



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

L'analyse des marges de commercialisation des produits alimentaires: objectifs, méthodes, utilisation

Daniel Béraud, A. Gabrielsonn, G. Houston, Francesca Rose

Abstract

This report, which will be published shortly, takes of the present knowledge and the method of estimating and analysing food prices and food marketing margins and on the utilisation of the results of the analysis in seeking solutions to economic problems and food policy issues. It presents margin studies done by ten countries in this field : United States, Canada, United Kingdom, Germany, Italy, Sweden, Finland, New-Zealand and Australia and by the Commission of European Communities.

Résumé

Ce rapport, qui va être publié prochainement, fait le point des connaissances actuelles sur les méthodes de calcul et d'analyse des prix et des marges de commercialisation des produits alimentaires et de l'utilisation des résultats de cette analyse pour la recherche de solutions aux problèmes économiques et aux problèmes de politique alimentaire. Il présente les travaux sur les marges, effectués par dix pays : les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie, la Suède, la Finlande, la Suisse, la Nouvelle-Zélande et l'Australie et par la Commission des Communautés Européennes.

Citer ce document / Cite this document :

Béraud Daniel, Gabrielsonn A., Houston G., Rose Francesca. L'analyse des marges de commercialisation des produits alimentaires: objectifs, méthodes, utilisation. In: Économie rurale. N°142, 1981. p. 12;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1981.4289>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1981_num_142_1_4289

Fichier pdf généré le 08/05/2018

L'ANALYSE DES MARGES DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS ALIMENTAIRES : OBJECTIFS, MÉTHODES, UTILISATION

BERAUD D., GABRIELSSON A., HOUSTON G., ROSE F.

mots clés : Marges, commercialisation, produits alimentaires, pays de l'OCDE, étude internationale.

OCDE, 2, rue André Pascal, 75775 Paris Cedex 16. Tél. 524.95.57.

Résumé : Ce rapport, qui va être publié prochainement, fait le point des connaissances actuelles sur les méthodes de calcul et d'analyse des prix et des marges de commercialisation des produits alimentaires et de l'utilisation des résultats de cette analyse pour la recherche de solutions aux problèmes économiques et aux problèmes de politique alimentaire. Il présente les travaux sur les marges, effectués par dix pays : les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie, la Suède, la Finlande, la Suisse, la Nouvelle-Zélande et l'Australie et par la Commission des Communautés Européennes.

FOOD MARGINS ANALYSIS : AIMS, METHODS AND USES

Summary : This report, which will be published shortly, takes of the present knowledge and the method of estimating and analysing food prices and food marketing margins and on the utilisation of the results of the analysis in seeking solutions to economic problems and food policy issues. It presents margin studies done by ten countries in this field : United States, Canada, United Kingdom, Germany, Italy, Sweden, Finland, New-Zealand and Australia and by the Commission of European Communities.

Utilité des études de marges

Les études de marges de commercialisation des produits alimentaires, qui sont un élément de l'analyse des prix alimentaires, sont effectuées à plusieurs fins. En général, elles sont entreprises pour améliorer les informations rassemblées pour servir de base aux décisions prises dans le secteur public ou le secteur privé. Dans le secteur public, les données sur les marges sont utiles dans la mesure où elles peuvent permettre une meilleure compréhension du système agro-alimentaire pour la mise en œuvre et l'évaluation des politiques économiques, des politiques des échanges internationaux, des politiques alimentaires et des politiques de concurrence.

Les milieux professionnels du secteur de la transformation et de la distribution, les agriculteurs et les consommateurs utilisent les informations rassemblées par les études des marges de commercialisation des produits alimentaires dans la mesure où elles contribuent à éliminer certaines idées reçues sur la performance des systèmes de commercialisation qui faussent les prises de décision dans le secteur privé.

Limites des études de marges

Il convient de souligner que si les évaluations des marges de commercialisation permettent de mieux connaître certains aspects de l'évolution du secteur de la commercialisation des produits alimentaires, elles ne constituent qu'un élément de la mesure de la performance des systèmes alimentaires. Il en résulte que des décisions prises dans les secteurs public et privé, qui concernent le système alimentaire, ne doivent pas être fondées uniquement sur les résultats des études de marges. L'évaluation des marges de commercialisation doit être considérée conjointement à d'autres critères de performance tels que la productivité, l'évolution des structures, le niveau d'uti-

lisation des capacités, les progrès réalisés dans la mise en œuvre de techniques nouvelles et de produits nouveaux et la stabilité du chiffre d'affaires et de l'emploi.

Les approches pour l'évaluation des marges

On peut distinguer trois approches pour l'évaluation des marges. L'approche *sectorielle*, qui constitue l'examen de l'importance de la transformation et de la distribution dans l'ensemble du secteur de l'alimentation, considéré comme un élément de l'évaluation et de l'analyse des comptes sociaux de l'économie nationale. Les données sectorielles permettent surtout de répondre à des questions économiques générales (à savoir, les prix alimentaires revêtent-ils une importance particulière en période d'inflation ? Dans quelle mesure les fluctuations des prix des produits agricoles affectent-ils les prix de détail ?). L'approche *fonctionnelle* qui prend en considération l'étude des différentes formes d'activité économique, telles que la transformation et le commerce de détail, et analyse les différents facteurs qui affectent la performance et le développement des entreprises et des organisations qui participent à ces activités. Les études fonctionnelles peuvent être utiles aux entreprises commerciales en leur permettant d'évaluer leur efficacité et de mettre en œuvre des mesures touchant leur compétitivité et leur structure. L'approche *produit* qui met l'accent sur un produit donné et évalue les différences de valeur d'une quantité équivalente de produit entre les différents stades de commercialisation en tenant compte des différentes transformations du produit considéré. Les données relatives aux différents produits alimentaires sont intéressantes quant à elles, pour l'adoption de mesures touchant le domaine agro-alimentaire telles que les achats d'intervention de produits agricoles, la surveillance ou le contrôle des prix alimentaires ou des dispositions affectant les échanges. Toutes ces approches sont différents aspects d'une même recherche et ont des problèmes méthodologiques et des problèmes de données communs.