Fédération du Commerce et de la Distribution

Conjoncture
Filière alimentaire : focus Europe

Mars 2023

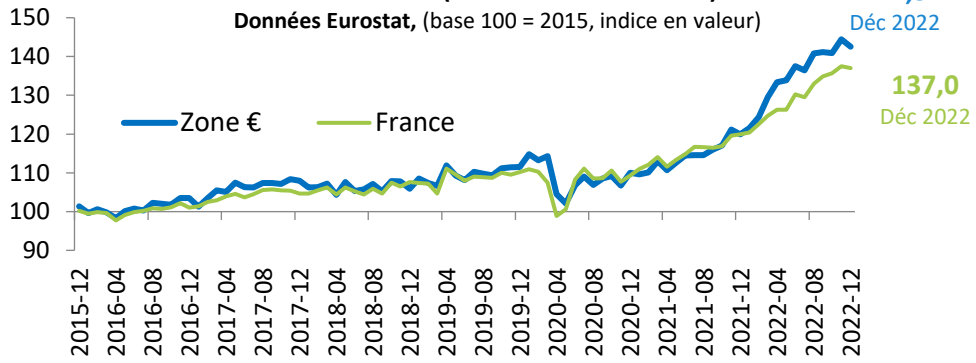
Contact : Isabelle Senand
Directrice des Etudes
isenand@fcd.fr

La conjoncture dans la filière alimentaire UE :
ça tangue du côté des ménages

Les IAA : net rebond de l'activité en valeur des IAA en zone €

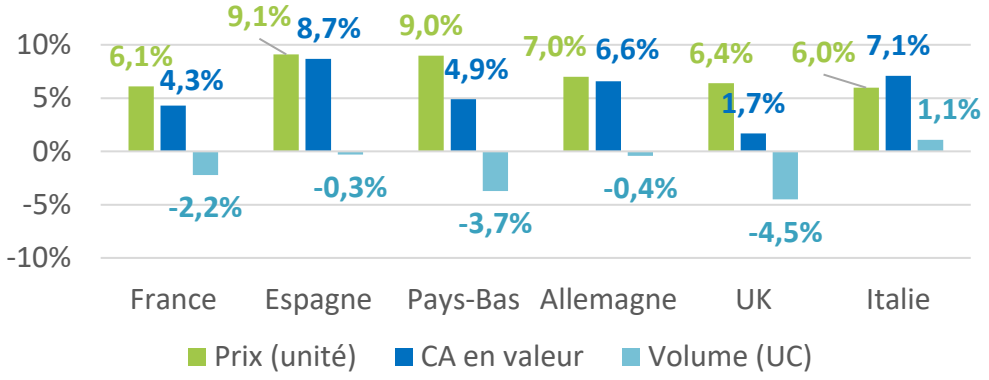
- ✓ Hausse de 18,4% du chiffre d'affaires (hors boissons) en 2022. L'activité dépasse de 24% son niveau moyen de 2019.
- ✓ Net tassement de la croissance de la production : +1% en volume en 2022 vs +3,2% en 2021
- ✓ Les prix de vente industriels des IAA de la zone € progressent de 18,2% en moyenne annuelle (après +3,4% en 2021).

Le CA des IAA (hors boissons et tabac)
Données Eurostat, (base 100 = 2015, indice en valeur)



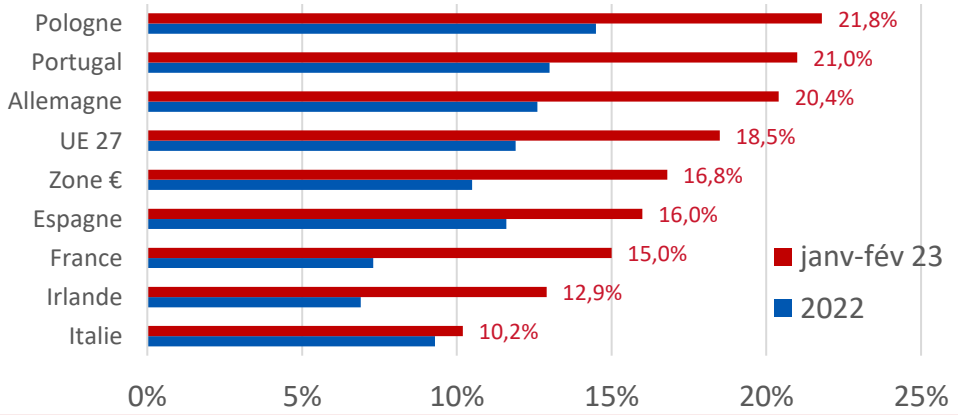
Tensions sur les dépenses alimentaires en Europe, conséquence directe des arbitrages des ménages en période d'inflation

Les PGC-FLS en Europe en 2022 (%)



Les prix alimentaires à la consommation flambent

IPCH (%) [moyenne annuelle 2022 et glissement annuel en janvier-fév 2023]



Flambée des prix alimentaires à la consommation début 2023 et pressions accrues sur la grande distribution alimentaire

Dans un contexte de boom des prix alimentaires (la croissance a dépassé 20% en janvier-février 2023 dans plusieurs pays de l'UE), les pays mettent en œuvre différents types de stratégies pour tenter de l'enrayer : baisse ou suppression de la TVA sur certains produits, carte « sociale » destinée aux foyers les plus modestes, contrôle des prix en magasins… En Suède, la ministre des finances a récemment convoqué les dirigeants des trois grandes chaînes de supermarchés suédoises (ICA, Coop et Axfood)…

Les pays européens face à l'inflation alimentaire

Les mesures instaurées par les gouvernements (1)

	Mesures	
France	**Trimestre anti inflation**	Accord le **6 mars 2023** entre le Ministère de l'Economie et les représentants du secteur de la grande distribution. Cet accord prévoit que les enseignes s'engagent à facturer un assortiment de produits, laissés à leur discrétion, au prix le plus bas possible pour les consommateurs. Les distributeurs peuvent choisir la sélection, le nombre d'articles concernés, le niveau de ristourne ainsi que la durée de l'opération. Le dispositif démarre le 15 mars et s'achève le 15 juin 2023. A noter, les négociations tarifaires entre enseignes et fournisseurs devraient se rouvrir en mai 2023 pour tenir compte de l'évolution des coûts des matières premières.
Espagne	**TVA**	**Janvier 2023**. Le gouvernement a supprimé la TVA à partir du 1er janvier 2023 sur les produits qui bénéficiaient déjà d'un taux réduit de 4% (pain ordinaire, pâte à pain, farine panifiable, lait, fromages, œufs, fruits, légumes...) et a abaissé la TVA sur les huiles, y compris l'huile d'olive, et les pâtes alimentaires de 10% à 5%. Ces réductions fiscales resteront en vigueur jusqu'au 30 juin 2023. Si le taux d'inflation de base (hors énergie et denrées alimentaires non transformées) pour le mois de mars est inférieur à 5,5% en glissement annuel, elles prendront fin le 1er mai 2023. L'impact de ces mesures ne serait toutefois pas à la hauteur des attentes. L'exécutif a opté depuis pour une moindre intervention, estimant que l'initiative devait venir des distributeurs. Une solution « à la française » serait même envisagée avec la publication mensuelle des marges bénéficiaires des grandes chaînes pour garantir une meilleure transparence des prix et pousser les distributeurs à revoir les prix.
Portugal	**Contrôles en magasins**	Au Portugal, la réaction du gouvernement à la forte hausse des prix alimentaires s'est limitée à renforcer l'action de l'ASAE (Autoridade de Segurança Alimentar e Económica). L'indice des prix des produits alimentaires non transformés a bondi de 20,1% en février, contre 18,5% en janvier, le taux le plus élevé depuis mai 1990. Les inspecteurs de l'ASAE sont sur le terrain, vérifiant les augmentations de prix « déraisonnables », tandis que le gouvernement étudie diverses solutions pour stopper les augmentations de prix. Les réductions temporaires de la TVA sont à l'étude. D'autres pistes évoquent le fait d'obliger les grands distributeurs à s'engager à ne pas augmenter une sélection d'articles essentiels.
Italie	**TVA « carte sociale »**	L'une des mesures de la loi de finances 2023 est la baisse de la TVA et création d'une Spending Savings Card, une carte sociale, destinée aux revenus inférieurs à 15 000 €, qui fonctionnera comme un bon d'achat, à utiliser dans les points de vente qui adhéreront à l'initiative. Le programme en cours d'élaboration conduirait à annuler la TVA sur les produits alimentaires de première nécessité comme le pain et les pâtes (actuellement à 4%) et à l'abaisser à 5% pour les produits actuellement à 10%, comme la viande et le poisson.

Les pays européens face à l'inflation alimentaire

Les mesures instaurées par les gouvernements (2)

	Mesures	
Grèce	**Panier anti-inflation**	**Novembre 2022**. Concept de "panier de la ménagère" : les supermarchés se sont mis d'accord avec le gouvernement pour vendre une cinquantaine de produits de base - de la farine au poisson - à des prix fixes. Cette mesure est entrée en vigueur début novembre. Les responsables du gouvernement de centre-droit considèrent ce programme, prévu pour durer jusqu'à la fin de l'hiver, comme un rempart contre la tempête inflationniste pour les plus vulnérables. Aucune subvention gouvernementale n'est prévue. **Février 2023**. Le gouvernement grec annonce le "panier de carême" et des ajouts au "panier de la ménagère". Le panier de carême est composé de produits à prix réduits pour la période du carême orthodoxe. En présentant ces changements, le ministre a également annoncé **l'imposition de lourdes amendes aux supermarchés** pour avoir enfreint les lois sur les « marges bénéficiaires raisonnables » et l'affichage erroné des prix, dont une amende de 319.900 euros, soit la deuxième amende la plus élevée jamais imposée à un supermarché.
Hongrie	**Prix bloqués**	**Février 2022**. Pour lutter contre l'inflation, le gouvernement hongrois a gelé les prix de certains aliments : la farine, le lait demi-écrémé, certains morceaux de porc et de poulet… Sept produits ont vu leur prix de vente gelé au niveau d'octobre 2021. La liste a été étendue ensuite aux pommes de terre et aux oeufs. Ce gel des prix vient d'être prolongé jusqu'en avril 2023. A noter : la croissance des prix alimentaires en glissement annuel reste la plus élevée au niveau européen : +47% en février 2023.
Suède	**Pas de mesures spécifiques**	**Mars 2023**. La ministre des finances Elisabeth Svantesson a convoqué les dirigeants des trois grandes chaînes de supermarchés suédoises. La pression s'accentue sur ICA, Coop et Axfood, les 3 leaders des supermarchés suédois, après que la ministre a déclaré qu'il était "difficile de comprendre" pourquoi les prix des denrées alimentaires augmentaient beaucoup plus vite en Suède que dans les pays voisins. Les prix des denrées alimentaires et des boissons non alcoolisées en Suède ont augmenté de 21% entre février dernier et ce mois de février, ce qui représente la plus forte hausse depuis le début des années 1950, éclipsant même les années de forte inflation des années 1970. A noter, le prédécesseur de Mme Svantesson au poste de ministre des finances, Mikael Damberg, avait demandé en 2022 à l'Institut national de recherche économique de réaliser une étude pour déterminer si les supermarchés suédois protégeaient leurs marges bénéficiaires au détriment du consommateur. L'étude, publiée en décembre, a conclu que la hausse des prix dans les supermarchés reflétait la faiblesse de la couronne et non des bénéfices excessifs.

Sommaire

01 L'activité des industries agroalimentaires P 6

Chiffre d'affaires P7
Production P8
Commerce extérieur UE27 P10

02 Les prix dans la filière alimentaire P 11

Matières premières (monde) P13
Prix agricoles (Ipampa, Ippap) P16
Prix de vente industriels P18
Prix à la consommation P19

03 La consommation en PGC-FLS P 22

Les préoccupations des consommateurs P23
PGC-FLS et bio en Europe P26
Focus RHF P31

04 A lire : études, enquêtes P 32

01

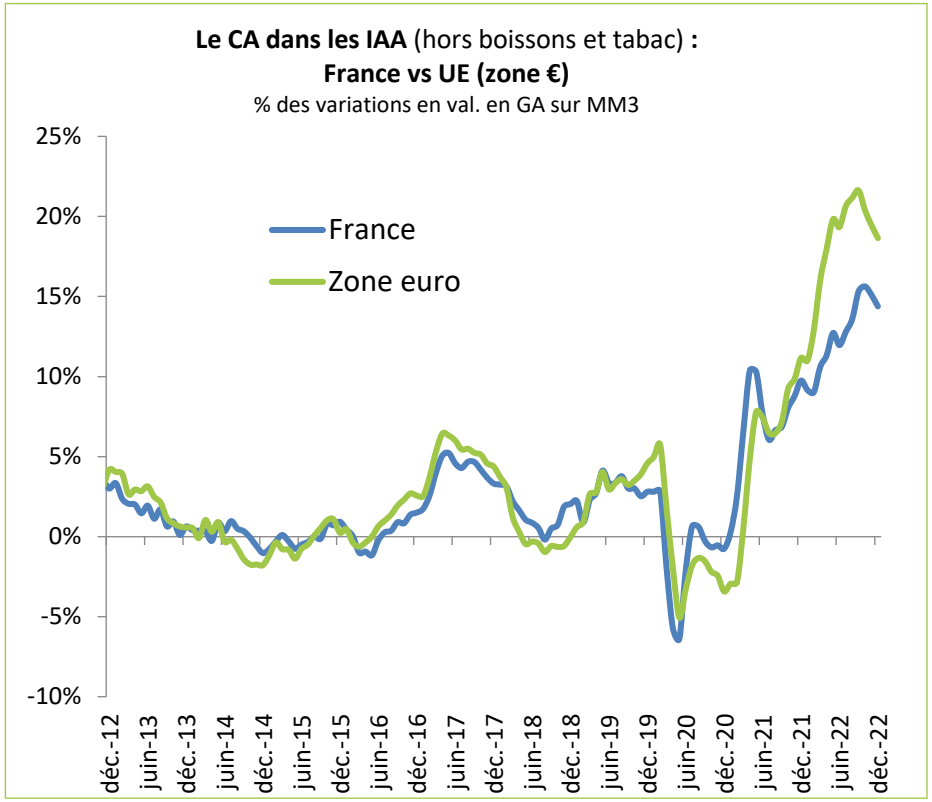
L’activité des industries agroalimentaires

Chiffre d’affaires, production, commerce extérieur

Le chiffre d'affaires dans les IAA

Net redémarrage au sein de l'UE en 2022 et essoufflement en fin de période

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) a progressé de 18,4% en valeur en 2022 par rapport à 2021, soit une très nette accélération après un rebond de 5,2% en moyenne annuelle en 2021. La situation globale s'est améliorée dans l'ensemble des grandes économies européennes. Le chiffre d'affaires des IAA a même progressé de près de 26% au Portugal et de 23,7% aux Pays-Bas. Hors zone euro, à noter le bond de 36% du chiffre d'affaires des IAA polonaises.



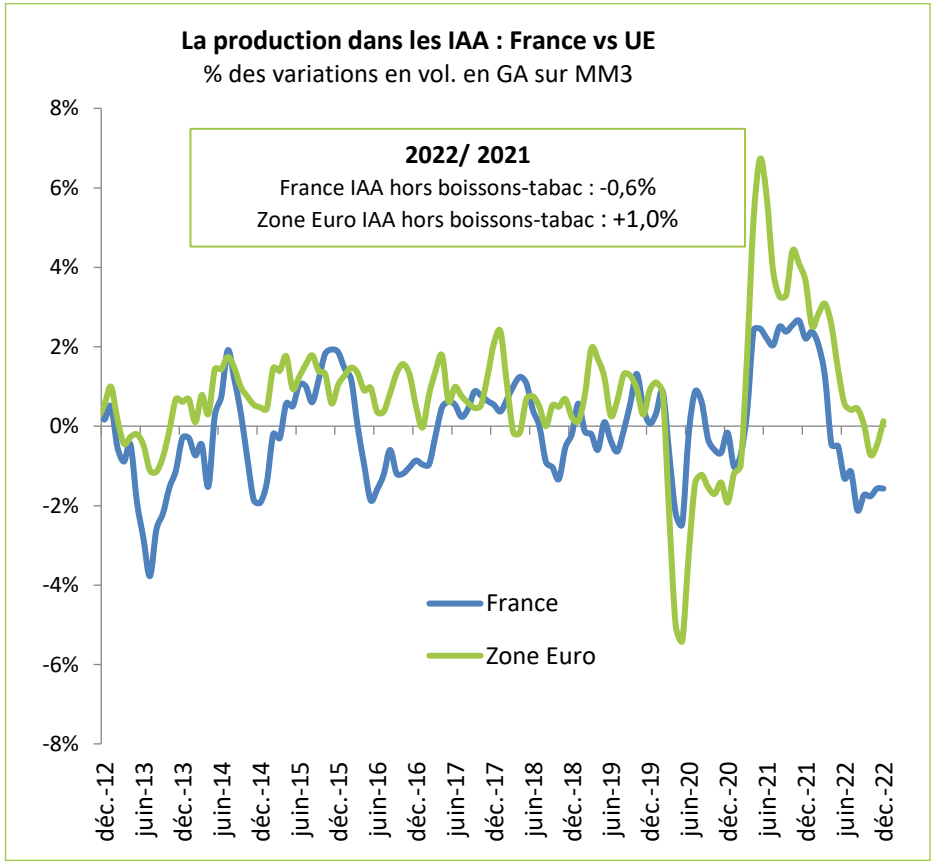
	Crois. CA 2020/2019	Crois. CA 2021/2020	Crois. CA 2022/2021
Pologne	2,3%	12,2%	36,3%
Portugal	-3,1%	6,6%	25,7%
Pays-Bas	-0,4%	6,8%	23,7%
Espagne	-2,0%	8,3%	20,1%
Allemagne	-0,1%	0,1%	19,7%
Irlande	-0,1%	14,5%	19,7%
UE (27) **Zone € (19)**	**-0,4%** **-0,7%**	**5,8%** **5,2%**	**19,3%** **18,4%**
Italie	0,3%	6,5%	18,6%
Danemark	1,0%	3,6%	13,5%
France	-1,0%	7,0%	12,7%

NB : *Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations mensuelles de la source fiscale* /
Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

La production dans les IAA (1)

Tassement du rythme de croissance de la production agroalimentaire dans la zone €

La production des industries agroalimentaires (hors boissons et tabac) en Europe a progressé de 1% en 2022 par rapport à 2021 dans la zone euro, après un redressement de 3,2% en moyenne annuelle en 2021. La tendance a été au tassement de la croissance au cours des derniers mois : la production de la zone € a même baissé de -0,7% entre T1 2022 et T4 2022. La décélération a notamment été marquée en France (-0,6% en 2022). Le tassement est également perceptible ailleurs en Europe : en Allemagne (-0,5% en moyenne annuelle et -4,4% entre T1 2022 et T4 2022), au Danemark (-0,1% en 2022 et -1,6% entre T1 2022 et T4 2022).



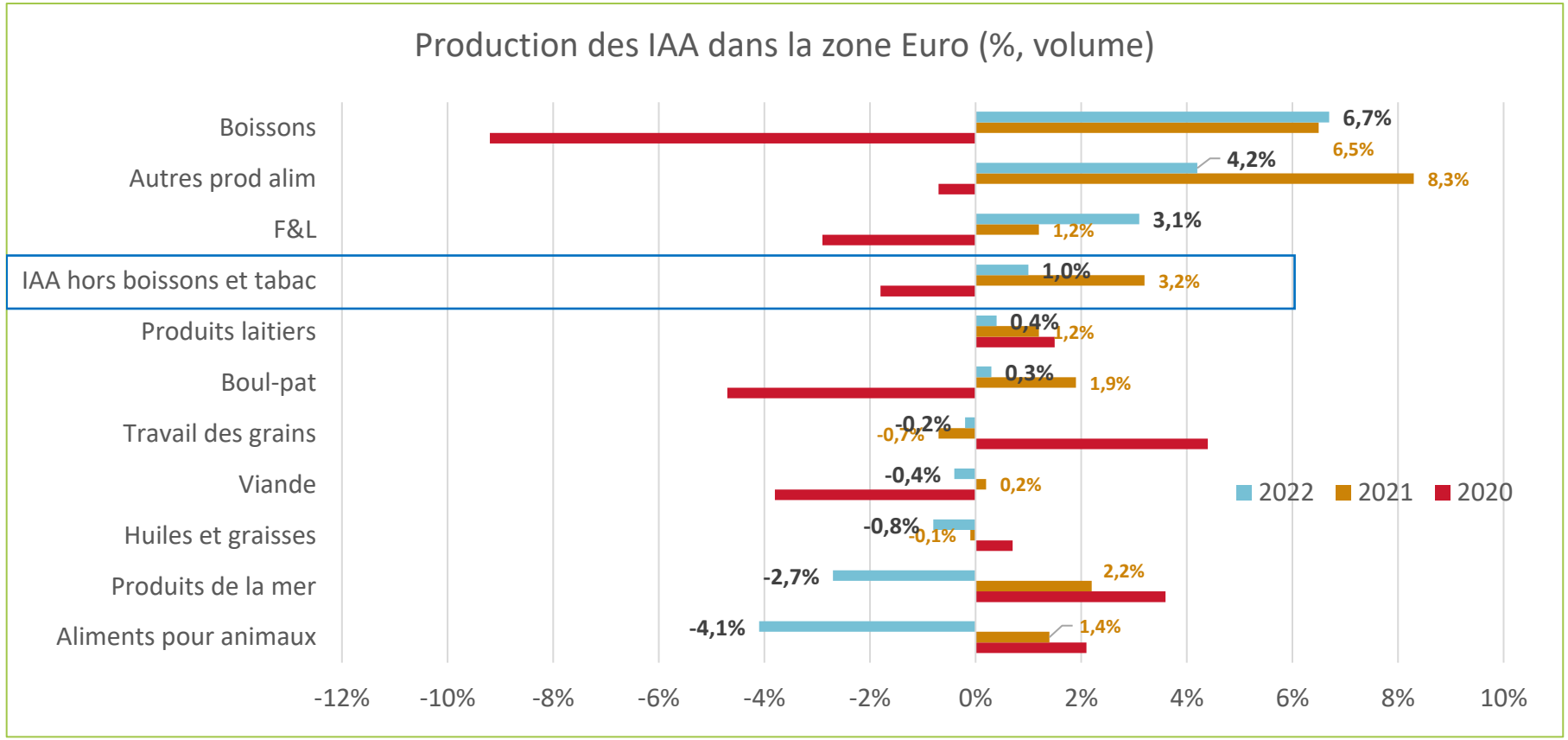
	2020/ 2019	2021/2020	2022/2021
Irlande	3,8%	17,8%	11,5%
Pologne	0,5%	7,2%	9,8%
Portugal	-3,8%	3,1%	1,3%
Italie	-2,8%	4,9%	1,1%
UE (27) **Zone € (19)**	**-1,6%** **-1,8%**	**3,5%** **3,2%**	**1,7%** **1,0%**
Pays-Bas	-1,3%	1,1%	0,4%
Espagne	-4,8%	4,3%	0,3%
Danemark	-0,4%	2,6%	-0,1%
Allemagne	-2,3%	0,1%	-0,5%
France	-0,4%	1,7%	-0,5%

Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

La production dans les IAA (2)

Tassement du rythme de croissance de la production agroalimentaire dans la zone €

La tendance globalement à la décélération de la croissance de la production agroalimentaire européenne masque des divergences selon les catégories de produits. Le rythme de croissance de la production de boissons est ainsi resté très dynamique (6,7% en volume en moyenne annuelle en 2022), de même que celui de l'industrie des fruits et légumes (accélération de la croissance). En revanche, le secteur des aliments pour animaux a décroché (-4,1%), de même que celui de l'industrie des produits de la mer (-2,7%).

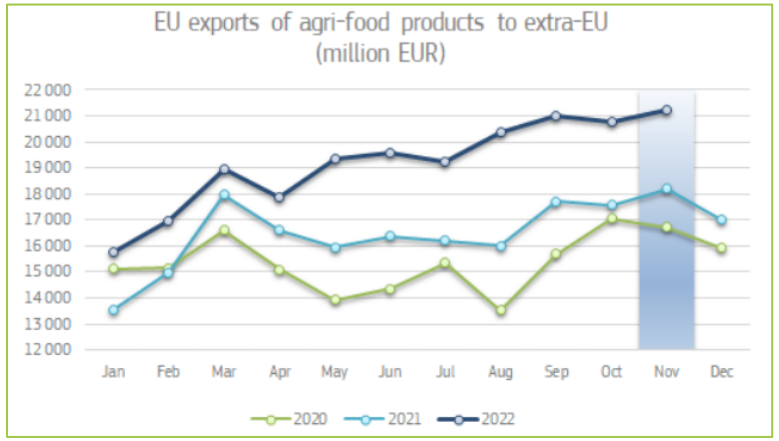


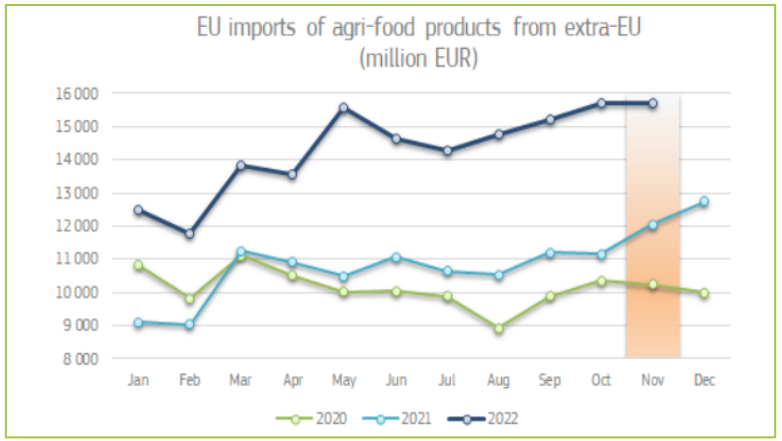
Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

Le commerce extérieur au sein de l'UE 27

Bilan des 11 premiers mois 2022 : contraction du solde commercial

Le solde des échanges agricoles et agroalimentaires de l'UE 27 s'est contracté au cours des 11 premiers mois de l'année 2022 passant de 63,8 Md€ à 53,5 Md€, soit une baisse de 10,3 Md€. Cette détérioration est notamment liée à la baisse des exportations de viande porcine (-6%, à 12,7 Md€) et aussi à la hausse des importations d'oléagineux et protéagineux (+44% à 23,5 Md€).





TRADE BALANCE			
PRODUCT/PERIOD	Exports Jan22-Nov22	Imports Jan22-Nov22	Trade balance Jan22-Nov22
	million EUR		
TOTAL AGRIFOOD	**211 033**	**157 505**	**53 528**
Beef and veal	3 957	2 412	1 545
Pigmeat	12 663	339	12 324
Poultry and eggs	5 411	2 117	3 294
Sheep and goat	642	1 203	- 560
Dairy products	18 797	2 326	16 471
Other animal products	7 527	5 586	1 941
Cereals	15 594	11 258	4 336
Cereal preparations and milling products	20 918	4 475	16 443
Oilseeds and protein crops	2 294	23 511	-21 217
Vegetable oils (oilseeds and palm)	3 682	10 066	-6 384
Margarine and other oils and fats (vegetable)	2 146	4 783	-2 637
Sugar and isoglucose	560	1 087	- 527
Vegetables	7 392	4 612	2 780
Fruit and nuts	5 444	20 508	-15 064
Preparations of fruit, nuts and vegetables	9 542	5 954	3 588
Olives and olive oil	4 653	647	4 006
Wine and wine based products	16 887	1 707	15 180
Spirits and liqueurs	9 137	4 038	5 099
Beer, cider and other beverages	10 058	2 148	7 911
Confectionery and chocolate	9 425	2 513	6 911
Mixed food preparations and ingredients	13 593	6 229	7 364
Coffee, tea, cocoa and spices	6 801	20 349	-13 547
Pet food and forage crops	7 863	3 250	4 614
Tobacco, cigars and cigarettes	5 604	3 295	2 309
Horticulture	4 162	1 948	2 214
Non-edible for technical use	4 354	11 003	-6 649
Unspecified	1 926	142	1 784
Fish and fish products	*6 960*	*29 299*	*-22 339*
TOTAL AGRIFOOD AND FISH	***217 993***	***186 804***	***31 190***

Source : Commission Européenne

02

Les prix dans la filière alimentaire

De l’amont agricole aux prix à la consommation

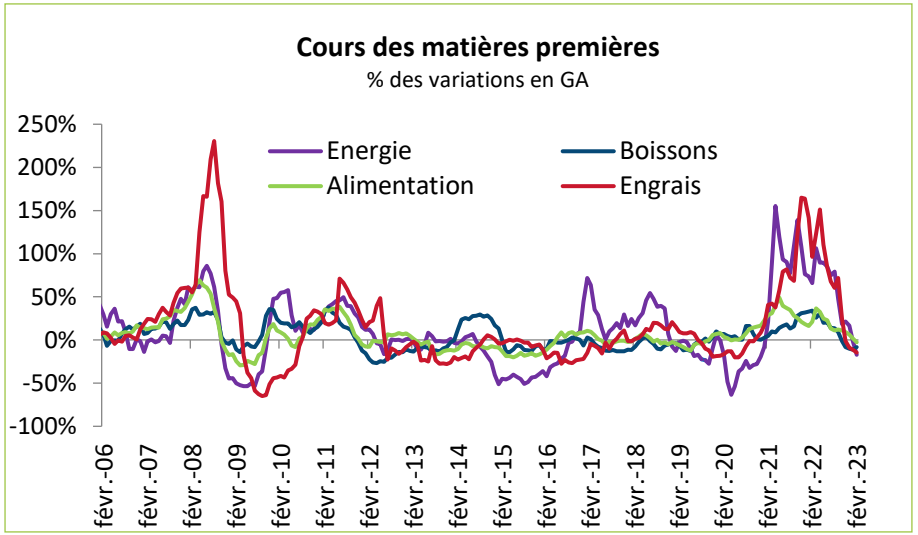
Fédération du Commerce et de la Distribution

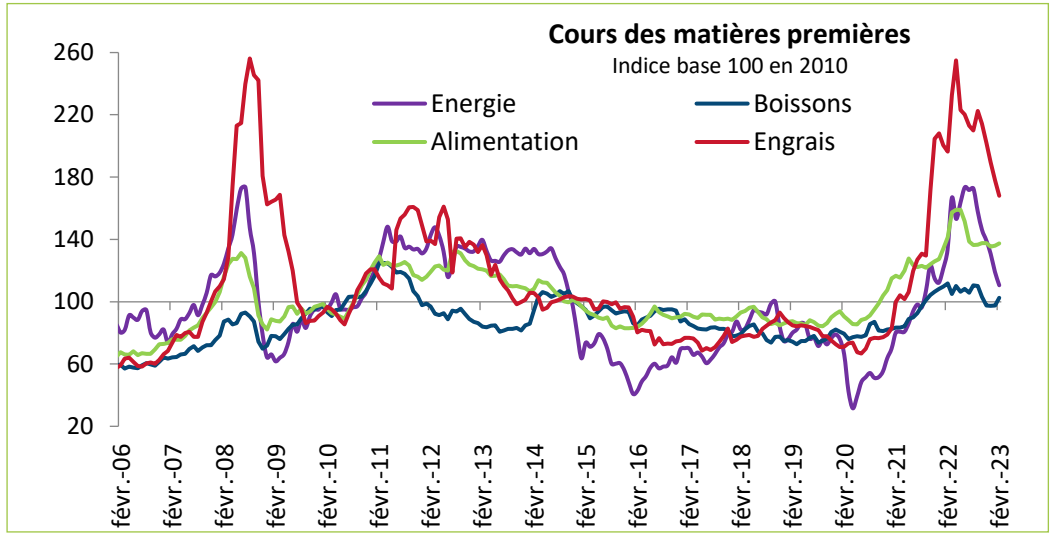
Matières premières dans le monde

Les cours désormais orientés à la baisse

Les prix de l'énergie ont bondi de +60% en 2022, après +81% en 2021 en moyenne annuelle. Mais depuis le pic de l'été 2022, la tendance est désormais baissière (-9,7% en janvier-février 2023 par rapport à janvier-février 2022). Il en va de même pour les boissons (-9,7% également en janvier-février 2023) et l'alimentation (-0,6% au cours de cette même période). A noter enfin la contraction de près de 13% des cours des engrais en janvier-février 2023 en glissement annuel.

NB Les données de la Banque Mondiale ne sont pas comparables avec celles de la FAO (page suivante) : elles n'intègrent par exemple pas, pour l'alimentaire, les produits laitiers. Par ailleurs, l'indice de la FAO mesure la variation mensuelle des cours internationaux d'un panier de denrées alimentaires. Il est établi à partir de la moyenne des indices de prix de cinq catégories de produits, pondérés en fonction de la part moyenne à l'exportation de chacune des catégories pour la période 2002-2004.





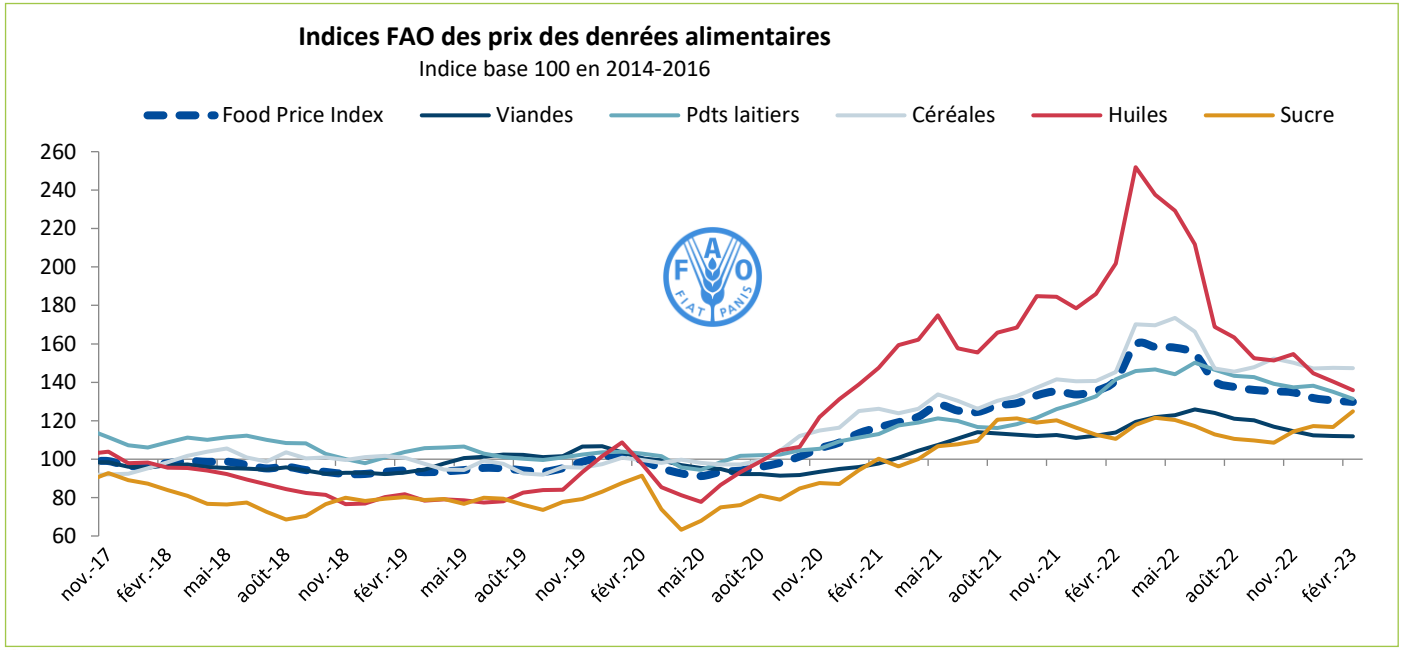
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Jan-fév 2023
Energie (pétrole, gaz, charbon)	-15,2%	23,7%	27,8%	-12,4%	-32,7%	81,0%	60,0%	-9,7%
Boissons (café-thé-cacao)	-2,7%	-9,0%	-4,8%	-3,7%	5,6%	16,3%	13,7%	-9,7%
Alimentation (blé, riz, huile, bananes, oranges, sucre…)	1,6%	0,6%	0,3%	-3,8%	7,1%	30,8%	17,9%	-0,6%
Engrais	-21,0%	-4,4%	11,1%	-1,4%	-10,1%	80,5%	62,6%	-12,9%

Source : Banque Mondiale – dernières données, Février 2023

Matières premières alimentaires

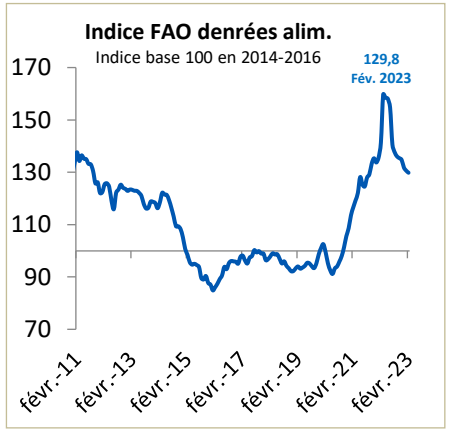
Indice FAO : 11ème baisse consécutive de l'indice en février 2023

L'**Indice FAO des prix des produits alimentaires** s'est établi à 129,8 points en février 2023, en léger repli (-0,6%) par rapport à janvier qui marque un 11è mois consécutif de baisse. L'Indice a perdu 18,7% par rapport au pic de mars 2022. Les cours **des céréales** fléchissent légèrement en février (-0,1%). Sur un an, ils ont progressé de 1,4%. Après 3 mois de baisse, les prix du blé ont légèrement progressé (0,3%), un léger affermissement dû aux inquiétudes que suscite le temps sec dans les principales régions de production de blé dur rouge d'hiver aux USA et à la forte demande de l'Australie. Les prix du maïs ont peu évolué (+0,1%). Ils ont été soutenus par la dégradation des conditions en Argentine, par des retards dans les semis de la seconde culture de maïs et un rythme d'exportation soutenu au Brésil. Les prix du riz se sont tassés de 1% en février (les activités commerciales ont ralenti dans la plupart des pays exportateurs d'Asie, alors que leurs monnaies nationales se dépréciaient face au $). Les cours des **huiles végétales** ont baissé de -3,2%, atteignant son niveau le plus bas depuis début 2021. Les prix de l'huile de palme ont baissé pour le 3e mois de suite en février. Les prix de l'huile de soja ont continué à baisser, sous l'effet d'une diminution des achats dans les principaux pays importateurs et de la hausse de la production attendue en Amérique du Sud. Les prix de l'huile de tournesol et l'huile de colza ont poursuivi leur trajectoire descendante. Les cours des **produits laitiers** ont baissé de -2,7% (-7,2% sur un an). Une baisse due au fléchissement des prix de tous les produits laitiers, les reculs les plus nets étant à mettre au compte du beurre et du lait écrémé en poudre.
Les **prix de la viande ont légèrement baissé** (-0,1% sur un mois, -1,7% sur un an). Les prix de la viande de volaille ont encore baissé, sous l'effet d'une offre mondiale abondante et d'une demande moins soutenue, malgré les épidémies de grippe aviaire. Les prix de la viande porcine ont augmenté, du fait des inquiétudes sur le marché suscitées par la faible disponibilité de porcs. Les prix de la viande bovine sont restés stables. Les prix du **sucre** ont augmenté de 6,9%, et atteint son niveau le plus haut depuis février 2017. Le rebond est principalement lié à la révision à la baisse apportée aux prévisions concernant la production de sucre en Inde en 2022-2023, qui a affaibli les perspectives d'exportation pour la campagne actuelle.



Source : FAO

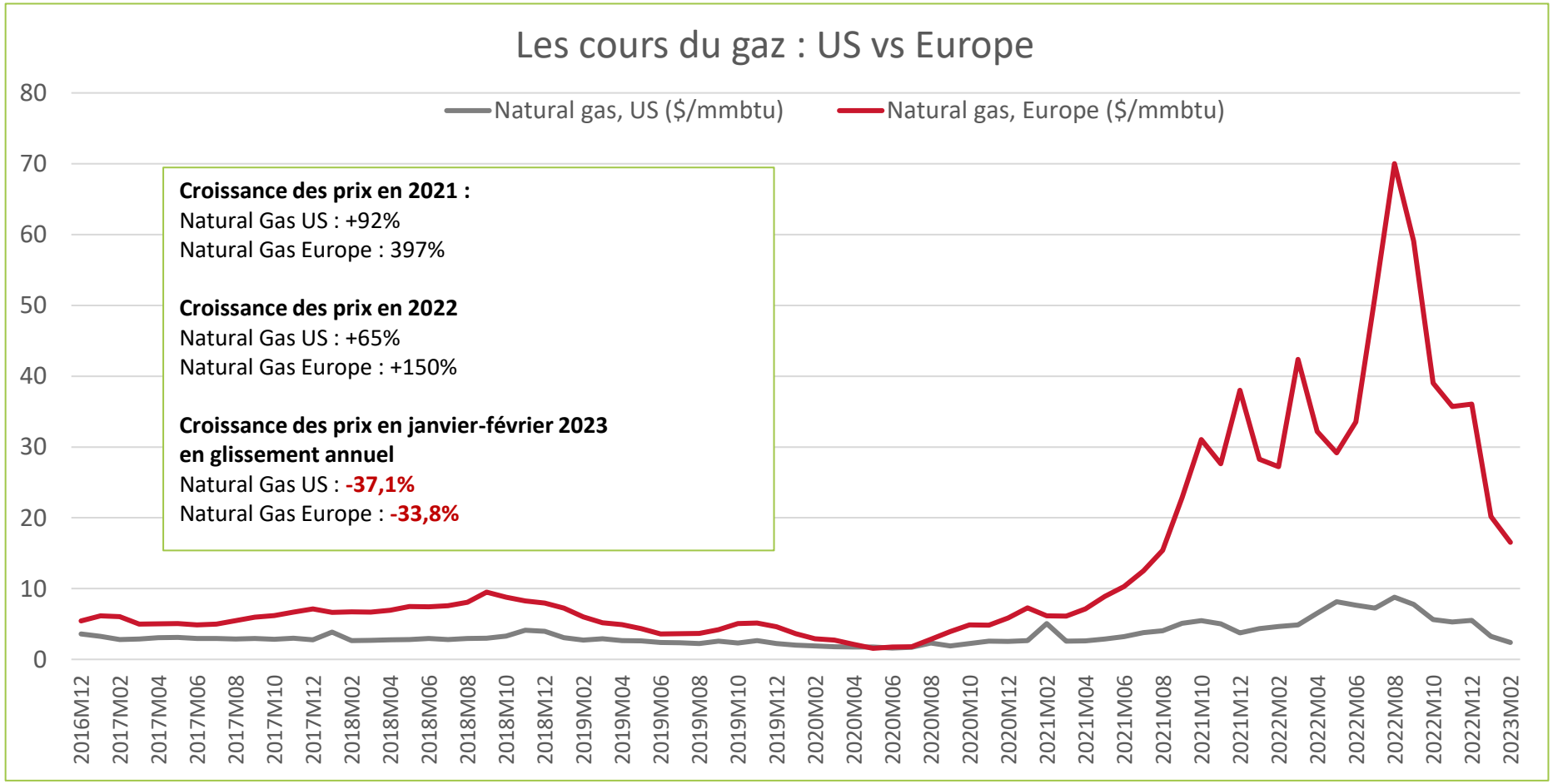
NB. L'indice des prix alimentaires de la FAO est établi à partir de la moyenne des indices de prix des 5 catégories de produits (viandes, produits laitiers, sucre, céréales, huiles végétales). Les indices sont pondérés en fonction de la part moyenne à l'exportation de chacune des catégories.



Gaz naturel

Boom en Europe en moyenne annuelle et reflux depuis septembre 2022

La fin des mesures sanitaires liées au Covid et la guerre en Ukraine ont conduit à une flambée inédite du prix du gaz. Les États-Unis se trouvent dans une situation très différente de l'Europe car le pays est indépendant sur le plan énergétique. Le gaz de schiste leur permet de produire des quantités très importantes de gaz. Le prix du gaz aux États-Unis est donc bien plus bas qu'ailleurs dans le monde et qu'en Europe : actuellement 1,2 fois plus élevé qu'en janvier 2020 pour les Etats-Unis, contre 4,5 fois plus élevé en Europe.

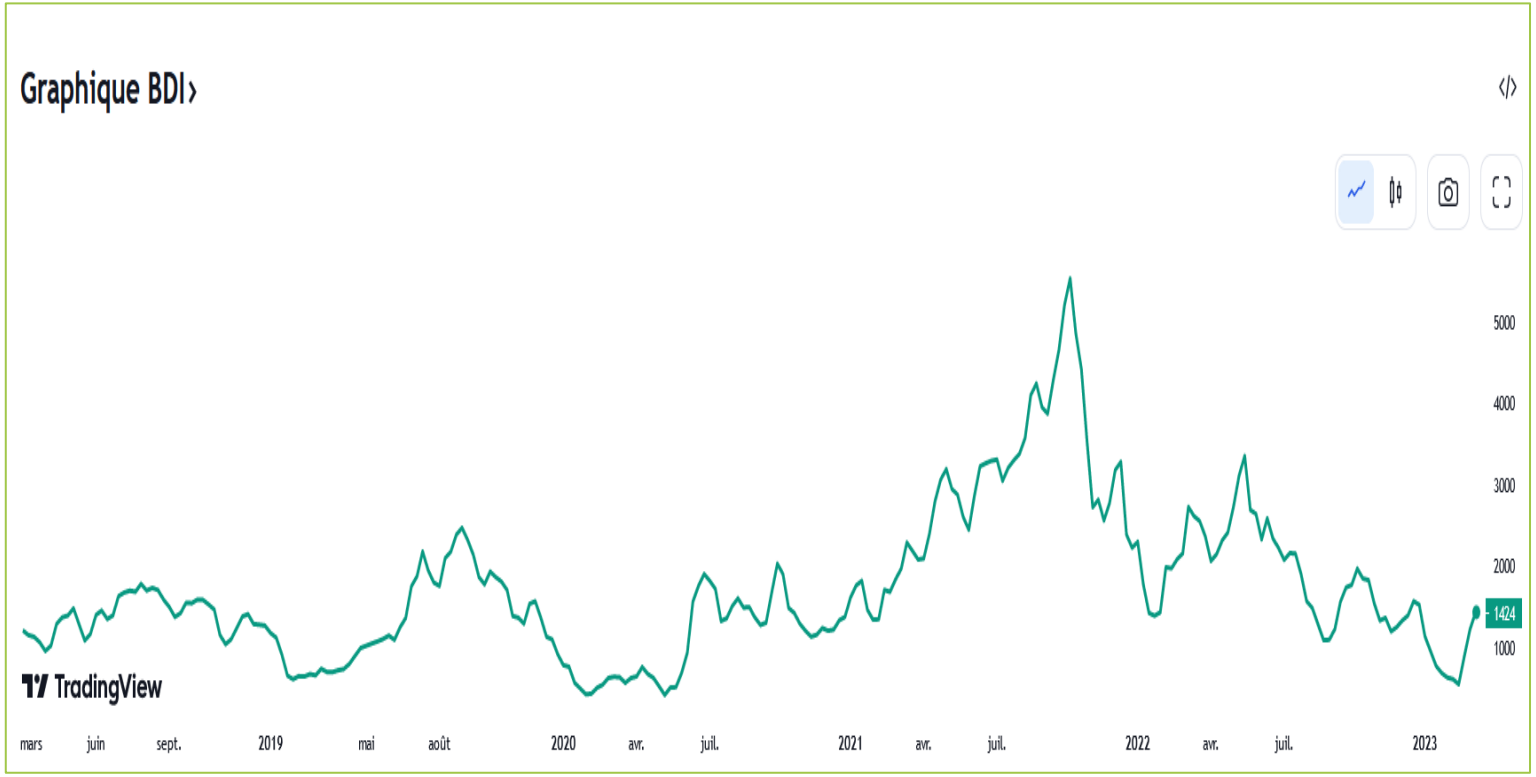


Mmbtu : million d'unités thermiques britanniques, Source : Banque Mondiale

Fret maritime (monde)

Le Baltic Exchange Dry Index : léger redressement en mars 2023, après l'effondrement des mois précédents

Dopé la reprise économique mondiale et par l'envolée des matières premières, le Baltic Dry Index était monté en 2021 à son plus haut niveau depuis 2010 (5.526 points début octobre 2021). Parfois considéré comme un indicateur avancé de la croissance mondiale, l'indice reflète les prix du transport maritime. La baisse des prix du carburant et une moindre demande ont fait baisser les prix du transport pendant la seconde partie de 2022 et début 2023. Depuis, l'indice est reparti à la hausse, restant cependant loin de ses records de 2021. La hausse des dernières semaines est liée à une demande plus ferme dans tous les segments de navires.



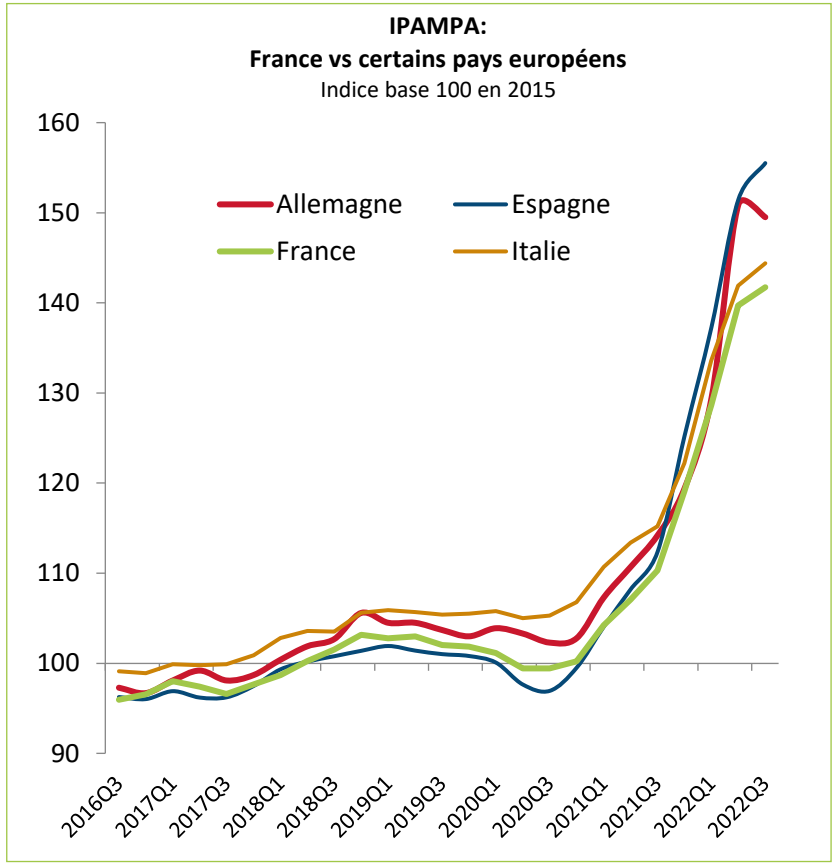
https://fr.tradingview.com/symbols/INDEX-BDI/

L'indice Baltic Dry (Baltic Dry Index, BDI) est un indicateur publié quotidiennement de l'évolution des coûts du fret maritime de vrac sec (minerai, charbon, céréales...). Créé en 1998, il est géré par la société anglaise Baltic Exchange basée à Londres.

Il fournit une évaluation du prix à payer pour transporter les principales matières premières ou produits de base par voie de mer, c'est-à-dire le coût de la location d'un porte-conteneurs.

IPAMPA
Sensible accélération en 2022 (UE à 27)

La hausse de l'IPAMPA européen en 2021 et 2022 s'observe dans tous les pays. En moyenne annuelle, les prix ont augmenté de 31,8% au sein de l'UE à 27 en 2022 par rapport à 2021. Les prix ont été tirés vers le haut en particulier par les engrais et amendements : +91% en moyenne annuelle dans l'UE à 27, par les aliments pour animaux (+31%) et l'énergie et les lubrifiants (+56%).



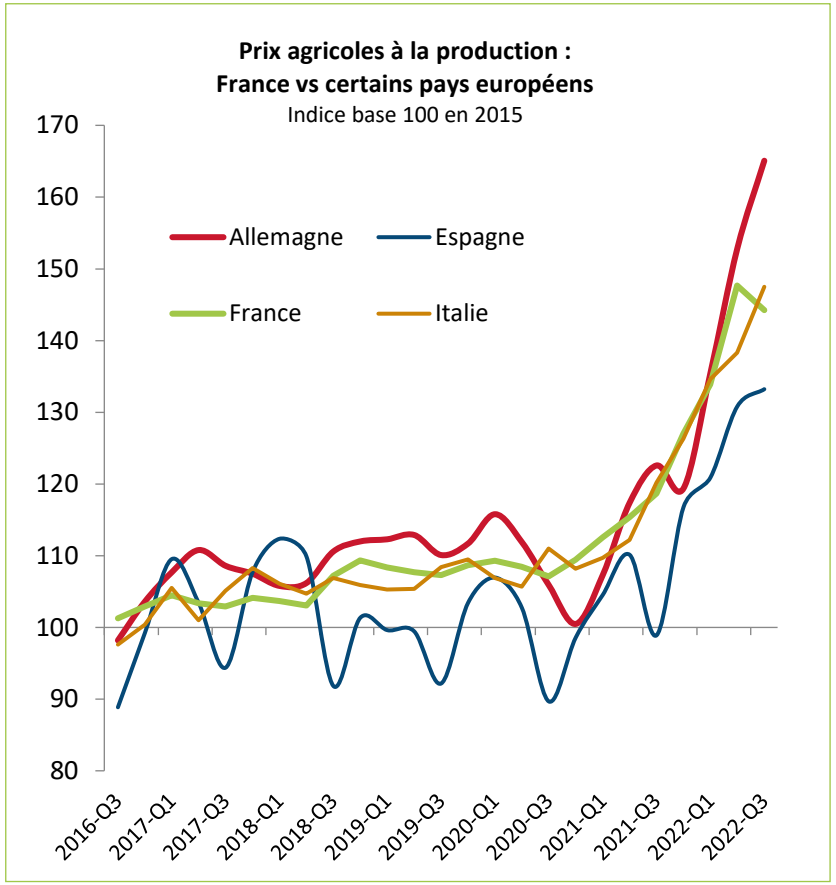
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
France	0,9%	3,6%	1,5%	-2,3%	10,1%	25,3%
Pologne	2,1%	3,6%	3,4%	-1,1%	13,0%	38,3%
Pays-Bas	3,5%	3,0%	-0,2%	-2,4%	19,1%	48,2%
Allemagne	1,4%	4,3%	1,2%	-0,8%	9,5%	26,9%
Italie	1,0%	3,7%	1,6%	0,1%	9,2%	22,3%
Irlande	0,4%	4,6%	2,2%	-2,7%	9,2%	34,7%
Espagne	0,3%	3,8%	0,9%	-2,7%	14,1%	32,5%
UE à 27	**1,6%**	**3,5%**	**1,6%**	**-1,5%**	**11,4%**	**31,8%**

IPAMPA : Indice des prix d'achat des moyens de production agricole / Source : Eurostat

Les prix agricoles à la production (IPPAP)

+25% en 2022 (UE à 27)

L'IPPAP européen reste marqué par des évolution divergentes selon les pays, reflet de structures de production et de spécialisations agricoles différentes selon les pays. La tendance a toutefois été à l'accélération de la croissance en moyenne annuelle en 2022 : +25,5%, après +9,3% en 2021. Cette accélération a été observée dans l'ensemble des pays européens. Les prix des céréales ont augmenté de 46%, ceux des oléagineux de 32%, l'IPPAP animaux a augmenté de 26% (+26% pour les bovins et porcins, +29% pour la volaille).



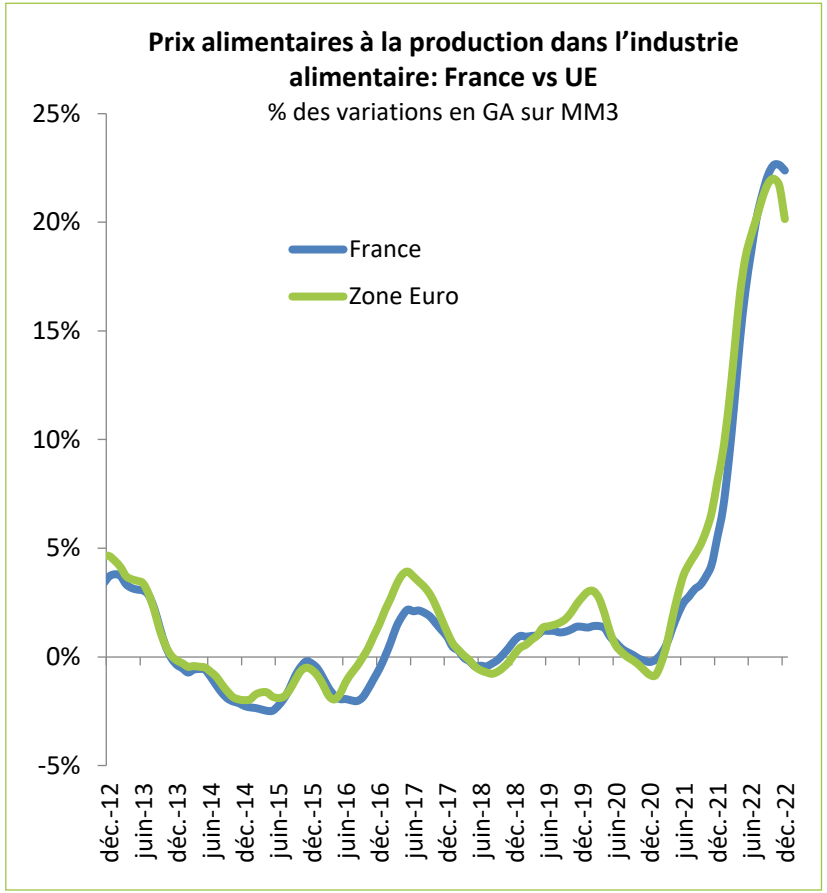
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
France	3,6%	2,0%	2,1%	0,5%	9,1%	20,4%
Pologne	17,6%	-0,7%	7,5%	-0,5%	8,5%	38,0%
Pays-Bas	7,2%	-2,0%	3,2%	-5,2%	9,4%	21,3%
Allemagne	10,0%	0,4%	2,4%	-3,4%	9,0%	31,1%
Italie	8,2%	1,0%	1,1%	0,8%	8,6%	21,2%
Irlande	11,9%	-2,0%	-1,1%	0,7%	11,5%	26,5%
Espagne	7,4%	-0,6%	-4,2%	0,2%	9,0%	25,4%
UE à 27	**7,2%**	**0,8%**	**1,9%**	**-0,3%**	**9,3%**	**25,5%**

IPPAP / Source : Eurostat

Les prix de vente industriels agroalimentaires en Europe

+18,2% de hausse en moyenne annuelle en 2022 dans la zone €

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ont augmenté de 18,2% dans la zone euro en 2022 par rapport à 2021, après une légère accélération en moyenne annuelle en 2021. Les prix ont notamment progressé au Portugal (+26,5%), Pays-Bas (+20,5%), Allemagne (+20,7%). En glissement annuel sur données mensuelles, la croissance des prix dépasse les 20% depuis le mois de juillet dans la majorité des pays européens. A noter, en France, ce taux était même de 22% en janvier 2023 par rapport à janvier 2022.



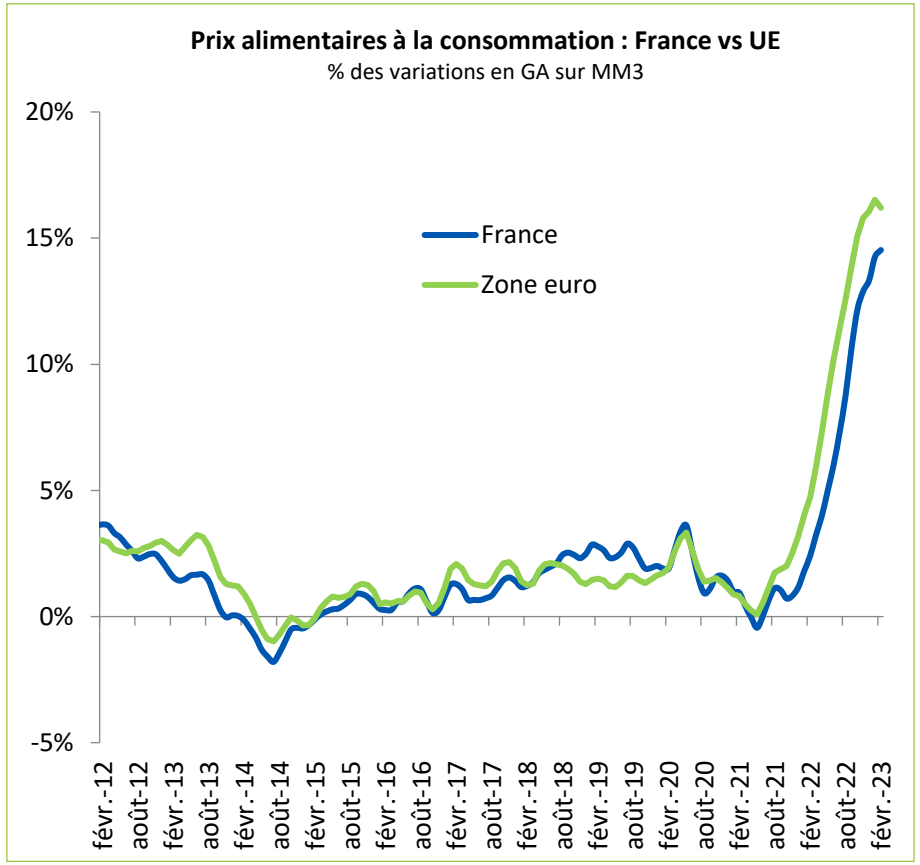
	Crois prix prod alim 2019/ 2018	Crois prix prod alim 2020 / 2019	Crois prix prod alim 2021 / 2020	Crois prix prod alim 2022 / 2021
Portugal	1,6%	0,5%	4,7%	26,5%
Pologne	1,8%	1,7%	5,1%	24,4%
Allemagne	2,1%	0,8%	2,4%	20,7%
Pays-Bas	1,9%	1,4%	6,8%	20,5%
UE à 27 **Zone Euro**	**1,7%** **1,5%**	**1,1%** **0,9%**	**3,5%** **3,4%**	**18,9%** **18,2%**
France	1,2%	0,6%	2,4%	17,5%
Danemark	3,4%	0,7%	0,2%	17,5%
Espagne	0,0%	1,2%	5,8%	17,3%
Italie	0,7%	1,1%	3,4%	15,3%
Irlande	3,7%	-1,8%	0,3%	8,6%

Prix alimentaires (hors tabac et boissons) / Source : Eurostat

Les prix à la consommation en Europe

Forte accélération de la croissance des prix alimentaires

La croissance des **prix alimentaires et boissons non alcoolisées** s'est établie à +10,5% dans la zone euro en 2022 par rapport à 2021 (+11,9% au sein de l'UE à 27), le rythme de croissance a continué à accélérer en début d'année : +16,8% au cours des 2 premiers mois de 2023 par rapport à la même période en 2022. Au sein de la zone euro, les prix alimentaires ont progressé au cours de cette dernière période de 21% au Portugal, de 20,4% en Allemagne… A noter, le « rattrapage » de la France : +15% en janvier-février 2023.



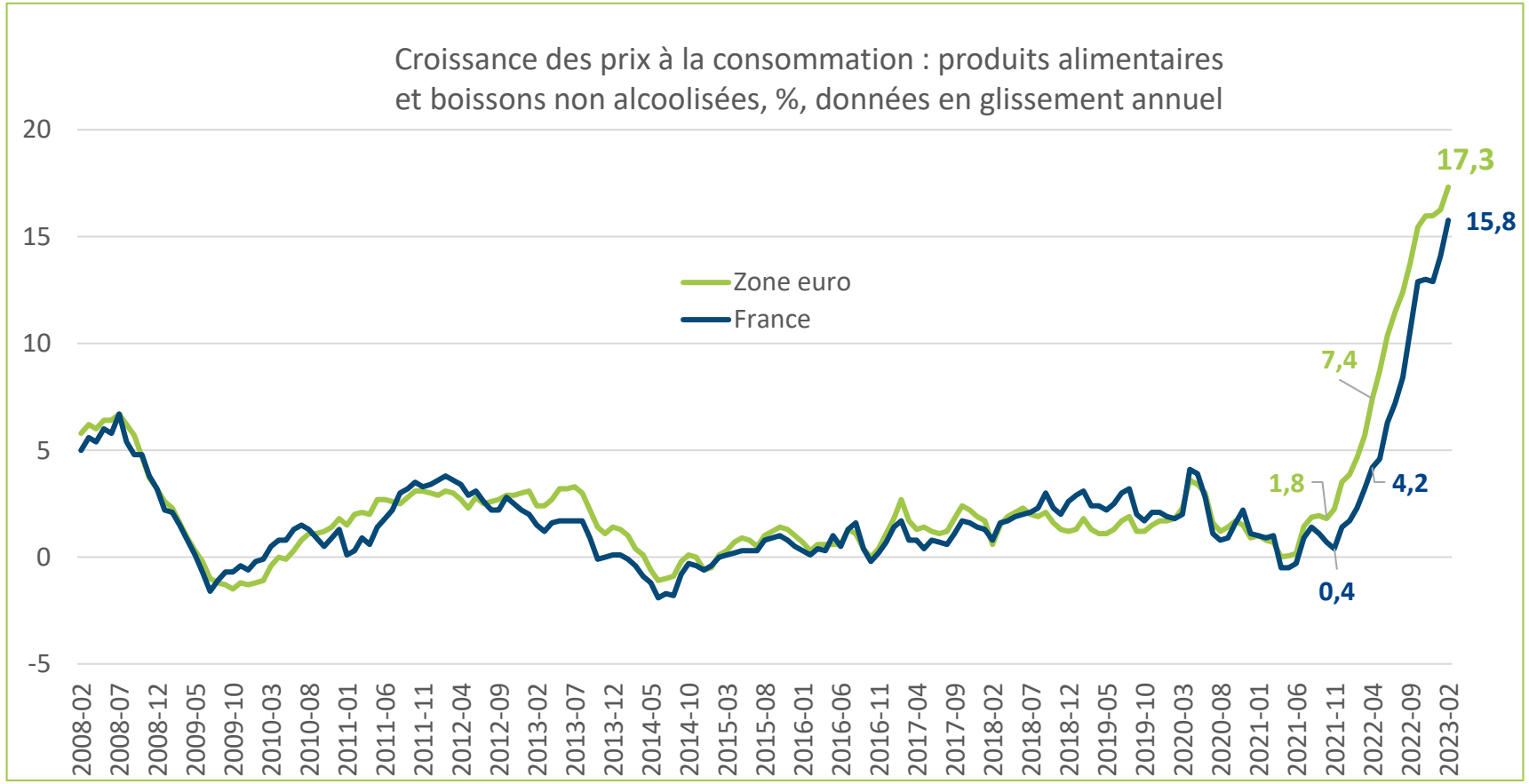
	Crois prix conso alim 2020/2019	Crois prix conso alim 2021/2020	Crois prix conso alim 2022/2021	Crois prix conso alim jan-fév 2023
Pologne	4,4%	3,0%	14,5%	21,8%
Portugal	2,1%	0,7%	13,0%	21,0%
Allemagne	2,3%	3,1%	12,6%	20,4%
Espagne	2,4%	1,8%	11,6%	16,0%
Danemark	0,6%	0,6%	11,5%	14,6%
Zone Euro **UE à 27**	**2,0%** **2,5%**	**1,3%** **1,6%**	**10,5%** **11,9%**	**16,8%** **18,5%**
Pays-Bas	1,9%	-0,2%	10,7%	17,6%
Italie	1,5%	0,5%	9,3%	10,2%
France	2,0%	0,6%	7,3%	15,0%
Irlande	-1,4%	-0,3%	6,9%	12,9%

Source : Eurostat – dernière donnée février 2023

Les prix à la consommation en Europe

La croissance des prix tend à converger progressivement entre zone € et France

La croissance des prix alimentaires en France s'est fortement accélérée au cours des derniers mois. En moyenne annuelle en 2022, les prix en France ont progressé de 7,3%, contre une moyenne de 10,5% au sein de la zone €. Depuis, ils ont bondi de 15,8% en février 2023 en glissement annuel, contre 17,3% au sein de la zone €, soit un différentiel de croissance de seulement 1,5 point vs plus de 4 points en moyenne par mois entre mai et août 2022.

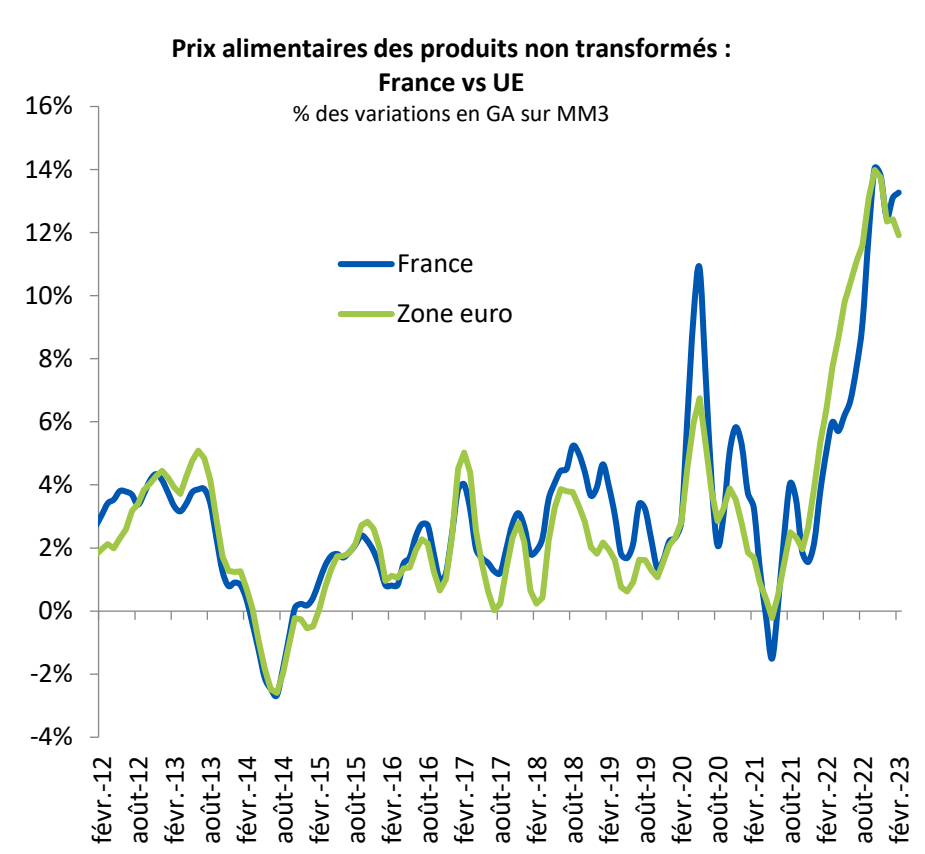


Source : Eurostat – dernière donnée février 2023

Prix à la consommation alimentaires en Europe (2)

Produits **alimentaires non transformés** : léger tassement de la croissance des prix début 2023

Les prix des produits alimentaires non transformés ont progressé de 10,4% en moyenne annuelle en 2022 dans la zone €. La tendance a été à l'accélération tout au long de l'année dans l'ensemble des pays européens. Depuis la fin de l'année 2022, le rythme de croissance des prix s'est légèrement tassé. Néanmoins, la hausse reste supérieure à 10% en glissement annuel (+12,6% en janvier-février 2023 par rapport à la même période de 2022).



	Crois prix conso alim 2020/2019	Crois prix conso alim 2021/2020	Crois prix conso alim 2022/2021	Janv-fév. 2023
Pologne	6,9%	2,8%	15,4%	21,5%
Portugal	5,0%	1,1%	13,5%	20,6%
Espagne	4,0%	2,5%	11,1%	14,8%
Allemagne	4,3%	3,2%	11,7%	13,9%
France	5,4%	1,8%	8,6%	13,8%
Pays-Bas	3,6%	-0,7%	11,3%	13,7%
Zone Euro **UE à 27**	**4,0%** **4,3%**	**1,6%** **1,6%**	**10,4%** **11,6%**	**12,6%** **14,9%**
Danemark	2,0%	0,8%	12,1%	11,7%
Irlande	-0,5%	-0,9%	6,5%	11,8%
Italie	2,8%	0,7%	9,6%	7,7%

Source : Eurostat – dernière donnée février 2023

03

La consommation en PGC-FLS

Attentes et préoccupations consommateurs et dépenses en 2022

Fédération du Commerce et de la Distribution

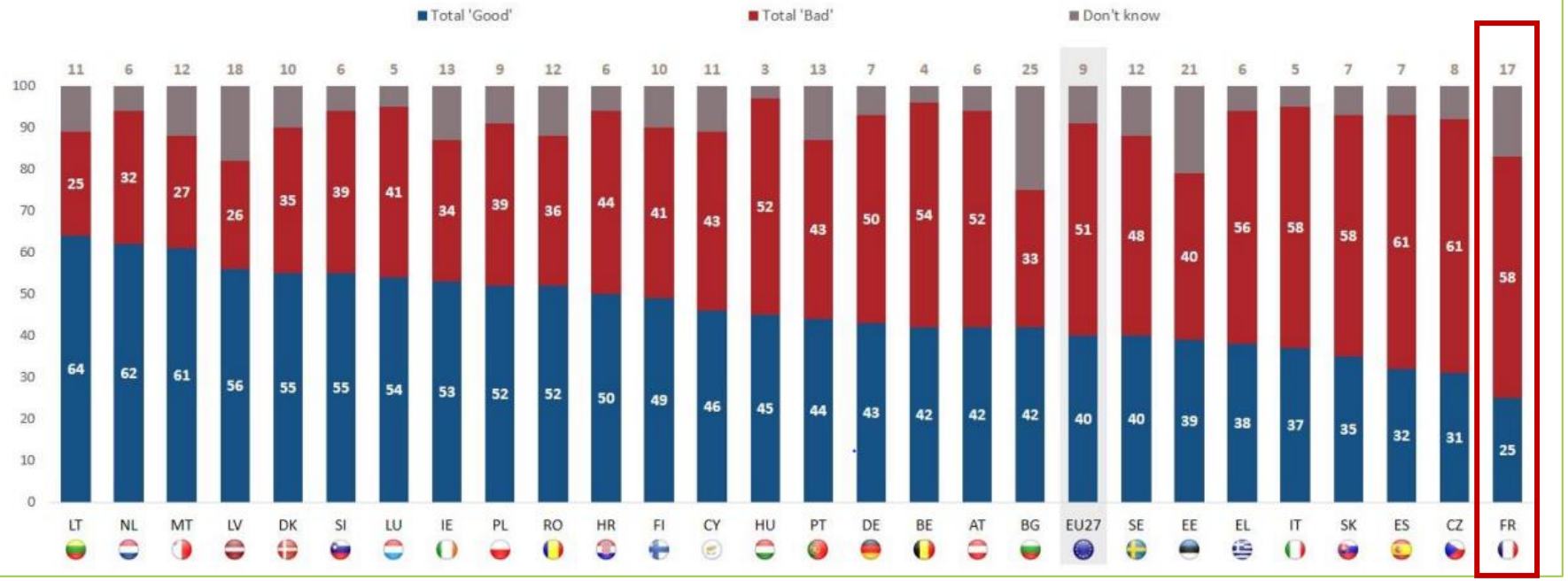
Les préoccupations des consommateurs (1)

La situation économique : les Français sont les plus pessimistes en Europe

Selon le dernier Eurobarometer de la Commission Européenne (enquête menée en janvier et février 2023), 40% des Européens considèrent que la situation économique européenne est bonne, 51% la jugent mauvaise. En France, seules 25% des personnes interrogées jugent la situation économique bonne et 58% la jugent mauvaise. Les plus optimistes sont les Lituaniens (64%) et les Néerlandais (62%).

A majority of EU citizens in 15 Member States judge the current situation of the European economy to be good

QA1.3 How would you judge the current situation in each of the following?
(% - The situation of the European economy)



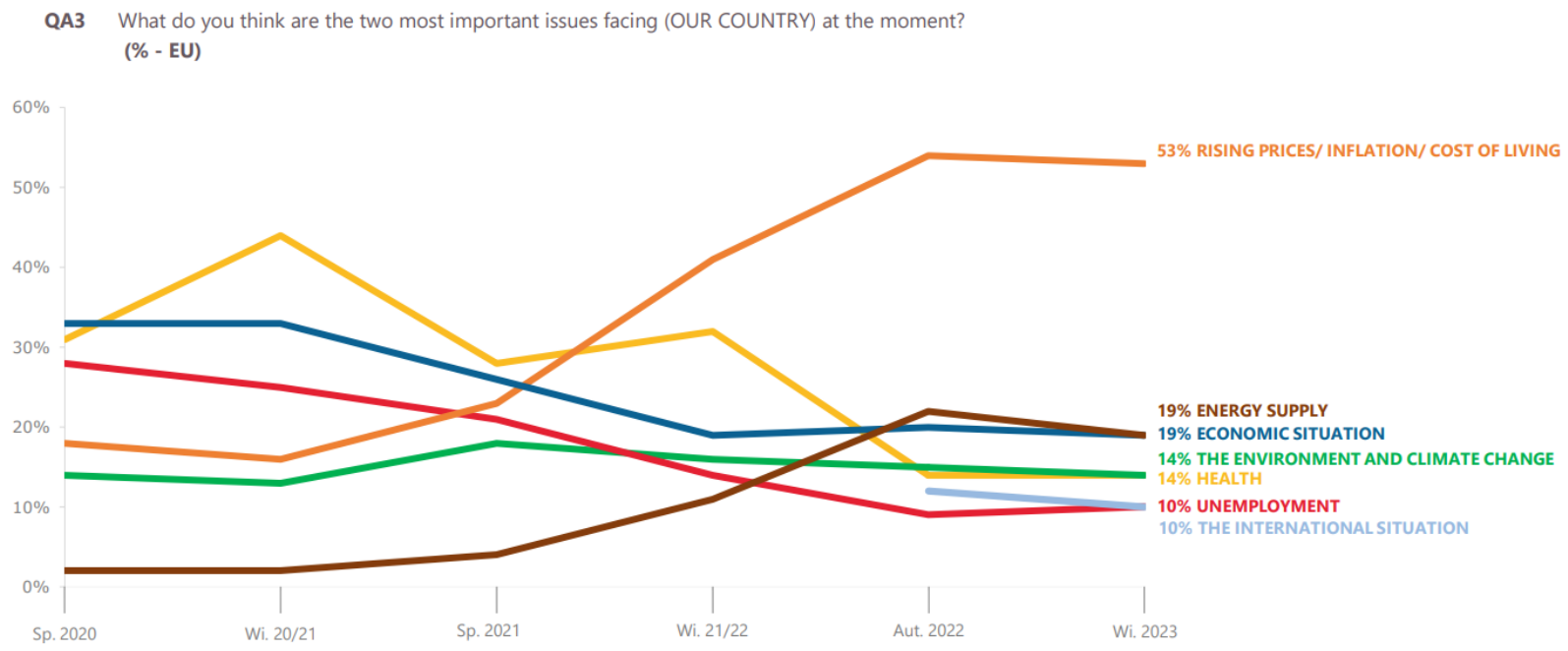
Source : Standard Eurobarometer 98 Public opinion in the European Union - 2023

Les préoccupations des consommateurs (2)

Inflation, pouvoir d'achat, toujours en tête des préoccupation des Européens

Selon le dernier Eurobarometer de la Commission Européenne (enquête menée en janvier et février 2023), la question hausse des prix / inflation / coût de la vie reste le premier problème auxquels sont confrontés les citoyens des différents pays européens (53% des personnes interrogées la citent). Viennent ensuite les questions relatives à l'énergie (19% des réponses), la situation économique (également 19%), puis l'environnement et le changement climatique (14%) et la santé (14%).

Rising prices/ inflation/ cost of living is still one of the most important issues faced by Member States (53%), followed again by energy supply (19%) and the economic situation (19%)

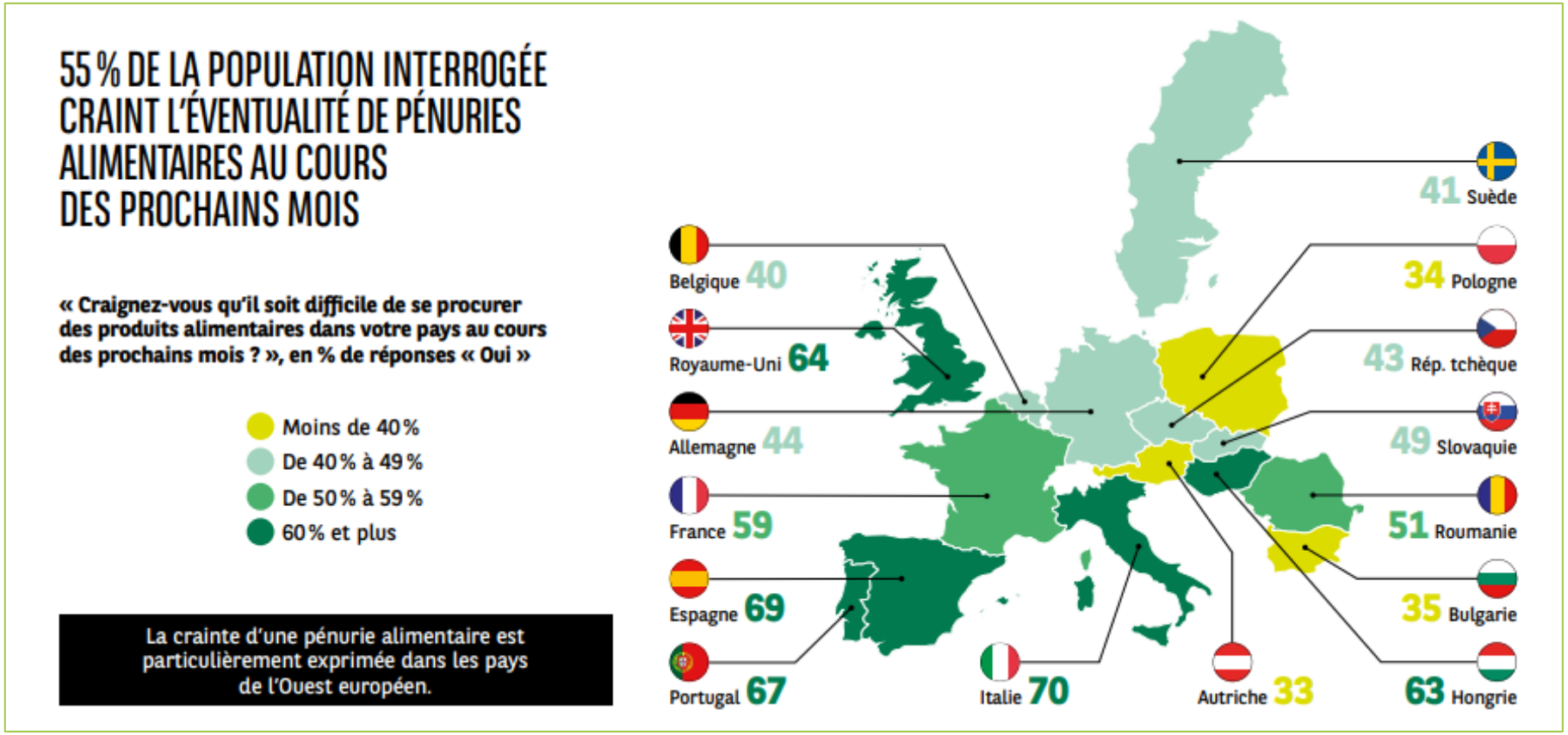


Source : Standard Eurobarometer 98 Public opinion in the European Union - 2023

Les préoccupations des consommateurs (3)

Des craintes de pénurie alimentaire en Europe

Selon le Baromètre de l'Observatoire Cétélém (enquête menée en novembre 2022 dans 15 pays européens), 55% des personnes interrogées en Europe craignent l'éventualité de pénuries alimentaires au cours des prochains mois. Cette part atteint notamment 70% en Italie, 69% en Espagne, 67% au Portugal ou encore 64% au Royaume-Uni. Les taux sont en revanche plus faibles dans les pays de l'Est (34% en Pologne, 35% en Bulgarie).

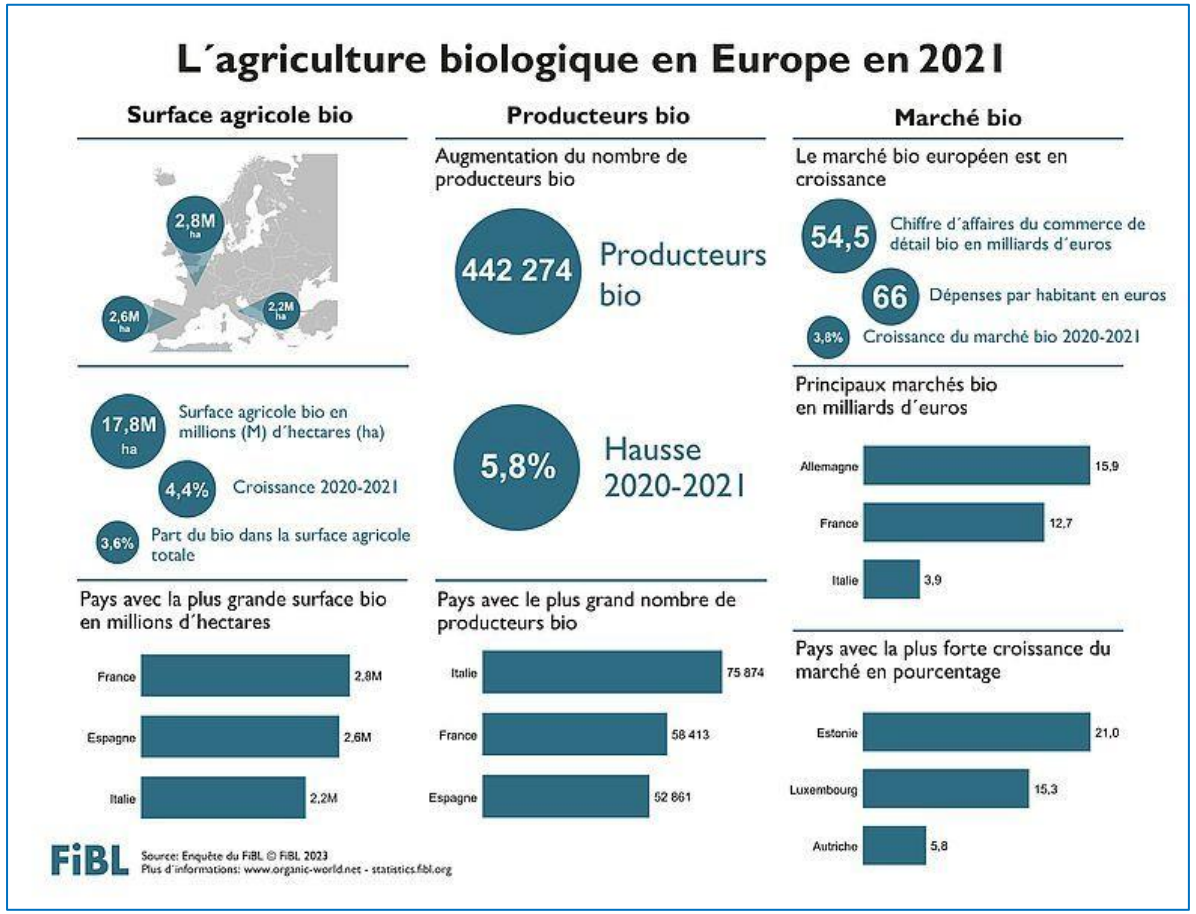


Source : Baromètre Observatoire Cétélem - 2023

Le marché des produits bio en Europe

Les chiffres clés de l'exercice 2021

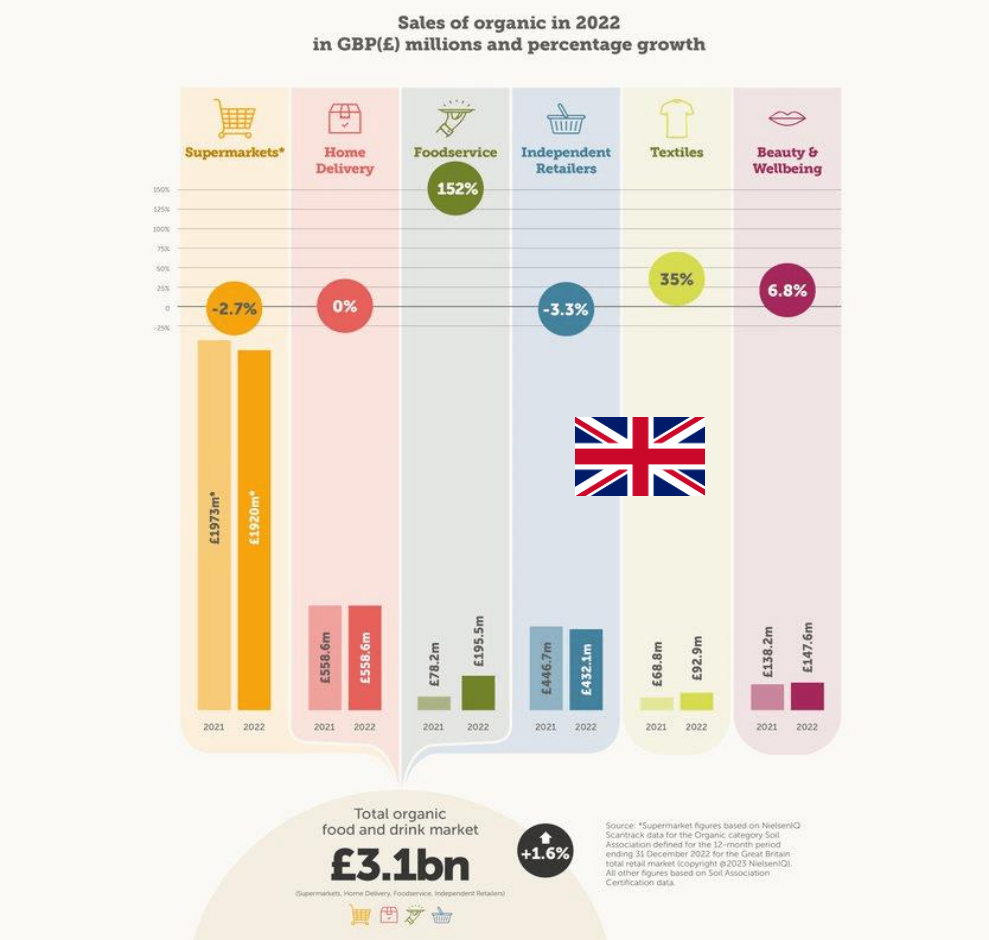
Le marché bio européen a progressé de +3,8% en 2021 (soit un net tassement, après +15,1% en 2020) et a atteint 54,5 Md€. La surface bio a augmenté de près de 0,8 million d'hectares, à 17,8 M ha, soit une croissance de 5,2% dans l'Union européenne et de 4,4% en Europe. Cette augmentation était légèrement inférieure à celle constatée en 2020. Avec près de 2,8 millions d'hectares, la France est restée en tête, devant l'Espagne (2,6 millions d'hectares), l'Italie (2,2 millions d'hectares) et l'Allemagne (1,8 million d'hectares). En termes de consommation, le 1er marché bio européen est l'Allemagne (15,9 Md€ en 2021), avant la France (12,7 Md€). En 2021, en Europe, les consommateurs ont dépensé en moyenne 65,7 € par personne pour l'achat d'aliments biologiques, 104,3 € dans l'UE.

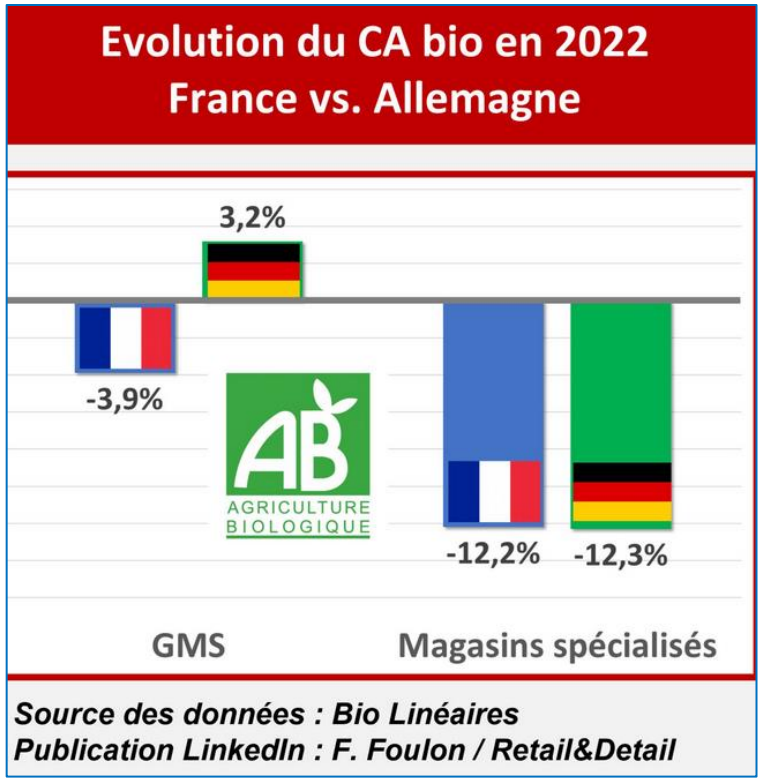


Le marché des produits bio en Europe

Les premières données sur l'exercice 2022 : compliqué pour les volumes

Après un net tassement de la croissance en 2021, il semblerait que l'heure soit au retournement en 2022 dans plusieurs pays européens. En **Allemagne**, en 2022, pour la première fois, le marché bio s'est contracté de 3,5%, à 15,3 Md €. Les ventes bio de la GMS ont continué à progresser (+3,2%), tandis que celles des magasins spécialisés ont reculé de 12,3% %. La part de marché en valeur des produits bio a reculé, passant de 6,8% en 2021 à 6,3% en 2022. Au **Royaume-Uni**, le marché a globalement progressé de 1,6% en valeur en 2022, mais cette hausse reste exclusivement liée au boom du Foodservice (+152%). *A contrario*, les ventes en GMS se sont repliées de 2,7% sur l'année et celles des détaillants spécialisés de 3,3%.



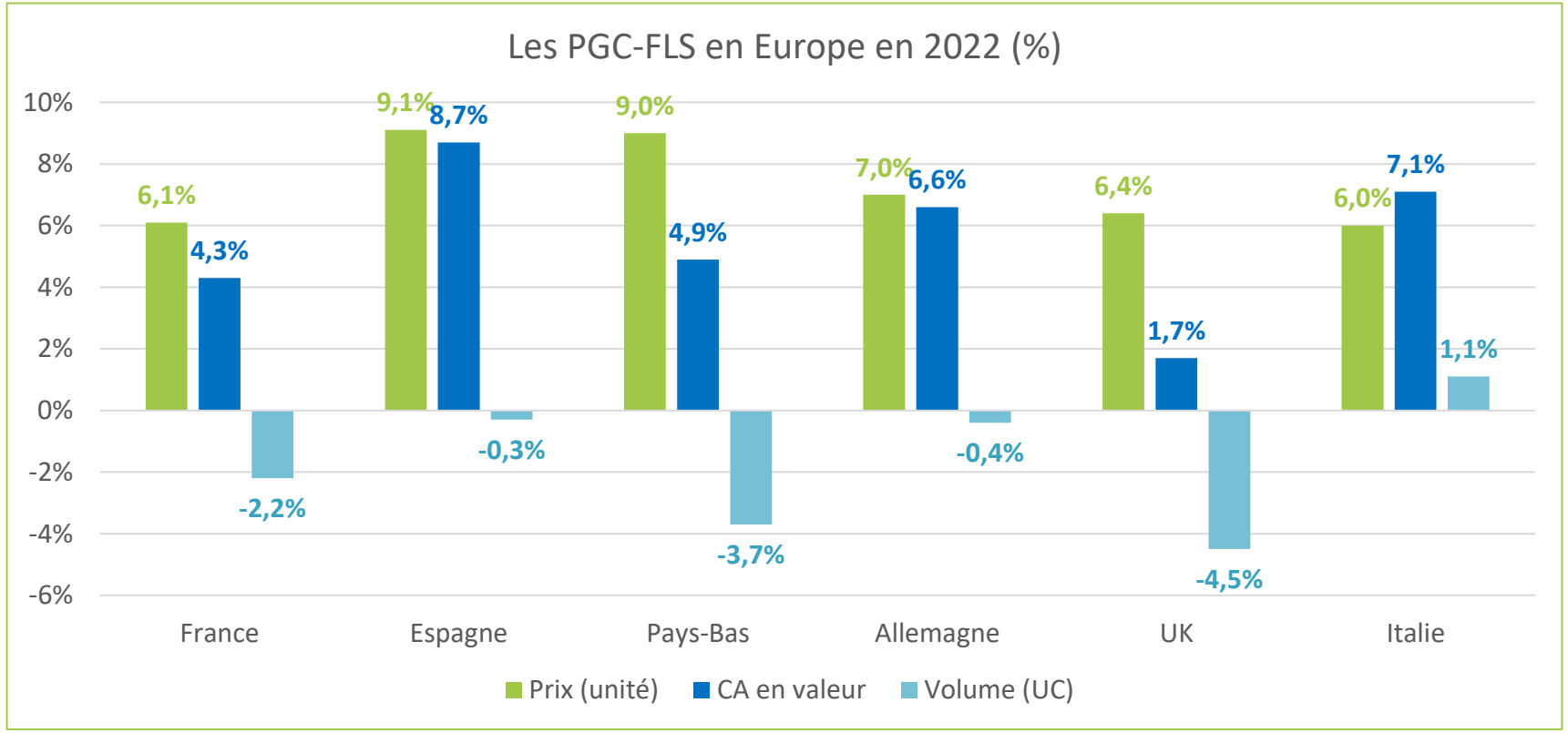


Source : Soil Association Certification's Organic Market Report 2023

Les PGC en Europe

Recul des volumes en moyenne annuelle en 2022

Selon les données collectées par IRI, les ventes de PGC-FLS en Europe se sont contractées de 1,2% en volume en moyenne annuelle en 2022, et ont augmenté de 5,2% en valeur dans un contexte inflationniste. Les situations sont très variables selon les pays. L'Espagne se distingue notamment par une forte hausse des prix (+9,1%), qui ne s'est pas traduite par un effondrement des volumes (ils ont reculé de seulement 0,3%). En revanche, la contraction des volumes a été très marquée au Royaume-Uni et aux Pays-Bas (respectivement -4,5% et -3,7%).

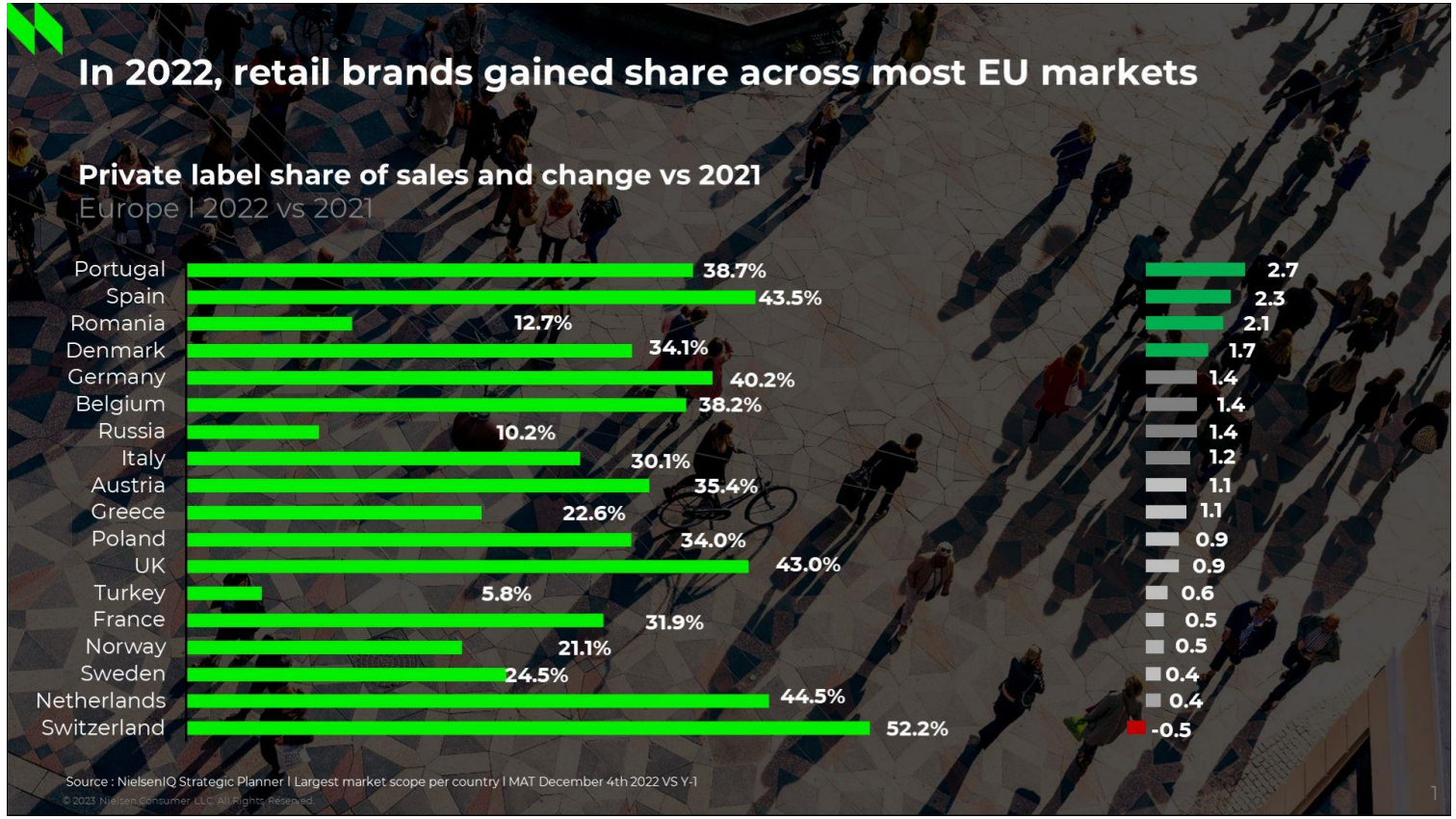


Source : IRI

Les PGC en Europe

La part de marché des MDD progresse en 2022 en Europe

La part de marché des MDD s'est redressée partout en Europe (à l'exception de la Suisse) en moyenne annuelle en 2022. Dans un contexte inflationniste, les consommateurs se sont tournés vers des offres moins onéreuses, parmi lesquelles les MDD. Leur part de marché s'établit ainsi à 43,5% en Espagne, en progression de 2,3 points en l'espace d'un an. La hausse a aussi été élevée au Portugal : +2,7 points à 38,7%. Les données de NielsenIQ pour la France indiquent une légère augmentation de 0,5 point de la part de marché des MDD, à 31,9%.

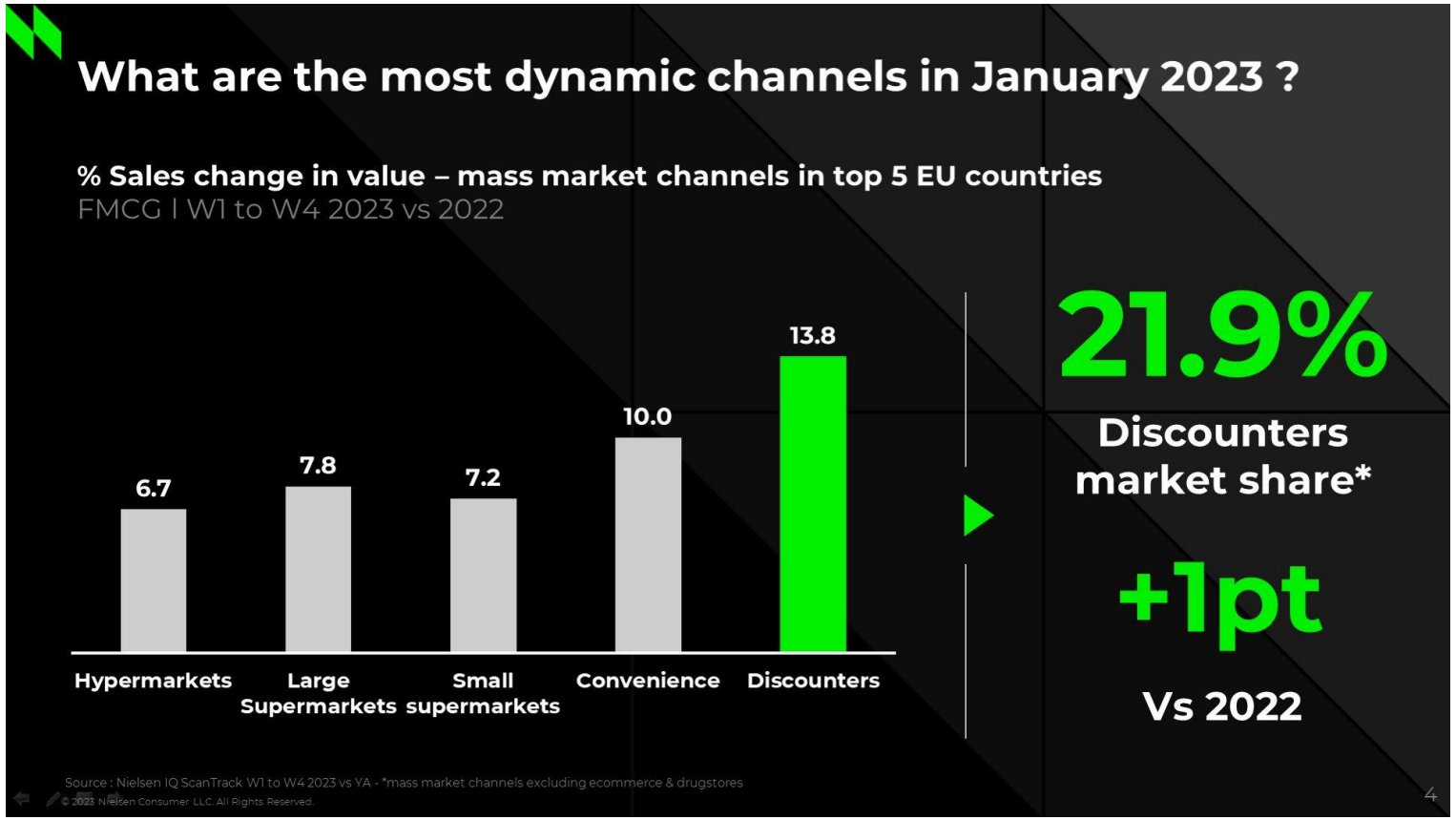


Source : données 2002, NielsenIQ

Les PGC en Europe

Le discount progresse en Europe depuis quelques mois

Les discounters enregistrent de très bonnes performances en 2023, car l'inflation ne ralentit pas encore. Ils représentent désormais près de 22% des ventes de produits de grande consommation dans les magasins du top 5 européen.

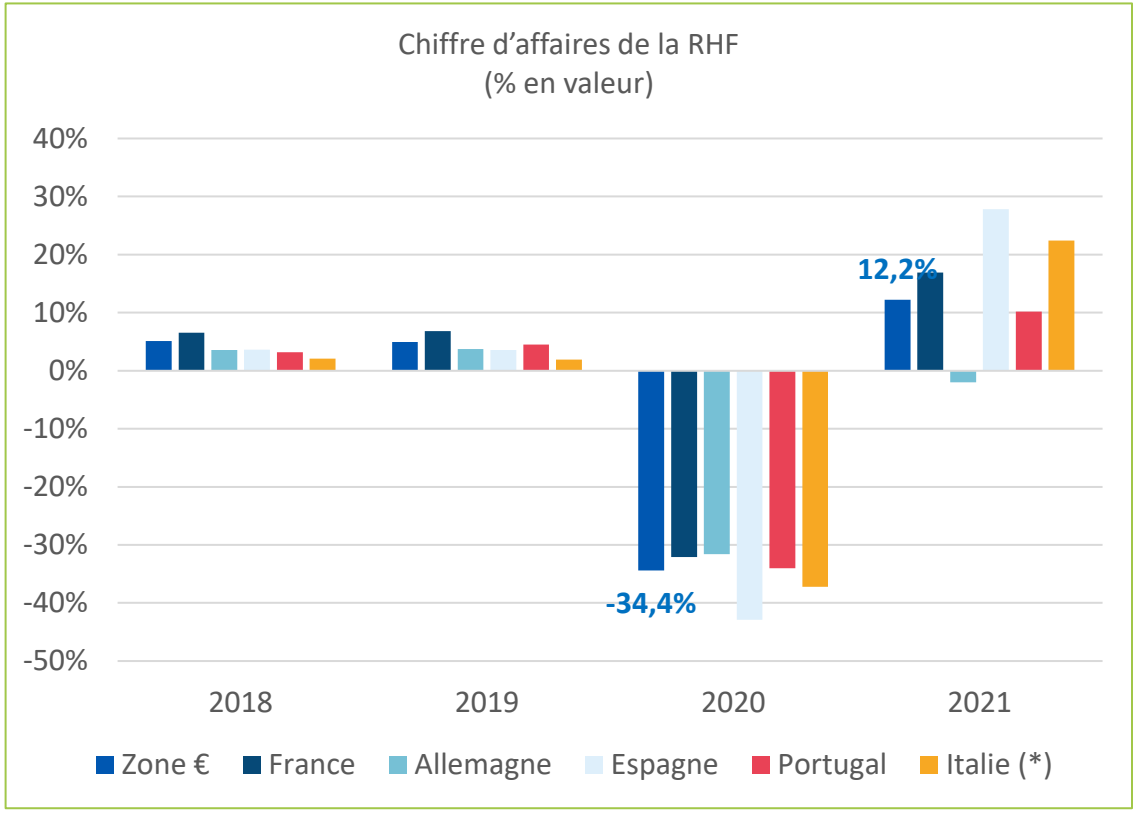


Source : données de janvier 2023 / janvier 2022, NielsenIQ

La restauration hors foyer

Sensible rebond du chiffre d'affaires en 2022 au sein de l'UE

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 44,5% en valeur en 2022 par rapport à 2021 (zone €), conséquence mécanique de la réouverture des restaurants au cours du printemps-été 2021. Le secteur a enfin dépassé son niveau d'activité de 2019 (+6,5% par rapport à sa moyenne annuelle en 2022). A noter toutefois que certains pays n'ont pas retrouvé ce niveau : c'est le cas notamment de l'Espagne (-3%). L'Allemagne a tout juste rattrapé son niveau d'avant crise (+0,6% par rapport à 2019).



	2019	2020	2021	2022
Zone €	***5,0%***	***-34,3%***	***12,2%***	***44,5%***
UE à 27	***5,3%***	***-33,0%***	***13,3%***	***43,0%***
Allemagne	3,7%	-31,6%	-2,0%	50,0%
France	6,9%	-32,1%	16,9%	46,5%
Italie (*)	1,9%	-37,2%	22,4%	33,9%
Espagne	3,6%	-42,9%	27,8%	33,0%
Portugal	4,5%	-34,0%	10,2%	39,4%

(*) source : ISTAT, Source : Eurostat

04

A lire :
études, enquêtes

Etudes, panoramas, enquêtes

L'alimentaire, l'agriculture, les consommateurs

Document	Source	Contenu	Lien Internet
The World of organic Agriculture 2023 Février 2023	FIBL	✓ Le chiffre d'affaires du bio dans le monde est proche de 125 Md€ en 2021. Le secteur compte 3,7 millions de producteurs : 49% des producteurs biologiques du monde se trouvent en Asie, suivie de l'Afrique (31%), de l'Europe (12%) et de l'Amérique latine (8%). ✓ Les pays dans lesquels les marchés bio sont les plus importants sont les Etats-Unis (48,6 Md€), l'Allemagne (15,9 Md€) et la France (12,7 Md€). ✓ La Suisse se distingue par la consommation par habitant la plus élevée (425 €). C'est au Danemark (13%), Autriche (11,6%), Luxembourg (11%) que le poids du bio dans la consommation des ménages est le plus élevé. ✓ Les conflits géopolitiques et la hausse des prix alimentaires ont un impact négatif sur le marché mondial des aliments biologiques. Après avoir enregistré des ventes record en 2020, la croissance a ralenti à 5% en 2021. Une croissance plus faible est prévue pour 2022.	https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2023/contents/download.html
Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles Bilan 2022 Février 2023	France Agrimer	Bilan annuel des marchés des produits laitiers, carné et avicoles : tous les chiffres clés sur ces marchés de la production à la consommation, avec des données sur les marchés européens et mondiaux.	https://www.franceagrimer.fr/Actualite/Filieres/Viandes-rouges/2023/PUBLICATION-DU-BILAN-ELEVAGE-2022-Les-marches-des-produits-laitiers-carnes-et-avicoles
En qu(o)i les Français ont-ils confiance aujourd'hui ? Mars 2023	Cevipof	Un très riche document qui interroge les Français et les Européens (UK, Allemagne, Italie) sur leur état d'esprit, leur degré de confiance dans les institutions, les acteurs politiques, leurs valeur, leur rapport à l'Union Européenne, leur perception des systèmes politiques et de la démocratie, les crises, la transition écologique...	https://www.sciencespo.fr/cevipof/fr.html
Climate-neutral claims on food must be banned, shows consumer groups Mars 2023	BEUC	Le BEUC demande à l'UE d'interdire l'utilisation d'allégations de « neutralité carbone » pour tous les produits, y compris les aliments et les boissons. Pour les raisons suivantes: - elles sont scientifiquement inexactes : la production de tous les aliments et boissons nécessitera toujours l'émission de carbone. - La compensation des émissions de carbone, qui sous-tend la plupart de ces allégations, n'offre aucune garantie quant à la captation du carbone pour l'avenir. - Ces allégations induisent les consommateurs en erreur, en leur donnant la fausse impression que les produits sont un bon choix pour le climat. - Ces allégations peuvent dissuader les consommateurs de modifier leur régime alimentaire (par exemple en consommant davantage d'aliments d'origine végétale), ce qui peut avoir des conséquences négatives pour le climat.	https://www.beuc.eu/press-releases/climate-neutral-claims-food-must-be-banned-shows-consumer-groups

Etudes, panoramas, enquêtes

L'alimentaire, l'agriculture, les consommateurs

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Du choix contraint à l'achat malin à chacun son low cost Janvier 2023	Observatoire Cétélem	64% des personnes interrogées affirment ainsi avoir renoncé à des dépenses au cours des 12 derniers mois. Si ce renoncement porte d'abord sur les voyages, les vacances et les loisirs (6 sur 10 en font état), dépenses considérées comme arbitrables, il porte aussi sur les achats de la vie courante ou encore de carburant, dépenses contraintes, pour près de 4 Européens sur 10. Si le low cost s'est développé au fil du temps sur l'ensemble des secteurs économiques, trois d'entre eux se détachent pour incarner plus puissamment ce concept. Habillement, alimentaire et transport aérien composent le trio gagnant des secteurs synonymes de low cost pour respectivement 66 %, 62 % et 58 % des Européens. La quatrième place occupée par la téléphonie pointe le succès des opérateurs dans le développement d'offres à prix cassés qui ont su séduire dans un domaine parfois très concurrentiel.	https://observatoirecetelem.com/lobservatoire-cetelem-de-la-consommation/du-choix-contraint-a-lachat-malinbra-chacun-son-low-cost

Fédération du Commerce
et de la Distribution