

La bataille du pouvoir d'achat ne se joue pas (ou plus) dans le caddie de supermarché !

A l'heure de négociations annuelles extrêmement difficiles pour toutes les entreprises agroalimentaires, il demeure plus que jamais nécessaire d'avoir une loi plus réactive et cohérente avec l'orientation du business des entreprises et la complexité des relations commerciales de la filière.

Depuis 2014, pour attirer les consommateurs dans leurs rayons, les enseignes de la grande distribution se livrent une véritable guerre de parts de marché, générant de multiples pratiques illégales. Dans ce cadre, la loi prévoit une sanction pouvant aller jusqu'à 5 % du CA HT réalisé en France au cours du dernier exercice. Or, au global, seuls 9,5 millions d'euros ont été réclamés à l'ensemble des distributeurs hors la loi et pour certaines enseignes, le gain de parts de marché généré par ces pratiques se chiffre à plusieurs milliards d'euros.

1- Trois mesures complémentaires pour redonner de l'oxygène à tous les maillons de la filière

Depuis plusieurs années, force est de constater que la guerre des prix et des promotions porte davantage sur certains produits d'appel que les distributeurs revendent à prix coutant, sans marge et sans intégrer les coûts de distribution et de logistique. Pour compenser, de très fortes marges sont appliquées sur d'autres produits moins « bataillés », comme les produits agricoles (fruits et légumes, etc.) ou issus de PME locales.

Pour mettre fin à ce système déséquilibré, le Projet de loi alimentation proposé par le Gouvernement **prévoit de relever le seuil de revente à perte des produits alimentaires**, c'est-à-dire de majorer de 10% le prix en dessous duquel le produit ne peut être vendu, pour intégrer les coûts de distribution. Seuls les produits ayant des marges brutes inférieures aux coûts de distribution (5 % par exemple), seront impactés par la hausse du SRP, soit 18% de la consommation alimentaire des français. Pour arrêter la braderie permanente sur les produits alimentaires, le gouvernement propose un **encadrement des promotions**. Les distributeurs ne pourront plus appliquer sur leurs produits des promotions supérieures à 34% (soit 1 produit offert pour 2 produits achetés).

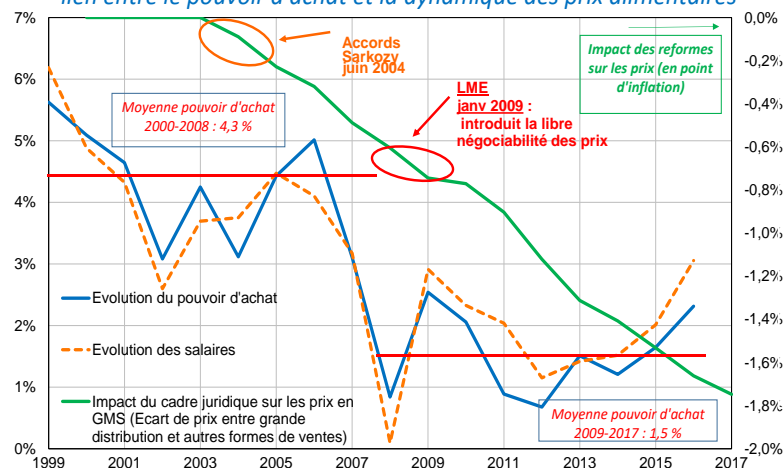
Enfin, le projet comprend également une « **contractualisation rénovée** » consistant à inverser la construction du prix en « redonnant la main » à l'amont agricole : le producteur, éventuellement via son organisation de producteurs, sera désormais acteur de la proposition de contrat. Cette contractualisation rénovée devra tenir compte de la réalité des prix de production et de marché.

Au global, l'impact inflationniste lié à la mesure du relèvement du SRP mérite d'être relativisé. Le Gouvernement, dans son évaluation économique annexée au projet de loi, estime en effet que la hausse du SRP représenterait un effort de 50 centimes par mois et par Français. Rappelons également que l'alimentaire ne représente aujourd'hui que 10 % du budget des ménages.

2- La dynamique du pouvoir d'achat déterminée par celle des salaires et non par la baisse des prix alimentaires

Réforme des relations commerciales :

lien entre le pouvoir d'achat et la dynamique des prix alimentaires

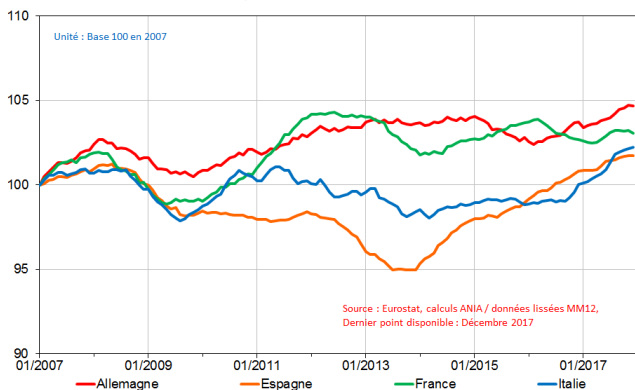


○ Il n'existe pas de lien direct entre le pouvoir d'achat et l'évolution des prix alimentaires : la baisse des prix alimentaires observée en GMS, favorisée notamment par la LME, n'a pas permis au pouvoir d'achat de retrouver le dynamisme qu'il observait avant la crise financière.

○ Cette braderie des produits alimentaires fragilise les résultats d'exploitation des entreprises agroalimentaires (98 % de TPE-PME) épuisant ainsi leurs capacités d'innovation, d'investissement et de recrutement, avec les résultats que l'on connaît sur l'emploi... et donc sur le pouvoir d'achat des Français

Panorama Europe : inflation et production encore modérées – Décrochage de la production en France par rapport au reste de la zone euro

Evolution de la production dans les IAA en zone euro



La production, mesurée en niveau depuis 10 ans, semble marquer le pas en France relativement aux autres pays Européens.

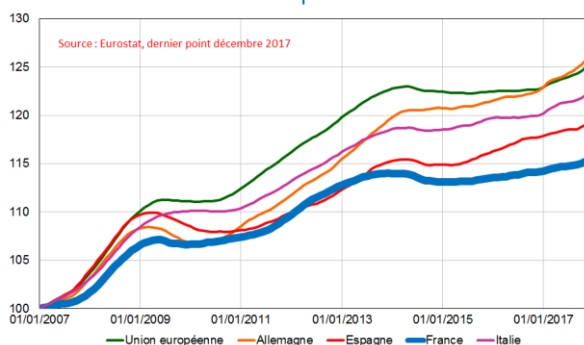
Si elle a fait preuve de résilience pendant la crise financière de 2008-2009, elle peine depuis à redémarrer. Depuis 2016, la baisse de la production ne s'est observée qu'en France.

Parmi les autres pays, depuis 2016, de la zone euro, l'Italie voit sa production accélérer sensiblement (+3,4%) suivie de l'Espagne (+2,6%). La hausse de la production reste également significative en Allemagne.

Production : évolution dans la zone euro

	UE 28	Allemagne	Espagne	France	Italie
depuis 2007	8,3%	4,7%	1,7%	3,1%	2,2%
depuis 2016	2,9%	2,1%	2,6%	-0,6%	3,4%

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



Des prix atones en France

Au sein de la zone euro, malgré une vive tension sur le prix des intrants (hausse de 180% du prix des matières premières depuis 2004 en France), la France se distingue des autres pays par une atonie des prix à la consommation des produits agroalimentaires.

L'extrême concentration de la grande distribution en France (4 centrales d'achat représentant 92% des achats), relativement au marché européen (dans lequel 5 distributeurs contrôlent 43% à 69% du marché), constitue un élément d'explication important.

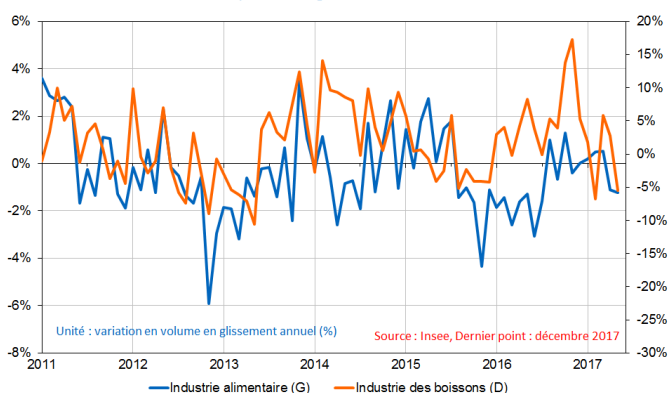
Ainsi, au total, depuis 2013, les prix alimentaires (*produits frais compris et tous circuits de distribution considérés*) n'augmentent que très peu en France (+1,6% vs 3,7% en Allemagne).

	UE 28	Allemagne	Espagne	France	Italie
Depuis 2007	25,2%	26,0%	19,2%	15,3%	22,3%
Depuis 2013	4,5%	9,1%	6,1%	2,3%	5,2%
Depuis 2016	2,2%	3,7%	2,5%	1,6%	2,1%

Note de lecture : l'évolution des prix mentionnée dans ce tableau intègre la dynamique des produits frais (par nature très volatile) et correspond à celle observée dans tous les circuits de distribution (grande distribution et petit commerce)

Production alimentaire en France : repli depuis deux ans

Production des produits agroalimentaires et des boissons

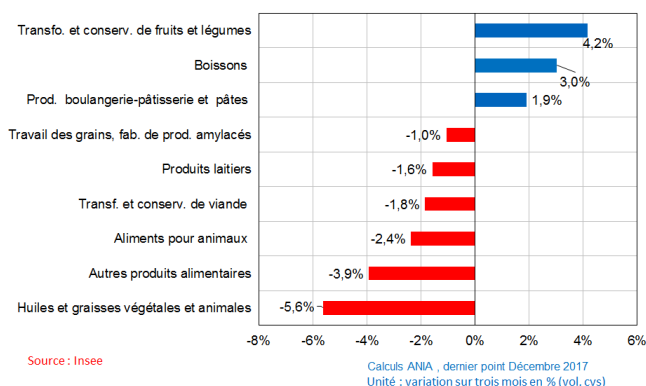


Depuis 2 ans, la production alimentaire se replie.

S'il demeure moins prononcé en moyenne en 2017 qu'en 2016 le recul de la production industrielle persiste en 2017 (-0,4 % cette année contre -1,2 % en 2016).

Mesurée en glissement annuel (décembre 2017 vs décembre 2016), la production de produits alimentaires recule de -1,2 % et de -5,5 % s'agissant des boissons.

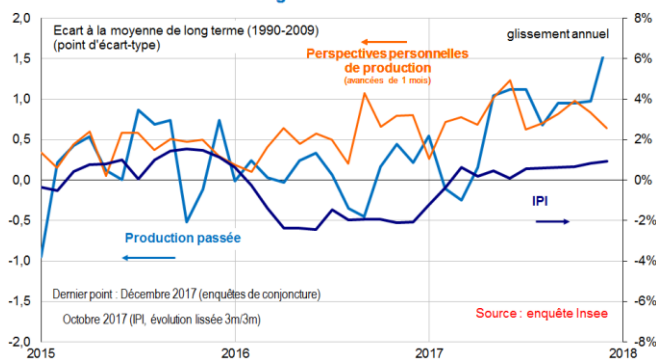
Variation sur trois mois de la production par secteur



Sur les trois derniers mois, à décembre 2017, les productions du secteur transformation et conservation de fruits et légumes (+4,2%), des boissons (+3%) ou encore de la production boulangerie-pâtisserie et des pâtes (+1,9%) progressent.

Concernant les autres secteurs, la production se replie. Le recul est notamment prononcé s'agissant du secteur des huiles et graisses végétales et animales (-5,6%).

Jugement des industriels concernant l'activité dans l'industrie agroalimentaire

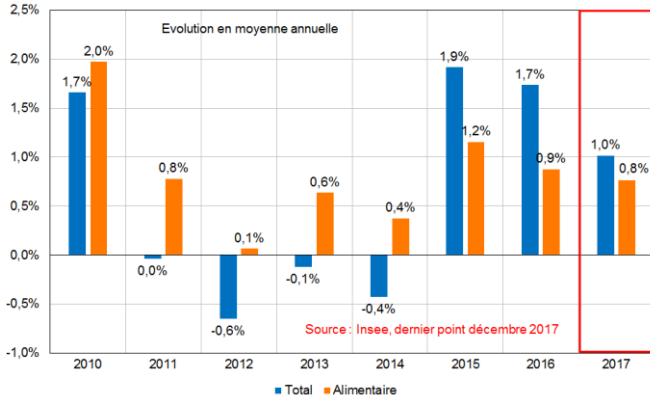


Source : Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie, INSEE

Les enquêtes de conjoncture permettent d'avoir un diagnostic précis sur l'activité de court terme des industriels. La question relative à la production passée porte sur l'activité des industriels au cours des trois derniers mois. Elle est historiquement bien corrélée à l'évolution de la production (IPI), qui a décroché en 2016. Le redémarrage de l'activité dans l'industrie, suggéré par les enquêtes, peine à se concrétiser : la hausse de la demande alimentaire toujours les importations. Cette tendance pèse sur les performances commerciales et la compétitivité du secteur.

Consommation en France : décélération des dépenses ces trois dernières années

Evolution de la consommation en France

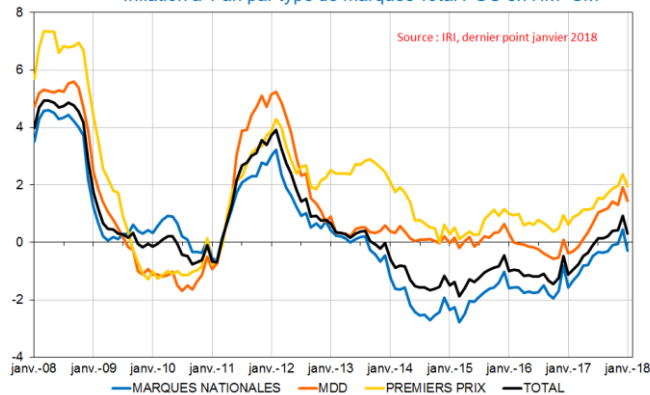


Sur les douze derniers mois, à décembre 2017, la consommation alimentaire continue de ralentir.

A l'issue du mois de décembre, la croissance s'établit à 0,8% en 2017 après à 0,9% en 2016. Soit un niveau nettement inférieur à celui observé en 2015 (+1,2%). Au global, la consommation évolue à un rythme très proche de la croissance démographique annuelle (+0,4%).

Cette guerre des prix et des promotions qui s'est intensifiée à partir de 2013 n'a pas eu de bénéfice sur l'évolution des dépenses alimentaires, celle-ci demeurant depuis 3 ans.

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



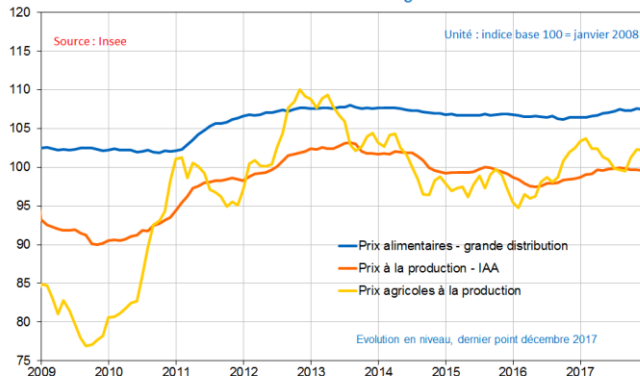
Au mois de janvier 2018, l'inflation observée pour les produits de grande consommation alimentaire décélère. Elle s'établit à +0,3% sur un an après 0,9% observé en décembre 2017.

Par type de marques, les évolutions demeurent toutefois hétérogènes. Les prix des MDD et des premiers prix augmentent plus nettement (respectivement +1,4% et +1,9%).

Après une progression en décembre, inédite depuis août 2013 (+0,4% en g.a), le prix des marques nationales recule de nouveau en janvier 2018 (-0,3% sur un an).

Pour mémoire, les marques représentent près de 70% des produits en rayon dans la grande distribution.

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 se sont notablement redressés à partir de 2016, pour une hausse de +7% constatée en l'espace de deux ans.

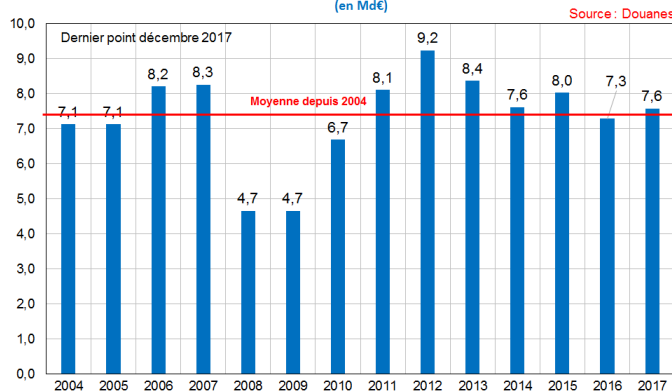
En revanche, en aval, les prix pratiqués en grande distribution n'ont que très peu évolué (+0,6%).

Export : renforcement des performances en 2017

Evolution du solde annuel commercial dans l'IAA

(en Md€)

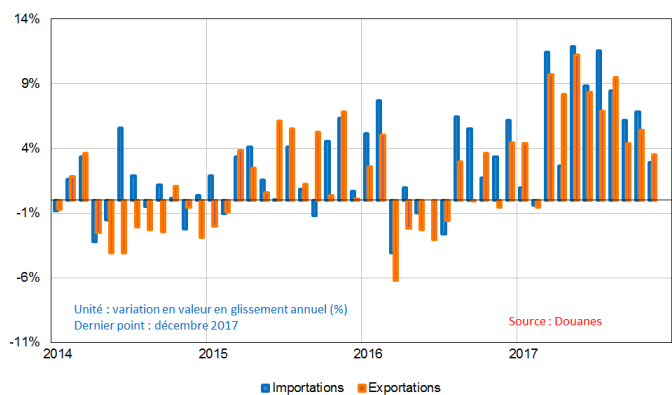
Source : Douanes



Les derniers chiffres du commerce extérieur (dernières données à décembre 2017) signalent une progression du solde commercial global, qui s'est établie à 7,6 Md€ en rythme annuel, à l'issue de l'année 2017, après 7,3 Md€ en 2016. Ces performances sont supérieures à la tendance de longue période, calculée depuis 2004 (7,3 Md€).

Sur les 12 derniers mois, les exportations se redressent sensiblement (+6,3% après +0,2% en 2016), tandis que les importations confirment leur dynamisme.

Evolution du commerce extérieur des IAA



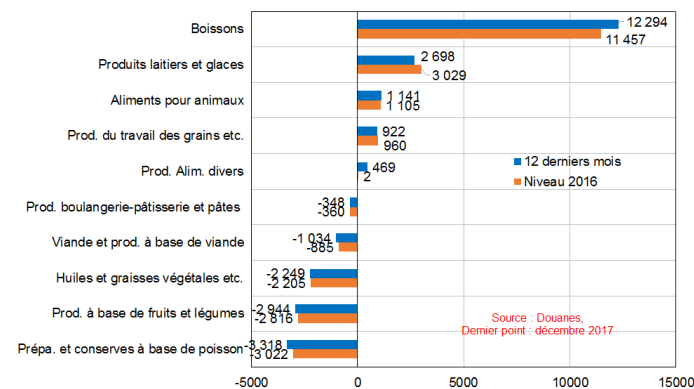
Dans le détail, en variation mensuelle, les exportations stagnent en décembre 2017 (+0,1% après -1,3% constaté en novembre 2017 et +1,6% en octobre).

Sur un an, les exportations ralentissent depuis plusieurs mois, progressant à 3,2% après une hausse de +3,7% observée en novembre. Pour mémoire, elles affichaient une progression de +5,7% en octobre dernier.

Concernant les importations, elles restent contenues en décembre (0,6%), après une baisse de -1,6% en novembre. Sur un an, la hausse des importations atteint 3,7% en décembre.

Dans ce contexte, le solde commercial mensuel s'inscrit à 628 M€ en décembre, contre 645 M€ en novembre.

Niveau du solde commercial dans l'IAA par produit



Les performances commerciales du secteur reposent sur un nombre très limité de secteurs :

les vins, spiritueux et autres boissons alcoolisées : 12,3 Md€ à l'issue du mois de décembre, et les produits laitiers (et glaces) : 2,7 Md€.

A l'inverse, les principaux déficits concernent : les produits et conserves à base de poissons : -3,3 Md€ et les produits à base de fruits et légumes : -2,9 Md€.

Au global, sur les 12 derniers mois, le solde commercial hors boissons (et tabac) se creuse : il s'établit, à décembre, à -4,7 Md€ (après -4,2 Md€ en 2016 et -3,3 Md€ en 2015), ce qui constitue un déficit historiquement élevé.