



**AgEcon** SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*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](mailto: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.*

# La formation des prix et des marges dans la filière lait française

**Rémi Avignon**

UMR SMART, INRAE, Rennes France  
remi.avignon@inrae.fr

**A**vec la succession des crises agricoles, la question des revenus des agriculteurs et du partage de la valeur au sein des chaînes agroalimentaires (agriculteurs, industriels, distributeurs) occupe une place centrale dans le débat public. Plusieurs mesures ont été mises en place, notamment les lois EGALIM (2018, 2021), et d'autres ont été envisagées, comme l'instauration de prix planchers évoquée par Emmanuel Macron au Salon de l'Agriculture 2024. Toutefois, l'efficacité de ces dispositifs reste débattue. Pour éclairer ces discussions, nous essayons de mieux comprendre la formation des prix et des marges ainsi que leur ajustement aux réformes en nous concentrant sur l'industrie laitière française. Notre approche combine une dimension théorique et une dimension empirique. La partie théorique vise à définir les marges des industriels laitiers et à en identifier les origines, en distinguant deux formes de pouvoir de marché : le pouvoir de marché à la vente, qui se traduit par des markups, et le pouvoir de marché à l'achat de lait cru, qui se traduit par des markdowns. La partie empirique permet d'estimer ces marges, ainsi que les markups et les markdowns, à partir de données administratives et en mobilisant des méthodes économétriques appropriées.

### Une représentation stylisée de la filière lait française

Dans cette représentation stylisée, nous considérons des entreprises qui produisent différents produits laitiers en s'approvisionnant en lait cru auprès de plusieurs départements, qu'elles transforment en utilisant du capital et du travail. Elles peuvent si nécessaire compléter leur approvisionnement par l'achat d'ingrédients laitiers intermédiaires (crème, poudre de lait, lait en vrac, etc.). Le coût de production se divise ainsi en deux composantes : un coût d'approvisionnement en lait, déterminé par le prix payé aux producteurs, et un coût de transformation, qui intègre les dépenses en capital et en travail.

Lorsqu'une entreprise exerce un pouvoir de marché à l'achat, son coût marginal économique diffère du coût marginal monétaire, car il intègre le coût d'opportunité associé à l'achat d'une unité supplémentaire de lait (c'est à dire la hausse de prix nécessaire pour stimuler l'offre). Une entreprise sans pouvoir de marché à l'achat de lait prendrait son prix comme donné, et les deux coûts seraient identiques.

Dans cette situation nous définissons :

- La marge comme le ratio entre le prix de vente et le coût marginal monétaire, mesurant le pouvoir de marché à l'achat et à la vente.
- Le markup comme le ratio entre le prix de vente et le coût marginal économique, capturant le pouvoir de marché à la vente. Le markup traduit une capacité à vendre à un prix supérieur au coût marginal.
- Le markdown (entreprise-origine du lait) comme l'écart entre la contribution marginale au profit d'une unité de lait (recette marginale moins coût de transformation) et le prix payé, reflétant ainsi le pouvoir de marché à l'achat de lait cru. Le markdown traduit la capacité du transformateur à acheter le lait cru à un prix inférieur à sa contribution marginale au profit.

Le modèle que nous avons construit établit une relation entre ces trois notions, exprimant la marge comme une combinaison du markup et du markdown.

## Confrontation aux données

L'estimation des markups, markdowns et marges repose sur l'exploitation de plusieurs bases de données administratives. Les prix et quantités de lait acheté dans chaque département et de chaque type de produit laitier vendu par les industriels laitiers sont observés grâce aux enquêtes annuelle et mensuelle laitières du ministère de l'Agriculture et de FranceAgriMer. Le travail et le capital des entreprises sont issus du fichier FARE de l'INSEE. Enfin, nous utilisons les tables du CNIEL pour mesurer la teneur en matière sèche de ces produits et ainsi déterminer la quantité de lait nécessaire à leur fabrication.

L'estimation des marges nécessite le calcul des coûts marginaux monétaires. Le coût d'approvisionnement en lait pour chaque produit est directement obtenu en croisant les prix du lait observés et les coefficients d'incorporation fournis par le CNIEL. En revanche, les coûts de transformation requièrent une approche économétrique : nous adoptons une méthodologie de fonction de production, qui permet d'inférer le coût marginal de transformation à partir des données sur les facteurs de production.

L'identification des markups et markdowns repose sur la présence d'ingrédients laitiers échangés sur des marchés internationaux où les industriels français considèrent les prix comme donnés, et n'exercent donc pas de pouvoir de marché. Les industriels font donc face aux arbitrages suivants : une entreprise déficitaire en lait peut choisir de s'approvisionner sur le marché des ingrédients ou acheter plus de lait cru aux éleveurs, tandis qu'une entreprise excédentaire peut décider de produire davantage de produits finis ou vendre une partie de son lait sous forme d'ingrédients.

Prenons l'exemple d'une entreprise vendant un produit fini (ex : yaourt) et un ingrédient laitier (ex : poudre de lait). Comme l'ingrédient laitier est vendu sans pouvoir de marché, la marge réalisée sur l'ingrédient provient uniquement du markdown à l'achat de lait cru. De plus, comme l'entreprise doit être indifférente, pour sa dernière unité de lait collectée entre produire plus d'ingrédient ou de produit fini, le markdown est indépendant du produit auquel le lait est affecté. Connaissant la marge sur le produit fini et le markdown, nous pouvons alors en déduire le markup à la vente du produit fini.

## Ajustement de marges et transmission des chocs au sein de la chaîne de valeur

Avant d'interpréter nos résultats, il est important de préciser que les marges estimées ici ne sont pas des marges comptables reflétant la profitabilité des entreprises, mais des marges économiques portant uniquement sur la dernière unité et permettant de mesurer le degré de pouvoir de marché<sup>1</sup>.

Nos estimations couvrent la période 2003-2018 et indiquent un taux moyen de marge totale de 56 %, se décomposant en un markup moyen de 41 % et un markdown moyen de 19 %. L'analyse de l'hétérogénéité

1 Sur un marché concurrentiel, une entreprise ne fait pas de marge au sens économique. Cependant, elle peut faire un profit positif. L'inverse est aussi vrai : un profit peut être nul ou négatif même avec du pouvoir de marché, en présence de coûts fixes élevés.

des résultats confirme les prédictions des modèles théoriques standards. Les grandes entreprises appliquent des markups plus élevés ; une hausse de la concentration du côté des acheteurs de lait cru se traduit par des markdowns plus importants ; de même, une concentration accrue parmi les vendeurs d'un produit laitier donné conduit à une augmentation des markups. Les produits différenciés, tels que les yaourts ou les fromages, sont associés à des markups plus élevés. Par ailleurs, les marges varient dans le temps, en s'ajustant aux chocs affectant la filière. La période considérée permet d'analyser la transmission des chocs tout au long de la chaîne de valeur.

D'une part, la variation des cours des ingrédients laitiers vendus par les industriels (poudre de lait, beurre industriel, etc.) ne se répercute qu'à 20 % sur le prix du lait cru, le reste étant absorbé par les transformateurs via un ajustement des markdowns. Sur un marché concurrentiel, cette transmission serait totale, comme c'est le cas pour les céréales par exemple.

D'autre part, une hausse de l'indice des coûts de production des agriculteurs (IPAMPA) est transmise à 66 % sur le prix du lait, le reste étant absorbé par l'aval de la filière via une variation des markdowns. Sur un marché concurrentiel, cette transmission serait nulle. Enfin, nos résultats montrent que la hausse des coûts de collecte qui en résulte est presque intégralement répercutée sur le prix de vente des produits finis par une augmentation des markups. Comme prévu théoriquement, cette transmission est en revanche inexistante pour les ingrédients laitiers, échangés sur des marchés concurrentiels.

En supposant que le prix du lait réagisse de la même manière aux variations des coûts de production, qu'elles proviennent des prix des intrants ou des subventions, nos estimations permettent d'évaluer l'incidence des aides agricoles. Une subvention réduisant le coût de production de 1 € par litre entraînerait une baisse de 0,66 € du prix du lait cru. Une fois captées par les industriels, ces aides sont ensuite partagées avec les distributeurs en fonction des négociations commerciales. Nos résultats montrent que les distributeurs parviennent à leur tour à capturer la réduction obtenue par les industriels à travers des baisses de prix. Cette baisse est ensuite possiblement répercutée aux consommateurs, ce que nos données ne nous permettent pas d'étudier. A noter que ces estimations reflètent un effet de court terme sur des variations marginales des subventions.

Enfin, l'existence d'un pouvoir de marché à l'achat est une condition nécessaire pour qu'un prix plancher sur le lait cru soit efficace. Selon notre modèle, un prix plancher basé sur le cours des ingrédients laitiers pourrait faire augmenter le prix moyen du lait en France. Toutefois, une telle mesure risquerait d'exposer davantage les éleveurs aux fluctuations des marchés internationaux. De plus, cela pourrait fragiliser les industriels les moins profitables (Avignon et Guigue, 2024).

## Pour en savoir plus

**Avignon R. et Guigue E. (2024).** Prix planchers dans les filières agroalimentaires : une mesure d'efficacité ? *Les notes de l'institut des politiques publiques*.

**Avignon R. et Guigue E. (2023).** Markups and markdowns in the French dairy market. *Document de travail* disponible sur <https://hal.science/hal-04986946/>