

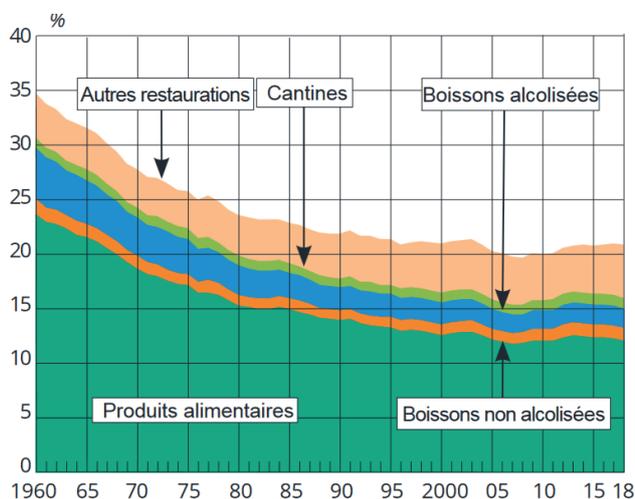
# FICHE 3 OBJECTIF SPÉCIFIQUE : RÉÉQUILIBRER LES RAPPORTS DE FORCE DANS LA CHAÎNE DE VALEUR

On appelle « **valeur** » la somme que les clients sont prêts à payer pour acquérir le produit et qui est utilisée pour fixer le prix du produit. Cette notion de valeur est donc différente de celle du coût de production du produit considéré. Elle peut être supérieure grâce à sa rareté, sa notoriété, son image, etc ou inférieure à l'inverse. Quant à la « **chaîne de valeur** » elle renvoie à la notion de filière qui va de l'agriculteur (voire des entreprises auprès desquelles il achète des biens et services) jusqu'au consommateur final. Améliorer la position des agriculteurs dans la chaîne de valeur signifie donc améliorer la part de la valeur finale du produit, payée par le consommateur, qu'ils perçoivent.

## ■ LES DÉPENSES ALIMENTAIRES REPRÉSENTENT ENVIRON 20 % DES DÉPENSES DES MÉNAGES

Si l'on définit les dépenses d'alimentation des ménages français comme la somme de leurs achats de produits alimentaires et de boissons, avec ou sans alcool, et de leurs dépenses de restauration en cantine, en restaurant ou autres lieux de restauration, on constate que leur part dans l'ensemble des dépenses a baissé régulièrement, passant de 35 % au début des années 1960 à 20 % en 2008. Depuis 2009, elle a légèrement augmenté pour se situer à 21 % en 2018 dont environ 15 % pour les seuls achats de produits alimentaires et boissons.

**PART DE L'ALIMENTATION DANS LES DÉPENSES DE CONSOMMATION  
ÉVOLUTION 1960-2018**



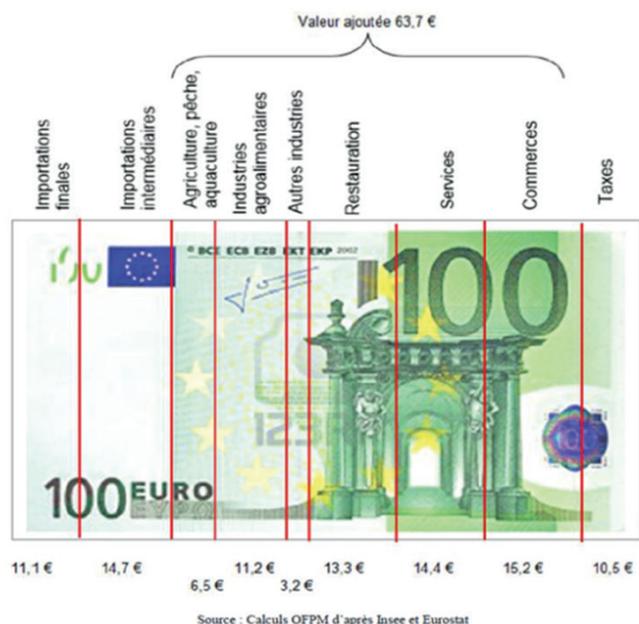
**Au sein de la dépense alimentaire des ménages français, la part des produits agricoles et de la pêche français ne représente plus que 6,5 %**

L'observatoire de la formation des prix et des marges (OFPM) a calculé en 2015 que pour 100 euros de dépenses alimentaires, la part qui revient à l'agriculture, la pêche et l'aquaculture françaises est de 6,5 %. Cette part était de 12 % il y a vingt ans.

Cette part modeste **résulte de plusieurs facteurs** :

- La « distance » entre le produit agricole et le produit alimentaire, accrue par l'incorporation croissante de divers services dont le coût se retrouve dans la valeur finale (élaboration et assemblage, conditionnement, logistique, sécurité sanitaire, publicité et marketing) ;
- le choix de la PAC de baisser les prix agricoles (et de compenser par des aides les pertes de revenus des agriculteurs) ;
- la volatilité des prix ;
- l'importance des importations (sous forme d'aliments et de produits intermédiaires) qui en 2015 représentaient un peu plus d'un quart des dépenses alimentaires, signe de l'intégration européenne croissante de notre économie agroalimentaire et de son ouverture sur le monde ;
- le pouvoir de négociation des prix défavorable pour l'agriculture face à ses acheteurs (transformation ou distribution) et fournisseurs, ainsi qu'un rapport déséquilibré entre l'industrie de transformation et la distribution.

**DÉCOMPOSITION D'UNE DÉPENSE ALIMENTAIRE DE 100 € EN SES DIVERSES COMPOSANTES EN 2015**



Source OFPM

**LE POIDS DE NÉGOCIATION DE CHAQUE MAILLON, PRODUCTEUR, TRANSFORMATEUR, DISTRIBUTEUR DANS LA FILIÈRE**

Le secteur agricole se caractérise par son atomisation avec pas moins de 437 000 exploitations, avec des regroupements encore insuffisants des agriculteurs par rapport à leurs fournisseurs et leurs acheteurs.

En effet, on constate une concentration croissante des fournisseurs d'agroéquipements<sup>1</sup> (5 entreprises internationales réalisent près de 68 % du chiffre d'affaires du secteur en 2017), mais aussi des fabricants de produits phytosanitaires, des semenciers et des fournisseurs d'aliments pour le bétail.

Le secteur de la transformation est, quant à lui, constitué de 17 200 entreprises, majoritairement des Très Petites Entreprises (moins de 10 salariés) et des Petites (moins de 20 salariés) et Moyennes Entreprises (moins de 250 salariés), qui ne réalisent ensemble que 40 % de la valeur ajoutée du secteur, alors que les 60 % de valeur ajoutée restant le sont par les grandes entreprises qui ne représentent qu'environ 3 % des effectifs des industries agroalimentaires (IAA).

Les enseignes de la grande distribution<sup>2</sup> occupent une place déterminante dans l'accès au consommateur, caractérisée par leur très forte concentration autour de 6 groupes, accentuée par la constitution de centrales d'achats en commun<sup>3</sup>. 73 % des ménages français réalisent leurs achats de produits alimentaires y compris boissons dans les magasins des enseignes de la grande distribution ; les 27 % restants sont réalisés dans le hard discount (enseignes qui vendent en dessous des prix moyens pratiqués), les circuits spécialisés et les « achats en ligne ».

Il en résulte un déséquilibre entre l'amont et l'aval au détriment des producteurs, déséquilibre accentué par l'asymétrie dans l'accès à l'information sur les prix et les quantités.

## DANS CES CONDITIONS, LES PRIX AGRICOLES NE COUVRENT PAS TOUJOURS LES COÛTS DE PRODUCTION DES EXPLOITANTS AGRICOLES

Dans les secteurs où le prix est déterminé par le prix pratiqué par la distribution, la marge nette des producteurs est dans certains cas dégradée au point de ne pas couvrir leurs coûts de production (s'ils veulent recevoir une rémunération comprise entre 1 et 2 SMIC), phénomène aggravé par la volatilité des prix agricoles.

Dans les secteurs où une partie importante de la production est exportée (céréales), la marge nette dépend plutôt du cours du marché mondial.

Même si leurs coûts de production sont plus importants qu'en conventionnel, les producteurs en filière biologique bénéficient de prix plus élevés que les producteurs conventionnels. Toutefois, cet écart de prix au producteur n'est pas forcément proportionnel à l'écart de prix payé par le consommateur pour un produit biologique ou conventionnel.

En dehors de l'agriculture biologique, les filières de production sous signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO) permettent en général d'améliorer la répartition de la valeur entre les différents acteurs, en reconnaissant la contribution propre et essentielle de chacun des maillons dans la formation et la stabilité de la richesse créée.

Dans un cas comme dans l'autre, le prix supérieur payé par le consommateur peut parfois tout juste compenser des situations où les charges d'exploitation sont plus importantes (pertes de rendement ou coûts supplémentaires pour différencier le produit).

Les démarches de circuits courts, circuits alternatifs à la grande distribution, ou de proximité sont des réponses à certaines demandes du consommateur, que les collectivités locales peuvent relayer sous forme de projets alimentaires territoriaux (PAT) ; elles permettent d'améliorer le niveau de prix payé au producteur. En 2017, un agriculteur sur cinq vend tout ou partie de sa production en circuits courts.

1. <https://agriculture.gouv.fr/lagroéquipement-une-filière-innovante-qui-recrute>

2. Que ce soit sous forme d'hypermarchés, supermarchés-supérettes / magasins de proximité (source Les synthèses de FranceAgri Mer n°8 septembre 2018)

3. Voir rapport récent de septembre 2019 de l'Assemblée Nationale sur le sujet (<https://bit.ly/2YZ4tHk>) et qui illustre notamment ce phénomène de regroupement des enseignes pour acheter en commun

## ■ LA PAC JUSQU'À UNE PÉRIODE RÉCENTE DISPOSAIT DE PEU D'OUTILS POUR RÉGULER LES RELATIONS ENTRE ACTEURS

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, les agriculteurs bénéficient d'une réglementation européenne qui autorise leurs Organisations de producteurs<sup>4</sup> (OP) à négocier collectivement les volumes et les prix de la production de leurs membres, quel que soit le secteur considéré, et qui leur permet d'exiger une proposition de contrat de la part de leur acheteur. Cette capacité d'organisation collective vise à améliorer leur pouvoir de négociation dans les filières. Elle a permis de fonder les dispositions de la loi EGALIM de fin 2018.

Par ailleurs, les aides des programmes opérationnels de la PAC pour les fruits et légumes sont majoritairement orientées vers l'amélioration de la qualité des produits ou l'aide à la planification de la production. Elles concernent le soutien aux OP (principalement pour des investissements de stockage, chaîne du froid ou publicité) et le soutien individuel aux producteurs (principalement plantations, serres...). Globalement ces aides ont aussi amélioré la position de négociation des agriculteurs.

La France a accordé un supplément d'aides « couplées » pour les agriculteurs engagés dans des OP ou dans une contractualisation avec leurs acheteurs.

Les programmes de développement rural financés par la PAC ont permis d'accompagner les producteurs dans leurs projets d'activité de transformation à la ferme et de ventes directes ou en proximité, notamment en produits sous signe de qualité lié à l'origine (SIQO) y compris dans leur effort collectif de différenciation de leurs produits. Ce dernier point est important pour soutenir des dynamiques collectives de filières ou de territoires, et éviter l'atomisation des projets soutenus.

Le volet de ces programmes de développement rural relatifs aux soutiens à l'agriculture biologique, a compensé des surcoûts et des manques à gagner et ainsi permis une évolution importante des surfaces, qui répond à la demande croissante du marché. La préservation d'une répartition équilibrée, au sein de cette filière, de la valeur créée reste un enjeu dans le contexte d'un objectif de progression de la production et de la consommation en bio.

4. <https://agriculture.gouv.fr/organisation-economique-les-organisations-de-producteurs>