



Le suivi des prix, des coûts et des marges dans les filières viandes

Analyses de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires entre 2011 et 2014

Mots-clés : Prix, Coûts, Marges, Filière viande

Auteur : Philippe Boyer¹, Amandine Hourt¹

¹ FranceAgriMer, Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires, 12 rue Henri-Rol-Tanguy TSA 20002, 93555 Montreuil Cedex, France

* E-mail de l'auteur correspondant : philippe.boyer@franceagrimer.fr

Cet article décrit l'évolution des prix, des coûts et des marges entre 2011 et 2014 dans les filières viandes étudiées par l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires, dispositif qui analyse la formation de la valeur dans les circuits alimentaires, depuis la production agricole jusqu'à la distribution au détail.

Résumé :

Les hausses des prix à la production dans les filières viandes en 2012 et 2013 ont été diversement transmises aux consommateurs par l'aval industriel et commercial, selon les produits et les années. Ainsi, l'impact ces hausses a été amorti dans les circuits de la viande bovine et du jambon cuit en 2012, mais amplifié dans celui de la viande de porc frais la même année ; amplifié également en viandes bovine et porcine en 2013. En 2014, la baisse des prix des bovins et des porcs n'a été que partiellement répercutée par l'industrie, qui a ainsi amélioré ses marges brutes, voire son résultat net.

L'étude des comptes des secteurs industriels de 2011 à 2013 ou 2014 montre cependant la faiblesse structurelle des marges nettes de l'abattage-découpe. Elles s'élèvent en moyenne sur la période à 1% de la production dans le secteur bovin, ce taux est légèrement supérieur dans l'abattage-découpe des volailles, mais en baisse sous l'effet de la hausse des matières premières en 2012. Il est négatif ou nul dans l'abattage-découpe de porcs. Le taux de marge nette des industries la charcuterie, en moyenne de près de 2%, a fortement diminué en 2012 avec la hausse de la matière première.

Les comptes par rayon alimentaire frais des GMS de 2011 à 2013 montrent des taux de marges nettes en moyenne négatifs dans le rayon boucherie (-1,5% sur les trois ans), positifs dans les rayons volailles et charcuterie (+8%). La consolidation des trois rayons « produits carnés frais » des GMS (boucherie, charcuterie, volailles) présente un taux de marge nette sur chiffre d'affaires de 4% en moyenne pondérée en 2013, supérieur à celui de l'ensemble des rayons alimentaires frais (2%) et à celui de la totalité du secteur des hypermarchés et supermarchés (1%) tel que défini par l'Insee.

Abstract: Prices and costs in the meat industry

Increased production prices in the meat sector in 2012 and 2013 were transmitted to consumers through industrial and commercial practices depending on products and the year. Thus, the impact of these increases were not completely felt in the beef meat and cooked ham industry in 2012, but were amplified in that of fresh pork meat during the same period. In 2013, they were also amplified in the beef and pork meat sectors. In 2014, the decrease in bovine and pork meat prices were only partially felt by consumers since the industry improved its gross margins and even its net earnings.

A survey of the industry from 2011 to 2013 or 2014 shows, however, structural weaknesses of the net earnings for slaughter-meat cutting. The net earnings were equal to 1% of production in the bovine sector during the period. This rate was slightly greater in slaughter-meat cutting of poultry, but decreased as a result of an increase in raw materials in 2012; they were almost null for slaughter-meat cutting of pork meat. The rate of the net earnings of the meat processing industry, at an average of 2%, decreased strongly in 2012 with an increase of raw materials.

From 2011 to 2013, the fresh food departments of average and large supermarkets showed negative net earnings in the butcher department (-1.5% over a three year period), positive in the poultry and the processed meat departments (+8%). The consolidation of the three departments "fresh meat products" of the average and large supermarkets (butcher, processed meats, poultry) had 4% average net earnings in 2013, greater than those of the fresh food departments (2%) and the total hypermarket and supermarket sectors (1%) as defined by the INSEE.

INTRODUCTION : LE CONTEXTE DE LA CREATION DE L'OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET SES OBJECTIFS

L'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (OFPM) a été créé par la loi n° 2010-874 du 27 juillet 2010 de modernisation de l'agriculture et de la pêche. Elle lui assigne la mission « *d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics sur la formation des prix et des marges (...) au sein de la chaîne de commercialisation (...)* ».

Sa création a été décidée suite aux crises des revenus dans les élevages laitiers en 2009 et bovins viande en 2010, intervenues dans un contexte nouveau de volatilité des prix agricoles et des matières premières. Dans ce passage « *du stable à l'instable* » (Ph. Chalmin, in Cyclope, 2011), l'OFPM a alors été conçu comme un lieu de production et d'échanges d'informations associant les représentants de tous les maillons des circuits agroalimentaires, pour objectiver le débat et favoriser une certaine « *transparence* » susceptible de contribuer à l'amélioration des relations commerciales.

Présidé par Philippe Chalmin, universitaire spécialiste des marchés de matières premières, l'OFPM est animé par un

comité de pilotage interprofessionnel. Il s'appuie sur l'établissement public FranceAgriMer, avec le concours de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Insee), du Service de la Statistique et de la Prospective (SSP) du Ministère de l'Agriculture, de l'Institut National de la Recherche Agronomique (Inra) et des instituts techniques interprofessionnels agricoles.

L'OFPM a progressivement étendu son champ sectoriel aux filières viandes, produits laitiers, fruits et légumes, boulangerie, pâtes alimentaires et produits de la pêche. Il complète ces études sectorielles par une analyse macroéconomique du partage de « *l'euro alimentaire* » du consommateur (Ph. Boyer, J.P. Butault, 2014). Cet article présente la méthode (partie I) et les résultats sectoriels de l'OFPM dans les filières des produits carnés (partie II), depuis leur transformation industrielle à leur distribution en hypermarchés et supermarchés. Les résultats portent sur une période allant de 2011 à 2013, 2014 ou mi-2015, selon les données.

I. METHODE

I.1. Méthode générale

Dans chacune des filières, l'OFPM applique une démarche en deux étapes, exposée en détail dans ses rapports

I.1.1. Première étape : décomposition des prix au détail en matière première agricole et marges brutes de l'aval

Cette première étape simule la contribution de chaque maillon de la filière à la formation du prix au détail. Elle comprend les phases suivantes :

- choix d'un produit ou d'un panier de produits alimentaires de grande consommation relativement peu élaborés¹ et « *représentatifs* » de la filière ;
- définition du circuit de production-transformation-commercialisation. En général, le circuit retenu est celui qui, partant de la livraison de la matière première agricole française, aboutit en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), hors « *supérettes* » et « *hard-discount* »², via une ou deux étapes de transformation industrielle ;
- recherche des données de prix à chaque stade. Il est nécessaire, pour estimer des marges brutes à partir des différences de prix, de disposer de prix en niveau, et non d'indices³. En général, les prix au détail proviennent des panels des sociétés de sondage, il s'agit de prix d'achat moyens pondérés intégrant l'effet des promotions. Les prix agricoles sont issus des cotations

I.1.2. Seconde étape : coûts et marge nettes

La seconde étape vise à expliquer les niveaux et les variations des composantes de la valeur au détail en identifiant les coûts et marges nettes dans chaque secteur de la filière : agriculture, industrie et grande distribution.

annuels (OFPM, 2011,2012, 2013, 2015).

de FranceAgriMer. Les prix des produits destinés aux GMS sortie industrie ne faisant qu'exceptionnellement l'objet de séries statistiques en niveau, l'OFPM a dû recourir à des enquêtes *ad hoc*, réalisées pour la plupart par l'Insee ;

- définition de « *modèles* » techniques de transformation, assortis des divers rendements indispensables au calcul des coûts industriels en matière première ;
- sur ces bases, le prix moyen au détail est décomposé en valeur de la matière première agricole et *indicateurs* de « *marges brutes* » de l'industrie et de la distribution. Dans la distribution, la marge brute est définie en termes comptables par le chiffre d'affaires (CA) moins le « *coût d'achat des ventes* »⁴ ; dans l'industrie, il s'agit de la « *production* » moins la matière première d'origine agricole. Mais, sur la base des prix et des rendements, l'OFPM calcule en fait des « *indicateurs* » mensuels de marges brutes par unité de produit vendu au détail. Le terme « *indicateur* » signifie qu'il s'agit d'une simulation et non d'un résultat comptable.

Dans cette étape, contrairement à la précédente, l'OFPM mobilise des données comptables et raisonne à l'échelle sectorielle et non plus à celle d'un produit élémentaire.

En agriculture, les coûts de production sont estimés à partir de comptabilités d'exploitations agricoles spécialisées

1 La méthode pourrait s'appliquer à des produits alimentaires issus d'assemblage plus ou moins complexe, à condition de disposer de toutes les données (prix, composition) nécessaires.

2 Afin de travailler sur des ensembles de produits plus homogènes en termes de gamme et d'origine.

3 Les variations d'un indice de prix amont (agricole, par exemple) et d'un indice de prix aval (consommation, par exemple) déterminent l'évolution du rapport entre ces prix, et non celle de leur différence.

4 Achat des produits au prix franco, majoré des coûts logistiques internes (plate-forme vers magasins), minoré des rabais, remises, ristournes et coopération commerciale affectable au produit (prix dits « *trois fois nets* »).

issues du Réseau d'Information Comptable Agricole (Rica) et de références des instituts techniques agricoles.

Dans l'industrie, les coûts sectoriels proviennent de bases comptables (dispositif d'*Elaboration des Statistiques Annuelles d'Entreprises* [Esane] de l'Insee ou entreprises bénéficiant d'interventions mises en œuvre par FranceAgriMer). Ils portent sur des ensembles d'entreprises spécialisées dans une branche d'activité et de produits (par exemple : abattage-découpe de porcs, charcuterie et fabrication de produits cuits du porc...).

S'agissant de **la grande distribution**, la démarche s'appuie sur une enquête originale. Le dispositif initié en 2012 par l'OFPM vise à construire des comptes par rayon en retraçant les données de *reporting* des entreprises, avec une nomenclature et dans un périmètre rendus homogènes malgré la diversité des modes d'organisation des enseignes (enseignes intégrées, enseignes d'indépendants).

Les résultats obtenus ont parfois surpris et suscité des remarques dubitatives, notamment quant à la « *marge nette* » négative du rayon boucherie (Cf. les résultats, dans la partie II.). Il convient alors de rappeler ici certains points importants de la méthode appliquée.

Premièrement, ces résultats dépendent du périmètre retenu par l'OFPM, périmètre qui comprend :

- l'activité des magasins de format hyper et supermarchés de chaque enseigne ;
- les activités d'achat centralisé et de logistique liées aux magasins précités ;

I.2. Quelques points de méthode spécifiques dans les filières viandes

Dans l'étape de **décomposition des prix au détail en matière première et indicateurs de marges brutes**, cinq circuits de produits carnés sont analysés :

- viande bovine : « *bœuf* » frais du rayon boucherie des GMS et viande hachée de leur rayon surgelés ; le veau n'est pas suivi pour l'instant ;
- viande ovine : viande fraîche du rayon boucherie et viande surgelée ;
- porc frais du rayon boucherie ;
- porc transformé pour le rayon charcuterie ;
- volailles (rayon volailles des GMS).

En filière viande bovine, l'OFPM suit deux « *paniers* » de produits, chacun issu d'une « *représentation modélisée* » de la transformation :

- une carcasse, reconstituée au détail sous la forme de morceaux de viande fraîche et hachée surgelée, dans des proportions moyennes fixes, dérivées de l'anatomie ;
- le panier des morceaux précités, mais pondérés par les proportions moyennes mensuelles des achats effectifs en GMS observés de 2008 à 2012 par le panel Kantar.

Les indicateurs de marges brutes en viande bovine présentés ici porteront uniquement sur ce second « *panier* ». Fondé sur les achats effectifs, ce « *panier* » est saisonnier ; les proportions des différents morceaux sont propres à chaque mois (morceaux à griller davantage consommés l'été que l'hiver). La valeur de la matière première de ce « *panier* » dérive de celle de la carcasse entrée abattoir et d'une pondération saisonnière de ses différentes pièces.

Dans le circuit du porc frais, l'OFPM analyse la formation de la valeur de deux types d'articles de viande de porc en boucherie :

- et les fonctions support des têtes de réseaux relatives à ces mêmes magasins.

Sont recensés comme charges les flux de biens ou de services qui « *entrent* » dans ce périmètre. Les achats de marchandises sont mesurés au niveau des centrales d'achat, les coûts de transport entre plateformes et magasins et les frais logistiques en plateformes étant rajoutés au coût d'achat, la coopération commerciale propre aux produits d'un rayon en étant déduite.

Les flux internes au périmètre sont neutralisés, mais les entités chargées du portage du foncier des magasins ont été considérées comme des tiers hors périmètre, qu'elles aient ou non un lien financier avec les magasins. Les coûts fonciers sont ainsi pris en compte de manière harmonisée comme des charges du périmètre, ils figurent dans les « *autres charges* » des tableaux de résultats présentés dans la partie II de l'article.

D'autre part, les charges communes (frais personnel de caisse, immobilier, frais financiers...) sont réparties entre les rayons au moyen de clés inévitablement conventionnelles. Ces clés sont liées à la superficie du rayon, au volume d'articles vendus, au chiffre d'affaires, aux investissements dans le rayon. Tous les rayons étant traités de la même façon, les résultats moyens par rayon sont comparables (entre eux et dans le temps), même si leurs niveaux dépendent évidemment de la méthode appliquée.

Les « *marges nettes* » par rayon résultent de l'imputation de l'ensemble de ces coûts, elles représentent la contribution de chaque rayon au résultat net du périmètre défini.

- les côtes de porc et le rôti de porc en Unité de Vente Consommateur Industrielle (UVCI) fournies aux GMS par les industriels qui élaborent ces articles à partir de la longe.
- la longe en Unité de Vente Consommateur Magasin (UVCN), débitée en côtes et rôtis (dans des proportions considérées comme fixes, respectivement 40% et 60%) dans les laboratoires des rayons boucherie des GMS. Seul ce circuit sera considéré ici pour la décomposition du prix de détail en matière première et marges brutes.

Ces deux produits de la longe (en UVCI et UVCN) représentent environ 15% des volumes achetés dans les rayons boucherie des GMS.

La valeur de la matière première entrée abattoir de la longe est calculée en supposant que le taux de marge de l'activité de découpe sur cette pièce de longe est identique au taux de marge réalisé sur l'ensemble de la carcasse. La valeur de matière première de la longe est alors estimée en pondérant la valeur de la carcasse entrée abattoir par le rapport entre la valeur de la longe sortie découpe et la valeur totale des pièces (P. Mainsant, 2011).

En charcuterie, l'OFPM suit seulement un agrégat constitué de l'ensemble des jambons cuits, toutes gammes et toutes présentations (libre-service, coupe...). Il représente environ le quart du volume des achats dans les rayons charcuterie des GMS d'après le panel Kantar.

L'évaluation du coût en matière première initiale du jambon est faite selon le mode de calcul évoqué ci-dessus pour la longe.

Les indicateurs de marges brutes des produits retenus par l'observatoire pour les **filières volailles et viande ovine** ne sont pas présentés dans cet article.

II. RESULTATS

II.1. La décomposition des prix au détail en matière première et marges brutes : une transmission plus ou moins amortie des variations des prix agricoles

Faute de données précises, les indicateurs de marges brutes, simulés sur la base des prix, ne tiennent pas compte des pertes au détail (freinte, casse, dépassement de Date Limite de Consommation [DLC], démarque inconnue...), ce qui surestime la marge simulée dans les GMS. Il existe peu de données sur ces pertes en rayon : une étude du Service de Recherche Economique du Département de l'Agriculture des Etats-Unis d'Amérique (USDA-ERS) les évalue à 4,5% en moyenne pour les rayons viandes des supermarchés des Etats-Unis (Buzby et al., 2009). Des données recueillies en France les estiment à 6% en boucherie (Libre Service Actualités [LSA], 2009). De même, certains coûts logistiques (fonctionnement des plateformes, transport depuis ces dernières vers les magasins) ne sont pas intégrés dans la

simulation alors que le *reporting* des enseignes les intègre dans les coûts d'achat ; ils représentent entre 5% et 10% du CA du rayon, d'après les données des enseignes. Enfin, les pertes de découpe des pièces de viande bovine « Prêt à Découper » (PAD) en UVCM dans les GMS ne sont pas non plus pris en compte dans l'indicateur de marge brute, ce qui en majore également le montant par rapport à une approche comptable : elles représenteraient en moyenne 5% selon des données professionnelles pour l'OFPM (Syndicat National des Industries des Viandes – Syndicat National du Commerce du Porc [SNIV-SNCP] ; aujourd'hui « Culture Viande », Fédération Nationale des Industries et du Commerce en Gros des Viandes [FNICGV]) et évidemment davantage lorsque la GMS débite des carcasses (en viande ovine, notamment).

II.1.1. Viande bovine : alternance d'amortissement ou amplification par l'aval des variations du prix de la matière première

On constate sur les Figures 1 et 2 :

- la saisonnalité du prix moyen au détail, liée la demande de viande à griller en été ;
- un certain parallélisme du coût entrée abattoir et du prix sortie abattage-découpe (indicateur de marge brute à tendance constante), sauf en 2014 ;
- les variations importantes du coût entrée abattoir en 2012, 2013 et 2014, diversement répercutées en aval.

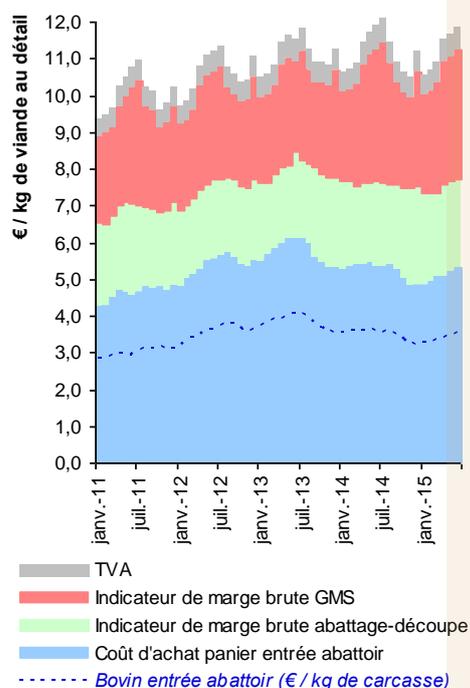
Ainsi, en 2012, la hausse moyenne du prix au détail apparaît inférieure (+0,50 € par kg de viande) à celle du coût entrée abattoir (+0,74 €⁵) dont la transmission a donc été

amortie par une réduction des indicateurs de marges brutes de l'aval (-0,22 €), dont GMS (-0,07 €) et industrie (-0,15 €).

Inversement, en 2014, la baisse des cours des bovins permet à l'aval d'augmenter ses indicateurs de marges brutes (+0,52 €, dont +0,40 € pour la GMS) sans faire varier très sensiblement le prix au détail (+0,03 €). En 2012 et en 2014, l'aval a donc amorti les variations importantes du prix à la production.

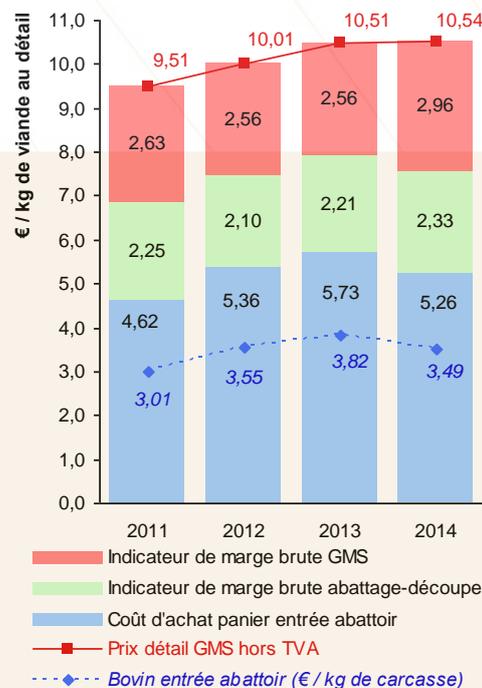
En 2013 en revanche, ce rôle amortisseur de l'aval semble ne pas avoir joué : alors qu'augmente le coût entrée abattoir (+0,37 €), l'indicateur de marge brute progresse dans l'industrie (+0,11 €), et la hausse du prix au détail (+0,50 €) est ainsi supérieure à celle du coût entrée abattoir.

Figure 1 : Composition du prix moyen mensuel en GMS du panier de viande bovine



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

Figure 2 : Composition du prix moyen annuel en GMS du panier de viande bovine



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, SNIV-SNCP, FNICGV, Kantar Worldpanel

5 Toutes les valeurs du circuit de la viande bovine sont ici exprimées en € par kg de viande au détail ou d'équivalent viande, aux autres stades. Pour les rendre comparables au prix entrée

abattoir par au kg de carcasse, compte tenu d'un rendement de la carcasse en viande de l'ordre de 70%, les prix en équivalent viande doit être multiplié par environ 0,7.

II.1.2. Viande de porc frais : reconstitution des marges brutes de l'aval en 2014

Dans le circuit UVCM (le seul représenté ici), le prix moyen mensuel au détail de la longe sous la forme de côtes et rôtis (Figure 3) présente des variations saisonnières, reproduisant grossièrement celles de l'amont mais avec des baisses accentuées liées aux promotions.

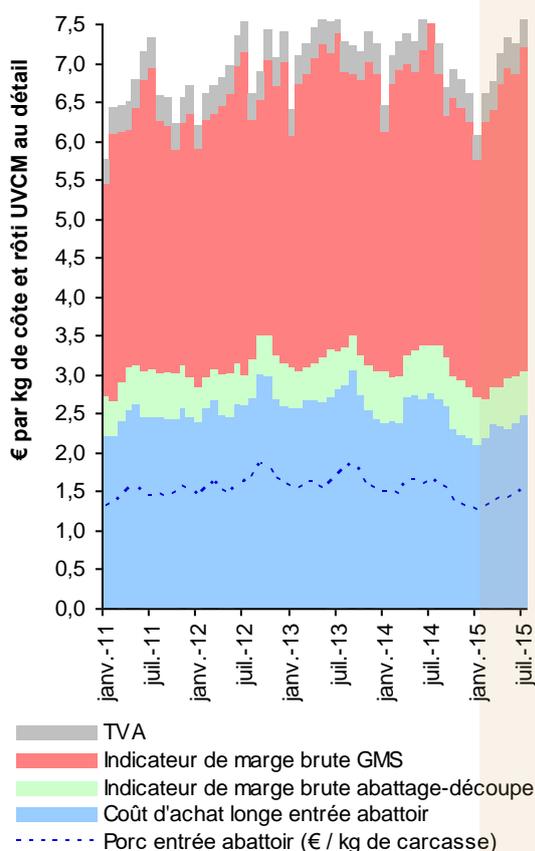
La valeur sortie abattage-découpe présente une tendance d'évolution quasi-parallèle à celle du coût amont (marge brute à tendance constante).

En moyenne annuelle (Figure 4), le coût entrée abattoir augmente en 2012 (+0,20 €), avec la hausse du porc à la production (+0,15 €). Au regard de l'indicateur de marge brute de la GMS, cette hausse paraît transmise de façon

amplifiée dans le prix au détail (+0,35 €). Cette « sur-transmission » de la hausse du prix amont par un maillon de l'aval s'observe également en 2013 : malgré la faible augmentation du coût entré abattoir (+0,05 €), le prix au détail progresse encore de 0,32 €, et entraîne une hausse de l'indicateur de marge brute de la GMS : +0,24 €.

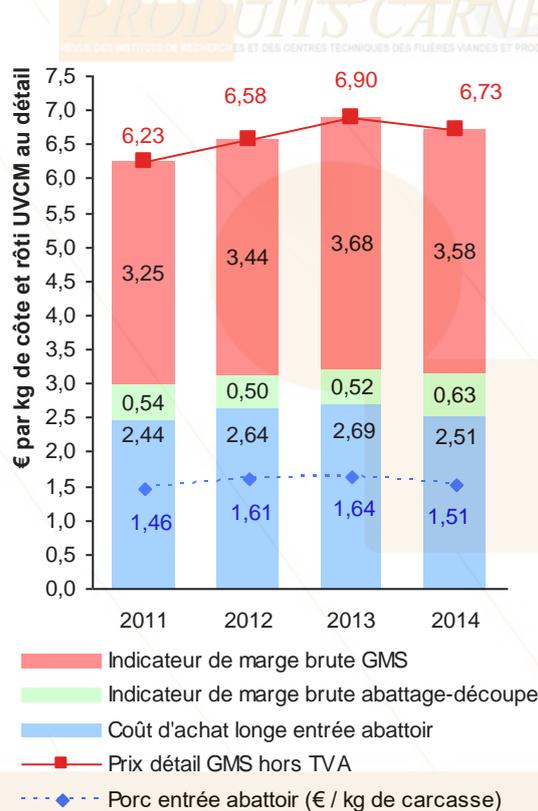
En 2014, le prix au détail diminue de 0,17 €, répercutant la baisse du coût d'achat (-0,18 €) permise par la baisse du porc à la production (-0,13 €). L'abattage-découpe améliore cependant son indicateur de marge brute de 0,11 €, contrairement à la GMS (-0,10 €).

Figure 3 : Composition du prix moyen mensuel en GMS de la longe de porc en UVCM de côtes (40%) et rôtis (60%)



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

Figure 4 : Composition du prix moyen annuel en GMS de la longe de porc en UVCM de côtes (40%) et rôtis (60%)



Source : OFPM d'après FranceAgriMer, Kantar Worldpanel

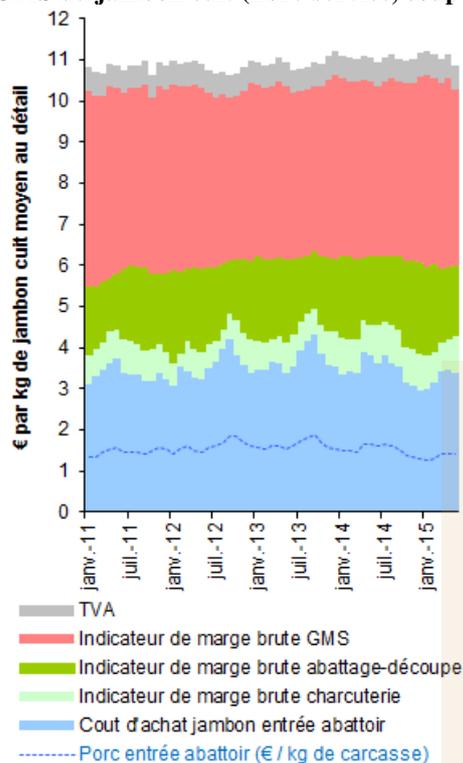
II.1.3. Jambon : amortissement par l'aval des variations du prix amont

Dans le circuit du jambon cuit, la seconde transformation, qui fournit la GMS dans le cadre de contrats amortit nettement les variations saisonnières du coût de la matière première (Figure 5). En moyenne annuelle (Figure 6), la hausse du coût entrée abattoir en 2012 (+0,19 €⁶) a été amortie par une réduction de l'indicateur de marge brute en GMS (-0,22 €), et le prix au détail est resté quasi stable. En 2013, l'amortissement est moins net mais le coût entrée

abattoir (+0,15 €) n'est qu'en partie répercuté sur le prix au détail (+0,10 €), la GMS diminuant à nouveau sa marge brute (-0,10 €), le premier maillon industriel reconstituant la sienne (+0,07 €) alors qu'elle s'était dégradée en 2012 (-0,10 €). En 2014, le prix au détail augmente (+0,11 €) tandis que le coût entrée abattoir baisse (-0,24 €) et les indicateurs de marges brutes des trois maillons s'améliorent par rapport à l'année précédente.

6 Valeurs exprimées en € par kg de jambon cuit au détail.

Figure 5 : Composition du prix moyen mensuel en GMS du jambon cuit (libre-service, coupe)



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

En conclusion sur ces simulations des marges brutes sur les quatre années suivies : elles fournissent une première approche des relations entre les variations des prix amont et

II.2. Les coûts observés dans l'industrie : la faible rentabilité de l'abattage-découpe des bovins et des porcins

Ces résultats, issus d'enquêtes auprès d'abatteurs-découpeurs spécialisés, fournissent les coûts et la marge nette de l'activité, en plus de sa marge brute (évaluée ici sur base comptable). Les Figures 7 et 8 illustrent la situation économique délicate de l'activité d'abattage-découpe des viandes de boucherie, surtout dans le secteur porcin.

Dans l'abattage-découpe de bovins, en 2012, la hausse de la matière première (+0,46 € par kg de carcasse traité) est intégralement transmise à la vente (+0,47 €)⁷. Mais, sous l'effet de la progression des autres charges, le résultat courant tend vers zéro.

En 2013, la hausse de la matière première se poursuit à un rythme moins soutenu (+0,21 €) qu'en 2012, elle est inférieure à la celle du produit (+0,28 €) et le résultat courant par kg s'améliore (+0,03 €).

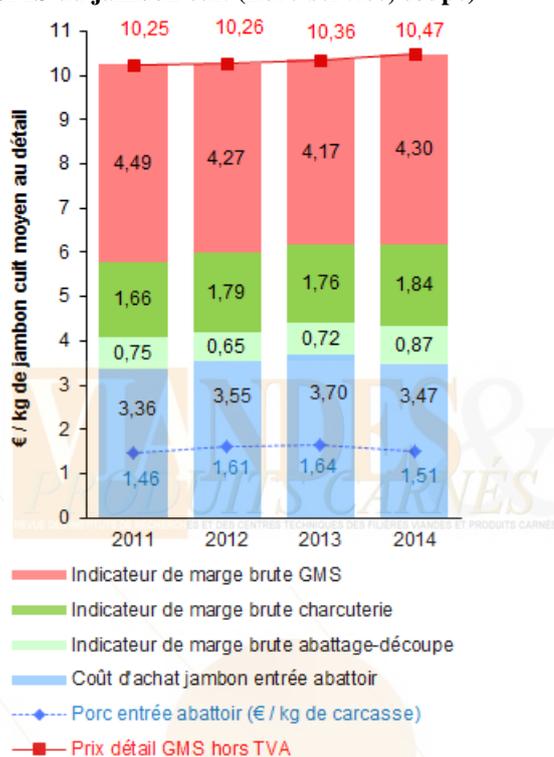
En 2014, la baisse du coût d'achat n'est que partiellement répercutée et, certaines charges diminuant, le résultat courant par kg s'améliore à nouveau (+0,08 €).

Dans l'abattage-découpe de porcins, le résultat courant est négatif de 2011 à 2013. En 2014, la baisse importante du coût d'achat (-0,11 €) n'est que partiellement transmise dans le prix moyen de vente (-0,07 €) et, les autres charges restant maîtrisées, le résultat courant nul traduit le retour à un strict équilibre.

Dans le secteur industriel de la charcuterie, l'OFPM ne dispose pas encore de données de coûts unitaires par kg. Les données d'Esane fournissent cependant, avec un certain

⁷ Le produit est ici un mélange, de composition variable chaque année, de productions de viandes bovines plus ou moins élaborées, carcasses et quartiers, pièces de muscles, UVCI..., pour diverses destinations : GMS, RHD, fabrications, exportation... D'où des résultats

Figure 6 : Composition du prix moyen annuel en GMS du jambon cuit (libre-service, coupe)



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

aval. Ces relations sont variables, mais on repère toutefois que les variations des prix au détail sont généralement amorties, par rapport à celles des prix amont.

retard, la structure du compte de résultat (Figure 9). Positif, le résultat courant rapporté aux produits se dégrade en 2012 puis s'améliore en 2013, en opposition avec l'évolution du coût en matière première.

Egalement suivi avec les données Esane, le taux de résultat courant du secteur de la **transformation des viandes de poulet et de dinde** (Figure 10) s'améliore un peu en 2013 après s'être dégradé en 2012 avec la hausse des matières premières.

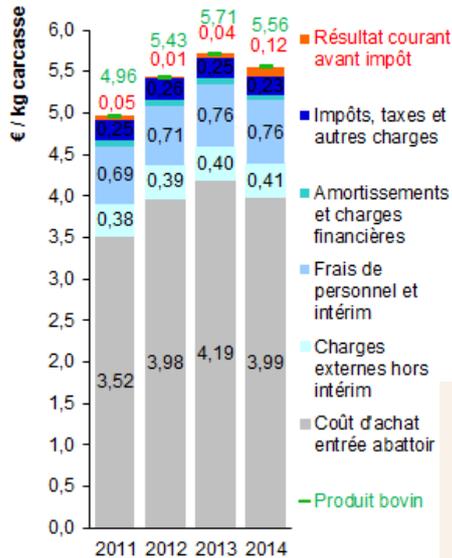
Dans l'attente des données comptables 2014 de ces deux secteurs, les indices de prix de l'Insee montrent en 2014 un ciseau des prix plus favorable aux industries de la charcuterie et des viandes de volailles.

En conclusion sur les données comptables des industries, les résultats nets dans l'abattage-découpe de bovins et de porcins, restent faibles voire nuls pendant les quatre années observées (en moyenne : 1% des ventes en bovins malgré l'amélioration de 2014, -1% en porcins), et ce malgré la transmission des hausses du coût d'achat à leurs acheteurs (2012, 2013), et la répercussion partielle des baisses de ce coût (2014).

Quant à l'industrie de la **charcuterie et des viandes de volailles**, les résultats nets des trois années observées sont positifs et, en moyenne rapportés aux ventes, supérieurs à ceux de secteurs précédents (2% en volailles, 1,9% en charcuterie). Ils ont été toutefois sensiblement affectés par la hausse de leurs coûts en matière première en 2012.

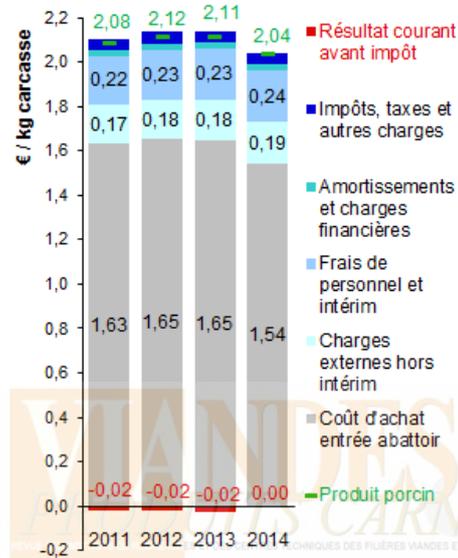
industriels (coût matière, marge, produit) normalement différents de ceux de l'approche précédente portant sur un panier de produits destinés aux GMS.

Figure 7 : Coûts de l'abattage-découpe des bovins



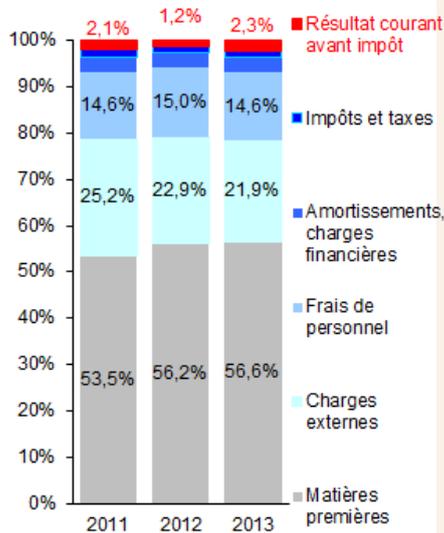
Source : OFPM d'après FranceAgriMer (panel de sociétés)

Figure 8 : Coûts de l'abattage-découpe des porcins



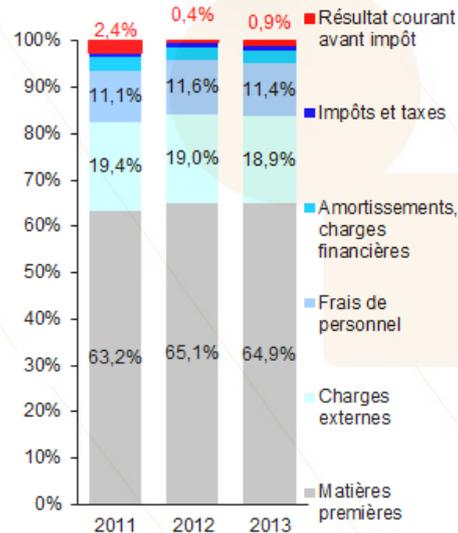
Source : OFPM d'après FranceAgriMer (panel de sociétés)

Figure 9 : Compte de résultat des entreprises de charcuterie-salaison



Source : OFPM d'après Insee-Esane, Traitements SSP

Figure 10 : Compte de résultat des entreprises transformation des viandes de poulet et de dinde



Source : OFPM d'après Insee-Esane, Traitements SSP

II.3. Les coûts des « rayons viandes » des GMS

Les viandes étudiées relèvent de trois rayons « frais » : boucherie, charcuterie et volailles. Dans les tableaux suivants, les comptes moyens par rayon sont exprimés pour 100 € de chiffre d'affaires (hors TVA). Une comparaison des marges brutes par rayon de ces tableaux avec les indicateurs de marge brute simulée de la GMS pour les produits présentés au paragraphe II.1. serait délicate. Les produits analysés dans

cette première étape ne représentent qu'une partie des quantités achetées dans les rayons (un peu plus de la moitié, pour le rayon boucherie, le quart, pour le rayon charcuterie, d'après le panel Kantar en 2014). En outre, l'indicateur de marge brute par produit est, contrairement à la marge brute comptable du rayon, hors coûts logistiques internes et hors pertes en magasin.

II.3.1. Rayon boucherie : une marge nette négative... à relativiser

Le taux de marge brute du rayon boucherie est de 25% en moyenne, valeur la plus faible des trois rayons étudiés.

La marge nette du rayon est en moyenne négative. La signification de cette information, originale et inédite, doit être relativisée. Dans un « univers multi-produits », chaque rayon – artificiellement isolé pour l'analyse – est solidaire des autres, en termes d'attractivité et de fréquentation. Le rayon boucherie ne contribue pas à la formation du bénéfice de l'ensemble du magasin au travers de sa seule marge nette, en l'occurrence négative (en moyenne), il joue aussi un rôle essentiel dans la fréquentation, et donc dans les résultats, des autres rayons. Nous y reviendrons en conclusion.

Remarquons qu'interviennent dans la formation de la marge nette du rayon boucherie des frais de personnel dédié notamment au travail de découpe (élaboration d'UVCM à partir pièces de muscles PAD, voire de carcasses), dont le poids dans le CA (plus de 10%) est le plus élevé des trois rayons « carnés » étudiés. Parmi les rayons suivis par l'OFPM, les seuls qui présentent un ratio supérieur sont la poissonnerie (du fait de la vente assistée et de la préparation des produits), et surtout la boulangerie (du fait des activités de fabrication ou de cuisson).

Tableau 1 : Comptes moyens des rayons boucherie en GMS, pour 100 € de CA

	2011	2012	2013
Chiffre d'affaires	100,0 €	100,0 €	100,0 €
- Coût d'achat des produits	75,9 €	74,8 €	75,1 €
= Marge brute	24,1 €	25,2 €	24,9 €
- Frais de personnel du rayon	10,4 €	10,7 €	10,9 €
- Autres charges	15,1 €	15,8 €	16,0 €
= Marge nette avant impôt	-1,4 €	-1,3 €	-1,9 €

Source : OFPM, enquête et entretiens réalisés par FranceAgriMer dans les enseignes

II.3.2. Rayons charcuterie et volailles : contribution positive à la péréquation générale

Le taux de marge brute du rayon charcuterie ressort à 33% en moyenne sur les trois années. C'est le taux le plus élevé des trois rayons étudiés ici. Celui du rayon volailles est un peu plus faible (27%).

Ces deux rayons présentent les taux moyens de marge nette sur CA les plus élevés des rayons « *carnés* » et même de tous les rayons « *frais* » suivis par l'OFPM : environ 8% en moyenne sur les trois ans pour chaque rayon, mais avec de plus fortes variations pour le rayon charcuterie.

La charcuterie est un « *gros* » rayon, avec 15% du chiffre d'affaires total des rayons « *frais* » étudiés, comparable à la

boucherie (16%). Sur une marge brute pour 100 € de CA sensiblement supérieure à la boucherie, s'imputent ici des frais de personnel dédié plus faibles, pour ce rayon largement en libre-service.

La taille du rayon volailles est plus modeste (6% du CA des rayons frais étudiés). La marge brute moyenne pour 100 € de CA est plus proche de celle de la boucherie, mais le poids des frais de personnel dédié est ici le plus faible de tous les rayons frais car le rayon volailles est largement en libre-service d'UVCI.

Tableau 2 : Comptes moyens des rayons charcuterie en GMS, pour 100 € de CA

	2011	2012	2013
Chiffre d'affaires	100,0 €	100,0 €	100,0 €
- Coût d'achat des produits	69,4 €	65,8 €	66,8 €
= Marge brute	30,6 €	34,2 €	33,2 €
- Frais de personnel du rayon	6,7 €	6,8 €	6,7 €
- Autres charges	16,5 €	18,3 €	17,8 €
= Marge nette avant impôt	7,3 €	9,1 €	8,7 €

Source : OFPM, enquête et entretiens réalisés par FranceAgriMer dans les enseignes

Tableau 3 : Comptes moyens des rayons volailles en GMS, pour 100 € de CA

	2011	2012	2013
Chiffre d'affaires	100,0 €	100,0 €	100,0 €
- Coût d'achat des produits	73,8 €	72,3 €	72,2 €
= Marge brute	26,2 €	27,7 €	27,8 €
- Frais de personnel du rayon	3,6 €	3,3 €	3,2 €
- Autres charges	14,6 €	16,2 €	16,0 €
= Marge nette avant impôt	8,0 €	8,2 €	8,5 €

Source : OFPM, enquête et entretiens réalisés par FranceAgriMer dans les enseignes

II.3.3. Une marge nette positive pour l'ensemble du rayon « produits carnés frais »

L'univers des produits carnés frais (boucherie, charcuterie et volailles) présente en 2013 un taux de marge nette moyen pondéré de 4%, soit environ deux fois plus que la moyenne

des rayons « *frais* » (1,8%), et quatre fois plus que l'ensemble du secteur des hypermarchés et supermarchés (1%, source Esane-Insee).

Tableau 4 : Comptes moyens des rayons produits carnés frais en GMS, pour 100 € de CA

	2011	2012	2013
Chiffre d'affaires	100,0 €	100,0 €	100 €
- Coût d'achat des produits	72,9 €	70,7 €	71,2 €
= Marge brute	27,1 €	29,3 €	28,8 €
- Frais de personnel du rayon	7,8 €	7,9 €	8,0 €
- Autres charges	15,6 €	16,9 €	16,8 €
= Marge nette avant impôt	3,7 €	4,5 €	4,1 €

Source : OFPM, enquête et entretiens réalisés par FranceAgriMer dans les enseignes

Dans l'attente des résultats 2014 (en cours d'élaboration pour le rapport 2016 de l'OFPM), l'analyse des indices de prix des produits alimentaires à la consommation et des produits des industries agroalimentaires sortie usine (source

Insee) montre en 2014 un ciseau des prix plus favorable à l'aval de l'industrie, donc probablement à la distribution en GMS.

CONCLUSION

L'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires fournit dans la durée des ordres de grandeur de certaines caractéristiques structurelles et conjoncturelles de la formation des prix dans les filières viandes, depuis l'élevage jusqu'à la distribution.

Non présenté dans cet article, un important volet de l'OFPM porte sur les coûts de production agricole. Il livre des indicateurs de l'exposition de l'élevage à un ciseau des prix souvent défavorable et à une volatilité croissante des prix de ses produits et de ses intrants.

En aval de la production agricole, les travaux de l'OFPM explicitent le « contenu » des marges brutes industrielles et commerciales, en estimant les coûts et les marges nettes.

Ces travaux mettent en évidence la fragilité du maillon industriel de l'abattage-découpe, secteur compensant par des volumes importants la faiblesse de ses marges nettes unitaires, et encore souvent cantonné à un rôle de fournisseur de produits peu élaborés ni démarqués, proche en cela de l'élevage.

L'approche des comptes par rayon en GMS évalue les péréquations entre rayons et leurs contributions au résultat d'ensemble. La marge nette en moyenne négative (-1,5% du CA sur les 3 ans) du rayon boucherie traduit très probablement sa fonction de rayon d'appel. On sait par d'autres travaux (Mainsant, 2004) que ce rayon présente aussi une activité promotionnelle intense, au cœur de la concurrence inter-enseignes.

Compensant la situation plus tendue du rayon boucherie, les rayons volailles et charcuterie dégagent des marges nettes de l'ordre de 8% du CA. Ces deux rayons travaillent principalement en UVCI, requérant moins de main-d'œuvre, et ils offrent des produits « à contenu de services » qui

semblent être attractifs pour les consommateurs et bénéficier d'un meilleur « consentement à payer ».

L'univers des produits carnés en GMS paraît ainsi associer une logique de rayon d'appel (la boucherie) et une logique de rayons de « produits-services », (la charcuterie et les volailles). La synthèse, la synergie, de ces trois rayons aboutit, compte tenu de leurs poids respectifs, à une marge nette positive de l'ordre de 4% du CA.

Outre la péréquation entre rayons viandes, ceci met en évidence leur contribution active au résultat global du secteur des GMS : en 2013, le taux de marge nette de 4% de l'ensemble constitué par les trois rayons carnés est deux fois plus élevé que celui de l'ensemble des rayons frais étudiés par l'OFPM (rayons carnés plus produits laitiers, fruits et légumes, marée, boulangerie) et quatre fois plus élevé que le ratio équivalent mesuré par l'Insee sur la totalité du secteur des GMS.

Sur un plan plus conjoncturel, l'OFPM mesure les réactions de l'aval face aux fortes variations des prix des matières premières. Ces réactions, transmission intégrale ou « amortissement », sont diverses, dans le temps et selon les filières, et même en fonction des articles d'une même catégorie de produits. On retiendra qu'en période de forte hausse des matières premières, sous l'effet d'une concurrence forte entre distributeurs, voire exacerbée quand la consommation stagne, « l'amortissement » de l'effet de cette hausse sur les prix au détail est souvent observé. Réciproquement, les baisses de prix subies par l'élevage en 2014, en n'étant que partiellement transmises, ont permis en aval une certaine reconstitution des marges brutes et, au moins dans certains secteurs, des résultats nets.

Remerciements :

Les auteurs remercient leurs relecteurs, la version définitive de cet article doit beaucoup à leurs remarques.

Références :

- Boyer Ph, Butault J.P. (2014). L'euro alimentaire en France et le partage des valeurs ajoutées. *Économie rurale*, 342, juillet-août 2014.
- Buzby J. C. et al. (2009). Supermarket Loss Estimates for Fresh Fruit, Vegetables, Meat, Poultry, and Seafood and Their Use in the ERS Loss-Adjusted Food Availability. Data. EIB-44, U.S. Dept. of Agriculture, Econ. Res. Serv. March 2009.
- Chalmin Ph. [sous la direction de] (2011). Les marchés mondiaux 2011. Le printemps des peuples et la malédiction des matières premières. Cyclope, Ed. Economica, 2011.
- LSA (2009). Marges des distributeurs. Le mauvais procès. Magazine LSA, 25 juin 2009, n°2097.
- 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'Office des viandes.
- Mainsant P. (2002). Méthode d'estimation d'une marge brute sur carcasse bovine. Note pour le Ministère de l'agriculture.
- 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 de la Recherche Porcine*, 35, 223-228.
- Mainsant, P. (2004). Promotions boucherie des GMS : elles seraient capables de stimuler fortement la demande à court terme. *Viandes et Produits Carnés*, 24, 3, 107-113. <http://prodirna.inra.fr/record/156680>.
- Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (2011). Rapport au parlement. Construction de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires. Méthodes, données. Édition juin 2011, FranceAgriMer.

Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (2012). Rapport au parlement. Prix et coûts dans l'agroalimentaire. Nouvelles études : comptes des rayons en GMS. L'« euro alimentaire ». Réédition février 2013, FranceAgriMer.

Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (2013). Rapport au parlement, édition avril 2014, FranceAgriMer.

Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (2015). Rapport au parlement, édition avril 2015 et réédition décembre 2015 (à paraître), FranceAgriMer.

Liens utiles :

Indices de prix Insee :

[Banque de données macro-économiques \(BDM\)](#)

<http://www.bdm.insee.fr/bdm2/choixTheme.action?code=20>

Résultats Esane :

[Alisse, statistiques d'entreprises](#)

<http://www.alisse2.insee.fr/SelectionMesureT1.jsp?item=ACTENT>

Site OFPM :

<https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/>

