

### LA DISTRIBUTION SURMARGE-T-ELLE LES PRODUITS BIOLOGIQUES ?

**Le manque de transparence sur la formation des prix et des marges des produits alimentaires accentue la sensation d'un déséquilibre dans la répartition de la valeur entre les différents acteurs économiques. Plus récemment, l'inflation galopante a rouvert le débat sur les diverses causes de la hausse des prix, et sur la possibilité que celle-ci aurait permis d'alimenter le profit des entreprises agroalimentaires et des distributeurs. Dans ce contexte économique, qui a conduit à une augmentation importante de la précarité alimentaire de nombreux foyers français, les produits issus de l'agriculture biologique (AB) ont perdu leur dynamisme d'antan, desservis par leur image élitiste et leur prix élevé. Ce recul du marché biologique a entraîné des conséquences économiques importantes pour les agriculteurs engagés qui ont subi une contraction de leurs débouchés, des déclassements vers le conventionnel, et des prix d'achat bien en-deçà de leurs coûts de production. Ainsi, certains dénoncent les pratiques de l'aval dans la constitution du prix à la consommation qui capterait une part de la valeur trop importante. Celle-ci justifierait l'écart de prix entre bio et conventionnel qui ne proviendrait pas selon les agriculteurs d'un coût de la matière première plus élevée en AB. Face aux pratiques des différents maillons de la chaîne alimentaire existe-t-il effectivement des surmarges systématiques sur les produits labélisés AB ?**

#### Un contexte inflationniste qui renforce les tensions

Depuis 2021, les agriculteurs biologiques pâtissent du déclin du marché bio, dont les ventes ont reculé de 750 millions d'euros en trois ans. La part de bio dans la consommation alimentaire s'est établie à 5,6% en 2023, alors qu'elle avait atteint 6,5% en 2021. La croissance annuelle des ventes bio fléchissait d'année en année depuis 2017 dans un contexte affiché de montée en gamme de la production, voulue par les interprofessions. Certaines filières ressentent dès 2019 un encombrement des débouchés biologiques. Mais l'inflation sur les produits alimentaires a été le réel élément déclencheur d'une crise, sans doute plus latente que ce que l'on avait cru. La hausse des prix de l'alimentation a considérablement bouleversé les habitudes de consommation des Français qui se sont tournés vers des magasins discounts et des produits premiers prix, dont les parts de marché ont largement augmenté depuis 2021. D'après le baromètre consommateur 2024 de l'ObSoCo pour l'Agence bio, le premier frein à l'achat de produits biologiques reste pour 75% des personnes ne consommant pas bio, le prix<sup>1</sup>.

Toutefois, la hausse des prix n'est pas l'unique origine de la crise du marché de l'agriculture biologique. D'autres causes bien plus structurelles sont à chercher. Un élément particulièrement intéressant concerne l'implication de la grande distribution sur le marché de l'AB. Dans les années de grand dynamisme du marché bio, les grandes et moyennes surfaces s'étaient lancées sur cette opportunité marketing en augmentant considérablement leur offre, en créant des rayons bio dans leurs magasins, ou encore en rachetant certains magasins spécialisés<sup>2</sup>. Mais cette période de croissance a fait place à une crise de la consommation. La grande distribution a donc fait volte-face en fermant certains de ses magasins spécialisés ou en supprimant une partie de son offre bio. L'institut Circana a régulièrement mis en évidence l'impact du déréférencement sur le recul des achats de produits bio. Bien qu'au départ de la crise la rationalisation de l'offre bio au profit de produits d'entrée de gamme apparaissait sans doute nécessaire, il semble désormais

que la grande distribution se soit lancée dans une course effrénée au déréférencement. D'après Circana, l'offre bio en grande surface alimentaire a diminué de 11% entre 2022 et 2023.

Par voie de conséquence, en 2023, les ventes de bio dans les grandes surfaces alimentaires ont reculé de 3,8% lorsqu'elles ont augmenté de 8,7% pour la vente directe et de 2,2% pour les magasins bio, qui ont sans doute capté une partie des consommateurs bio insatisfaits de l'offre en grande surface. Si la distribution généraliste s'est d'abord présentée comme une aubaine en permettant d'élargir la consommation de produits bio à des ménages plus précaires, elle a provoqué un effet pervers : celui de diluer les exigences de l'agriculture biologique en l'intégrant dans un système marchand conventionnel<sup>3</sup>. Les demandes de la grande distribution, bien souvent contradictoires à l'essence même de l'agriculture biologique (fruits et légumes hors saison, suremballage de certains produits, bio importée...), a sans doute participé à créer une méfiance du bio chez les consommateurs. 54% de ceux qui ne consomment pas bio régulièrement indiquent douter sur la véracité de la certification biologique des produits, 14% de plus qu'en 2021.

Cette méfiance envers le bio de grande surface est sans nul doute au cœur du tribut porté par certaines associations de défense des consommateurs qui mettent en avant les surmarges des distributeurs, ou qui questionnent le fait que l'industrie agroalimentaire et la distribution pourraient avoir profité de l'inflation alimentaire pour gonfler leurs marges. Le prix plus élevé des produits bio, associé à la récente inflation alimentaire (+20% en deux ans) a questionné les potentiels béné-

<sup>1</sup>Baromètre-consommateur-2024-rapport-complet\_Agence-Bio\_LObSoCo.pdf (agencebio.org)

<sup>2</sup>Bio C'bon appartient à Carrefour, et Naturalia au groupe Casino

<sup>3</sup>Le sujet de la « conventionnalisation » de l'agriculture biologique est largement étudié en sciences sociales et constitue sans doute la toile de fond de la méfiance du consommateur envers les produits bios. A ce sujet lire : Lire par exemple Teil, G., (2012), « Le bio s'use-t-il ? Analyse du débat autour de la conventionnalisation du label bio », *Economie rurale*, n°332. ; ou encore Hacquemand, J. (2023). « L'agriculture biologique », *Progressiste*, n°39 -Sciences, Travail & Environnement.

fices effectués par l'aval qui aurait profité du contexte et de l'image de cherté du bio pour augmenter ses marges de façon injustifiée. Ces doutes sont notamment alimentés par des produits bio en magasin à des prix élevés parallèlement à une chute des prix et des débouchés pour les agriculteurs biologiques. D'après l'association *Familles rurales*, un panier bio coûterait 60% plus cher qu'un panier composé des marques les moins chères<sup>4</sup>.

La problématique des marges des entreprises agroalimentaires et des distributeurs est donc régulièrement au centre de la vindicte des associations de défense des consommateurs. L'UFC-que choisir avait publié en 2017 une étude qui exposait que la raison du surcoût des produits biologiques en grande surface proviendrait davantage des surmarges de l'aval que du coût élevé de la matière première agricole (MPA)<sup>5</sup>. Deux ans plus tard, l'association alerte encore. Selon elle, près de 41% du surcoût du bio serait capté par les grandes surfaces qui opéreraient des surmarges<sup>6</sup>. Les marges brutes seraient en moyenne 75% plus élevées en bio qu'en conventionnel, avec des différences selon les produits : +83% en pomme de terre bio, +149% en pomme bio, et jusqu'à +165% pour le poireau bio. L'association a par ailleurs récemment publié une étude sur les écarts de prix entre bio et conventionnel sur neuf enseignes de la distribution.

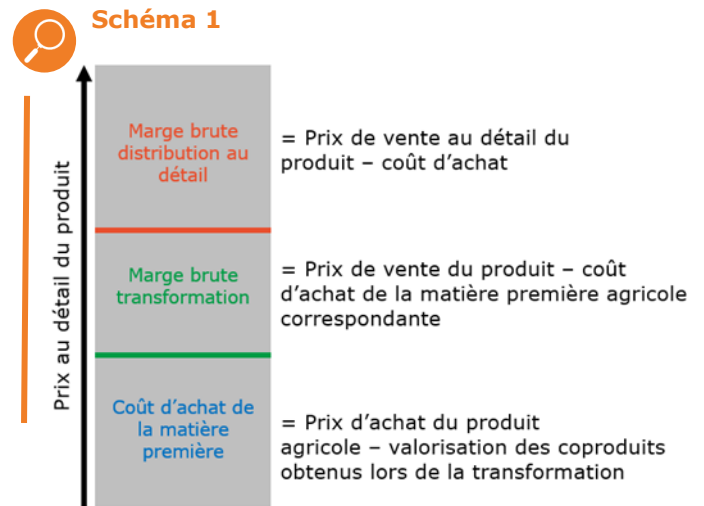
Il en ressort qu'un panier bio moyen est entre 59% et 86% plus cher selon le magasin, soit un coût du panier supérieur de 88 à 116 euros<sup>7</sup>. En somme, il semblerait qu'il existe un rapport de force défavorable aux agriculteurs, qui sont plus de 58 000 à produire en agriculture biologique, face à quatre centrales d'achats qui concentrent à elles seules plus de 92% des ventes de produits de grande consommation<sup>8</sup>.

### ■ L'Observatoire de la formation des prix et des marges

L'Observatoire de la formation des prix et des marges (OFPM) a été créé en 2010 lors de la crise du lait qui avait conduit à une chute drastique des prix pour les éleveurs. Face à l'incompréhension du monde agricole voyant un maintien des prix en magasin, le ministère de l'Agriculture avait lancé l'initiative de construire un observatoire à caractère uniquement consultatif qui éclairerait dans la durée la formation des prix et des marges sur les produits alimentaires et agroalimentaires français. L'OFPM est un service dépendant de FranceAgriMer et placé sous la double tutelle des ministères de l'Agriculture et de l'Économie. Il a une mission d'intérêt public énoncée dans l'article L682-1 du Code rural et de la pêche maritime. Il étudie : « *les coûts de production au stade de la production agricole, les coûts de transformation et les coûts de distribution dans l'ensemble de la chaîne de commercialisation des produits agricoles* » et examine « *la répartition de la valeur ajoutée tout au long de la chaîne de commercialisation des produits agricoles qui en résulte, notamment celle des produits issus de l'agriculture biologique* »<sup>9</sup>. L'Observatoire publie donc depuis 2011 un rapport – accessible à tous – qu'il remet au parlement. Ce rapport n'a pas vocation à commenter les résultats ou à donner des recommandations et laisse les lecteurs se saisir des conclusions. Le suivi des produits biologiques s'est retrouvé pour la première fois dans le rapport de 2020.

En 2024, 36 produits sont suivis par l'Observatoire, répartis dans dix filières différentes. Parmi eux, un produit

sous signe de qualité – le poulet entier Label rouge – et deux filières bio : le panier laitier bio (lait de consommation et beurre), ainsi que les fruits et légumes bio. La pomme et la carotte seront suivis sur plusieurs années afin d'avoir une analyse évolutive de leurs marges et, à l'honneur du rapport cette année, l'abricot et le poireau seront remplacés par d'autres produits l'année prochaine. L'OFPM travaille à travers trois approches complémentaires. Une première, microéconomique, qui étudie la création et la répartition de la valeur des produits alimentaires, c'est-à-dire la part de la matière première agricole ou de la marge brute industrie ou distribution dans le prix au détail du produit. Pour cela l'observatoire soustrait le coût d'achat de la matière première au prix du produit en sortie industrie ou en magasin (voir schéma 1).



Pour la matière première agricole (MPA), l'Observatoire ne prend compte que de la part de la MPA nécessaire à l'élaboration. Elle ne saurait donc représenter directement la marge brute agricole. Par ailleurs, il faut considérer pour le maillon de la transformation la valorisation des co-produits qui a un impact sur le coût de la matière première pour l'industriel.

Après avoir étudié les marges brutes pour l'année n-1, sont étudiés les marges nettes pour l'année n-2, en soustrayant les charges supportées aux produits reçus. Les sources de données varient selon les maillons. Pour les données agricoles, l'Observatoire s'appuie sur les données du RICA principalement. Sur celles de l'INSEE ou de la Banque de France pour l'industrie agroalimentaire, et, enfin, sur les enquêtes OFPM pour la grande distribution dans le but d'extraire des informations par rayons. Les charges des opérateurs sont variées (intrants agricoles et industriels, électricité, salaires, emballages, etc...) et leur coût a largement augmenté pendant l'inflation. Enfin, une dernière approche macroéconomique sous la forme de l'euro alimentaire pour l'année n-4 interprète la répartition de la dépense alimentaire divisée selon les principales branches de l'économie nationale (importation, taxe, valeurs créées hors agriculture et part de la production agricole) et re-

<sup>4</sup>Observatoire 2023 - BAT.pdf

<sup>5</sup>Fruits et légumes bio - Les sur-marges de la grande distribution - Action UFC-Que Choisir - UFC-Que Choisir

<sup>6</sup><https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-sur-marges-sur-les-fruits-et-legumes-bio-la-grande-distribution-matraque-toujours-les-consommateurs-n69471/>

<sup>7</sup>Prix du bio - 9 enseignes passées au crible - Actualité - UFC-Que Choisir

<sup>8</sup>Distribution: l'influence croissante des centrales d'achats européennes (latribune.fr)

<sup>9</sup>Article L682-1 - Code rural et de la pêche maritime - Légifrance (legifrance.gouv.fr)

groupe l'ensemble des filières alimentaires.

Entre 2010 et 2021, années caractérisées par une très faible inflation (en moyenne +1,3% par an), les chocs de prix issus de la matière première agricole sont amortis par l'aval, en général par l'industrie agroalimentaire qui reconstitue ses marges progressivement la ou les années suivantes. Depuis 2022 et la forte reprise de l'inflation, il ressort en général (retenons tout de même qu'il existe des différences notables selon les produits) que la hausse des prix au détail cette année-là était majoritairement liée à la hausse du coût d'achat de la matière première agricole obligeant l'aval à contracter ses marges. En revanche, la hausse des prix en 2023 est liée au report des marges aval contractées l'année passée dans un contexte de baisse de prix de la MPA. La hausse du coût de la matière première agricole en 2022 s'explique par l'augmentation importante du prix des intrants agricoles. Ils ont grimpé de 22% entre 2021 et 2022 pour l'indice général IPAMPA, de 44% pour l'énergie et lubrifiant et jusqu'à 76% pour les engrais et amendements.

Bien que le prix de certains intrants agricoles ait ensuite diminué en 2022, la comparaison 2023/2021 présente une hausse des prix de l'ordre de 20% pour l'IPAMPA général. En parallèle, le coût des intrants industriels a aussi augmenté (+23% pour l'emballage papier et carton, +15% pour l'emballage plastique, +42% pour l'aluminium en 2022 et +74% pour l'électricité en 2023). Enfin, les salaires de l'agroalimentaire ont augmenté de 3,8% en 2022 et 5% en 2023, une hausse plus rapide que l'ensemble des autres secteurs d'activité bien qu'il est important de rappeler que les salaires de l'industrie agroalimentaire restent en moyenne inférieurs aux salaires de l'ensemble des catégories professionnelles. Ainsi, si l'inflation alimentaire de 2022 provenait en majorité du coût de la matière première, il semble que l'inflation de 2023 soit davantage liée à la reconstitution des marges de l'industrie et de la distribution.

## Les résultats du rapport 2024 sur les produits biologiques

### Fruits et légumes

La distribution des achats de produits issus de l'agriculture biologique a la particularité d'être particulièrement diversifiée. La grande distribution a peu à peu pris une place prépondérante sur le marché bio en grapillant des parts de marché au réseau spécialisé qui capte toutefois plus d'un tiers des ventes. Les ventes de fruits et légumes bio s'effectuent à près de 42% en magasin spécialisé, 31% en grande distribution, et 26% en vente directe, ce qui justifie donc le choix de l'OFPM de suivre les fruits et légumes dans le circuit généraliste et spécialisé. Dans le but d'approcher la marge brute de la distribution, l'OFPM tient compte du prix moyen hebdomadaire du fruit et du légume en magasin généraliste ou spécialisé et le soustrait à la moyenne des cotations à l'expédition de la même semaine. Ces données proviennent du Réseau des nouvelles du marché<sup>10</sup>. L'indicateur de marge brute correspond ainsi à la marge commerciale unitaire de la grande distribution considéré dans son ensemble (centrales d'achats, plates-formes logistiques, et magasins).

<sup>10</sup> Le prix des produits alimentaires frais

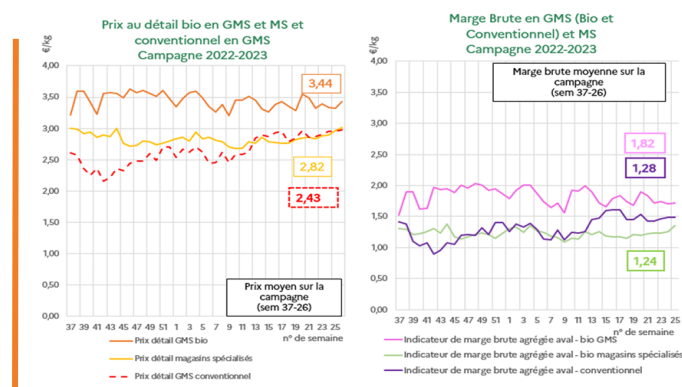
<sup>11</sup> Dans le modèle OFPM le déclassement du lait bio vers le conventionnel est considéré en poudre de lait pour la matière protéique et en beurre vrac pour la matière grasse.

Pour la campagne 2023-2024 (semaine 19n-1 à 18n), le prix des carottes bio en grande surface était 31% plus élevé que les carottes conventionnelles dans ce circuit, mais 8% moins cher que les carottes bio en magasin spécialisé. Le prix à l'expédition a augmenté de façon similaire entre les carottes bio de GMS (+7%) et de magasin spécialisé (+6%) mais le prix en magasin bio a augmenté de 10% contre 7% en GMS. L'indicateur de marge brute aval a donc augmenté de 5% dans le circuit généraliste (une marge brute 16% plus élevée que les carottes conventionnelles) et de 11% en magasin bio (une marge brute 18% plus élevée que le bio de grande surface).

Les pommes bio sont suivies depuis déjà plusieurs années ce qui permet une comparaison sur au moins deux ans. Pour la campagne 2022-2023 (semaines 37n-1 à 26n) le prix d'expédition des pommes bio en GMS a diminué de 7% par rapport à la moyenne des deux dernières années. Dans le circuit spécialisé pour la campagne 2022-2023 des semaines 10 à 26 le prix à l'expédition a augmenté de 5% par rapport à la campagne précédente lorsque le prix moyen au détail est resté stable, ce qui a eu pour effet de comprimer la marge agrégée aval de 7%. En parallèle le prix des pommes bio en GMS a augmenté de 2% ce qui porte l'augmentation de la marge brute aval à 12%. Finalement, la marge brute aval est 42% plus élevée pour les pommes bio que pour les pommes conventionnelle en GMS. Le prix au kg d'une pomme bio dans le circuit généraliste est 42% plus élevée qu'une pomme conventionnelle, et 22% plus élevée qu'en magasin bio (voir graphique 1).



**Graphique 1 : Comparaison des prix et marges entre les pommes conventionnelles et biologiques en GMS et biologiques en MS**



Sources : FranceAgriMer-RNM

Les fruits et légumes répondent à une production et à un marché particulier qui peut expliquer des disparités importantes de prix d'une année à l'autre. Par exemple le début de campagne 2022-2023 de la carotte bio présentait des prix bas en raison de la concurrence européenne d'autres bassins de production en parallèle d'une baisse des achats de fruits et légumes bio. Puis les conditions météorologiques de sécheresse arrivées en fin de campagne ont réduit l'offre et tiré les prix vers le haut. Une réelle comparaison des marges entre le circuit spécialisé et généraliste reste encore délicate puisqu'on ne peut s'assurer que les variétés achalandées sont les mêmes dans le circuit généraliste et spécialisé, les semaines suivies au cours de la campagne sont parfois différentes et les charges et logiques marketing divergent également (coût de l'emballage obligatoire des produits bio en

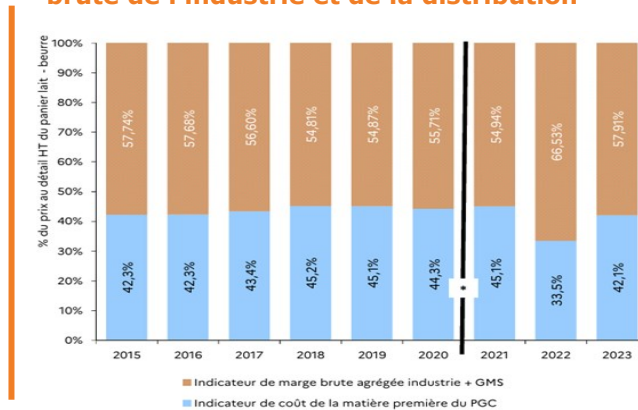


grande distribution généraliste, emballage qui n'est pas nécessaire en circuit spécialisé par exemple). Il en est de même pour la comparaison bio et conventionnel. Les calibres et les variétés sont plus diversifiés en agriculture biologique ce qui peut entraîner des freins méthodologique de comparaison. Enfin, l'atomisation de l'offre issue d'exploitations bio généralement plus petites et de circuits de distribution plus diversifiés, sont autant de surcoût liés à la mise en marché des produits biologiques.

## Panier lait et beurre

Entre 2021 et 2022 le prix au détail du panier bio lait UHT et beurre a augmenté de près de 15% alors que la part de la MPA dans ce prix avait reculé de 10%. En revanche en 2023 la MPA reprend une part plus importante dans la constitution du prix au détail qui a augmenté de 12% entre 2022 et 2023 (graphique 2). Cette hausse de la part de la MPA dans le panier laitier ne signifie pas nécessairement que les producteurs ont bénéficié d'une hausse de prix de vente de leur lait. En effet, celui-ci n'a augmenté que de 3 centimes le litre en deux ans. Le coût plus élevé de la MPA provient en réalité de la moins bonne valorisation des co-produits liés au déclassement<sup>11</sup>. L'aval a donc légèrement comprimé ses marges en 2023 (-2% pour la marge brute agrégée aval).

**Graphique 2 : Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du panier lait demi-écrémé UHT biologique – beurre biologique en matière première et indicateurs de marge brute de l'industrie et de la distribution**

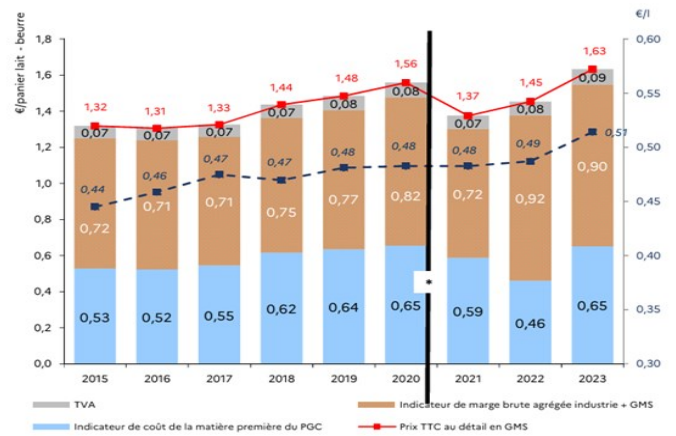


(\*) Rupture de méthode détaillée partie 5.1 de cette section  
Source : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

Toutefois en comparant 2021 à 2023 la part de la matière agricole dans le prix final du produit a reculé de 45,1% en 2021 à 42,1% en 2023 (graphique 3).

Ainsi, la hausse du prix au détail du panier laitier bio entre 2021 et 2023 s'explique en partie par la hausse de la marge brute de l'industrie et de la distribution de l'ordre de 10%, ce qui ne signifie pas pour autant une hausse de leurs bénéfices.

**Graphique 3 : Composition en pourcentage du prix moyen annuel au détail en GMS hors TVA du panier lait demi-écrémé UHT biologique – beurre biologique en matière première et indicateurs de marge brute l'industrie et de la distribution**



(\*) Rupture de méthode détaillée partie 5.1 de cette section  
Source : OFPM d'après FranceAgriMer d'après SSP, Kantar Worldpanel et enquêtes FranceAgriMer

A la différence du panier conventionnel, l'indicateur de marge brute est agrégé entre l'industrie et la distribution en raison d'absence de prix de vente en sortie industrie. Cet indicateur provient du calcul de la différence entre le prix de vente du panier lait et beurre bio dans la distribution et l'indicateur du coût de la matière première. Par ailleurs le panier laitier conventionnel est composé de cinq produits de grande consommation (lait, beurre, camembert, emmental et yaourt) ce qui rend non pertinente la comparaison entre bio et conventionnel.

Toutefois, on remarque que la part de la MPA est supérieure en bio du fait du prix du lait payé au producteur nettement supérieur jusqu'en 2021 et l'écart de composition des deux paniers.

## Facteurs expliquant les marges brutes élevées des produits biologiques

### Des surcoûts spécifiques au bio

Dans son rapport, l'Observatoire a démontré que les fruits et légumes bio suivis en 2024 sont généralement plus chers en magasins généraliste qu'en magasin bio (pour la pomme, le poireau et l'abricot, mais pas pour la carotte). Cela peut s'expliquer tout d'abord par des stratégies marketing différentes entre les magasins spécialisés et les généralistes. Les fruits et légumes sont des produits d'appel en magasin bio, c'est-à-dire que les distributeurs rognent leur marge sur ces produits dans le but d'attirer la clientèle. Ensuite, la crise du marché bio n'a pas eu le même impact pour les GMS, car elles ont pu réduire leur offre, et les magasins bio qui ont dû trouver des stratégies d'adaptation pour maintenir leur clientèle, parmi lesquelles une hausse limitée des prix qui doivent rester concurrentiels face à la grande distribution. Enfin, les grandes surfaces proposant du bio et du non bio doivent prévoir un conditionnement particulier dans le but d'éviter les contaminations croisées des produits bio et non bio vendus en vrac. Cela explique donc en partie l'emballage des fruits et légumes bio en grande distribution

bien qu'ils semblent incohérents avec l'exigence environnementale de la production biologique.

De façon plus générale, une multitude de critères peuvent participer à expliquer des coûts plus élevés en bio, et le manque de données comptables rend souvent complexe l'expression d'une conclusion nette et précise. Les différences d'équation selon les produits est une problématique importante pour l'agriculture biologique. Par exemple, la viande bovine bio souffre d'un mauvais équilibre carcasse puisqu'afin de répondre à la demande des consommateurs, celle-ci est valorisée à 80% sous forme de steak haché, ce qui n'offre des coûts d'achats que peu attractifs pour les éleveurs bio. Ensuite, les produits bio transformés doivent répondre à des processus bien plus exigeants. Seuls certains additifs et auxiliaires de transformation sont autorisés dans la transformation de produits biologiques ce qui a pour effet d'augmenter le coût de fabrication. Dans le cas où des produits seraient ajoutés lors de la transformation, les industriels doivent veiller à ce que le produit final contienne *a minima* 95% de produit bio, afin qu'il puisse être certifié comme tel.

Par ailleurs, les unités de transformation mixtes (qui font du bio et du non bio) doivent supporter un coût supplémentaire de nettoyage entre la fabrication de produits conventionnels et bio. Les industries vont régulièrement jusqu'à déclasser les premiers produits bio fabriqués par mesure de précaution, ce qui représente un surcoût pour l'industriel. Le coût de la certification à chaque maillon de la chaîne, représente également des charges spécifiques du bio en raison de coûts humains et administratifs de contrôle qui peuvent être répercutés dans le prix du produit sans que l'on connaisse précisément ce coût. Enfin, en raison de plus petits volumes, de concentration de la production et de la transformation, ou encore de fermes plus petites, les coûts logistiques peuvent être plus importants en bio. La gestion de ces flux éparses et des surcoûts qu'ils représentent est d'ailleurs l'une des principales difficultés énoncées par les restaurateurs qui doivent respecter les 20% d'approvisionnement bio dans leur cantine de la loi EGAlim.

### La péréquation où l'impossibilité de conclure clairement

La principale erreur que commettent les études consommateurs et producteurs, qui corrélient la baisse du prix d'achat de leur production à la hausse du prix en magasin, est d'envisager la captation de la valeur de la distribution produit par produit. Les distributeurs contrôlent la hausse des prix sur certains produits selon l'élasticité de la demande des consommateurs, il s'agit d'une stratégie d'adaptation à la demande. Ceci explique donc que certains rayons sont déficitaires, et d'autres surmargés. Par exemple, les rayons employant une main-d'œuvre importante (boucherie, poissonnerie,

boulangerie...) sont généralement des rayons déficitaires, mais les magasins tiennent à les maintenir car ils sont attractifs pour les clients et permettent de créer du lien. La péréquation permet donc de favoriser des produits d'appels (avec une marge faible pour le distributeur), aux dépens d'autres produits, ce qui permet au magasin d'équilibrer sa rentabilité. Ainsi réfléchir à la marge à partir d'un produit trouve son sens dans le monde agricole, mais la logique est bien différente en aval.

Les chocs de prix en agriculture sont monnaie courante dans la profession agricole étant soumise à une multitude d'aléas et d'incertitudes, qu'ils soient climatiques, économiques, et même sociologiques et culturels (adaptation à l'évolution des comportements alimentaires). L'Observatoire aura donc permis de comprendre le manque de corrélation directe entre le prix d'achat au producteur et le prix au détail en magasin, en expliquant que la compression des marges de l'aval – généralement de la transformation prise en étau entre le maillon agricole et la grande distribution – est ensuite reconstituée les années suivantes.

L'éclairage dans la durée des analyses de l'Observatoire est donc précieux, sans vocation à exprimer des valeurs absolues il permet de mettre en évidence des tendances pluriannuelles. Ainsi, le suivi des produits biologiques étant relativement récent, il faudrait attendre plusieurs années avant de faire émerger une grande tendance sur les marges de l'aval sur ces produits. Si l'OFPM a encore de nombreux axes d'amélioration, il joue un rôle essentiel en créant un dialogue entre représentants agricoles, interprofessions, instituts techniques, industriels, distributeurs généralistes et spécialisés ou encore associations de consommateurs.

**Contact : Magali Catteau**  
[magali.catteau@apca.chambagri.fr](mailto:magali.catteau@apca.chambagri.fr)

**Chambres d'agriculture France**

9 avenue George V — 75 008 Paris

Tél : 01 53 57 10 10

E-mail : [accueil@apca.chambagri.fr](mailto:accueil@apca.chambagri.fr)

Siret : 18007004700014

[www.chambres-agriculture.fr](http://www.chambres-agriculture.fr)

**REPUBLIQUE FRANCAISE**

**Avec la participation du CasDAR**

**Directeur de la publication : Thierry Pouch**

**Mise en page par : Odile Martin-Lefèvre**



Avec la contribution financière du compte d'affectation spéciale développement agricole et rural CASDAR

**MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT**  
*Sécurité Alimentaire*

