

# 4<sup>e</sup> entretiens de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires

.....

**L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires,** est une commission administrative consultative, créée par la loi n°2010-874 de modernisation de l'agriculture et de la pêche du 27 juillet 2010.

Placé sous la tutelle des ministères chargés de l'agriculture et de l'économie, il a pour mission d'étudier la répartition de la valeur entre producteurs, industriels et distributeurs.

Il s'appuie sur les travaux économiques conduits par l'établissement public FranceAgriMer, avec le concours des instituts techniques professionnels agricoles, de l'Insee et du service de la statistique et de la prospective du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Il remet chaque année un rapport au Parlement et organise une fois par an des « Entretiens » réunissant professionnels et experts pour échanger sur des études théoriques et des analyses terrain susceptibles d'enrichir ou d'affiner les travaux de l'Observatoire. Ces entretiens sont ouverts au public.

Après un panorama introductif sur l'évolution des marchés de matières premières en 2018, les 4<sup>e</sup> entretiens de l'Observatoire permettent cette année d'approfondir l'expertise sur l'influence des relations entre opérateurs et leurs conséquences en termes de prix et de transmission ou non aux consommateurs. Une analyse fine des circuits de distribution du lait en France est également présentée.

**Jeudi 28 février 2019**

.....

## « Les marchés mondiaux en 2018/19 : le retour des politiques »

*Philippe Chalmin*, président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, professeur d'histoire économique à l'université Paris-Dauphine

## « La formation des prix des coquilles Saint-Jacques en halle à marée »

*Gabrielle Lesur-Irichabeau*, enseignante contractuelle à Kedge Business School à Bordeaux

## « Où va le lait ? La destination du lait collecté en France en 2017 »

*Gérard You*, responsable du service économique des filières de l'Institut de l'Élevage

## « Débat autour du rôle des centrales d'achat dans la grande distribution »

*Stéphane Caprice*, chargé de recherches à l'Institut de la Recherche Agronomique (INRA) au sein de l'école d'économie de Toulouse (Toulouse School of Economics, TSE) et

*Olivier Fourcadet*, professeur à l'Essec Business School, spécialiste des interactions entre les acteurs économiques du secteur agroalimentaire



## « Les marchés mondiaux en 2018/19 : le retour des politiques »



**Philippe Chalmin**, président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires auprès du Ministre de l'agriculture et du Ministre chargé de l'économie et des finances est professeur d'histoire économique à l'université Paris-Dauphine et directeur d'un master « Affaires Internationales ».

*Avec l'abandon par la Politique agricole commune (PAC) des systèmes de gestion des marchés, les prix agricoles en France sont en phase, non seulement avec le reste de l'Europe mais de plus en plus avec la scène mondiale, en particulier les grandes « commodités », qu'il s'agisse des céréales, des oléagineux, du sucre, des matières premières laitières et même des viandes. C'est là une contrainte qui pèse sur la formation des prix agricoles mais qui se transmet aussi, avec plus ou moins d'intensité, tout au long des filières jusqu'au consommateur.*

*De ce point de vue, 2018 a été une année de prix orientés en général à la baisse mais dans un contexte de forte instabilité, qu'il s'agisse du blé, du soja... ou du beurre. Un peu partout, dans un contexte de tensions commerciales, on a assisté à un retour marqué de mesures politiques.*



Diplômé de HEC (1974), agrégé d'histoire (1977), Docteur ès lettres et sciences humaines – doctorat d'état d'histoire (1981) –, il est aussi fondateur et président depuis 1985 de CyclOpe, la principale structure de recherche et d'études en France sur les marchés internationaux. Il suit depuis la fin des années soixante-dix, les évolutions du monde agricole et agroalimentaire français comme en témoignent ses premiers travaux sur l'économie des filières jusqu'à ses réflexions plus récentes sur l'évolution des politiques agricoles notamment en Europe. Il a été membre du conseil d'analyse économique auprès du Premier Ministre (2006-2012).



## « La formation des prix des coquilles Saint-Jacques en halle à marée »

**Gabrielle Lesur-Irichabeau**, enseignante contractuelle à Kedge Business School à Bordeaux, a réalisé une analyse sur les facteurs pouvant expliquer la variabilité des prix des coquilles Saint-Jacques vendues en halle à marée, lorsqu'elle était post-doctorante en économie de l'environnement et des ressources naturelles dans le cadre de l'ANR SYSTERRA COMANCHE à l'Ifremer (2012-2014).



Gabrielle Lesur-Irichabeau a obtenu son doctorat en Sciences économiques en 2011 à l'université de Bordeaux. Ses travaux de recherche s'inscrivent dans le champ de l'économie de l'environnement et des ressources naturelles et sont plus particulièrement orientés sur la mise en évidence et l'évaluation économique des liens de dépendance entre les activités économiques et le milieu naturel, dans une approche intégrée écologie-économie. Elle s'intéresse plus particulièrement aux activités exploitant des ressources marines biologiques qu'elle étudie à partir de méthodes empiriques. Après un post-doctorat au sein de l'Unité d'Économie Maritime de l'Ifremer à Brest, elle se consacre à des activités d'enseignement au sein de la Kedge Business School de Bordeaux où elle enseigne l'économie générale, la microéconomie, la macroéconomie, l'économétrie, ainsi que le développement durable et la RSE. Elle a publié des articles académiques dans des revues internationales telles que le Canadian Journal of Agricultural Economics ou encore Applied Economics.



*Cette pêcherie présente la caractéristique d'être soumise à des systèmes de gestion qui encadrent la production. L'accès aux gisements est régulé par un système de licences attribuées en fonction de la longueur et de la puissance des navires. Sont aussi imposés des quotas de prélèvements et des mesures de conservation de la ressource, comme un calendrier annuel par zone de pêche, une taille minimale des coquilles, ou encore des normes sur les engins de pêche.*

*L'analyse a été menée en considérant 8 zones de pêches qui correspondent à 8 zones soumises à un système de gestion spécifique. L'étude montre que les caractéristiques intrinsèques des coquilles ainsi que les préférences des consommateurs sont des facteurs qui peuvent expliquer la variabilité des prix. Par exemple, les coquilles sont échangées à des prix plus élevés durant les périodes de fêtes (Noël et Pâques), et les coquilles de grande taille sont davantage valorisées que celles de taille inférieure.*

*L'analyse met également en évidence l'influence des relations entre les opérateurs. La fidélité et l'assiduité permettraient ainsi de lisser les prix sur la saison.*



## « Où va le lait? La destination du lait collecté en France en 2017 »



**Gérard You**, responsable du service Économie des filières de l'Institut de l'Élevage.

*En 2017, les éleveurs laitiers français ont livré 23,9 milliards de litres de lait aux laiteries dont 98 % du volume a été transformé en France. Les échanges extérieurs de lait en vrac sont très faibles.*

*Cette ressource est transformée en de nombreux produits laitiers : beurre, fromages, laits conditionnés, ultra-frais, ingrédients secs.*

*En 2017, les produits laitiers français consommés par les ménages ont absorbé 41 % de la ressource laitière, soit un peu moins que les exportations de produits laitiers (42 %). Loin derrière, le débouché agroalimentaire n'a utilisé que 11 % de la ressource laitière française, devant la restauration hors domicile à 6 %.*

*La place des produits laitiers à base de lait français varie fortement selon les débouchés intérieurs.*

*Elle est ultra-dominante dans les produits achetés par les ménages (90 % des volumes avec de grandes variations selon les spécialités fromagères), et majoritaire (63 % des volumes) dans ceux vendus à la restauration hors domicile. En revanche, elle est faible, estimée à 33 %, dans les ingrédients laitiers (beurre, crème, poudre de lait) achetés par les industries agroalimentaires non laitières.*

*Estimée à 20,9 milliards de litres équivalent lait en 2017, la consommation française de produits laitiers est approvisionnée pour les 2/3 en produits fabriqués en France et pour 1/3 en produits importés.*



Agroéconomiste de formation, Gérard You travaille à l'Institut de l'Élevage depuis 1997, encadre une équipe de 9 personnes et gère des projets d'études variés : analyse de marchés, de filières, de compétitivité... Il a acquis une solide expertise sur les marchés des produits laitiers nationaux, européens et mondiaux, sur l'organisation des filières laitières et sur les politiques publiques agricoles, alimentaires et commerciales.



*Plus de la moitié des volumes consommés (52 %) est achetée par les ménages, loin devant les industries agroalimentaires et la restauration hors domicile, respectivement 39 % et 9 % de la consommation nationale calculée par bilan.*

*La consommation française de produits laitiers est déséquilibrée selon les deux principaux composants du lait : elle est estimée à 23,1 milliards de litres de lait pour le composant matière grasse et à moins de 20 milliards de litres de lait pour le composant protéique.*

*Ce déséquilibre se répercute sur le commerce extérieur : la France est légèrement déficitaire en matière grasse (-370 millions de litres équivalent lait en 2017 sur 23,9 milliards de litres de collecte) et très excédentaire en matière protéique (+6,8 milliards de litres équivalent lait la même année), soit un degré d'autosuffisance de près de 130%.*



## « Débat autour du rôle des centrales d'achat dans la grande distribution »



**Stéphane Caprice**, chargé de recherches à l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) au sein de l'école d'économie de Toulouse (Toulouse School of Economics).

“

Stéphane Caprice travaille sur des problématiques touchant à l'économie industrielle, la réglementation et la politique de la concurrence. Il est titulaire d'une habilitation à diriger des recherches (HDR, 2014) et a publié plusieurs articles scientifiques, notamment sur les relations entre les fournisseurs et les distributeurs. Il a également coordonné un projet européen sur cette thématique. Ses recherches récentes portent sur l'analyse des centrales d'achat, et leur impact sur les prix de détail et le partage de la valeur le long des filières, et plus généralement sur la formation de la puissance d'achat et ses effets.

”

*Lorsque les distributeurs unissent leurs forces pour négocier avec les fournisseurs, ce n'est pas nécessairement le consommateur qui en profite. Telle est la principale conclusion de l'analyse menée par Stéphane Caprice et Patrick Rey et publiée en 2015 dans la revue Economic Journal, qui montre que les rapprochements à l'achat ne conduisent pas nécessairement à une baisse des prix de détail.*

*L'analyse part de l'observation que les centrales d'achat augmentent le pouvoir de négociation des distributeurs, en renforçant leur menace de déréférencement : un tel déréférencement leur est moins coûteux (et devient plus coûteux pour le fournisseur) lorsque plusieurs distributeurs concurrents font de même. Pour autant, les remises obtenues ne sont pas forcément répercutées sur les consommateurs, surtout lorsqu'elles sont rétroactives ou forfaitaires. Les prix de détail peuvent même augmenter si les conditions d'achat sont centralisées.*

*L'analyse fournit donc des fondements théoriques aux préoccupations souvent exprimées par la Commission européenne et les Autorités de la concurrence, selon lesquelles les avantages tarifaires obtenus par les rapprochements à l'achat ne sont pas nécessairement favorables aux consommateurs. Elle montre de plus que les remises obtenues peuvent réduire l'incitation des fournisseurs à investir, ce qui devrait conduire à une vigilance accrue de ces mêmes autorités lors de l'examen de ces rapprochements.*

**Olivier Fourcadet**, professeur de stratégie et de filières alimentaires à l'ESSEC Business School.



“

Olivier Fourcadet s'intéresse aux interactions entre les acteurs économiques, plus spécifiquement dans les filières agroalimentaires, et au rôle des institutions dans ces interactions. Par son expertise, il contribue aux réflexions des entreprises, des coopératives agricoles, des institutions (FranceAgriMer, BpiFrance, FAO, etc.) et des associations professionnelles (ANIA, Coop de France, Interfel, etc.). Olivier Fourcadet est diplômé de l'École Nationale Vétérinaire d'Alfort, de l'ESSEC et Docteur en économie agricole et appliquée de l'université du Wisconsin à Madison.

”

*Le rôle premier des centrales d'achat est de simplifier la vie des opérateurs, fournisseurs comme distributeurs. Grâce à elles, un fournisseur n'a plus à rencontrer tous ses clients pour vendre ses produits. Et les magasins n'ont plus à contacter tous les fournisseurs pour choisir leurs marchandises.*

*Cette mutualisation permet aussi de mieux cibler les besoins des magasins au détriment parfois d'attentes locales spécifiques. Aujourd'hui, on observe d'ailleurs une tendance visant à donner aux magasins plus de latitude, pour répondre aux attentes de consommateurs en quête de produits locaux ou régionaux, en plus des best-sellers nationaux.*

*Certes, les centrales d'achat négocient les prix avec les fournisseurs. Mais elles n'ont pas toujours un pouvoir de négociation aussi important que celui qu'on leur attribue.*

*Par exemple, le prix des nectarines fluctue au cours de la saison de production. En début de saison, seules les variétés précoces sont disponibles sur le marché et les prix sont élevés. En pleine saison, la production est à son pic, les prix sont faibles. Mais, on peut observer que les marges commerciales des distributeurs sont quasiment constantes au cours de la saison, quels que soient les volumes. Autrement dit, si les distributeurs ont un pouvoir de négociation sur les producteurs de nectarines, ils n'en profitent pas toujours. Enfin, ils supportent également des coûts de mise en rayon qui viennent en déduction de leur marge commerciale. Globalement, pour vendre 1 kg de nectarines dans le rayon d'un magasin, le producteur supporte 40 % des coûts, l'expéditeur 30 % et le distributeur 30 %. Ce dernier supporte aussi la « casse », c'est-à-dire le coût des invendus.*