

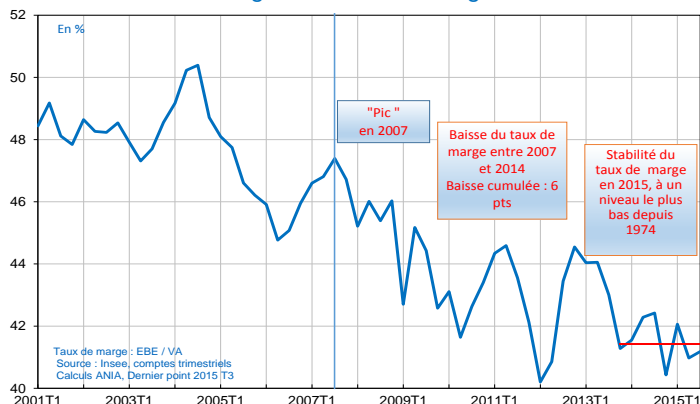
Bilan 2015 : malgré des moteurs de croissance favorables (repli des matières premières, CICE, baisse des taux), l'activité n'a pas embayé dans l'IAA

En 2015, l'activité dans l'IAA n'a pas su profiter pleinement de ces différents relais de croissance et de nouveaux points de tension sont apparus. Ils viennent intensifier des faiblesses déjà structurelles mais n'effacent pas de possibles relais de croissance :

- ✓ **En 2015, le contexte géopolitique et économique agité limite les performances à l'export** : l'embargo russe, la directive chinoise et le climat économique globalement maussade des pays émergents (Chine, Russie et Brésil) pénalise la demande étrangère de produits agroalimentaires. **Si le solde commercial global reste largement excédentaire en 2015 (autour de 8 Md€), le déficit se creuse lorsqu'il est mesuré hors boissons et tabac (-3,4 Md€ en novembre 2015 contre -2,8 Md€ en 2014) du fait d'une augmentation des importations plus importante que les exportations et malgré la dépréciation de l'euro vis-à-vis du dollar (baisse de 20 % en 1 an), qui favorise la compétitivité coût de nos produits.**
- ✓ **L'érosion tendancielle des marges et de la compétitivité pèse sur la capacité de nos entreprises à investir.** En 2015, les effets favorables du CICE et de la chute du prix du pétrole contribuent à enrayer la chute du taux de marge, globalement visible depuis 2007. **Néanmoins, les marges restent à un niveau très faible, qui demeure inobservé depuis près de 40 ans.** Dans ce contexte, les dernières prévisions pour 2015 signalent un investissement à l'arrêt (+1 %). Le **manque de visibilité réglementaire et fiscal, couplé au contexte persistant de guerre des prix dans le secteur de la grande distribution** contribue à fragiliser la trésorerie des entreprises et limite leur capacité à investir en se projetant vers l'avenir.
- ✓ **Certains signaux seront cependant favorables à l'activité en 2016.** La **production alimentaire a renoué avec la croissance en 2015 (+0,8% sur un an en novembre)**, après trois années de baisses successives. D'autre part, la baisse du prix du pétrole, qui stimule le pouvoir d'achat des ménages, a permis une reprise de la consommation en 2015, qui reste toutefois plus faible dans l'alimentaire que dans d'autres secteurs. Ceci tend à prouver que **la faiblesse persistante de l'inflation alimentaire ne stimule pas la consommation.** Enfin, les créations d'emplois se sont confirmées en 2015 pour le 1^{er} secteur industriel français (près de 2500 emplois créés sur les 9 premiers mois de l'année).

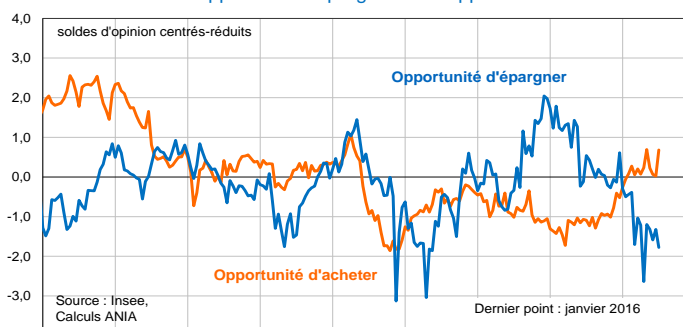
Principal frein côté offre : une faiblesse historique des marges

Taux de marge dans le secteur agroalimentaire



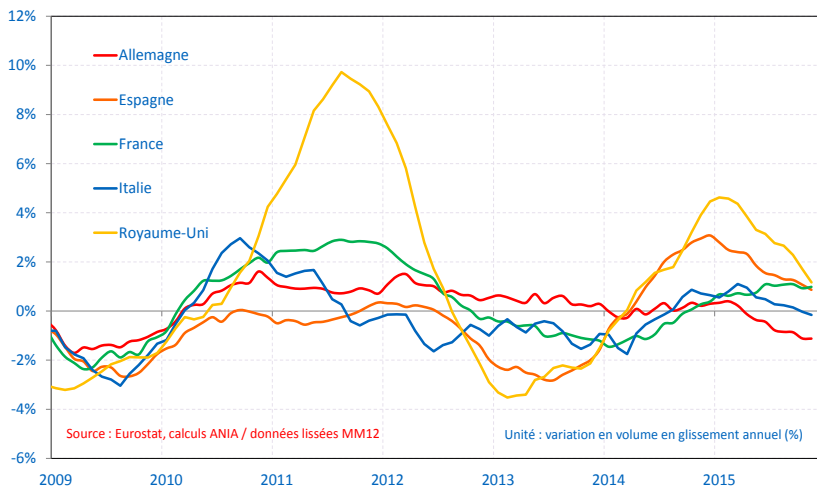
Principal vecteur de croissance côté demande : des voyants au vert s'agissant de la consommation

Enquête de confiance auprès des ménages : évolution des soldes relatifs à l'opportunité d'épargner et à l'opportunité d'acheter



Panorama Europe : inflation et production encore modérées

Evolution de la production dans les IAA en zone euro

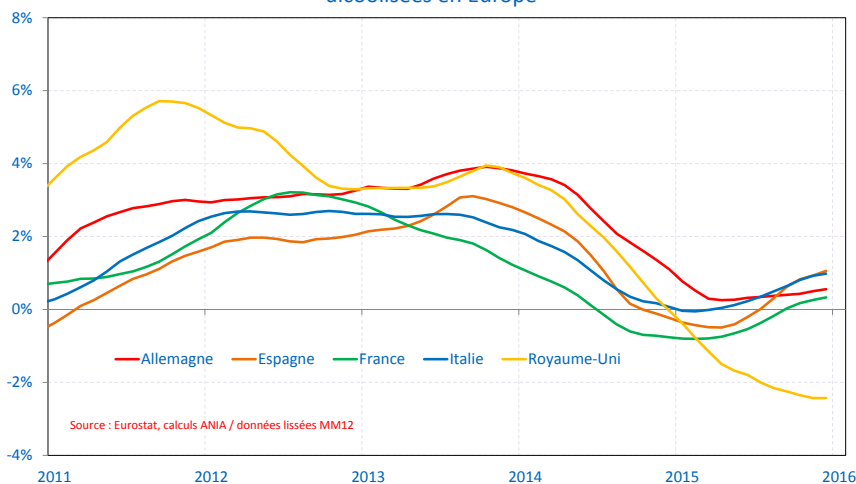


La production, sur 12 mois glissants, continue de ralentir en Europe au mois de novembre (+0,8% après +0,9% en octobre et +1,1% en septembre). En France, elle progresse en revanche, s'établissant à 1,0% (après +0,9% en octobre et 1,1% en septembre).

Au sein des pays moteurs depuis 2014, l'Espagne voit sa production ralentir en novembre (+0,9% après +1,1%). Le fléchissement est encore plus marqué au Royaume-Uni (+1,2% après +1,7%).

Dans les autres pays de la zone euro, la baisse de la production se confirme : -0,2% après +0,0% en octobre en Italie et -1,1% après -1,1% en octobre en Allemagne.

Prix à la consommation des produits alimentaires et boissons non alcoolisées en Europe



Dans la zone euro, après 11 mois consécutifs de déflation, l'inflation des produits alimentaires et des boissons sans alcool est nulle en décembre, après -0,1 % en novembre.

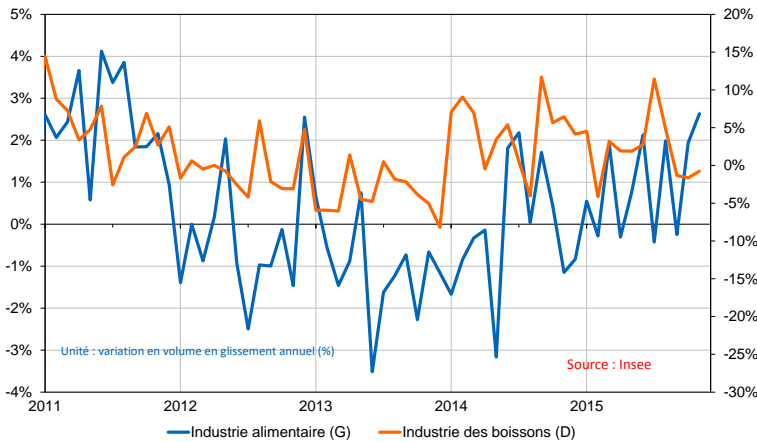
Par pays, l'évolution des prix confirme que le risque déflationniste semble quelque peu s'éloigner :

L'inflation se renforce graduellement mais reste encore modérée en Espagne (+1,1% après +0,9%), en Italie (1,0% après 0,9%) et en Allemagne (+0,6% après +0,5%). Par ailleurs, l'inflation est redevenue positive en France à partir de septembre, s'inscrivant à 0,3%, en fin d'année 2015.

Enfin, l'inflation est restée négative au Royaume-Uni tout au long de l'année 2015, s'inscrivant à -2,4% en fin d'année.

Production alimentaire France : une hausse s'est dessinée en 2015

Production des produits agroalimentaires et des boissons



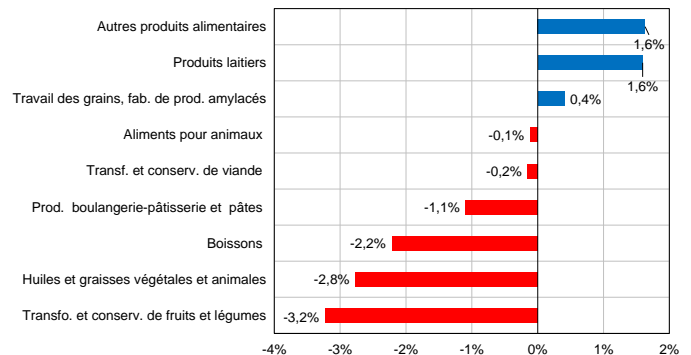
La production alimentaire est stable en novembre, après une hausse constatée en octobre (+0,4%). Sur un an, elle accélère en novembre (+2,6% après +1,9% en octobre). Pour mémoire, la baisse (-0,7%) constatée un an auparavant se dissipe aujourd'hui. Par ailleurs, sur les trois derniers mois, l'évolution reste nettement plus modérée (+0,1%). D'autre part, la production de boissons progresse légèrement en novembre (+0,7%), sans compenser la nette baisse constatée en octobre (-5,2%).

Sur les douze derniers mois, à novembre 2015, la production agroalimentaire progresse de +0,8% et celle des boissons de +2,2 %. Pour rappel, la production alimentaire s'était repliée sur les trois dernières années, respectivement de -0,2% en 2014, -1,1 % en 2013 et -0,4% en 2012.

Sur les trois derniers mois, à novembre 2015, les productions de produits laitiers, de travail de grains et des autres produits alimentaires ont progressé, respectivement de 1,6%, 0,4% et 1,6%.

En revanche, le recul s'observe pour ce qui concerne les activités de transformation et de conservation de fruits et légumes (-3,2%) ou encore concernant les huiles et graisses végétales et animales (-2,8%).

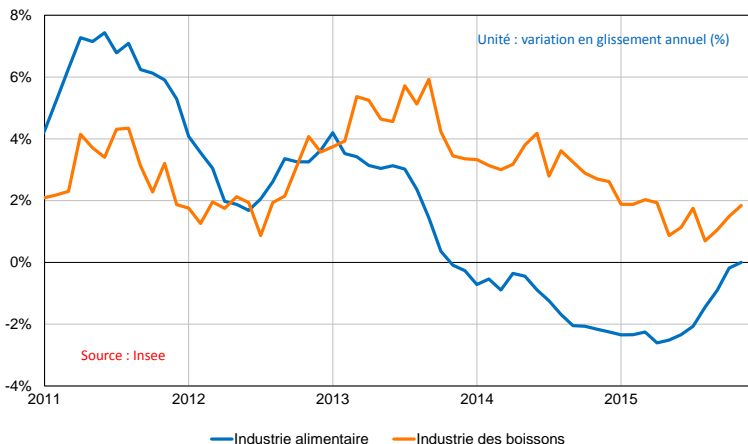
Variation sur trois mois de la production par secteur



Source : Insee

Calculs ANIA, dernier point novembre 2015
Unité : variation sur trois mois en % (vol, cvs)

Prix à la production des produits alimentaires et des boissons



Les prix à la production des produits alimentaires sont stables sur un an en novembre 2015. Une telle évolution n'avait pas été constatée depuis le mois de novembre 2013.

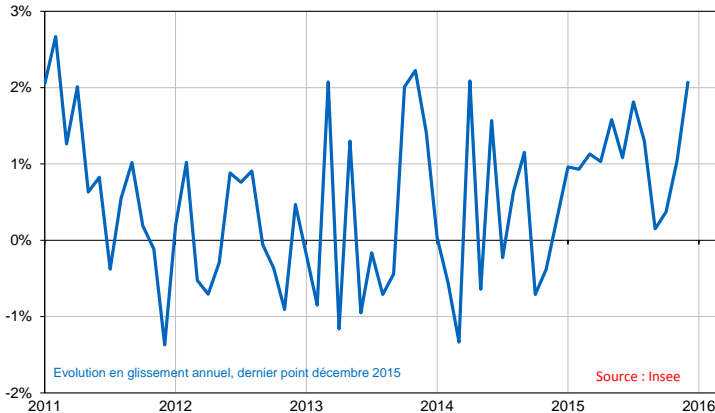
Les prix à la production des boissons ont en revanche progressé de 1,8% en novembre 2015 par rapport à novembre 2014.

Sur les douze derniers mois à octobre 2015, les prix à la production des industries alimentaires ont reculé de 1,9% et ceux des industries des boissons ont progressé de 1,7%.

Fierté, Responsabilité, Ambition

Consommation France : une reprise à l'œuvre après un coup d'arrêt cet été

France : évolution de la consommation alimentaire

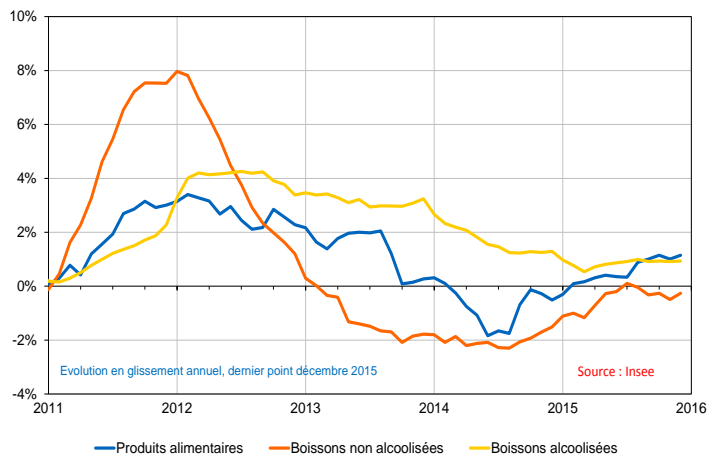


La baisse de la consommation, observable cet été, s'est interrompue ces deux derniers mois. La consommation est particulièrement dynamique en décembre 2015 (+1,2% sur un mois après +0,6% en novembre).

Sur un an, la consommation augmente (+2,1%), s'inscrivant à un niveau inobservé depuis un an et demi. Sur les trois derniers mois, elle progresse de 1,2%.

En dépit du récent dynamisme des dépenses alimentaires, un écart subsiste entre la consommation alimentaire et la consommation d'ensemble : sur l'ensemble de l'année 2015, la consommation alimentaire a progressé de 1,1% contre 1,8% pour la totalité de la consommation des ménages.

Inflation alimentaire

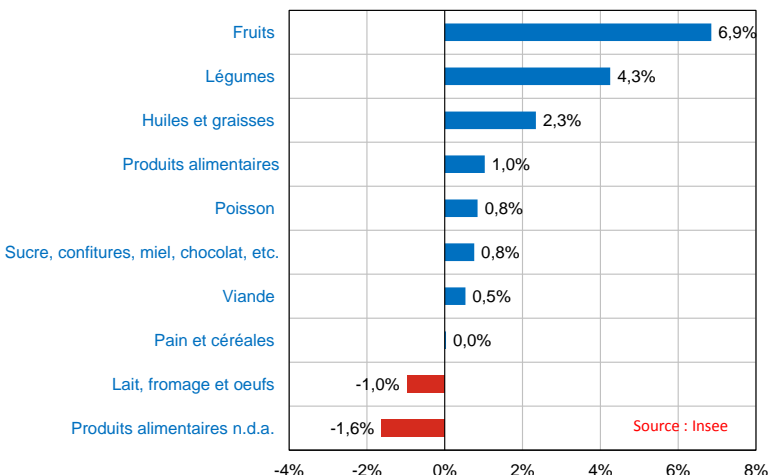


Les prix à la consommation des produits alimentaires progressent de 0,9% au mois de décembre 2015 par rapport à décembre 2014 après +1,1% sur un an au mois de novembre.

Les prix à la consommation des boissons non alcoolisées sont en déflation depuis quatre mois. Ils s'inscrivent à -0,3% en glissement annuel en décembre après -0,5% en novembre.

L'inflation des boissons alcoolisées reste stable : 0,9% sur la même période à décembre 2015 soit une évolution inchangée depuis septembre.

Inflation par produits (moyenne sur 3 mois)



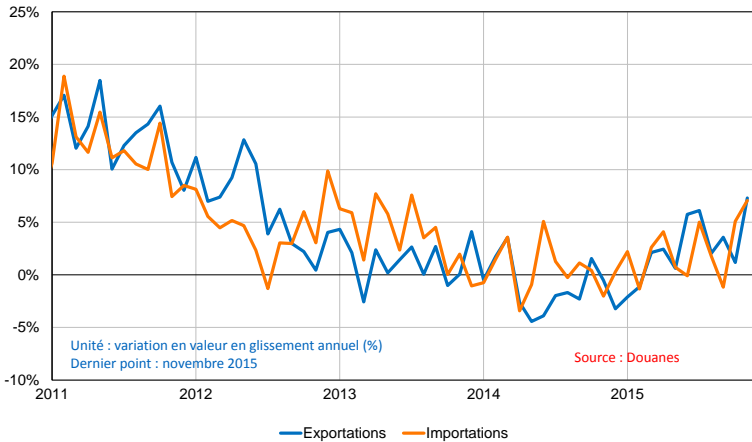
Unité : variation en glissement annuel en % (3 derniers mois sur 3 mois correspondants de l'année précédente)

Sur les trois derniers mois à décembre 2015, par rapport aux 3 mois correspondants l'an précédent, les progressions de prix les plus importantes concernent les prix des fruits (+6,9%) et ceux des légumes (+4,3%).

Les reculs constatés concernent les produits alimentaires n.d.a (-1,6%) et les produits laitiers (-1,0%).

Echanges extérieurs : un solde largement excédentaire qui masque des performances hétérogènes selon les secteurs

Evolution du commerce extérieur des IAA



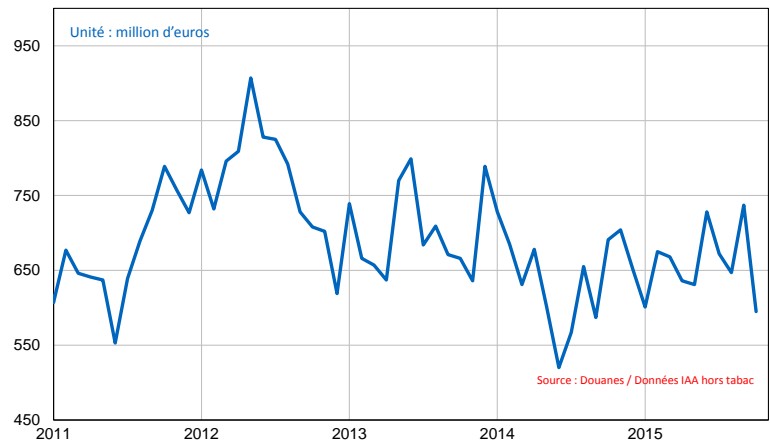
En novembre 2015, les exportations des produits agroalimentaires hors tabac se redressent vivement, s'établissant à +7,3% après +1,2% au mois de d'octobre et +3,6% en septembre. **Sur les douze derniers mois, les exportations (hors tabac) progressent de 2,2%.**

Les importations se sont également vivement redressées en novembre, confirmant la tendance du mois précédent : +7,1% en glissement annuel après +5,6% en octobre. **Sur les douze derniers mois, les importations de produits agroalimentaires hors tabac ont progressé de 2,1%.**

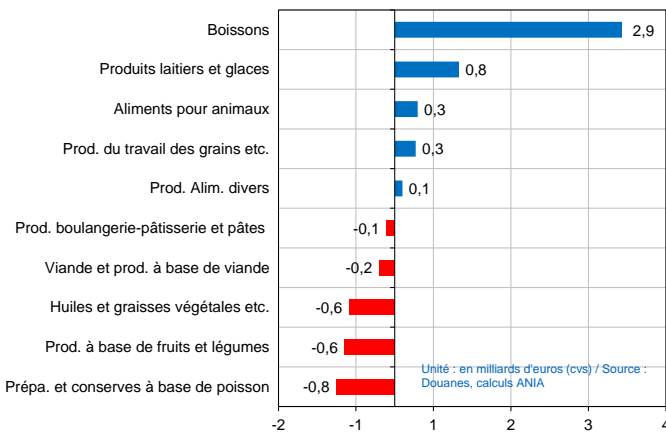
Le solde commercial des industries alimentaires hors tabac a atteint 717 millions d'euros en novembre 2015 contre 616 millions d'euros au mois de octobre.

Sur les douze derniers mois, à novembre 2015, l'excédent commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 8,0 milliards d'euros.

Solde commercial mensuel



Solde commercial dans l'IAA sur les 12 derniers mois à novembre 2015

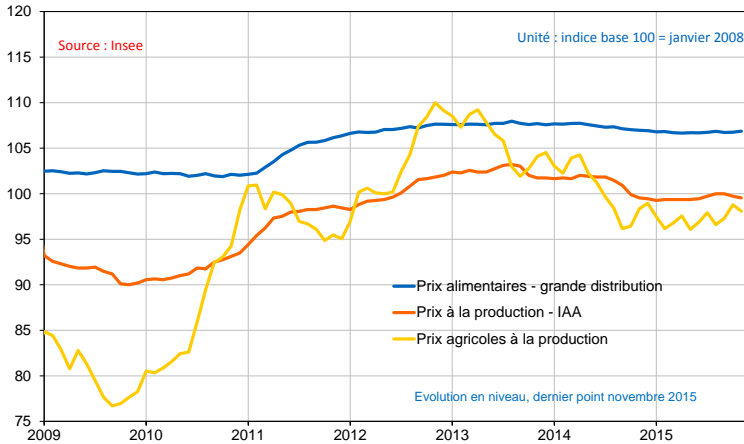


Sur les trois derniers mois à novembre 2015, le solde commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 2,1 milliards d'euros. Les boissons ont largement contribué à cet excédent à hauteur de 2,9 milliards d'euros.

Les produits laitiers et glaces, les aliments pour animaux, la production du travail des grains et les produits alimentaires divers ont également présenté un solde commercial positif s'élevant respectivement à 0,8, 0,3 et 0,3 milliards d'euros.

Focus Distribution / 1- repli généralisé du chiffre d'affaires

Prix alimentaire au long de la filière

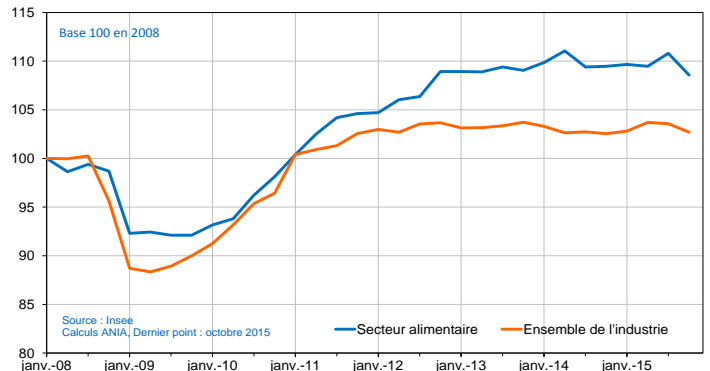


Le graphique ci-contre reprend l'évolution des prix à plusieurs stades de la filière alimentaire. En amont, les prix agricoles à la production varient largement en fonction des cours des matières premières. Ces prix ont légèrement reculé en novembre (-0,3%), après deux mois consécutifs de hausse (+1,2% en septembre puis +2,4% en octobre). Sur cet intervalle, les prix à la production des industries agroalimentaires se sont stabilisés (+0,0%) tout comme ceux dans la grande distribution.

Dans le secteur alimentaire, le chiffre d'affaires suit, comme le reste de l'industrie, un tassement graduel depuis près de deux ans.

Le repli est en revanche plus prononcé dans l'alimentaire au mois d'octobre (-2,0% sur un an) que dans l'ensemble de l'industrie (-0,8% en g.a). Dans l'alimentaire, il s'agit de la plus forte contraction depuis janvier 2009 (-6,5 % sur un an à l'époque).

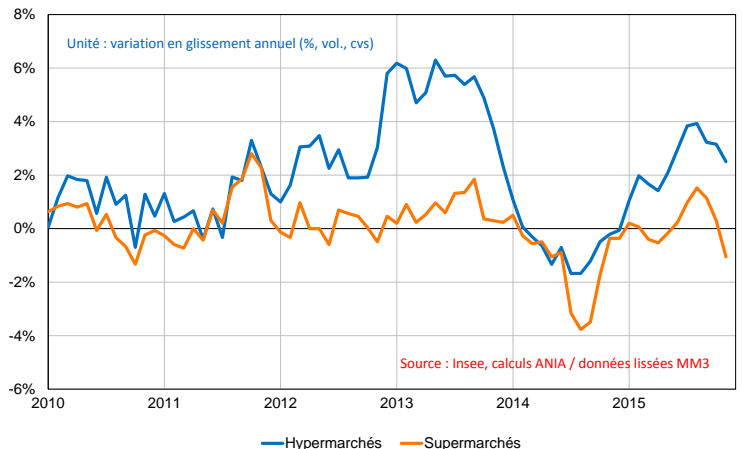
Chiffre d'affaires dans le secteur alimentaire et dans le secteur manufacturier



Au cours des douze derniers mois, le chiffre d'affaires de la grande distribution alimentaire fléchit progressivement.

Disponible pour novembre, il s'établit à 2,5% pour les hypermarchés après une augmentation de 3,2% en octobre. L'évolution du chiffre d'affaires des supermarchés entre en territoire négatif sur un an, pour la première fois depuis mai dernier, passant de -1,1% en novembre à +0,3% au mois d'octobre.

Chiffre d'affaires de la grande distribution alimentaire



Focus Distribution / 2-BILAN 2015 : une spirale déflationniste bien installée

TABLEAU 1

Inflation à 1 an	Année 2015	Année 2014
TOTAL HM + SM	-1,2	-1,3
Hypermarchés (HM)	-1,5	-1,6
Supermarchés (SM)	-1,0	-1,1
TOUTES MARQUES	-1,2	-1,3
Marques Nationales	-2,0	-2,1
MDD	0,1	0,2
Premiers prix	0,6	1,1

L'année 2015 constitue, selon IRI, une reproduction quasiment identique que l'année précédente. **En moyenne mensuelle, le niveau de déflation est quasiment identique : -1,2% cette année contre -1,3% en 2014.**

La déflation continue de toucher en premier lieu les hypermarchés, en étant toujours limitée à l'univers des marques nationales.



Dans la grande distribution, les prix des produits suivent une tendance baissière depuis trois ans. La déflation se poursuit en décembre 2015, pour le 30^{ème} mois consécutif. (source IRI)

Cependant, l'écart entre marques distributeurs et marques nationales tend à se réduire, faisant peser une pression de plus en plus importante sur les MDD.

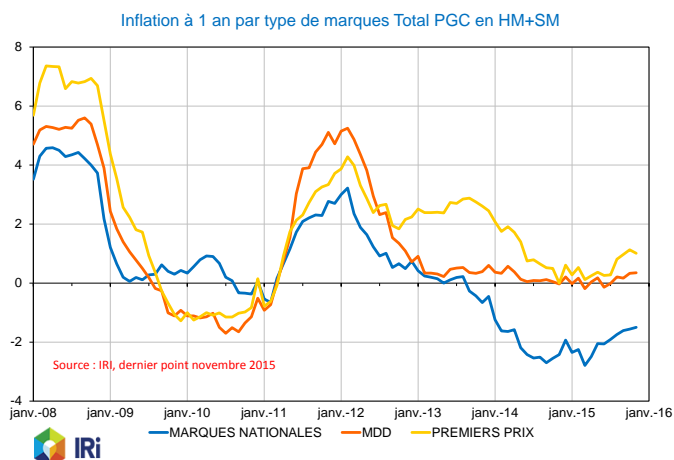
Les tensions avec la grande distribution fragilisent sensiblement les entreprises industrielles, notamment celles de l'IAA, dont les marges se sont érodées en 2014.

Pour 2015, malgré le bol d'air offert par le prix du pétrole et le CICE, le taux de marge s'établit à un niveau historiquement bas.

Au total, le taux de marge baisse de près de 3 points depuis 2013, pour s'établir à un niveau inobservé depuis 1974. (source INSEE, comptes trimestriels)

TABLEAU 2

	Année 2015	Année 2014	Cumul sur 2 ans
TOUS SECTEURS	-1,2	-1,3	-2,5
Total hors droguerie parfumerie et hygiène	-1,2	-1,1	-2,4
EPICERIE	-1,4	-2,2	-3,6
Epicerie salée	-1,4	-1,8	-3,2
Epicerie sucrée	-1,3	-2,5	-3,8
LIQUIDES	-0,9	-0,7	-1,6
BRSA et eaux	-1,5	-1,7	-3,2
Bières et cidres	-1,8	-1,7	-3,5
Alcools	0,0	0,8	0,8
PLS POIDS FIXE	-1,0	-0,4	-1,5
Surgelés glaces	-0,5	-0,7	-1,2
Crèmerie	-1,6	-0,4	-2,0
Frais non laitiers LS	-0,6	-0,4	-0,9



En 2015, la déflation est généralisée à l'ensemble des secteurs et demeure plus soutenue sur l'ensemble de l'épicerie (-1,4%).

Après 30 mois de guerre des prix, près de 40 % des produits de grande consommation enregistrent des niveaux de déflation de plus de 4% en cumul les deux dernières années. Ce taux s'élève même à 60 % pour les seules marques nationales. (source IRI)

