



Fédération du Commerce
et de la Distribution



Conjoncture : Filière alimentaire (France)

Mai 2024

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

Les faits marquants en France

Prix alimentaires :

La baisse se confirme tout au long de la chaîne alimentaire

En amont de la filière, après la flambée des prix agricoles en 2022, la tendance est désormais à la détente. L'indice **IPAMPA** a baissé de -1,8% en moyenne annuelle 2023, et encore de -6,8% en T1 2024 par rapport à T1 2023. Les **prix agricoles à la production** (IPPAP) ont baissé de -8,9% en T1 2024, tirés vers le bas notamment par les céréales et les oléagineux. Du côté des cours internationaux des matières premières alimentaires, l'indice FAO a reculé de -7,1% en glissement annuel en avril 2024, et de -9% en moyenne au cours des 4 premiers mois de 2024. Les **prix de vente industriels** français (agroalimentaire) se sont contractés de -2,4% en T1 2024 par rapport à T1 2023, après une hausse de +10,6% en moyenne annuelle en 2023 et de 17,5% en 2022. Sur le marché national, la décélération de la croissance des **prix à la consommation alimentaires** s'est poursuivie. Ils ont augmenté de +3% au cours des 4 premiers mois de 2024, après un bond de +11,9% en moyenne annuelle en 2023. Les prix des produits frais ont augmenté de +0,8% au cours de ces 4 premiers mois de 2024, ceux des produits transformés de +3,4%. Ces tendances globales observées au long de la filière alimentaire sont similaires au niveau de l'UE.

A noter: en France, Circana a observé une nouvelle décélération de la croissance des prix des PGC en avril : à +0,5% sur un an (mais +16,7% sur 2 ans). En glissement mensuel, les prix sont en baisse depuis le mois de septembre.

Activité des industries agroalimentaires:

Un début d'année 2024 marqué par le ralentissement de la croissance en valeur et par une reprise du côté des volumes

Le **chiffre d'affaires des IAA françaises** (hors boissons et tabac) s'est légèrement contracté de -0,6% en valeur au cours des deux premiers mois de 2024, par rapport à la même période de 2023. Cette baisse intervient après une hausse de 6,7% en 2023. Du côté de la **production en volume**, la tendance est à une légère amélioration, avec une hausse de 1,2% de la production au cours des deux premiers mois de l'année 2024, après une baisse de -1,6% en 2023..L'indicateur **d'opinion des chefs d'entreprises** dans les IAA s'est stabilisé en avril. A 92,1 points, il reste largement en-dessous de son niveau de longue période (100), mais a eu tendance à s'améliorer par rapport à son point bas d'octobre 2023 (+8 points). Concernant **l'emploi salarié**, les données de l'INSEE indiquent une nouvelle hausse : avec 643.700 salariés dans les IAA en T4 2023, l'emploi a largement dépassé son niveau d'avant crise (602.200 en T4 2019). Le **taux de marge dans les IAA** (EBE/ VA) reste par ailleurs à haut niveau en T4 2023, en dépit d'un repli en fin de période. En moyenne en 2023, il a gagné 10 points par rapport à 2022. Le **solde commercial agroalimentaire** yc boissons et tabac s'est dégradé en 2023 (6,523 Md€, en baisse par rapport à sa moyenne de 2022). Les premières données sur 2024 indiquent une légère amélioration de l'excédent qui s'établit à 1,4 milliard d'euros sur les deux premiers mois de l'année contre 1,060 milliard au cours de la même période en 2023 (+358 M€).

Consommation alimentaire à domicile : En hausse de +1,4% entre T4 2023 et T1 2024 Mais en baisse de -0,8% par rapport à T1 2023

Petite amélioration du côté de la consommation alimentaire des ménages (à domicile) en T1 2024 dans un contexte désormais moins inflationniste : les dépenses ont progressé de +1,4% en volume par rapport au dernier trimestre 2023. Elles restent toutefois inférieures à leur niveau du premier trimestre 2023 (-0,8%). En termes de produits, les arbitrages continuent de se faire ressentir sur les certaines catégories: la consommation de viandes de boucherie s'est repliée de 5,7% en volume en CAD sur 2 mois en 2024 (-1,6% pour le bœuf, -5,7% pour le porc frais...). Les éléments disponibles sur les fruits et légumes indiquent des baisses de consommation en 2023 (-7% en volume par rapport à la moyenne 2020-2022). Du côté des produits laitiers, la tendance est plus favorable, avec une légère hausse de la consommation en volume en T1 2024. Enfin, la contraction du **bio** semble perdre en vigueur : -8,4% en volume pour les ventes en GMS en CAD à fin mars 2024, selon les données de Circana. Les ventes de produits frais traditionnels ont baissé de -2% en volume en 2023 et ont progressé de 3,5% en valeur dans un contexte inflationniste. Alors que les spécialistes perdaient des parts de marché, les hypers et supermarchés gagnaient du terrain.

La restauration hors foyer : La croissance se tasse

La croissance du chiffre d'affaires de la **restauration hors foyer en France** s'est mécaniquement tassée en moyenne annuelle en 2023, après le rebond de 2022 : +11,3% en valeur, après un boom de +46% en 2022. Le ralentissement s'est poursuivi en 2024 (+6,3% au cours des deux premiers mois de l'année). En volume, le tassement est logiquement plus fort : +4,9% en moyenne annuelle en 2023 et +2,2% au cours des deux premiers mois de l'année. Néanmoins, le secteur de la RHF a globalement résisté au cours des derniers mois selon les données de l'INSEE.

Selon le cabinet FoodService Vision, la fréquence des visites en restauration commerciale s'est maintenue au cours des trois derniers mois à fin février 2024. Les Français ont cependant arbitrqué sur les contenus : plus de la moitié d'entre eux (56%) ont supprimé une composante, en général l'entrée. Les dépenses sont moins contrôlées pendant les vacances scolaires, avec 36% des consommateurs qui déclarent s'être plus fait plaisir qu'en février 2023.

La conjoncture dans la filière alimentaire :

Industrie agroalimentaire : résiliente

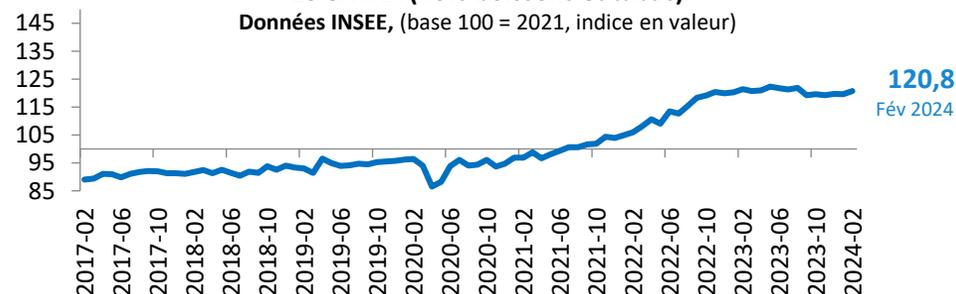
Consommation alimentaire des ménages : frémissement haussier



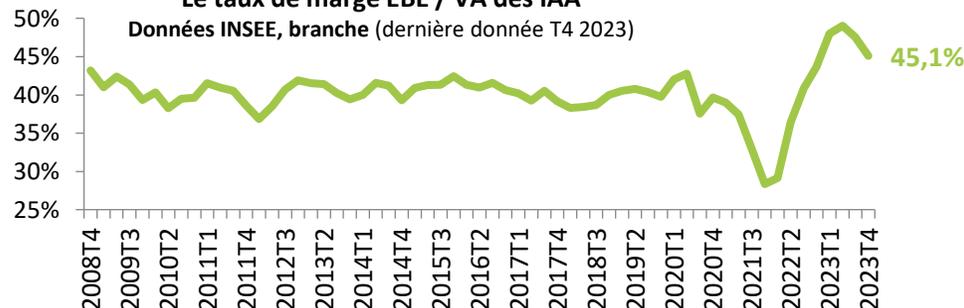
Les industries agroalimentaires : toujours résilientes

- ✓ Hausse de 6,7% du **chiffre d'affaires** (hors boissons et tabac) en 2023 et léger repli de -0,6% au cours des deux premiers mois de 2024, dans un contexte de recul des prix de vente industriels en T1 2024
- ✓ Du côté de la **production** en volume, après une baisse 2023 (-1,6%), l'heure est à la reprise en début d'année : +1,2% sur les deux premiers mois de 2024
- ✓ **L'emploi** atteint un point haut en T4 2023 : 643.700 salariés (+40.000 / T4 2019)
- ✓ **Taux de marge EBE/VA à 45,1% en T4 2023**, le niveau reste élevé en dépit d'une petite baisse par rapport au record de T3 2023

Le CA IAA (hors boissons et tabac)
Données INSEE, (base 100 = 2021, indice en valeur)



Le taux de marge EBE / VA des IAA
Données INSEE, branche (dernière donnée T4 2023)

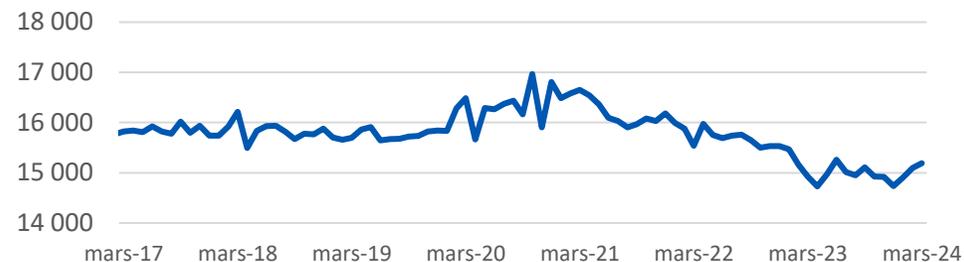


Consommation alimentaire à domicile et en RHF : Légère amélioration pour la consommation à domicile

La consommation alimentaire des ménages (à domicile) a enfin entamé un timide redressement en T1 2024 : +1,4% en volume entre T4 2023 et T1 2024 (mais légère baisse de -0,8% en glissement annuel). Et du côté de la RHF, après le boom de 2022 (+40% en volume), la tendance est maintenant au tassement progressif de l'activité.

La consommation alimentaire des ménages (à domicile)

[Niveaux en millions € aux prix de l'année précédente chaînés, source: INSEE]



Indice de chiffre d'affaires en volume de la restauration hors foyer (commerciale et collective)

[indice base 100 en 2021 CVS-CJO, source : INSEE]



Sommaire

01 L'activité des industries agroalimentaires		P 5
Chiffre d'affaires	P6	
Production	P10	
Climat des affaires	P14	
Emploi	P17	
Taux de marge EBE / VA et résultats des groupes	P18	
02 Les prix dans la filière alimentaire		P 19
Matières premières (monde)	P20	
Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P22	
Prix de vente industriels	P25	
Prix à la consommation	P28	
03 La consommation alimentaire		P 37
Tendances de consommation	P38	
Préoccupations des consommateurs	P39	
Consommation alimentaire	P42	
Segmentation produits (viandes, produits laitiers, produits de la mer, F&L, vins)	P43	
Focus sur le bio	P52	
Focus RHF	P54	
Chiffres des panélistes	P57	
04 Le commerce extérieur		P 58
Solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires	P59	
Solde commercial des produits agroalimentaires	P60	
Solde commercial des produits agricoles	P62	
05 A lire : études, enquêtes		P 63

01

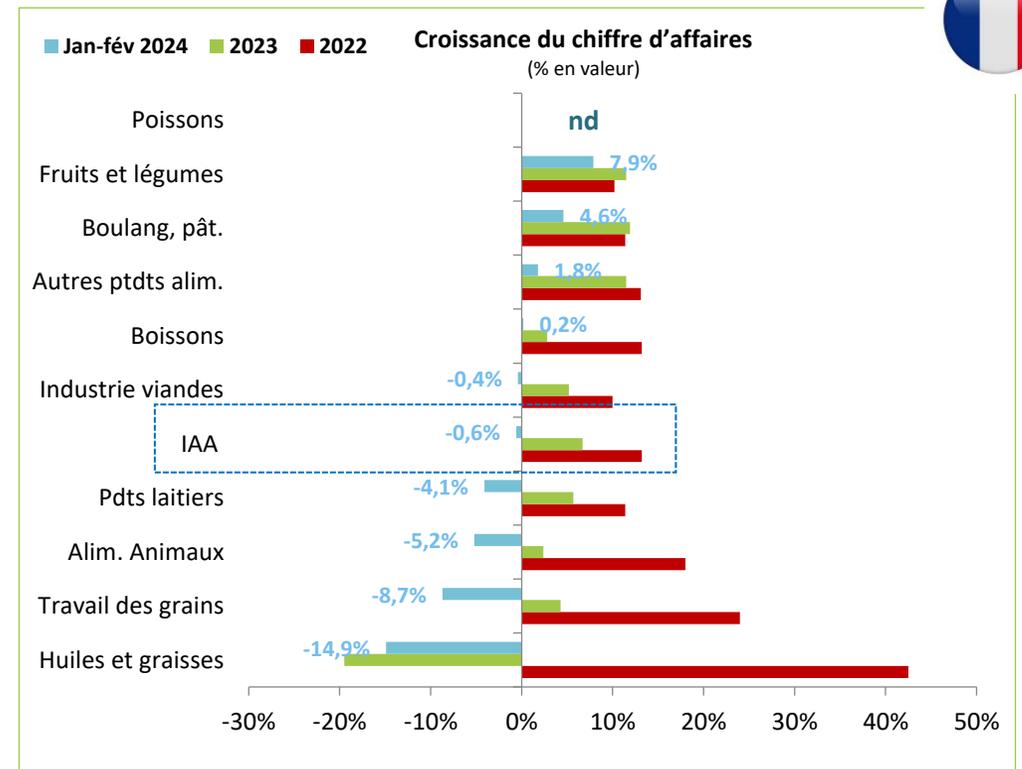
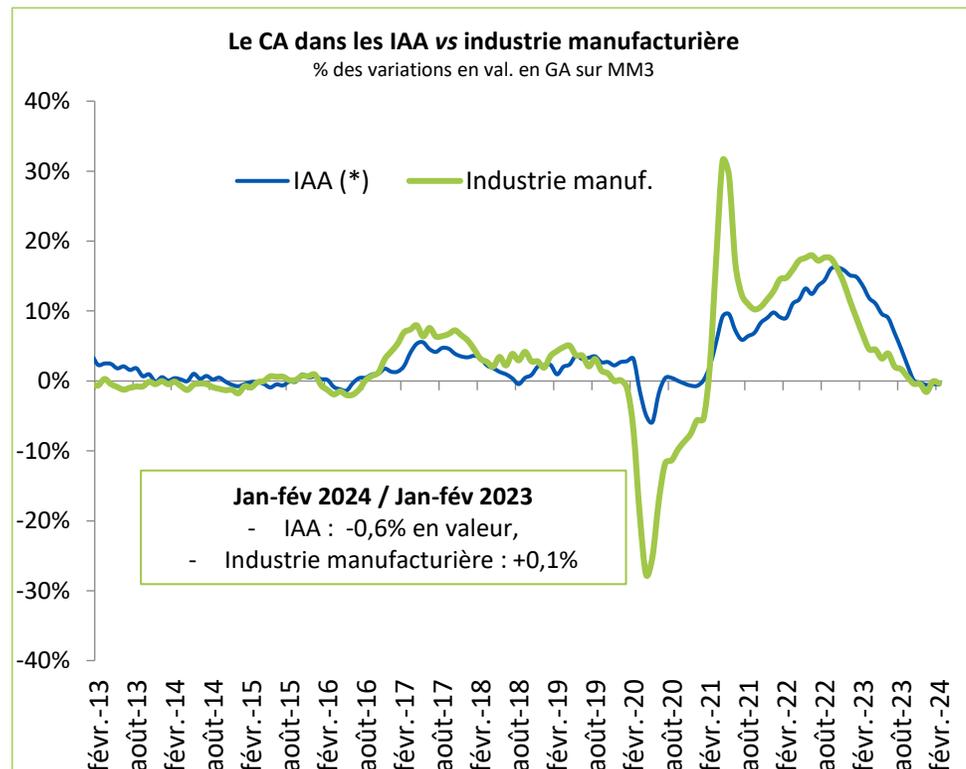
L'activité des industries agroalimentaires

Chiffre d'affaires, production,
opinion des chefs d'entreprise, emploi,
marges

Le chiffre d'affaires dans les IAA (1)

La phase de ralentissement de la croissance du chiffre d'affaires des IAA est entamée

Après une hausse de 6,7% en valeur en moyenne annuelle en 2023, le chiffre d'affaires des industriels agroalimentaires s'est légèrement contracté de -0,6% au cours des deux premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023. Les évolutions ont toutefois été variables selon les secteurs. Ainsi, la tendance a été à la baisse pour les industriels des huiles et graisses (-14,9% sur les deux premiers mois de l'année, après -19,5% en 2023), pour les industriels du travail des grains (-8,7%), des aliments pour animaux et des produits laitiers. Le chiffre d'affaires des industriels des fruits et légumes a progressé de près de 8% au cours de cette période, celui des industriels de la boulangerie-pâtisserie de 4,6%.

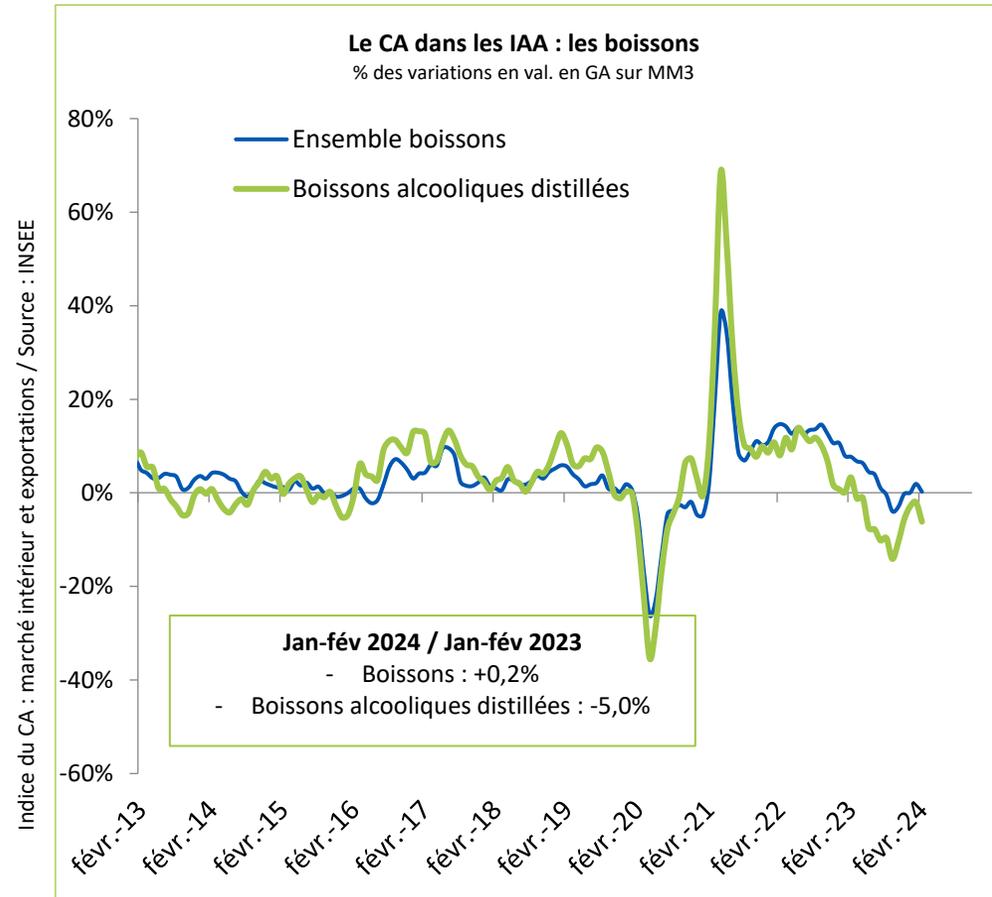


(*) CA hors boissons et tabacs / Indice du CA : marché intérieur et exportations / Source : INSEE

Le chiffre d'affaires dans les IAA (2)

Boissons : compliqué pour les boissons alcooliques distillées

L'industrie des boissons qui avait été particulièrement pénalisée par les conséquences de la crise sanitaire en 2020, a connu un véritable rebond de son activité en 2021 et 2022. Mais la croissance a commencé à se gripper en 2022 et la tendance au ralentissement s'est confirmée en 2023. Le chiffre d'affaires de l'industrie des boissons a progressé de 2,8% sur la période, après une hausse de plus de 13% en 2022. Les ventes ont stagné au cours des deux premiers mois de 2024. Du côté des boissons alcooliques distillées, la situation est nettement moins favorable : les ventes ont baissé de 5,1% en 2023 et encore de 5% au cours des deux premiers mois de l'année.



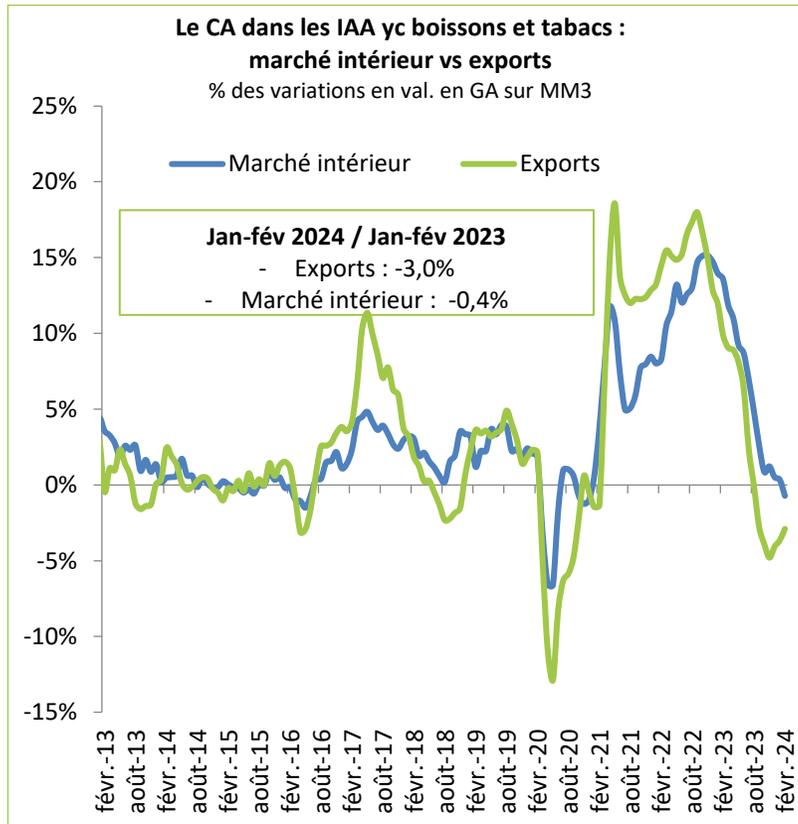
Base 100 en 2005	Ensemble boissons	Crois.	boissons alcooliques distillées	Crois.
2010	115,1	2,9%	127,6	11,2%
2011	122,1	6,1%	135,5	6,2%
2012	128,4	5,2%	142,5	5,2%
2013	133,0	3,6%	144,3	1,3%
2014	135,8	2,1%	143,9	-0,3%
2015	137,0	0,9%	143,9	0,0%
2016	140,1	2,3%	152,0	5,6%
2017	146,4	4,5%	165,1	8,6%
2018	150,3	2,7%	170,7	3,4%
2019	154,3	2,7%	181,5	6,4%
2020	141,5	-8,3%	165,3	-8,9%
2021	158,2	11,8%	194,0	17,2%
2022	178,9	13,2%	211,3	8,8%
2023	183,9	2,8%	200,5	-5,1%
Jan-fév 2024	-	0,2%	-	-5,0%



Le chiffre d'affaires dans les IAA (3)

Chiffre d'affaires en baisse en début d'année

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**yc compris boissons et tabac**) s'est légèrement contracté de -0,5% au cours des deux premiers mois de 2024, par rapport à la même période de 2023. Ce recul concerne de manière plus marquée le chiffre d'affaires à l'exportation (-3%).



Base 100 en 2005	CA marché intérieur (*)	Crois	CA exports (*)	Crois	CA total (*)	Crois
2011	121,3	5,9%	126,1	10,9%	122,3	6,9%
2012	126,2	4,0%	129,6	2,8%	126,7	3,6%
2013	128,8	2,1%	129,3	-0,2%	128,6	1,5%
2014	129,3	0,4%	130,1	0,6%	129,2	0,5%
2015	129,3	0,0%	130,4	0,2%	129,2	0,0%
2016	129,7	0,3%	131,6	0,9%	129,8	0,5%
2017	134,1	3,4%	140,8	7,0%	135,0	4,0%
2018	136,9	2,1%	140,2	-0,5%	137,2	1,6%
2019	140,5	2,6%	144,3	3,3%	140,8	2,7%
2020	138,8	-1,3%	138,5	-4,0%	138,0	-2,0%
2021	148,2	6,8%	152,2	9,9%	148,0	7,5%
2022	166,6	12,4%	175,6	15,6%	166,9	13,2%
2023	178,2	7,0%	181,0	3,1%	177,1	6,1%
Jan-fév 2024	-	-0,4%	-	-3,0%	-	-0,5%

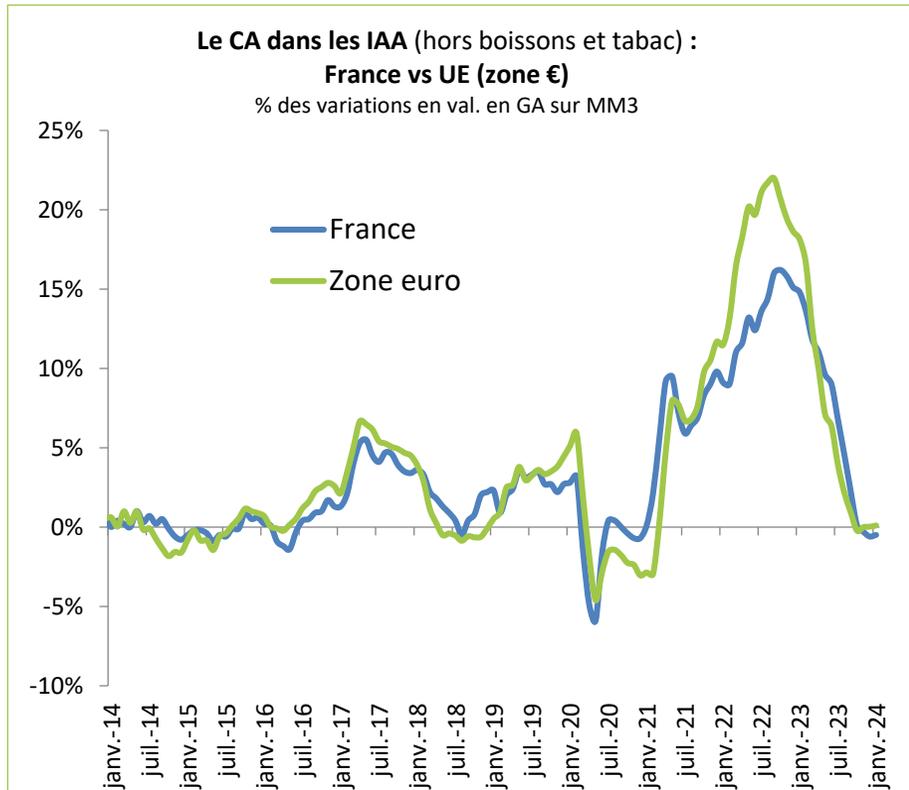


NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations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

Le chiffre d'affaires dans les IAA (UE)

Net tassement de la croissance en moyenne annuelle en 2023

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) a progressé de 6% en valeur en 2023 par rapport à 2022, soit une décélération après un rebond de 18,7% en moyenne annuelle en 2022. La situation globale est relativement similaire dans l'ensemble des grandes économies européennes. La tendance à la décélération s'est par ailleurs confirmée au cours des derniers mois. Le chiffre d'affaires s'est d'ailleurs contracté en Allemagne au cours des deux premiers mois de l'année 2024.



	Crois. CA 2022/2021	Crois. CA2023	Jan-fév 2024
Portugal	25,4%	7,9%	5,1%
Allemagne	19,7%	7,0%	-1,0%
France	13,2%	6,7%	-0,6%
Italie	18,6%	6,6%	3,2% (*)
UE (27)	19,5%	5,8%	0,4% (*)
Zone € (19)	18,7%	6,1%	0,5% (*)
Espagne	19,9%	6,3%	5,0%
Pologne	33,4%	6,9%	-3,1%
Pays-Bas	22,7%	2,0%	-8,9%
Danemark	17,1%	-1,8%	-4,2%
Irlande	18,5%	-2,6%	4,1%

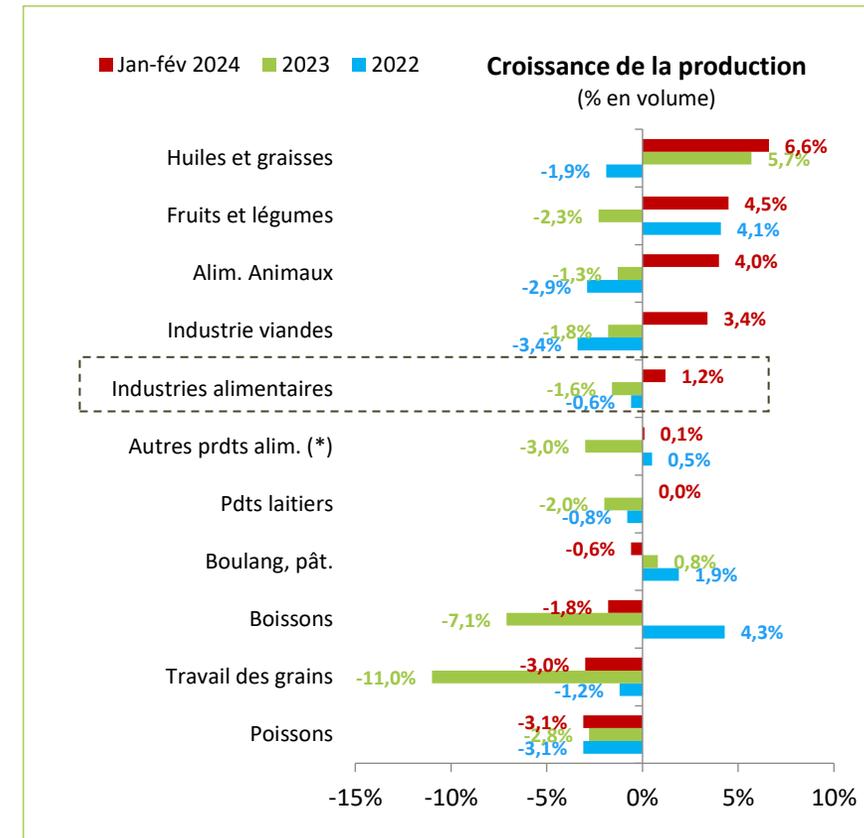
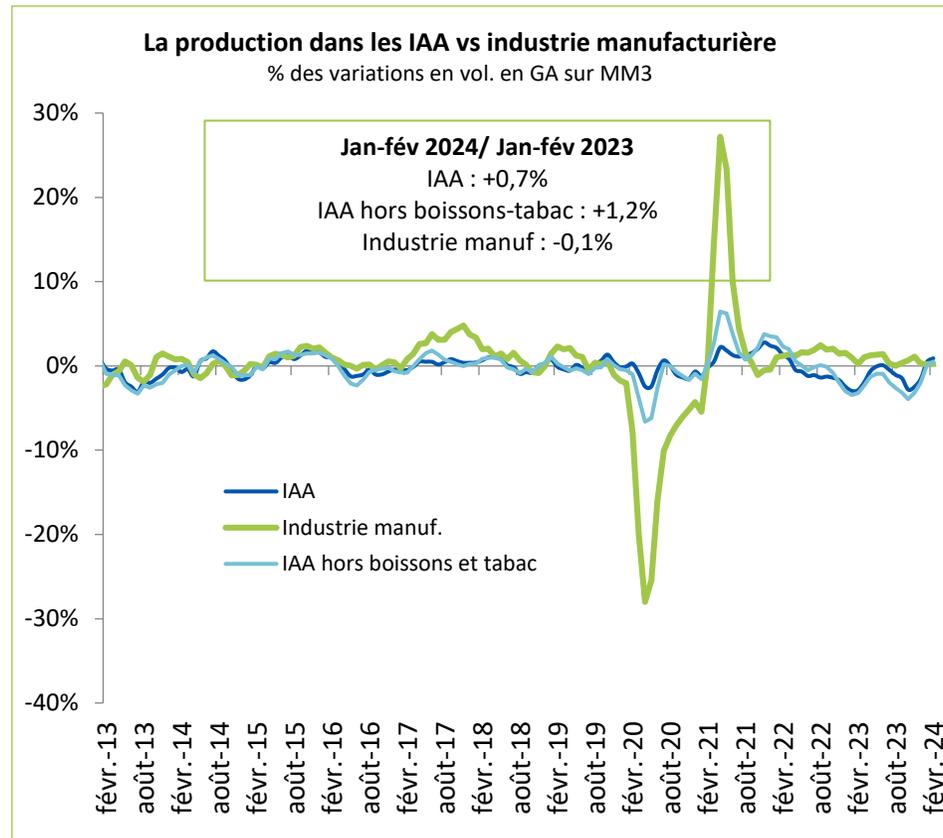


(*) janvier 2024 / NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations mensuelles de la source fiscale / Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

La production dans les IAA

Légère amélioration de la production en début d'année 2024

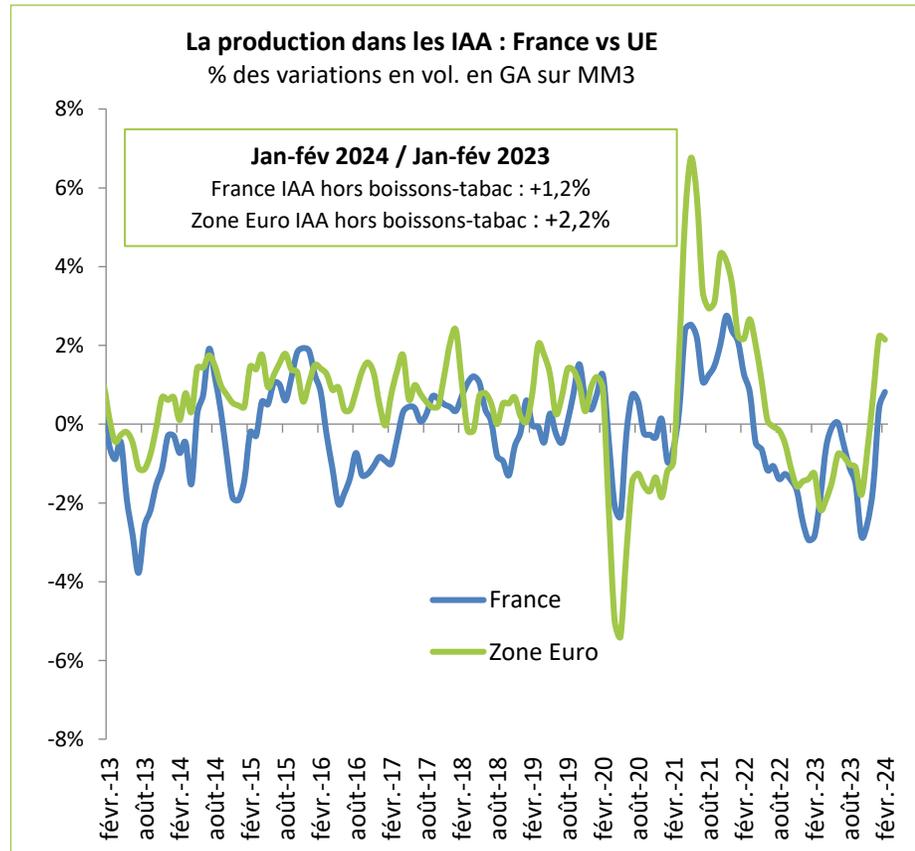
La production des IAA (hors boissons et tabac) s'est contractée de -1,6% en volume en moyenne annuelle en 2023. La tendance est depuis à une légère amélioration, avec une hausse de 1,2% de la production au cours des deux premiers mois de l'année 2024. En termes de secteurs, la production d'huiles et graisses a continué de progresser en début d'année (+6,6% sur 2 mois), celle de fruits et légumes transformés est repartie à la hausse (+4,5%). A l'opposé, les productions de poissons transformés, le travail des grains et les boissons ont continué de se contracter en début d'année.



La production dans les IAA (UE) (1)

Légère amélioration de la production en début d'année 2024

La production des industries agroalimentaires (hors boissons et tabac) en Europe s'est contractée de -1,1% en moyenne annuelle en 2023 dans la zone euro, et a rebondi de +2,2% au cours des deux premiers mois de 2024. Après une année globalement marquée par la baisse de la production agroalimentaire en Europe, la tendance est à la reprise dans une majorité de pays : c'est notamment le cas en Allemagne (+2,1% sur deux mois en 2024), Italie (+1,7%), France (+1,1%), Portugal, Irlande. Parmi les pays pour lesquels la production continue de reculer : les Pays-Bas et le Danemark.



	2022	2023	Jan-fév 2024
Irlande	4,2%	9,1%	18,7%
Portugal	1,2%	3,6%	7,4%
Pologne	7,7%	1,5%	4,4%
UE (27) Zone € (19)	0,9% 0,4%	-1,2% -1,1%	2,3% 2,2%
Allemagne	-0,2%	-3,1%	2,1%
Italie	0,7%	-1,5%	1,7%
Espagne	-0,4%	-2,6%	1,3%
France	-0,6%	-1,6%	1,2%
Pays-Bas	-0,5%	-1,7%	-2,6%
Danemark	1,9%	-9,7%	-4,2%

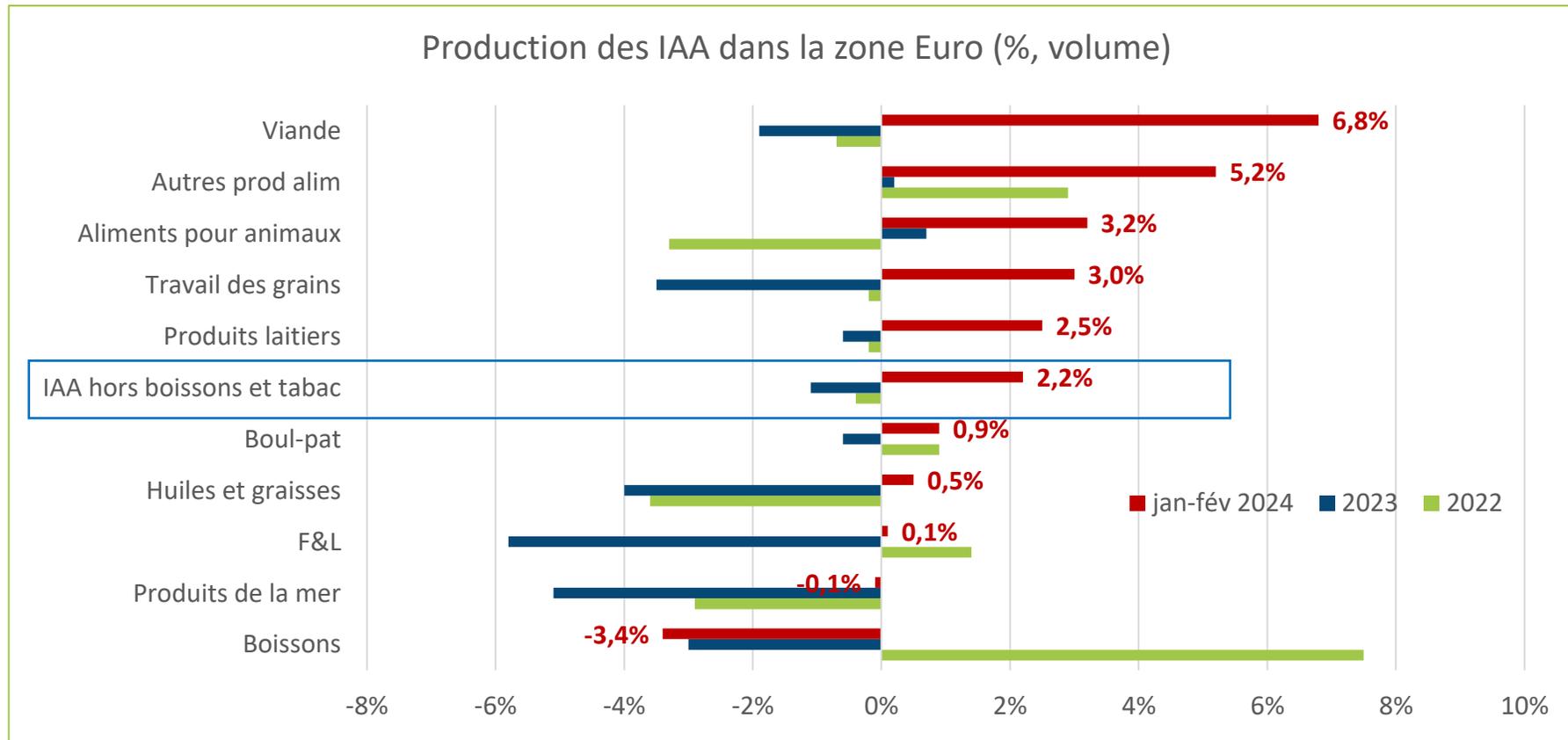


Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

La production dans les IAA (UE) (2)

Redressement de la production agroalimentaire en début d'année 2024

La tendance à la légère reprise de la production agroalimentaire européenne au cours des 2 premiers mois de l'année 2024 masque des divergences selon les secteurs. Le rythme de croissance de la production de viande s'est établi à près de 7% en volume au cours des 2 premiers mois de l'année 2024, après une baisse en moyenne annuelle en 2023. La production des « autres produits alimentaires » (cacao-chocolat, plats cuisinés, soupes, pizzas fraîches...) a également fortement progressé, comme celle des produits animaux.



Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

Production et chiffre d'affaires dans les IAA

les indices

Base 100 = 2010	Indice de production industrie alimen. (*) France	Croissance France	Indice de production industrie alimen. (*) Zone €	Croissance Zone €
2010	100,0	nd	104,3	1,6%
2011	103,2	3,2%	106,4	2,0%
2012	102,8	-0,4%	106,0	-0,4%
2013	101,5	-1,3%	105,9	-0,1%
2014	101,2	-0,3%	106,8	0,8%
2015	101,8	0,6%	108,1	1,2%
2016	101,1	-0,7%	109,3	1,1%
2017	101,2	0,1%	110,3	0,9%
2018	101,2	0,0%	110,9	0,5%
2019	101,5	0,3%	111,8	0,8%
2020	101,3	-0,2%	109,7	-1,9%
2021	102,9	1,6%	113,2	3,3%
2022	102,2	-0,6%	113,7	0,4%
2023	100,6	-1,6%	112,4	-1,1%

Base 100 = 2010	Indice de CA industrie alimentaire (*) France	Croiss France	Indice de CA industrie alimentaire (*) Zone €	Croiss Zone €
2010	100,0	nd	100,0	nd
2011	107,0	7,0%	108,1	8,1%
2012	110,6	3,4%	110,9	2,6%
2013	112,1	1,3%	113,6	2,4%
2014	112,4	0,3%	113,0	-0,5%
2015	112,3	-0,1%	112,8	-0,2%
2016	112,5	0,2%	113,8	0,9%
2017	117,0	4,0%	119,5	5,0%
2018	118,8	1,5%	119,7	0,2%
2019	122,1	2,8%	123,4	3,1%
2020	120,9	-1,0%	122,6	-0,7%
2021	129,3	7,0%	128,9	5,2%
2022	146,4	13,2%	153,1	18,7%
2023	156,2	6,7%	162,4	6,1%

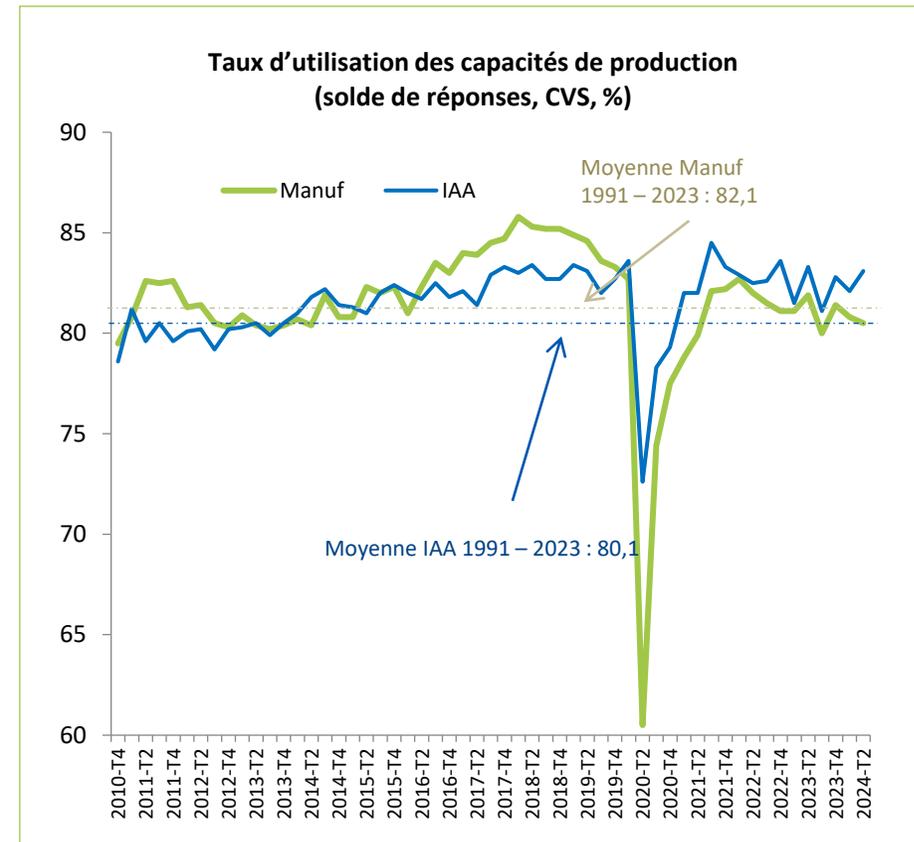
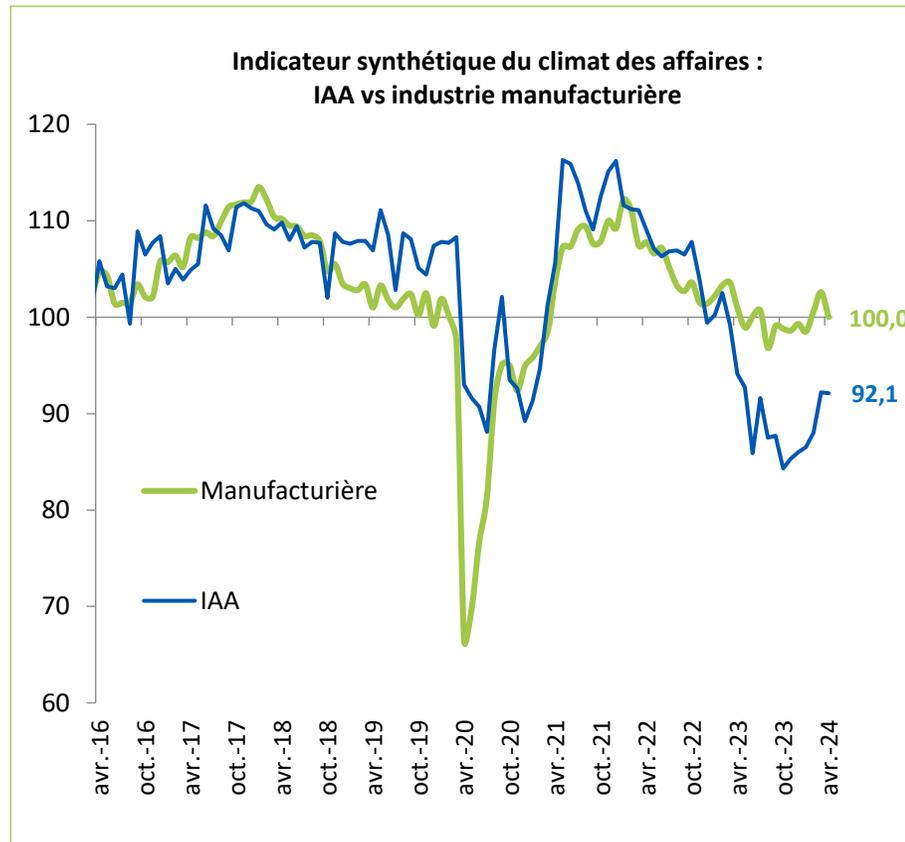


*Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations mensuelles de la source fiscale
(*) hors boissons et tabac , marché intérieur + export / Source : INSEE*

L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (1)

Climat des affaires dans les IAA : l'indicateur reste inférieur à son niveau de long terme, en dépit d'une amélioration en début d'année

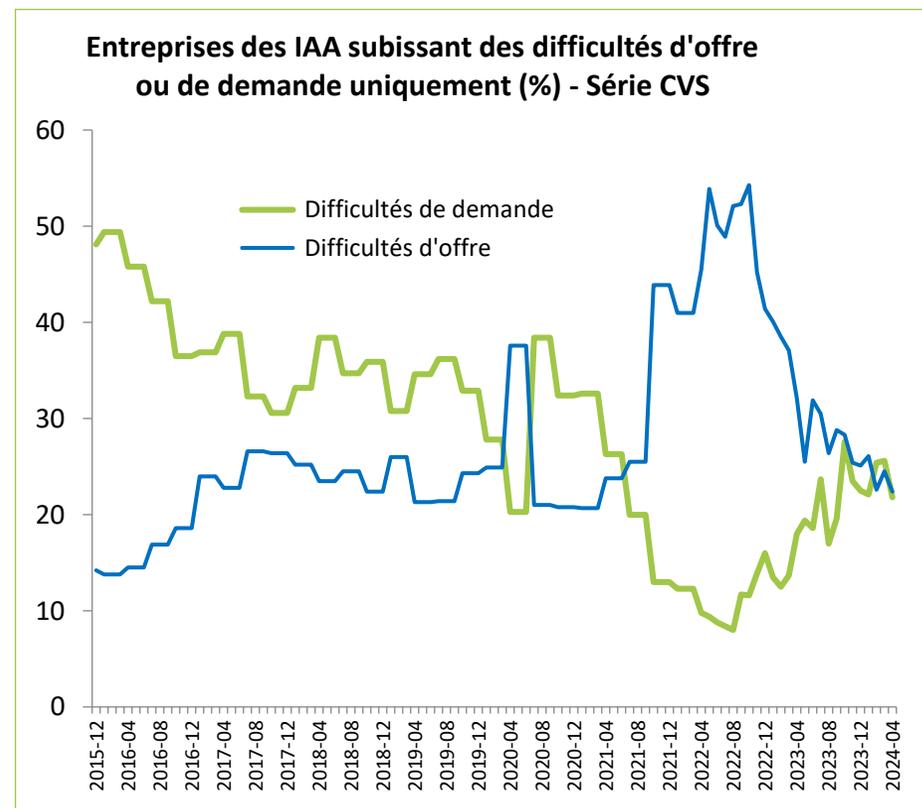
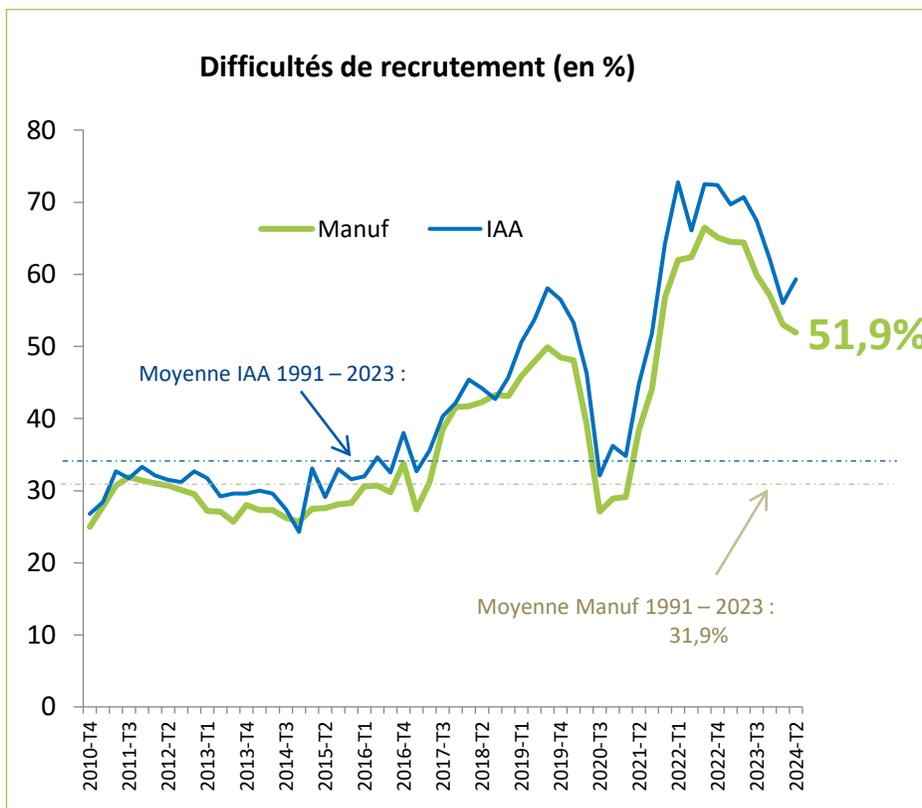
L'indicateur du climat des affaires dans les IAA s'est stabilisé en avril. A 92,1 points, il reste largement en-dessous de son niveau de longue période (100), mais a eu tendance à s'améliorer par rapport à son point bas d'octobre 2023 (+8 points). Dans l'industrie agroalimentaire, l'indicateur relatif aux carnets de commandes globaux se redresse petit à petit depuis l'automne 2023, même s'il reste largement inférieur à son niveau de long terme.



L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (2)

Le niveau des difficultés de recrutement dans les IAA continue de baisser en T2 2024
La part des entreprises subissant des difficultés de demande s'est redressée au cours des derniers mois

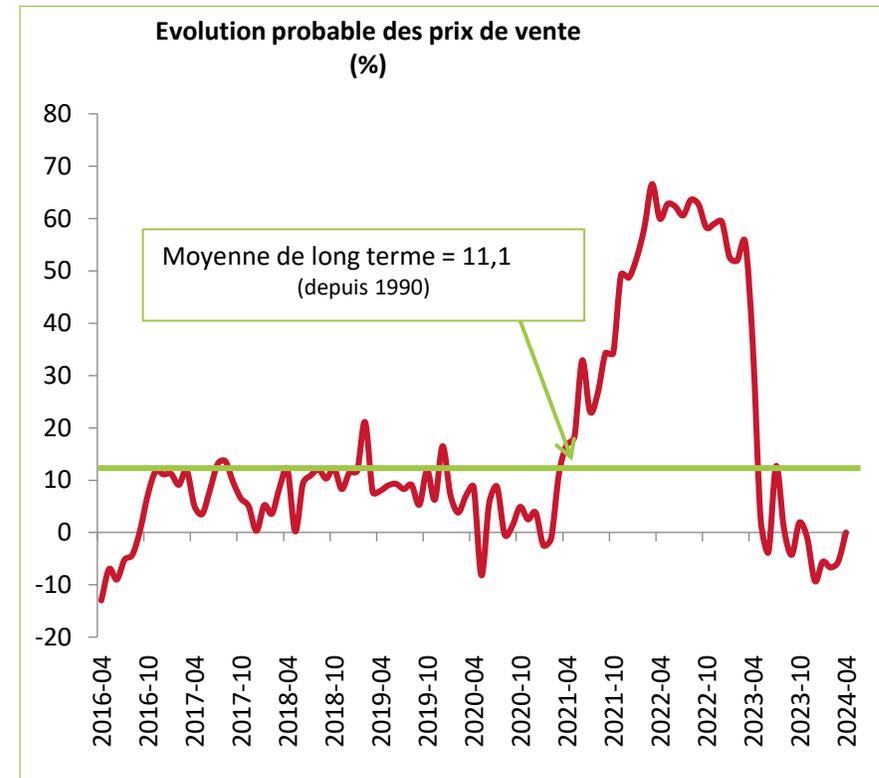
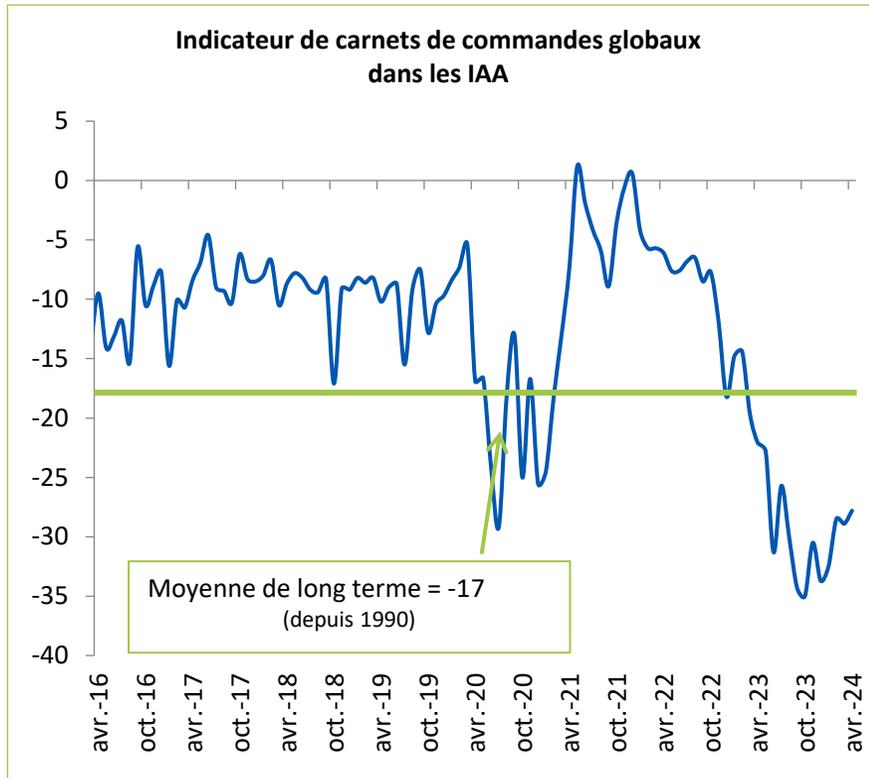
En T2 2024, les difficultés de recrutement se sont de nouveau atténuées dans les IAA. La proportion d'entreprises agroalimentaires déclarant rencontrer des difficultés de recrutement a atteint un peu moins de 52% en T2 2024 dans les IAA, contre 72,8% fin 2022. Le niveau reste cependant largement supérieur à la moyenne de long terme. Par ailleurs, les entreprises des IAA sont désormais de plus en plus concernées par des difficultés de demande, alors que les difficultés liées à l'offre ont eu tendance à régresser au cours des derniers mois.



L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (3)

Les carnets de commandes restent sous leur moyenne de long terme

Dans l'industrie agroalimentaire, l'indicateur relatif aux carnets de commandes globaux se redresse petit à petit depuis l'automne 2023. Mais il reste largement inférieur à son niveau de long terme. Du côté de l'évolution probable des prix, l'apaisement des tensions haussières se confirme, en dépit d'un petit redressement en mars et avril. L'indicateur est désormais inférieur à sa moyenne de long terme.



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – Avril 2024

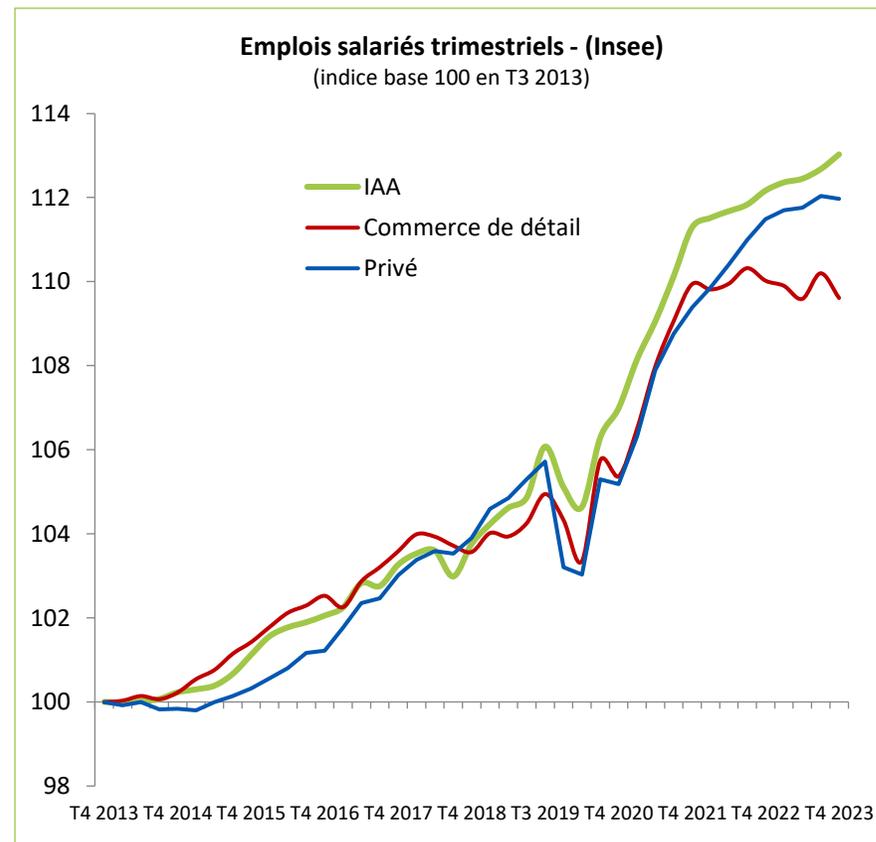
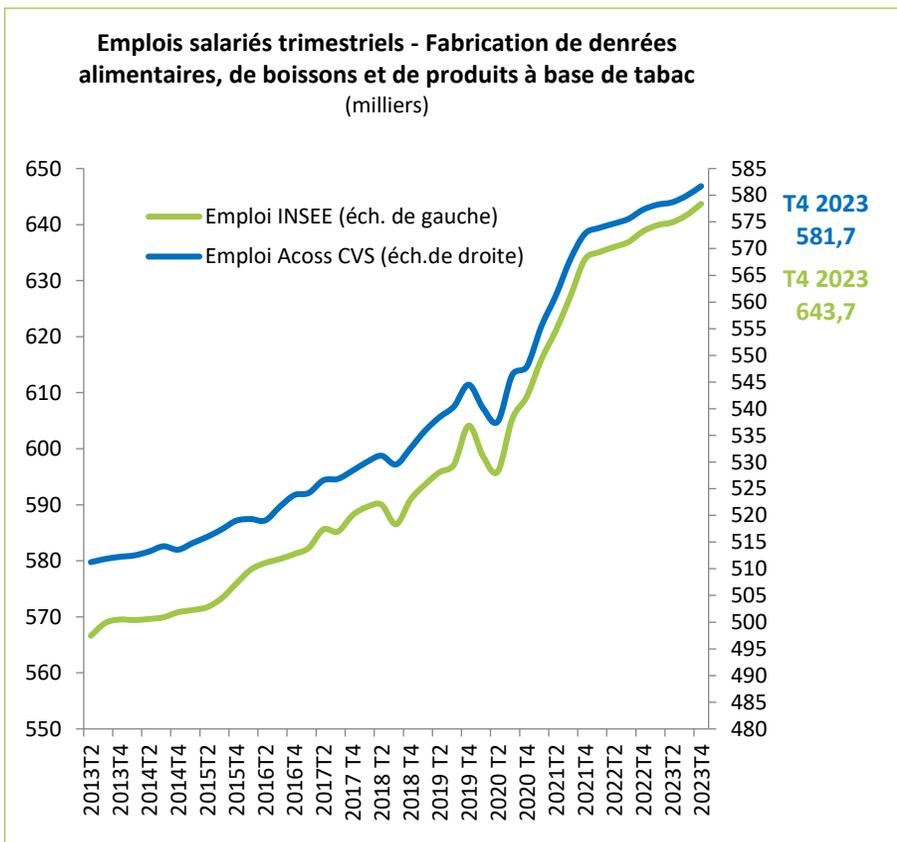


L'emploi dans les IAA

Poursuite de la progression en T4 2023

Les données AcoSS et INSEE indiquent une poursuite de la progression de l'emploi salarié en T4 2023 (+0,8% en glissement annuel entre T4 2022 et T4 2023). Le nombre de salariés s'établit à 581.700 selon les données de l'AcoSS, et à 643.700 selon les données de l'INSEE. L'emploi a largement dépassé son niveau d'avant crise Covid-19 (604.100 en T4 2019, données INSEE).

L'emploi salarié a progressé plus rapidement sur 10 ans dans les IAA que dans l'ensemble du secteur privé : respectivement +13% entre le T4 2013 et le T4 2023, vs +12% dans l'ensemble du secteur privé. A noter, la progression de 9,6% dans le commerce de détail sur la période.

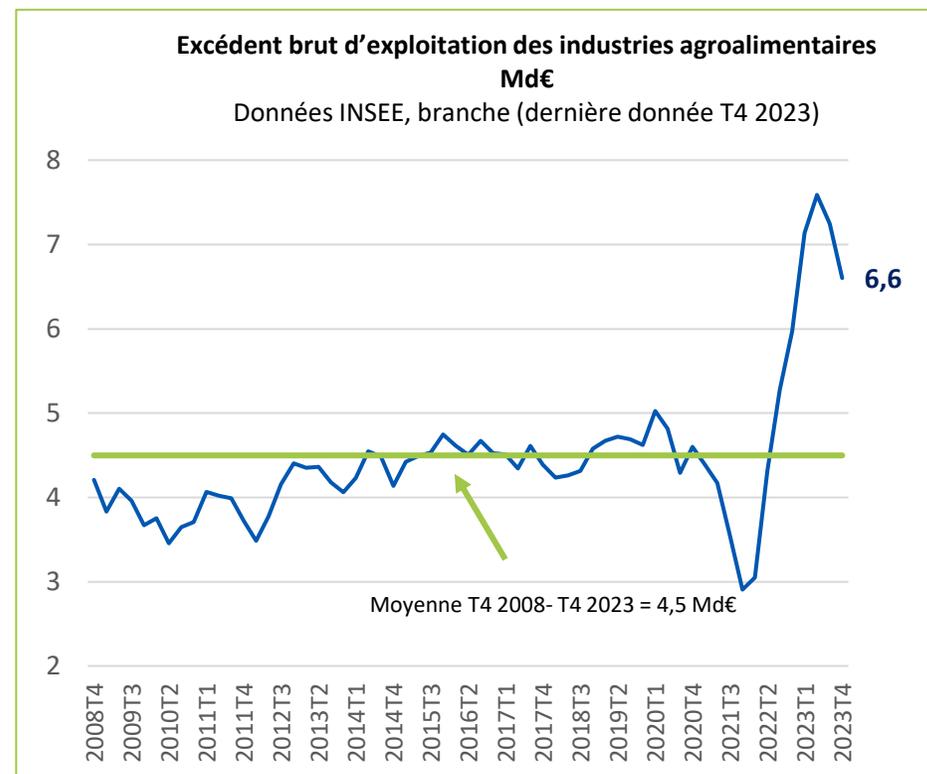
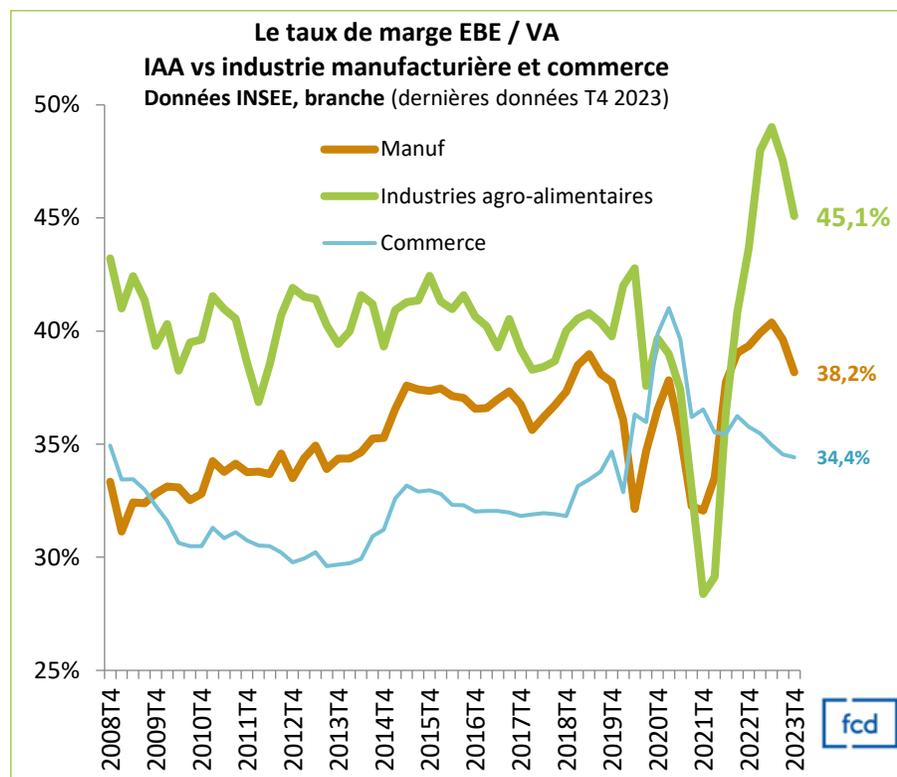


yc DOM (hors Mayotte) / Source : INSEE et AcoSS (CVS)

Le taux de marge des branches (EBE / VA)

Les marges se replient au quatrième trimestre 2023

Le taux de marge (rapport EBE / VA en %) dans les industries agroalimentaires s'est contracté de -2,5 points en T4 2023 par rapport à T3 2023. A 45,1%, il reste à haut niveau. Dans l'industrie manufacturière, le taux de marge s'est également replié sur un trimestre (-1,4 point) à 38,2% en T4 2023. Dans le commerce (commerce de détail, de gros, auto), le taux de marge s'est très légèrement contracté sur un trimestre (-0,1 point), et de -1 point sur un an (à 34,4%).



02

Les prix dans la filière alimentaire

De l'amont agricole aux prix à la consommation

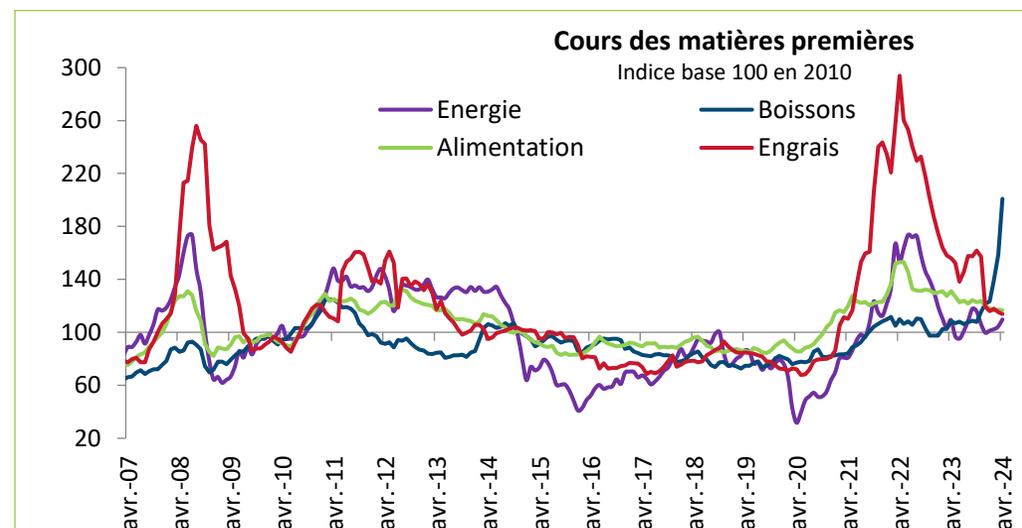
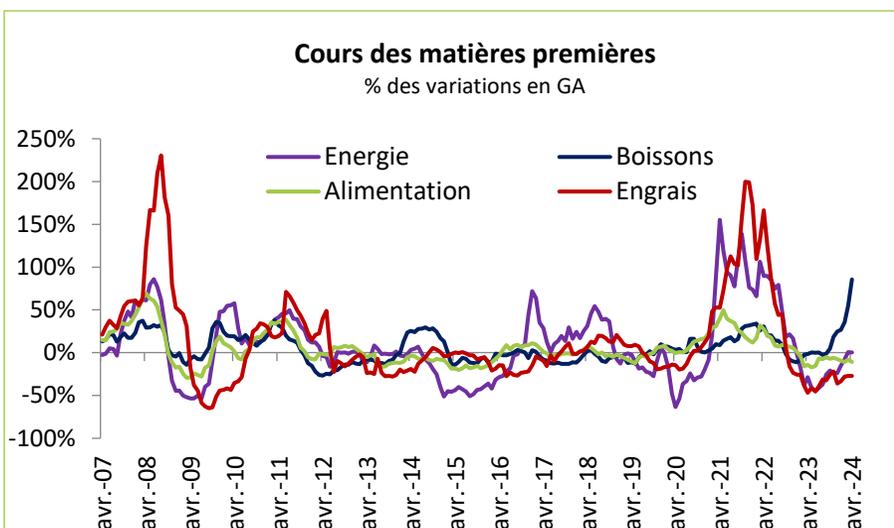
Les matières premières dans le monde

A l'exception des boissons, les cours sont désormais orientés à la baisse



Les prix de l'énergie ont baissé de près de 30% en 2023, après un bond de 60% en 2022 et encore de -5,7% au cours des 4 premiers mois de 2024. Les prix des engrais ont suivi cette tendance, avec une contraction de -35% en moyenne annuelle en 2023 et de -29% sur 4 mois en 2024. Les prix de l'alimentation ont quant à eux reculé de -9,2% en moyenne en 2023 et -9,8% sur 4 mois en 2024. Les cours des boissons augmentaient quant à eux fortement en début d'année : +51,4% sur 4 mois, tirés à la hausse par les prix du cacao (+145%) et du café robusta (+56%).

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.



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Jan-avr 24
Energie (pétrole, gaz, charbon)	23,7%	27,8%	-12,4%	-32,7%	81,0%	60,0%	-29,9%	-5,7%
Boissons (café-thé-cacao)	-9,0%	-4,8%	-3,7%	5,6%	16,3%	13,7%	1,4%	51,4%
Alimentation (blé, riz, huile, bananes, oranges, sucre...)	0,6%	0,3%	-3,8%	7,1%	30,8%	17,9%	-9,2%	-9,8%
Engrais	-4,4%	11,1%	-1,4%	-10,1%	80,5%	62,6%	-34,9%	-29,0%

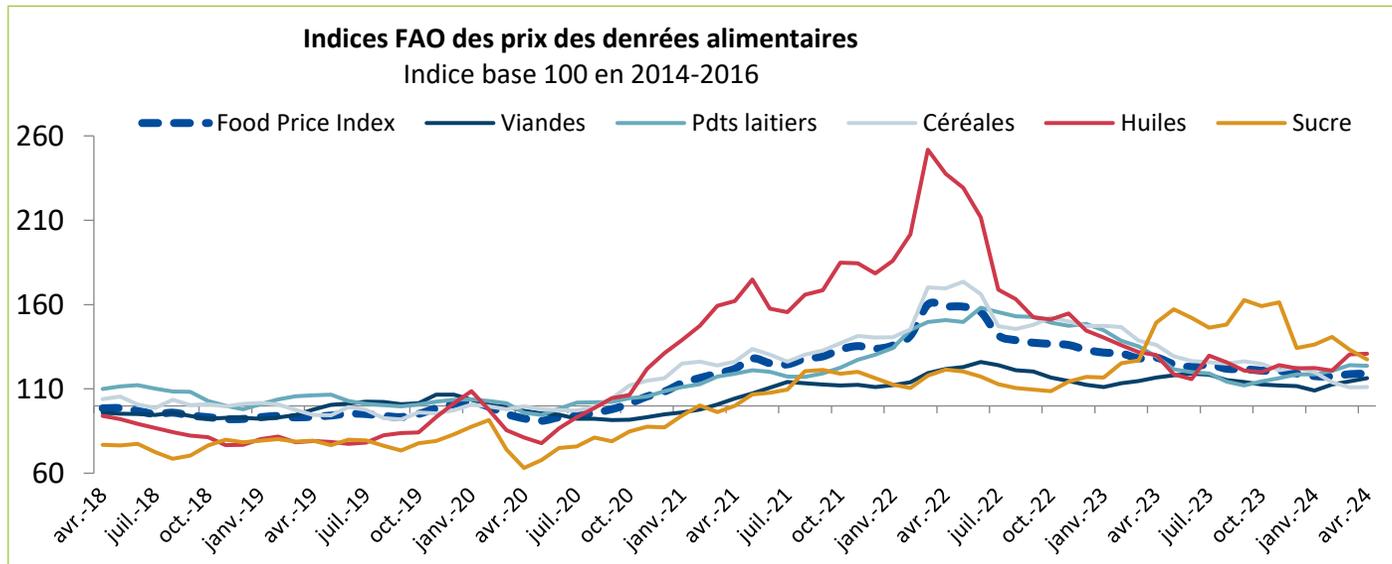
Source : Banque Mondiale – dernières données, avril 2024

Les prix des matières premières alimentaires

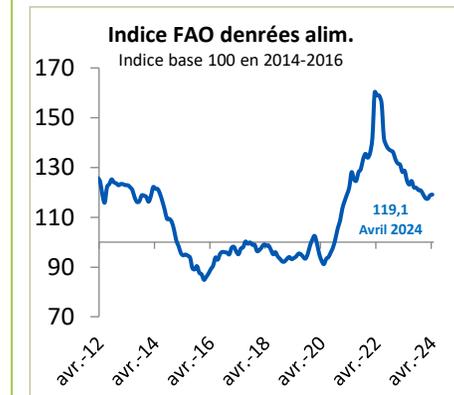
Indice FAO : +0,3% en avril 2024 sur un mois et -7,4% sur un an



L'Indice FAO des prix des produits alimentaires s'est établi à 119,1 points en avril 2024, soit une légère hausse de 0,3% par rapport à mars 2024. Sur un an, il a reculé de 7,4%. Les cours des céréales ont légèrement progressé de 0,3% par rapport à mars et baissé de 18,3% par rapport à sa valeur d'avril 2023. Après trois mois consécutifs de recul, les prix du blé se sont stabilisés en avril. La pression haussière sur les prix a été compensée par la concurrence entre les principaux pays exportateurs. Les prix du maïs ont augmenté en avril, sous l'effet d'une forte demande à l'importation. L'indice des prix du riz a cédé 1,8%. Les cours des huiles gagnent 0,3% par rapport au mois précédent et atteignent leur plus haut niveau depuis 13 mois. Cette modeste hausse traduit l'effet de l'appréciation des cours de l'huile de tournesol et de l'huile de colza, qui a plus que contrebalancé la légère diminution des prix de l'huile de palme et de l'huile de soja. Les cours des produits laitiers ont légèrement baissé sur un mois (-0,3%), après six mois consécutifs de hausse. Sa valeur demeure inférieure de 4,3% à celle d'avril 2023. Les prix du lait écrémé en poudre ont affiché le plus net recul. Les prix du fromage ont légèrement fléchi. Les prix du beurre ont continué d'augmenter (demande à l'importation stable et stocks resserrés en Europe de l'Ouest). Les prix du lait entier en poudre ont rebondi modérément du fait d'un accroissement de la demande de disponibilités à moyen terme et de la baisse saisonnière de la production de lait en Océanie. Les prix de la viande ont augmenté de 1,6% sur un mois. Il s'agit de la 3e hausse mensuelle d'affilée de l'indice, qui s'établit à un niveau légèrement inférieur à celui d'il y a un an (-0,4%). Les prix de la viande de volaille ont augmenté, sous l'effet de la stabilité des achats à l'importation dans les pays du Moyen-Orient. Les prix de la viande bovine ont progressé (demande élevée chez les principaux importateurs). Les prix de la viande ovine sont légèrement repartis à la hausse, les acteurs du marché s'attendant à un resserrement de l'offre en Océanie. Les prix de la viande porcine ont modérément fléchi (torpeur de la demande en Europe de l'Ouest et demande atone dans les principaux pays importateurs, en particulier en Chine). Les prix du sucre ont baissé de -4,4% en avril (-14,7% sur un an). Le recul des prix du sucre est principalement imputable à une amélioration des perspectives de l'offre mondiale due essentiellement à une production plus abondante que prévu en Inde et en Thaïlande.



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.

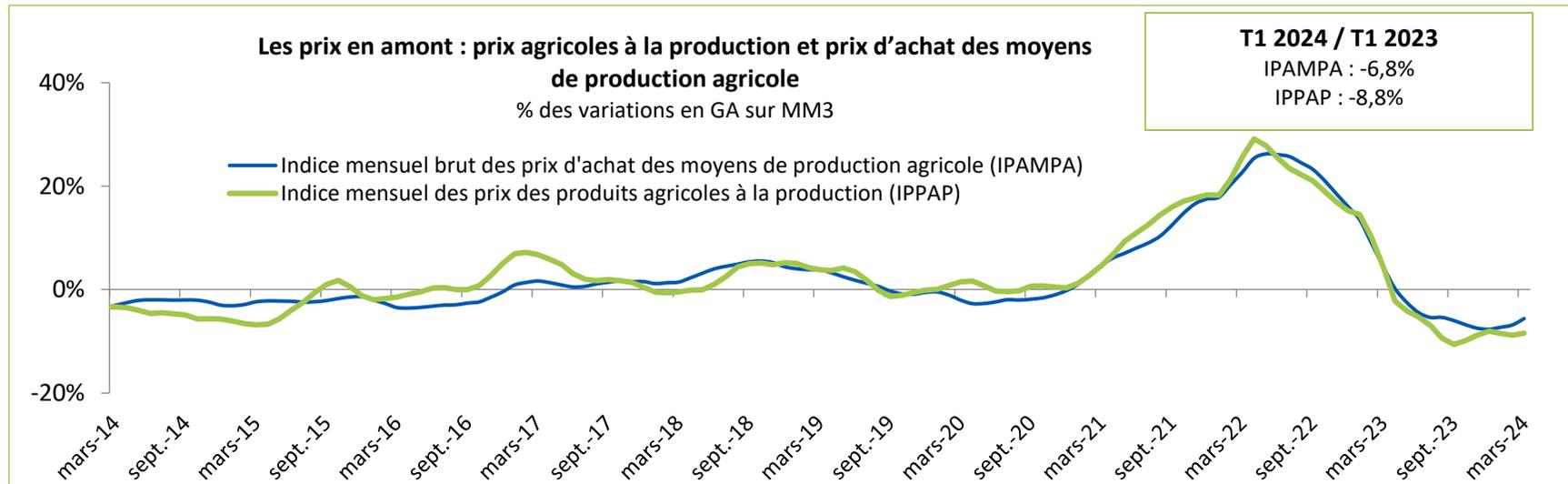


Les prix agricoles à la production et prix d'achat des moyens de production agricoles

IPAMPA et IPPAP : en baisse

Après la flambée des prix agricoles en 2022, la tendance est désormais à la détente. L'indice **IPAMPA** a baissé de 1,8% en moyenne annuelle en 2023 et plus fortement en T1 2024 : -6,8%. Parmi les catégories de produits dont les prix ont baissé en T1 2024 : les engrais et amendements (-30%), les aliments des animaux (-12,5%, dont -15,5% pour les aliments pour porcins et -11,7% pour les aliments pour volailles).

Du côté de l'**IPPAP**, même type d'évolution : -8,9% en T1 2024. Parmi les catégories de produits dont les cours ont baissé : les céréales (-29,5% en glissement), les oléagineux (-20%). Les indices IPPAP des produits animaux et notamment des viandes sont désormais orientés à la baisse : -2,9% pour les gros bovins, -9,5% pour les porcins et -10,3% pour la volaille.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	T1 2024
IPAMPA	-2,1%	-2,6%	1,2%	3,7%	1,5%	-1,6%	9,2%	22,4%	-1,8%	-6,8%
IPPAP	-3,1%	0,1%	3,7%	2,1%	1,8%	0,5%	11,1%	22,0%	-3,4%	-8,9%

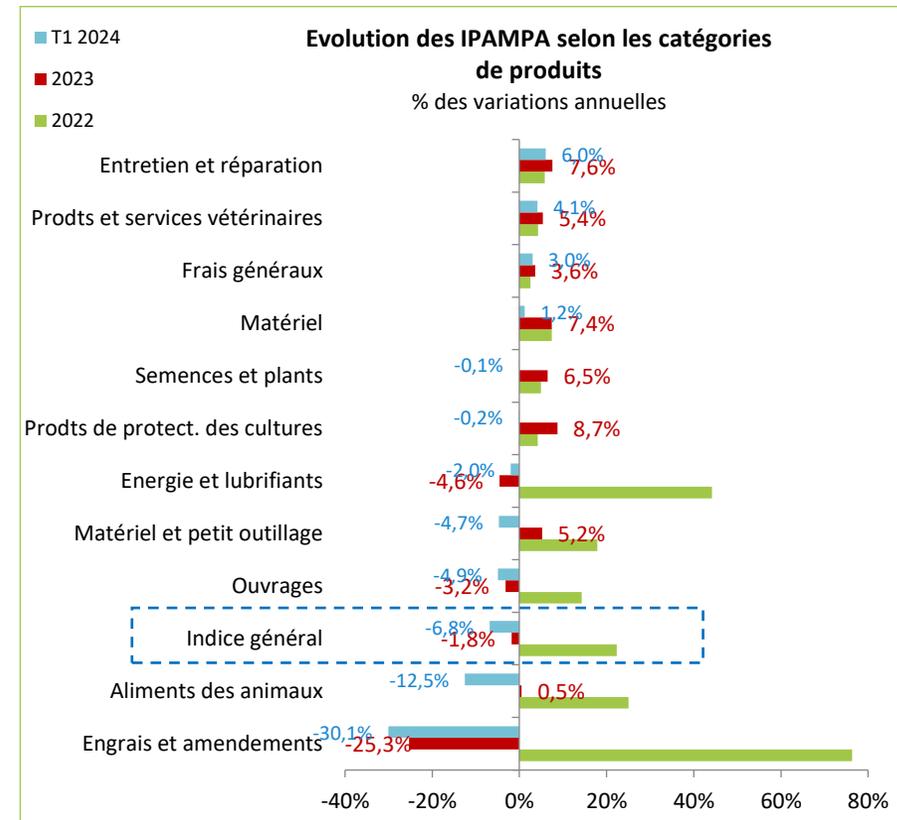
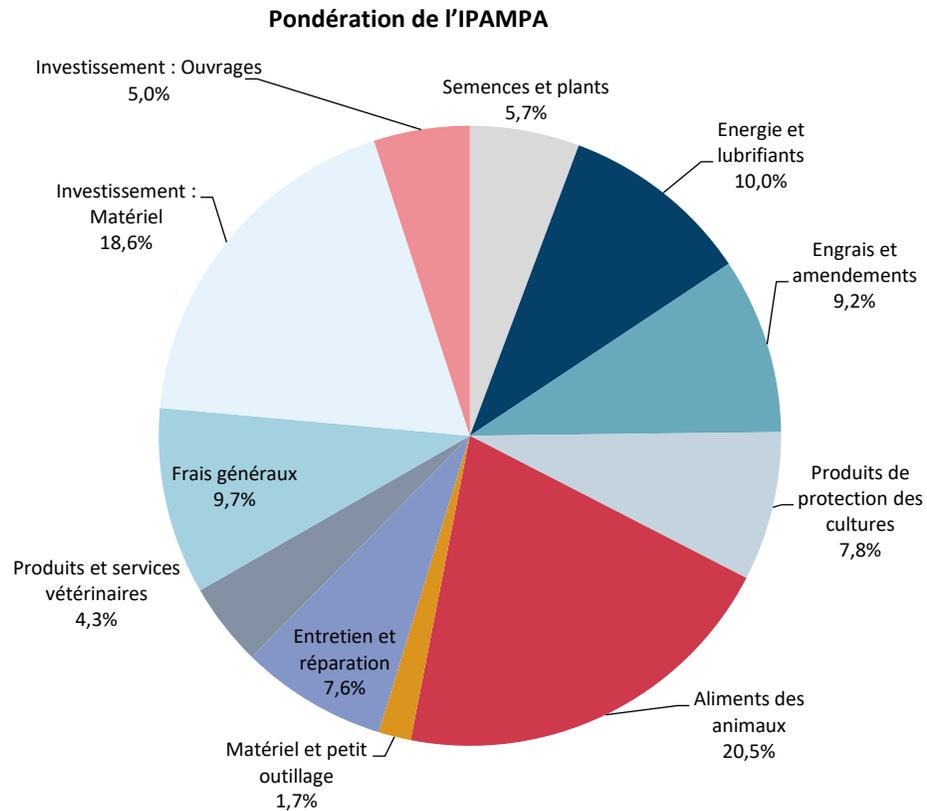
Source : INSEE

L'IPAMPA

-6,8% au cours des trois premiers mois de l'année 2024

Les **prix d'achat des moyens de production agricoles** ont baissé de -6,8% au cours du premier trimestre 2024 par rapport à la même période en 2023, après un recul de -1,8% en moyenne annuelle en 2023.

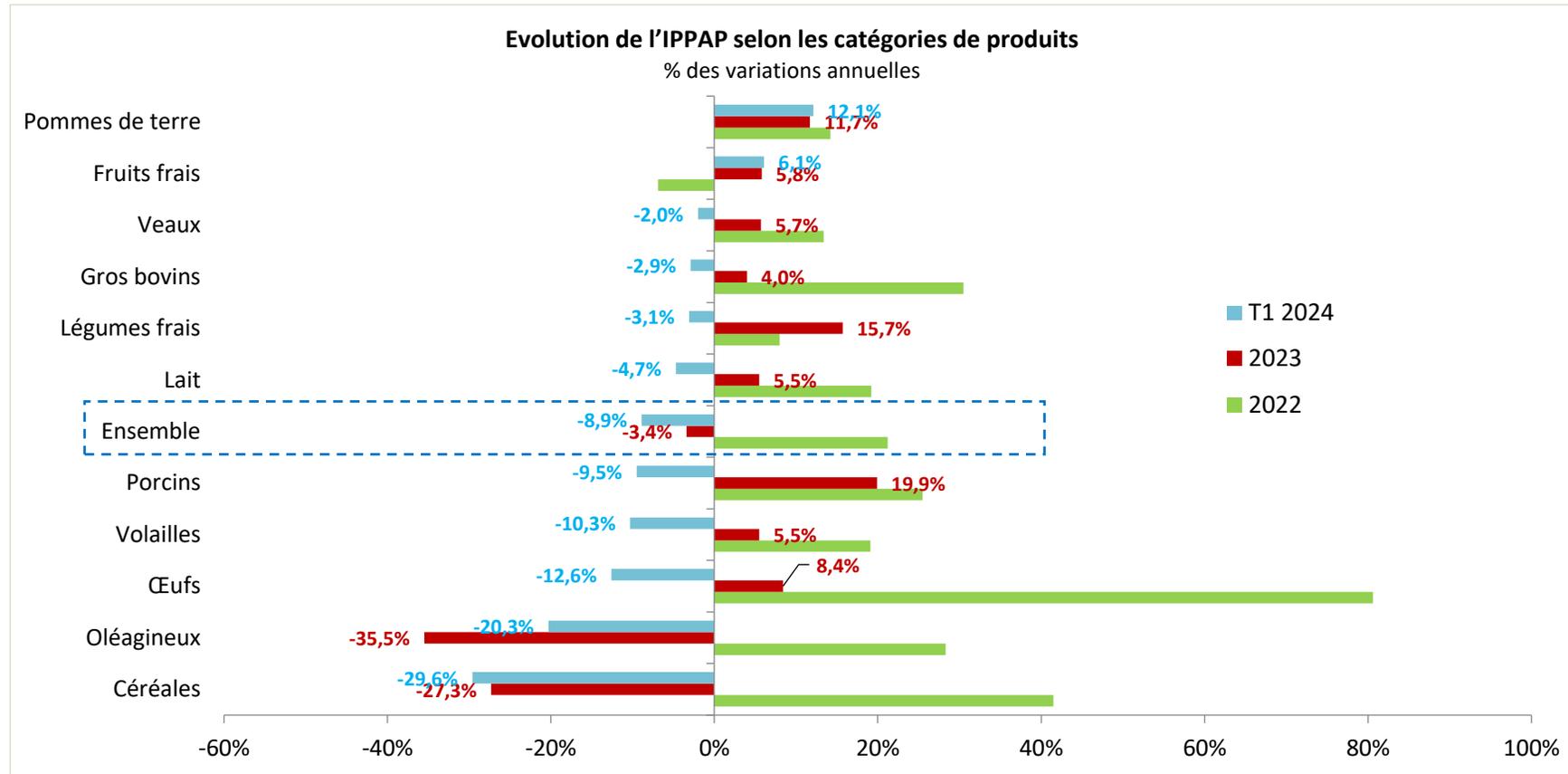
La contraction de l'IPAMPA est notamment liée au recul des prix des engrais et amendements (-30% au cours des 3 premiers mois de 2024) et à celui des aliments des animaux (-12,5%).



L'IPPAP

-8,9% au cours des trois premiers mois de 2024

Les **prix agricoles à la production** ont baissé de -8,9% entre les 3 premiers mois de 2023 et les 3 premiers mois de 2024. Cette évolution est liée aux pressions baissières exercées sur les céréales (-29,6% sur 3 mois en 2024), les oléagineux (-20%), les oléagineux (-20%), les œufs (-13%), la volaille et les porcins (environ -10%). Certaines catégories ont continué de progresser : les pommes de terre (+12%) et les fruits frais (+6,1%).



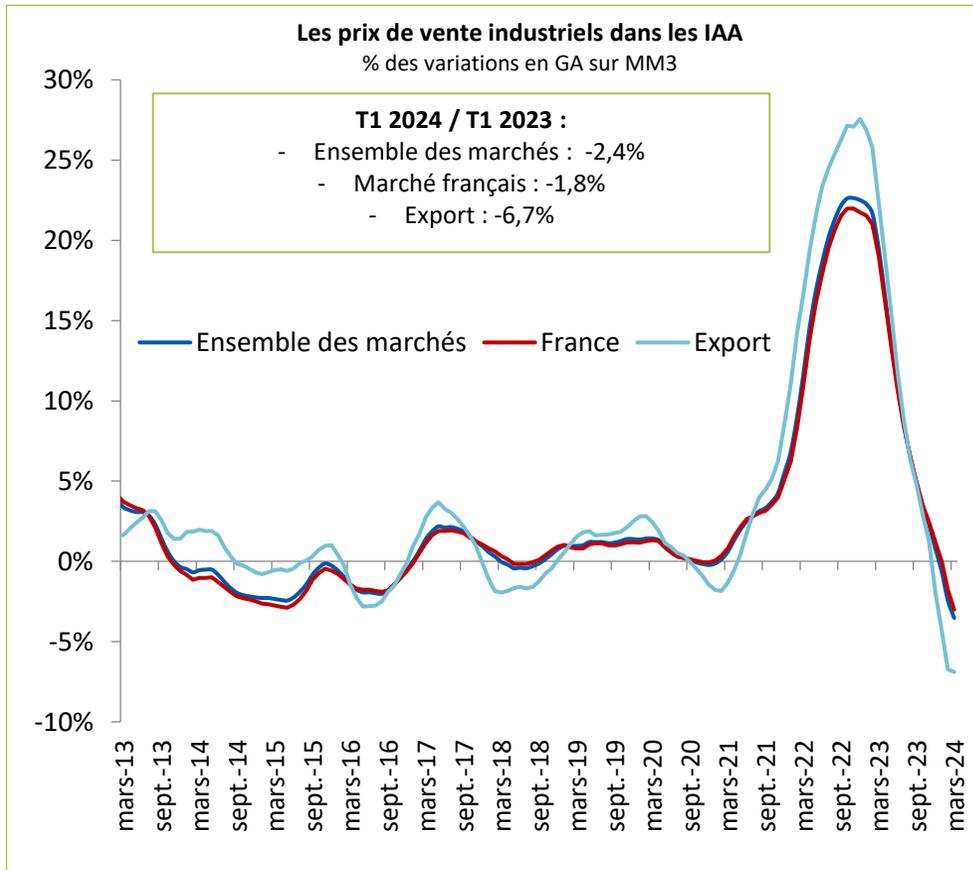
Source : INSEE / IPPAP : L'indice des prix des produits agricoles à la production mesure l'évolution des prix des produits vendus par les agriculteurs. Cet indice est élaboré à partir de l'observation des prix de marché.



Les prix de vente industriels agroalimentaires (2)

Les prix sont désormais en baisse

Les PVI des produits alimentaires ont progressé de 10,6% en moyenne annuelle en 2023 selon les données de l'INSEE. Mais la tendance est désormais au recul : les prix ont baissé de -2,4% entre le T1 2023 et le T1 2024 et de -0,7% entre T4 2023 et T1 2024. Sur le marché intérieur, ils se sont contractés de -1,8% en glissement annuel, et de -6,7% sur les marchés extérieurs.



Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés

Source : INSEE

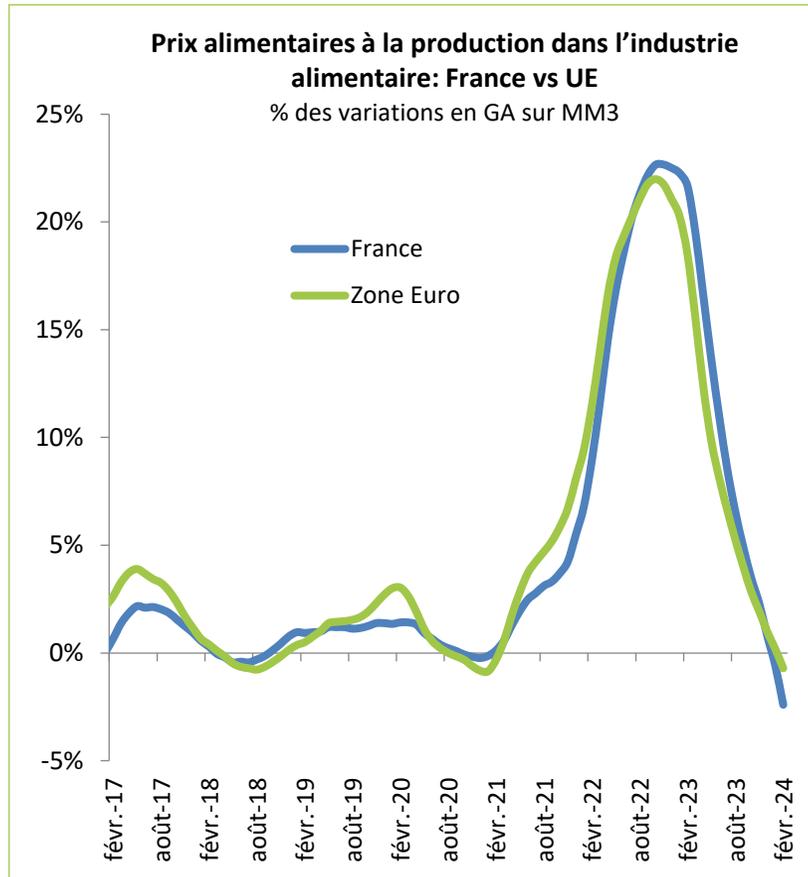
	Tous marchés Crois.	France Crois.	Export Crois.
2010	0,1%	-0,2%	1,6%
2011	6,2%	6,1%	7,7%
2012	2,8%	3,1%	1,7%
2013	2,3%	2,3%	2,1%
2014	-1,3%	-1,6%	0,9%
2015	-1,6%	-2,0%	-0,1%
2016	-1,4%	-1,5%	-1,5%
2017	1,5%	1,4%	2,2%
2018	0,0%	0,3%	-1,4%
2019	1,2%	1,0%	1,7%
2020	0,6%	0,6%	0,9%
2021	2,4%	2,3%	2,1%
2022	17,5%	16,8%	22,2%
2023	10,6%	10,4%	11,6%
T1 2024	-2,4%	-1,8%	-6,7%



Les prix de vente industriels agroalimentaires en Europe

La tendance au recul des prix se confirme au sein de l'UE

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ont augmenté de 8,5% dans la zone euro en moyenne annuelle en 2023 par rapport à 2022, après une hausse de 18% en moyenne annuelle en 2022. La tendance est désormais au recul en glissement annuel : -0,4% dans la zone € au cours des deux premiers mois de l'année. La tendance à la baisse a concerné la majorité des pays de l'UE, avec toutefois des rythmes de décélération différents. Les prix ont baissé aux Pays-Bas, Irlande, Pologne (hors zone €)... Ils ont augmenté (moins fortement) en Espagne, Portugal et Danemark.



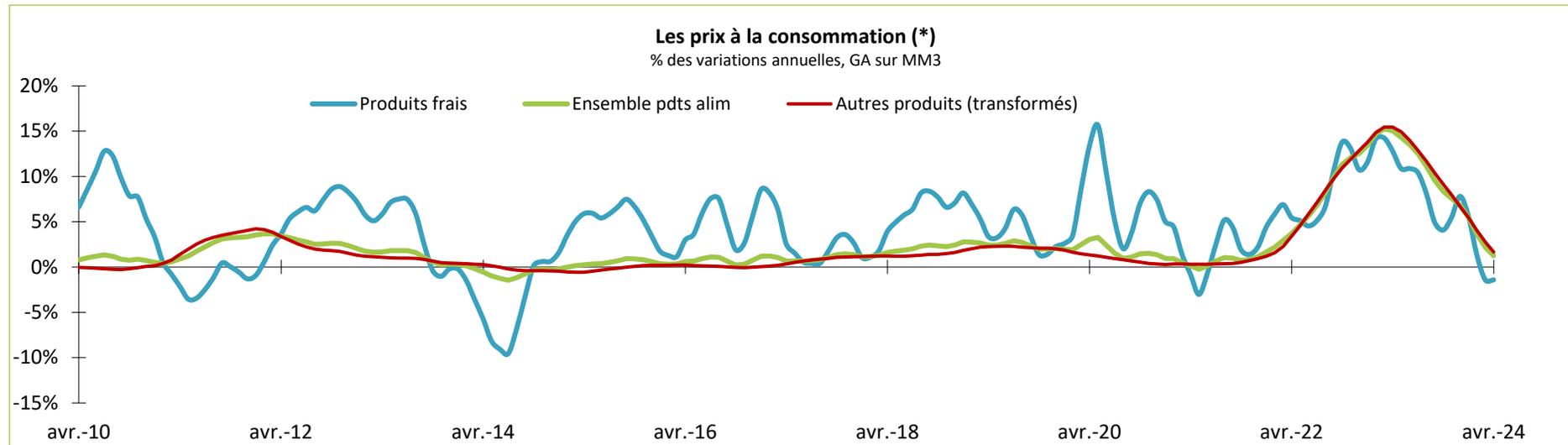
	Crois prix prod alim 2021	Crois prix prod alim 2022	Crois prix prod alim 2023	Jan-fév 2024
Espagne	5,8%	17,3%	10,7%	3,9%
Portugal	4,0%	25,9%	13,7%	1,7%
Danemark	0,2%	17,5%	9,8%	0,5%
UE à 27	3,6%	18,9%	8,3%	-1,0%
Zone Euro	3,5%	18,0%	8,5%	-0,4%
Italie	3,4%	15,3%	6,4%	-1,3%
Allemagne	2,4%	20,4%	8,0%	-1,5%
Pays-Bas	5,3%	20,2%	7,9%	-1,6%
France	2,4%	17,5%	10,6%	-1,7%
Pologne	5,1%	24,3%	4,6%	-6,5%
Irlande	0,3%	8,7%	-3,2%	-9,6%



Prix à la consommation alimentaires (1)

Nette décélération de la croissance des prix alimentaires

Après deux années de forte croissance, les prix à la consommation des produits alimentaires augmentent sur un rythme plus faible : +3% au cours des 4 premiers mois de 2024 par rapport la même période en 2023. La croissance s'établit à 3,4% pour les produits transformés et à 0,8% pour les produits frais. En glissement mensuel, les prix ont quasiment stagné en avril 2024 (+0,1%), comme en mars.



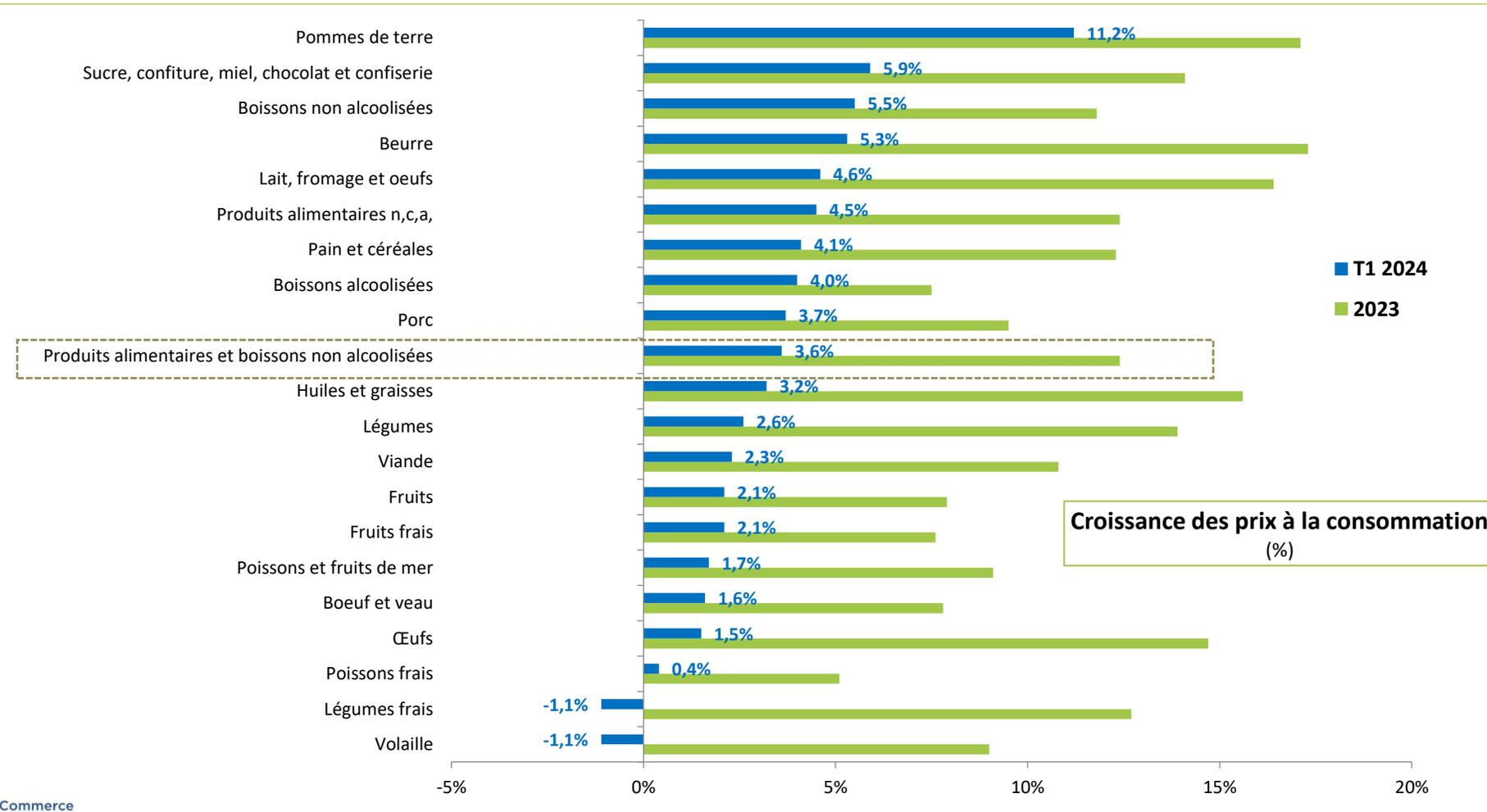
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Jan-avr 2024
Indice des prix à la consommation de l'alimentation	0,5%	0,6%	1,0%	1,9%	2,4%	1,9%	0,6%	6,8%	11,8%	3,0%
Indice des prix à la consommation des produits frais	5,3%	3,7%	3,5%	5,0%	4,3%	7,3%	1,9%	7,7%	9,6%	0,8%
Indice des prix à la consommation des autres produits (transformés)	-0,2%	0,1%	0,7%	1,2%	2,1%	1,0%	0,4%	6,6%	12,2%	3,4%

(*) **IPC** : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée avril 2024

Prix à la consommation alimentaires (2)

La croissance des prix alimentaires selon les catégories de produits

Les prix des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées ont progressé de 3,6% entre T1 2023 et T1 2024 (et de seulement +0,1% entre T4 2023 et T1 2024), soit un net tassement de la croissance après une hausse de 12,4% en moyenne annuelle en 2023. Parmi les produits dont les prix ont encore fortement augmenté, les pommes de terre (+11,2% entre T1 2023 et T1 2024), le sucre, confiture, miel, chocolat, confiserie (+5,9%). A l'opposé, les prix des légumes frais et de la volaille sont en baisse de -1,1% en T1 2024 en glissement annuel.

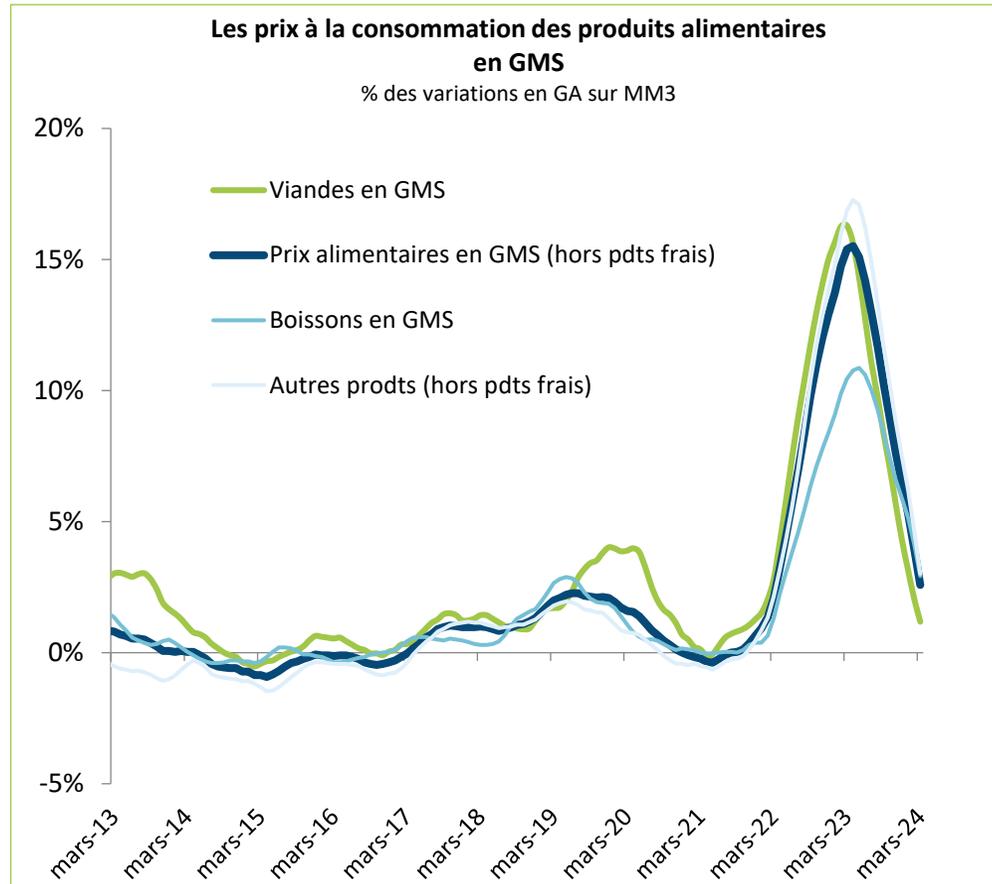


(*) IPC : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages / France) /

Les prix à la consommation alimentaires (3)

Les prix alimentaires dans la grande distribution (indice INSEE) : la phase de ralentissement se poursuit en début d'année

Les prix alimentaires à la consommation en GMS (hors produits frais) ont continué de progresser en moyenne annuelle en 2023 : +12,2% après une hausse de +6,5% en moyenne annuelle en 2022. Depuis le pic du printemps en glissement annuel, les prix tendent désormais à progresser moins rapidement. Ils ont progressé de 4% en T1 2024 par rapport à T1 2023, et ont légèrement baissé de -0,1% entre T4 2023 et T1 2024 (-0,7% pour les viandes).



	Pdts alim (hors pdts frais)	Dont viandes	Dont boissons	Dont autres (hors pdts frais)
2011	2,3%	2,9%	2,2%	2,3%
2012	2,4%	3,1%	3,6%	1,6%
2013	0,5%	2,7%	0,8%	-0,7%
2014	-0,3%	0,6%	-0,2%	-0,7%
2015	-0,5%	-0,1%	0,0%	-1,0%
2016	-0,3%	0,2%	-0,3%	-0,6%
2017	0,5%	0,9%	0,5%	0,4%
2018	1,0%	1,1%	0,8%	1,1%
2019	2,1%	2,6%	2,3%	1,7%
2020	1,0%	2,7%	0,7%	0,3%
2021	0,0%	0,5%	0,1%	-0,3%
2022	6,5%	8,1%	4,2%	6,8%
2023	12,2%	11,3%	9,1%	13,7%
T1 2024	4,0%	2,1%	4,1%	4,7%

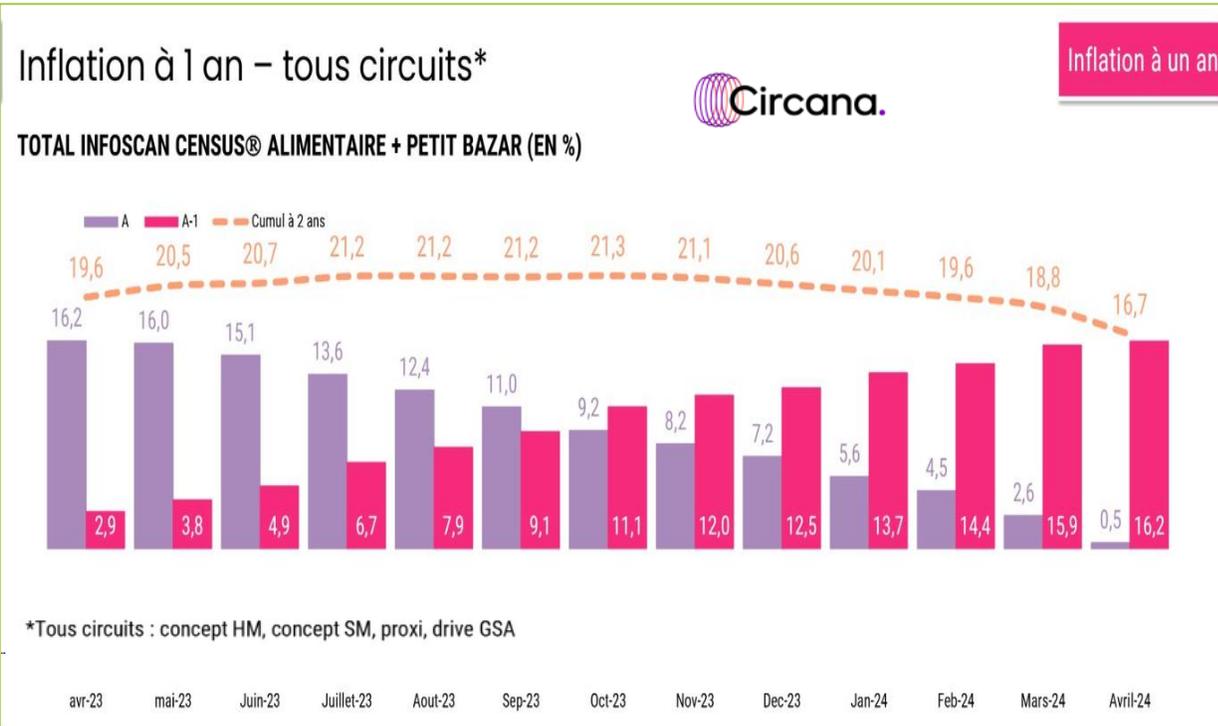


Les prix à consommation alimentaires (4)

Les données Circana : la hausse des prix des PGC s'établit à +0,5% en avril 2024 sur un an et à +16,7% sur deux ans



Selon les données de Circana, les prix en hypermarchés et supermarchés, relevés sur un assortiment constant de produits, ont progressé de 0,5% entre avril 2023 et avril 2024, après une hausse de 2,6% en mars. La croissance a amorcé en mai 2023 une phase de décélération qui se poursuit depuis. La hausse s'est établie à 0,2% pour le FLS poids fixe, dont une baisse de -0,5% pour le frais non laitier. En glissement mensuel, les prix ont baissé de -0,3% entre mars et avril, leur 8^{ème} baisse consécutive.



Inflation à 1 an. Avril 2024

Tous circuits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	0,5	0,4	0,6
INFOSCAN ALIMENTAIRE	0,5	0,4	0,6
DPH	-2,4	-2,4	-1,4
ENTRETIEN	-1,5	-1,8	-2,1
HYGIENE	-2,7	-2,7	-1,1
EPICERIE	1,1	1,4	0,6
EPICERIE SALEE	1,5	1,8	-1,6
EPICERIE SUCREE	0,8	0,8	3,4
FLS POIDS FIXE	0,2	0,0	0,6
CREMERIE	0,7	0,2	0,2
FRAIS NON LAITIERS LS	-0,5	-0,3	0,9
SURGELES GLACES	0,7	0,5	0,4
LIQUIDES	1,7	3,2	4,2
BIERES ET CIDRES	1,8	1,1	3,5
BRSA ET EAUX	2,1	3,9	7,6
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	1,1	2,4	1,7
INFOSCAN BAZAR	0,4	-0,6	-0,5

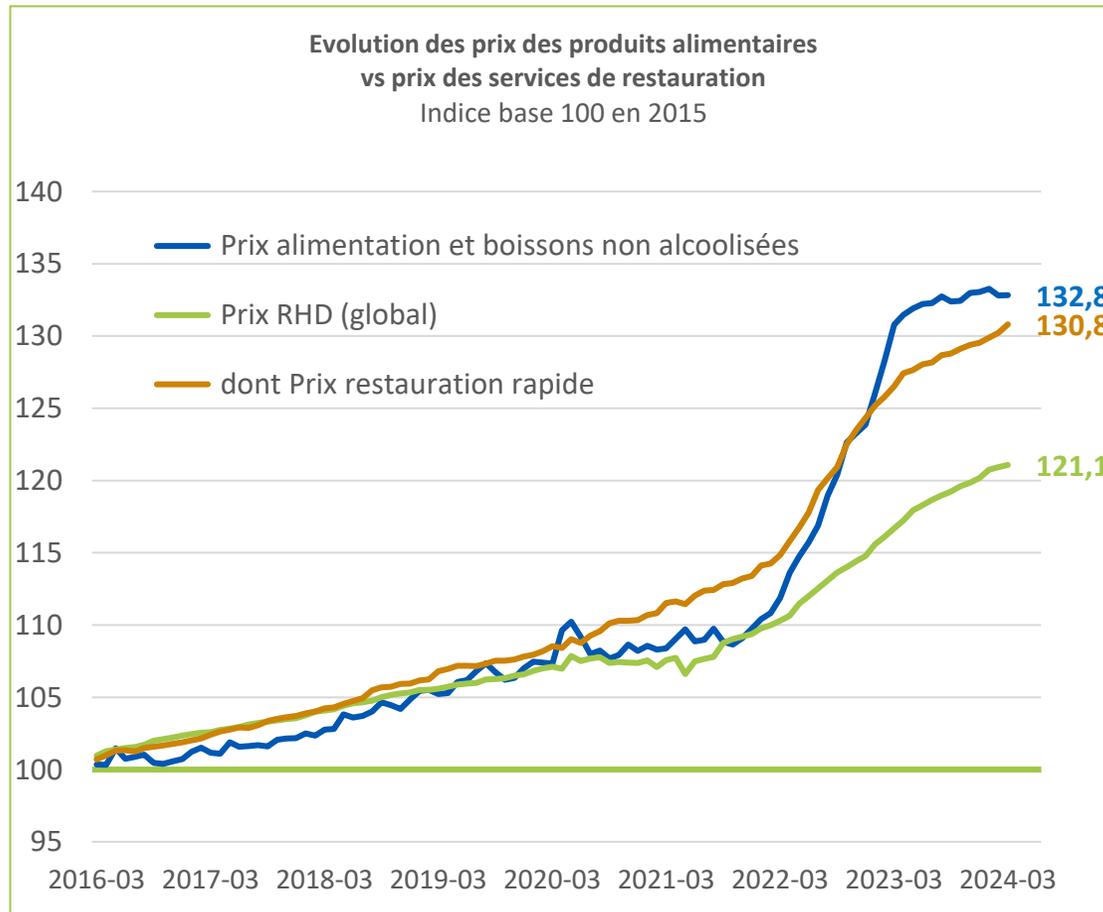
Tous Circuits

Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN CIRCANA	0,5	0,4	0,6
INFOSCAN ALIMENTAIRE	0,5	0,4	0,6
DPH	-2,4	-2,4	-1,4
ENTRETIEN	-1,5	-1,8	-2,1
HYGIENE	-2,7	-2,7	-1,1
EPICERIE	1,1	1,4	0,6
EPICERIE SALEE	1,5	1,8	-1,6
EPICERIE SUCREE	0,8	0,8	3,4
FLS POIDS FIXE	0,2	0,0	0,6
CREMERIE	0,7	0,2	0,2
FRAIS NON LAITIERS LS	-0,5	-0,3	0,9
SURGELES GLACES	0,7	0,5	0,4
LIQUIDES	1,7	3,2	4,2
BIERES ET CIDRES	1,8	1,1	3,5
BRSA ET EAUX	2,1	3,9	7,6
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	1,1	2,4	1,7
INFOSCAN BAZAR	0,4	-0,6	-0,5

Les prix à consommation alimentaires (5)

Comparaison de la croissance des prix de l'alimentation à domicile vs prix des services de restauration

La croissance des prix des services de restauration a accéléré en 2023 (+5,3%, avec une hausse de +7,7% pour la restauration rapide). La tendance est désormais à la décélération : +4,1% en T1 2024 pour les services de restauration. Au sein de l'ensemble « restauration », la croissance s'est établie à +3,6% pour les services de restauration rapide.



	IPC Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	IPC services de restauration	Dont restau rapide
2017	1,0%	1,4%	1,6%
2018	1,9%	1,5%	2,0%
2019	2,5%	1,3%	2,1%
2020	1,9%	1,3%	2,0%
2021	0,6%	0,6%	2,6%
2022	7,3%	3,9%	5,9%
2023	12,4%	5,3%	7,7%
T1 2024	3,6%	4,1%	3,6%



Source : INSEE

Synthèse : les prix dans la filière alimentaire

L'indice Ipampa a baissé de -6,8% en T1 2024, en lien avec la baisse des prix de certaines catégories de produits tels que les engrais. L'indice des prix à la production agricoles a également baissé en glissement annuel (-8,9% en T1 2024). Dans le même temps, l'indice des prix de vente industriels se repliait de -2,4%. Enfin, les prix à la consommation de l'alimentation (produits frais et transformés) ont augmenté de 3% au cours des 4 premiers mois de l'année.

%	IPAMPA	IPPAP	PVI	IPC
2009	-6,2%	-14,0%	-9,6%	0,1%
2010	0,5%	8,0%	0,1%	0,7%
2011	8,9%	12,7%	6,2%	2,0%
2012	3,1%	5,6%	2,8%	2,9%
2013	1,1%	2,9%	2,3%	1,1%
2014	-2,5%	-4,4%	-1,3%	-0,9%
2015	-2,1%	-3,1%	-1,6%	0,3%
2016	-2,6%	0,1%	-1,4%	0,6%
2017	1,2%	3,7%	1,5%	1,1%
2018	3,7%	2,1%	0,0%	2,0%
2019	1,5%	1,8%	1,2%	2,5%
2020	-1,6%	0,5%	0,6%	1,9%
2021	9,2%	11,1%	2,4%	0,6%
2022	22,4%	22,0%	17,5%	6,8%
2023	-1,8%	-3,4%	10,6%	11,8%
2024 (XX mois)	-6,8% (T1)	-8,9% (T1)	-2,4% (T1)	3,0% (4 mois)

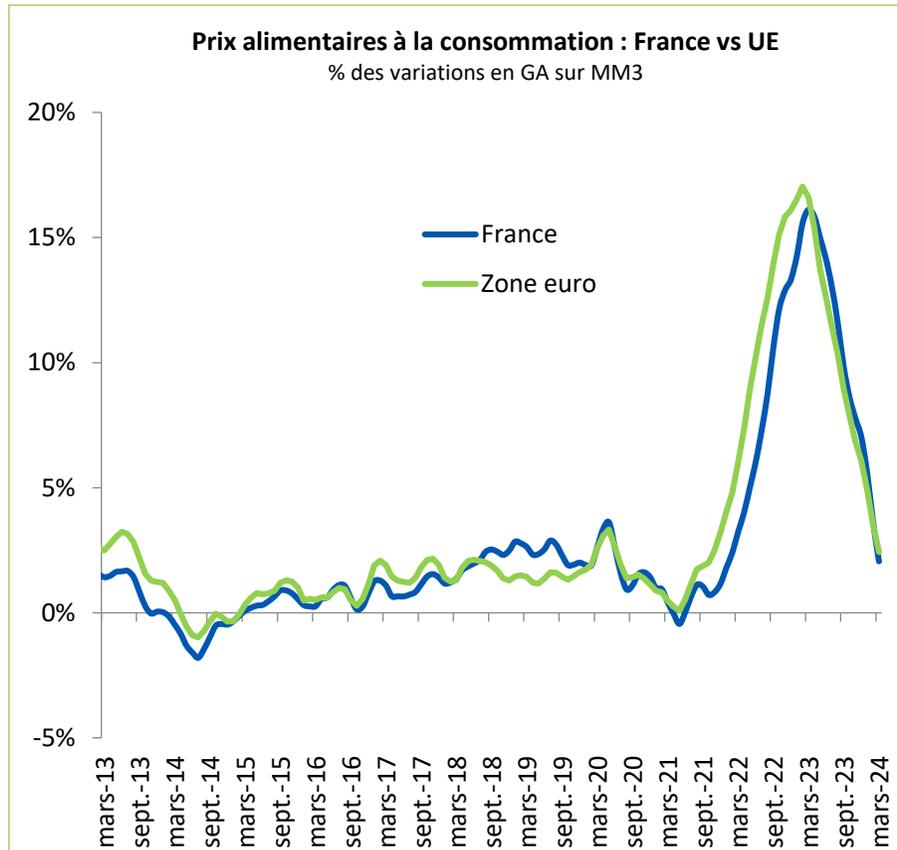


IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés hors boissons et tabac / Source : INSEE

Les prix à la consommation en Europe (1)

La phase de décélération de la croissance des prix alimentaires est bien enclenchée

La croissance des **prix alimentaires et boissons non alcoolisées** s'est établie à +11,6% dans la zone euro en moyenne annuelle en 2023 par rapport à 2022. Toutefois, depuis le pic de croissance de mars 2023 (+17,5% en glissement annuel), la tendance est à la décélération de la croissance. Les prix ont progressé de 3,6% en T1 2024 par rapport à T1 2023. Le ralentissement de la croissance des prix est perceptible dans l'ensemble des grands pays européens.



	2021	2022	2023	T1 2024
Espagne	1,8%	11,6%	11,7%	5,7%
Italie	0,5%	9,3%	10,2%	4,3%
Irlande	-0,3%	6,9%	9,8%	3,9%
Pologne	3,0%	14,5%	15,9%	3,6%
France	0,6%	7,3%	12,4%	3,6%
Zone Euro UE à 27	1,3% 1,6%	10,5% 11,9%	11,6% 12,6%	3,6% 3,2%
Allemagne	3,1%	12,6%	12,7%	2,4%
Pays-Bas	-0,2%	10,7%	11,9%	1,4%
Portugal	0,7%	13,0%	10,0%	1,1%
Danemark	0,6%	11,5%	8,4%	0,3%

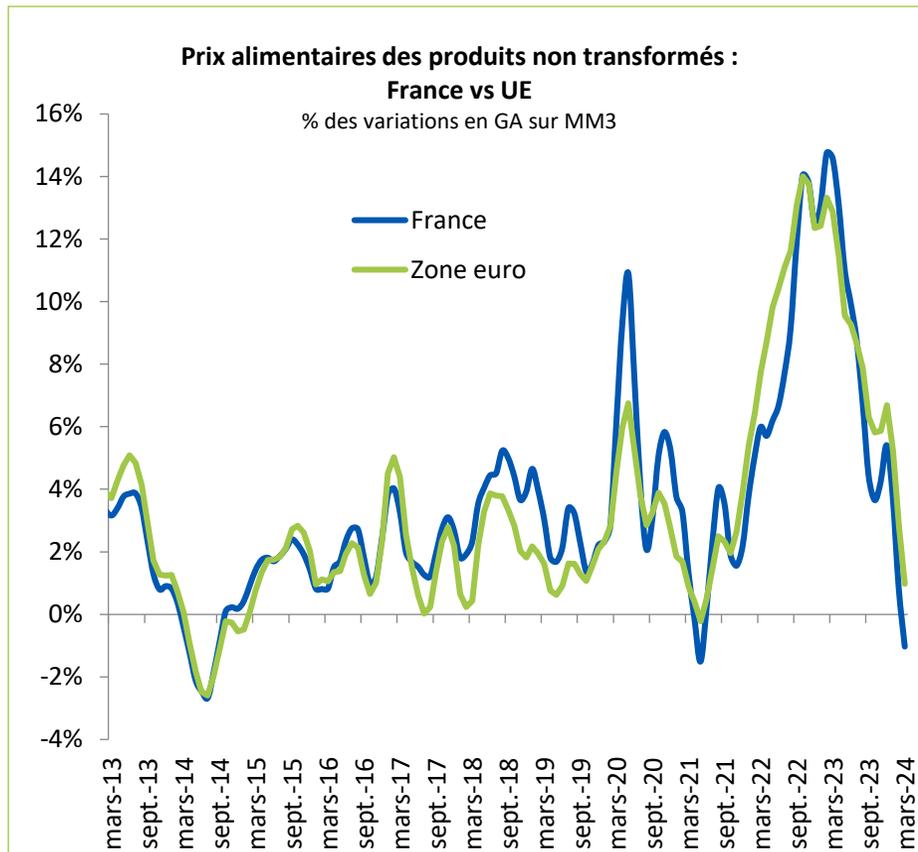


Source : Eurostat – dernière donnée mars 2024

Prix à la consommation alimentaires en Europe (2)

Produits alimentaires non transformés : tassement de la croissance des prix

Les prix des produits alimentaires non transformés ont progressé de 9,1% en moyenne annuelle en 2023 au sein de la zone €. Depuis quelques mois, le rythme de croissance des prix se tasse. En glissement annuel, la hausse s'est établie à 2,8% au cours du premier trimestre 2024. Entre le T4 2023 et le T1 2024, la croissance est passée sous la barre des 1% dans la zone euro.



	2021	2022	2023	T1 2024
Espagne	2,5%	11,1%	9,1%	5,6%
Italie	0,7%	9,6%	8,2%	5,3%
Irlande	-0,9%	6,5%	8,8%	3,6%
Zone Euro UE à 27	1,6% 1,6%	10,4% 11,6%	9,1% 10,2%	2,8% 2,2%
Pays-Bas	-0,7%	11,3%	8,2%	1,5%
France	1,8%	8,6%	9,1%	0,8%
Danemark	0,8%	12,1%	4,8%	0,8%
Portugal	1,1%	13,5%	9,4%	0,6%
Allemagne	3,2%	11,7%	8,7%	-0,6%
Pologne	2,8%	15,4%	13,2%	-2,3%



Source : Eurostat – dernière donnée mars 2024

Synthèse : prix dans la filière alimentaire en Europe

Les indices

Les dernières données disponibles relatives aux évolutions de prix tout au long de la filière alimentaire indiquent désormais un net tassement de la croissance en glissement annuel, avec même une baisse de l'IPAMPA et de l'IPPAP européens en moyenne annuelle en 2023.

	IPAMPA (UE 27)	Croissance	IPPAP (UE 27)	Croissance	PVI (UE zone €)	Croissance	Prix conso (UE zone €)	Croissance
2010	100,0	nd	100,0	nd	100,0	nd	100,0	nd
2011	111,9	11,9%	111,0	11,0%	106,6	6,6%	102,6	2,6%
2012	117,3	4,8%	117,3	5,6%	110,5	3,7%	105,4	2,7%
2013	118,8	1,3%	121,0	3,1%	113,2	2,4%	108,0	2,5%
2014	114,3	-3,8%	112,9	-6,7%	112,0	-1,1%	107,9	-0,1%
2015	111,2	-2,8%	110,1	-2,4%	110,5	-1,3%	108,6	0,6%
2016	109,0	-2,0%	108,7	-1,3%	109,8	-0,6%	109,3	0,6%
2017	110,7	1,6%	116,5	7,2%	113,0	2,9%	111,2	1,7%
2018	114,6	3,5%	117,4	0,8%	112,7	-0,3%	113,1	1,7%
2019	116,4	1,6%	119,7	1,9%	114,4	1,5%	114,7	1,4%
2020	115,2	-1,0%	119,3	-0,3%	115,4	0,9%	117,0	2,0%
2021	126,9	10,1%	130,9	9,7%	119,3	3,4%	118,5	1,3%
2022	163,1	28,5%	170,7	30,4%	141,0	18,3%	130,9	10,5%
2023	159,5	-2,2%	168,1	-1,5%	153,0	8,5%	141,6	11,6%
Comparaison France 2023	-	-1,8%	-	-3,4%	-	10,6%	-	12,4%

IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés (*) hors boissons et tabac / Source : INSEE



03

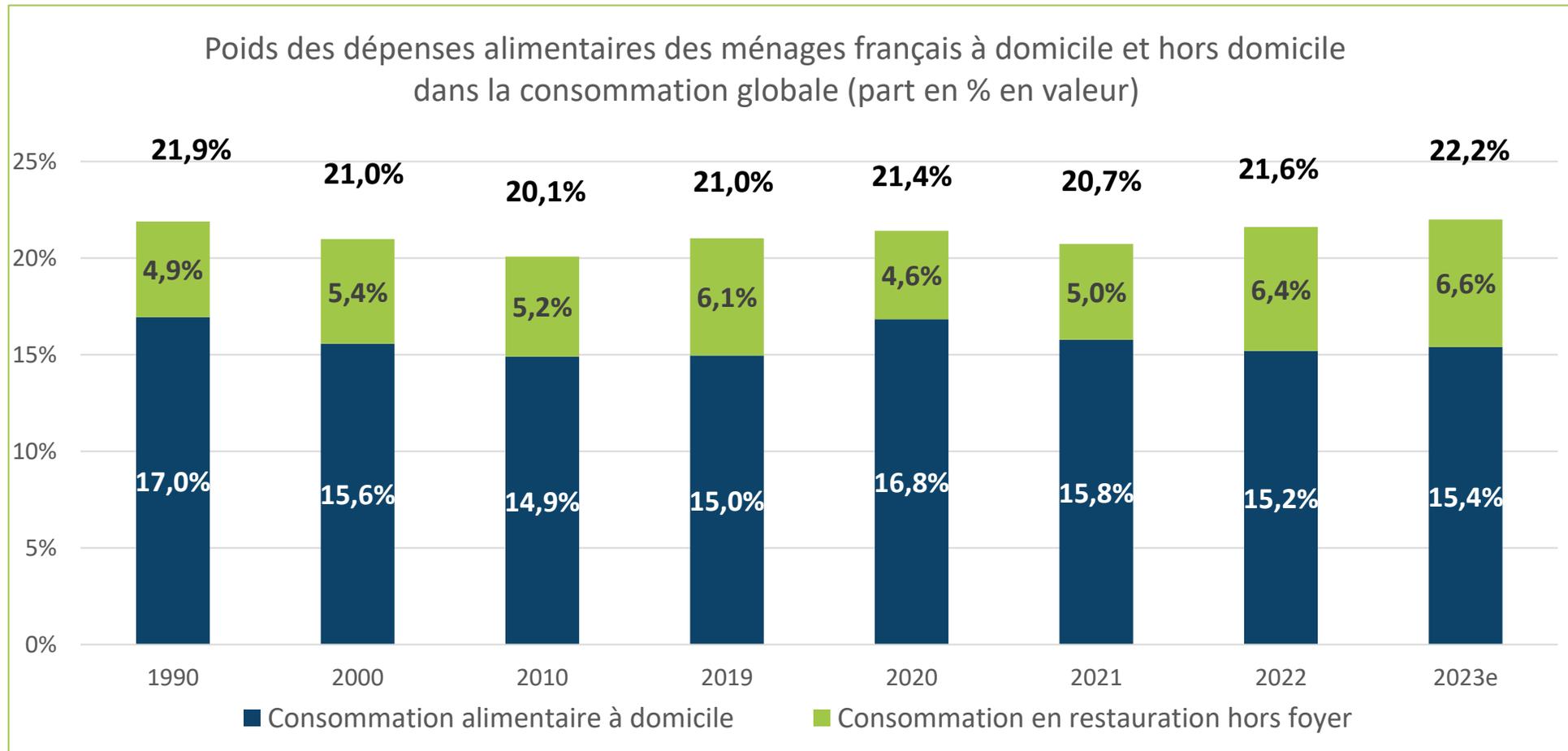
La consommation alimentaire

Les tendances et chiffres clés

Les dépenses alimentaires des Français

Le poids des dépenses alimentaires dans le budget des ménages est structurellement supérieur à 21% en valeur et n'évolue que marginalement depuis 1990

Le poste alimentation au sens large (yc restauration hors foyer) est le deuxième poste de dépenses des ménages, après le logement (26%). Les transports arrivent en 3^{ème} position (14%).



(e) Estimation FCD / Source : INSEE

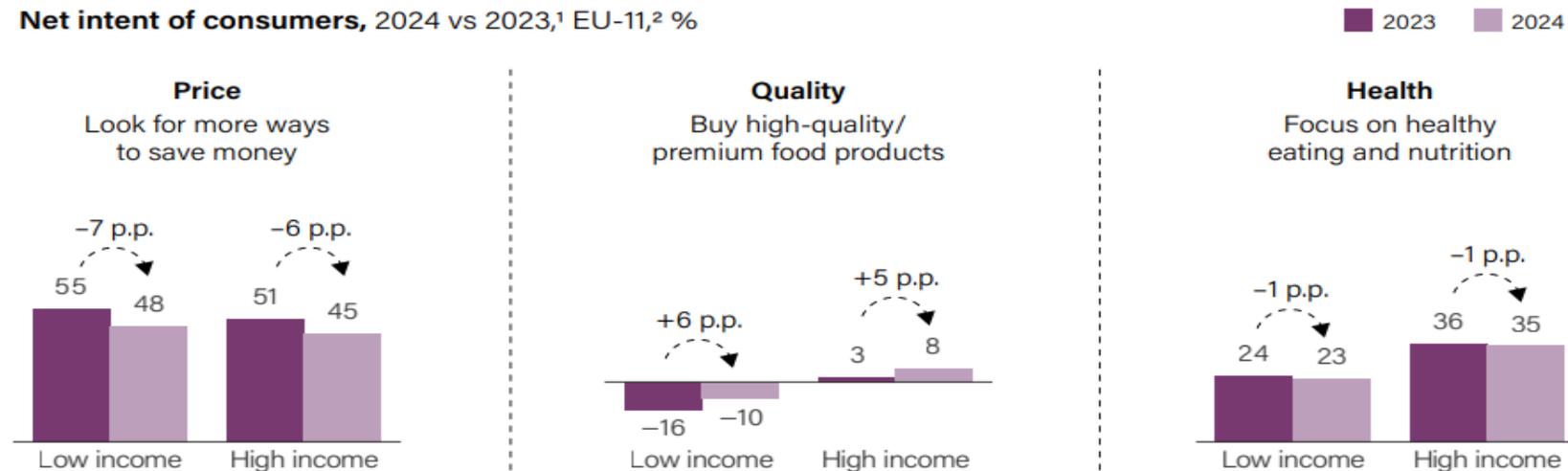
Les préoccupations des consommateurs (1)

En Europe, une légère amélioration est perceptible dans les intentions d'achat, mais de fortes divergences selon les pays

Plus de 45% des personnes interrogées par McKinsey en Europe (11 pays) ont déclaré qu'elles chercheraient encore à économiser lors de leurs achats en 2024 (intention nette : part des consommateurs qui répondent positivement moins la part des consommateurs qui répondent négativement), une part en baisse par rapport à 2023. L'intention nette des ménages à haut revenu d'acheter davantage de produits de haute qualité ou de produits biologiques a encore augmenté début de 2024 et est maintenant clairement positive. Mais la moyenne globale, tous revenus confondus, est à 0% (+5 points par rapport à 2023). Les résultats de l'enquête auprès des consommateurs varient considérablement d'un pays à l'autre. Par exemple, l'item «acheter des produits alimentaires auprès de producteurs locaux» ressort à 17% en intention nette en 2024, et varie entre 3% en Suède, 5% au UK contre 27% en France ou 31% en Espagne.

Consumer intent to save money has declined but stays high, with increased interest in quality and stable interest in health.

Net intent of consumers, 2024 vs 2023,¹ EU-11,² %



¹Question: Think about 2024. Are you planning to do more, less, or about the same of the following? Percentage is calculated as net intent (% of people intending to do more of the activity minus % of people intending to do less). Sample sizes for low- and high-income consumers in total are 2,600 and 5,500 respondents, respectively.

²2023 and 2024 both cover EU-11 (UK, DE, FR, IT, ES, NL, CH, PL, SE, BE, DK).

Source: McKinsey Consumer Survey 2024 (n = 12,598), 2023 (n = 12,777), Belgium, Denmark, France, Germany, Italy, Netherlands, Poland, Spain, Sweden, Switzerland, and United Kingdom, sample to match general population of aged 18 and above



Les préoccupations des consommateurs (2)

Produits alimentaires : l'arbitrage prix vs qualité des Français

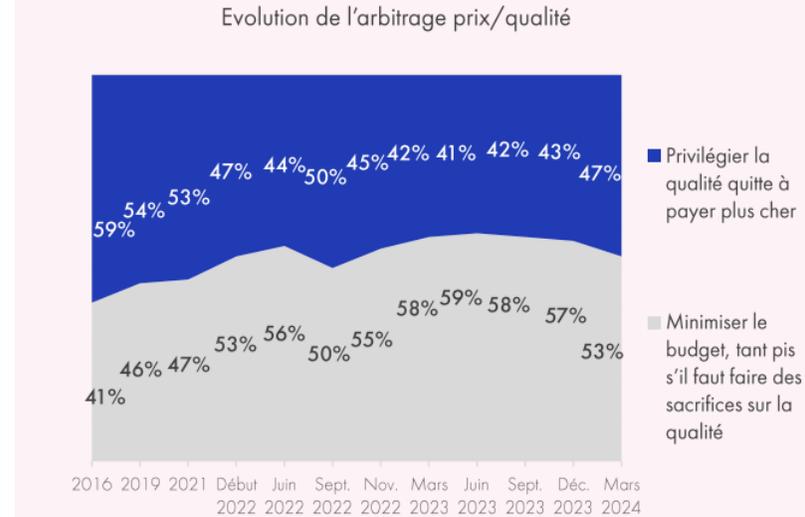
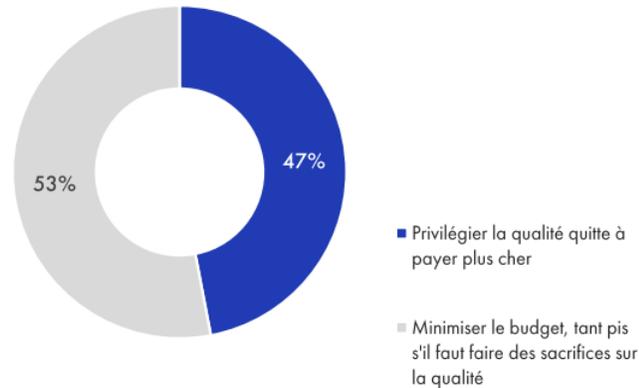
Selon le baromètre de l'Obsoco, 53% des Français ont tendance à minimiser le budget de leurs **achats alimentaires**, même s'il faut faire des sacrifices sur la qualité. Cette part avait atteint un point haut à 59% en juin 2023. 47% indiquent privilégier la qualité quitte à payer plus cher. Cette part atteignait 59% en 2016.

SENTIMENT DE RESTRICTION

L'OB S O C O

Un arbitrage qualité/prix toujours en faveur du budget

De manière générale, lorsque vous réalisez des achats de produits alimentaires, vous avez tendance à... ?
Base totale, n = 2000

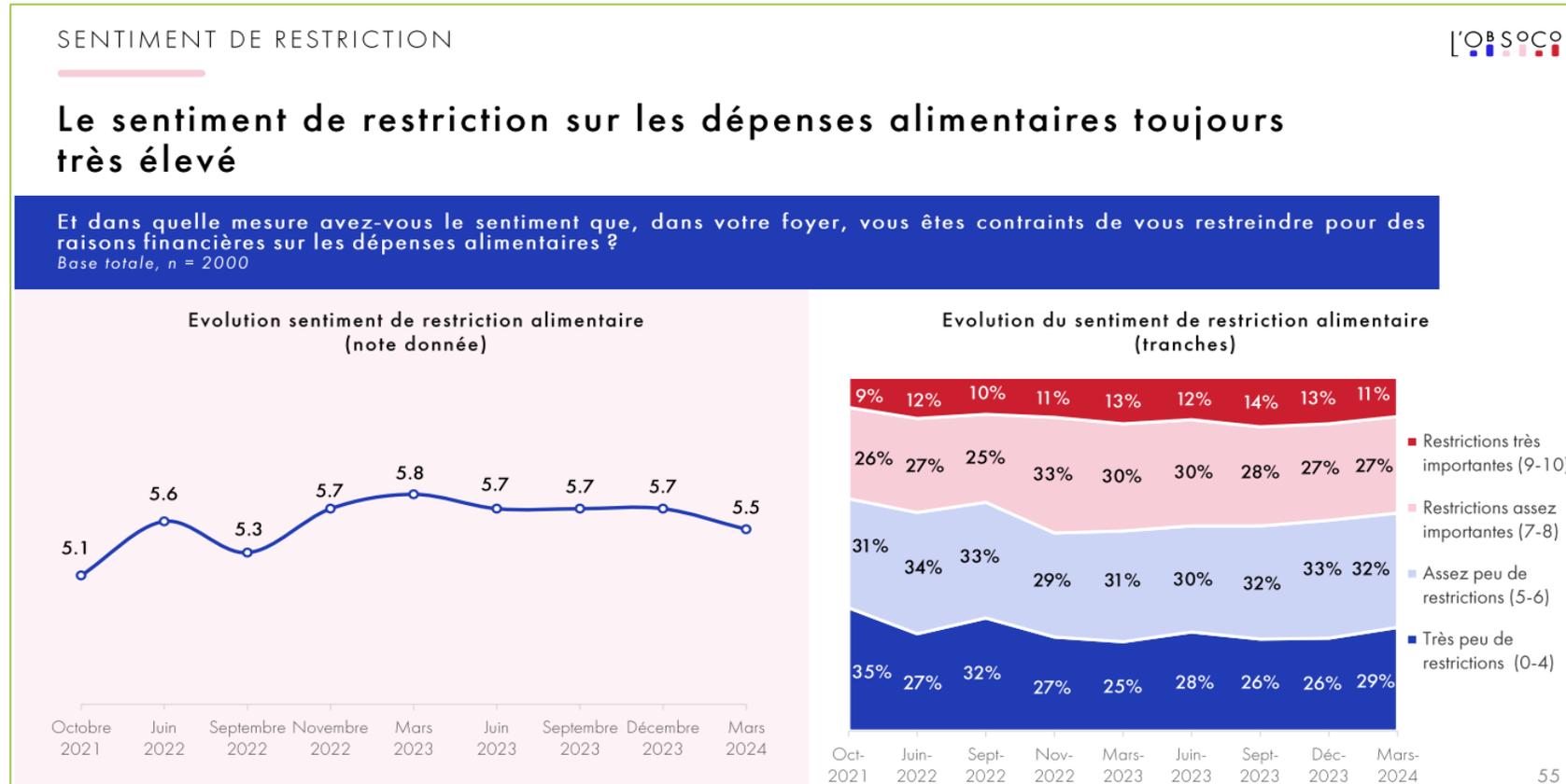


Source : Obsoco, Baromètre des intentions et du pouvoir d'achat, mars 2024

Les préoccupations des consommateurs (3)

Produits alimentaires : l'arbitrage prix vs qualité des Français

Le sentiment de **restriction sur les dépenses alimentaires** des Français [note de 0 à 10, plus la note est élevée, plus les restrictions sont importantes], a légèrement baissé en T1 2024, s'établissant à 5,5 contre 5,7 en décembre 2023. 38% des Français estiment toutefois encore s'imposer des restrictions (27% assez importantes et 11% très importantes).

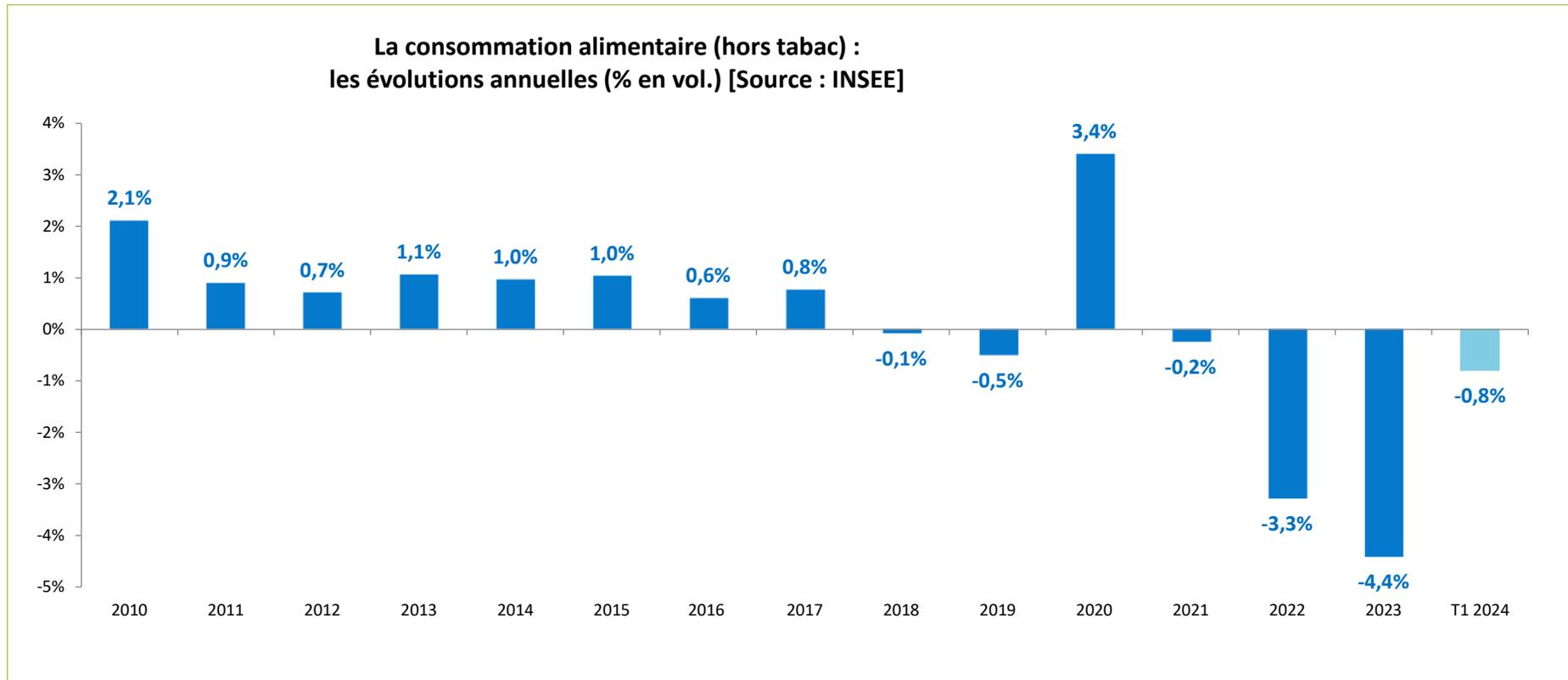


Source : Obsoco, Baromètre des intentions et du pouvoir d'achat, mars 2024

La consommation alimentaire

Amélioration en perspective

Les premiers éléments sur 2024 indiquent une légère contraction des dépenses alimentaires des ménages (consommation à domicile) de -0,8% en volume au cours du premier trimestre de 2024, à comparer avec la forte baisse de -4,4% en moyenne annuelle en 2023. La consommation a en outre progressé d'un mois sur l'autre en mars (+0,6%), et ce pour le troisième mois consécutif. En définitive, les dépenses alimentaires ont progressé de 1,4% entre T4 2023 et T1 2024.



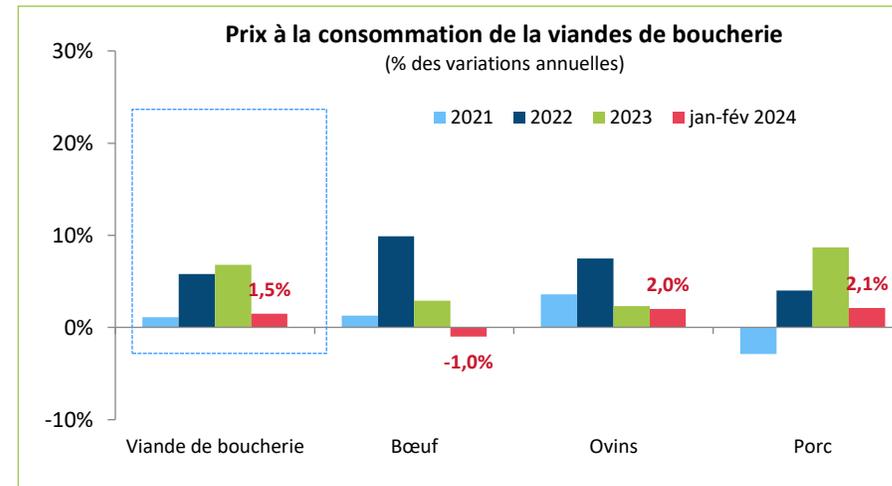
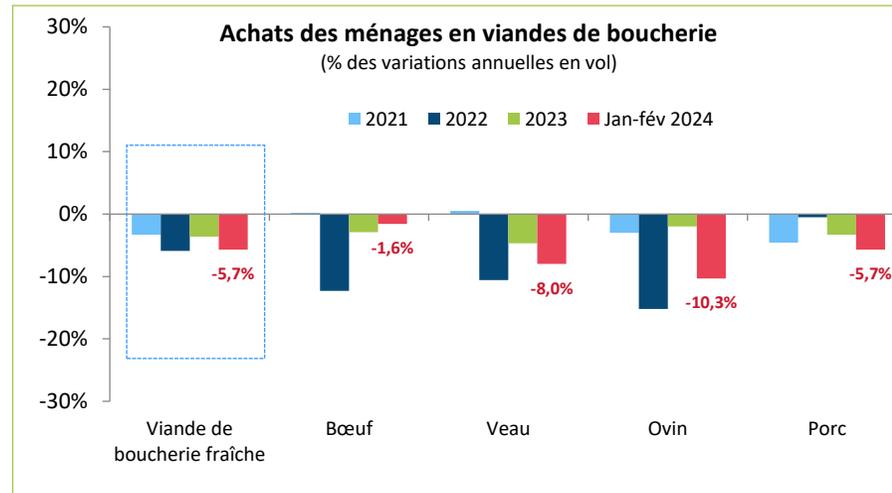
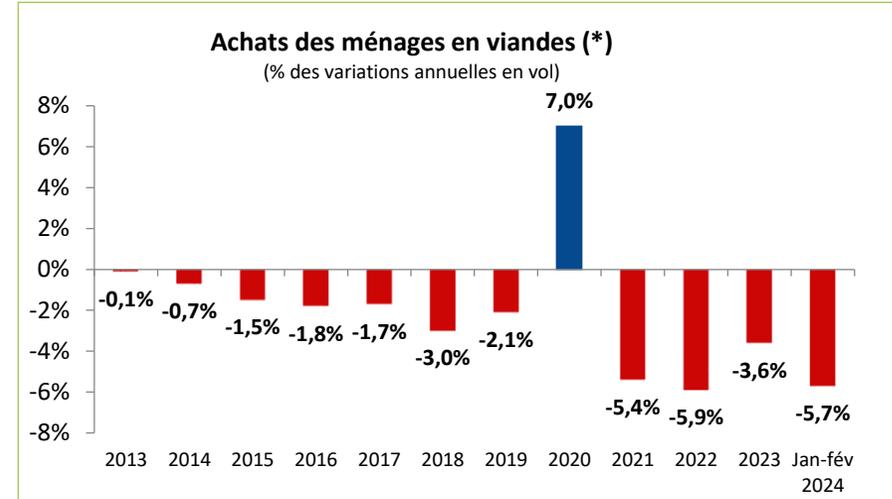
Source : INSEE

La consommation alimentaire

La consommation en viandes de boucherie à domicile est toujours en baisse début 2024

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgriMer) indiquent un repli des ventes de viande de boucherie en France en 2023. Les achats ont baissé de -3,6% en volume en 2023 et encore de -5,7% en janvier-février 2024. La baisse ne s'explique désormais plus seulement par un retour à la normale, mais par un décrochage lié à la crise. En 2023, la consommation a été tirée vers le bas par les segments de la viande bovine fraîche (-2,9%), du porc frais (-3,3%), du veau (-4,7%).

Hors viandes de boucherie fraîches, la volaille a mieux résisté (+1,6% en 2023, dont +6,3% pour le poulet et -3,9% pour la dinde et -2,3% pour le canard. Les achats ont progressé de 6,6% au cours des deux premiers mois de 2024). Les achats de viande surgelées ont augmenté de 1,2% par rapport à 2022. A noter la baisse de la consommation de charcuterie (-1,8% en 2023 et -2,5% au cours des deux premiers mois de 2024).



(*) viandes de boucherie / Source : Kantar Worldpanel – FranceAgriMer

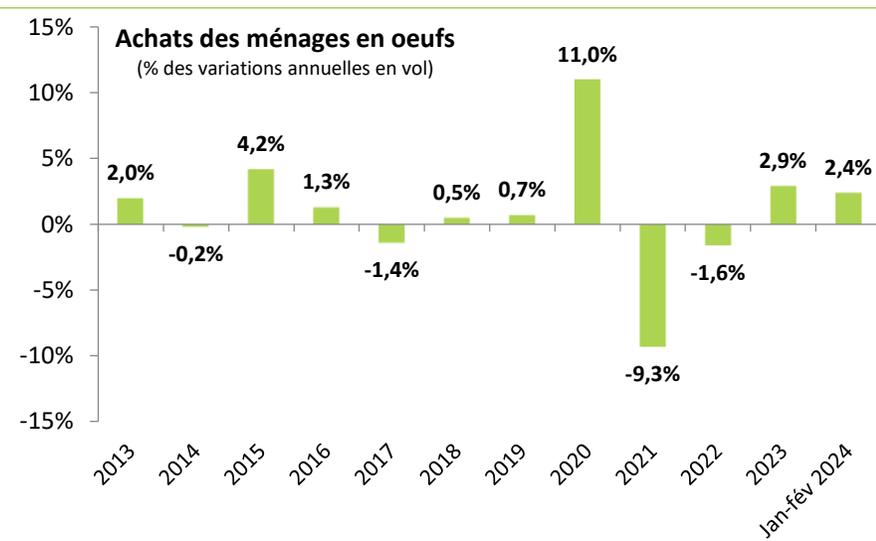
La consommation alimentaire

La consommation en œufs : le marché résiste (relativement)

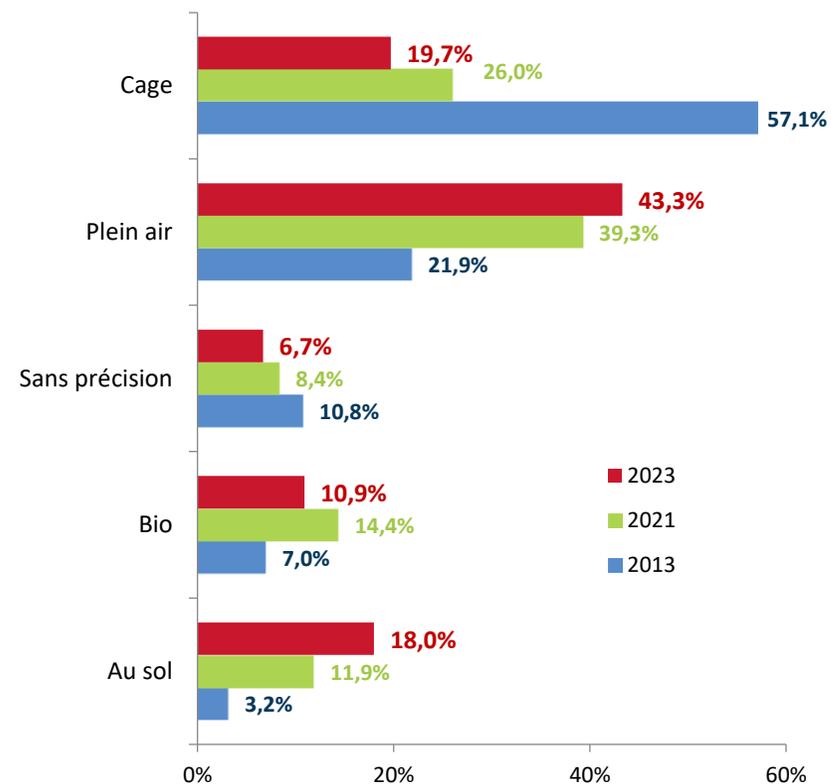
Le marché des œufs fait preuve d'une relative résilience. Après une baisse de -1,6% en volume en 2022, il a augmenté de 2,9% en moyenne annuelle en 2023 et encore de 2,4% au cours des deux premiers mois de 2024, par rapport à la même période en 2023.

En 2023, Les MDD ont soutenu les ventes (+4% pour les MDD classiques et thématiques et +8% pour les MDD économiques en volume). Elles ont continué de progresser début 2024. Les marques nationales ont progressé en 2023 (+3,2%), les marques régionales ont stagné (-0,2% en volume en 2023) et se sont contractées début 2024 (-18% sur deux mois). A noter, les MDD économiques représentent plus de 16% des volumes, les MDD classiques, 40% et les MN, 14,2%.

En 2023, le plein air a continué de progresser (+11,5% en volume), de même que l'élevage au sol (+21,5%), contrairement au bio (-13,3%). Le segment des œufs de poules en cage a continué de reculer (-13%).



Segmentation du marché des œufs
(part en % en volume)



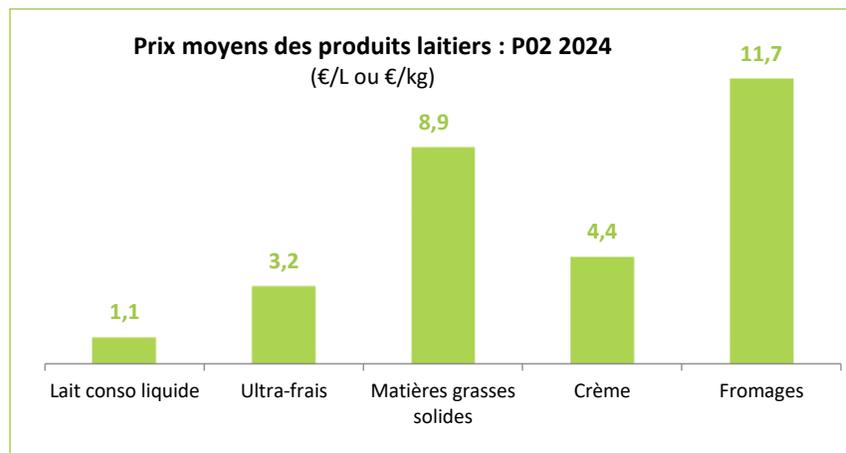
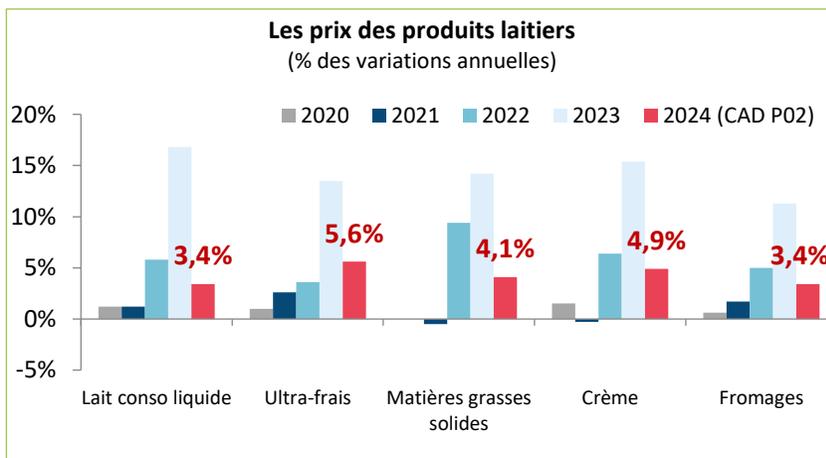
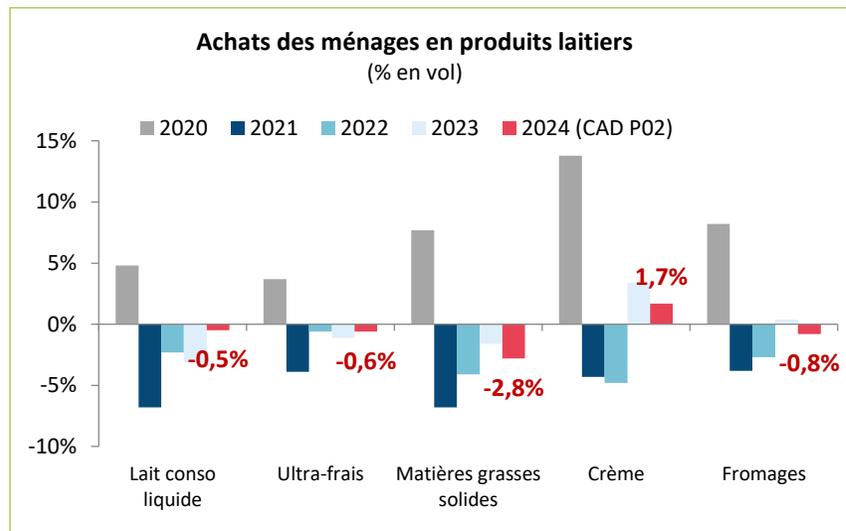
Source : Kantar Worldpanel via FranceAgrimer (Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs et concernent uniquement les achats effectués pour leur consommation à domicile. La consommation hors foyer n'est pas couverte. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population)

La consommation alimentaire

La consommation en produits laitiers (1) : les données de FranceAgriMer

Selon les données de Kantar pour FranceAgriMer, la tendance est à une légère amélioration du côté de la consommation de produits laitiers à domicile, avec notamment un recul moins prononcé pour le lait liquide et l'ultra frais. La consommation de crème a continué de progresser en début d'année 2024 (+1,7% sur deux mois). Mais les dépenses en fromages et matières grasses solides ont reculé en début d'année.

Les prix ont fortement augmenté en 2023 (entre 11,3% pour les fromages par rapport à 2022, jusqu'à +16,8% pour le lait liquide). La tendance est depuis au ralentissement de la croissance, avec une croissance inférieure à 5% en T1 2024 pour 4 des 5 catégories. Les prix de l'ultra frais ont cependant augmenté de 5,6% entre T1 2023 et T1 2024.

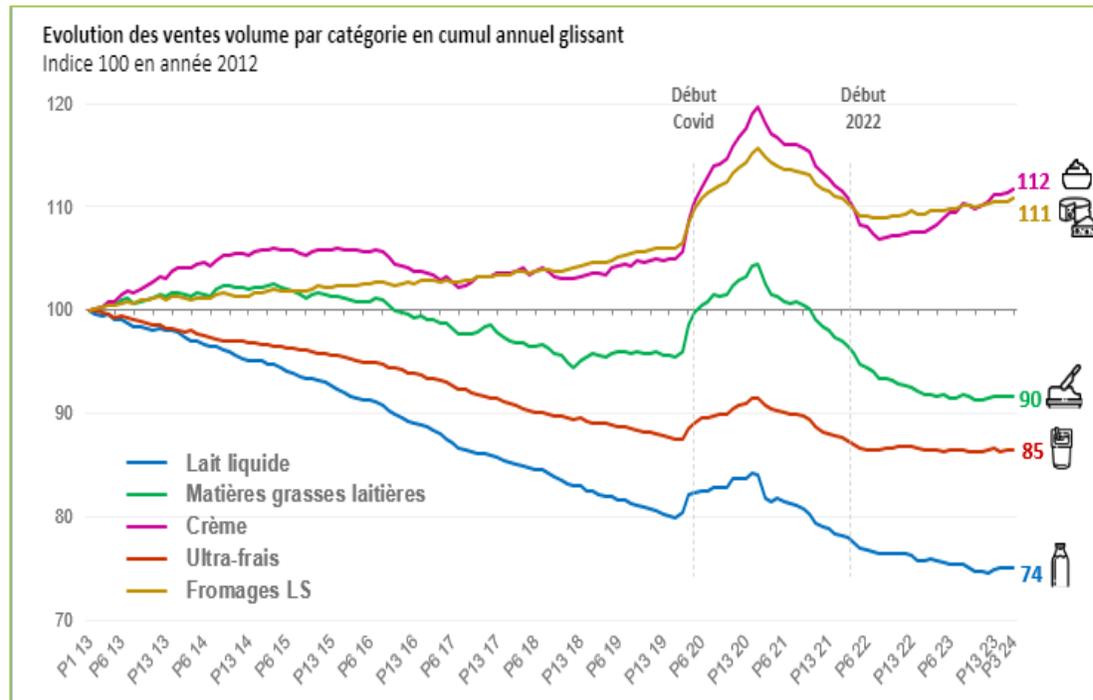


Source : Kantar Worldpanel via FranceAgriMer (Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs et concernent uniquement les achats effectués pour leur consommation à domicile. La consommation hors foyer n'est pas couverte. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population)

La consommation alimentaire

La consommation en produits laitiers (2) : timide progression début 2024

Les achats de produits laitiers des consommateurs français ont très légèrement augmenté de 0,3% sur 12 mois à fin mars 2024 par rapport à la même période en 2023. La tendance semble être à l'arrêt progressif de la dégradation des ventes. Les ventes de crème ont même progressé de 3,5% au cours de cette période, celles de fromages LS de +1,1%. En revanche, du côté du lait liquide, le repli est de -1,1% sur la période. La consommation de matières grasses lactiques a baissé de -0,3%, celle d'ultra frais de -0,1%.



Evolution Ventes volume (%)	Sur le mois	Depuis le 1 ^{er} janvier	Sur un an
Total Produits Laitiers*	1,3	0,2	0,3
Lait liquide	-2,1	1,0	-1,1
Mat. grasses lactières	-1,1	-0,6	-0,3
Crème	2,5	2,0	3,5
Ultra-frais	1,4	-0,4	-0,1
Fromages LS	3,8	0,8	1,1

La consommation alimentaire

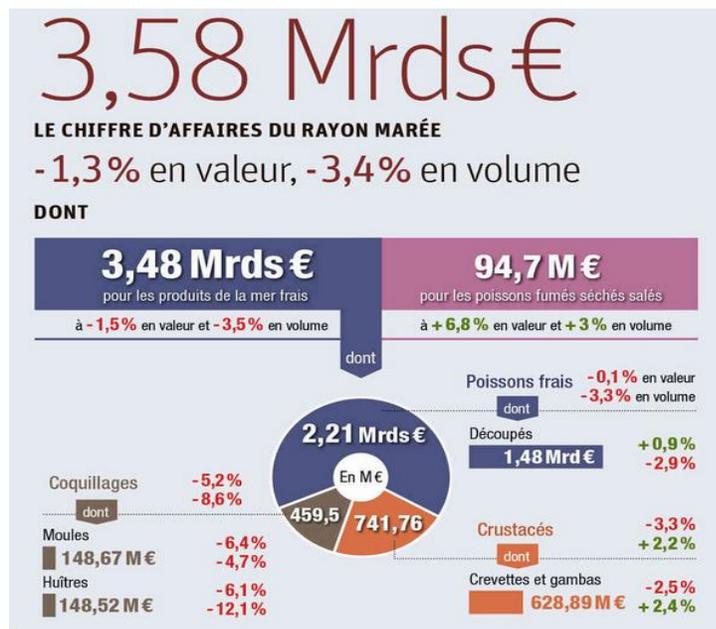
La consommation en produits aquatiques : baisse de la demande

Les ventes du rayon marée en GMS se sont contractées de -3,4% en volume et -1,3% en valeur. Le chiffre d'affaires s'est établi à 3,58 milliards d'euros. La baisse est liée au recul des ventes de produits de la mer frais (-1,5% en valeur et -33,5% en volume). Les ventes de poissons fumés séchés salés ont progressé de 6,8% en valeur et +3% en volume.

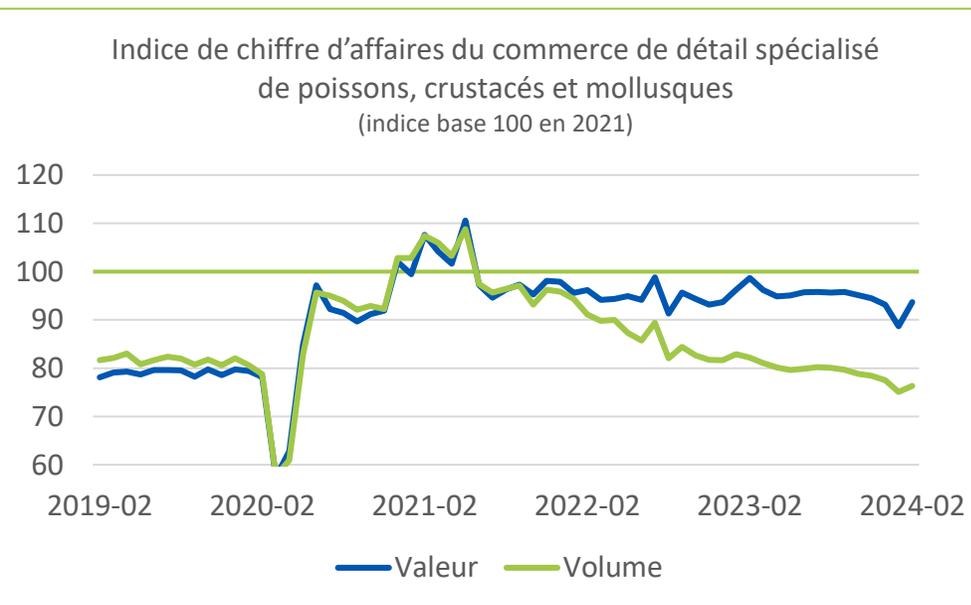
A noter, la part de marché des spécialistes (marchés, commerces traditionnels, grandes surfaces frais...) ont représenté 28,9% des ventes en valeur de produits de la mer en 2023 (-0,7 point en valeur).

Le chiffre d'affaires des **commerces spécialisés en poissons, crustacés et mollusques** a progressé de 0,9% en moyenne annuelle en 2023 en valeur, après une baisse de -5,3% en 2022. La hausse observée en 2023 est exclusivement liée à un effet prix. En termes de **volume**, l'activité de nouveau contractée en 2023 : -7,7% en moyenne annuelle, après -13,3% en 2022.

Les premiers éléments sur 2024 indiquent une nouvelle baisse : -8,3% en volume au cours des 2 premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2023.



Source : Kantar via LSA



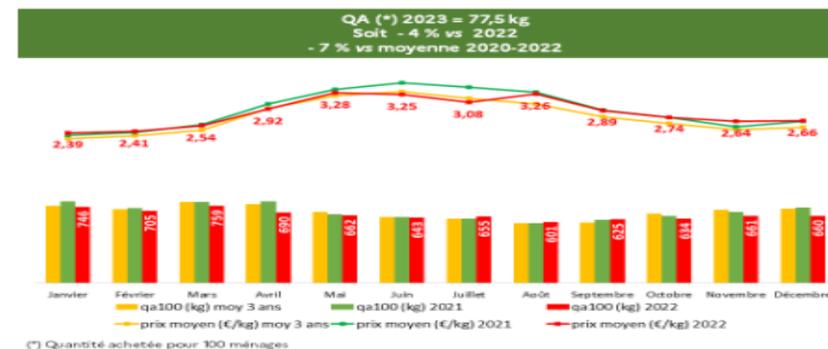
Source : INSEE

La consommation alimentaire

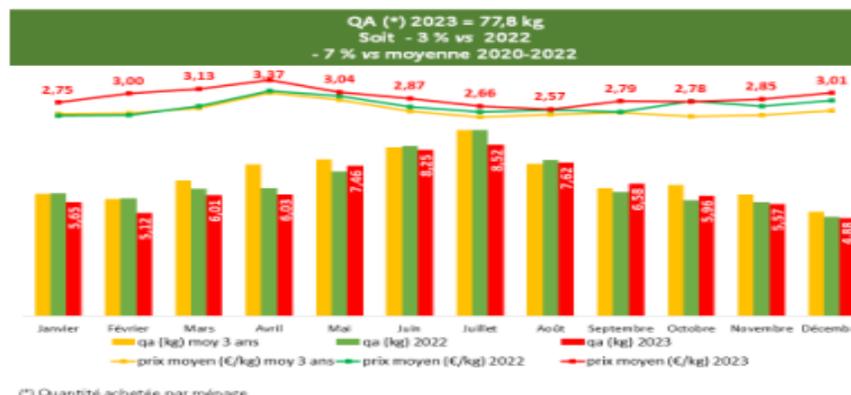
Fruits et légumes : repli pour les fruits et légumes

- ❖ La demande en **fruits frais** a reculé en 2023 : -4% en volume par rapport à 2022, en dépit d'une amélioration au 3è trimestre, et -7% par rapport à la moyenne des 3 dernières années. Les prix sont restés élevés.
- ❖ Du côté des **légumes frais**, la tendance est également baissière, dans un contexte de prix en progression: -7% par rapport à la moyenne 2020/2022.
- ❖ Les achats de **pommes de terre** ont progressé au cours de la campagne 2022-2023 (+4% environ). Durant les cinq premiers mois de la campagne 2023-24, les achats de pommes de terre fraîches sont inférieurs à l'année précédente et aussi à la moyenne 3 ans.

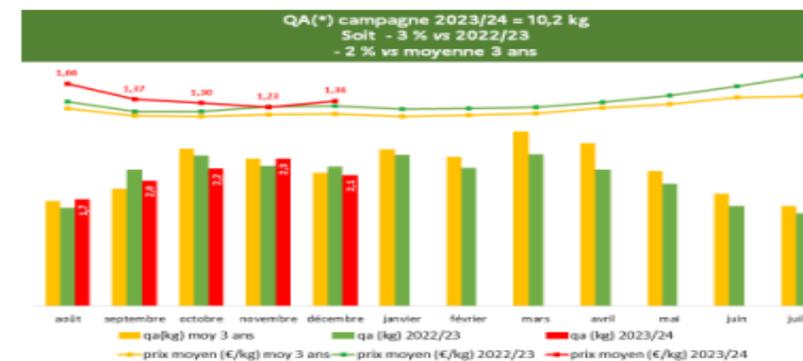
Évolution de quantités achetées et prix moyen d'achat des fruits frais



Évolution de quantités achetées et prix moyen d'achat des légumes frais



Évolution de quantités achetées et prix moyen d'achat des pommes de terre fraîches



Source : Kantar Worldpanel via Interfel (Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs et concernent uniquement les achats effectués pour leur consommation à domicile. La consommation hors foyer n'est pas couverte. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population)

La consommation alimentaire

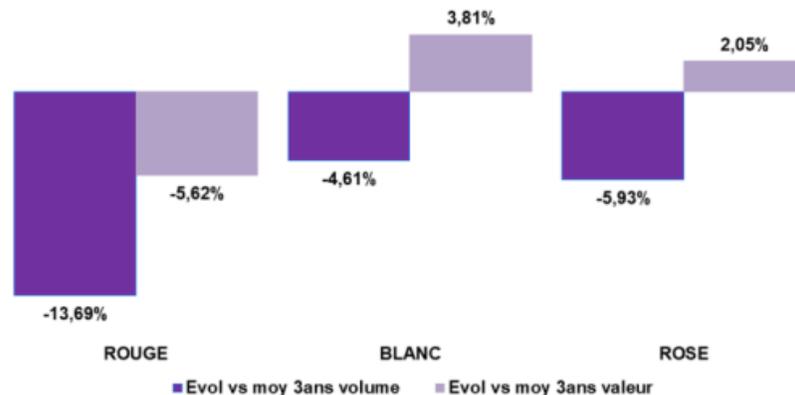
La consommation en vins tranquilles : toujours en baisse en 2024

Les ventes de vin tranquille en grande distribution en moyenne annuelle en 2023 ont baissé de -4% en volume par rapport à 2022 et de -9% par rapport à la moyenne 2020-2022. En valeur, elles sont restées quasi-stables (-1%). Le prix moyen global a augmenté de 5% par rapport à 2022 et s'élève à 5,41 €/l. La baisse des ventes s'est poursuivie en début d'année 2024 : -6,6% en volume sur deux mois en 2024 par rapport à 2023 et -13,2% par rapport à la moyenne 2021-23, et -3,9% en valeur par rapport à janvier-février 2024.

Sur 7 mois, entre août 2023 et février 2024, les ventes de vin rouge ont baissé de 14,7% en volume par rapport à la même période en 2021-2023 (-7,4% en valeur). Les ventes de vin blanc et rosé ont également baissé en volume au cours de cette période. Les ventes en valeur sont en progression, respectivement de +2,6% et +5,3%. Au global, le marché des vins tranquilles recule de -4% en volume par rapport à la même période en 2022-23 (-9% par rapport à la moyenne sur 3 ans). La baisse en valeur est moindre : -1% (-2% par rapport à la moyenne sur 3 ans).

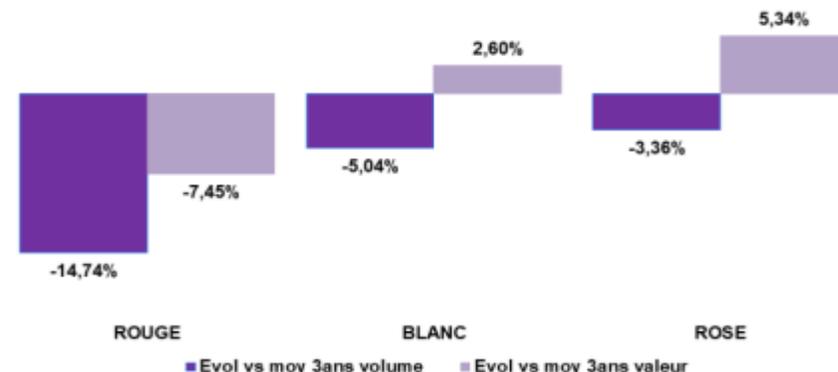


Évolution des ventes de vins tranquilles Janvier-décembre 2023



Contour : HM+SM+E-commerce+Proxi
Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Évolution des ventes de vins tranquilles Août 2023-février 2024



Contour : HM+SM+E-commerce+Proxi
Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

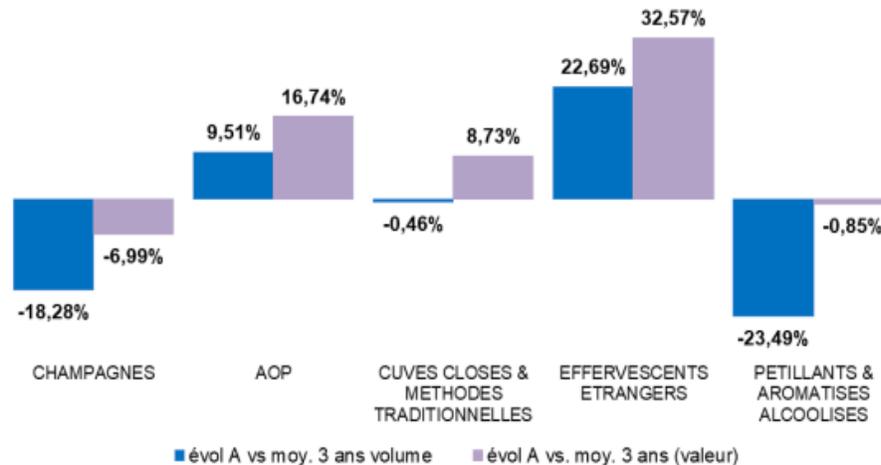
La consommation alimentaire

La consommation en vins effervescents : contraction des volumes

Sur le cumul de l'année 2023, les ventes de vins effervescents en grande distribution ont représenté 168 millions de cols, pour un chiffre d'affaires de 1,4 Md€. Les ventes se sont contractées de 2% en volume et mais sont stables en valeur par rapport à 2022. Les ventes sont également en baisse en volume par rapport à la période 2020-2022 (-2%) et progressent en valeur (+2%).

La tendance est similaire au cours des premiers mois de l'année : sur 7 mois, entre août 2023 et février 2024, les ventes de vins effervescents en GMS ont baissé de 3% en volume par rapport à 2022-2023 et de -1% en valeur. Les ventes de champagne sont de nouveau en forte baisse (-22% par rapport à la moyenne 2022-2023 et -10% en valeur). Le champagne représente 43% des ventes en valeur et 13% des volumes. Les vins étrangers progressent (toujours effet prosecco) : +12% en volume par rapport à la moyenne des 3 dernières années.

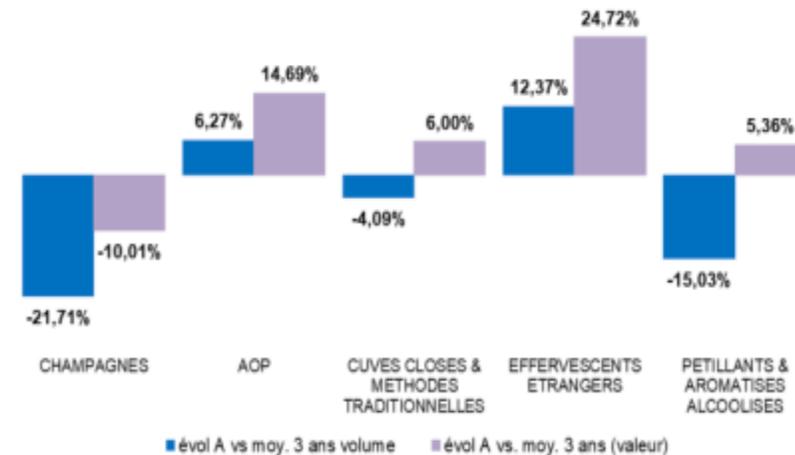
Évolution des ventes de vins effervescents Janvier-décembre 2023



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Évolution des ventes de vins effervescents Août 2023 - février 2024



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

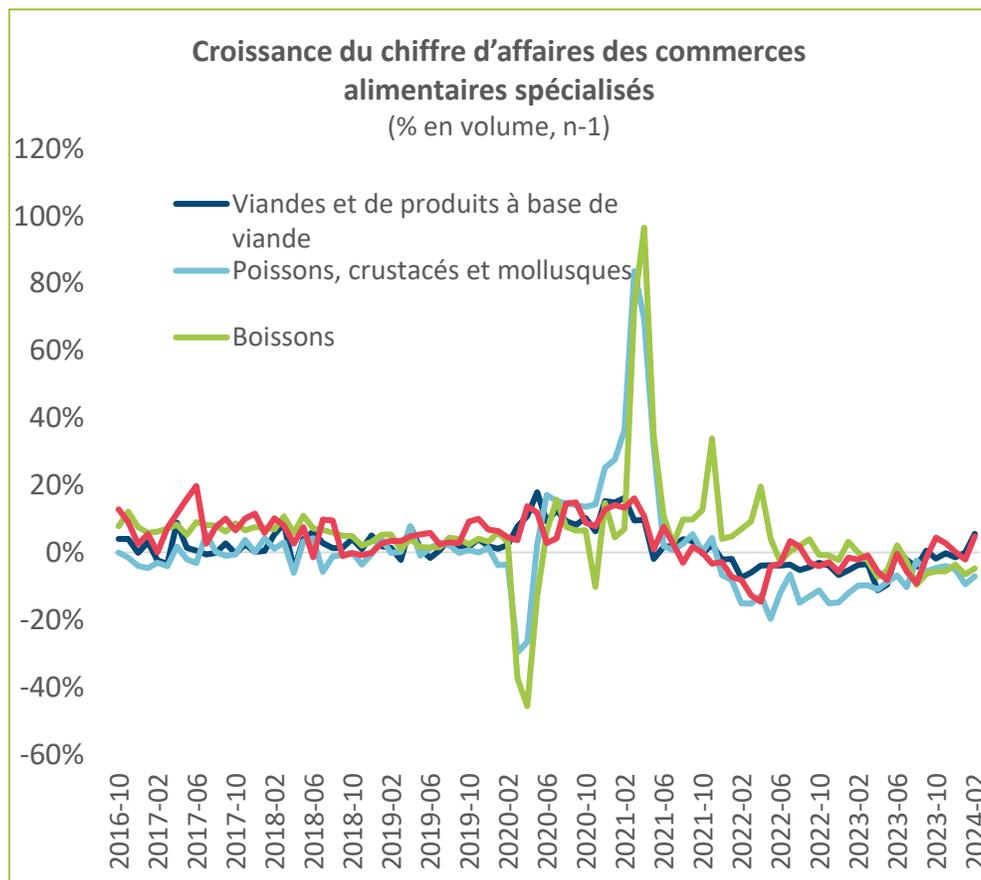
Source : Circana – élaboration FranceAgriMer



Les commerces alimentaires spécialisés

Encore fragile en début d'année 2024

Après une contraction des volumes dans le commerce de détail alimentaire spécialisé en 2023, l'heure semble être à l'amélioration début 2024 pour les primeurs (hausse des ventes en volume de +1,3% au cours des deux premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023) et pour les commerces de viande (+2,7%). En revanche, la situation reste délicate pour les cavistes (-5,7%) et des poissonniers (-8,3%).



% valeur	Fruits et légumes	Viande	Boissons	Poissons
2019	9,1%	4,3%	5,8%	4,4%
2020	15,4%	12,2%	-2,5%	7,4%
2021	6,5%	5,7%	19,9%	17,5%
2022	1,1%	2,8%	6,8%	-5,3%
2023	8,9%	7,1%	4,7%	0,9%
Jan-fév 2024	6,8%	5,8%	-0,4%	-6,4%

% volume	Fruits et légumes	Viande	Boissons	Poissons
2019	5,1%	1,6%	3,1%	1,4%
2020	8,0%	9,2%	-3,2%	4,5%
2021	4,7%	4,8%	19,3%	16,7%
2022	-5,3%	-4,5%	3,5%	-13,3%
2023	-2,4%	-3,6%	-3,7%	-7,7%
Jan-fév 2024	1,3%	2,7%	-5,7%	-8,3%



La consommation alimentaire

Focus sur le bio (1) : toujours en recul

Les chiffres de Circana relatifs aux ventes de produits bio en GMS au cours des derniers mois indiquent une baisse en moyenne annuelle en CAM à fin mars 2024 (-4% en valeur). A noter aussi le recul des ventes en volume : -11,1% au cours de la période.

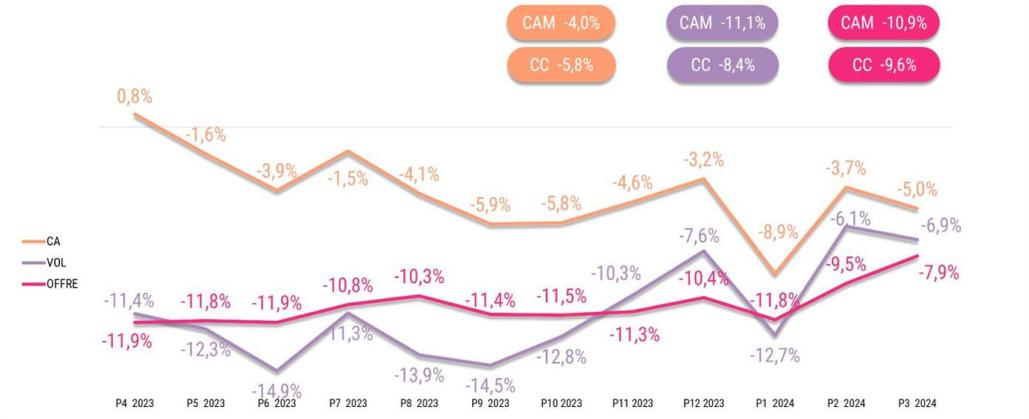
L'offre en GMS s'est parallèlement contractée: -10,9%. Il semblerait cependant, d'après les données de Circana, que la situation s'améliore progressivement, avec notamment une baisse de l'offre un peu moins forte.

Evolution des ventes et de l'offre bio

Evolution (%) - Total PGC FLS Bio - Tous circuits GSA (hors EDMP pour l'offre)

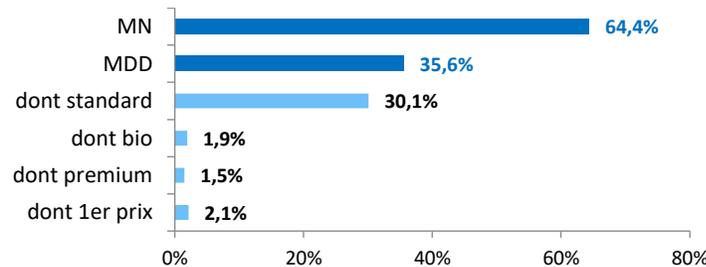
Circana.

Le bio



Les MDD bio en retrait, comme l'ensemble des MDD

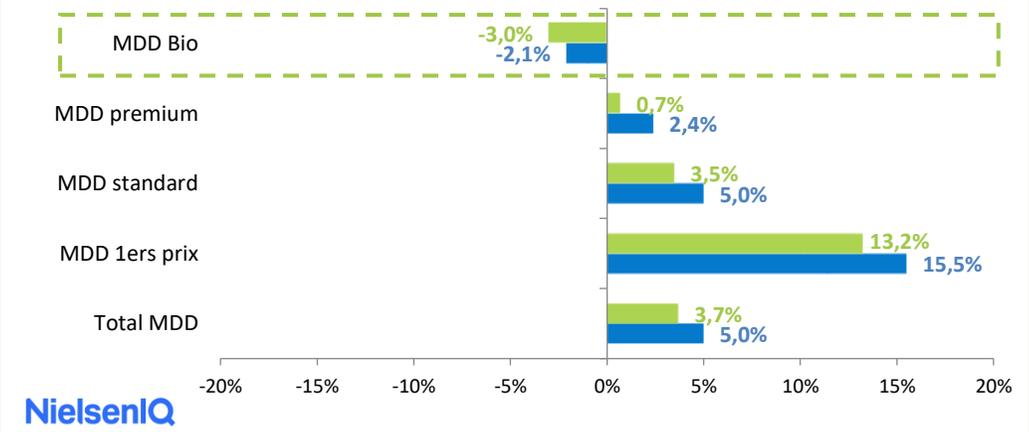
- ❖ Selon les données de Nielsen en CAD au 24/03/2024, le CA des MDD a progressé de 5% en valeur au cours des 3 derniers mois (et hausse de 3,7% en volume). Le segment bio s'est contracté en volume (-3%). Le segment premium a légèrement progressé (+0,7%).
- ❖ A noter : segmentation en valeur des ventes en GMS – CAD P03 2024



Les MDD

%, CAD P03 2024

■ Volume ■ Valeur



Source : NielsenIQ / HMSM-proxi-drive-SDMP – CAD P03 2024 (24/03/2024)

La consommation alimentaire

Focus sur le **bio** (2) : recul de -4,1% en valeur des ventes en GMS en cumul annuel mobile à début fin mars 2024

Le marché des produits bio est resté orienté à la baisse au cours des 12 derniers mois selon les données de NielsenIQ : -4,1% (-3,1% en moyenne annuelle en 2023). Le recul été plus marqué pour les circuits SDMP (-6%) et le e-commerce (-5,6%).

Les sommes dépensées par acheteur se sont établies à moins de 155 € sur 12 mois à fin mars 2024, en baisse de 17,50 € par rapport à la moyenne de 2020.



	Panier
2017	109,5 €
2018	130,6 €
2019	152,7 €
2020	172,2 €
2021	172,1 €
2022	167,2 €
2023	157,2 €
2024 (CAM P03)	154,7 €

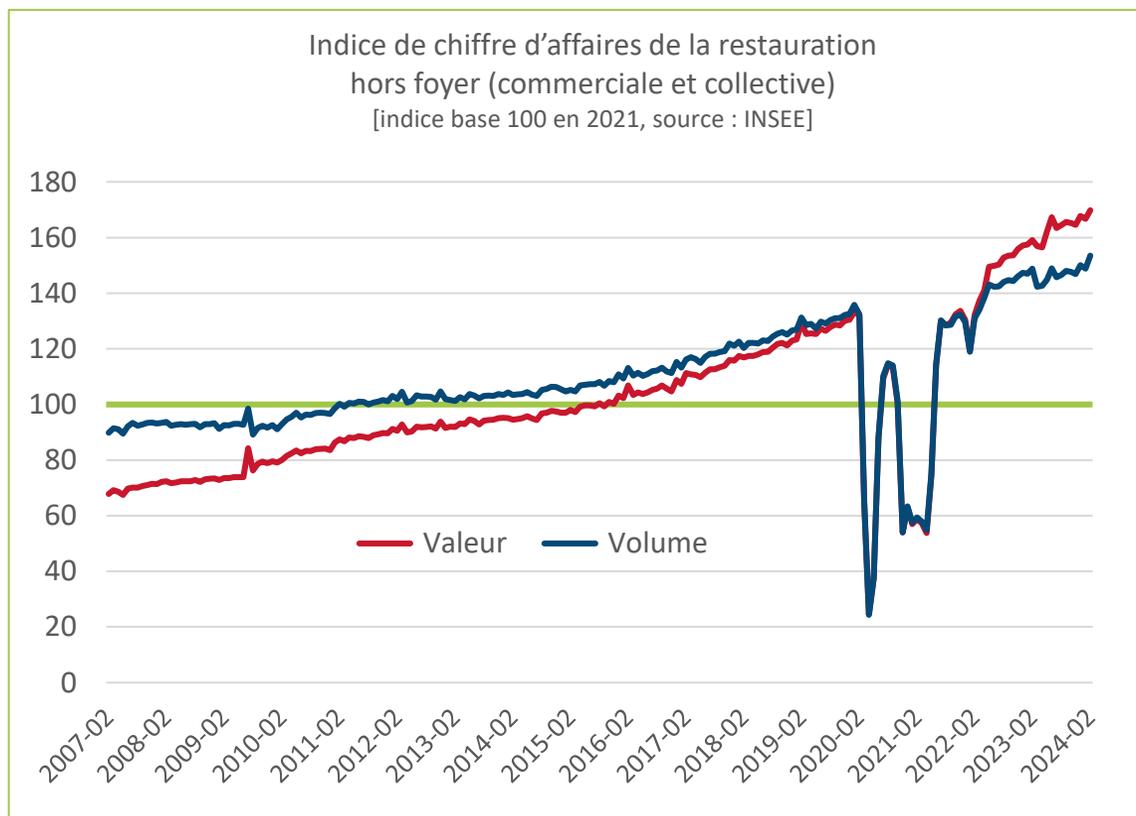


Source : **NielsenIQ** ScanTrack et HomeScan -Données arrêtées au 24 mars 2024 (P03 2024)

La restauration hors foyer

Tassement de la croissance en volume

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 11,3% en valeur et de 4,9% en volume en moyenne annuelle en 2023, soit un tassement après le rebond post-Covid de 2021 et 2022. Les dernières données disponibles indiquent une poursuite du tassement de la croissance des volumes : les ventes en volume de la RHF ont progressé de +2,2% au cours des 2 premiers mois de l'année 2024 par rapport à la même période de 2023. A noter également la tendance à l'accélération de la croissance des prix des services de restauration : +5,3% en moyenne annuelle en 2023 après +3,9% en en 2022, et une hausse de +4% au cours des 3 premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023.



	Indice en valeur	Crois.	Indice en volume	Crois.
2016	105,4	5,4%	104,1	4,1%
2017	112,5	6,7%	109,7	5,4%
2018	119,9	6,6%	115,2	5,0%
2019	128,1	6,8%	121,4	5,4%
2020	86,9	-32,2%	81,2	-33,1%
2021	100,8	16,0%	93,5	15,2%
2022	147,3	46,1%	130,7	39,7%
2023	163,9	11,3%	137,0	4,9%
Jan-fév 2024	-	6,3%	-	2,2%

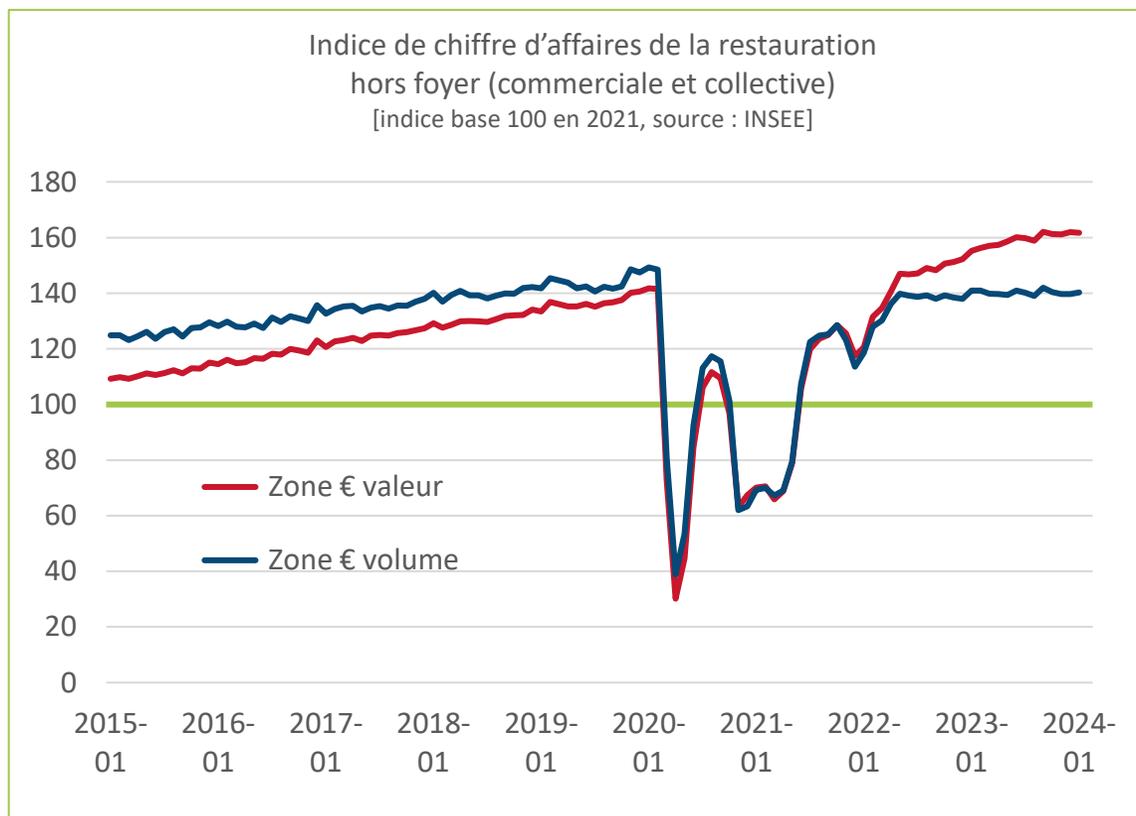


La restauration hors foyer

Tassement de la croissance en volume (Zone €)

Dans la zone €, le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 11% en valeur et de 3,6% en volume en moyenne annuelle en 2023, soit un sensible tassement de la croissance après le rattrapage post-covid de 2021 et 2022. Sous l'effet de la hausse des prix des services de restauration, les ventes en valeur progressent plus rapidement que les ventes en volume depuis le début de l'année 2022.

L'indice des prix des services de restauration a en effet progressé de 5,8% en moyenne annuelle en 2022, puis de 7,1% en 2023.



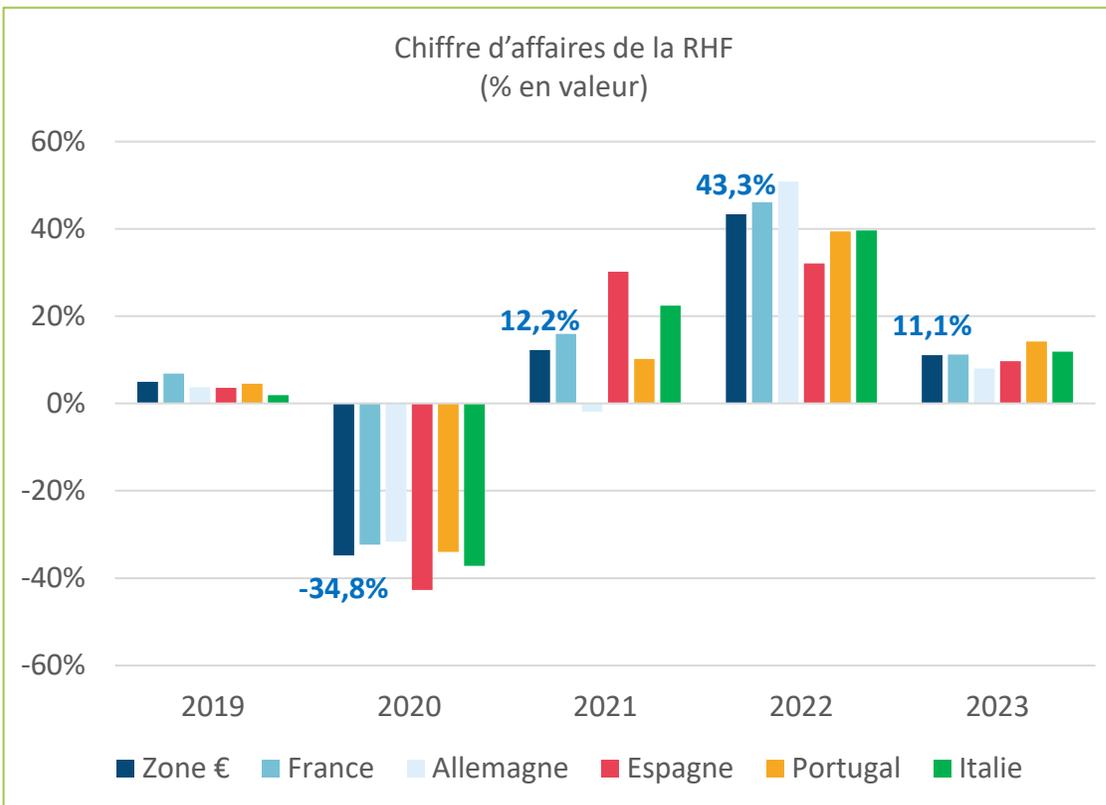
Base 100 en 2021	Indice en valeur	Crois.	Indice en volume	Crois.
2016	105,6	5,6%	103,3	3,3%
2017	111,8	5,9%	107,5	4,1%
2018	117,2	4,8%	111,1	3,3%
2019	122,7	4,7%	114,1	2,7%
2020	80,1	-34,8%	75,3	-34,0%
2021	89,8	12,2%	79,5	5,6%
2022	128,7	43,3%	107,6	35,3%
2023	142,9	11,1%	111,5	3,6%



La restauration hors foyer

Ralentissement de la croissance dans la RHF européenne en moyenne annuelle en 2023

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 11,1% en valeur en 2023 par rapport à 2022 (zone €), soit un net tassement de la croissance après le bond de 43,3% des ventes en 2022. En volume, la croissance est passée de 35% en moyenne annuelle en 2022 à 3,6% en 2023. Cette tendance s'observe dans l'ensemble des grandes économies européennes : le chiffre d'affaires du secteur de la restauration a progressé de 8% en valeur en 2023 en Allemagne, après +51% en 2022, mais a stagné en volume en 2023 (+35% en 2022). En Espagne la croissance est passée de 32% en 2022 à 9,7% en 2023 en valeur et de 27% en 2022 à 2,6% en 2023.



	2020	2021	2022	2023
Zone €	-34,8%	12,2%	43,3%	11,1%
UE à 27	-33,9%	13,0%	42,2%	11,4%
Allemagne	-31,7%	-1,9%	50,8%	8,0%
France	-32,3%	15,9%	46,1%	11,2%
Italie	-37,2%	22,4%	39,6%	11,9%
Espagne	-42,7%	30,2%	32,1%	9,7%
Portugal	-34,0%	10,2%	39,4%	14,2%

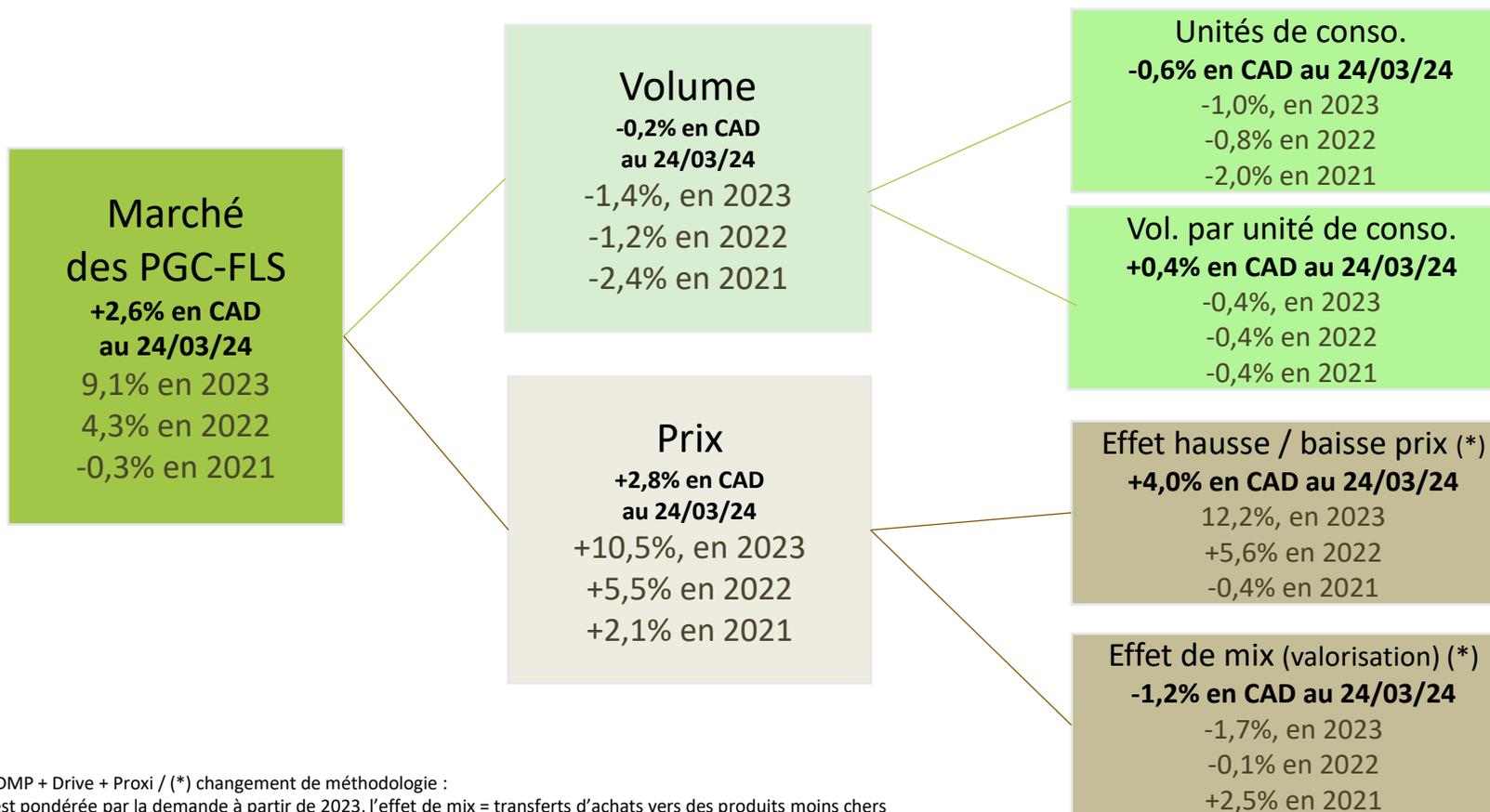


Source : Eurostat

Les GMS : les chiffres des panélistes

Quasi-stabilisation des volumes de PGC-FLS en T1 2024

Selon NielsenIQ, le marché des PGC-FLS a augmenté de 2,6% en valeur au cours du premier trimestre 2024. Les volumes ont très légèrement baissé (-0,2%). Les prix à la consommation eux ont progressé de 2,8% en T1 2024, soit un net tassement de la croissance après +10,5% en 2023. En parallèle, la dévalorisation du marché s'est poursuivie : -1,2% en T1 2024, reflet des changements de comportement de consommation (arbitrages en faveur de produits moins cher).



CAD : cumul à date

Source : NielsenIQ – HMSM + SDMP + Drive + Proxi / (*) changement de méthodologie :

effet hausse est baisse de prix est pondérée par la demande à partir de 2023, l'effet de mix = transferts d'achats vers des produits moins chers

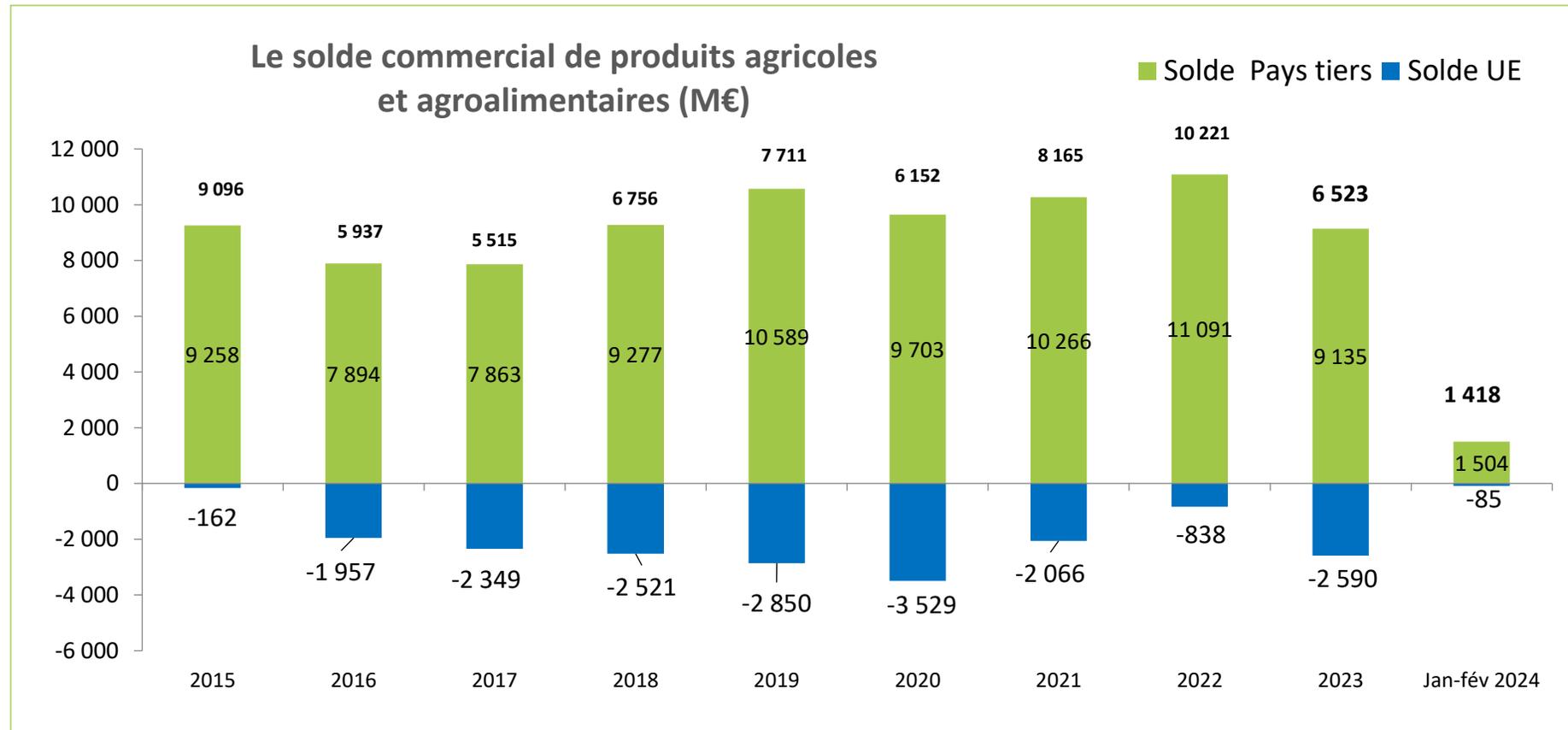
04

Le commerce extérieur

Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires : dégradation en 2023 et léger mieux début 2024

Le solde commercial des échanges de produits agricoles et agroalimentaires s'est établi à 6,523 milliards d'euros en moyenne annuelle en 2023, en baisse par rapport à sa moyenne de 2022. Cette dégradation est liée au net creusement du déficit avec les pays de l'UE à 27, tandis que l'excédent avec les pays hors UE se réduisait de plus de 1,9 milliards d'euros. Les premières données sur 2024 indiquent une légère amélioration de l'excédent qui s'établit à 1,4 milliard d'euros sur les deux premiers mois de l'année contre 1,060 milliard au cours de la même période en 2023 (+358 M€).



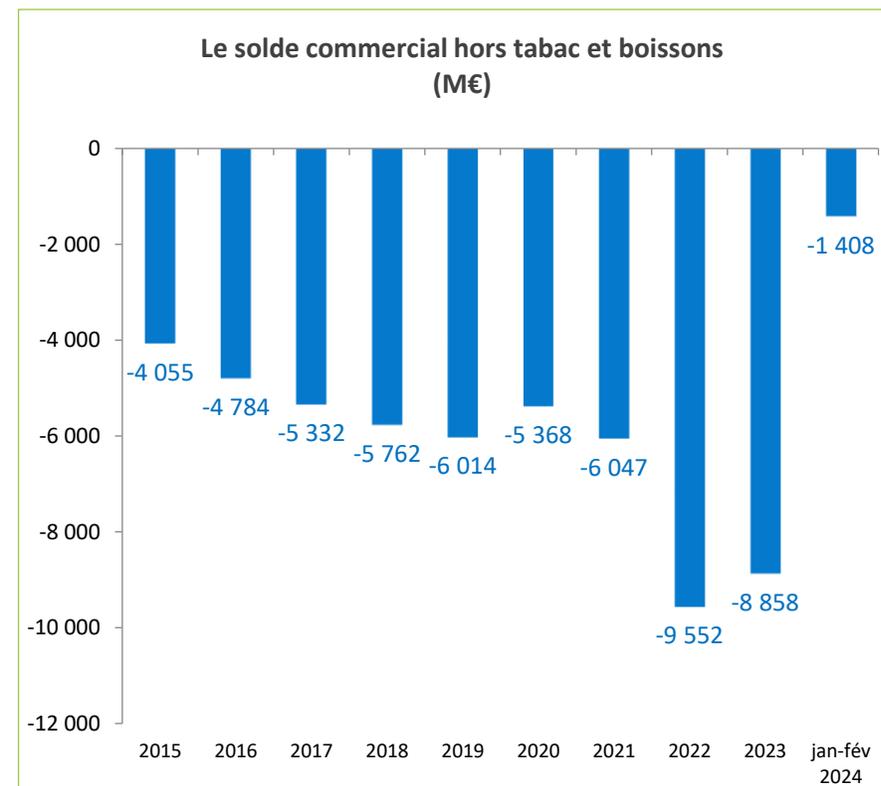
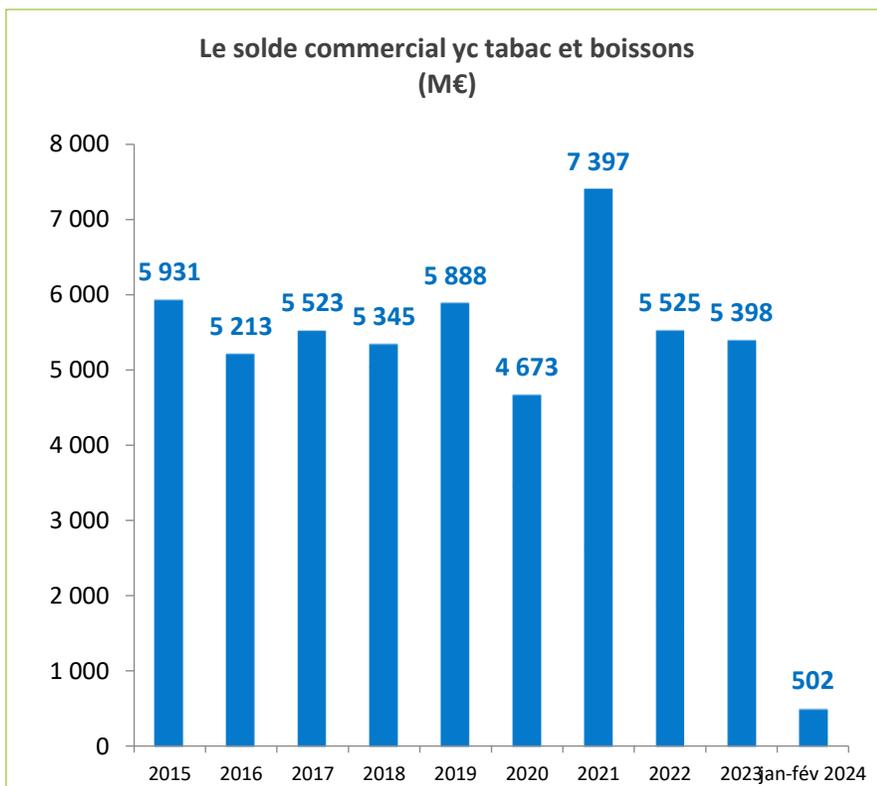
Source : Douanes

Le commerce extérieur

Le solde commercial des **produits agroalimentaires** (1) :

Dégradation du solde commercial en moyenne annuelle en 2023 et léger rebond début 2024 (sur 2 mois)

Le solde commercial y compris boissons et tabac s'est légèrement dégradée en 2023. Il s'est établi à 5,4 milliards d'euros (-127 M€ sur un an). Les premiers éléments sur 2024 indiquent un léger mieux : l'excédent s'établit à 502 M€ sur les 2 premiers mois de 2024 contre 325 M€ au cours de la même période en 2023. Hors tabac et boissons, le solde est structurellement déficitaire : -5,858 Md€ en 2023, contre -9,552 Md€ en 2022. Au cours des 2 premiers mois de l'année, le déficit a atteint 1,4 Md€, contre -1,6 Md€ au cours de la même période en 2023.



Source : Douanes

Le commerce extérieur

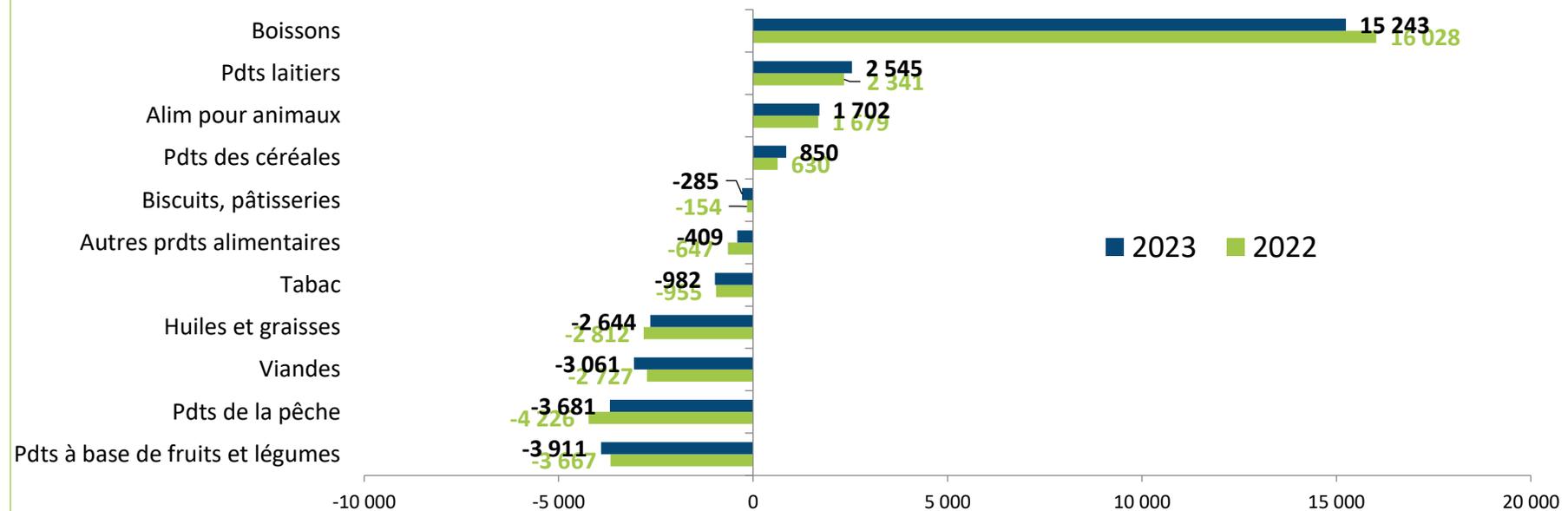
Le solde commercial des produits agroalimentaires (2)

bilan 2023

Le solde commercial dégagé par les boissons s'est établi à 15,2 Md€ en 2023, un solde en baisse par rapport à sa moyenne en 2022. Les exportations ont reculé par rapport à 2022 (-2,9%), tandis que les importations ont augmenté de 4%. Concernant les autres catégories de produits, les échanges de produits laitiers sont restés excédentaires, et l'excédent sur 12 mois s'est légèrement amélioré (2,545 Md€ en 2023 contre 2,341 Md€ en 2022). Le déficit engendré par les échanges de viandes s'est quant à lui creusé : -3,061 Md€ en 2023 contre -2,727 Md€ en 2022. Les exportations de viandes ont légèrement reculé en 2023 (-0,7%), quand les importations augmentaient de 3,7% (à noter : elles avaient déjà bondi de 33,5% entre 2021 et 2022).



Le solde des échanges commerciaux agroalimentaires
selon les catégories de produits (unité : million d'euros)

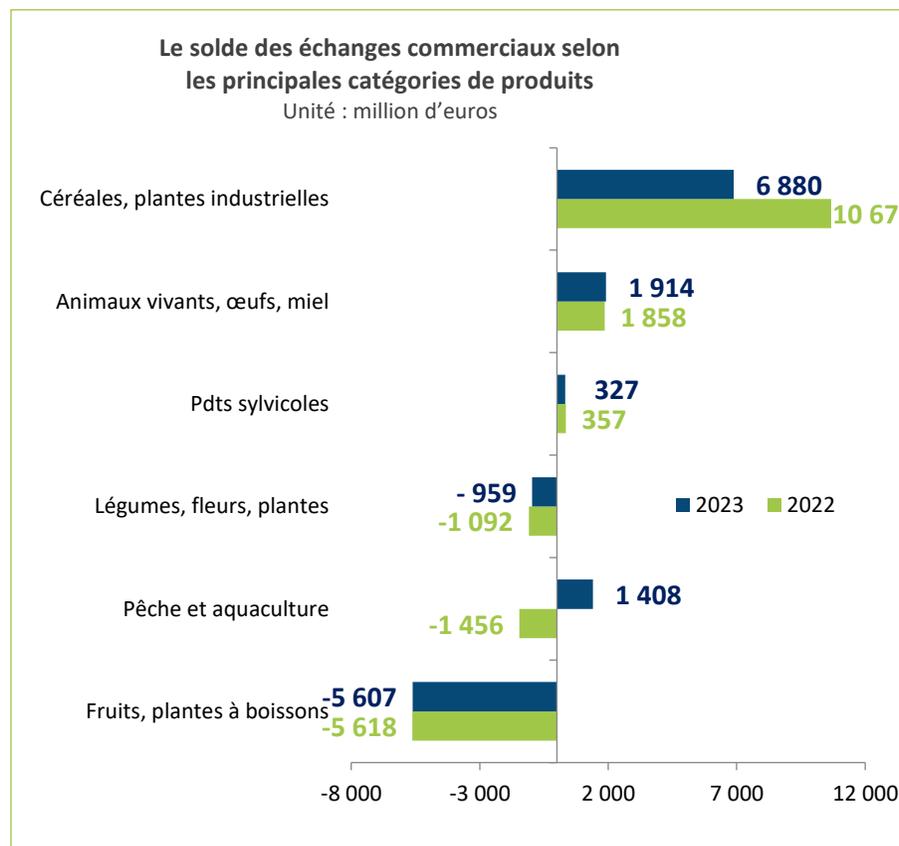
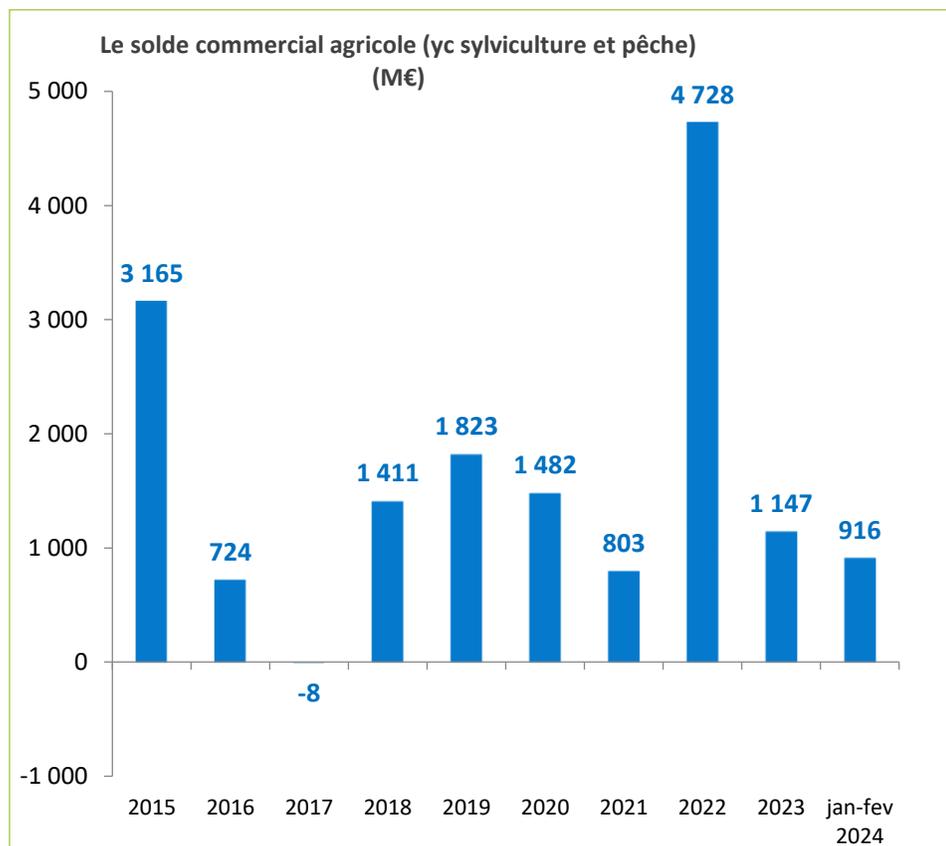


Principaux postes d'échanges / Source : Agreste / Agreste Conjoncture Commerce Extérieur agroalimentaire

Le commerce extérieur

Le solde commercial agricole (agriculture, sylviculture et pêche) : dégradation en 2023 et légère amélioration début 2024

Le solde commercial des produits agricoles bruts s'est établi 1,247 Md€ en 2023, en forte baisse par rapport à 2022. La dégradation de 2023 est liée à la baisse du solde commercial dégagé par les céréales et plantes industrielles (7,880 Md€ en 2023 contre 10,680 Md€ en moyenne en 2022). Les premiers éléments sur 2024 indiquent une petite amélioration de l'excédent au cours des deux premiers mois de l'année 2024 (916 M€ contre 735 M€ au cours de la même période en 2023).



Source : Douanes

05

A lire :
études, enquêtes

Etudes, panoramas, enquêtes

L'alimentaire, l'agriculture

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<p>Les chiffres-clés de la filière Fruits & Légumes frais et transformés en 2022 Avril 2024</p>	FranceAgri Mer	Dans cette publication, les indicateurs généraux et données structurelles du secteur des fruits et légumes (production, emploi, échanges extérieurs, consommation...). Et détail par produits en valeur et en volume. Parmi les chiffres intéressants : la part des importations en volume sur le marché intérieur des légumes s'est établie à près de 25% en 2022 (29% en 2019) et à 49% en 2022 sur celui des fruits (66% en 2019). [nb pour les fruits : hors banane, mais intégrant les clémentine, orange, mandarine, pamplemousse]. La part des importations sur le marché intérieur varie fortement selon les produits considérés (et aussi selon les années, en fonction de la production nationale).	https://www.franceagrimer.fr/filiere-fruit-et-legumes
<p>Panorama international des filières poulet de chair Avril 2024</p>	FranceAgri Mer Itavi	La compétitivité de la filière poulet de chair française s'est dégradée en comparaison des autres pays européens, entraînant d'abord un recul de la filière française dans les échanges internationaux puis des pertes de parts de marché en France même. Dans ce rapport, quatre pays européens ont été sélectionnés, en plus de la France, choisis pour leur forte contribution à la production européenne mais aussi pour la diversité de leur organisation et de la structure de leur filière poulet de chair (Pologne, Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas). Trois autres pays tiers ont également été sélectionnés selon leur importance dans le commerce mondial de poulet de chair, de leurs relations avec l'UE et pour leur faible coût de production : Brésil, Thaïlande et Ukraine.	https://www.franceagrimer.fr/
<p>State of Food Security in the EU Avril 2024</p>	Commission Européenne DG Agri	Dans l'enquête précédente (S2 2023), plusieurs facteurs susceptibles d'avoir un impact sur l'approvisionnement alimentaire de l'UE ont été identifiés : phénomènes météorologiques extrêmes, nécessité d'importer, goulets d'étranglement logistiques et de transport, volatilité et coûts élevés des intrants, volatilité des prix des produits de base... La perception générale des répondants pour le premier semestre de 2024 semble rester stable, la plupart des répondants ayant indiqué que ces facteurs étaient «de la même pertinence» qu'auparavant. Toutefois, les autorités des États membres se sont montrées un peu plus préoccupées par les phénomènes météorologiques extrêmes, les coûts élevés des intrants et les prix des produits de base.	https://agriculture.ec.europa.eu/com-mon-agricultural-policy/agri-food-supply-chain/ensuring-global-food-supply-and-food-security_en#documents
<p>World Vegetable Map 2024: Turbulent times for the global vegetable sector Avril 2024</p>	Rabobank Food	7% des légumes produits dans le monde font l'objet d'un échange extérieur, qu'ils soient frais ou transformés, principalement au sein des continents et souvent entre pays voisins. De 2017 à 2022, le commerce mondial des légumes frais et transformés a augmenté en moyenne de 3% par an, mais pas de façon linéaire en raison de la pandémie de Covid et de la vague d'inflation mondiale qui s'en est suivie. La production mondiale de légumes a augmenté à un rythme plus lent de 1,2% par an. Notamment, l'UE et les États-Unis ont tous deux connu des baisses de production, de 3,6% et 3,3% par an, respectivement, au cours de la période 2017-2022.	https://www.rabobank.com/knowledge/q011422380-world-vegetable-map-2024-turbulent-times-for-the-global-vegetable-sector



Etudes, panoramas, enquêtes

L'alimentaire, l'agriculture

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Short-Term Outlook for EU agricultural markets in 2024 Mai 2024	Commission Européenne DG Agri	Les perspectives restent caractérisées par des incertitudes, notamment en ce qui concerne l'évolution des crises géopolitiques et leurs implications sur le commerce, les prix et l'économie en général. La production céréalière de l'UE devrait augmenter en 2024-25 et la balance commerciale de l'UE en céréales devrait revenir à sa moyenne quinquennale. Dans le même temps, la production d'oléagineux et de protéagineux de l'UE pourrait augmenter. Malgré le déclin continu du cheptel de vaches, l'offre de lait de l'UE devrait légèrement augmenter en 2024, tandis que la combinaison de la stabilisation des prix du lait au-dessus des niveaux de prix historiques et de la baisse de l'inflation pourrait améliorer les marges des producteurs laitiers. L'augmentation de la production de volaille couvre presque entièrement le déclin des autres secteurs de la viande, tandis que la balance commerciale globale continue de se dégrader.	https://agriculture.ec.europa.eu/news/short-term-outlook-agricultural-markets-uncertainty-remains-constant-feature-eu-farming-2024-05-03_en
La Statistique agricole annuelle 2023 Avril 2023	Agrete	Le rapport fournit des données sur l'ensemble des productions agricoles en termes physiques (surfaces, rendements et productions agricoles pour les végétaux et les animaux) détaillées par produit et par région et département.	https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/Chd2408/detail/
Observatoire financier filière viandes Avril 2024	Crédit Agricole	Le CA de la filière Viandes a connu une croissance de 14,4% en 2022. Cette hausse est avant tout liée à l'inflation tarifaire qu'ont connue toutes les viandes en 2022. Tous les segments sont concernés par la hausse des prix, notamment du fait de la pénurie de matière à abattre et/ou disponible en rayon. La marge d'EBITDA est en légère diminution en moyenne, son évolution est variable selon les secteurs. La filière porcine voit sa rentabilité très affectée par la hausse des coûts de production, spécifiquement les prix du porc, en 2022. Le manque de matière avicole en provenance des exploitations françaises a généré une prime à la disponibilité par les distributeurs. Cette prime, qui s'ajoutait pourtant au surcoût lié à la flambée des coûts de production, a participé à la rentabilité historique de la filière (EBITDA/CA = 6,7%). Du côté de l'abattage bovin, la forte hausse des prix de l'amont a pu mettre à mal les marges des industriels, déjà assez faibles structurellement. La résilience naturelle de ce secteur permet cependant à l'EBITDA de se maintenir autour de 3% du CA.	https://etudes-economiques.credit-agricole.com/Publication/2024-avril/l-observatoire-financier-des-entreprises-agroalimentaires-viandes



Etudes, panoramas, enquêtes

Les consommateurs, leurs comportements, leurs attentes

Document	Source	Contenu	Lien Internet
State of Grocery Retail Europe 2024 Avril 2024	Euro commerce McKinsey	<p>Pour le retail alimentaire européen, 2023 a été une année difficile. L'inflation a conduit les consommateurs à se serrer la ceinture, ce qui a entraîné une baisse des volumes et une importante descente en gamme. Les discounters et les marques de distributeurs MDD ont bénéficié de cet environnement de marché et ont été une fois de plus les gagnants de l'année. En 2024, McKinsey s'attend à ce que l'incertitude macroéconomique persiste, mais en même temps, ses recherches indiquent les premiers signes de reprise. La pression sur les marges, les coûts et les prix reste une préoccupation majeure pour les PDG du commerce alimentaire, mais les dirigeants sont moins pessimistes qu'ils ne l'étaient les années précédentes.</p>	https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-grocery-europe-2024-signs-of-hope#/
Baromètre RSE. Les Français et la biodiversité Avril 2024	Odoxa	<p>95% des Français font de la biodiversité un sujet important voire prioritaire. 80% sont convaincus que la situation de notre pays dans ce domaine est préoccupante. 52% des Français estiment qu'en période de crise, il faut poursuivre les politiques d'environnement car celles-ci ne sont pas incompatibles avec la croissance et l'emploi. Les Français agissent pour préserver la biodiversité : Ils évitent d'utiliser des emballages plastiques (63%), utilisent moins de pesticides (62%), ramassent les déchets pour dépolluer (58%) et mangent moins souvent de la viande (55%).</p>	https://www.odoxa.fr/sondage/la-biodiversite-est-desormais-un-enjeu-majeur-pour-les-francais/
Les Français et le soutien à l'agriculture Avril 2024	OpinionWay Max Havelaar	<p>57% des Français estiment que les mesures prises par le gouvernement sur la suppression de certaines normes environnementales vont dans le bon sens et 39% estiment que le gouvernement a proposé des mesures convaincantes pour augmenter les revenus des agriculteurs (59% ne sont pas d'accord avec cette affirmation). 81% pensent que la crise agricole n'est pas terminée. 86% des sondés sont favorables à l'instauration de prix planchers minimum qui couvrent les coûts de production des agriculteurs et leur assurent un revenu minimum quand ils vendent leurs produits (lait, viande, céréales...) aux industriels qui les transforment (yaourts, biscuits, steak hachés, fromages etc.). 89% sont favorables à ce que la garantie d'une rémunération correcte pour le producteur agricole apparaisse de façon visible sur les produits achetés. A noter, le taux est plus faible chez les 18-24 ans (81%) et s'accroît avec l'âge (94% chez les 65 ans et plus).</p>	https://www.opinion-way.com/en/opinion-political-surveys/published-surveys.html



Etudes, panoramas, enquêtes

Autres rapports

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Les relations de la grande distribution avec la filière alimentaire Avril 2024	FCD	Les relations de la grande distribution avec la filière alimentaire font souvent l'objet d'idées reçues ou de contrevérités, ceci qu'il s'agisse des relations des distributeurs avec l'amont agricole ou avec leurs fournisseurs industriels. De la même manière, les enjeux de la répartition de la valeur au sein de la chaîne agroalimentaire et du revenu agricole sont bien trop souvent analysés à travers l'unique prisme des négociations commerciales annuelles. Or, la crise agricole est d'abord une crise de compétitivité.	https://www.fcd.fr/qui-sommes-nous/actualites-de-la-fcd/detail/publication-les-relations-de-la-grande-distribution-avec-la-filiere-alimentaire/
Mesures COVID-19 et secteur agricole et agroalimentaire Avril 2024	CGAAER	Analyse des mesures mises en œuvre pendant la crise Covid-19 dans les différents pays : les résultats du parangonnage, tout comme les autres comparaisons qui ont pu être établies, mettent en évidence des dispositifs très voisins au sein de l'UE, même s'ils ont pu être structurés et mobilisés différemment selon les pays. La comparaison n'apporte en conséquence que peu d'éclairage différentiel sur les choix français. La mission s'est également attachée à apporter une lecture des divers exercices de retour d'expérience sous l'angle de l'impact sur la compétitivité du secteur agricole et agroalimentaire français et européen et de leur évolution sur la période 2020/2023. L'exercice a conduit à formuler cinq recommandations.	https://agriculture.gouv.fr/le-conseil-general-de-l'alimentation-de-l'agriculture-et-des-espaces-ruraux-cgaaer
Rapport mondial sur les crises alimentaires Avril 2024	Global Network Against Food Crises	281 millions de personnes, dans 59 pays, étaient confrontées à une insécurité alimentaire aiguë en 2023. Ce chiffre est en hausse pour la cinquième année d'affilée. Cette augmentation s'explique par une couverture plus large de l'analyse, ainsi que par une aggravation de l'insécurité alimentaire aiguë dépassant dans certains pays/territoires les améliorations observées ailleurs. Les crises alimentaires se sont intensifiées de manière alarmante dans les zones de conflit en 2023, notamment dans la bande de Gaza et au Soudan. La population analysée a augmenté chaque année depuis 2020. L'élargissement de la couverture de l'analyse entre 2022 et 2023 a permis d'identifier 17,5 millions de personnes supplémentaires en situation d'insécurité alimentaire aiguë et ayant besoin d'une aide d'urgence. Dans les pays disposant de données comparables en 2022 et 2023, l'insécurité alimentaire aiguë s'est aggravée dans 12 d'entre eux.	https://www.fsinplatform.org/report/global-report-food-crisis-2024/#download
Lignes directrices pour l'établissement de référentiels d'étiquetage du bien-être des animaux Mai 2024	Anses	L'Anses publie des lignes directrices pour élaborer un étiquetage des produits d'origine animale spécifique au bien-être des animaux d'élevage. La mise en œuvre de cette proposition permettrait d'harmoniser les étiquetages existants et à venir. Une de ses principales caractéristiques est de fonder son évaluation sur des indicateurs scientifiques du bien-être, mesurés directement sur les animaux, et non uniquement sur leurs conditions d'élevage. Une autre de ses spécificités est de tenir compte non seulement des conditions de vie des animaux producteurs de denrées alimentaires mais aussi de celles de leurs ascendants.	https://www.anses.fr/fr/content/bea-etiquetage





Fédération du Commerce
et de la Distribution