

CONFERENCE DE PRESSE ECONOMIQUE ANNUELLE

L'industrie alimentaire en France

*Performances 2016 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 2016 : une forte volatilité des matières premières et des enjeux de compétitivité, sur fond de guerre des prix et des promotions*
- 3. Quelle position de la France sur la scène internationale et quels leviers d'action pour le prochain mandat présidentiel ?*

1.

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



17 647 entreprises

98% TPE-PME (77% et 21%)



427 213 emplois en 2016

+4 333 emplois vs 2015



172 Md€ de chiffre d'affaires

(après 170 Md€ en 2015) **+1,1% vs 2015**



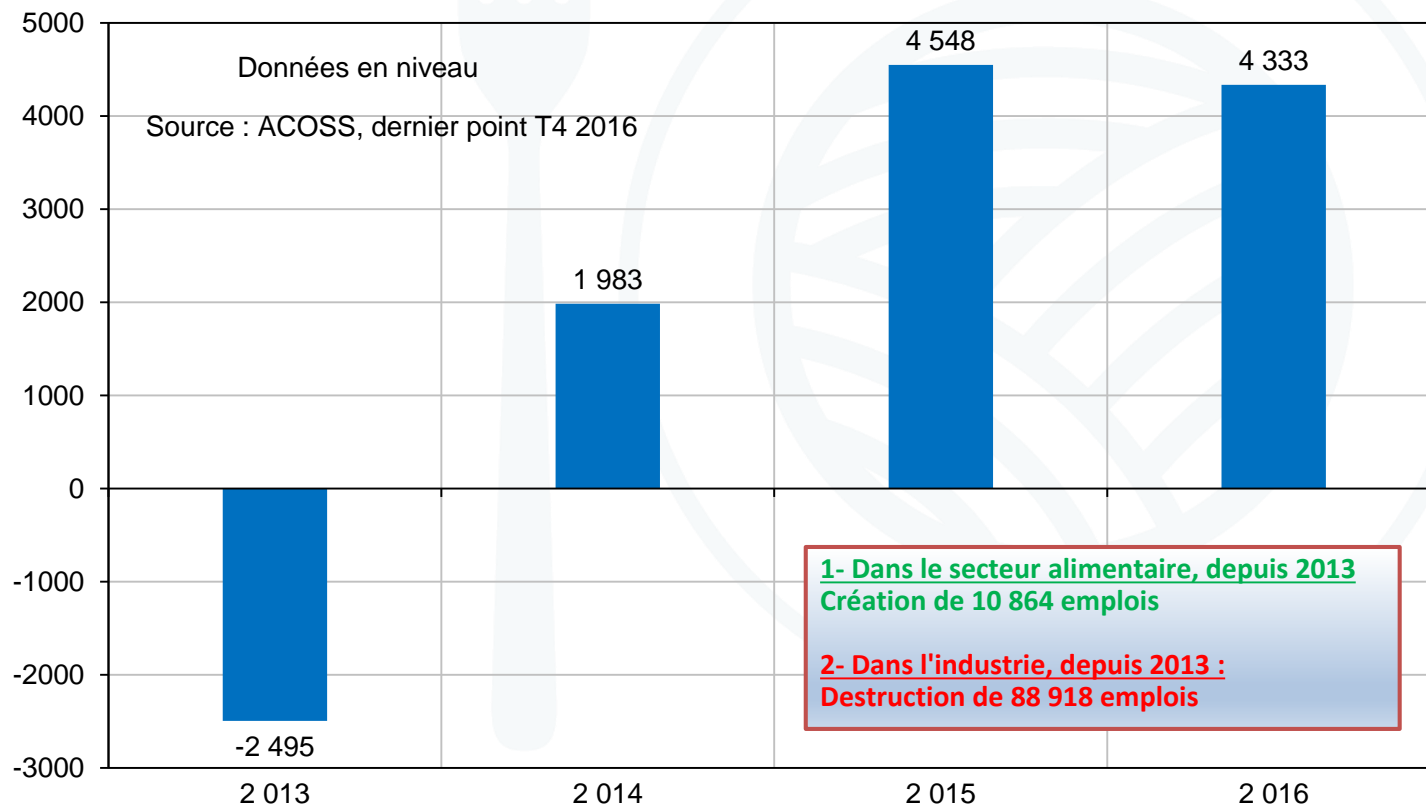
Au cœur de la chaîne de valeur de l'alimentation des français



70% de la production agricole française est transformée par l'industrie alimentaire ;
+ 80% des produits GMS sont des **produits agroalimentaires** ;
80% des produits alimentaires consommés en France **sont fabriqués localement**

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 (17 % DE L'EMPLOI SALARIÉ D'ENSEMBLE)

Des créations d'emplois continues depuis 3 ans dans l'IAA

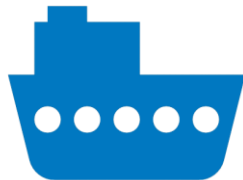




21% de CA à l'export *stable vs 2015*
dans 34% de TPE-PME et 66% ETI-GE



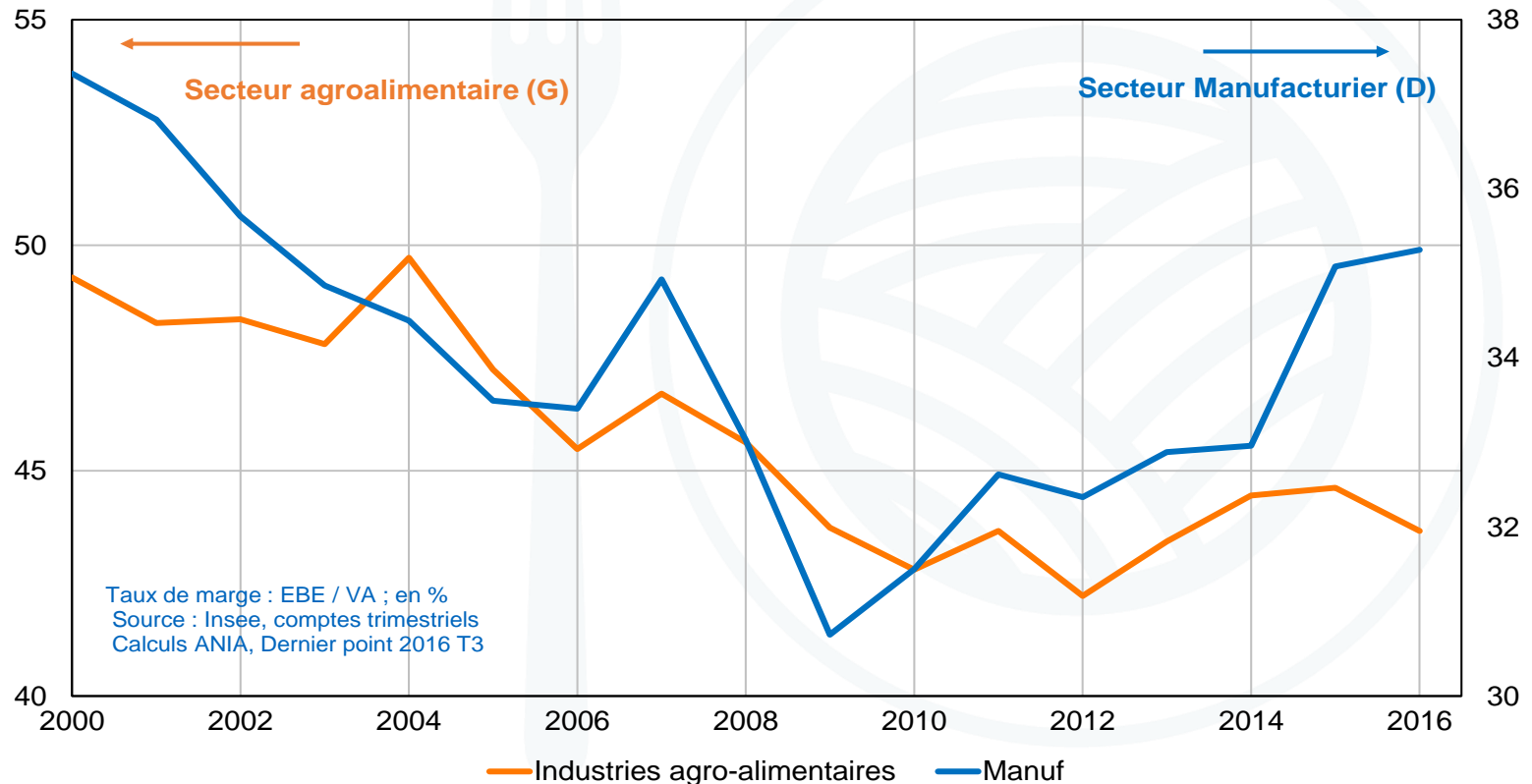
7,2 Md€ d'excédent commercial
en 2016 (après 8,1 Md€ en 2015)
soit *-12 % vs 2015*



4^{ème} exportateur mondial
depuis 2008

Derrière les Etats-Unis (1)
Allemagne (2)
Pays-Bas (3)

Evolution du taux marge :
comparaison entre l'industrie agroalimentaire et le secteur manufacturier



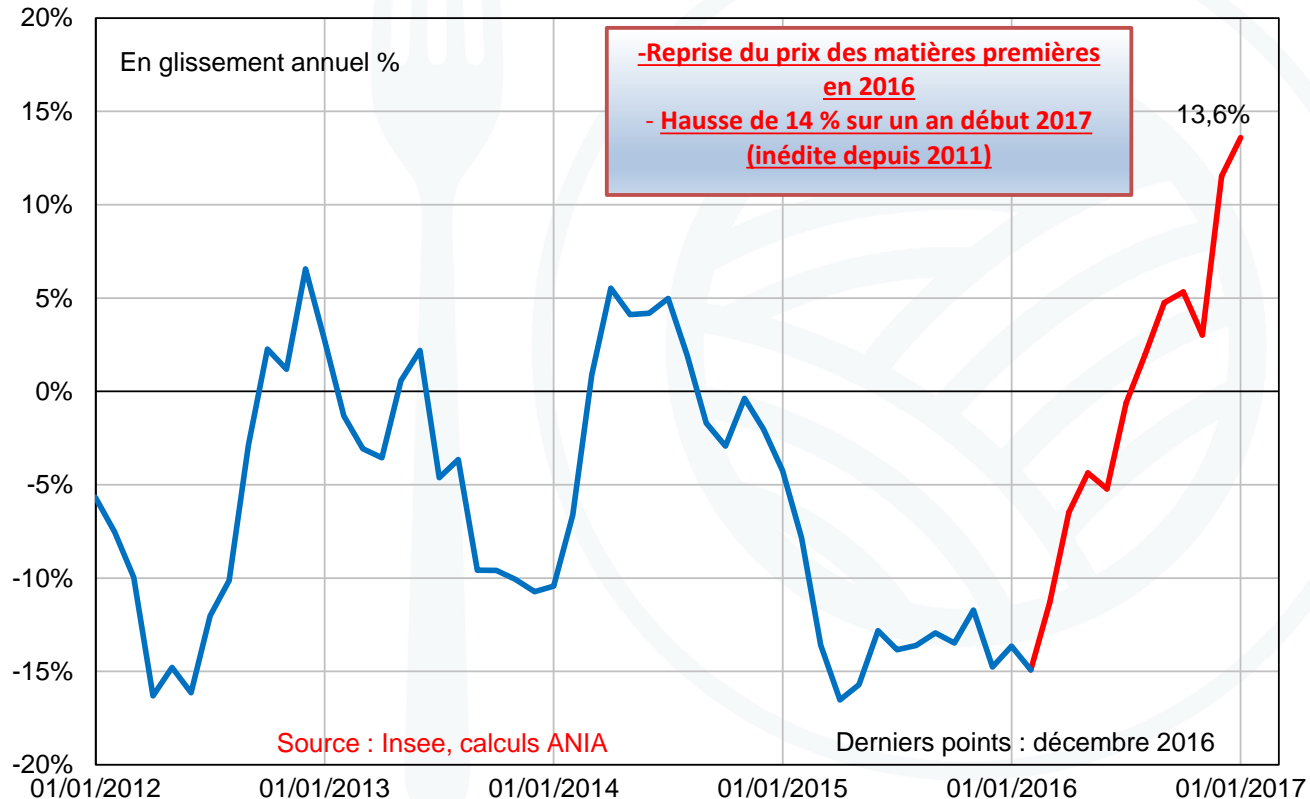
**La structure financière des entreprises agroalimentaires continue de se dégrader (-4 points vs 2007)
sous une triple pression : des prix des matières premières, des prix en GMS, de la fiscalité**

2.

Bilan 2016 :

*une forte volatilité des matières premières et
des enjeux de compétitivité, sur fond de guerre
des prix et promotions*

Evolution du prix des matières premières alimentaires



**Ces tensions traduisent des conditions climatiques défavorables
et une demande soutenue des pays émergents**

1- FLAMBEE DU PRIX DES MATIERES PREMIERES



Prix du blé tendre **+16%**



Prix du porc **+22%**



Prix du lait **+30%**



Prix de l'huile de colza **+16%**



Prix du beurre **+56%**



Prix de l'huile d'olive **+16%**



Prix du saumon fumé **+60%**



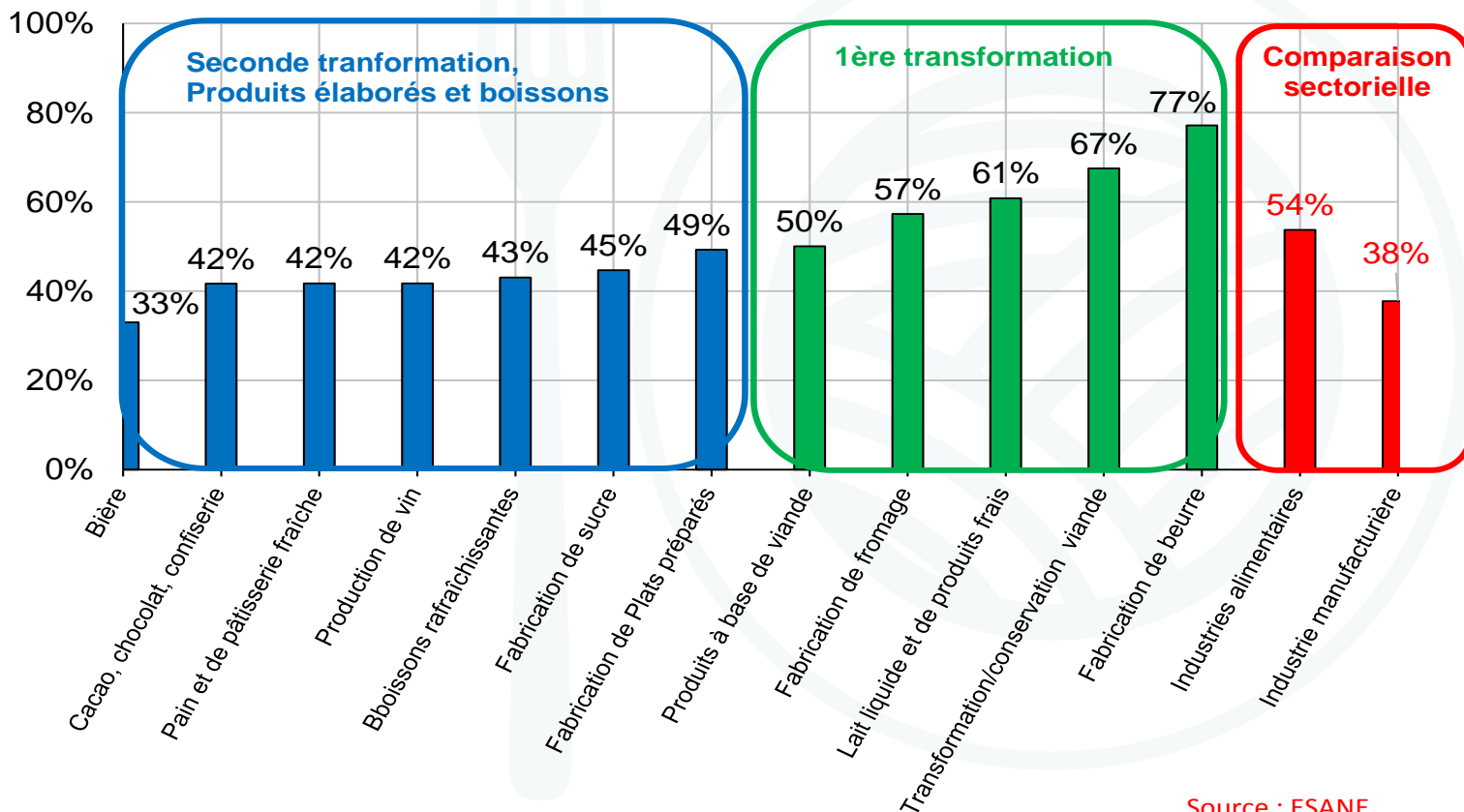
Prix du jus d'orange **+50%**

Cours des matières premières alimentaires



**Les prix des matières premières sont extrêmement volatils
et se maintiennent à des niveaux très élevés par rapport à 2000**

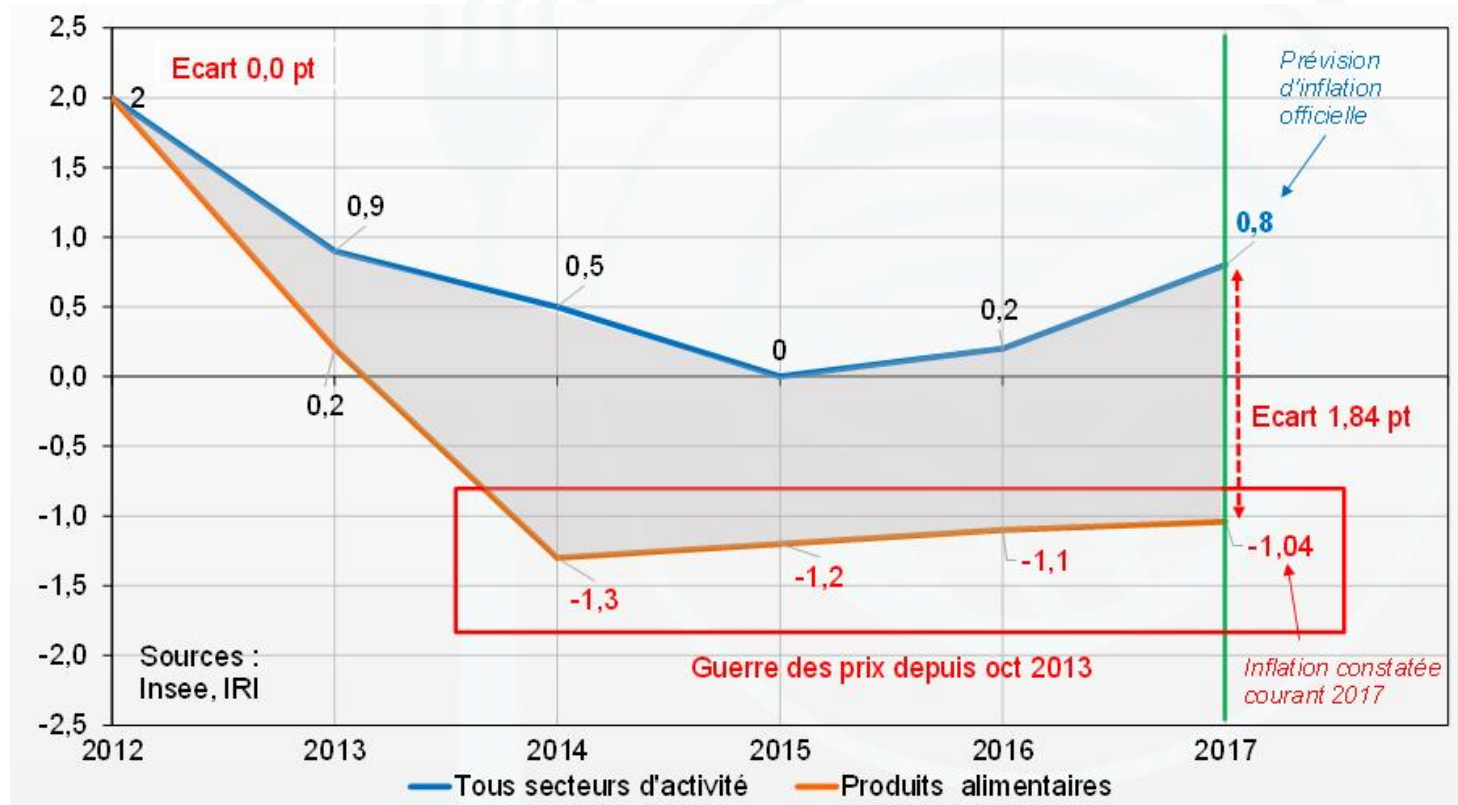
Poids de la matière première dans le chiffre d'affaires



Source : ESANE

**La part des achats amont représente près de 55% du chiffre d'affaires de l'IAA.
Pour certaines industries de la 1^{ère} transformation, cette part peut aller jusqu'à 80%.**

Inflation annuelle : écart entre les produits alimentaires et les autres secteurs d'activité



La guerre des prix est observable depuis octobre 2013, pour une déflation de près de 4 % en cumul. En 2017, un écart important se creuse en l'alimentaire et les autres secteurs de l'économie

2- GUERRE DES PRIX ET DESTRUCTION DE VALEUR



Epicerie salée **-1,1**



Alcools **-0,2**



Epicerie sucrée **-1,3**



Surgelés glaces **-0.2**



BRSA* et eaux **-1,7**



Crèmerie **-1,6**



Bières et cidres **-1,6**

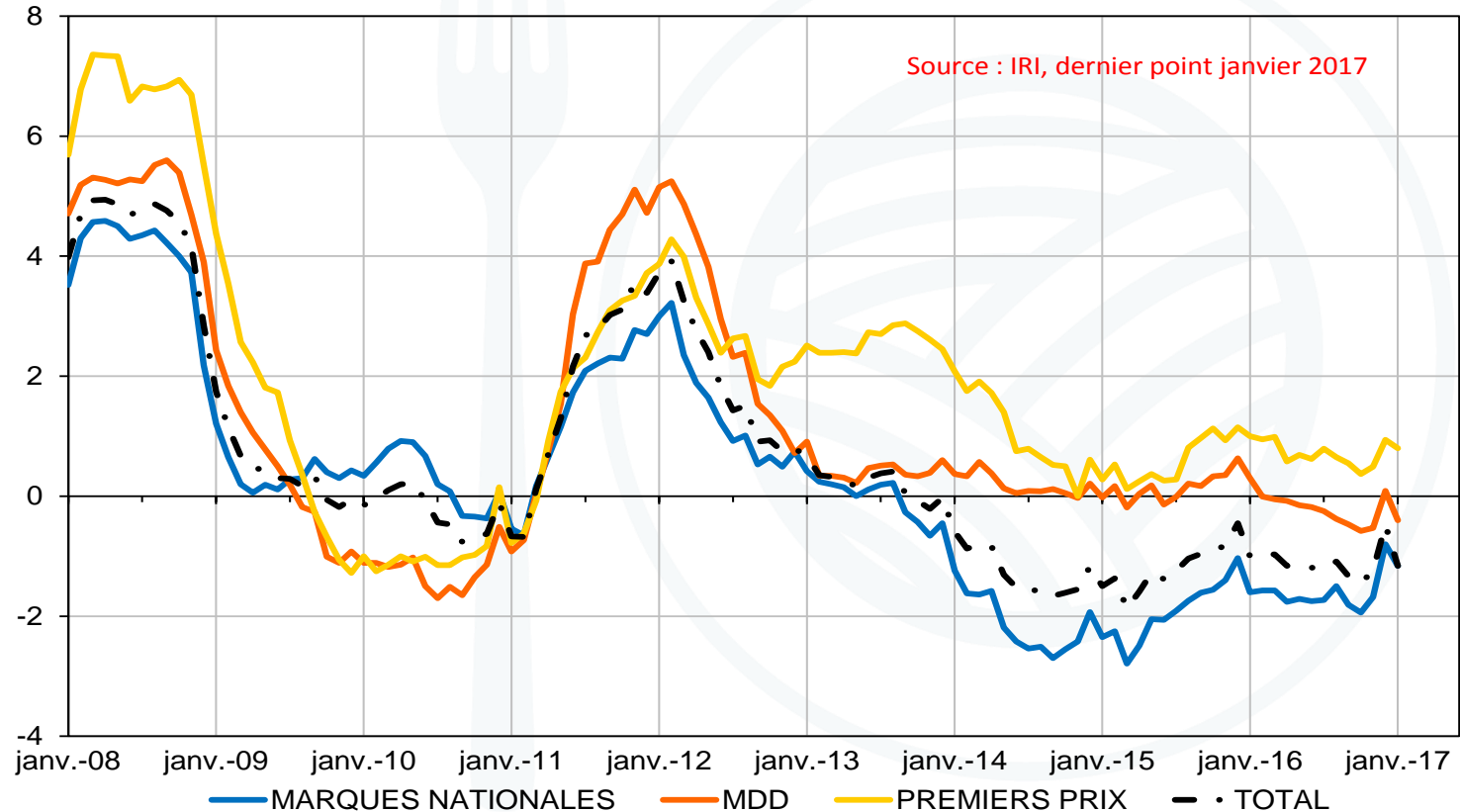


FNL en LS** **-1,6**

*Boissons Rafraichissantes Sans Alcool

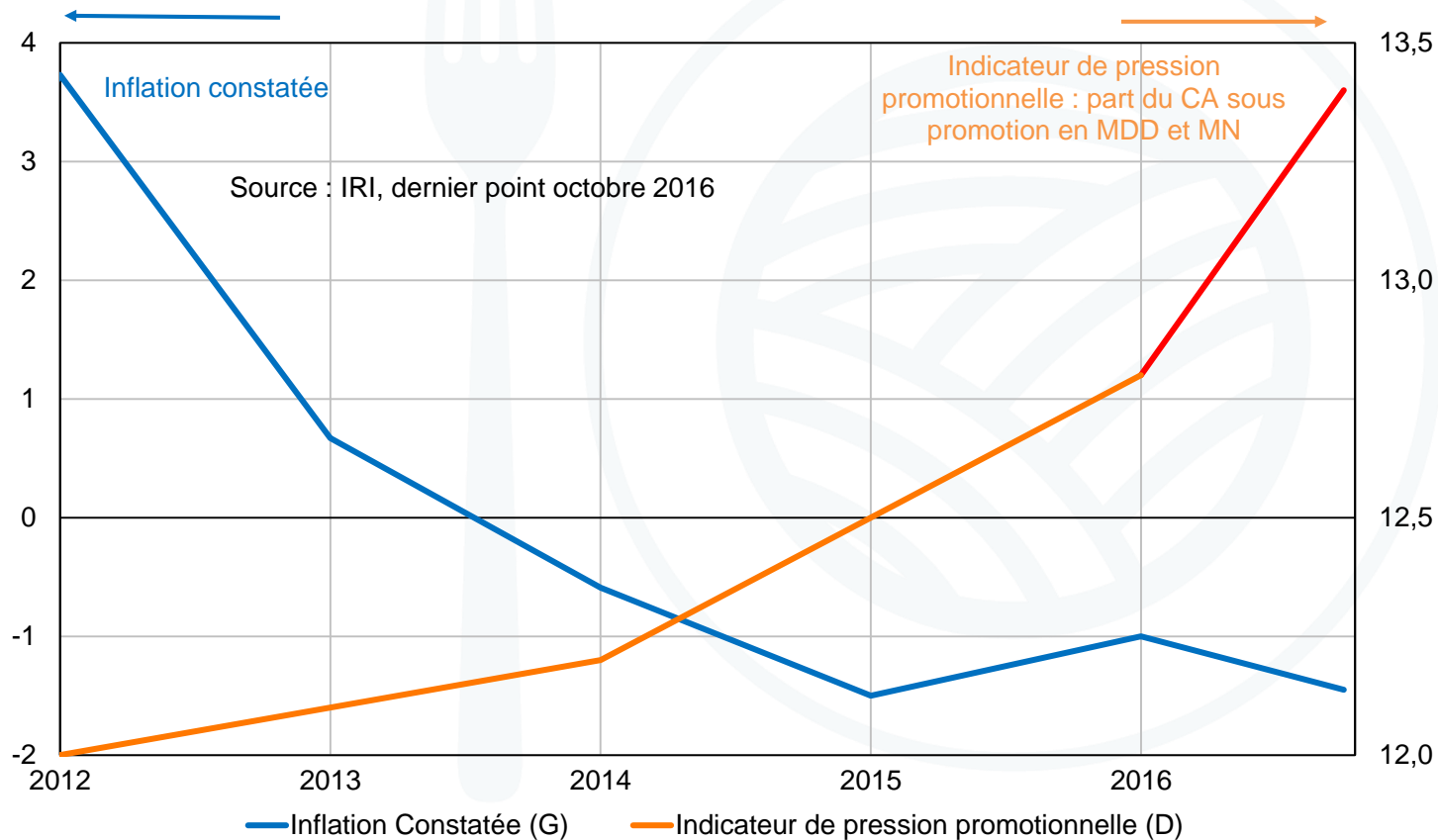
**Frais Non Laitiers en Libre Service

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



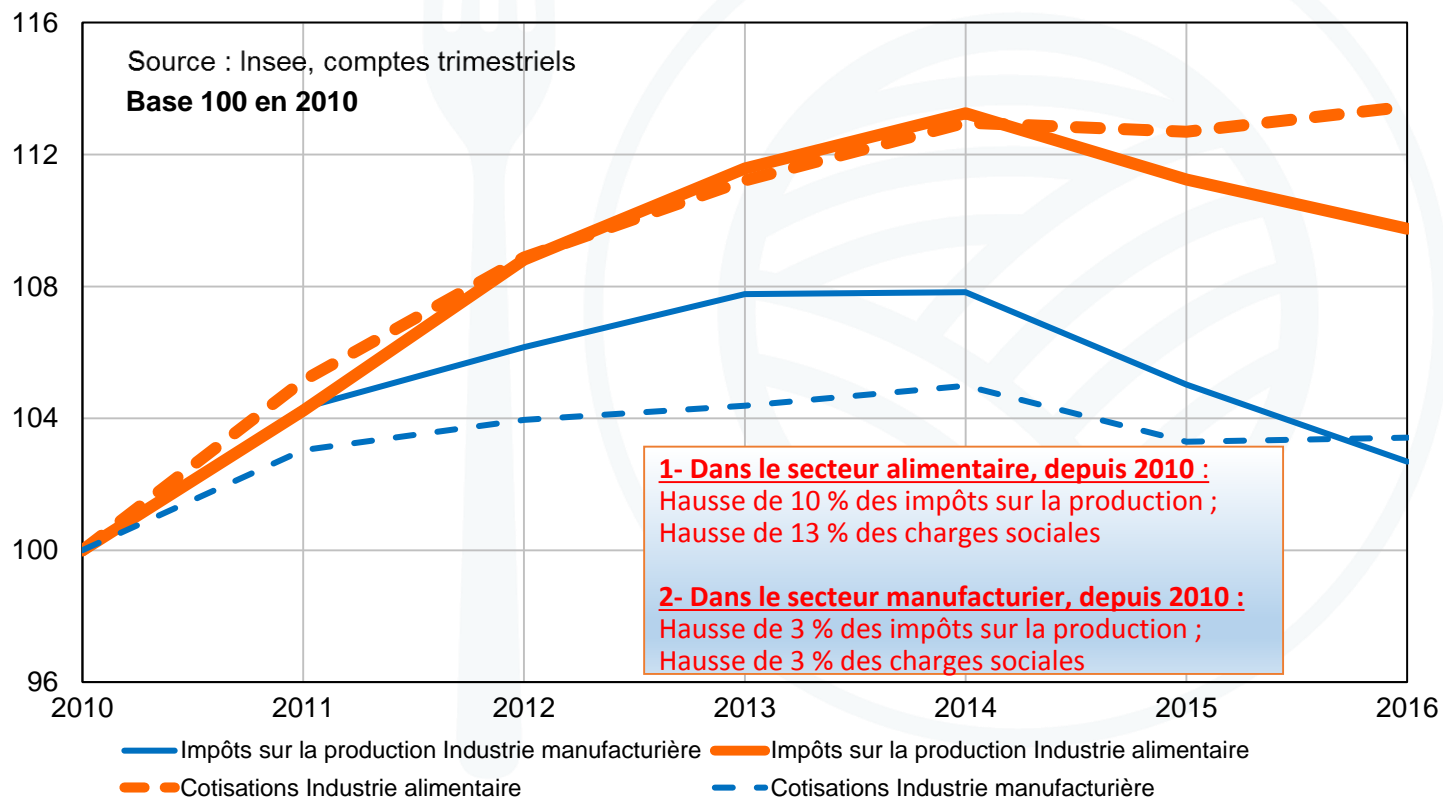
En 2016, la déflation touche aussi bien les marques nationales que les MDD

Evolution des prix alimentaires en PGC et pression promotionnelle



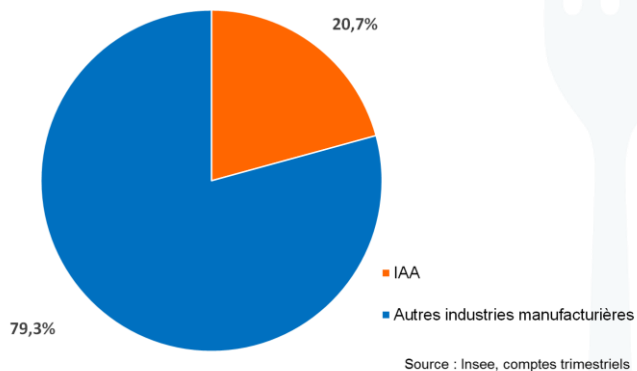
La guerre des prix se double désormais d'une guerre des promotions

Evolution de la fiscalité : comparaison entre la contribution du
secteur alimentaire et celle du secteur manufacturier

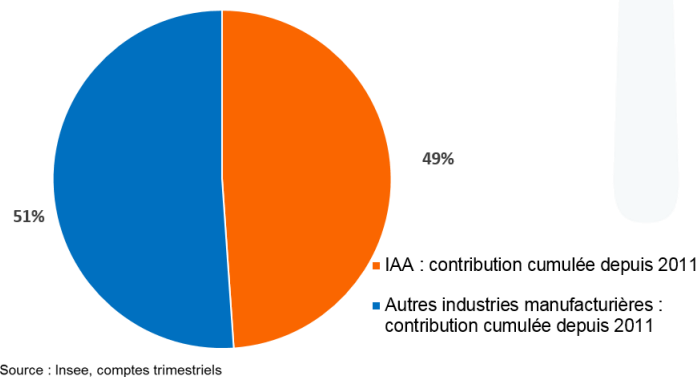


**Une forte contribution de la fiscalité sur les facteurs de production,
qui concerne surtout l'industrie alimentaire**

Part de l'IAA dans la valeur ajoutée
du secteur manufacturier



Contribution à l'effort fiscal depuis 2011 :
une comparaison sectorielle



L'industrie alimentaire représente près de **21% de la valeur ajoutée** dégagée par l'industrie manufacturière

Pourtant, depuis 2011, l'industrie alimentaire contribue pour **près de 50 %** (hausse de 1,2 Md€) à la **pression fiscale** qui pèse sur l'industrie manufacturière (hausse de 2,6 Md€)

Industries alimentaires : composantes du coût du travail				
	Situation actuelle, pour 1 heure de travail			Part des charges dans le coût
	<i>Coût</i>	<i>Salaire</i>	<i>Charge</i>	
Zone euro	22,7	16,7	6,0	26,5%
France	29,3	19,7	9,6	32,8%
Allemagne	22,7	17,7	5,0	22,0%
Royaume-Uni	19,3	16,6	2,7	14,0%
Espagne	17,8	13,2	4,6	25,8%
Italie	24,8	17,9	6,9	27,8%

Les charges sociales sont les plus élevées en France au sein de la zone euro dans l'industrie alimentaire

Source : Enquête Eurostat, à l'exclusion des apprentis

Evolution sur longue période			
<i>Pays</i>	<i>Coût</i>	<i>Salaire</i>	<i>Charge</i>
Zone euro	4,8	3,5	1,2
France	8,8	5,5	3,3
Allemagne	3,3	2,7	0,6
Royaume-Uni	-1,3	-0,4	-1,0
Espagne	4,0	3,0	1,1
Italie	6,5	5,5	1,0

Sur longue période, le coût du travail augmente deux fois plus vite en France comparativement à la zone euro

en Euros, écart par rapport à l'an 2000

Aujourd'hui la **baisse des marges** et la **baisse de compétitivité** ont 3 causes majeures :

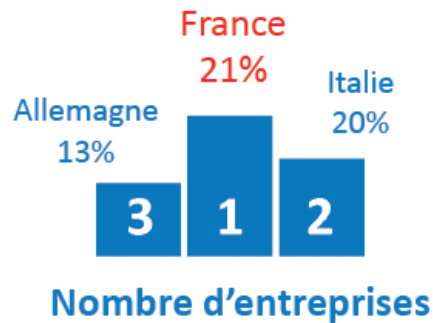
- >> la hausse du prix des **matières premières agricoles**
- >> la **guerre des prix et des promotions**
- >> la **pression fiscale**

3.

Quelle position de la France sur la scène internationale et quels leviers d'action pour le prochain mandat présidentiel ?

TOP 1 : Nombre d'entreprises

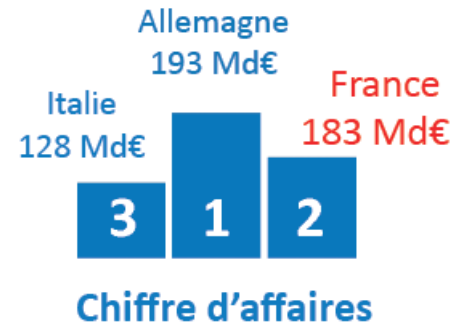
(en % du nombre total d'entreprises européennes,
champ y.c artisanat commercial)



1. **France 21%**
2. **Italie 20%**
3. **Allemagne 13%**
4. **Espagne 9,4%**
- ...
10. **Royaume-Uni : 2,8%**

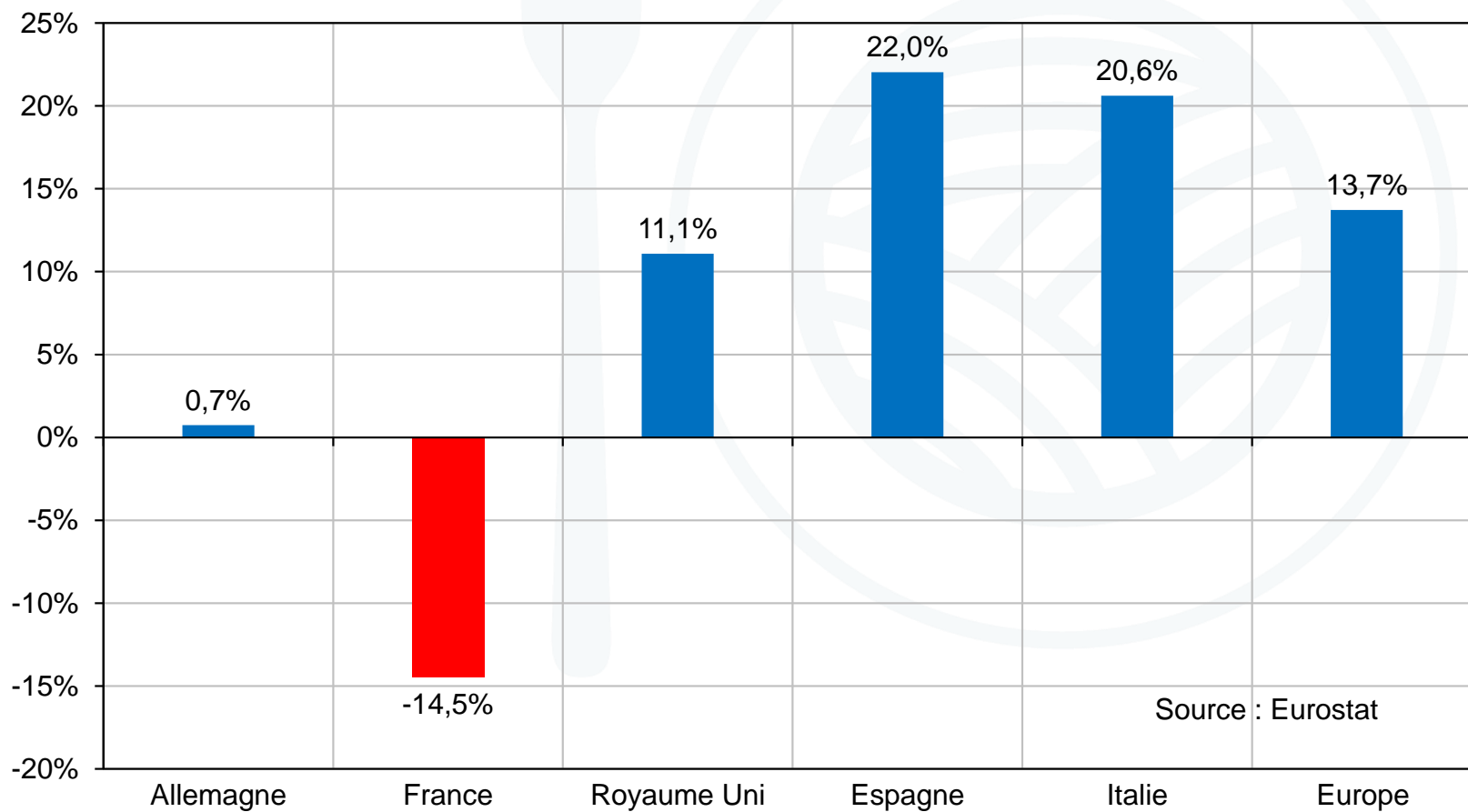
TOP 2 : Chiffre d'affaires

Champ y.c artisanat commercial

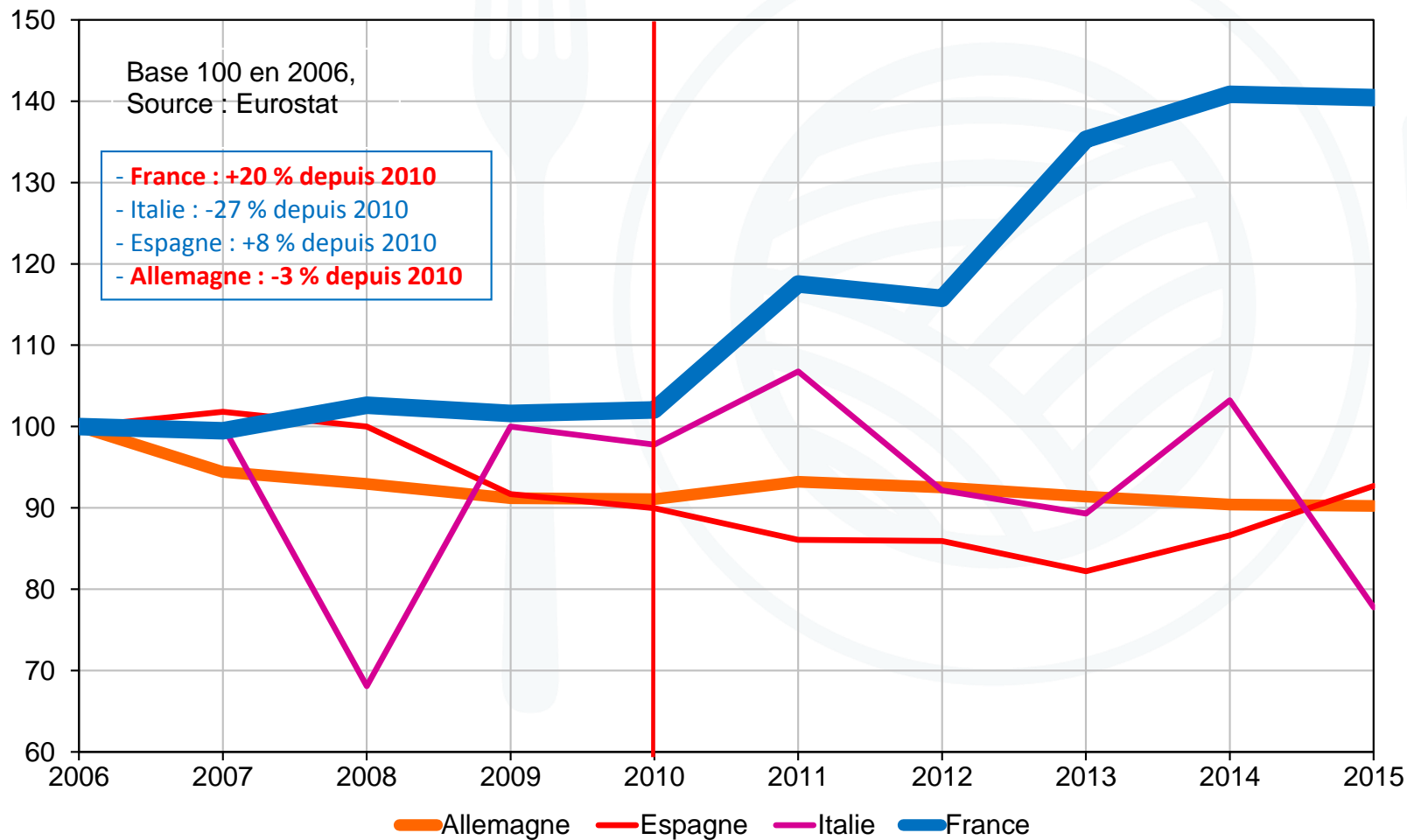


1. **Allemagne : 193 Md€**
2. **France : 183 Md€**
 - 172 Md€ hors artisanat commercial
 - 17 % du chiffre d'affaires européen
3. **Italie : 128 Md€**
4. **Royaume-Uni : 114 Md€**
5. **Espagne : 103 Md€**

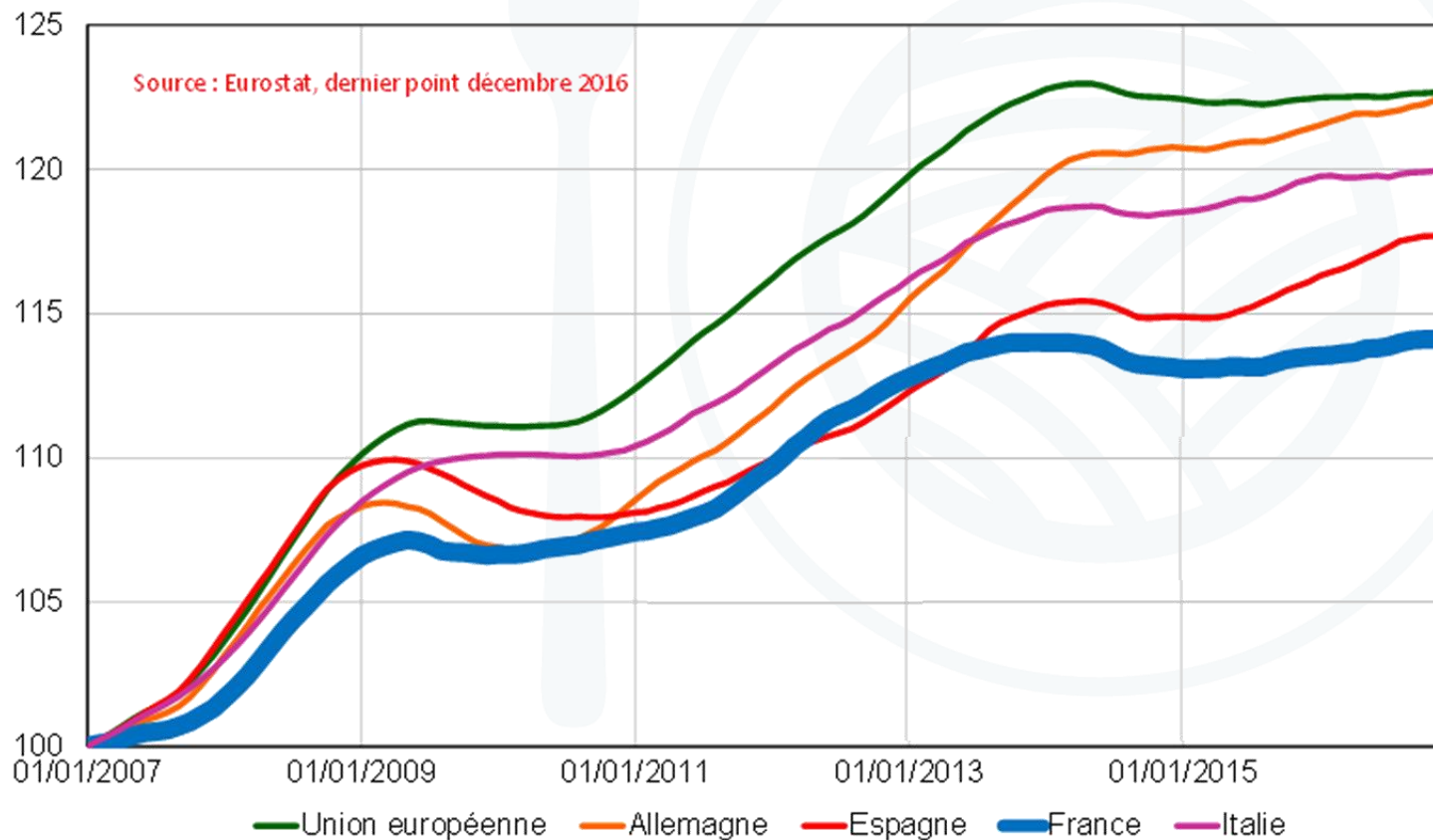
Evolution de la valeur ajoutée dans le secteur alimentaire en Europe entre 2007 et 2016



Evolution de la fiscalité alimentaire en Europe depuis 2006

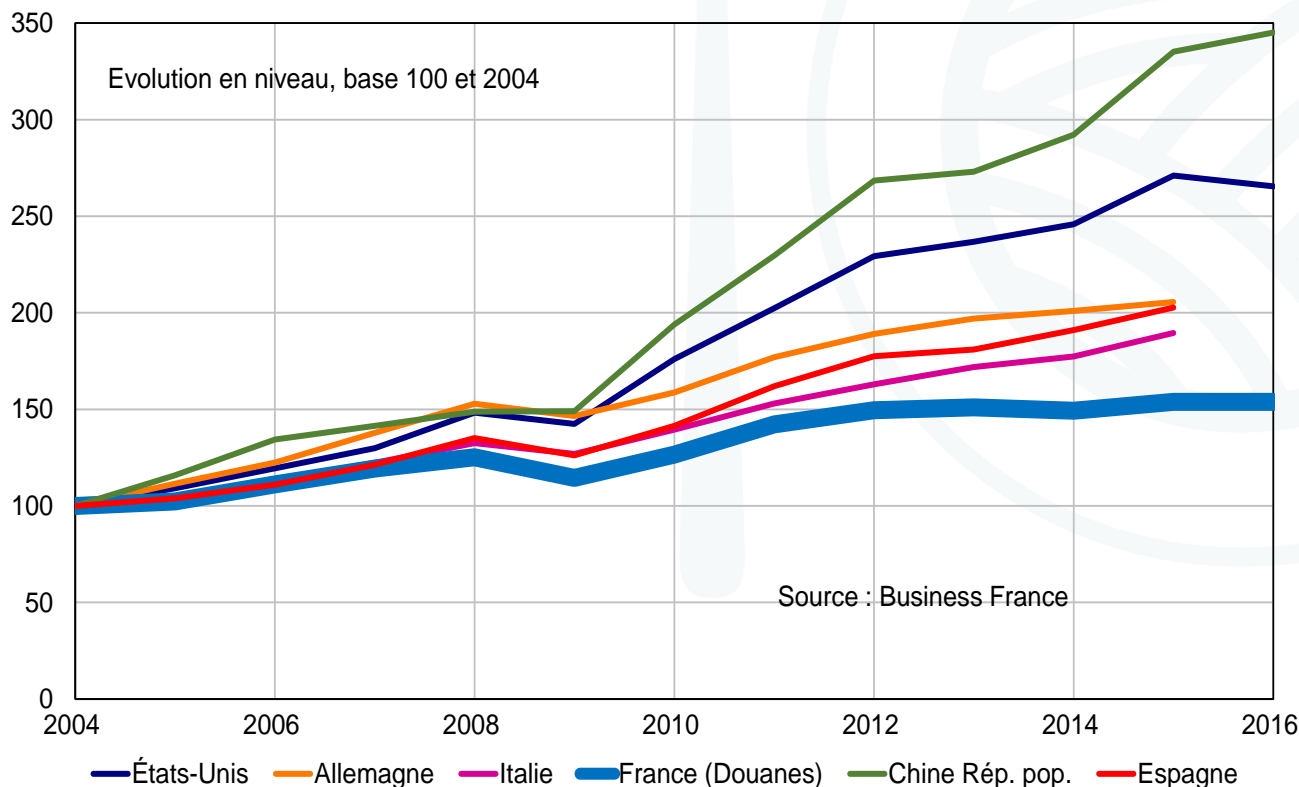


Evolution des prix à la consommation au sein des produits alimentaires : Comparaison internationale



Depuis près de 15 ans, la France ne cesse de perdre des parts de marché à l'export

Evolution des exportations agroalimentaires dans le monde : comparaison par pays



	Croissance cumulée 2004-16	Moyenne sur un an
États-Unis	165%	14%
Allemagne	106%	10%
Pays-Bas	71%	6%
France	54%	4%
Chine	235%	20%
Brésil	128%	11%
Italie	89%	8%
Belgique	70%	6%
Espagne	103%	9%

La France fait figure **d'exception européenne** :

- >> une **valeur ajoutée** qui décroche
- >> une **pression fiscale** inégalée
- >> une **tension sur les prix** sans commune mesure,

Avec pour résultante **des pertes de parts de marché**
à l'échelle mondiale

Préparons l'avenir, redonnons de la valeur à l'alimentation, progressons ensemble !

Pour cela, nous, entreprises agroalimentaires de France, nous demandons aux candidats à la
Présidence de la République française de :

1

**Recréer de la valeur dans
la filière en assurant des
relations apaisées entre tous
les acteurs**

2

**Recréer de la confiance
avec les entreprises
agroalimentaires**

3

**Redonner des marges de
manœuvre économiques et
relancer les exportations**

1- RECRÉER DE LA VALEUR DANS LA FILIÈRE EN ASSURANT DES RELATIONS APAISÉES ENTRE LES ACTEURS

- 1.** Créer un grand Ministère de l'Alimentation
- 2.** Repenser le cadre réglementaire des relations commerciales (LME) en partant d'une approche « filière alimentaire »
- 3.** Faire appliquer la loi, toute la loi
- 4.** Questionner le droit de la concurrence au niveau européen

2- RECRÉER DE LA CONFIANCE AVEC LES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES

- 5.** Pour plus de visibilité : suppression des taxes inutiles et moratoire sur la fiscalité comportementale inefficace.
- 6.** Pour plus de simplicité : coordonner les différentes réglementations sanitaires et environnementales au niveau européen et éviter la surtransposition et la surréglementation.
- 7.** Pour plus de pragmatisme : faire précéder chaque nouvelle législation ou réglementation d'une étude d'impact pour juger le bénéfice réel au regard des contraintes nouvelles.
- 8.** Pour plus d'ambition : miser sur l'éducation alimentaire dès le plus jeune âge, valoriser les actions de nos secteurs en matière d'offre alimentaire et contribuer à promouvoir une vision plus positive de l'alimentation au travers d'un pilotage interministériel unique.

3- REDONNER DES MARGES DE MANŒUVRE ET RELANCER LES EXPORTATIONS

- 9.** Réduire le coût du travail: transformer le CICE en baisse de charges sur les salaires.
- 10.** Maîtriser le coût de l'énergie : préserver la compétitivité du coût de l'énergie, notamment pour les entreprises électro et gazo-intensives.
- 11.** Moderniser: poursuivre les chantiers de la solution alimentation intelligente, améliorer la lisibilité des dispositifs de soutien à l'investissement et à l'innovation.
- 12.** Exporter: mettre en place un guichet unique, des moyens humains et financiers pour reconquérir notre leadership à l'international.



PRESIDENTIELLE 2017

**LES PROPOSITIONS
DE LA PREMIERE
INDUSTRIE DE FRANCE**

Les entreprises agroalimentaires :
une force collective au service de la
France et de tous ses territoires