

CONFERENCE DE PRESSE ECONOMIQUE ANNUELLE

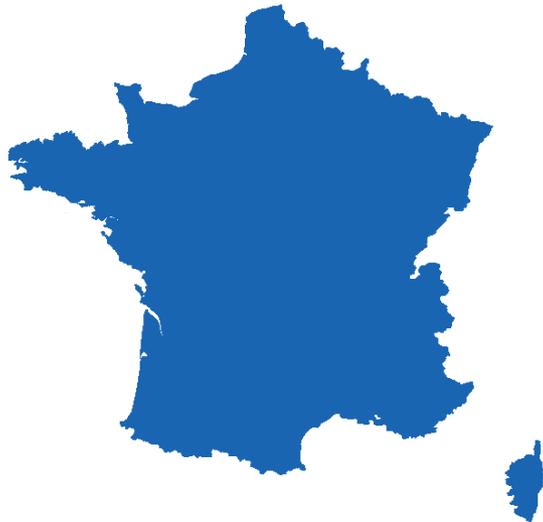
L'Industrie Alimentaire en France

*Performances 2015 et Perspectives du
1^{er} secteur industriel français*

- 1. L'industrie alimentaire française, un acteur incontournable en France, en Europe et dans le monde**
- 2. Bilan 2015 : des facteurs externes porteurs confrontés à un contexte français de guerre des prix**
- 3. L'export et l'innovation, deux moteurs de croissance complémentaires à activer**

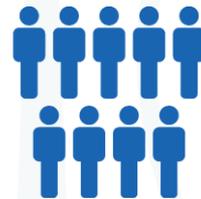
1.

***L'industrie alimentaire française
un acteur incontournable en France, en
Europe, et dans le monde***



16 218 entreprises

98% TPE-PME (76% et 22%)



440 926 emplois fin 2015

+4 332 emplois créés en 2015



170 Md€ de chiffre d'affaires
Stable vs 2014

Au cœur de la chaîne de valeur de l'alimentation des français



70% de la production agricole transformée par l'industrie alimentaire

+ 80% des produits GMS sont des **produits agroalimentaires**

LES INDUSTRIES ALIMENTAIRES PERMETTENT DE SOUTENIR DE NOMBREUX EMPLOIS
DE L'AMONT À L'AVAL DE LA FILIÈRE:

2,4 MILLIONS D'EMPLOIS* EN FRANCE

EVOLUTIONS DANS L'INDUSTRIE

2015

VS

2014

Production
(hors boissons)

IAA : +1,0%

Tous secteurs : +0,7%

IAA : -0,1%

Tous secteurs : -1,1%

Consommation

Alimentation : +1,1%

Tous secteurs : +1,9%

Alimentation : +0,2%

Tous secteurs : -0,2%

Inflation
(hors-frais)

Alimentation : -0,2%

Tous secteurs : 0%

Alimentation : -0,1%

Tous secteurs : +0,5%

Défaillances
(hors artisanat)

IAA : 251 (- 8%)

Industrie PME-TPE : +1,5 %

IAA : 273

Industrie PME-TPE : -0,4%

Des emplois sur tout le territoire

1. Bretagne : 63 813
2. Pays de la Loire : 52 075
3. Auvergne-Rhône-Alpes : 39 755
4. Nord-Pas-de-Calais-Picardie : 38 248
5. Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes : 38 206

Des entreprises très présentes en région (nb)

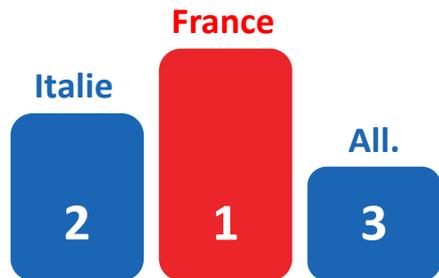
1. L'Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes : 1 918
2. Auvergne-Rhône-Alpes : 1 891
3. Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées : 1 873
4. Alsace-Champagne-Ardenne-Lorraine : 1 586
5. Provence-Alpes-Côte d'Azur : 1 344



NOMBRE D'ENTREPRISES

(en % du nombre total d'entreprises européennes, champ y compris artisanat commercial)

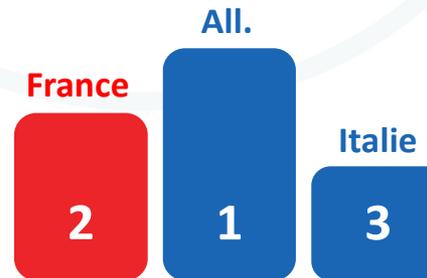
1. **France 21%**
2. **Italie 20%**
3. **Allemagne 13%**
4. **Espagne 9,4%**
5. **Portugal 5,3%**

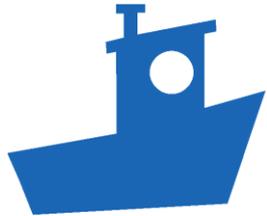


CHIFFRE D'AFFAIRES

(Champ y compris artisanat commercial)

1. **Allemagne : 193 Md€**
2. **France : 183 Md€**
 - 170 Md€ hors artisanat commercial
 - 17 % du chiffre d'affaires européen
3. **Italie : 128 Md€**
4. **Royaume-Uni : 114 Md€**
5. **Espagne : 103 Md€**





21%

de CA à l'export dans :

34 % de TPE-PME

66 % ETI-GE



8,1 Md€

d'excédent commercial en 2015



4^{ème}

exportateur mondial

Derrière les Etats-Unis (1), l'Allemagne (2) et les Pays-Bas (3)

2.

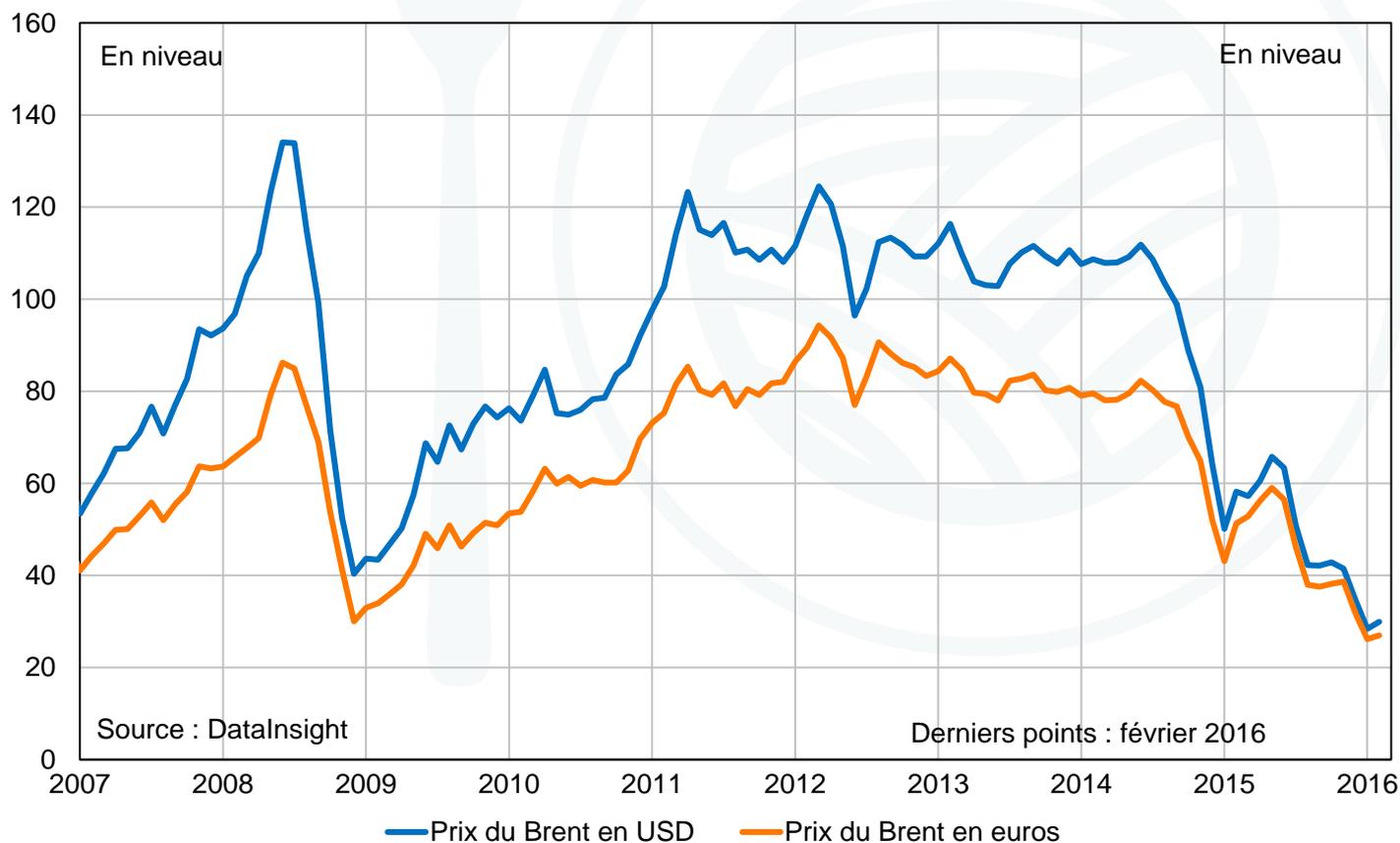
Bilan 2015

***des facteurs externes porteurs confrontés à
un contexte français de guerre des prix***

par Stéphane DAHMANI, directeur économie ANIA

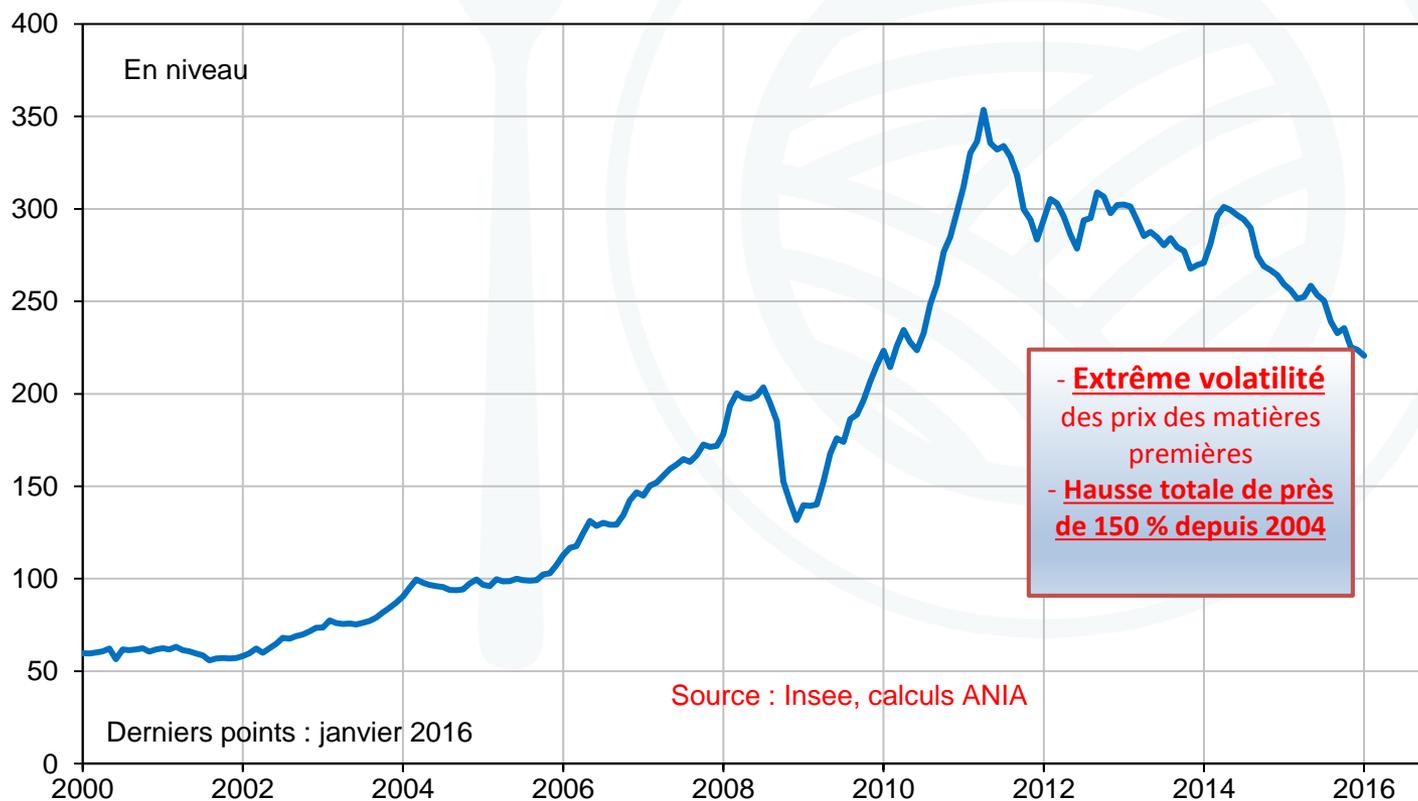
Baisse du prix du pétrole : un impact a priori favorable sur le pouvoir d'achat des ménages et les marges des entreprises

Prix du baril du Brent

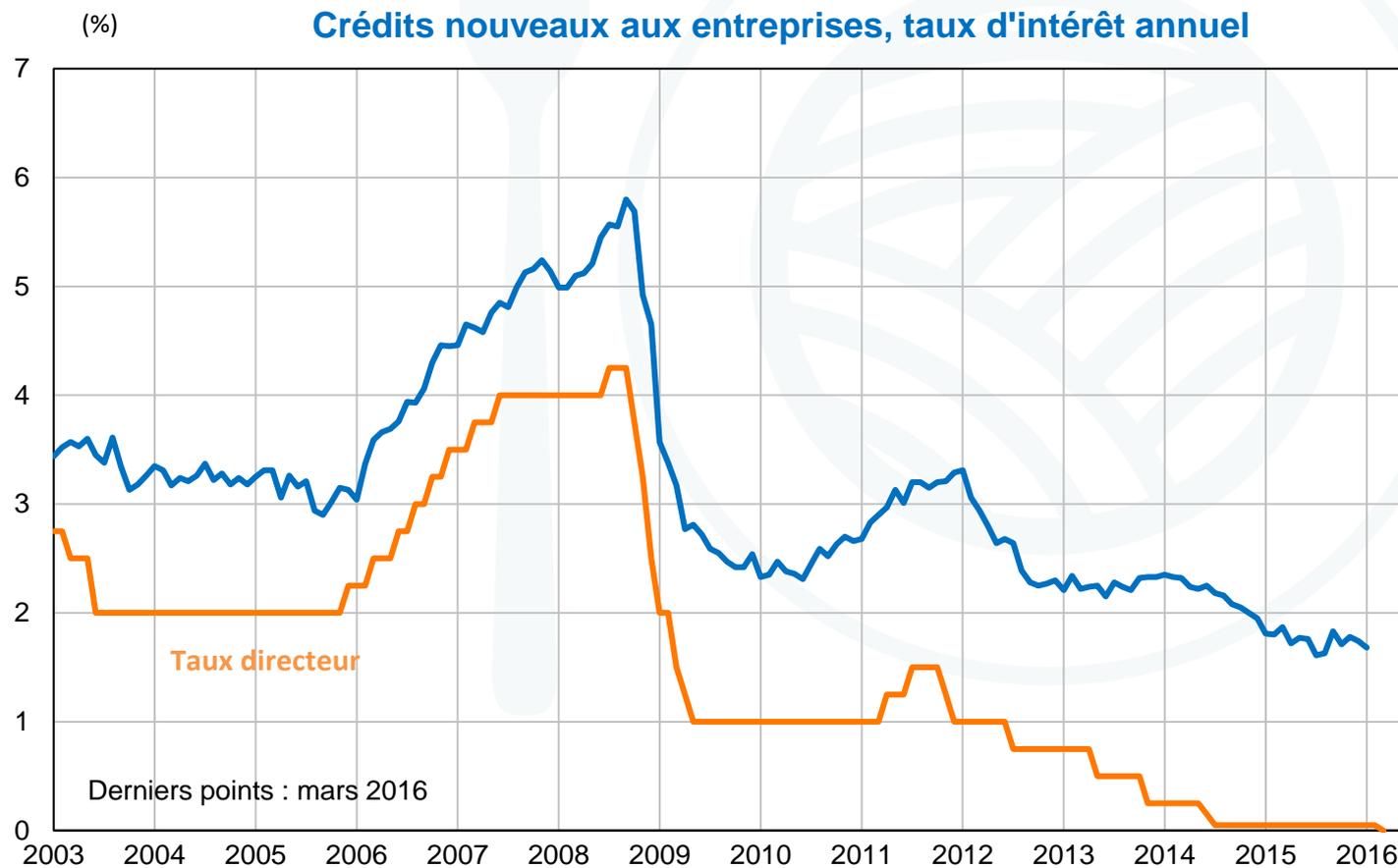


Une baisse moins prononcée du cours des matières premières alimentaires,
qui restent extrêmement volatiles

Cours des matières premières alimentaires

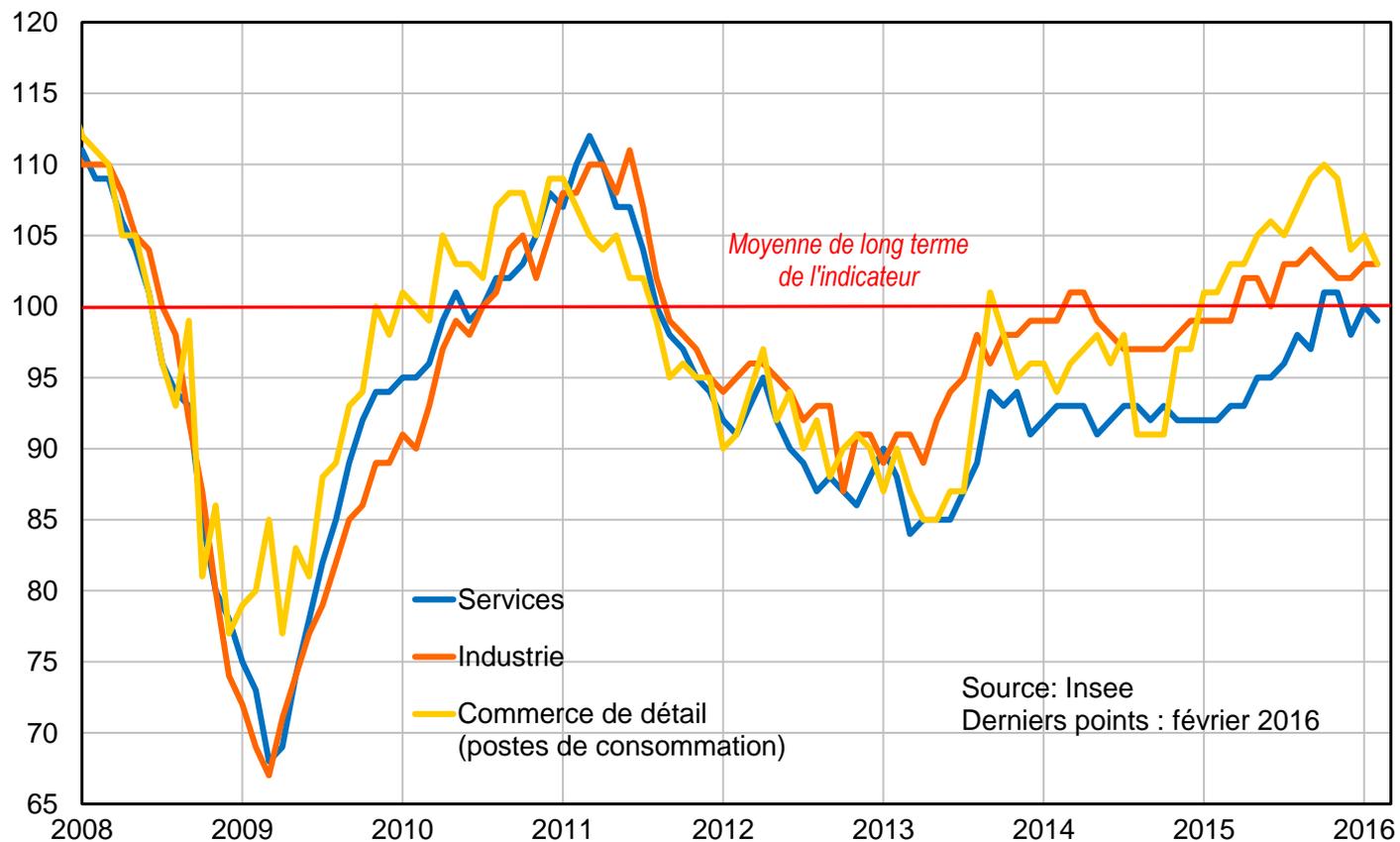


Des taux d'intérêt en constante diminution et à des niveaux historiquement bas pour les entreprises



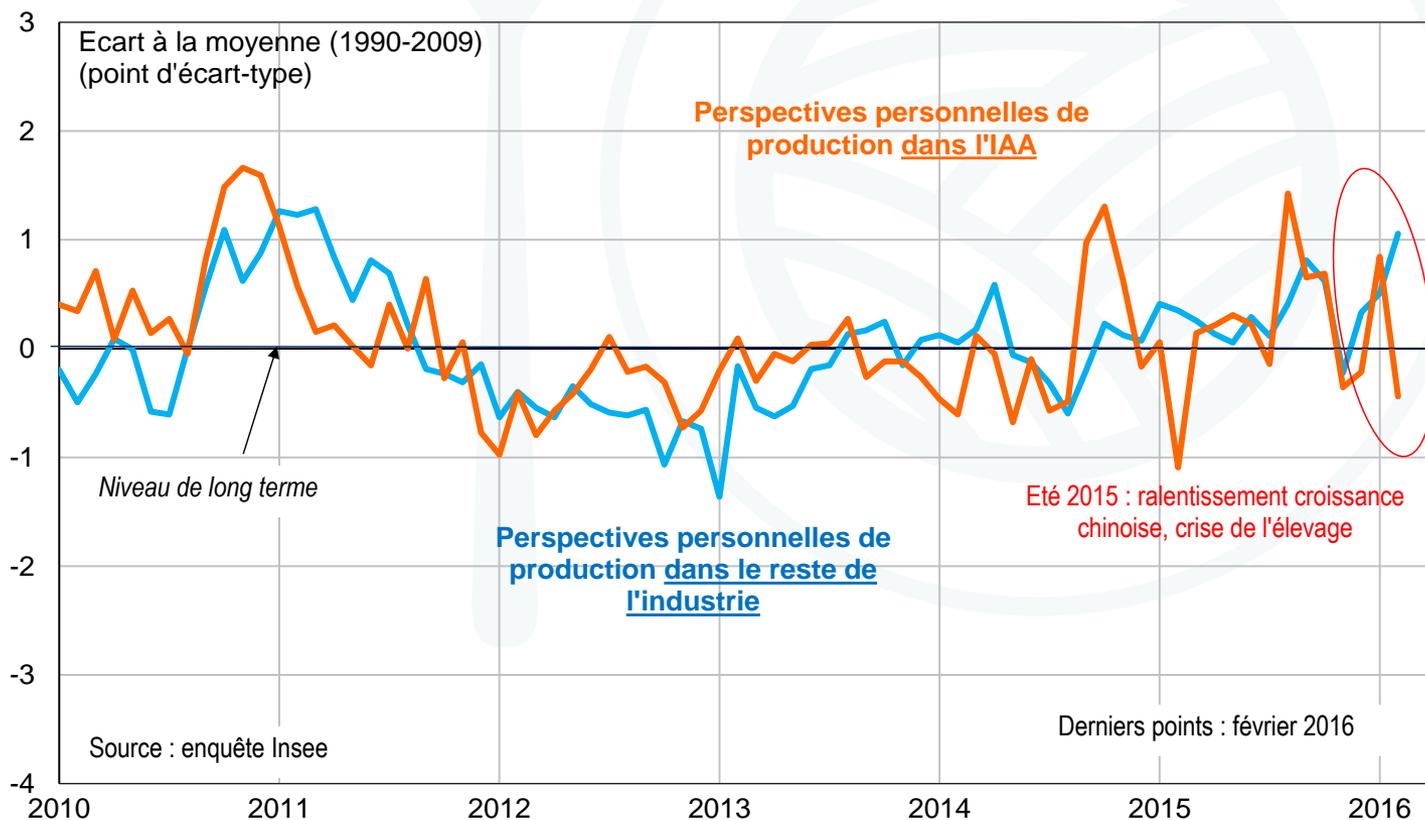
Une amélioration notable de la conjoncture dans l'industrie et les services en 2015, mais une activité qui manque globalement de tonus

Climat des affaires par secteurs - Insee



Dans l'IAA, des perspectives de production en net ralentissement depuis l'été dans un contexte géopolitique agité (Embargo Russe, directive Chinoise)

France - Perspectives de production : IAA vs autres secteurs industriels



FAITS SAILLANTS

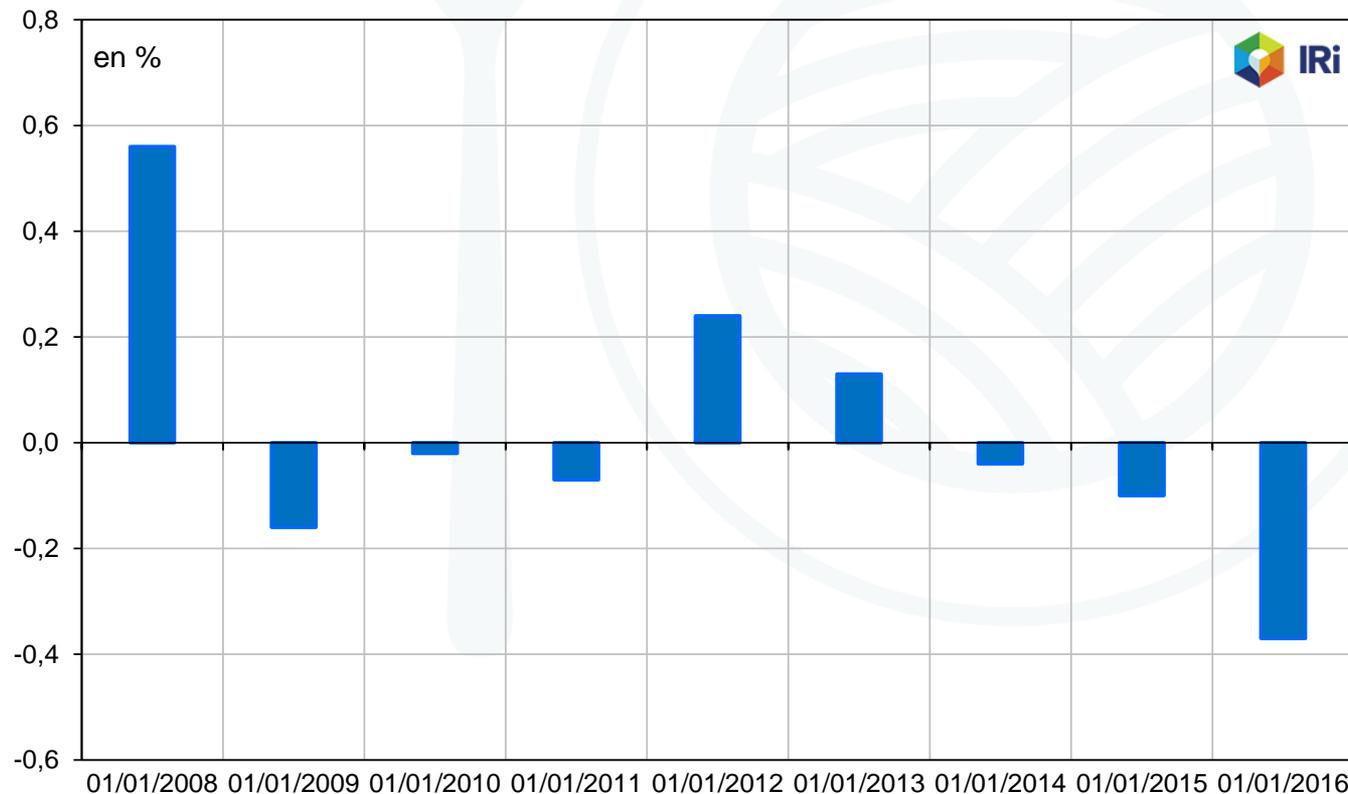
- Baisse spectaculaire du prix du pétrole en 2015 (-50 %) à un niveau inobservé depuis 2009
- Baisse plus modérée des cours des matières premières alimentaires (-15 %) qui restent à un niveau très élevé (+150 % par rapport à 2004) et extrêmement volatile
- Des conditions financières très accommodantes et propices à l'investissement : des taux d'intérêt à des plus bas historiques

→ **Un alignement des planètes favorable à une accélération de l'activité et de l'investissement dans l'IAA**

#1 GUERRE DES PRIX DESTRUCTRICE DE VALEUR

Le mois de janvier 2016 constitue le 31ème mois consécutif de déflation pour l'ensemble des produits de grande consommation. Un niveau de déflation inobservé depuis plus de 8 ans.

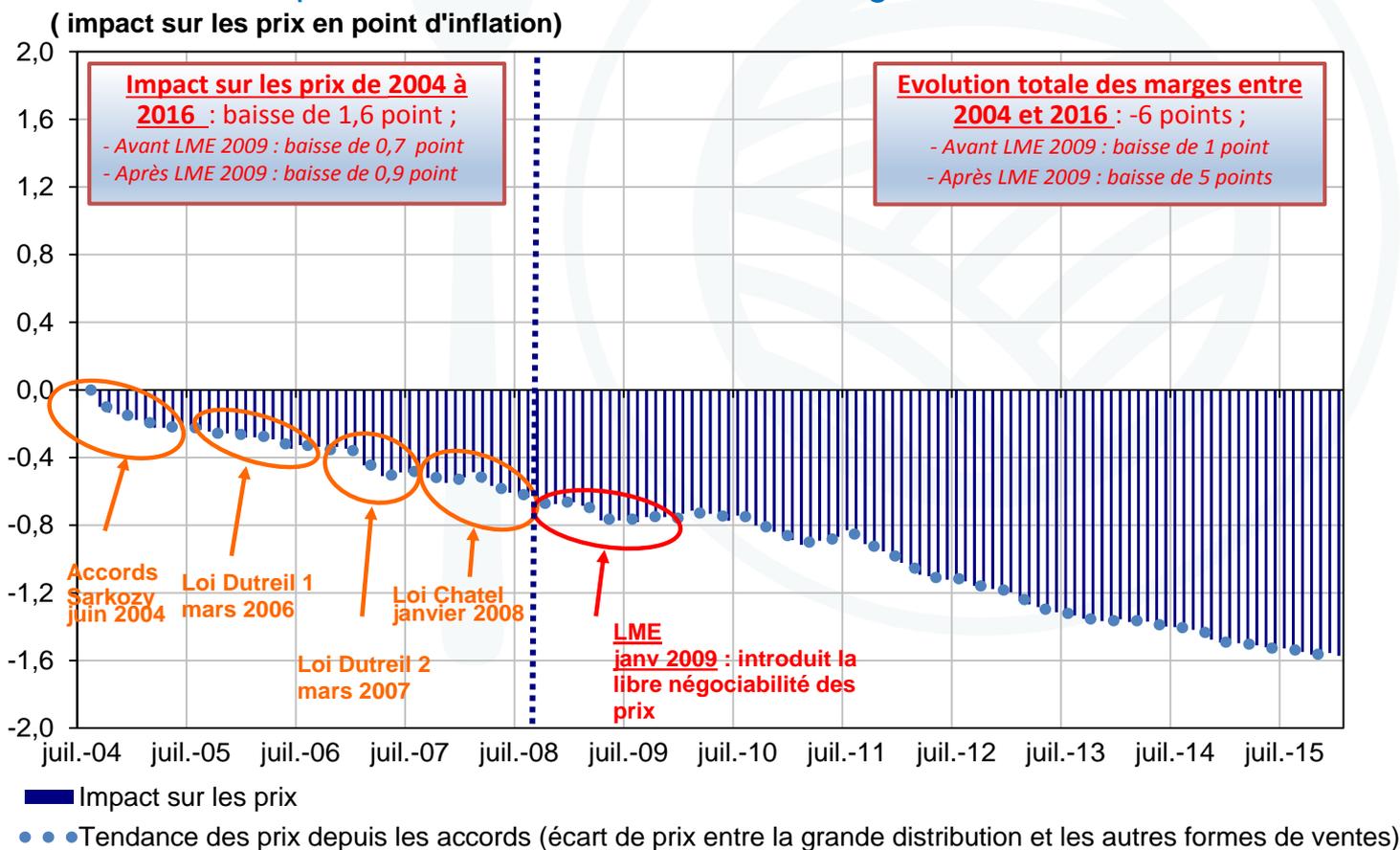
Inflation mensuelle en janvier en PGC



#1 GUERRE DES PRIX DESTRUCTRICE DE VALEUR

La course systématique aux prix les plus bas a été introduite par l'évolution du cadre réglementaire et renforcée par les acteurs de la grande distribution.

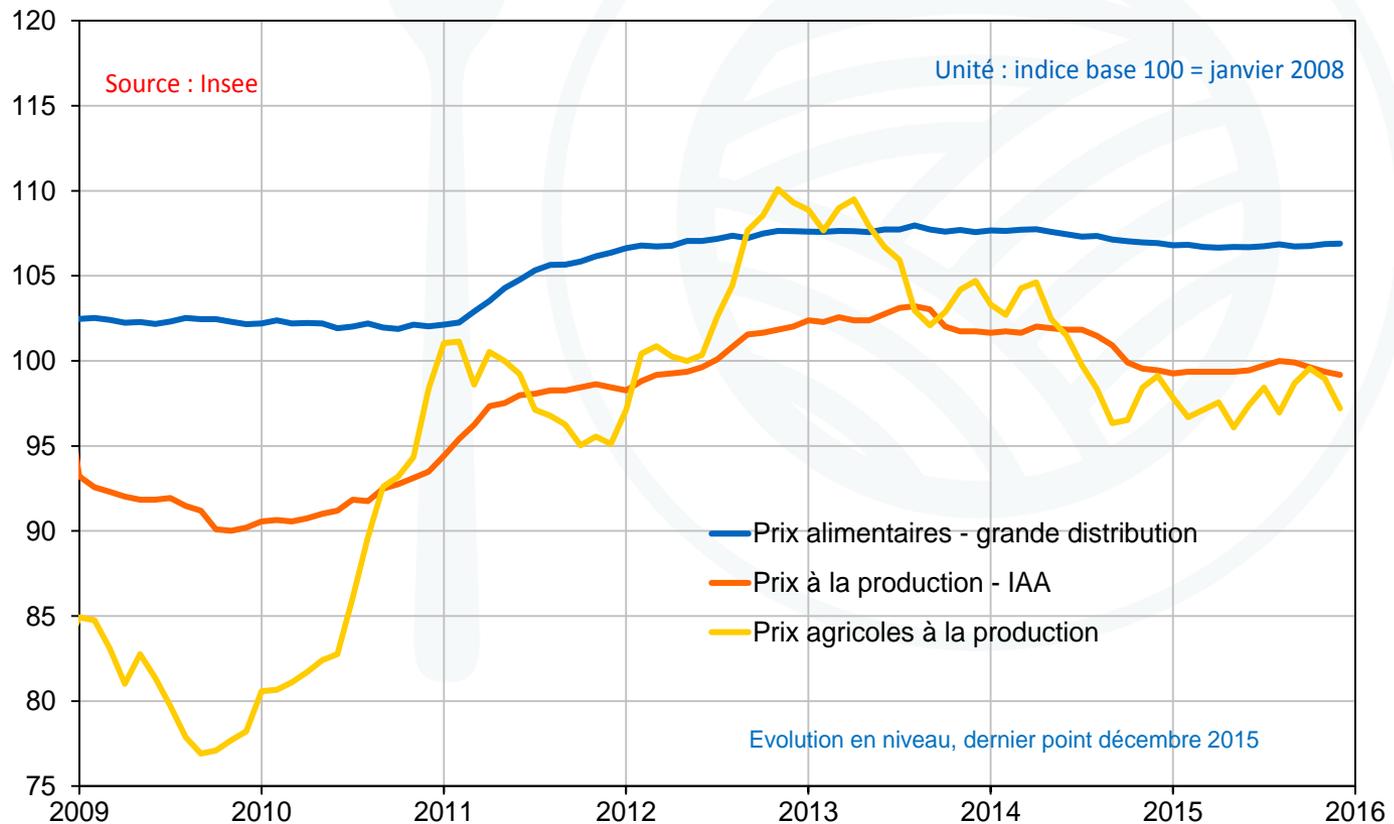
Impact cumulé des accords dans la grande distribution



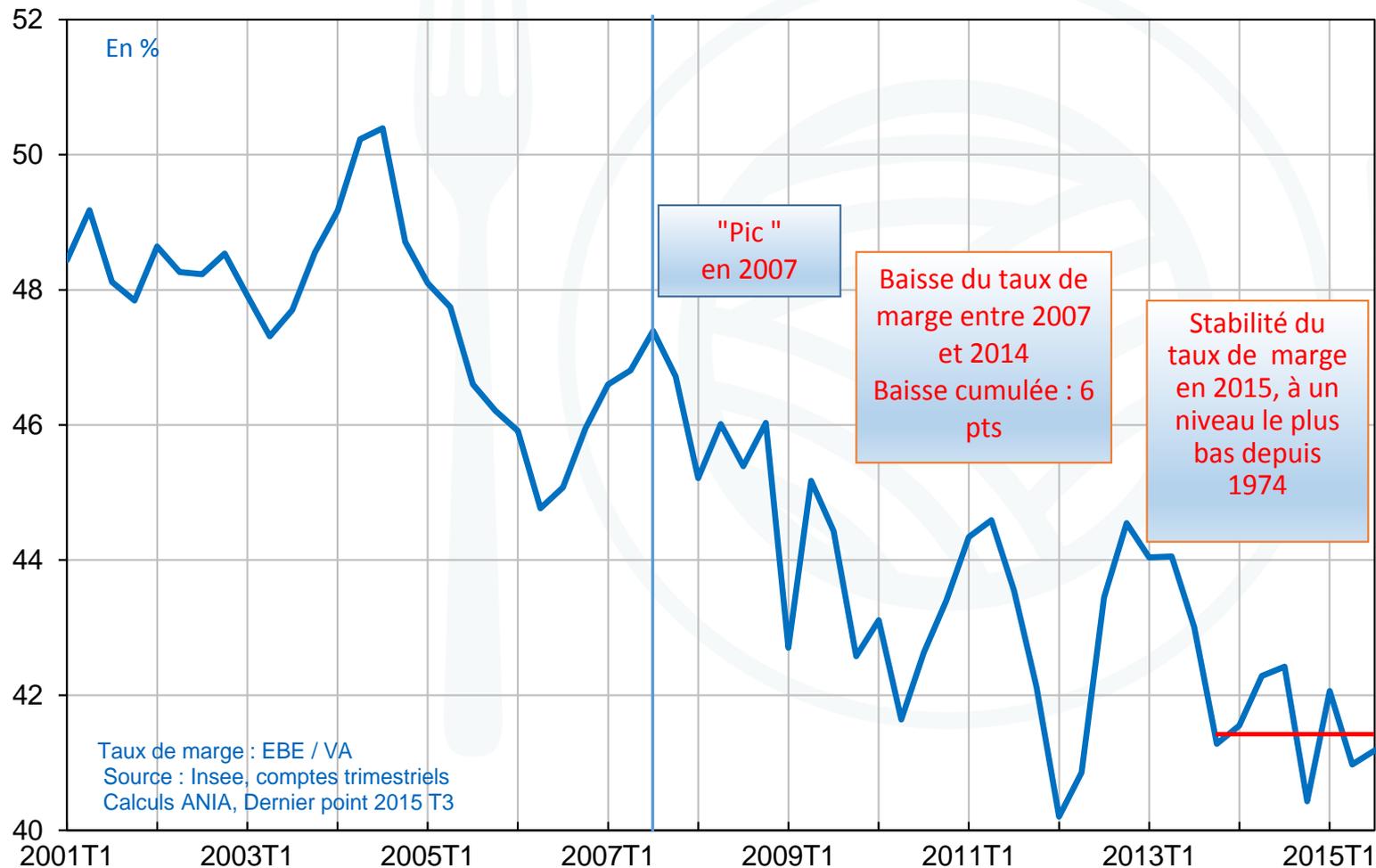
#1 GUERRE DES PRIX DESTRUCTRICE DE VALEUR

Une guerre des prix entre enseignes de la grande distribution mais financée par leurs fournisseurs agricoles et agroalimentaires

Prix alimentaire au long de la filière



Taux de marge dans le secteur agroalimentaire



Une guerre des prix qui contribue significativement à l'érosion des marges des IAA depuis 2009

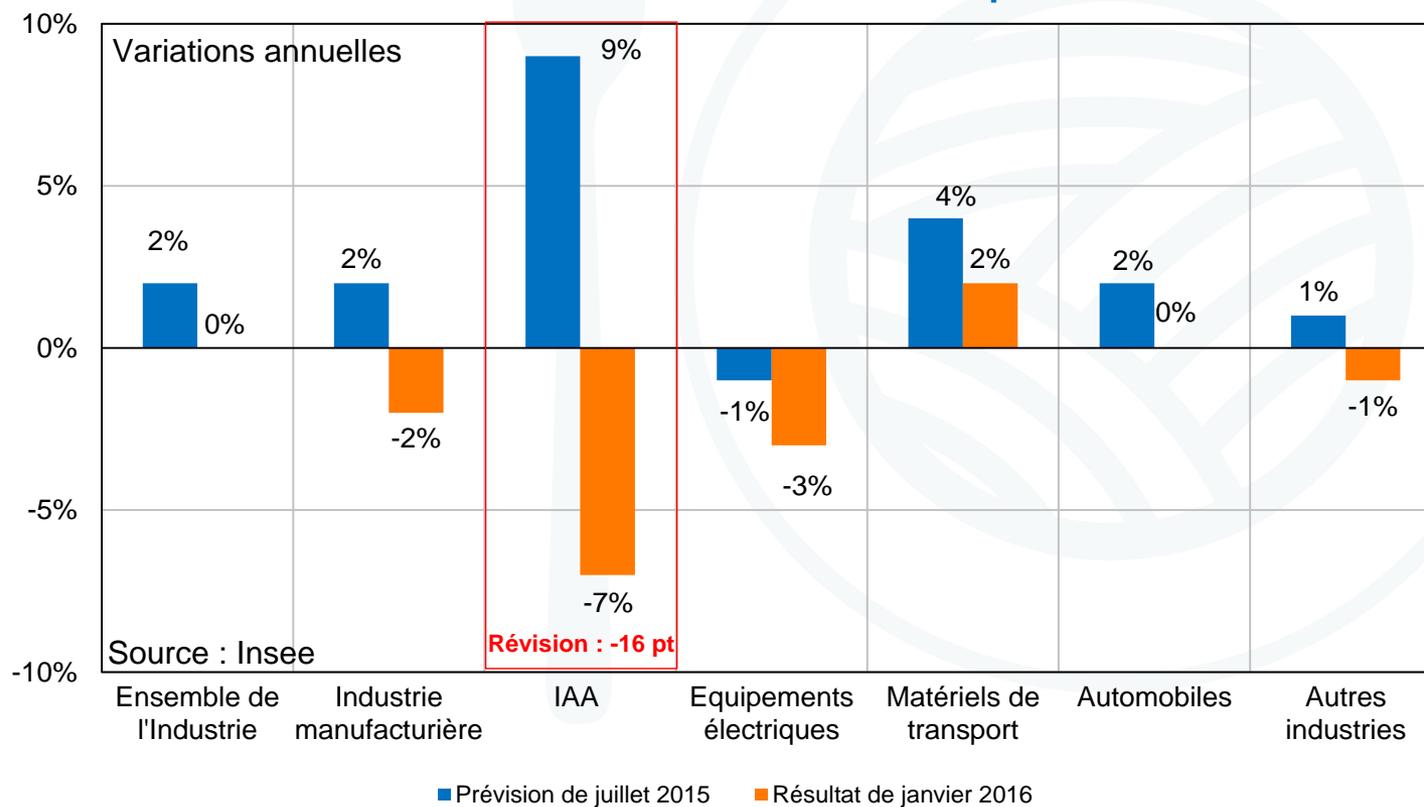
CONTRIBUTIONS AU TAUX DE MARGE DANS L'IAA

Période	Salaires réels (1)	Termes de l'échange (2)	Taux de cotisations patronales (3)	Gains de productivité (4)	Autres facteurs* (5)	<u>Taux de marge (cumul)</u> = (1)+(2)+(3) +(4)+(5)
2000-2004	-4,2	-1,3	0,7	<u>+5,5</u>	-0,9	-0,2
2004-2008	-0,9	-0,1	0,3	-1,9	0,1	-2,5
2009-2015	-8,1	<u>-6,0</u>	-0,8	<u>5,5</u>	0,7	<u>-8,7</u>
Total 2000-2015	-13,2	<u>-7,5</u>	0,2	9,1	-0,1	<u>-11,4</u>

*dont CICE et pacte de responsabilité - contribution cumulée de 1,3 point dans l'IAA à compter de 2014 contre 0,9 point dans l'industrie

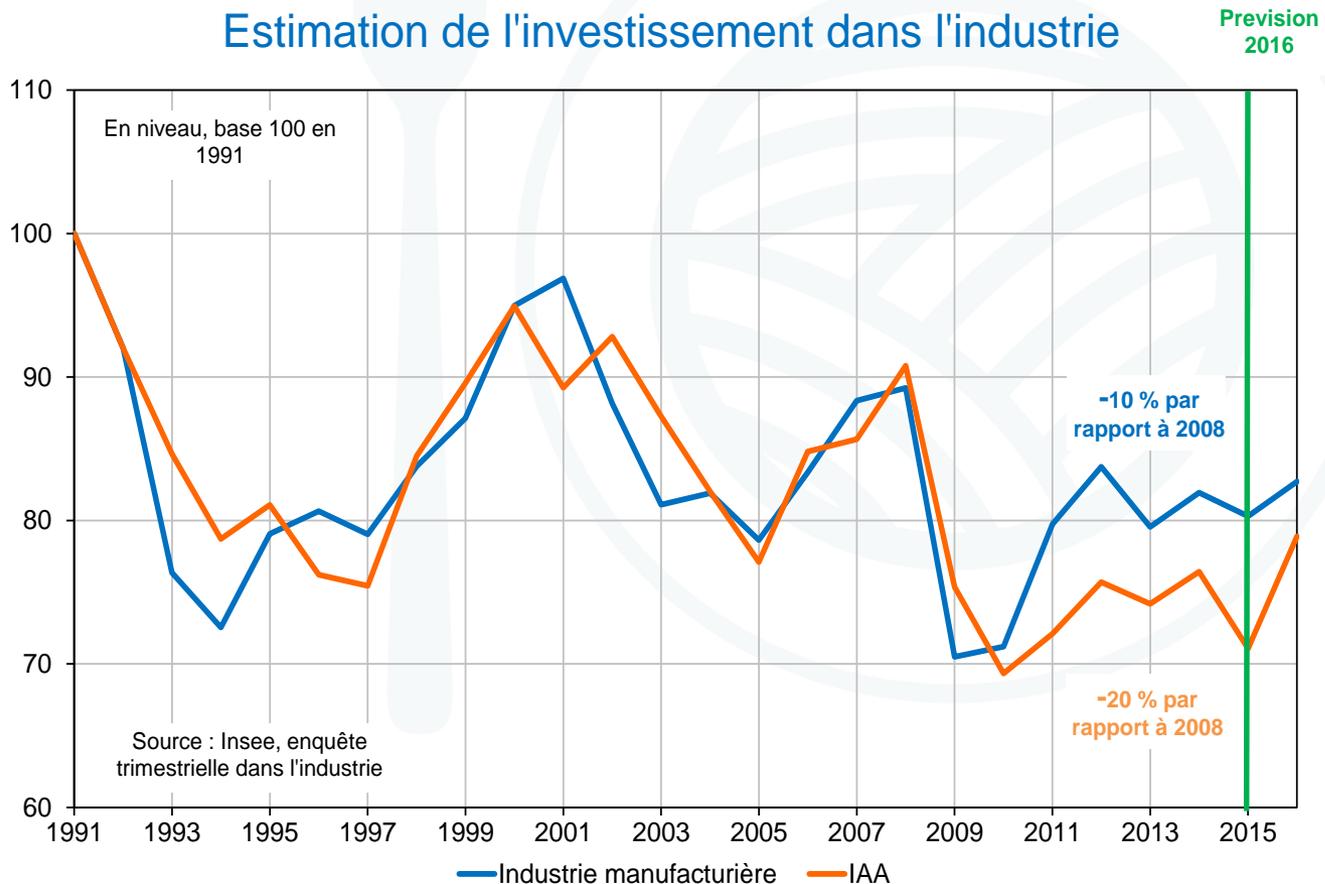
Une contraction brutale de l'investissement qui traduit un manque de lisibilité pour les IAA

Estimations d'investissement en valeur pour 2015



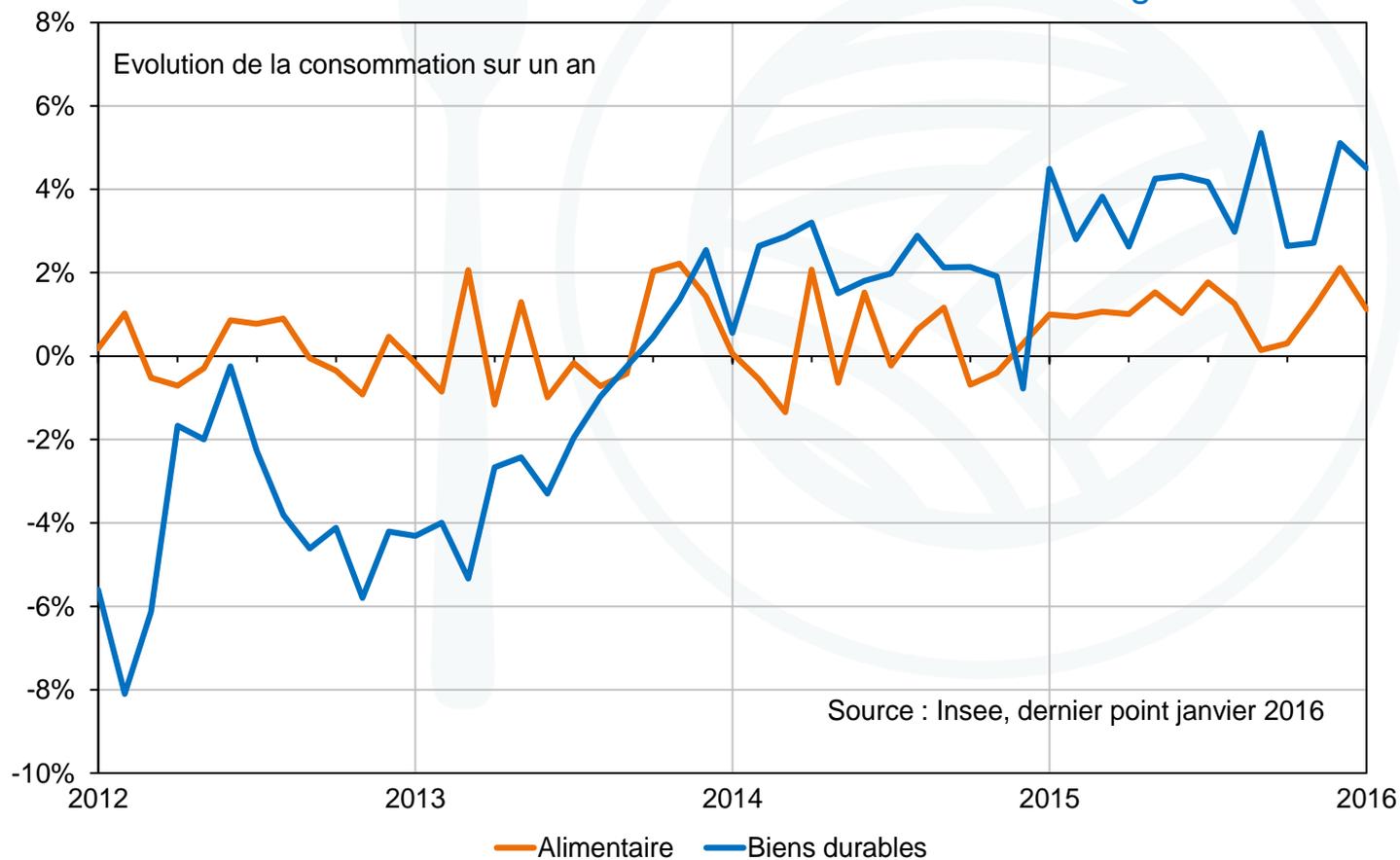
La guerre des prix maintient l'IAA dans une situation d'attente qui accentue le risque de vieillissement de l'appareil industriel

Estimation de l'investissement dans l'industrie



Une guerre des prix qui n'a aucun impact sur la consommation des produits alimentaires

Structure de la consommation des ménages



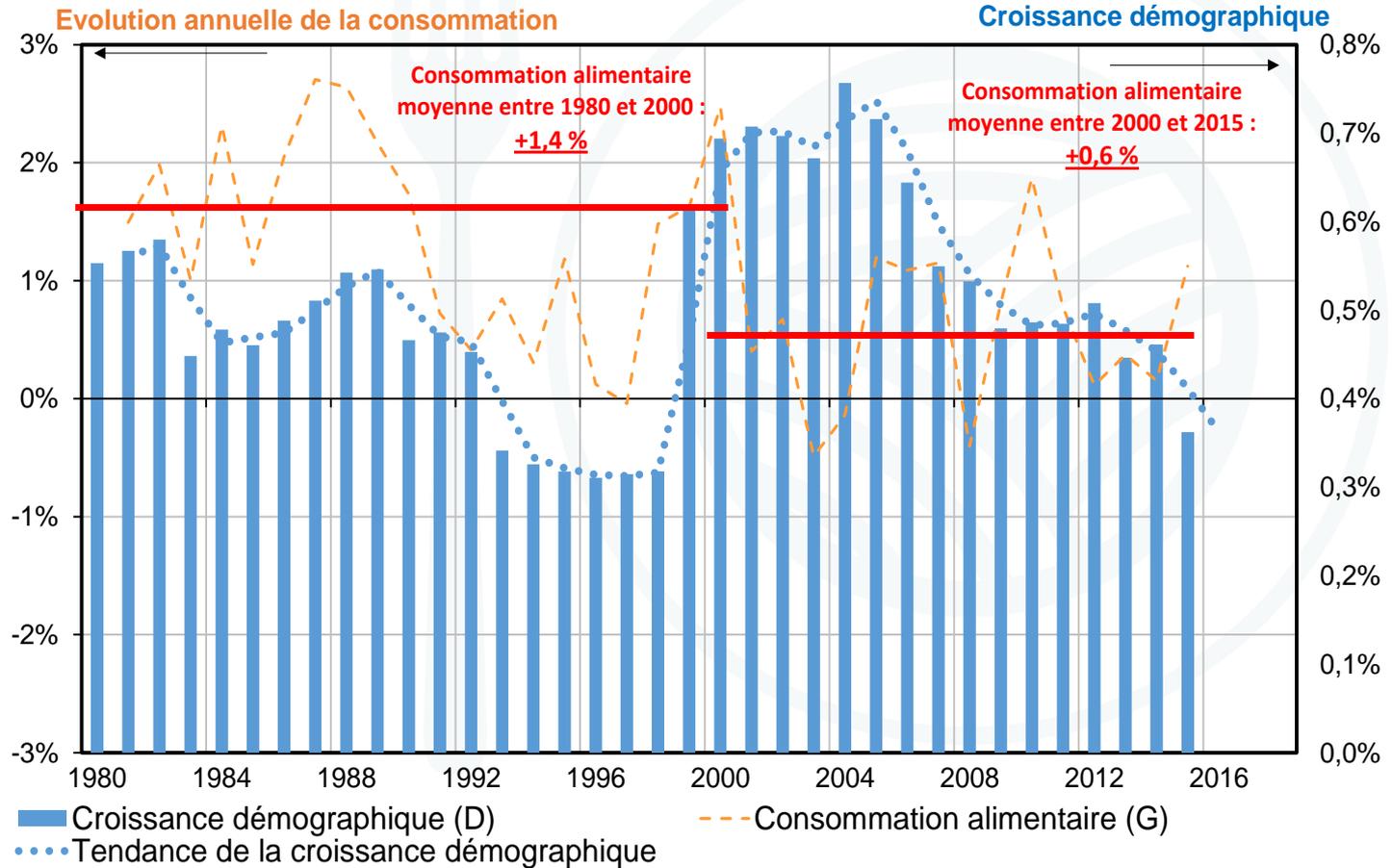
#4 PAS DE CROISSANCE DE LA CONSOMMATION

Les baisses de prix sont difficilement perceptibles par les ménages

CONTRIBUTIONS AU POUVOIR D'ACHAT DES MENAGES			
PERIODES	2005-2007	2008-2010	2011-2014
<u>Pouvoir d'achat du RDB</u>	6,4	3,1	0,4
<i>Dont revenus d'activité</i>	7,1	2,7	3,1
<i>Dont contribution de la fiscalité</i>	-1,7	-0,7	-2,8
<i>Dont contribution des prestations sociales</i>	3,8	3,8	3,7
<u>Dont contribution de l'inflation : toujours négative depuis 2005</u>	-6,2	-2,5	-4,0

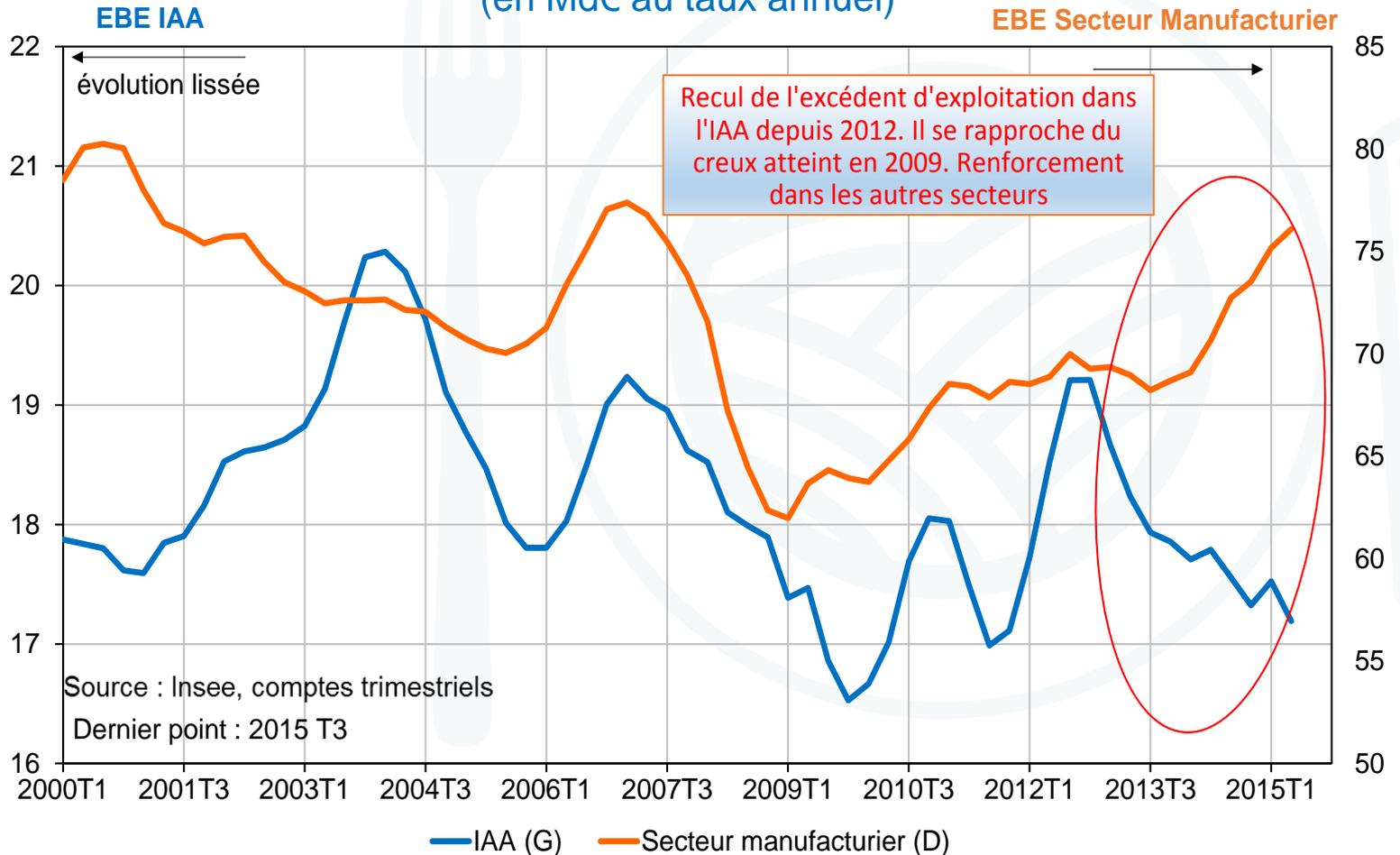
#4 PAS DE CROISSANCE DE LA CONSOMMATION

Evolution de la consommation alimentaire et de la démographie



#5 UNE CROISSANCE PEU RENTABLE

Excédent brut d'exploitation
(en Md€ au taux annuel)



FAITS SAILLANTS

Donnée sur les prix : déflation sur les 32 derniers mois

- **Vrai résultat de la guerre des prix chiffrable à quelques centimes d'euros par semaine et par ménage**
- **Résultat en revanche tangible : taux de marge le plus bas depuis 1974**
> **Conséquence directe Investissement en baisse en 2015 de -7 %**

→ Une rentabilité dans l'IAA qui décroche par rapport aux autres secteurs

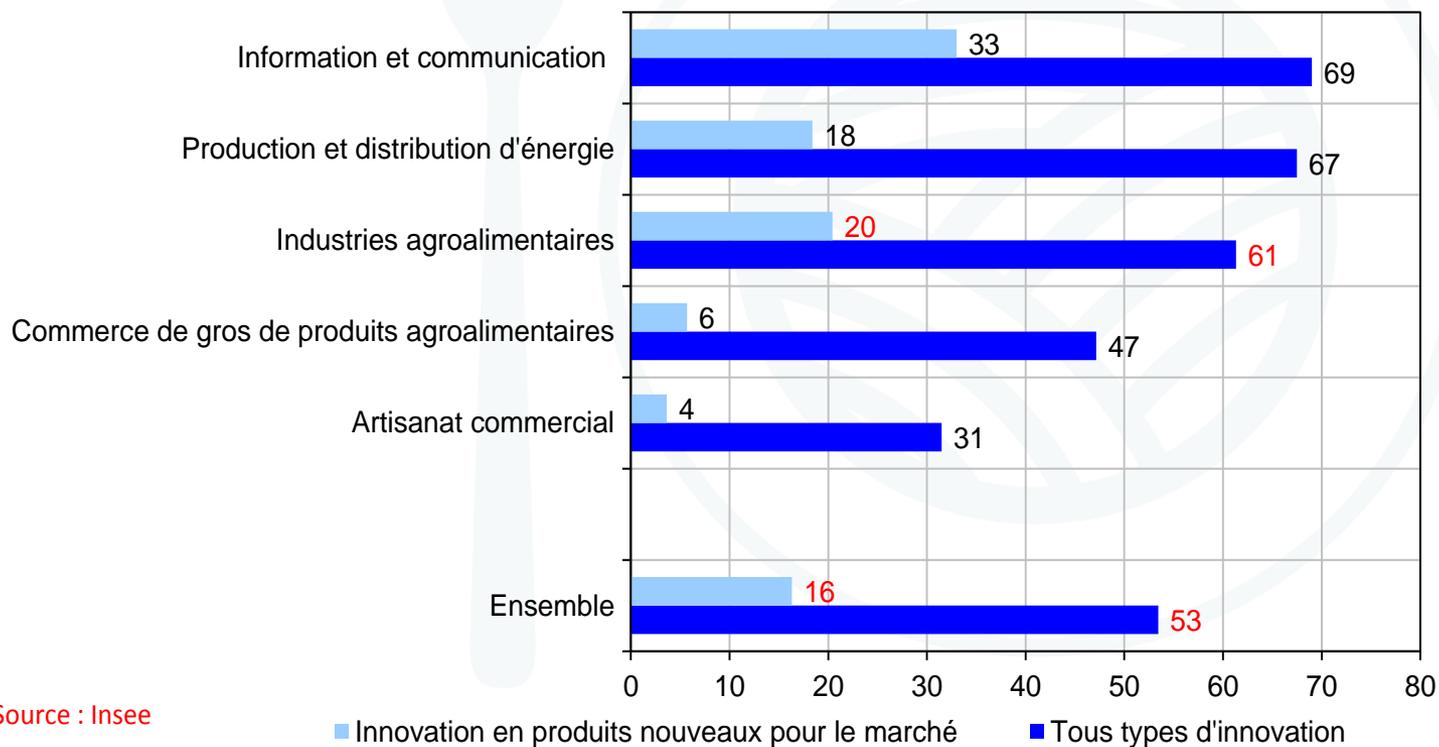
3.

Perspectives 2016

***Innovation et export : deux moteurs de
croissance complémentaires à activer***

Les entreprises innovantes par secteurs

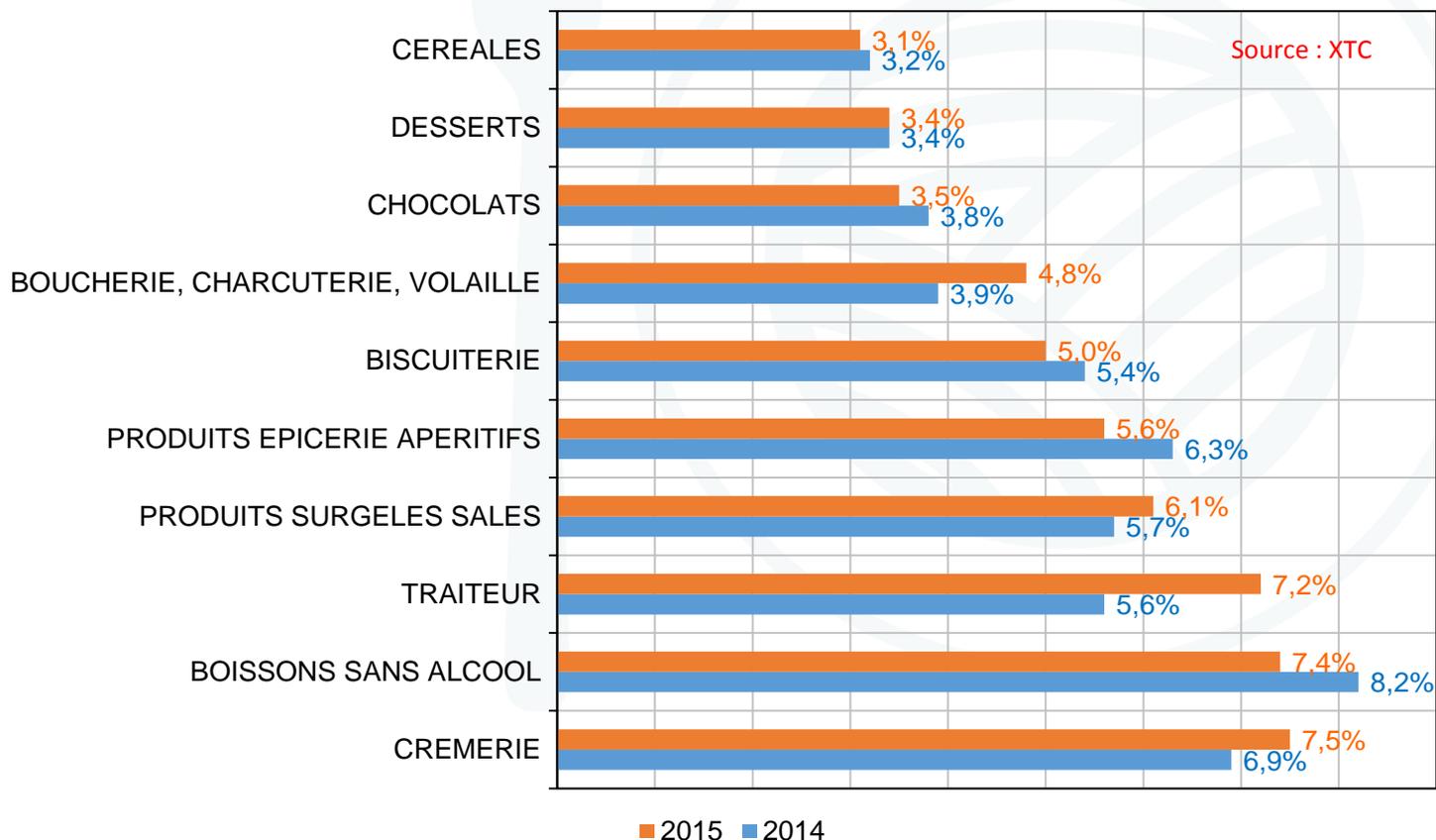
en % du nombre d'entreprises



Source : Insee

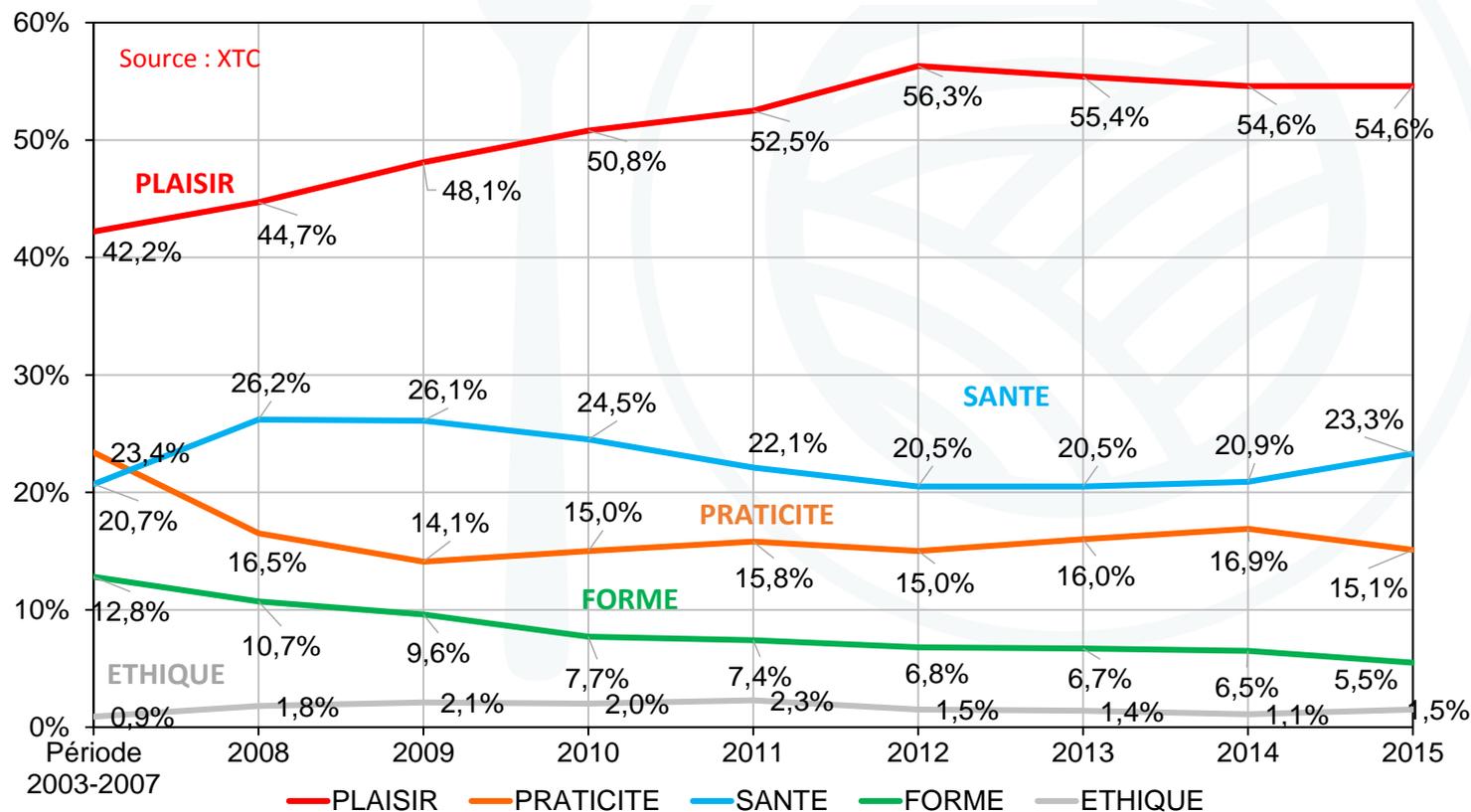
La crémèrie arrive au 1^{er} rang mondial des catégories les plus innovantes en 2015, remplaçant les boissons sans alcools, en tête de ce classement depuis 3 ans

Les 10 catégories les plus innovantes dans le Monde en 2015



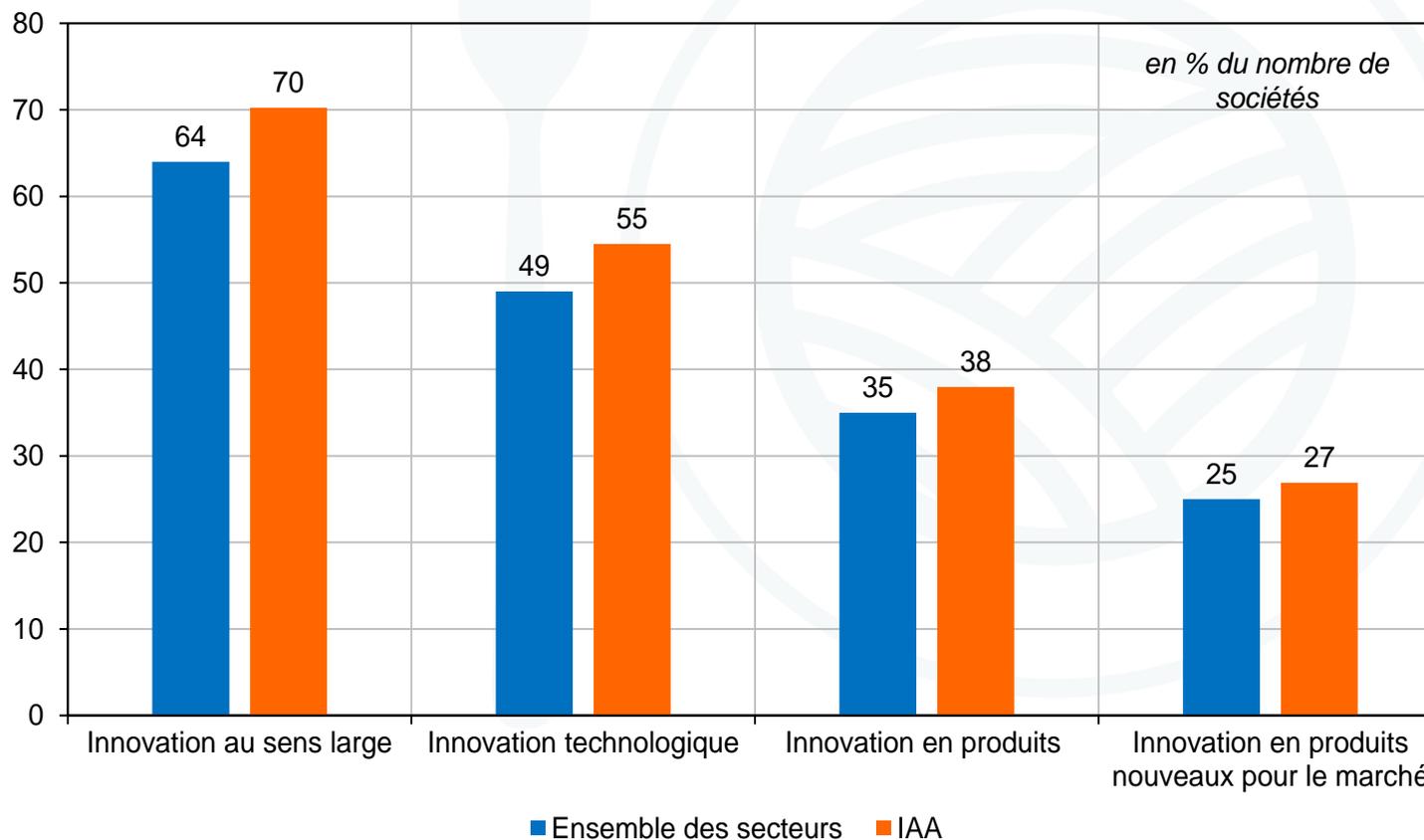
« L'axe plaisir » concerne une innovation sur deux.
Progression de « l'axe sante » en 2015

Poids des axes d'innovation
Total alimentaire monde

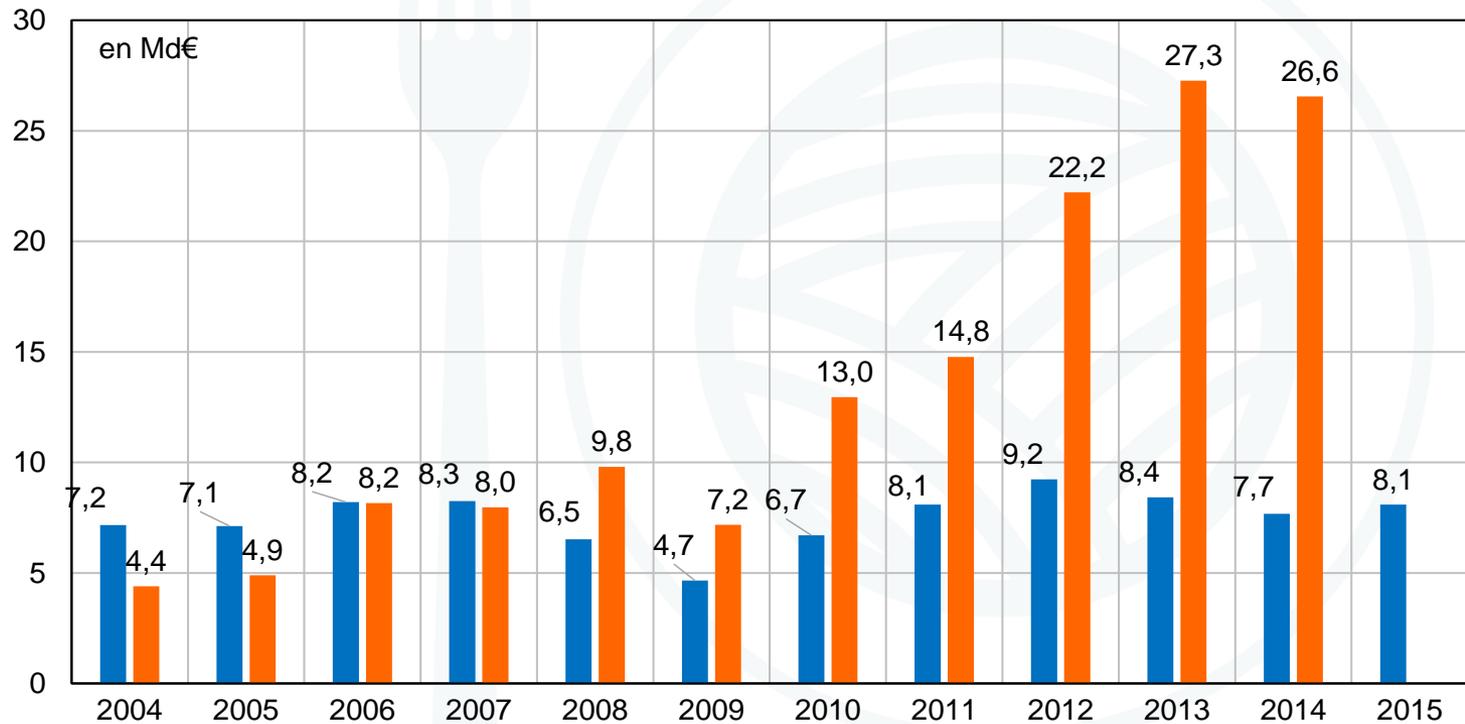


#1 L'INNOVATION ET L'EXPORT : DEUX LEVIERS DE COMPETIVITE ESSENTIELS

L'innovation parmi les sociétés exportatrices :
comparaison sectorielle



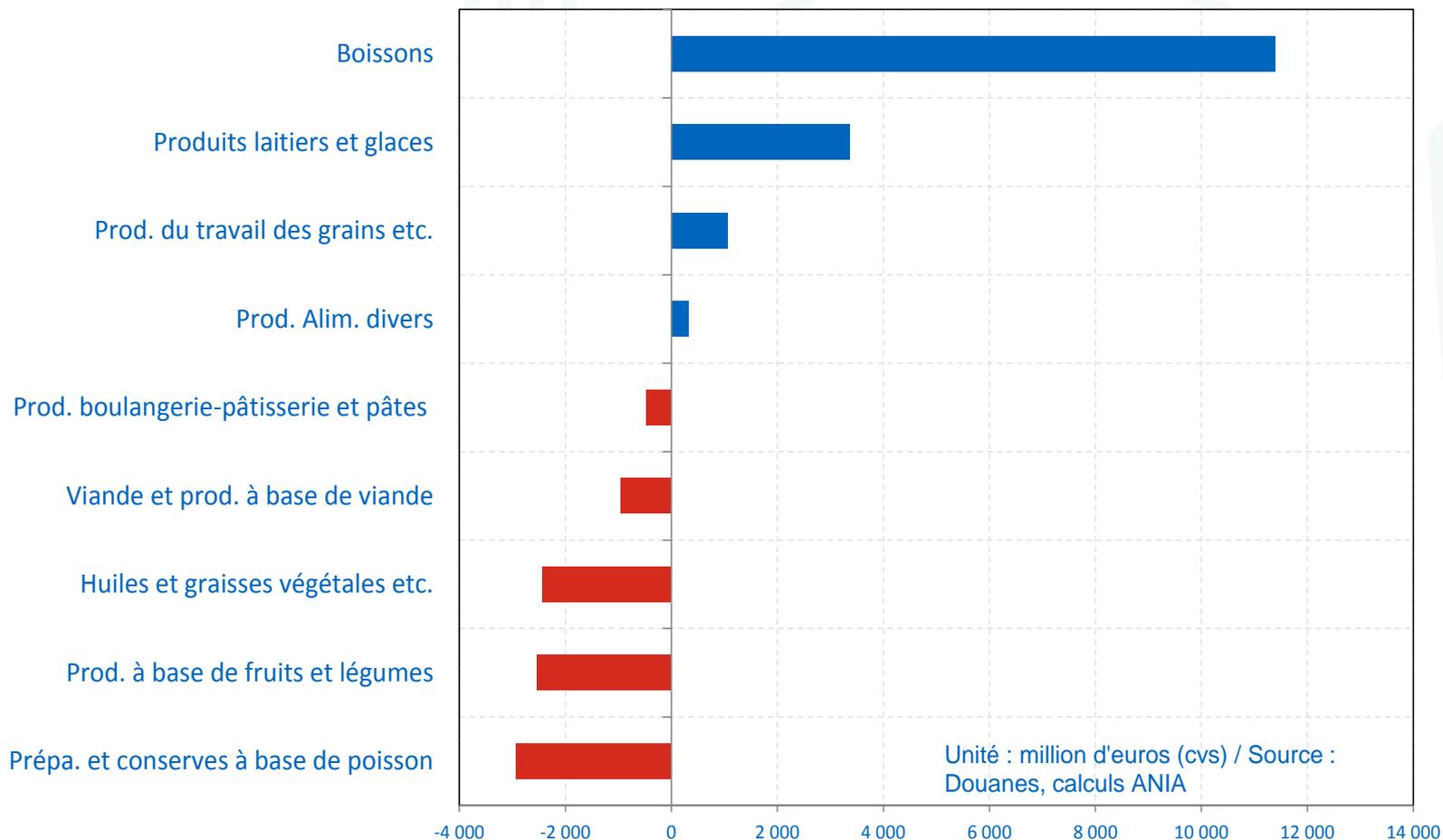
Solde commercial : IAA France vs IAA Zone Euro



Sources : France (2015, Douanes) ; Zone euro (2014, Eurostat)

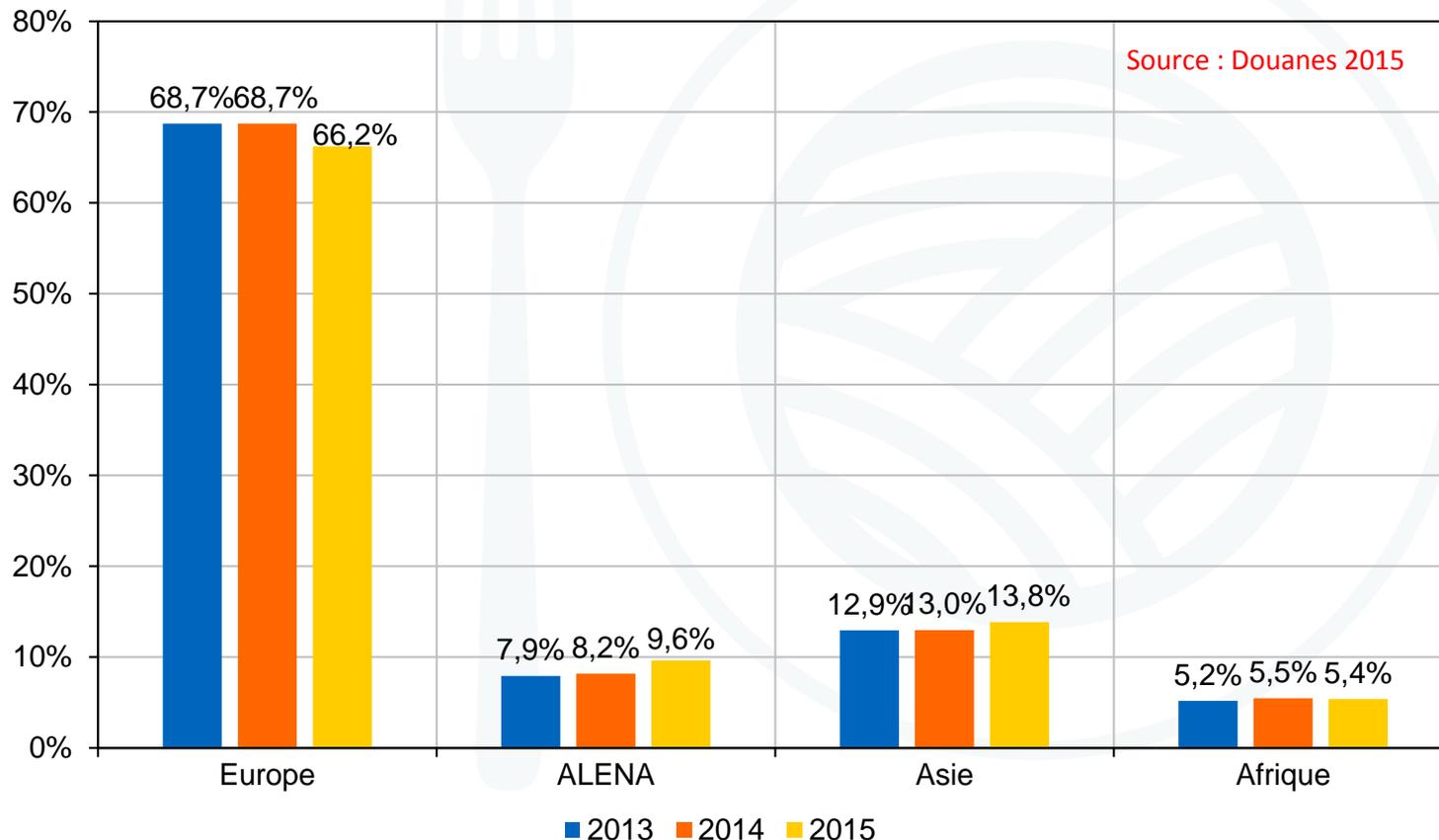
■ IAA France (hors tabac) ■ IAA ZE

Solde commercial par secteur sur l'année 2015



#2 L'IAA UN MOTEUR DU COMMERCE EXTERIEUR

Evolution des exportations agroalimentaires par zone géographique



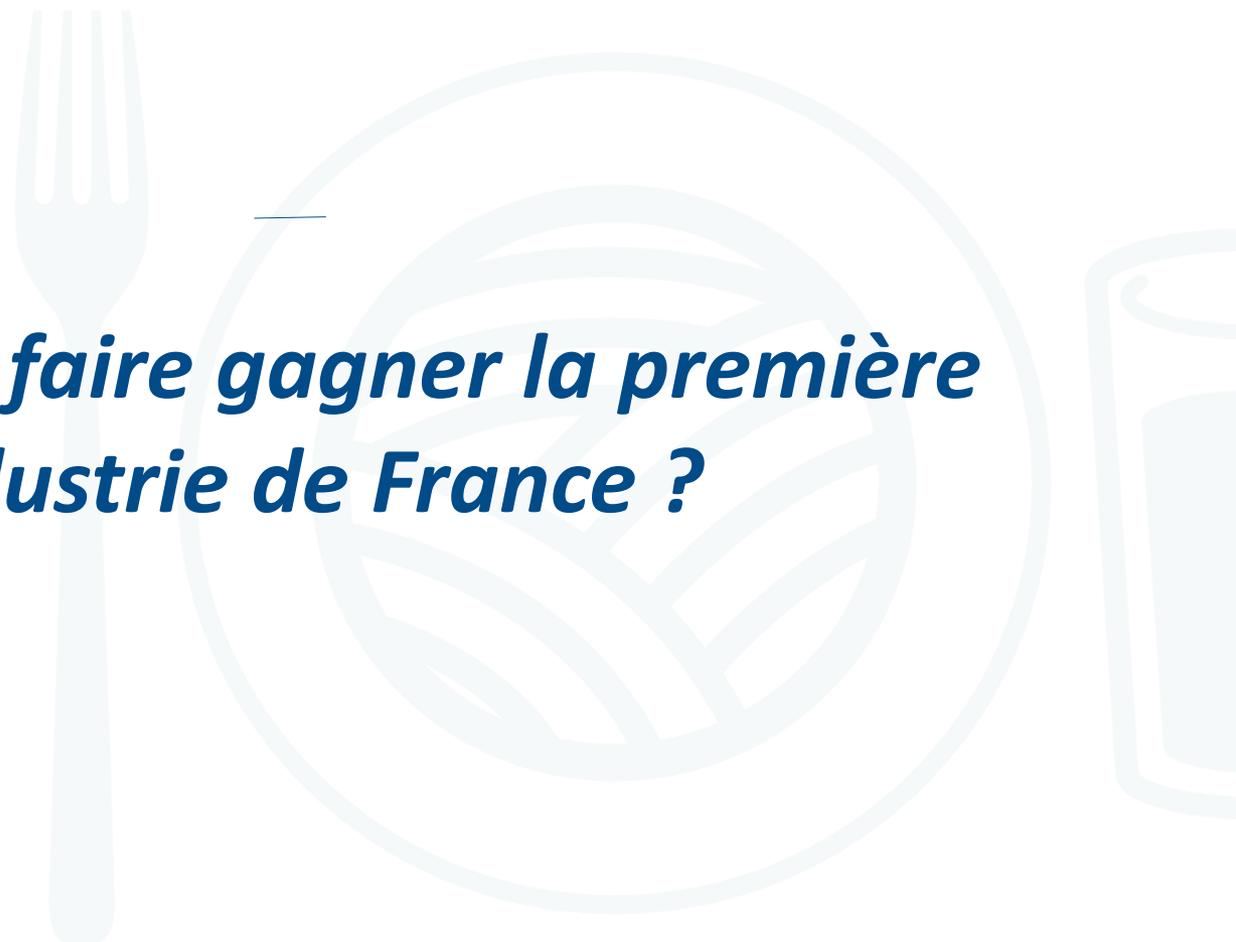
Des exportations fortes en Europe et aux USA

1. Allemagne : 4,87 Milliards d'euros (11%)
2. Royaume-Uni : 4,73 Milliards d'euros (10,7%)
3. Belgique : 4,31 Milliards d'euros (10,4%)
4. Etats-Unis : 3,53 Milliards d'euros (8%)
5. Italie : 3,36 Milliards d'euros (7,6%)

Des progressions fortes surtout au grand export

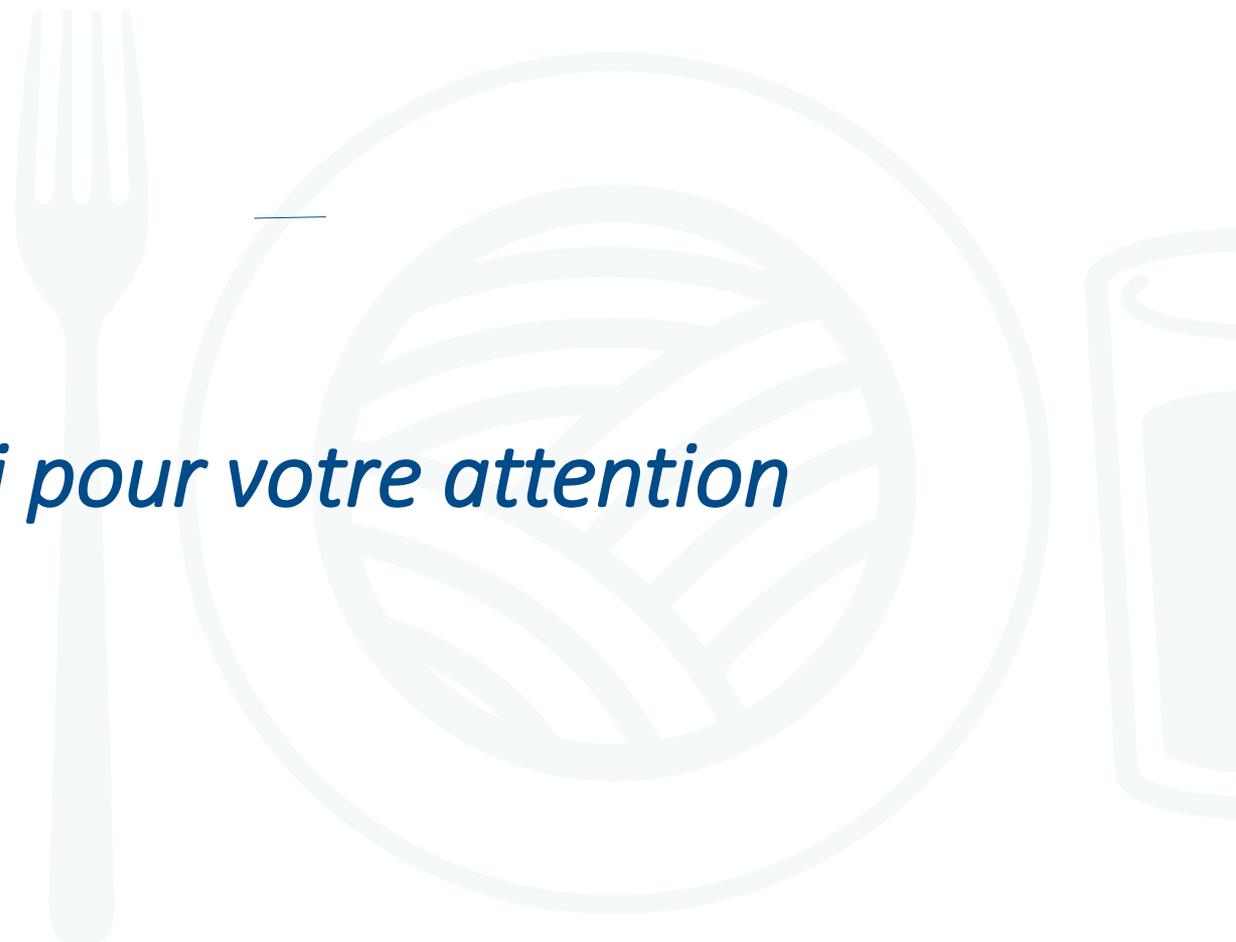
1. ALENA : + 18,6 %
2. Chine et Hong-Kong : + 15,9 %
3. Proche et Moyen-Orient : + 10,3 %
4. Royaume-Uni + 5,7 %
5. ASEAN : + 3,0%

Source : Douanes, calculs ANIA



***Comment faire gagner la première
industrie de France ?***

- 1.** Une ambition européenne et internationale conquérante reposant sur l'union des acteurs
- 2.** Une vision économique, sociale et sociétale cohérente sur le long terme avec un Etat facilitateur, partenaire de sa première industrie
- 3.** Une logique de filière réaffirmée et pérenne dans un contexte de compétition mondialisée



Merci pour votre attention

Contact



presse@ania.net



Association Nationale des Industries Alimentaires
9 Boulevard Malesherbes, 75008 Paris



+33 (0)1 53 83 86 11



www.twitter.com/ANIA



www.linkedin.com/ANIA



www.ania.net