

L'investissement des entreprises doit prendre le relais en 2016 pour assurer la modernisation du secteur et la pérennité de la croissance

En 2015, l'industrie agroalimentaire a conservé sa place de premier secteur industriel, malgré un tassement de son chiffre d'affaires (stable par rapport à 2014) et une érosion des marges qui limite considérablement sa capacité d'investissement.

- La résistance du secteur agroalimentaire par rapport au reste de l'industrie se confirme en 2015.** Avec 440 926 salariés, le secteur maintient son rang de premier employeur industriel. Les IAA ont même créé 4 332 emplois, tandis que l'industrie dans son ensemble en a détruit près de 35 000 en 2015. La production a affiché une hausse inédite depuis 4 ans (+0,9%), alimentant la reprise constatée dans l'ensemble des secteurs industriels (+0,7%). Avec un solde extérieur positif de 8,1 Md€, l'agroalimentaire reste un des fleurons français à l'export.
- Résiliente, l'industrie agroalimentaire est pour autant directement menacée.** Dans le secteur de la grande distribution, la guerre des prix persiste depuis 32 mois. Le niveau de déflation observé début 2016 sur l'ensemble des produits de grande consommation est inédit depuis 8 ans. Cette situation pèse lourdement sur la santé économique des entreprises (érosion des marges depuis 2009, à un niveau inobservé depuis 40 ans en 2015), la capacité d'investissement (repli estimé à 7% en 2015) et leur compétitivité.
- La vigueur de la consommation récemment constatée plaide pour un redémarrage de la demande intérieure en 2016.** Toutefois, cette hausse de la consommation ne doit pas se transformer en surcroît trop important d'importations. Depuis 2011, les importations alimentaires augmentent en effet vigoureusement (+17%), dans un contexte où la production recule (-2,4%). La dynamique de l'export demeure plus contenue sur cette période (+1,6%). Elle reste l'un des axes majeurs de développement et de croissance des entreprises agroalimentaires.
- Enfin, l'une des clefs d'une croissance robuste en 2016 est conditionnée par la reprise de l'investissement.** Pour 2016, les dernières prévisions (+11%) signalent davantage un attentisme des industriels qu'une volonté assumée de modernisation. Depuis 2008, les industriels manquant de visibilité diffèrent leurs investissements année après année. Il s'agit là d'un enjeu fondamental pour le potentiel de croissance de la 1^{ère} industrie de France.

Chiffres clés des IAA en 2015

Sources : INSEE, Acoiss, ESANE, Douanes

Nombre
Entreprises

16 218 entreprises
98% de TPE-PME

Effectifs

440 926 salariés
+ 4 332 vs 2014

Chiffres
d'affaires

170 milliards d'euros
Stable vs 2014

Solde
Commercial

8,1 milliards d'euros
vs 7,7 Mds€ en 2014

Investissements

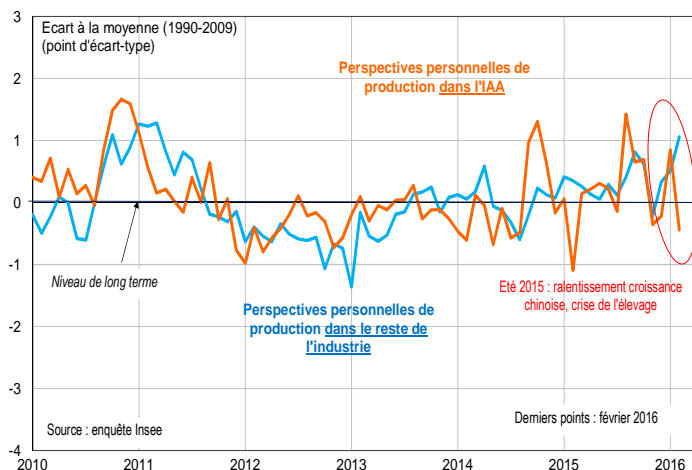
-7% en 2015
-20% depuis 2008

Fierté, Responsabilité, Ambition

Panorama macro économique : dans l'IAA décrochage de la conjoncture par rapport aux autres secteurs industriels

Côté offre : les doutes sur la croissance mondiale et le contexte géopolitique agité pèsent sur le moral des dirigeants dans le secteur agroalimentaire, accentuant un décalage par rapport au reste de l'industrie

France - Perspectives de production :
IAA vs autres secteurs industriels

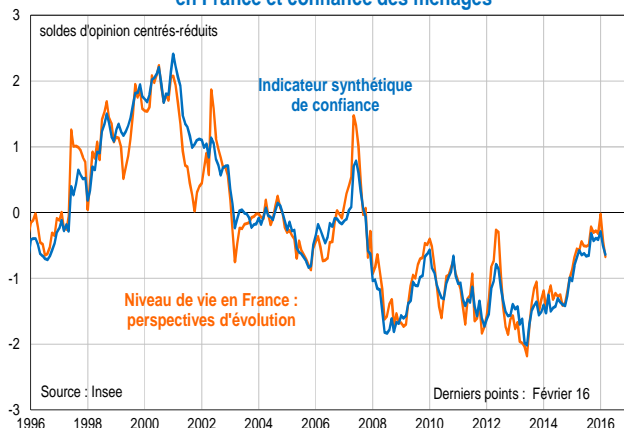


Dans l'industrie, la conjoncture s'est sensiblement redressée ces derniers mois. Les perspectives de production (qui renseignent sur l'évolution prévue de l'activité au cours des trois prochains mois) grimpent et atteignent début 2016 un niveau inobservé depuis 5 ans.

Le secteur agroalimentaire, en manque de visibilité et de confiance, ne profite pas de cette embellie conjoncturelle. Sur fond de crise de l'élevage, de ralentissement de croissance au sein des pays émergents et de contexte géopolitique agité (Embargo Russe), les perspectives de production baissent tendanciellement depuis juillet, s'établissant début 2016 à un niveau inférieur à la moyenne de long terme.

Côté demande : Début 2016, dans un contexte de marché de l'emploi dégradé, la confiance des ménages s'étiole, mais la consommation se redresse fortement.

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



Après une année 2015 favorable, la confiance des ménages fléchit depuis le début de l'année.

En 2015, la baisse du prix du pétrole a notamment permis aux ménages de restaurer leur situation financière. **La hausse durable de la confiance des ménages apparaît maintenant conditionnée à la crédibilité de réformes structurelles, notamment sur le front de l'emploi.**

Début 2016, le recul de la confiance des ménages s'explique surtout par une progression des craintes sur le niveau du chômage, dans un contexte de marché de l'emploi toujours dégradé (3 591 000 demandeurs d'emploi en catégorie A en France métropolitaine en février 2016, + 38 400 sur un mois).

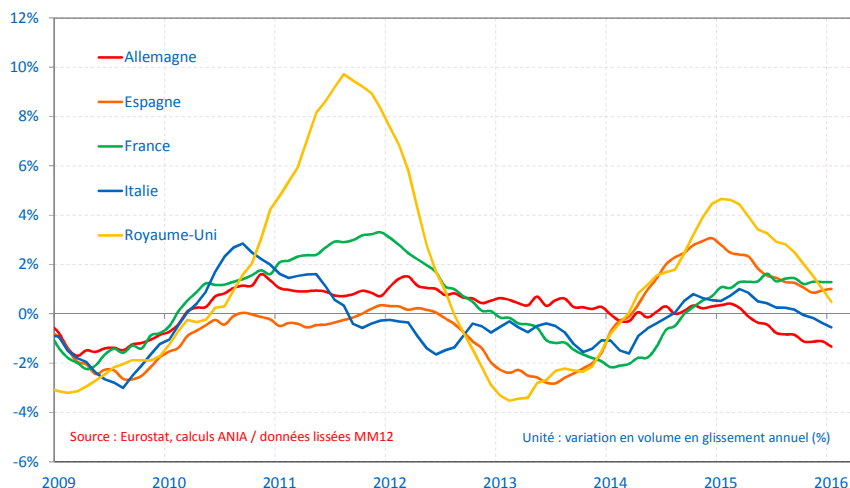
Dans ce contexte, l'ampleur de la hausse de la consommation constatée début 2016 (à un niveau inobservé depuis 2011) surprend. Selon l'OFCE, elle suggère un impact plus diffus de la baisse du prix du pétrole, « qui a eu un effet massif sur le pouvoir d'achat et ne commence à faire effet que maintenant sur la consommation ».

Pour ces raisons, la consommation devrait donc augmenter de manière plus prononcée en 2016 par rapport à 2015.

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

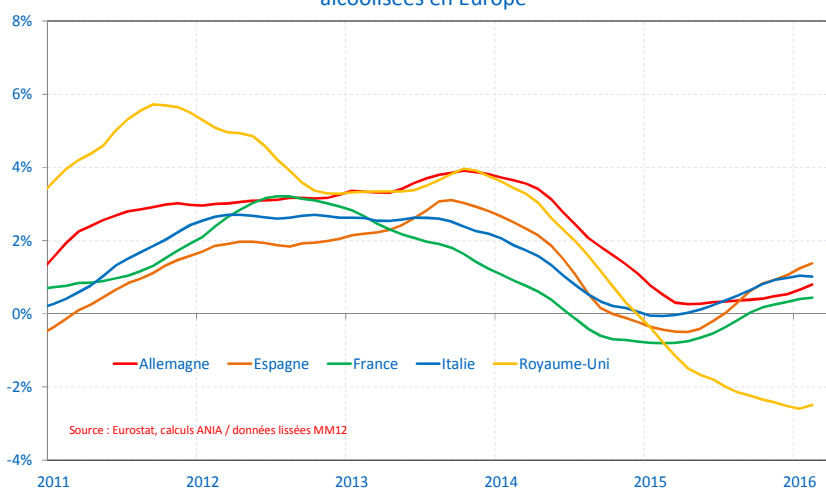


La production, sur 12 mois glissants, continue de ralentir en Europe au mois de janvier (+0,7% après +0,8% en décembre, +0,9% en novembre). En France, la production résiste, s'établissant à 1,3% sur un an, pour le troisième mois consécutif.

Parmi les autres pays de la zone euro, l'Espagne voit sa production stagner en janvier (+1,0% après +0,9% en décembre). Le fléchissement continue de s'observer au Royaume-Uni (+0,5% début 2016 après +1,0% fin 2015).

La baisse de la production se confirme et s'intensifie en janvier en Italie : -0,6% après -0,4% et en Allemagne : -1,3% après -1,1%.

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 s'est stabilisée autour de 0 % depuis décembre 2015.

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

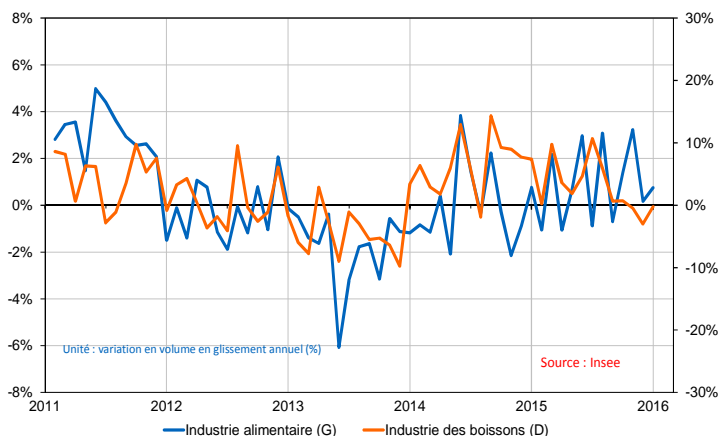
L'inflation se renforce graduellement mais reste encore modérée en Espagne (+1,4% après +1,2%) et en Allemagne (+0,8% après +0,7%).

Par ailleurs, l'inflation est redevenue positive en France à partir du mois d'août 2015. Elle s'inscrit à +0,4%, en février 2016.

Enfin, l'inflation est restée négative au Royaume-Uni tout au long de l'année 2015. Elle s'inscrit à -2,5% en février 2016.

Production alimentaire France : Une hausse en 2015, mais un ralentissement observable depuis quelques mois

Production des produits agroalimentaires et des boissons



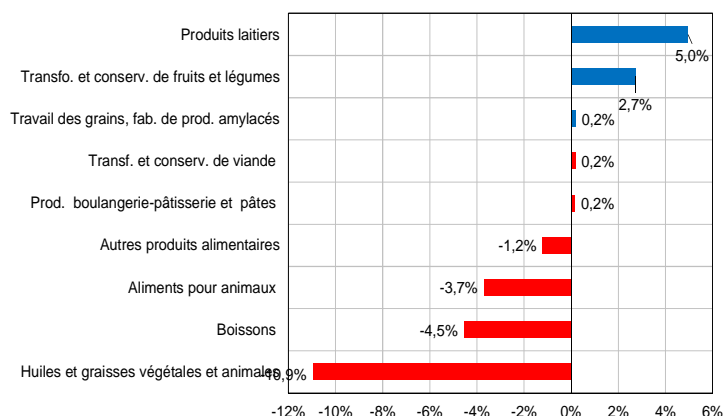
La production alimentaire s'inscrit en légère hausse en janvier (+0,5%), après une baisse constatée en décembre (-1,5%). Sur un an, elle progresse +0,8% après +0,2% en décembre. **En revanche, sur les trois derniers mois, la production recule en janvier (-0,6%).** La production de boissons progresse en revanche en janvier (+2,5%), mettant fin à trois mois de baisses successives.

Sur les douze derniers mois, à janvier 2016, la production agroalimentaire progresse de 0,8% et celle des boissons de +2,8%.

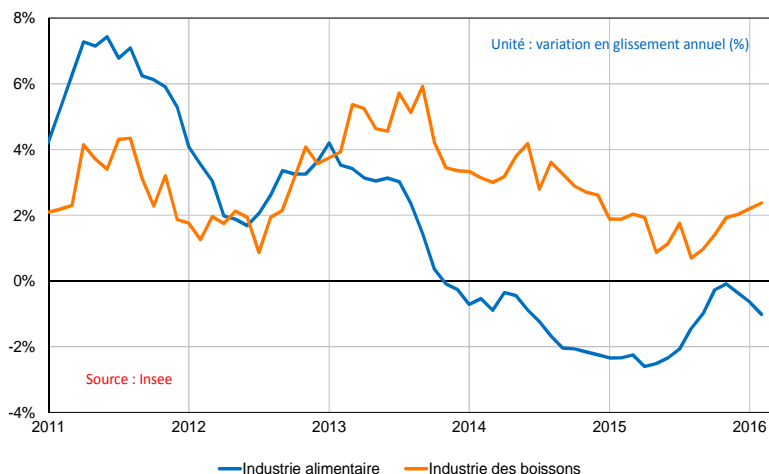
Sur les trois derniers mois, à janvier 2016, les productions de produits laitiers et de la transformation et conservation de fruits et légumes ont progressé, respectivement de 5,0% et 2,7%.

Concernant les autres secteurs, la production se replie ou reste atone. Le recul est notamment prononcé s'agissant du secteur des huiles et graisses végétales et animales (-9,8%) et des boissons (-4,5%)

Variation sur trois mois de la production par secteur



Prix à la production des produits alimentaires et des boissons



Les prix à la production des produits alimentaires sont repartis à la baisse début 2016. En février 2016, ils s'inscrivent en baisse de 1,0 % sur un an.

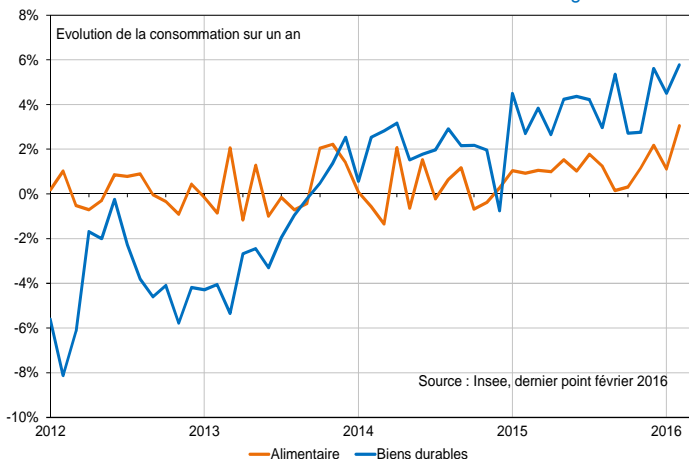
Les prix à la production des boissons ont en revanche progressé de 2,4% en février 2016 par rapport à février 2015.

Sur les douze derniers mois à décembre 2015, les prix à la production des industries alimentaires ont reculé de 1,8% et ceux des industries des boissons ont progressé de 1,7%.

Fierté, Responsabilité, Ambition

Consommation France : redressement sensible début 2016

Structure de la consommation des ménages



Les prix à la consommation des produits alimentaires progressent de 0,5% en mars 2016 par rapport à mars 2015 après +0,6% sur un an en février.

Les prix à la consommation des boissons non alcoolisées sont en déflation depuis sept mois. Ils s'inscrivent à -0,9% en glissement annuel en mars après -0,6% en février.

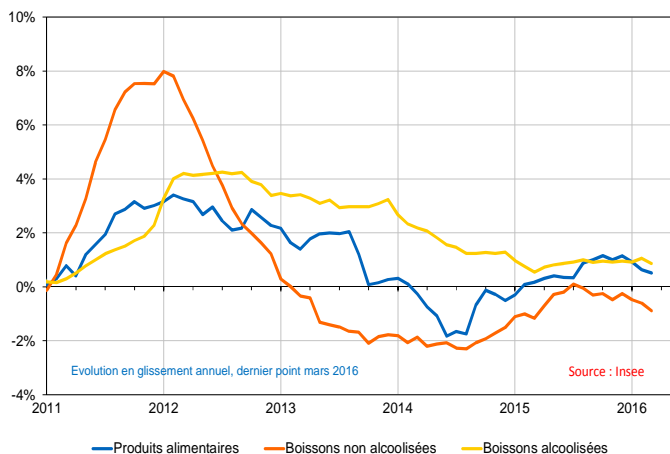
L'inflation des boissons alcoolisées ralentit : 0,9% sur la même période à mars 2016, après +1,1% en février.

La consommation alimentaire s'inscrit en forte hausse en ce début d'année 2016, à la faveur d'un mois de février de forte croissance (+1,5%). Sur un an, elle atteint un rythme de progression inobservé depuis mars 2010 (+3,1%).

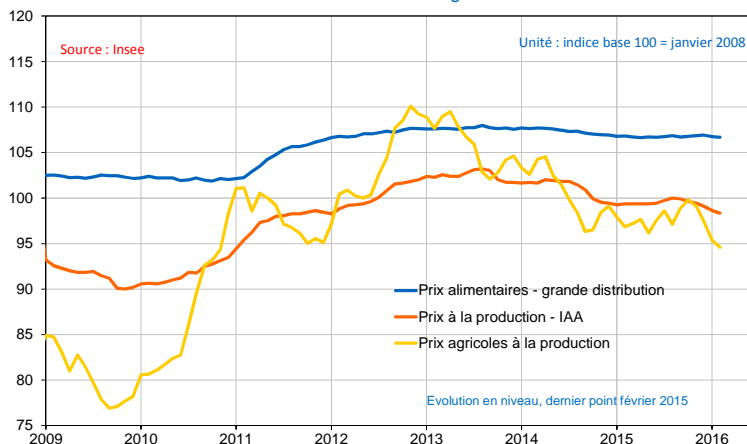
Depuis plus de deux ans, un écart subsiste entre la consommation alimentaire et la consommation d'ensemble.

A titre d'illustration, la consommation alimentaire progresse encore deux fois moins vite que celle en biens durables (+5,8% en février 2016).

Inflation alimentaire



Prix alimentaire au long de la filière



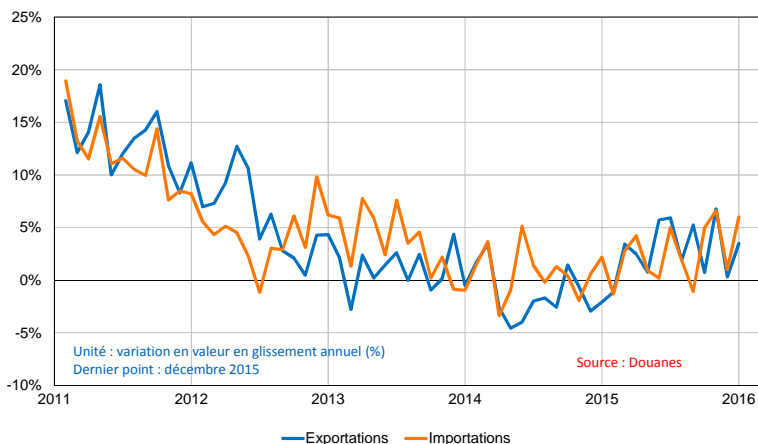
Le graphique ci-contre reprend l'évolution des prix à plusieurs stades de la filière alimentaire. Il permet de bien appréhender les tensions qui pèsent sur la formation des prix.

En amont, les prix agricoles à la production varient largement en fonction des cours des matières premières. Ces prix sont en baisse depuis trois mois : -2,3% constaté en février, après -2,6% en janvier et -1,8% en décembre. En février, les prix à la production des industries agroalimentaires ont également reculé (-1,0%). En revanche, les prix dans la grande distribution continuent à se maintenir.

Fierté, Responsabilité, Ambition

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

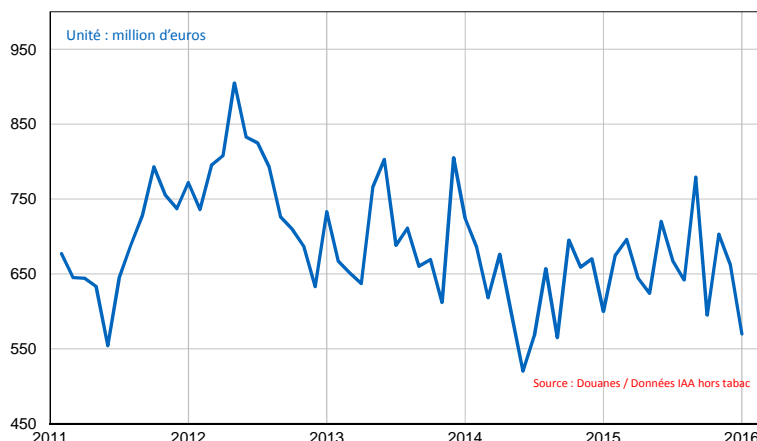
Evolution du commerce extérieur des IAA



En janvier 2016, les exportations des produits agroalimentaires hors tabac progressent de +1,3% après une baisse de -2,8 % constatée en décembre. **Sur les douze derniers mois, les exportations hors tabac progressent de +3,1%.**

Les importations de produits agroalimentaires progressent de manière encore plus vigoureuse en janvier : 4,6% après -2,1% en décembre. **Sur les douze derniers mois, les importations hors tabac ont progressé de 2,4%.**

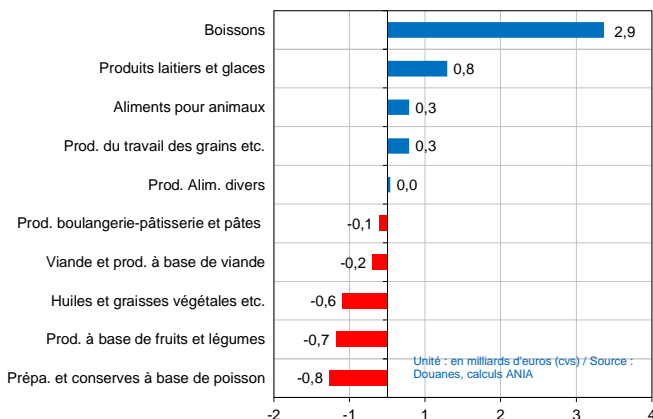
Solde commercial mensuel



Le solde commercial des industries alimentaires hors tabac a atteint 570 millions d'euros en janvier 2016 contre 662 millions d'euros au mois de décembre.

Sur les douze derniers mois, à janvier 2016, l'excédent commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 8,0 milliards d'euros.

Solde commercial dans l'IAA sur les 12 derniers mois à janvier 2016



Sur les trois derniers mois à janvier 2016, le solde commercial des produits des IAA hors tabac s'est élevé à 1,9 milliards d'euros. Les boissons ont largement contribué à cet excédent à hauteur de 2,9 milliards d'euros.

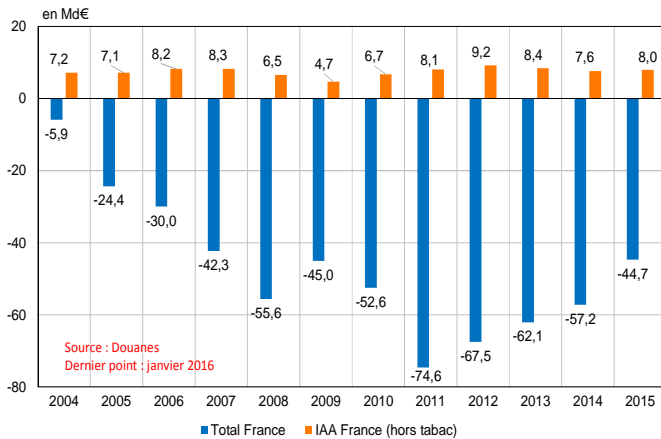
Les produits laitiers et glaces, les aliments pour animaux, la production du travail des grains ont également présenté un solde commercial positif s'élevant respectivement à 0,8; 0,3 et 0,3 milliards d'euros.

Fierté, Responsabilité, Ambition

Focus Export :

Le secteur agroalimentaire, un fleuron à l'export, mais des enjeux de compétitivité qui demeurent toujours importants

Solde commercial : IAA vs ensemble de l'économie



Avec un solde commercial autour de 8 Md€ en 2015, le secteur agroalimentaire confirme son rôle de fleuron à l'export, dans une économie globale qui a vu son déficit se réduire par la simple baisse de sa facture énergétique.

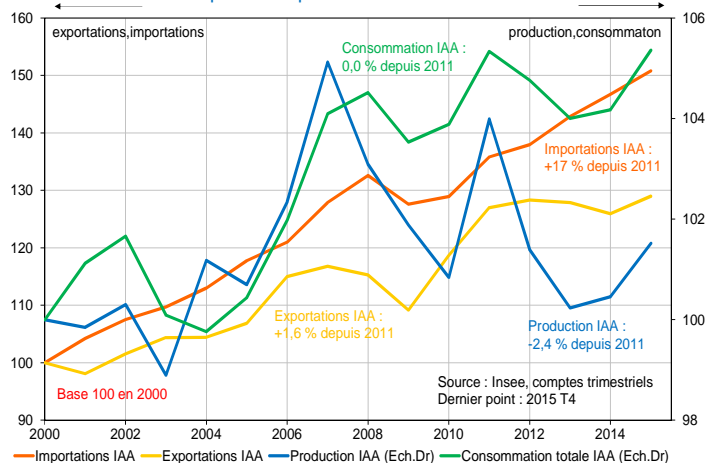
Toutefois, depuis 2012, le solde commercial tend à s'éroder de manière tendancielle dans l'IAA : en 4 ans, il a reculé de près de 15%. Par ailleurs, les performances apparaissent de plus en plus concentrées sur un nombre limité de secteurs : en 2015 seuls 4 secteurs -contre 5 en 2012- présentent des soldes commerciaux positifs (boissons, produits laitiers et glaces, travail du grain, produits alimentaires divers), tandis que la situation de secteurs déjà déficitaires en 2012 s'est aggravée (viandes, préparation et conserves à base de poisson...).

La composition des échanges extérieurs signale des faiblesses structurelles du secteur alimentaire.

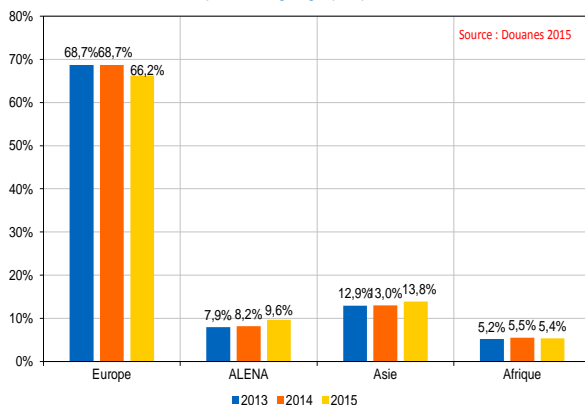
Dans le secteur, les importations augmentent de manière prononcée depuis 2011 (+17%). De manière traditionnelle, elles suivent l'évolution de la demande intérieure (consommation et investissement). Pour 2016, une reprise de cette dernière est attendue, avec pour risque qu'elle débouche finalement sur un surcroît d'importations, pouvant peser sur l'évolution du solde commercial.

L'évolution des exportations, qui stagnent depuis 4 ans, est donc déterminante pour le secteur agroalimentaire. Elle favorise la réputation des produits, assoit le développement des entreprises et plus globalement de la filière alimentaire.

Equilibre emplois-ressources dans l'IAA



Evolution des exportations agroalimentaires par zone géographique



Depuis deux ans, la France se maintient au rang de 4^e exportateur mondial de produits agroalimentaires. Elle réalise près de 2/3 de ses échanges en zone-euro et voit son poids se renforcer dans des zones dites « stratégiques » (ALENA et ASIE).

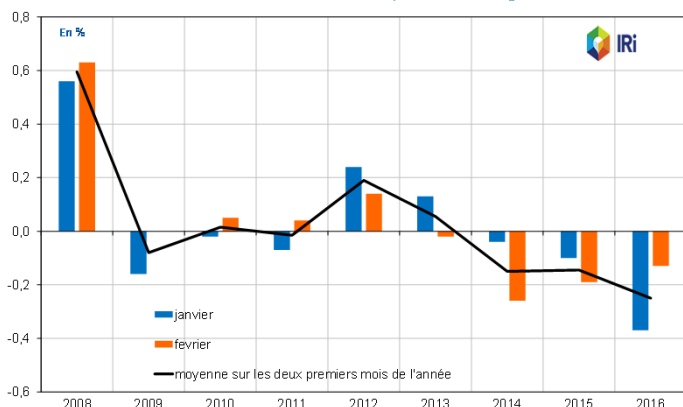
L'activité à l'exportation des entreprises françaises possède une marge de progression importante : seulement 21 % du CA des entreprises françaises est réalisé à l'export (36 % dans les autres secteurs de l'industrie), par des entreprises le plus souvent de taille importante (66 % sont des ETI-GE).

Pour autant, le secteur agroalimentaire (98 % de TPE-PME) a des atouts à faire valoir : ses produits sont synonymes de qualité, d'authenticité et de tradition. Pour les 16 218 entreprises agroalimentaires, l'activité à l'export doit donc être vue comme une opportunité de croissance et de compétitivité incontournable.



Focus Grande Distribution : vers une 3^{ème} année consécutive de guerre des prix

Inflation mensuelle en PGC en période de négociations



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

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

Pour mémoire, le mois de février 2016 constitue le 32^{ème} mois consécutif de déflation pour l'ensemble des produits de grande consommation.

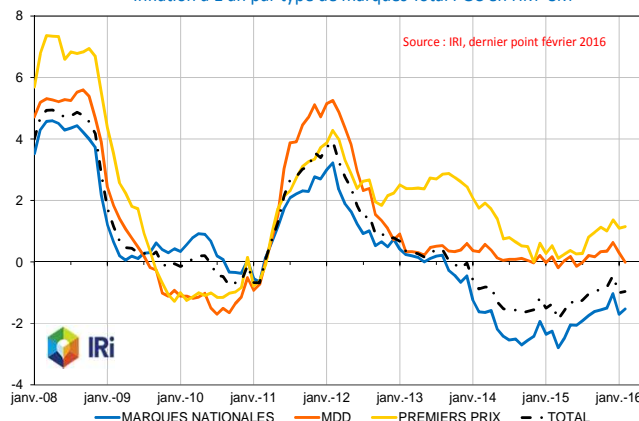
Dans le détail, la déflation continue à toucher en premier lieu des hypermarchés, en étant toujours limitée à l'univers des marques nationales.

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.**

Dans le reste du secteur manufacturier, les dernières estimations de la comptabilité nationale accèdent un renforcement des marges et une progression en 2015 inédite depuis 1986 (hausse totale de près de 2 points).

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



En février 2016, la déflation est généralisée à l'ensemble des secteurs et demeure plus soutenue sur l'ensemble des liquides (-1,2%) et les produits d'épicerie (-1,1%).

Pour rappel, à fin 2015, près de 40% des produits de grande consommation enregistrent des niveaux de déflation de plus de 4% en cumul au cours des 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 IAA	-1,0	-1,5	0,0	1,1
EPICERIE	-1,1	-1,6	-0,1	0,7
EPICERIE SALEE	-1,0	-1,6	0,1	2,7
EPICERIE SUCREE	-1,2	-1,5	-0,3	-2,3
LIQUIDES	-1,2	-1,5	-0,2	0,5
BRSA ET EAUX	-1,9	-2,6	-0,5	1,0
BIERES ET CIDRES	-1,9	-2,2	1,5	0,6
ALCOOLS	-0,3	-0,4	-0,1	0,3
PLS POIDS FIXE	-0,7	-1,5	0,1	1,5
SURGELES GLACES	0,1	-1,0	0,8	1,7
CREMERIE	-1,1	-2,2	-0,1	3,5
FRAIS NON LAITIERS LS	-0,5	-0,9	0,1	-0,1

Fierté, Responsabilité, Ambition