



Paris, le 27 octobre 2016

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Deuxièmes "entretiens" de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires – 26 octobre 2016

Pour la deuxième fois, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires a organisé des "Entretiens" destinés à apporter des éclairages complémentaires sur les filières suivies par l'Observatoire. Synthèse des présentations effectuées le 26 octobre 2016 à l'APCA par l'Ifip, l'ITAVI, l'Idele et Euronext.

#### Point sur la conjoncture des marchés agricoles à l'automne 2016

Pour Philippe Chalmin, Président de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires et coordonnateur du rapport Cyclope, « *le super cycle des matières premières de 2006 à 2014 est bel et bien terminé* ». Globalement, les cours des produits alimentaires sont orientés à la baisse, notamment les céréales comme le blé et le maïs suite à des récoltes exceptionnelles en 2016, partout dans le monde... sauf en France.

On note toutefois un léger rebond en 2016 pour les huiles et surtout le sucre dont les cours ont doublé par rapport à 2015. Si les prix des produits laitiers et même du porc se redressent, la viande bovine subit en revanche, les contrecoups de la crise laitière.

Si l'appétit chinois dope certains produits alimentaires comme le soja et le porc, d'autres pâtissent de la concurrence de grands pôles exportateurs comme le bloc Russie-Ukraine-Kazakhstan ou l'Amérique latine.

Avec le démantèlement progressif des outils européens de régulation des marchés, le glas des garanties de prix publiques a sonné. « *L'heure est venue de développer des outils de gestion du risque de prix et d'engager les filières dans des démarches contractuelles* », a déclaré Philippe Chalmin avant d'ouvrir les deuxièmes entretiens de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

#### État des lieux des contrats de commercialisation des porcs

Depuis 2014, la filière porcine traverse une crise à la fois structurelle et conjoncturelle, dans un contexte de décroissance tendancielle de l'offre et de recherche constante de valeur. C'est ainsi qu'ont émergé différentes initiatives contractuelles autour de la commercialisation des porcs.

Fréquents aux Etats-Unis, plus rares en Europe, avec des objectifs différents selon les filières, ces contrats peuvent être de gré à gré ou à livraison différée, c'est-à-dire que ses termes sont arrêtés le jour de la signature mais que son exécution a lieu à une date déterminée dans le futur.

Le contrat peut améliorer la coordination, sécuriser les opérateurs par l'intermédiaire des mécanismes d'assurance ou être incitatif. Dans la vingtaine d'initiatives recensées jusqu'à présent en France, près de la moitié visent à sécuriser un prix ou une marge, 30% répondent à un objectif de qualité du produit et 20% sécurisent un approvisionnement ou un débouché.

Les contrats font cependant face à des difficultés lors de leur mise en place, sur des problèmes techniques (manque de connaissances, validité des indicateurs...) ou des freins plus culturels (méfiance...). Les initiatives récentes, lancées sur des volumes restreints, font office de laboratoires d'essai. Le contrat sera-t-il un outil suffisamment équilibré pour limiter les abus ? Quel impact aura-t-il sur la création et la répartition de la valeur ajoutée ?

**Contact IFIP**

Estelle Antoine

[estelle.antoine@ifip.asso.fr](mailto:estelle.antoine@ifip.asso.fr)

05 62 16 61 87

**Présentation de l'étude « Où va l'agneau ? » : les circuits de commercialisation de la viande ovine en France**

La filière viande ovine française est relativement complexe. De l'animal au consommateur, une multitude d'étapes et d'opérateurs se succèdent et le produit final comme les circuits empruntés peuvent être très divers. Alors que la France est très déficitaire en viande ovine et que la production et la consommation françaises ne cessent de reculer, faire le lien entre l'offre et la demande s'avère essentiel pour identifier les exigences des différents segments de marché et d'éventuels relais de croissance pour la viande ovine française. L'étude « Où va l'agneau ? », financée par la section ovine d'Interbev et réalisée par l'Institut de l'Élevage en 2015 avait ainsi pour objectif de réaliser une photo claire et chiffrée des circuits empruntés par la viande ovine en France et d'identifier plus précisément la place de la viande ovine française sur ce marché.

**Contact Idele**

Marie Carlier

[marie.carlier@idele.fr](mailto:marie.carlier@idele.fr)

01 40 04 51 59

**Actualité des relations commerciales entre industriels de la volaille et grande distribution**

Dans un contexte de croissance de la consommation intérieure de viande de volaille, mais de tendance à la stagnation de la consommation à domicile et de développement des importations, l'Institut technique de l'aviculture (ITAVI) a conduit une étude qui vise à caractériser les relations existantes entre industriels de la volaille et enseignes de distribution, notamment des partenariats mis en place autour des MDD, afin d'identifier des leviers d'action pour dynamiser la demande, favoriser l'innovation et sécuriser les investissements industriels.

La forte volonté de reconquête du marché intérieur affichée par les industriels de la volaille et les stratégies développées par ces derniers, conjuguées à la sensibilité croissante des consommateurs à l'origine nationale mais surtout locale des produits, ont permis une baisse de la part de marché des produits importés dans les linéaires depuis 3 ans. La part des MDD dépasse aujourd'hui 50 % de l'offre volailles et concerne tous les segments. Les marchés de MDD sont très largement des marchés partagés et ne font que rarement l'objet de partenariats construits autour de cahier des charges innovants. Les perspectives d'innovation sont au final limitées, surtout en volaille non transformée. Praticité, aliment service restent des exigences fondamentales du consommateur, mais à l'avenir, les arguments nutrition santé et origine locale sont probablement appelés à prendre une part plus importante dans les stratégies marketing.

**Contact ITAVI**

Pascale Magdelaine

[magdelaine@itavi.asso.fr](mailto:magdelaine@itavi.asso.fr)

01 45 22 62 40

### Les marchés à terme en agriculture

Euronext offre à la négociation une large gamme de produits dérivés de matières premières agricoles négociés via son marché électronique : contrat à terme sur le blé meunier, le colza, le maïs, les produits laitiers, l'huile de colza, le tourteau de colza et les granulés de bois.

Elaborés afin de répondre à l'évolution de l'environnement politique et économique liée aux différentes réformes de la PAC et du commerce mondial, ces contrats à terme et d'options sont basés sur des qualités standards des marchés physiques européens de référence et reflètent leurs pratiques. Ils se sont ainsi imposés comme benchmark de l'industrie pour négocier les contrats physiques indexés avec une totale flexibilité.

Ils offrent aux divers utilisateurs des moyens performants de négociation et d'arbitrage, ainsi que des outils efficaces de couverture et de gestion du risque de prix et de protection des marges.

Ils sont de plus en plus utilisés par les différents acteurs des filières agricoles et plus particulièrement les coopératives, les négociants, les fabricants d'aliments du bétail, les transformateurs, les processeurs, les importateurs et les exportateurs.

<b>Contact Euronext</b>		
Olivier Raevel	<a href="mailto:oraevel@euronext.com">oraevel@euronext.com</a>	01 70 48 28 47