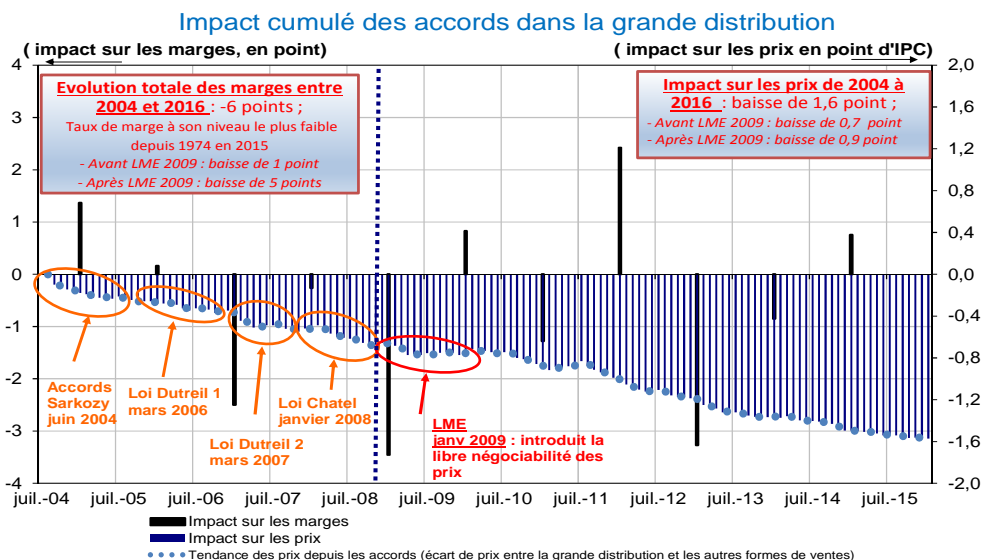


## Une filière mise en péril par une guerre des prix destructrice de valeur

**L'année 2015 a marqué la résilience de l'industrie agroalimentaire.** Sur fond de crise agricole, de guerre des prix dans la grande distribution et de contexte géopolitique agité, la production s'est redressée pour la 1<sup>ère</sup> fois en quatre ans tandis que les performances à l'export se sont globalement maintenues. Enfin, dans un contexte de marché de l'emploi dégradé, le secteur agroalimentaire a continué à créer des emplois pour compter près d'un emploi industriel sur six. **Pour 2016, deux enjeux seront essentiels à la capacité de modernisation du secteur :**

- Sortir de la guerre des prix que se livrent 4 centrales d'achat représentant 92% des achats alimentaires en grandes surfaces.** Cette situation grève les marges et pénalise fortement la capacité d'investissement de l'IAA qui évolue à rebours du reste de l'industrie. En 2015, le taux de marge de l'IAA s'est établi à son niveau le plus faible depuis 1974 tandis que l'investissement a chuté (-7% contre -2% dans l'industrie). Depuis le début de la LME, le taux de marge a perdu 6 points et l'investissement a chuté de près de 20% (source Insee). **De plus, la guerre des prix ne stimule ni le pouvoir d'achat, ni la consommation des ménages.** Si les prix ont baissé, cette tendance n'a pas permis de faire décoller les achats. A l'exception de 2009 et 2014 (forte chute du pétrole), les prix affectent le pouvoir d'achat de manière tendancielle. Dans ce contexte, les **baisses de prix sont difficilement perceptibles pour le consommateur.** Pour preuve, depuis 4 ans, la croissance des produits de grande consommation se contente de suivre faiblement l'évolution démographique. Comme corollaire, la consommation alimentaire augmente nettement moins vite que celle des biens durables (1,1% contre 4,5% sur un an en janvier 2016).
- Maintenir et intensifier l'effort d'innovation entrepris depuis plusieurs années.** En dépit d'un émiettement relatif (76% de TPE et 22% de PME) et une croissance peu rentable, **le secteur agroalimentaire innove régulièrement.** Il compte plus de sociétés innovantes (61% des entreprises contre 53% dans les autres secteurs), pour un effort d'innovation plus important (20% de l'excédent brut contre 16% dans l'industrie). L'innovation est un levier de croissance fondamental pour le secteur : il permet notamment d'adapter nos produits aux attentes des consommateurs et d'améliorer les performances à l'export de nos entreprises.

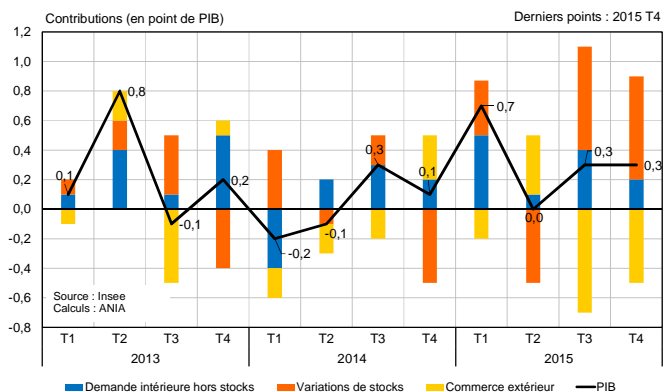
**Dans la grande distribution, la course au prix le plus bas a été introduite par l'évolution du cadre réglementaire. Elle pénalise les marges des industriels sans participer au redressement du pouvoir d'achat**



Fierté, Responsabilité, Ambition

### Panorama macro économique : retour de la croissance en France, à un rythme toutefois plus faible qu'en zone euro

Contributions à la croissance du PIB



#### Au 4<sup>e</sup> trimestre 2015, la progression du PIB se poursuit en France (+0,3%).

L'activité est portée par une nouvelle progression de la demande intérieure : l'investissement des entreprises se redresse, à un rythme inobservé depuis plus de deux ans. Les stocks contribuent de nouveau positivement à l'activité, ce qui est de bon augure pour l'évolution de la production à venir.

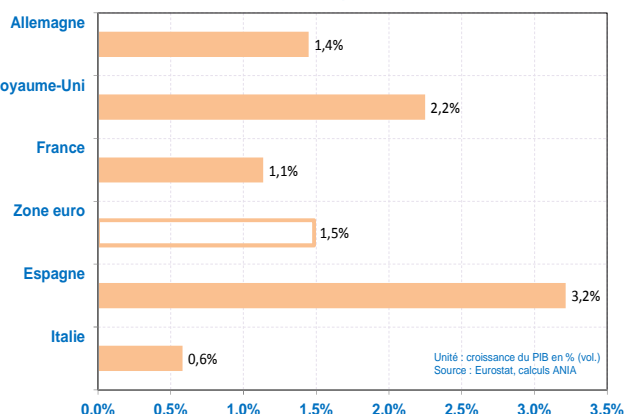
Enfin, le commerce extérieur continue de pénaliser l'activité. Fin 2015, le déficit commercial des produits manufacturés (mesuré hors énergie) se creuse, s'établissant à 25,6 Md€ (après -23 Md€ en 2014 et -17 Md€ en 2013), malgré la forte dépréciation de l'euro vis-à-vis du dollar en 2015, qui stimule la compétitivité-prix.

Sur 2015, l'activité progresse de 1,1% en France, après +0,2% en 2014 et +0,7% en 2013. Il s'agit de la croissance la plus dynamique depuis 2011.

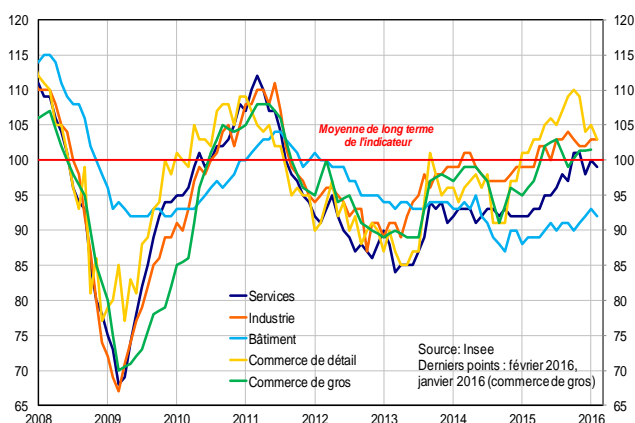
Si elle se redresse, la croissance reste inférieure à celle observée dans la zone euro (+1,5%). L'activité est notamment plus dynamique outre Rhin (+1,4%) et en Espagne (+3,2%).

La situation économique française reste pénalisée par des facteurs qui lui sont propres : un taux de chômage deux fois plus élevé qu'en Allemagne (+10,2% contre +4,5%), qui ne baisse pas alors qu'il recule partout dans le reste de la zone euro et un investissement qui tarde à décoller, faute de visibilité et de perspectives pour les chefs d'entreprises. En France, l'investissement total a ainsi contribué négativement à la croissance en 2015, pour la troisième année de suite.

Croissance du PIB pour 2015



Climat des affaires - Insee



Le climat des affaires (indicateur synthétique calculé à partir des réponses des chefs d'entreprise des principaux secteurs concernant leur environnement économique et financier), s'est redressé tout au long de l'année 2015, notamment dans les secteurs liés à l'évolution de la demande (commerce de détail et services). La baisse du pétrole, spectaculaire en 2015 dynamise l'activité de ces secteurs.

Dans l'industrie, le climat des affaires évolue à un niveau supérieur à sa moyenne de long terme depuis avril 2015.

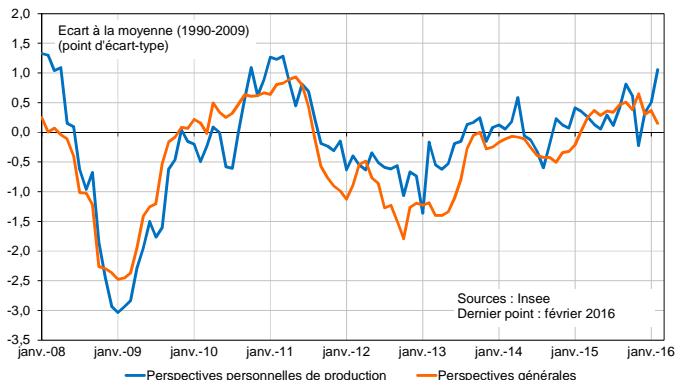
Enfin, notons que le moral des dirigeants d'entreprises fléchit début 2016, sans pour autant remettre en cause la dynamique favorable de 2015 à ce stade.

Fierté, Responsabilité, Ambition

## Panorama macro économique : des réformes structurelles doivent prendre le relais de facteurs extérieurs favorables (pétrole, change...)

**Côté offre : les doutes sur la croissance mondiale pèsent sur le moral des dirigeants, notamment dans l'IAA**

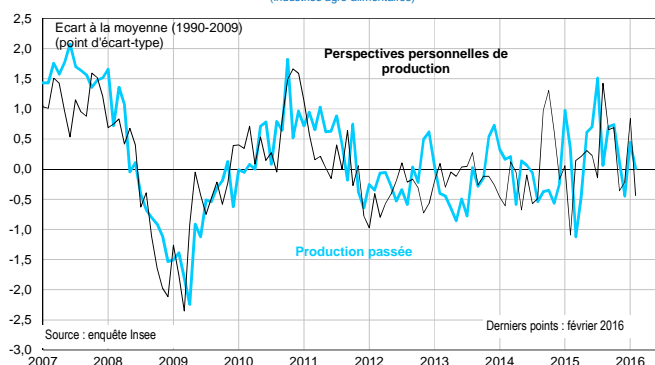
Evolution des perspectives personnelles et générales dans le secteur manufacturier



Dans l'industrie manufacturière, l'écart se creuse depuis plusieurs mois entre les perspectives personnelles (liées à l'activité de l'entreprise) et générales d'activité (liées au contexte macroéconomique).

En particulier, la confiance des chefs d'entreprises dans l'évolution générale de l'activité recule, sur fond de ralentissement chinois, de retournement des marchés boursiers et de chute du pétrole. Cette incertitude, si elle venait à durer, pourrait nourrir un attentisme dans les projets d'investissements et embauches des chefs d'entreprises.

France : jugement des industriels sur l'activité (industries agro-alimentaires)

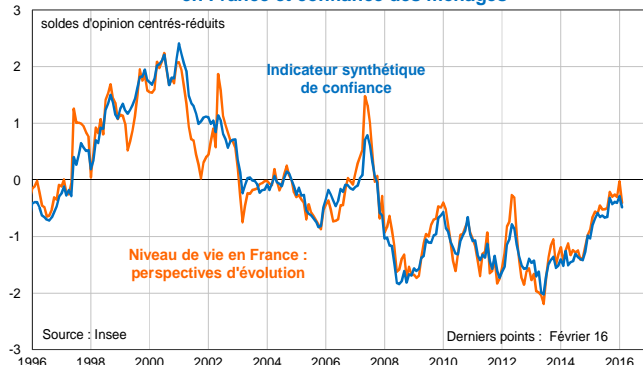


Cependant, à ce stade, les perspectives personnelles restent dynamiques dans l'ensemble de l'industrie. Début 2016, elles s'établissent ainsi à un niveau supérieur à leur moyenne de long terme.

Le secteur agroalimentaire ne profite pas du redressement des perspectives dans l'industrie. Il voit à l'inverse sa conjoncture se dégrader début 2016. Les perspectives de production baissent et s'établissent à un niveau inférieur à la moyenne de long terme.

**Côté demande : En 2015, la consommation a profité de l'aubaine constituée par la baisse du prix du pétrole. Pour 2016, un redressement plus durable est conditionné par une amélioration sur le front de l'emploi**

Evolution de l'opinion des ménages sur le niveau de vie futur en France et confiance des ménages



La confiance des ménages en 2015 dans le sillage de la baisse du prix du pétrole. Cette dernière a permis au pouvoir d'achat de retrouver un dynamisme inobservé depuis plusieurs années (+1,7% en 2015).

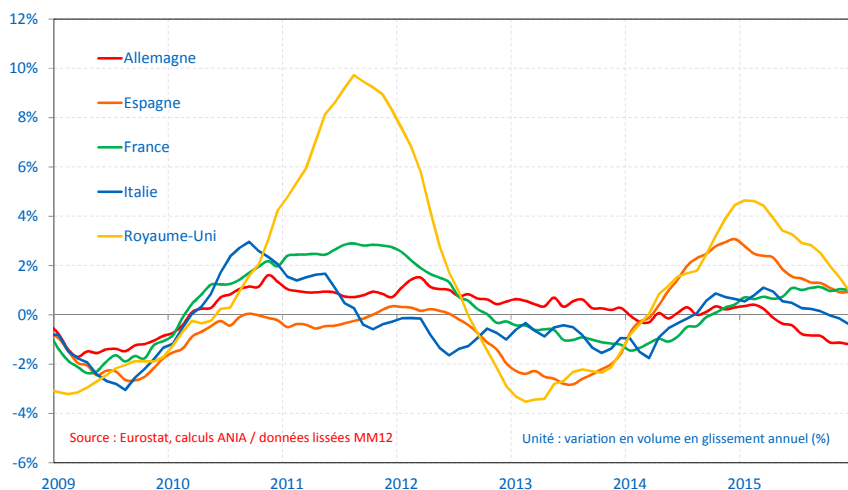
Dans un contexte de marché de l'emploi dégradé (3 553 000 demandeurs d'emploi en catégorie A en France métropolitaine en janvier 2016), les craintes des ménages portent surtout sur le niveau du chômage.

En définitive, la hausse de la consommation constatée en 2015 apparaît circonstancielle. Seule une baisse prononcée (et durable) du niveau du chômage permettrait un recul du taux d'épargne et des comportements de précaution. Pour mémoire, le taux d'épargne a accéléré fin 2015 (+15,7%), retrouvant son niveau de 2012.

Fierté, Responsabilité, Ambition

## Panorama Europe : inflation et production encore modérées – Résilience de l'activité dans l'IAA en France

Evolution de la production dans les IAA en zone euro

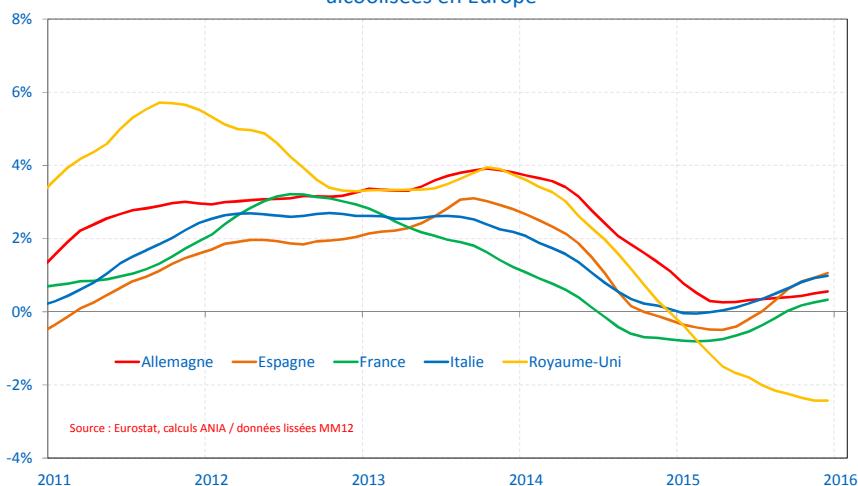


La production, sur 12 mois glissants, continue de ralentir en Europe au mois de décembre, pour le 3<sup>e</sup> mois consécutif (+0,7% après +0,8% en novembre, +0,9% en octobre et +1,1% en septembre). En France, la production résiste, s'établissant à 1,0% sur un an, pour le troisième mois consécutif.

Au sein des pays moteurs depuis 2014, l'Espagne voit sa production marquer le pas en décembre (+0,9%, comme en novembre, après +1,1% en octobre). Le fléchissement est plus marqué au Royaume-Uni (+1% fin 2015 après +1,5%).

Dans les autres pays de la zone euro, la baisse de la production se confirme : -0,4% après -0,2% en novembre en Italie et -1,2% après -1,1% en novembre 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 :

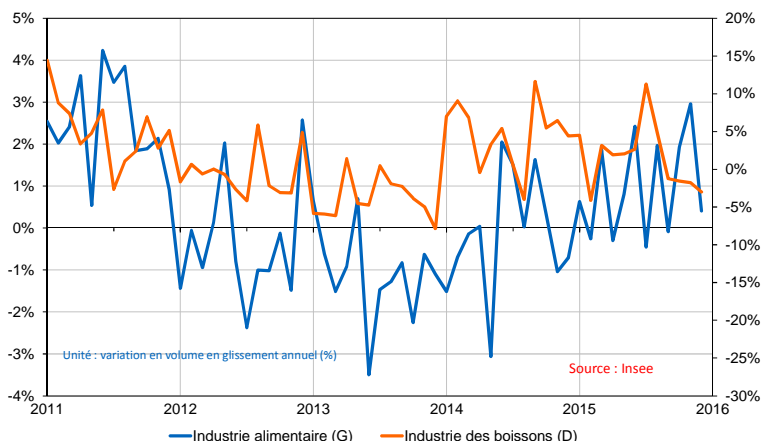
L'inflation se renforce graduellement mais reste encore modérée en Espagne (+1,1% après +0,9%), en Italie (1,0% après 0,9%) et en Allemagne (+0,6% après +0,5%).

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 en 2015, s'inscrivant à -2,4% en fin d'année.

## Production alimentaire France : une hausse s'est dessinée sur l'ensemble de l'année 2015

Production des produits agroalimentaires et des boissons



La production alimentaire recule en décembre (-1,5%), après une légère hausse constatée en novembre (+0,4%). Sur un an, elle décélère nettement : +0,4% après +3,0% en novembre.

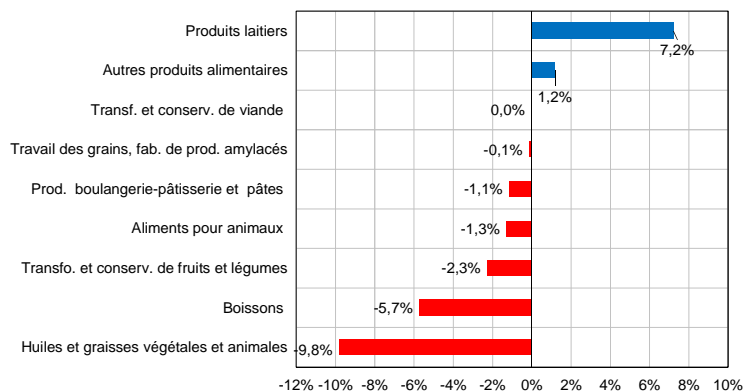
Sur les trois derniers mois, l'évolution reste orientée à la hausse (+0,4%). La production de boissons recule en décembre (-0,4%), prolongeant ainsi une évolution constatée en novembre (-0,1%) et octobre (-5,2%).

**Sur les douze derniers mois, à décembre 2015, la production agroalimentaire progresse de 1,0% et celle des boissons de +1,5%.** Pour rappel, la production alimentaire s'était repliée sur les trois dernières années, respectivement de 0,1% en 2014, 1,1% en 2013 et 0,4% en 2012.

Sur les trois derniers mois, à décembre 2015, les productions de produits laitiers et des autres produits alimentaires ont progressé, respectivement de 7,2% et 1,2%.

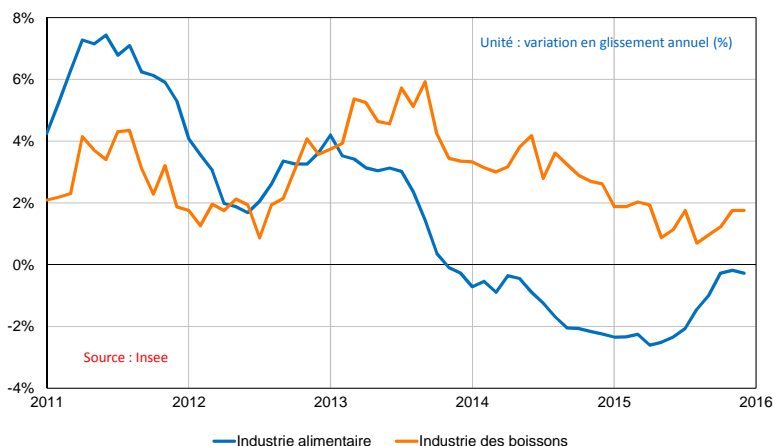
Concernant les autres secteurs, la production se replie ou reste atone. Le recul est notamment prononcé s'agissant des activités de transformation et de conservation de fruits et légumes (-2,3%) ou encore pour ce qui concerne les huiles et graisses végétales et animales (-9,8%) et les boissons (-5,7%)

Variation sur trois mois de la production par secteur



Source : Insee

Prix à la production des produits alimentaires et des boissons



Les prix à la production des produits alimentaires se sont globalement stabilisés depuis le mois d'octobre 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 décembre 2015 par rapport à décembre 2014.

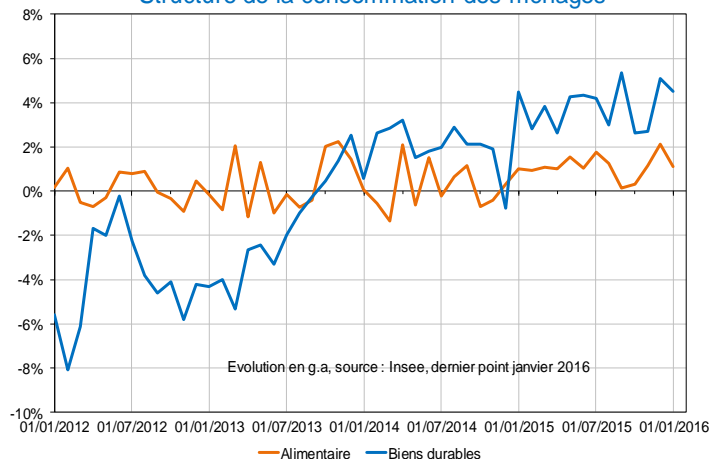
**Sur les douze derniers mois à décembre 2015, les prix à la production des industries alimentaires ont reculé de 1,6% et ceux des industries des boissons ont progressé de 1,5%.**

Fierté, Responsabilité, Ambition



### Consommation France : toujours moins vigoureuse dans l'alimentaire, malgré une inflation très faible

Structure de la consommation des ménages



Dynamique en fin d'année dernière, la consommation alimentaire recule début 2016 (-0,8% sur un mois après +1,2% en décembre).

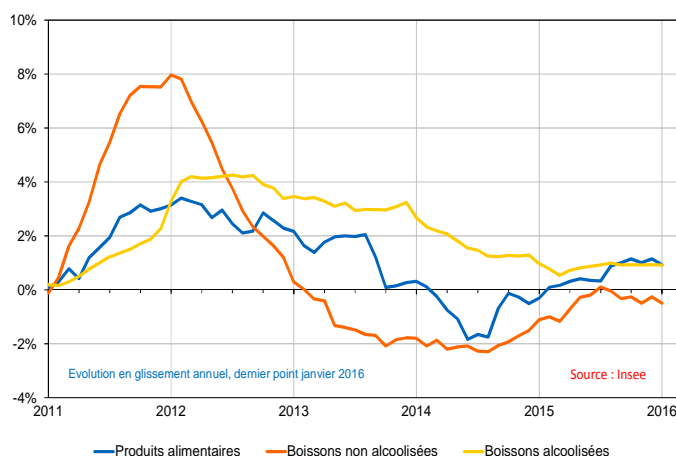
Sur un an, la consommation alimentaire ralentit (+1,1% après +2,1% en décembre). Sur les trois derniers mois, la consommation progresse de 1,0%.

**A noter enfin que, depuis plus de deux ans, un écart subsiste entre la consommation alimentaire et la consommation d'ensemble. Sur les 12 derniers mois, la consommation alimentaire a progressé de 1,1% contre 1,7% pour la totalité de la consommation des ménages.**

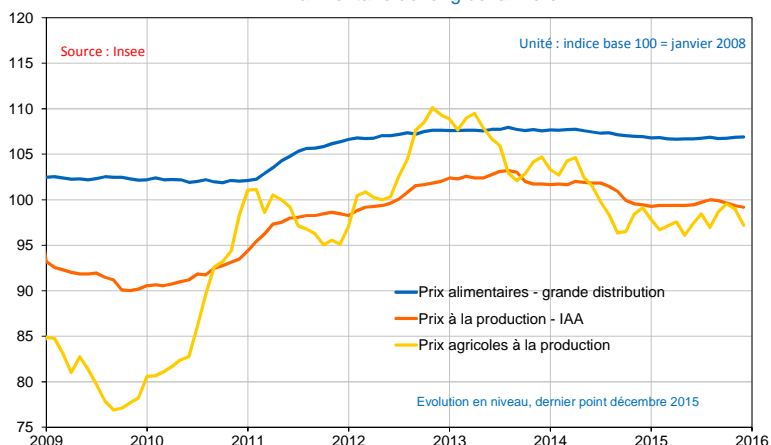
**Les prix à la consommation des produits alimentaires progressent de 0,9% en janvier 2016 par rapport à janvier 2015 après +1,1% sur un an en décembre.**

Les prix à la consommation des boissons non alcoolisées sont en déflation depuis cinq mois. Ils s'inscrivent à -0,5% en glissement annuel en janvier après -0,3% en décembre. L'inflation des boissons alcoolisées reste stable : 0,9% sur la même période à janvier 2016, soit une évolution inchangée depuis septembre.

Inflation alimentaire



Prix alimentaire au long de la filière



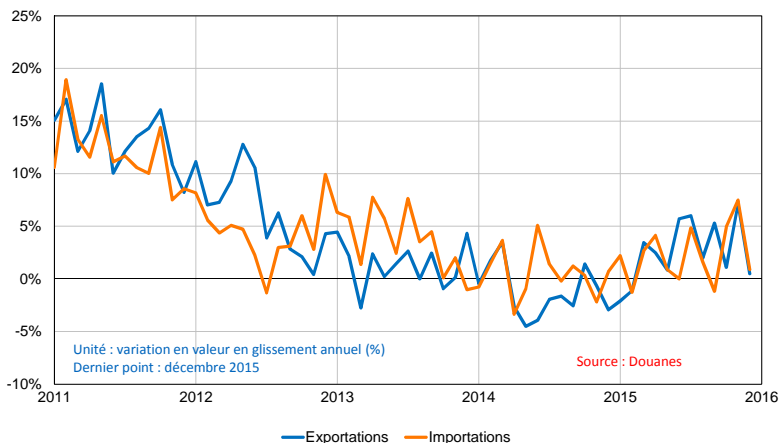
Le graphique ci-contre reprend l'évolution des prix à plusieurs stades de la filière alimentaire. **Il permet de bien appréhender les tensions qui pèsent sur la formation des prix.**

En amont, les prix agricoles à la production varient largement en fonction des cours des matières premières. Ces prix ont légèrement reculé en décembre (-1,9%), après deux mois consécutifs de hausse (+0,5% en novembre puis +3,2% en octobre). Sur cet intervalle, les prix à la production des industries agroalimentaires se sont globalement stabilisés (-0,3%) tout comme ceux dans la grande distribution (+0,0%).

Fierté, Responsabilité, Ambition

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

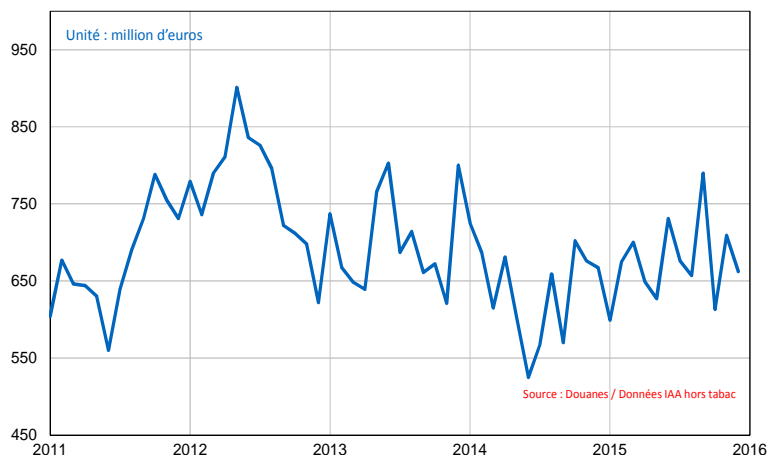
Evolution du commerce extérieur des IAA



En décembre 2015, les exportations des produits agroalimentaires hors tabac fléchissent nettement, s'établissant à +0,5% après +7,1% en novembre. **Sur les douze derniers mois, les exportations hors tabac progressent de +2,7%.**

Les importations de produits agroalimentaires ont également nettement ralenti en décembre : 0,9% en glissement annuel après +7,5% en novembre. **Sur les douze derniers mois, les importations hors tabac ont progressé de 2,1%.**

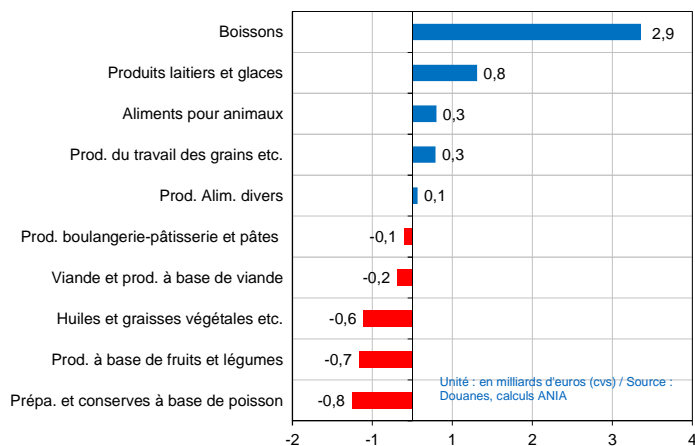
Solde commercial mensuel



Le solde commercial des industries alimentaires hors tabac a atteint 662 millions d'euros en décembre 2015 contre 709 millions d'euros au mois de novembre.

**Sur les douze derniers mois, à décembre 2015, l'excédent commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 8,1 milliards d'euros.**

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

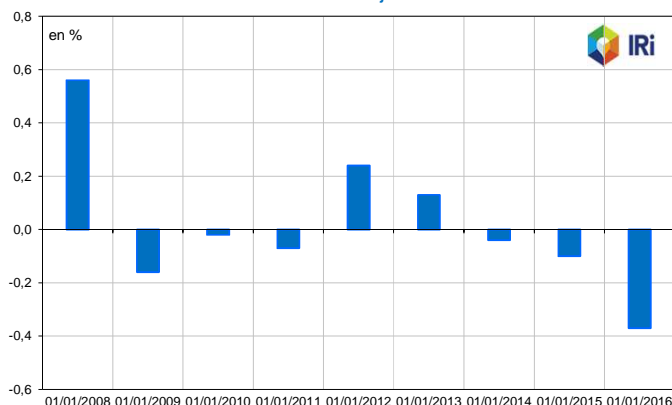


Sur les trois derniers mois à décembre 2015, le solde commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 2,0 milliards d'euros. Les boissons ont largement contribué à cet excédent à hauteur de 2,9 milliards d'euros.

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; 0,3 et 0,1 milliards d'euros.

### Focus Distribution : vers une 3<sup>ème</sup> année consécutive de guerre des prix

Inflation mensuelle en janvier en PGC



Le début de l'année 2016 s'inscrit dans la plus stricte continuité des deux années écoulées : **la déflation perdue et atteint, selon IRI, un niveau inobservé depuis plus de 8 ans.**

Pourtant, de façon traditionnelle durant le mois de janvier, au moment des négociations, les prix marquent une pause. Le niveau de déflation observé en janvier dans l'alimentaire (-1,0% sur un an) augure une poursuite de la guerre des prix en 2016.

**Pour mémoire, le mois de janvier 2016 constitue le 31<sup>ème</sup> mois consécutif de déflation pour l'ensemble des produits de grande consommation**

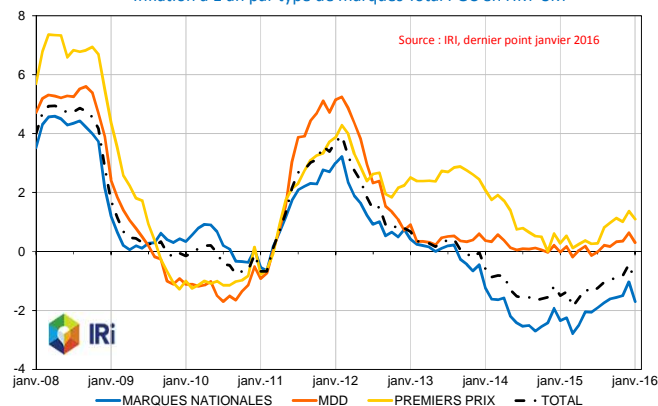
Dans le détail, la déflation continue à toucher en premier lieu des hypermarchés, en étant toujours limitée à l'univers des marques nationales.

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 depuis 2 ans.

Au total, le taux de marge baisse de près de 3 points depuis 2013, pour s'établir en 2015 à un niveau inobservé depuis 1974, tandis que dans le reste du secteur manufacturier, les dernières estimations de la comptabilité nationale accèdent un renforcement des marges (+ 3 points depuis 2013, source INSEE, comptes trimestriels)

Inflation à 1 an par type de marques Total PGC en HM+SM



En 2015, la déflation est généralisée à l'ensemble des secteurs et demeure plus soutenue sur l'ensemble de l'épicerie (-1,3%).

Pour rappel, à fin 2015, 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)

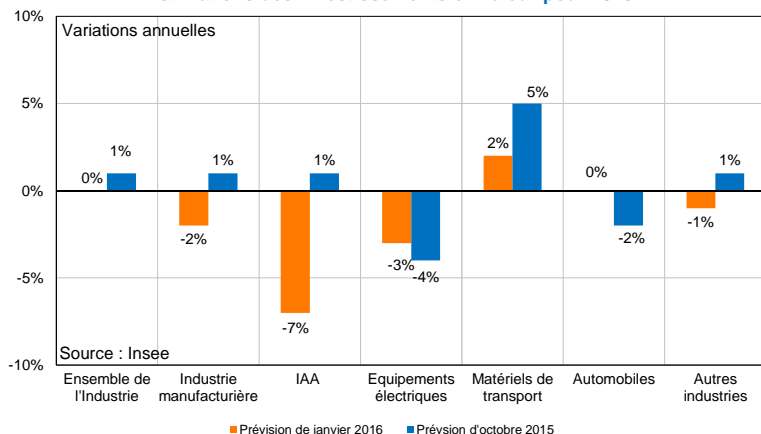
Secteurs	Total	Marques nationales	Marques de distributeurs	Premiers prix
Total hors droguerie parfumerie et hygiène	-0,9	-1,5	0,2	1,2
EPICERIE	-1,3	-1,8	0,0	0,7
EPICERIE SALEE	-1,2	-1,9	0,1	2,7
EPICERIE SUCREE	-1,3	-1,7	-0,2	-2,3
LIQUIDES	-1,2	-1,5	0,0	0,5
BRSA ET EAUX	-1,8	-2,6	-0,2	0,6
BIERES ET CIDRES	-1,9	-2,3	1,7	0,6
ALCOOLS	-0,3	-0,3	-0,2	0,4
PLS POIDS FIXE	-0,5	-1,4	0,4	1,6
SURGELES GLACES	0,5	-0,7	1,4	2,0
CREMERIE	-0,9	-1,9	0,2	3,5
FRAIS NON LAITIERS LS	-0,3	-0,8	0,3	0,1





## Focus Investissement : 1- un déficit d'investissement s'est creusé dans l'IAA...

Estimations des investissements en valeur pour 2015



L'érosion tendancielle des marges et de la compétitivité pèse sur la capacité des entreprises de l'IAA à investir.

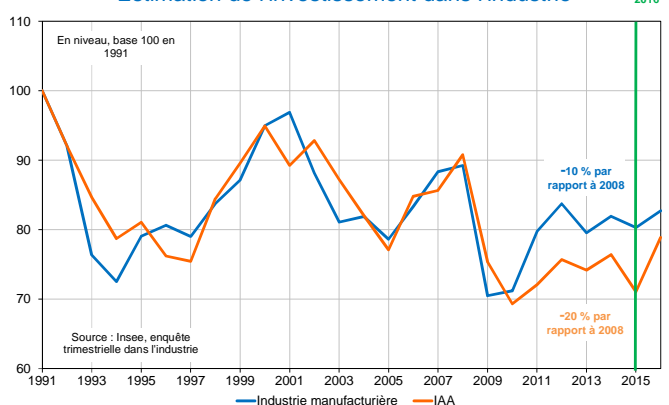
Dans ce contexte, les dernières estimations pour 2015 signalent **une contraction brutale de l'investissement : -7% estimé**, contre 1% prévu en octobre dernier et 7% en juillet 2015.

En 6 mois, la donnée pour 2015 aura donc été révisée de près de 15 points, ce qui atteste du **manque de visibilité des industriels du secteur agroalimentaire**, qui, dans un contexte de guerre des prix persistant, se retrouvent dans une position d'attente.

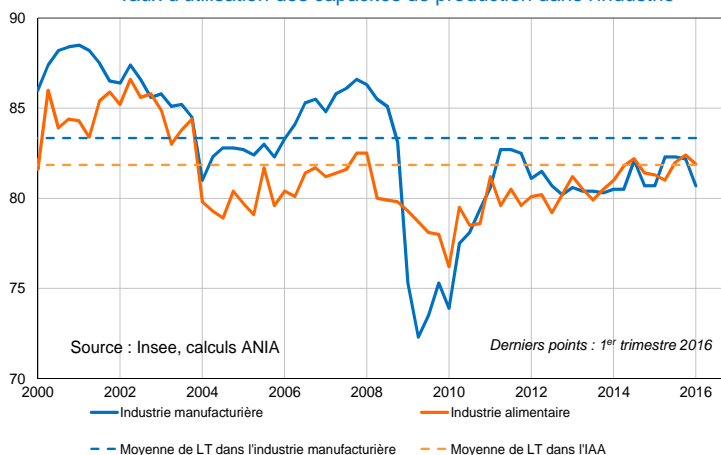
Pour 2015, la baisse de l'investissement est également plus prononcée dans l'IAA que dans les autres secteurs manufacturés (-7% contre -2%).

Sur plus longue période, depuis la crise financière de 2008, **l'investissement a baissé de près de 20% dans l'IAA contre une baisse cumulée de 10% pour le reste de l'industrie.** (Source INSEE, enquête trimestrielle dans l'industrie)

Estimation de l'investissement dans l'industrie



Taux d'utilisation des capacités de production dans l'industrie



Le taux d'utilisation des capacités de production (TUC) traduit le rapport entre les capacités de production (capital fixe) effectivement utilisées et le total des capacités de production dont le secteur dispose. Il mesure donc l'ensemble des tensions qui pèsent sur l'appareil de production du secteur productif.

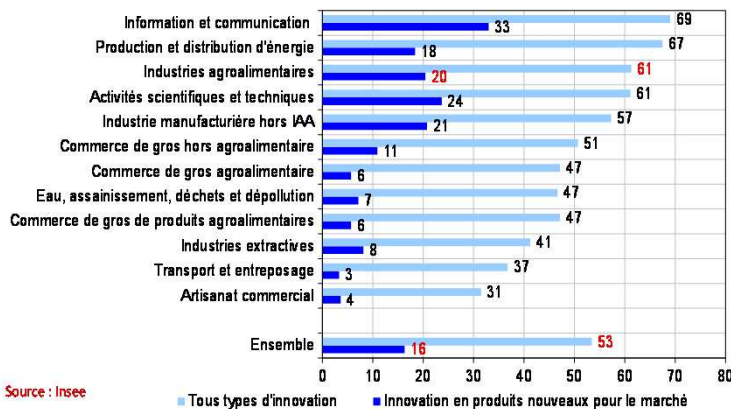
**L'industrie agroalimentaire, comme le reste de l'industrie, souffre de surcapacités de production persistantes.** Le TUC s'établit à un niveau nettement inférieur à la tendance d'avant crise.

**Dans l'industrie agroalimentaire, il met également en évidence une absence de capacité de rebond** (peu de dispersion autour de la moyenne de long terme) et un **risque de vieillissement de l'outil de production.**

## Focus Investissement : 2- ...une volonté de modernisation et d'innovation

### Les entreprises innovantes en 2012

en % du nombre d'entreprises



Source : Insee

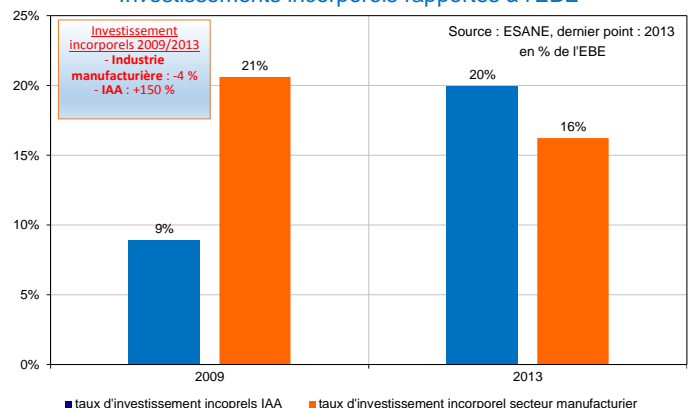
### Les entreprises agroalimentaires sont parmi les plus innovantes :

- le taux d'innovation dans l'IAA est l'un des plus élevés de l'industrie : 61% des entreprises de ce secteur innovent contre 53% pour l'ensemble des entreprises marchandes ;
- l'introduction d'un produit nouveau sur le marché, marqueur d'une réelle capacité créative des entreprises, est le fait de 20% des entreprises de l'IAA. Là encore, ce chiffre excède celui observé pour l'ensemble des secteurs marchands (16%).

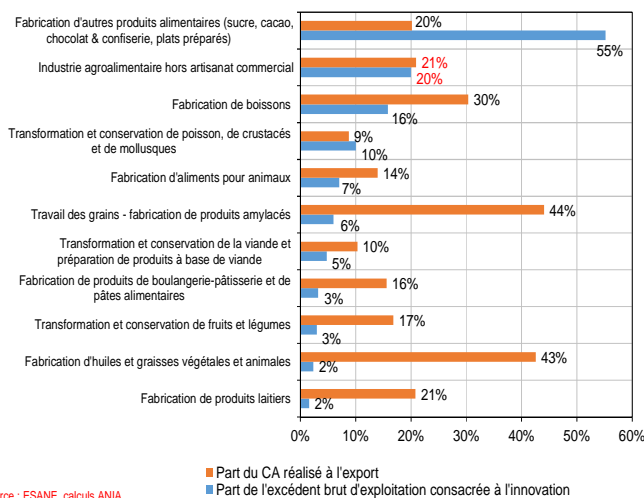
L'évolution des actifs incorporels (notion qui recouvre les dépenses liées à la R&D, la formation, aux logiciels et celles liées à l'action commerciale) permet d'appréhender l'innovation au sens le plus large possible (innovation technologique et non technologique).

Malgré une érosion tendancielle de ses marges, le secteur agroalimentaire affiche une volonté de modernisation, qui vient renforcer le potentiel de croissance de l'industrie depuis la crise, la part des investissements innovants dans les résultats de l'entreprise progresse nettement entre 2009 et 2013, passant de 9% à 20%. A l'inverse, elle tend à reculer dans le reste de l'industrie.

### Investissements incorporels rapportés à l'EBE



### Lien entre innovation et export dans l'IAA - comparaison sectorielle



L'innovation favorise la compétitivité hors-prix du secteur. Elle permet d'adapter les produits offerts aux besoins du consommateur, en termes de goût, de nutrition, de diversité et de favoriser la réputation des produits. A ce titre, elle bénéficie pleinement à l'autre levier de compétitivité de l'IAA : l'export.

L'innovation constitue souvent une condition préalable à l'export : au total, 70% des sociétés exportatrices ont innové dans l'industrie alimentaire (contre 64% dans les autres secteurs). A noter que dans l'IAA, la part du chiffre d'affaires réalisé à l'export (21%) est semblable au « budget innovation » engagé (20%).

Les secteurs considérés les plus innovants (sucre, cacao, chocolats & confiserie, plats préparés, boissons) sont souvent très présents à l'export.

### Fierté, Responsabilité, Ambition