

Le commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire

Jacques Néfussi et Vincent Vicaire*

Dans la filière agroalimentaire française les grossistes jouent un rôle fondamental qui n'avait jamais été chiffré, mais qui a parfois fait l'objet de chiffrage restreint à un ou deux produits. Pour la première fois, on montre ainsi que les grossistes, qui ne dépendent pas de la grande distribution, assurent de façon structurelle une part conséquente des flux, part qui décroît le long de la filière : 65 % de l'approvisionnement de l'agriculture en intrants, 46 % des ventes de l'agriculture en produits agricoles et 35 % des ventes des industries agroalimentaires en 2005 (soit des proportions très voisines de celles observées en 1999). Ce faisant, ces grossistes occupent une part prépondérante auprès de certaines clientèles : plus de la moitié des achats de produits agricoles et alimentaires du commerce de détail, plus des deux tiers de l'approvisionnement de la restauration hors domicile.

L'objectif de l'étude est d'explicitier le rôle et de quantifier le poids du commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire française. La représentation traditionnelle de la filière agroalimentaire présente les activités suivantes : l'amont agricole, la production agricole, la production alimentaire, la distribution au détail, la restauration et la consommation. Cette représentation de la filière agroalimentaire semble ignorer les entreprises qui mettent en relation les agriculteurs, les industriels, les distributeurs ou les restaurateurs. Ces entreprises exercent une activité commerciale pour laquelle le client et le fournisseur sont des entreprises (dit *business to business*, « B to B ») et relèvent ainsi du commerce interentreprises. Dans la filière agroalimentaire, ce commerce n'est pas destiné aux consommateurs mais aux entreprises qui concourent à l'alimentation.

Ces entreprises sont peu visibles car elles n'ont pas d'usine, elles ne disposent pas de marque grand public, et la commercialisation des produits est réalisée dans le cadre de circuits qui n'ont pas d'enseignes connues des consommateurs. Enfin, contrairement aux coopératives agricoles, les entreprises du commerce interentreprises ne sont pas en général attachées à un territoire bien délimité.

Pour la première fois on montre que les grossistes, qui ne dépendent pas de la grande distribution, assurent de façon structurelle une part conséquente des flux, part qui décroît le long de la filière : 65 % de l'approvisionnement de l'agriculture en **intrants**, 46 % des ventes de l'agriculture en produits agricoles et 35 % des ventes des industries agroalimentaires (IAA) en 2005 (soit des proportions très voisines de celles observées sur 1999). Ce faisant, ces grossistes occupent une part prépondérante auprès de certaines clientèles : plus de la moitié des achats de produits agricoles et alimentaires du commerce de détail ; plus des deux tiers de l'approvisionnement de la restauration hors domicile.

* Jacques Néfussi, AgroParisTech et Vincent Vicaire, Insee.

La diversité des acteurs et des circuits commerciaux

Le commerce interentreprises regroupe différentes entreprises dans la filière agroalimentaire : le négoce agricole, les coopératives de collecte, les expéditeurs, les marchands de bestiaux, les grossistes et les distributeurs professionnels. Pour cette étude, les centrales d'achats et les courtiers ne sont pas inclus dans la catégorie du commerce interentreprises car ces entreprises sont plus des prestataires de services dans l'intermédiation commerciale que des entreprises de commerce : dans une logique de commerce intégré, les centrales d'achats sont avant tout les filiales des grandes enseignes de distribution et ne sont donc pas des grossistes indépendants. Dans la mesure où les centrales d'achats sont parfois isolées ou parfois intégrées complètement par la grande distribution de détail, on ne peut pas traiter de façon complète et homogène cette fonction. Leur activité n'est donc pas analysée dans cette étude ; les flux correspondants, même s'ils ne sont pas isolés, sont bien entendu pris en compte dans l'approche globale de la filière.

Les entreprises du commerce interentreprises peuvent être indépendantes ou former des groupes de sociétés diversifiés en termes de produits et de services. Il y a aussi des filiales de coopératives ou de producteurs agricoles et des filiales des industries agroalimentaires. Les entreprises du commerce interentreprises occupent une place stratégique dans les circuits de distribution de produits agricoles et alimentaires, mais aussi des biens nécessaires à la production agricole.

De manière générale, elles font le lien entre les entreprises de production (industrielle ou agricole), qui sont souvent assez spécialisées et le commerce de détail qui a vocation à offrir un assortiment large ou profond de produits. Certaines entreprises du commerce interentreprises jouent un rôle spécifique dans la recherche de produits à l'étranger, elles sont spécialisées dans l'importation, tandis que d'autres interviennent sur les marchés extérieurs pour exporter les produits agricoles ou alimentaires français.

En amont de la filière, on trouve des entreprises indépendantes spécialisées dans le commerce interentreprises ou des filiales d'entreprises chimiques, pharmaceutiques, de matériels agricoles, etc. Mais il y a aussi des filiales de coopératives agricoles ou de l'industrie de l'alimentation animale.

En aval de la filière, le rôle des entreprises du commerce interentreprises est de capter les multiples produits agricoles ou alimentaires pour approvisionner les formats diversifiés de distribution ou de restauration.

Les fonctions des entreprises du commerce interentreprises

Ces entreprises achètent et revendent des produits. Elles ont d'abord une fonction financière : elles accordent à leur client un crédit qui facilite son financement ; ensuite ces entreprises effectuent l'intermédiation commerciale : elles sélectionnent les produits, définissent des cahiers des charges et négocient les prix avec les fournisseurs. Enfin, elles intègrent aussi souvent la logistique.

Au fil du temps, cette activité d'intermédiation commerciale s'est beaucoup complexifiée : l'élaboration des cahiers des charges des produits agricoles ou alimentaires constitue une activité très diversifiée car les évolutions techniques bouleversent en permanence les modes de production et les produits. Ainsi, la prescription en matière de produits agricoles ou alimentaires a pris une importance décisive dans l'élaboration des assortiments. De même, des progrès très importants ont été réalisés en logistique : les activités d'entreposage des produits frais ou surgelés permettent une meilleure conservation des produits ; l'optimisation des coûts de stockage et de transport dans le cadre de la « *supply chain* » font ainsi partie des services rendus par le commerce interentreprises. Mais au-delà de ces exemples, ces

entreprises innovent en permanence pour proposer des « solutions » c'est-à-dire des produits assortis de prestations de services qui répondent aux besoins de leurs clients, en matière de traçabilité, de mise en rayon, de dépannage, de recyclage des emballages, d'animation de rayon, d'innovation produits, etc.

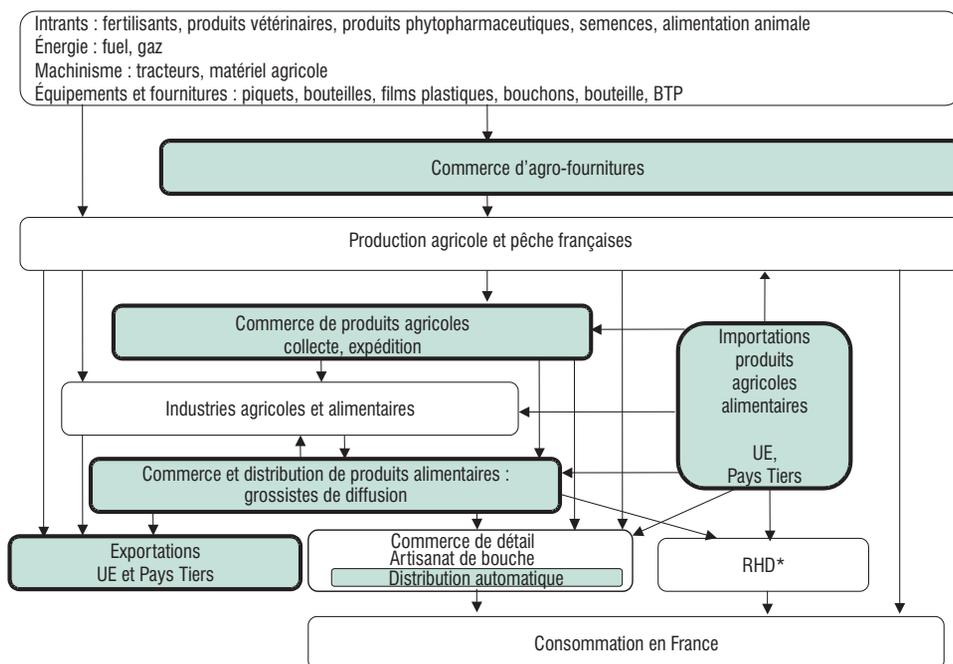
L'intermédiation commerciale intervient aux étapes clés de la chaîne de distribution, qui alterne des phases de production et des phases de commercialisation.

Une filière alternant des phases de production et des phases de commercialisation

Dans la filière agroalimentaire, l'amont agricole est constitué d'intrants (semences, fertilisants, produits vétérinaires, alimentation animale,...), de l'énergie, de divers consommables (piquets, films plastiques,...) et de matériels (tracteurs, machines agricoles, équipements divers,...). Le commerce interentreprises intervient à cette étape pour approvisionner les producteurs agricoles ; il se fournit auprès des producteurs industriels ou agricoles. On parle alors de négoce d'approvisionnement.

Comme client, au stade de la production agricole, le commerce interentreprises achète auprès des producteurs agricoles français ou importe des produits destinés aux entreprises des IAA. On parle alors de négoce de collecte lorsqu'il s'agit de céréales ou de négoce d'expédition pour les fruits et légumes revendus en l'état.

1. Une représentation du rôle du commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire française



* RHD : restauration hors domicile.

Après l'étape de transformation par les IAA, le commerce interentreprises intervient, comme client, dans la dernière étape du circuit de distribution pour acheter les produits des IAA, en France ou à l'étranger, et les revendre au commerce de détail, à la restauration hors domicile, au **commerce artisanal**. On parle alors de négoce de diffusion.

Cette activité de diffusion est souvent réalisée sur les marchés d'intérêt national (MIN), où les grossistes commercent entre eux pour constituer des gammes et élaborer des solutions pour leurs clients.

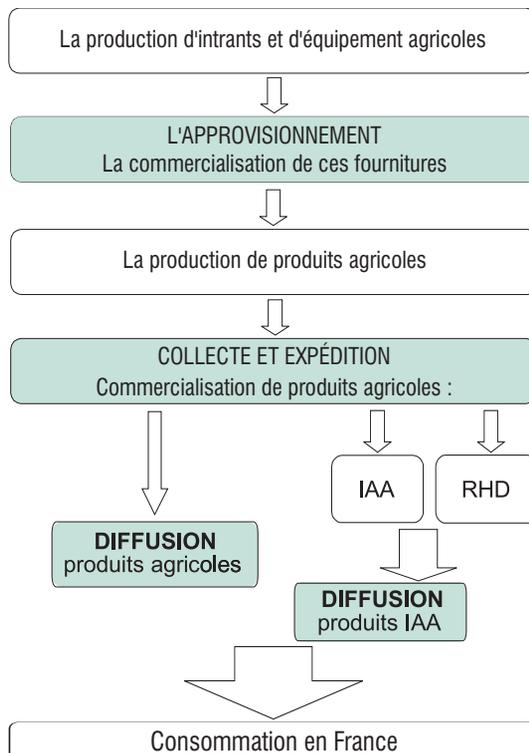
La filière agroalimentaire repose ainsi sur une succession d'échanges entre producteurs et commerçants. Ces flux sont représentés dans la *figure 1*. Certaines entreprises du commerce interentreprises n'interviennent qu'à une étape de la filière ; d'autres, au contraire, sont présentes à plusieurs étapes.

Que représente le commerce interentreprises dans les ventes de ses fournisseurs ?

L'étude vise à éclairer quelle est la place du commerce interentreprises (grossistes traditionnels et filiales de commercialisation juridiquement indépendantes) ; elle intègre les coopératives de commercialisation mais ne les isole pas. En revanche, elle exclut les centrales d'achats de la grande distribution et les intermédiaires dont le rôle est sensiblement différent (définition de cahier des charges, référencement...).

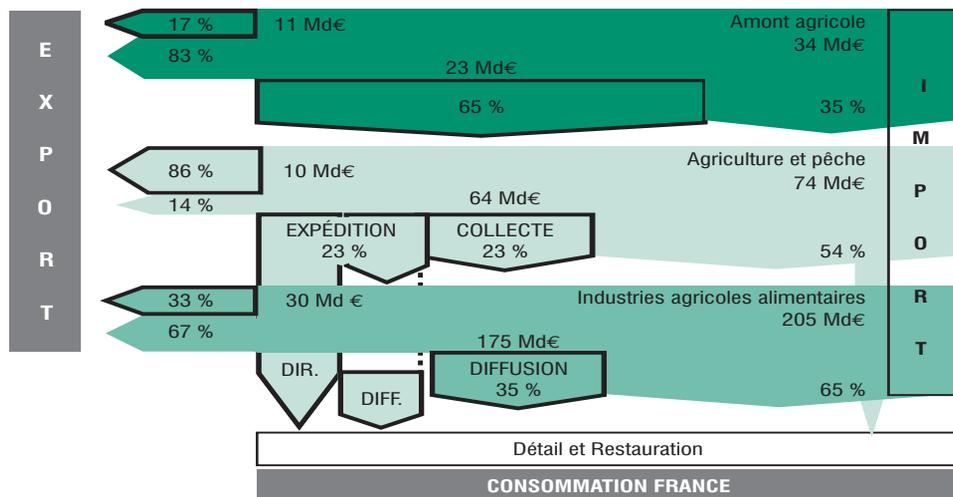
Le schéma d'analyse a été simplifié pour tenir compte des données disponibles, tout en permettant d'évaluer les flux à chacune des trois grandes étapes, approvisionnement, collecte/expédition, diffusion (*figure 2*).

2. Une représentation simplifiée du rôle du commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire française



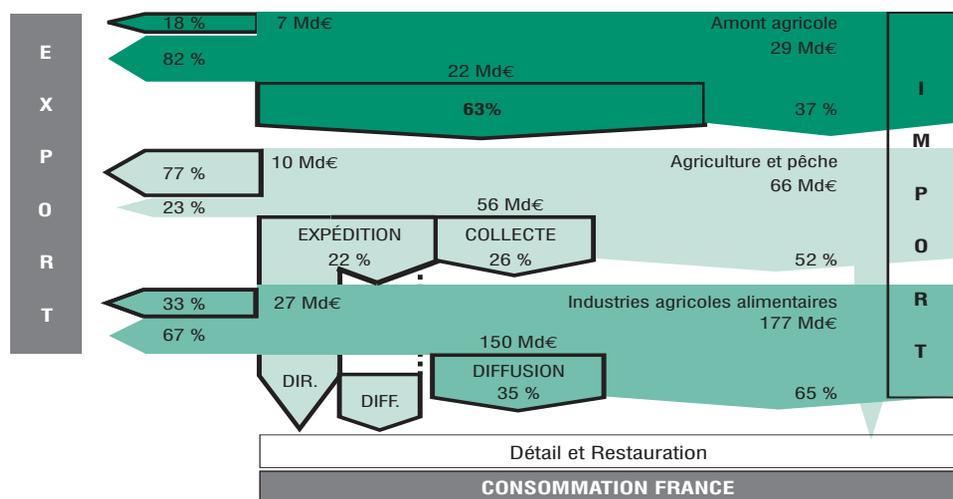
L'amont agricole (hors carburants) représente un marché¹ de 34 milliards d'euros en 2005, dont 11 milliards à l'exportation. Le commerce interentreprises réalise 17 % de ces ventes à l'exportation. Sur le marché intérieur, l'agriculture constitue le principal débouché, mais le commerce de détail (jardinerie, bricolage, etc.) occupe une place croissante. Le commerce interentreprises est un intermédiaire très important entre les secteurs d'amont et les producteurs agricoles. En 1999, il représentait 63 % de l'offre d'intrants et d'équipements, y compris le machinisme agricole. En 2005, le poids du commerce interentreprises a légèrement augmenté, il représente 65 % du marché destiné aux agriculteurs (figure 3).

3. La part du commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire française en 2005



Note : le poids du commerce interentreprises apparaît dans les flèches encadrées.

4. La part du commerce interentreprises dans la filière agroalimentaire française en 1999



1. Ce marché correspond à la production française et aux importations, son estimation intègre les marges de transport et de commercialisation.

Le marché des produits de l'agriculture et de la pêche, y compris les importations, est de 74 milliards d'euros en 2005, dont 10 milliards sont exportés. Le commerce interentreprises réalise 86 % de ces exportations. Ce rôle dominant à l'exportation s'est sensiblement accru (+ 9 points) entre 1999 et 2005 (figure 4).

Les produits agricoles, ensuite transformés ou vendus en l'état sur le marché français, soit 64 milliards d'euros, sont commercialisés à hauteur de 46 % par le commerce interentreprises : 23 % en négoce de collecte et aussi 23 % en négoce d'expédition. Le négoce d'expédition (fruits et légumes, cf. *supra*) en direction du secteur détail et restauration est réparti entre ventes directes et diffusion avec au moins un stade intermédiaire de revente en l'état. Si l'activité de collecte a un peu baissé (- 3 points) entre 1999 et 2005, l'expédition a conforté sa position (+ 1 point). Cette évolution correspond au renforcement des exigences de la distribution en matière de produits agricoles frais, notamment des fruits et légumes.

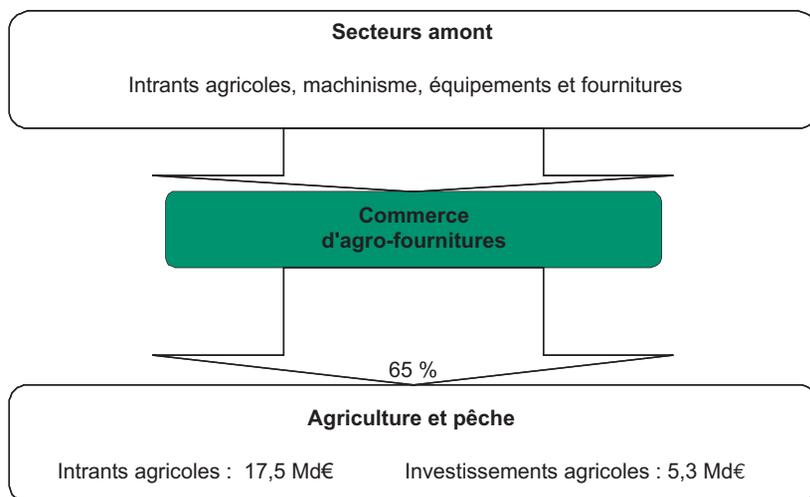
Le marché des produits alimentaires transformés, y compris les produits viticoles, s'élève à 205 milliards d'euros en 2005, dont 30 milliards d'euros à l'exportation. Les grossistes réalisent 33 % de ces exportations. Cette part est restée constante entre 1999 et 2005. Sur le marché intérieur, il en est de même : le commerce interentreprises commercialise 35 % des produits, sans changement par rapport à 1999.

Que représente le commerce interentreprises dans les achats de ses clients ?

Le rapprochement des données d'entreprises et des comptes nationaux permet également d'évaluer le poids du commerce interentreprises dans les achats de ses clients aux différentes étapes de la filière.

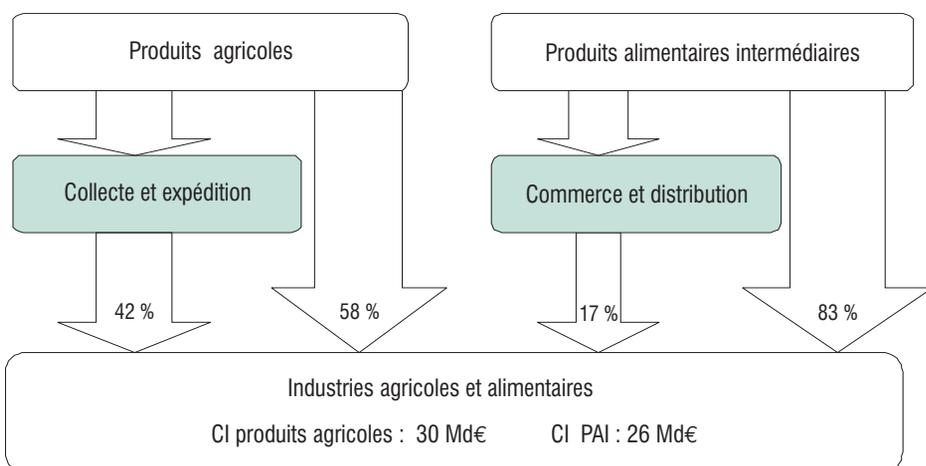
Au stade amont de la filière, le commerce interentreprises est un acteur majeur dans l'approvisionnement du monde agricole ; en 2005, il atteint 65 % des achats d'intrants et des investissements agricoles, qui s'élèvent respectivement à 17,5 milliards d'euros et 5,3 milliards d'euros (figure 5). Par rapport à 1999, le commerce interentreprises conforte sa position (+ 2 points).

5. Le poids du commerce interentreprises dans l'approvisionnement de l'agriculture en 2005



Au stade suivant comme fournisseur, le commerce interentreprises a un double rôle dans l’approvisionnement des industries agroalimentaires : il porte sur les matières premières agricoles qui sont transformées par l’industrie et sur les produits alimentaires intermédiaires élaborés par l’industrie agroalimentaire. Ces deux types de produits constituent l’essentiel des consommations intermédiaires des industries agroalimentaires. Les consommations intermédiaires de produits agricoles par les IAA sont de 30 milliards d’euros, le commerce interentreprises représente 42 % de ces approvisionnements en 2005 (figure 6). Le reste est réalisé par des relations directes entre les producteurs agricoles et les industriels, notamment dans le cadre des filières intégrées (volailles, produits laitiers,...). Depuis 1999, les relations directes entre les producteurs et les industriels se sont renforcées, le commerce interentreprises a perdu 4 points.

6. Le poids du commerce interentreprises dans l’approvisionnement des IAA en 2005



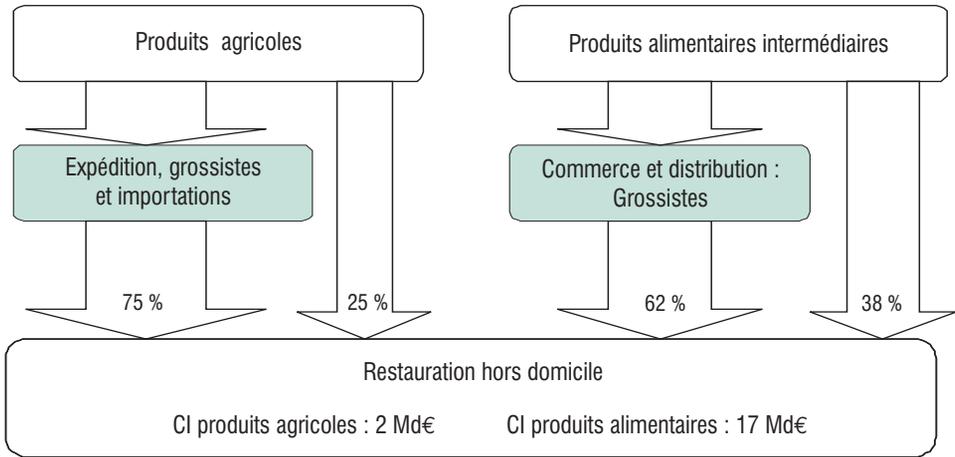
Les industries agroalimentaires consomment par ailleurs 26 milliards d’euros de produits alimentaires intermédiaires dont 17 % sont commercialisés par le commerce interentreprises. Ce poids est identique en 1999 et 2005.

En aval, le commerce interentreprises intervient essentiellement dans trois domaines : la restauration hors domicile (restauration commerciale et collective), l’artisanat commercial (ou de bouche) et le commerce de détail.

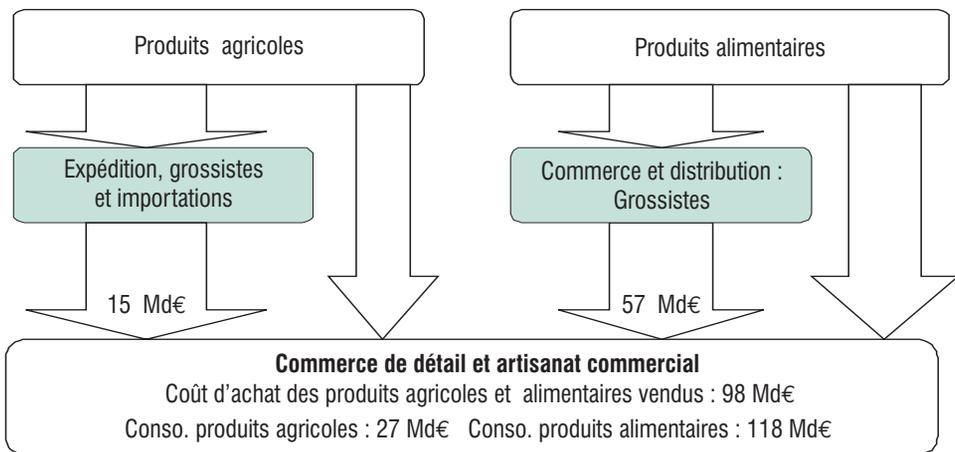
L’approvisionnement de la restauration hors domicile est assuré en grande partie par le commerce interentreprises. En 2005, le chiffre d’affaires des grossistes de diffusion représente 75 % de la consommation de produits agricoles frais. Ce poids s’est sensiblement accru (+ 13 points) depuis 1999. Cette évolution correspond à la complexification de l’offre de produits frais. Par contre, on note un affaiblissement comparable du commerce de gros de produits alimentaires transformés (– 14 points). En 2005, ce circuit représente 62 % des consommations de produits alimentaires transformés (figure 7).

L’évaluation du poids des grossistes dans les achats du commerce de détail est plus délicate : il est difficile de séparer les achats de produits agricoles et les achats de produits alimentaires pour l’ensemble du commerce de détail et du commerce artisanal. Cependant, on peut estimer le coût d’achat des marchandises agricoles et alimentaires revendues en l’état par les détaillants : 98 milliards d’euros en 2005. Par rapport à ce montant les ventes du commerce interentreprises sont de 57 milliards d’euros, soit 58 % (figure 8). Entre 1999 et 2005, ce poids global reste stable. ■

7. Le poids du commerce interentreprises dans l'approvisionnement de la restauration hors domicile en 2005



8. Le poids des grossistes dans l'approvisionnement du commerce de détail en 2005



Définitions

Intrants : semences, fertilisants, produits vétérinaires, alimentation animale, ...

Supply chain : chaîne d'approvisionnement.

Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries et charcuteries.

Méthodologie

Évaluer l'activité des grossistes le long de la filière agroalimentaire suppose une représentation a priori de la filière agroalimentaire. En effet, il n'existe pas de statistique complète sur les flux de chaque produit de cette filière de l'amont vers l'aval repérant à chaque transaction : la valeur de celle-ci, la qualité commerciale ou industrielle des opérateurs contractants et la destination du produit (consommation intermédiaire vs finale, marché domestique vs reste du monde). Seul un tel dispositif d'observation permettrait de dessiner complètement l'architecture d'une filière, la quantifier, et d'y évaluer le poids de chaque opérateur. Les flux seraient ainsi chaînés précisément, la longueur des canaux de distribution et celle des processus de production seraient connues plutôt que postulées.

Dans les domaines agricoles et agroalimentaires, il existe au mieux et pour quelques produits (par exemple : poisson, pomme de terre, fruits et légumes) des statistiques (enquête auprès de professionnels) sur des phases soit de commercialisation (circuit de distribution) soit de transformation (filière), parfois consolidés par des ratios à « dire d'expert ». Mais il n'y a pas d'observation statistique générale de flux portant sur des produits et des opérateurs variés d'un bout à l'autre de la filière. Faute de statistiques détaillées sur les flux générés par les opérateurs, une alternative est d'exploiter des statistiques sur les opérateurs, mais de façon approfondie pour en extrapoler raisonnablement leurs flux. Ces flux estimés pourront alors alimenter l'architecture d'une filière définie a priori. La plupart des évaluations de ce type se limite en général à beaucoup de produits et des structures de filières plus simplifiées.

L'**Enquête annuelle d'Entreprises** (EAE) sur le commerce de gros présente de telles caractéristiques : une large couverture des différents grossistes identifiés par leur code d'activité principale (APE), et l'information variée qu'elle contient grâce à des interrogations sur

les produits fins (cf. *infra*), la structure de la clientèle et la structure des fournisseurs. L'EAE « Commerce de gros » n'est pas la seule source mobilisée puisqu'elle ne décrit que l'activité des grossistes. Si l'on souhaite évaluer leur activité sur la commercialisation d'un produit alors il faut pouvoir mettre celle-ci en rapport avec l'ensemble du marché de ce produit (production domestique totale et importations), et donc recourir aux données de la comptabilité nationale, ou de l'EAE « commerce de détail » pour la partie de ces marchés couverts par les détaillants. Le rapprochement de ces sources a permis d'estimer les flux¹ selon la modélisation de l'architecture présentée à la fin de l'encadré, qui a servi de support aux différentes évaluations de cette étude.

Traduire les informations comptables d'entreprises en flux, c'est-à-dire en une donnée caractérisant une origine, une destination, un produit et un montant associé, nécessite des hypothèses plus ou moins fortes et l'usage de modes d'évaluation spécifiques ou adaptés.

L'EAE rassemble des informations individuelles sur les entreprises classées par secteur grâce à leur code APE : compte de résultat, chiffre d'affaires hors taxes (CAHT) par produit fin², structure de la clientèle, structure des fournisseurs etc. Exploiter l'EAE dans une optique filière conduit à générer un ou des flux de produit agricole ou agroalimentaire à partir de ces informations individuelles, chacun de ces flux étant ensuite associé à un flux homogène dans la filière type par exemple : le flux des ventes de fruits et légumes des grossistes de collecte à destination des IAA. La nature de ce flux est une vente de marchandises, il intègre toutes les opérations équivalentes réalisées par des entreprises de gros quel que soit leur secteur d'activité, pourvu qu'elles aient déclaré revendre en l'état des fruits et légumes et qu'on puisse raisonnablement penser qu'elles aient pour clients des producteurs du secteur des IAA (cf. *infra*). L'activité de chaque entreprise de gros va être éclatée en plusieurs flux distincts selon les types de clients, de fournisseurs et de produits qu'elle a déclaré.

1. Ces échanges existent économiquement mais ne sont pas observés par enquête, l'EAE caractérisant des secteurs et non des relations.

2. Dans l'EAE, il est demandé aux entreprises de ventiler leur CAHT en produits fins, par opposition à un produit dit générique. Le produit générique correspond univoquement au code d'activité de l'entreprise par exemple le produit « fruits et légumes (dont pommes de terre) » pour les grossistes en fruits et légumes (APE 513A en NAF rév 1), les produits fins vont eux correspondre à d'une part « fruits et légumes hors pommes de terre », « pommes de terre » et éventuellement d'autres produits fins à titre secondaire etc. Le produit fin apporte une précision sur les produits commercialisés décrits par l'APE.

Chacun de ces différents flux ira alimenter des agrégats différents correspondant à chacun des flux de la filière du schéma précédent.

Les hypothèses sur la ventilation du CAHT par « produit fin »

Les produits « fins » de l'EAE permettent d'affecter sans trop d'ambiguïté l'activité d'entreprise sur la maquette de la filière, par exemple la vente d'« engrais » peut être affectée en approvisionnement de la branche agricole (après avoir ôté les fuites de la filière, exportation et vente au commerce de détail). En revanche, certains produits présentent une ambiguïté, pouvant être simultanément affectés en intrant des IAA et à destination de la consommation finale ; par exemple la pomme de terre peut être vendue en l'état auprès des détaillants voire d'autres grossistes, ou à destination des IAA pour y être floconnée (entre autres transformations possibles). Parmi la soixantaine de produits agricoles et agro-alimentaires repérée dans l'EAE, la grande majorité est affecté univoquement à un type de flux, mais quelques autres produits importants (fruits et légumes, pommes de terre, œufs, poissons) font l'objet d'un éclatement sur plusieurs flux grâce notamment aux données sur la clientèle.

Des interrogations sur les structures séparées

L'EAE permet de connaître la ventilation du CAHT en produits fins, ou la part de CAHT réalisée à l'exportation ou la ventilation du CAHT par type de clientèle. Mais elle ne permet pas de connaître le montant d'un produit donné vendu à l'exportation auprès d'industriels étrangers. Ces différentes structures du CAHT ne font pas l'objet d'interrogations croisées. Il en découle inéluctablement que pour estimer l'élément (non enquêté) à l'intersection de plusieurs structures il faudra faire le produit des éléments correspondants dans chacune de ces structures, et donc faire implicitement l'hypothèse d'une indépendance de ces structures entre elles. Le recours à cette hypothèse forte a pu être limité en partie grâce au traitement raisonnable du partage marché domestique versus reste du monde. Mais il demeure s'agissant du croisement structure de la clientèle et structure des produits.

La différenciation du partage reste du monde/marché domestique par produit

Pour chaque flux, a été isolée la partie d'un produit faisant l'objet d'une exportation et ne devant donc plus être considérée en aval. Au niveau de chaque entreprise, un seul taux d'export est connu, celui « tous produits confondus ». Pour éviter d'appliquer uniformément ce taux à chaque produit déclaré, il est apparu plus raisonnable, d'appliquer à chaque produit fin (K.1) d'une entreprise du secteur (L) et de taille (j), le taux d'export observé pour les entreprises de taille (j) du secteur (K). Ce procédé permet de différencier les taux d'export par produit, en respectant les différences de propension à exporter observées au niveau sectoriel. Ensuite, les montants exportés calculés de la sorte sont recalés pour que leur total coïncide avec le montant (tous produits confondus) déclaré par la firme interrogée.

L'adaptation de la structure de la clientèle

La variable clientèle de l'EAE ne permet pas de discerner facilement le positionnement d'un flux sur la maquette ; elle distingue en effet les catégories³ de clients suivantes :

- grossistes (1) ;
- détaillants (4) ;
- producteurs (1: industriels, agriculteurs, artisans) ;
- autres clients (1: prestataires de services) ;
- collectivités (1: comité d'entreprises, administrations) ;
- ventes aux particuliers (1).

Il est donc difficile de distinguer, parmi les producteurs, ceux qui relèvent des IAA ou de la restauration hors domicile (RHD), ou encore si dans l'item « Collectivités » ou « Autres clients » peuvent être inclus des cantines par exemple. La solution retenue consiste à ne considérer que trois catégories en réagrégeant les précédentes: Grossiste, Détaillant et Producteurs. La distinction entre les catégories Producteurs, entre IAA et RHD est obtenue grâce à l'utilisation de coefficients issus de la comptabilité nationale et consolidés par des coefficients issus d'études sur les circuits de distribution de certains produits.

La longueur des canaux de distribution

L'hypothèse a été faite que chaque canal de distribution ou flux (avant l'étape du « commerce de détail ») était direct, à l'exception de la

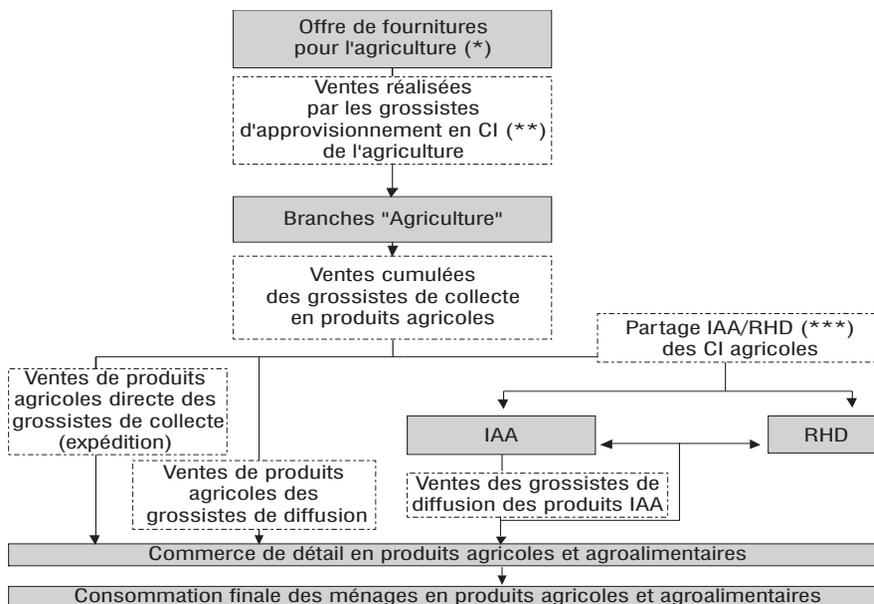
3. Entre parenthèses figure le nombre de sous-catégories distinguées, par exemple on distingue 4 sous-catégories de détaillants.

diffusion. En effet dans ce dernier cas, après un examen détaillé des données, il est apparu nécessaire de discerner un canal de distribution plus indirect compte tenu du poids important de certains grossistes dans les fournisseurs des acteurs intervenant à ce stade. Les ventes des grossistes de collecte ont donc été éclatées en trois composantes, une première partie vendue directement (expédition), une deuxième partie vendue à d'autres grossistes (diffusion agricole), que ces derniers revendent aux détaillants augmentée d'une marge (la troisième partie).

Revente, activité et profondeur de la filière

Ces reventes entre grossistes constituent une mesure correcte de leur activité, et ne constituent donc pas un double compte de leur activité. Mais, l'inclusion de ces reventes dans les ventes ne permet plus de comparer ces dernières à un agrégat de consommation finale, les biens alimentaires n'étant eux consommés qu'une seule fois... C'est la raison pour laquelle ventes et reventes sont dissociées en deux flux distincts dans la maquette au niveau de la diffusion agricole, de façon à conserver une cohérence avec les données de la comptabilité nationale et mesurer l'activité des grossistes.

Maquette retenue pour l'évaluation de la filière



Légende

Production et consommation : agrégats branche de la comptabilité

Commercialisation : agrégat à partir de l'EAE "commerce de gros"

(*) Fournitures hors carburant. L'agriculture comprend ici la pêche.

(**) CI : consommation intermédiaire.

(***) IAA : industries agroalimentaires, RHD : restauration hors domicile.