

Conjoncture du secteur agroalimentaire français

*Face à une hausse des prix des matières premières,
les industriels formulent un besoin de tarif
indispensable pour investir, innover et adapter l'offre
aux attentes des consommateurs.*

Janvier 2020

Au terme de 6 années de destruction de valeur continue et dans un contexte de coût matière de plus en plus important, les négociations commerciales 2020 doivent permettre à la filière d'enfin recréer de la valeur

Il reste très exactement 6 semaines à l'ensemble des acteurs de la filière alimentaire pour réussir ou enterrer la loi EGALIM, qui poursuivait l'objectif de mettre fin à la guerre des prix que subit la filière alimentaire depuis plus de six ans, tout en offrant au consommateur une alimentation, saine, sûre, durable et accessible à tous.

Pour l'heure, bon nombre d'entreprises alimentaires témoigne d'une situation encore tendue dans les box de négociations et d'un besoin de tarif, très souvent justifié par une hausse du prix des intrants. La hausse globale du prix des matières premières alimentaires constatée en 2019 le confirme (+12,5 % sur un an, source FAO). L'énergie, 3^{ème} poste de dépense des IAA en termes de charges annuelles n'est pas en reste, avec une hausse sensible du prix du pétrole et de l'électricité en 2019. Par ailleurs, début en 2020, ce besoin est accentué par 6 années de déflation continue, qui a provoqué une destruction de valeur de près de 6 milliards d'euros (source : Nielsen).

D'un point de vue structurel, le déséquilibre du rapport de force, avec 18 000 entreprises qui négocient annuellement face à 4 centrales d'achats représentant 92 % des achats alimentaires, cristallise une tension toujours très importante sur les prix. Pour preuve, fin 2019, au terme d'une année, qui a notamment été marquée par la mise en application du relèvement du SRP et de l'encadrement des promotions, l'inflation de l'offre ne s'élève qu'à 0,3 % sur un an (source : Nielsen). Sur un historique plus important, les prix ont mis plus de 10 ans pour revenir à leur niveau de 2007. Dans l'ensemble, s'agissant des marques nationales, l'inflation alimentaire s'élève à +1,5 % entre 2007 et 2019 (source : IRI). S'agissant de l'inflation d'ensemble (tous secteurs confondus), elle a été nettement plus dynamique sur la même période : +15%. Cela témoigne donc une pression sur les tarifs spécifique à l'industrie alimentaire.

Chaque année, 80 % des produits alimentaires transformés par les IAA sont écoulés en grande distribution, 1^{er} débouché pour les fournisseurs alimentaires. En rayons, les performances par intervenants restent très hétérogènes. Dans le contexte d'une mutation des habitudes de consommation (chasse au gaspillage, concurrence des autres circuits de distribution, croissance de la restauration hors domicile), d'un changement structurel de la démographie (vieillesse de la population) et d'un food-bashing permanent, la consommation alimentaire cède de manière inédite depuis 2 ans (-1,8 % en 2019 après -1,4 % en 2018). Les fabricants de taille plus faible semblent tirer leur épingle du jeu avec des performances positives pour les TPE (+0,8 % sur un an) et les PME (+1,6%). En revanche, la situation est nettement moins favorable pour les grands groupes (-0,9%) et les ETI (-1,5%).

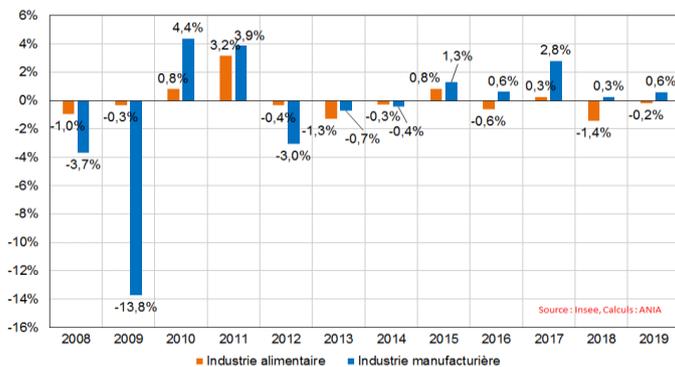
Quelles conséquences pour les 18 000 entreprises de la 1^{ère} industrie de France ? Un investissement à l'arrêt : 0 % prévu selon l'Insee en 2019 (contre 4 % dans le reste de l'industrie), conséquences de marges en baisse continue depuis 10 ans (-9 points). Dans ce contexte de destruction de valeur et de marges continue, les objectifs de plein emploi dans l'industrie formulés par le Gouvernement d'ici 2025 semblent de plus en plus ambitieux. Comment s'attaquer aux mutations économiques à venir, en particulier par la diffusion du numérique et la transition écologique, sans avoir réussi à retrouver les conditions d'une création de valeur pour tous les maillons de la filière ?

Conjoncture 2019 :

Des capacités de production sous tension et une consommation qui cède

1. Evolution de la production dans le secteur agroalimentaire.

Evolution de la production : comparaison entre les IAA et l'industrie manufacturière

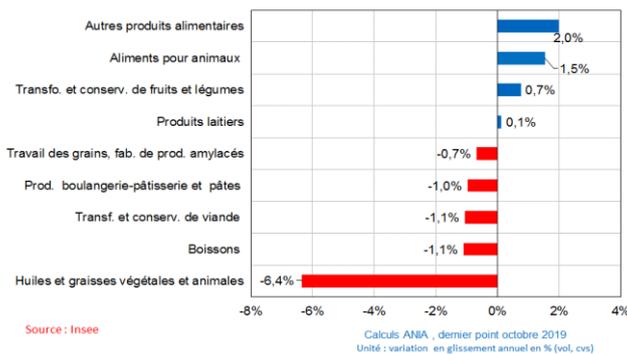


Une production alimentaire stable en 2019

Si elle avait fait preuve d'une grande résilience pendant la crise financière, la production alimentaire marque le pas depuis plusieurs années. En 2019, mesurée sur 12 mois glissants, la production se stabilise : -0,1% après un recul de -1,5% en 2018. Dans le reste de l'industrie, la production est mieux orientée : +0,6 % en 2019, après +0,3 % en 2018.

La destruction de valeur observée dans les IAA a conduit à un affaiblissement des capacités de production de la filière alimentaire, ce qui pose question sur sa capacité de rebond à plus long terme.

Variation en glissement annuel de la production par secteur

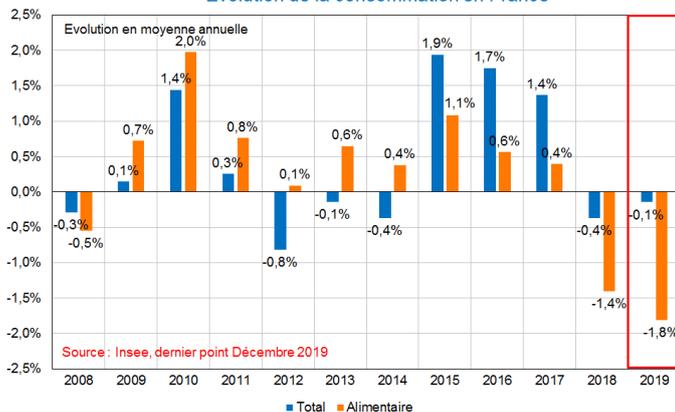


Une baisse de production alimentaire constatée dans une grande partie des secteurs

Début 2019, seule la production des produits laitiers (+0,1%), des fruits et légumes (+0,7%), d'aliments pour animaux (+1,5%) et d'autres produits alimentaires (+2%) se redresse. Pour le reste, la production s'inscrit en baisse : le recul est particulièrement prononcé s'agissant des huiles et graisses végétales et animales (-6,4%).

2. Environnement de la demande : la chute de la consommation des ménages persiste malgré une perception mieux orientée en termes de niveau de vie

Evolution de la consommation en France



La consommation des ménages chute fortement

Depuis de nombreux mois, la consommation des ménages en biens alimentaires recule. En 2019, sur 12 mois glissants, la baisse observée (-1,8%) vient confirmer celle de l'année précédente (-1,4%). Une telle évolution est inédite. De surcroît, elle s'observe dans une période de croissance démographique (0,6% en 2019, Source IRI). Plus globalement, la consommation évolue depuis plusieurs années à un rythme inférieur à celui d'autres biens, signe d'arbitrages en défaveur des biens alimentaires.

A date, l'alimentaire représente moins de 10 % des dépenses des ménages français.

Une guerre des prix toujours vive en rayons

En décembre 2019, l'inflation de la demande s'établit à +0,61 % sur un an pour l'ensemble des produits de grande consommation.

Dans le détail :

- Le prix des marques nationales est en inflation sur 1 an (0,31%).
- Le prix des marques de distributeurs est en inflation sur 1 an (1,18%).

L'inflation globale, s'inscrit par ailleurs à 1,4% en décembre.

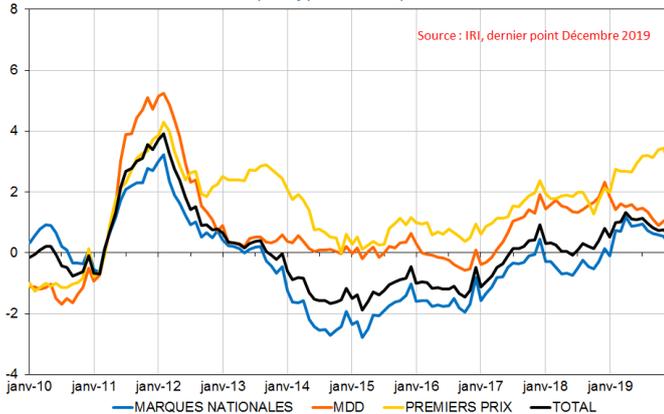
Depuis 2012, un écart de l'ordre de 10 % s'est creusé entre l'évolution des prix alimentaires et l'inflation globale, conséquence directe de la guerre des prix en rayons.

En rayons, les performances par intervenants demeurent très hétérogènes

Seules les TPE/PME parviennent, à tirer leur épingle du jeu. Pour les PME, la croissance des volumes sur un an s'élève à 1,6%. Notamment, concernant les MDD, leur part de marché progresse depuis plusieurs années : 33 % vs 27 % début 2018, portée par une dynamique très favorable sur le marché du bio. Les ETI et Grands groupes affichent en revanche des performances en recul (-1,8 % et -0,9 % respectivement).

Le constat d'une baisse des performances des PME liée à la loi ne trouve pas de confirmation dans les données de panel. Elles tirent toujours le marché des PGC. Par ailleurs, d'autres facteurs plus structurels et exogènes à la loi EGA (assortissement) ont une influence directe sur les performances des intervenants en rayons.

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



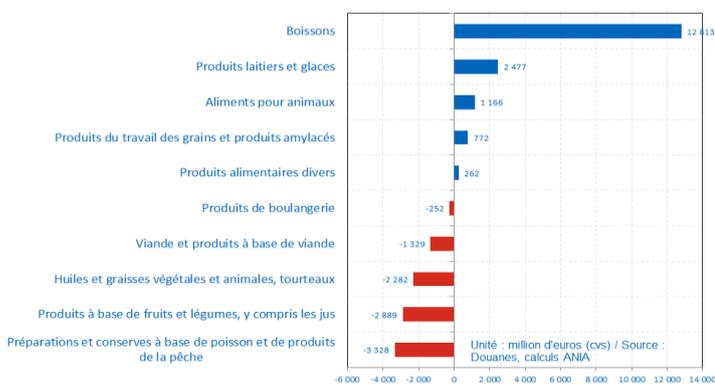
ÉVOLUTION DES FABRICANTS / MDD

CUMUL A DATE HMSM + PROXI + DRIVE + SDMP	ÉVOLUTION VALEUR	POIDS VALEUR	CONTRIBUTION GAINS/PERTES	ÉVOLUTION VOLUME UC
PGC FLS	1.2%	100.0%		-0.6%
FABRICANTS	0.9%	67.0%		-0.6%
GRANDS GROUPES	0.7%	47.9%	25%	-0.9%
ETI	-0.8%	6.8%	-41%	-1.8%
PME	2.8%	9.1%	19%	1.6%
TPE	2.6%	3.2%	6%	0.8%
TOTAL MDD	1.7%	33.0%		-0.8%
MDD STANDARD	1.0%	28.0%	23%	-1.1%
MDD BIO	17.3%	2.1%	24%	15.1%
MDD PREMIUM	3.0%	1.5%	3%	2.3%
MDD PREMIERS PRIX	-5.7%	1.4%	-59%	-8.5%

* On distingue les micro-entreprises (TPE) qui font moins de 2 millions d'euros de chiffre d'affaires, les petites et les moyennes entreprises (PME) qui font entre 2 et 50 millions d'euros, les entreprises de taille intermédiaire (ETI) qui font entre 50 et 250 millions d'euros, et les grands groupes qui font plus de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires.

3. Une ambition à l'export à réaffirmer. Elle passe nécessairement par une amélioration des conditions de compétitivité des IAA

Solde commercial par secteur sur l'année 2019

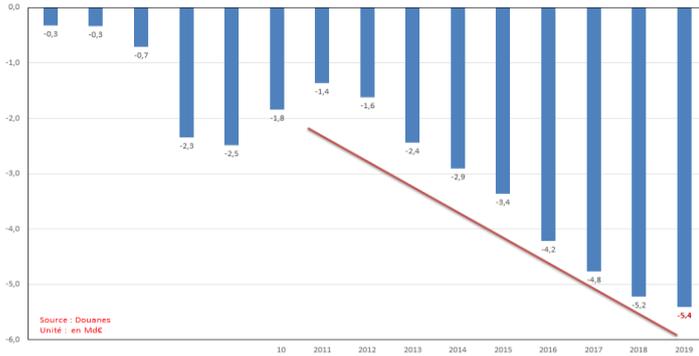


Dernier point : Novembre 2019

Des performances à l'export favorables mais concentrées sur un nombre limité de secteurs

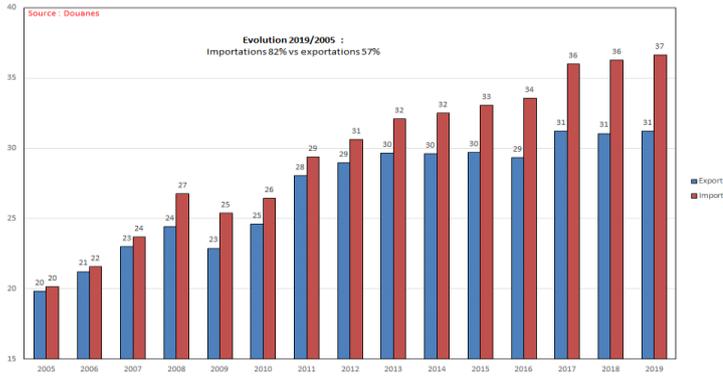
A l'issue de novembre 2019, le solde commercial des industries agroalimentaires se renforce sur un an. Sur les 12 derniers mois, il s'établit à 8 Md€ après 7,2 Md€ en 2018 (+800 millions sur un an), porté principalement par le secteur des boissons et dans une moindre mesure, le secteur laitier. En revanche, s'agissant du secteur du poisson, des fruits et légumes ou encore des « corps gras », la situation commerciale se dégrade.

Evolution du solde commercial IAA (hors boissons)



Dernier point : Novembre 2019

Evolution des exportations et importations des IAA (hors boissons)



Dernier point : Novembre 2019

Hors boissons, le solde est clairement déficitaire : ceci traduit avant tout les défis de compétitivité qui restent devant les IAA.

Mesurées hors boissons, les performances ne cessent de se détériorer : le déficit, s'inscrit à 5,4 Md€ sur les 12 derniers mois (contre 5,2 Md€ en 2018). Pour rappel, le solde était globalement à l'équilibre au milieu des années 2000.

En confrontant les évolutions des exportations et des importations, nous constatons que cette détérioration est principalement due à une accélération plus importante des importations que celle des exportations. Depuis près de 15 ans, les importations de produits alimentaires (hors boissons) ont augmenté de 83% alors que l'évolution des exportations est moins prononcée (+59%).

Entre 2012 et 2017, le nombre d'entreprises importatrices a augmenté de 15 % (soit 387 nouvelles entreprises), alors que le nombre d'entreprises exportatrices a progressé de 2% (soit 59 nouvelles entreprises). Au global, un différentiel de 328 entreprises, en défaveur de l'activité d'exportation.