

PRIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES

LA MATIÈRE PREMIÈRE AGRICOLE MAL VALORISÉE !

Le rapport 2013 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges confirme la faible part de l'agriculture dans l'alimentation, à travers la proportion de la matière première agricole dans le produit fini ou la contribution de la branche « agriculture et pêche » dans la dépense alimentaire. Il illustre également l'atténuation des variations de prix de l'amont vers l'aval en France. Enfin, il montre à nouveau que la plupart des producteurs agricoles peinent à dégager un revenu suffisant pour les faire vivre. Ces difficultés touchent aussi certains secteurs industriels, comme les abattoirs, dont les résultats se dégradent.

L'Observatoire de la formation des prix et des marges a pour missions :

> de suivre des évolutions de prix à différents stades d'une filière : production, sortie industrie et prix de détail en grande distribution ;

> d'étudier les coûts de production agricoles, les coûts et les marges de l'industrie et de la grande distribution.

Il remet chaque année un rapport au Parlement. Pour sa troisième édition, ce rapport s'étoffe encore avec le suivi de nouvelles filières (pain, pâtes alimentaires, poissons, fromage de chèvre).

FAIBLE PART DU PRODUIT AGRICOLE DANS LE PRODUIT FINAL

Le suivi des prix à différents stades de la filière dans une unité commune permet de déterminer la valeur du produit agricole, matière première du produit alimentaire, dans le prix moyen au détail. Cette part est variable mais relativement faible sur les produits suivis par l'Observatoire. Elle représente par exemple 8,5 % pour la baguette de pain, 15 % pour le yaourt, 43 % pour l'emmental, près de 35 % dans le jambon ou le poulet et 50 % pour les fruits et légumes, pourtant perçus comme des produits « bruts ». Cette part a eu tendance à progresser avec la hausse des prix des produits agricoles.

Pour prendre l'exemple de la baguette de pain, un produit symbolique pour les consommateurs, la part du blé dans le prix moyen d'une baguette est passée de 4 à 9 % entre 2005 et 2012 avant de diminuer légèrement en 2013.

La matière première blé tendre représente entre 8 et 9 % du prix de la baguette au détail au premier semestre 2013, contre environ 4 % en 2009



MOINS DE « LISSAGE » POUR LES PRIX DES PRODUITS LAITIERS EN ALLEMAGNE

En Allemagne, le prix au détail du lait UHT est fortement lié, de façon linéaire, au prix à la production alors que cette relation est très amortie en France. Les raisons mises en avant dans le rapport sont les suivantes :

- le poids du hard discount (produits « basiques » avec un rapport plus direct du prix du produit final avec la valeur de la matière première) ;
- le positionnement de l'industrie laitière allemande sur ce type de produit, à moindre valeur ajoutée, contrairement à l'orientation du secteur en France ;
- le système de négociation des prix entre industriels et distributeurs, dans lequel intervient des références aux prix à la production.



ENTRE STABILISATION DES PRIX DE DÉTAIL ET VOLATILITÉ DES PRIX AGRICOLES

Une des principales conclusions mise en avant dans le rapport 2013 est le rôle d'amortisseur de l'industrie et de la grande distribution. Alors que les prix du lait, par exemple, ont fortement fluctué ces dernières années, le prix d'un litre de lait UHT ou de l'emmental est resté stable. De même, les simulations de prix de la baguette de pain en fonction des prix du blé montrent que le prix de détail ne répercute pas l'ensemble des variations du prix du blé (baisse en 2009-2010 ou hausses en 2012).

ÉVALUATION DES COÛTS ET DES MARGES DANS LES RAYONS ALIMENTAIRES DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Une enquête spécifique envoyée aux sept enseignes de la grande distribution permet d'évaluer les coûts et la marge nette par rayon. Malgré le travail important des équipes de l'Observatoire, il existe des



Une enquête spécifique envoyée permet d'évaluer les coûts et la marge nette par rayon dans les supermarchés.

¹ Comparaisons de données entre des magasins indépendants et intégrés, clés de répartition des charges communes aux différents rayons différentes selon les enseignes, sur-représentation des hypermarchés par rapport aux supermarchés, ...

MARGES NETTES PAR RAYON

En € pour 100 € de chiffre d'affaires	Boucherie	Volaille	Charcuterie	Produits laitiers	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boulangerie
Marge nette avant impôts* en 2012	- 1,3	8,2	9,1	3,7	1,4	- 5,8	- 2,0
Marge nette avant impôts* en 2011	- 1,4	8,0	7,3	2,9	1,1		

* avant impôt sur les sociétés / source : Observatoire de la Formation des Prix et des Marges

limites méthodologiques à ces chiffres¹. De plus, il s'agit de moyennes et les résultats des 7 enseignes présentent en général une grande dispersion.

La GMS peut s'adapter en ayant une marge nette faible voire négative sur quelques rayons, certains en compensant d'autres. Cela n'est pas le cas de la plupart des producteurs agricoles. La recherche des prix bas au niveau du consommateur ne doit pas faire oublier que la production agricole à un coût.

NON-RÉPERCUSSION DES VARIATIONS DE COÛTS DES INTRANTS EN AGRICULTURE

L'analyse dans le secteur agricole montre que les agriculteurs ont du mal à couvrir les coûts de production. Cette conclusion avait déjà été mise en avant dans les rapports précédents. Au niveau de la production bovine, par exemple, les derniers résultats disponibles montrent que les produits ne suffisent souvent pas à couvrir l'ensemble des charges (y compris les charges supplétives de rémuné-

ration de la main d'œuvre non salariée et des capitaux). Pour les exploitations légumières et fruitières, si on impute un niveau de rémunération standard à la main d'œuvre, on obtient un revenu net 2011 négatif.

EURO ALIMENTAIRE : UNE APPROCHE EUROPÉENNE

L'approche macroéconomique de « l'euro alimentaire » confirme la faible part de la branche agriculture dans notre alimentation. L'objectif de ces calculs est d'évaluer la répartition d'un euro de dépense alimentaire du consommateur entre les différentes branches de l'économie contribuant à la production alimentaire (agriculture, IAA, commerces, transports, services, ...). Dans le rapport 2013, cette approche a été élargie à d'autres pays de l'UE. Les résultats montrent une grande disparité entre les Etats. Pour 100 € alimentaires en 2005, la valeur ajoutée de l'agriculture et de la pêche varie de 3 % au Danemark à 18 % en Grèce. En France, cette part était de 8 %.

À la lecture de ces résultats, on peut donc s'interroger sur la valeur accordée aux produits alimentaires et aux liens de plus en plus distendus entre le consommateur et le monde agricole. ●

Viviane Pons-Thévenot
Direction Economie des Agricultures
et des Territoires
Chambre d'agriculture France

Pour en savoir plus :
www.franceagrimer.fr/
Informations-economiques/
Observatoires