

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

1. CONNAITRE LES PRIX AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

1.1. Qualités des données

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

- prix en niveau (euros) et non en indice : sans trop rentrer ici dans les détails méthodologiques, il est difficile d'utiliser des données en indices de prix pour déterminer le sens et l'amplitude des variations de marges (cf. Encadré 2) ;
- prix portant sur des produits homogènes depuis l'amont jusqu'à l'aval (prix au détail). C'est généralement une condition difficile à remplir si l'on vise le suivi de produits à des niveaux fins de nomenclature, comme par exemple tel ou tel morceau de boucherie (entrecôte de type racial « lait », rumsteck de type racial « viande »...) ;
- prix disponibles avec une fréquence adaptée au suivi des crises et autres événements susceptibles de modifier la transmission des prix dans la filière : les fréquences mensuelle ou trimestrielle sont à cet égard plus adaptées que la périodicité annuelle ;
- prix « représentatifs » des filières étudiées (en termes de volumes concernés, de mode de mise en marché...) : certaines cotations présentent à cet égard des limites ;
- prix issus de panels ou d'échantillons suffisamment grands pour calculer des moyennes avec une précision statistique satisfaisante, c'est-à-dire une probabilité élevée que la moyenne des prix de l'échantillon soit encadrée par un intervalle de confiance faible, ce qui suppose un échantillon d'autant plus vaste que les données présentent de forts écarts : condition particulièrement importante pour les prix de détail qui, pour un même produit à une même date, peuvent présenter des différences notables selon les enseignes, les régions, les types de magasins. Quelques prix relevés ici ou là n'ont pas beaucoup de signification ; constater une augmentation de prix moyen de 3 %, par exemple, alors que l'intervalle de confiance est inférieur à ce pourcentage devrait conduire à considérer qu'on ne sait pas si les prix ont varié... ;
- s'agissant des prix de vente sortie industrie à la grande distribution, il est important de savoir si les données obtenues intègrent ou non, sur tout ou partie de la période étudiée, la couverture des frais de coopération commerciale : pour certains produits de marque nationale, l'évolution de la marge brute industrielle peut en effet résulter en grande partie des seules variations de cette composante du prix industriel.

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

Panel consommateur

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

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

En 2011, l'échantillon est constitué de 12 000 ménages pour les produits sans code barre et de 20 000 ménages pour ceux avec code barre (ou gencodés). Ces ménages sont situés sur l'ensemble du territoire métropolitain hors Corse et sont représentatifs de la population nationale selon les critères sociodémographiques classiques de l'INSEE (âge, catégories socioprofessionnelles, revenu, nombre d'enfants...). Chaque ménage constitutif du panel déclare régulièrement tous ses achats destinés à sa consommation à domicile, donc hors période de consommation en dehors du foyer (congelés, week-end, repas pris à l'extérieur). La déclaration comprend, entre autres :

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

Le paneliste peut également préciser s'il s'agissait d'une promotion, s'il possède une carte de fidélité.

Pour les produits non gencodés (produits frais à poids variable principalement type viandes, poissons, fruits et légumes), le paneliste dispose d'un code-book élaboré par Kantar Worldpanel dans lequel des codes barres artificiels ont été créés spécifiquement pour assister la déclaration du ménage.

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

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

La couverture du panel n'est pas totale :

- seuls les ménages ordinaires (hors communauté, hors étudiants...) participent ;
- les ménages très âgés et ceux pour qui la lecture ou l'usage de nouvelles technologies n'est pas évidente sont, de par la nature de la déclaration, nécessairement moins bien représentés ;
- seule la consommation au domicile est mesurée et Kantar Worldpanel fait l'hypothèse que la consommation pendant les congés lui est équivalente ;
- certains circuits très spécifiques sont vraisemblablement moins bien appréhendés, comme les boucheries chevalines.

La pertinence des données pour les produits non gencodés est étroitement conditionnée à la connaissance des produits par les panelistes. Par exemple, un morceau de viande ne pourra être classé correctement que si le paneliste en a une définition minimale (espèce, nom du morceau...).

La précision de la nomenclature achetée par FranceAgriMer : afin d'optimiser les coûts, et pour sa connaissance propre au regard de la construction d'un panel consommateur, FranceAgriMer a choisi un nombre fini de lignes de produits. Ce sont des lignes génériques qui regroupent l'ensemble des produits, quel que soit leur marque ou leur niveau de gamme. Ainsi, par exemple, la ligne « Camembert » regroupe à la fois les produits fabriqués à partir de lait cru ou pasteurisé, les produits d'appellation d'origine protégée ou standard, les fromages de marques régionales, nationales, de distributeur ou premier prix... Le prix correspondant à cette ligne « Camembert » est ainsi un prix moyen pondéré de tous ces camemberts différents.

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

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

Cf. Tableau 1 a et 1b et Encadré 2.

S'agissant de la connaissance des prix de vente en niveau⁵, le manque principal de données se situe dans le maillon « transformation », particulièrement en viande et volailles et pour certains produits laitiers.

A ce jour, et uniquement pour des agrégats de produits, on ne dispose de façon systématique, que des indices des prix des produits industriels établis mensuellement par l'INSEE. Une convention FranceAgriMer-INSEE prévoit la fourniture de prix moyens mensuels en niveau correspondant à certains composants des dits indices. C'est de cette façon qu'il est prévu de pallier le manque de données de prix industriels dans la filière volailles, mais avec un délai de mise en place du dispositif (fin 2011) qui ne permet pas de disposer de résultats pour le présent rapport.

En viande bovine, les fédérations professionnelles de l'industrie et du commerce des viandes ont élaboré, en concertation avec FranceAgriMer, un modèle original de valorisation industrielle de la carcasse qui a servi de base à un questionnaire sur les prix de vente à la grande distribution de l'ensemble des articles issus de cette valorisation ; les premiers résultats commencent à être disponibles et ont pu être utilisés dans le présent rapport (cf. chapitre 3), pour compléter la présentation faite dans le rapport préliminaire « viande bovine » de l'observatoire⁶.

En viande porcine fraîche, la seule source de prix « sortie industrie » disponible est constituée par les cotations des pièces de découpe à Rungis ; la mise en place d'un dispositif d'enquête auprès d'un panel national d'industriels est envisagée d'ici fin 2011.

Parmi la grande variété des produits de charcuterie, seul le jambon cuit a été retenu par l'observatoire ; le prix industriel de ce produit est fourni à FranceAgriMer par la fédération professionnelle du secteur.

Pour les prix industriels des produits laitiers, on dispose de certaines cotations réalisées dans le cadre de la réglementation communautaire. A défaut, des données de prix moyens annuels issus de comptes sectoriels sont combinés avec les indices mensuels de prix industriels correspondants pour calculer des prix moyens mensuels en niveau. Compte-tenu de l'impact des frais de coopération commerciale sur la facturation des produits laitiers de marque nationale (MN) par les industriels à la grande distribution, le groupe de travail « produits laitiers » de l'observatoire a opté pour le suivi des prix et des marges des produits de marque de distributeurs (MDD), moins affectés par ce biais. Toutefois, les sources disponibles de prix sortie industrie ne distinguant pas les produits MN des produit MDD, une enquête spécifique auprès des industriels doit être mise en place. Les premiers résultats devraient être disponibles fin 2011.

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

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

⁵ On traite dans ce paragraphe des données de prix ; on verra dans le paragraphe 2 qu'un autre manque important de données se situe dans le domaine de la connaissance des comptes des rayons alimentaires des GMS).

⁶ « Prix et marges dans la filière bovine : première approche à partir du suivi de la valeur de la carcasse ». Décembre 2010.

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

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

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

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

Enfin, la filière des volailles présente la particularité d'être « intégrée »⁷, à hauteur d'environ 90 % des volumes produits. Il n'y a pas, dans ce cas, de prix à la production agricole, proprement dit, mais une valeur des animaux vifs entrée abattoir, servant de base à la rémunération de l'éleveur par l'intégrateur. Cette valeur, en quelque sorte coproduite par l'éleveur et l'intégrateur, constitue le prix de la matière première des industries des viandes de volailles. Elle est suivie par des enquêtes statistiques auprès de ces industriels (cf. chapitre 3, section 5).

⁷ Pour la définition des élevages de volailles intégrés, se référer au Chapitre 3 – Section 5 – Paragraphe 2.1.1 page 206

Tableau 1 a

Sources des données de prix à différents stades : fruits et légumes, viandes, œufs

Stade de commercialisation	Disponibilité des données de prix	Filière de produits					
		Fruits et légumes frais	Viandes de porc fraîches	Jambon de porc cuit	Viandes bovines fraîches	Viandes de volailles fraîches	Œufs frais
Prix à la production ou à la première mise en marché du produit agricole	Données disponibles :						
	- Nature	cotations expédition	cotation carcasse entrée abattoir	cotation carcasse entrée abattoir	cotation carcasse entrée abattoir	valeur du vif entrée abattoir	cotation œufs
	- Point d'enquête	expéditeurs F&L	abattoirs	abattoirs	abattoirs	abattoirs	courtiers
	- Collecteur	FranceAgriMer-SNM	FranceAgriMer-SNM	FranceAgriMer-SNM	FranceAgriMer	SSP	SSP via presse
Commerce en gros	Données disponibles :						
	- Nature	cotations stade gros					
	- Point d'enquête	grossistes MIN					
	- Collecteur	FranceAgriMer-SNM					
Abattage-découpe	Données disponibles :						
	- Nature		cotations découpe	cotations découpe	indices de prix	indices de prix	
	- Point d'enquête		MIN Rungis	MIN Rungis	industriels	industriels	
	- Collecteur		FranceAgriMer-SNM	FranceAgriMer-SNM	Insee	Insee	
	Données nouvelles :		(fin 2011)	(fin 2011)	(mi 2011)	(fin 2011)	
	- Nature		prix découpes, UVCI	prix découpes, UVCI	prix découpes, UVCI	prix découpes, UVCI	
	- Point d'enquête		industriels	industriels	industriels	industriels	
- Collecteur		FranceAgriMer	FranceAgriMer	FranceAgriMer	INSEE		
Charcuterie	Données disponibles :						
	- Nature				prix moyens annuels		
	- Point d'enquête				industriels		
	- Collecteur				FICT pour Insee		
Détail	Données disponibles :						
	- Nature	Relevés en GMS	panel privé	panel privé	panel privé	panel privé	panel privé
	- Point d'enquête	GMS	ménages	ménages	ménages	ménages	ménages
	- Collecteur	FranceAgriMer-SNM	Kantar	Kantar	Kantar	Kantar	Kantar

Tableau 1.b

Sources des données de prix à différents stades : produits laitiers

Stade de commercialisation	Disponibilité des données de prix	Filière de produits laitiers					
		Produits de grande consommation (PGC)					Produits industriels
		Lait UHT ½ écrémé	Yaourt nature	Beurre plaquette	Emmental	Camembert	
Première mise en marché du produit agricole	Données disponibles :						
	- Nature	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production	prix du lait à la production
	- Point d'enquête	laiteries	laiteries	laiteries	laiteries	laiteries	laiteries
	- Collecteur	SSP	SSP	SSP	SSP	SSP	SSP
Transformation	Données disponibles :						
	<i>MDD et MN confondues</i>						
	- Nature						cotations
	- Point d'enquête	industriels	industriels	industriels	industriels	industriels	industriels
	- Collecteur						FranceAgriMer
	Données nouvelles :	(fin 2011)	(fin 2011)	(fin 2011)	(fin 2011)	(fin 2011)	
	<i>MDD uniquement</i>						
	- Nature						
- Point d'enquête							
- Collecteur							
Détail	Données disponibles :						
	- Nature	panel privé	panel privé		panel privé	panel privé	
	- Point d'enquête	conso. / distrib	conso. / distrib		conso. / distrib	conso. / distrib	
	- Collecteur						

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

La notion de « marge brute » utilisée dans les études sur la transmission des prix dans les filières agroalimentaires est celle définie dans divers travaux antérieurs et notamment par Ph. MASSON [MASSON P., 1975] :

« Nous appelons marge brute de distribution, la différence entre le prix de vente hors taxe et le prix d'achat du produit hors taxe.

Remarque : il s'agit en fait de la notion de marge commerciale (cf. 2.1.).

Par analogie, nous appellerons marge brute de transformation, la différence entre le prix de vente hors taxe du produit transformé et le prix d'achat hors taxe de la matière première agricole contenue dans le produit⁸. »

Remarque : il s'agit alors d'une marge brute de 1^{ère} (ou unique) transformation d'un produit agricole ; dans le cas de la marge brute d'un stade de transformation supplémentaire, la matière première est un produit lui-même déjà transformé (cas de l'industrie de la charcuterie, qui transforme en jambons, etc., certaines pièces issues de l'industrie de l'abattage-découpe des porcs).

Outre l'acception précisée ci-dessus, le terme de « marge » peut avoir des significations différentes selon le contexte dans lequel il est employé (cf. Encadré 3, page 29), d'où le risque d'une certaine confusion.

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

2.1. Précision sur la notion de marge commerciale

Dans la comptabilité générale, la marge commerciale de l'entreprise est un solde intermédiaire de gestion spécifique aux opérations de commerce. C'est la différence entre les ventes (hors TVA) de marchandise et le coût d'achat des marchandises vendues dans l'exercice (les « marchandises » désignant des produits non fabriqués ni transformés dans l'entreprise).

La marge commerciale par produit (différence entre ventes et achats d'un même produit) ne peut être établie rigoureusement qu'au terme d'enregistrements et de traitements relevant de la comptabilité analytique de l'entreprise.

La marge commerciale par produit peut être rapportée soit à la quantité de marchandise vendue, soit à la quantité de marchandise achetée, ces quantités étant a priori différentes du fait de pertes (la « casse » et la « démarque inconnue » des magasins) ; on obtient la marge commerciale unitaire par unité vendue ou par unité achetée, les deux valeurs étant évidemment différentes sauf en l'absence de perte.

Si on connaît le taux de perte, on peut calculer directement ces marges commerciales unitaires de la façon suivante :

- le prix de vente moins le prix d'achat majoré du taux de perte ; on obtient la marge commerciale par unité de produit vendu ;

⁸ Il s'agit alors d'une marge brute de 1^{ère} (ou unique) transformation d'un produit agricole ; dans le cas de la marge brute d'un stade de transformation supplémentaire, la matière première est un produit lui-même déjà transformé.

- le prix de vente diminué du taux de perte, moins le prix d'achat ; on obtient la marge brute par unité de produit acheté.

Si on ne connaît pas le taux de perte ou si on considère que la marge commerciale doit couvrir les pertes (assimilées ainsi aux charges), la marge commerciale unitaire peut être calculée par simple différence entre les prix de vente et d'achat. Elle n'est alors plus homogène à la marge commerciale globale de l'entreprise. C'est toutefois le mode de calcul généralement appliqué pour les produits suivis par l'observatoire (cf. chapitre 3).

2.2. Précision sur la notion de marge brute de transformation

Contrairement à la marge commerciale, la marge brute de transformation n'est pas un solde intermédiaire de gestion défini par les normes comptables (cf. Encadré 4) : c'est un concept *ad hoc* pour l'analyse de la formation des prix ; il est toutefois équivalent à celui de marge commerciale.

A l'échelle de l'activité globale de l'entreprise, la marge brute de transformation est égale aux ventes (hors TVA) de produits transformés par l'entreprise, moins le seul coût d'achat de la matière première de ces produits vendus dans l'exercice.

Cette marge brute globale de transformation peut être ramenée à l'unité de produit vendu ou à l'unité de matière première utilisée. Les valeurs de ces deux marges brutes unitaires de transformation sont évidemment différentes, mais liées par le rendement physique de l'activité de transformation.

A partir du coût d'achat de la matière première et du prix de vente du produit transformé, et à condition de connaître le rendement de la transformation, on peut calculer directement ces deux marges brutes unitaires de transformation de la façon suivante :

- le prix de vente du produit transformé multiplié par le rendement, moins le prix d'achat de la matière première ; on obtient la marge brute par unité de matière première utilisée ;

- le prix de vente du produit transformé moins le coût d'achat de la matière première divisé par le rendement ; on obtient la marge brute par unité de produit vendu.

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

Le tableau ci-après (données fictives) illustre ces notions (les chiffres ne sont que des exemples et ne renvoient pas précisément à un cas réel particulier) :

Tableau 2

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

D'où :

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

Ces principes s'appliquent directement aux filières viande. L'application à la filière laitière présente des spécificités liées notamment au fait que la transformation du lait en produits de grande consommation, s'accompagne fatalement de la production d'autres produits (dits produits joints) dont la rentabilité souvent négative constitue un coût de la matière première qui s'ajoute à l'achat du lait (cf. chapitre 3).

Encadré 3

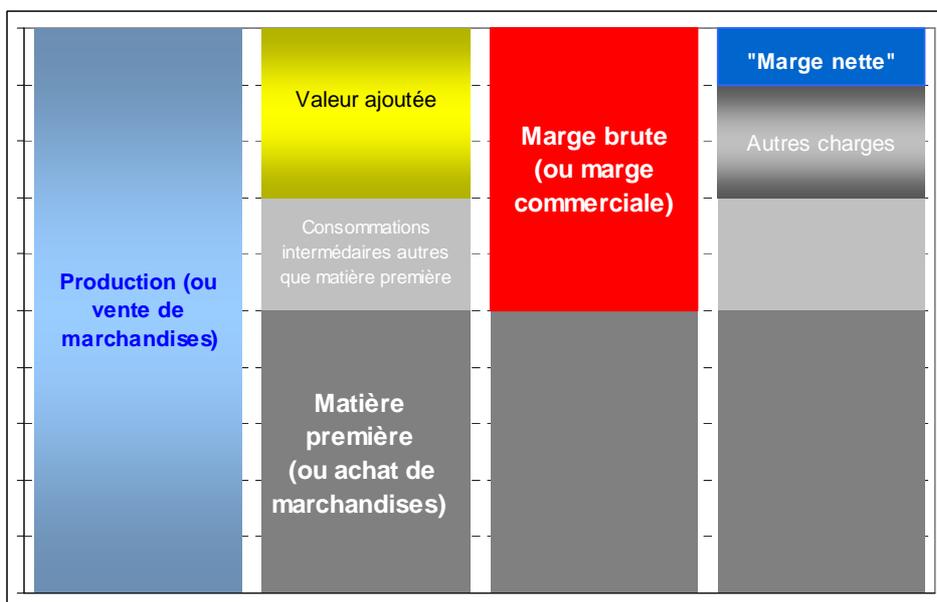
Marges brutes, marges nettes, valeur ajoutée... Quelques précisions

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

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

Valeur ajoutée et marges

Schéma 1



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

La notion de « **marge nette** » est plus floue, avec autant de définitions que d'usages... Une marge nette est généralement une marge brute (au sens 1, 2 ou 3 ci-dessus) diminuée de tout ou partie des autres charges. Ainsi, le résultat net comptable de l'exercice (solde comptable entre l'ensemble des produits et l'ensemble des charges, y compris opérations exceptionnelles) est parfois appelé « marge nette », notamment dans le ratio dit « de marge nette » (résultat net comptable de l'exercice / chiffre d'affaires) utilisé en analyse financière (COHEN E., 1997). Dans certains documents de comptabilité analytique du commerce de détail, on désigne par « **marge semi-nette** » d'un rayon, la marge commerciale diminuée des frais de personnel du rayon. En agriculture, la marge nette d'une production est la marge brute de cette production (aux sens du 3 ci-dessus, diminué des charges fixes spécifiques à cette production (amortissement des bâtiments et matériel spécifiques, par exemple), calculée sur la base des prix de vente hors subvention, elle est souvent négative dans certaines productions (viande bovine, notamment).

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

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

Tableau 3

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

Source : PGC, P. III.110

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

La première étape du dispositif et le point de départ obligé de toute analyse plus approfondie est d'exprimer les prix au détail des produits suivis par l'observatoire sous la forme de la valeur de la matière première agricole et des marges brutes unitaires dégagées à chaque stade de la commercialisation et de la transformation (commerciales, de transformation).

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

Comme évoqué plus haut, tout particulièrement pour les produits transformés, il est impératif de raisonner sur la même unité de produit du début à la fin de la chaîne (kg de matière première ou kg de produit de consommation).

Le tableau ci-après (données fictives) illustre ces notions :

Tableau 4

Données	Quantité	Prix	Valeur
Matière première agricole (par exemple : carcasse)	100 000 t	2,10 € / kg	210 000 milliers €
Produit de 1 ^{ère} transformation (produit intermédiaire, par exemple, viande désossée)	70 000 t	4,00 € / kg	280 000 milliers €
Produit de 2 ^{ème} transformation (produit final, par exemple, produits de charcuterie)	35 000 t	9,00 € / kg	315 000 milliers €

D'où :

Rendement 1 ^{ère} transformation (r_1)	$70\,000 / 100\,000 =$	70%
Rendement 2 ^{ème} transformation (r_2)	$35\,000 / 70\,000 =$	50%
Rendement global (r)	$35\,000 / 100\,000 = r_1 \times r_2 =$	35%
Marge brute globale 1 ^{ère} transformation	$280\,000 - 210\,000 =$	70 000 milliers €
Marge brute globale 2 ^{ème} transformation	$315\,000 - 280\,000 =$	35 000 milliers €

Calcul des marges brutes unitaires à partir des marges brutes globales :

marges brutes unitaires calculées par unité de matière première agricole

Marge brute unitaire 1 ^{ère} transformation par unité de matière première agricole	$70\,000 / 100\,000 =$	0,70 € / kg
Marge brute unitaire 2 ^{ème} transformation par unité de matière première agricole	$35\,000 / 100\,000 =$	0,35 € / kg

marges brutes unitaires calculées par unité de produit fini

Marge brute unitaire 1 ^{ère} transformation par unité de produit fini	$70\,000 / 35\,000 =$	2,00 € / kg
Marge brute unitaire 2 ^{ème} transformation par unité de produit fini	$35\,000 / 35\,000 =$	1,00 € / kg

Calcul des marges unitaires à partir des prix et des rendements :

marges brutes unitaires calculées par unité de matière première agricole

Prix du produit intermédiaire en unité de matière première agricole	$4,00 \times 70\%$	2,80 € / kg
Prix du produit final en unité de matière première agricole	$9,00 \times 35\%$	3,15 € / kg
Prix de la matière première agricole (en unité de matière première agricole)		2,10 € / kg
+ Marge brute unitaire 1 ^{ère} transformation par unité de matière première agricole	$2,80 - 2,10 =$	0,70 € / kg
+ Marge brute unitaire 2 ^{ème} transformation par unité de matière première agricole	$3,15 - 2,80 =$	0,35 € / kg
= Prix du produit final par unité de matière première agricole	$2,10 + 0,70 + 0,35 =$	3,15 € / kg

marges brutes unitaires calculées par unité de produit fini

Prix de la matière première agricole en unité de produit fini	$2,10 / 35\%$	6,00 € / kg
Prix du produit intermédiaire en unité de produit fini	$4,00 / 50\%$	8,00 € / kg
Prix de la matière première agricole en unité de produit fini	$2,10 / 35\%$	6,00 € / kg
+ Marge brute unitaire 1 ^{ère} transformation par unité de produit fini	$8,00 - 6,00 =$	2,00 € / kg
+ Marge brute unitaire 2 ^{ème} transformation par unité de produit fini	$9,00 - 8,00 =$	1,00 € / kg
= Prix du produit final par unité de produit fini		9,00 € / kg

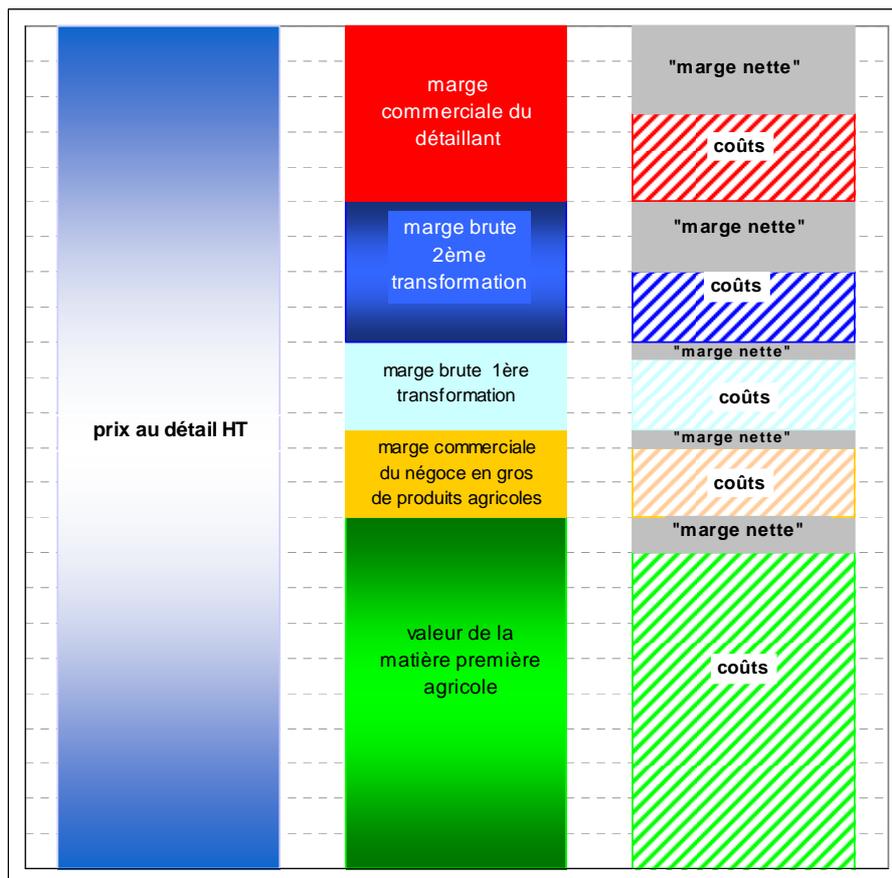
Une fois calculées les marges brutes de transformation et de commercialisation, le stade suivant de l'analyse et **2^{ème} étape** de l'observatoire est d'en analyser le contenu, en identifiant les **principales charges** couvertes par ces marges. On peut alors approcher, par unité de produit (kg, litre...), la « marge nette » de transformation ou de commercialisation, par différence entre la marge brute et les principaux coûts qu'elle doit ou devrait couvrir.

Enfin, **3^{ème} étape**, les principaux éléments du **coût de production agricole** doivent être mis en regard de la composante « valeur de la matière première agricole » du prix de détail. La différence entre le prix du produit agricole et son coût de production constitue la marge nette unitaire (par kg, litre...) à la production agricole de ce produit. Ce résultat est souvent négatif dans certaines productions (bovins viande, notamment), et cette situation est compensée par les subventions (ou « aides directes ») allouées aux agriculteurs dans le cas de la politique agricole commune.

Le schéma ci-après résume la démarche :

Décomposition du prix au détail

Schéma 2



Remarque : la « marge nette », représentée sur ce schéma est la différence entre d'une part la recette unitaire issue du seul prix de vente (hors subventions) et d'autre part, les coûts unitaires. Cette marge nette peut s'avérer négative (alors que pour des commodités de compréhension, elle est représentée comme étant positive sur le schéma). C'est régulièrement le cas pour certains produits agricoles, où cette situation, qui ne saurait être viable, est alors compensée par l'existence de subventions publiques allouées aux producteurs agricoles dans le cadre de la politique agricole commune.

3. CONNAITRE LES COÛTS AUX DIFFÉRENTS STADES

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

3.1. Les coûts dans les secteurs de l'industrie et du commerce

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

L'étude des coûts de transformation dans les industries agroalimentaires transformant les produits suivis par l'observatoire vise à expliquer les niveaux et les évolutions des marges brutes unitaires. Les produits actuellement suivis par l'observatoire ressortissent des secteurs industriels suivants définis par la statistique publique :

Tableau 5

	Code secteur	Intitulé secteur
Filières viandes	10.11	Transformation et conservation de la viande de boucherie
	10.12	Transformation et conservation de la viande de volaille
	10.13	Préparation industrielle de produits à base de viande
Filières produits laitiers	10.51A	Fabrication de lait liquide et produits frais
	10.51B	Fabrication de beurre
	10.51C	Fabrication de fromage
	10.51D	Fabrication d'autres produits laitiers

Pour ces secteurs, on dispose de comptes de résultats annuels sectoriels (de 2000 ou 2005 selon les secteurs, jusqu'à 2008 au moment de la rédaction de ce rapport).

En filières viandes, chacun des secteurs prédéfinis est insuffisamment spécialisé dans le produit suivi par l'observatoire. Ainsi, le secteur « 10.11. Transformation et conservation de la viande de boucherie » regroupe-t-il des entreprises d'abattage-découpe de bovins, d'ovins, de porcins, ... ; le secteur « 10.12. Transformation et conservation de la viande de volaille » regroupe quant à lui l'abattage de poulets, celui de dindes... ; le secteur « 10.13. Préparation industrielle de produits à base de viande » regroupe pour sa part les entreprises de charcuterie et celles élaborant d'autres préparations à base de viande. Pour les besoins de l'observatoire, le SSP a donc réalisé un traitement spécifique des données de base de chacun de ces secteurs des filières viandes afin de constituer des « sous-secteurs » plus spécialisés, à hauteur d'au moins 66 % du chiffre d'affaires :

Tableau 6

	Code secteur	Intitulé secteur (activité principale)
Filières viandes	10.11.a	Transformation et conservation de la viande bovine (abattage, découpe, production de viandes fraîches et surgelées de bovins)
	10.11.b	Transformation et conservation de la viande porcine (abattage, découpe, production de viandes fraîches et surgelées de porcins)
	10.12.a	Transformation et conservation de la viande de poulet et de dinde (1) (abattage, découpe, production de viandes fraîches et surgelées de poulets et de dindes)
	10.13.a	Préparation industrielle de produits à base de viande porcine (transformation de viandes de porc frais en produits de charcuterie)

(1) la représentativité trop faible des entreprises fortement spécialisées en « dindes » d'une part et « poulets » d'autre part ne permet pas de les isoler.

En complément de ces données, dans certaines filières, d'autres sources de comptes d'entreprises ont été mobilisées (suivi de données d'entreprises par FranceAgriMer). Les comptes du secteur de la charcuterie industrielle sont appréhendés au travers du suivi réalisé par le cabinet AND, dans l'attente des résultats d'une analyse comparative de ces données avec celle du secteur 10.13.a constitué par le SSP.

3.1.2. Les coûts dans les rayons de la grande distribution : en l'absence de données statistiques adaptées, l'observatoire met en place un dispositif de recueil de l'information auprès des enseignes

Ce volet de l'observatoire constitue un champ d'investigations indispensables. En effet, il s'agit de positionner, en regard des niveaux et des évolutions des marges commerciales par produit observés dans la grande distribution, des éléments de comptabilité analytique des rayons permettant d'apprécier les niveaux et les évolutions périodiques des charges unitaires ramenées à des volumes d'activité (tonnages achetés et vendus) de ces mêmes rayons, dont les coûts de main-d'œuvre, les coûts-outils (matériels, installations), les approvisionnements (emballages...).

L'information statistique publique en la matière (comptes du commerce : cf. Encadré 5) est inadaptée puisque portant par nature sur les comptes d'entreprise et non sur leur décomposition analytique par rayon (« viandes », « volailles », « charcuterie », « produits laitiers », « fruits et légumes »), a fortiori par types de produit (viande de bœuf, viande de porc,...). Il est donc nécessaire de mettre en place un dispositif de recueil d'informations *ad hoc*.

La complexité du sujet tient à la diversité du mode d'organisation des enseignes. Pour les enseignes de commerce intégré centralisées, il est possible d'obtenir, de la part de la direction de l'enseigne, des données relatives à l'ensemble des magasins. L'objectif est plus difficile à atteindre par ce moyen dans le cas des chaînes de magasins indépendants.

En outre, les dispositifs de comptabilité analytique sont différents d'une enseigne à l'autre, ce qui nécessite un délicat travail préalable d'harmonisation des questionnaires.

Par ailleurs, en filière viande (bovine, notamment), la distribution assure des fonctions industrielles, à des degrés variables selon les enseignes. Ces activités industrielles peuvent aller de la transformation complète de carcasses en portions-consommateurs à la seule dernière découpe à partir de muscles livrés en prêt à découper (PAD) par les industriels, voire à la seule fonction de revente au détail d'articles élaborés par les industriels (UVCi). La compréhension du niveau des marges de la grande distribution en filière viande doit donc évidemment intégrer ce degré d'implication variables des enseignes dans les fonctions de transformation, et les questionnaires adressés aux enseignes doivent tenir compte de la diversité des cas de figure.

Ainsi, la mise au point d'un système d'information adapté a-t-il fait l'objet, durant le 1^{er} semestre 2011, de plusieurs échanges approfondis avec la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution et des responsables sectoriels d'enseignes. Il en est résulté, fin avril 2011, l'élaboration d'un premier questionnaire visant à recueillir via les structures centrales des enseignes, des données trimestrielles de charges réparties par rayon, assorties de volumes d'activité (tonnages, achats, chiffres d'affaires) par grande famille de produit, ainsi que des diagrammes du traitement des flux matière de viandes aux différents niveaux de la grande distribution (centrales, laboratoires de transformation en back-store des magasins, points de vente...). On trouvera les éléments de ce questionnaire en annexe. Les premiers résultats de cette approche devraient être disponibles durant l'été 2011.

A moyen terme, cette approche pourrait être suivie d'un dispositif d'enquêtes périodiques dans un panel de magasins et dans leurs centrales d'achat. Ce travail, dont la maîtrise d'ouvrage serait assurée par FranceAgriMer, ne peut être confié qu'à un cabinet d'études compétent en matière de comptabilité analytique appliquée au secteur de la distribution.

En attendant, le présent rapport ne peut présenter d'analyse des marges de la grande distribution. Bien que l'attente soit forte sur ce sujet, il est important de souligner que sa complexité technique exclut des approches rapides afin d'éviter de délivrer des informations qui ne seraient pas totalement fiables et objectives.

LES COMPTES DU COMMERCE : SECTEUR GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES**Parts de marché - Produits alimentaires (hors tabac), en valeur TTC
En %**

Tableau 7

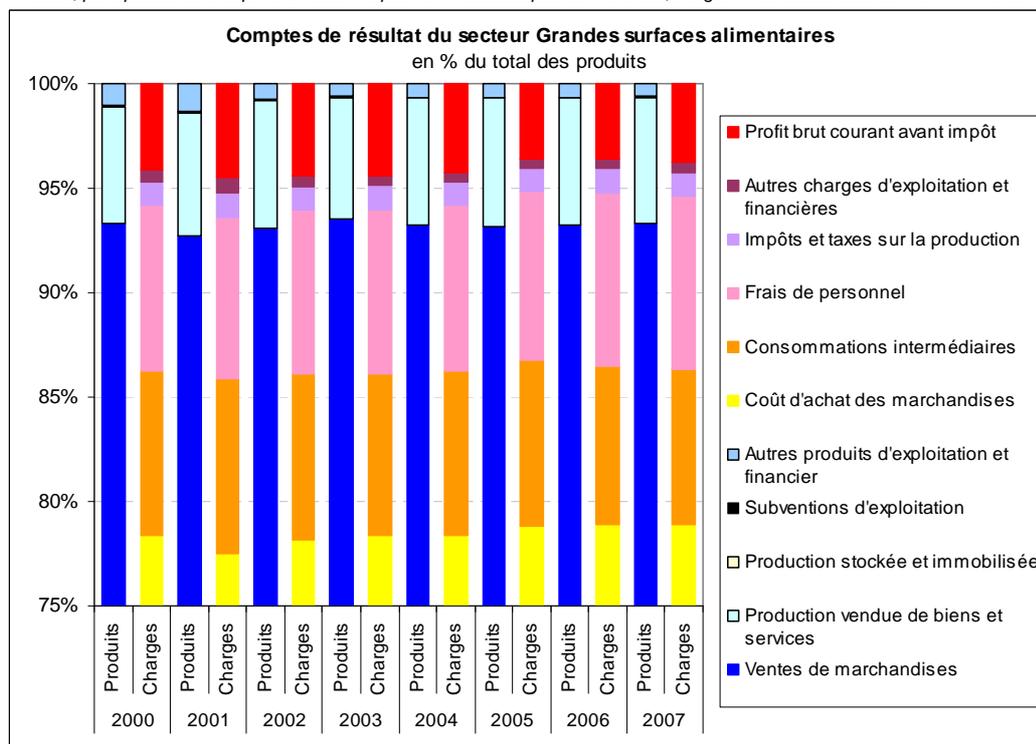
Formes de vente	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007sd	2008sd	2009p
Grandes surfaces d'alimentation générale	67,7	68,0	68,2	68,3	67,9	67,4	67,3	67,3	67,1	66,9
Magasins populaires	1,4	1,5	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,4
GMS (1)	66,3	66,5	67,0	67,1	66,6	66,1	66,0	65,8	65,5	65,5
dont Supermarchés	31,5	31,7	33,1	33,0	33,3	33,0	33,0	33,0	33,2	33,2
dont Hypermarchés	34,8	34,8	33,9	34,1	33,3	33,1	33,0	32,8	32,3	32,3

(1) au sens « observatoire »

Source : Rapports sur les comptes du commerce. Le commerce en 2009 - Rapport présenté à la Commission des comptes commerciaux de la Nation le 21 décembre 2010 (INSEE)

Graphique 2

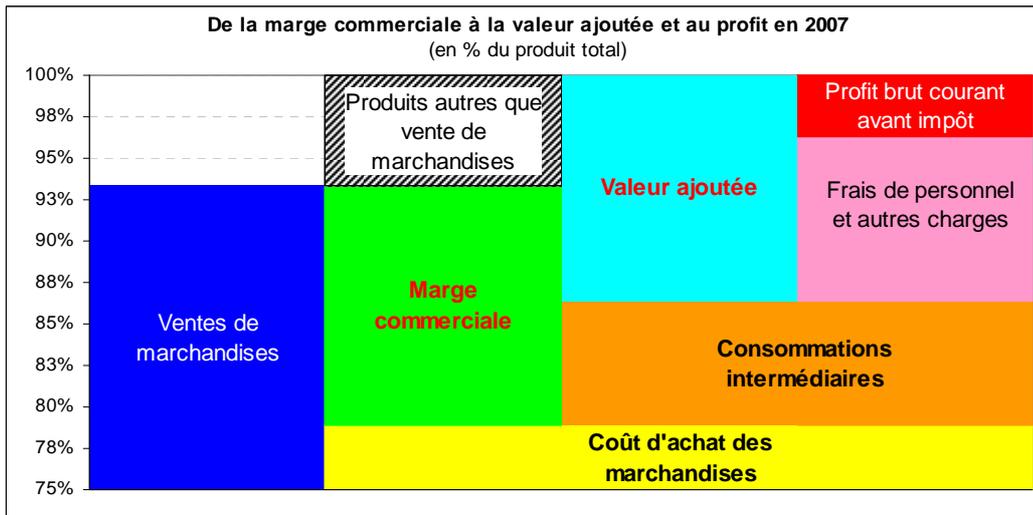
Attention, pour permettre la représentation des postes de faible importance relative, l'origine de l'axe vertical est à 75% du total

**Remarque : la série des comptes du commerce diffusée sur le site de l'INSEE est en cours de mise à jour, elle s'interrompt pour l'instant en 2006.**

Le profit courant avant impôt représente 3,6 % à 4,5 % du total des produits du secteur. Les ventes de marchandises, produit de la seule activité commerciale (revente de marchandises achetées) constituent plus de 90% des produits ; s'y ajoutent essentiellement la production de biens et services (produits provenant d'autres activités que strictement commerciales) à hauteur de 6% environ les autres produits d'exploitation et financiers contribuent pour 1% environ. Plus de 75 % des charges est constitué par les achats de marchandises. La marge commerciale, définie par les ventes moins les achats de marchandises représente 18 % à 20 % des achats (taux de marge) et 15 % à 17 % des ventes (taux de « marque »). Cf. page suivante.

Le graphique ci-dessous (*attention : l'origine de l'axe est à 75 % du produit total*) illustre la formation du profit à partir de l'activité commerciale, génératrice de la marge commerciale. Il illustre également la différence entre marge commerciale et valeur ajoutée, eux notions très proches. La marge, complétée les produits autres que commerciaux, couvre les consommations intermédiaires (fournitures, énergie, services extérieurs divers) et les frais de personnel (dans des proportions proches) ainsi que les autres charges financières et d'exploitation ; le solde constitue le profit courant. La valeur ajoutée correspond à la marge commerciale plus les produits autre que revente de marchandises (relativement peu importants dans les GMS : un peu plus de 5 % du total des produits), moins les consommations intermédiaires (autres qu'achat de marchandises, déjà déduits dans la marge). Lorsqu'on retranche à la valeur ajoutée les frais de personnel et autres charges d'exploitation et financières, on obtient le profit avant impôts.

Graphique 3



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

3.2. L'estimation des coûts de production agricoles

L'étude des coûts de production agricole est un objectif assigné à l'observatoire par la LMLAP (article L691.1 du code rural), en quelque sorte par symétrie avec l'approche des coûts de la transformation industrielle et des coûts du commerce, indispensable pour expliquer les niveaux et les variations des marges brutes dans ces secteurs.

Pour autant, la notion de coût de production (au sens du terme plus ancien de « prix de revient », à comparer au prix de vente) en agriculture ne va pas de soi, comme le signalaient déjà les spécialistes du sujet il y a plus de 30 ans :

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

Par ailleurs, il découle du caractère généralement familial des exploitations agricoles qu'une partie des facteurs de production (travail, capital, foncier) est auto-fournie par les exploitants et non acquise sur les marchés de ces facteurs, leur utilisation ne donne donc pas lieu à enregistrement comptable parmi les charges réelles.

Si l'on opte pour une définition extensive du coût de production, incluant le coût des facteurs auto-fournis (charges dites « supplétives » ou « calculées », par opposition à « réelles »)⁹, la question se pose de leur évaluation, avec, là aussi, inévitablement, « un certain arbitraire dans le choix des conventions proposées ».

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

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

La base de données pour ce type d'approche est le réseau d'information comptable agricole (RICA), constitué par un échantillon de 7 600 exploitations représentatives des 320 000 exploitations « professionnelles »¹⁰.

Dans cette approche, seules les charges comptables réelles (donnant lieu à des dépenses) sont prises en compte dans le coût de production.

Deux méthodes d'estimation de coûts de production utilisent les données du RICA :

- des coûts de production moyens nationaux par produit sont estimés à partir des enregistrements comptables des exploitations agricoles fortement spécialisées dans ce produit : on évacue alors la difficulté de répartir les charges communes entre les différentes productions de l'exploitation et le coût de production est constitué par le montant des charges rapporté à la quantité produite ;
- un modèle économétrique (modèle « coûts de production » INRA-SSP) estime, pour les principaux produits agricoles, les rapports entre valeur de la production et valeur des différents postes de charges. Cette méthode permet d'estimer des coûts moyens nationaux pour des productions largement réparties entre les exploitations, y compris non spécialisées.

⁹ Bien que rien ne soit standardisé en la matière, il est parfois d'usage de parler de « coût de production » lorsqu'on ne prend en compte que les charges réelles comptables et de « prix de revient » lorsqu'on y ajoute les charges supplétives.

¹⁰ D'une dimension économique supérieure à 12 hectares-équivalent-blé et employant au moins 0,75 unité de travail annuel (UTA). La production de ces exploitations agricoles représente environ 95 % de la production agricole nationale.

Le Tableau 8 présente la répartition par « otex » de la production agricole des filières étudiées dans ce rapport. Chaque otex regroupe les exploitations agricoles en fonction de leur(s) production(s) dominante(s) en termes de contribution à leur dimension économique. Pour les besoins de l'observatoire, des « sous-otex » ont été constituées par le SSP au sein de la base de données comptables du RICA en ciblant des exploitations très fortement spécialisées, afin d'identifier des niveaux et structures de charges spécifiques d'une production.

Répartition des productions agricole des filières étudiées entre les différentes orientations technico-économiques d'exploitations en 2009

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

Tableau 8

Orientation technico-économique de l'exploitation (otex)	Produits agricoles					
	Fruits	Légumes (1)	Lait	Bovins	Porcins	Volailles
Grandes cultures	2%	45%	2%	6%	4%	9%
Maraiçage	-	42%	-	-	-	-
Fleurs et horticulture diverse	-	2%	-	-	-	-
Vins appellation origine	1%	-	-	-	-	-
Autre viticulture	1%	-	-	-	-	-
Fruits	81%	1%	-	-	-	-
Bovins lait	-	-	59%	20%	1%	3%
Bovins viande	-	-	-	38%	-	1%
Bovins lait, élevage et viande	-	-	8%	7%	-	1%
Ovins, caprins et autres herbivores	-	-	1%	2%	-	-
Granivores	-	-	-	-	55%	33%
Polyculture	11%	6%	1%	1%	1%	2%
Polyélevage à orientation herbivores	1%	-	4%	3%	3%	9%
Polyculture à orientation granivores	-	-	3%	3%	17%	14%
Grandes cultures et herbivores	-	3%	23%	18%	1%	3%
Autres combinaisons de culture et d'élevage	2%	1%	-	1%	16%	23%
Toutes otex	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- : faible %

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

Source : SSP (RICA)

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

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

Les caractéristiques générales et communes de ces approches sont :

- la répartition des exploitations suivies entre différents groupes typologiques (par exemple, en production laitière : élevages de plaine, élevages de montagne...) ; on ne vise pas le calcul de coûts de production moyens nationaux représentatifs de la ferme France (approche précédente), mais une certaine représentation de la diversité des coûts, en niveau et en structure, en fonction des systèmes techniques ;
- la répartition, entre les différents produits, des charges communes à plusieurs produits au moyen de coefficients d'affectation préétablis ;
- l'introduction de « charges supplétives », évaluant sur des bases standard la rémunération des facteurs travail, capital et foncier apportés par les exploitants : les difficultés rencontrées dans cette approche sont mentionnées plus bas, cf. 3.2.4.

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

3.2.3. Modélisation des coûts en élevage avicole

Cette troisième approche est adaptée aux élevages avicoles intégrés dans lesquels les coûts de production du produit agricole (volailles en vif) sont supportés pour partie par l'exploitant agricole (travail, bâtiments), pour partie par l'intégrateur (alimentation du bétail, poussins...), et ne peuvent donc être approchés par la seule comptabilité de l'exploitation agricole.

Les coûts de production sont donc modélisés sur la base de paramètres techniques d'utilisation des différents intrants (formulation d'aliment du bétail, performances d'élevage...) associés aux prix de ces intrants.

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

L'introduction de charges calculées pour la rémunération de la main-d'œuvre familiale et des capitaux personnels permet d'une part, de faciliter les comparaisons entre exploitations indépendamment de leur mode de faire-valoir du sol (propriétaires, fermiers) et de l'origine de leurs capitaux (le capital personnel), d'autre part, de situer le prix de marché du produit en regard d'un « prix de revient » calculé en intégrant un niveau standard de rémunération souhaitable de la main-d'œuvre familial et de ses capitaux personnels.

Le premier objectif (comparaison inter-exploitations) requiert que les standards de rémunération retenus soient homogènes, ce qui n'est pas le cas à ce stade des travaux de l'observatoire : la norme retenue étant, selon les études, de 1,5 SMIC (dans l'évaluation des coûts de production du lait, des fruits et légumes, des bovins viandes dans certains travaux) ou 2 SMIC par unité de travail annuel familial (cas de l'évaluation des coûts de production des bovins-viande dans d'autres travaux, des porcins et des volailles de chair).

L'évaluation aux prix du marché des aliments du bétail produits par l'exploitation majeure fortement les estimations de coûts de production dans cette période de hausse des cours des céréales, masque en partie le degré d'autonomie du système d'alimentation des animaux (notamment pour les élevages bovins viande allaitants) et peut en outre induire des doubles comptes : si la production d'aliments à partir des surfaces de l'exploitation est évaluée à un prix de marché, la totalité des charges intervenant dans la production de ces aliments (engrais, semences, mais aussi quote-part des charge communes) matériel, doit être exclue du coût de production des animaux.

L'observatoire doit poursuivre ses travaux en vue d'améliorer et d'homogénéiser ces approches des coûts de production agricoles.