Prix des aliments : une hausse de 7,3% en 2022

Publié le 28 juin 2023

🕒 3 minutes

Par : [La Rédaction](#)

En moyenne, en 2022, le prix du blé tendre a augmenté de 41%, celui du blé dur de 34%. Au stade du consommateur, la hausse la plus forte a été celle des pâtes alimentaires (+26%), devant la viande bovine (+13%), le beurre (+12%), la volaille (+10%) et la baguette (+4,4%).

Selon le [rapport annuel](#) de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM) rendu public le 22 juin 2023, le **déclenchement de la guerre en Ukraine** a fortement **affecté les marchés agricoles mondiaux** (en particulier les céréales et les oléagineux). L'**augmentation des prix de l'alimentation de 7,3% en 2022**, au plus haut depuis 1985, est **nettement supérieure à l'inflation générale des prix (+5,2%) en 2022**.

L'analyse des prix au détail

Le **prix moyen au détail d'un produit alimentaire** de grande consommation (par exemple, la baguette de pain) est **décomposé en trois parties** :

- la valeur de la **matière première agricole** incorporée (pour la baguette de pain : le blé tendre) ;
- la valeur ajoutée à la matière première par les entreprises de **transformation** (l'industrie meunière qui fabrique la farine) ;
- la valeur ajoutée à la matière première par les entreprises de la chaîne de **distribution** (la boulangerie artisanale qui fabrique et commercialise le pain).

Les valeurs ajoutées à la matière première sont couramment désignées sous le terme de "*marges brutes*" (différence entre prix de vente et coût d'achat). La marge brute finance également les salaires et d'autres charges qui, en 2022 en particulier, ont aussi augmenté (emballages, énergie).

Quels enseignements pour 2022 ?

Selon l'OFPM, *"en cas de choc sur les prix des produits agricoles, les prix des produits alimentaires au consommateur restent relativement stables. [...] La marge brute de la distribution peut toutefois diminuer rapidement également pour maintenir le prix au consommateur de produits emblématiques (comme le jambon en 2022)."*

Le rapport 2023 fait état de **nouvelles évolutions en 2022**, dans le contexte d'**inflation importante** :

- une **progression moyenne de la valeur de la matière première agricole** dans le prix de vente au détail hors taxe de 17% ;
- la **marge brute des industries agroalimentaires et de la grande distribution** est restée **stable** (+0,5%), l'amortissement étant plus marqué pour la viande porcine et bovine, le lapin, la volaille et la pomme de terre ;
- pour **21 produits étudiés** (jambon, panier de viande de bœuf, steak haché, beurre, longe de porc, rôti de porc, côte de porc, panier laitier, baguette, poulet label rouge, lieu noir, pomme de terre vapeur et four/frites, escalope de poulet, cuisse de poulet yaourt, bûchette de chèvre, emmental, camembert, pâtes et lait UHT), la **marge brute a progressé de 2%** en moyenne en 2022 ;
- la plage d'évolution de la marge brute de la **grande distribution** est très étendue, de **-18% pour le jambon à +57% pour les pâtes**, sans lien apparent entre le sens et l'ampleur de l'évolution et la filière du produit.

Pour les **industries de l'agroalimentaire**, 2022 est la **deuxième année de reprise du chiffre d'affaires** après la chute de 2020.

Pour la **grande distribution** la boucherie, la boulangerie et la marée (rayons d'appel) sont déficitaires. Le **premier contributeur à la marge nette** est la **charcuterie**.