des vaches de type « R » (représentatif des vaches allaitantes) de 6% et celui des vaches « P », de moins bonne conformation, de 9%. (Cf. Agreste, [Bilan conjoncturel 2016](#)).

Schéma 7



(*) Le montant porté en EXPORTATION est le solde excédentaire des échanges de veaux mâles et femelles, toutes races confondues, de moins de 80 kg

(**) Le montant porté en IMPORTATION est le solde déficitaire des échanges de viande, dont veau, tout type d'animaux, toutes races confondues

Sources : FranceAgriMer d'après SSP, BDNI et Douanes

S'inscrivant dans une tendance installée depuis une quinzaine d'année, la baisse de la consommation de viande bovine s'est poursuivie en 2016 : selon le panel Kantar, les quantités d'achat de bœuf (hors haché) tous circuits de distribution ²¹ ont baissé de 2,8% et celles de veau de 4,1%. Les volumes d'achats de haché frais ont progressé, eux, de 1,8%, en revanche, ceux de haché surgelé ont baissé de 3%.

Toujours d'après Kantar Worldpanel, les prix moyens au détail des achats de viande bovine tous circuits de distribution ²² ont progressé en 2016 : +0,9% pour le bœuf hors haché, +1,3% pour le veau, +1% pour le haché frais et +2,5% pour le haché surgelé.

²¹ Contrairement aux suivis réalisés par l'observatoire, qui sont centrés sur les circuits des seules GMS (hyper et supermarchés, hors maxidiscompte).

²² Même remarque que ci-dessus, ce qui explique que les variations de prix moyens annuels au détail présentés plus loin (partie 3), portant sur le seul circuit des GMS, peuvent être différentes de celles citées plus haut, tous circuits. En outre, le suivi de prix de la viande

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

La viande bovine recouvre en boucherie le « *bœuf* » (viande de vache, de génisse, de jeunes bovins et, marginalement, désormais, de bœuf) et le veau. Outre le suivi global de la viande de « *bœuf* », cette année sensiblement remanié, le présent rapport actualise pour la 2^{ème} année le focus sur la viande hachée de bœuf et aborde pour la première fois, de façon encore assez sommaire, la décomposition des prix au détail de la viande de veau.

2.1. Données et méthodes pour le « *bœuf* » : le panier d'achats saisonniers de morceaux de viande de « *bœuf* » en GMS

S'agissant du « *bœuf* », des corrections notables ont été apportées aux séries précédentes :

- des changements survenus depuis 2014 dans la nomenclature des morceaux vendus au détail avaient induit des erreurs dans le regroupement d'articles et dans la gestion des données manquantes. Il en résultait une surévaluation du prix moyen tous morceaux en GMS, surévaluation corrigée désormais ;
- une exploitation plus précise des données et références industrielles (nomenclature et prix d'articles pour la GMS et pour d'autres destinations, rendements, prise en compte des coproduits...) a conduit à revoir les calculs de coût-matière entrée abattoir et de marge de l'abattage-découpe.

Ces améliorations conduisent en outre à restreindre le suivi des prix et marges brutes à un seul agrégat de produit : le panier d'achats saisonniers de morceaux de viande de « *bœuf* » en GMS. Ce panier est défini comme suit.

Les morceaux sont ceux de viande fraîche de « *bœuf* », non transformés, vendus au détail dans le rayon boucherie des GMS, y compris la viande hachée réfrigérée, auxquels ont été adjoints les achats de viande hachée surgelée, produit qui constitue un élément important de l'équilibre-matière de valorisation industrielle d'une carcasse et qui, bien qu'hors rayon boucherie, devait être intégré au suivi des prix tout au long de la filière.

La composition de ce panier au détail est assez fortement saisonnée, on tient compte de cette saisonnalité en appliquant aux différents morceaux une pondération déterminée par les volumes d'achats mensuels, tels qu'appréhendés par le panel Kantar Worldpanel. On a cependant opté pour des pondérations mensuelles identiques pour un même mois quelle que soit l'année, calculées sur la base des achats moyens en 2015. Ce parti-pris permet de rendre compte de la saisonnalité des quantités achetées des différents morceaux, tout en faisant abstraction de leur tendance (laquelle est peu marquée sur la période de six ans couverte par l'étude, relativement courte) : ceci permet une comparabilité interannuelle des prix pour un panier de composition constante, calée sur la période récente. Il en résulte que les évolutions observées aux mêmes mois à des années différentes du prix moyen du panier au détail sont uniquement dues à celles des prix de ses constituants, tandis que les variations observées d'un mois à l'autre résultent aussi des variations saisonnières des proportions des constituants.

Dans le modèle de valorisation de la carcasse défini avec les industriels pour l'observatoire, les articles fournis par l'industrie d'abattage-découpe à la GMS sont des produits élaborés pour le libre-service (UVCI de viande hachée ou de morceaux spécifiques) ou des produits (pièces de muscles prêtes à découper : PAD) qui seront découpés, conditionnées en « *barquettes* » et mise en rayon par les magasins (ou proposés à la coupe en vente assistée traditionnelle). Ces produits ont été pondérés pour que le panier correspondent à celui défini au détail : on obtient ainsi un prix moyen « *sortie usine / entrée en GMS* » homogène (comparable) au prix moyen au détail.

Ces produits de l'abattage-découpe proviennent du « *démontage* » de carcasses. Leurs proportions dans le panier pour GMS ne sont toutefois pas identiques à celles, fixées par l'anatomie et les possibilités d'extension de découpe, des pièces correspondantes dans la carcasse. Ainsi, il serait erroné de considérer que le prix moyen du kg de carcasse entrée abattoir (connu par les cotations) est le prix du kg de « *matière première* » de notre panier d'achats en GMS. On procède donc à un calcul du coût entrée abattoir, au stade carcasse, du panier d'achats en GMS. Pour ce faire, on dispose du prix du kg de carcasse entrée abattoir (cotations), de ceux des pièces issues de son « *démontage* », ou de sa 2^{ème} transformation²³ pour les GMS, (enquête de l'observatoire auprès des industriels) et de leurs proportions dans la carcasse (idem), donc du prix moyen du kg de carcasse « *démontée* ». Sous l'hypothèse de l'égalité des taux de marge ($1 - \text{valeur découpe} / \text{valeur}$

de bœuf par (partie 3) l'observatoire porte sur un panier de morceaux dont la composition ne varie que sous l'effet de la saisonnalité des volumes d'achat, alors que les données tous circuits citées plus haut portent sur des achats dont la composition peut présenter des variations interannuelles. C'est une autre raison des différences de variations de prix moyens annuels au détail entre les deux approches.

²³ Dans l'industrie d'abattage-découpe, la 2^{ème} transformation est l'opération qui suit l'abattage et consiste à désigner le « *démontage* » de la carcasse en pièces de muscles, destinés à des transformations ultérieures (3^{ème} transformation, etc.) aboutissant à des portions consommateurs de viande fraîche entière ou hachée, de viandes surgelées, de produits élaborés à base de viande, etc.

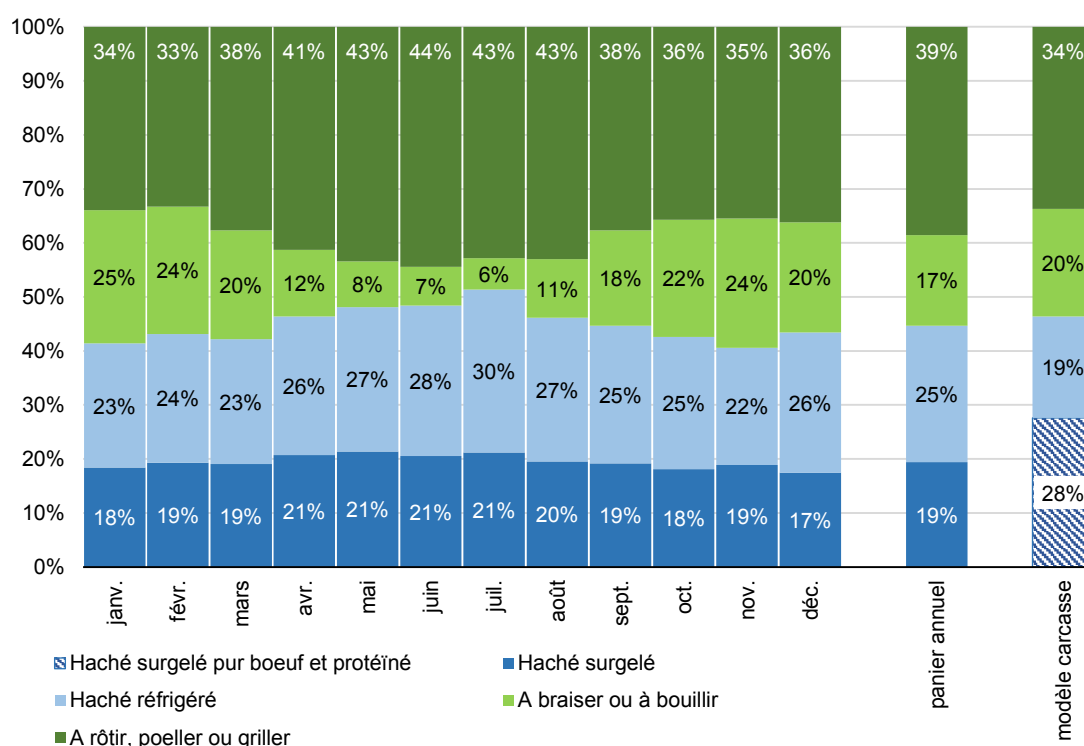
entrée abattoir) pour chaque pièce de découpe et pour leur ensemble, on en tire la valeur entrée abattoir de chaque pièce, soit : valeur de la pièce sortie découpe pondérée par le rapport $\frac{\text{valeur de la carcasse entrée abattoir}}{\text{valeur de la carcasse sortie découpe}}$. On tient compte en outre dans ces calculs (inspirés de Mainsant, 2001), des rendements, freintes et coproduits.

Les carcasses prises en compte dans ce modèle sont des carcasses de vaches d'état d'engraissement R3 (assimilées à des carcasses de type racial viande, ou allaitant), O3 et P3 (assimilées à des carcasses de type racial laitier). Une valorisation industrielle-type en 2^{ème} et 3^{ème} transformation, à destination des GMS, a été définie pour chaque type de carcasse. Les valeurs moyennes entrée abattoir et sortie industrie, pas kg de viande vendues au détail sont calculées en pondérant les données de chaque type racial à raison de 60 pour le type laitier, 40% pour le type viande.

Le Graphique 44, ci-après, présente la structure (en poids des achats de viande bovine) du panier saisonnier, mois par mois puis en moyenne annuelle pour comparaison avec le modèle de valorisation de la carcasse. Cette valorisation se distingue du panier principalement par un poids de la viande hachée surgelée plus important que celui constaté en rayon.

Graphique 44

Structure du panier d'achats saisonnier de viande de de bœuf Comparaison avec le modèle de valorisation de la carcasse



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

Les modèles de valorisation industrielle de la carcasse en viande doivent intégrer la valorisation jointe des coproduits et du 5^{ème} quartier (Cf. éditions précédentes du rapport pour des précisions sur ces produits, leur nature, leur destination et leur valorisation) : la vente de ces coproduits, déduction faite des coûts spécifiques de leur traitement, devrait être déduite du coût de la matière première. Cette prise en compte est faite de façon simplifiée dans les modèles, en diminuant forfaitairement de 0,10 € le coût entrée abattoir par kg de carcasse.

Faute de données précises, il n'est pas tenu compte, dans les calculs des indicateurs de marges brutes industrielles et de distribution, de toutes les pertes de produit autres que celles découlant du rendement de la carcasse en viande et du rendement de 3^{ème} transformation dans l'industrie (freinte à la découpe des pièces en UVCI et au hachage).

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

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

Or, on a le choix entre deux unités :

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

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

N.B. : les éditions précédentes du rapport de l'observatoire présentaient les prix et les marges brutes en viande de « *bœuf* » sur la base d'une carcasse entière reconstituée au détail sous la forme de morceaux de viande fraîche, entière ou hachée et de viande hachée surgelée. Cette représentation n'est pas reconduite ici car le modèle, sous contrainte de respect d'équilibre-matière, conduisait à surreprésenter la viande hachée surgelée dans les achats en GMS, ou à y inclure des produits élaborés hors rayons boucherie et surgelés pur bœuf (pour lesquels on ne trouvait pas de correspondance satisfaisante avec la nomenclature des produits suivis au détail par le panel Kantar).

2.2. Données et méthodes pour la viande hachée de bœuf en GMS

Le poids important et croissant de la viande hachée dans la consommation de viande bovine a suscité, au cours de l'année 2015, des interrogations exprimées par les éleveurs spécialisés dans la production de bovins-viande confrontés à un nouveau repli des cours. Ces interrogations ont trait à l'impact éventuellement négatif sur les cours à la production (notamment sur ceux des animaux de bonne conformation bouchère issus du troupeau allaitant) de la croissance du débouché offert par la demande en hausse de steak haché. Cette demande s'exercerait aux dépens de morceaux plus valorisés. Les interrogations portaient en outre sur la répartition de la valeur ajoutée entre éleveurs, industriels et GMS dans ce contexte de développement de la demande de viande hachée et de segmentation croissante du produit (en termes de taux de matière grasse, de grain de hachage, d'origine raciale...). Les organisations agricoles ont ainsi demandé au ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt la mise en place et le suivi « *d'indicateurs* » susceptibles d'apporter des éclairages sur ces questions.

2.2.1. Le poids de la viande hachée dans la consommation de viande bovine

Les volumes d'achats de viande bovine hachée présentent une dynamique plus soutenue que celle de l'ensemble des autres morceaux de viande bovine. La part du haché dans les achats de viande bovine en GMS (hypermarchés et supermarchés) est ainsi passée de 38% à 45% entre 2008 et 2016, tandis que les quantités d'achats de viande bovine sous d'autres présentations dans le rayon boucherie déclinaient, à des rythmes variables (d'après Kantar Worldpanel). Cette dynamique particulière des viandes hachées en a fait un débouché à part entière, au-delà de leur fonction, toujours essentielle, de gestion de l'équilibre-matière²⁴ pour les abatteurs-découpeurs (Institut de l'élevage, 2015).

L'étude de la saisonnalité du poids des achats de viande hachée réfrigérée (VHR) et surgelée (VHS) a montré (cf. rapport 2016 de l'observatoire) que le coefficient saisonnier maximum intervient en septembre pour les deux types de viande hachée (réfrigérée et surgelée), tandis qu'il est plus tardif pour les autres morceaux. En outre, l'ampleur de l'effet saisonnier est moindre pour les viandes hachées que pour l'ensemble des autres morceaux. Les viandes hachées se caractérisent ainsi par une consommation relativement moins dépendante de la saison que les autres viandes bovines, ce qui participe à leur fonction d'équilibre-matière pour la valorisation de la carcasse.

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

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

²⁴ Équilibre-matière : nature et proportion des différents articles issus du désassemblage d'une carcasse visant la meilleure valorisation possible par la demande à un moment donné, ceci sous contrainte des caractéristiques différentes des pièces et des qualités et conformations différentes des carcasses.

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

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

2.2.3. Les indicateurs de prix dans le circuit de la viande bovine hachée

Les prix moyens **au détail** de la viande de bœuf hachée réfrigérée sont suivis par le Réseau des nouvelles des marchés (RNM) qui relève en rayon des GMS les prix des steaks hachés réfrigérés à 15 % de MG conditionnés par 2), par l'Insee, qui diffuse sur son site un prix moyen des steaks hachés réfrigérés, et Kantar Worldpanel . Cette dernière source est celle retenue par l'observatoire dans laquelle le prix moyen (de la viande hachée réfrigérée à 5%, de 8% à 12%, à 15%, à 20%...en GMS) est calculé par quotient des sommes dépensées et des quantités achetées ; c'est donc un prix pondéré.

Les prix moyens **sortie usine** de la viande de bœuf hachée sont fournis à l'observatoire par les industriels, d'une part, via l'Insee : prix moyen de la viande hachée réfrigérée à 15% de MG ; et d'autre part, directement pour le suivi du panier saisonnier : prix moyens de vente aux GMS, franco de port et après rabais, ristournes et remises, des viandes hachées réfrigérées ou surgelées à 5%, 15% et 20% de MG, et valeur de la ressource correspondante au stade de la 2^{ème} transformation.

Ces données de valeurs industrielles à la 2^{ème} transformation, les cotations des bovins à l'entrée de l'abattoir et les rendements afférents aux différents stades, permettent de calculer la **valeur de la matière première** (sous forme de carcasse) nécessaire par kg de viande hachée présente au détail (cf. Mainsant, 2001).

L'observatoire suit la viande hachée de bœuf réfrigérée à 15% de MG, celle-ci représentant près de 40% des quantités de viande hachée de bœuf réfrigérée en GMS (Kantar Worldpanel).

2.3. Données et méthodes pour l'ensemble « *viande de veau de boucherie* » en GMS

Le suivi de ce produit par l'observatoire est pour l'instant assez approximatif et succinct car on ne dispose pas encore de données de prix sortie industrie pour GMS d'articles issus de l'abattage-découpe de veaux de boucherie, ni en outre d'un « modèle » représentatif de la valorisation des carcasses. Au stade de la vente au détail en GMS, le panel Kantar fournit les quantités achetées, les dépenses d'achat (et donc les prix moyens pondérés) des morceaux suivants de viande de veaux du rayon boucherie (i.e., produits non élaborés) sous la nomenclature suivante :

- À griller, rôti ou poêler : escalope, côtes, rôti, autres à griller, etc., non précisés ;
- À braiser ou bouillir : jarret (osso bucco), blanquette, sauté, autres à bouillir ou braiser non précisés ;
- Viande hachée de veau : essentiellement à 15% de MG (quantités relativement faibles : environ 2% des volumes annuels d'achat de viande de boucherie de veau) ;

- Abats de veau : foie (principal abat acheté), ensemble cœur-langue-rognons, autres abats non précisés

On a considéré, au vu des sources disponibles, que les proportions des quantités achetées de ces morceaux (en moyenne annuelle comme en données saisonnières) restaient suffisamment proches des proportions anatomiques moyennes des pièces d'origine dans la carcasse pour considérer que la carcasse entière pouvaient être prise, sans correction particulière, comme « *matière première* » au stade entrée abattoir du panier effectif de viande de veau de boucherie en GMS.

Faute de données de valeurs sortie industrie, pour l'instant, on estime un « *indicateur de marge brute agrégée industrie + distribution* » par simple différence entre le prix au détail du panier de morceaux de viande de veau, exprimé en € par kg d'équivalent carcasse, et le prix du kg de carcasse entrée abattoir des veaux de boucherie (moyenne des cotations sur les marchés de référence, source : site Agreste d'après FranceAgrimer).

On a gardé la saisonnalité des quantités achetées tout en évacuant une éventuelle tendance à la modification des proportions des différents morceaux dans le panier achetés : les proportions des différents morceaux, pondérant leurs prix pour le calcul des prix moyens mensuels et annuels du panier sont celles de 2015. Ceci permet de suivre les évolutions d'un prix « *pur* » du panier, sans interférences des variations de consistance du panier, autre que celles déterminées par la saisonnalité.

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

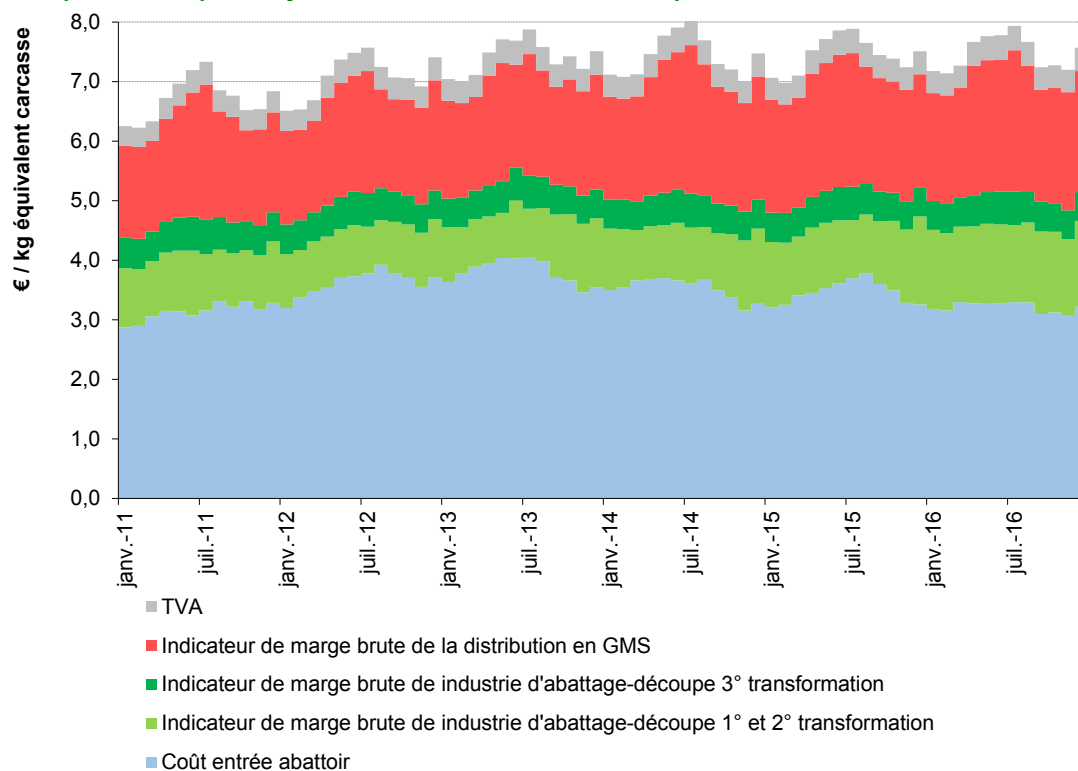
Cette partie présente la composition des prix au détail du panier saisonnier des achats de « bœuf », paragraphe 3.1), de la viande de « bœuf » hachée réfrigérée (paragraphe 3.2.) et de l'ensemble « viande de veau de boucherie ».

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : panier saisonnier de viande de « bœuf »

Les corrections évoquées dans la partie 2 aboutissent à une évolution du prix moyen au détail du panier moins haussière que celle estimée dans les éditions précédentes du rapport. Cependant, malgré la baisse des prix entrée abattoir après la hausse de 2014 (qui avait transmise dans le prix au détail), le prix au détail continue d'augmenter légèrement. Le Graphique 45, en données mensuelles, montre la saisonnalité du prix moyen des achats de viande de bœuf, saisonnalité résultant à la fois de celles des proportions des morceaux achetés (d'avantage d'achat de morceaux à griller ou « nobles » en été et lors des fêtes de début et fin d'année) et de celle des prix de ces morceaux eux-mêmes, qui augmentent lorsque la demande est plus forte.

Graphique 45

Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du panier saisonnier de viande de bœuf



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

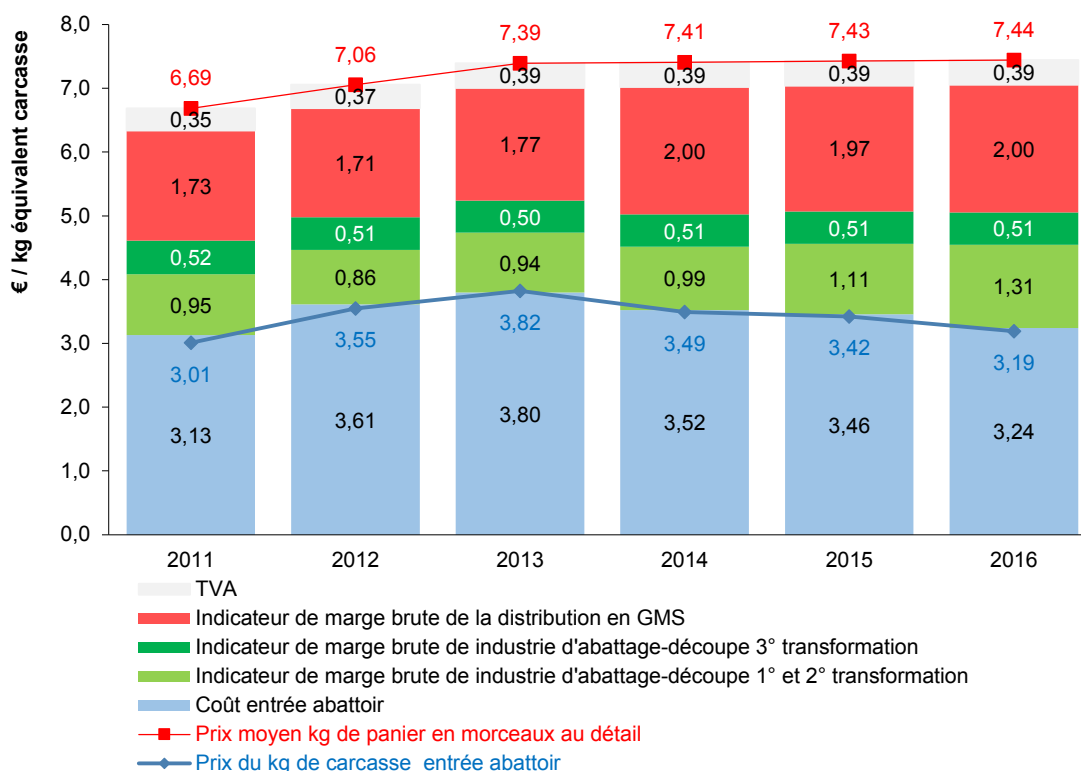
Attention, les valeurs sont exprimées par kg d'équivalent carcasse. Les valeurs en kg de viande dans l'état de commercialisation au détail sont environ 1,4 fois supérieures.

En 2016, du fait d'abattages accrus de vaches laitières sous l'effet de la crise laitière mais aussi d'une hausse des abattages de vaches allaitantes, les cours des gros bovins entrée abattoir ont été déprimés, particulièrement ceux des vaches de réforme (référence pour le coût entrée abattoir du modèle de panier saisonnier). La baisse atteint -7% en moyenne annuelle 2016 par rapport à 2015 pour la « vache moyenne » référence du modèle. Ainsi, sur le Graphique 46 en données annuelles, le prix au détail du panier saisonnier est quasi stable, en 2016 par rapport à 2015 (+1 centime par kg d'équivalent carcasse), le prix sortie industrie d'abattage découpe est également presque stable (+2 centimes) malgré la baisse du coût entrée abattoir (-22 centimes),

L'indicateur de marge brute de l'industrie progresse donc sensiblement en 2016, à hauteur de l'essentiel de la baisse du coût entrée abattoir ; cet indicateur avait sensiblement baissé en 2011-2013. Celui de la distribution reste presque stable (+3 centimes) et supérieur à son niveau de 2011-2013.

Graphique 46

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du panier saisonnier de viande de bœuf

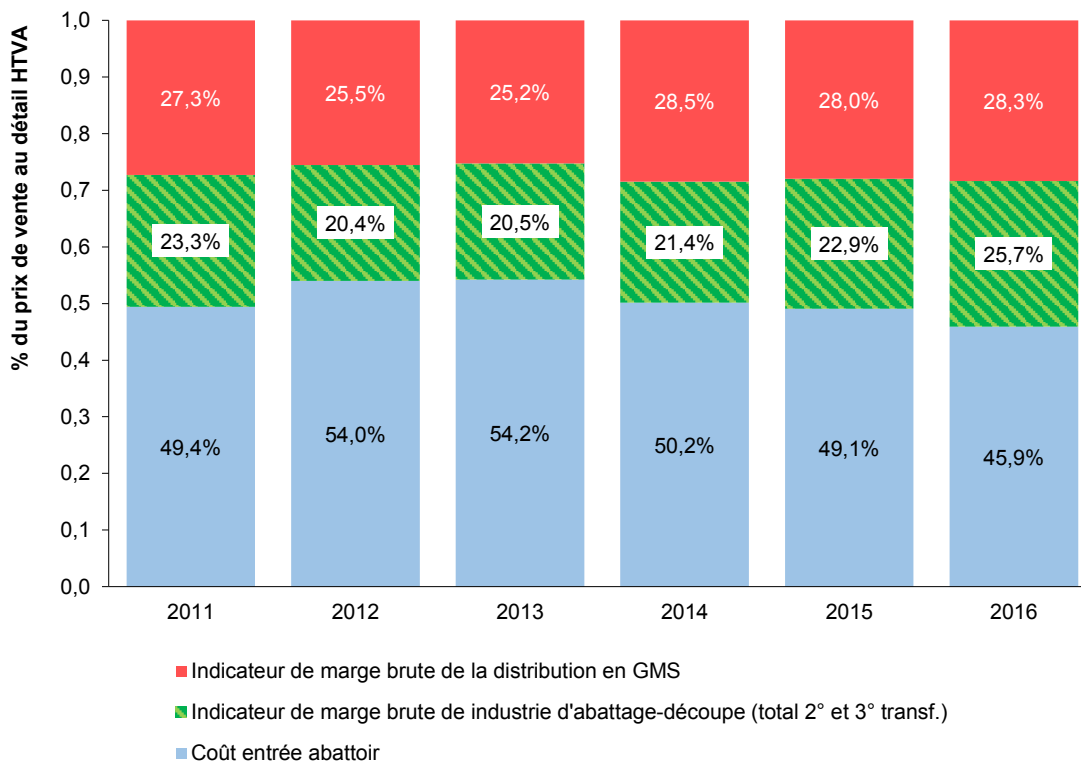


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, Culture Viande, FNICGV, Kantar Worldpanel

Attention, les valeurs sont exprimées par kg d'équivalent carcasse. Les valeurs en kg de viande dans l'état de commercialisation au détail sont environ 1,4 fois supérieures.

Graphique 47

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS du panier saisonnier



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

Sur le Graphique 47, l'indicateur de taux de marge brute de la distribution évolue peu de 2014 à 2016, entre 28,0% et 28,5% du prix de vente au détail hors TVA. Cet indicateur augmente pour le maillon de la transformation : de 30% (du prix sortie industrie) en 2014 à 36% en 2016. Pour les deux maillons, ces taux étaient plus faibles en 2012-2013.

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : viande hachée fraîche réfrigérée

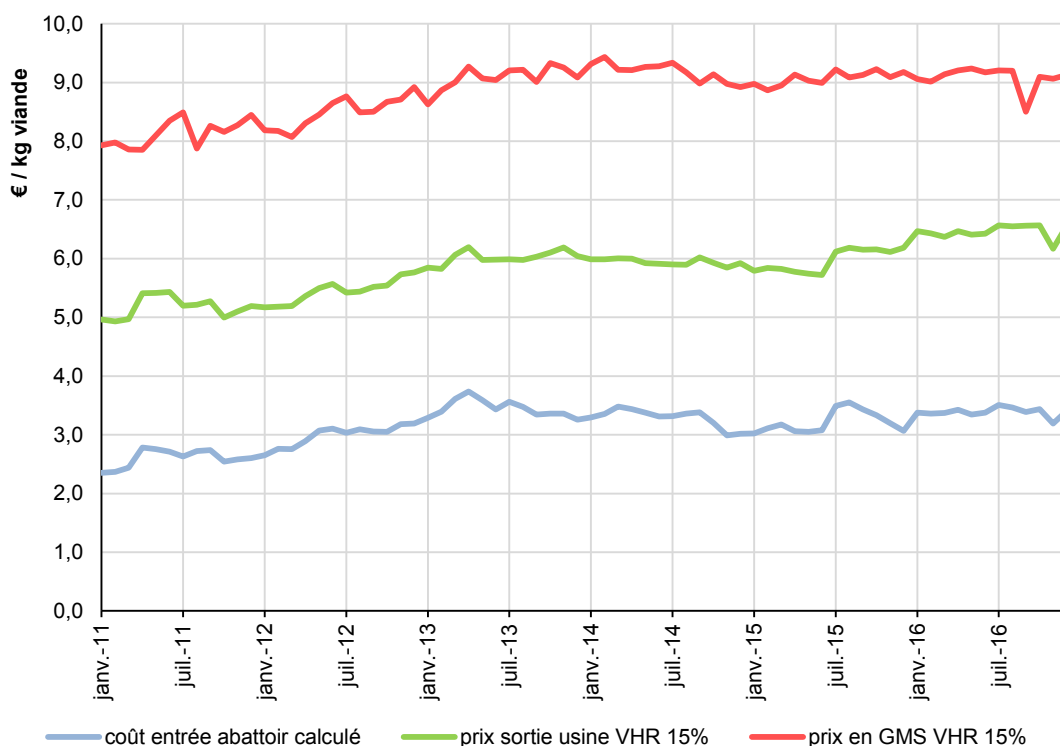
La valeur de la matière première entrée abattoir utilisée pour la fabrication de viande hachée réfrigérée est estimée de façon conventionnelle à partir de la valeur des pièces issues de la 2^{ème} transformation destinée à cet usage, dans le modèle de valorisation de la carcasse utilisé par l'observatoire. On considère que ces deux valeurs (entrée abattoir : à calculer, et sortie 2^{ème} transformation : connue via l'enquête de l'observatoire auprès des industriels) sont dans le même rapport que celui entre la valeur de l'ensemble de la carcasse entrée abattoir (connue par les cotations) et celle de l'ensemble des pièces issues de la 2^{ème} transformation (connue via l'enquête susmentionnée).

Cette valeur entrée abattoir de la matière première de la viande hachée dépend donc des cotations entrée abattoir, en baisse en 2016 par rapport à 2015, mais aussi de sa valorisation finale, en hausse. Le jeu des deux évolutions se traduit par une hausse du coût matière en 2016 (du moins sur les 6 premiers mois).

Le prix sortie usine de la viande hachée augmente en 2016 après avoir été quasi stable les 3 années précédentes, et l'indicateur de marge brute de ce maillon progresse. Celui de la distribution, en revanche, diminue : ce maillon amorti ainsi en partie l'impact de la hausse en amont sur le prix au détail.

Graphique 48

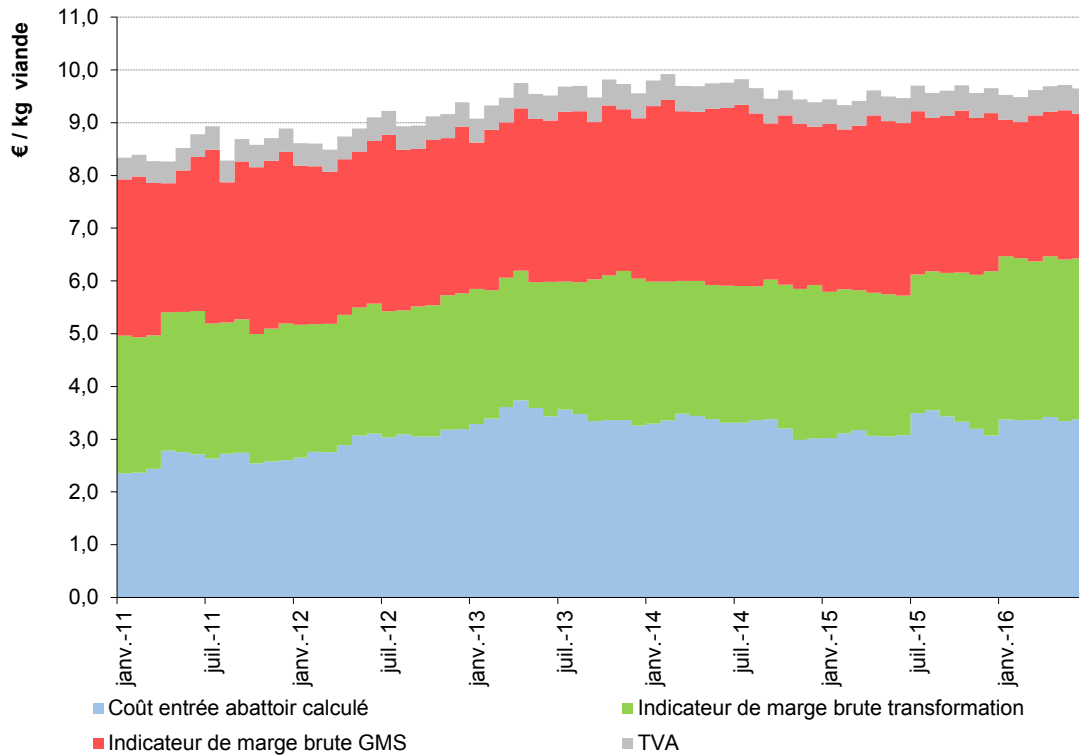
Cout entrée abattoir calculé et prix moyens mensuels sortie usine et au détail de la viande de bœuf hachée à 15 % de MG



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

Graphique 49

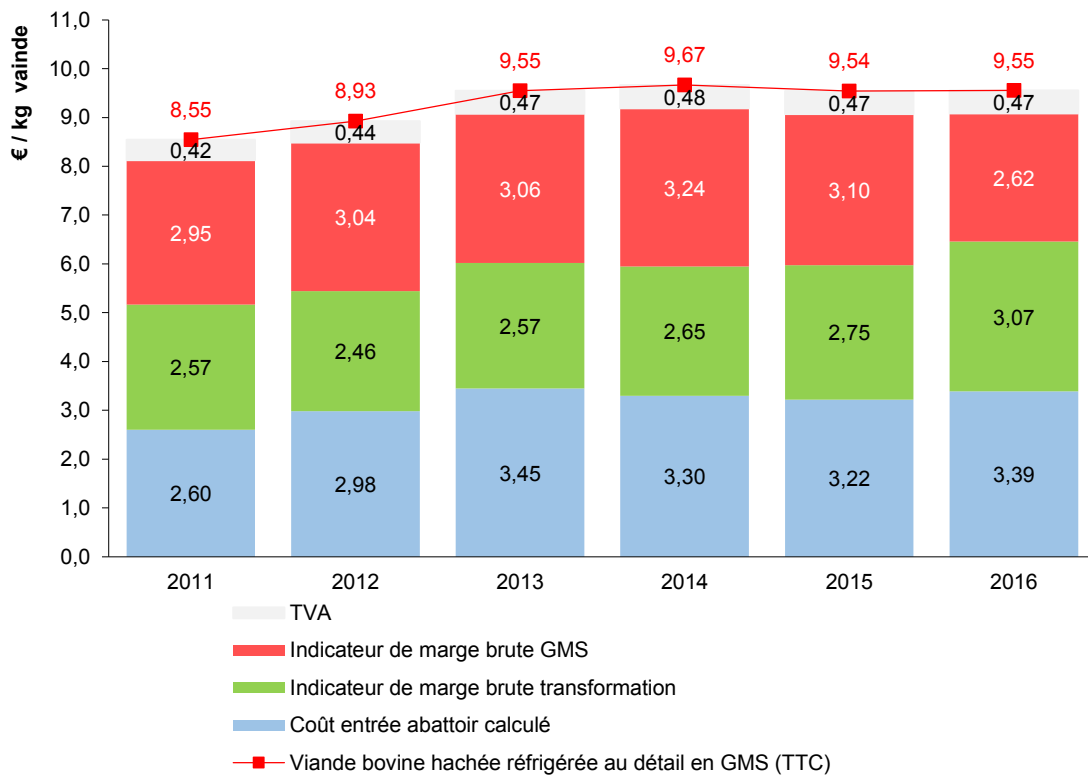
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de la viande de bœuf hachée réfrigérée à 15% de MG



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

Graphique 50

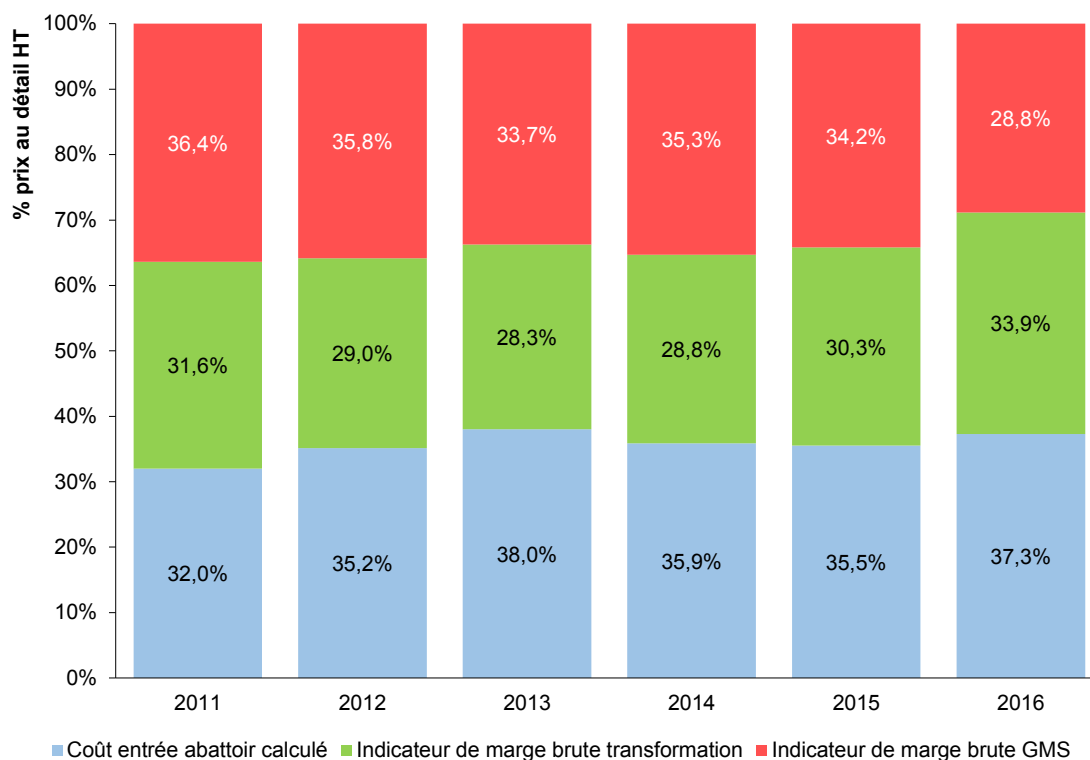
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande de bœuf hachée réfrigérée à 15% de MG



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

Graphique 51

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de la viande de bœuf hachée réfrigérée à 15% de MG



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

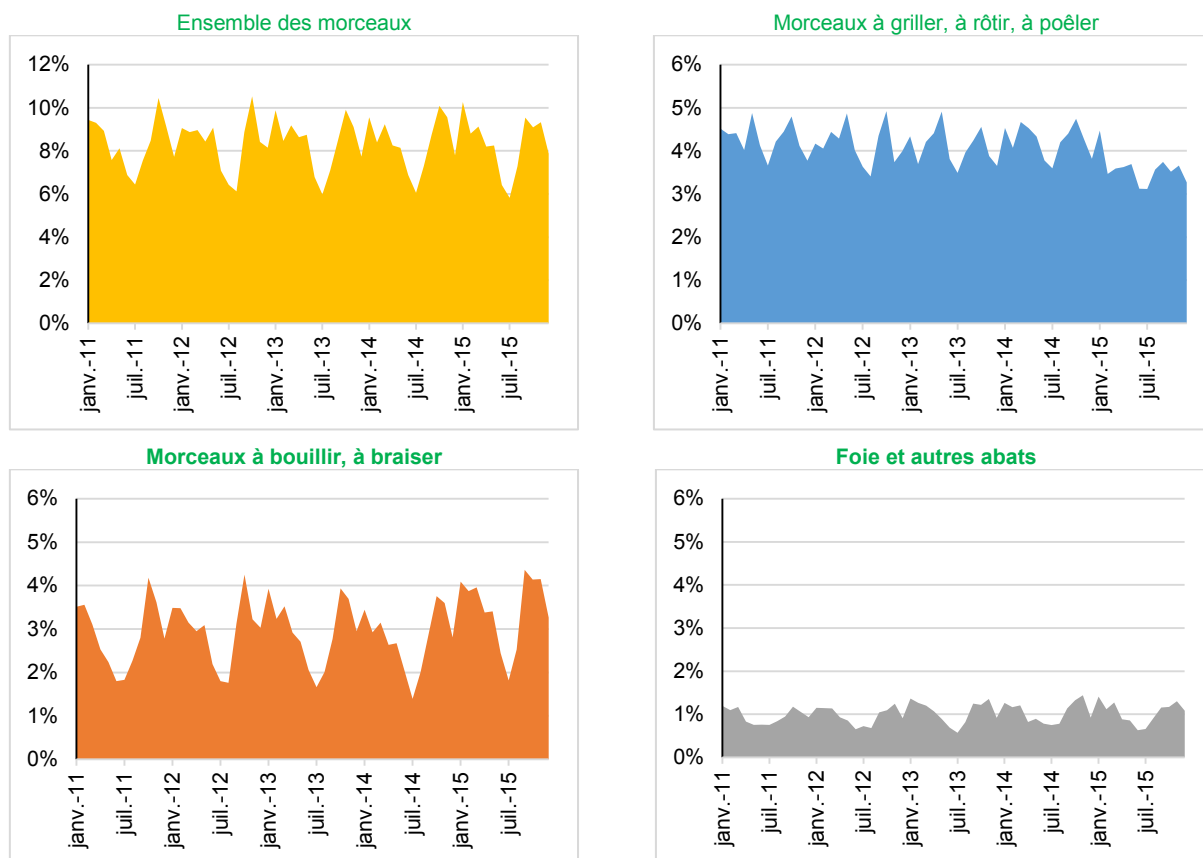
3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière viande bovine : viande de veau de boucherie

3.3.1. Saisonnalité et niveaux des prix

Les achats de viande de veau en rayon boucherie des GMS ont un caractère saisonnier représenté sur le Graphique 52.

Graphique 52

Proportions des quantités de morceaux de veau achetées par mois dans la quantité annuelle tous morceaux achetée en GMS



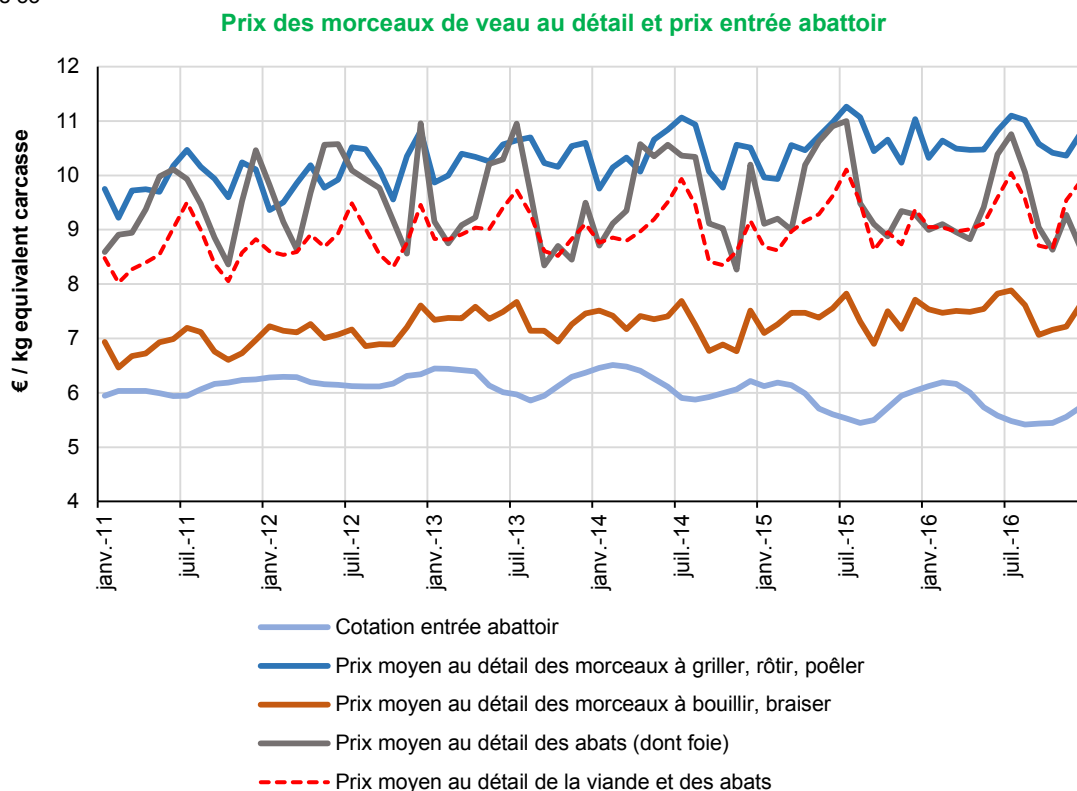
Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel

La quantité achetée tous morceaux confondus présente généralement une phase haute d'octobre à mars, avec des pics en octobre (parfois septembre), janvier et mars, et un creux estival (minimum en juillet). S'agissant des morceaux à rôtir, rôtir ou poêler, on observe jusqu'en un pic en octobre et un autre en mai, ainsi que le creux estival de juillet-août²⁵. Pour les morceaux à bouillir ou à braiser, on retrouve les pics de septembre ou octobre, janvier ou février et le creux estival (juillet). Les abats présentent également une baisse de consommation en été et des maxima en octobre et janvier.

Le Graphique 53 présente les évolutions des prix au détail des morceaux et du prix du kg de carcasse entrée abattoir. Le prix amont apparaît en léger déphasage avec les prix aval : la cotation entrée abattoir remontant plus tôt que le prix moyen au détail tous morceaux ; en revanche, les deux prix présente un minimum estival. Le prix moyen tous morceaux présente une opposition de phase avec les quantités achetées : le prix est au maximum en juillet-août, alors que les volumes achetés sont au minimum. On remarque les très fortes variations saisonnières du prix moyen pondéré des abats (foie et autres).

²⁵ À partir de 2015, la consommation mensuelle de ces morceaux, telle que retracée par Kantar, paraît présente une rupture à ce stade inexplicée (extrapolation ou échantillonnage différents ?) : les quantités achetées diminuent globalement quel que soit le mois par rapport au même mois des années antérieures ; la saisonnalité précédemment observée paraît atténuée. Toutefois, une rupture parallèle s'observe sur la série des dépenses : en conséquence la série des prix moyens ne paraît pas perturbée. Cf. plus loin.

Graphique 53



Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Agreste, FranceAgriMer

3.3.2. Décomposition des prix au détail

On rappelle qu'afin de suivre des évolutions de prix moyens « purs », hors effet des changements de composition du panier d'achat, la composition du panier de morceaux a été fixée chaque mois aux niveaux observés en 2015 (au demeurant, sur la période étudiée, la composition du panier évolue peu d'une année sur l'autre). Le Graphique 55 rend compte de la saisonnalité du prix moyen au détail des morceaux de veau du rayon boucherie, avec un maximum estival (août) et un minimum en octobre, soit comme on l'a vu plus haut, en opposition de phase avec les volumes d'achat.

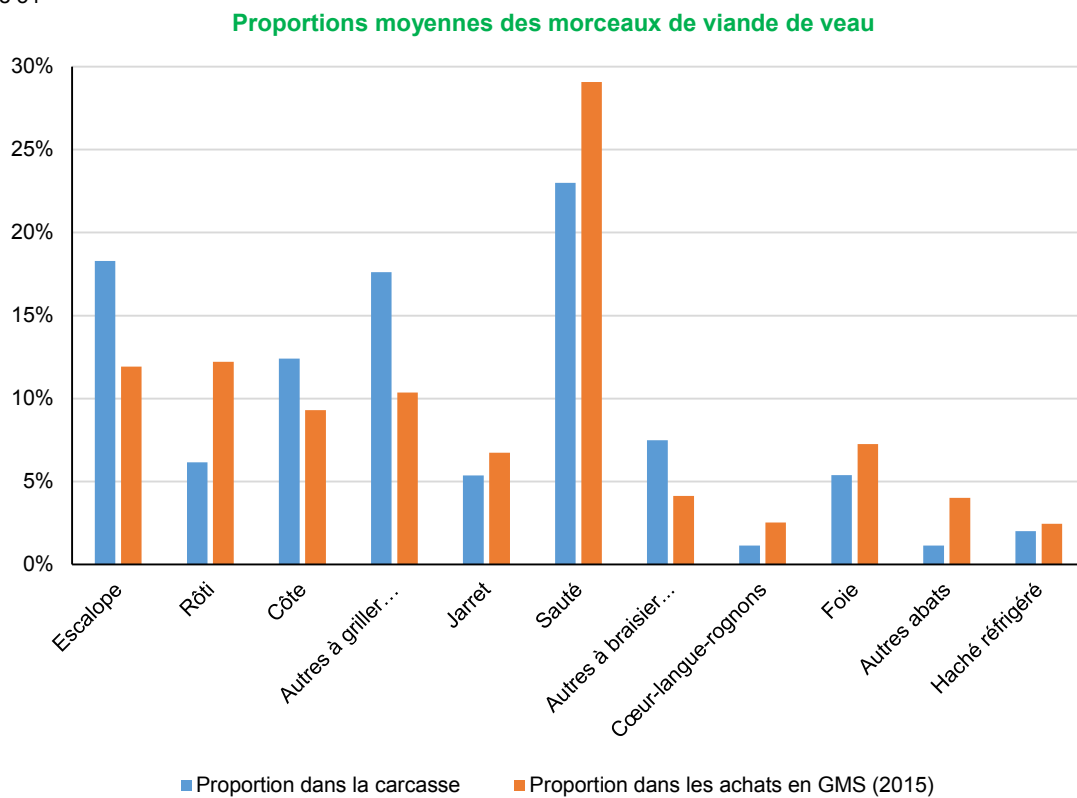
Les proportions des quantités achetées des différents morceaux sont assez proches de celles qui découleraient de la transformation intégrale de la carcasse en morceaux (d'après des résultats moyens de découpe), comme l'illustre le Graphique 54. Pour cette raison, de façon certes approximative, on assimilera à la valeur de la matière entrée abattoir du panier des achats au détail celle de la carcasse entière, sans retraitement pour tenir compte d'une gestion plus complexe de l'équilibre-matière. De même, faute de données précises à ce stade, les freintes de découpe et autres pertes physiques dans l'industrie et dans la distribution ne sont pas prises en compte.

Le coût entrée abattoir présente une saisonnalité moins marquée et décalée par rapport à celle du prix au détail : il en résulte que l'indicateur de marge brute agrégé (industrie + distribution) est au maximum en été et minimum en hiver (Graphique 55).

Selon le panel Kantar, le prix moyen annuel à composition constante du panier de morceaux de viande de veau au détail a augmenté très sensiblement en 2012 (+25 cts / kg ec) puis 2012 à 2014 : +8 cts / kg ec par an, en moyenne (Graphique 56), à l'instar des autres viandes bovines (cf. plus haut, panier de morceaux de « bœuf »). De 2012 à 2014, cette augmentation du prix au détail (+20 cts) s'opère malgré la stabilité des cours moyens du veau entrée abattoir. La forte baisse des cours du veau à la production en 2015 et 2016 ne s'accompagne pas par une baisse du prix au détail, l'indicateur de marge brute agrégée augmente.

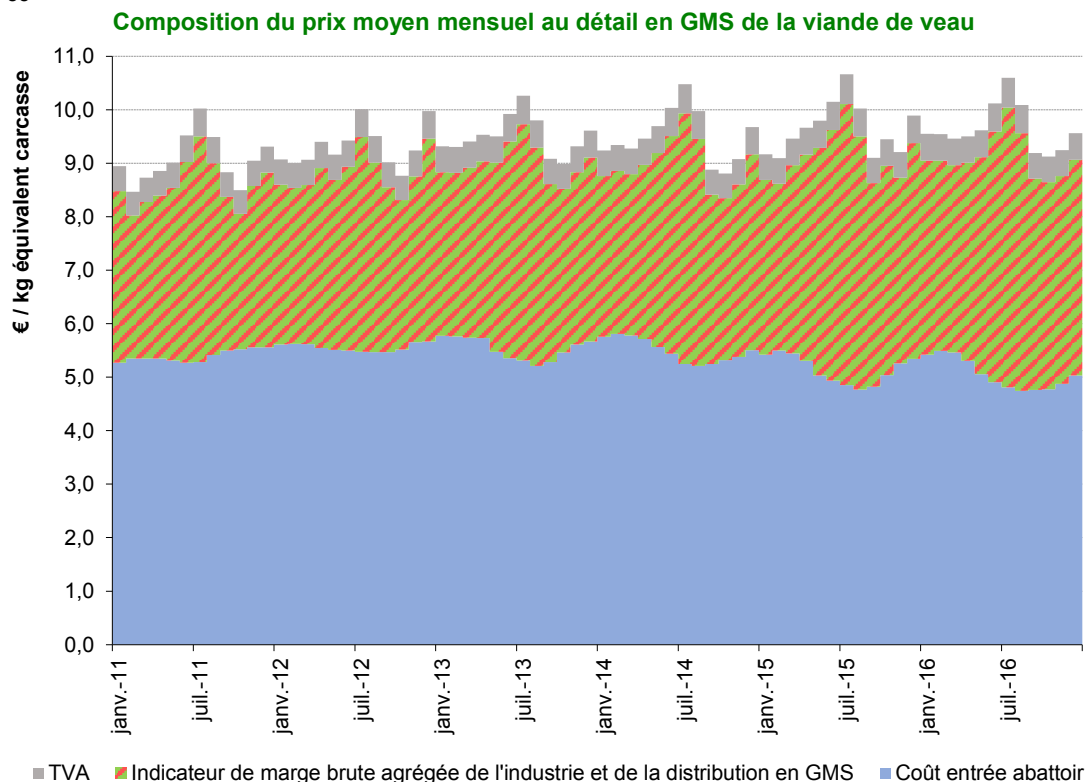
En proportion du prix au détail, la part de la valeur entrée abattoir a nettement diminué sur la période étudiée (Graphique 57).

Graphique 54



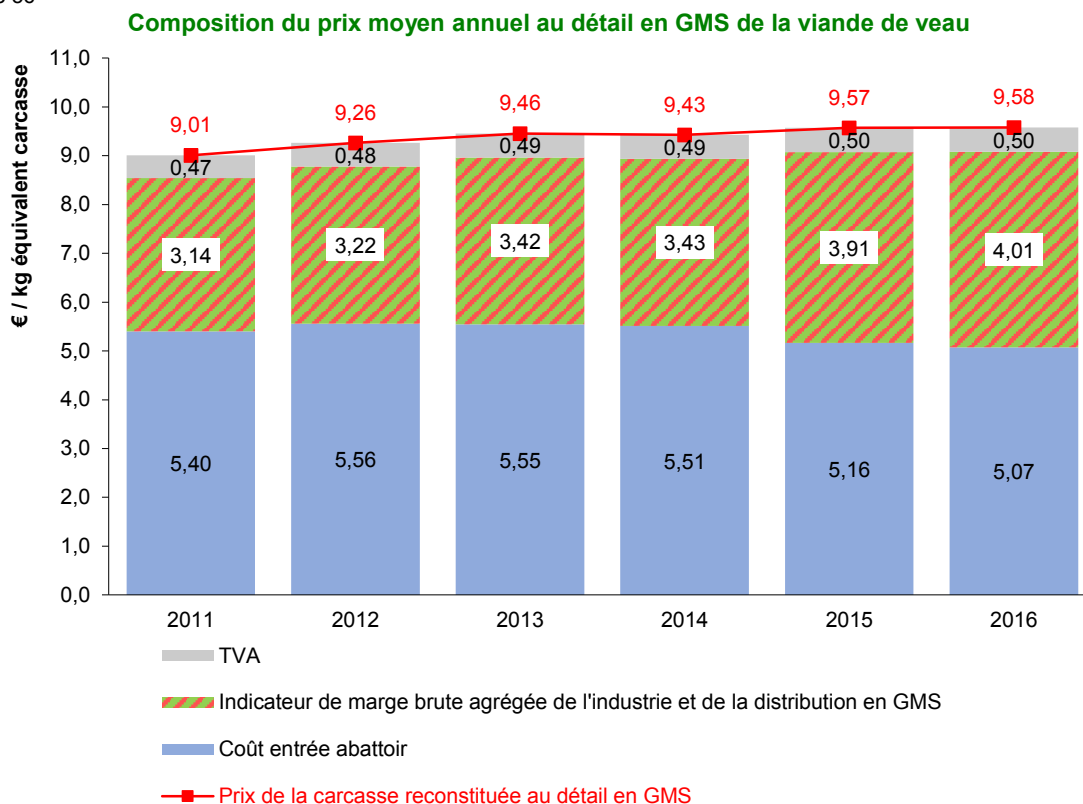
Sources : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Chambre d'Agriculture Languedoc-Roussillon

Graphique 55

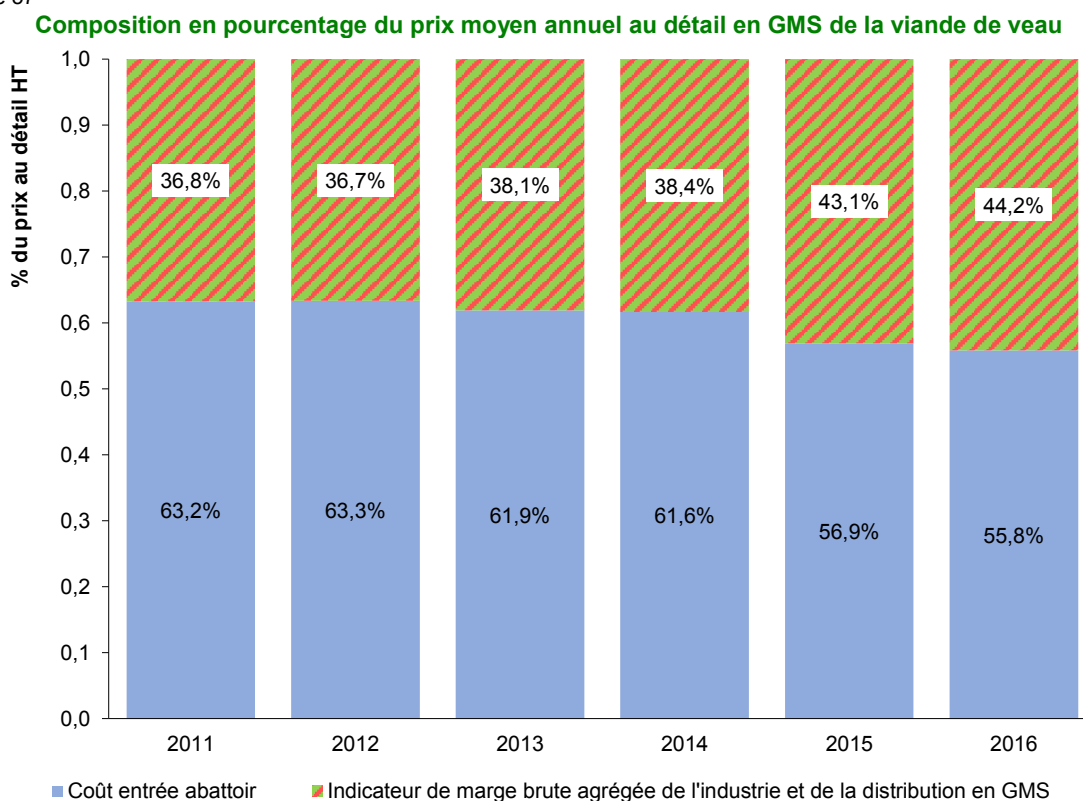


Source : OFPM d'après Kantar Worldpanel, Agreste, FranceAgriMer

Graphique 56



Graphique 57



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

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

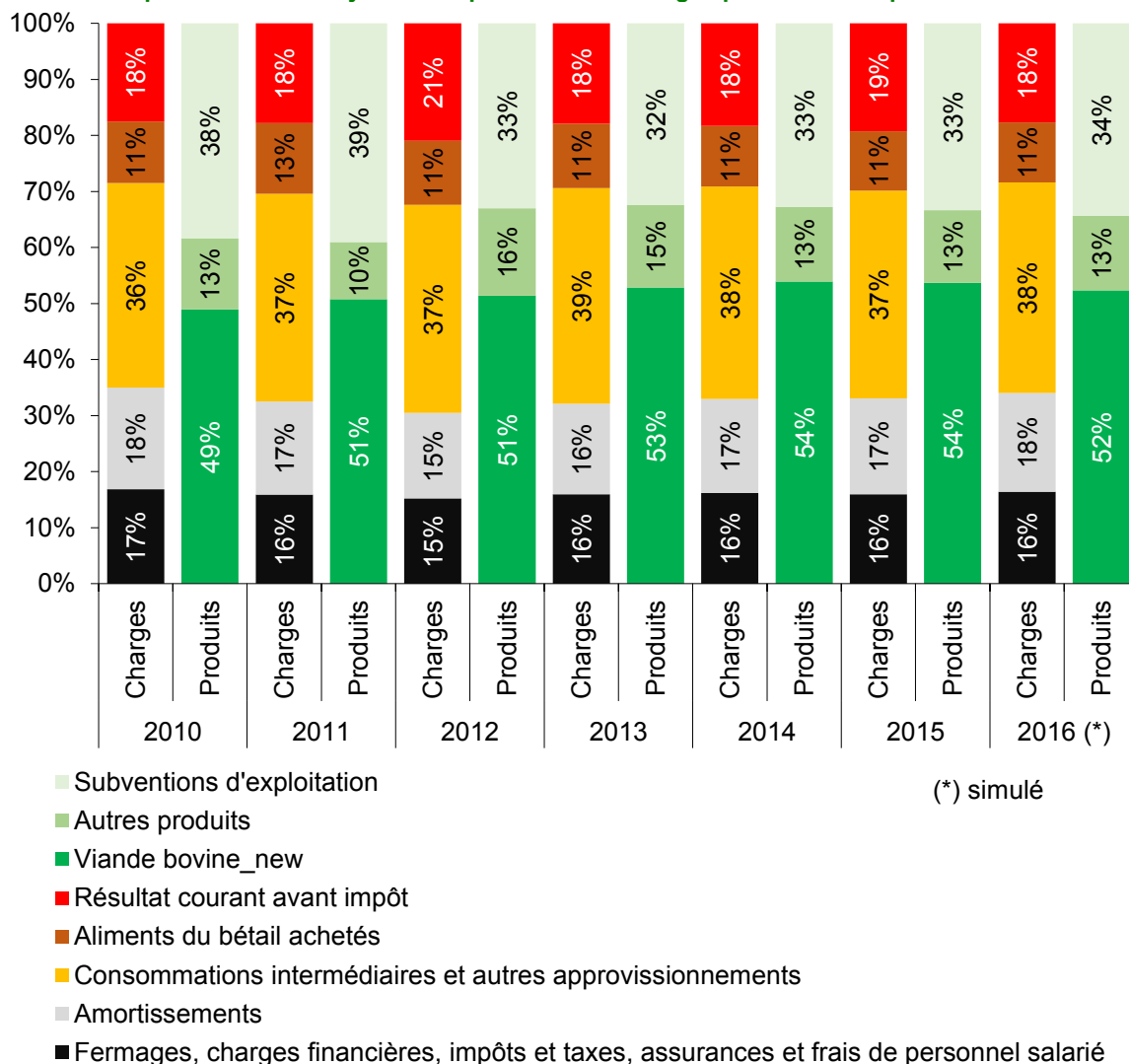
L'échantillon des exploitations spécialisées dans l'élevage de bovins viande, issu du Rica, est constitué de 467 à 519 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 21 398 à 24 460 exploitations. Dans cet échantillon, la production de bovins viande (bovins maigres, bovins gras) constitue plus de 78 % de la production de l'exercice nette des achats d'animaux.

Les résultats 2016 sont simulés. L'IPPAP bovins de boucherie 2016 (Insee) est appliqué au produit 2015 pour calculer le prix de la viande en 2016. L'IPAMPA bovins viande (Idele) est utilisé pour simuler le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements. Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2015.

En 2015, le résultat courant avant impôt par exploitation représente 19 % de la totalité des produits, soit 25 662 € pour 133 332 € (Graphique 58). Il est de 19 698 € par unité de travail annuel non salarié. En 2016, le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements baisse de 2 % mais le prix de la viande bovine baisse de 5 %. Ainsi, le résultat courant avant impôt se dégrade (- 11 % en valeur). Il est de 22 876 € pour 129 504 € et de 17 559 € par travailleur familial en 2016 (Graphique 60).

Graphique 58

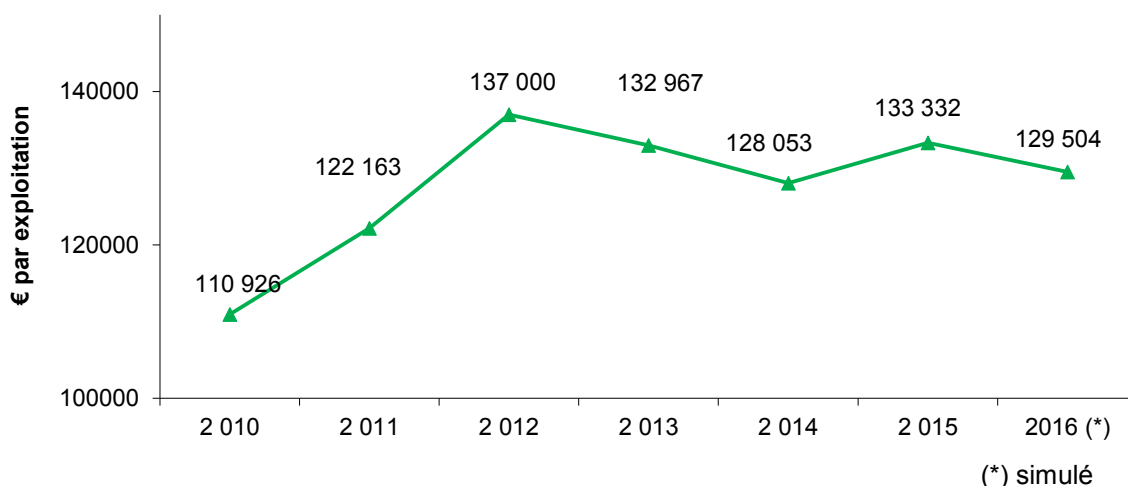
Structure du compte de résultat moyen des exploitations d'élevage spécialisées en production de viande bovine



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

Graphique 59

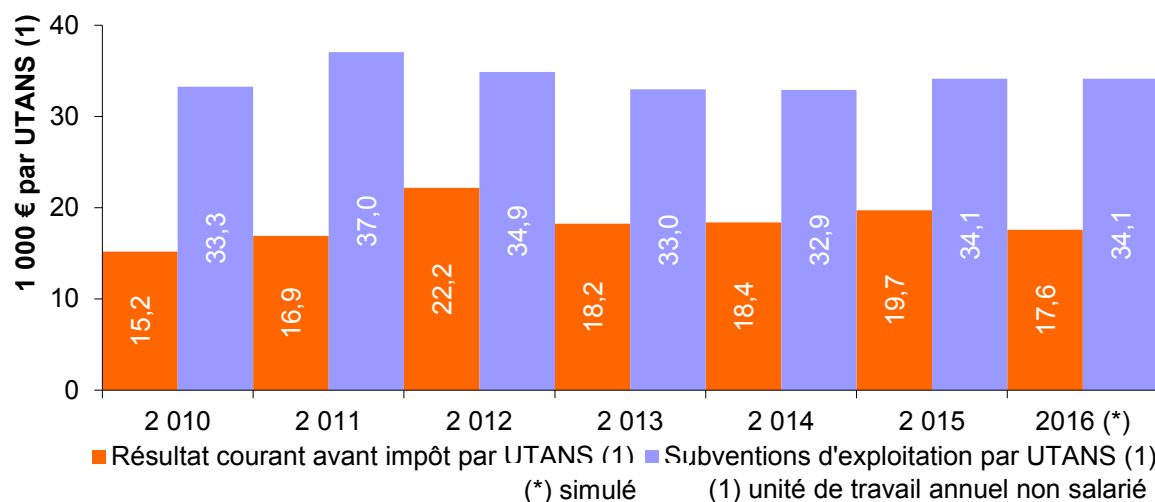
Montant moyen des produits courants par exploitation spécialisée en production de viande bovine



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

Graphique 60

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



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

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

Cette estimation pour la campagne 2016 du coût de production, exprimé en euro par kg de viande vive, est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys - Réseaux d'élevage par les Chambres d'agriculture et les organismes techniques de la filière. Trois systèmes d'élevage spécialisés sont étudiés :

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

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

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

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

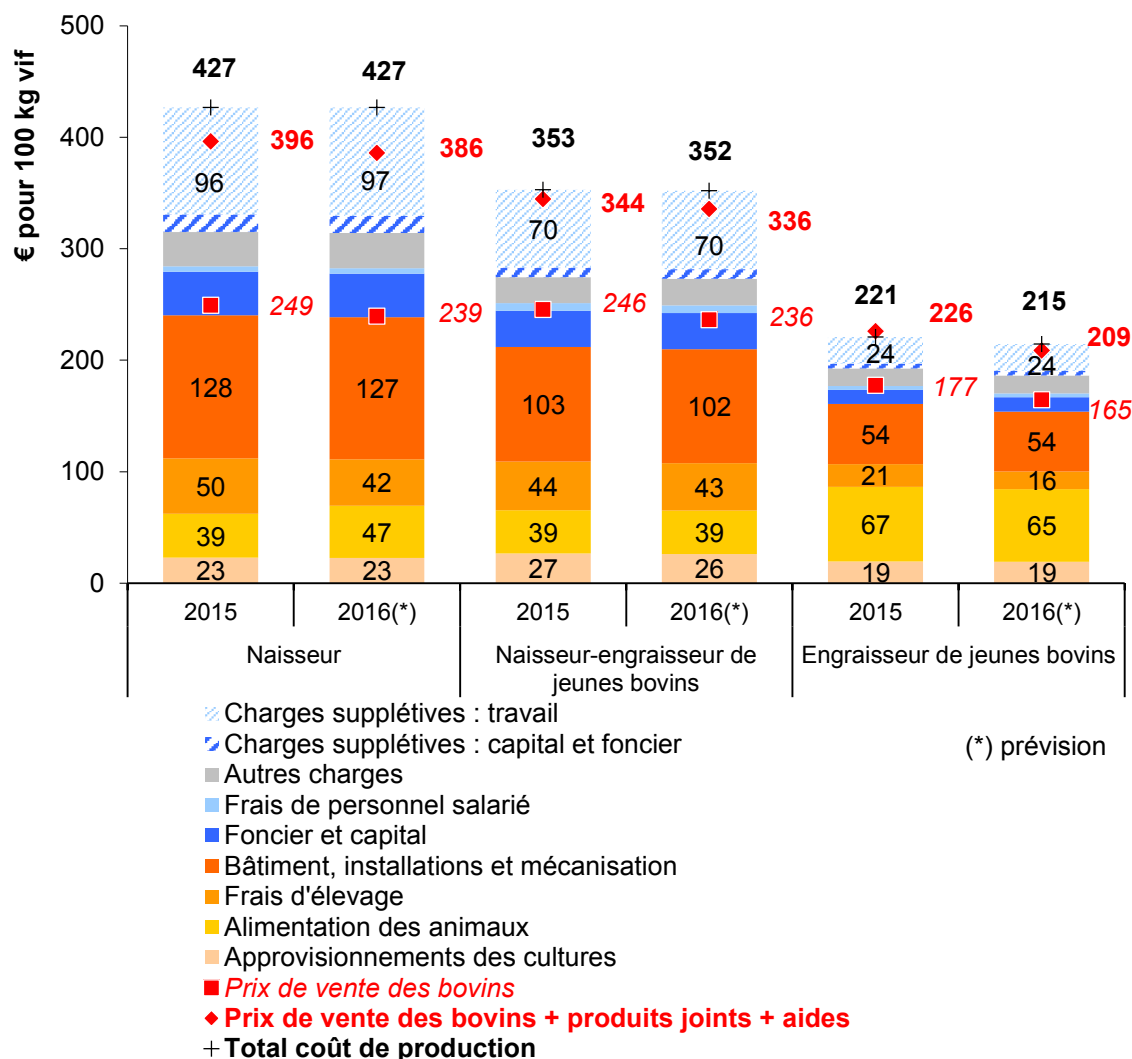
Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé sur la base des coûts culturaux (de même que pour les fourrages) et sur celle du prix de marché des céréales vendues.

En 2015, dans l'ensemble des systèmes, la rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) permet la couverture des charges comptables mais ne permet la rémunération que d'une part seulement des charges supplémentaires (selon les normes fixées ci-dessus). Ainsi, la rémunération des éleveurs atteint 1 SMIC par unité de main d'œuvre non-salarié dans le système « *Naisseur* » et 1,3 SMIC par unité de main d'œuvre non-salarié dans le système « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* » ; les capitaux engagés et les terres utilisées sont rémunérés. Dans le système « *Engraisseur de Jeune bovins* », la rémunération des éleveurs atteint 1,8 SMIC par unité de main d'œuvre non-salarié et les capitaux engagés et les terres utilisées sont rémunérés.

En 2016, selon les systèmes, les charges sont stables ou très légèrement en baisse, tandis que le prix de la viande bovine diminue dans les trois systèmes étudiés. Ainsi, la rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) baisse par rapport à 2015. Elle permet la couverture des charges comptables mais ne permet pas la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant. Les éleveurs « *Naisseur* » sont rémunérés à 0,9 SMIC, les « *Naisseur-engraisseurs de jeunes bovins* » à 1,2 SMIC et les « *Engraisseur de Jeune bovins* » à 1,1 SMIC. Les capitaux et les terres ne sont pas rémunérés.

Graphique 61

Coût de production par système d'élevage bovin viande



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

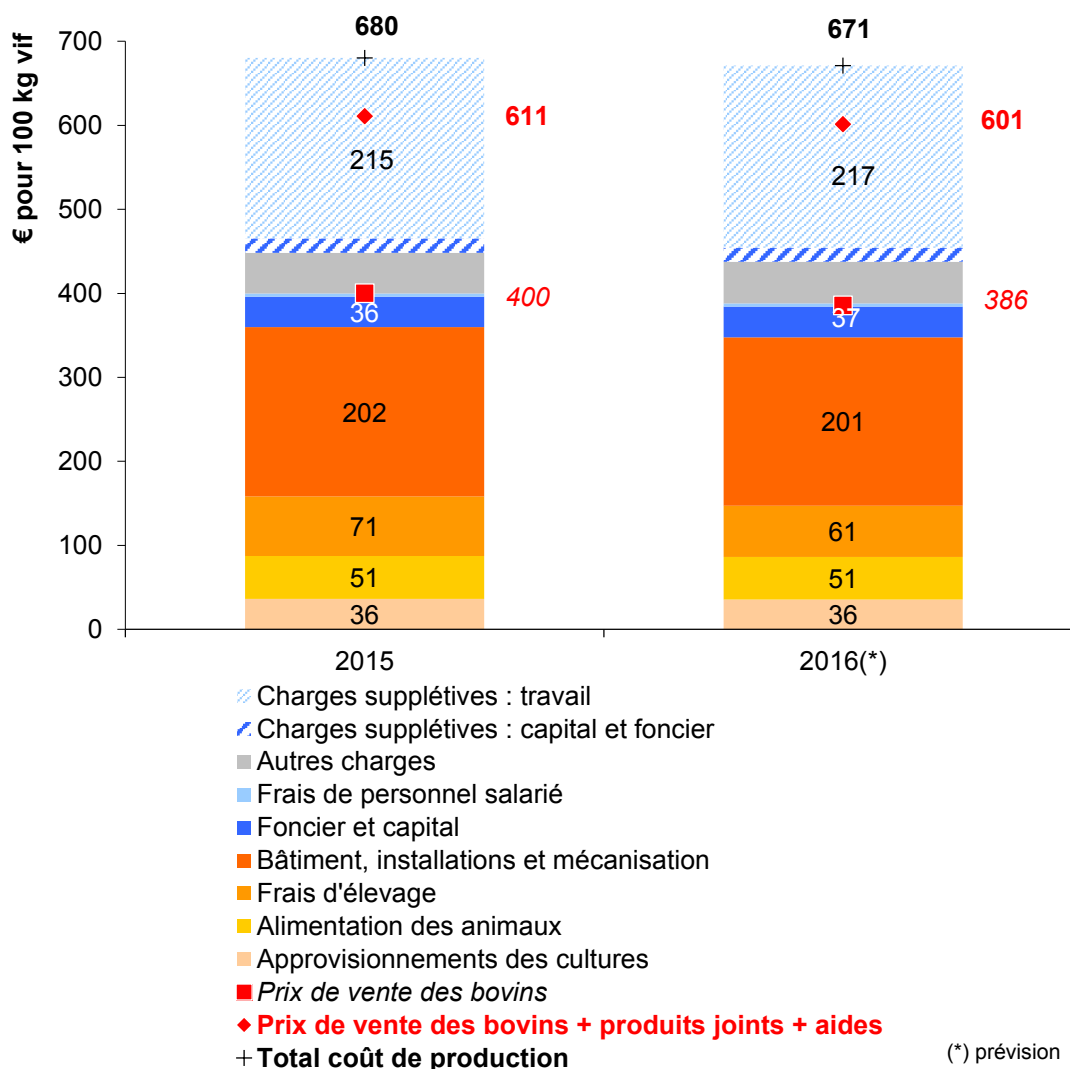
4.3. Coût de production dans les élevages naisseurs-engraisseurs de veaux

Les « *Naisseurs-engraisseurs* » de veau (élevage de veau sous la mère) connaissent une situation similaire à celle des autres éleveurs de bovins mais leurs pertes sont plus accentuées. En 2015, le coût de production total s'établit à 680 € / 100 kg vif alors que l'ensemble des produits s'élève à 611 €. La rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) permet la couverture des charges comptables mais ne permet la rémunération que d'une part des charges supplémentives. Les éleveurs sont rémunérés en moyenne à 1 SMIC / UMO. Les capitaux et les terres ne sont pas rémunérés. La marge nette est de - 70 € / 100 kg vif.

En 2016, le coût de production total diminue légèrement (- 1 %), tandis que le prix des veaux diminue de 4 % (le produit total y compris produits joints et subvention baisse de 2 %). Le coût de production total s'établit à 671 € / 100 kg vif alors que l'ensemble des produits s'élève à 601 €. La rémunération permise par l'ensemble des produits (viande et subventions d'exploitation) permet la couverture des charges comptables mais ne permet la rémunération que d'une part des charges supplémentives. Les éleveurs sont rémunérés en moyenne à 1 SMIC / UMO. Les capitaux et les terres ne sont pas rémunérés. La marge nette est de - 69 € / 100 kg vif.

Graphique 62

Coût de production dans les élevages naisseurs-engraisseurs de veaux



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

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

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

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment), pour une même année et ne permettent plus de prolonger la série précédente des comptes du secteur de la transformation et de la conservation des viandes bovines de boucherie. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données.

Les résultats ci-après sont obtenus au moyen d'un traitement particulier, pour l'observatoire, des données individuelles de la base Esane – Insee. Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits issus de l'abattage-découpe de bovins constituaient une part importante (au moins 72 %) de la production vendue de biens déclarée par l'entreprise. L'échantillon ainsi constitué regroupe 81 entreprises en 2014. Un traitement différencié des données de base collectée par l'Insee entraîne une rupture de série entre la période 2011 à 2013 et l'année 2014.

La structure du compte montre la part prépondérante (de 70,9 % à 73,5 % sur la période) du poste marchandises, matières premières et approvisionnements, qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Sur l'échantillon étudié, le poids de ce poste augmente de 2011 à 2013, avec la hausse des cours des bovins. Il s'établit à 72,5 % en 2014.

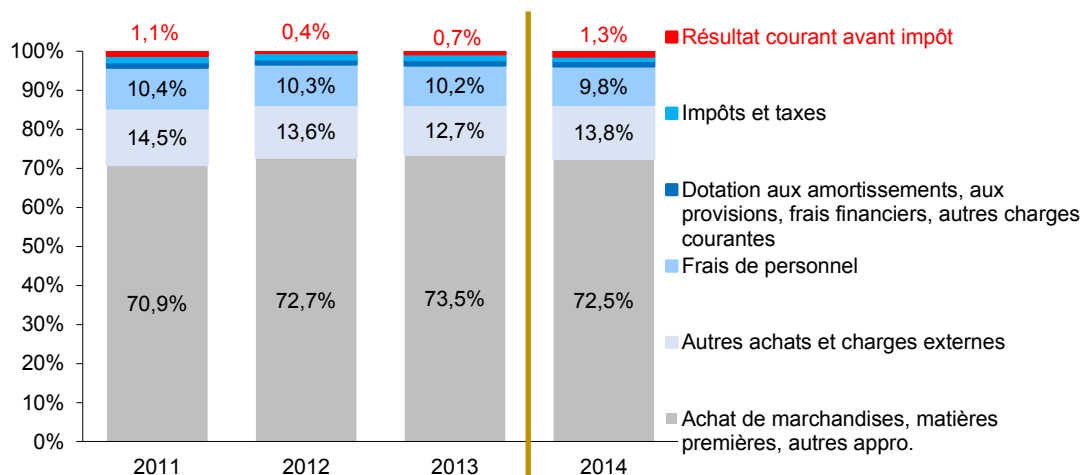
La part des autres postes diminue corrélativement entre 2011 à 2013. Les autres achats et charges externes comprennent des charges de sous-traitance, non négligeable dans le secteur, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim). Ces frais de personnel externe, alors qu'ils ne sont pas négligeables, n'apparaissent donc pas dans les frais de personnel de l'entreprise, lesquels représentent en moyenne de 10% environ de l'ensemble des charges. Le poste autres achats et charges externes comprend également des consommations intermédiaires et services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels....

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, est en moyenne de 13%. La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autres que grisé) sur le Graphique 63. La part du résultat courant a baissé en 2012 avec la hausse du coût d'achat des bovins, elle remonte en 2013 ; la valeur en 2014 n'est pas comparable à celles des années précédentes (rupture de série).

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2015 et, a fortiori, pour 2016 ; on peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, la baisse du poids des achats de matière première

Graphique 63

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



Attention, rupture de série en 2014 : du fait de changement de méthode dans l'enquête Esane, les résultats 2001-2013 ne sont pas comparables avec ceux de 2014.

Source : OFPM par SSP d'après Esane

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

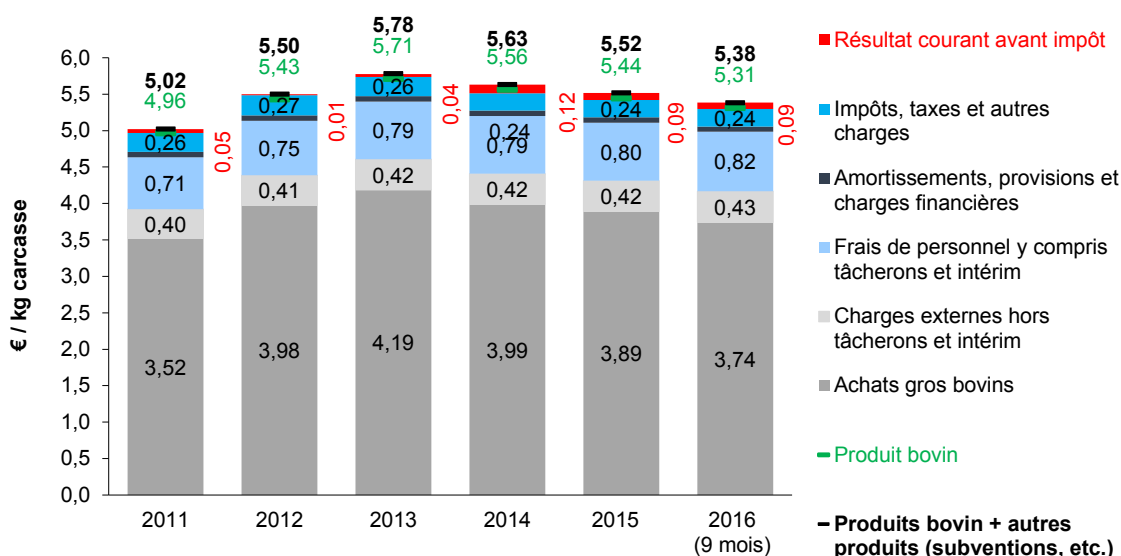
FranceAgriMer réalise un suivi trimestriel de l'activité, des coûts, des marges et des résultats des entreprises d'abattage-découpe et de transformation des gros bovins, en relation avec la conjoncture.

L'étude est réalisée auprès de 10 entreprises et groupes d'entreprises spécialisées gros bovins (99 % des volumes traités totaux sont des gros bovins). Ces entreprises ont transformé plus 900.000 tonnes équivalents carcasses en 2015, ce qui représente 60% des abattages contrôlés nationaux.

En 2016 (9 premiers mois), dans un contexte de baisse des cours à la production, le prix d'achat des entreprises diminue plus rapidement que leur prix de vente, comparé à la même période de 2015. Il en résulte un renforcement de la marge brute. Celui-ci s'inscrit dans un contexte de stabilité des exportations de viandes fraîches et de retrait de la consommation nationale. Dans le même temps, la stabilité des volumes traités ne permet pas aux opérateurs un étalement de leurs charges fixes en hausse (hausse des charges externes et frais de personnel). Toutefois, elles progressent de façon moins importante que la marge. Ainsi, le résultat courant avant impôt s'améliore de 1 ct d'€/ kg de carcasse. Il s'établit à 9 cts d'€/ kg de carcasse en moyenne sur les 9 premiers mois de 2016.

Graphique 64

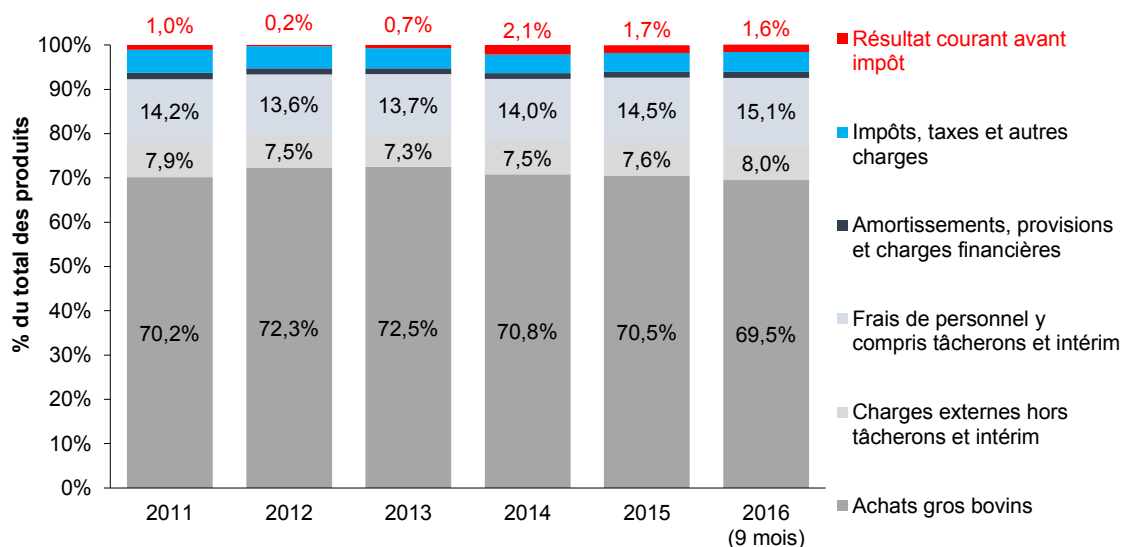
Coûts et résultat courant par €/ kg de carcasse traité dans l'abattage-découpe de viande bovine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

Graphique 65

Coûts et résultat courant en pourcentage de la valeur des produits dans l'abattage-découpe de viande bovine



Source : FranceAgriMer, Indicateur trimestriel de gestion

6. COMPTE DES RAYONS BOUCHERIE DES GMS

La méthode générale d'élaboration de ces comptes par rayon ainsi que des données de cadrage sur la grande distribution ont été présentées dans les chapitres 1^{er} et 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 contribue pour 15 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 13 % à leur marge brute, pour 19 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente : découpe, l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle dans certains hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

6.2. De la marge brute à la marge nette des rayons boucherie

Le rayon boucherie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 24,6%. Ce taux est inférieur de plus de 4 points à la moyenne des rayons étudiés, en partie, probablement, du fait des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié assez importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 11,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 3^{ème} rang après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie et marée.

La marge semi-nette est ainsi de 13,1 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (16 €). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative, de - 2,9 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 1,8 € après.

6.3. Détail des charges du rayon boucherie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boucherie supporte directement 13,8 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boucherie comprennent 11,6 € de frais de personnel dédié (9,3 € pour la moyenne tous rayons) et 2,2 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également un peu plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (13,8 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (16,9 €).

Au total, le rayon supporte 27,6 € de charges (avant répartition de l'IS et en sus du coût d'achat des produits) pour 100 € de CA, soit un poids inférieur à la moyenne tous rayons (28,2 €) pour 100 € de chiffre d'affaires, mais elle s'impute sur une marge brute nettement plus faible.

Tableau 10

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boucherie**

	<i>Boucherie</i>	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	75,4	
Marge brute	24,6	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	11,6	Peu dispersées
Marge semi-nette	13,1	
Autres charges	15,9	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,9	
Impôt sur les sociétés	-1,0	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,8	Très fortement dispersées, +/- 1,6 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

Tableau 11

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour les rayons boucherie pour 100 € de CA**

		<i>Boucherie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	11,6
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,5
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,6
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,3
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	13,7
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon (en magasin, au siège en charge des magasins)	5,9
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	5,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-1,0
	Sous-total : charges communes réparties	12,7
Total des charges imputées au rayon		26,5

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

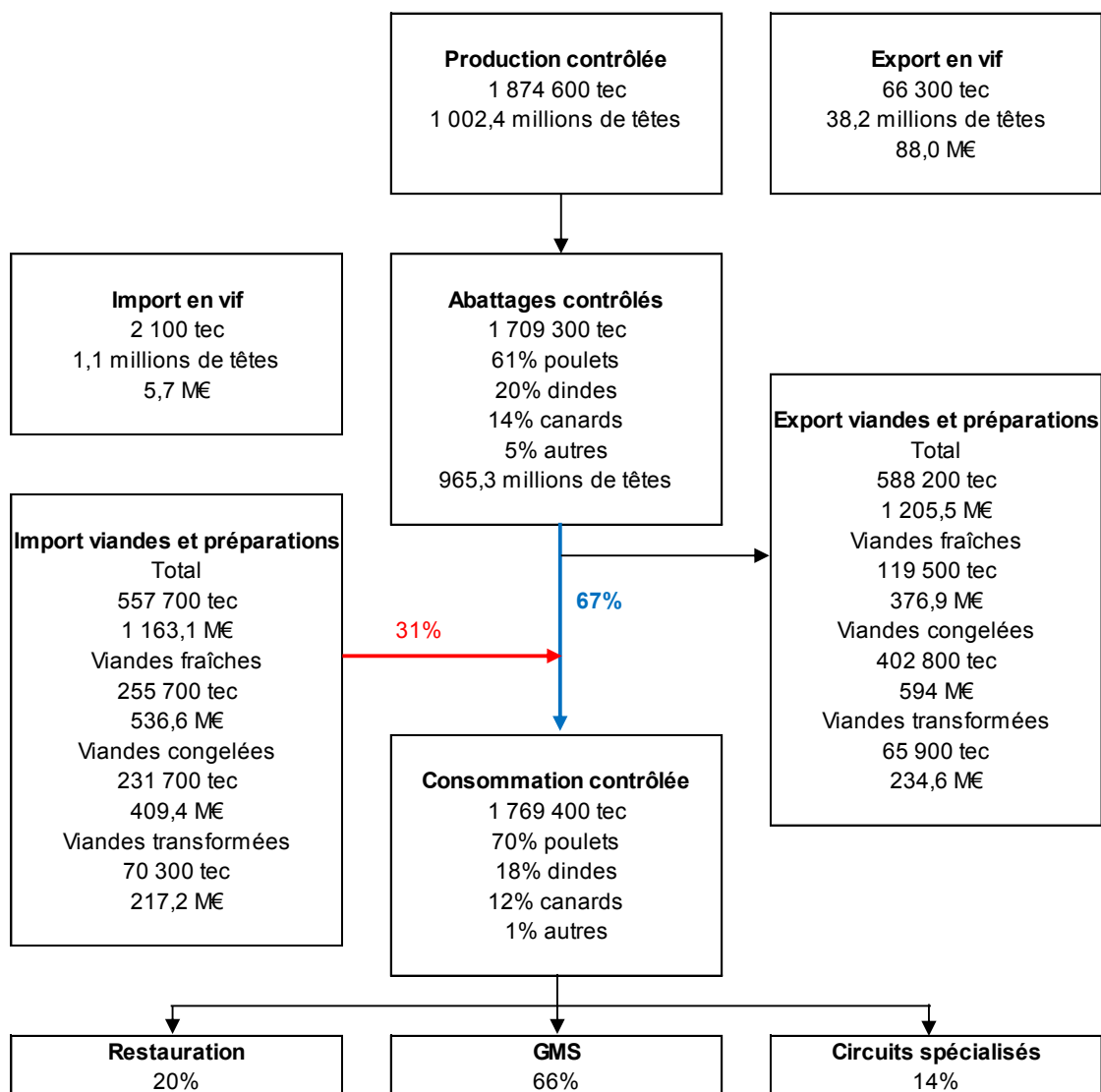
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

Section 3 – Volailles de chair et lapins

1. CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE VOLAILLES DE CHAIR ET LAPINS

Schéma 8

Cartographie des flux dans la filière volailles de chair en 2015



tec : tonne d'équivalent carcasse

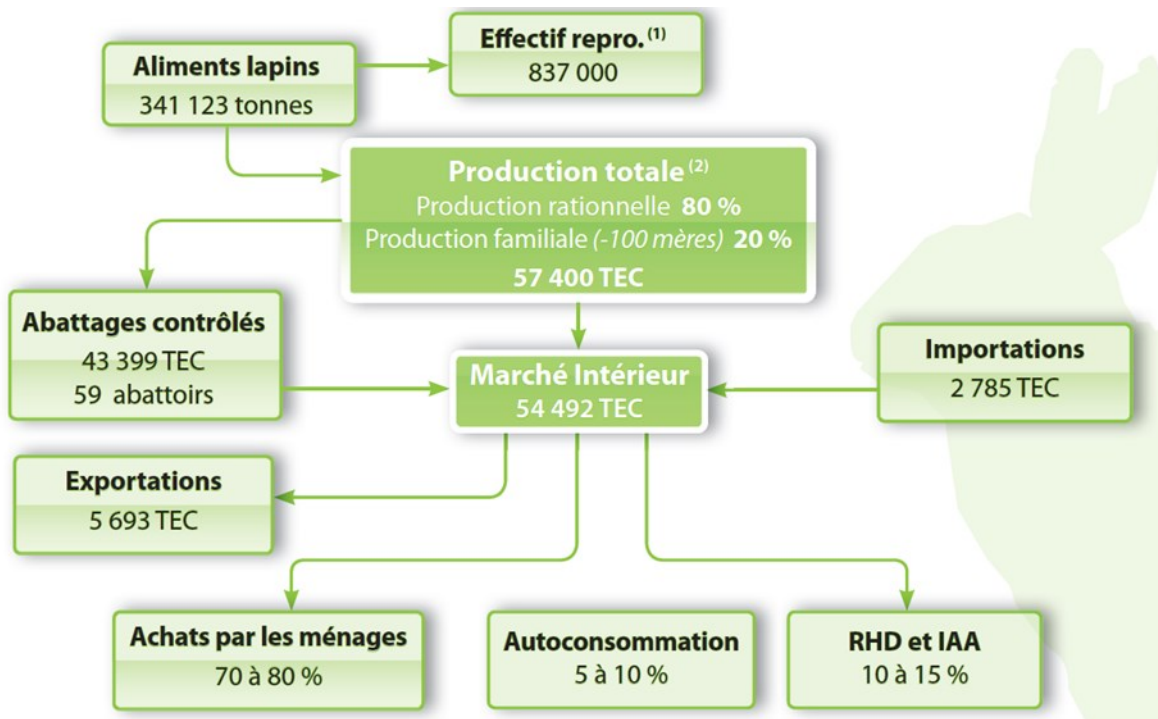
Sources : FranceAgriMer d'après SSP, Douanes, Kantar Worldpanel, Credoc

Pour plus d'informations :

- sur les évolutions récentes dans la filière volailles, consulter l'étude « [Les mutations des filières avicoles européennes depuis 2000. Les filières françaises face à l'émergence de nouveaux concurrents](#) » (FranceAgriMer), décembre 2015.
- sur la consommation et la distribution des viandes de volailles en France, consulter l'étude « [Actualité des relations commerciales entre industriels de la volaille et grande distribution](#) », présentée par l'Itavi (P. Magdelaine) lors des 2èmes Entretiens de l'Observatoire (26 octobre 2016).

Schéma 9

Cartographie des flux dans la filière lapins en 2015



Sources : Itavi et Clipp d'après : (1) Statistique agricole annuelle (SSP), (2) Recensement agricole (SSP) et Gestion technico-économique.

La production de volaille de chair a progressé de 1,4% en 2015, l'augmentation étant plus particulièrement sensible en poulets (+ 3 %), suite à la diminution de 2014 consécutive fin du régime d'aide à l'exportation. Les poulets et coqs constituent les deux tiers de la production de volailles. La production de canards (13% de la production) augmente également (+2%) mais celle de dindes (un cinquième de la production) baisse de 3%.

La consommation de volailles demeure plus dynamique que celle des autres viandes, progressant encore en 2015 (+1,8%) et atteignant près de 1,8 million de tec, niveau le plus élevé depuis plus de 40 ans. En 2015, la consommation de viandes de volaille calculée par bilan continue à progresser (+ 1,8 %), soit 27 kg par habitant. Elle atteint le niveau le plus élevé depuis plus de 40 ans.

Les exportations de viande de volaille, de près de 590 milliers de tec en 2015, augmentent de 1 % par rapport à 2014. Les exportations de poulets progressent de 3 %, soit 14 300 tec supplémentaires majoritairement destinés aux pays tiers (12 300 tec, contre 2 000 tec dans l'UE).

Dans le même temps, les importations de viande de volaille progressent de façon continue depuis de 20 ans. Trois volailles sur dix consommées en France sont d'origine étrangère.

Le solde du commerce extérieur de viandes et préparations de volailles reste toutefois positif en volume, mais se réduit encore par rapport aux années précédentes

(D'après Agreste, Graph'Agri 2016, page 164. Service de la statistique et de la prospective du ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Gaf16p148-166.pdf>)

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

2.1. Valeurs en vif

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

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

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

L'observatoire dispose depuis 2011 de prix industriels relevés par l'Insee pour 4 produits : poulet entier prêt-à-cuire standard, escalope de filet de poulet standard, escalope de filet de dinde standard et cuisse de poulet standard. L'observatoire utilise les données des douanes françaises pour estimer les prix industriels des ailes de poulet et de dinde fraîches (prix FOB à destination des pays de l'Union européenne et de la Suisse). Ces données sont insuffisantes pour calculer la valeur de matière première des découpes de dinde (il faudrait disposer de la valorisation totale sortie usine de l'ensemble des pièces). En revanche, pour le poulet, les données permettent d'estimer un coût en matière première entrée abattoir pour les découpes de poulet standard (filet et cuisses). Une enquête conduite en 2014 auprès des industriels a permis de recueillir des références sur la valorisation des abats (gésiers, foie), de certaines viandes secondaires (*trimming*) et autres coproduits, ce qui a ainsi permis de préciser les estimations des indicateurs de marges brutes industrielles sur les produits de consommation étudiés (cf. encadré ci-après).

L'observatoire suit trois catégories de viande de lapins : le lapin entier présenté non découpé, le lapin entier découpé et un ensemble composite : morceaux de lapin.

On ne dispose pas de prix moyen sortie usine pour les poulets de label, le lapin entier et les découpes de lapin pour lesquels seul un indicateur de « *marge brute agrégée* » (industrie et distribution confondues) peut donc être estimé²⁶.

Les références de prix des volailles et lapins au détail sont les prix d'achat moyens pondérés mensuels issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel. La nomenclature du panel permet d'estimer les dépenses et les volumes d'achat en poulet standard (i.e. sans label rouge ni mention d'agriculture biologique), donc le prix moyen de cette catégorie, en soustrayant aux volumes et dépenses en poulets toutes catégorie celles en poulets sous label rouge et en poulets biologiques (les séries antérieurement utilisées par l'observatoire pouvaient inclure les poulets biologiques).

Pour établir des valeurs moyennes annuelles composant le prix au détail (coût entrée abattoir, marges brutes de l'aval), les données de base, mensuelles, sont pondérées quel que soit le stade (production, industrie, GMS) par les quantités achetées mensuellement en GMS en année de référence (2015, actuellement), ceci pour garantir que les évolutions de ces valeurs annuelles sont uniquement dues aux évolutions des prix et non influencées par d'éventuelles variations interannuelles de la répartition de achats dans l'année.

²⁶ Un projet d'enquête sur les prix sortie usine du lapin est en cours d'étude avec l'interprofession.

Encadré 1

Impact de la valorisation des coproduits de l'abattage-découpe de volailles

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

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

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

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

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

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

Tableau 12

Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard en 2014

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

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

Les résultats précédents ramenés aux quantités de poulets traités et divisés par le rendement du vif en carcasse (67 % pour un poulet standard, source SSP pour OFPM) donnent les valeurs par coût unitaire d'achat. Abats et coproduits sont considérés comme des produits joints des PGC : leur valorisation nette vient diminuer le coût d'achat de la matière première (poulet entrée abattoir) d'environ 4 centimes / kg carcasse (ou 2,7 centimes / kg vif) sur la base de ces résultats 2014. Le Tableau 13 ci-après présente les résultats précédents exprimés en % du prix moyen de la matière première entrée abattoir.

Tableau 13

Valorisation moyenne des coproduits du poulet standard, ramenée au prix d'achat entrée abattoir en 2014 (en %)

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

Source : OFPM, enquête auprès des entreprises

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

3.1. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : poulet entier standard

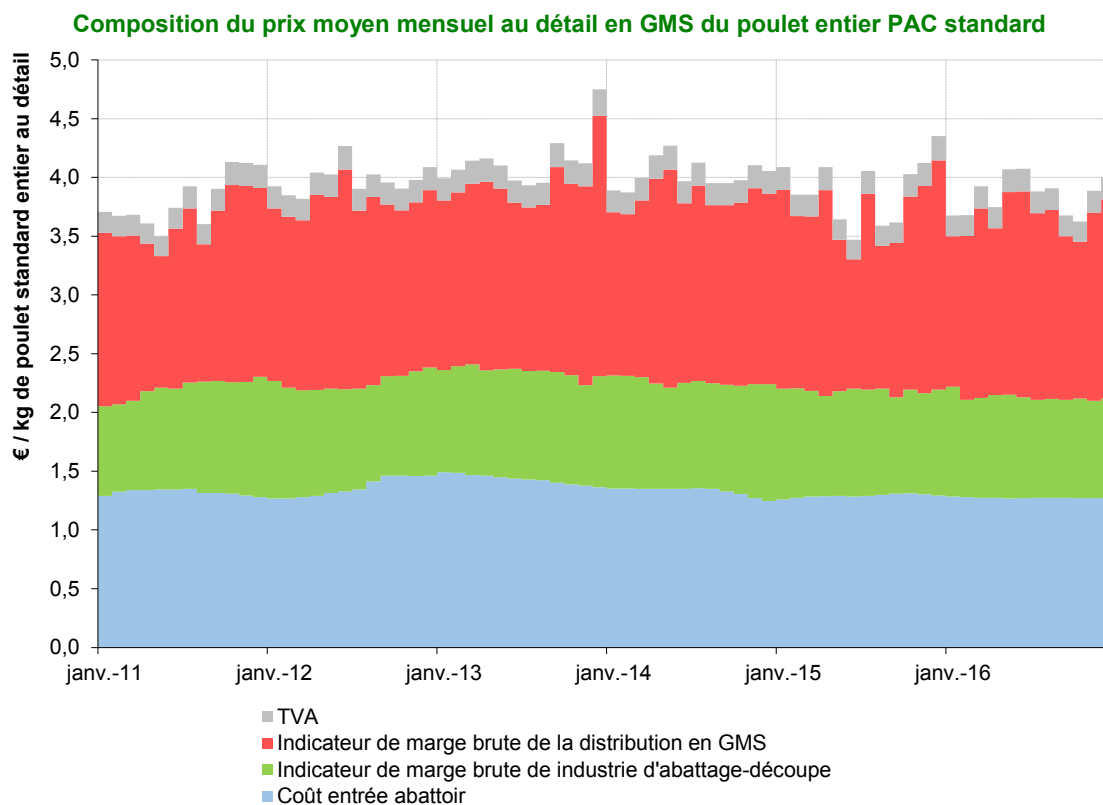
Le prix moyen annuel au détail a progressé significativement de 2011 à 2013, période durant laquelle les cours des matières premières destinées à l'alimentation animale ont fortement augmenté-

Le prix moyen au détail diminue sensiblement ensuite (Graphique 67) sous l'effet du reflux du coût entrée abattoir et du resserrement des marges brutes de l'aval.

NB :

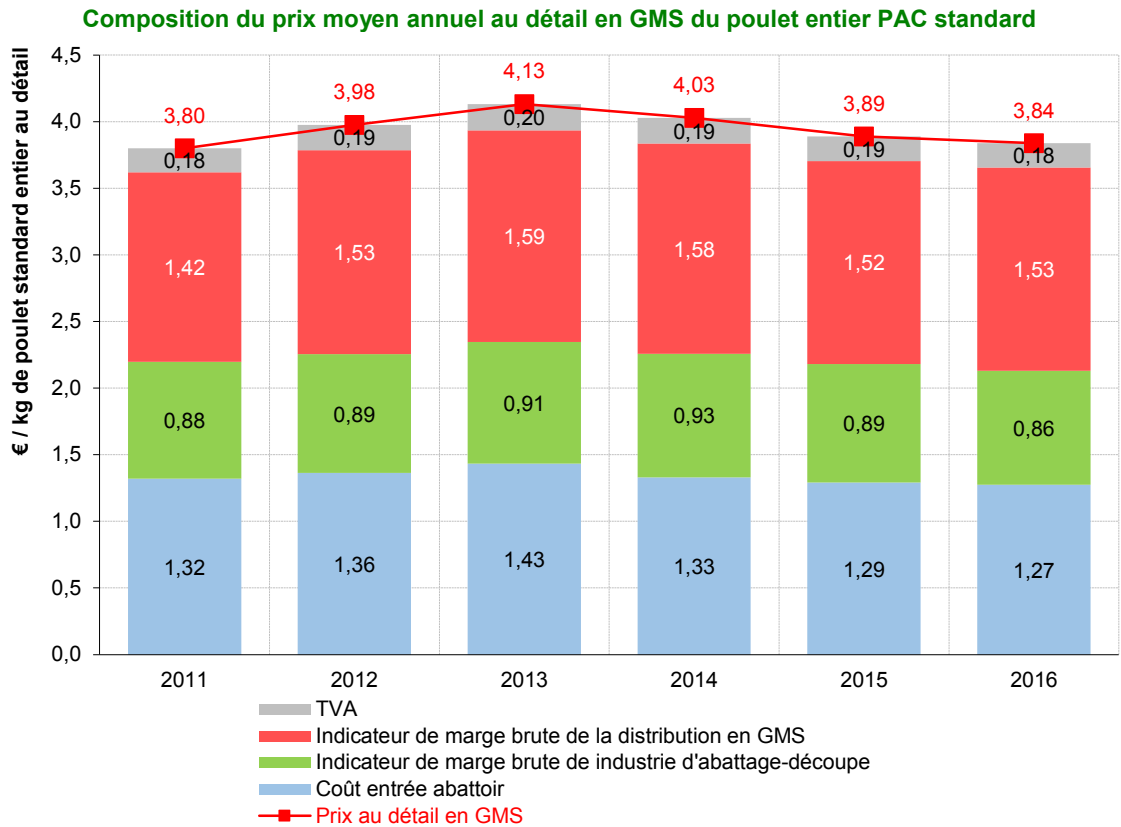
Les moyennes annuelles ont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entré abattoir, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence : 2015.

Graphique 66



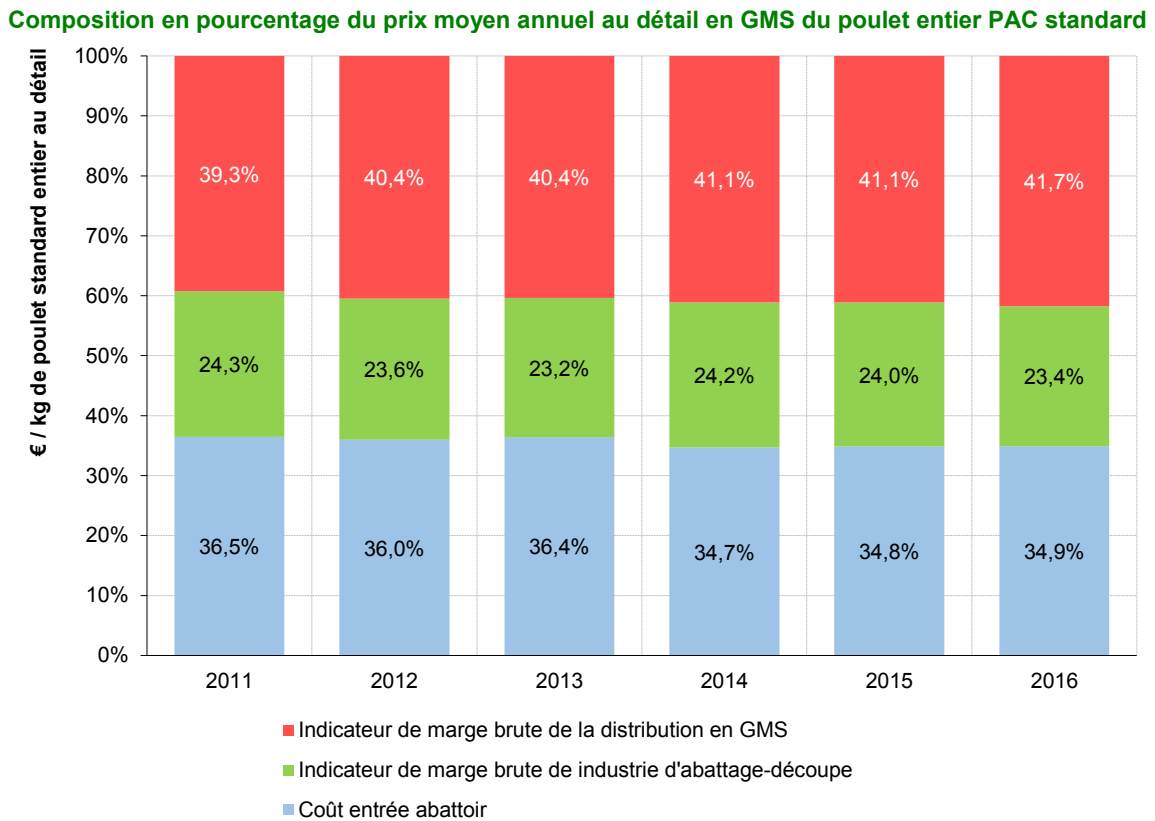
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 67



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

Graphique 68



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

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : découpes de poulet standard

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

NB :

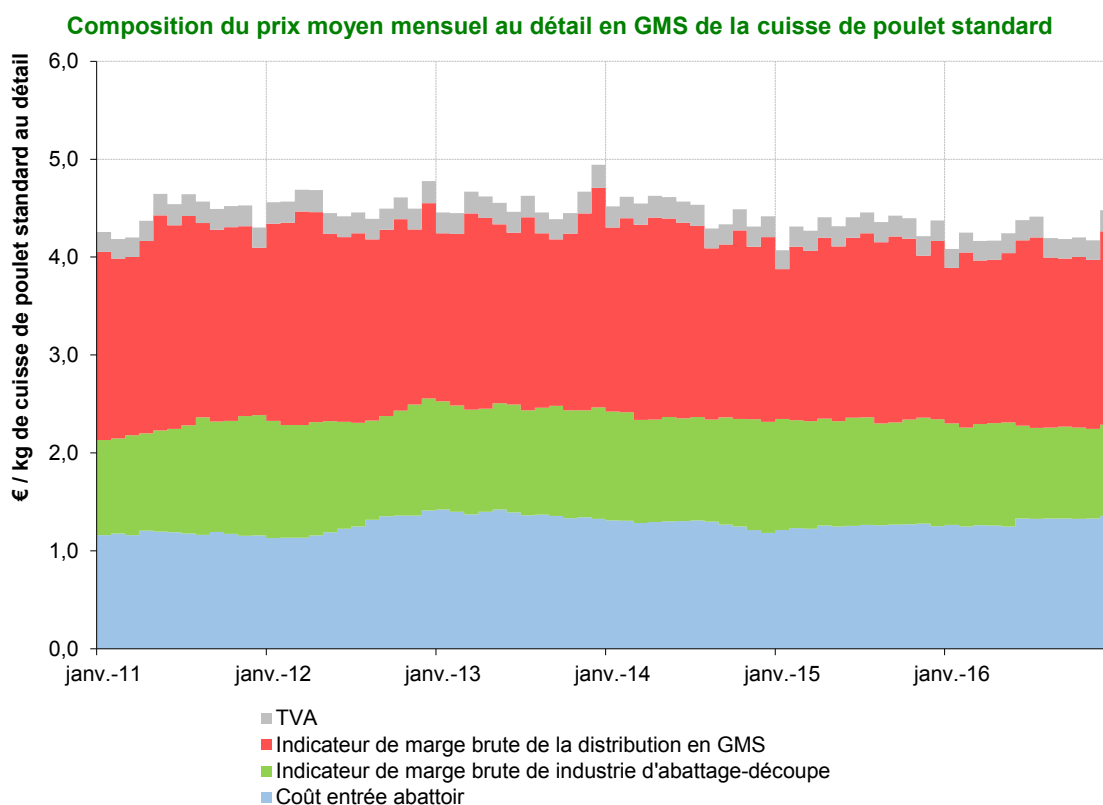
Les moyennes annuelles ont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, sortie industrie, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence : 2015.

3.2.1. Cuisses de poulet standard

Les **cuisses de poulet standard** enregistrent une baisse marquée de leur prix moyen annuel en GMS entre 2014 et 2016 : - 26 centimes, malgré la remontée du coût de la matière première entrée abattoir en 2016. Les indicateurs de marge brute de l'industrie et de la distribution diminuent (Graphique 70).

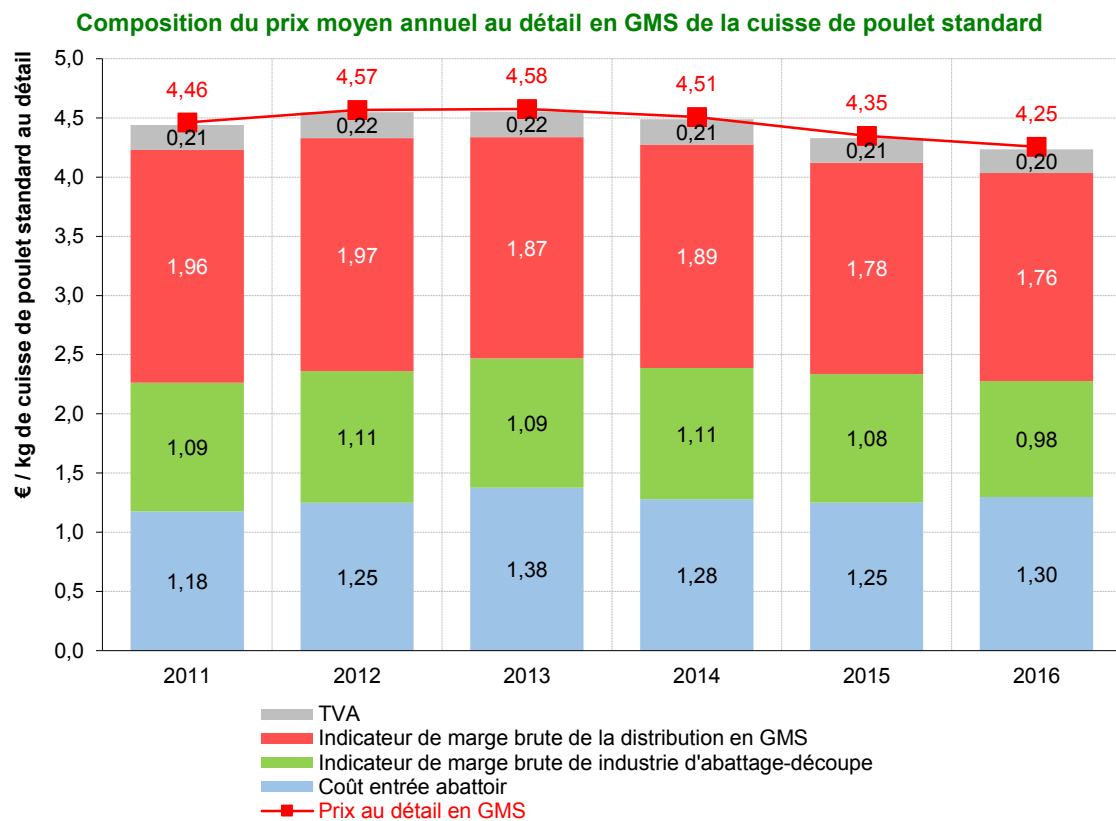
Ces baisses de prix moyen au détail (à saisonnalité des achats constante), relativement importantes, conduisent à s'interroger sur une éventuelle modification du panier de produits suivis en GMS et regroupés sous l'intitulé « *cuisses de poulets standard* » dans le panel Kantar. Il est possible que la part des importations se soit accrue. Ceci compromettrait alors l'homogénéité du suivi des valeurs aux différents stades, le coût entrée abattoir (source SSP-Insee) et le prix sortie usine (source Insee) portant eux sur des produits français.

Graphique 69



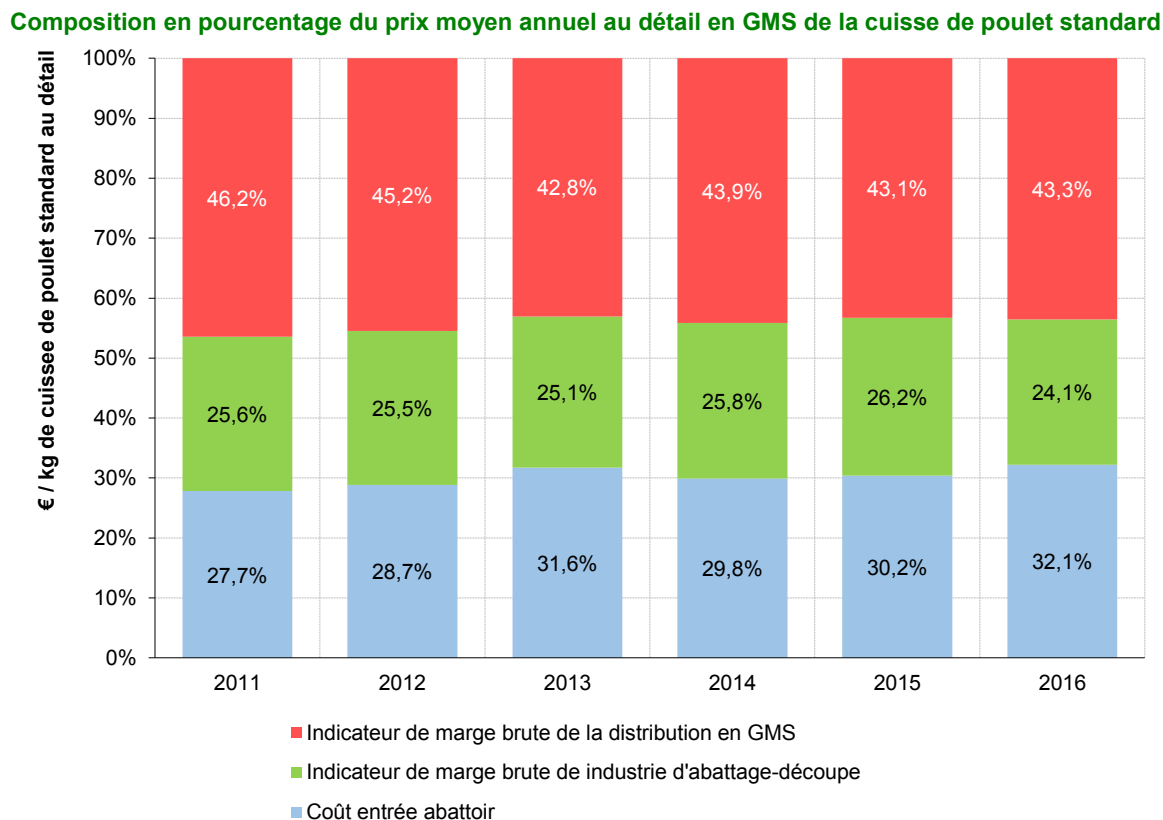
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 70



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

Graphique 71



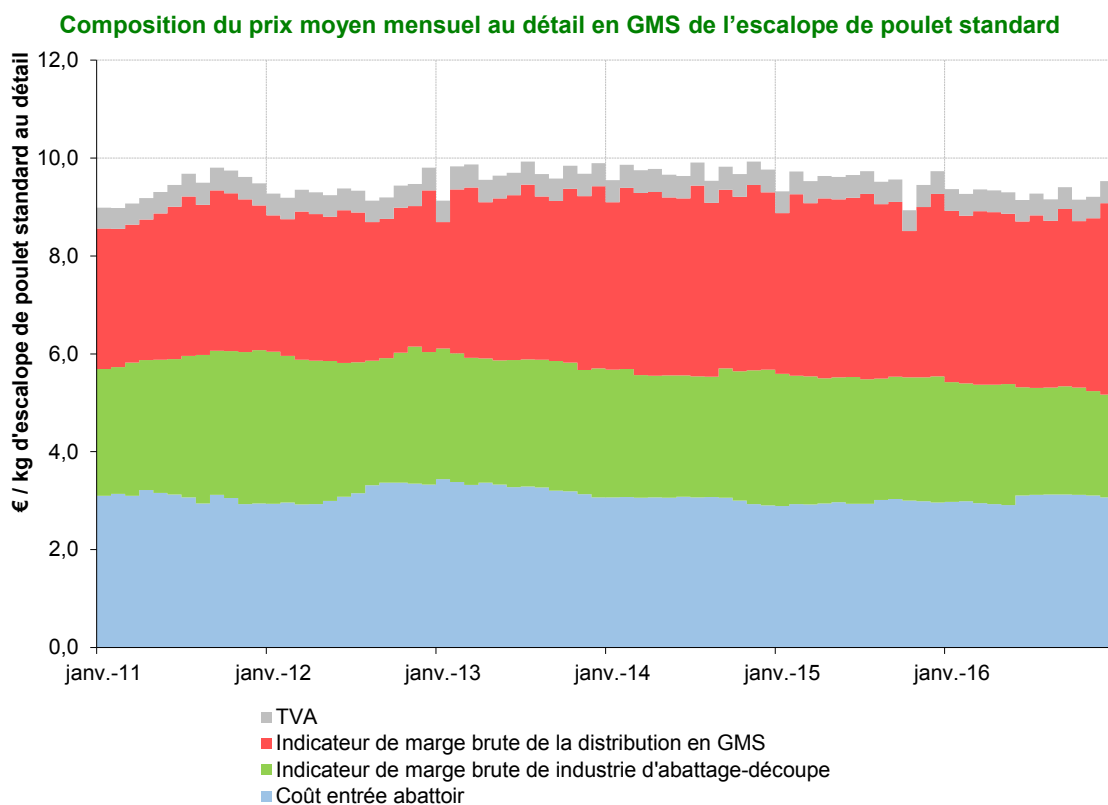
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.2.2. Escalopes de poulet standard

Le prix moyen annuel au détail des **escalopes de poulet** (Graphique 73) recule de 44 centimes entre 2014 et 2016 après une phase de hausse concomitante à celle du coût entrée abattoir. Les indicateurs de marge brute de l'industrie et en GMS sont en baisse.

Ces baisses de prix au détail, relativement importantes, conduisent à s'interroger sur une éventuelle modification du panier de produits suivis en GMS et regroupés sous l'intitulé « *escalopes de poulet standard* » dans le panel Kantar. Il est possible que la part des importations se soit accrue. Ceci compromettrait alors l'homogénéité du suivi des valeurs aux différents stades, le coût entrée abattoir (source SSP-Insee) et le prix sortie usine (source Insee) portant eux sur des produits français.

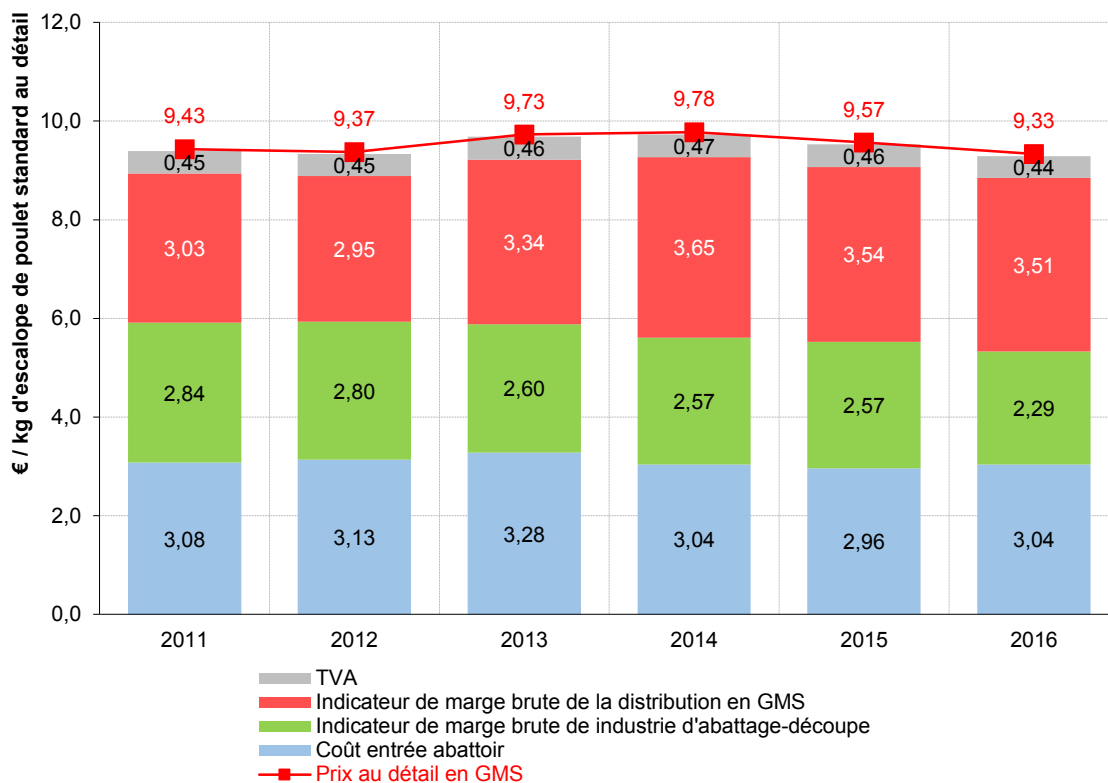
Graphique 72



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

Graphique 73

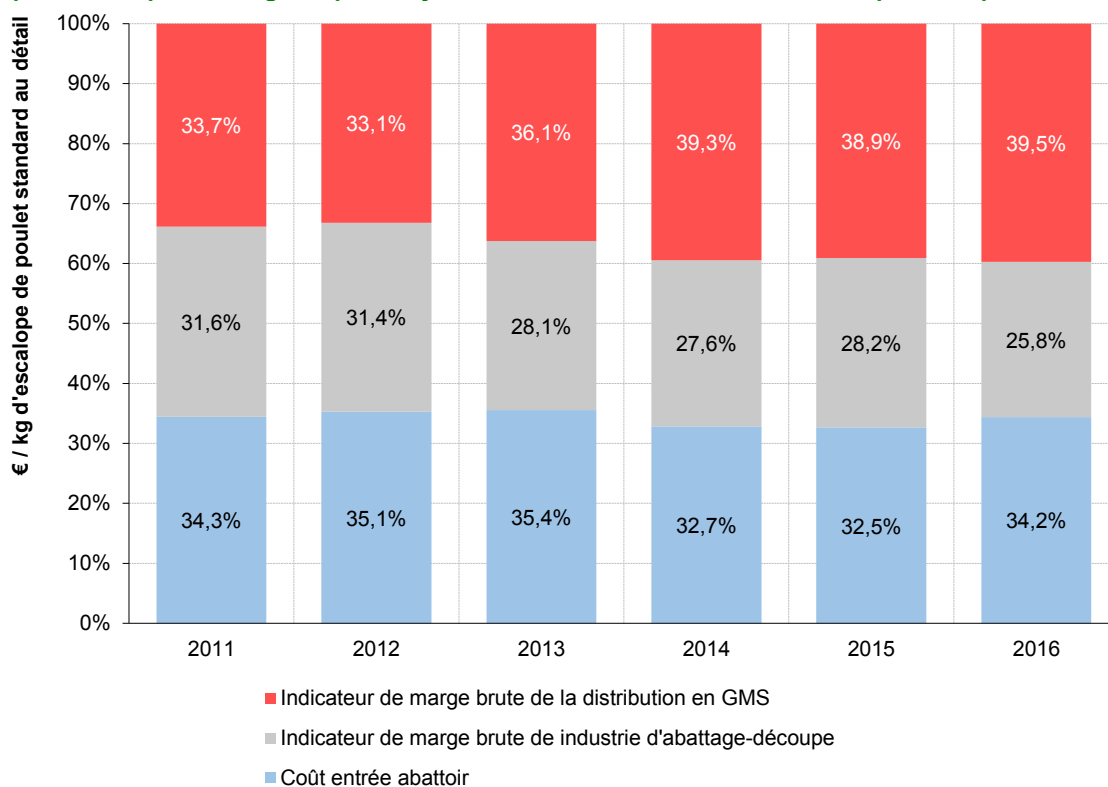
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'escalope de de poulet standard



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

Graphique 74

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS de l'escalope de de poulet standard



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

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : poulet entier de label rouge

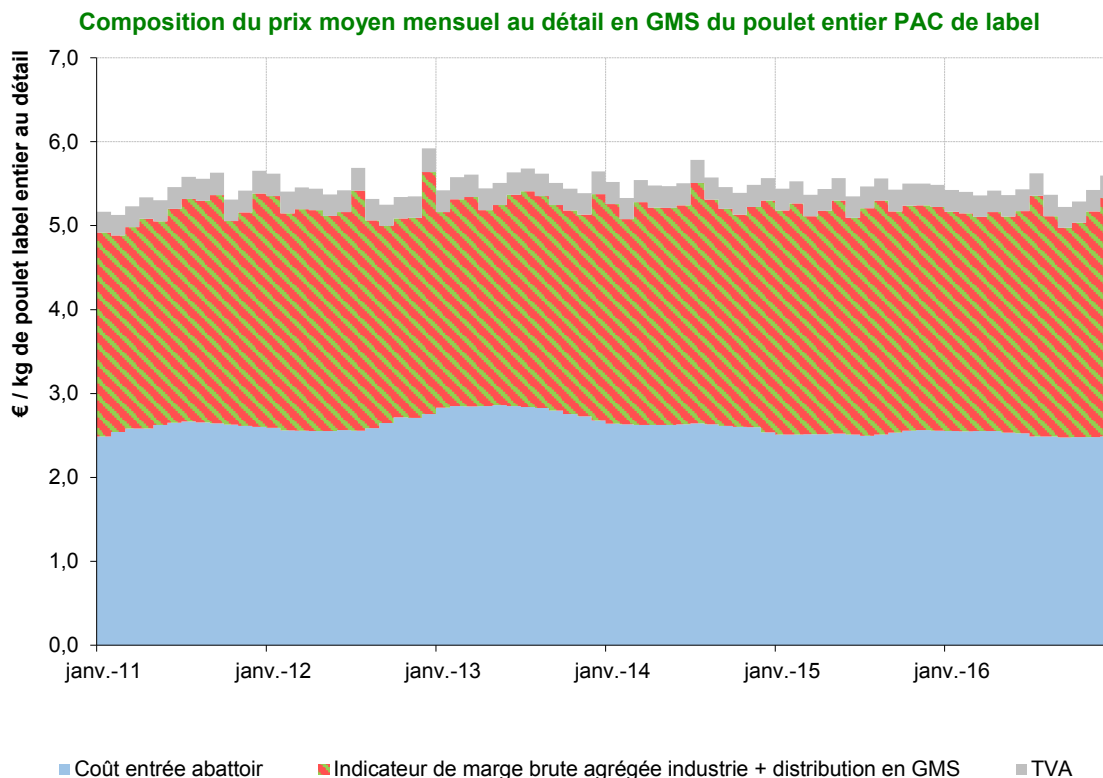
On observe la même évolution générale à deux phases observée sur les produits évoqués plus haut : hausse du prix au détail concomitante de celle du coût entrée abattoir jusqu'en 2013, puis baisse de ces valeurs de 2013 à 2016 (Graphique 76).

De 2015 à 2016, le prix moyen au détail baisse pour la seconde année consécutive (-7 centimes) sous l'effet de la diminution du coût entrée abattoir (-2 centimes) et de la baisse de l'indicateur de marge agrégée de l'aval (-5 centimes), qui donc répercute et amplifie la baisse du coût entrée abattoir.

NB :

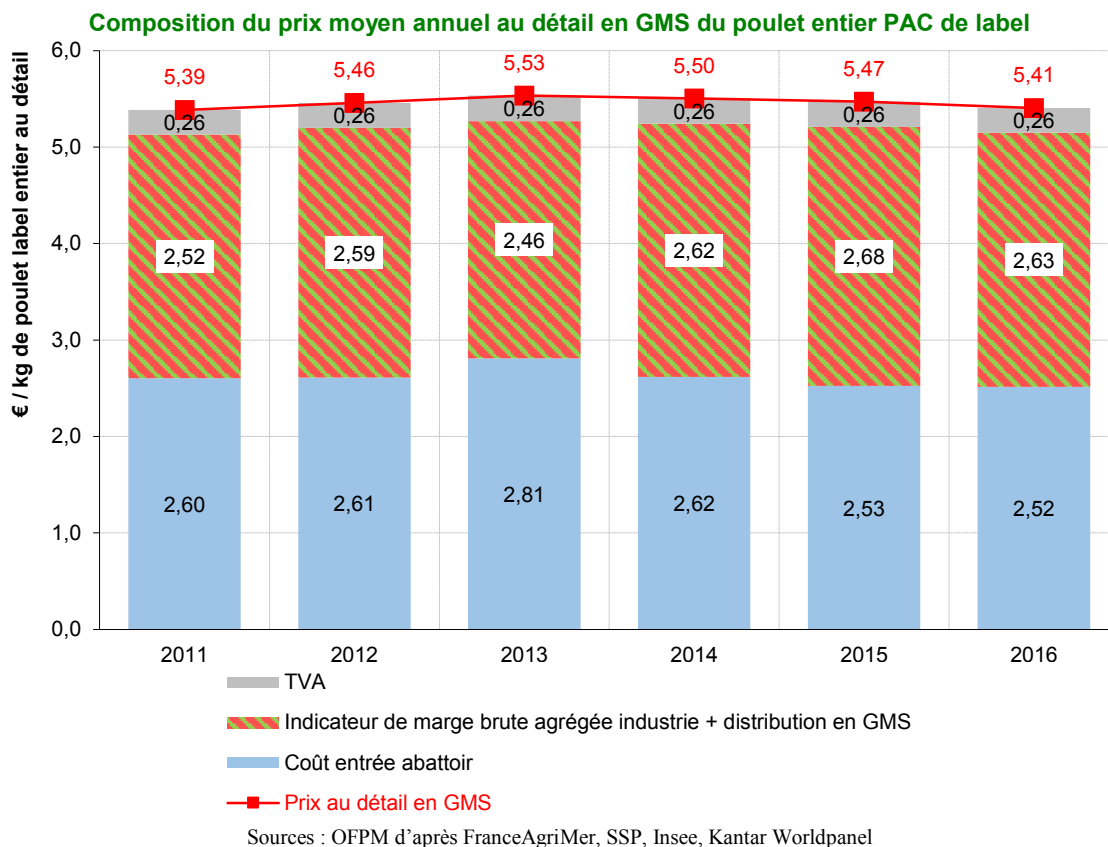
Les moyennes annuelles ont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS en année de référence : 2015.

Graphique 75

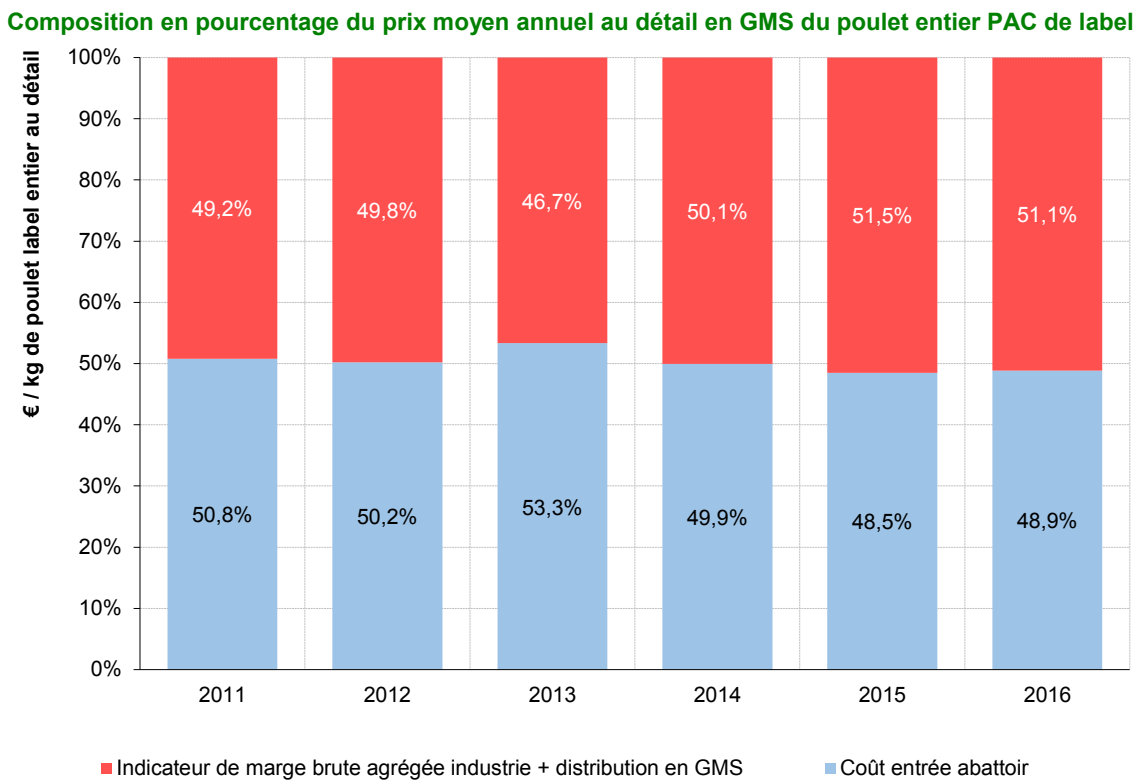


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 76



Graphique 77



3.4. Prix et indicateurs de marges brutes en filière volailles : lapin entier et morceaux de lapin

On note la forte saisonnalité des prix du lapin entrée abattoir, atténuée dans le prix au détail.

L'observatoire suit trois articles : le lapin entier vendu non découpé, le lapin entier vendu découpé et un ensemble de morceaux (non spécifiés dans la nomenclature du panel Kantar) de lapin.

NB :

Les moyennes annuelles sont obtenues en pondérant les valeurs mensuelles à chaque stade (entrée abattoir, sortie industrie, détail en GMS) par les quantités d'achat mensuelles au détail en GMS observée en année de référence : 2015.

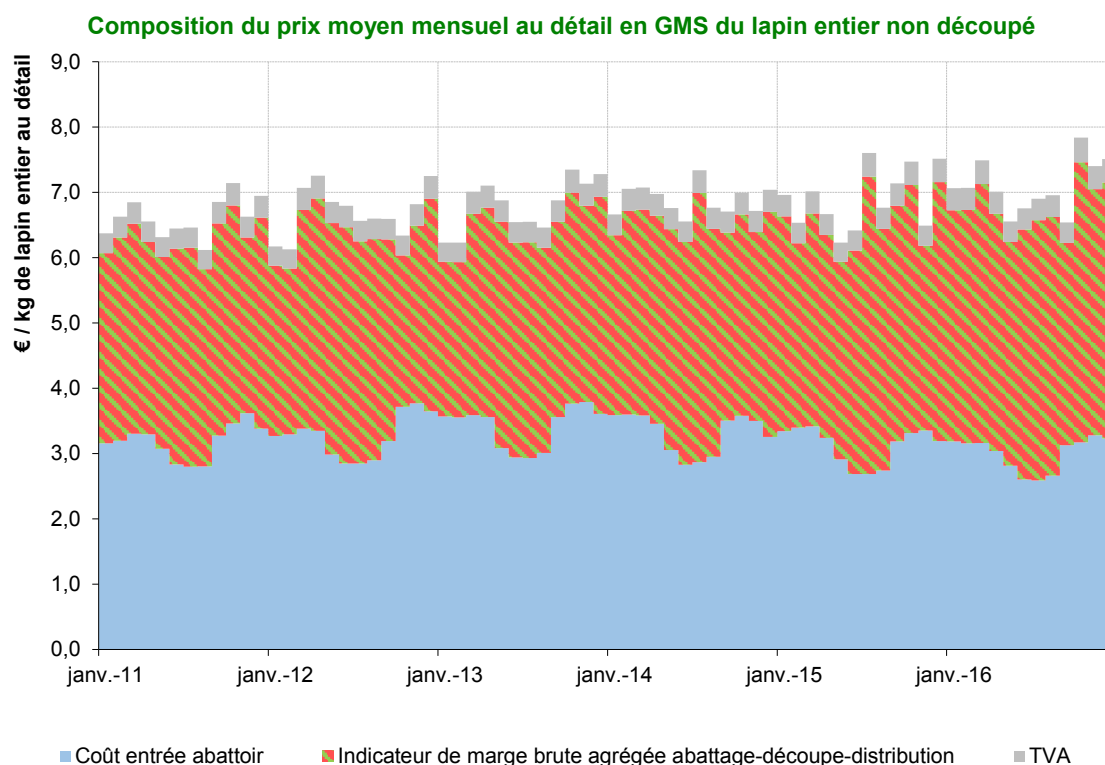
Le coût moyen annuel entrée abattoir a été estimé sur la base du le prix du kg de carcasse entrée abattoir, il est identique pour les 3 articles car 1°) on a considéré qu'ils étaient homogènes à la carcasse (même proportion d'os, par exemple) et 2°) on a négligé – faute de données précises - les rendements de découpe.

Pour autant, le coût moyen annuel entrée abattoir pour une année donnée varie légèrement selon les produits sous l'effet de pondérations mensuelles légèrement différentes des quantités achetées, selon les produits.

3.4.1. Lapin entier non découpé

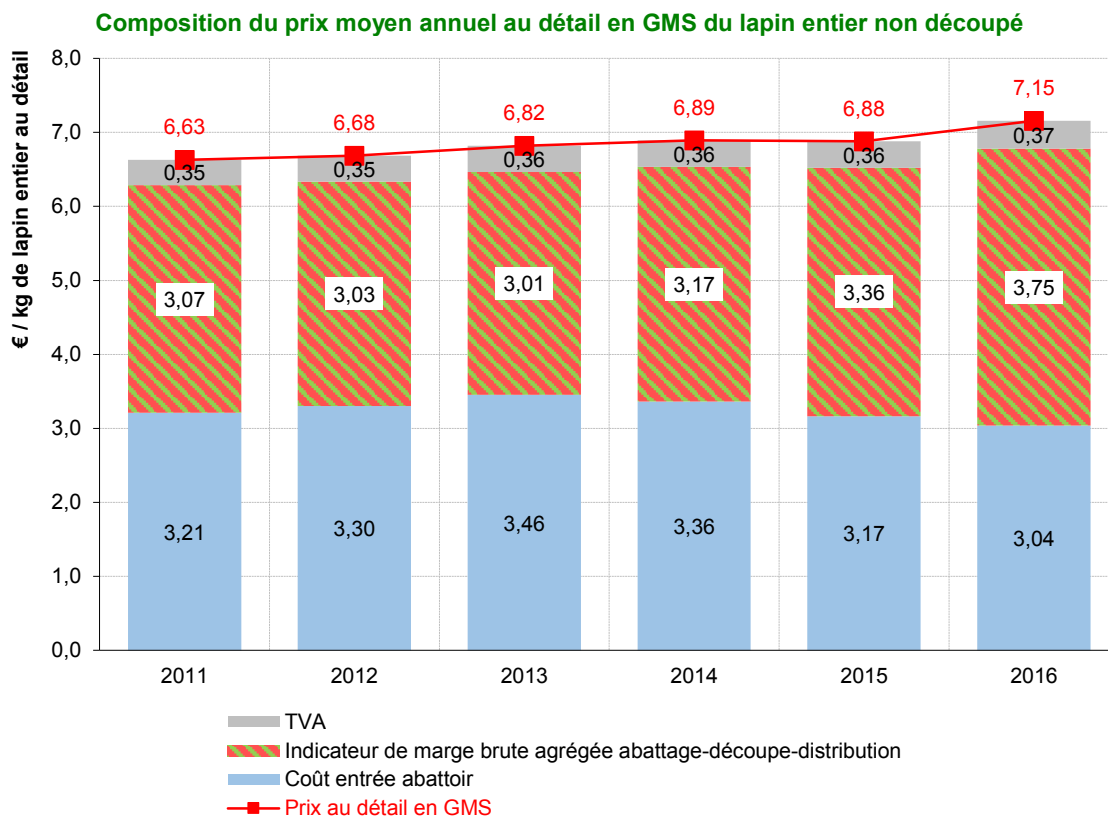
Le prix moyen annuel au détail du **lapin entier non découpé** en GMS (Graphique 79) est quasi stable en 2014 et 2015, après avoir progressé depuis 2010. Il progresse à nouveau fortement en 2016 (+22 cts), tandis que le prix entrée abattoir est en diminution. En conséquence, la marge brute de l'aval augmente.

Graphique 78



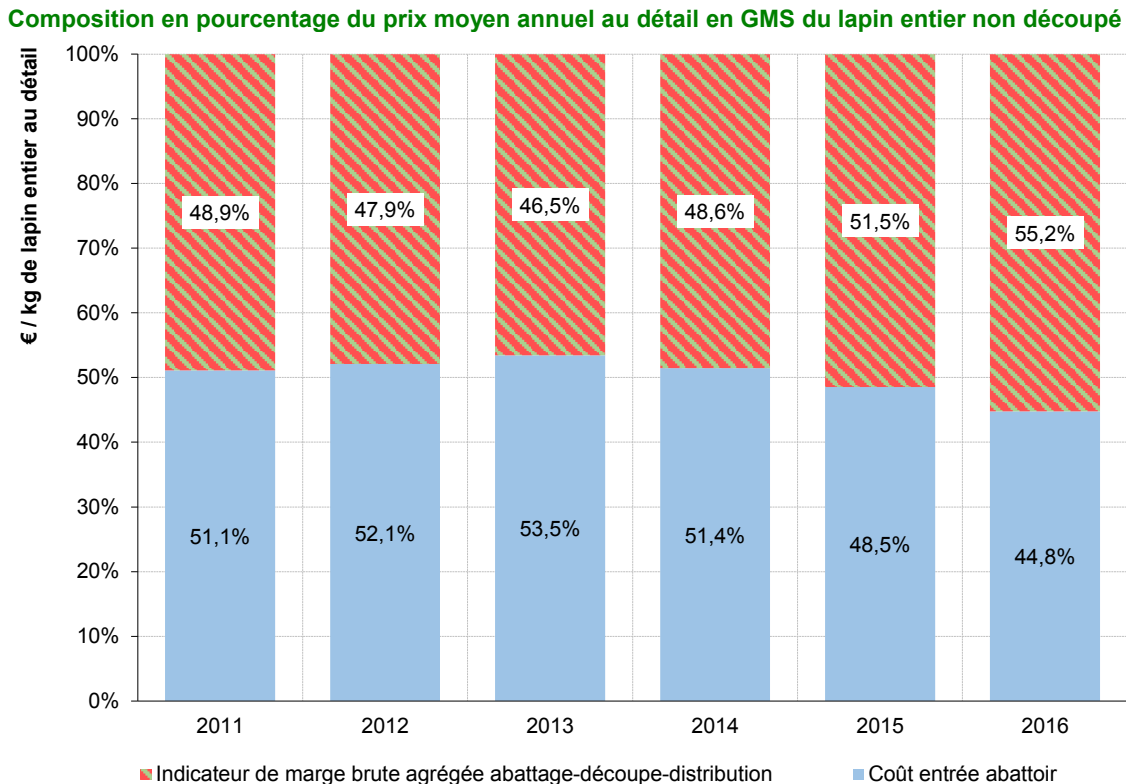
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 79



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

Graphique 80

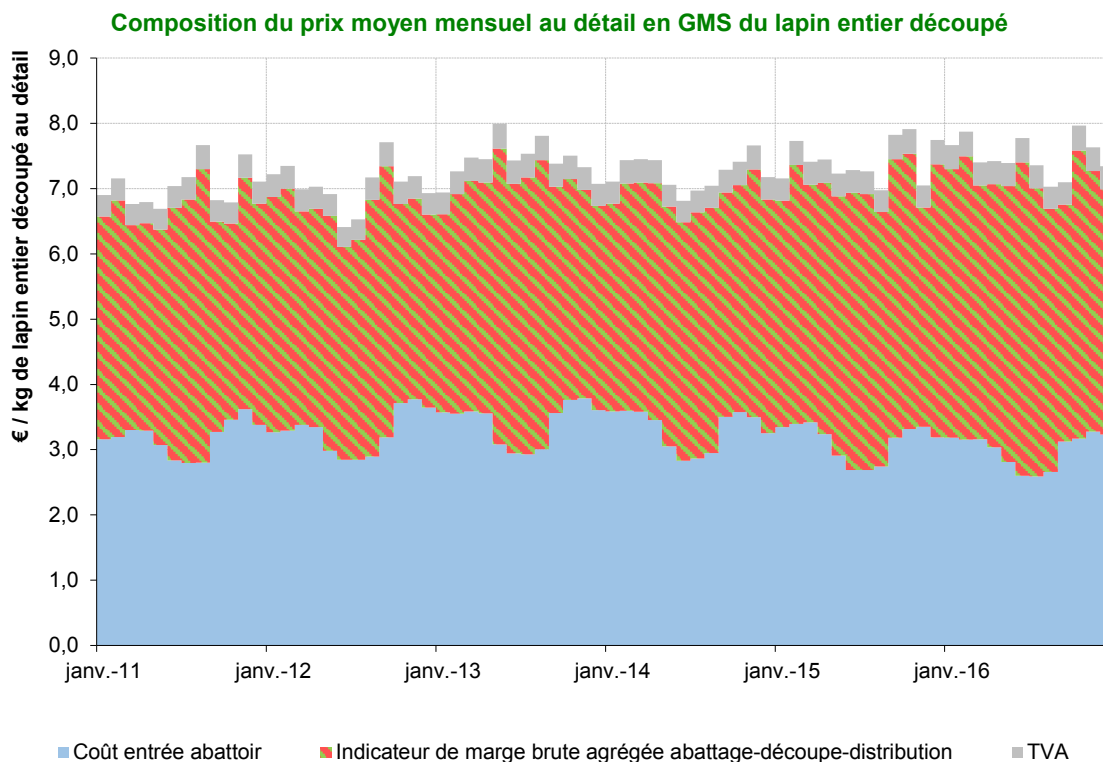


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.4.2. Lapin entier découpé

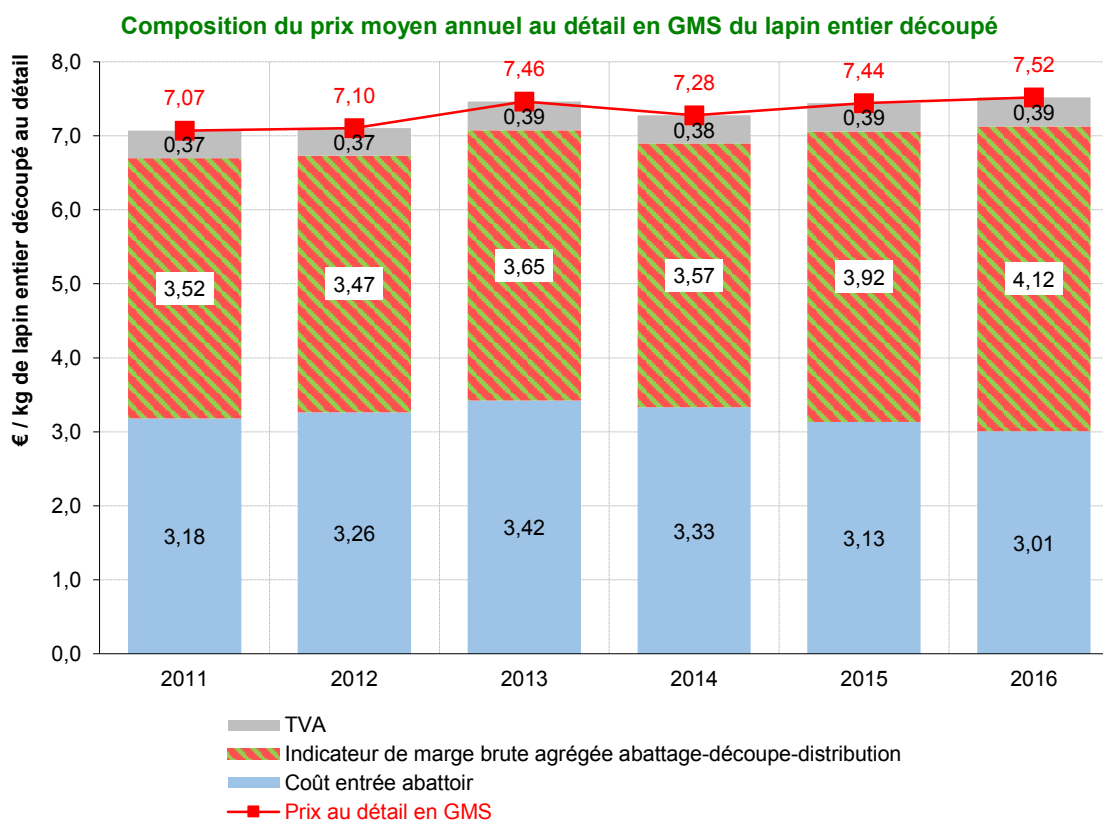
Le prix du **lapin entier découpé** en GMS (Graphique 82) présente des évolutions similaires à celui du lapin entier non découpé.

Graphique 81



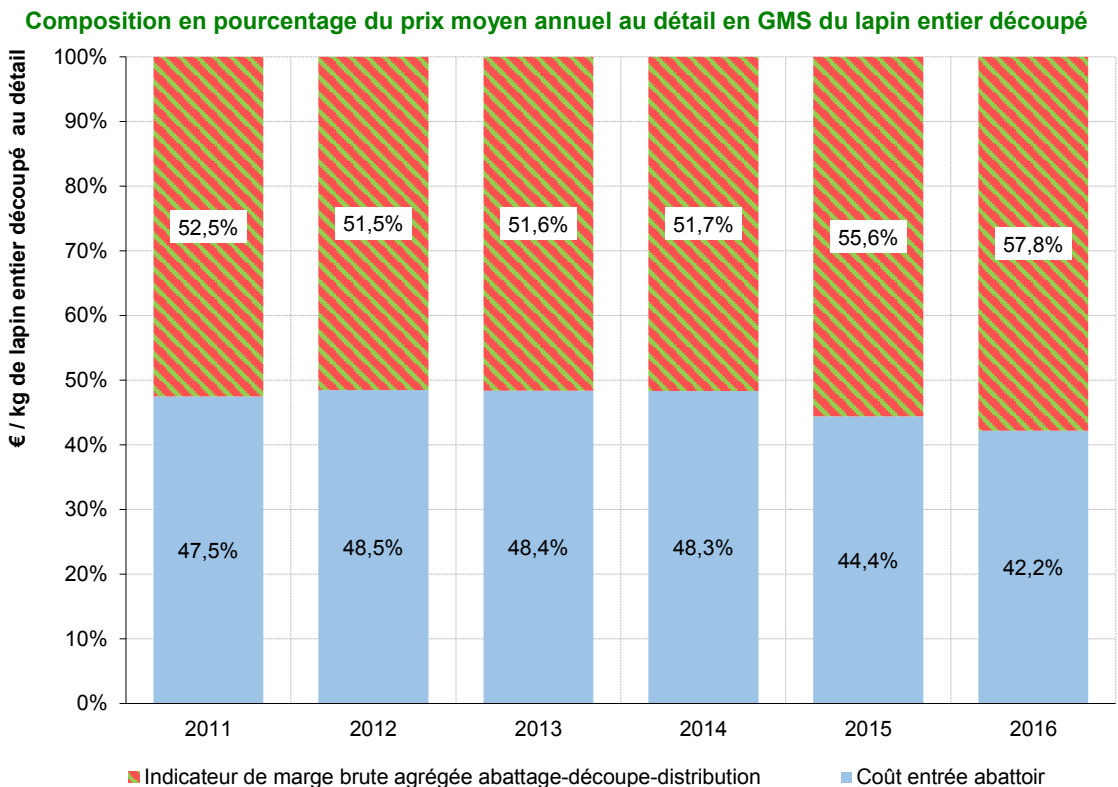
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 82



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

Graphique 83

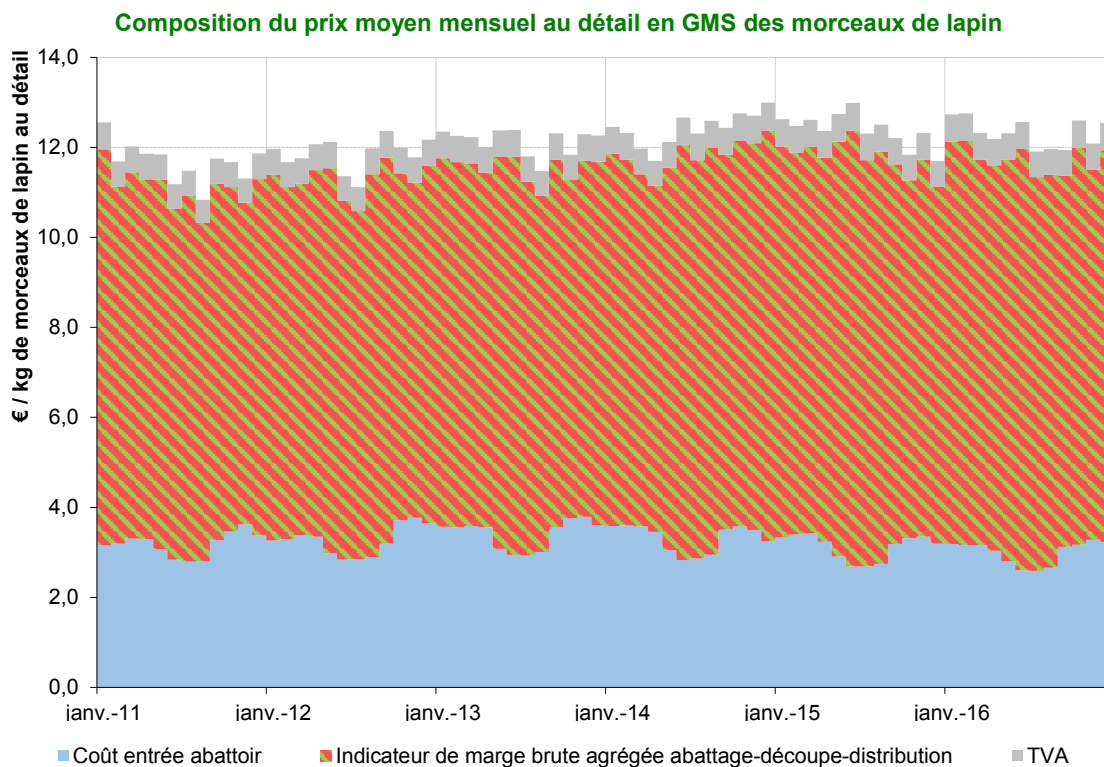


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

3.4.3. Morceaux de lapin

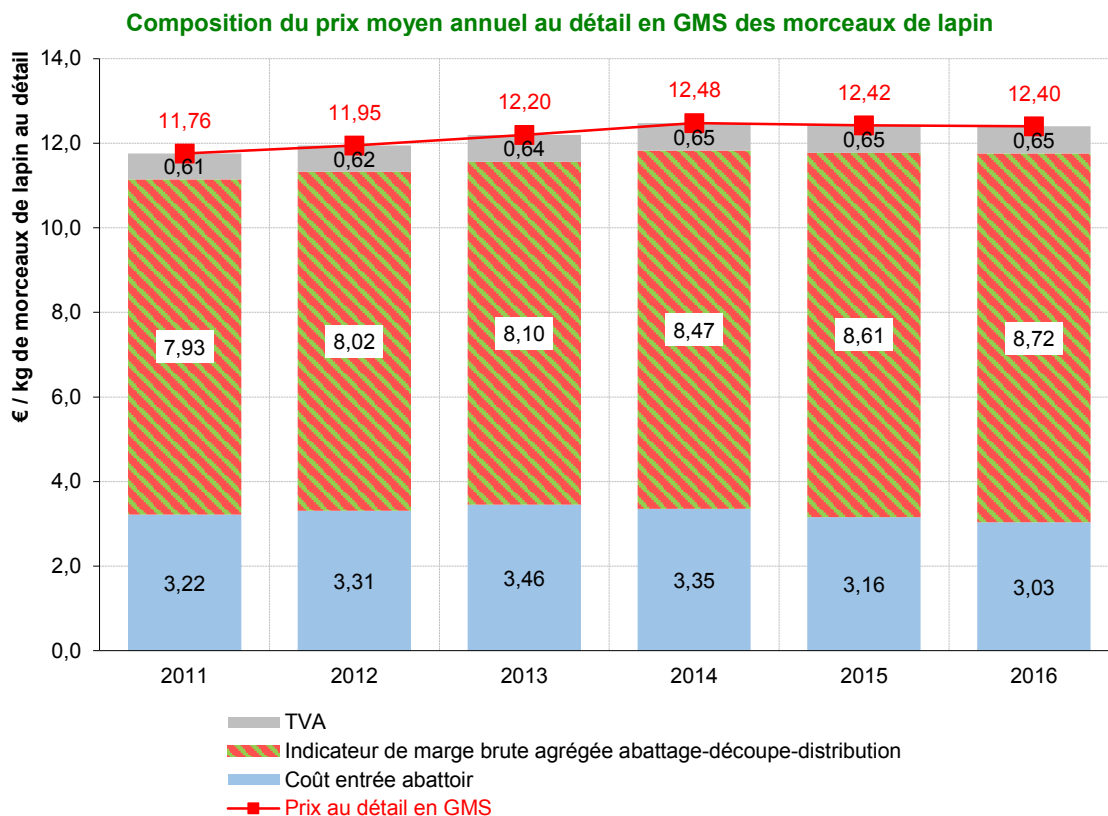
Le prix moyen annuel au détail des **morceaux de lapin** diminue en 2015 et 2016.

Graphique 84



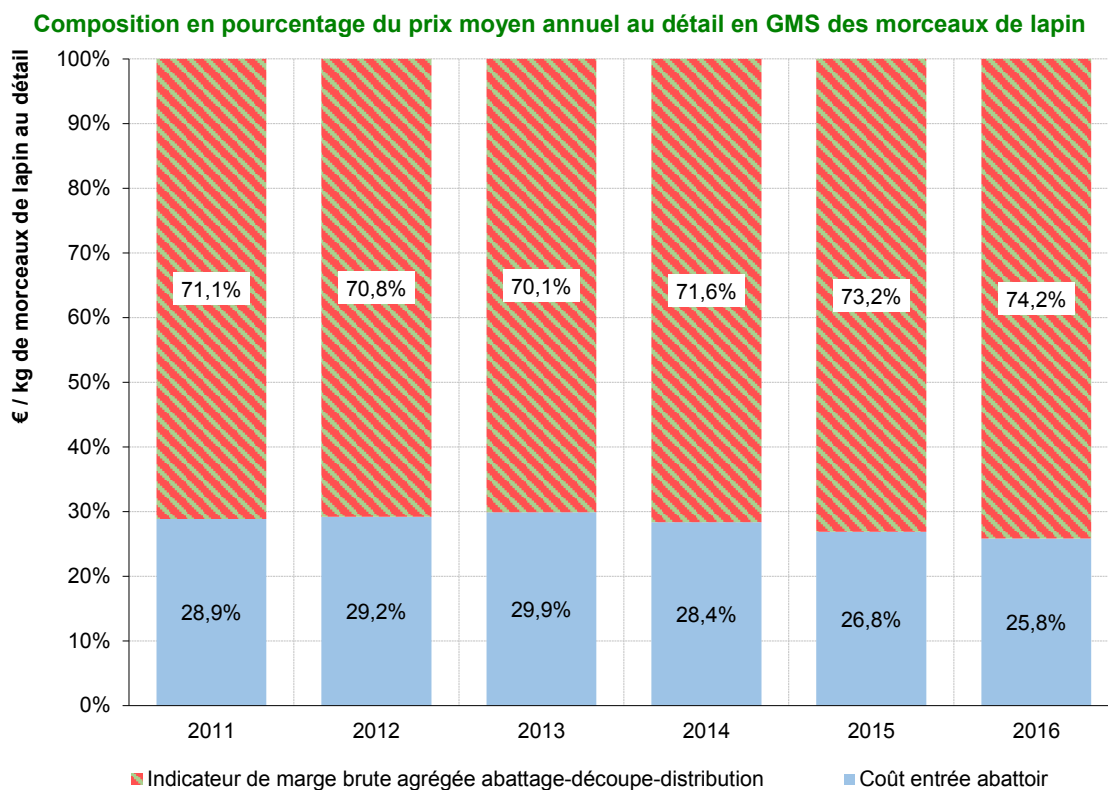
Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, SSP, Insee, Kantar Worldpanel

Graphique 85



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

Graphique 86



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

4. COÛT DE PRODUCTION DES VOLAILLES ET LAPINS EN ÉLEVAGE

La présentation suivante des coûts de production « *du vif* » (animaux livrés à l'abatteur) provient de l'Itavi (Institut technique de l'aviculture), et ce pour trois catégories de volailles : poulet standard, poulet Label Rouge et dinde, et pour le lapin. Ce coût de production du vif s'appuie sur les résultats technico-économiques moyens des exploitations appartenant aux organisations de production suivies par l'institut.

4.1. Coût de production des volailles

La représentativité de l'échantillon 2015 est la suivante :

Tableau 14

Échantillon des exploitations appartenant aux organisations de production de volailles suivies par l'Itavi

Production	Taille de l'échantillon (nombre de têtes)	Part dans la production nationale (en têtes)
Poulet standard	163 000 000	environ 45 % ⁽¹⁾
Poulet label	48 056 925	Environ 50 % des volailles sous label
Dinde standard	23 000 000	Environ 50 %

(1) En pourcentage de la production standard hors poulet lourd et poulet export

Source : Itavi

Les coûts des années 2008 à 2014 fournis par l'Itavi proviennent du recueil des données déclaratives ou de simulations, pour certains postes, à partir de données réelles extrapolées :

- **L'aliment** : le prix de l'aliment (et des poussins) est fixé par contrat entre intégrateur et éleveur. Ce prix de contrat peut être artificiel et biaiser le réel coût de production. Ainsi, l'Itavi calcule un coût de production de l'aliment (par l'intégrateur), évoluant selon l'indice « *coûts matières premières* » (établi par l'Itavi²⁷) et selon l'inflation.
- **Les poussins** : prix estimés à dire d'experts.
- **Les amortissements** : l'Itavi considère un élevage ayant récemment investi dans des bâtiments neufs, financés à 80 % par emprunt bancaire. Le calcul des amortissements repose sur des durées moyennes d'amortissement, en distinguant les durées applicables aux bâtiments et au matériel. l'Itavi a choisi d'indexer les valeurs disponibles sur l'indice du coût de la construction. Les bâtiments d'élevage sous label font l'objet d'une estimation de coût sur la base d'une enquête auprès des organisations de production.
- **Les frais financiers** : le calcul des frais financiers pris en compte par l'Itavi repose sur une quotité d'emprunt de 80 % de l'investissement hors taxes, un taux d'intérêt de 3,7 % (moyenne des 5 dernières années) et une durée d'amortissement de 10 ans.
- **Les autres charges variables** : elles sont issues de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standards et certifié, et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.
- **Les charges de structure** : les charges concernant l'amortissement des bâtiments et du matériel et les frais financiers sont simulées par l'Itavi (sur la base de données actualisées de coûts de bâtiments). Les autres charges fixes (assurance, entretien et réparation, terme fixe de la cuve, frais de gestion) sont issues de l'« *Enquête avicole des Chambres d'Agriculture de l'Ouest* » pour les productions standard et CCP et elles sont collectées auprès des organisations enquêtées pour les productions Label Rouge et bio.

²⁷ 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 indexé forfaitairement sur la valeur de 2 SMIC bruts. L'Itavi considère que l'exploitant est spécialisé en aviculture et travaille seul sur l'élevage simulé. Une unité de travail annuel est alors prise en compte pour l'équivalent de 3 000 m² de bâtiments en production standard. En production label, la productivité du travail a été fixée à 0,75 unité de travail annuel pour 1 600 m² (surface maximale fixée par les cahiers des charges des labels rouges).
- **Les postes non comptabilisés** : les frais d'agios sur l'aliment ou pour des ouvertures de crédit (avances de trésorerie que peuvent faire les organisations de production ou les coopératives aux éleveurs) et les charges relatives aux matériels divers sont trop dépendants de la situation de chaque éleveur pour que ce type de charge soit pris en compte dans des calculs de coût de production moyen. Pour les poulets label, l'incidence du déclassement d'une partie des animaux qui ne sont pas toujours valorisés au prix des animaux labellisés, dans le coût de production, n'a pas été prise en compte. Pour information, le pourcentage moyen de déclassés est de 5,7 % en poulet en 2014. Le coût du foncier engendré par la présence de parcours dans les productions sous label et « biologiques » n'est également pas pris en compte.

4.2. Coût de production des lapins

La présentation suivante des coûts de production « du vif » (animaux livrés à l'abatteur) provient de l'ITAVI (Institut technique de l'aviculture). La représentativité de l'échantillon étudié en 2015 est la suivante :

Tableau 15

Échantillon des exploitations appartenant aux organisations de production de lapins suivies par l'ITAVI

Réseau	Taille de l'échantillon en 2015 (nombre d'ateliers)	Part dans la production nationale (en têtes)
RENACEB - GTE	797	environ 80 %
Cunimieux ²⁸	62	

Source : ITAVI

Le coût de production du vif s'appuie sur deux principales sources de données :

- Le réseau RENACEB, centralisant les données de gestion technico-économique (GTE), qui permet de fournir les données techniques, le coût de l'aliment, ainsi que les prix de vente moyen du kg vif.
- Le réseau d'élevage CUNIMIEUX d'où sont issues les données sur la productivité de la main d'œuvre et l'ensemble des charges hors aliment :
 - les frais d'insémination artificiel et de renouvellement,
 - les dépenses de santé,
 - les frais d'élevage incluant le nettoyage et la désinfection, la litière, les fournitures, les entretiens et les réparations, l'énergie destinée à l'atelier cunicole, l'eau, les carburants, les frais postaux et la main d'œuvre extérieure y compris les remplacements de l'éleveur si nécessaire,
 - les cotisations, les impôts et les taxes,
 - les amortissements et les frais financiers.

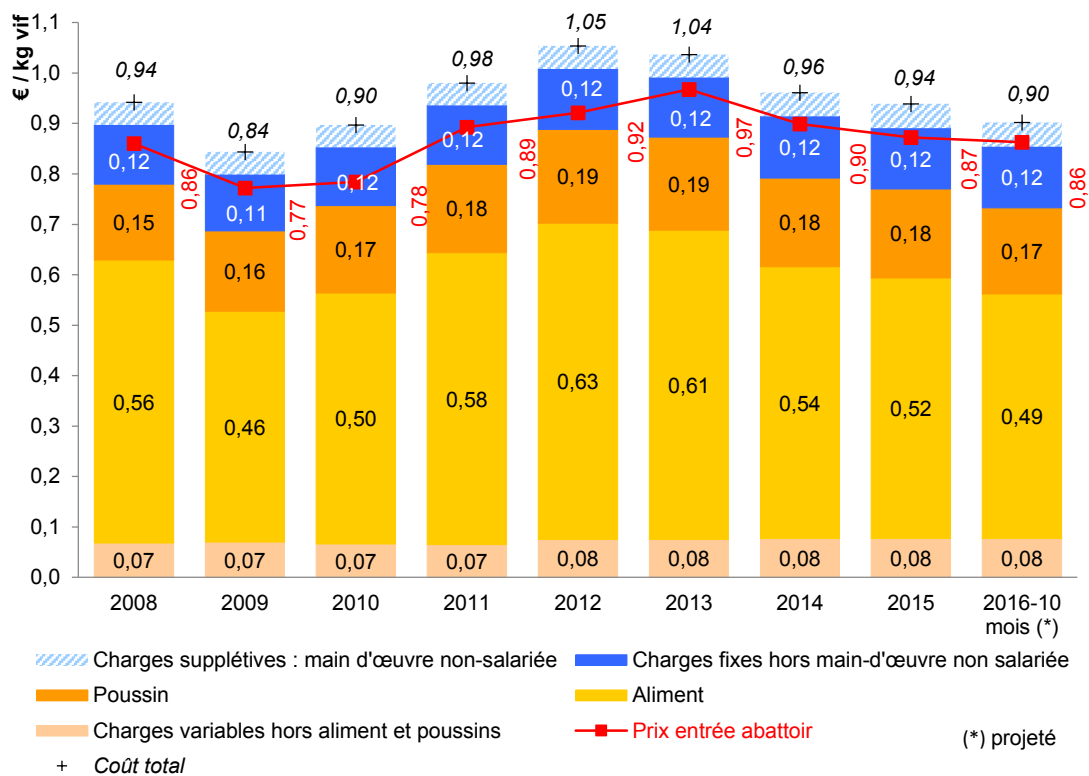
Enfin, le coût du travail est estimé par l'ITAVI sur la base suivante :

- le niveau de rémunération du travail de l'éleveur est indexé forfaitairement sur la valeur de 1,5 SMIC net par UTH. Il est à noter que la productivité du travail n'est pas simulée (contrairement à ce qui est fait dans les filières volailles) mais observée dans les exploitations du réseau CUNIMIEUX. Sur la période étudiée, elle varie de 561 à 597 femelles par UTH.

²⁸ Le réseau de fermes de références CUNIMIEUX de l'ITAVI centralise depuis 1997 des données d'un échantillon représentatif d'exploitations cunicoles à l'échelle nationale. Les conduites d'élevage, les principales performances techniques et les résultats économiques sont recensés, traités et analysés chaque année de manière détaillée. Cette analyse à partir du grand livre comptable des exploitations impose un décalage de 2 ans entre l'exercice et la publication des résultats ; c'est pourquoi les données du réseau GTE RENACEB, plus réactif, sont mobilisées pour simuler le coût de production en 2015.

Graphique 87

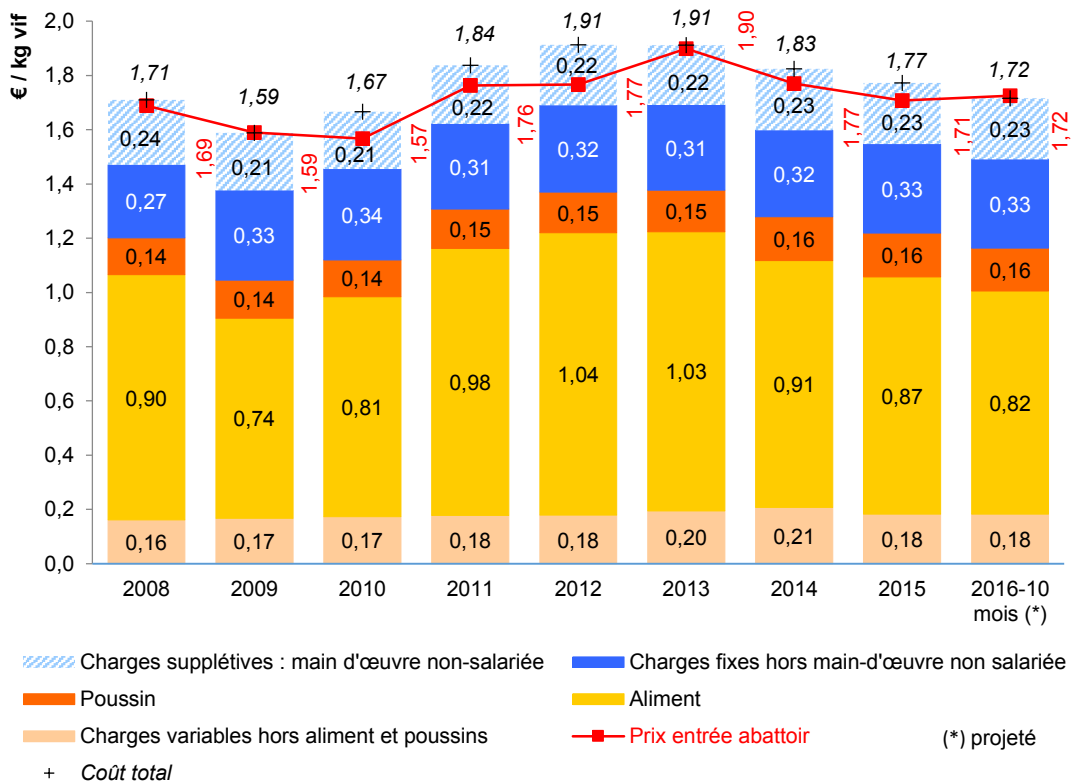
Coût de production moyen du poulet standard avec charges supplémentives (2008-2016)



Source : Itavi

Graphique 88

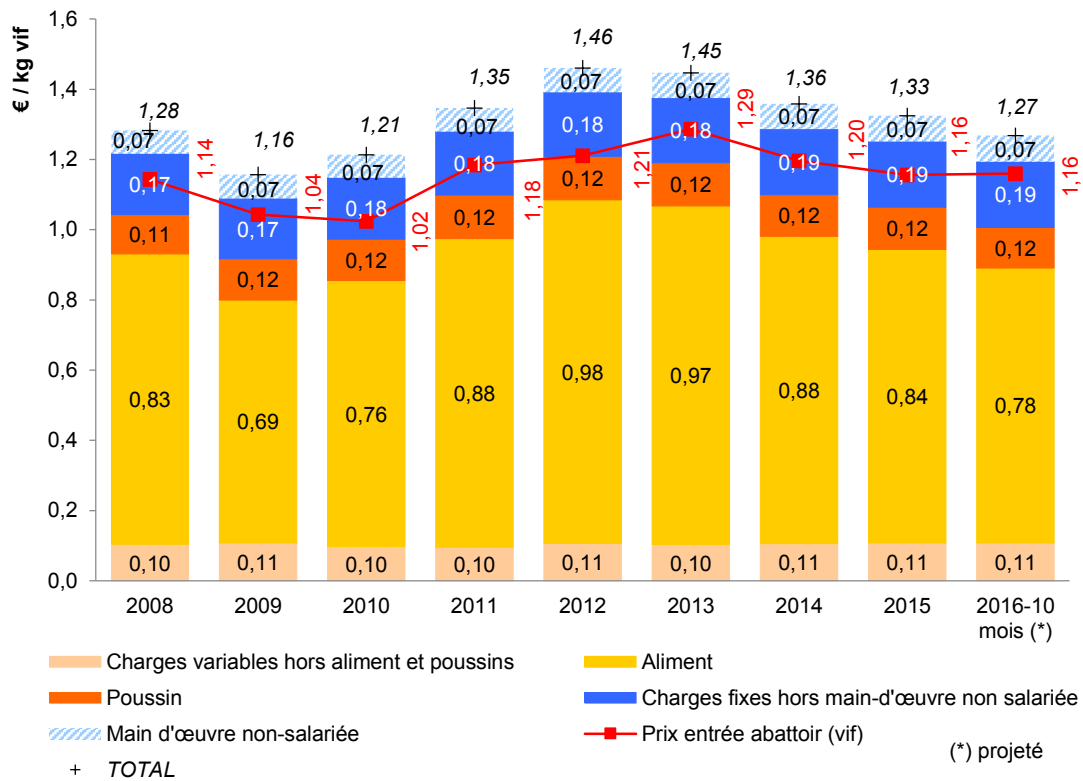
Coût de production moyen du poulet de label rouge avec charges supplémentives (2008-2016)



Source : Itavi

Graphique 89

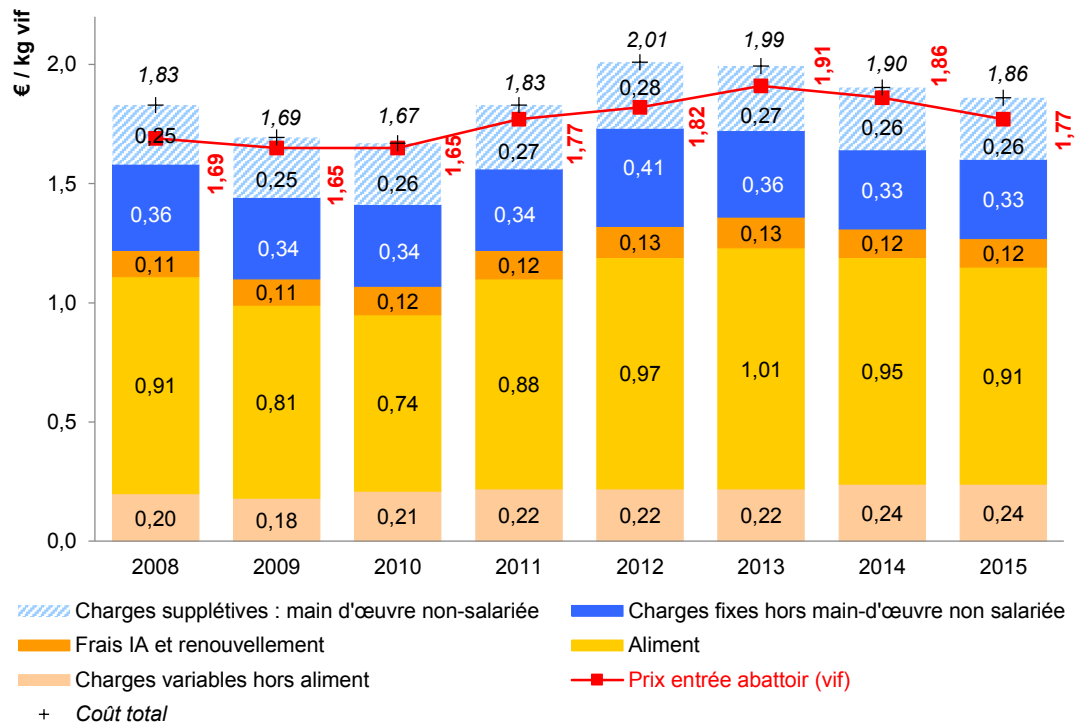
Coût de production moyen de la dinde medium avec charges supplémentives (2008-2016)



Source : Itavi

Graphique 90

Coût de production moyen du lapin avec charges supplémentives (2008-2015)



Source : Itavi

4.3. Structure des charges des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles spécialisées dans les espèces poulet et dinde

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment), pour une même année et ne permettent plus de prolonger la série précédente des comptes du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données ou de recourir à une autre source.

Les résultats ci-après sont obtenus au moyen d'un traitement particulier, pour l'observatoire, des données individuelles de la base Esane – Insee. Le SSP a sélectionné les entreprises dont les ventes de produits de viande de volaille « Poulets de chair et de Dindes » constituaient une part importante (73 %) de la production vendue de biens et de leur chiffre d'affaires (67 %). L'échantillon ainsi constitué regroupe 55 entreprises. Un traitement différencié des données de base collectée par l'Insee entraîne une rupture de série entre la période 2011 à 2013 et l'année 2014.

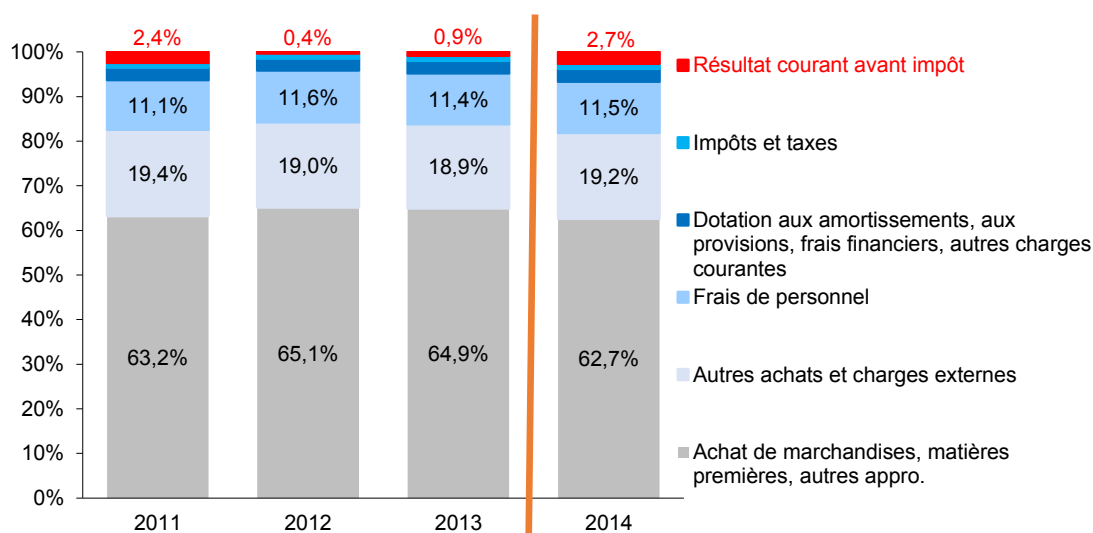
La structure du compte montre la part prépondérante (62,7 % en 2014) du poste « marchandises, matières premières et approvisionnements », qui comprend principalement les achats d'animaux destinés à être abattus. Les « autres achats et charges externes » comprennent des charges de sous-traitance, une partie du travail étant assurée par des intervenants extérieurs à l'entreprise (intérim), des consommations intermédiaires et des services divers : énergie, eau, dépenses de publicité, publications et relations publiques, achats de logiciels... Le poids des frais de personnel varie entre 11 % et 12 % de l'ensemble des charges sur la période étudiée.

Le taux de valeur ajoutée (rapport de la valeur ajoutée au produit), faible par rapport à d'autres secteurs agroalimentaires, varie de 13 % à 15 % sur la période. La marge brute du secteur correspond aux postes représentés en couleur (autre que grisée) sur le Graphique 91. La part du résultat courant avant impôt est de 2,7 % de l'ensemble des produits en 2014. Sur la période précédente, il était passé de 2,4 % de la valeur produite en 2011 à 0,9 % en 2013. Il était de 0,4 % en 2012.

On ne dispose pas encore des résultats du dispositif Esane pour 2015 ni, a fortiori, pour 2016. On peut toutefois prévoir, toutes choses égales par ailleurs, une baisse du poids des achats de matière première en 2015 et 2016, sous l'effet de la baisse du prix des animaux, à la production.

Graphique 91

Structure des charges du compte de résultat des entreprises du secteur de la transformation et de la conservation des viandes de volailles dans les espèces poulet et dinde



Attention, rupture de série en 2014 : du fait de changement de méthode dans l'enquête Esane, les résultats 2001-2013 ne sont pas comparables avec ceux de 2014.

Source : OFPM par SSP d'après Esane

5. COMPTE DU RAYON VOLAILLES DES GMS

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

5.1. Le rayon volailles par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon volailles est le plus « *petit* » des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 6 % au CA total des rayons étudiés (moins de la moitié du rayon boucherie), pour 6 % également à leur marge brute et 2 % seulement à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est nettement positive.

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon volailles

Le rayon volailles présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 28,1%. Ce taux est proche de la moyenne des rayons étudiés. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié peu importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 3,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au dernier rang.

La marge semi-nette est ainsi de 24,9 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement supérieure aux autres charges (16 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive, de 8,9 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 5,7 € après.

Tableau 16

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles

	Volailles	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	71,9	
Marge brute	28,1	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	3,2	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	24,9	
Autres charges	17,6	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	8,9	
Impôt sur les sociétés	3,2	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	5,7	Sensiblement dispersées, +/- 0,9 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

5.3. Détail des charges du rayon volailles

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon volailles supporte directement 4,8 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon volailles comprennent 3,2 € de frais de personnel dédié (9,3 € pour la moyenne tous rayons) et 1,6 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (le rayon est réfrigéré), les frais sur

les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (14,4 €) est inférieur à la moyenne tous rayons étudiés (16,4 €).

Au total, le rayon supporte 19,2 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de l'impôt sur les sociétés et hors achat des produits), rapport faible plaçant le rayon volailles au dernier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère, et ces charges s'imputent sur une marge brute au départ proche de la moyenne tous rayons.

Tableau 17

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon volailles pour 100 € de CA**

		Volailles
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	3,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,0
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,7
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,4
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	4,9
Charges communes réparties	Immobilier	1,4
	Personnel hors rayon (en magasin)	5,3
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	7,4
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	3,2
	Sous-total : charges communes réparties	17,6
	Total des charges imputées au rayon	22,5

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

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

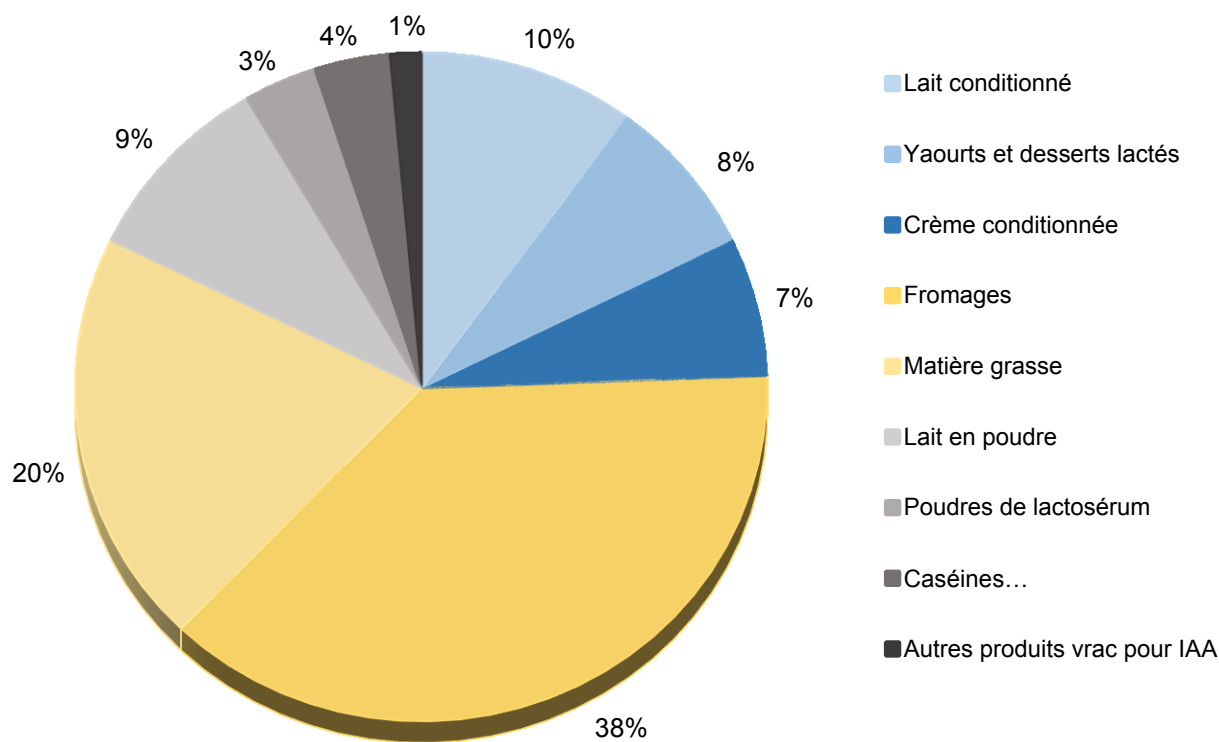
Section 4 – Produits laitiers de lait de vache

1. BILAN ET FLUX DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS

Les 24,6 milliards de litres de lait collectés en France en 2015 ont été transformés en huit grandes catégories de produits : le lait conditionné qui représente en termes de fabrications 10 % de la matière sèche utile du lait transformé par l'industrie laitière française, la crème conditionnée (7 %), les yaourts et desserts lactés (8 %), la poudre de lactosérum (3 %), le beurre (20 %) et les fromages qui absorbent 38 % du lait mis en œuvre. Caractérisée par une large gamme de fromages, la France est le deuxième pays producteur de l'Union européenne avec 1,8 million de tonnes produites en 2015, soit un cinquième de la production communautaire.

Graphique 92

Part dans les fabrications laitières françaises des différentes catégories de produits, en proportion du lait mis en œuvre (matière sèche utile)



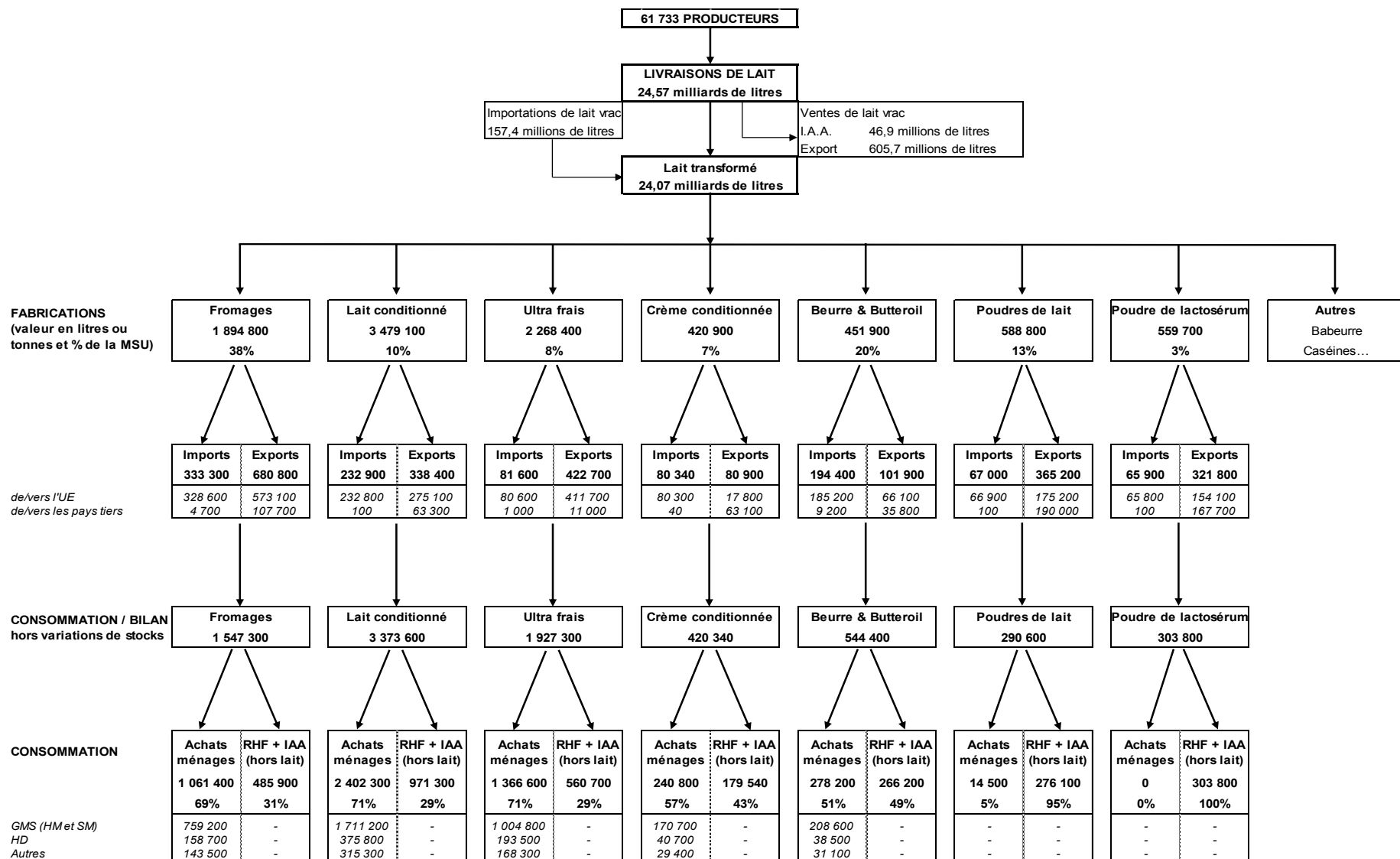
Sources : FranceAgriMer d'après SSP et ANSES 2015

Une partie de ces produits est vendue dans les autres pays membres de l'Union européenne ou exportée vers les pays tiers, parallèlement à des flux d'entrée. Le solde commercial en produits laitiers de la France avec l'Union européenne était de 2,75 milliards d'euros en 2015, représentant 38 % du solde en produits laitiers tous partenaires confondus.

Dans le cas de la poudre de lait écrémé et de la poudre de lactosérum, en France ce sont essentiellement les IAA (biscuiteries, plats préparés...), et l'alimentation animale qui utilisent les volumes. Pour les produits de grande consommation, la part achetée par les ménages est particulièrement élevée, notamment pour le lait (80 %) et les yaourts (90 %). Le beurre et la crème quant à eux se distinguent par des utilisations non négligeables en RHF et en IAA, avec des débouchés importants dans les secteurs de la boulangerie-vienniserie-pâtisserie et des crèmes glacées. Les achats de fromages par les ménages représentent en volume environ 70 % de la consommation (Schéma 10), une part non négligeable étant destinée aux IAA et surtout à la RHF (fromages ingrédients : emmental, mozzarella...).

Schéma 10

Bilan des flux dans la filière des produits laitiers en 2010

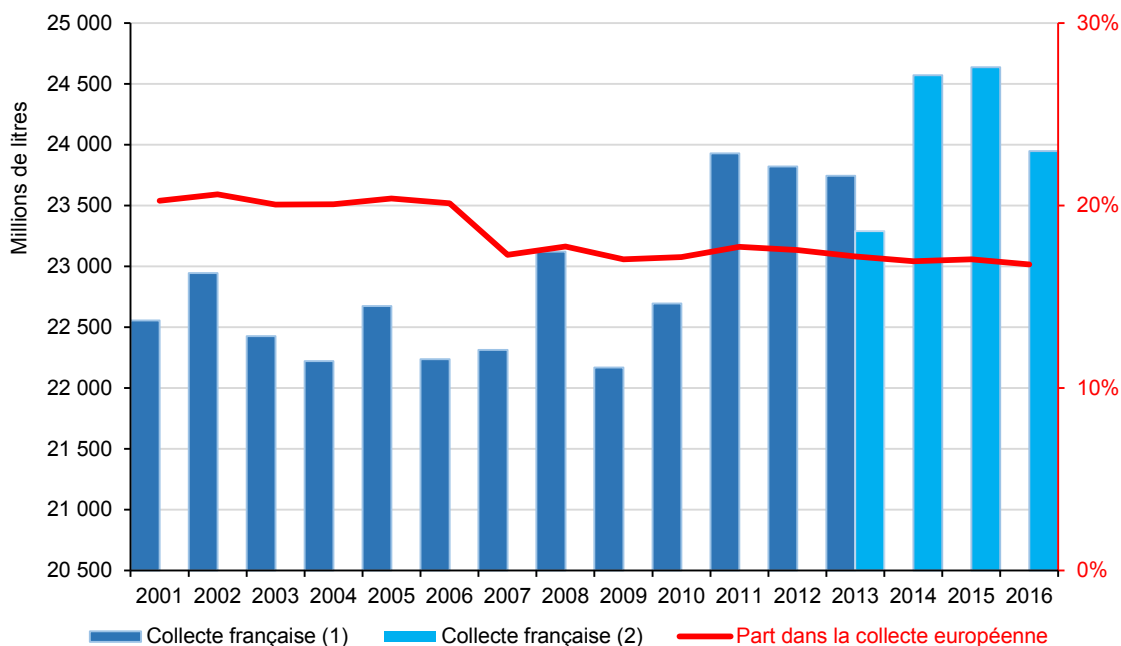


Sources : FranceAgriMer d'après SSP (Enquête Annuelle Laitière), Douanes, Kantar Worldpanel, et estimations

Tous les chiffres sont exprimés en tonnes, sauf mention contraire

Graphique 93

Évolution de la collecte de lait de vache en France et part dans la collecte européenne



(1) Ancienne série de l'enquête mensuelle laitière ; (2) Nouvelle série de l'enquête mensuelle laitière ; UE à 15 jusqu'en 2006, à 27 de 2007 à 2009, à 28 depuis 2010.

Sources : FranceAgriMer d'après Enquête mensuelle laitière FranceAgriMer, SSP, Commission européenne

Entre 2001 et 2016, la collecte de lait en France a augmenté de 6,2 %, ce qui représente 1,4 milliard de litres supplémentaires. Pourtant, 2016 n'a pas été l'année où la production a été la plus élevée, la crise dans la filière ayant impacté la collecte à la baisse (cf. partie 3.2.). Elle s'est établie à 23,9 milliards de litres, en repli de 2,8 % par rapport à 2015.

En 2016, la collecte française représente 16,3 % de la collecte de l'Union européenne à 28, une proportion en diminution par rapport à 2010 (à échelle constante), où elle comptait pour 17,2 % de la collecte européenne. La France est le deuxième producteur européen derrière l'Allemagne, qui a fourni 21,1 % du lait de vache sur le marché communautaire, une part là aussi en baisse (22,0 % en 2010).

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS LAITIERS DE LAIT DE VACHE

Cette partie sur les sources et méthodes de l'observatoire dans la filière est volontairement synthétique et limitée à l'essentiel (se reporter aux éditions précédentes pour plus de précision).

2.1. Méthode de calcul de la valeur de la matière première nécessaire à la fabrication des PGC laitiers

La méthode de calcul des indicateurs de marges brutes industrielles unitaires sur PGC tient compte du fait que la fabrication de chaque produit de grande consommation entraîne la production de coproduits non destinés en l'état à la consommation et vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La valorisation de ces coproduits est donc intégrée dans le coût de revient de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC.

Le déphasage entre la saisonnalité de la production laitière et celles des fabrications de produits laitiers entraîne des excédents saisonniers. Par ailleurs, la collecte de lait de vache et le marché des produits de grande consommation n'évoluent pas forcément de façon parallèle. L'écart entre les deux est comblé par un volume de lait transformé en produits industriels (PI) stockables assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable, est lui aussi intégré dans l'analyse.

Dans la suite de l'analyse, par hypothèse, on considère que la totalité des excédents ainsi calculés est transformée en PI. De même, on retient l'hypothèse selon laquelle l'ensemble des coproduits sont valorisés en produits industriels, que cela corresponde à une valorisation réelle sur ce marché, ou à l'équivalent d'une cession intra-entreprise (cf. le cas du beurre plaquette).

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

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

À ce coût d'achat total du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des produits induits (coproduits issus de la transformation elle-même et produits fabriqués à partir du lait d'excédents), celle-ci correspondant à la différence entre le produit de la vente de ces produits et le coût de leur transformation.

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

2.2. Sources pour les prix aux différents stades de la filière laitière

Le prix du lait payé aux producteurs fait l'objet d'une enquête mensuelle du service de la statistique et de la prospective (SSP) du ministère de l'agriculture et d'un sondage mené mensuellement par FranceAgriMer sur le prix du lait, en attendant les résultats de l'enquête du SSP. Le prix du lait utilisé dans l'analyse pour l'OFPM est un prix toutes qualités confondues, toutes primes comprises, ce qui signifie qu'il englobe la valorisation des laits autres que conventionnels, à savoir les laits biologiques et AOP.

Compte tenu du caractère très transformé des produits laitiers, le prix du lait payé aux producteurs ne représente pas directement le « *coût de la matière première agricole* » des produits laitiers transformés (cf. *supra*).

Les prix des principaux PGC sortie industrie sont fournis mensuellement à l'observatoire par l'Insee dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Pour la période antérieure à celle couverte par la source précitée, on utilise les données de l'enquête annuelle Prodcum du SSP (quantités et valeurs des ventes de produits des industries alimentaires), mensualisées au moyen des indices mensuels de prix de production de l'industrie de l'Insee ainsi que la cotation de l'emmental établie par le syndicat interprofessionnel du gruyère français (jusqu'en 2008).

Les prix au stade du consommateur en GMS sont issus des panels consommateurs Nielsen ou Kantar Worldpanel suivant les périodes étudiées. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré

des volumes achetés, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets promotions. Pour chaque produit, l'ensemble des qualités sont prises en compte, c'est-à-dire à la fois les articles issus de lait de vache conventionnel mais également ceux issus de l'agriculture biologique (les cinq PGC laitiers suivis par l'observatoire sont concernés) ou des productions d'AOP (pour le camembert et le beurre). En outre, les différentes gammes de produits (marques nationales, marques de distributeurs, premiers prix) sont intégrées au calcul du prix moyen de chacun des produits laitiers suivis, via une moyenne pondérée par les quantités achetées dans chaque gamme. L'évolution observée du prix moyen est donc due à la fois aux variations des prix des articles au cours du temps mais également des variations saisonnières et des évolutions tendanciennes de la composition du panier d'achat, tant en termes de gammes (MN, MDD, 1^{er} prix) que de qualités (bios, AOP, conventionnel). Des éléments sur ces évolutions sont fournis par la suite pour chaque produit étudié.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES PRODUITS LAITIERS

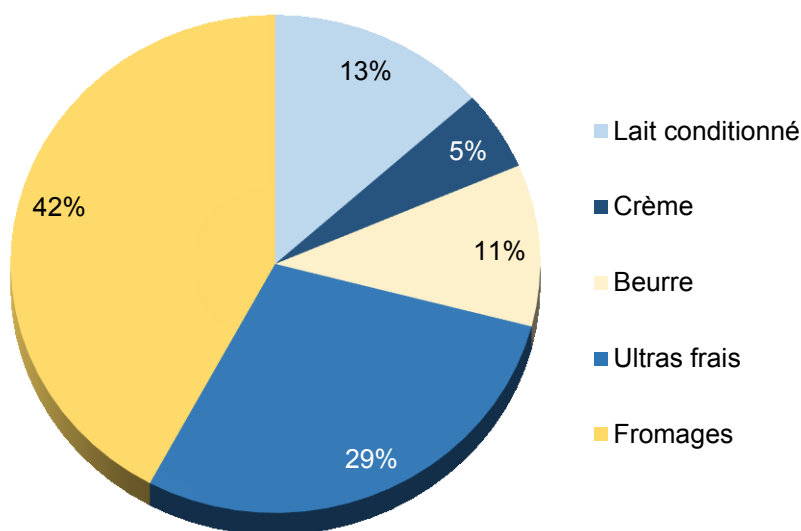
3.1. Représentativité des produits suivis

Les travaux de l'observatoire ont porté sur les cinq produits suivants, commercialisés en grande distribution (hyper et supermarchés) : lait UHT demi-écrémé, yaourts nature, emmental, beurre plaquette 250 g et camembert, représentant les principales catégories de produits achetés par les ménages.

Graphique 94

Structure des achats des ménages en produits laitiers en valeur en 2015

Total : 14,7 milliards d'euros



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

En moyenne sur la période 2008-2012, les cinq produits retenus représentent :

- 28% de la valeur totale des achats des ménages de produits laitiers (hors fromages de chèvre et fromages de brebis),
- 47% du total des achats en kg de matière fraîche
- et 39 % du total des achats en kg de matière sèche utile (MSU).

En valeur :

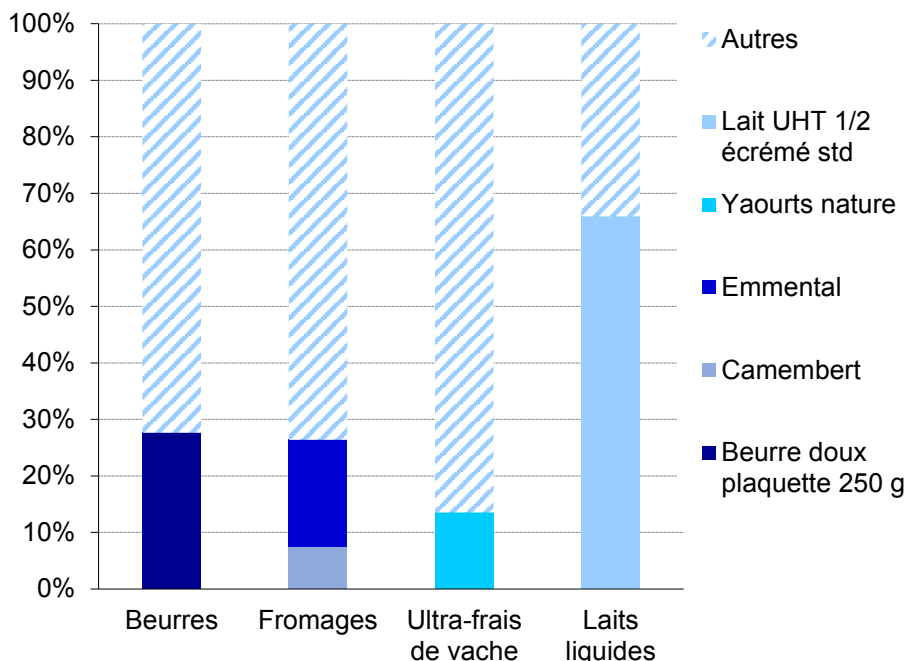
- le lait UHT demi-écrémé représente 66 % des achats de laits conditionnés,
- le beurre plaquette 250 g, 28 % des achats de matières grasses solides,
- le yaourt nature, 14% de l'ultra-frais,
- le camembert et l'emmental, respectivement 7% et 19% des achats de fromages de vache. (Graphique 95.)

Ces proportions sont bien moins importantes en volume, que ce soit en poids frais ou en MSU.

La saisonnalité des achats est assez peu marquée pour les produits laitiers : la composition du panier des cinq produits retenus est quasiment stable en proportion sur les douze mois de l'année. Les achats s'intensifient globalement en hiver (janvier, février) et sont à leur point le plus bas en été (juillet).

Graphique 95

**Représentativité de chaque produit suivi au sein de sa famille, en valeur des achats
Moyenne 2008-2012**



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

3.2. Le contexte du marché des produits laitiers en 2016

L'année 2016 a commencé comme l'année 2015 s'était terminée, avec un déséquilibre sur le marché mondial. L'offre a été particulièrement importante en raison d'une collecte abondante dans l'Union européenne et dans une moindre mesure aux Etats-Unis, alors que les importateurs ont ralenti leur demande en produits laitiers : la baisse du prix du pétrole a réduit les capacités d'achat de certains pays (Afrique du Nord, Proche et Moyen-Orient), la Russie a maintenu son embargo, la Chine disposait de stocks en début d'année... Cela a entraîné une dégradation des prix des produits industriels sur le marché mondial et des prix du lait dans la plupart des grands pays producteurs, qui ont atteint des niveaux particulièrement bas. En France, le prix de la poudre de lait écrémé s'est stabilisé au niveau du prix d'intervention, grâce à cette mesure de stockage public. La poudre grasse s'est échangée entre mars et mai à moins de 2 000 €/t et le beurre est tombé à 2 450 €/t. Le prix réel du lait payé aux producteurs est passé sous la barre des 300 €/1 000 l à partir du mois de mai. Ces évolutions, associées à la durée de la crise (depuis le milieu de l'année 2014), ont affaibli la filière laitière française : la moindre valorisation des coproduits industriels a pénalisé l'industrie, en renchérissant le coût en matière première des produits de grande consommation et la baisse du prix du lait a été un handicap pour les éleveurs, qui ont subi d'importantes pertes de trésorerie et ont été contraints de réformer des vaches, voire de cesser leur activité.

Cette situation, commune à la plupart des pays européens, a entraîné un ralentissement progressif de la collecte de l'Union européenne. Dans le même temps, la demande mondiale a retrouvé un certain dynamisme (reprise des achats de la part des pays asiatiques, hausse de la consommation de beurre en Amérique du Nord, au Japon...), ce qui a permis de limiter le déséquilibre du marché. En conséquence, les cours des produits industriels se sont stabilisés avant de retrouver une évolution haussière. Les cours français du beurre ont connu une progression rapide et marquée, dépassant les plus hauts niveaux observés en 2013 et passant même la barre des 4 500 €/tonne à la fin du mois de novembre. Pour la poudre grasse, les cours ont affiché une croissance modérée mais continue sur tout le second semestre pour atteindre 3 150 /tonne en décembre. Le rebond concernant les cours du lactosérum a été brusque et bref, sur juillet et août ; les prix se sont ensuite stabilisés à un niveau supérieur de 250 à 330 €/tonne à celui de 2015, au-dessus de 800 €/tonne. La croissance a été plus modeste pour la poudre de lait écrémé, en raison des stocks qui continuent à peser sur le marché, mais la situation s'est tout même améliorée sur le second semestre, avec des prix supérieurs à 2 000 €/tonne.

Encadré 2

Pour 2015, les augmentations des indicateurs de marge brute des produits laitiers en GMS, simulés à partir de données de prix (paragraphe 3.3. à 3.7. ci-après), ne sont pas confirmées par les résultats de l'enquête conduite par l'observatoire dans les enseignes, courant 2016, sur leurs comptes par rayon en 2015.

Cette enquête montre en effet que le taux de marge brute moyen du rayon des produits laitiers en 2015 a encore diminué par rapport à 2014.

Cette différence entre l'information fournie par les indicateurs de marge brute, calculés sur la base de statistiques de prix, et le résultat de l'enquête réalisée dans l'ensemble des sept enseignes, appelle l'Observatoire à mener pour son prochain rapport un examen approfondi de ce sujet. Compte tenu de cette différence, il faut être prudent sur l'interprétation de ces résultats.

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : lait UHT demi-écrémé

Depuis 2007, la consommation des ménages de laits liquides a diminué de 10,3 %. Ce produit, en perte de vitesse, affiche une décroissance quasi continue sur les dix dernières années. Cette baisse ne concerne toutefois pas le segment des laits bios, dont les volumes achetés ont augmenté de 156 % sur la même période (d'où un repli de 14,8 % pour les laits autres que bios). Le lait biologique représente désormais 7,5 % des volumes totaux de laits liquides, contre 2,6 % en 2007. En 2016, le lait UHT demi-écrémé représente un peu moins de 75 % des volumes du segment lait conditionné achetés par les ménages français, une proportion en léger repli par rapport aux années précédentes (76,4 % en 2015).

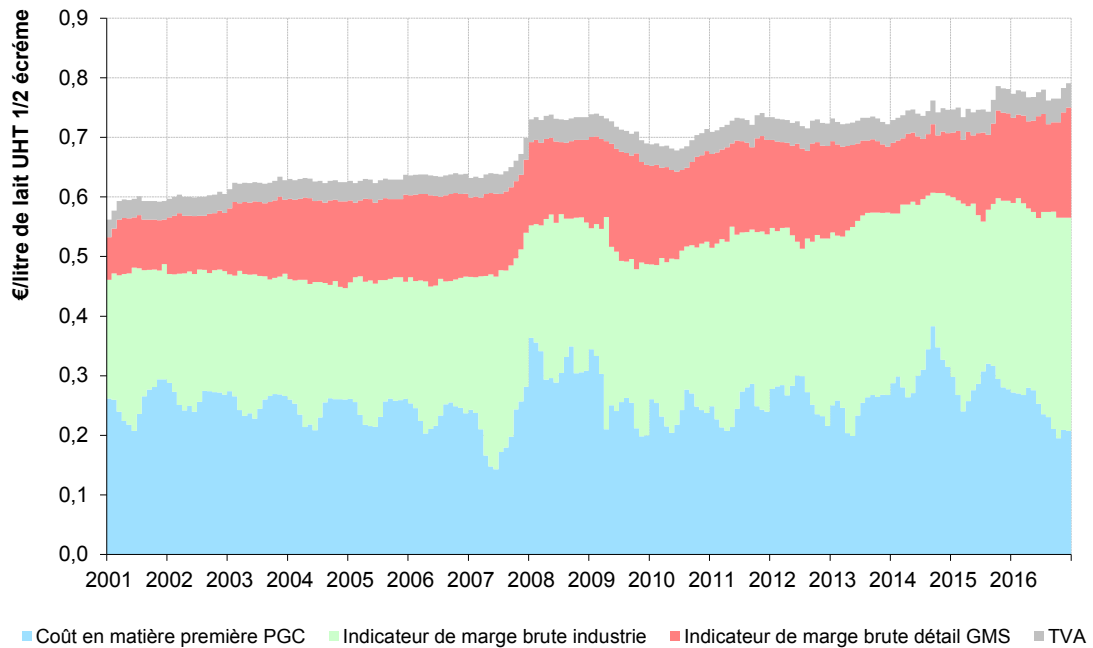
Le prix moyen pondéré (marques nationales, marques de distributeurs, 1^{er} prix²⁹) du lait UHT demi-écrémé en GMS (source : Kantar Worldpanel) a poursuivi sa croissance, pour atteindre 0,77 €/litre en 2016 (Graphique 97). Il s'agit de la troisième année de hausse consécutive. Cette augmentation est d'abord due à l'évolution de la structure du panier moyen « *lait UHT demi-écrémé* » avec d'une part une hausse dans les achats de la proportion de lait bio, vendu à des prix plus élevés que les laits « conventionnels », et d'autre part une augmentation de la proportion de lait de marques nationales : en effet, après deux années de hausse, la part de marché des marques nationales a atteint 53 % en 2016, contre 51,1 % il y a deux ans. La part des laits 1^{er} prix est en revanche tombée à 4,1 % en 2016, contre 7,5 % en 2011. Parallèlement, les prix de toutes les catégories de lait ont augmenté en 2016, en particulier sur la première moitié de l'année.

En 2016, les tendances observées en 2015 se sont poursuivies. Le coût d'achat de la matière première PGC, d'abord impacté par le prix du lait plus que par la valorisation des coproduits dont les volumes sont peu importants, a reculé de 5 centimes en 2016 par rapport à 2015. Alors que le coût d'achat de la matière première connaît des variations saisonnières, liées à celles du prix du lait, celles-ci sont absorbées au niveau industriel et ne sont pas transmises aux stades suivants. La baisse du coût de la matière première n'a pas été transmise à l'aval puisque l'indicateur de marge brute de l'industrie a augmenté de 4 centimes. Le prix moyen du lait UHT ½ écrémé sortie industrie, suivi par l'Insee, a donc diminué d'un centime par rapport à 2015. Pour la seconde année consécutive, l'indicateur de marge brute de la distribution a progressé, de 3 centimes en 2016 par rapport à l'année précédente.

²⁹ Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc uniquement un lait « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérés par les achats des consommateurs.

Graphique 96

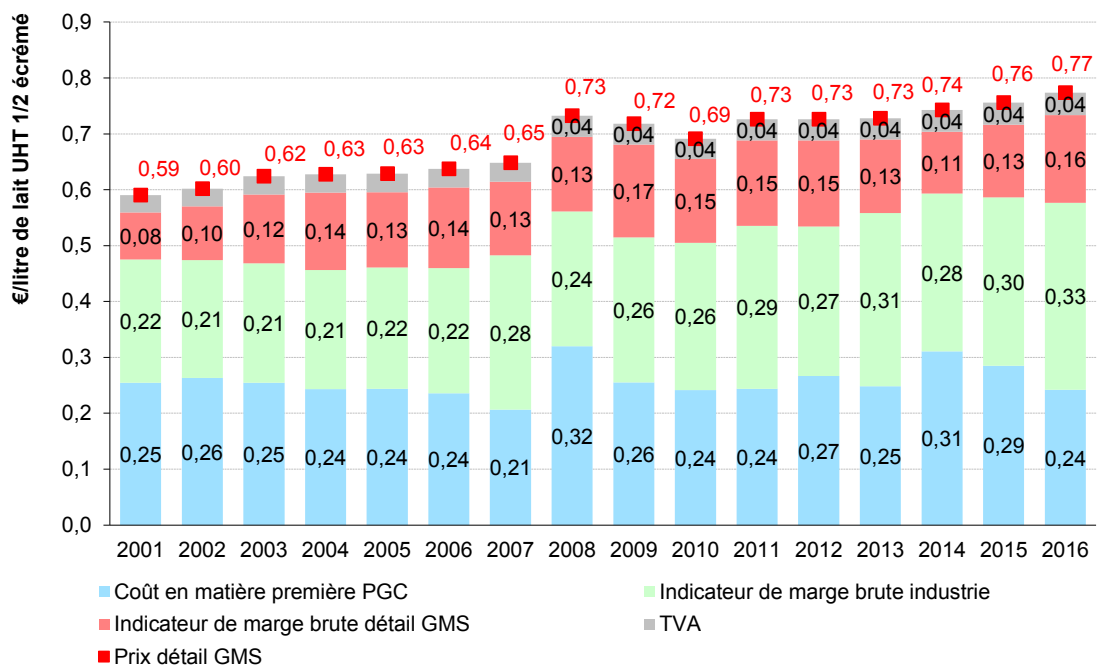
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 97

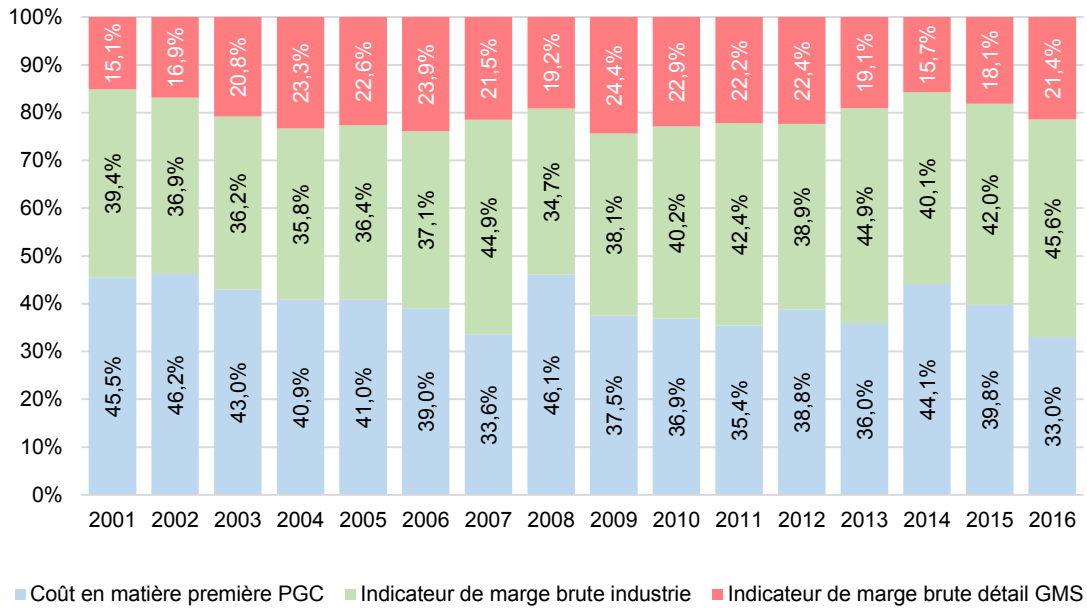
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 98

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Rappel : le coût en matière première du PGC pour l'industriel est la valeur du lait sortie ferme techniquement nécessaire pour la transformation et la valeur de la quote-part de lait excédentaire collecté par l'industriel, corrigée de la valorisation (positive ou négative) des coproduits industriels du PGC (beurre, poudres)

3.4. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : yaourts naturels

Les achats des ménages de yaourts naturels ne cessent de s'éroder : depuis 2007, ils se sont repliés de 16,0 %, une baisse plus marquée que pour l'ensemble des yaourts (- 8,9 %). Ce produit d'entrée de gamme cède du terrain à des produits plus élaborés : les yaourts aromatisés (+ 1,3 %), les yaourts à boire (+ 2,1 %) et les yaourts bios, qui enregistrent la plus forte progression (+ 225 %) et représentent en 2016 3,4 % des yaourts achetés, contre 0,9 % en 2007.

La part minoritaire des yaourts naturels 1^{er} prix dans les achats des ménages s'est confirmée au fil des ans : depuis 2015, ils ne représentent plus que 2 % des volumes achetés, contre 4,6 % en 2008. Les yaourts naturels de marques de distributeur représentent plus de la moitié des achats, 51 % en 2016, une proportion qui a néanmoins diminué depuis deux ans (53,9 % en 2014). Les yaourts naturels de marques nationales ont atteint 46,9 % en 2016, contre 44,4 % en 2008. C'est sur ces deux derniers segments que se concentre l'analyse du marché des yaourts naturels. Les évolutions de la part de marché des différents segments sont prises en compte grâce à l'utilisation d'un prix moyen du yaourt nature pondéré par les volumes issus du panel de consommateurs Kantar Worldpanel. Par homogénéité, une pondération identique, par les volumes achetés par les ménages, est appliquée au stade industriel, afin d'élaborer le prix du yaourt « moyen ». Cette pondération varie selon les années³¹, de 2008 à 2016. En l'absence de données antérieures à 2008 sur les parts de marché relatives des MN et MDD, les pondérations 2008 sont, par hypothèse, reprises pour les années antérieures.

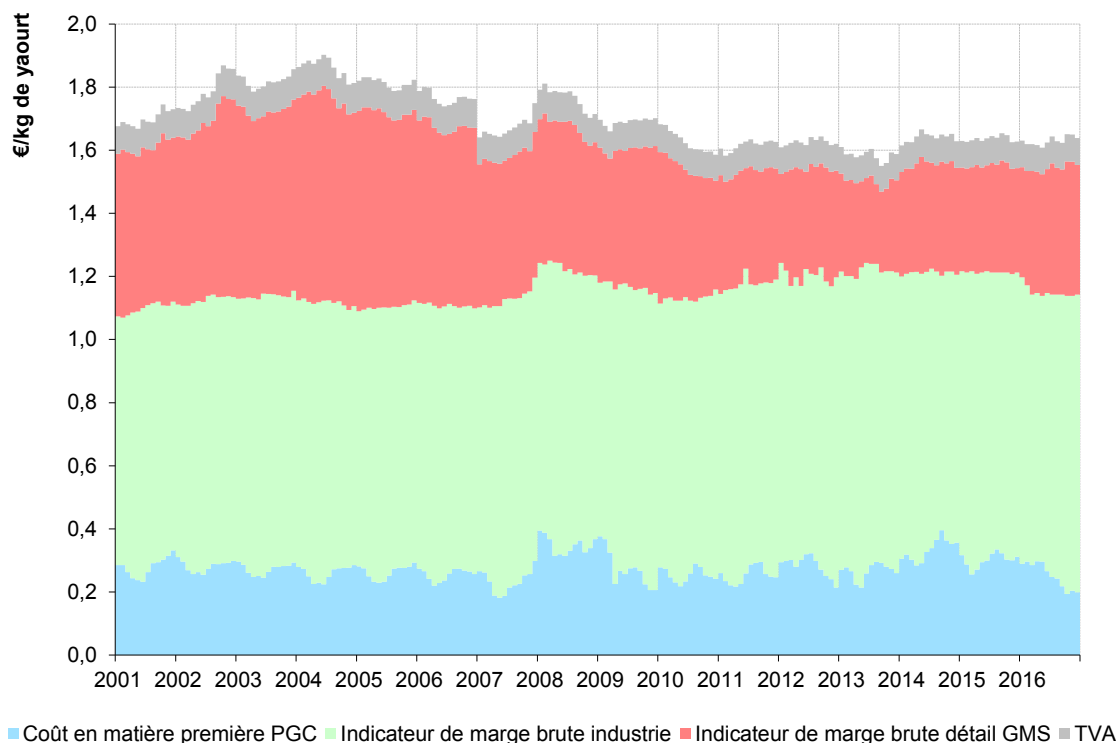
Le yaourt affiche une part du prix de la matière première dans le prix final plus faible que le lait UHT, en raison de son plus haut niveau d'élaboration, qui implique notamment un conditionnement, une réfrigération et donc des frais logistiques supérieurs. La part des coûts annexes en est de fait renforcée. Par contre, les volumes issus des excédents mais également des coproduits de fabrication sont encore relativement restreints (par comparaison avec les fromages).

La baisse du prix du lait en 2016 a entraîné une réduction de 5 centimes du coût de la matière première du PGC par rapport à 2015 (Graphique 100). Comme pour le lait UHT demi-écrémé, il s'agit de la seconde année consécutive de repli. La diminution du coût de la matière première a été transmise en partie par le maillon industriel puisqu'à ce stade l'indicateur de marge brute a diminué de 1 centime. En outre, ce maillon a amorti les variations du coût de la matière première au cours de l'année : les prix du yaourt nature sortie industrie (source : Insee) ont été globalement stables tout au long de l'année, à un niveau inférieur à celui de 2015. En revanche, sous l'effet notamment des promotions, le prix au détail montre des écarts plus marqués selon les mois. En moyenne sur l'année, l'indicateur de marge brute de la GMS a gagné 6 centimes par rapport à 2015, atteignant son niveau le plus élevé sur les six dernières années. Le prix payé par le consommateur pour les yaourts naturels « moyens » est diminué de 1 centime par rapport à l'année précédente.

³¹ Le panier de produits (MN + MDD) est donc de composition variable, les proportions de MN et de MDD évoluant dans les achats des consommateurs. Ainsi, l'évolution du prix moyen est en partie déterminée par celle de ces proportions et non selon le seul effet de l'évolution des prix des MN et des MDD. Une approche centrée sur le suivi des seuls effets des prix nécessiterait de considérer un panier de composition constante en MN et MDD.

Graphique 99

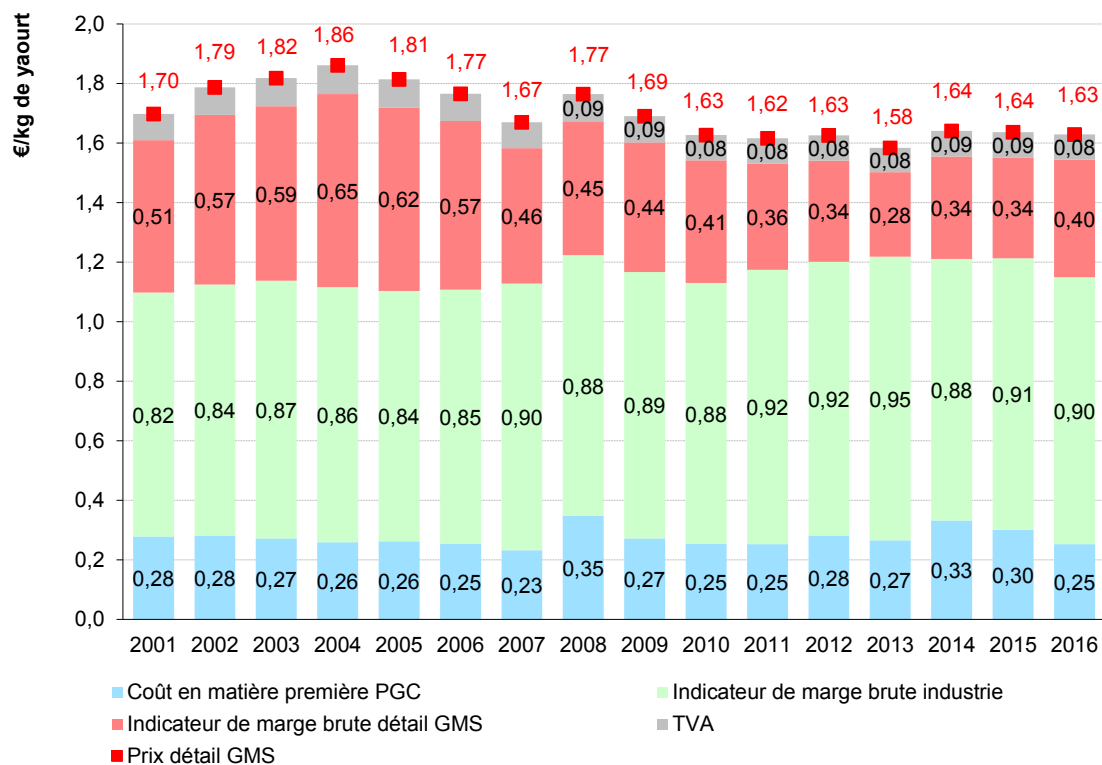
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 100

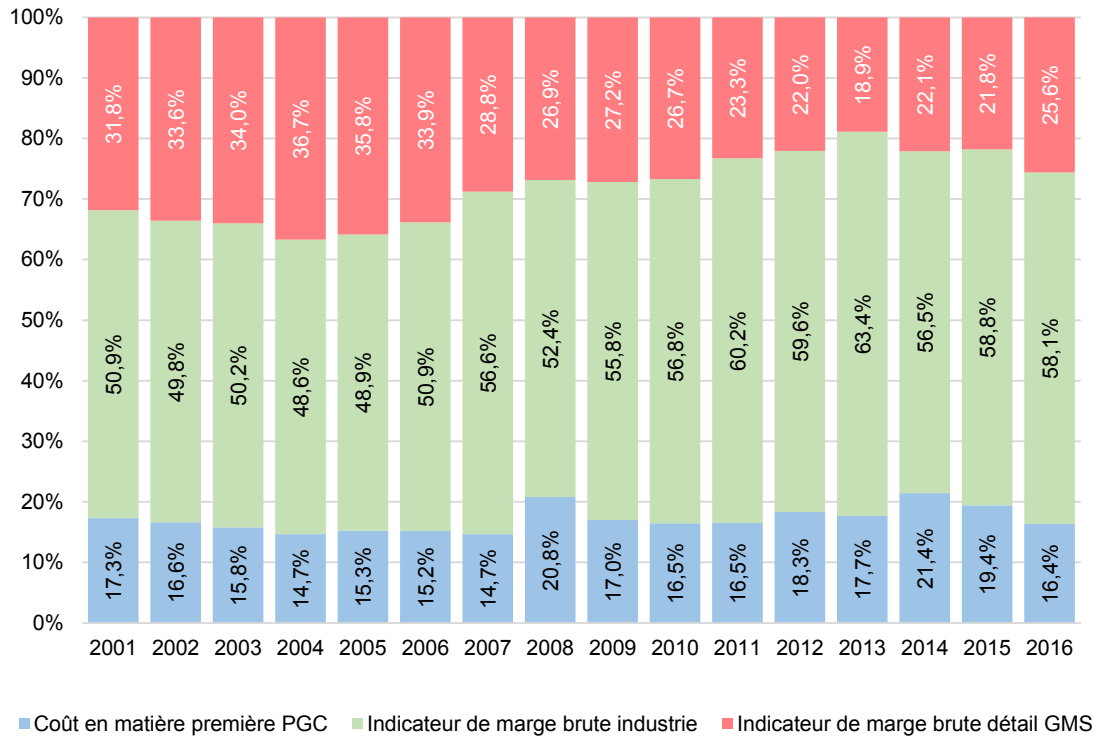
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 101

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du yaourt nature « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.5. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : emmental

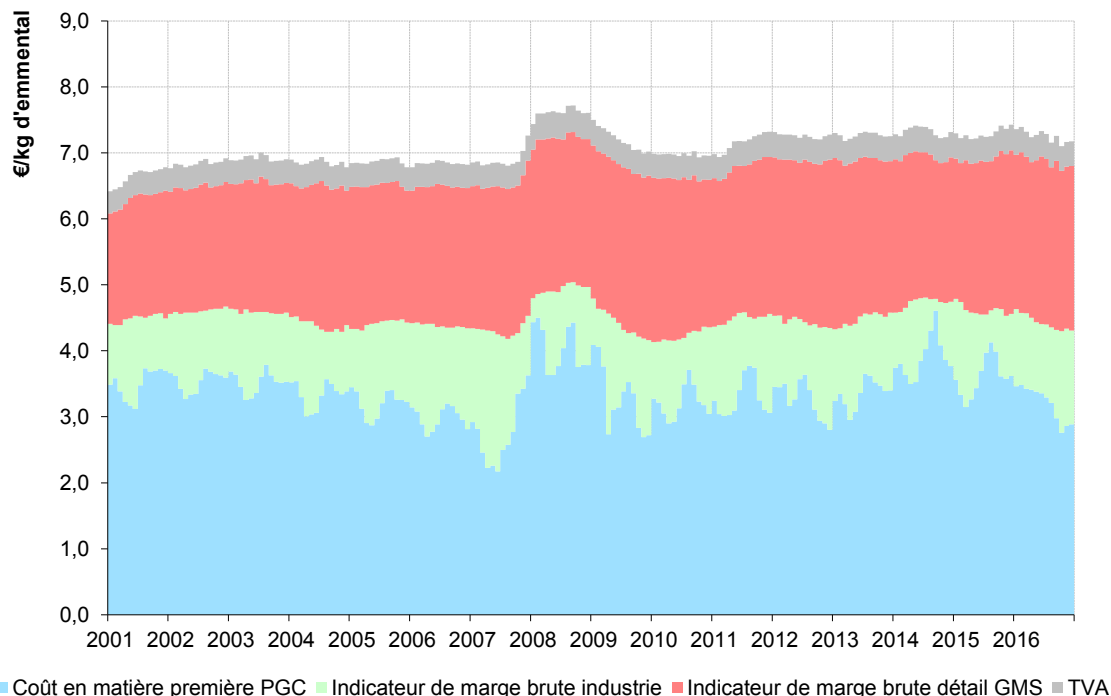
En 2016, l'emmental, sous toutes ses formes (râpé, en portions...), représente le plus gros segment du rayon fromages de vache (23,1 % des quantités achetées par les ménages), loin devant le camembert (8,2 %). Les volumes achetés par les ménages ont progressé de 11,6% entre 2007 et 2016. On suit ici « l'emmental moyen », composé de 70 % d'emmental râpé et de 30% d'emmental en portions préemballées, toutes gammes confondues : marques nationales, marques de distributeurs et produits 1^{er} prix³³. En 2007, la répartition des achats d'emmental se faisait à parts presque égales entre ces trois gammes : 35 % pour les MDD, 34 % pour les 1^{ers} prix et 31 % pour les marques nationales. En dix ans, la situation a évolué et les marques de distributeurs ont connu une forte montée en puissance : elles comptent désormais pour la majorité des volumes d'emmental (54,9 %), devant les marques nationales (24,7 %) et les 1^{ers} prix (20,4 %).

La fabrication d'un kilogramme d'emmental nécessite un volume de lait plus important que pour d'autres produits, plus de 11 litres en moyenne. De fait, le coût d'achat de la matière première représente une part majeure du prix de ce fromage, et les évolutions du prix du lait ont de fortes répercussions sur l'indicateur de marge brute industrielle de cette filière. Les volumes de coproduits valorisés en produits industriels sont également importants.

Comme pour les autres produits laitiers, la baisse du prix du lait ainsi que la moins bonne valorisation des coproduits (poudre de lactosérum et poudre de lait écrémé notamment) sur la première moitié de l'année ont impacté directement le coût d'achat de la matière première PGC, qui a perdu 40 centimes en 2016 par rapport à 2015 (Graphique 103). Il s'agit de la seconde année consécutive de fort repli. Ce coût est ainsi tombé à son plus bas niveau sur les neuf dernières années. Cette réduction n'a pas été répercutée au consommateur puisque les indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution ont progressé respectivement de 29 et 15 centimes, atteignant parmi leurs niveaux les plus élevés depuis 2011. Le prix de l'emmental « moyen » au détail n'a de fait diminué que de 3 centimes en 2016, pour une moyenne annuelle de 7,26 €/kg.

Graphique 102

Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution

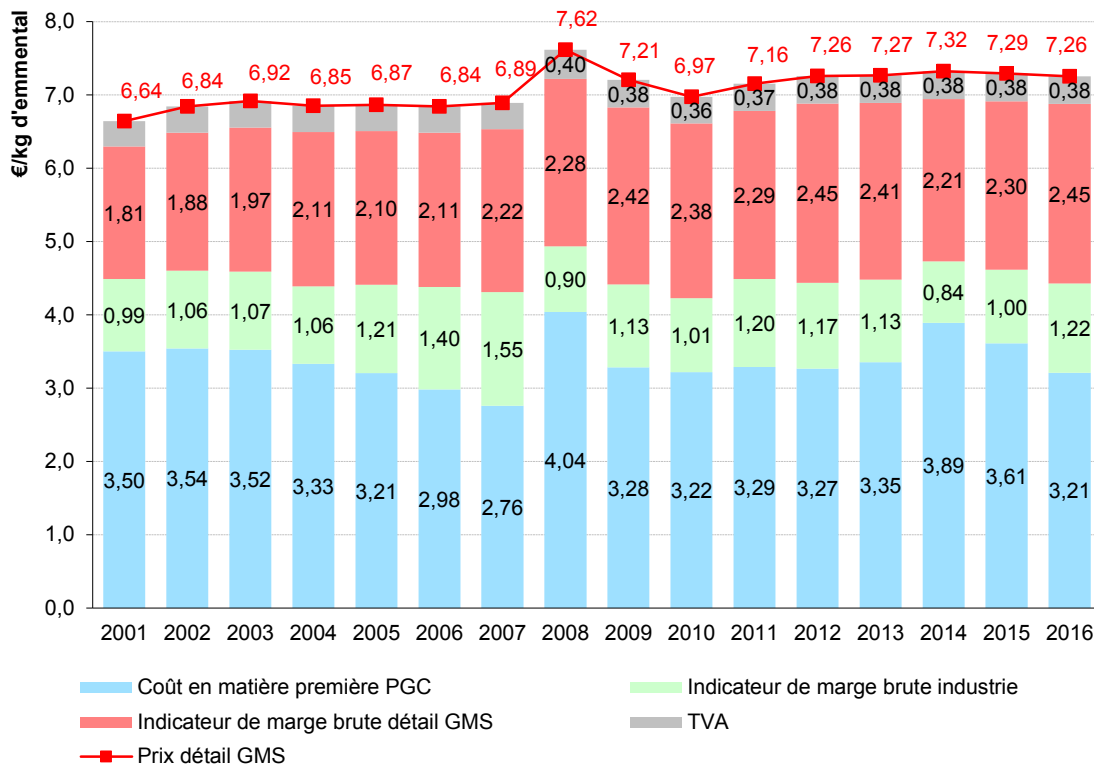


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

³³ Ces trois segments ne peuvent être suivis séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc uniquement un produit « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs. La pondération évolutive dans le temps, on suit donc à la fois des effets de prix et des effets de composition de panier.

Graphique 103

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 104

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA de l'emmental « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.6. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : camembert

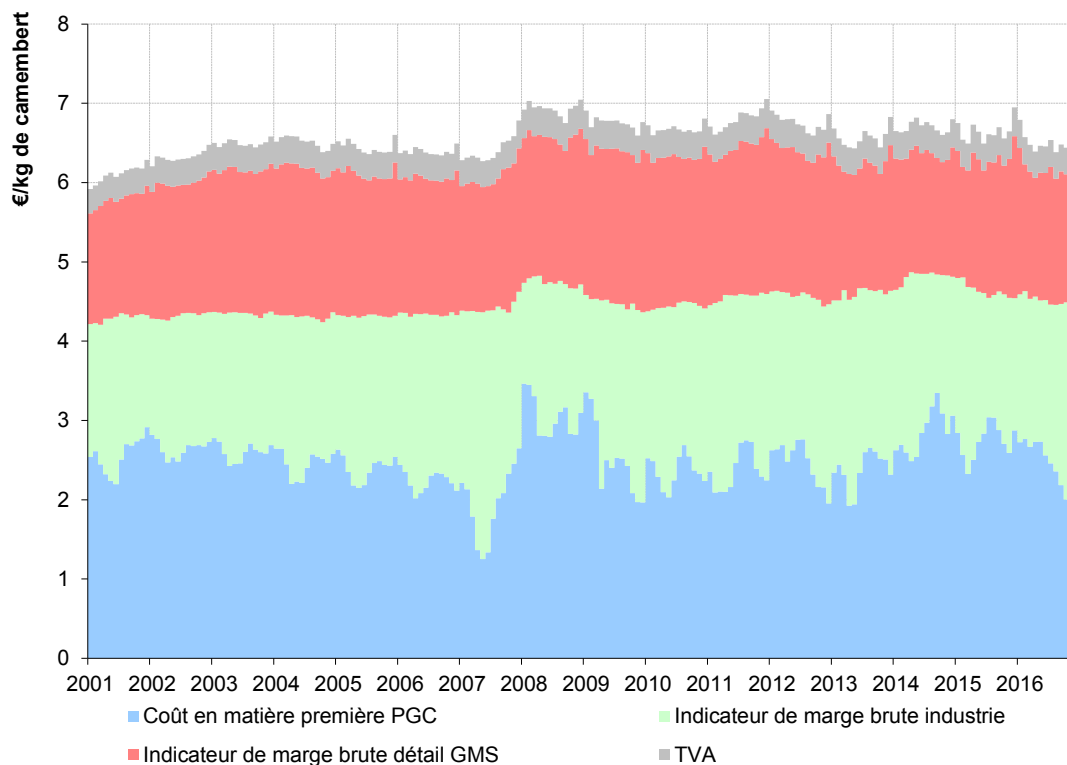
Le camembert représente 7,7 % des volumes de fromages, issus de lait de vache, achetés par les ménages français en 2016 ; c'est 2,4 points de moins qu'en 2007, en raison d'une baisse de 16,2 % des achats en dix ans. Les achats des ménages de camemberts de marques nationales ont diminué moins rapidement que pour l'ensemble de ce segment ; par conséquent, leur part dans le total a progressé, passant de 60,6 % des volumes en 2008 à 69,8 % en 2016. En revanche, les proportions de camemberts de marques de distributeurs et de 1^{er} prix achetés sont tombées respectivement à 25,2 % et 5,0 %, contre 31,1 % et 8,3 % en 2008. Le camembert « moyen » toutes gammes confondues (marques nationales, marques de distributeurs, 1^{er} prix³⁵) est suivi dans cette analyse.

Le camembert présente les mêmes particularités que l'emmental : d'une part, une importante quantité de lait nécessaire à la fabrication d'un kg de camembert (8,5 litres en moyenne) ce qui renforce le poids du prix du lait dans le coût d'achat de la matière première du PGC ; d'autre part de gros volumes d'excédents et de coproduits dont la valorisation dépend des prix des produits industriels.

Le coût d'achat de la matière première montre un fort repli en 2016, de 30 centimes, pour tomber à 2,44 €/kg de camembert (Graphique 106). Environ un tiers seulement de cette baisse a été repercuté jusqu'au consommateur, puisque le prix au détail du camembert « moyen » est passé de 6,64 € à 6,52 €. Après deux années de repli, l'indicateur de marge brute de l'industrie a progressé de 18 centimes, pour atteindre 2,07 €/kg. Sur ce produit dont les volumes sont en repli, l'industrie est pénalisée par une moindre dilution des charges fixes et donc une augmentation des coûts à l'unité.

Graphique 105

Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution

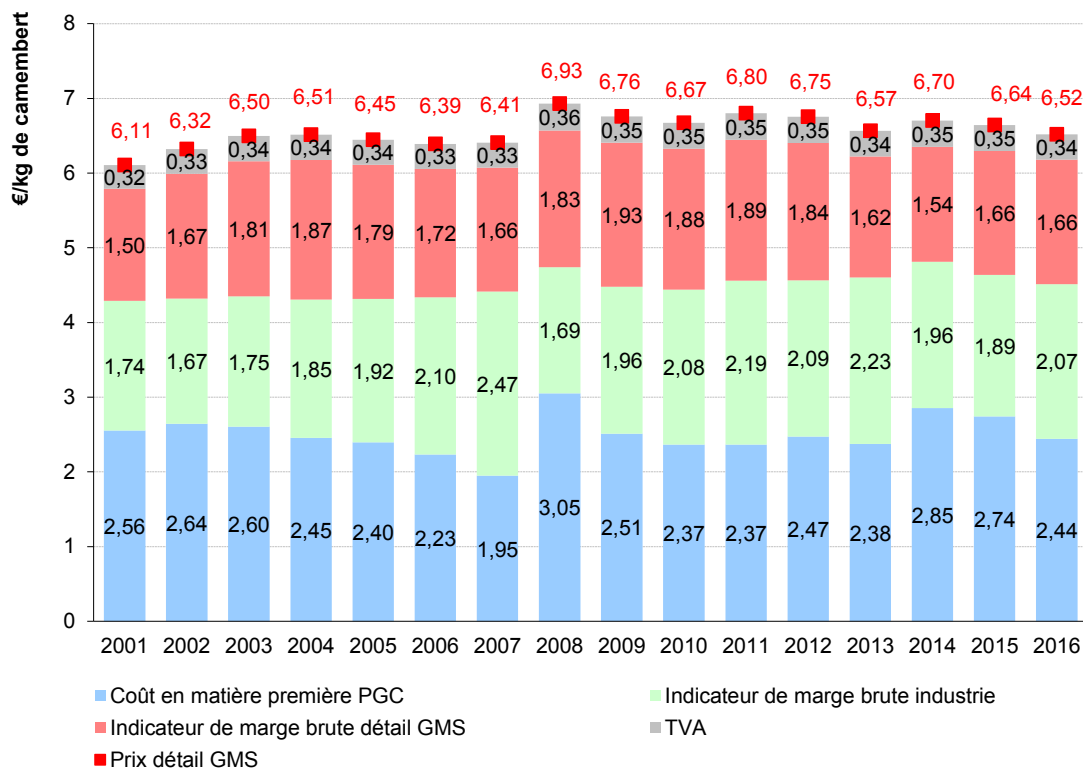


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

³⁵ Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc un produit « moyen » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs, en distinguant ensuite les produits « MN » et les produits « MDD ».

Graphique 106

Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 107

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du camembert « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

3.7. Prix et indicateurs de marges brutes en filière laitière : beurre plaquette

Dans notre analyse, le beurre plaquette est considéré comme un coproduit d'autres PGC (lait écrémé) et comme un produit de « *deuxième transformation* », dont la matière première n'est plus du lait mais du beurre industriel. Le prix de la matière première est donc ici le prix du beurre industriel, avant fabrication des plaquettes. L'approvisionnement du transformateur en matière première peut représenter un achat réel de beurre industriel à l'extérieur de l'entreprise (cas des malaxeurs de beurre) ou une cession interne à l'entreprise ou au groupe.

En 2016, les marques nationales et les marques de distributeurs font parts égales sur le marché du beurre (un peu moins de 50 %), les marques 1^{er} prix représentant des volumes négligeables (moins de 1 %). Si les marques de distributeurs affichent depuis 2008 une montée en puissance (elles représentaient alors 31% des volumes), les marques nationales ont en revanche perdu du terrain (leur part de marché s'élevait à 65% en 2008).

Le « *beurre plaquette moyen* » toutes gammes confondues (marque nationale, marque de distributeur et 1^{er} prix³⁷) est suivi dans l'analyse.

Le prix du beurre vrac en France, désormais corrélé au prix du marché international en raison de la suppression des différentes mesures d'intervention communautaires, enregistre de fortes fluctuations d'une année à l'autre (et au sein d'une année). Grâce à la remontée des cours du beurre sur la seconde moitié de l'année, liée à un manque de produit sur le marché mondial (réduction de la collecte au second trimestre et baisse du taux butyreux du lait) face à une demande dynamique (de la part des États-Unis, du Canada, du Japon...), le coût du beurre industriel a progressé de 27 centimes par rapport au prix moyen annuel de 2015 (Graphique 109). En parallèle, l'indicateur de marge brute de l'industrie s'est rétracté de 36 centimes pour tomber à 1,05 €/kg ; consécutivement à la flambée des cours du beurre, il s'est nettement réduit au dernier trimestre, et a même été négatif en décembre. Le prix du produit sortie industrie varie peu mais c'est l'indicateur de marge brute industrielle qui se comprime ou se dilate, suivant les périodes. Ainsi, la variation des cours du beurre vrac n'est pas immédiatement répercutée à la distribution ni aux consommateurs mais est différée et amortie, compte tenu de l'existence de contrats de fourniture du beurre à moyen terme.

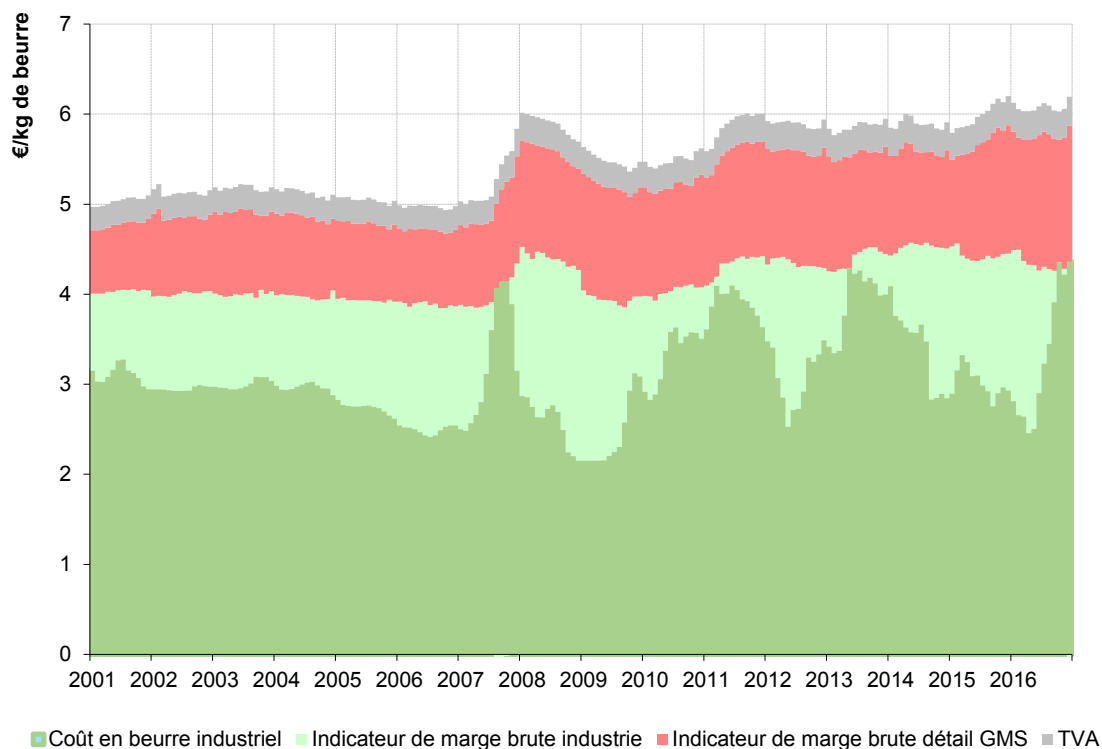
La marge brute de la distribution a enregistré une hausse pour la seconde année consécutive (+ 17 centimes) pour atteindre 1,42 €/kg. Le prix au détail du beurre « *moyen* » a quant à lui augmenté de 8 centimes en 2016, avec une hausse en particulier sur la seconde moitié de l'année.

Il est important de noter que les hausses de prix du beurre au détail sont au moins pour partie dues à un « *effet qualité* », la composition des paniers de produits suivis sous l'intitulé de « *beurre en plaquette de 250 g* » par le panel Kantar des achats au détail ayant évolué vers des articles plus onéreux (beurre à 82% de matière grasse vs beurres allégés à 60% de matière grasse par exemple). Par comparaison, le prix moyen annuel à la consommation de l'article « *beurre extra-fin 250 g* » suivi par l'Insee (série en niveau de prix, annexe à celle des indices de prix à la consommation) a progressé de 2 centimes par rapport à 2015, à 1,69 €/250 g, après une année de stabilité.

³⁷ Ce segment ne peut être suivi séparément car la catégorie « 1^{er} prix » n'est pas identique au stade détail et au stade industrie. On suit donc un produit « *moyen* » dont le prix à chaque stade est une moyenne des prix des 3 catégories, pondérée par les achats des consommateurs, en distinguant ensuite les produits « *MN* » et les produits « *MDD* ». Notons qu'en GSM, le beurre « 1^{er} prix » suivi par le panel Kantar reste un beurre « *classique* » à 82 % de matière grasse. Or, dans le segment des beurres à prix bas, les beurres à 60 % ou à 50 % de matière grasse, vendus sous marques nationales ou de distributeur connaissent une forte progression, aux dépens des beurres « *classiques* » de 1^{er} prix. Ceci peut expliquer la part minoritaire du beurre 1^{er} prix dans le circuit étudié (hyper et supermarchés, hors hard discount : 3 % de part de marché en 2014), ce qui pourrait apparaître paradoxal dans un contexte général de crise économique et de préoccupations sur le pouvoir d'achat.

Graphique 108

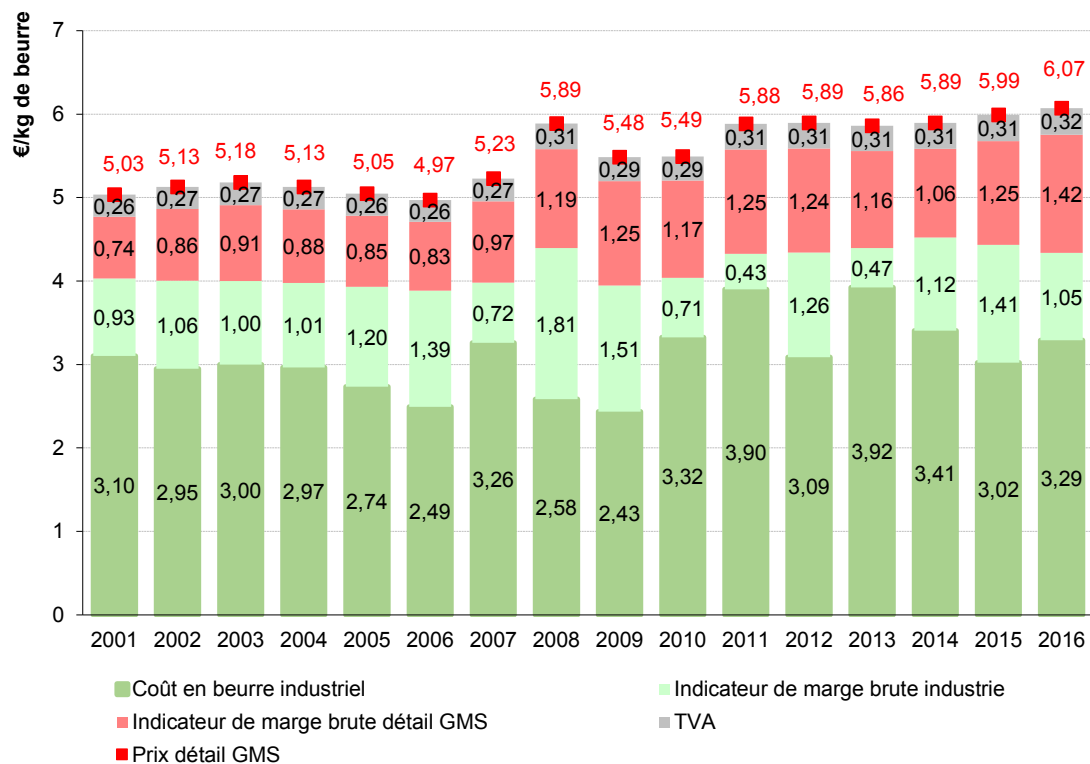
Composition du prix moyen mensuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 109

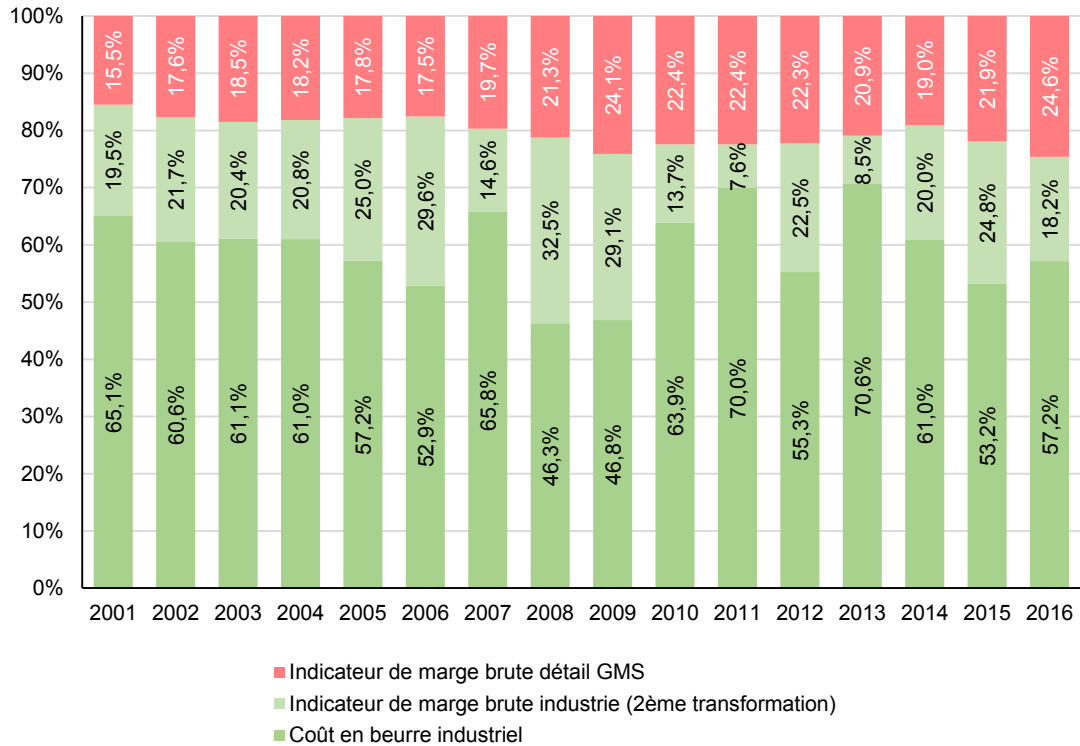
Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

Graphique 110

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail hors TVA en GMS du beurre plaquette « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Insee, Atla, Kantar Worldpanel, Nielsen et enquêtes FranceAgriMer

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES D'ÉLEVAGE BOVIN LAITIER ET COÛT DE PRODUCTION DU LAIT DE VACHE EN ÉLEVAGE

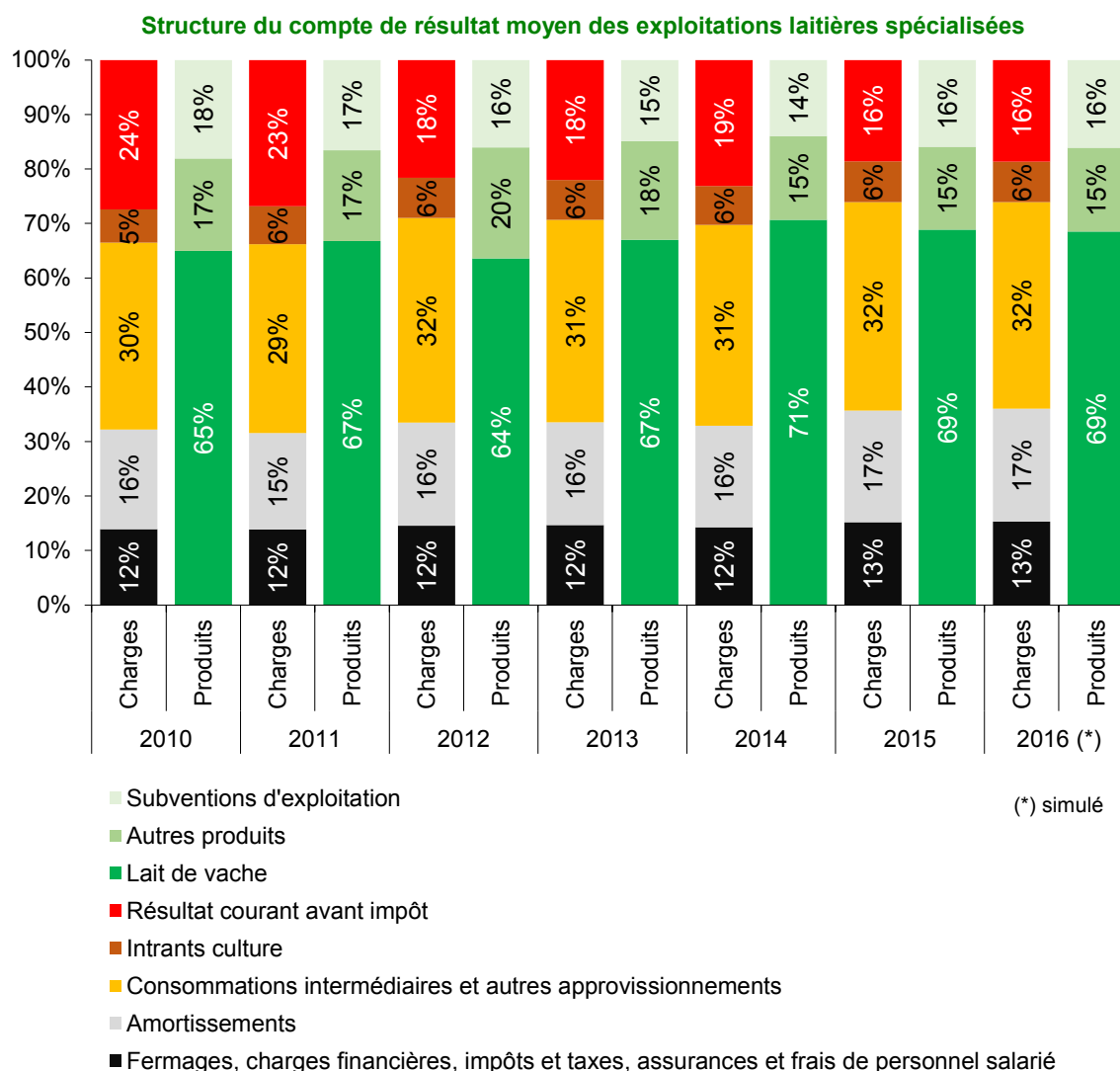
4.1. Compte de résultat des exploitations d'élevage spécialisées bovin laitier

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de lait de vache, issu du Rica, est constitué de 412 à 448 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 19 435 à 20 567 exploitations. Dans cet échantillon, la production de lait de vache constitue plus de 77 % de la production de l'exercice. Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 16 % à 24 %. En 2015, il est de 16 %, soit 28 229 € pour 181 623 € de produits. Le résultat courant baisse de 24 % (en valeur) par rapport à 2014. Il s'établissait alors à 37 109 € pour 191 040 € de produits.

Les résultats 2016 sont simulés. L'IPPAP lait de vache 2016 (Insee) est appliqué au produit 2015 pour calculer le prix du lait en 2016. L'IPAMPA lait de vache (Idele) est utilisé pour simuler le prix des consommations intermédiaires et autres approvisionnements (y compris des intrants cultures et de l'aliment du bétail). Cette méthode ne tient donc pas compte des possibles adaptations des exploitations. Les autres charges et produits sont maintenus au niveau de 2015.

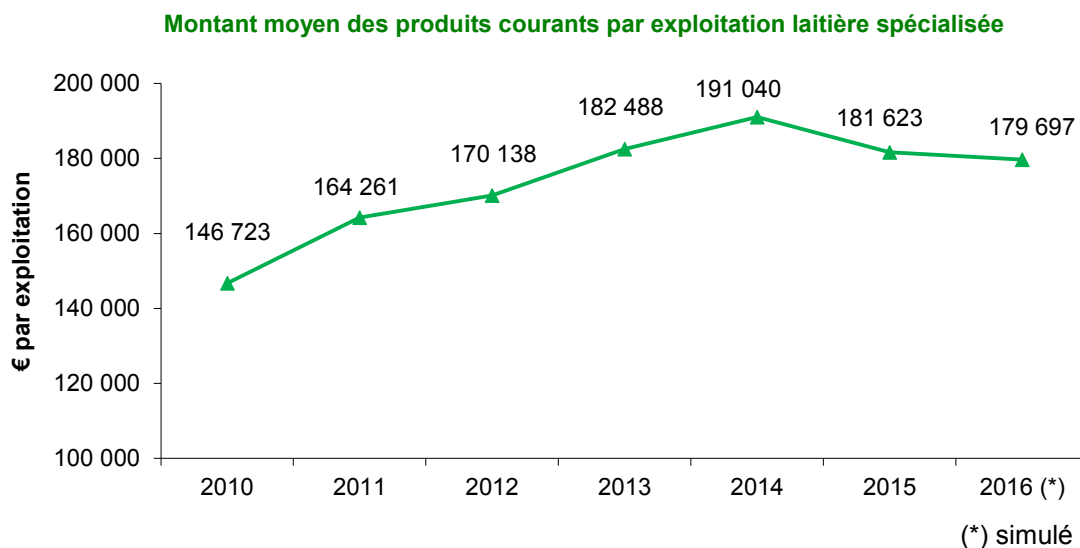
En 2016, le prix du lait baisse de 2 %, tout comme les charges (- 2% également). Le courant avant impôt se stabilise (-1 %), passant de 18 488 € par travailleur familial en 2015 à 18 379 € en 2016.

Graphique 111



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

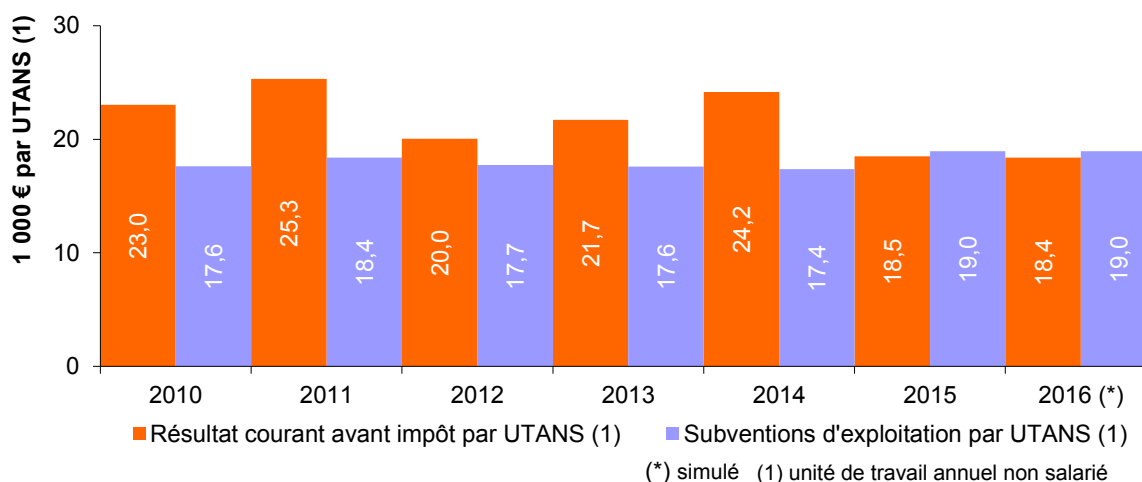
Graphique 112



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

Graphique 113

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



Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

4.2. Coût de production du lait de vache par système de production laitière

Cette estimation de coûts de production, exprimés en euros pour 1 000 litres de lait, est réalisée par l'Institut de l'élevage à partir d'informations techniques et comptables recueillies dans le cadre du dispositif Inosys – Réseaux par les Chambres d'Agriculture et organismes impliqués dans la filière, dans trois systèmes d'exploitation :

- **« Bovins lait spécialisé de plaine »** : les 129 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique bovins lait (otex 41) et sont situées en zone de plaine. Seules les exploitations conventionnelles (non certifiées en agriculture biologique) et n'ayant ni atelier viande, ni production hors-sol sont retenues.
- **« Lait et culture de vente »** : les 43 exploitations de cet échantillon relèvent de l'orientation technico-économique agriculture-élevage (otex 81), sans viande bovine.
- **« Lait de montagne »** : les 60 exploitations de cet échantillon relèvent de l'otex 41 et sont situées en zone de montagne (hors Est). Les exploitations laitières de montagne de l'Est (Franche-Comté et Savoie) ont des valorisations du lait très différentes entre elles et différentes de celles du Massif central (à moindre valorisation de leurs AOP). C'est pourquoi elles n'ont pas été retenues dans l'échantillon.

Les exploitations étudiées sont des fermes de référence des Réseaux d'Élevage. Elles sont choisies pour présenter des structures de production anticipant celles d'une projection à 5 ans de l'évolution des exploitations de leur zone. Ces exploitations sont situées dans le quartile supérieur en termes de résultats économiques.

Cette approche, contrairement à l'approche comptable du Rica, prend en compte une rémunération des facteurs propres (charges supplétives) :

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

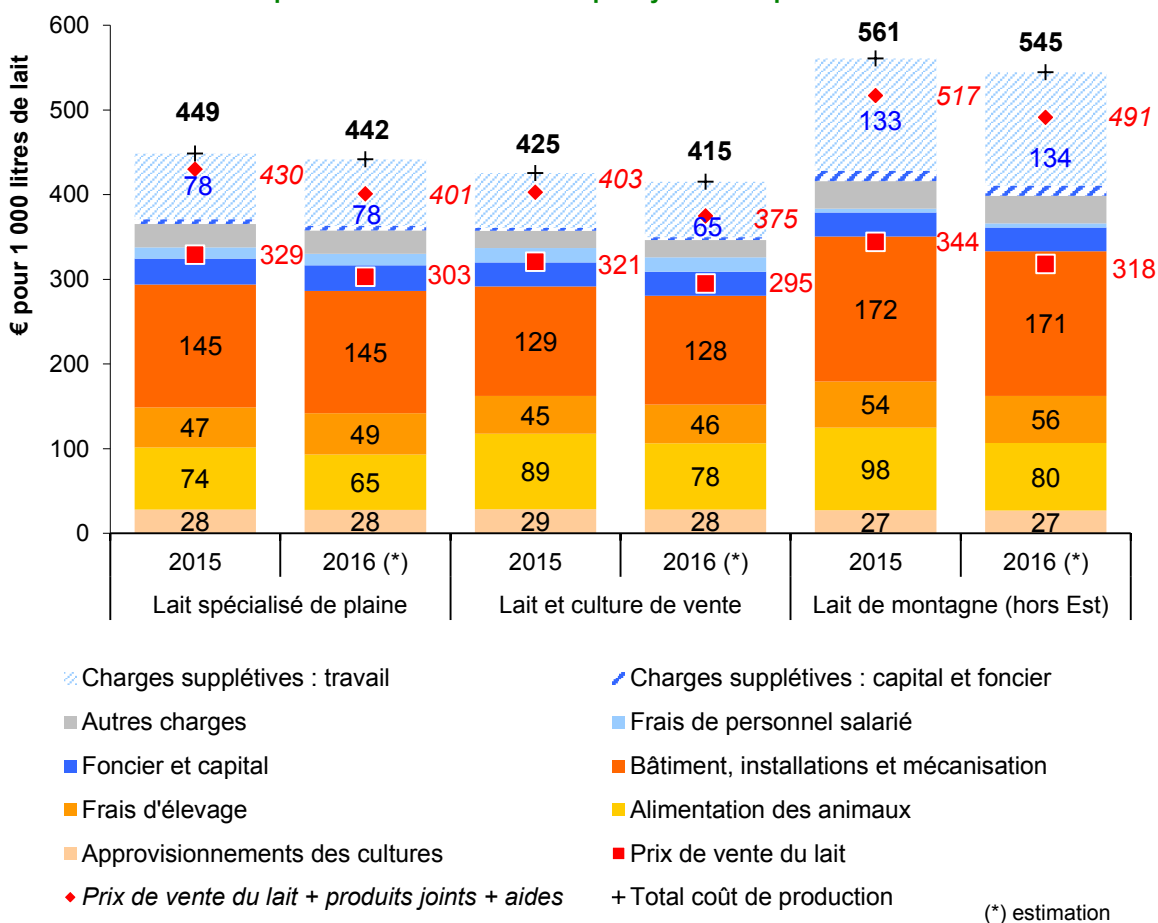
Le coût des aliments pour bovins issus des cultures de vente de l'exploitation est calculé au coût réel (de même pour les fourrages) et non au prix de marché des céréales vendues.

En 2015, le produit de l'atelier bovin lait (vente du lait, vente des produits annexes - veaux, réformes - et des subventions d'exploitations) ne permet la couverture de l'ensemble du coût de production dans les trois systèmes. Ainsi, la rémunération du travail n'est assurée qu'à hauteur de 1 SMIC par UMO dans les systèmes « Lait et culture de vente » et « Lait de montagne » et de 1,1 SMIC dans le système « Bovins lait spécialisé de plaine ». Le capital et le foncier sont rémunérés aux taux fixés, décrits ci-dessus.

En 2016, la situation se dégrade : les charges diminuent, dans l'ensemble des systèmes (de - 7,50 € pour 1 000 litres dans le système « Bovins lait spécialisé de plaine » à - 17,50 € pour 1 000 litres dans le système « Lait de montagne » mais le prix du lait diminue plus fortement (- 26 € pour 1 000 litres dans l'ensemble des systèmes). La rémunération de main d'œuvre non-salariée n'est plus que de 0,7 dans le système « Bovins lait spécialisé de plaine », de 0,6 dans le système « Lait et culture de vente » et de 0,9 SMIC dans le système « Lait de montagne ».

Graphique 114

Coût de production du lait de vache par système de production laitière



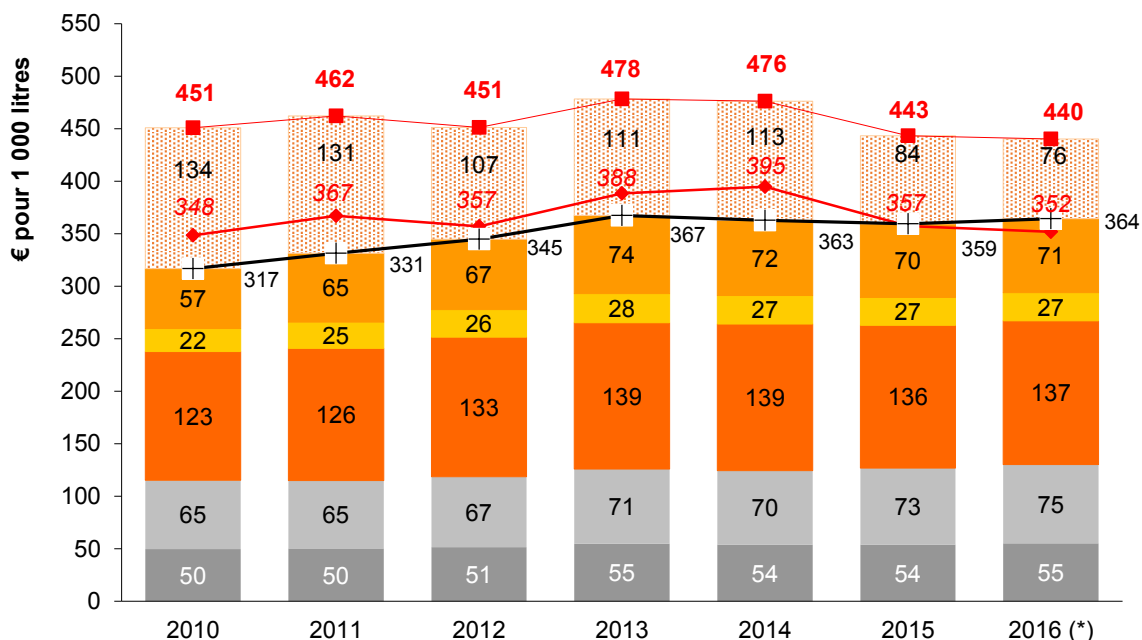
Source : Inosys – Réseau d'élevage, traitement Institut de l'Élevage

4.3. Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées

Une estimation approximative du coût moyen de production du lait a été réalisée à partir des comptabilités de l'échantillon du Rica. Les résultats sont présentés dans le Graphique 115.

Graphique 115

Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées



(*) résultats simulés

- Rémunération permise
- Intrants cultures
- Aliments du bétail achetés
- Consommations intermédiaires et autres approvisionnements
- Amortissements
- Fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances et frais de personnel salarié
- ◆ Recettes laitières (pour 1 000 litres)
- Recettes laitières (pour 1 000 litres) + subventions d'exploitation
- +— Coût de production total (pour 1 000 litres)

Source : OFPM, d'après Rica (SSP) et indices Insee-Idele pour simulation 2016

Dans cette approche, on impute à la production de lait l'ensemble des charges de l'exploitation, diminué des produits hors lait (pour l'essentiel, des produits néanmoins joints à la production laitière : veaux, réformes). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits.

Le cours du lait indiqué sur le graphique est le prix moyen annuel du lait vendu par les exploitations de l'échantillon Rica, issu des données comptables (vente de lait) et extracomptables (quantité de lait vendue). L'ensemble des charges et des subventions d'exploitation a été évalué pour 1 000 litres produits.

Contrairement à l'approche précédente, le coût de production comptable (359 € pour 1 000 litres en 2015) n'intègre pas de calcul de la rémunération des facteurs autofournis par l'exploitant : travail, capital, foncier. Le coût de production est donc normalement inférieur à celui calculé dans l'approche précédente (425 € à 561 € pour 1 000 litres selon le système en 2015), qui s'en rapproche cependant lorsqu'on en déduit la rémunération précitée (de 357 € à 416 € pour 1 000 litres).

De 2010 à 2013, les exploitations ont fait face à une augmentation des coûts de production avec un prix du lait tendant à la hausse. Les coûts de production ont ensuite légèrement diminué en 2014 puis en 2015 et sont repartis à la hausse en 2016 (simulation), tandis que le prix du lait, après une augmentation régulière de 2012 à 2014, a fortement baissé en 2015 puis de manière plus modérée en 2016 (prévisions). La rémunération permise par l'activité laitière (et les subventions d'exploitation) diminue fortement de 2014 à 2015 (passage de 113 € pour 1 000 litres à 84 € pour 1 000 litres) puis en 2016 (76 € pour 1 000 litres).

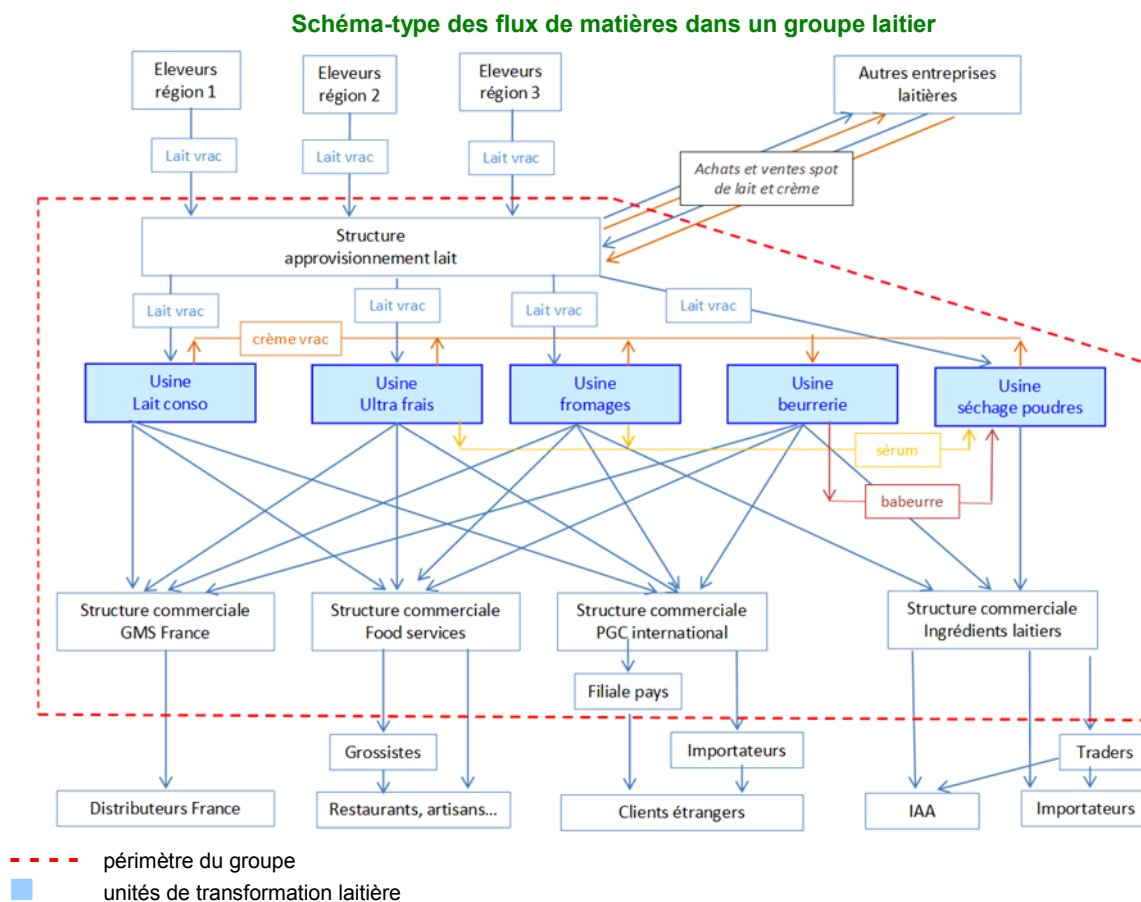
Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres produits que le lait, dont les ventes d'animaux) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

5.1. Groupe, entreprises et établissements dans le secteur laitier

Le Schéma 11 représente de manière simplifiée les flux de matières premières laitières, de coproduits des fabrications et des produits finis à l'intérieur d'un groupe laitier type et vis-à-vis de l'extérieur de ce groupe.

Schéma 11



Le résultat comptable d'une usine dépend des prix de cession interne des matières premières laitières, des prix de cession interne des produits finis et des prix de cession interne des coproduits (crème, sérum, babeurre) entre usines.

Ces prix de cession interne dépendent des conventions comptables définies dans le groupe et des règles comptables générales lorsque les unités industrielles sont des entreprises au sens d'unités légales.

Bien qu'en règle générale les prix de cession interne sont définis en référence aux **prix de marché** du produit (s'ils existent) ou en référence à ses **coûts de production**, l'information sur les coûts de fabrication d'un type de produit laitier donnée par les résultats comptables des entreprises de transformation spécialisées dans ce type de produit laitier est dépendante des systèmes de prix internes appliqués par ces entreprises.

Les comptes ci-après sont des comptes d'entreprises au sens d'unités légales. Elles peuvent comprendre plusieurs établissements, appartenir à un groupe ou non. Classées dans le secteur industriel, ces unités ont par définition pour activité principale la transformation industrielle, mais les flux entrants (charges, matière première) et sortants (produits transformés) peuvent provenir ou aller vers d'autres entreprises du groupe (structures d'approvisionnement ; structures commerciales) et constituer ainsi des cessions internes, et non des opérations marchandes.

5.2. Comptes de résultat moyen des types d'entreprises de transformation laitière

Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment) pour une même année et ne permettent plus de prolonger la série précédente des comptes des entreprises des secteurs de la transformation laitière.

Seuls les comptes des deux dernières années disponibles dans Esane, soit actuellement 2013 et 2014, sont comparables et donc présentés ci-après. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données, ou de recourir à une autre source.

Les comptes de résultat moyen sont établis par groupe d'entreprises défini par leur code NAF³⁹ :

- Exploitation de laiterie et fabrication de fromage

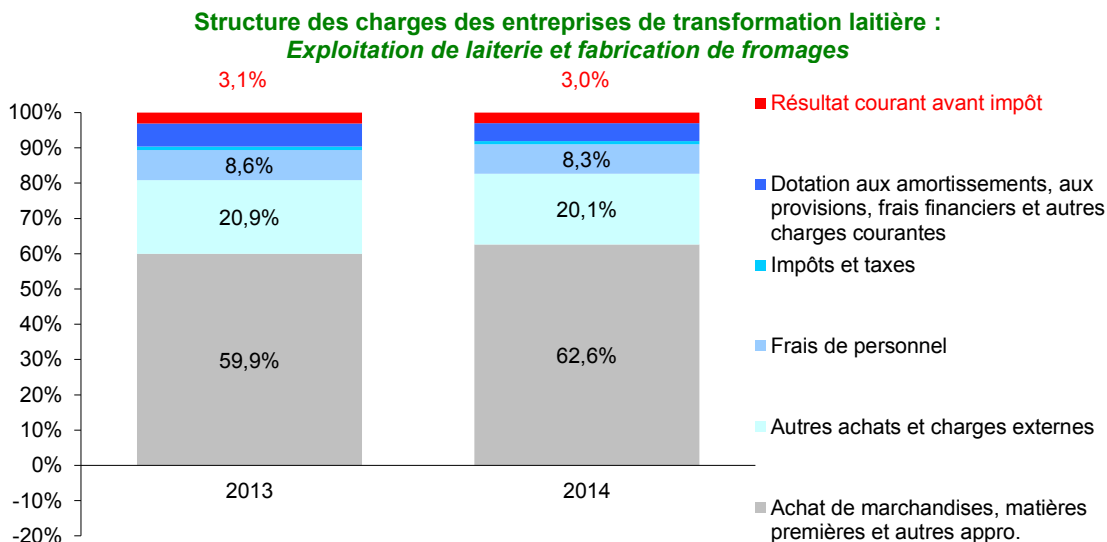
détaillé par la suite, en :

- Fabrication de lait liquide et de produits frais ;
- Fabrication de beurre ;
- Fabrication de fromage ;
- Fabrication d'autres produits laitiers.

Cette dernière catégorie inclut des fabricants de produits industriels (beurres d'industrie, poudres de lait, ...).

Pour l'ensemble du secteur « Exploitation de laiterie et fabrication de fromage » (Graphique 116), les achats de matière première passent de 59,9 % des produits en 2013 à 62,6 % en 2014, augmentation en lien avec celle du prix du lait à la production. Le taux de marge brute passe de 40,1 % à 37,4 % (parties non grisées des graphiques)

Graphique 116

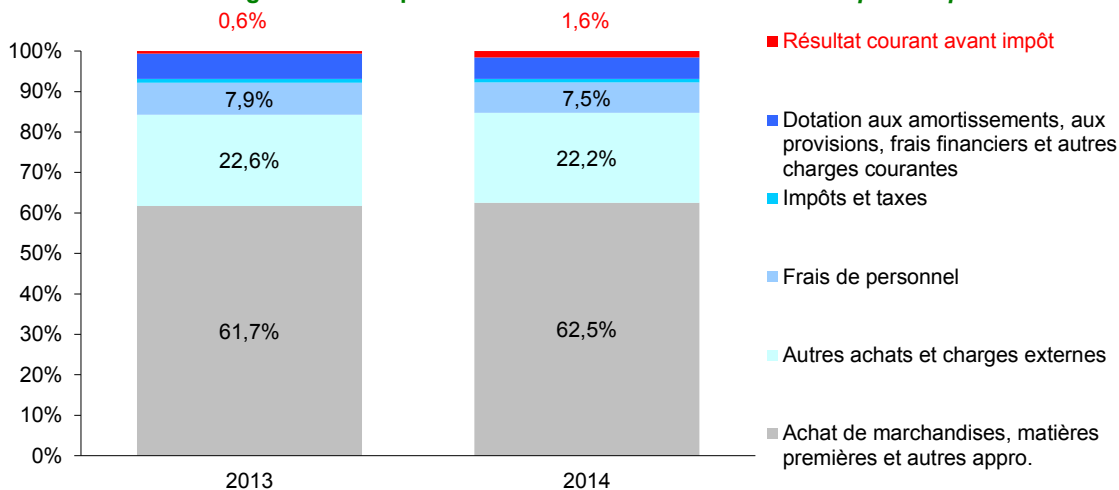


Source : Esane (Insee)

³⁹ La nomenclature des activités économiques en vigueur en France depuis le 1^{er} janvier 2008 est la nomenclature d'activités française (NAF rév. 2). <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1078>

Graphique 117

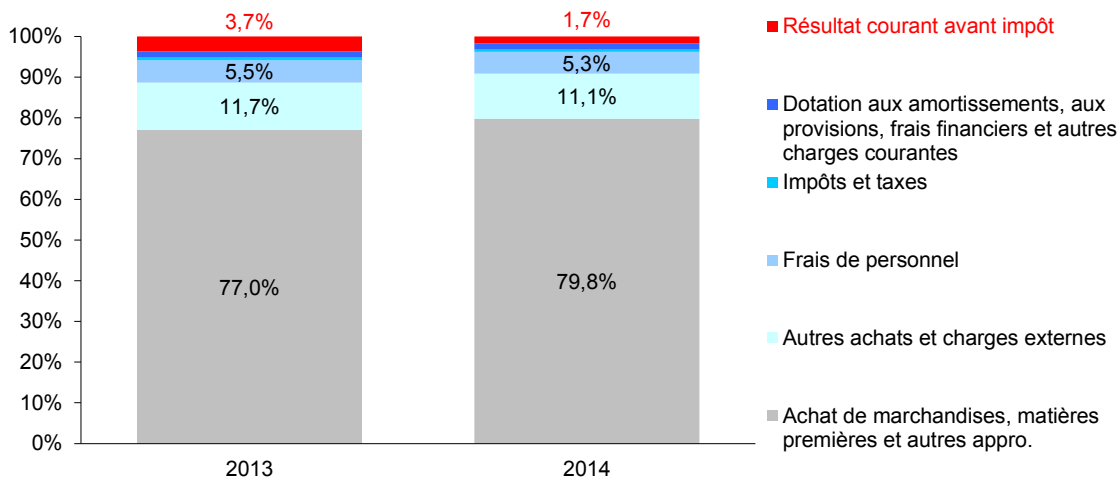
Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Lait liquide et produits frais



Source : Esane (Insee)

Graphique 118

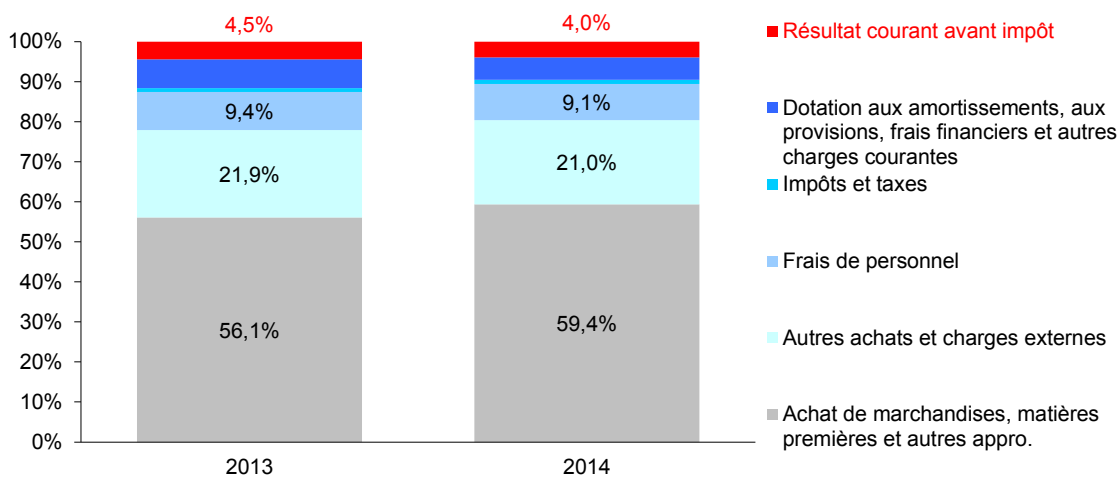
Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Fabrication de beurre



Source : Esane (Insee)

Graphique 119

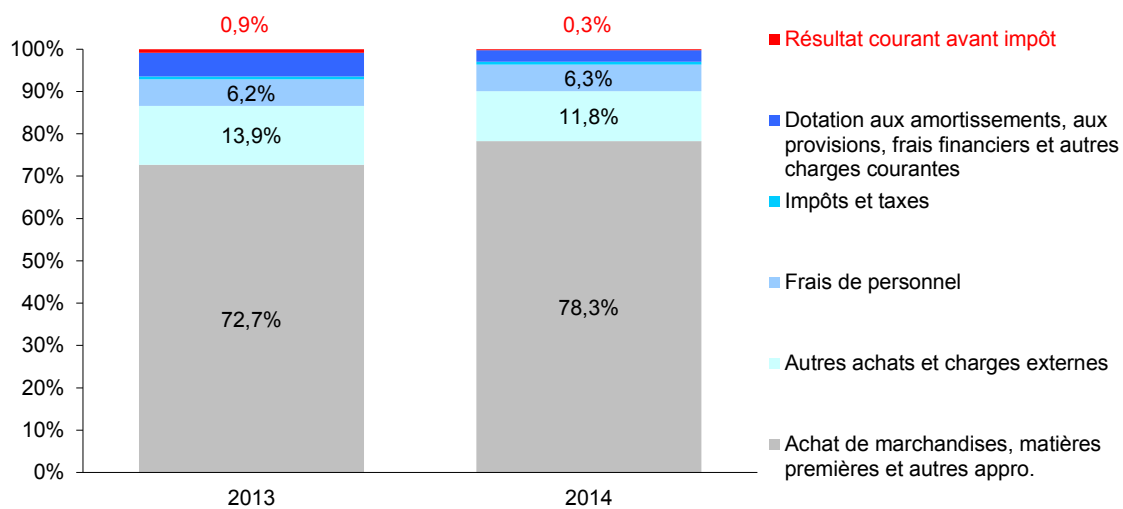
Structure des charges des entreprises de transformation laitière : Fabrication de fromage



Source : Esane (Insee)

Graphique 120

Structure des charges des entreprises de transformation laitière : *Autres produits laitiers*



Source : Esane (Insee) et Procom (SSP) pour OFPM

6. COMPTE DU RAYON DES PRODUITS LAITIERS DES GMS

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

6.1. Le rayon des produits laitiers par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon des produits laitiers est le plus important des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 29 % au CA total des rayons étudiés (moins de la moitié du rayon boucherie), pour 23% à leur marge brute et 14% à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont relativement faibles dans ce rayon principalement en libre-service d'UVCI. La marge nette du rayon après affectation des charges communes apparaît en 2015 et 2014 nettement plus faible que les années précédentes.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon des produits laitiers

Le rayon des produits laitiers présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 22,4% en 2015. Ce taux est, inférieur à la moyenne des rayons étudiés en 2015 comme 2014, ce qui paraît paradoxal compte tenu du retournement de la conjoncture laitière. Auparavant, le rayon produits laitier présentait un taux de marge brute supérieure ou au moins égale à la moyenne. S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires inférieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 4,6 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au cinquième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2015 de 17,8 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, en dégradation par rapport à la période 2011-2013, et un peu supérieure aux autres charges (17,6 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette encore positive 0,2 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 0,1 € après, niveau très inférieur à ce qu'on avait observé avant 2014.

Tableau 18

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon des produits laitiers

	Produits laitiers	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	77,6	
Marge brute	22,4	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	4,6	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	17,8	
Autres charges	17,6	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	0,2	
Impôt sur les sociétés	0,1	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	0,1	Très fortement dispersées, +/- 1,8 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

6.3. Détail des charges du rayon des produits laitiers

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des produits laitiers supporte directement 6,1 € de charges spécifiques, contre 11,2 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon des produits laitiers comprennent 4,6 € de frais de personnel dédié (9,3 € pour la moyenne tous rayons) et 1,5 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent principalement les fluides (le rayon est réfrigéré) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires (16,1 €) est proche de la moyenne tous rayons étudiés (16,4 €).

Au total, le rayon supporte 22,2 € de charges pour 100 € de chiffre d'affaires (avant répartition de IS et hors achat des produits), rapport assez faible, plaçant le rayon des produits laitiers à l'avant-dernière place des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère, mais ces charges s'imputent en 2015 sur une marge brute dégradée.

Tableau 19

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes du rayon produits laitiers pour 100 € de CA

		Produits laitiers
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	4,6
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,5
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,5
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	6,1
Charges communes réparties	Immobilier	1,5
	Personnel hors rayon (en magasin)	5,8
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	8,3
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	0,1
	Sous-total : charges communes réparties	16,2
Total des charges imputées au rayon		22,2

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

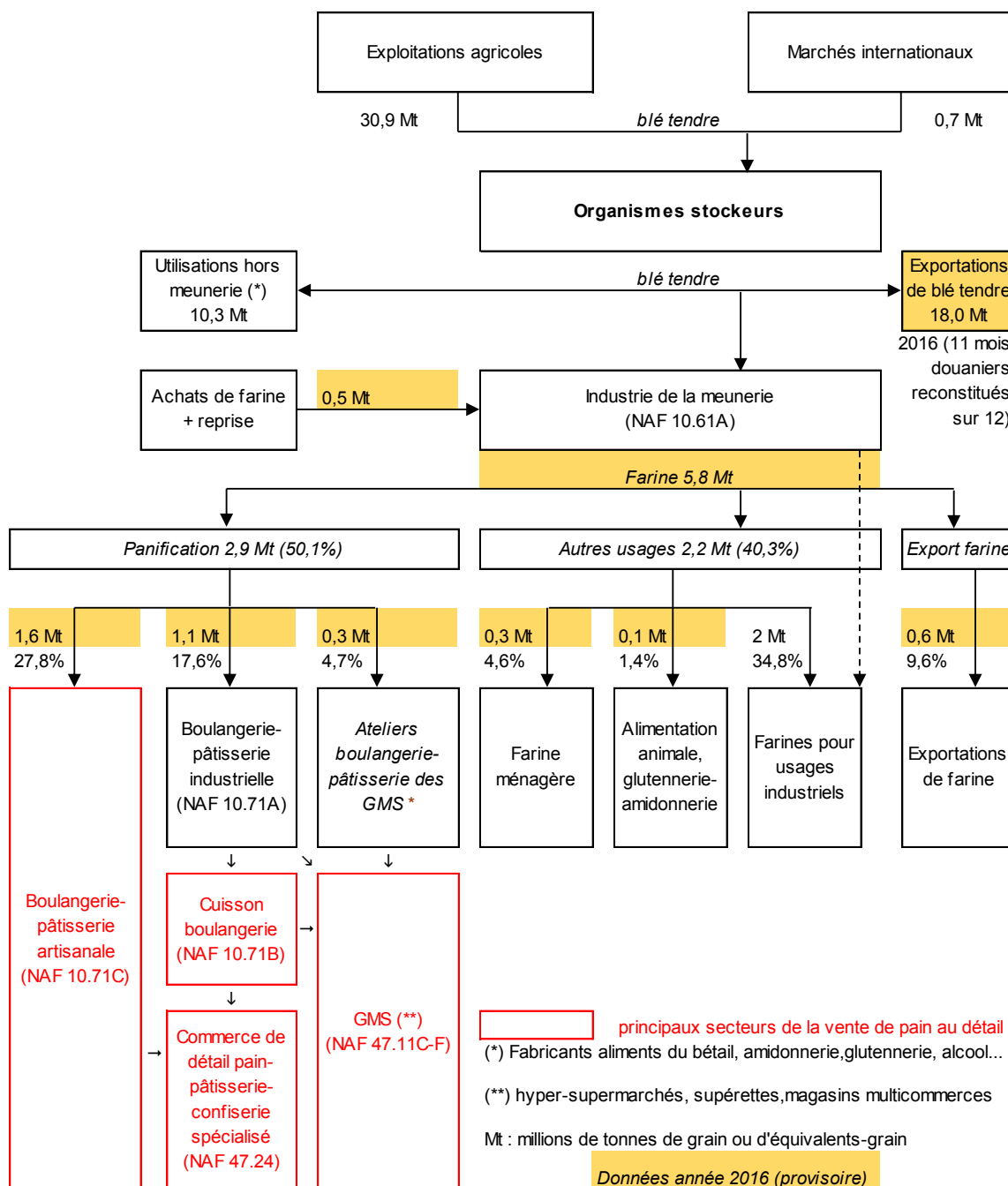
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

Section 5 – Pain

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PAIN

Schéma 12

Cartographie des flux dans la filière pain



Source : FranceAgriMer

Avec des surfaces toujours supérieures à 4,5 Mha depuis 1995 (ce qui garantit une production relativement stable d'environ 35 Mt en moyenne), le **blé tendre** est la principale céréale cultivée en France. Depuis la campagne 2013/14, les surfaces progressent même chaque année jusqu'à atteindre près de 5,2 Mha en 2016/17, il s'agit du plus haut niveau depuis 1936. Toutefois, cette hausse des surfaces depuis 4 ans ne s'accompagne pas d'une hausse progressive et régulière de la production. Les deux dernières campagnes ont été très atypiques avec un niveau de production record en 2014/15 (près de 41 Mt) et une forte chute la campagne suivante à seulement 27,9 Mt.

La récolte record de 2015 était liée à l'effet conjugué de l'augmentation des surfaces (+ 3,2% par rapport à 2014/15) et d'un rendement moyen au niveau national de 79,3 q/ha, un niveau très nettement supérieur à la moyenne quinquennale des 5 dernières campagnes (72,5 q/ha).

À contrario, la chute de la production en 2016 est liée uniquement à un effet rendement puisque les perspectives à la fin des semis étaient satisfaisantes avec une légère hausse des surfaces de blé tendre (+ 0,3%). De plus, jusqu'à la fin mai 2016, la situation des cultures s'annonçait bonne avec un automne et début d'hiver doux suivis par un début de printemps frais et pluvieux à des périodes adéquates par rapport aux stades de développement des cultures. C'est ensuite que les conditions se sont fortement dégradées. La survenue de pluies très abondantes et durables combinée à un déficit d'ensoleillement au moment du remplissage des grains a lourdement impacté les cultures. Le rendement moyen au niveau national a seulement atteint 53,8 q/ha, en baisse de 32% par rapport à celui de la campagne 2015/16 et en recul de 27% par rapport au rendement moyen quinquennal. Toutes les régions de la grande moitié Nord du pays ont été affectées notamment les Hauts de France, le grand Est et la région Centre Val de Loire. Seules les régions du Sud ont été épargnées (Occitanie, PACA et Rhône Alpes). Avec cette forte baisse de rendement (peu de grains par épi, poids spécifiques bas), la récolte 2016 en blé tendre atteint à peine 27,9 Mt.

Chaque année, environ 50% de la production française est disponible pour l'exportation. Compte tenu des disponibilités de la campagne 2015/16, la France a enregistré un record d'exportation cette campagne-là en vendant près de 20,4 Mt de blé tendre dont 7,8 Mt vers l'Union européenne et 12,6 Mt vers les pays tiers. En revanche la campagne 2016/17 ne s'inscrit pas dans cette dynamique du fait du manque de disponibilités et aussi de la qualité dégradée du blé français qui peine à répondre au cahier des charges de certains pays importateurs. En cumul au cours des 7 premiers mois de la campagne, la France voit ses exportations chuter fortement vers ses clients traditionnels : vers l'Algérie elle perd 54% de ses ventes par rapport à l'an passé (7 mois) et 31% vers les pays d'Afrique sub-saharienne. C'est vers les pays tiers que la chute des ventes sera la plus marquée, elles ne pourraient atteindre qu'à peine 5 Mt contre les 12,6 Mt de l'an passé.

Située au centre de la filière blé tendre, la meunerie française assure la transformation initiale de la matière première. Depuis le 23 juin 1961, un décret oblige les exploitants de moulins, de minoteries ou de dépôts et les négociants en farine à renseigner mensuellement un formulaire relatif aux utilisations de céréales et de farine issues de l'agriculture conventionnelle et biologique. Ces informations, exploitées par FranceAgriMer, sont indispensables pour suivre l'ensemble de l'activité de la meunerie française. Au cours de l'année 2016, 5,6 Mt de blé tendre, principalement français ont été mises en œuvre pour produire 4,7 Mt de farine dont un 0,5 Mt ont été exportés. L'essentiel de la farine produite est destiné à l'alimentation humaine, notamment à travers la fabrication de pain.

Consommé par près de 98% des français, le pain reste un des piliers de notre modèle alimentaire. Le plus souvent, il est fabriqué à partir d'un mélange de farine de blé, d'eau et de sel. Ce mélange est ensuite fermenté à l'aide de levure de panification ou de levain. Il existe de grandes variétés de pains, parmi eux, la baguette courante est la plus consommée par les français au quotidien.

La boulangerie artisanale est le premier débouché de la farine en France, suivie par la boulangerie industrielle, puis par les industries alimentaires de la biscuiterie et de la biscotterie. En 2013, la boulangerie artisanale, à travers ses 32 000 entreprises de boulangerie-pâtisserie, réalisait environ 60 % de la panification. La boulangerie industrielle comptait 240 entreprises et réalisait 28 % de ce marché et les ateliers de boulangerie en GMS : 9%, le reste correspondant essentiellement aux importations.

La dégradation de la qualité moyenne du blé français qui résulte de l'incident météorologique 2016 impacte directement la meunerie française. D'une part, le faible remplissage d'une partie des grains et la faiblesse des poids spécifiques dégradent le rendement en farine. D'autre part, les protéines très atypiques de la récolte 2016 impactent la qualité boulangère et sollicitent les capacités d'adaptation du secteur. Enfin, les écarts régionaux de qualité obligent les meuniers à élargir leur périmètre d'approvisionnement, ce qui induit des coûts supplémentaires,

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PAIN

La référence retenue comme **prix du blé tendre meunier à la première mise en marché** est, faute de mieux, la cotation « *départ Eure et Eure-et-Loir* » (source : SSP, d'après presse spécialisée « *La Dépêche* »). Cette référence présente pour notre objet certains inconvénients :

- il s'agit d'un prix « *local* », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales ;
- le produit coté n'est pas intégralement destiné à la meunerie française ;
- les caractéristiques du produit coté ne sont pas précisément celles du « *BPMF* » (blé pour la meunerie française).

L'encadré ci-après présente les enjeux liés à la disposition d'une meilleure référence de prix des blés pour le marché intérieur.

Le circuit représenté commence donc à la sortie des organismes stockeurs et non à la production agricole et le prix du blé intègre ainsi la marge de ces opérateurs, laquelle n'a pas été chiffrée.

Depuis décembre 2014, dans le cadre de la convention passée entre l'Insee et l'observatoire, ce dernier dispose des **prix moyens mensuels des farines boulangères** par destination : boulangerie artisanale, boulangerie industrielle, ateliers de boulangerie des GMS. De plus longues séries d'indices de prix ont permis de rétropoler les séries de prix moyens avant juillet 2009.

Au stade du commerce de détail, c'est le **prix moyen mensuel de la baguette**, tous circuits de vente confondus (source : Insee) qui a été retenu pour les travaux de l'observatoire. Il n'existe pas de données de panels sur les prix dans la boulangerie artisanale, et le pain en GMS, suivi par ces panels, ne représente qu'une part minime du marché.

Un **prix moyen mensuel sortie meunerie du « panier » de farines panifiables** est calculé en pondérant les prix des différents types de farines boulangères par le poids des différents circuits dans la panification. Ce prix moyen de farine est ainsi homogène avec la « *baguette moyenne tous circuits* » suivie au détail.

Le calcul de la part de la matière première blé dans la baguette s'appuie sur les coefficients techniques moyens qui ont été détaillés dans l'édition 2014 du rapport de l'observatoire.

Encadré 3

La question des cotations disponibles pour le blé meunier et le blé dur sur le marché intérieur

Les données de prix céréaliers disponibles sont mal adaptées à l'objet de l'observatoire car il ne s'agit pas toujours de prix pour le marché intérieur et les cotations, limitées à quelques places, ne constituent pas des prix moyens d'offre nationale pondérés par les volumes des transactions.

Les cotations céréalieres disponibles portent en effet sur les prix suivants :

- **les prix « départ »** : prix du négoce en bassin de production. Ils ne comprennent pas le coût de transport de la marchandise. Les prix en culture ou prix payés aux producteurs peuvent se déduire des prix « *départ* » en ôtant la marge des organismes stockeurs, ainsi que les taxes à la charge du producteur,
- **les prix « rendu »** comprennent le transport jusqu'au lieu de destination : port d'exportation (Rouen, par exemple) ou zone de consommation. Le rendu Rouen est fortement « *directeur* » sur le marché français, en raison de l'importance du débouché « *exportation* » pour les céréales (50% des utilisations), et 50% des exportations portuaires passent par Rouen.
- **les prix « FOB »** (*Free On Board*), c'est à dire après chargement à bord des marchandises pour l'exportation.

Les marchés à terme constituent une autres source d'information sur les prix de la matière première pour les opérateurs des filières des céréales. Pour le blé tendre, la référence est actuellement le contrat Euronext mais le *Chicago Mercantile Exchange* (bourse de Chicago) a lancé un nouveau contrat en blé tendre européen en septembre 2016. En revanche, il n'existe pas de marché à terme pour le blé dur.

La meunerie française souhaite la mise en place de cotations officielles intérieures (cotations « *départ* ») dans plusieurs bassins de production. Elles pallieraient certaines limites de la référence Euronext utilisée dans la filière et permettraient de vérifier la convergence des prix entre marché à terme et marché physique, fournissant ainsi une information utile contribuant à la transparence nécessaire pour la régulation des marchés financiers par les pouvoirs publics. Il s'agit notamment de mettre en œuvre les dispositions prévues, pour prévenir les « *abus de marché* », par la récente réglementation européenne (règlement n°596/2014 et directive 2014/57 du 16 avril 2014 sur les abus de marché). Relèvent des « *abus de marché* » sur les marchés financiers diverses pratiques exploitant une asymétrie d'information pour en tirer un bénéfice aux dépens d'autres investisseurs : délit d'initié, propagation de fausses informations, réalisations d'opérations visant à biaiser le mécanisme de fixation des cours...

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX DE LA BAGUETTE

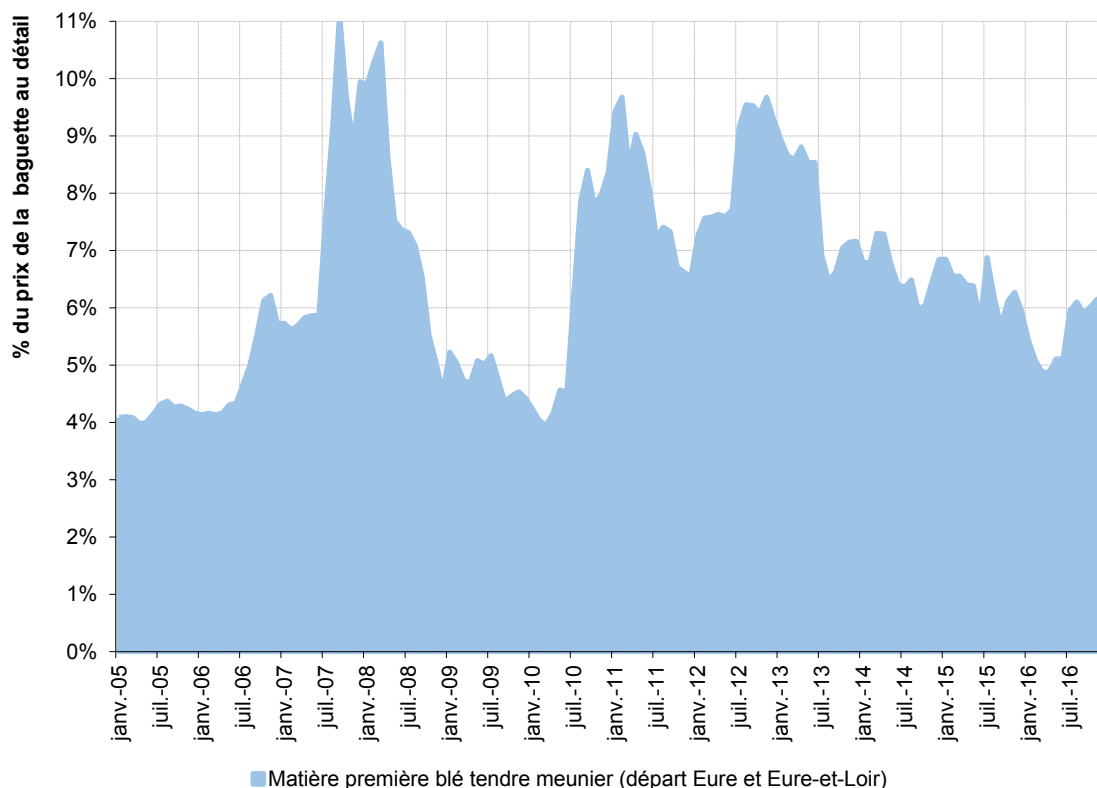
De 2005 à fin 2016, le prix moyen de la baguette tous circuits passe de 3 € / kg à près de 3,5 € / kg. La série présente deux phase d'accélération de la hausse de prix : en 2008 et en 2012, répercutant de façon très amortie et avec retard la hausse des prix du blé tendre (Graphique 122 et Graphique 123).

On constate un accroissement sensible de la « *marge agrégée* » de l'aval, de l'ordre d'une vingtaine de centimes sur la période étudiée, cette « *marge agrégée* » recouvre l'ensemble des marges réalisées en aval des collecteurs⁴⁰ : industrie de la meunerie, boulangerie industrielle et artisanale, autres points de vente de pain. Depuis 2010, cette « *marge agrégée* » peut être décomposée en marge brute de la meunerie et en marge brute en aval de cette industrie, cette dernière marge recouvrant, selon le circuit : celles de la boulangerie artisanale, celle des ateliers de boulangerie des GMS, celle de la boulangerie industrielle et des commerces de détail qu'elle approvisionne. On peut ainsi souligner que si la marge de la meunerie évolue peu, la marge brute en aval progresse de 8 centimes. Ces marges brutes recouvrent des charges dont la nature et l'évolution seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de l'étude des comptes des secteurs concernés (meunerie, boulangerie-pâtisserie artisanale, rayon boulangerie-pâtisserie des GMS).

La matière première pèse relativement peu dans la valeur du produit fini (Graphique 121) : sur la période suivie, on distingue schématiquement trois grandes périodes. Jusqu'en 2010, le blé représente entre 4% et 6% de la valeur du pain. En 2010-2011, cette proportion progresse fortement, jusqu'à près de 11%. Depuis 2014, la part du blé dans la valeur du pain est restée au-dessus de 6%, avec deux pics à près de 10% en début 2015 et fin 2015. La chute des cours moyens du blé en 2016, due aux stocks mondiaux importants, n'a pas eu d'incidence sur le prix moyen de la baguette car les meuniers ont dû payer une prime de qualité importante du fait des insuffisances qualitatives de la récolte 2016.

Graphique 121

Part en valeur de la matière première blé tendre dans le prix de la baguette au détail

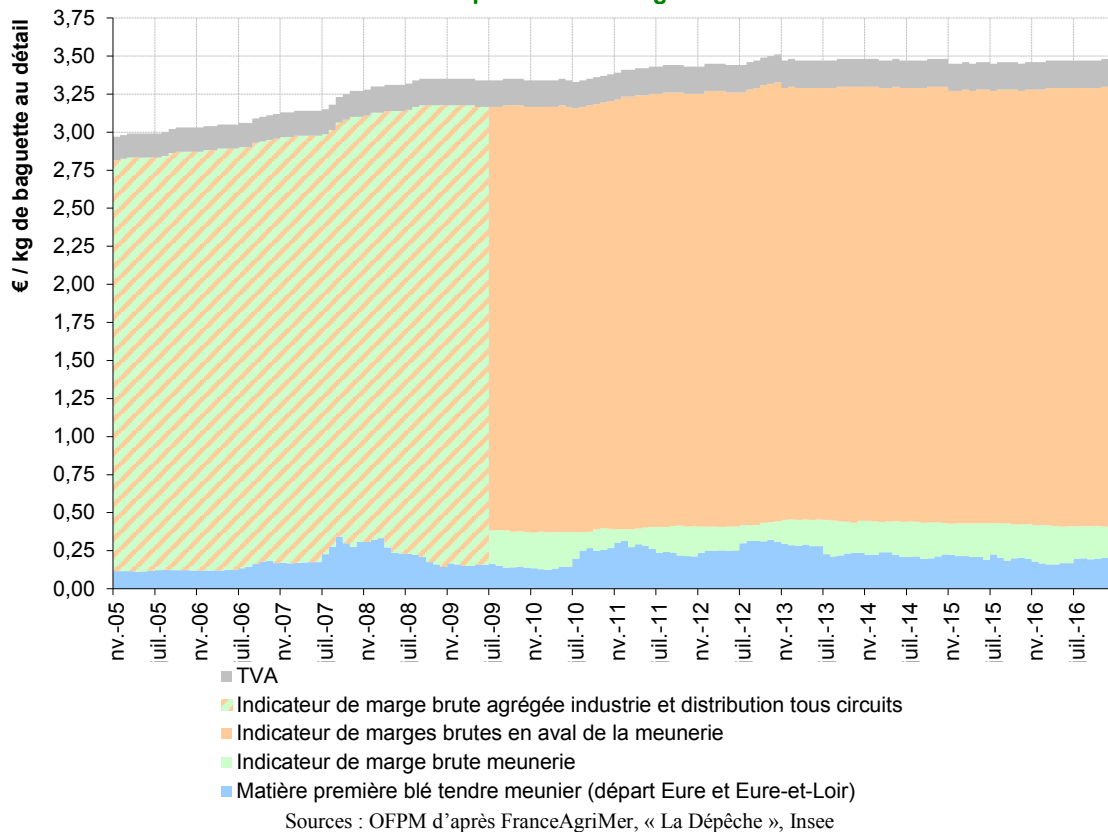


Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, SSP, Insee

⁴⁰ En aval des collecteurs (organismes stockeurs, OS) dans la mesure où la référence de prix utilisée au départ du circuit est une cotation « *départ* », généralement établie sortie OS.

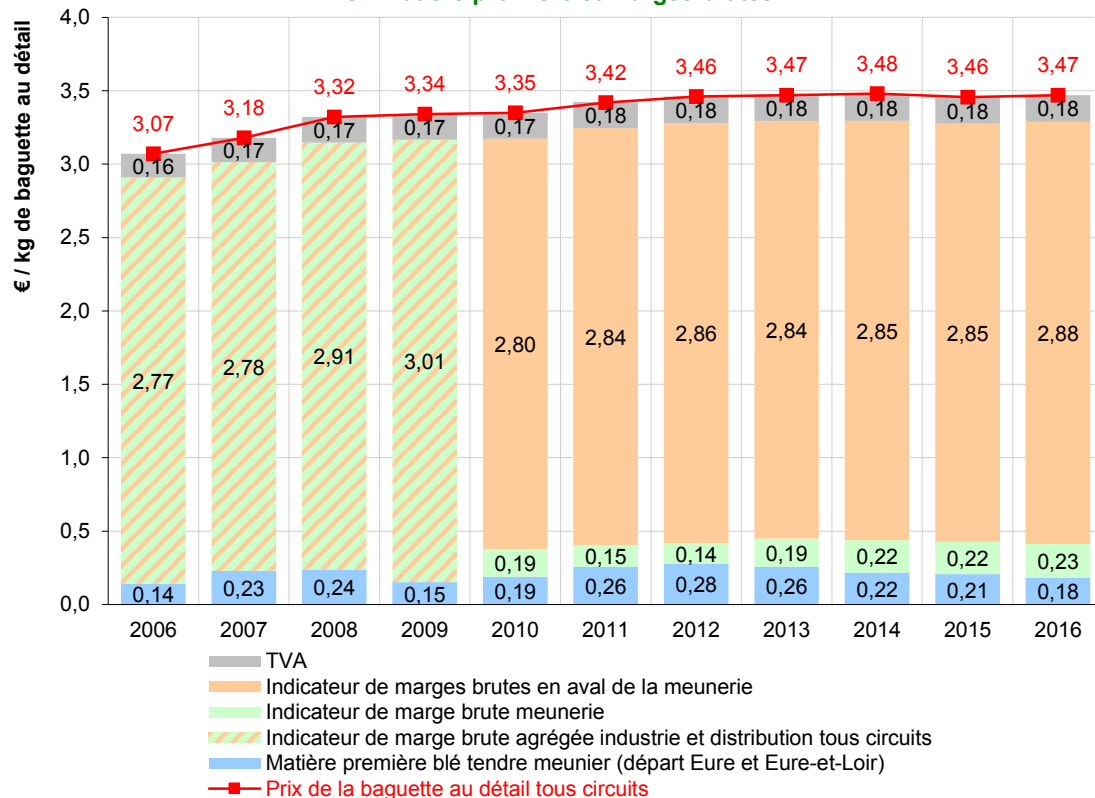
Graphique 122

Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marges brutes



Graphique 123

Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits de la baguette en matière première et marges brutes



4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ TENDRE ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ TENDRE

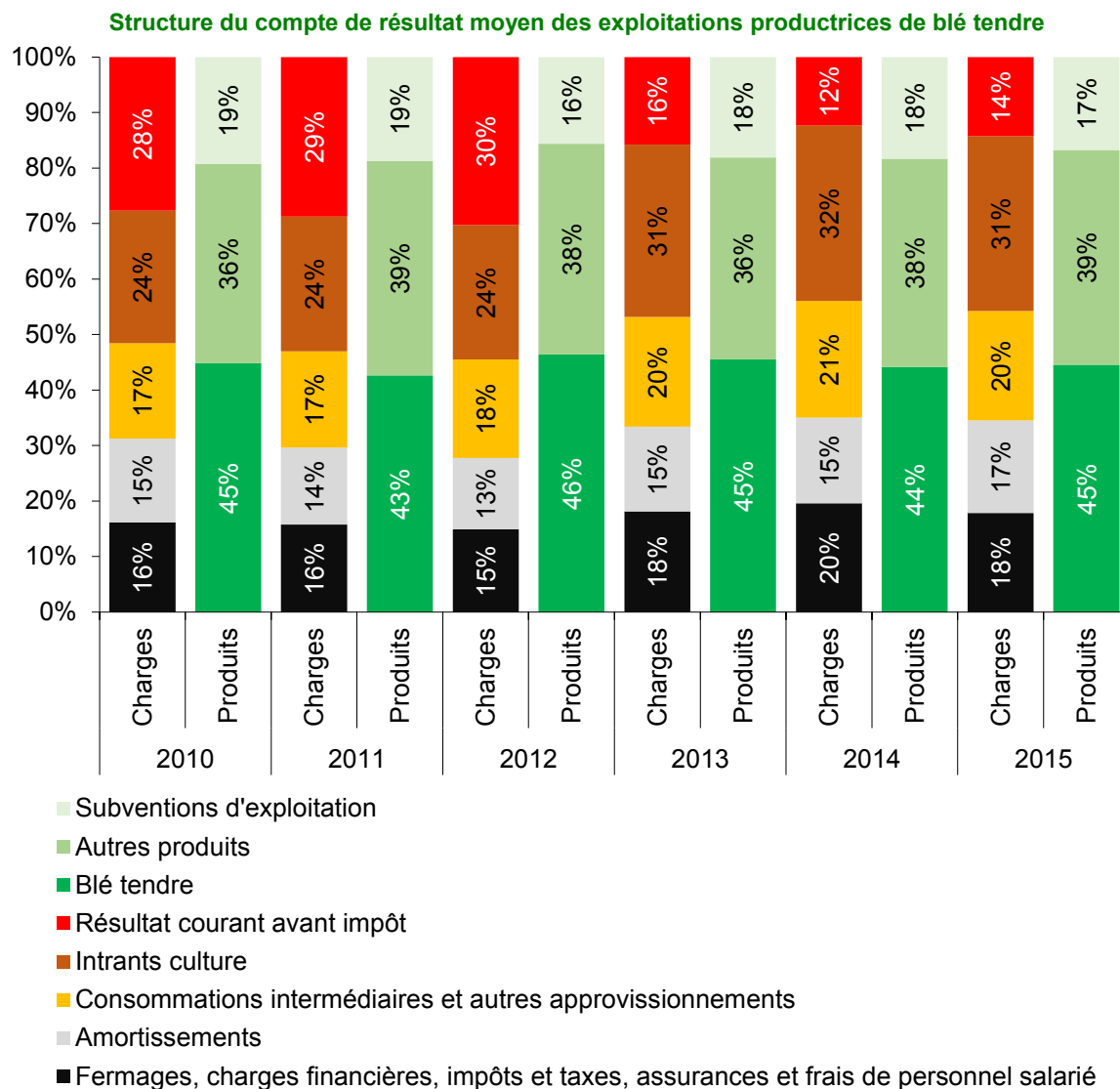
4.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé tendre

L'échantillon des exploitations productrices de blé tendre, issu du Rica, est constitué de 167 à 226 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 7 757 à 10 749 exploitations, réalisant 12,5 % de la production annuelle de blé tendre en 2015 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé tendre constitue, selon les années, de 54 % à 57 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période étudiée de 30 % à 13 %. Il passe de 23 353 € pour 189 529 € de produits en 2014 à 28 459 € pour 199 680 € de produits en 2015. Après avoir bénéficié d'une baisse des charges en 2014 (- 3 %), les exploitations de l'échantillon font face à une hausse en 2015 (+ 3%). Cette hausse, combinée à une hausse du produit (blé tendre, autres produits et subventions d'exploitation) en 2015, permet une amélioration du résultat courant avant impôt. Par unité de travail annuel non salarié, il passe de 19 400 € en 2014 à 23 200 € en 2015 (Graphique 126).

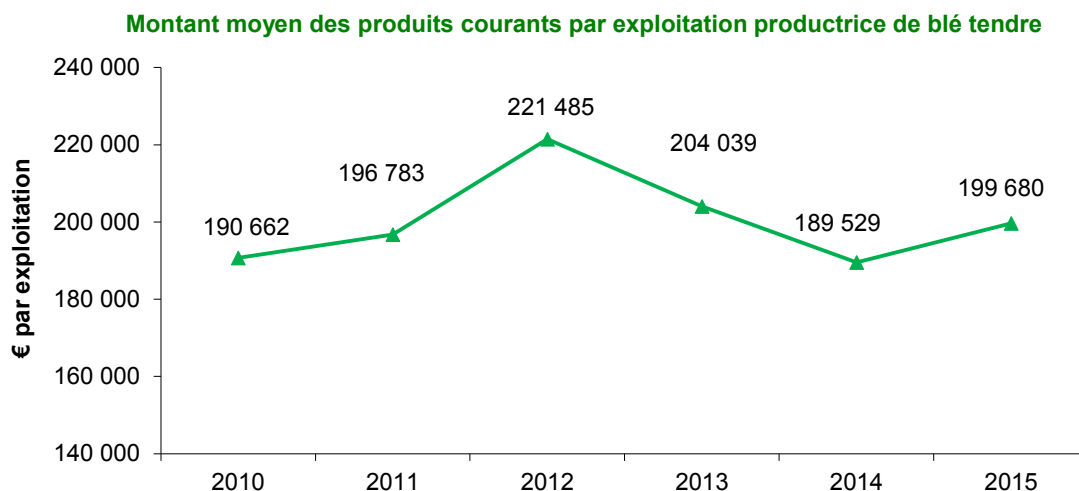
Le prix du blé tendre ayant diminué de 11 % de 2015 à 2016 et les rendements ayant fortement diminué dans le même temps, le résultat courant avant impôt des producteurs en 2016 sera affecté.

Graphique 124



Source : Rica (SSP)

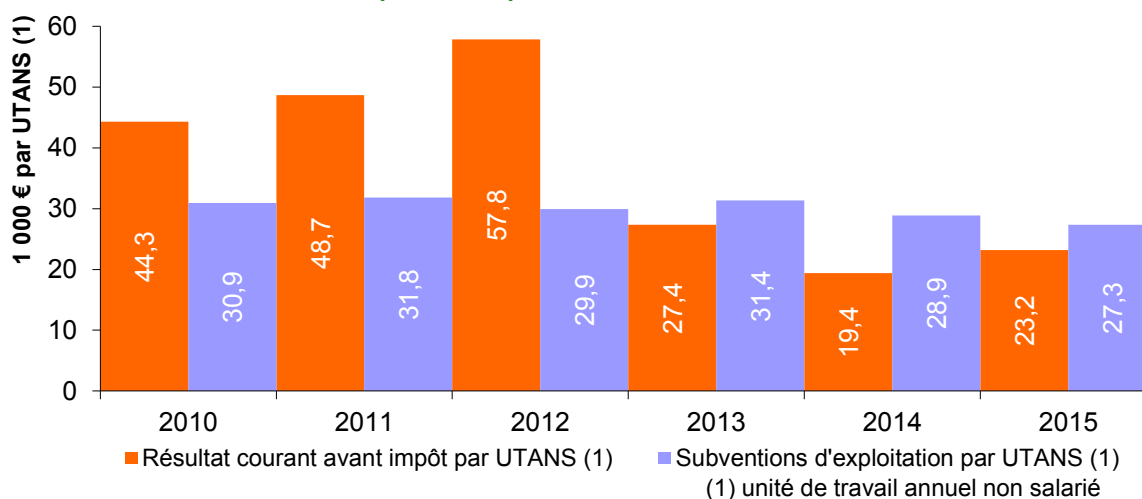
Graphique 125



Source : Rica (SSP)

Graphique 126

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé tendre



Source : Rica (SSP)

4.2. Coût de production du blé tendre

Les données présentées sont issues de l'observatoire Arvalis-Unigrains d'après des données CerFrance. L'échantillon comprend 4 700 exploitations (orientations technico-économiques 15 et 16) réparties sur 16 départements français, représentant eux-mêmes 40 % de la production française de blé tendre. Ces départements sont majoritairement situés au nord de la Loire et le rendement moyen de l'échantillon présenté est supérieur de 10 % au rendement moyen national blé tendre, observé par le SSP.

Le coût de production présenté ici intègre :

- une rémunération standard pour le travail des exploitants à hauteur de la rémunération nette d'un chauffeur de tracteur qualifié niveau III, échelon 1 soit environ 1,1 SMIC net,
- les cotisations sociales de l'exploitant (pour information, ces cotisations ne sont pas retenues comme une charge d'entreprise dans le RICA),
- une rémunération pour les capitaux propres (taux des OAT à 10 ans) et pour les terres en propriété (à la valeur des fermages moyens régionaux).

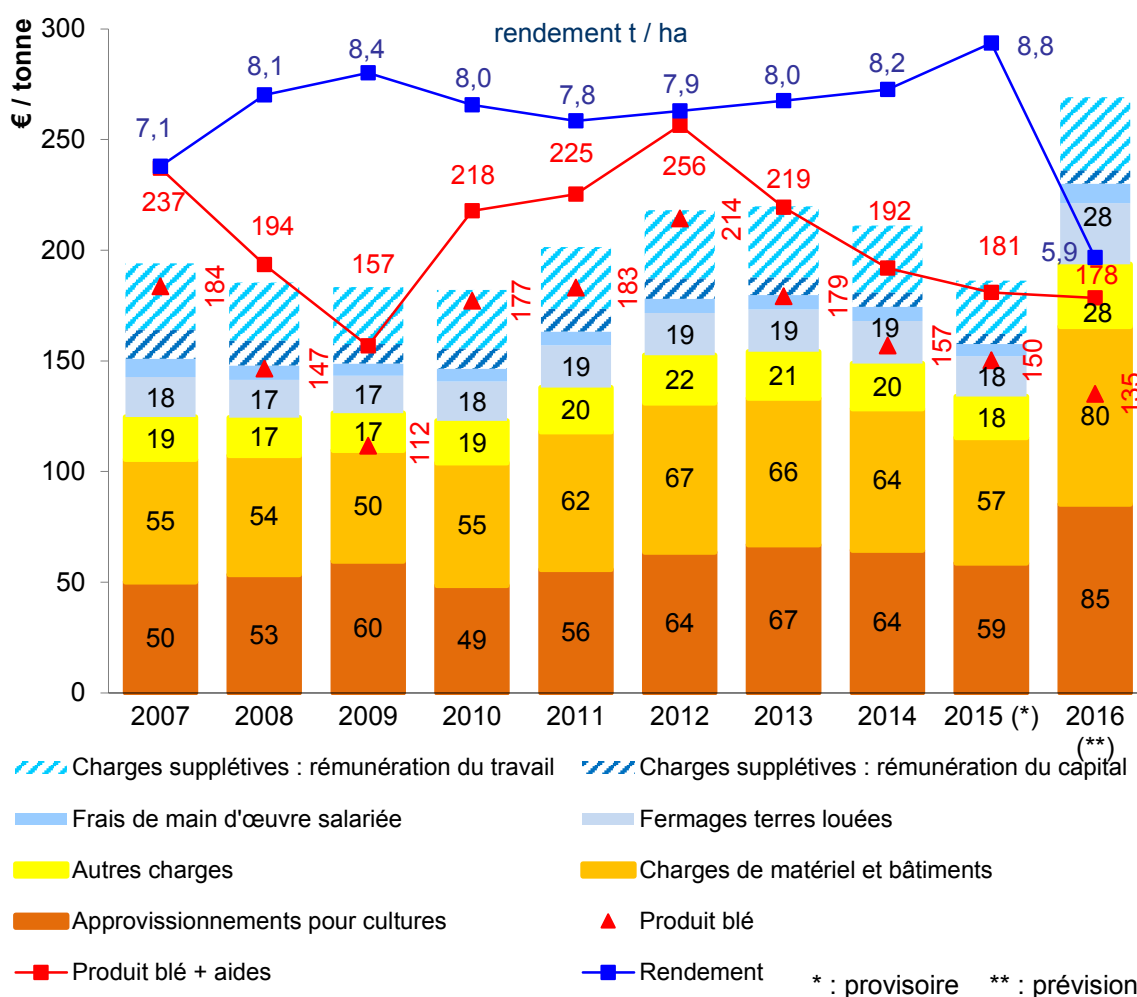
Les données 2015 sont provisoires car calculées à partir d'un nombre d'observations réduit de l'échantillon de base (environ la moitié). Les données 2016 sont prévisionnelles car issues d'extrapolations des données des années précédentes et d'observations sur le terrain. Le prix du blé figurant sur le Graphique 127 est calculé à partir des comptes des exploitants. Il dépend des dates de clôture et du type de commercialisation pratiqué par les agriculteurs et n'inclut pas les plus ou moins-values réalisées sur les marchés à terme pour les agriculteurs qui passent en direct des ordres de vente.

En 2015, le coût de production, à 186 € par tonne, continuait la baisse entamée en 2014 (il était alors de 211 € par tonne). Cette baisse (- 25 € / tonne) s'expliquait par une diminution de certaines charges : amortissements et prélèvements sociaux (liée à la baisse des revenus de l'année 2014), carburant, produits phytosanitaires ainsi que par une hausse du rendement moyen en 2015. Toutefois, elle ne permettait pas de compenser un ensemble de produits (blé et aides de la PAC) également en baisse entre 2014 (192 € par tonne) et 2015 (180 € par tonne). En 2015, le produit restait donc inférieur de 5 € / tonne au coût de production.

En 2016, la mauvaise qualité du blé, des prix de marché bas, ainsi que la baisse des aides entraînent une diminution du produit à 178 € par tonne. Sur la même période, bien que les charges à l'hectare aient poursuivi la baisse entamée en 2014 - elles ont diminué de 50 € / ha environ en 2016 : baisse du prix des engrais et des carburants et baisse des cotisations MSA et des amortissements, en partie liées aux mauvais résultats de ces deux années – les coûts de production unitaires sont en très forte hausse par rapport à 2016 (269 € par tonne), en lien avec la très forte baisse du rendement à l'hectare. Il s'établit à 5,9 tonnes / hectare contre 8 tonnes en moyenne sur la période 2007-2015. Ainsi, pour la troisième année consécutive, il en résulte une marge nette négative pour les exploitations productrices de blé tendre (- 91 € / tonne en 2016).

Graphique 127

Coût de production, produit et rendement du blé tendre (2007-2016)



Source : Observatoire Arvalis-Unigrains d'après CerFrance

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE ARTISANAL DE LA FILIÈRE FARINE-PAIN

5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la meunerie

Remarque importante :

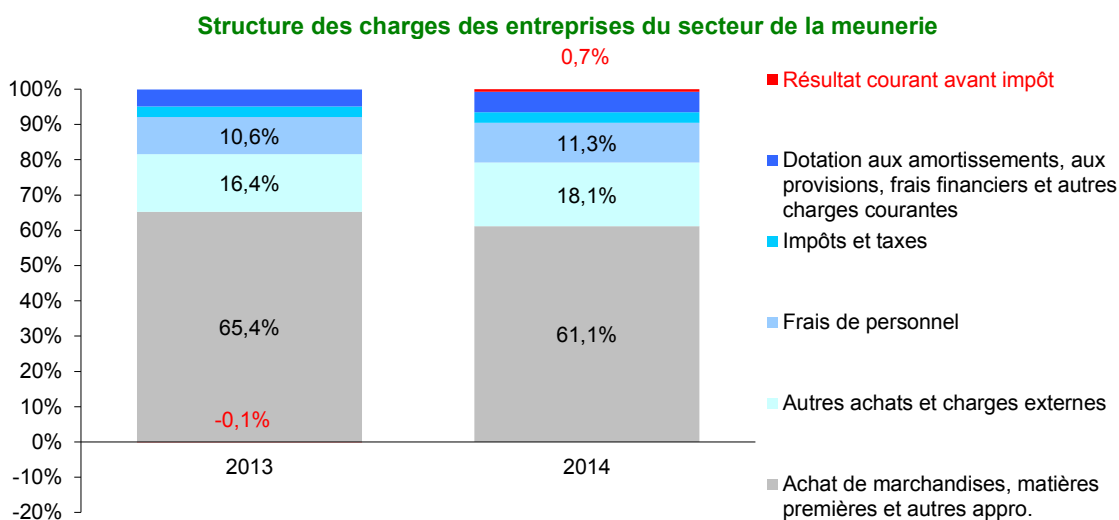
Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment) pour une même année et ne permettent plus de présenter une série pluriannuelle longue des comptes du secteur des entreprises du secteur de la meunerie issue d'une simple retranscription des résultats diffusés par l'Insee sur son site internet.

Seuls les comptes des deux dernières années disponibles dans Esane, soit actuellement 2013 et 2014, sont comparables et donc présentés ci-après. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données, ou de recourir à une autre source.

Les achats de matière première des entreprises du secteur de la meunerie (Graphique 128) passent de 65,4 % des produits en 2013 à 61,1 % en 2014. Cette baisse est en lien avec celle du prix du blé à la production entre 2013 et 2014. Le taux de marge brute passe de 34,6 % à 38,9 % (parties non grisées des histogrammes du Graphique 128).

Les parts des autres achats et charges externes sont en hausse entre 2013 et 2014 (de 16,4 % des produits à 18,1 %). Les frais de personnel salarié augmentent : de 10,6 % des produits en 2013, ils passent à 11,3 % en 2014. Le taux de marge nette (RCAl), négatif en 2013 (- 0,1 %) redevient positif en 2014 (+ 0,7 %).

Graphique 128



Source : Insee (Esane)

5.2. Structure des charges des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie

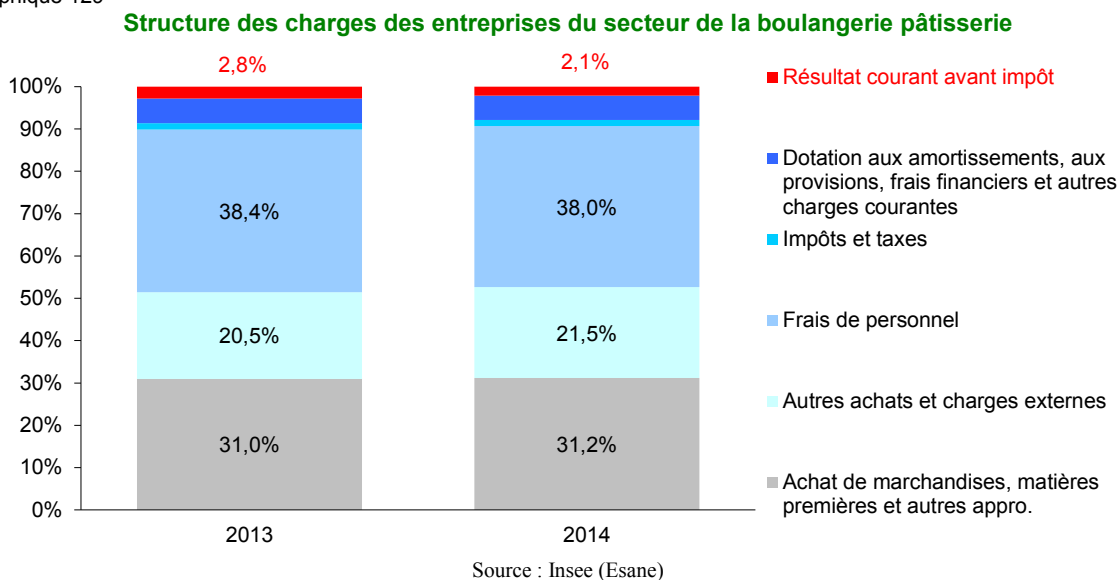
Les résultats ci-après, fournis par Esane, portent sur l'ensemble du secteur artisanal, toutes formes juridiques d'entreprises confondues : entreprises individuelles et sociétés.

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment) pour une même année et ne permettent plus de présenter une série pluriannuelle longue des comptes du secteur des entreprises du secteur de la boulangerie-pâtisserie issue d'une simple retranscription des résultats diffusés par l'Insee sur son site internet. Seuls les comptes des deux dernières années disponibles dans Esane, soit actuellement 2013 et 2014, sont comparables et donc présentés ci-après. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données, ou de recourir à une autre source.

Les achats de matière première des entreprises de ce secteur de la boulangerie-pâtisserie (Graphique 129) sont quasi stables entre 2013 et 2014 (31 % des produits). Le taux de marge brute est de 69 % environ (parties non grisées des histogrammes du Graphique 129).

Les part des autres achats et charges externes sont en hausse entre 2013 et 2014 (de 20,5 % des produits à 21,5 %). Les frais de personnel salarié passent de 38,4 % des produits en 2013 à 38,0 % en 2014. Le taux de marge nette (RCAI) diminue. Il passe de 2,8 % en 2013 à 2,1 % en 2014.

Graphique 129



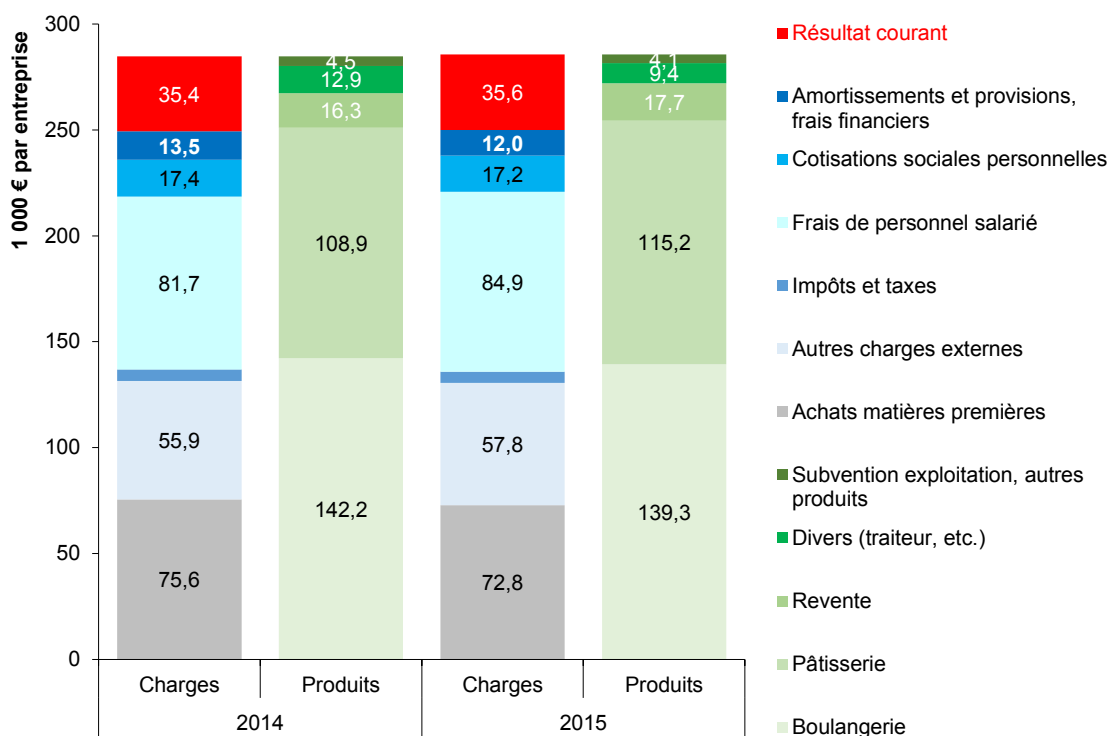
Du fait des modifications du dispositif Esane mentionnées plus haut, la structure des comptes des secteurs de la boulangerie industrielle et de la cuisson de boulangerie ne peut pas être présentée dans cette édition du rapport, contrairement aux années précédentes.

5.3. Compte des entreprises individuelles du secteur de la boulangerie-pâtisserie

Les graphiques suivants représentent le compte de résultat moyen des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie (source Centre de gestion). Leur taux de résultat courant avant impôt et de frais de personnel sont, respectivement, supérieur et inférieur à celui du secteur présenté précédemment (source Insee-Esane), lequel comprend des sociétés de boulangerie détenant plusieurs points de vente et recourant largement au salariat. Dans les des entreprises individuelles, le travail est principalement fourni par l'exploitant et rémunéré par le résultat courant (cf. ci-après).

Graphique 130

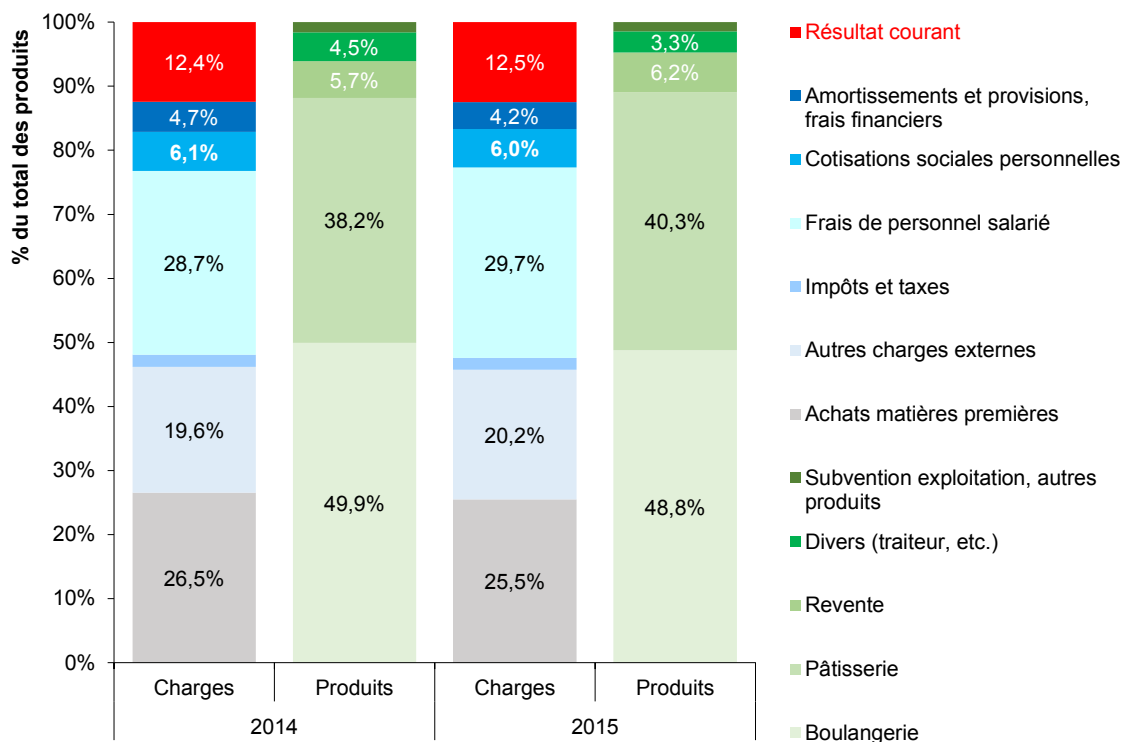
Compte de résultat moyen des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

Graphique 131

Structure moyenne du compte de résultat des entreprises artisanales individuelles de boulangerie-pâtisserie



Source : Centre national de gestion agréé interprofessionnel de France

6. COMPTE DU RAYON BOULANGERIE DES GMS

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

6.1. Le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon boulangerie-pâtisserie vient à l'avant-dernier rang des rayons étudiés en termes de CA : il contribue pour 7 % au CA total des rayons étudiés, mais pour 14% à leur marge brute et 24% à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont très importants dans ce rayon de fabrication. La marge nette du rayon après affectation des charges communes ressort en négatif, -0,3 € pour 100 € de CA.

6.2. De la marge brute à la marge nette du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Le rayon boulangerie-pâtisserie présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 58,3%. Ce taux est nettement supérieur à celui de n'importe quel autre des rayons étudiés (de 22% à 33%). Il découle de la forte valeur ajoutée créée par le rayon (achat de farine, fabrication de pain, pâtisseries et viennoiserie). Mais s'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires également très supérieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 31,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 1^{er} rang.

La marge semi-nette, de 27,1 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, est malgré cela aussi supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (19,7 €). Mais les autres charges directes imputables au rayon sont, avec 4,7 €, plus importantes qu'ailleurs (2 €), du fait du poids, dans un rayon de fabrication, des approvisionnements, de la consommation d'énergie (pour la cuisson) et des frais de matériels et équipements (fours). Les charges communes pèsent aussi très fortement dans le chiffre d'affaires (22,6%), le rayon étant notamment pénalisé par des affectations de coûts immobiliers et d'autres charges générales au prorata de la superficie du rayon (surface occupée par la fabrication). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette négative de 0,3 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 0,2 € après.

6.3. Détail des charges du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon boulangerie-pâtisserie supporte directement 35,9 € de charges spécifiques, contre 11,2 € pour la moyenne tous rayons étudiés. Ces charges spécifiques du rayon boulangerie-pâtisserie comprennent 31,2 € de frais de personnel dédié (9,2 € pour la moyenne tous rayons) et 4,7 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont bien plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent notamment des coûts en énergie et des frais sur les matériels et équipements spécifiques de ce rayon de fabrication. À ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (22,6 €) est supérieur à la moyenne (16,4 €) du fait de la densité moindre du rayon boulangerie-pâtisserie.

Au total, le rayon supporte 58,5 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, rapport nettement supérieur à la moyenne, plaçant le rayon boulangerie-pâtisserie au premier rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère.

Tableau 20

**Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes pour le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie**

<i>Boulangerie – Pâtisserie - Viennoiserie</i>		
	Moyenne des 7 enseignes pour 100€ de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	41,7	
Marge brute	58,3	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	31,2	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	27,1	
Autres charges	27,4	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	- 0,3	
<i>Impôt sur les sociétés</i>	<i>-0,1</i>	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-0,2	Très fortement dispersées, +/- 7,2 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

Tableau 21

**Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 :
Moyennes toutes enseignes du rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie pour 100 € de CA**

		<i>Boulangerie Pâtisserie Viennoiserie</i>
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	31,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	1,4
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	1,3
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	1,6
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,4
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	35,9
Charges communes réparties	Immobilier	3,0
	Personnel hors rayon	9,2
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	10,3
	<i>Répartition de l'impôt sur les sociétés</i>	<i>-0,1</i>
	Sous-total : charges communes réparties	22,6
Total des charges imputées au rayon		58,5

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

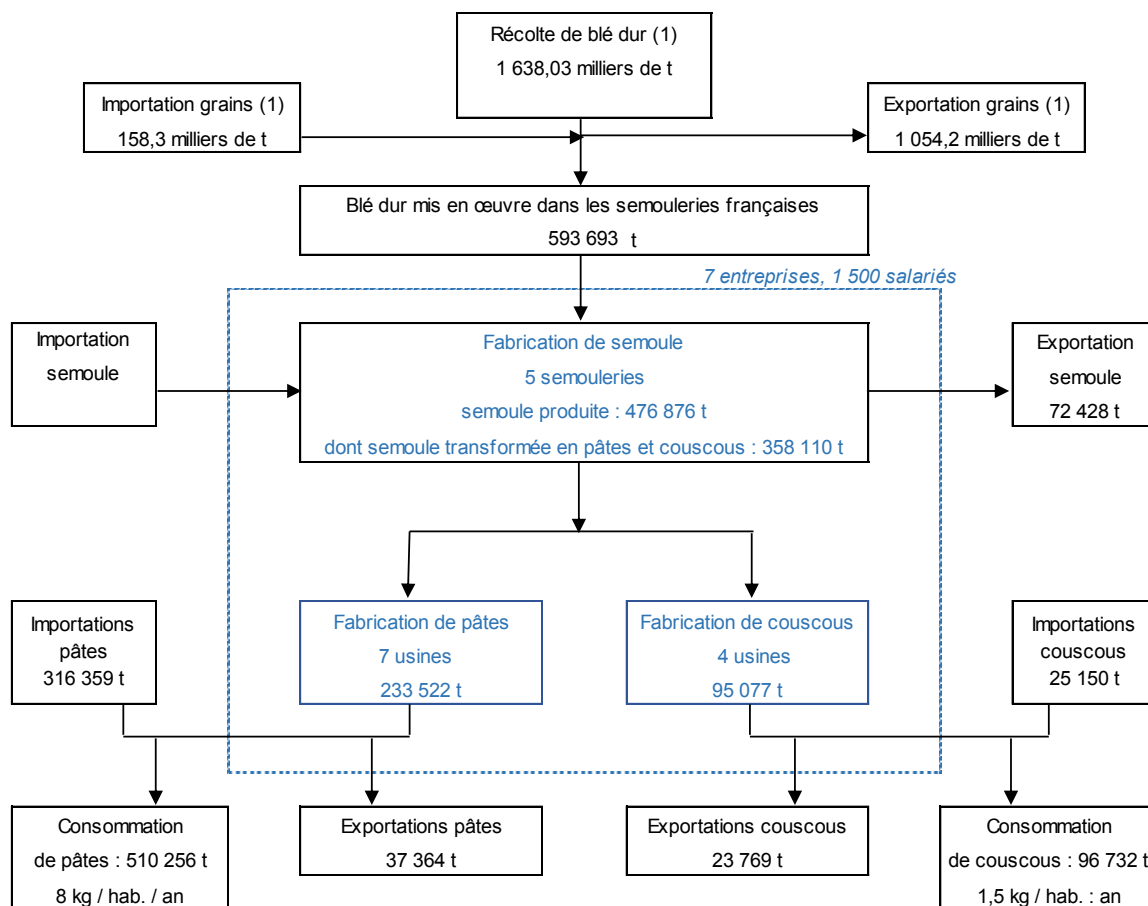
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

Section 6 – Pâtes alimentaires

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION EN FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Schéma 13

Cartographie des flux dans la filière des pâtes alimentaires en 2015



t : tonnes de produit

Sources : SIFPAF-CFSI sauf (1) : SSP

En France, depuis 1934, la législation impose de fabriquer les pâtes alimentaires avec du blé dur. Sa richesse en protéines est en effet propice à la fabrication de pâtes de qualité. Contrairement aux autres céréales, le blé dur est cultivé quasi-exclusivement en vue d'une utilisation humaine.

Jusque dans les années 1960, la France métropolitaine importait son blé dur d'Algérie, qui avait alors le statut de département français. Cet aspect historique explique en grande partie la localisation des semouleries françaises. Les cinq semouleries sont en effet situées dans les villes portuaires de Marseille, de Rouen, de Gennevilliers et de Lyon pour permettre l'importation par voie maritime des grains nécessaires à leur fonctionnement.

Depuis 1962 et la mise en place de la politique agricole commune, les surfaces consacrées au blé dur ont fortement progressé en France. Cette culture qui se concentrait principalement sur le pourtour méditerranéen, s'est ensuite étendue aux régions ex-Midi-Pyrénées, Centre-Val de Loire, ex-Poitou-Charentes et aux départements maritimes de la Vendée et de la Loire-Atlantique.

La France est ainsi devenue autosuffisante puis excédentaire en blé dur. Après avoir atteint un maximum en 2010-2011 avec 507 000 hectares semés, la sole a significativement diminué (287 000 ha en 2014-2015). Toutefois, elle s'est redressée à partir de la campagne 2014-2015 en partie grâce à un différentiel de prix avec le blé tendre avantageux. Les semis de blé dur pour la récolte 2016 (campagne 2016-2017) approchaient près de 390 000 hectares.

Tableau 22

Origine du blé dur utilisé par les semouliers français

(pourcentage du tonnage utilisé)

	Campagnes							
	2009 - 10	2010 - 11	2011 - 12	2012 - 13	2014 - 14	2014 - 15	2015-16	2016-17 (*)
France	93,7%	95,5%	93,6%	91,3%	97,7%	78,3%	95,3%	91,7%
Espagne	1,2%	1,5%	3,7%	0,9%	1,8%	4,9%	1,3%	
Italie	0,5%	0,5%	0,6%	0,4%	0,4%	0,5%	1,3%	
Belgique	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	
Autres UE							2,0%	
UE hors France	1,7%	2,1%	4,2%	1,3%	2,2%	8,2%	4,7%	8,3%
Canada	4,7%	2,5%	1,7%	5,7%	0,0%	13,4%	0,1%	
États Unis	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	
Inde	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	
Autres	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Total pays tiers	4,7%	2,5%	2,2%	7,4%	0,0%	13,4%	0,1%	0,00%

(*) 2016-17 : prévisionnel ; importations hors UE marginales, importations UE estimées globalement, à noter importations significatives mais inhabituelles de Grèce.

Source : FranceAgriMer

Toutefois la récolte 2016 en blé dur n'a pas été à l'image de la hausse des semis. En effet alors que la sole en blé dur avait augmenté de 21% par rapport à la campagne 2015-2016, la production a quant à elle chuté de 9% à seulement 1,6 Mt. À l'origine de cette forte baisse de production, on trouve un rendement très dégradé pour la récolte 2016 : 42 q/ha. Il s'agit d'un très faible rendement en regard du rendement moyen des cinq précédentes campagnes (53 q/ha). Il faut remonter à la campagne 2003-2004 pour retrouver un rendement inférieur. Le faible niveau de production de la campagne 2016-2017 s'explique par la conjugaison de différents événements climatiques qui sont intervenus pendant des stades critiques de développement de la plante : pluies ininterrompues et importantes durant la phase de floraison puis de remplissages du grain et déficit d'ensoleillement prolongé. Les situations sont malgré tout assez disparates selon les bassins de production. La région la plus touchée par ces conditions est le Centre (production en baisse de 0,3 Mt), suivi par l'Ouest-Océan (Vendée - Loire Atlantique). Outre l'aspect quantitatif, la qualité est très altérée. En revanche, l'Occitanie (première région de production), de même que la région Provence Alpes Côte d'Azur, enregistrent des hausses de production avec des éléments qualitatifs toutefois très hétérogènes.

Les semis d'hiver pour la campagne 2017-2018 laissent entrevoir une nouvelle baisse (- 4,6% pour les semis blé dur d'hiver 2017 comparé à ceux de 2016, estimation du SSP en janvier 2017).

Cette nouvelle baisse s'explique en partie par les difficultés de la récolte 2016 mais également par un écart de prix avec le blé tendre moins important que ce qu'il pouvait au cours des années précédentes. Le différentiel de prix avec le blé tendre au moment des semis d'hiver était proche des 190 €/t en 2014, autour de 150 €/t en 2015, il était à peine de 70 €/t à l'automne 2016.

Ce faible différentiel a de fait moins incité les agriculteurs à semer du blé dur dans les régions où les deux cultures sont substituables.

La législation et l'expansion de la culture du blé dur ont favorisé le développement de l'industrie française de la semoulerie qui se situe ainsi au deuxième rang de l'Union européenne (derrière l'Italie). Elle se caractérise par :

- une concentration importante : 5 usines de grande taille, localisées à proximité des zones de production du blé dur.
- une forte intégration avec l'industrie des pâtes alimentaires qui s'explique par la dépendance à ce débouché et par ses exigences qualitatives tant sur le plan technologique que sanitaire.

Le premier semoulier français est Panzani. Il appartient au groupe agroalimentaire Ebro Foods, leader dans le secteur de la transformation alimentaire en Espagne et deuxième fabricant mondial de pâtes. Panzani dispose de semouleries en région Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Ile-de-France. Viennent ensuite Pastacorp (propriétaire de la marque de pâtes sèches Lustucru) avec la semoulerie de

Normandie puis Alpina Savoie (plus ancien semoulier-pastier français) situé à Chambéry dans les Alpes et qui fait partie de Galapagos, groupe spécialisé dans la biscuiterie et la pâtisserie industrielle.

L'essentiel de la production de blé dur français est principalement expédié vers les autres États membres de l'UE, principalement l'Italie même si la part de ce débouché tend à se réduire. Alors que l'Italie représentait encore 50% des expéditions vers l'UE en 2008-2009, elle n'est plus que de 37% en moyenne au cours des cinq dernières campagnes (exception faite de 2015-2016). En 2015/16, l'Italie n'a représenté que 16% des débouchés communautaires, elle s'est fournie essentiellement auprès du Canada (1,2 Mt sur les 2,1 Mt de pays tiers) et dans une moindre mesure auprès des États-Unis et du Mexique. Vers les pays tiers, le blé dur français est destiné à hauteur de 40% en moyenne au marché algérien.

Les besoins de la semoulerie française s'avèrent relativement stables et avoisinent les 0,6 Mt de blé dur. La quantité de semoule produite est d'un peu moins de 0,5 Mt dont 80 % destinés à la fabrication de pâtes alimentaires et de couscous.

En 2016, 0,26 Mt de pâtes ont été produites en France. La consommation intérieure est telle que près de 0,27 Mt supplémentaire a dû être importée (principalement d'Italie). La consommation française de pâtes est donc alimentée pour moitié par la fabrication française et pour l'autre moitié par le recours aux importations.

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

Comme dans les autres filières, on cherche ici à approcher une décomposition du prix au détail des pâtes alimentaires en valeur de la matière première mobilisée par l'industrie française et marges brutes de cette dernière et de la distribution. Ceci suppose idéalement de disposer de données de prix de la matière première blé dur utilisée par l'industrie nationale, de prix de vente des pâtes par l'industrie nationale à la distribution, et de prix de vente au détail de ces produits dans la distribution. Or, **les données disponibles – faute d'enquête ad hoc auprès des industriels, ne permettent que de proposer des résultats approximatifs, qu'on ne devra donc considérer que comme des ordres de grandeur.**

La référence retenue comme **prix du blé dur matière première pour l'industrie nationale de la semoulerie** est, faute d'enquêtes *ad hoc* en entreprises, une moyenne des deux principales cotations nationales⁴¹ et d'une cotation du blé dur canadien⁴² majorée du coût du fret. La référence canadienne est pondérée par le poids des importations dans le tonnage utilisé par l'industrie nationale (cf. SIFPAF-CFSI sauf (1) : SSP

En France, depuis 1934, la législation impose de fabriquer les pâtes alimentaires avec du blé dur. Sa richesse en protéines est en effet propice à la fabrication de pâtes de qualité. Contrairement aux autres céréales, le blé dur est cultivé quasi-exclusivement en vue d'une utilisation humaine.

Jusque dans les années 1960, la France métropolitaine importait son blé dur d'Algérie, qui avait alors le statut de département français. Cet aspect historique explique en grande partie la localisation des semouleries françaises. Les cinq semouleries sont en effet situées dans les villes portuaires de Marseille, de Rouen, de Gennevilliers et de Lyon pour permettre l'importation par voie maritime des grains nécessaires à leur fonctionnement.

Depuis 1962 et la mise en place de la politique agricole commune, les surfaces consacrées au blé dur ont fortement progressé en France. Cette culture qui se concentrait principalement sur le pourtour méditerranéen, s'est ensuite étendue aux régions ex-Midi-Pyrénées, Centre-Val de Loire, ex-Poitou-Charentes et aux départements maritimes de la Vendée et de la Loire-Atlantique.

La France est ainsi devenue autosuffisante puis excédentaire en blé dur. Après avoir atteint un maximum en 2010-2011 avec 507 000 hectares semés, la sole a significativement diminué (287 000 ha en 2014-2015). Toutefois, elle s'est redressée à partir de la campagne 2014-2015 en partie grâce à un différentiel de prix avec le blé tendre avantageux. Les semis de blé dur pour la récolte 2016 (campagne 2016-2017) approchaient près de 390 000 hectares.

Tableau 22), les importations canadiennes constituant en général l'essentiel des importations ; les deux références françaises se partagent l'autre fraction. Bien que s'efforçant de prendre en compte la ressource importée, d'un prix en général plus élevé, **cette approche du prix de la matière première pour l'industrie nationale présente certains inconvénients :**

- les deux cotations nationales sont des prix « locaux », alors que les données de prix sur les autres maillons de la chaîne sont des moyennes nationales,
- il s'agit de cotations FOB, donc pour l'exportation,
- et le produit coté n'est pas intégralement destiné à la semoulerie française.

La concentration des opérateurs conduit à ne pas diffuser d'information sur les prix moyens mensuels de commercialisation par l'industrie des différentes catégories de pâtes, en niveau (€). Les acteurs du secteur sont confrontés en outre à une forte concurrence étrangère (italienne) dans l'approvisionnement des GMS. Cependant, le SSP diffuse l'enquête Prodcom donnant des prix moyens annuels en niveau de certaines catégories de pâtes et l'Insee diffuse l'indice mensuel du prix des pâtes alimentaires dans l'industrie, ce prix moyen annuel et cet indice, publics, sont utilisés dans certaines analyses de ce rapport.

Au stade du commerce de détail en GMS, FranceAgriMer ne dispose pas de données mensuelles de panels pour établir des prix moyens de différentes catégories de pâtes. Mais l'Insee diffuse le prix moyen mensuel au détail des pâtes alimentaires « supérieures », *en paquet de 500 grammes*, tous circuits de vente confondus. C'est donc cette donnée de prix au détail qui a été retenue pour les travaux de

⁴¹ « Fob Port-La-Nouvelle » et « Fob Atlantique », source : presse spécialisée « La Dépêche ».

⁴² « CWAD Fob Saint-Laurent », source : CIC.

l'observatoire. Bien qu'il s'agisse d'un agrégat assez large, il ne s'agit pas de l'ensemble pondéré toutes catégories de pâtes alimentaires, tel qu'il pourrait être appréhendé à partir de données de panels de distributeurs, par exemple. Un tel ensemble pourrait présenter des prix moyens inférieurs à ceux de la référence retenue.

En outre, ce prix moyen mensuel des pâtes au détail comprend des produits importés, ce qui constitue un biais éventuellement important lorsqu'on décompose ce prix en matière première et marge brutes de l'industrie française et de la distribution.

Faute d'utilisation de données de prix moyen mensuel sortie industrie en niveau, sur les représentations graphiques suivantes décomposant mensuellement le prix au détail, on s'en tient à une approche en termes de « *marge brute agrégée industrie-distribution* ». Par ailleurs, cette marge brute agrégée mensuelle est calculée sur la base des prix moyens de la matière première blé dur (avec les limites évoquées plus haut) et des pâtes au détail observés sur le même mois, sans prise en compte des décalages découlant du caractère stockable de la matière première, ni des outils de lissage des variations de coût en matière première susceptibles d'être utilisés par les industriels. Une décomposition en moyenne annuelle du prix au détail est par ailleurs proposée. Enfin, signalons que le poids des importations de pâtes alimentaires (60% de la consommation) et l'impossibilité, dans les sources utilisées, de différencier les prix au détail par origine, rend l'estimation de cette « *marge agrégée* » sur matière première nationale (blé dur produit en France) assez approximative.

3. DÉCOMPOSITION EN MATIÈRE PREMIÈRE ET MARGES BRUTES DU PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PÂTES ALIMENTAIRES

Le calcul de la part de la matière première blé dur dans les pâtes s'appuie sur les coefficients techniques détaillés dans l'édition 2014 du rapport de l'observatoire.

Après le pic de 2008, le prix moyen mensuel au détail des pâtes supérieures tous circuits diminue pour se situer à 1,56 € en 2015, tout en répercutant les phases de hausse importante de la matière première observées lors de l'été 2010 et de l'hiver 2011.

Sous l'effet de cette progression des prix du blé dur en 2010 et 2011, les indicateurs de marges brutes de l'aval tendent à diminuer, amortissant l'impact de la hausse de la matière première sur le prix au détail.

De même, l'augmentation du prix du blé dur de juillet 2014 à janvier 2015 consécutive au recul des surfaces, à la baisse des rendements dans les grands pays producteurs (dont Canada) et à un déficit qualitatif de l'offre (due à l'humidité estivale⁴³) ne s'est pas répercutée au niveau du prix au détail, l'aval ayant amorti cette hausse par une modération de ses marges brutes.

Les indicateurs de marges brutes reculent ainsi de nouveau en 2014, tant pour l'industrie que pour la distribution. En 2015, avec un niveau moyen annuel du coût en matière première proche de celui de l'année précédente, l'indicateur de marge brute de l'industrie progresse légèrement, celui de la distribution diminue un peu, et, au total, le prix moyen au détail reste quasi stable.

L'année 2016 est caractérisée par une nette diminution du coût en matière première, sous l'effet de la baisse des cours du blé dur induite par une offre mondiale abondante. Ceci permet à l'industrie de voir progresser son indicateur de marge brute, tout en consentant une diminution de son prix moyen sortie usine (prix estimé par application de l'indice Insee du prix des pâtes sortie industrie en 2016 au prix moyen 2015 issu de [Prodcom](#)), qui se traduit par une amélioration de l'indicateur de marge brute de la distribution, obtenue avec un prix moyen 2016 à la consommation quasi identique à celui de l'année précédente.

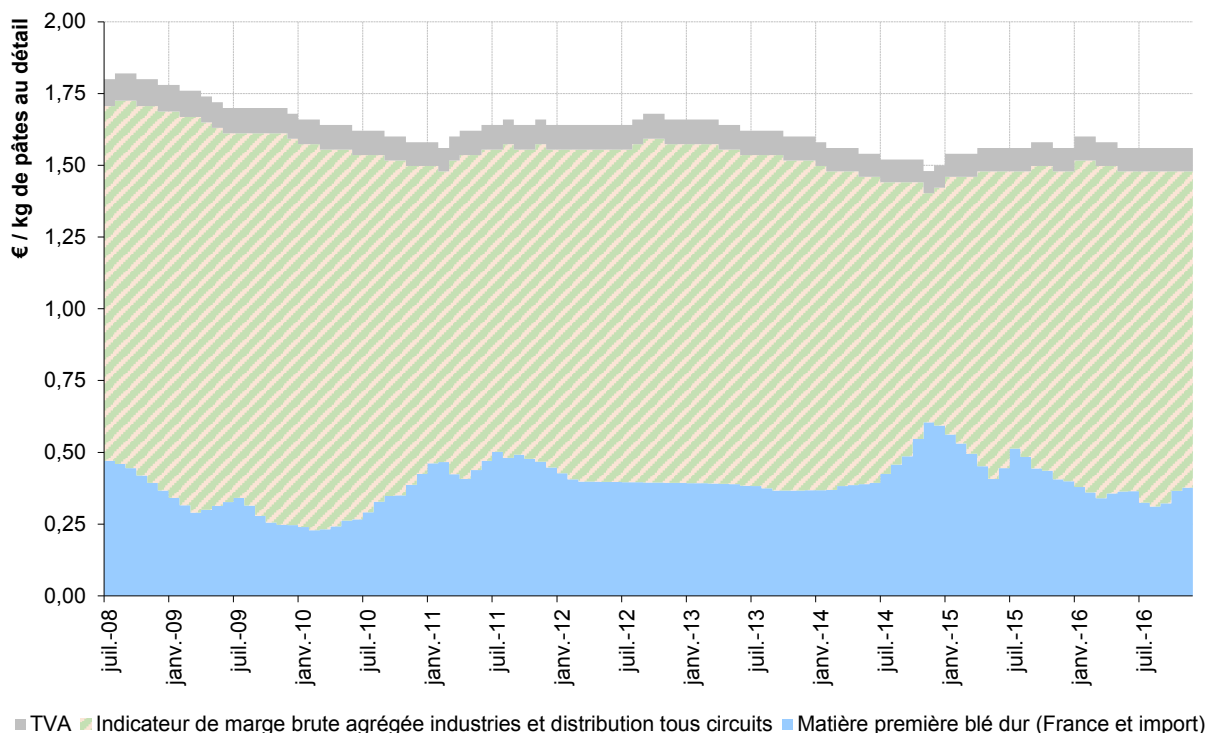
Le poids de la matière première en moyenne annuelle varie depuis 2008 entre 35% et 45% de la valeur sortie industrie et entre 25% et 35% du prix au détail (Graphique 134), avec des maxima mensuels qui peuvent être plus élevés. Notons que les taux mensuels sont calculés en rapportant les prix du blé dur et des pâtes aux mêmes mois, donc sans tenir compte des effets de lissage qui peuvent résulter du recours, par les industriels, à des instruments de protection contre les variations brusques des cours, ou à la mobilisation de stocks.

On rappelle que les marges brutes couvrent les charges et bénéfices des opérateurs de l'aval de la filière : industrie de la semoulerie et de la pasterie, commerce inter-entreprises, commerce de détail. La nature et l'évolution de ces charges seront précisées dans les parties 5 et 6 au travers de la présentation des comptes de l'industrie de la semoulerie et des pâtes alimentaires.

⁴³ L'humidité en période de maturation peut provoquer un début de germination de grains sur pied, affectant le rendement en semoule.

Graphique 132

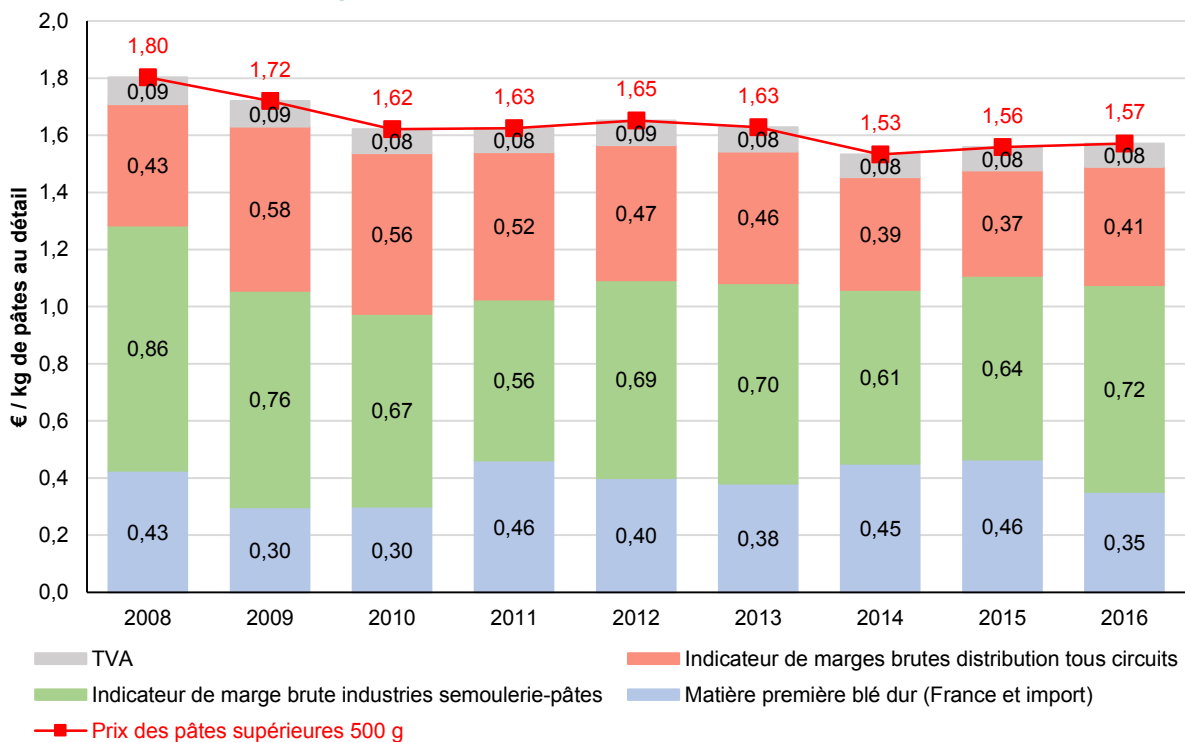
Composition du prix moyen mensuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marge brute agrégée de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, CIC, Insee

Graphique 133

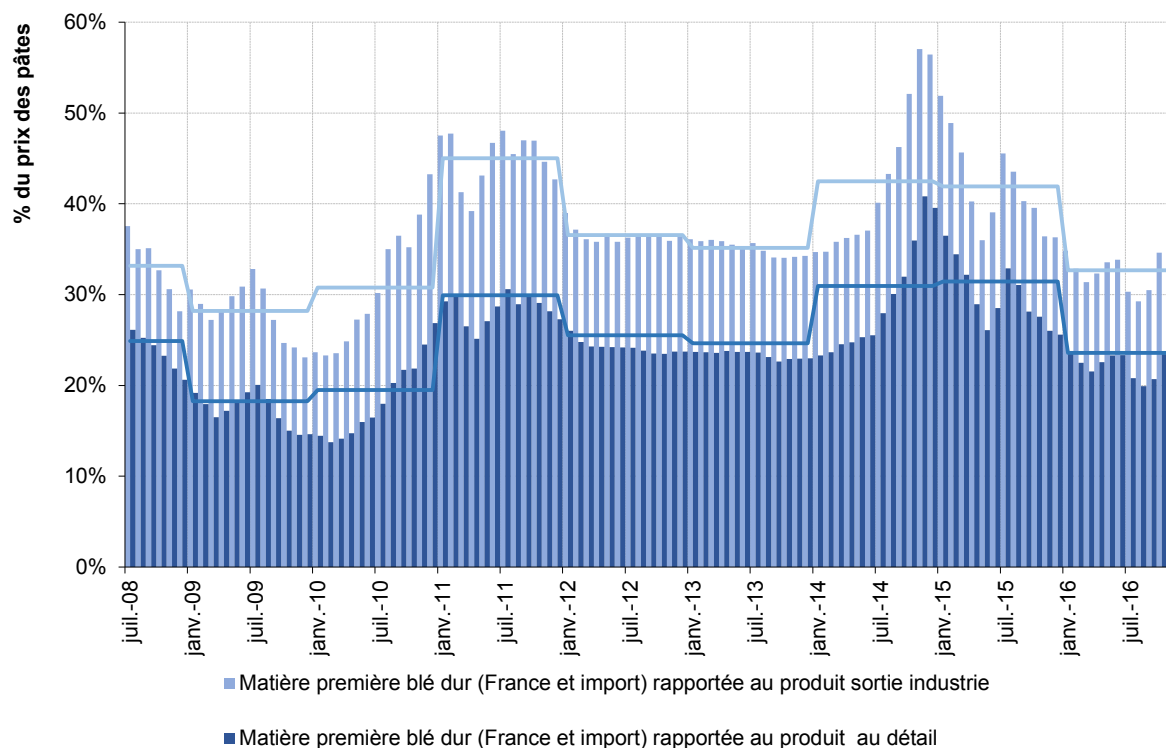
Composition du prix moyen annuel au détail tous circuits des pâtes alimentaires en matière première et marges brutes de l'industrie et du commerce de détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, Insee

Graphique 134

Part en valeur de la matière première blé dur dans le prix des pâtes alimentaires au détail



Sources : OFPM d'après FranceAgriMer, La Dépêche, Insee (Prodcum)

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS PRODUCTRICES DE BLÉ DUR ET COÛT DE PRODUCTION DU BLÉ DUR

4.1. Compte de résultat des exploitations productrices de blé dur

L'échantillon issu du Rica des exploitations relativement spécialisées en blé dur est constitué de 23 à 45 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 977 à 1 946 exploitations, réalisant 14,14 % de la production annuelle de blé dur en 2015 (Statistique Agricole Annuelle, SSP). Dans cet échantillon, la production de blé dur constitue, selon les années, de 47 % à 61 % de la production de l'exercice.

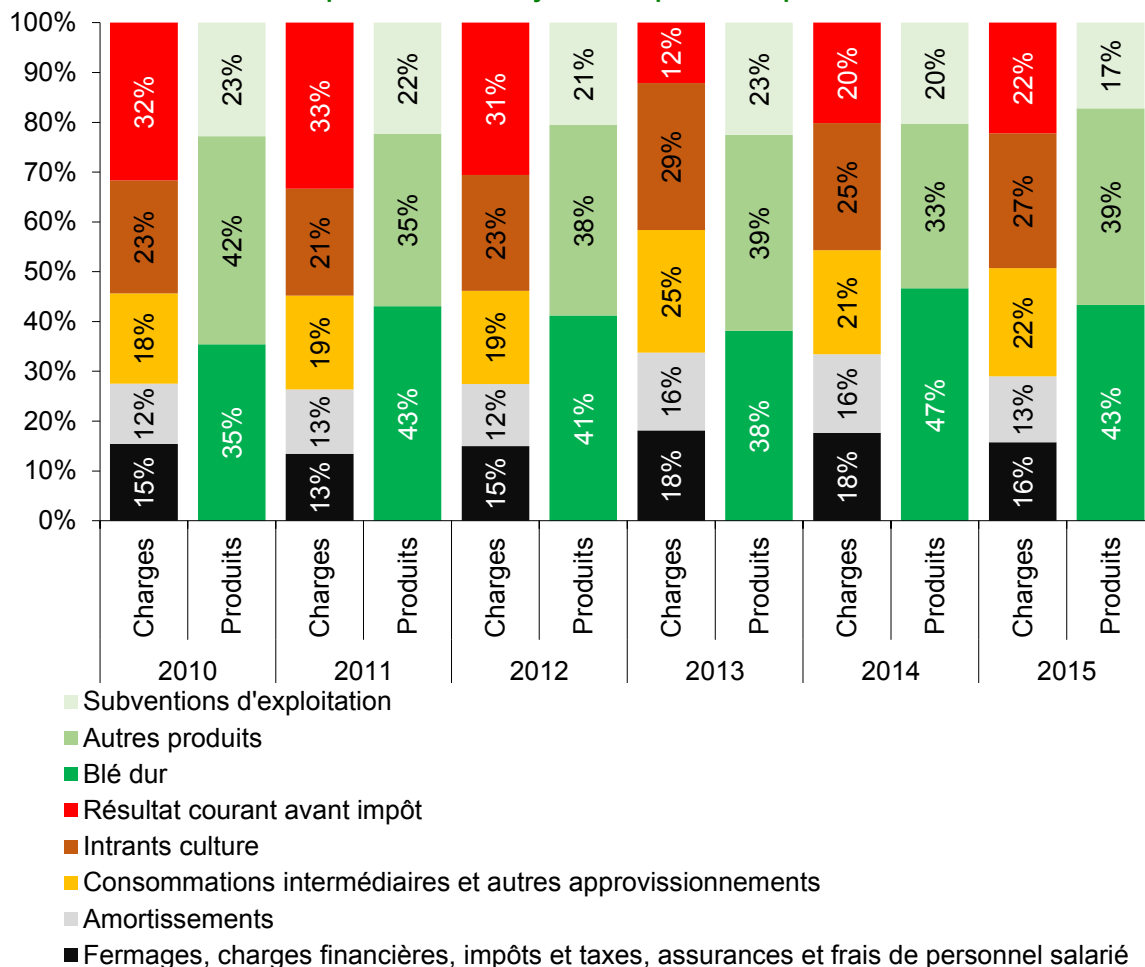
Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période, de 12 % à 33 % (Graphique 135). Il passe de 20 % des produits en 2014 (31 521 € pour 156 216 € de produits) à 22 % en 2015 (34 928 € pour 157 090 € de produits). Les charges (en valeur) diminuent légèrement entre 2014 et 2015 (- 2 %). Le produit blé dur et les subventions d'exploitation diminuent, respectivement de - 7 % et de - 15 %. Ces baisses sont compensées par l'augmentation des autres produits (+ 20 %). Ainsi, la somme des produits augmentent de 0,6 %. Combinée à la baisse des charges, le résultat courant s'améliore de 11 % (en valeur).

Le résultat courant avant impôt (en valeur) par unité de travail annuel non salarié passe de 27 870 € en 2014 à 29 793 € en 2015 (Graphique 137).

En 2016, la forte baisse des rendements (- 29 %) et des prix (-24 %), ont affecté le résultat courant avant impôt des exploitations productrices de blé dur.

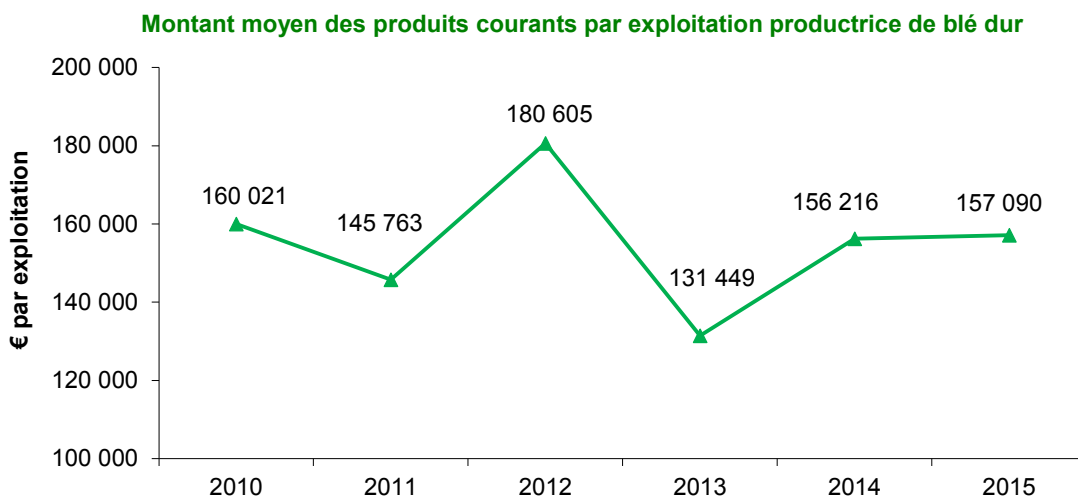
Graphique 135

Structure du compte de résultat moyen des exploitations productrices de blé dur



Source : Rica (SSP)

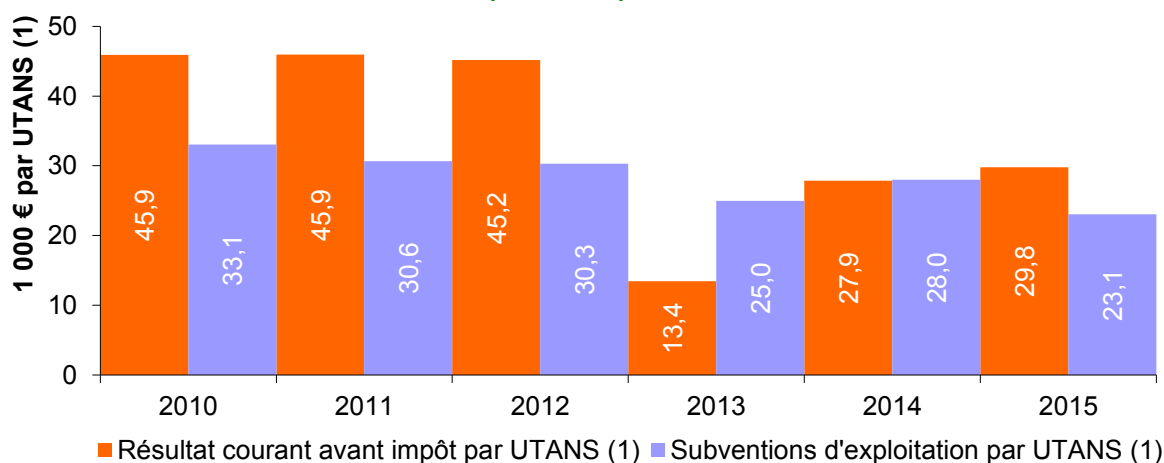
Graphique 136



Source : Rica (SSP)

Graphique 137

Résultat courant avant impôt et subventions d'exploitation, moyennes par unité de travail annuel non salarié dans les exploitations productrices de blé dur



(1) unité de travail annuel non salarié

Source : Rica (SSP)

Les résultats précédents doivent être considérés avec prudence, compte tenu des conditions de constitution de l'échantillon :

- l'effectif des exploitations retenues pour définir la sous-population d'étude est très réduit, en particulier en 2014 : 23 exploitations seulement ;
- le degré de spécialisation est inférieur à 61 %, quelle que soit l'année considérée,

Il est à noter également que les rendements à l'hectare de l'échantillon (de 52,6 q/ha à 63,6 q/ha selon les années) sont significativement supérieurs à ceux relevés par la Statistique Agricole Annuelle (de 48,5 q/ha à 54,4 q/ha) ; certains polyculteurs, notamment en région Sud-Est, sont écartés de la sous-population car trop peu spécialisés dans la production de blé dur.

4.2. Coût de production du blé dur

L'observatoire de la formation des prix et des marges ne dispose pas pour l'instant de données relatives au coût de production du blé dur.

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE PÂTES ALIMENTAIRES

5.1. Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires

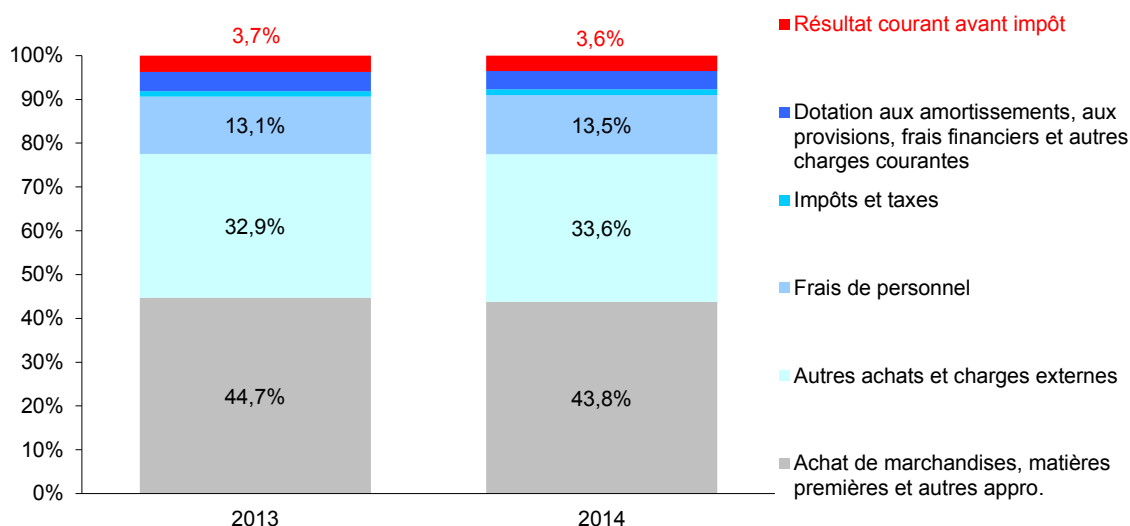
Remarque importante :

Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment), pour une même année et ne permettent plus de présenter une série pluriannuelle longue des comptes du secteur des entreprises de fabrication de pâtes alimentaires. Seuls les comptes des deux dernières années disponibles dans Esane, soit actuellement 2013 et 2014, sont comparables et donc présentés ci-après. L'observatoire projette pour l'avenir de faire réaliser des traitements des données individuelles d'Esane plus adaptés à la nouvelle structure des données, ou de recourir à une autre source.

La part des achats de marchandises, de matières premières et des autres approvisionnements est importante dans l'industrie des pâtes - il s'agit en particulier de l'achat de blé dur. Les résultats de ces entreprises peuvent donc être fortement impactés par les variations de cours de matière première. Sous les réserves précédentes, il ressort des résultats diffusés d'Esane qu'en 2014, le poste matière première et autres approvisionnements est en légère baisse par rapport à 2013, passant de 44,7 % à 43,8 % des produits courants. Ces derniers s'élèvent à 1 178 M€ en 2014 contre 1 169 M€ en 2013. Le taux de résultat courant avant impôt des entreprises fabricant des pâtes alimentaires est stable entre 2013 et 2014 (3,6 % du total des produits en 2014). Les comptes de source Esane au-delà de 2014 ne sont pas encore disponibles. Cependant, les évolutions du prix du blé dur et des pâtes sortie usine en 2015 permettent un maintien de la marge brute du secteur (cf. plus haut, décomposition du prix au détail en matière première et marges brutes). En 2016, le prix du blé dur (0,25 €/kg) présente un niveau inférieur de celui de 2013 (0,27 €/kg), ce qui devrait permettre une restauration de la marge brute et, à charges constantes, une amélioration du résultat courant.

Graphique 138

Structure des charges des entreprises du secteur de la fabrication de pâtes alimentaires



Source : Insee (Esane)

6. COMPTE DES RAYONS ÉPICERIE SALÉE DES GMS

Les pâtes alimentaires sont vendues dans le rayon épicerie salée des GMS. Compte tenu de la grande diversité des articles de ce rayon (conserves, riz, soupes, condiments et sauces...), il n'a pas été jugé opportun d'en présenter les comptes dès lors que le seul produit suivi par l'observatoire dans ce rayon ne représente qu'environ 10% de son chiffre d'affaires d'après Kantar Worldpanel (données 2014).

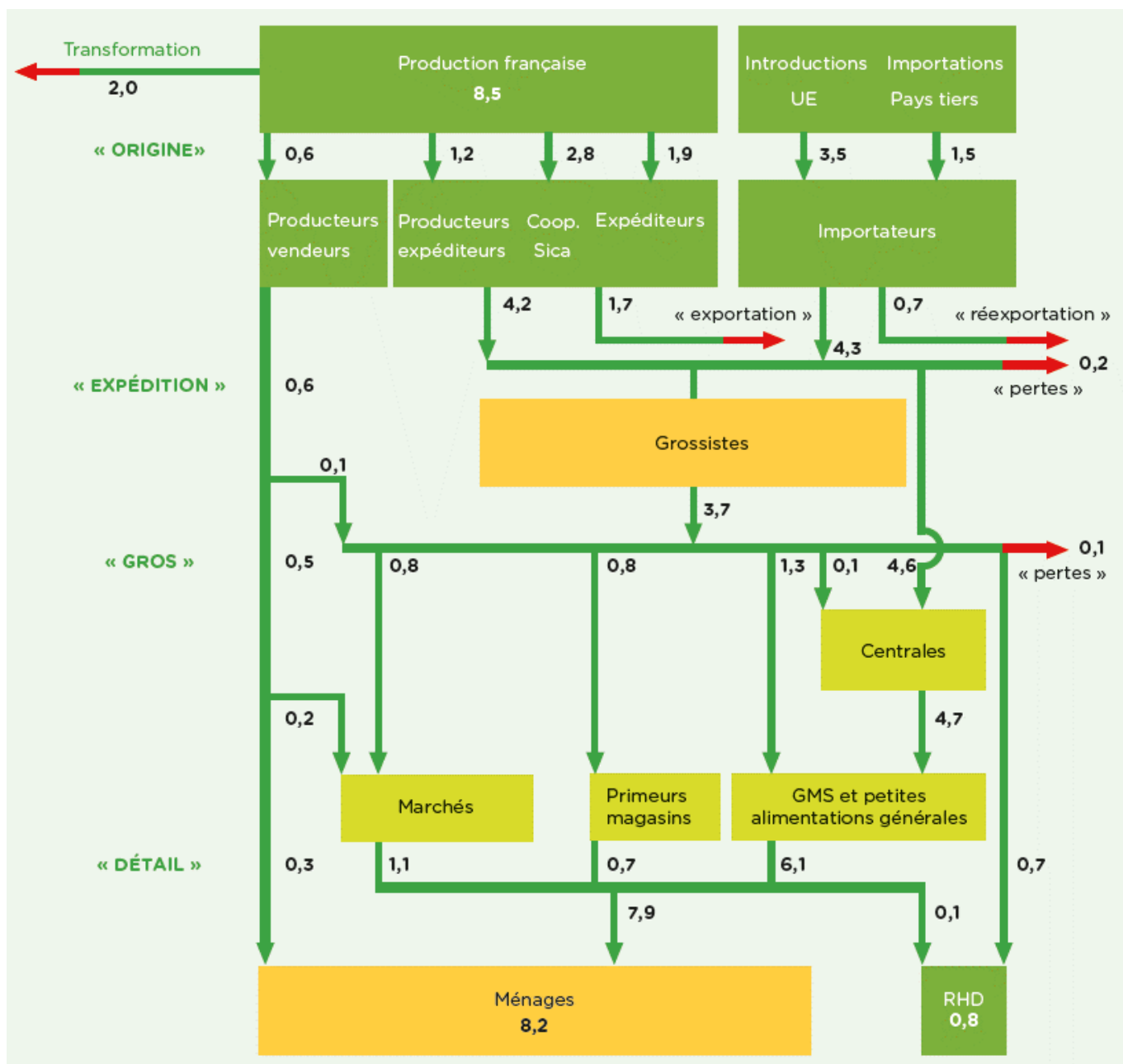
Section 7 – Fruits et légumes

1. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES FRUITS ET LÉGUMES

Le Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (CTIFL) élabore un diagramme de la distribution des fruits et des légumes reproduit ci-dessus (en tonnage) et en page suivante (en valeur).

Schéma 14

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pommes de terre) en France
en millions de tonnes - Année 2014



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN).
CTIFL-Infos, novembre 2015. D'après Douanes, Insee, SSP, Kantar Worldpanel

Ce diagramme identifie les grandes fonctions intervenant dans l'approvisionnement du consommateur, depuis la production agricole jusqu'aux deux grands modes de consommation : dans les foyers (« ménages », sur les schémas) et hors domicile (RHD). Les achats par les ménages représentent encore plus de 90 % de la consommation totale, tant en volume qu'en valeur.

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

L'observatoire de la formation des prix et des marges a choisi de suivre le circuit aboutissant en GMS (hypermarchés, supermarchés, hors maxidiscompteurs et supérettes), lesquelles distribuent environ 60 % des fruits et des légumes achetés par les ménages. Les prix de détail observés sont les prix proposés dans ces GMS.

Les points de vente au détail sont principalement approvisionnés, selon leur nature, par des grossistes ou par les centrales d'achats de la grande distribution.

En amont des grossistes et des centrales se situent les opérateurs de la 1^{ère} mise en marché des fruits et des légumes. Cette fonction n'est que partiellement assurée de façon directe par des producteurs agricoles indépendants eux-mêmes (producteurs vendeurs directs, producteurs-expéditeurs) : pour 70 % de la production nationale (en volume) non destinée à la transformation, la 1^{ère} mise en marché est réalisée par des entreprises « *d'expédition* », privées ou de type coopérative agricole ou sociétés d'intérêt collectif agricole, statuts desquels peuvent relever des organisations de producteurs (OP) de fruits et légumes.

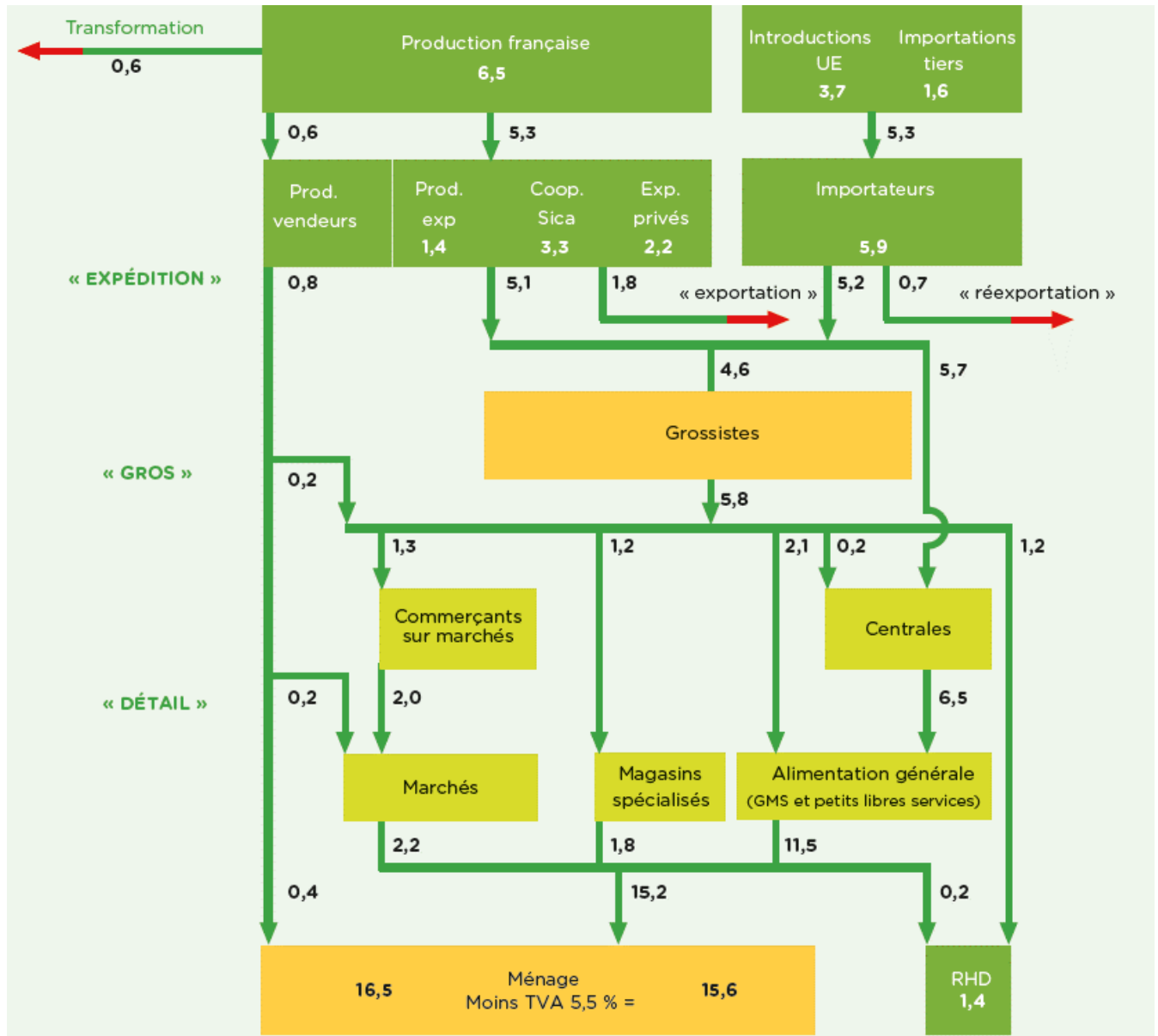
Ces expéditeurs relèvent du secteur du commerce de gros mais assurent ici les fonctions de regroupement de l'offre agricole, de tri, calibrage et conditionnement ; ils réalisent la négociation avec les grossistes ou les centrales d'achats et rémunèrent les producteurs agricoles sur la base du prix ainsi obtenu, déduction faite des coûts afférents aux fonctions précitées (à couvrir par la marge brute de l'expéditeur).

L'observatoire de la formation des prix et des marges a retenu le stade « *expédition* » comme point d'observation des prix à la première mise en marché : les prix suivis, connus par les cotations à l'expédition, ne sont donc pas des prix à la production agricole car ils intègrent la marge brute de l'expéditeur.

Ainsi, le circuit des fruits et des légumes frais pris en compte par l'observatoire est celui qui part des expéditeurs pour aboutir, directement ou via les centrales d'achats ou parfois les grossistes, en GMS.

Schéma 15

Diagramme de la distribution des fruits et légumes frais (hors pomme de terre) en France
en milliards d'€ hors TVA - Année 2014



Sources : diagramme élaboré par le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (Christian HUTIN). CTIFL-Infos, novembre 2015. D'après Douanes, Insee, SSP, Kantar Worldpanel

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

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

2.1. Données de prix

En filière fruits et légumes, la **première mise en marché** est aujourd'hui rarement le fait des producteurs agricoles eux-mêmes, mais plutôt d'opérateurs assurant le conditionnement des produits et négociant avec l'aval. Les prix de ces transactions font l'objet des « *cotations à l'expédition* » du Réseau des nouvelles des marchés (FranceAgriMer, DRAAF), enquêtes sur les prix des marchandises dites « *logées départ station* », triées et emballées, hors frais de livraison. La rémunération unitaire du producteur résulte du cours à l'expédition, marge commerciale de l'expéditeur déduite.

Pour chaque fruit ou légume étudié, les données de base sont les cotations à l'expédition des différents articles ou libellés (variété, calibre, origine, conditionnement...) correspondant au produit.

Pour les bananes produites dans les Antilles Françaises, la cotation la plus en amont disponible est celle du « *cours à quai* » des bananes vertes, débarquées dans les ports du Nord de la France, dirigées ensuite vers les mûrisseries avant d'être mis en vente au détail.

La source des **prix au détail** utilisée par l'observatoire est constituée par les relevés hebdomadaires de prix réalisés par le Réseau des nouvelles des marchés dans les rayons fruits et légumes d'un panel de 150 GMS représentatif, au niveau national, des enseignes, des types de magasins (hypermarchés, supermarchés) et des grandes classes de surface de vente ; les magasins sélectionnés sont en outre répartis sur le territoire entre grandes régions, en fonction de la population.

2.2. L'indicateur de marge brute de la grande distribution en fruits et légumes

L'indicateur hebdomadaire de marge brute d'un fruit ou d'un légume suivi par l'observatoire est la différence entre le prix moyen hors TVA du produit, issu des relevés en GMS effectués dans la semaine considérée, et la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine, pour un produit ou un panier de produits homogènes à l'expédition et au détail.

Il s'agit donc d'un solde devant couvrir des coûts de distribution depuis l'expédition jusqu'à la mise à disposition de l'acheteur final en GMS et contribuer au résultat net de l'enseigne (et des grossistes éventuels).

Cette marge brute correspond donc, aux pertes en rayon près⁴⁴ et avant frais logistiques, à la marge commerciale unitaire de la grande distribution considérée dans son ensemble (centrales d'achat, plates-formes logistiques des enseignes et magasins), dans le cas d'un circuit court entre expéditeur et GMS. Elle peut également intégrer la marge commerciale des grossistes, dans le cas où le circuit d'approvisionnement des GMS emprunte cette voie, soit, d'après les données des schémas précédents, environ 25 % des tonnages des fruits et légumes commercialisés en « *GMS et supérettes* ».

2.3. Le panier Fruits et le panier Légumes de l'observatoire

Ces deux paniers sont composés de produits français (fruits métropolitains et banane antillaise, légumes frais hors pomme de terre - qui n'est pas considéré comme un légume frais - et hors importations) dans des proportions correspondant à la structure moyenne de consommation saisonnière de ces produits.

Ces proportions varient donc au cours de l'année, de semaine en semaine, mais elles ont été fixées pour une même semaine calendaire : par exemple, le poids d'un produit donné dans le panier en semaine n°4 est le même quelle que soit l'année et est égal à la moyenne des poids observés pour ce produit dans les semaines n° 4 de 2008 à 2012.

⁴⁴ Voir chapitre 2. D'après les enquêtes réalisées par l'OFPM auprès des enseignes de GMS en 2011, les pertes en rayon Fruits et Légumes (casse, démarque inconnue) seraient de l'ordre de 5 % des quantités achetées. Cette estimation devant être affinée, elle n'a pas été utilisée dans les calculs présentés dans cette partie.

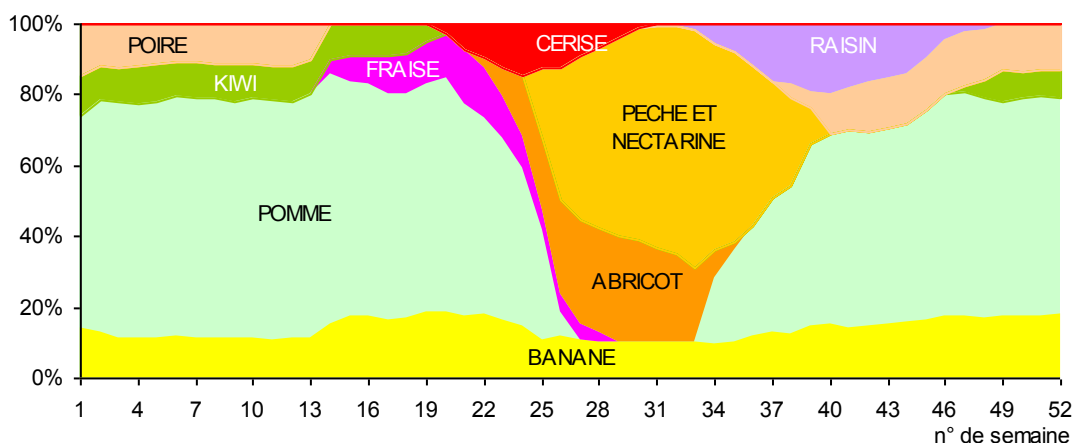
Les proportions ont été calculées sur la base des quantités achetées chaque semaine en fruits et en légumes par les ménages du panel consommateurs Kantar Worldpanel, corrigées pour ne tenir compte que des achats de produits français. Elles dépendent également des périodes de cotation (pleine campagne pour les produits peu ou pas présents à certaines périodes de l'année).

Les données du panel ne distinguant pas les produits selon leur origine, cette correction a été réalisée en considérant les dates de début et de fin de campagne habituelles de chaque produit français, et en excluant (ou en minorant) les volumes achetés en dehors de cette période, censés être pour l'essentiel des volumes importés. Les fruits ou les légumes faiblement consommés sont en outre exclus des paniers.

Cette approche en termes de panier saisonnier constant permet, pour une même saison, de suivre l'évolution du prix du panier résultant des seules variations de prix des produits qui le constituent.

Graphique 139

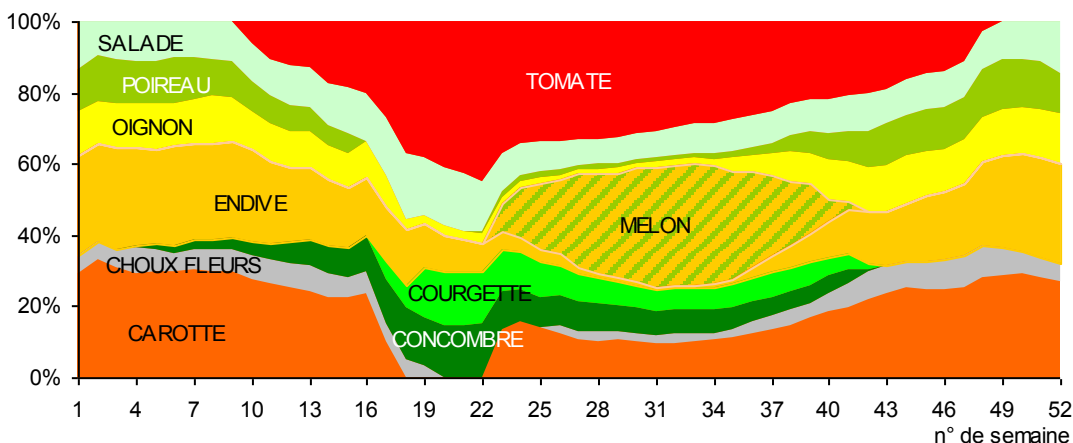
Composition hebdomadaire du panier Fruits de l'observatoire



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Graphique 140

Composition hebdomadaire du panier Légumes de l'observatoire



Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

3. DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL EN GMS DES FRUITS ET LÉGUMES

3.1. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Fruits

La [Lettre de l'OBSERVATOIRE de la formation des prix et des marges, numéro 6-1 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de fruits défini par l'observatoire. L'actualisation des données de cette étude conduit aux résultats suivants.

La relation de longue période entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 141) a tendance à être fortement linéaire sur la période étudiée (2008-2016), elle est de la forme :

$$\text{prix détail} = 1,51 \text{ prix expédition} + 0,54, \text{ avec } R^2 = 0,90.$$

Le paramètre 1,51 de cette relation linéaire s'avère significativement supérieur à 1 à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,54 + 0,51 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre positif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à augmenter, et inversement, ce qui **amplifie l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est important, représentant en moyenne 51% du montant de celle-ci.

Les prix à l'expédition et au détail, ainsi que la marge brute, présentent une forte saisonnalité (Graphique 142 et Graphique 143) avec un pic en semaines 26 ou 27 (fin juin-début juillet) pour les prix et 24 ou 25 pour la marge. Ces pics correspondent à une période de prédominance dans le panier de produits (abricot, cerise, fraise) en moyenne plus chers que d'autres fruits (pomme) plus présents aux autres périodes, ou de produits commercialisés en début de campagne avec une offre encore limitée et des prix élevés.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 144), le prix au détail suit de près les variations du prix à l'expédition ; leurs évolutions sont en phase mais en 2012-2014, puis 2015-2016, le prix au détail progresse plus vite que le prix à l'expédition et l'indicateur de marge brute augmente.

3.2. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS du panier Légumes

La [Lettre de l'OBSERVATOIRE de la formation des prix et des marges, numéro 6-2 \(janvier 2015\)](#) présente en détail la formation et la transmission des prix du panier de légumes défini par l'observatoire. L'actualisation des données de cette étude conduit aux résultats suivants.

La relation entre prix au détail et prix à l'expédition (Graphique 145) est faiblement linéaire sur la période étudiée (2008-2016), avec un $R^2 = 0,6$; l'équation étant de la forme :

$$\text{prix détail} = 0,93 \text{ prix expédition} + 0,96$$

Le paramètre 0,93 de cette relation linéaire s'avère significativement inférieur à un à l'issue du test statistique usuel, ce qui implique que la tendance de la marge brute, d'équation :

$$\text{marge brute} = 0,96 - 0,07 \text{ prix expédition}$$

ne peut pas être considérée comme constante car un élément proportionnel au prix à l'expédition vient s'ajouter au terme constant. Cet élément est en outre négatif : ainsi lorsque le prix à l'expédition augmente, la marge brute de la distribution tend à diminuer, et inversement, ce qui **atténue l'impact sur le prix au détail des fortes variations saisonnières des cours en amont**. Cet élément variable de la marge est toutefois assez faible, représentant en moyenne 7% du montant de celle-ci.

Le prix à l'expédition et au détail présentent une saisonnalité avec deux pics inégaux en semaine 19 et 27, décalés selon les campagnes (Graphique 147), l'indicateur de marge brute présente un profil saisonnier différent (Graphique 146), avec un minimum en semaines 25 à 35, alors que les prix sont plutôt élevés : le prix au détail amortit la hausse du prix à l'expédition.

En tendance hors variations saisonnières (Graphique 148), le prix au détail suit d'assez près les variations du prix à l'expédition. Leurs évolutions sont en phase, du moins jusqu'en 2014, où le prix au détail progresse alors que le prix à l'expédition diminue puis croît plus lentement, ce qui entraîne la hausse de l'indicateur de marge brute.

3.3. La conjoncture des paniers saisonniers de fruits et de légumes au cours de 2016

Après une année 2014 marquée par des prix, voire des marges brutes, en baisse pour les deux paniers, l'année 2015 avait renoué avec des indicateurs en hausse. Cette hausse se poursuit en 2016 (Tableau 23). Le prix moyen annuel à l'expédition⁴⁵ du panier de fruits augmente ainsi de 4,2%, celui des légumes de 5,6%. Au détail en GMS, les hausses sont de 3,6% pour le panier de fruits et de 1% pour celui de légumes. À noter que l'indice de l'Insee des prix à la consommation des légumes, établi sur un ensemble de produits plus large (et comprenant les importations) indique une quasi-stagnation de ce prix (cf. chapitre 2, paragraphe 1). Ces hausses des prix moyens annuels au détail – nettement plus modérées qu'en 2015 – résultent de (ou entraînent) la hausse des prix à l'expédition, à laquelle s'ajoute un indicateur de marge brute de distribution en hausse pour les fruits, en baisse pour les légumes.

Avec la viande bovine et le pain, les paniers de fruits et, dans une moindre mesure de légumes, font partie de quelques produits suivis par l'observatoire dont le prix à la consommation augmente en 2016 (sur la base des indices des prix à la consommation de l'Insee). Les autres produits voient leur prix diminuer.

Selon le [Bilan conjoncturel Agreste](#) (SSP, 2016), cette hausse des prix des fruits et légumes en 2016 résulte de productions limitées voire en baisse par rapport à l'année précédente, sous l'effet d'un printemps frais et marqué par des intempéries. La météorologie estivale a été ensuite favorable à la production (mais dont le calendrier a été décalé) et à la consommation.

Parmi les produits constitutifs du panier saisonnier de fruits, la pêche a vu son prix à l'expédition progresser tandis que la production diminuait sous l'effet de la baisse des superficies et de la grêle dans la vallée du Rhône ; la résultante étant un maintien relatif du chiffre d'affaires de la production. Pour l'abricot, la baisse de la production sous l'effet du gel, de la grêle et d'une vernalisation insuffisante (hiver doux) a également entraîné la hausse des cours, sans que ceci compense cela en termes de chiffre d'affaires à la production. La baisse de la production (imputable à la météorologie et à la mouche drosophile) et la hausse des cours, avec un chiffre d'affaires en hausse, s'observent pour la cerise. Pour la fraise, la baisse de la production s'accompagne d'une baisse des prix à l'expédition (donc du chiffre d'affaires), conséquence d'une météorologie peu favorable à la demande. La production de pommes et de poires a également reculé en 2016, avec des prix en hausse à l'expédition.

Parmi les légumes du panier saisonnier, la tomate a vu sa production augmenter en 2016 et les cours ont reculé. Pour le concombre, c'est l'inverse : baisse modérée de l'offre et prix à l'expédition en hausse. Même constat pour le melon, avec une baisse plus marquée de l'offre.

Tableau 23

Prix et marge brute moyens annuels des paniers saisonniers de fruits et de légumes

Moyennes annuelles issues des données de prix hebdomadaires pondérées par la consommation

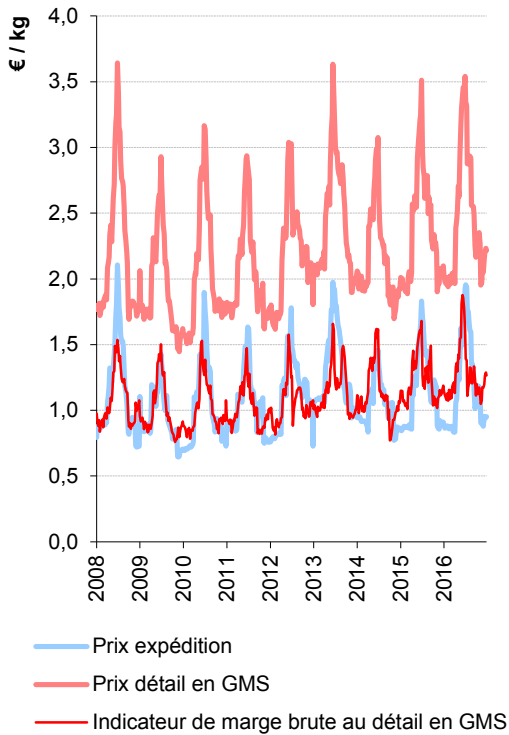
	Prix Expédition		Marge brute circuit de distribution en GMS		Prix Détail en GMS (hors TVA)	
	2016 (€/kg) (1)	Variation 2016-2015 % du prix détail 2015 (2)	2016 (€/kg) (3)	Variation 2016-2015 % du prix détail 2014 (4)	2016 (€/kg) (5) = (1) + (3)	Variation 2016-2015 % (6) = (2) + (4)
Fruits frais panier saisonnier	1,21	4,2%	1,15	3,3%	2,36	3,6%
Légumes frais panier saisonnier	0,88	5,6%	0,93	-3,0%	1,80	1,0%

Sources : OFPM d'après FranceAgriMer – Réseau des Nouvelles des marchés, Kantar Worldpanel (pour pondération)

⁴⁵ Rappel : le prix à l'expédition (fruits et légumes triés et conditionnés, prêts à partir pour les plateformes de la distribution) est généralement celui de la 1^{ère} mise en marché, donc le plus près possible du prix rémunérant le producteur, dont il constitue l'indicateur bien qu'il en diffère par la marge de l'expéditeur.

Graphique 141

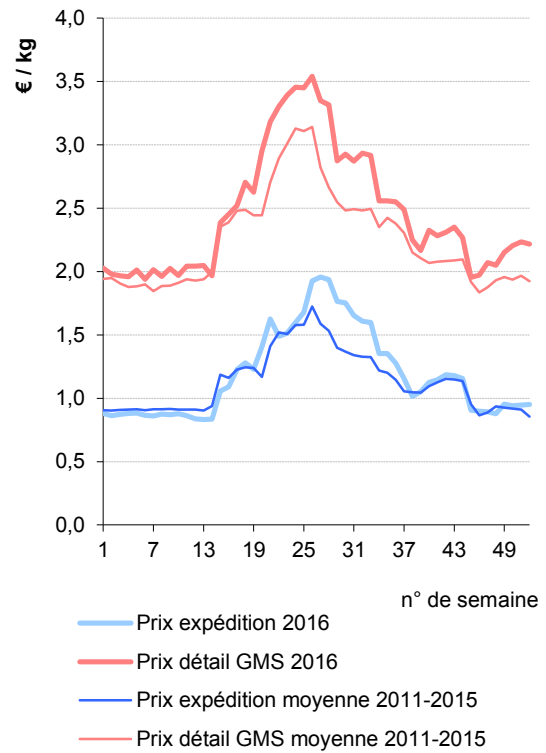
Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits de 2008 à 2016



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 143

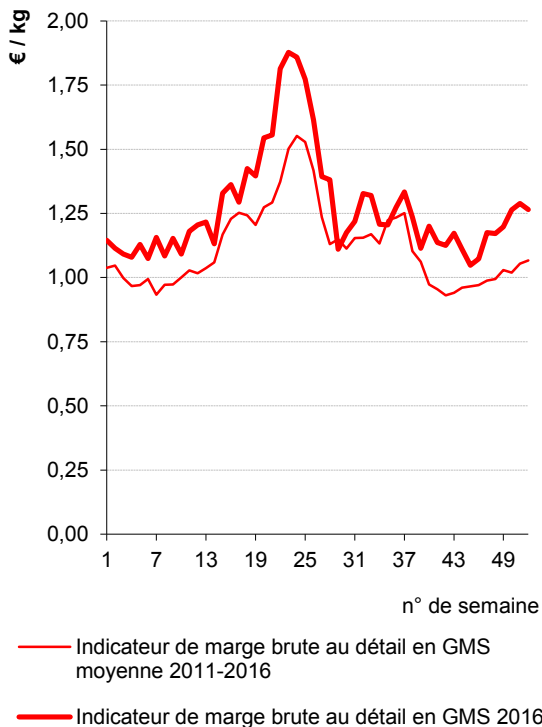
Prix du panier Fruits par campagne



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 142

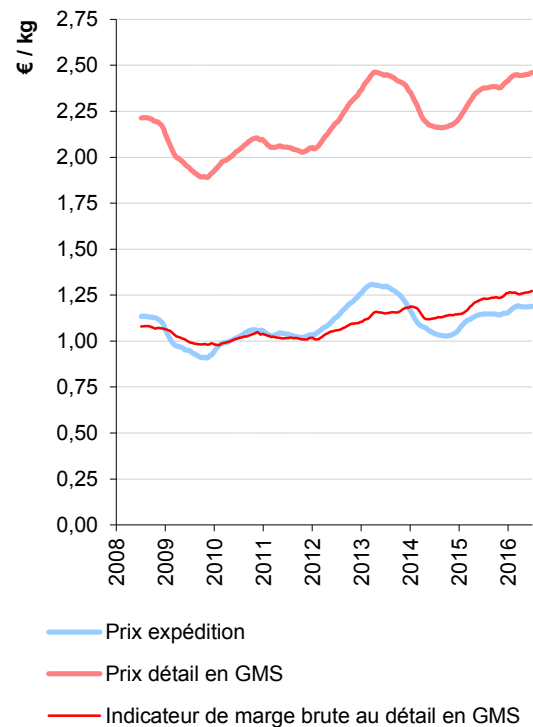
Indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits par campagne



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 144

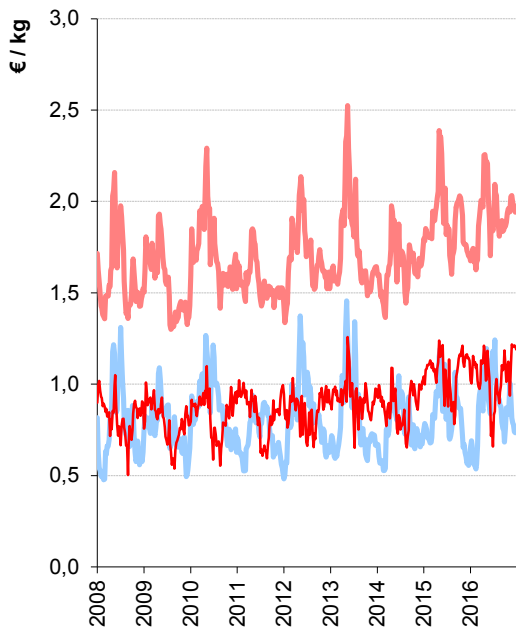
Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Fruits



Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 145

Prix et indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes de 2008 à 2016

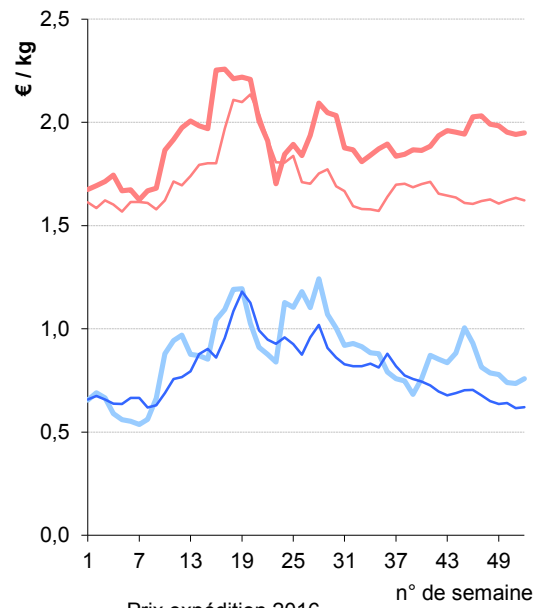


— Prix expédition
 — Prix détail en GMS
 — Indicateur de marge brute au détail en GMS

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 147

Prix du panier Légumes par campagne

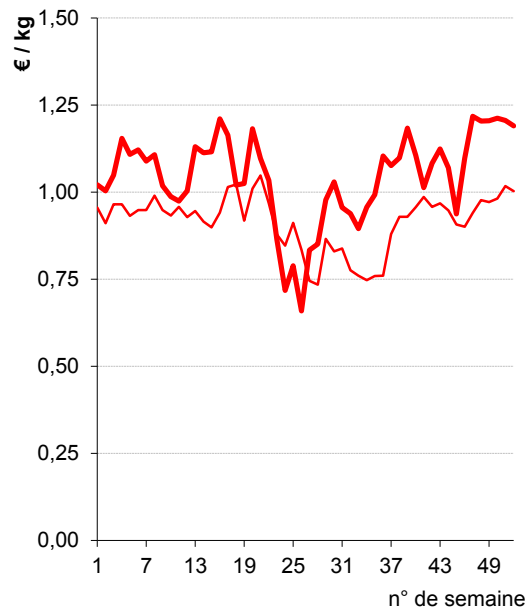


— Prix expédition 2016
 — Prix détail GMS 2016
 — Prix expédition moyenne 2011-2016
 — Prix détail GMS moyenne 2011-2016

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 146

Indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes par campagne

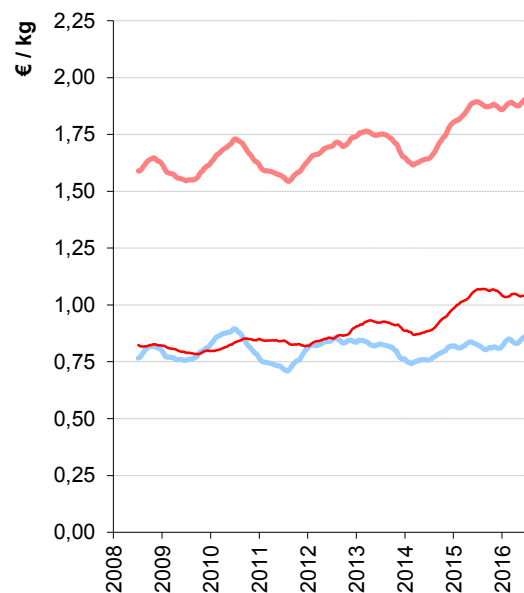


— Indicateur de marge brute au détail en GMS moyenne 2011-2016
 — Indicateur de marge brute au détail en GMS 2016

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

Graphique 148

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS du panier Légumes



— Prix expédition
 — Prix détail en GMS
 — Indicateur de marge brute au détail en GMS

Sources : FranceAgriMer-RNM, Kantar Worldpanel

3.4. Prix à l'expédition, prix au détail en GMS et marge brute en GMS de quelques fruits et légumes

On détaille ici le suivi de deux produits seulement parmi tous ceux suivis par l'observatoire (cf. site internet www.observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr) :

- tomate ronde en grappe (origine France)⁴⁶ ;
- banane (origine Antilles Françaises).

Pour ces produits, 5 graphiques sont présentés :

- prix moyens hebdomadaires à l'expédition et au détail en GMS, indicateur moyen hebdomadaire de marge brute au détail en GMS de la campagne 2000 à la dernière campagne ;
- la corrélation linéaire entre prix à l'expédition et prix au détail ;
- prix et indicateur de marge brute en moyenne mobile centrée sur le milieu des campagnes, pour les mêmes périodes que ci-dessus ;
- prix à l'expédition et prix au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne ; campagne précédente, moyenne des 5 campagnes antérieures ;
- indicateur de marge brute au détail en GMS comparés semaine à semaine : dernière campagne, campagne précédente, moyenne des cinq campagnes antérieures.

Tableau 24

Les campagnes décrites dans le rapport

Produit	Dates standard extrêmes de début de campagne et de fin de campagne	Campagnes décrites dans les graphiques
Tomate ronde en grappe	de la semaine 10 à la semaine 45 (même année civile)	2001 à 2016
Banane	1 ^{er} janvier – 31 décembre	

⁴⁶ Dans cette édition du rapport, suite à une rupture de série, la catégorie de tomate en grappe utilisée comme référence au stade expédition diffèrent légèrement de celles des éditions précédentes.

3.4.1. Tomate ronde en grappe

Les prix et la marge brute en longue période

Le produit suivi est la tomate ronde en grappe, catégorie extra, provenant de divers bassins de production français (principalement dans l'ouest).

On rappelle que la marge brute de distribution en GMS peut inclure la marge commerciale ou les frais d'opérateurs du commerce de gros en amont des magasins de détail (grossistes ou centrales d'achat). La campagne de commercialisation se déroule approximativement de février (début du calendrier de production dans le Sud-Est) à début novembre (fin du calendrier de production dans l'Ouest).

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

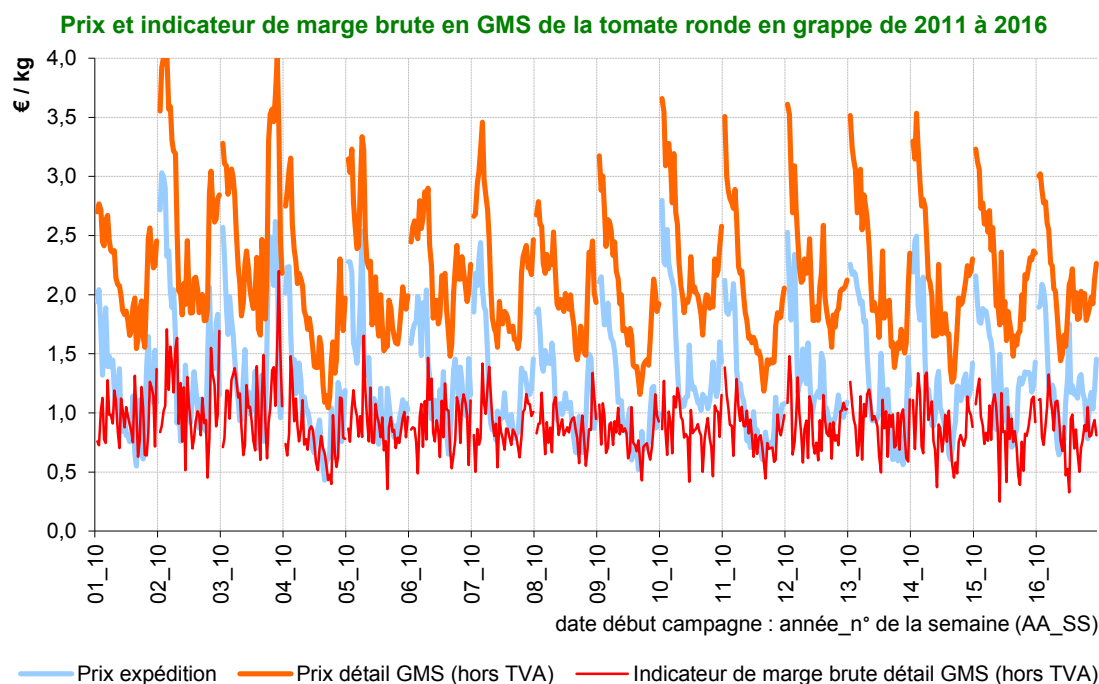
Au cours d'une même campagne, prix à l'expédition et prix au détail tendent à varier dans le même sens, les prix au détail reproduisant les variations des prix à l'expédition, parfois avec un décalage dans le temps et avec un écart (indicateur de marge brute) variable.

Malgré d'importantes variations d'une semaine à l'autre, les évolutions de l'indicateur de marge brute sont contenues dans une plage relativement stable, hormis un petit nombre de pics hebdomadaires exceptionnels. En fait, le prix au détail de la tomate grappe est bien corrélé linéairement au prix à l'expédition (R^2 proche de 1), dans une relation de type.

$$\text{prix détail} = b \text{ prix expédition} + m$$

le coefficient b du prix à l'expédition dans l'équation s'avère, selon le test statistique usuel, non significativement différent de 1 : ceci caractérise une tendance de marge brute constante.

Graphique 149



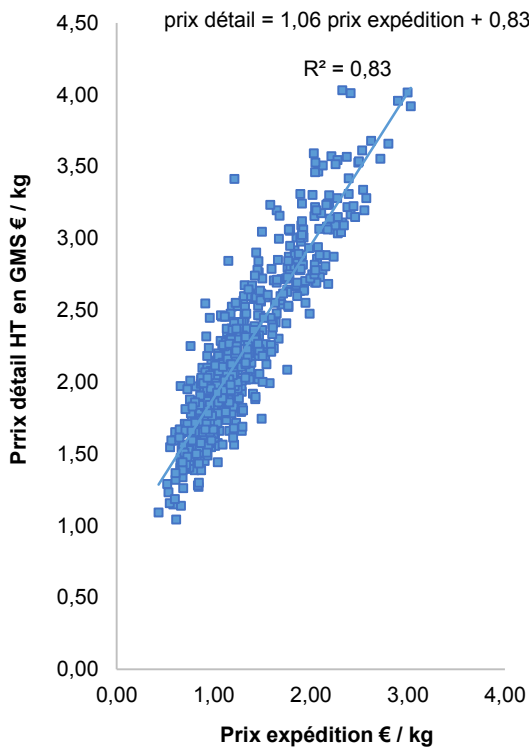
Sources : FranceAgriMer-RNM

La dernière campagne

La production de tomates de la campagne 2016 dépasse celle de 2015 et de la moyenne quinquennale 2011-2015 respectivement de 4,5% et 7% ([Bilan conjoncturel Agreste](#)), et, jusqu'aux semaines 26 ou 27 (mois de juillet), le prix à l'expédition et le prix au détail sont nettement inférieurs à ceux de 2011-2015. Ces cours deviennent ensuite plus soutenus, supérieurs à leurs moyennes quinquennales, la météorologie devenant favorable à la consommation. Ils baissent à nouveau, tant à l'expédition qu'au détail, à partir de septembre. La marge brute GMS en 2016 a été supérieure à la marge brute 2011-2015 pendant la première partie de la campagne, puis inférieure.

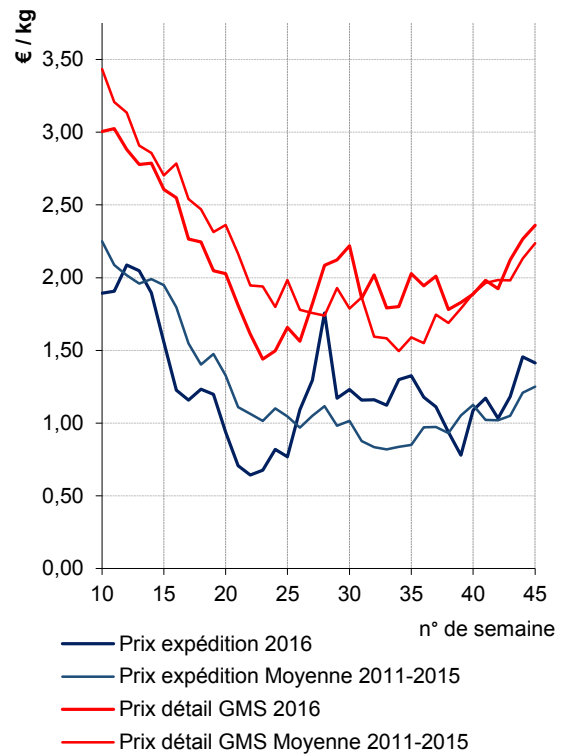
Graphique 150

Corrélation prix détail et expédition de la tomate ronde en grappe de 2001 à 2016



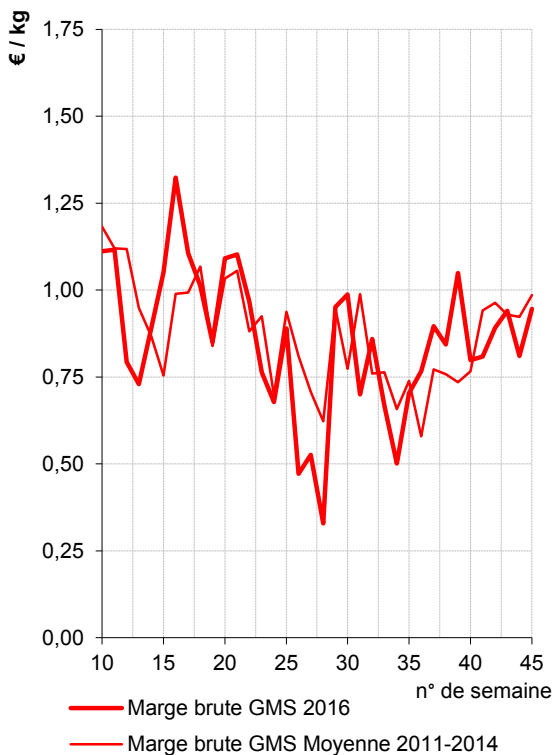
Graphique 152

Prix de la tomate ronde en grappe par campagne



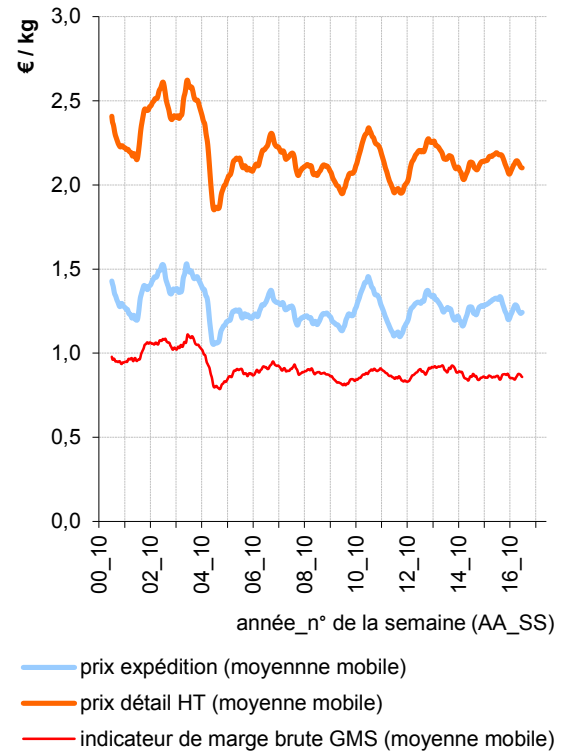
Graphique 151

Indicateur de marge brute en GMS de la tomate ronde en grappe par campagne



Graphique 153

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en GMS de la tomate ronde en grappe



Sources : FranceAgriMer-RNM

3.4.2. Banane

Les prix et la marge brute en longue période

La campagne de commercialisation de la banane origine Antilles Françaises se déroule toute l'année. Le prix considéré ici en amont du circuit est le cours à quai des bananes vertes débarquées dans les ports du Nord de la France. Les bananes vertes sont mises à mûrir sous atmosphère d'éthylène dans des mûrisseries, opération qui peut être assurée par un grossiste spécialisé ou par une entité de l'enseigne de distribution. En conséquence, l'indicateur de marge brute calculé par différence entre le prix au détail en GMS et le prix à quai intègre, outre la marge commerciale du détaillant, celle de la mûrisserie, voire celle d'un grossiste approvisionnant la GMS.

Le cours à quai et le prix au détail présentent des variations saisonnières relativement concomitantes (Graphique 157). Les cours à quai enregistrent des variations de moindre amplitude que les prix au détail d'une semaine à l'autre (Graphique 158) et leurs variations saisonnières sont moins importantes depuis 2012.

Le prix au détail de la banane est peu corrélé linéairement au prix à l'expédition ($R^2 = 0,5$).

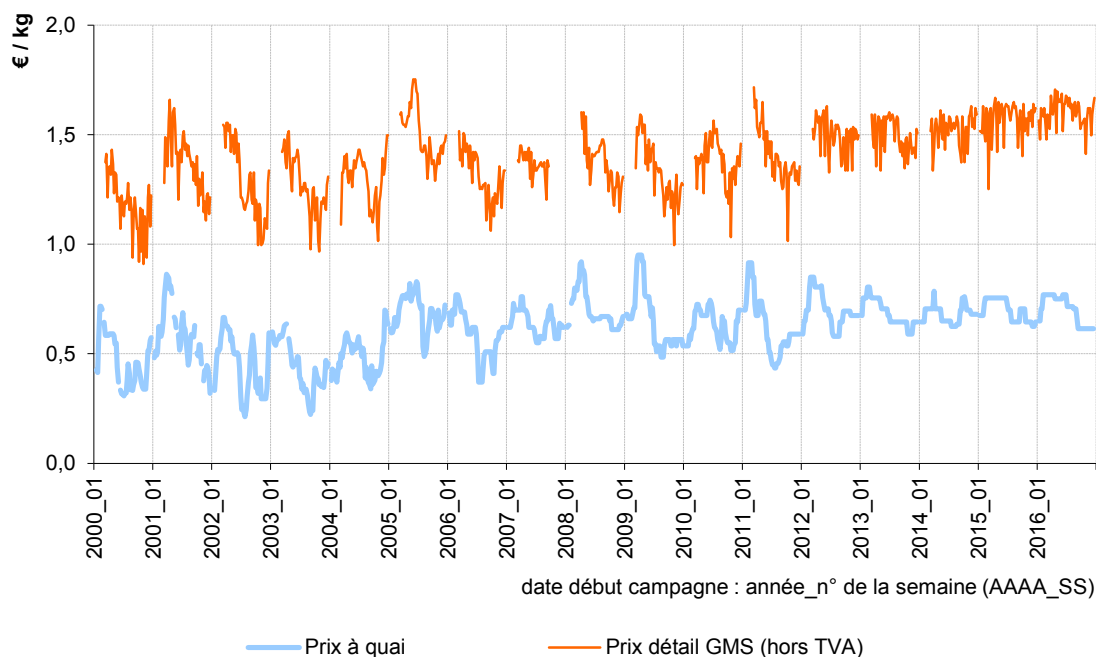
La dernière campagne

Cf. le bilan de campagne du Réseau des nouvelles des marchés : « [La banane en 2016](#) ».

Cf. le document présenté par D. Loeillet (Cirad) aux Entretiens 2015 de l'observatoire : « [Tendances du marché bananier européen](#) »

Graphique 154

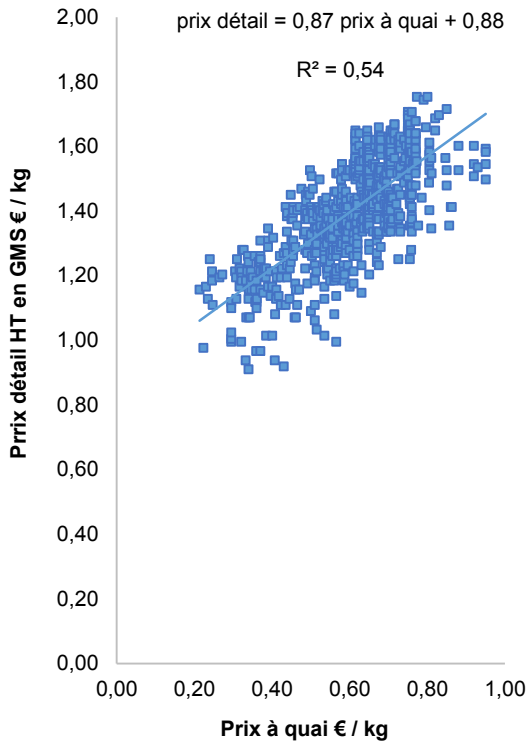
Prix et indicateur de marge brute en GMS de la banane de 2000 à 2015



Sources : FranceAgriMer-RNM

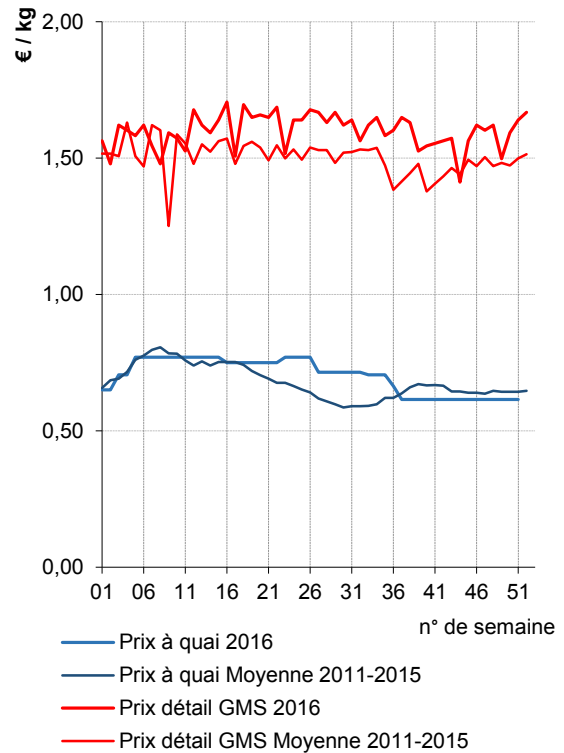
Graphique 155

Corrélation prix à quai et expédition de la banane de 2000 à 2016



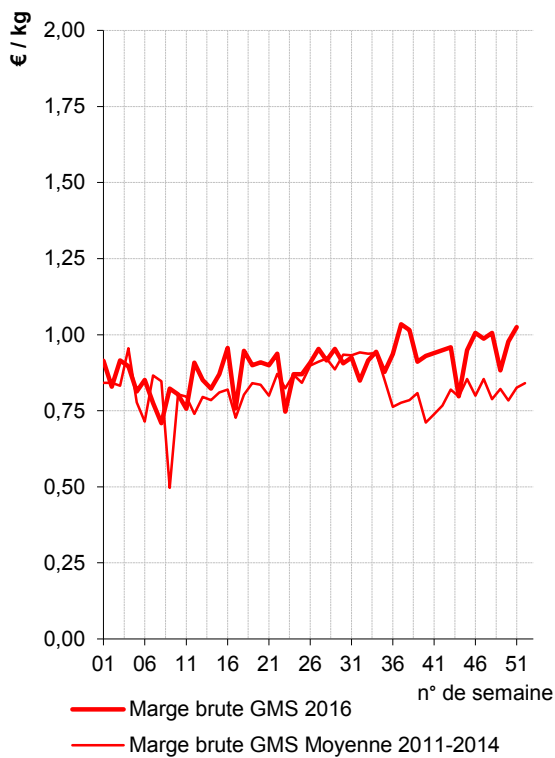
Graphique 157

Prix de la banane par campagne (année)



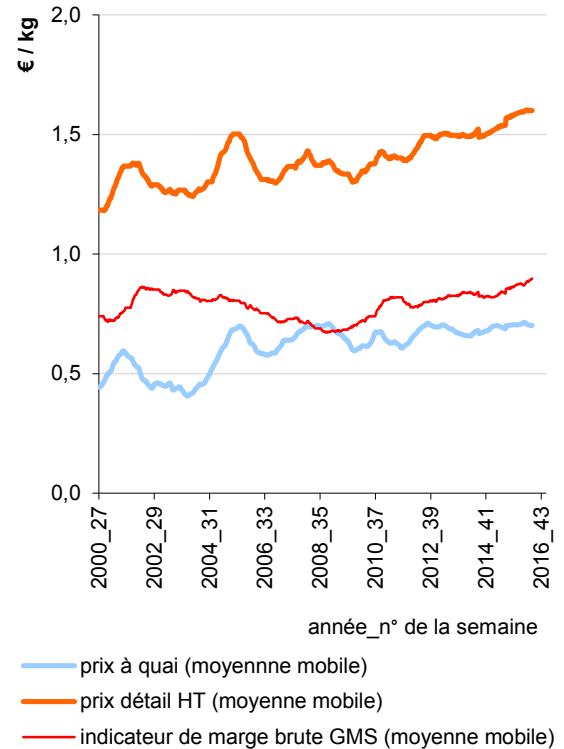
Graphique 156

Indicateur de marge brute en circuit GMS de la banane par campagne



Graphique 158

Tendances des prix et de l'indicateur de marge brute en circuit GMS de la banane



Sources : FranceAgriMer-RNM

4. COMPTE DE RÉSULTAT DES EXPLOITATIONS SPÉCIALISÉES FRUITIÈRES ET LÉGUMIÈRES ET COÛT DE PRODUCTION DE CERTAINS FRUITS ET LÉGUMES

4.1. Compte de résultat des exploitations fruitières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de fruits, issu du Rica, est constitué de 164 à 193 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 3 104 à 3 957 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut issu du verger constitue plus de 94 % de la production de l'exercice.

Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie, sur la période de 14 % à 20 %. Il s'établit à 19% des produits en 2015, soit 58 590 € pour 313 979 € de produits, en forte hausse (+ 48 %) par rapport à 2014 (39 691 € pour 290 877 € de produits).

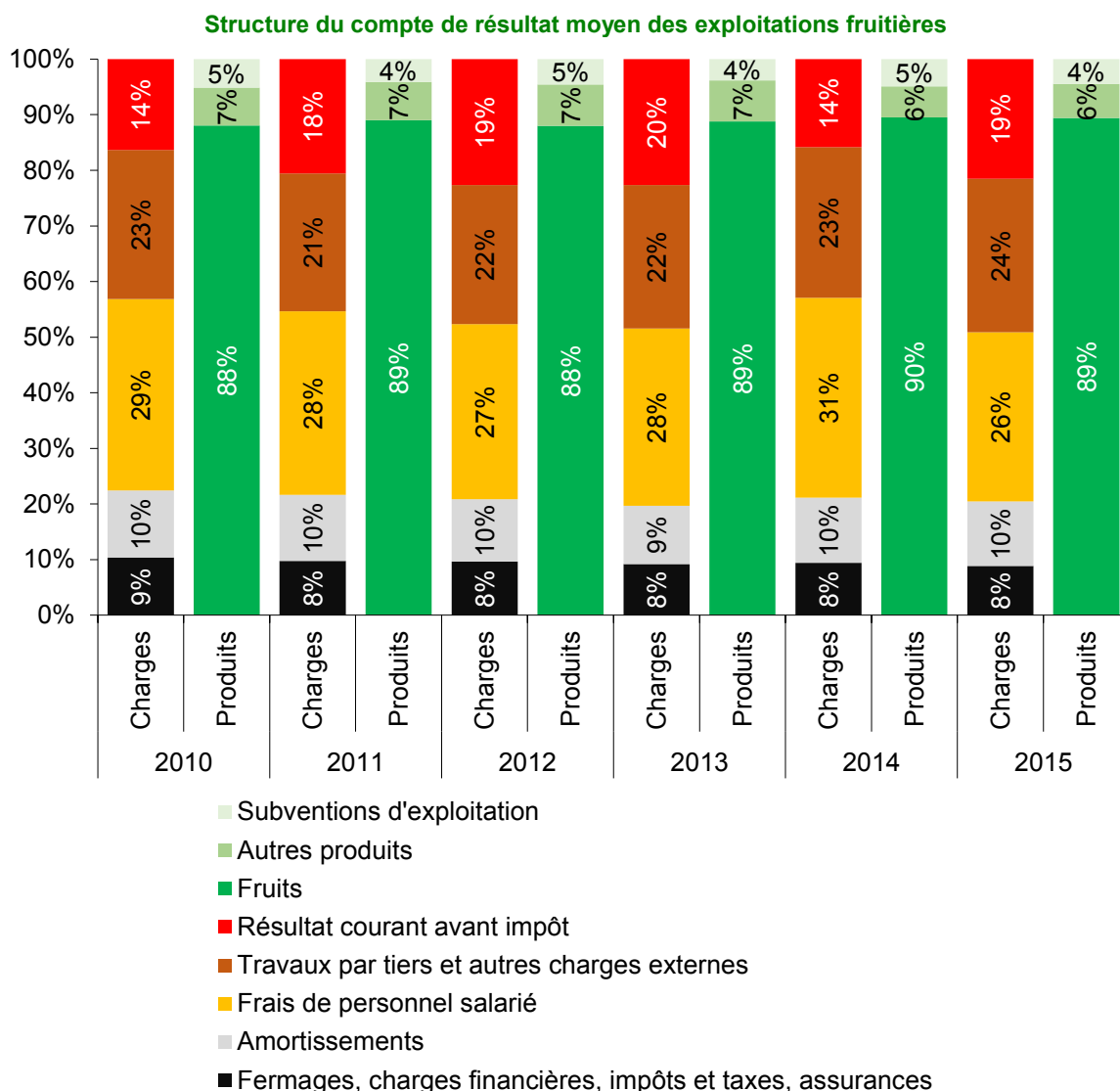
En 2015, le produit « Fruits » et les autres produits augmentent (+ 8 % et + 19 %). Seules les subventions d'exploitation diminuent (- 2 %). Cette hausse des produits, bien que les charges soient en hausse également (+ 2 %), fait progresser le résultat courant. Il s'établit à 40 974 € par unité de travail non-salarié en 2015 (contre 26 454 € en 2014).

Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2016, la valeur de la production de fruits s'améliorerait (+ 6,8 %) après son net recul de l'année précédente :

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>

Le bilan conjoncturel d'Agreste fait également état d'une progression du chiffre d'affaires fruitier. Les revenus pourraient donc s'améliorer.

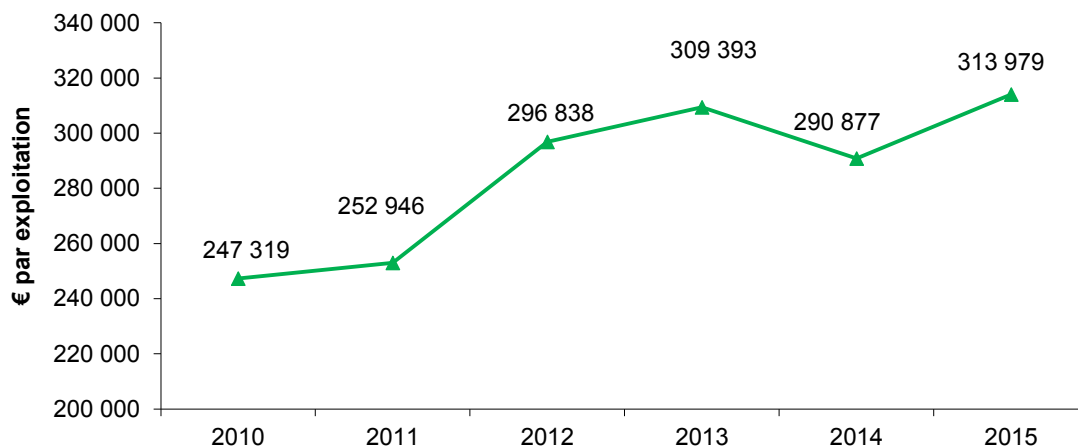
Graphique 159



Source : Rica (SSP)

Graphique 160

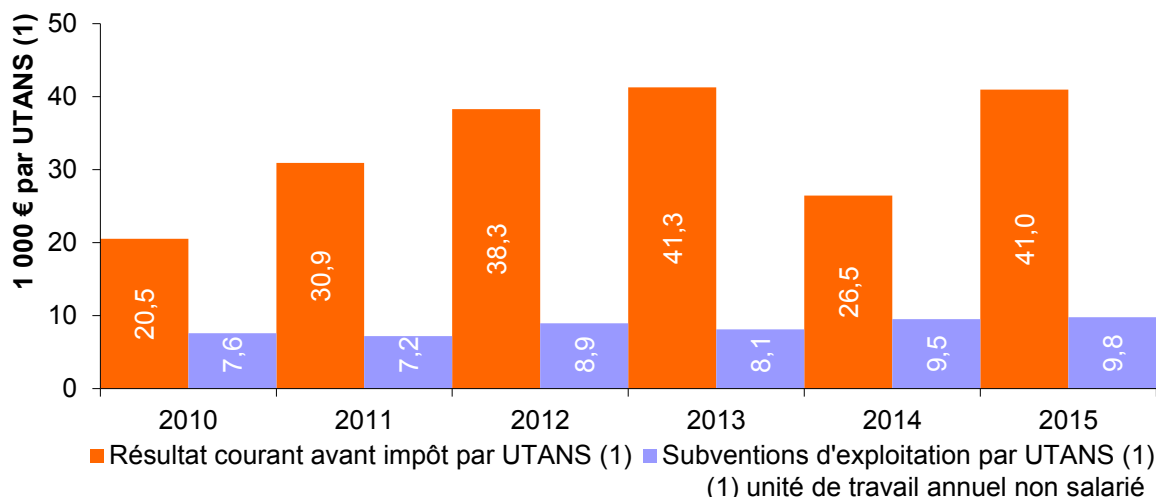
Montant moyen des produits courants par exploitation fruitière spécialisée



Source : Rica (SSP)

Graphique 161

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



Source : Rica (SSP)

4.2. Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées

L'échantillon du Rica des exploitations spécialisées dans la production de pommes est constitué de 105 à 120 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 1 997 à 2 585 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut en pommes constitue plus de 75 % de la production de l'exercice et plus de 85 % du produit brut du verger.

Une estimation comptable approximative du coût moyen de production des pommes a été réalisée à partir de ces données du Rica (Graphique 162).

Dans cette approche, on impute à la production de pommes l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors pommes (pour l'essentiel, d'autres produits issus du verger). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits secondaires sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges sont exprimées pour 100 kg produit.

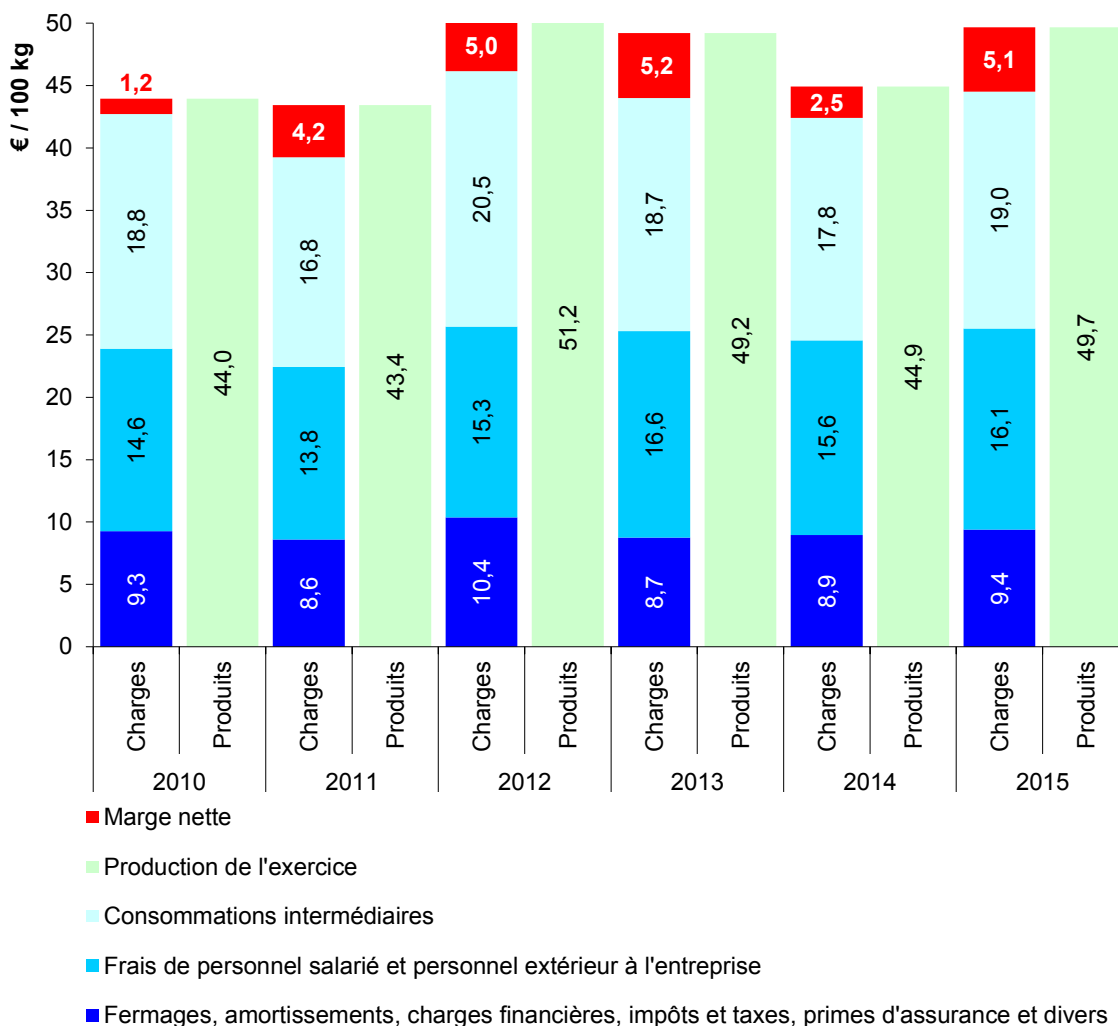
Le coût de production comptable des pommes ainsi estimé varie, sur la période étudiée (2010 à 2015), de 39,3 € pour 100 kg en 2011 à 46,2 € pour 100 kg en 2012. En 2015, le coût de production des pommes est de 44,5 € pour 100 kg (il était de 42,4 € pour 100 kg en 2014).

Le prix des pommes (calculé également d'après les données du Rica) varie, sur la période étudiée, de 43,4 € pour 100 kg (2011) à 51,2 € pour 100 kg (2012). En 2015, le prix des pommes s'établit à 49,7 € pour 100 kg (il était de 44,9 € pour 100 kg en 2014). Ainsi, la marge nette est de 5,1 € pour 100 kg en 2015 (elle était de 2,5 € pour 100 kg en 2014).

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres produits que les pommes, dont les autres produits du verger) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Graphique 162

Coût de production comptable moyen des pommes dans les exploitations spécialisées



Source : Rica (SSP)

4.3. Compte des exploitations par système de production fruitière

L'approche présentée ci-dessous s'appuie sur les données comptables des exploitations suivies par l'observatoire économique des exploitations fruitières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer, la FNPF et le CTIFL). L'échantillon total comprend 395 exploitations réparties dans 11 départements situés dans les principaux bassins de production. Il permet d'appréhender la diversité des systèmes de production de fruits des exploitations spécialisées, dont au moins 50% du produit brut est issu du verger et dont 2/3 du produit brut arboricole provient d'une même espèce pour les exploitations spécialisées. L'échantillon a été choisi de manière à être le plus représentatif en référence au dernier recensement agricole en termes surfaces, nombre d'UTA, répartition géographique, espèce cultivée...

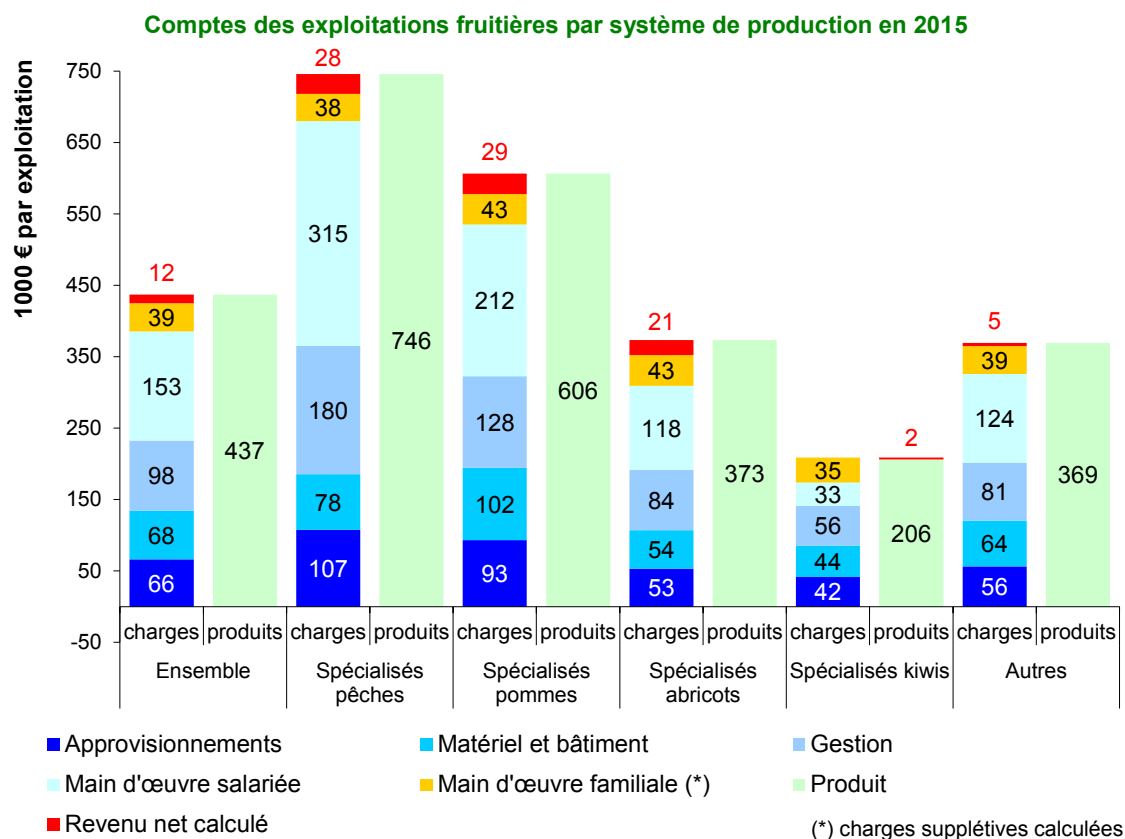
Cinq types ont été retenus :

- les producteurs de pêches spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs de pommes spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs d'abricots spécialisés (50 exploitations),
- les producteurs de kiwis spécialisés (25 exploitations),
- les autres arboriculteurs (diversifiés et autres spécialistes).

Les résultats pour l'ensemble de l'échantillon sont également présentés.

La SAU moyenne de l'échantillon en 2015 est de 38,1 ha dont 20,5 ha de vergers, 8,2 ha de grandes cultures, 3,2 ha de vignes, 0,5 de légumes et 5,8 ha d'autres cultures. Le verger est composé prioritairement d'abricotiers (5,5 ha), de pommiers (5,3 ha en moyenne) et de pêcheurs (4,9 ha). La main d'œuvre totale par exploitation est de 9,3 UTH (équivalent actif à temps complet), dont 8 UTH salarié, soit 86 % du total.

Graphique 163



Source : Observatoire des Exploitations Fruitières, CerFrance, FranceAgriMer, CTIFL, FNPF

En 2015 (Graphique 163), le « *revenu net calculé* », qui inclut une évaluation extracomptable du coût de la main-d'œuvre familiale à hauteur de 19 500 € par UTH (hors cotisations sociales) est en moyenne positif dans l'ensemble des systèmes étudiés sauf pour les spécialisés kiwis :

- « **Spécialisés pêche** » : après une chute en 2014, le résultat courant des « *Spécialisés pêche* » s'améliore en 2015 et rejoint les niveaux de 2012 et 2013. Il s'établit à 27 983 € en 2015 (contre - 55 481 € en 2014), grâce à des produits en très forte hausse (+ 14,7 %) et malgré des charges augmentant légèrement (+ 1,7 %).
- « **Spécialisés pomme** » : l'année 2015 a permis aux producteurs de pommes d'améliorer leurs résultats qui s'étaient fortement dégradés en 2014 (par rapport à 2013). Une meilleure valorisation des pommes en 2015 a permis une hausse du produit brut de 5,7 % avec des charges en légère baisse (-0,5%). Ainsi, le résultat courant s'est amélioré, passant de - 6 915 € en 2014 à 28 503 € en 2015.
- « **Spécialisés abricots** » : la situation économique des arboriculteurs spécialistes de l'abricot s'améliore en 2015. Le produit total a augmenté de 5 % tandis que les charges diminuent de 3,2 %. Ainsi, le revenu net augmente, de - 5 905 € en 2014 à 20 926 € en 2015.
- « **Spécialisés kiwis** » : les produits ont augmenté de 5,5 % tandis que les charges s'enrichissaient de 1,4 %, ce qui a permis aux exploitations d'améliorer leur résultat qui reste toutefois négatif : il passe de - 10 448 € en 2014 à - 2 457 € en 2015.
- « **Autres arboriculteurs** » : comme pour les autres types d'exploitations étudiés, la situation des exploitations fruitières diversifiées et autres spécialistes s'améliorent en 2015. Les produits augmentent de 5,1 % tandis que les charges diminuent de 0,2 %. Ainsi, le résultat courant de ces exploitations s'améliorent passant de - 14 331 € en 2014 à 4 556 € en 2015.

Selon les comptes nationaux prévisionnels de l'agriculture de 2016, la valeur de la production de fruits s'améliorerait (+ 6,8 %) après son net recul de l'année précédente.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>

Le bilan conjoncturel d'Agreste fait également état d'une progression du chiffre d'affaires fruitier. Les revenus pourraient donc s'améliorer.

4.4. Compte de résultat des exploitations légumières

L'échantillon des exploitations spécialisées dans la production de légumes, issu du Rica, est constitué de 186 à 208 exploitations (effectif variable selon les années), représentant de 4 436 à 4 393 exploitations. Dans cet échantillon, le produit brut légumes constitue plus de 92 % de la production de l'exercice.

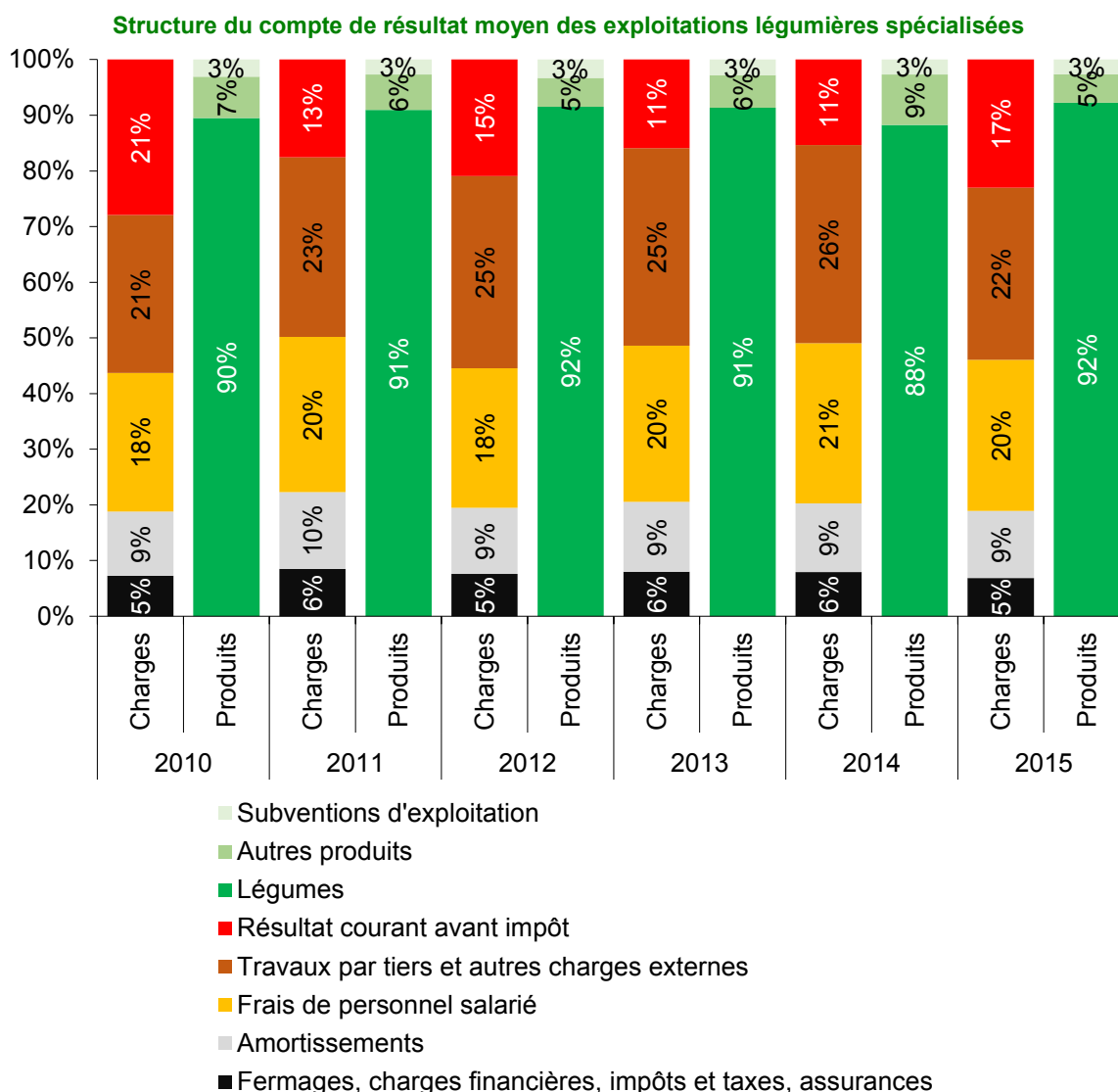
Le poids moyen du résultat courant avant impôt rapporté aux produits varie sur la période de 11% à 21 %. Il s'établit à 17% des produits en 2015, soit 58 655 € pour 352 089 € de produits, en hausse par rapport à 2014 (35 030 € pour 316 113 € de produits).

Cette hausse de l'ensemble des produits s'explique, en 2015, par un produit « *Légumes* » et des subventions d'exploitation en hausse (respectivement + 16 % et + 10 % en valeur). Seuls les autres produits diminuent, de 37 % (mais, ils représentent seulement 5 % des produits). Les charges augmentent de 4 % en valeur. Ainsi, le résultat courant avant impôt progresse fortement. Il passe de 24 138 € par unité de travail non salarié en 2014 à 43 264 € en 2015.

D'après le compte prévisionnel de l'agriculture en 2016, la valeur de la production de légumes augmente (+ 3,3 %) et le bilan conjoncturel d'Agreste fait état d'un chiffre d'affaires légumier en hausse : les revenus pourraient donc s'améliorer.

<http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/comptenational2015previsionnelbspca.pdf>

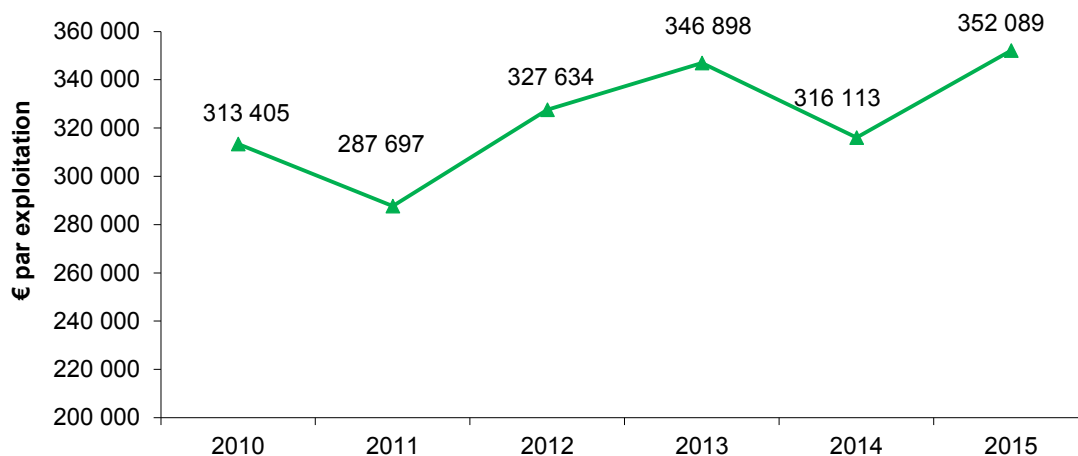
Graphique 164



Source : Rica (SSP)

Graphique 165

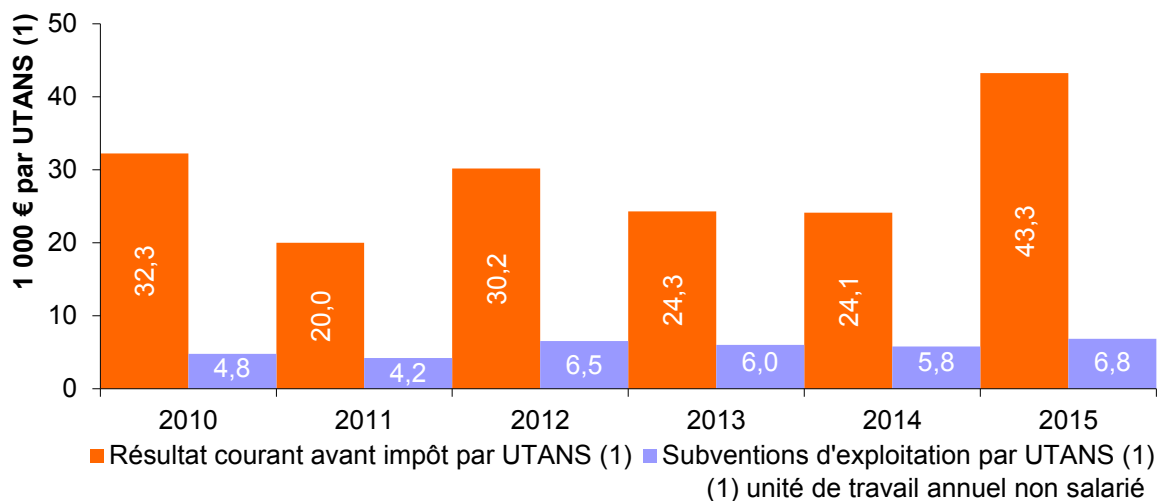
Montant moyen des produits courants par exploitation légumière spécialisée



Source : Rica (SSP)

Graphique 166

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



Source : Rica (SSP)

4.5. Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées

L'échantillon du Rica des exploitations spécialisées dans la production de tomates sous serres et abris hauts est constitué de 33 à 40 exploitations (effectif variable selon les années) représentant 851 à 1 068 exploitations. Dans cet échantillon, la production de tomates représente plus de 81 % de la production de l'exercice.

Une estimation approximative du coût de production comptable moyen des tomates a été réalisée à partir des comptes de cet échantillon. Les résultats sont présentés dans le Graphique 167.

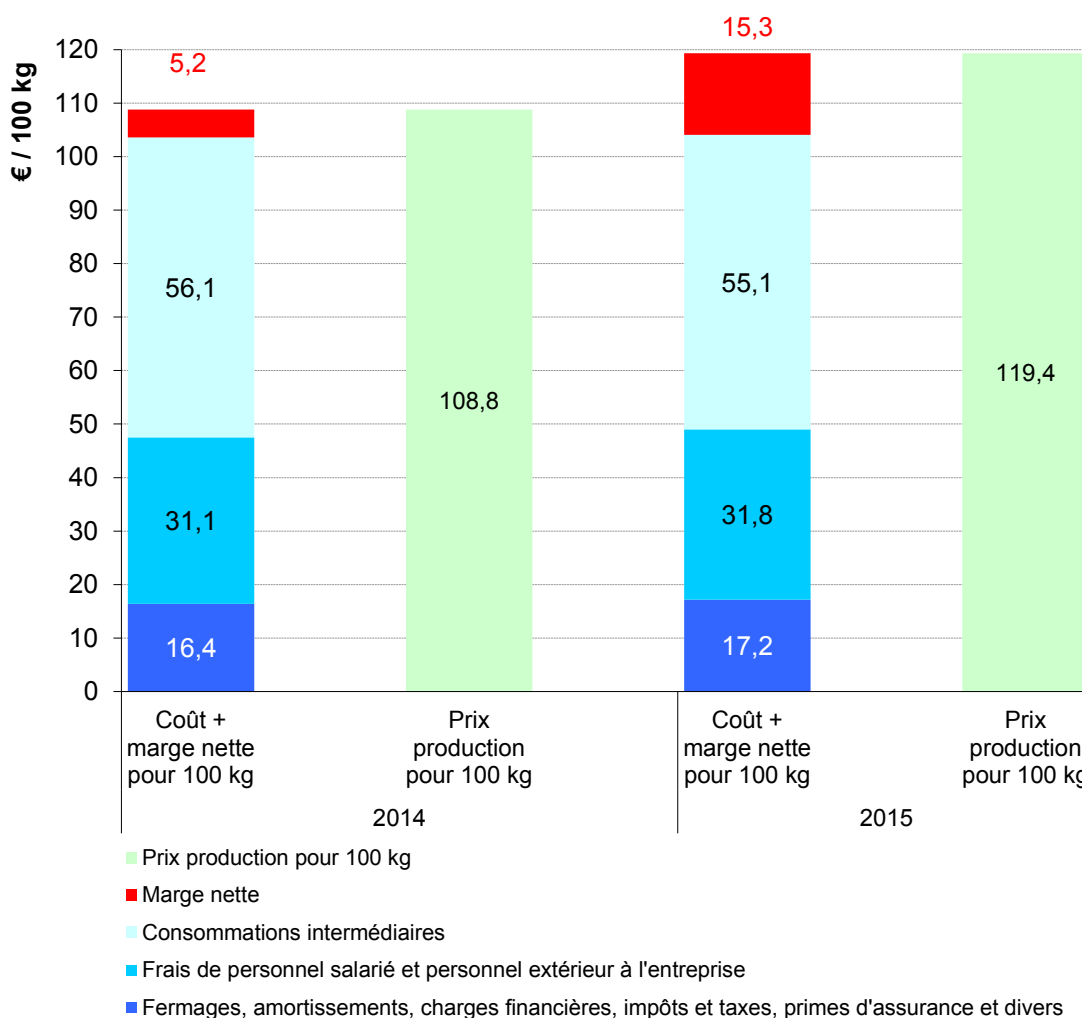
Dans cette approche, on impute à la production de tomates l'ensemble des charges de l'exploitation diminué des produits hors tomates (pour l'essentiel, les produits des autres légumes sous serres et abris hauts et les subventions). Ceci revient à considérer que les coûts de production des produits joints sont égaux à la valeur de ces produits. Les charges sont évaluées pour 100 kg produit.

Compte tenu des sources utilisées (échantillon des seules exploitations très spécialisées, données comptables comprenant des postes de charges communes à d'autres produits que les tomates, dont autres légumes) et du mode de calcul, ces résultats ne doivent être considérés que comme des ordres de grandeur.

Le coût de production moyen des tomates, ainsi estimé pour 100 kg, est de 104 € en 2014 comme en 2015 ; le prix de vente moyen des tomates est, selon les données des comptes des exploitations de l'échantillon, de 109 € pour 100 kg en 2014 et de 119 € en 2015, d'où une marge nette de 5,2 € pour 100 kg en 2014 et de 15,3 € pour 100 kg en 2015.

Graphique 167

Coût de production comptable moyen des tomates dans les exploitations spécialisées (serres et abris hauts) en 2014 et 2015



Source : Rica (SSP)

4.6. Compte des exploitations par système de production légumière

Précédemment, on disposait de données de comptes d'exploitations par système de production légumière extraites de l'Observatoire économique des exploitations légumières (réalisé par CERFRANCE et cofinancé par FranceAgriMer et le CTIFL). Faute de financement complémentaire, ce dispositif a, pour l'instant, été suspendu. Aucune nouvelle donnée ne peut donc être présentée dans ce rapport.

5. COMPTE DE RÉSULTAT DES ENTREPRISES D'EXPÉDITION ET DE COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL DE LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

La structure des charges des expéditeurs, qui assurent la première mise en marché des fruits et des légumes, des grossistes⁴⁷ et des détaillants et certains autres indicateurs sont présentés ici pour la période 2013-2015. Ces résultats sont fournis par le CTIFL, qui suit un panel d'opérateurs.

Les grossistes approvisionnent de façon minoritaire les GMS, circuit de référence de l'observatoire, leurs comptes sont présentés à titre indicatif. À titre d'information complémentaire, sont aussi présentés dans ce rapport, les comptes des détaillants spécialisés en fruits et légumes, également suivis par le CTIFL.

L'approche des comptes analytiques du rayon « *fruits et légumes* » en GMS a nécessité de conduire des enquêtes *ad hoc* (Cf. partie 6).

5.1. Comptes des entreprises d'expédition en fruits et légumes

Tableau 25

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des expéditeurs Échantillon courant composé de 47 expéditeurs

2013 - 2015	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) = (a) / [1 - (a)]	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble des expéditeurs	25,1%	33,5%	2,0%	7,9%
Expéditeurs à clientèle grossistes	26,6%	36,3%	3,6%	13,4%
Expéditeurs à clientèle GMS	24,8%	32,9%	0,9%	3,7%
Expéditeurs à clientèle export	24,8%	32,9%	1,0%	4,1%
Expéditeurs à clientèle mixte	25,2%	33,6%	3,0%	11,9%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des expéditeurs de fruits et légumes est de 25% environ sur la période suivie.

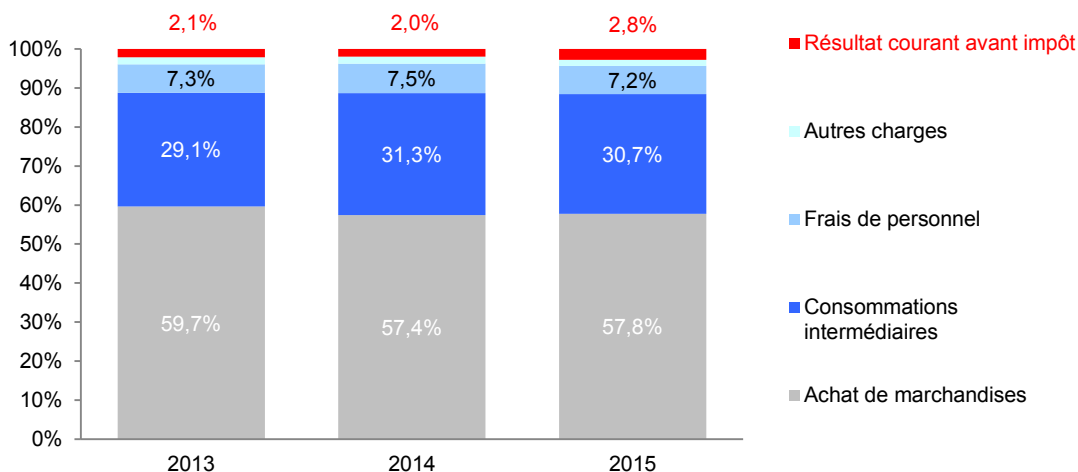
On rappelle que le suivi des prix réalisé dans les filières fruits et légumes par l'observatoire porte, à l'amont, non pas sur les prix perçus par les producteurs mais sur les prix à l'expédition. Donc, en moyenne, les prix à la production représentent 75% du prix à l'expédition, avec toutefois des différences importantes selon les produits, liées notamment à l'importance des opérations de tri et de conditionnement, et à leur répartition entre producteur et expéditeur : par exemple, certains fruits fragiles sont mis en plateau dès la récolte (pêches).

⁴⁷ Au sens des nomenclatures d'activités économiques, les expéditeurs sont des grossistes, mais, dans la filière des fruits et des légumes, on réserve plutôt le terme de grossistes aux commerçants en aval de l'expédition.

Graphique 168

Structure des charges des entreprises d'expédition de fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 43 expéditeurs

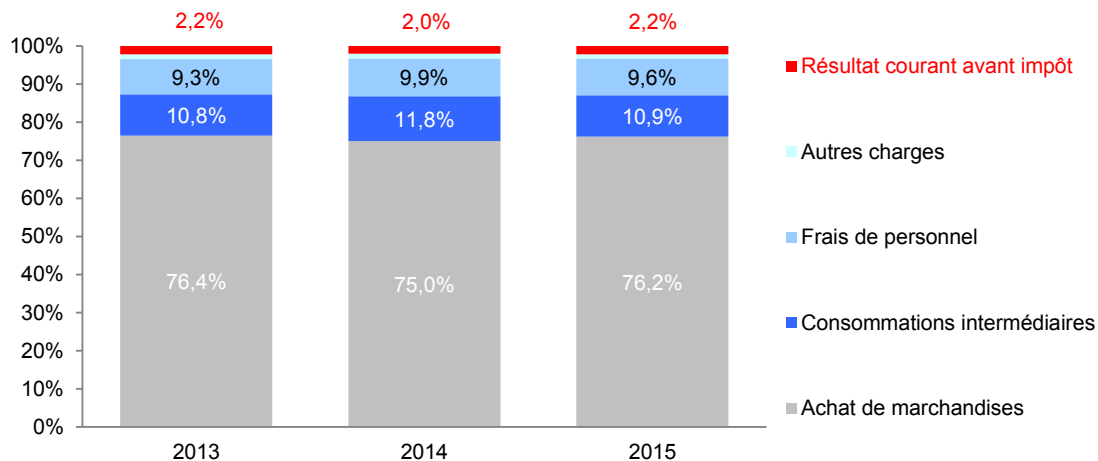


Source : CTIFL

Graphique 169

Structure des charges des entreprises grossistes en fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 113 grossistes

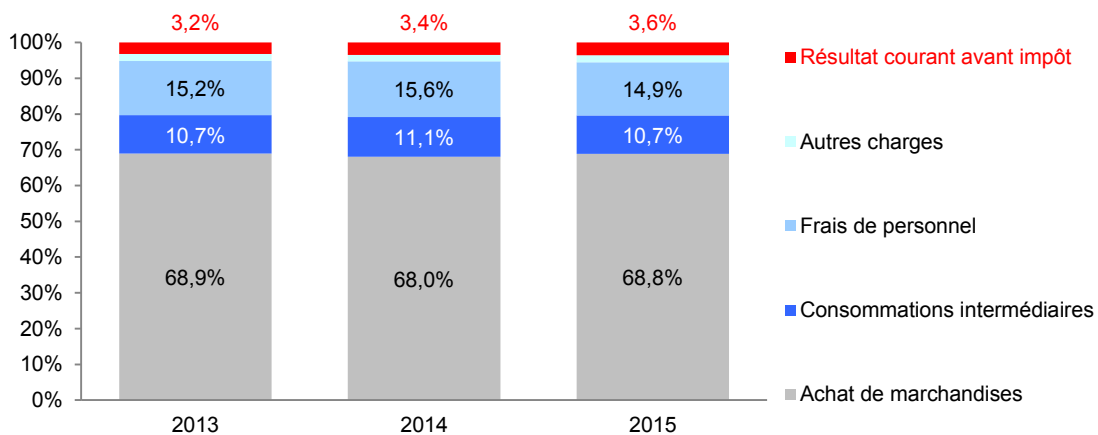


Source : CTIFL

Graphique 170

Structure des charges des détaillants spécialisés en fruits et de légumes

Échantillon constant composé de 230 détaillants



Source : CTIFL

5.2. Comptes des entreprises de gros en fruits et légumes

Tableau 26

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des grossistes

Échantillon courant composé de 121 grossistes

2013 - 2015	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) =(a) / [1 - (a)]	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble des grossistes	21,8%	29,1%	2,1%	9,6%
Grossistes à clientèle traditionnelle	18,2%	22,7%	2,4%	13,0%
Grossistes à clientèle GMS	24,1%	34,8%	1,6%	6,7%
Grossistes à clientèle RHD	32,8%	49,7%	1,9%	5,9%
Grossistes à clientèle mixte	20,2%	26,1%	2,3%	11,5%
Grossistes à clientèle grossistes	16,6%	20,8%	2,0%	12,3%

Source : CTIFL

En moyenne sur la période étudiée (2013-2015), le chiffre d'affaires des grossistes est supérieur de 29,1 % aux achats à leurs fournisseurs. Environ 90 % de la marge commerciale couvre les charges d'exploitation (autres que l'achat du produit aux fournisseurs), environ 2 % du chiffre d'affaires constitue le résultat courant avant impôt.

5.3. Comptes des entreprises de commerce de détail spécialisé en fruits et légumes

Tableau 27

Taux de marge moyens, taux moyen de résultat courant des détaillants

Échantillon courant composé de 291 détaillants

2013 - 2015	marge commerciale / chiffre d'affaires (a)	marge commerciale / achats de marchandises (b) =(a) / [1 - (a)]	résultat courant avant impôt / chiffre d'affaires	résultat courant avant impôt / marge commerciale
Ensemble des détaillants	30,1%	44,0%	3,4%	11,3%
Spécialistes en magasin	30,5%	44,9%	3,5%	11,6%
Spécialistes sur marché	31,3%	46,6%	3,0%	9,6%
Grandes surfaces de produits frais	29,1%	41,6%	3,4%	11,7%

Source : CTIFL

Le taux de marge commerciale sur chiffre d'affaires des détaillants spécialisés en fruits et légumes est de 30,1 % sur la période suivie. Il est à noter que ce taux est de 30,4 % dans les rayons fruits et légumes des GMS, selon l'enquête de l'observatoire (Cf. partie 6 de la présente section, page suivante). Le résultat courant avant impôt représente en moyenne 3,4 % du chiffre d'affaires sur la période 2013 - 2015 (2,9 % en GMS en 2015).

6. COMPTE DU RAYON FRUITS ET LÉGUMES DES GMS

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

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

Le rayon des fruits et légumes vient au deuxième rang des rayons étudiés en termes de CA, mais assez loin derrière le rayon des produits laitiers : il contribue pour 18 % au CA total des rayons étudiés (contre 29% pour les produits laitiers), pour 19% à leur marge brute et 16% à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont non négligeables dans ce rayon qui, bien que principalement en libre-service, nécessite un réassortiment fréquent. La marge nette du rayon après affectation des charges communes ressort à 2,8 € pour 100 € de CA.

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

Le rayon des fruits et légumes présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 30,3% en 2015. Ce taux est supérieur à la moyenne des rayons étudiés (moyenne grevée en 2015 par la baisse de marge brute du rayon des produits laitiers). S'imputent sur cette marge brute, des frais de personnel dédié rapportés au chiffre d'affaires supérieurs à la moyenne. Ils s'élèvent à 7,9 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au troisième rang.

La marge semi-nette est ainsi en 2015 de 22,4 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, supérieure à la moyenne tous rayons étudiés (19,7 €) et aux autres charges du rayon (19,6 €). La répartition des charges communes conduit donc à une marge nette positive de 2,8 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de 1,8 € après.

Tableau 28

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes

	Fruits et légumes	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	69,7	
Marge brute	30,3	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	7,9	Peu dispersées
Marge semi-nette	22,4	
Autres charges	19,6	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	2,8	
Impôt sur les sociétés	1,0	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	1,8	Sensiblement dispersées, +/- 0,7 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

6.3. Détail des charges du rayon fruits et légumes

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon des fruits et légumes supporte directement 9,5 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiées. Ces charges spécifiques du rayon des fruits et légumes comprennent 7,9 € de frais de personnel dédié (9,2 € pour la moyenne tous rayons) et 1,6 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont moins élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent des coûts en fluides (bien que le rayon ne soit que partiellement réfrigéré), des taxes (ventilés au prorata du CA ou de la surface du rayon) et des frais sur les matériels et équipements spécifiques, liés, selon les informations recueillies lors des entretiens, à des évolutions de concepts de rayon. À ces charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties – notamment, en fonction de la surface et du CA - dont le poids dans le chiffre d'affaires (18,9 €) est supérieur à la moyenne (16,4 €) du fait de la densité moindre du rayon des fruits et légumes.

Au total, le rayon supporte 28,5 € de charges (avant IS et ors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, rapport proche de la moyenne, plaçant le rayon des fruits et légumes au troisième des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère, et ces charges s'imputant en 2015 sur une marge brute plutôt élevée.

Tableau 29

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon fruits et légumes pour 100 € de CA

		Fruits et légumes
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	7,9
	Appro stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,1
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,4
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,5
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,6
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges spécifiques du rayon	9,5
Charges communes réparties	Immobilier	2,2
	Personnel hors rayon	6,6
	Frais financiers	0,3
	Autres charges générales réparties (1)	8,8
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	1,0
	Sous-total : charges communes réparties	18,9
Total des charges imputées au rayon		28,5

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

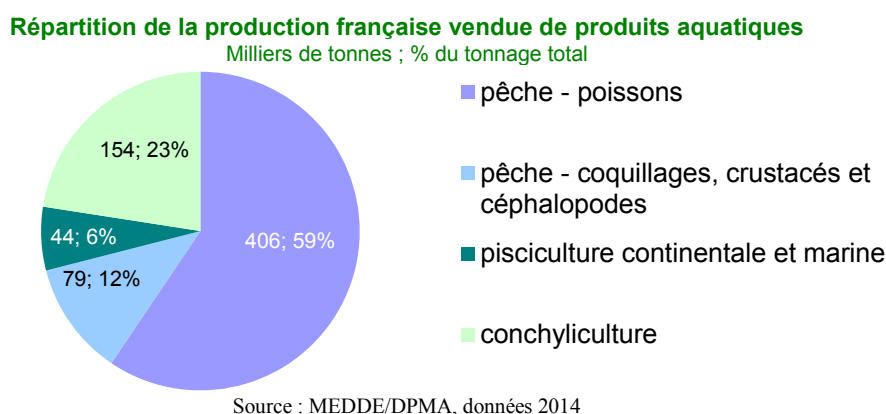
(1) *Autres charges communes réparties* : ce poste, qui peut paraître relativement important, regroupe des charges plus précisément identifiées, en général, dans chacune des enseignes, mais selon des nomenclatures et des agrégations différentes qui ne permettent pas leur reclassement dans des lignes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

Section 8 – Produits de la pêche et de l’aquaculture

1. PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L’AQUACULTURE ET CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

Avec près de 690 000 tonnes produites en 2014, soit plus de 10 % de la production communautaire, la production de la pêche et de l’aquaculture française se place au 4^{ème} rang des pays de l’Union européenne, derrière l’Espagne, le Danemark et le Royaume-Uni. La production de pêche représente 485 000 tonnes, et la production aquacole 198 000 tonnes : 154 000 tonnes pour la conchyliculture et 44 000 tonnes pour la pisciculture.

Graphique 171

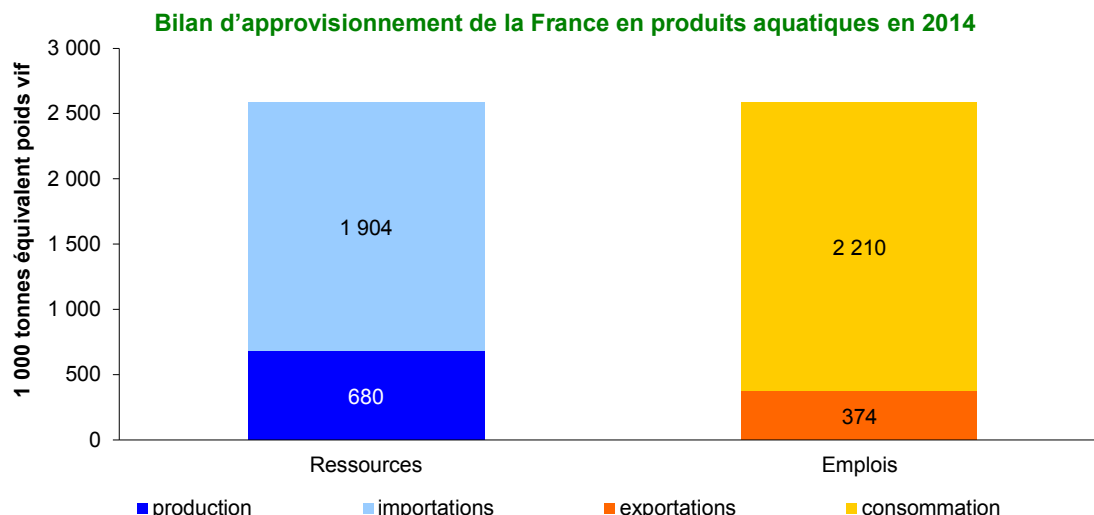


Pour produire ces volumes, la flotte métropolitaine compte environ 4 500 navires, dont plus des trois quarts mesurent moins de 12 mètres et pratiquent la petite pêche et la pêche côtière. Environ 14 000 marins pêcheurs sont embarqués sur ces navires ou pratiquent la pêche à pied.

À la fin de la marée, la production est débarquée dans les ports. Un peu moins de la moitié des volumes pêchés est ensuite vendue dans l’une des 37 halles à marée ou criées réparties sur le littoral. Les mareyeurs sont les premiers acheteurs en criées. Ils réalisent les opérations de première transformation (nettoyage, vidage, étêtage, éventuellement filetage, etc.). En 2016, on dénombre 278 entreprises de mareyage sur le territoire, dont 33 entreprises réalisant également de la transformation industrielle. Ces entreprises présentaient un chiffre d’affaires de 1 113 millions d’euros et employaient 5 945 salariés. À celles-ci s’ajoutaient 300 entreprises ayant une activité principale de transformation et totalisant un chiffre d’affaires de 5 264 millions d’euros, dont 4 214 millions d’euros pour la transformation de produits aquatiques (produits traiteur de la mer, saumon fumé, salage-saurisserie, plats cuisinés, etc.). Elles employaient environ 17 000 personnes en 2014. Les débouchés de ces produits sont le marché intérieur, pour la majorité des volumes, et l’export, les principaux clients de la France étant l’Espagne et l’Italie.

Au total, plus de 2 millions de tonnes de produits aquatiques sont consommées chaque année, ce qui est très largement supérieur à la production. La France a donc massivement recours aux importations pour subvenir à ses besoins (consommation intérieure et exportations) : la production couvre un quart des besoins, le reste est couvert par les volumes importés. Ainsi, en 2015, la France a importé l’équivalent en poids vif de 1,9 millions de produits aquatiques destinés à la consommation humaine, et en a exporté 374 000 tonnes. Le déficit de la balance commerciale pour ces produits s’élevait alors à 3,7 milliards d’euros.

Graphique 172

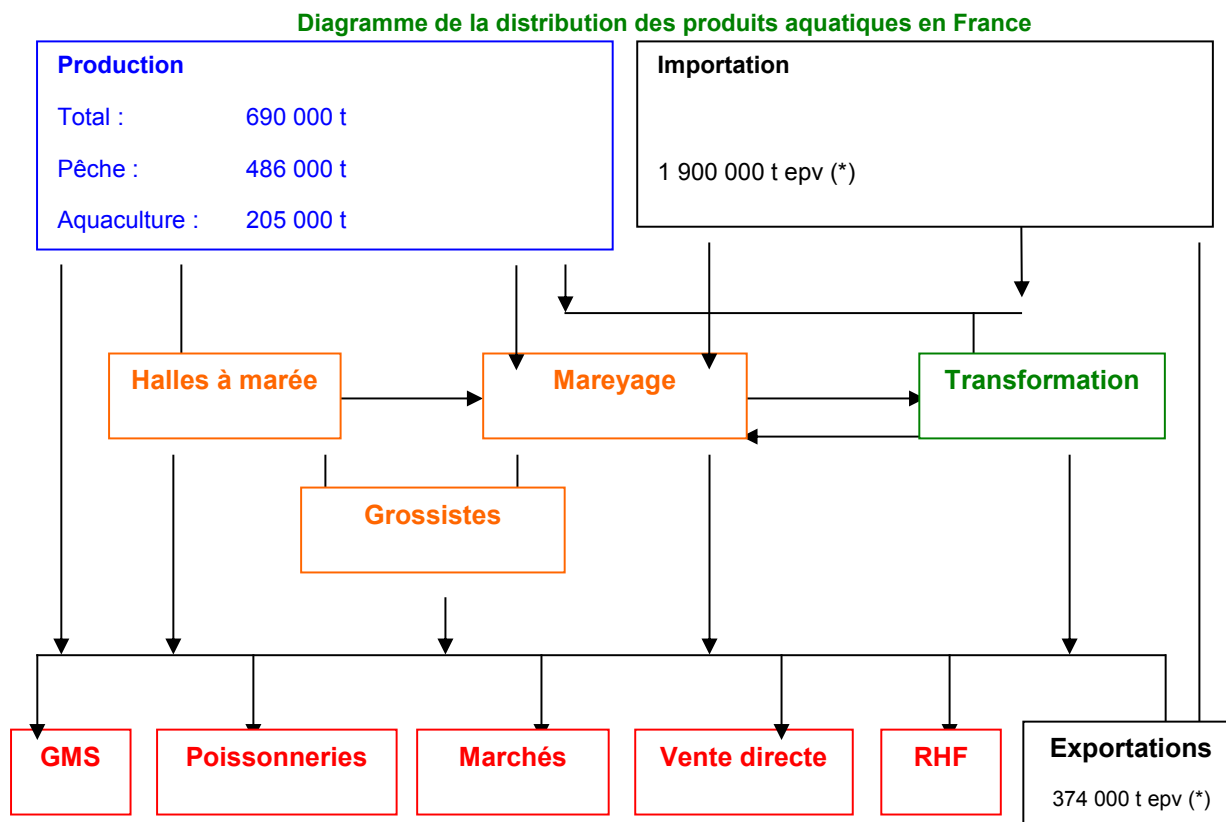


Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2014

Les Français figurent parmi les plus gros consommateurs de produits aquatiques de l'Union européenne (4^{ème} rang, derrière le Portugal, l'Espagne et la Lituanie). En moyenne, chacun d'entre eux en consomme 34 kg par an (équivalent poids vif, *i.e.* incluant le poids des têtes, viscères, peaux, arêtes, coquilles, etc.), dont 24 kg de poisson.

Parmi les circuits de distribution, les grandes et moyennes surfaces tiennent une place prépondérante, puisqu'environ 60 % des produits frais en volume y est écoulé. Les produits très transformés, de types traiteur et conserve, sont quant à eux, presque exclusivement vendus en GMS. Les circuits traditionnels - les poissonneries (près de 3 000 établissements en France) et les marchés et foires, très axés sur le segment des produits frais - commercialisent environ 20 % des volumes.

Schéma 16



(*) Tonnes en équivalent poids vif

Source : FranceAgriMer, d'après MEDDE/DPMA, Douanes françaises, données 2014-2015

2. DONNÉES ET MÉTHODES SPÉCIFIQUES DE LA DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE

Pour ce rapport 2017, l'observatoire actualise l'analyse, entreprise dans la précédente édition, du prix au détail du **saumon fumé** (matière première importée, transformation en France, vente au détail en GMS) et présente une approche de la décomposition du prix au détail du **lieu noir frais** et de la **sole fraîche** (origine : halles à marée, passage par les maillons mareyage-filetage et grossiste, vente au détail en GMS). L'approche du saumon fumé s'appuie sur une étude de cas réalisée par l'Observatoire Européen des Marchés des Produits de la Pêche et de l'Aquaculture en 2015 (<http://www.eumofa.eu/>). L'essai d'analyse de la chaîne de valeur du lieu noir et de la sole a été réalisé dans le cadre d'un projet d'étudiants de l'École des Ponts mené pour FranceAgriMer.

2.1. Données de prix disponibles

2.1.1. Prix à la première vente : prix en criées

La halle à marée, également appelée « *criée* » est le lieu organisé de première mise en marché des produits de la pêche fraîche. Après la marée, les produits sont débarqués dans les ports de pêche métropolitains, puis transitent dans l'une des 37 halles à marée. Ils seront alors triés par espèce, calibre, présentation et fraîcheur selon des normes strictes, avant d'être vendus en lot aux enchères à des acheteurs agréés (mareyeurs et détaillants). La réglementation impose que chaque vente fasse l'objet d'une « *note de vente* » (y compris les ventes hors halle à marée) compilant l'ensemble des informations relatives à la transaction : date, identifiants du vendeur et de l'acheteur, caractéristiques du lot (espèce, calibre, présentation, fraîcheur), volume et prix moyen. L'intégralité de ces données est ensuite enregistrée dans la base de données du Réseau inter-criées (Ric) gérée par FranceAgriMer.

Environ 200 000 tonnes de produits aquatiques sont ainsi vendues chaque année en halle à marée, pour une valeur de plus de 670 millions d'euros.

Le prix à la première vente, pour une espèce donnée, est calculé en divisant la valeur totale des ventes de cette espèce dans l'ensemble des halles à marée dans lesquelles elle a été vendue pendant une période déterminée, par le volume total des ventes sur la même période.

Cette source est utilisée par l'observatoire comme source de prix de la ressource dans l'analyse du prix au détail du lieu noir et de la sole.

2.1.2. Prix à l'importation

Comme évoqué plus haut, la France est très dépendante de l'importation pour la couverture de ses besoins en produits aquatiques. Son taux de dépendance varie fortement suivant les espèces. Pour le saumon, dont les Français sont très friands (première espèce vendue en frais, en volume), la production nationale est quasiment nulle, donc, pour couvrir la consommation, plus de 200 000 tonnes équivalent poids vif ont été importées en 2015.

La nomenclature douanière référence l'ensemble des produits échangés. Il existe plusieurs centaines de codes pour suivre les échanges de produits aquatiques. Chaque échange fait l'objet d'une déclaration aux services des douanes, et comprend notamment la nomenclature identifiant le produit, le volume échangé et sa valeur. Les volumes sont exprimés en poids net ; ils peuvent être convertis en équivalent poids vif, à l'aide de coefficients de conversion établis pour chacun des codes de nomenclature. Ces informations sont enregistrées dans la base de données des Douanes françaises. Pour calculer le prix moyen à l'import d'un produit, par exemple le saumon entier réfrigéré, on divise la valeur totale des importations de ce produit par le volume total importé.

2.1.3. Prix de vente aux GMS par mareyeurs et grossistes

Le circuit du poisson frais qui part de la criée jusqu'aux GMS peut être « *court* » : le service d'achat de l'enseigne, voire, dans certains cas, le magasin lui-même, s'approvisionne directement en gamme à marée. Le circuit peut être plus « *long* » : c'est en particulier le cas lorsque le poisson est acheté par l'enseigne (ou le magasin) auprès d'un mareyeur (qui peut en outre réaliser ou faire réaliser le filetage du poisson) ou auprès d'un grossiste (lequel peut lui-même s'approvisionner en criée ou auprès d'un mareyeur). **L'observatoire n'a pu disposer d'aucune donnée suffisamment précise sur les prix de transactions entre ces grossistes et/ou mareyeurs et les GMS.** Faute de mieux, on utilise alors les cotations au stade de gros sur le marché de Rungis.

Cette source est utilisée par l'observatoire comme source de prix d'approvisionnement des GMS pour l'analyse du prix au détail du lieu noir et de la sole.

2.1.4. Prix de vente par la transformation

L'observatoire utilise l'enquête statistique nationale sous règlement communautaire « [Procom](#) » (Production Commercialisée des Industries, Insee, SSP) qui fournit par nature de produit le chiffre d'affaires annuel et les tonnages afférents des secteurs de la transformation. On obtient ainsi une estimation du prix moyen annuel de vente du produit. Cette source est utilisée par l'observatoire comme source de prix d'approvisionnement des GMS dans l'analyse du prix du saumon fumé.

2.1.5. Prix de détail

FranceAgriMer suit les achats des ménages pour leur consommation à domicile de produits aquatiques : produits aquatiques frais, produits traiteurs réfrigérés, produits surgelés et conserves. Ces données sont fournies par le panel de consommateurs Kantar Worldpanel.

Ce panel est un échantillon représentatif de la population française, stratifié selon les critères sociodémographiques de l'Insee. Il est constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre, et de 12 000 ménages pour les achats sans code barre (typiquement le cas des produits aquatiques frais). Il fonctionne selon un mode déclaratif : les ménages déclarent chaque semaine les quantités achetées en poids net, les sommes dépensées et le lieu d'achat (GMS, poissonnerie, marchés, etc.). Le niveau de détail est limité : pour un produit frais acheté à l'étal, le déclarant peut renseigner l'espèce, la présentation (poisson entier ou découpé, mais pas de distinction en filet, darne, dos, etc.), le mode de production (pêche ou élevage). La fiabilité des informations enregistrées est directement liée à la connaissance du déclarant. Dans la pratique, on constate que le mode de production n'est pas toujours renseigné et que les résultats ne sont pas toujours vraisemblables (par exemple : la proportion de saumon sauvage acheté en frais n'est pas cohérente avec les données d'importations).

Le prix moyen est ensuite calculé en rapportant les sommes dépensées aux quantités achetées. Il tient compte du prix réellement payé par l'acheteur, en incluant l'effet des éventuelles promotions, assez répandues sur certains produits du rayon marée.

Cette source est utilisée par l'observatoire comme source de prix au détail dans l'analyse du prix au détail du saumon fumé, du lieu noir et de la sole.

Par ailleurs, FranceAgriMer dispose d'un réseau d'enquêteurs (Réseau des nouvelles des marchés), qui relèvent chaque semaine le prix à l'étal de divers produits aquatiques, dans un échantillon de 130 à 150 GMS. Il calcule notamment un prix moyen au détail, qui est la moyenne des prix relevés en point de vente. À la différence des données de Kantar, les produits cotés sont identifiés par un « *libellé* » précisant l'espèce, le calibre, la présentation, le mode de production et l'origine (exemples : bar de ligne entier origine France, saumon d'aquaculture en pavé, etc.). Ces prix relevés ne sont pas directement comparables aux prix moyens d'achat du panel Kantar, car ils ne sont pas pondérés par des volumes et ne prennent donc pas en compte l'effet sur le prix moyen des volumes d'achat en promotion, par exemple. En revanche, les enquêteurs relèvent pour chaque référence la présence de promotion à l'étal et leur prix, et, en cas de présence dans un magasin de prix différents pour des produits répondant à un même libellé, l'enquêteur relève le prix inférieur.

2.2. Autres paramètres de la décomposition des prix au détail

Comme dans les autres filières, on cherche ici à décomposer les prix au détail en :

- valeur « *primaire* » : le coût d'achat en criée, ou à l'importation
- Indicateur de marge brute de transformation (pour le saumon fumé)
- Indicateur de marge brute du commerce en gros et du mareyage (non dissociés faute de données)
- Indicateur de marge brute au détail en GMS

Outre des données de prix (cf. ci-dessus), l'approche nécessite de disposer de références de rendements de transformation (freinte la découpe, à la fumaison) et, idéalement, de taux de toutes autres pertes physiques (casse, démarques...) aux stades suivants l'achat en criée ou à l'importation.

Faute de données précises, on se limite à prendre en compte uniquement, et de façon approximative, les rendements de transformation sur la base des coefficients d'équivalents-poids vif (EPV) utilisés par les statistiques européennes.

3. ÉVOLUTION DES PRIX ET DÉCOMPOSITION DES PRIX AU DÉTAIL DANS LA FILIÈRE DES PRODUITS AQUATIQUES

3.1. Évolution des prix à la première vente, à l'importation et au détail dans les filières aquatiques en 2016

En 2016, le **prix moyen des premières ventes déclarées en halle à marée** a augmenté de 3% pour atteindre 3,40 €/kg compensant ainsi le recul de 3% des volumes mis en vente. Le chiffre d'affaires est stable par rapport à 2015 et s'élève à 670 millions d'euros. Cette année l'augmentation du prix s'explique par une hausse du prix moyen à la première vente sur toutes les catégories d'espèce.

Les volumes de poissons blancs débarqués en criées ont reculé de 3% en 2016 du fait de la baisse des volumes d'églefin (-19%), de cabillaud (-33%) et de lieu noir (-14%). Parallèlement le prix moyen a augmenté de 1%. Seul le merlu voit son prix régresser de 5% par rapport à 2015 sous l'effet d'une hausse des débarquements. Les volumes de poissons fins mis en vente ont subi le plus fort recul (-8%) pour un prix en hausse de 4%. Le moratoire mis en place sur le bar et la baisse du quota de sole en 2016 ont fortement contribué à diminuer les volumes sur ces espèces. Les volumes de petits pélagiques qui avaient fortement diminué en 2015 restent à des niveaux bas (-1% en volume / 2015). La hausse des débarquements de sardine n'a pas permis de compenser la baisse des volumes de maquereau et d'anchois. La progression de 6% du prix moyen permet d'augmenter la valeur des ventes de petits pélagiques de 5% en 2016. Enfin, contrairement à l'année dernière, les apports de calmar et de seiche ont régressé respectivement de 13% et 21% provoquant une hausse du prix moyen des céphalopodes de 18%.

Comme l'année précédente, le prix du gazole est resté à des niveaux faibles même s'il s'orientait à la hausse en fin d'année. En décembre 2016 le gazole frôlait les 50 centimes par litre soit un prix équivalent à celui début 2015.

Le **prix moyen à l'importation** des produits aquatiques a progressé de 6% en raison de la hausse marquée des cours du saumon et du cabillaud qui représentent plus d'un quart des volumes importés. Le cours du saumon norvégien a augmenté de 45 % en 2016 selon l'indice Fishpool en raison d'un recul de l'offre pour des raisons sanitaires et réglementaires. La baisse des disponibilités au Chili due à la prolifération de micro algues a également contribué à la hausse des cours mondiaux. La demande est restée dynamique en France et les importations de saumon ont progressé de 1% en volume. Ce sont principalement les importations de saumon entier frais ou réfrigéré en provenance de Norvège qui ont le plus augmenté (+12%) malgré une hausse de 34% du prix d'achat. Le prix moyen à l'importation du cabillaud est également en hausse (+6%) mais, contrairement au saumon, les importateurs français se sont tournés davantage vers les filets frais ou congelés.

En 2016, le **prix moyen d'achat des ménages** en poisson frais a augmenté de 6% par rapport à 2015 sans que cela pénalise la consommation puisque, pour la première année depuis 2012, les volumes de poissons frais achetés par les ménages sont stables. La hausse du prix moyen à l'achat du saumon et du cabillaud (respectivement +18% et +5%) a fortement contribué à la hausse de la valeur des achats des ménages. Ainsi, alors que l'indice des prix à la consommation tous produits (Insee) est resté presque stable par rapport à 2015, l'indice des prix à la consommation des poissons et fruits de mer est en hausse de 3,8 points en 2016 par rapport à l'année précédente.

Conséquence de la hausse du prix des produits d'importation, les ménages français se sont tournés vers des espèces produites ou pêchées majoritairement en France : lieu noir (+2%), truite (+13%), merlan (+5%), baudroie (+12%) et merlu (+ 13%). Sur ces espèces, l'augmentation du prix de détail a été contenue entre 1% et 4% par rapport à l'année précédente. À l'inverse, cette année, la hausse du prix moyen des produits traiteurs de 4% s'est accompagnée d'une baisse des volumes achetés de 1%.

3.2. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : le saumon fumé en France

3.2.1. Le marché et la filière du saumon fumé

Tableau 30

Le marché français du saumon fumé

tonnes	2014	2015	Évolution 2015-2014
Production	27 252	22 874	- 16,06 %
Import	7 894	8 551	+ 8,32 %
Export	3 385	3 522	+ 4,05 %
Consommation apparente	31 761	27 903	- 12,15 %

Source : Prodcum, Comext

Tableau 31

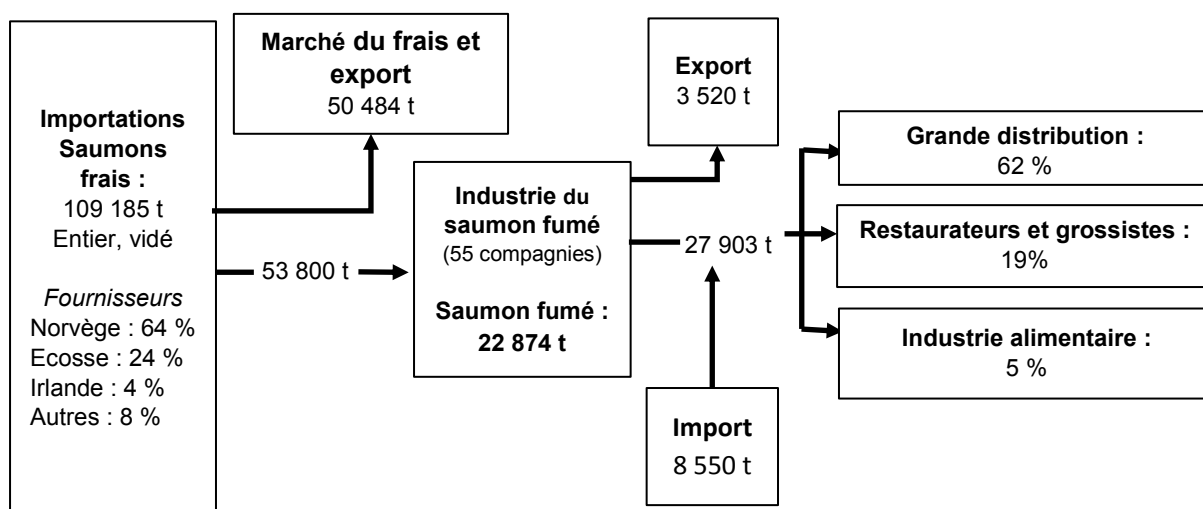
Achats des ménages du saumon fumé en France en 2016

	Part en volume	Prix moyen (€/kg)
Hyper et Supermarchés (hors hard discount)	73 %	30,71
Autres	27 %	26,39

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Schéma 17

La filière française de saumon fumé en 2015

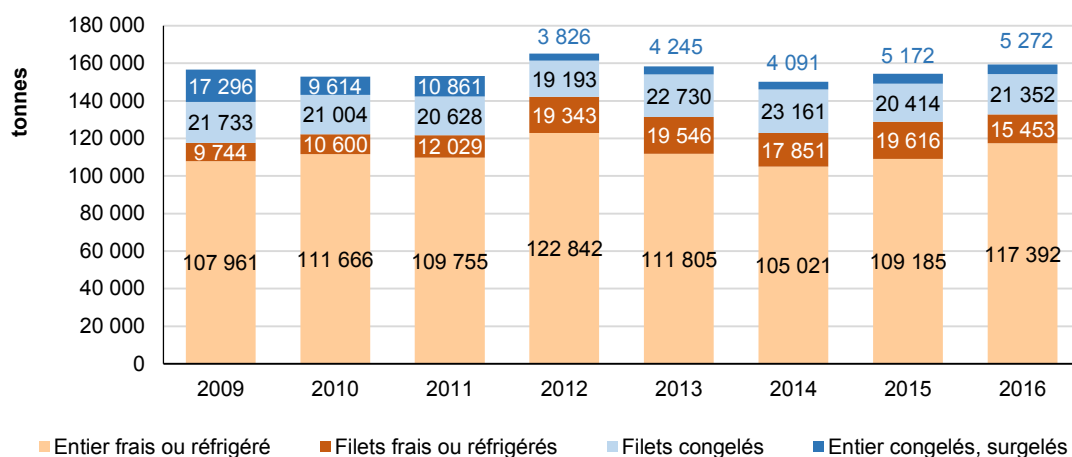


Source : Eumofa, Comext, Prodcum

La filière saumon fumé en France est principalement approvisionnée par du saumon frais (entier vidé) en provenance de Norvège (2/3 des volumes), d'Écosse et d'Irlande. L'industrie française du saumon compte 53 entreprises spécialisées dont 6 réalisent plus de 80% du chiffre d'affaires total. Ces entreprises ont produit près de 23 000 tonnes de saumon fumé en 2015. Une petite partie de cette production est destinée à l'exportation notamment vers l'Italie, 4^{ème} marché de consommation derrière l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Les 3/4 de la production française de saumon fumé sont destinés au marché intérieur principalement via la grande distribution. Enfin, la France importe annuellement 8 000 tonnes de saumon fumé, principalement en provenance de Pologne qui est le premier exportateur mondial de saumon fumé.

Graphique 173

Évolution des importations françaises de saumon frais et congelé



Source : FranceAgriMer d'après Douanes françaises

3.2.2. Résultat : décomposition du prix au détail du saumon fumé en GMS

Les importations de saumon frais représentent plus de 80 % des importations françaises de saumon et l'industrie française du saumon fumé s'approvisionne presque exclusivement en saumon Atlantique frais. Cette matière première a vu son prix progresser de plus de 60 % depuis 2006 sous l'effet d'une contraction de l'offre mondiale. Depuis fin 2015, des problèmes sanitaires (poux du saumon, micro-algues) et une diminution des densités des poissons ont entraîné une baisse des productions norvégiennes et chiliennes. En 2016, le poids de la matière première dans le prix au détail du saumon fumé représente environ 45 % du prix (contre 38 % en moyenne de 2013 à 2015) en raison d'une hausse de 30 % du prix à l'importation de saumon entier frais en France.

L'indicateur de marge brute globale des maillons « *intermédiaires* », mareyage (approvisionnement de l'industrie en saumon frais) et industrie (fumaison, tranchage, conditionnement), est calculé en déduisant le coût en matière première du prix moyen sortie usine du saumon fumé estimé à partir de l'enquête statistique nationale sous règlement communautaire « *Prodcom* » (Production Commercialisée des Industrie, Insee, SSP) qui fournit, par nature de produit, le chiffre d'affaires annuel et les tonnages afférents dans les secteurs de la transformation.

Jusqu'en 2010, les prix sortie usine ont eu tendance à décroître, faisant diminuer l'indicateur de marge brute intermédiaire du fait de la hausse du prix de la matière première.

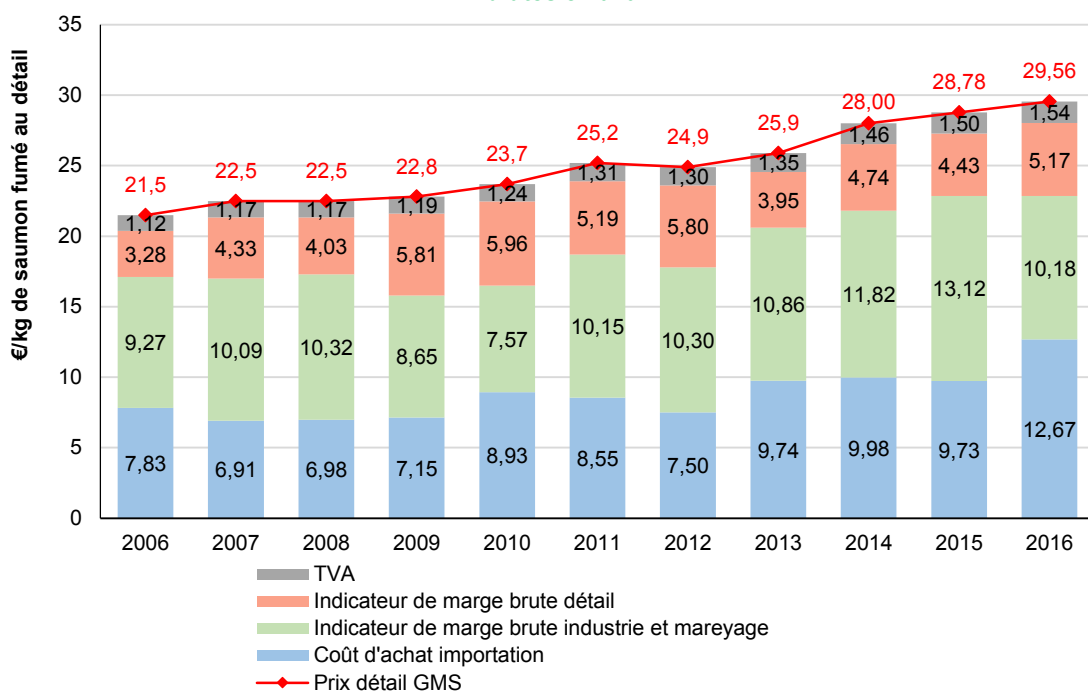
De 2011 à 2015, les prix industriels ont évolué de façon parallèle aux prix de la matière première. La hausse du prix de la matière première était intégralement répercutée à ce stade de la filière, la marge brute intermédiaire progressant de 5,55 €/kg entre 2010 et 2015.

La tendance semble s'inverser en 2016 puisque la marge brute industrielle recule de 2,94 € par rapport à 2015 et la hausse du prix de la matière première est entièrement amorti par le maillon industriel puisque le prix sortie usine est stable par rapport à 2015. Ce résultat est à considérer avec prudence puisque, pour l'année 2016, l'indicateur Prodcom n'étant pas encore disponible, le prix sortie usine a été estimé sur la base de l'évolution du prix de gros à Rungis, supposé représentatif des prix d'approvisionnement des GMS.

À l'exception de 2012, le prix au détail n'a cessé de progresser entre 2006 et 2016 (+ 37 % sur l'ensemble de la période). La marge brute de la distribution sur le saumon fumé a elle aussi progressé, la hausse du prix de la matière première a donc été intégralement répercutée au consommateur le long de la chaîne de valeur, et même au-delà. La forte hausse du prix moyen au détail de 2014 est toutefois à interpréter avec prudence car elle peut être en partie due à une évolution qualitative de l'offre.

Graphique 174

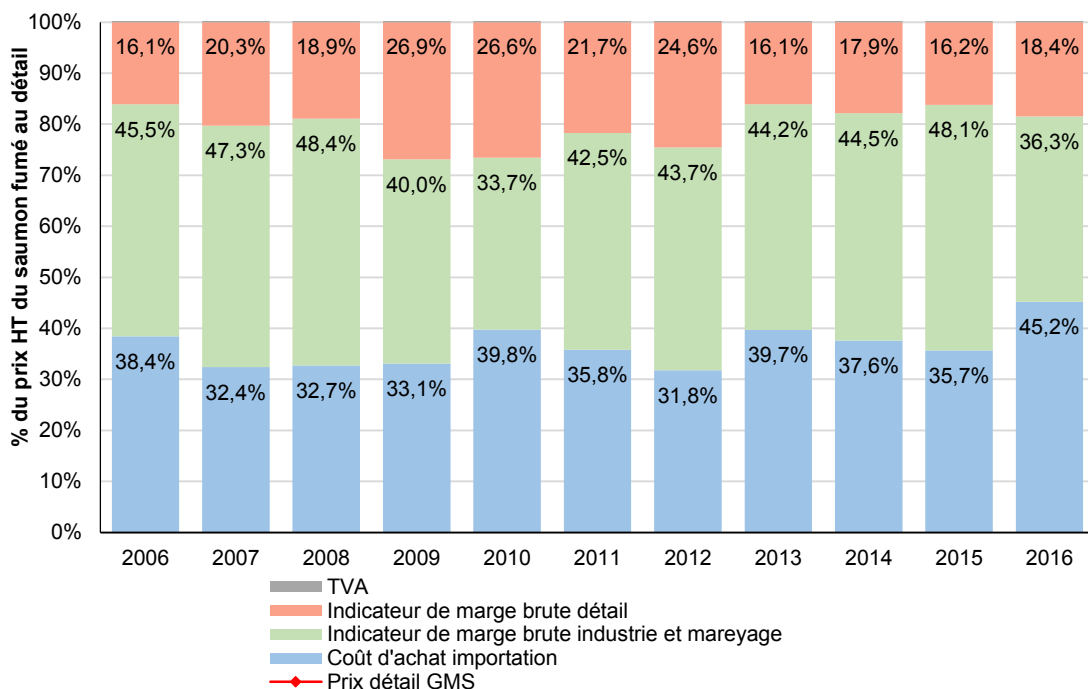
Composition du prix moyen annuel au détail du saumon fumé en GMS en matière première importée et marges brutes en aval



Source : FranceAgriMer d'après Eumofa, Douanes françaises, Prodcum (Insee) et Kantar Worldpanel

Graphique 175

Composition du prix moyen annuel au détail du saumon fumé en GMS en matière première importée et marges brutes en aval



Source : OFPM, FranceAgriMer d'après Eumofa, Douanes françaises, Prodcum (Insee) et Kantar Worldpanel

3.3. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : le lieu noir

3.3.1. Le marché du lieu noir

Tableau 32

Le marché français du lieu noir

Tonnes EPV	2014	2015	Évolution 2015-2014
Production	13 870	13 750	-0,9%
Import	38 170	36 830	-3,6%
Export	6 480	6 730	3,7%
Consommation apparente	45 560	43 850	-3,9%

EPV : équivalent poids vif

Source : Eumofa, COMEXT

Tableau 33

Achats des ménages du lieu noir en France en 2015

	Part en volume	Prix moyen (€/kg)
GMS	82 %	9,30
Autres	18 %	15,0

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

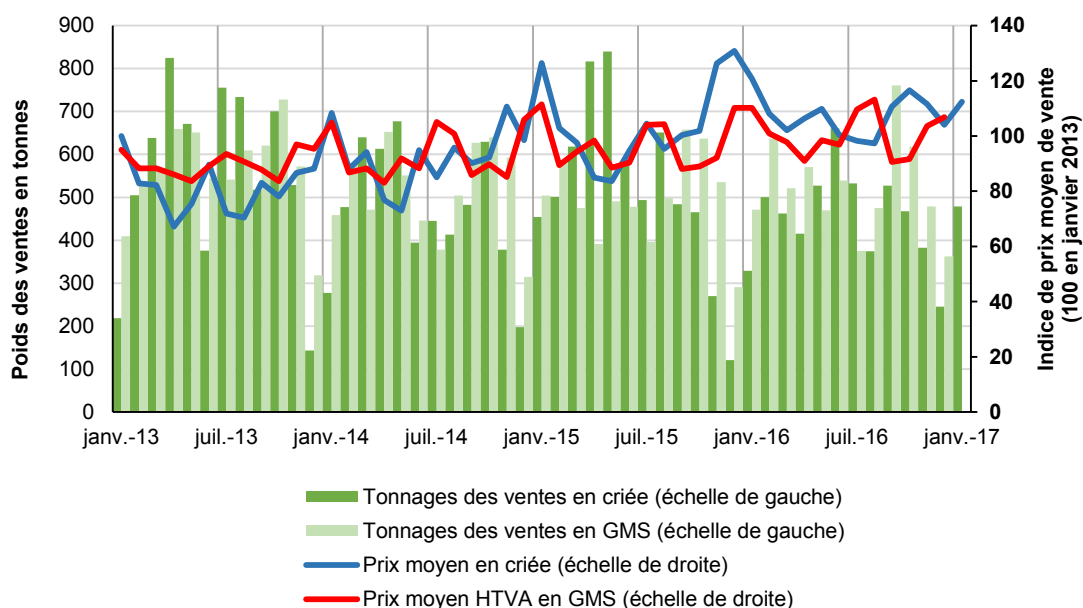
La ressource est importée à 73%. Faute d'autres données, on a retenu pour prix de la ressource celui du lieu noir en criée. Par ailleurs, les données de prix au détail en GMS du panel Kantar ne distinguent pas l'origine des produits. Ce faisant, la décomposition du prix au détail du lieu noir en GMS présenté ci-après suppose implicitement que les prix au détail en GMS diffèrent peu selon l'origine du produit et également que le prix du lieu noir frais importé est peu différent du prix du produit en criée.

3.3.2. Résultat : décomposition du prix au détail du lieu noir en GMS

Le prix au détail du lieu noir présente une saisonnalité assez marquée, reproduisant celle du prix en criée (sauf en 2016) et montrant deux périodes de prix élevés : en décembre-janvier et en juillet-août, périodes qui correspondent à des minima de consommation et de débarquement (Graphique 176). En valeurs absolues (Graphique 177) et non plus en indices, les variations saisonnières du prix au détail sont plus importantes que celles du prix en criée. Cette situation de « *sur-transmission* » des variations de prix en amont dans le prix de détail se rencontre également dans les filières des fruits et des légumes frais, contrairement aux filières de produits transformés. Elle révèle le rôle déterminant des variations saisonnières la demande dans celles du prix au détail de ces produits.

Graphique 176

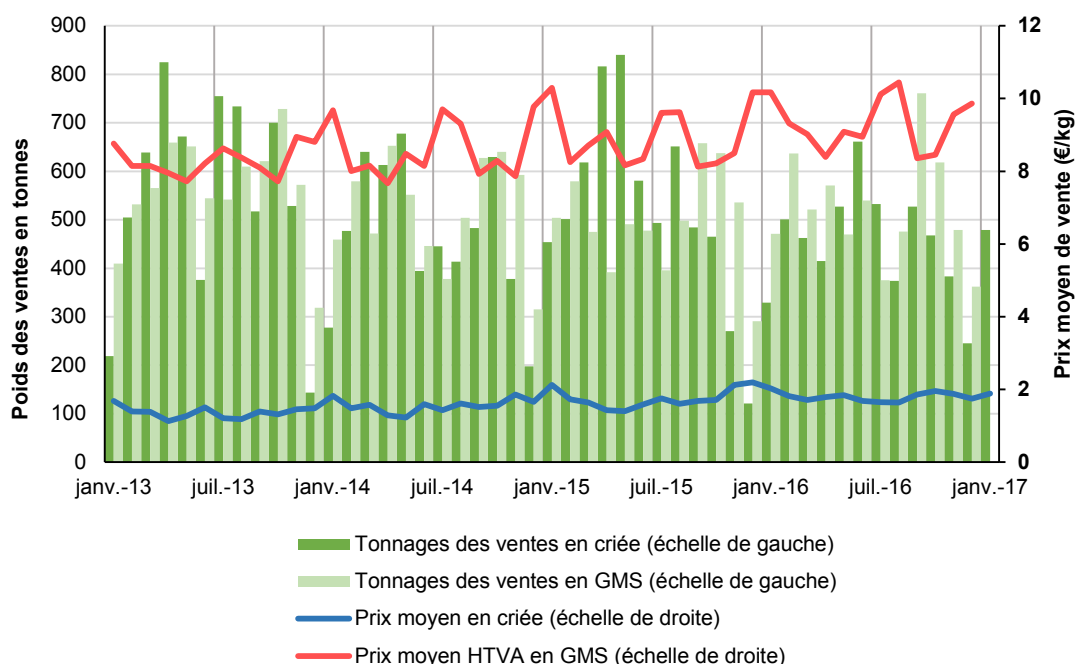
Indices de prix et volumes des ventes de lieu noir en criées et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 177

Prix et volumes des ventes de lieu noir en criées et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Du fait de cette « *sur-transmission* », l'indicateur de marge brute de la GMS paraît également saisonné, avec des maxima qui coïncident approximativement avec ceux du prix (ou de coût d'achat) en criée (sauf en 2016). Cette amplification des variations de la valeur en criée dans celles du prix au détail paraît paradoxal car les variations de l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste, en étant grossièrement en opposition de phase avec celle de la valeur en criée, tendent à lisser le prix d'approvisionnement des GMS (Graphique 178 et Graphique 179)⁴⁹. Certains mois, l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste peut apparaître négatif (novembre 2015, janvier 2016).

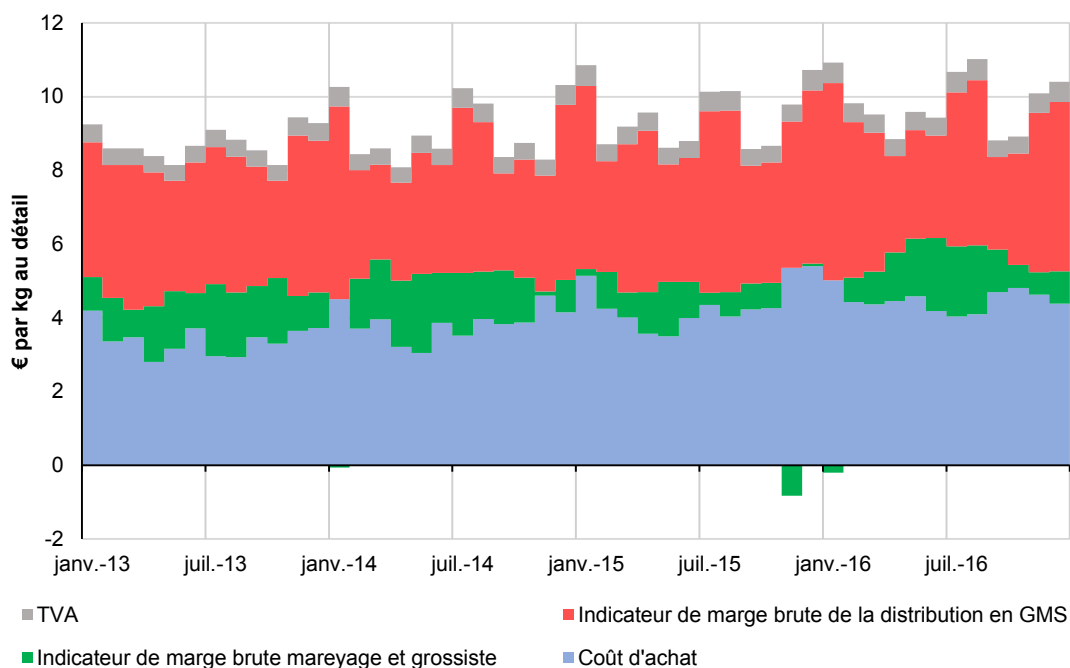
En moyenne annuelle, la part relative de l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste dans le prix au détail (Graphique 180) apparaît à la fois plus faible et, variant entre 7% (2015) et 16% (2013), plus volatile que celle des GMS.

Ces remarques sur l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste sont toutefois à considérer avec prudence car cet indicateur n'a pu qu'être estimé, faute de données plus appropriées, sur la base des prix de gros à Rungis, supposés représentatifs des prix d'approvisionnement des GMS auprès des mareyeurs, et ce dans l'hypothèse où les GMS recourent effectivement à ce type d'approvisionnement, plutôt qu'à des achats directs en criée.

⁴⁹ Dans l'hypothèse où les GMS achetaient plutôt directement en criée, et non pas via le circuit mareyage-grossiste, le relatif parallélisme observé entre prix en criée et prix au détail rappellerait celui qu'on observe pour les fruits et légumes frais non transformés, entre prix à l'expédition et prix au détail.

Graphique 178

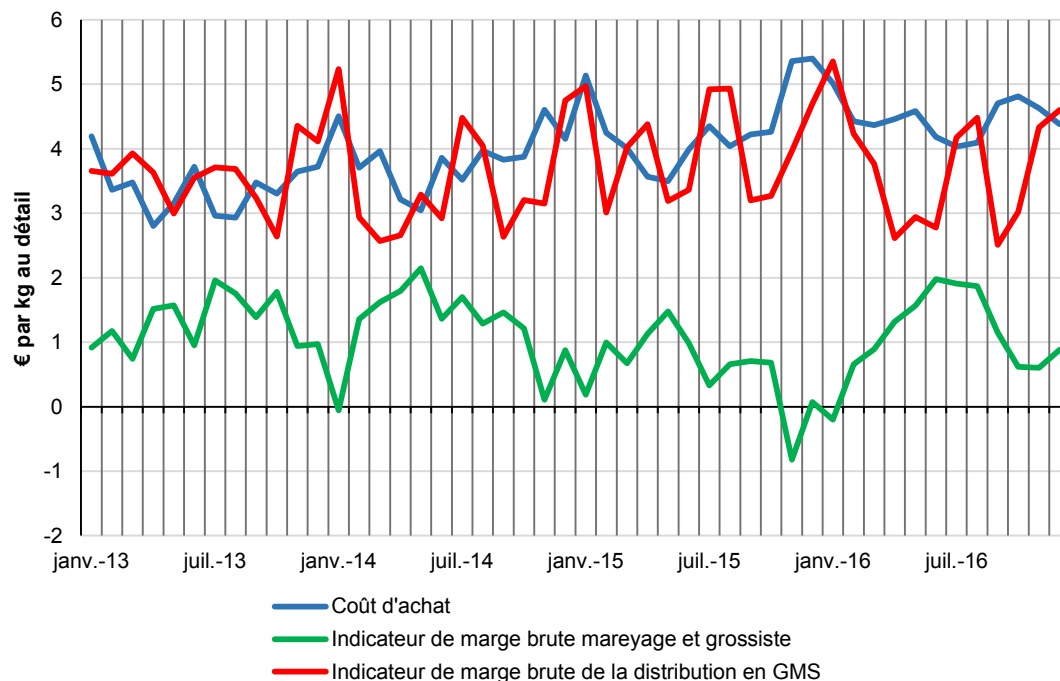
Composition du prix moyen mensuel au détail du lieu noir en GMS en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

Graphique 179

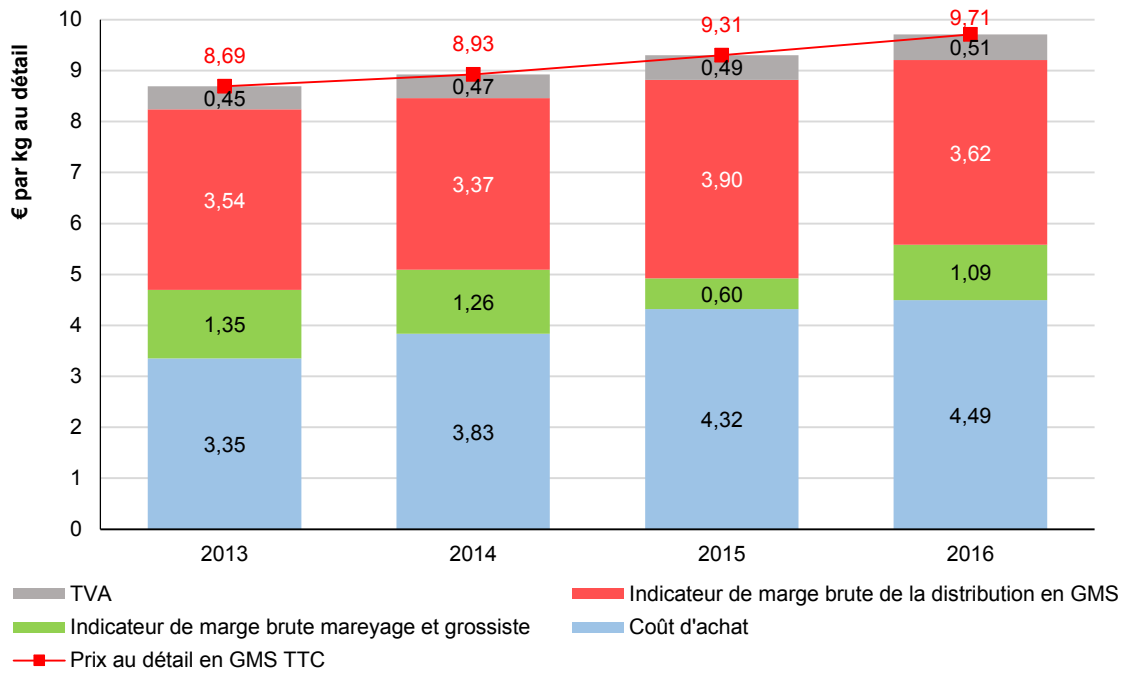
Coût d'achat et Indicateurs de marges brutes moyens mensuels aux stades gros-mareyage et détail en GMS pour le lieu noir



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

Graphique 180

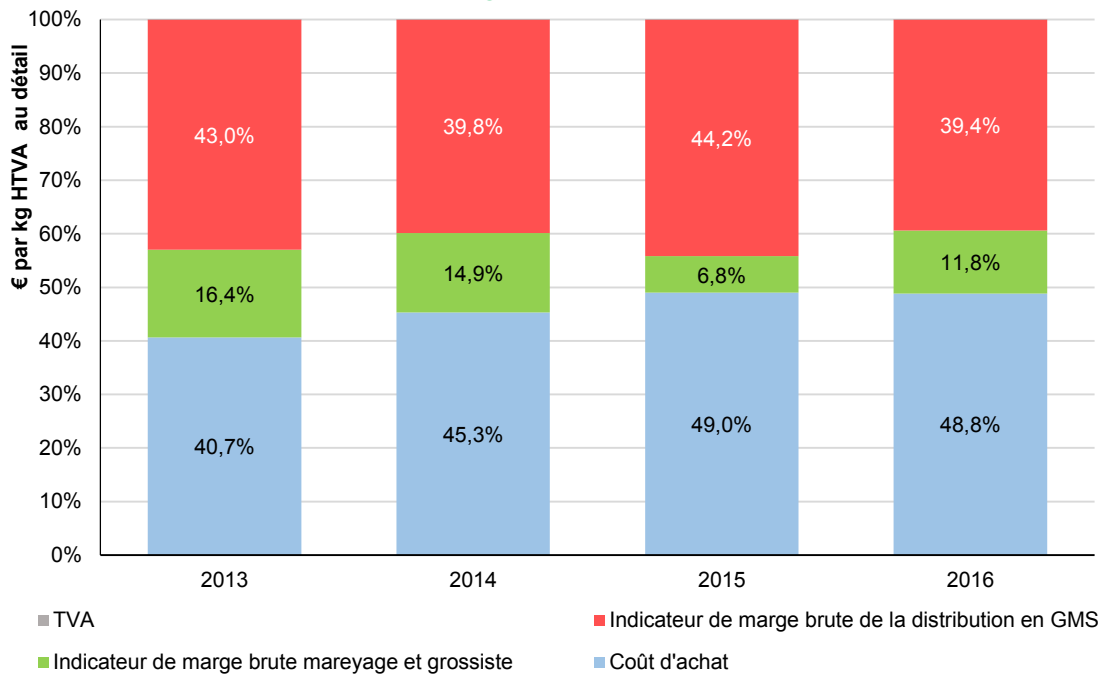
Composition du prix moyen annuel au détail du lieu noir en GMS en coût d'achat en créée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-créées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

Graphique 181

Composition en pourcentage du prix moyen annuel HT au détail du lieu noir en GMS en coût d'achat en créée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-créées, réseau des nouvelles des marchés et Kantar Worldpanel

3.4. Prix et indicateurs de marges brutes dans la filière des produits aquatiques : la sole

3.4.1. Le marché de la sole

Tableau 34

Le marché français de la sole

Tonnes EPV	2014	2015	Évolution 2015-2014
Production	7 690	6 380	- 17 %
Import	2 570	2 290	- 11 %
Export	2 590	1 890	- 27 %
Consommation apparente	7 660	6 780	- 12 %

EPV : équivalent poids vif

Source : FranceAgriMer d'après DPMA, COMEXT

Tableau 35

Achats de sole par les ménages, France, 2015

	Part en volume	Prix moyen (€/kg)
GMS (hors maxi discompte)	48 %	17,63
Poissonneries	19 %	23,21
Marchés et foires	24%	22,02
Autres	9%	nd

Source : FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

La ressource est importée à 25%. Faute d'autres données, on a retenu pour prix de la sole celui du produit en criée. Par ailleurs, les données de prix au détail en GMS du panel Kantar ne distinguent pas le calibre ni l'origine des produits. La décomposition du prix au détail de la sole GMS présentée ci-après suppose implicitement que les prix au détail en GMS diffèrent peu selon l'origine du produit et également que le prix du de la sole importée est peu différent du prix du produit en criée. Les prix moyens étudiés sont tous calibres confondus, la structure de l'offre en différents calibres pouvant évoluer.

3.4.2. Résultat : décomposition du prix au détail de la sole en GMS

La saisonnalité des prix au détail de la sole est assez marquée (baisse au premier trimestre et hausse pendant la période estivale) et reproduit parfaitement la saisonnalité des prix en criées. La période de prix bas de janvier à mars correspond au pic saisonnier de captures. On notera que les volumes de sole commercialisés en GMS semblent peu élevés par rapport aux volumes débarqués en criées. Une part importante de la consommation de sole a lieu en restauration commerciale. Exception parmi les espèces françaises, la sole présente une balance commerciale faiblement négative, voire certaines années positive (exportations supérieures aux importations en volumes). La sole apparaît comme un produit d'appel, ou devant être régulièrement présent en rayon des GMS qui, certains mois, renoncent à leur marge sur cet article pour la maintenir dans sa gamme proposée au consommateur.

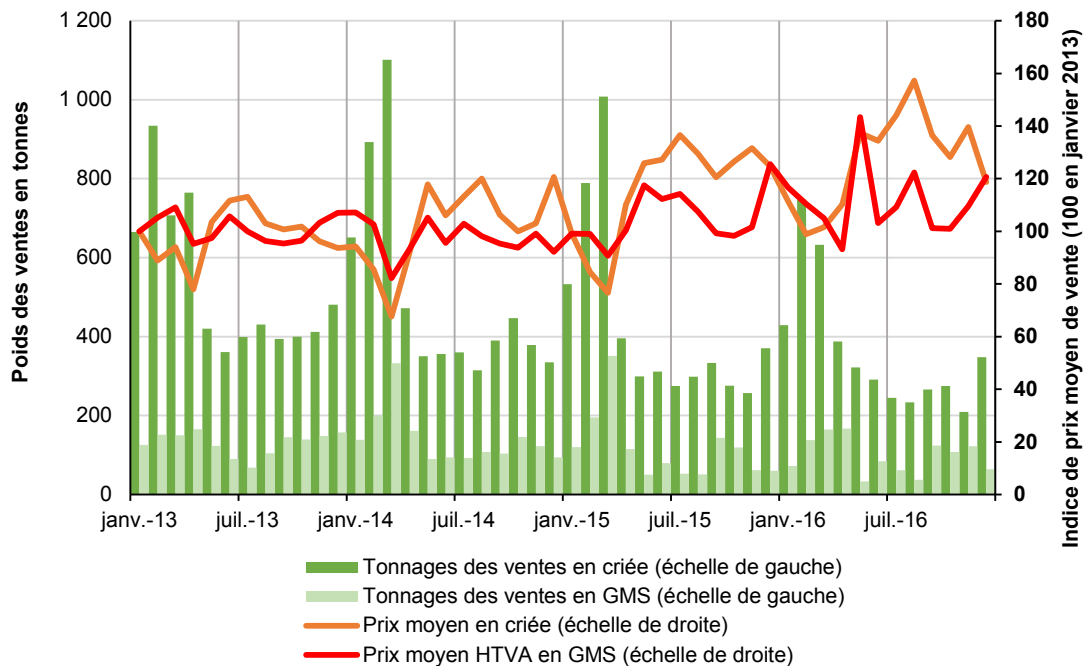
Compte tenu du prix élevé de la sole à la première vente, la matière première représente entre 65 et 85 % du prix au détail. Ainsi, les indicateurs de marges brutes du maillon intermédiaire et de la distribution sont relativement faibles et peuvent même apparaître négatifs certains mois. La marge brute intermédiaire semble évoluer parallèlement au prix de la matière première alors que la marge brute de la distribution évolue en opposition de phase avec les précédents maillons : l'indicateur de marge brute de la transformation est maximum quand le prix en criée est minimum et l'indicateur de marge brute de la distribution est maximum quand le prix en criée est plus élevé au moment où l'offre est faible.

En moyenne annuelle, la part relative de l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste dans le prix au détail apparaît plus faible que celle des GMS.

Ces remarques sur l'indicateur de marge brute du maillon mareyage-grossiste sont toutefois à considérer avec prudence car cet indicateur n'a pu qu'être estimé, faute de données plus appropriées, sur la base des prix de gros à Rungis, supposés représentatifs des prix d'approvisionnement des GMS auprès des mareyeurs, et ce dans l'hypothèse où les GMS recourent effectivement à ce type d'approvisionnement, plutôt qu'à des achats directs en criée.

Graphique 182

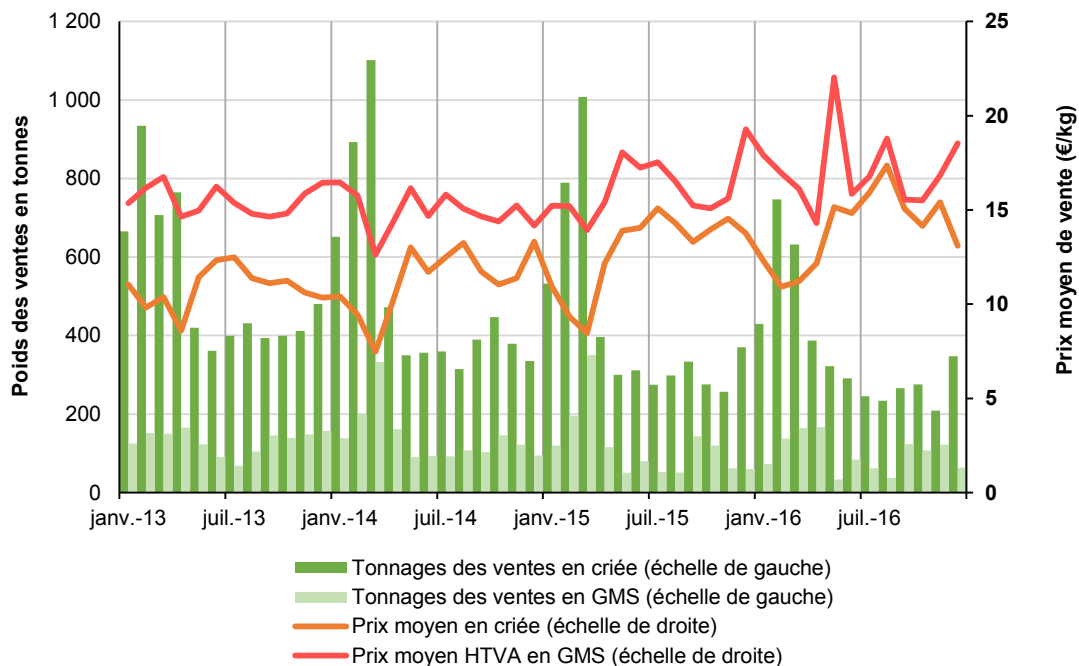
Indices de prix et volumes des ventes de la sole en criées et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 183

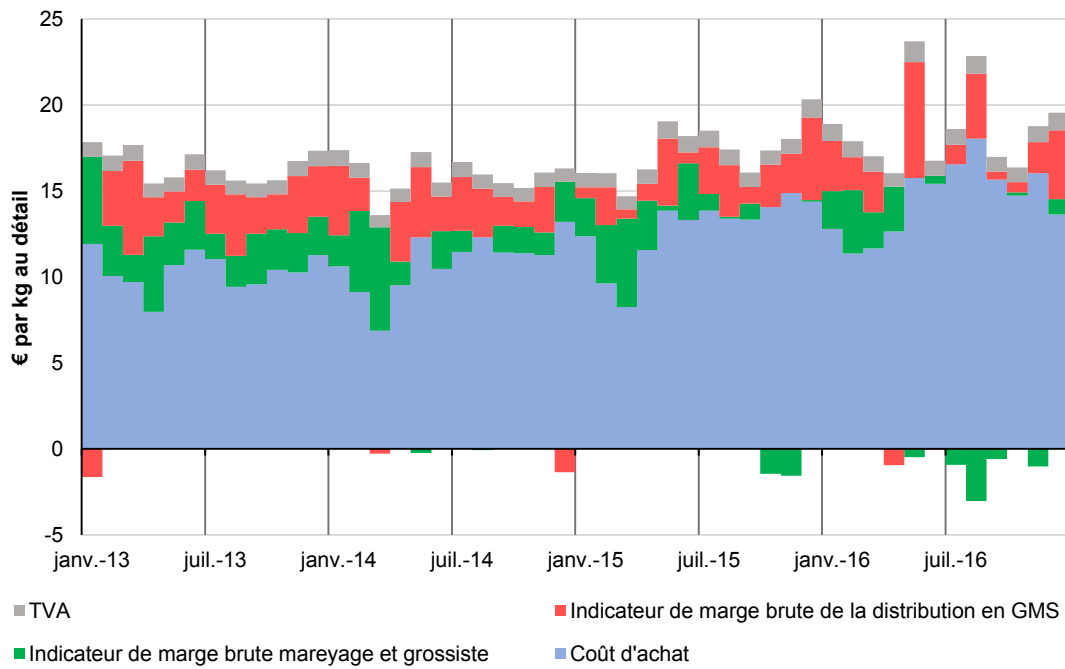
Prix et volumes des ventes de lieu noir en criées et au détail en GMS



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 184

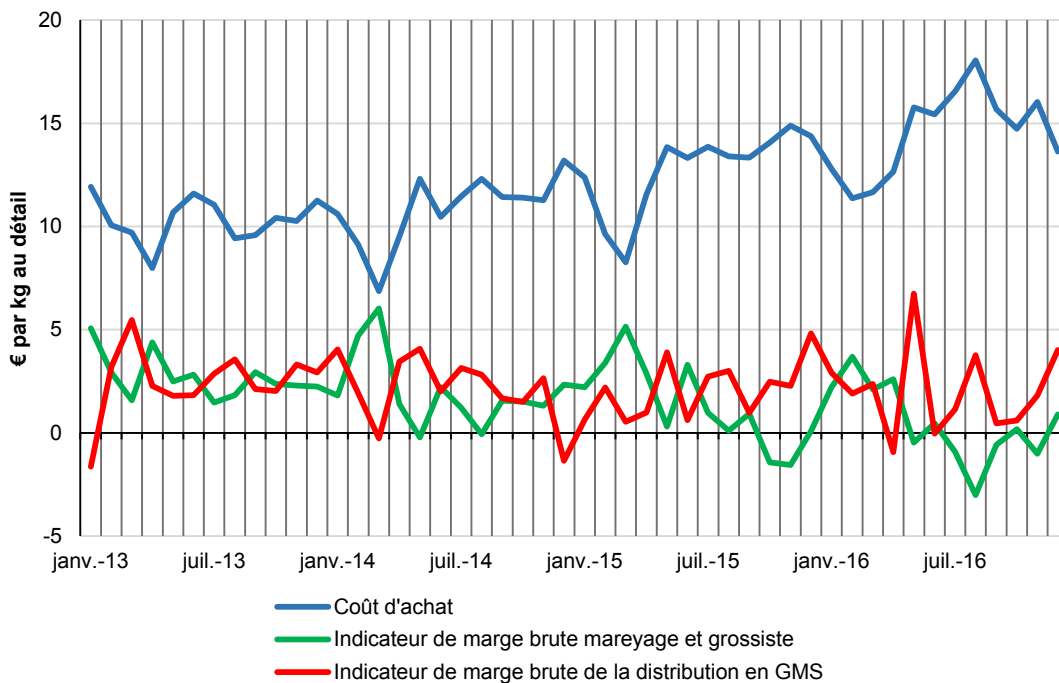
Composition du prix moyen mensuel au détail de la sole en GMS en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 185

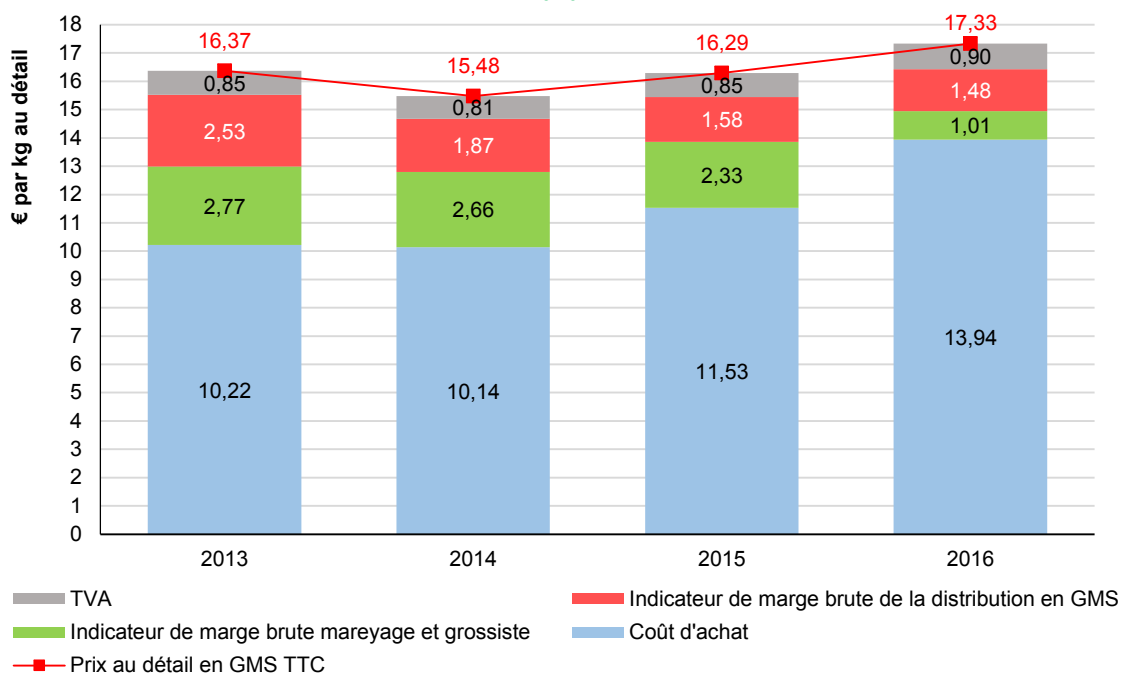
Coût d'achat et Indicateurs de marges brutes moyens mensuels aux stades gros-mareyage et détail en GMS pour la sole



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 186

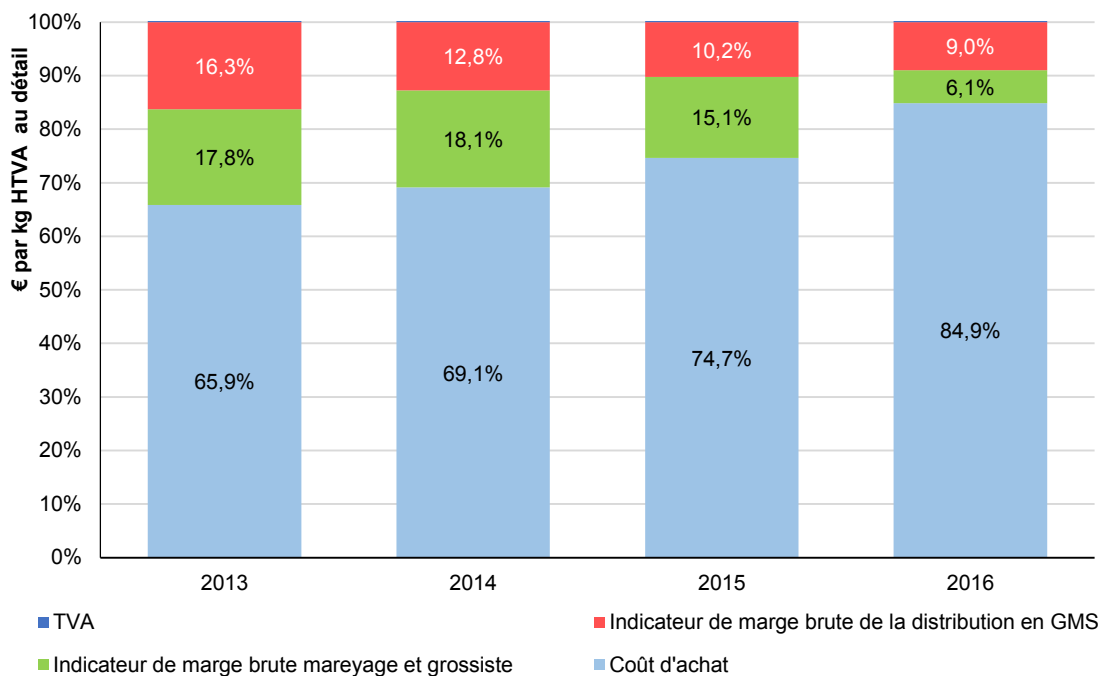
Composition du prix moyen annuel au détail de la sole en GMS en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

Graphique 187

Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail de la sole en GMS en coût d'achat en criée et marges brutes en aval



Source : OFPM, d'après FranceAgriMer-réseau inter-criées, Kantar Worldpanel

4. COMPTE DU COMMERCE DE DÉTAIL SPÉCIALISÉ DE LA POISSONNERIE

Remarque importante :

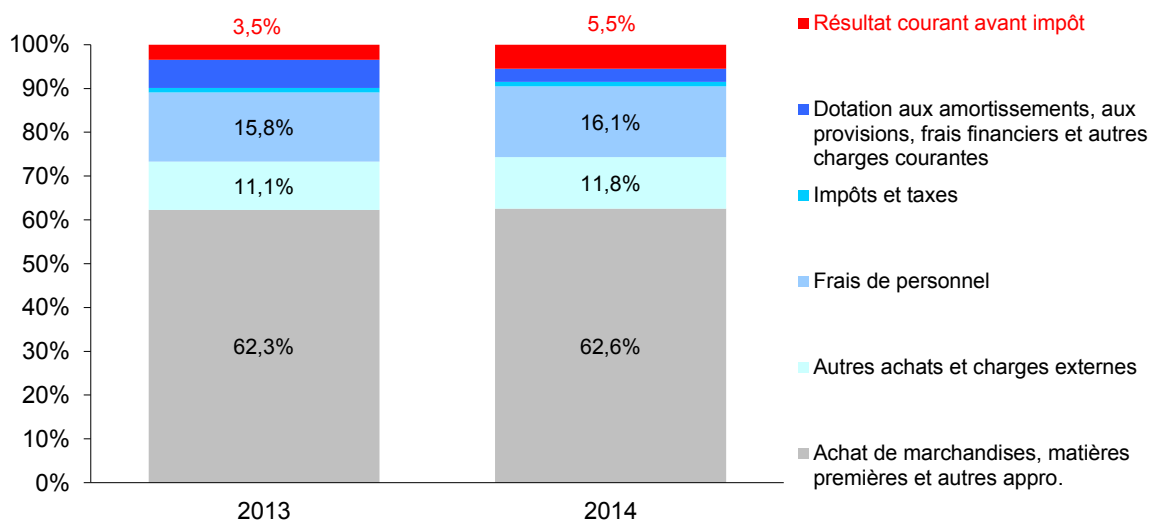
Des modifications substantielles dans l'enquête Esane (Insee) entraînent des estimations différentes de certains postes (le résultat courant, notamment) pour une même année et ne permettent plus de prolonger la série précédente des comptes des entreprises du commerce de détail spécialisé de la poissonnerie. Seuls les comptes des deux dernières années disponibles dans Esane, soit actuellement 2013 et 2014, sont comparables et donc présentés ci-après.

Les comptes du secteur du commerce de détail spécialisé de poissonnerie sont disponibles dans la base de données Esane de l'Insee. Les dernières données disponibles au moment de la rédaction du rapport sont celles de 2014. La comparaison de ces données avec celles recueillies en GMS (Cf. paragraphe 5 page suivante) permet de compléter l'analyse de ces dernières.

Les achats de matière première représentent ici 62,3 % de l'ensemble des produits en 2013 et 62,6 % en 2014. Le taux de marge brute (parties non grisées des histogrammes du Graphique 188), de 37,7 % des produits en 2013 à 37,4 % en 2014, est sensiblement supérieur à celui constaté en GMS en 2015 (25,5%). L'écart entre les taux de marge brute des deux circuits (environ 12 points de CA de plus pour le circuit spécialisé) recouvre principalement celui entre leurs marges nettes (ou résultats courants). Dans les entreprises artisanales du détail spécialisé, le résultat courant (3,5 % en 2013 et 5,5 % en 2014) est principalement une rémunération du travail – non salarié - du commerçant. Dans les rayons des GMS, la marge nette telle que nous la calculons est principalement une rémunération de capital. Autre charge à couvrir par la marge brute, les frais de personnel salarié représentent 15,8 % à 16,1 % des produits dans le détail spécialisé, contre plus de 20% dans le rayon des GMS.

Graphique 188

Structure des charges des entreprises de commerce de détail spécialisé de poissonnerie



Source : Esane (Insee)

5. COMPTE DU RAYON POISSONNERIE DES GMS

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

5.1. Le rayon poissonnerie des GMS par rapport aux autres rayons étudiés

Le rayon marée contribue pour 9 % au chiffre d'affaires total des rayons étudiés, pour 7 % à leur marge brute, pour 14 % à leurs frais de personnel dédié. Ces frais sont liés à la préparation des articles pour la vente (vidage, écaillage, coupe) voire à l'élaboration de portions préemballées pour le libre-service (plusieurs hypermarchés réalisent des UVCM de produits de la mer) ainsi qu'à la pratique de la vente assistée traditionnelle fréquente surtout en hypermarchés. La marge nette du rayon après affectation des charges communes est négative.

5.2. De la marge brute à la marge nette du rayon poissonnerie des GMS

Le rayon marée présente une marge brute rapportée au chiffre d'affaires de 25,4%. Ce taux est inférieur de plus de 3 points à la moyenne des rayons étudiés, du fait du prix relativement élevé des approvisionnements et des pertes ou freintes en rayon, dues à la préparation des produits et à leur périssabilité. S'imputent sur cette marge brute « serrée », des frais de personnel dédié importants, relativement au chiffre d'affaires. Ils s'élèvent à 15,2 € pour 100 € de chiffre d'affaires. Dans l'ordre décroissant de ce critère, le rayon se classe au 2^{ème} rang après le rayon boulangerie-pâtisserie-viennoiserie.

La marge semi-nette est ainsi de 10,2 € en moyenne pour 100 € de chiffres d'affaires, nettement inférieure aux autres charges (18,2 €). La répartition des charges communes pénalise donc ce rayon, conduisant à une marge nette négative, de - 8,0 € avant réaffectation de l'impôt sur les sociétés et de - 5,1 € après.

Tableau 36

Charges et marges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes pour le rayon poissonnerie

	Poissonnerie	
	Moyenne des 7 enseignes pour 100 € de CA	Indication sur la dispersion des résultats autour de la moyenne
Chiffre d'affaires du rayon	100,0	
Coût d'achat des produits du rayon	74,6	
Marge brute	25,4	Peu dispersées
Frais de personnel du rayon	15,2	Sensiblement dispersées
Marge semi-nette	10,2	
Autres charges	18,2	
Marge nette avant répartition de l'impôt sur les sociétés	-8,0	
Impôt sur les sociétés	-2,9	
Marge nette après répartition de l'impôt sur les sociétés	-5,1	Fortement dispersées, +/- 3 €

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

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

5.3. Détail des charges du rayon poissonnerie des GMS

Pour 100 € de chiffre d'affaires, le rayon poissonnerie supporte directement 17,8 € de charges spécifiques, contre 11,3 € pour la moyenne tous rayons étudiées. Ces charges spécifiques du rayon marée comprennent 15,2 € de frais de personnel dédié (9,3 € pour la moyenne tous rayons) et 2,6 € d'autres coûts directs. Ces derniers sont également plus élevés (rapportés au chiffre d'affaires) que la moyenne des rayons étudiés (2 €). Ils recouvrent les approvisionnements spécifiques (emballages), les fluides (poste important pour un rayon réfrigéré et consommateur d'eau), les frais sur les matériels et équipements spécifiques (réfrigération). Aux charges spécifiques du rayon s'ajoutent des charges communes réparties, dont le poids dans le chiffre d'affaires ne distingue pas particulièrement le rayon marée (15,6 €) de la moyenne (16,4 €), hors répartition de l'impôt sur les sociétés.

Au total, le rayon supporte 30,5 € de charges (avant IS et hors achat des produits) pour 100 € de chiffre d'affaires, il se place au deuxième rang des rayons étudiés dans l'ordre décroissant ce critère après la boulangerie – pâtisserie - viennoiserie.

Tableau 37

Charges rapportées au chiffre d'affaires hors TVA du rayon en 2015 : Moyennes toutes enseignes du rayon poissonnerie pour 100 € de CA

		Poissonnerie
Charges directes du rayon	Frais de personnel du rayon	15,2
	Appro. stockables : consommables, emballages ... pour le rayon	0,3
	Eau, gaz, électricité pour le rayon	0,8
	Amortissement, entretien, réparation des matériels du rayon	0,8
	Taxes, cotisations et redevances affectées au rayon	0,7
	Autres charges liées à l'activité du rayon	0,0
	Sous-total : charges directes du rayon	17,8
Charges communes réparties	Immobilier	1,9
	Personnel hors rayon	5,7
	Frais financiers	0,2
	Autres charges communes réparties (1)	7,7
	Répartition de l'impôt sur les sociétés	-2,9
	Sous-total : charges communes réparties	12,7
Total des charges imputées au rayon		30,5

Source : FranceAgriMer, enquête auprès des enseignes sur les comptes 2015

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

Chapitre 4. L'euro alimentaire

1. OBJECTIF, MÉTHODE, LIMITES

1.1. Objectif

L'objectif de cette analyse est d'évaluer **comment se répartit la dépense alimentaire** (tous produits confondus⁵⁰) **du consommateur entre les différentes branches de l'économie**, contribuant « *de près ou de loin* », à la production alimentaire : branche de l'agriculture, branche des industries alimentaires et branche du commerce agroalimentaire, mais aussi : transports, services, autres industries et autres commerces... auprès desquelles les branches précédentes achètent des consommations intermédiaires, redistribuant ainsi une partie des dépenses alimentaires des consommateurs. On vise ici en effet à poursuivre la décomposition de la valeur de la dépense alimentaire au-delà des comptes des seules branches identifiées dans l'approche « *filière* » classique (agriculture, industrie agroalimentaire, commerces de gros et de détail en produits agricoles et agroalimentaires). On prend en compte ainsi le fait que **la dépense alimentaire** contribue non seulement à **rémunérer le travail et le capital dans les branches agroalimentaires** de la filière, *via* les valeurs ajoutées qui s'y constituent, mais qu'elle participe également à **la rémunération de ces facteurs (travail, capital) dans toutes les branches de l'économie**, à hauteur de leur contribution à la production de biens et de services utilisés, directement ou indirectement, pour la production et la distribution d'aliments.

1.2. Méthode

La méthode, inspirée de travaux du service de recherche économique du département de l'agriculture des États-Unis (USDA-ERS) sur le « *food dollar* » (Canning, 2011) est décrite en détail dans diverses publications, consultables en ligne sur le site de l'observatoire, dont :

- [Le partage de l'euro alimentaire : première estimation incluant la restauration. La Lettre de l'OBSERVATOIRE, n° 11, décembre 2016 ;](#)
- [L'euro alimentaire en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches. \(Butault° J.P., Boyer Ph.\). 6^{èmes} Journées de recherches en sciences sociales ; Inra, Sfer, Cirad. Toulouse, décembre 2012.](#)

Les calculs utilisent les tableaux entrées-sorties (TES) de la comptabilité nationale⁵¹, qui ventilent chaque produit (ligne du TES) en utilisation comme consommation intermédiaire par chaque branche (en colonne), puis en demande finale (exportation, consommation).

1.2.1. Deux décompositions de la consommation alimentaire...

Une première analyse (paragraphe 2) calcule à partir du TES la **valeur de la production agricole incluse dans la valeur de la consommation alimentaire**. C'est, par exemple « *la valeur de la vache incluse dans celle du steak* », soit la production agricole domestique nécessaire pour satisfaire la consommation alimentaire, évaluée sans double compte. Sans double compte : c'est à dire, donc hors intraconsommations de la branche agricole (par exemple, production agricole de semences de blé incluse dans la production de blé utilisée pour la production de pain) et hors « *intraconsommations indirectes de la branche agricole* » : produits agricoles utilisés pour la production d'autres produits qui sont eux même utilisés par la production agricole (par exemple, production de maïs utilisée pour la fabrication d'aliments industriels eux-mêmes utilisés dans la production animale). La production agricole incluse dans la consommation alimentaire comprend la production par l'agriculture des aliments non transformés (fruits et légumes frais, œuf frais, miel...) et des produits agricoles transformés en aliments par l'industrie alimentaire. Elle inclut également d'autres produits agricoles utilisés comme intrants dans les diverses activités concourant directement ou non à la production et à la distribution des produits alimentaires (par exemple, productions végétales sources de production d'énergie utilisée par le transport de produits nécessaires à la production alimentaire...) hors double comptes signalés plus haut.

⁵⁰ La nomenclature des sources indispensables pour ces travaux ne permettent pas – hélas- de distinguer les différentes filières agroalimentaires.

⁵¹ Les TES requis sont les TES « *symétriques* » (nombre de branches égal au nombre de produits), dans leur version pour Eurostat, comprenant un TES des produits domestiques, un TES de produits importés et un TES complet avec passage du prix de base au prix d'acquisition. Les calculs requièrent en outre de disposer des tableaux d'équilibres emplois-ressources (ERE) de l'Insee dans une version détaillée (avec marges de commerce et de transport distinctes sur consommations intermédiaires et finales).

À cette production agricole incluse, s'ajoutent, pour constituer la valeur de la consommation alimentaire, des importations d'aliments (dites importations finales), les valeurs créées en aval de la production agricole par l'industrie, le commerce, les services..., et les taxes

La seconde analyse (paragraphe 3) décompose la consommation alimentaire en valeurs ajoutées, importations finales, importations intermédiaires (produits importés utilisés comme intrants dans les différentes activités concourant directement ou non à la production et à la distribution des produits alimentaires) et en taxes.

La valeur ajoutée est la ressource qui assure la rémunération des services des deux facteurs de production primaires : le travail et le capital. Il s'agit de « *rémunération brute* », soit, s'agissant du capital, d'excédent brut d'exploitation, se décomposant en épargne, impôt sur les sociétés, intérêts, revenus distribués aux propriétaires du capital.

Les principes des calculs nécessaires à ces deux analyses sont décrits dans la [lettre de l'OBSERVATOIRE n°11](#).

1.2.2. ... qui incluent pour la première fois la restauration

Dans ce qui va suivre, la consommation alimentaire domestique ainsi analysée comprend la **restauration**, au sens large de « *services alimentaires* » (restaurants, cantines d'entreprises, vente à emporter, livraison de repas à domicile). Auparavant (dans les éditions précédentes du rapport de l'observatoire), la consommation alimentaire prise en compte se limitait aux dépenses dans les points de vente au détail et aux achats directs aux producteurs. L'inclusion de la restauration a nécessité des hypothèses, des adaptations et des approximations, développées dans [lettre de l'OBSERVATOIRE n°11](#), car la « *matière première* » des calculs - les tableaux entrées-sorties – agrègent dans une même branche (et dans même produit, ou service) l'hébergement et la restauration.

Par ailleurs, certaines améliorations ont été apportées à la méthode et aux données, modifiant légèrement les résultats antérieurement obtenus pour l'euro alimentaire hors restauration.

Outre celles évoqués plus haut s'agissant de l'inclusion de la restauration, d'autres limites importantes de l'approche doivent être signalées :

- Une partie de la restauration, relativement limitée en regard de la consommation alimentaire, reste non prise en compte. Il s'agit des services de restauration non dissociables de la consommation d'un autre service (hébergement, hospitalisation) dont le montant est inconnu, ou ressortit de la consommation intermédiaire des entreprises (repas d'affaires) et ne constitue donc pas une consommation considérée comme « *finale* » (effectuée par des ménages) ;
- la nomenclature des TES ne permet pas, dans une branche donnée, de différencier les coefficients techniques (rapports entre intrants et production) selon que la production est destinée à la consommation finale ou à la consommation intermédiaire, ou encore à l'exportation. Par exemple, pour la branche Industries alimentaires, le coefficient liant la production de la branche avec les intrants fournis par la branche agricole est considéré comme identique qu'il s'agisse de la production d'aliments donnant lieu à consommation finale domestique, de celle de produits agroalimentaires réutilisés dans les industries alimentaires, ou de celle de produits exportés ;
- la nomenclature des TES ne permet non plus pas de conduire l'analyse par nature de produits alimentaires (par exemple : viandes, produits laitiers, etc. ...) car l'ensemble des industries alimentaires est agrégé dans une seule branche ; de même, l'agriculture, qui fournit la partie de la demande finale en produits non transformés, n'y est pas éclatée par production⁵² ;
- les données annuelles indispensables pour effectuer la décomposition étant d'élaboration complexe, elles ne sont disponibles que 3 années après l'année civile sur laquelle elles portent. Ainsi, au moment du « *bouclage* » de ce rapport (janvier 2017), **les dernières données disponibles sont celles de 2013**.

⁵² Dans l'étude [Les emplois liés aux filières de l'élevage en Bretagne : état des lieux quantitatif et qualitatif](#), (CGDD, 2016), pour un autre objectif que celui de l'euro alimentaire, les auteurs ont construit un « *TES régional* » dans lequel les branches agriculture et industrie alimentaire régionale sont éclatées en différentes orientations agricole (élevages, cultures...) et industrielles (lait, viande...). La méthode pourrait éventuellement inspirer des travaux ultérieurs de l'observatoire sur l'euro alimentaire, à partir d'un TES national rendu plus détaillé que celui fourni par l'Insee et Eurostat. Ce ne pourrait être toutefois réalisé qu'au prix de nombreuses et souvent fortes approximations, qui fragiliserait les résultats.

Le Tableau 38 ci-dessous présente les différentes approches possibles de la consommation alimentaire, permise par les différentes sources.

L'approche en termes de consommation alimentaire « *effective par fonction* » distingue la consommation de produits alimentaires hors restauration (mais sans détail par produits) : 173 573 M€ en 2013, et la consommation de services de restauration : 58 083 M€ en 2013. On peut estimer la répartition du total « *alimentaire hors restauration* » entre produits de l'agriculture et produits des industries alimentaires en se fondant sur la *consommation finale par produit en nomenclature détaillée* fournies par les comptes nationaux (non représentée ici).

La nomenclature du TES n'est pas une nomenclature de *fonctions* mais de *produits* ; elle ne permet de cerner qu'approximativement la consommation alimentaire en l'assimilant à la consommation finale (c'est-à-dire, par les ménages) de produits *a priori* alimentaires. Ce faisant, cette nomenclature de produits étant insuffisamment détaillée, on intègre inévitablement des produits agricoles et des produits des industries alimentaires dont la consommation par les ménages *n'est pas alimentaire*. C'est principalement le cas des achats d'animaux domestiques (qui constituent une consommation finale de produits agricoles) et les dépenses en aliments à leur intention (c'est une consommation finale de produits des industries alimentaires, de nature alimentaire mais non humaine) ainsi que de fleurs et plantes (c'est consommation finale de produits agricoles).

Les calculs de l'euro alimentaire exigeant d'être effectués sur les TES, les résultats bruts obtenus intègrent donc une erreur, qui, au demeurant, joue peu sur les résultats présentés en pourcentage de la consommation alimentaire. Quant aux résultats en valeurs absolues (millions d'euros), ils sont recalés sur les montants de consommation effective (soit une correction de 1% à 6% selon le composant du total alimentaire).

Tableau 38

La consommation alimentaire selon les sources en 2013

Unité : M € Aux prix d'acquisition	Consommation finale par produit dans le TES	Consommation effective par fonction
Produits de l'agriculture, de la pêche et de l'aquaculture	31 048	25 192 (1)
Produits des industries alimentaires et des boissons	152 958 (3)	148 381 (2)
Total « alimentaire hors restauration »	184 006	173 573
Restauration	57 480 (4)	58 083 (4)
Total « alimentaire avec restauration »	241 486	231 656

Notes :

- (1) hors fleurs et plantes et animaux de compagnie : produits a priori non alimentaires...
- (2) hors aliments pour animaux de compagnie (non prévus pour l'alimentation humaine), hors tabac.
- (3) hors tabac : une correction spécifique du TES est nécessaire, le tabac étant inclus dans les produits des industries alimentaires depuis 2008 dans les TES.
- (4) non compris : restauration en consommation intermédiaire (19,3 Md€) et restauration indissociable d'autres services : hébergement, hospitalisation... (montant inconnu).

Source : Insee (comptes nationaux), Eurostat

2. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE ENTRE PRODUCTION AGRICOLE ET AVAL

Dans cette première analyse, la consommation alimentaire est décomposée comme suit :

Consommation finale alimentaire

= *Produits domestiques de l'agriculture* ⁵³ *pour la consommation finale et pour la consommation intermédiaire (matières premières des industries alimentaires)*

+ *Consommation finale de produits alimentaires importés*

+ *Valeur créée en aval de l'agriculture*

+ *Taxes*

2.1. Le partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval en 2013

Le résultat de cette première décomposition, pour l'année 2013 (dernière année pour laquelle on dispose actuellement des sources nécessaires) est représenté sur le Schéma 18.

Schéma 18

L'euro alimentaire en 2013 décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes



Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

Ainsi, en 2013, dans 100 € de dépense alimentaire nationale restauration comprise, la part de produits de **l'agriculture** (pêche et aquaculture incluse) représente près de 15 €, en produits finals (aliments non transformés) et intermédiaires (matière première pour les industries alimentaires et autres intrants intervenant dans la production et la distribution de biens alimentaires). On rappelle qu'il s'agit de la production agricole *incluse* dans la valeur de la consommation et non de la production agricole *nécessaire* pour assurer cette dernière : la production agricole *nécessaire* comprend en effet les intraconsommations directes et indirectes et s'élève à 18 €.

S'y ajoute un montant de 10,9 € **d'importations alimentaires**, hors importations d'intrants dont les valeurs sont incluses dans celle de la production agricole et dans l'agrégat suivant : les **valeurs créées en aval par le commerce, la transformation, les services dont le transport des produits**. Ce dernier agrégat constitue, avec 65,0 €, la majeure part de la valeur de la consommation alimentaire. Enfin, s'ajoutent 9,5 € de taxes.

Du fait de la prise en compte de la restauration, activité à forte valeur ajoutée, la part de la production agricole incluse, comme celle des importations finales, est plus faible que dans les calculs antérieurs sur l'euro alimentaire qui excluaient la restauration (mais, évidemment, en valeur absolue et non en pourcentage de la consommation, la restauration induit une production agricole spécifique ; celle-ci est de l'ordre de 7 Md € en 2013).

⁵³ Sauf mention contraire, on désigne par « *produits de l'agriculture* » les produits de cette branche *sensu stricto*, plus ceux de la pêche et de l'aquaculture (3% de la production de l'ensemble agriculture, pêche, aquaculture en 2013).

2.2. Évolution récente du partage de l'euro alimentaire entre production agricole et aval

La répartition en 2013 est peu différente de celle observée les 3 années précédentes⁵⁴. Les travaux antérieurs sur l'euro alimentaire hors restauration de 1995 à 2012 montrent que sa composition évolue lentement. Sous l'effet des variations du prix relatif des produits agricoles, les résultats de certaines années s'écartent de la tendance de long terme : la baisse de la part de l'agriculture. Cette baisse tendancielle résulte de l'incorporation croissante d'autres biens et services à la valeur des produits alimentaires, et a été accentuée par les réformes successives de la PAC, réduisant le soutien des prix agricoles et lui substituant un régime de subventions directes.

La période 2010-2013 suivie sur le Tableau 39 recouvre une phase de hausse des prix agricoles, qui se traduit par une légère augmentation de la part de la valeur de la production agricole incluse dans la consommation alimentaire de 2010 à 2012.

Tableau 39

L'euro alimentaire décomposé en production agricole, importations alimentaires, aval et taxes de 2010 à 2013

Pour 100 € de consommation alimentaire	2010	2011	2012	2013
Production agricole incluse	14,5 €	14,8 €	14,9 €	14,7 €
Produits agricoles importés pour consommation finales	2,0 €	2,0 €	1,9 €	2,1 €
Produits des industries alimentaires importés pour consommation finales	7,9 €	8,6 €	8,6 €	8,7 €
Valeurs créées en aval de l'agriculture	66,9 €	65,5 €	65,5 €	65,0 €
Taxes sur les produits	8,8 €	9,1 €	9,0 €	9,5 €

Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

3. PARTAGE DE L'EURO ALIMENTAIRE EN VALEURS AJOUTÉES

3.1. Valeurs ajoutées induites en 2013 par la consommation alimentaire

Dans cette analyse, la production agricole et les valeurs en aval sont intégralement décomposées en valeurs ajoutées et consommations intermédiaires importées. S'y ajoutent les importations finales et les taxes, déjà isolées plus haut. On aboutit, pour 2013, à la structure de l'euro alimentaire représentée par le Schéma 19.

Sur 100 € de consommation alimentaire restauration incluse en 2013 : 25,8 € rémunèrent des importations, en produits alimentaires (10,9 €) ou en consommations intermédiaires (14,9 €⁵⁵), 9,5 € sont dus aux taxes (TVA, taxes spécifiques sur les boissons alcoolisées, taxes sur les carburants...). Le reste, soit 64,7 €, est constitué de valeurs ajoutées induites⁵⁶ dans les branches de l'économie nationale, avec une part importante revenant au commerce (15,4 €), à la restauration (13,9 €), aux autres services (14,3 €) et aux industries alimentaires (11,7 €). Le poids relativement modeste de l'agriculture (6,2 €) résulte, comme évoqué plus haut :

- d'une part, de façon structurelle, des transformations que subissent les produits agricoles et de l'incorporation de services dans l'offre alimentaire (publicité, logistique, conditionnement, contrôles...),
- et, d'autre part - et surtout, du moins à court et moyen terme -, du rapport entre prix agricoles et prix des autres biens et services, et notamment, s'agissant ici de valeur ajoutée, de ceux des consommations intermédiaires utilisées par l'agriculture. Ce prix relatif des produits agricoles a été volontairement réduit par les réformes successives de la politique agricole intervenues depuis 1993, remplaçant le soutien des prix agricoles par des subventions.

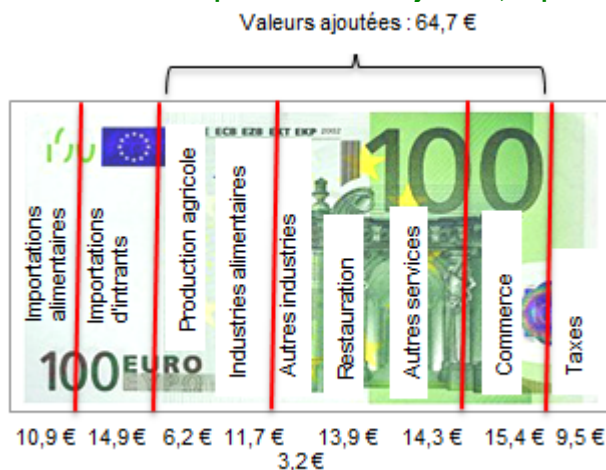
⁵⁴ Compte tenu du changement de base des comptes nationaux en 2010, la décomposition de l'euro alimentaire restauration incluse avant 2010 nécessiterait des estimations spécifiques qui n'ont pas été entreprises pour l'instant.

⁵⁵ C'est un hasard que la part des importations pour consommations intermédiaires (14,9 €) soit, à une décimale près, égale à celle de la production agricole incluse (cf. paragraphe 2).

⁵⁶ C'est également un hasard que ce total des valeurs ajoutées (64,7€) soit, à une décimale près, égal à la valeur créée en aval de l'agriculture, 65 € (cf. paragraphe 2).

Schéma 19

L'euro alimentaire 2013 décomposé en valeurs ajoutées, importations et taxes



Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

En comparaison avec les résultats antérieurs qui portaient sur la consommation hors restauration, l'inclusion de celle-ci se traduit « mécaniquement » par le recul des parts relatives des autres branches, mais aussi de celle des importations. Mais, en valeurs absolues, la demande de restauration induit un supplément de valeur ajoutée de 46 milliards d'euros dans les différentes branches, dont 31 milliards dans la restauration elle-même et 15 milliards dans les autres branches, dont près de 1,7 milliards dans l'agriculture (cf. Tableau 40).

3.2. Évolution récente du partage des valeurs ajoutées induites par la consommation alimentaire de 2010 à 2013

Comme évoqué plus haut, sur la relativement courte période suivie ici, les proportions évoluent assez peu. Malgré l'augmentation des prix agricoles en 2012-2013, la part de valeur ajoutée de la branche diminue, une partie des produits d'origine agricole (domestique et importée) dont le prix augmente étant utilisée en consommation intermédiaire (aliments du bétail) par une partie de la branche (production animale), avec un « ciseau des prix » parfois défavorable. On note la progression sensible de la part des importations, en partie sous l'effet des hausses de prix des matières premières.

Tableau 40

Décomposition de la consommation alimentaire en valeurs ajoutées, importations alimentaires et intermédiaires et taxes en 2013

Unité : M€	Consommation alimentaire en produits et en service de restauration					
	Produits de l'agriculture	Produits de la pêche et de l'aquaculture	Produits des industries alimentaires et fabrication de boissons	Total hors restauration	Consommation de service de restauration	Total restauration incluse
<i>Valeurs ajoutées induites par branche :</i>						
Agriculture	2 832	4	9 559	12 396	1 679	14 075
Pêche	2	125	122	249	107	355
Industries alimentaires et fabrication de boissons	262	9	23 432	23 703	3 386	27 089
Autres industries de transformation	773	76	5 383	6 232	1 233	7 465
Restauration	130	18	731	879	31 210	32 088
Commerce	2 826	397	20 022	23 244	5 367	28 611
Transport	6 273	924	26 480	33 678	2 090	35 768
Autres services	406	55	3 040	3 501	978	4 479
Total valeur ajoutée induite	13 503	1 608	88 770	103 881	46 050	149 931
<i>Consommations intermédiaires importées</i>	2 992	339	23 361	26 692	7 842	34 533
<i>Importations alimentaires</i>	4 563	347	20 246	25 156	0	25 156
<i>Taxes</i>	1 657	182	16 004	17 844	4 192	22 036
Consommation effective des ménages en produits alimentaires et restauration	22 716	2 476	148 381	173 573	58 083	231 656

Valeurs calculées à partir du TES puis recalées sur la consommation alimentaire effective en produits et en service de restauration

Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

Tableau 41

L'euro alimentaire décomposé en valeurs ajoutées, importations et taxes de 2010 à 2013

	2010	2011	2012	2013
Agriculture	6,71 €	6,80 €	6,69 €	6,08 €
Pêche et aquaculture	0,19 €	0,19 €	0,16 €	0,15 €
<i>Agriculture, pêche et aquaculture</i>	6,89 €	6,99 €	6,85 €	6,23 €
Industries alimentaires	11,76 €	11,42 €	11,52 €	11,69 €
Autres industries	3,29 €	3,23 €	3,21 €	3,22 €
Restauration	14,36 €	14,34 €	14,15 €	13,85 €
Commerces	13,38 €	12,51 €	12,40 €	12,35 €
Transport	15,91 €	15,68 €	15,57 €	15,44 €
Autres services	2,09 €	2,02 €	1,98 €	1,93 €
Valeur ajoutée toutes branches	67,70 €	66,20 €	65,68 €	64,72 €
Consommations intermédiaires importées	13,66 €	14,16 €	14,78 €	14,91 €
Importations finales	9,85 €	10,56 €	10,53 €	10,86 €
<i>Importations totales</i>	23,52 €	24,72 €	25,31 €	25,77 €
Taxes	8,78 €	9,08 €	9,01 €	9,51 €
Consommation alimentaire	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €

Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

4. EMPLOIS INDUITS PAR LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

4.1. Emplois induits par la consommation alimentaire en 2013

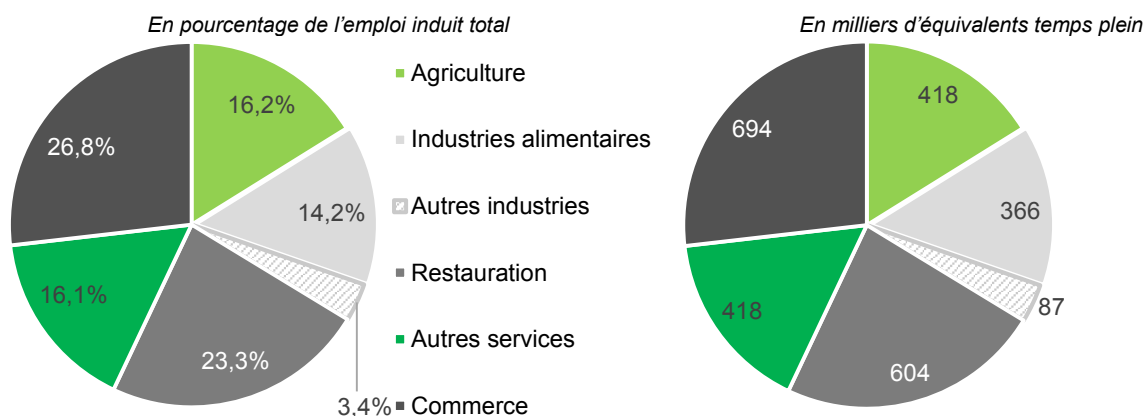
En 2013, la consommation alimentaire – restauration incluse – génère 2,6 millions d'emplois (salariés et non-salariés) en équivalents temps plein, dont 0,7 million dans le commerce, 0,6 dans la restauration, 1,1 réparti dans des proportions proches entre l'agriculture et la pêche (0,4), les industries alimentaires (0,3) et les autres services dont transport (0,4), le reste étant dans les industries non alimentaires (moins de 0,1 million ETP).

L'emploi induit en agriculture par la consommation alimentaire (408 000 ETP hors pêche et aquaculture) est inférieur à l'emploi total de la branche (781 000 ETP, selon les comptes nationaux), s'agissant du seul travail mobilisé dans la production de biens alimentaires consommés en France, donc hors exportation et hors production agricole à finalité non alimentaire.

En outre, les emplois calculés ici sont ceux induits par la consommation alimentaire des ménages (i.e. consommation finale). Or, 26% de la dépense en services de restauration ou 9% de la consommation alimentaire totale ressortissent, dans la comptabilité nationale et dans les TES, de la consommation intermédiaire des entreprises (repas d'affaires, par exemple). Les emplois induits dans la restauration - comme dans les autres branches - par cette consommation alimentaire « *intermédiaire* » des entreprises, ne sont donc pas pris en compte ici.

Graphique 189

Répartition par branche du nombre d'emplois induits par la consommation finale alimentaire en 2013



Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

4.2. Évolution de l'emploi induit par la consommation alimentaire de 2010 à 2013

Tableau 42

Évolution par branche du nombre d'emplois induits par la consommation finale alimentaire 2010-2013

En ETP par branche	2010	2011	2012	2013
Agriculture	415	404	396	408
Pêche et aquaculture	10	10	10	10
Agriculture, pêche et aquaculture	425	413	406	418
Industries alimentaires	379	363	374	366
Autres industries	91	86	86	87
Restauration	603	603	608	604
Commerces	340	328	346	350
Transport	663	673	685	694
Autres services	71	69	69	68
Toutes branches	2 572	2 536	2 574	2 587

Source : calculs FranceAgriMer – OFPM, données Insee et Eurostat

L'emploi induit toutes branches par la consommation alimentaire restauration incluse augmente de façon peu significative de 2010 à 2011, la diminution dans l'agriculture et les industries étant en partie compensée par l'augmentation dans les autres branches. En 2013 l'emploi agricole mobilisé pour la consommation alimentaire augmente alors que l'emploi total de la branche continue de diminuer. Ceci s'explique :

- 1) par la baisse sensible, cette année, de la valeur ajoutée de la branche : la hausse des prix des matières premières, dont celles d'origine végétales, crée un ciseau des prix globalement défavorable à la ferme France (du fait du poids des productions animales, consommatrices de produits végétaux) donc le ratio « *emploi sur valeur ajoutée* » augmente ;
- 2) par la hausse de la consommation finale alimentaire : la valeur ajoutée induite par la consommation alimentaire augmente et, du fait de 1), elle est produite par davantage de travail.

5. CONTRIBUTIONS DES DIFFÉRENTES DEMANDES FINALES À LA VALEUR AJOUTÉE EN AGRICULTURE

Dans le paragraphe 3, on s'intéressait au partage de la demande finale alimentaire en valeurs ajoutées entre les différentes branches. C'est en quelque sorte l'inverse que l'on envisage dans ce qui suit : on recherche quelles parts de la valeur ajoutée d'une branche donnée (on considèrera ici la branche agricole) sont induites par les différentes demandes finales domestiques (en produits alimentaires et service de restauration, en produits d'autres industries, etc.) et par les exportations. Dans cette approche, dans une optique d'analyse de la formation du revenu de la branche agricole (ici au sens strict, hors pêche et aquaculture), on réintroduit les subventions dans la valeur ajoutée.

5.1. Contribution des différentes finales à la valeur ajoutée agricole en 2013

Les résultats pour 2013 sont représentés sur le Graphique 190..

Graphique 190

En 2013, la valeur ajoutée subventions incluses de l'agriculture provient pour près de 41% de la consommation finale alimentaire domestique, restauration incluse, les subventions pesant pour près de 22%.

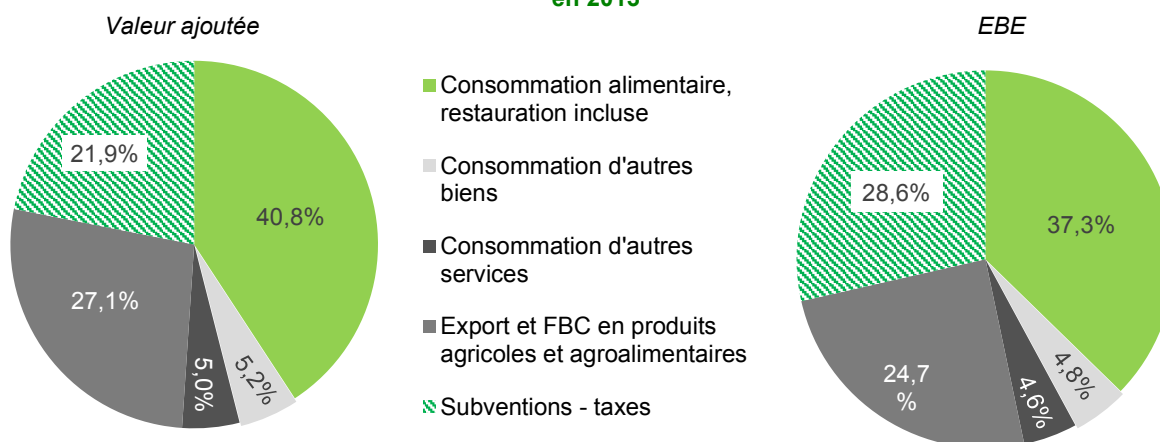
Le poids de la demande en « *exportations et formation brute de capital (FBC) en produits agricoles et agroalimentaires* »⁵⁷ est élevé, concourant à 27% à la valeur ajoutée de la branche agricole.

L'incidence sur la valeur ajoutée agricole de la demande finale en biens et services non alimentaires nécessitant une production agricole⁵⁸ est modeste : un peu plus de 10%.

Le poids des salaires étant modeste en agriculture, les contributions des demandes finales à la formation de la valeur ajoutée ou de l'EBE sont voisines (rappel : la valeur ajoutée est égale aux salaires plus l'EBE).

Graphique 190

Contributions des demandes finales et des subventions à la valeur ajoutée et à l'EBE de la branche agricole en 2013



Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

⁵⁷ L'ensemble « *exportations et FBC en produits agricoles et agroalimentaires* » (*stockage, immobilisations*) est le solde entre la demande finale en produits et services alimentaires et la consommation finale en ces mêmes produits et services (ou consommation alimentaire restauration incluse) ; les exportations sont dominantes dans ce solde (97%).

⁵⁸ Par exemple, consommation finale de fleurs et plantes, d'articles textiles, de biocarburants, ou consommation finale de services (hors restauration) recourant à des consommations intermédiaires ayant une origine agricole, comme les biens précités.

5.2. Évolution de la contribution des différentes demandes finales à la valeur ajoutée agricole de 2010 à 2013

Les variations interannuelles de la contribution des différentes demandes finales à la valeur ajoutée de la branche agricole de 2010 à 2013 sont peu significatives. La consommation finale alimentaire génère toujours environ 40% de cette valeur ajoutée, dont environ 5% imputable à la consommation de services de restauration.

	2010	2011	2012	2013
Consommation finale alimentaire	39,2%	39,2%	39,7%	40,8%
<i>dont restauration</i>	4,8%	4,8%	4,8%	4,9%
Consommation finale de biens non alimentaires	5,4%	5,4%	5,5%	5,2%
Consommation finale de services dont commerce	4,9%	4,9%	4,9%	5,0%
Exportations et formation brute de capital	28,1%	28,1%	29,1%	27,1%
Subventions - Taxes	22,3%	22,3%	20,9%	21,9%
<i>Valeur ajoutée après subventions et taxes</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>	<i>100,0%</i>

Source : OFPM d'après Insee et Eurostat

Bibliographie

- ABSO CONSEIL** [2012]. [Produits carnés et aquatiques. Les unités de vente consommateurs. État des lieux et perspectives](#). *Les études de FranceAgriMer*, FranceAgriMer, juillet.
- AGRESTE** [2016]. *Graph'Agri France 2016*. Ministère de l'agriculture de l'agroalimentaire et de la forêt, service de la statistique et de la prospective.
<http://agreste.agriculture.gouv.fr/publications/graphagri/article/graphagri-france-2016>
- AGRESTE** [2016] Bilan conjoncturel 2016. Ministère de l'agriculture, service de la statistique et de la prospective, décembre.
- ANDRIEUX V, D'ISANTO A.** [2015] [Des marges commerciales variées selon les produits, mais proches entre grandes surfaces](#). *Insee Focus* – n° 45.
- BLANCHOT J., BOYER Ph.** [2012]. [The French food sector price and margin surveillance program](#). Australian Farm Institute - Farm policy journal, vol. 10, n°1, autumn quarter.
Version française : [L'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires : études économiques et concertation interprofessionnelle dans les filières agroalimentaires françaises](#)
- BLEZAT CONSULTING** [2014]. [Réalisation d'une étude portant sur la valorisation du 5^e quartier](#). Note de synthèse, juin. Les études de FranceAgriMer.
- BOYER Ph.** [2017]. [La formation des prix et des marges du pré à l'assiette](#). *Cahiers de l'institut d'aménagement et d'urbanisme d'Ile-de-France*, n° 173.
- BOYER Ph.** [2016]. [Le partage de l'euro alimentaire : première estimation incluant la restauration](#). *La lettre de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires*, n° 11, décembre.
- BOYER Ph.** [2016]. [« L'Euro alimentaire » : résultats en 2012](#). *La lettre de l'observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires*, n° 9, janvier.
- BOYER Ph., HOURS A.** [2015]. [Le suivi des prix, des coûts et des marges dans les filières viandes](#). *Viandes et Produits Carnés*, 2015, 31 4-8.
- BOYER Ph. et al.** [2014]. [Le suivi des prix et des marges pour l'analyse de la formation des prix au détail des produits alimentaires](#). Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt - *Notes et études socio-économiques* n°37.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2014]. [« L'euro alimentaire » en France et le partage des valeurs ajoutées](#). Philippe Boyer et Jean-Pierre Butault. *Économie rurale*, 342. Juillet-août 2014.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [La décomposition de « l'euro alimentaire » en revenus des différents facteurs en France en 2005. Document de travail provisoire](#). INRA – FranceAgriMer.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2012]. [« L'euro alimentaire » en France de 1995 à 2007 et le partage des valeurs ajoutées entre branches](#). Communication aux 6^{ème} journées de la recherche en sciences sociales (SFER), INRA – FranceAgriMer.
- BUTAULT J.P., BOYER Ph.** [2014]. [The "food euro": what food expenses pay for?](#) FranceAgriMer - *The Letter of the Observatory on formation of prices and margins of food products*, n° 2, January 2014, 4.
- CANNING P.** [2011]. [A Revised and Expanded Food Dollar Series: A Better Understanding of Our Food Costs](#), ERR-114, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, février.
- CASIMIR J.P., CASPAR B., COZAIN M.** [1996]. Comptabilité générale de l'entreprise. DPECF. Collection Expertise comptable. Litec.
- CHANTREL E., LECOQ P.E.** [2009]. Les marges dans la filière agroalimentaire en France. *Lettre Trésor Eco* n°53, DGTPE, mars. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326896>
- COE-REXECODE.** [2014]. Évaluation de la répartition sectorielle du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi, 19 novembre 2012.
<http://www.coe-rexecode.fr/public/content/download/33298/334062/version/1/file/Evaluation-de-la-repartition-sectorielle-du-credit-d-impot-pour-la-competitivite-et-l-emploi-Nov-2012.pdf>
- COHEN E.** [1997]. Analyse financière, *Economica*.

CORDONNIER P. et al [1944]. Économie de l'entreprise agricole, *Cujas*.

DEMMOU L. [2010]. La désindustrialisation en France. Cahiers. Documents de travail de la DG Trésor. N°2010-01, juin 2010. <http://www.tresor.economie.gouv.fr/file/326045>

DG TRESOR [2014]. [Espagne : Loi sur les mesures visant à l'amélioration du fonctionnement de la chaîne alimentaire](#). DG Trésor - Ouvrage : *Sillons d'Europe* n°153.

EUROPEAN MARKET OBSERVATORY FOR FISHERIES AND AQUACULTURE PRODUCTS. (EUFOMA)
Site : <http://www.eumofa.eu/>

FRAICHARD J., TROÏA C. [2007]. Les réseaux d'enseigne très présents dans le commerce. *Insee Première*, n°1140, juin. http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1140®_id=0#inter7

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. [2015]. [Le diagramme de la distribution en 2014, le tableau de bord de la filière](#). *Ctifl-Infos*, n° 3016, novembre.

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, indices des prix à la consommation, statistiques annuelles d'entreprises (Esane). <https://www.insee.fr/fr/information/2411675>

INSTITUT DE L'ÉLEVAGE [2010]. Calculer le coût de production en élevage bovin viande. *Méthode développée par l'Institut de l'élevage dans le cadre du dispositif Réseaux d'élevage*, septembre.

INSTITUT DE L'ÉLEVAGE [2015]. Où va le bœuf ? Vers toujours plus de transformation ! *Économie de l'élevage* – Dossier Viande bovine française, n° 461, octobre.

INTERBEV [2005]. Le point sur l'alimentation des bovins et des ovins et la qualité des viandes. http://www.interbev.fr/uploads/tx_docsearch/alimentation_2005_04.pdf

LAMBERT C. [2009]. [Les modalités de formation des prix alimentaires : du producteur au consommateur](#). *Rapport au Conseil économique, social et environnemental*.

LEGENBRE F., HAIGNERÉ C. [2014]. Une évaluation *ex ante* des conséquences du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) sur la production et sur l'emploi, 31^{ème} Journées de Microéconomie appliquée, janvier 2014. <http://www.jma2015.fr/content/fichiers2014/170/Evaluation-ex-ante-CICE.pdf>

LEGENBRE V., RIEU M. [2008]. Cartographie des flux de viande à l'aval de la filière porcine. De la sortie des abattoirs à la mise à disposition du consommateur final. IFIP

LIPICH A. [2005]. Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire. *Diagnostiques, prévisions et analyses économiques*, N°59, janvier. DGTPE.

MAGDELAINE P. [2008]. La situation des filières avicoles françaises. État des lieux des filières avicoles en France et au Brésil : du passé au présent, description et compréhension de dynamiques instables. *AVITER rapport WP2*. Itavi

MAINSANT P., PORIN F. [2002]. Un modèle d'estimation des marges brutes en porc de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Rapport pour l'Ofival*.

MAINSANT P. [2002]. Note pour le groupe de travail « validation bœuf ». Note pour le ministère de l'agriculture (méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine).

MAINSANT P. [2004 (1)]. Les conséquences de l'ESB sur la hausse des prix de détail de la viande de bœuf. *Viandes et produits carnés*, N° hors-série.

MAINSANT P. [2004 (2)]. Introduction méthodologique : offre promotionnelle et achats en produits carnés. *Note pour l'Ofival*.

MAINSANT P. [2003]. Résultats actualisés du modèle d'estimation des marges brutes en porc, de la sortie élevage à la consommation. Le cas de la longe. *Journées Recherche Porcine*, 35, 223-228.

MAINSANT P. [2009]. La formation des prix de la viande. Influence de la concurrence entre enseignes de distribution. *Viandes et produits carnés*, vol. 27 (3).

MASSON Ph. [1975]. Le rôle des prix agricoles dans l'évolution des prix de détail. *Économie rurale*, Année 1975, Volume 109, Numéro 1

OOSTERKAMP E., LOGATCHEVA K., VAN GALEN M., EMIL GEORGIEV E. [2014]. [Food price monitoring and observatories: an exploration of costs and effects. Summary and Executive Summary](#) ; LEI Wageningen UR, The Hague - LEI Memorandum 13-058, June 2014, Project code 2273000397.

RASTOIN J.L., GHERSI G. [2010]. Le système alimentaire mondial. Concepts, méthodes, analyses et dynamiques. *Éditions Quae*

SSP [2012, 2014]. Notes internes du bureau des statistiques des IAA sur les comptes des « sous-secteurs » des IAA spécialisés en viandes bovines, porcines, de poulet et de dinde. *Service de statistique et de prospective du ministère de l'agriculture. Bureau des industries agroalimentaires.*

USDA-ERS [2012]. <http://www.ers.usda.gov/Data/MeatPriceSpreads/>, <http://www.ers.usda.gov/Data/FoodDollar/>

Bases législatives et réglementaires

ARTICLES LÉGISLATIFS DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

Article L682-1

Modifié par [LOI n°2016-1691 du 9 décembre 2016 - art. 105](#)

Modifié par [LOI n°2016-1691 du 9 décembre 2016 - art. 98](#)

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. [Deux députés et deux sénateurs sont désignés par leur assemblée respective pour siéger au comité de pilotage de l'observatoire.](#)

L'observatoire analyse les données nécessaires à l'exercice de ses missions. Il peut les demander directement aux entreprises ou les obtenir par l'intermédiaire de l'établissement mentionné à l'article L. 621-1 et du service statistique public auprès duquel elles sont recueillies.

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 examine la répartition de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne de commercialisation des produits agricoles.

[Il compare, sous réserve des données disponibles équivalentes, ces résultats à ceux des principaux pays européens.](#)

[Lorsque les dirigeants d'une société commerciale transformant des produits agricoles ou commercialisant des produits alimentaires n'ont pas procédé au dépôt des comptes dans les conditions et délais prévus aux articles L. 232-21 à L. 232-23 du code de commerce, le président de l'observatoire peut saisir le président du tribunal de commerce afin que ce dernier adresse à la société une injonction de le faire à bref délai sous astreinte. Le montant de cette astreinte ne peut excéder 2 % du chiffre d'affaires journalier moyen hors taxes réalisé en France par la société au titre de cette activité, par jour de retard à compter de la date fixée par l'injonction.](#)

L'observatoire remet chaque année un rapport au Parlement.

[L'observatoire procède, par anticipation au rapport annuel, à la transmission des données qui lui sont demandées par les commissions permanentes compétentes et par les commissions d'enquête de l'Assemblée nationale et du Sénat sur la situation des filières agricoles et agroalimentaires.](#)

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 LÉGISLATIFS DU CODE DE COMMERCE

Article L441-8

Modifié par LOI n°2015-990 du 6 août 2015 - art. 33 (extrait)

Les contrats d'une durée d'exécution supérieure à trois mois portant sur la vente des produits figurant sur la liste prévue au deuxième alinéa de l'article L. 442-9, complétée, le cas échéant, par décret, dont les prix de production sont significativement affectés par des fluctuations des prix des matières premières agricoles et alimentaires comportent une clause relative aux modalités de renégociation du prix permettant de prendre en compte ces fluctuations à la hausse comme à la baisse.

Cette clause, définie par les parties, précise les conditions de déclenchement de la renégociation et fait référence à un ou plusieurs indices publics des prix des produits agricoles ou alimentaires. Des accords interprofessionnels ainsi que **l'observatoire de la formation des prix et des marges** des produits alimentaires peuvent proposer, en tant que de besoin et pour les produits qu'ils visent, des indices publics qui peuvent être utilisés par les parties, ainsi que les modalités de leur utilisation permettant de caractériser le déclenchement de la renégociation.

ARTICLES DE LA LOI n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique

Article 96

Dans un délai d'un an à compter de la promulgation de la présente loi, le Gouvernement remet au Parlement un rapport sur les pistes de renforcement des missions de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (...)

ARTICLES RÉGLEMENTAIRES DU CODE RURAL ET DE LA PÊCHE MARITIME

Art. D. 682-1.

(...) l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires :

- recueille auprès des services et établissements publics compétents les données statistiques disponibles nécessaires à l'analyse des mécanismes de formation des prix dans la chaîne alimentaire ;
- demande à ces services et établissements de collecter, en tant que de besoin, des données supplémentaires ;
- réalise ou fait réaliser les travaux d'études nécessaires à son activité ;
- analyse les informations recueillies ;
- produit des rapports de synthèse sur les filières étudiées ;
- assure la diffusion régulière de ses travaux.

À ces fins, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires s'appuie sur l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 du code rural et de la pêche maritime.

Art. D. 682-2

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. 682-3

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires est doté d'un comité de pilotage, présidé par le président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et d'un secrétariat.

Outre le président, ce comité de pilotage comprend :

1° Six représentants de l'État :

-Le directeur général de la performance économique et environnementale des entreprises ou son représentant ;

-Le directeur des pêches maritimes et de l'aquaculture ou son représentant ;

-Le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant ;

-Le directeur général de l'établissement public mentionné à l'article L. 621-1 ou son représentant ;

-Le chef du service de la statistique et de la prospective au ministère chargé de l'agriculture ou son représentant ;

-Le directeur général de l'Institut national de la statistique et des études économiques ou son représentant ;

2° Vingt et un représentants des secteurs agricoles et agroalimentaires :

-un représentant de l'Assemblée permanente des chambres d'agriculture ;

-cinq représentants des organisations syndicales d'exploitations agricoles à vocation générale habilitées en application de l'article 3 du décret n° 90-187 du 28 février 1990 relatif à la représentation des organisations syndicales d'exploitants agricoles au sein de certains organismes ou commissions ;

-trois représentants de la pêche maritime et de l'aquaculture ;

-sept représentants des industries de transformation ;

-cinq représentants du commerce et de la distribution ;

3° Deux représentants des associations nationales de consommateurs ;

4° Des personnalités désignées en raison de leurs compétences particulières ou de leurs fonctions, dans la limite de sept.

Les membres du comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, autres que ceux mentionnés au 1° sont nommés pour une durée de trois ans, renouvelable, par arrêté conjoint du ministre chargé de l'alimentation et du ministre chargé de la consommation.

La suppléance et le remplacement des membres s'effectuent dans les conditions définies par le décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif.

La fonction de membre n'ouvre droit à aucune rémunération ni remboursement de frais de déplacement.

Art. D. 682-4.

I.- Le comité de pilotage de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires se réunit dans les conditions définies par l'article 5 du décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif. Ces séances ne sont pas publiques.

Le comité approuve son règlement intérieur.

Il 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.

Il peut décider, dans les conditions définies par l'article 6 du décret n° 2006-672 du 8 juin 2006 relatif à la création, à la composition et au fonctionnement de commissions administratives à caractère consultatif, de procéder à l'audition de toute personne extérieure au comité.

III.- Les membres du comité de pilotage sont tenus au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance en raison de leurs fonctions.

Ils sont associés à la préparation du rapport au Parlement mentionné à l'article L. 682-1. Après avoir entendu le comité de pilotage, son président valide et transmet chaque année ce rapport au Parlement et aux ministres chargés de l'alimentation et de la consommation.

ARRÊTÉ DU 25 OCTOBRE 2016 PORTANT PROLONGATION DU MANDAT DU PRÉSIDENT DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances, du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, porte-parole du Gouvernement, et de la secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire en date du 25 octobre 2016, le mandat du président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, nommé par arrêté du 25 octobre 2013, est prolongé jusqu'au 15 avril 2017.

ARRÊTÉ DU 23 MARS 2017 PORTANT NOMINATION DES MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Par arrêté du ministre de l'économie et des finances et du ministre de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt, porte-parole du Gouvernement, en date du 23 mars 2017, 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. SERVANT (Luc).

En qualité de représentant des organisations syndicales d'exploitants agricoles :
M. BENEZIT (Patrick).
M. VIVIEN (Thomas).
M. LUCAS (François).
M. MEYNIER (Philippe).
M. GUILLAUME (Benjamin).

En qualité de représentant de la pêche maritime et de l'aquaculture :
M. JOUNEAU (José).
Mme LEVADOUX (Marine).
M. MARAVAL (Philippe).

En qualité de représentant des industries de transformation agroalimentaire :
M. PECQUEUR (Mathieu).
Mme ANJUERE (Maud).
M. DELAINE (Yves).
M. PICOT (Olivier).
M. POULET (Jacques).
M. VOLUT (Robert).
M. DIOT (Marc).

En qualité de représentant du commerce et de la distribution alimentaire :
M. CREYSSEL (Jacques).
M. RISAC (Claude).
M. BOURDEAU DE FONTENAY (Stéphane).
Mme FILLAUD (Isabelle).
M. DUMONT (Eric).

En qualité de représentant des associations nationales de consommateurs :
Mme DESORGE (Marine).
M. GIRARD (Romain).

En qualité de personnalité désignée en fonction de ses compétences particulières ou de ses fonctions : Mme ALEXANDRE (Sylvie).
M. BERLIZOT (Thierry).
M. MALPEL (Georges-Pierre).
Mme CHAMBOLLE (Claire).
M. TOUSSAIN (Rémi).

Sigles

AGRESTE	La Statistique Agricole, Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (<i>Service de la statistique et de la prospective</i>)
ANICAP	Association nationale interprofessionnelle caprine
ANMF	Association nationale de la meunerie française
ANSES	Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail
AOP	Appellation d'origine protégée
Arvalis	Institut du végétal (<i>institut technique professionnel</i>)
ATLA	Association de la Transformation Laitière Française
BDNI	Base de données nationale d'identification
BPMF	Blé pour la meunerie française
CA	Chiffre d'affaires
CerFrance	Centres d'économie rurale
CFSI	Comité français de la semoulerie industrielle
CIRAD	Centre de coopération international en recherche agronomique pour le développement
CNAOL	Conseil national des appellations d'origine laitières
CNR	Comité national routier
CTIFL	Centre technique interprofessionnel des fruits et des légumes (institut technique professionnel)
cvs	Corrigé des variations saisonnières
DG TRESOR	Direction générale du Trésor, Ministère de l'économie et des finances
DGCCRF	Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes, Ministère de l'économie et des finances
DGTPE	Direction générale du trésor et de la politique économique (<i>ancien nom de la DG Trésor avant 2010</i>)
DPMA	Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture
EC, ec	Équivalent carcasse
ESANE	Élaboration des statistiques annuelles d'entreprises
ETP	Équivalent temps plein
Eurostat	Direction générale de la Commission européenne chargée de l'information statistique à l'échelle communautaire
FAO	Food and agriculture organization of the United Nations (<i>Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture</i>)
FBCF	Formation brute de capital fixe
FCD	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution
Fict	Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs, transformateurs de viandes
FNICGV	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros des viandes
GMS	Grandes et moyennes surfaces
GTE	Gestion technico-économique

ha	Hectare
HD	Hard discount, maxidiscompte
IAA	Industries agroalimentaires
ICHN	Indemnités compensatoires de handicaps naturels
Idele	Institut de l'élevage (<i>institut technique professionnel agricole</i>)
IFIP	Institut du porc (<i>institut technique professionnel de la filière porcine</i>)
IGP	Indication géographique protégée
ILOCC	Interprofession Laitière Ovine Caprine Corse
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INRA	Institut national de la recherche agronomique.
INRA-ESR	Institut national de la recherche agronomique – Économie et sociologies rurales
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
INTERBEV	Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes
IPAMPA	Indice des prix d'achat des moyens de production agricole
IPC	Indice des prix à la consommation
IPPAP	Indice des prix des produits agricoles à la production (<i>prix rémunérant les producteurs agricoles</i>)
IPVI	Indice des prix de vente industriels
IS	Impôt sur les sociétés
Itavi	Institut technique de l'aviculture (<i>institut technique agricole professionnel</i>)
k€	1000 euros
kg	Kilogramme
kg ec	Kilogramme d'équivalent carcasse
LME	Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie
LS	Libre-service
M€	Million d'euros
MAAF	Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
MB	Marge brute
Md€	Milliard d'euros
MDD	Marque de distributeur
MEDDE	Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie
MIN	Marché d'intérêt national
MN	Marque nationale
Mt	Million de tonnes
NB	Nota bene
OAT	Obligation assimilable du Trésor
ODG	Organisme de défense et de gestion
OFPM	Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires
OS	Organisme stockeur
otex	Orientation technico-économique de l'exploitation agricole

P.A.C. / PAC	selon le contexte : "Prêt à cuire" (poulet) ou "Politique Agricole Commune"
PAD	Prêt à découper
PGC	Produit de grande consommation
PI	Produit industriel
PIB	Produit intérieur brut
Prodcom	Production commercialisée des industries alimentaires (<i>enquête</i>)
R ²	Coefficient de détermination (<i>indicateur statistique</i>)
RCAI	Résultat courant avant impôt
RHD	Restauration hors domicile (voir aussi RHF)
RHF	Restauration hors foyer (voir aussi RHD)
RICA	Réseau d'information comptable agricole
RNM	Réseau des nouvelles des marchés
SCI	Société civile immobilière
SFER	Société française d'économie rurale
SIFPAF	Syndicat des Industriels fabricants de pâtes alimentaires de France
SIQO	Signes d'identification de la qualité et de l'origine
SMIC	Salaire minimum interprofessionnel de croissance
SNCP	Syndicat National du commerce du porc
SNIV	Syndicat national des industries de la viande
SSP	Service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
SVA	Société Vitréenne d'Abattage
TB	Tableau de bord
Tec / tec	Tonne d'équivalent carcasse
TES	Tableau entrées-sorties
TEE	Tableau économique d'ensemble
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UE	Union Européenne
UHT	Upérisation à Haute Température
UMO	Unité de main-d'œuvre
USDA	United states department of agriculture
USDA-ERS	United states department of agriculture – Economic research service
UTA	Unité de travail annuel
UTANS	Unité de travail annuel non-salarié
UTH	Unité de travail humain
UVC	Unité de vente consommateur
UVCI	Unité de vente consommateur industrielle
UVCM	Unité de vente consommateur magasin
VHR	Viande hachée réfrigérée
VHS	Viande hachée surgelée

