



Fédération du Commerce
et de la Distribution



Conjoncture Filière alimentaire : focus Europe

Janvier 2024

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

La conjoncture dans la filière alimentaire UE : pressions sur les volumes

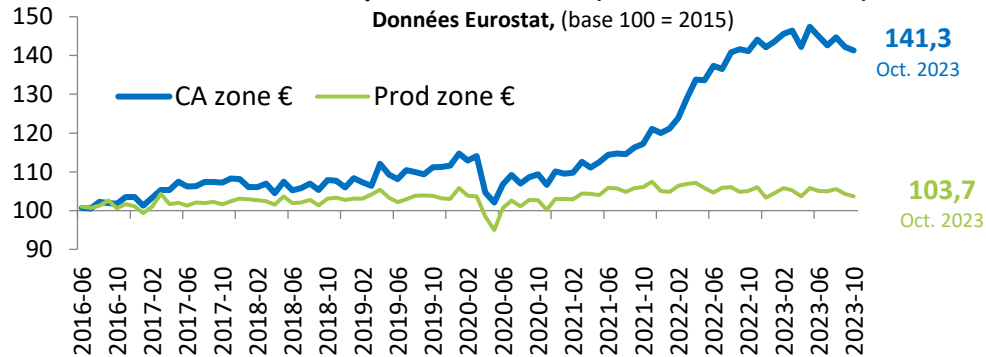


Les IAA : tassement de l'activité des IAA en zone € en 2023

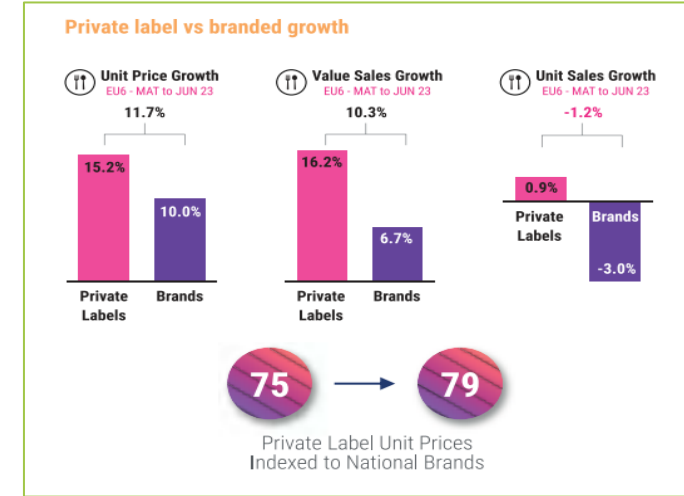
- ✓ Hausse de 7,6% du chiffre d'affaires (hors boissons) sur les 10 premiers mois de 2023.
- ✓ Légère baisse de la production : -0,8% en volume sur 10 mois vs +0,6% en 2022
- ✓ Les prix de vente industriels des IAA de la zone € progressent de 8,9% sur 11 mois en 2023 (après +18,3% en 2022).

Le CA et la production des IAA (hors boissons et tabac)

Données Eurostat, (base 100 = 2015)



La montée en puissance des MDD en Europe: les données de Circana (fin juin 2023)



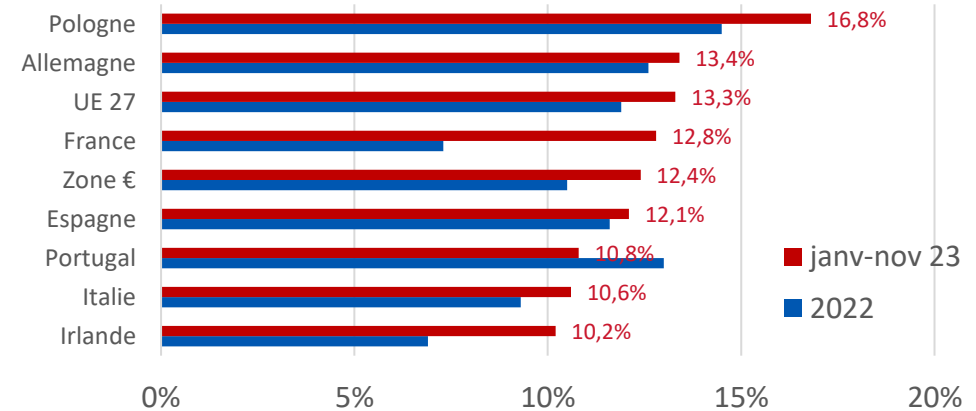
Circana.

Les prix à la consommation des produits alimentaires ont progressé de 12,4% au cours des 11 premiers mois de 2023 (zone €)

La phase de décélération de la croissance des prix alimentaires a certes démarré dans les pays de l'UE à 27, mais la croissance des prix est restée soutenue en moyenne sur 11 mois en 2023 : +12,4% dans la zone €, après une hausse de 10,5% en moyenne annuelle en 2022. La hausse moyenne s'est établie à plus de 10% dans majorité des pays de la zone €. A noter, hors zone €, les prix ont bondi de plus de 26% en Hongrie.



Les prix alimentaires à la consommation : forte hausse sur les 11 premiers mois de 2023 IPCH (%) [moyenne annuelle 2022 et glissement annuel en janvier-nov 2023]



01 L'activité des industries agroalimentaires

P 4

Chiffre d'affaires	P5
Production	P6
Commerce extérieur UE 27	P9

02 Les prix dans la filière alimentaire

P 10

Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P11
Prix de vente industriels	P12
Prix à la consommation	P13

03 La consommation alimentaire

P 17

Les préoccupations des consommateurs	P18
Les dépenses alimentaires des ménages européens	P20
Focus sur la France, Espagne, Italie, Allemagne	P22
Les PGC en grande distribution	P32
Focus RHF (France et UE)	P34

01

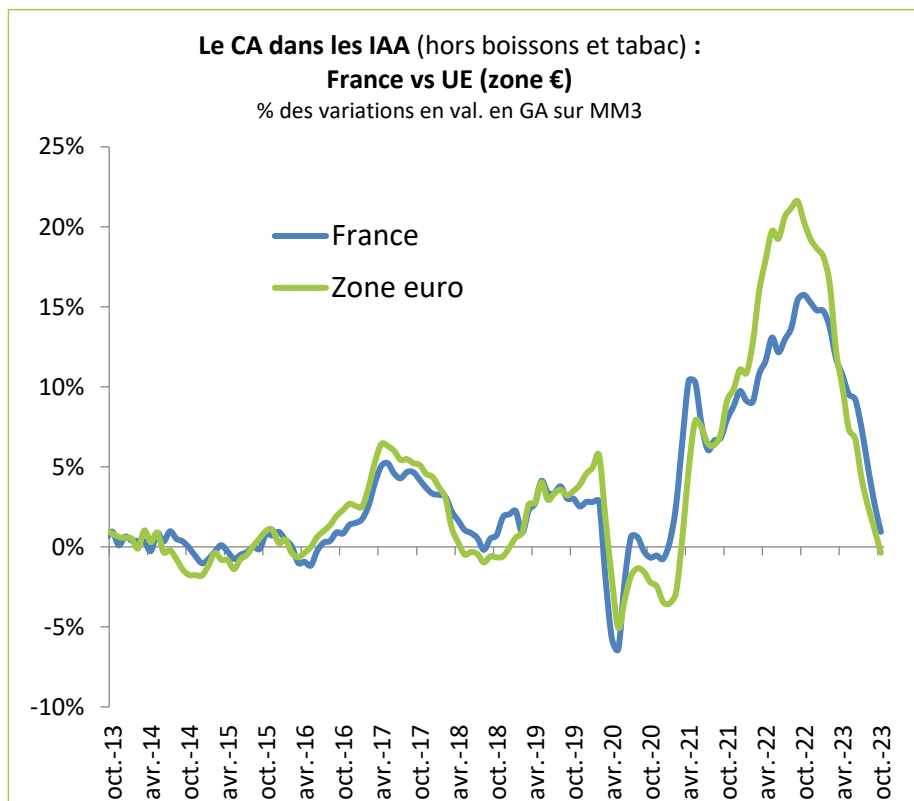
L'activité des industries agroalimentaires

Chiffre d'affaires, production, commerce extérieur

Le chiffre d'affaires dans les IAA

Net tassement de la croissance au cours des 10 premiers mois de 2023

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) a progressé de 7,6% en valeur au cours des 10 premiers mois de 2023 par rapport à la même période en 2022, soit une décélération après un rebond de 18,3% en moyenne annuelle en 2022. La situation globale est relativement similaire dans l'ensemble des grandes économies européennes. Le chiffre d'affaires des IAA a progressé de 10% au Portugal sur 10 mois en 2023, après +25,7% en 2022, et de 9% en Allemagne (près de 20% en 2022). Hors zone euro, la croissance est passée à 5,3% en Pologne au cours des 10 premiers mois de l'année 2023, après 36,4% en 2022.



	Crois. CA 2021/2020	Crois. CA 2022/2021	Crois. CA 10 mois 2023
Portugal	6,6%	25,7%	9,9%
Allemagne	0,1%	19,7%	8,8%
France	7,0%	12,8%	8,5%
Italie	6,5%	18,6%	7,7%
UE (27)	5,8%	19,2%	7,1%
Zone € (19)	5,2%	18,3%	7,6%
Espagne	8,3%	20,0%	7,6%
Pays-Bas	6,8%	22,7%	4,7%
Pologne	12,2%	36,4%	5,3%
Danemark	3,6%	13,5%	1,5%
Irlande	14,5%	18,5%	-3,1%

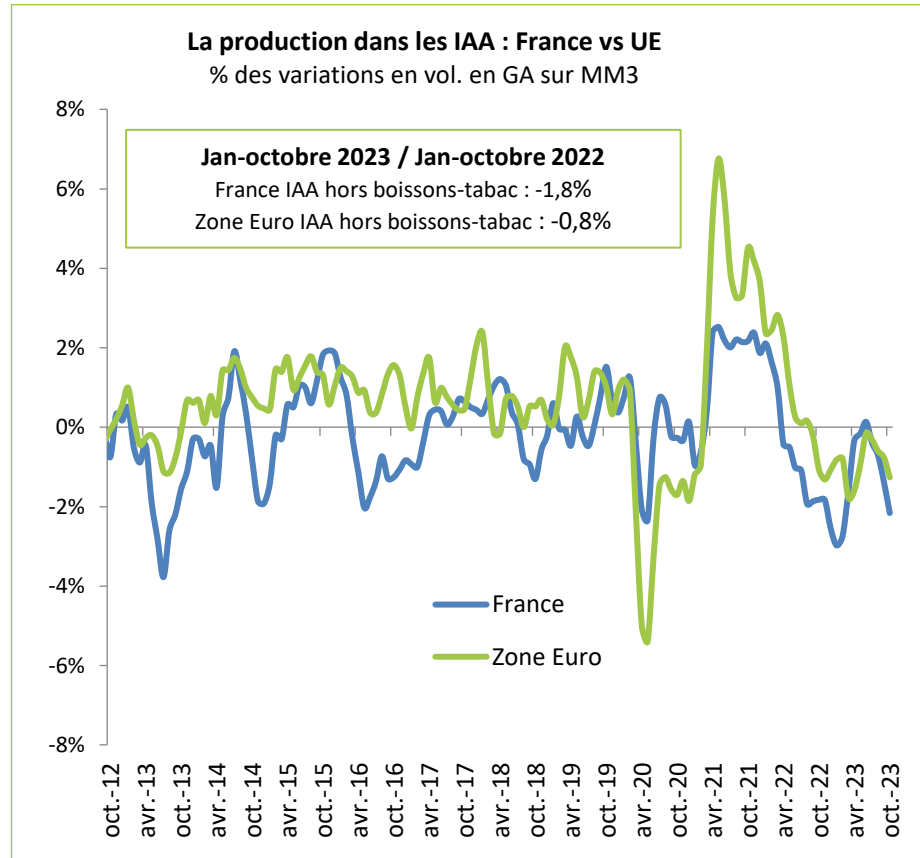


NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations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

La production dans les IAA (1)

Légère baisse de la production agroalimentaire dans la zone € sur 10 mois en 2023

La production des industries agroalimentaires (hors boissons et tabac) en Europe s'est légèrement contractée de -0,8% au cours des 10 premiers mois de 2023 par rapport à la même période en 2022 dans la zone euro, après une légère hausse de 0,6% en moyenne annuelle en 2022. La tendance a été à la décélération, voire à la baisse de la production dans la plupart des pays européens, à l'exception notable de l'Irlande (la production a augmenté de +5,9% sur 10 mois en 2023) et du Portugal (+3,8% au cours de la période). A l'opposé, la production a baissé en Allemagne (-2,9%) et plus encore au Danemark (-9,1%).



	2021/2020	2022/2021	10 mois 2023
Irlande	18,2%	4,4%	5,9%
Portugal	3,1%	1,2%	3,8%
Pologne	7,2%	9,9%	-0,2%
Pays-Bas	1,1%	0,4%	-0,3%
UE (27)	3,5%	1,2%	-1,2%
Zone € (19)	3,3%	0,6%	-0,8%
Italie	4,9%	0,7%	-1,3%
France	1,6%	-0,7%	-1,3%
Espagne	4,3%	0,2%	-2,0%
Allemagne	0,1%	-0,1%	-2,9%
Danemark	2,5%	-0,2%	-9,1%

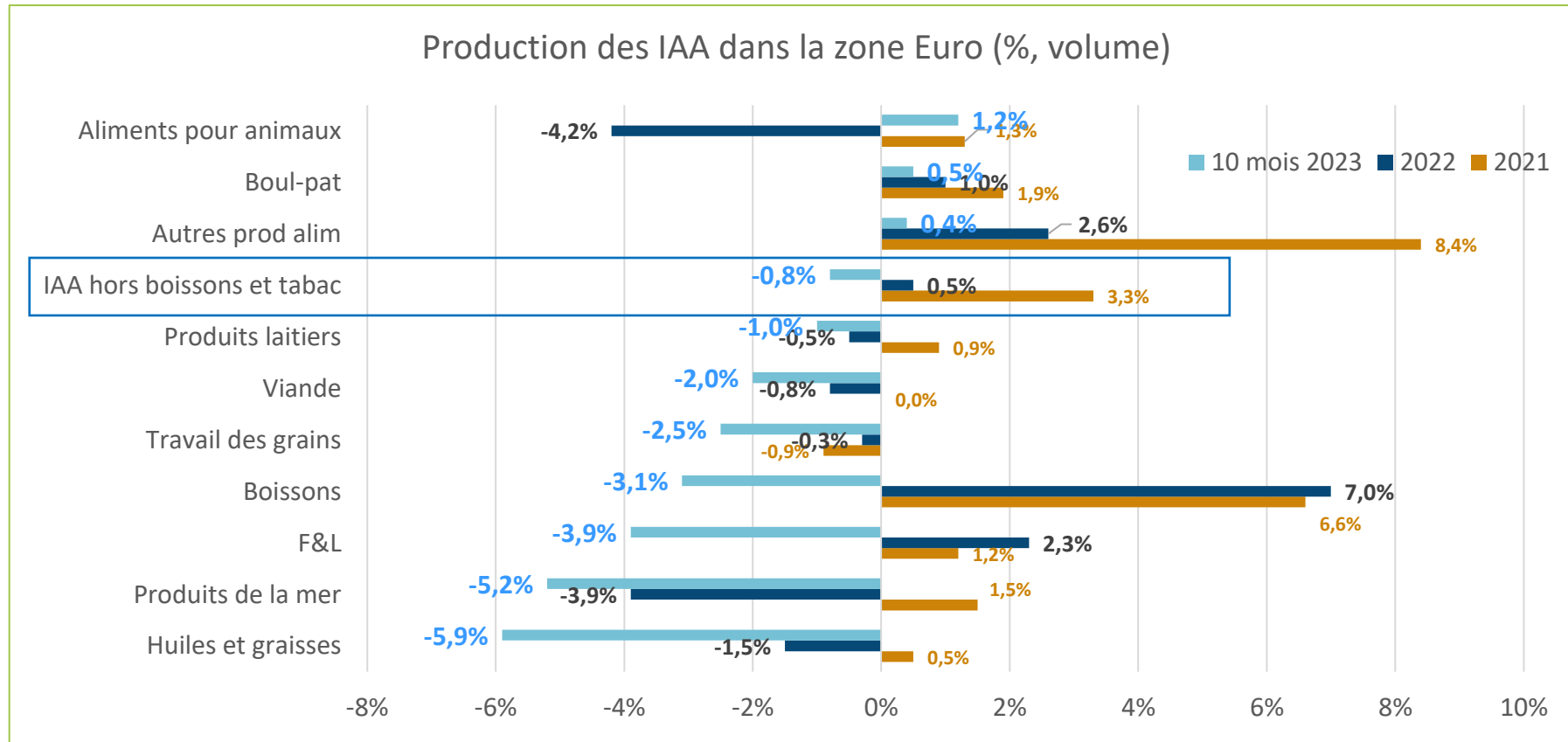


Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

La production dans les IAA (2)

Légère baisse de la production agroalimentaire dans la zone € sur 10 mois en 2023

La tendance à la légère contraction de la croissance de la production agroalimentaire européenne au cours des 10 premiers mois de l'année masque des divergences selon les secteurs. Si le rythme de croissance des entreprises spécialisées dans les aliments pour animaux a rebondi (+1,2%) après une baisse en 2022, la tendance a plutôt été à la décélération voire à la baisse dans les autres secteurs. A noter la contraction de près de -6% pour la production d'huiles et graisses, ou encore celle de -5,2% pour la production de produits de la mer.

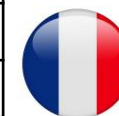


Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

Les indices de production et chiffre d'affaires dans les IAA

Base 100 = 2005	Indice de production industrie alimen. (*) France	Croissance France	Indice de production industrie alimen. (*) Zone €	Croissance Zone €
2009	101,3	-0,3%	102,7	-1,0%
2010	102,1	0,8%	104,3	1,6%
2011	105,3	3,1%	106,4	2,0%
2012	104,9	-0,4%	106,0	-0,4%
2013	103,6	-1,2%	105,9	-0,1%
2014	103,3	-0,3%	106,8	0,8%
2015	104,1	0,8%	108,1	1,2%
2016	103,3	-0,8%	109,3	1,1%
2017	103,5	0,2%	110,3	0,9%
2018	102,4	-1,1%	110,9	0,5%
2019	102,4	-0,1%	111,8	0,8%
2020	101,5	-0,9%	109,7	-1,9%
2021	103,1	1,6%	113,2	3,3%
2022	102,6	-0,6%	113,9	0,6%
10 mois 2023	-	-1,3%	-	-0,8%

Base 100 = 2015	Indice de CA industrie alimentaire (*) France	Croiss France	Indice de CA industrie alimentaire (*) Zone €	Croiss Zone €
2009	110,8	-4,8%	112,7	-5,9%
2010	114,3	3,2%	115,1	2,1%
2011	122,3	7,0%	124,4	8,1%
2012	126,5	3,4%	127,6	2,6%
2013	128,2	1,3%	130,7	2,4%
2014	128,6	0,3%	130,1	-0,5%
2015	128,5	-0,1%	129,9	-0,2%
2016	128,8	0,2%	131,1	0,9%
2017	133,9	4,0%	137,7	5,0%
2018	135,9	1,5%	138,0	0,2%
2019	139,6	2,8%	142,3	3,1%
2020	138,2	-1,0%	141,3	-0,7%
2021	147,7	7,0%	148,7	5,2%
2022	166,5	12,8%	176,1	18,3%
10 mois 2023	-	8,5%	-	7,6%

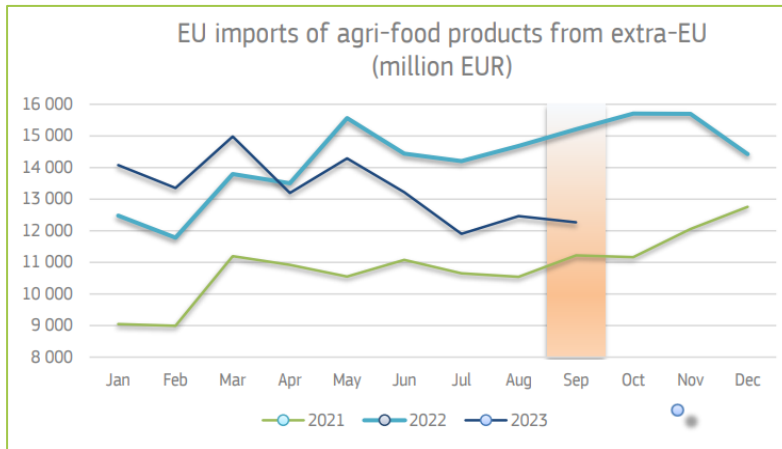
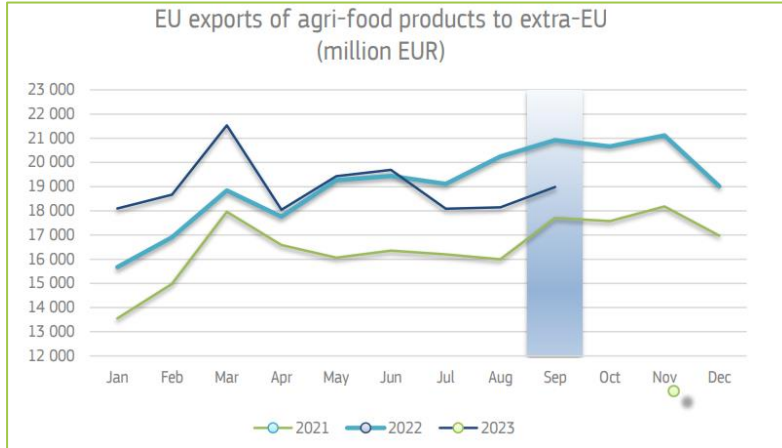


*Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations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

Le commerce extérieur au sein de l'UE 27

Bilan des 9 premiers mois 2023 : amélioration de l'excédent commercial

Le solde des échanges agricoles et agroalimentaires de l'UE 27 a progressé au cours des 9 premiers mois de l'année 2023 par rapport aux 9 premiers mois de 2022, s'établissant à 50,964 Md€, soit une hausse de 8,5 Md€ par rapport à la même période en 2022. Cette amélioration est liée à la hausse des exportations (+2% en valeur), du fait en particulier d'un effet prix important. Les exportations de produits à base de céréales ont augmenté de 8% sur la période. Les importations sont en baisse : -5% sur 9 mois, avec notamment une baisse de -14% pour les oléo-protéagineux, et de -28% pour les huiles végétales.



TRADE BALANCE			
AGRI-FOOD CATEGORIES/PERIOD	Exports Jan23- Sep23	Imports Jan23- Sep23	Trade balance Jan23-Sep23
million EUR			
TOTAL AGRIFOOD	170,693	119,728	50 964
Cereal preparations and milling products	17 990	3 582	14 408
Dairy products	14 906	1 627	13 279
Wine and wine based products	13 053	1 119	11 934
Pigmeat	9 116	300	8 816
Mixed food preparations and ingredients	11 326	4 548	6 778
Beer, cider and other beverages	8 443	1 842	6 600
Confectionery and chocolate	8 304	2 210	6 094
Preparations of fruit, nuts and vegetables	8 745	4 796	3 949
Pet food and forage crops	6 203	2 360	3 843
Spirits and liqueurs	6 881	3 428	3 453
Olives and olive oil	3 621	835	2 786
Poultry and eggs	4 452	1 777	2 675
Other animal products	6 344	4 128	2 217
Cereals	11 022	9 046	1 976
Tobacco, cigars and cigarettes	5 288	3 425	1 863
Horticulture	3 399	1 554	1 845
Vegetables	6 203	4 363	1 840
Beef and veal	3 432	1 803	1 629
Unspecified	1 085	0	1 085
Sheep and goat	522	968	-446
Sugar and isoglucose	467	1 538	-1 071
Margarine and other oils and fats (vegetable)	1 619	3 013	-1 394
Vegetable oils (oilseeds and palm)	2 836	5 929	-3 093
Non-edible for technical use	3 289	7 154	-3 865
Coffee, tea, cocoa and spices	6 029	15 477	-9 448
Fruit and nuts	4 237	16 662	-12 425
Oilseeds and protein crops	1 880	16 242	-14 362
<i>For info: fish and fish products</i>	<i>5 493</i>	<i>22 464</i>	<i>-16 971</i>
<i>Total agrifood and fish</i>	<i>176 186</i>	<i>142 192</i>	<i>33 993</i>



Source : Commission Européenne

02

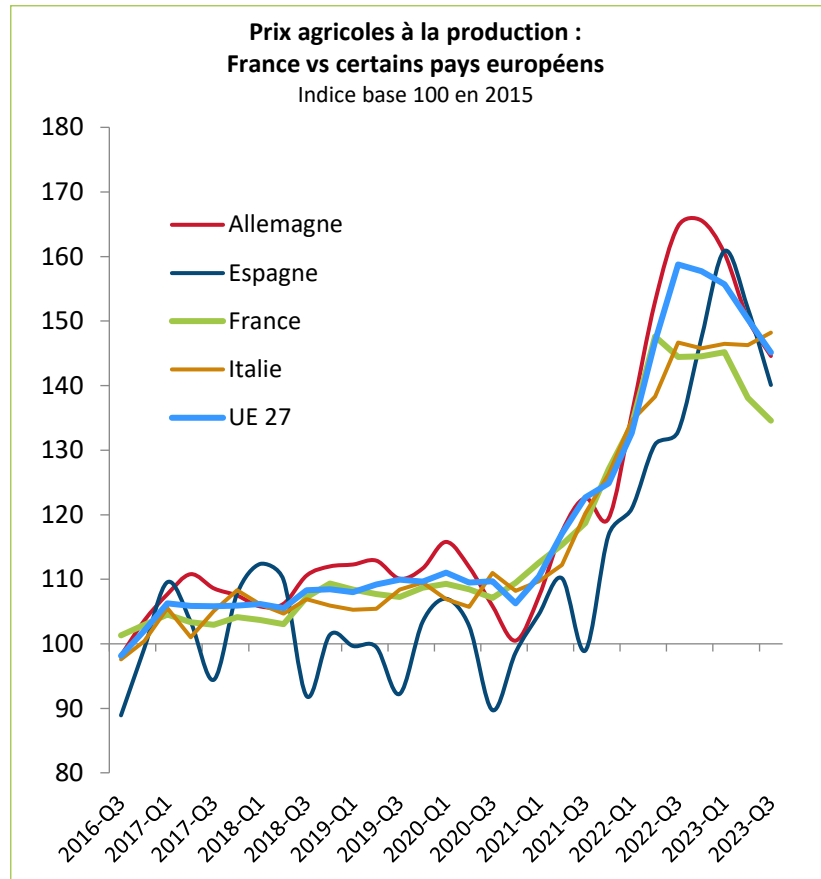
Les prix dans la filière alimentaire

De l'amont agricole aux prix à la consommation

Les prix agricoles à la production (IPPAP)

-8,6% en T3 2023 par rapport à T3 2022 (UE à 27)

L'IPPAP européen reste marqué par des évolutions divergentes selon les pays, reflet de structures de production et de spécialisations agricoles différentes selon les pays. La tendance a toutefois été à une baisse des prix entre T3 2022 et T3 2023 : -8,6% dans l'UE à 27, après +25,6% en 2022. Cette tendance a été observée dans une partie des pays européens, à l'exception toutefois de l'Espagne (+5,4% entre T3 2022 et T3 2023) et l'Italie (+1% en T3 2023 par rapport à T3 2022).



	2018	2019	2020	2021	2022	T3 2023
France	2,0%	2,1%	0,5%	9,1%	20,5%	-6,8%
Pologne	-0,7%	7,5%	-0,5%	8,5%	38,9%	-19,4%
Pays-Bas	-2,0%	3,2%	-5,2%	9,4%	22,5%	-2,9%
Allemagne	0,4%	2,4%	-3,4%	9,0%	32,6%	-12,2%
Italie	1,0%	1,1%	0,8%	8,6%	20,7%	1,0%
Irlande	-2,0%	-1,1%	0,7%	11,5%	26,2%	-17,0%
Espagne	-0,6%	-4,2%	0,2%	9,0%	23,6%	5,4%
UE à 27	0,8%	1,9%	-0,3%	9,3%	25,6%	-8,6%

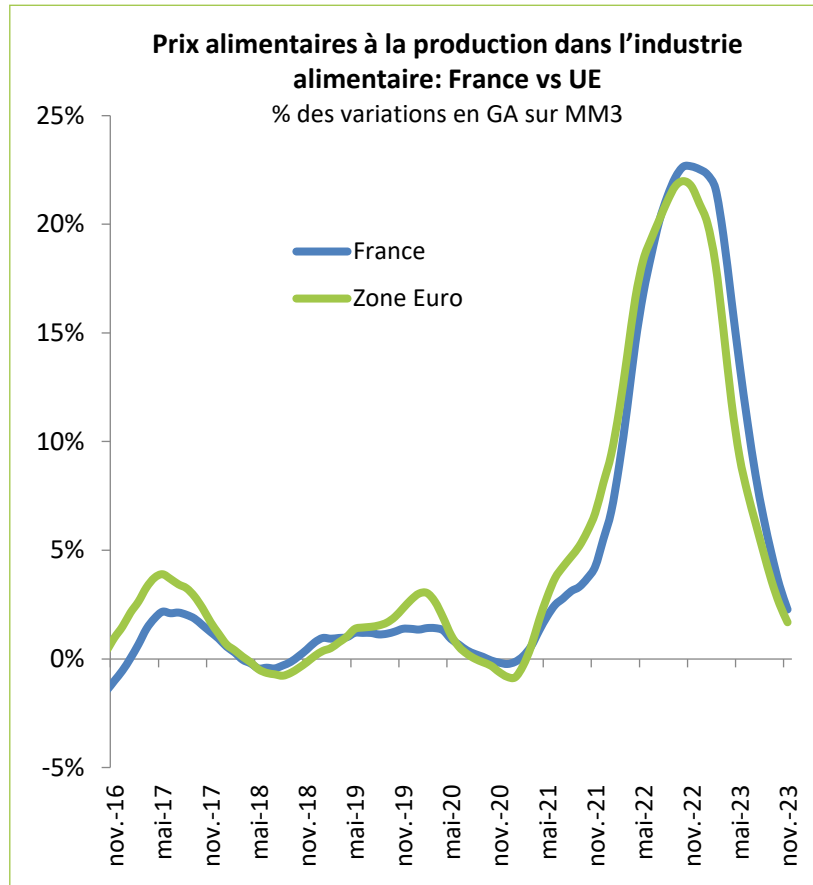


IPPAP / Source : Eurostat

Les prix de vente industriels agroalimentaires en Europe

+8,9% de hausse sur 11 mois en 2023 dans la zone €

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ont augmenté de près de 9% dans la zone euro au cours des 11 premiers mois de 2023 par rapport à la même période en 2022, après une hausse de plus de 18% en moyenne annuelle en 2022. La tendance est désormais au ralentissement en glissement annuel et à la baisse d'un mois sur l'autre (les prix sont en recul depuis mai 2023). La tendance au ralentissement a concerné la majorité des pays de l'UE, avec toutefois des rythmes de décélération différents. La croissance s'est fortement tassée aux Pays-Bas, Irlande, Pologne... un peu moins fortement en Espagne, Danemark, France.



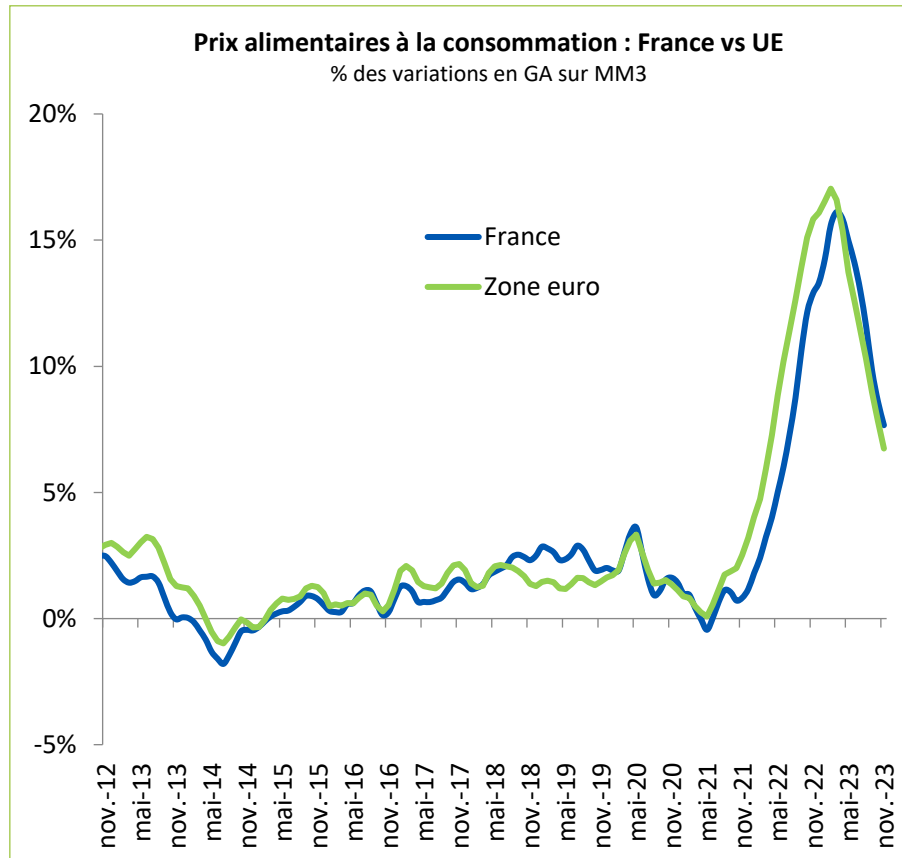
	Crois prix prod alim 2020 / 2019	Crois prix prod alim 2021 / 2020	Crois prix prod alim 2022 / 2021	Crois prix prod alim Jan-nov 2023
Portugal	0,5%	4,7%	26,5%	11,4%
France	0,6%	2,4%	17,5%	11,4%
Espagne	1,2%	5,8%	17,3%	11,2%
Danemark	0,7%	0,2%	17,5%	10,6%
UE à 27	1,1%	3,5%	18,9%	8,9%
Zone Euro	0,9%	3,4%	18,3%	8,9%
Allemagne	0,8%	2,4%	20,7%	8,3%
Italie	1,1%	3,4%	15,3%	7,1%
Pays-Bas	1,4%	6,8%	20,5%	5,9%
Pologne	1,7%	5,1%	24,4%	5,0%
Irlande	-1,8%	0,3%	8,6%	-2,8%



Les prix à la consommation en Europe

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 +12,4% dans la zone euro au cours des 11 premiers mois de l'année par rapport à la même période de 2022, soit une accélération après une hausse de 10,5% en moyenne annuelle en 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 en effet augmenté de 6,9% en novembre 2023 par rapport à novembre 2022, soit le rythme le plus faible depuis mars 2022.



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

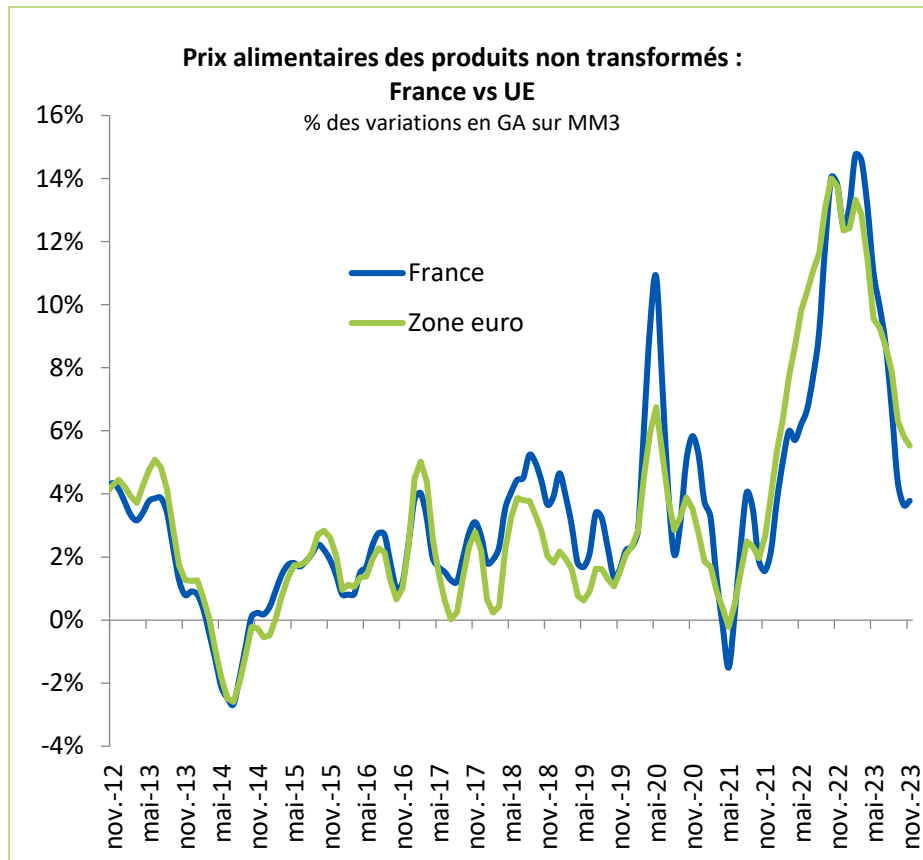


Source : Eurostat – dernière donnée novembre 2023

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 9,3% au cours des 11 premiers mois de l'année 2023 au sein de la zone €. Depuis quelques mois, le rythme de croissance des prix se tasse. En glissement annuel, la hausse est passée en dessous des 10% au mois d'août.



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



Source : Eurostat – dernière donnée novembre 2023

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 européen au cours des 9 premiers mois de 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%	130,4	9,3%	119,3	3,4%	118,5	1,3%
2022	161,5	27,3%	163,5	25,4%	141,0	18,3%	130,9	10,5%
2023 (XX mois)	-	-0,5% (T1-T3)	-	2,9% (T1-T3)	-	8,9% (11 mois)	-	12,4% (11 mois)
Comparaison France	-	0,5% (T1-T3)	-	-1,9% (T1-T3)	-	11,4% (11 mois)	-	12,8% (11 mois)

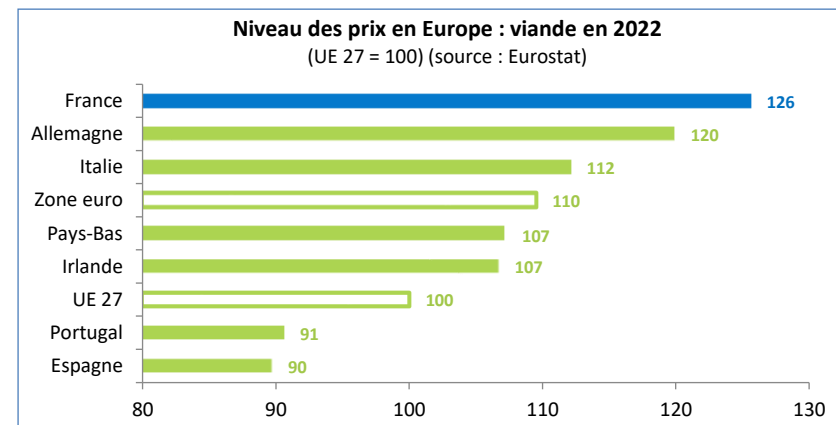
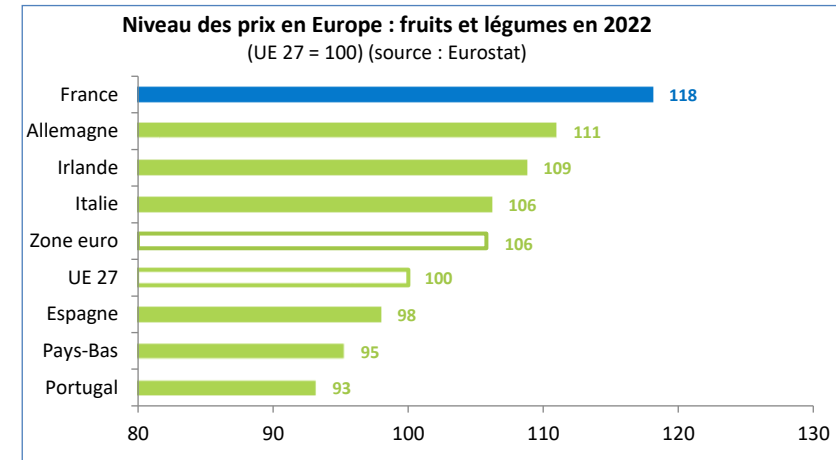
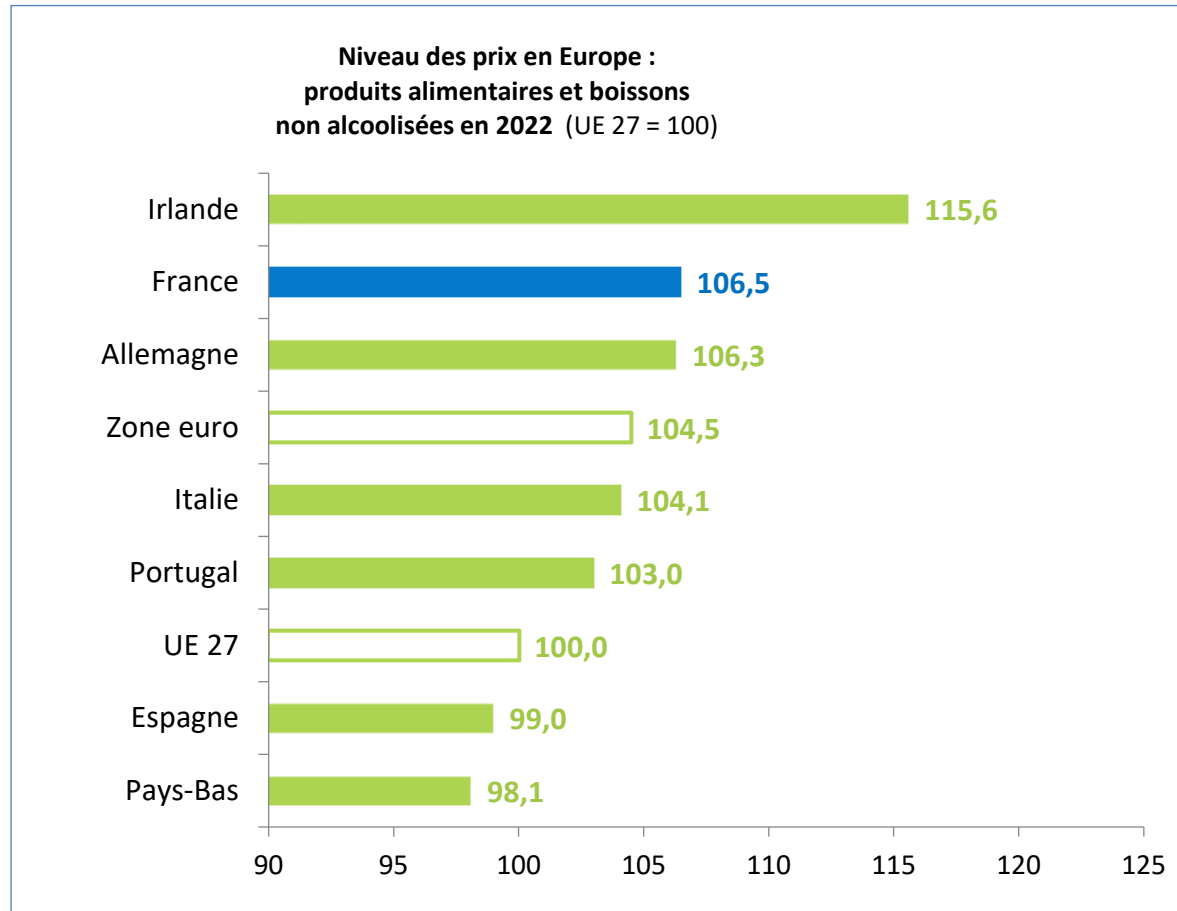


IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés (*) hors boissons et tabac / Source : INSEE

Prix à la consommation alimentaires en Europe

Le niveau moyen des prix au sein de l'UE à 27 : les données 2022

Selon les données d'Eurostat, les niveaux de prix à la consommation en 2022 des produits alimentaires et boissons non alcoolisées sont 6,5% plus élevés en France par rapport à la moyenne UE à 27. Le différentiel de prix grimpe même à 18% pour les fruits et légumes et à 26% pour la viande.



Source : Eurostat – dernière donnée 2022



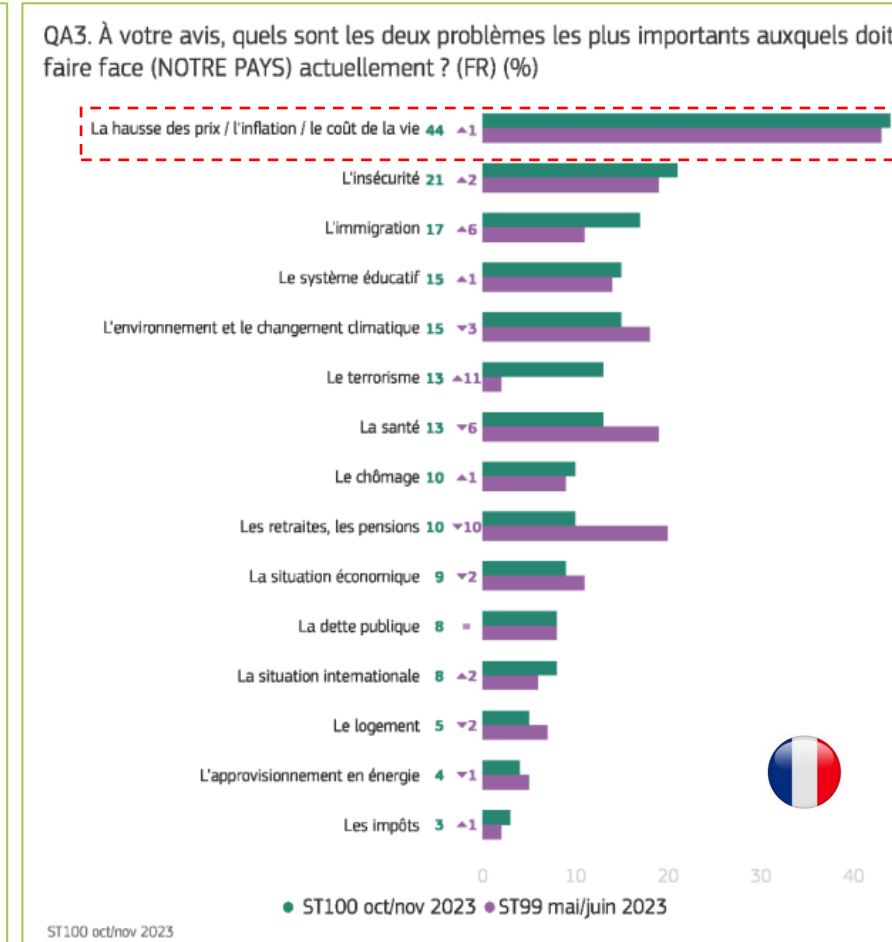
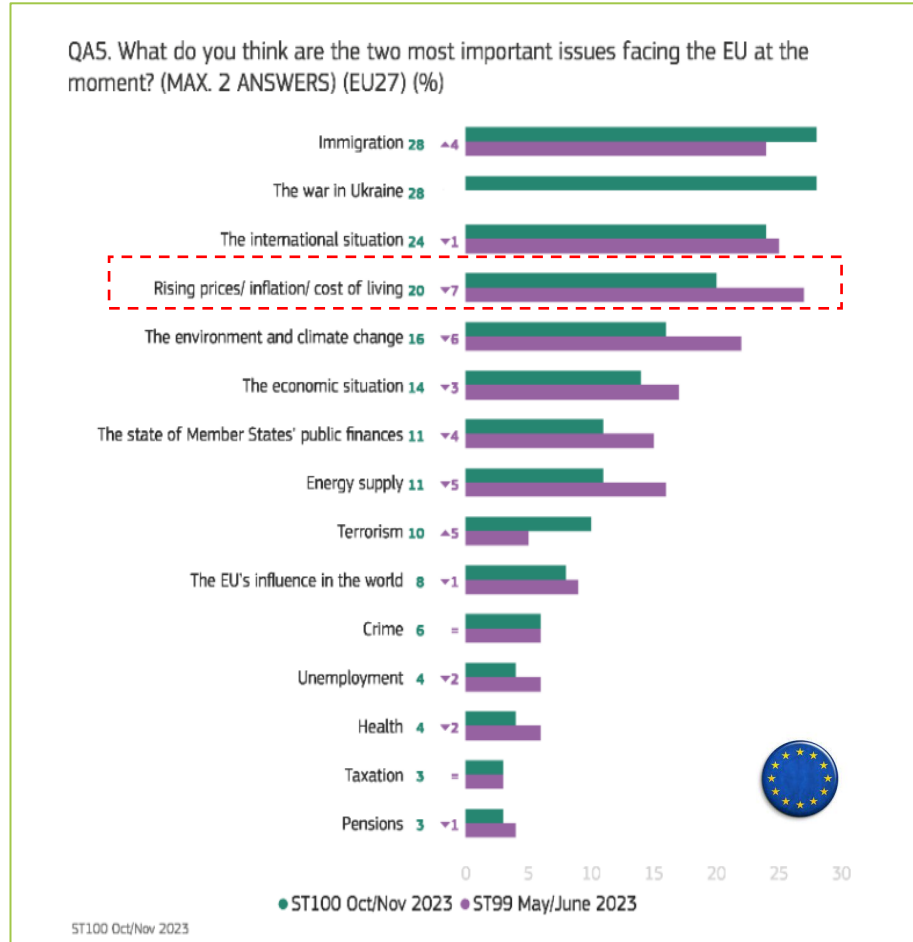
03

La consommation des ménages

Les préoccupations des consommateurs (1)

L'inflation, le problème le plus important pour les Français

Selon le dernier Eurobaromètre de la Commission Européenne (enquête menée en octobre et novembre 2023), les répondants en France restent en premier lieu fortement préoccupés par l'inflation (44%) qui supplante de manière très nette les autres sujets de préoccupation. Le sujet est encore plus prégnant auprès des plus jeunes (52% auprès des 15-29 mais aussi des 25-39 ans). En revanche, le sujet de l'inflation / coût de la vie arrive seulement en 4^{ème} position au sein de l'UE27, après l'immigration, la guerre en Ukraine, la situation internationale.



Les préoccupations des consommateurs (2)

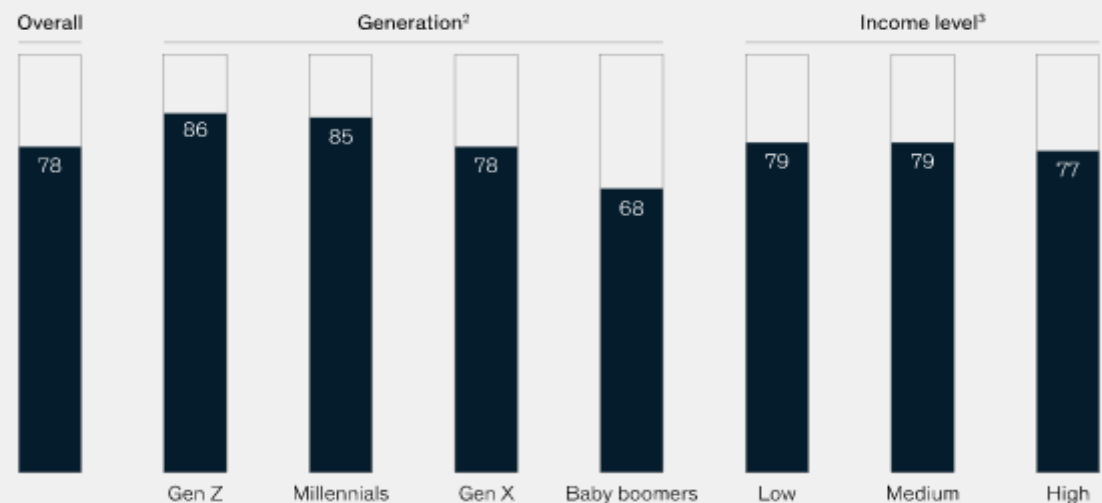
La descente en gamme

La descente en gamme s'est accélérée en Europe au cours des derniers mois. Près de huit consommateurs européens sur dix ont déclaré qu'ils prendraient des mesures pour atténuer la pression actuelle sur leur pouvoir d'achat, en particulier dans les catégories où les prix sont très volatils, telles que l'essence, les produits frais, la viande et les produits laitiers. Ces mesures comprennent l'achat de produits moins chers, la fréquentation de réseaux moins chers ou le report des achats. Les consommateurs de France, d'Espagne et d'Italie sont plus nombreux que ceux des autres pays européens à déclarer qu'ils ont recherché des prix bas. Les membres de la génération Z et les milléniaux ont déclaré qu'ils négociaient davantage à la baisse que les autres groupes d'âge.



Consumers changed their behavior to cope with price increases.

Share of respondents trading down by demographic, Europe 5,¹ %



Note: Europe 5 = France, Germany, Italy, Spain, and United Kingdom.

¹Question: Within the past 3 months, have you done any of the following when purchasing [product]?

²Gen Z = ages 18–26 (n = 769); millennials = ages 27–42 (n = 1,232); Gen X = ages 43–58 (n = 1,496); baby boomers = ages 59+ (n = 1,525).

³Low = (n = 1,151); medium (n = 2,027); high = (n = 1,344). Thresholds defined based on individual country statistics.

Source: McKinsey ConsumerWise Global Sentiment Data, Europe 5, Aug 3–13 2023, n = 5,022

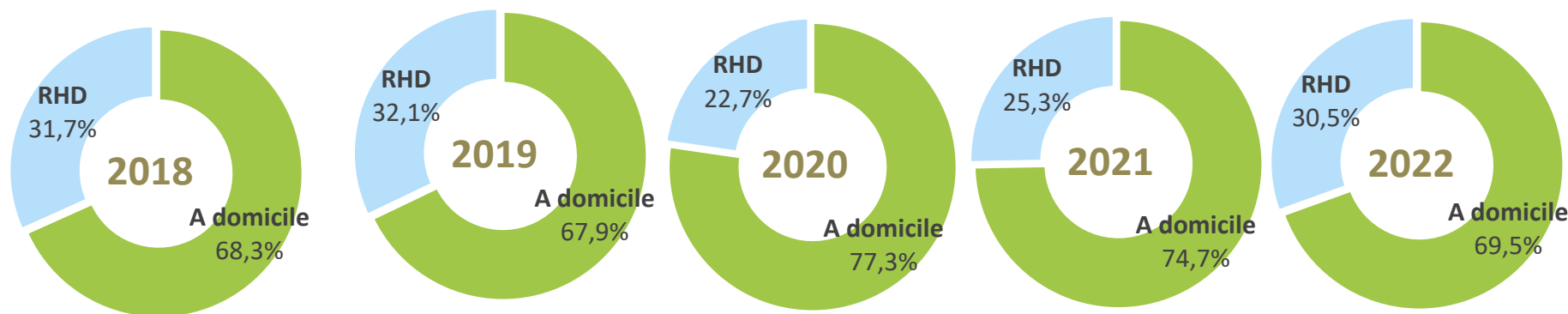
McKinsey & Company

Les dépenses alimentaires des ménages

UE à 27 : les données Eurostat

Les **dépenses alimentaires en Europe** (UE à 27) ont représenté 1 788 milliards d'euros en 2022, en hausse de 15,3% par rapport à 2021. Elles ont largement dépassé leur niveau de 2019 (1 583 Md€). En effet, les dépenses de consommation à domicile restent élevées : 1 243 Md€ en 2022 (+7,4% par rapport à 2021 et +15,8% par rapport à 2019), les dépenses en services de restauration largement dépassé leur niveau de 2019 : 545 Md€ en 2022 contre 509 Md€ en 2019. En valeur absolue, la consommation alimentaire globale au sein de l'UE à 27 a progressé de 205,5 milliards d'euros entre 2019 et 2022 (-121 milliards entre 2019 et 2020, +89 milliards entre 2020 et 2021 et +237 milliards entre 2021 et 2022).

En termes de répartition, le poids de la **consommation en restauration hors foyer représentait près de 30,5% des dépenses alimentaires totales** au sein de l'UE à 27 en 2022. Cette part s'est rapprochée de son niveau d'avant crise Covid (32,1% en 2019). L'année 2022 a été marquée par un très net rebond des dépenses en services de restauration hors foyer (+39% entre 2021 et 2022).



Million d'€ et %	2018		2019		2020		2021		2022	
	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€
Consommation à domicile	68,3%	1 047 256	67,9%	1 074 353	77,3%	1 129 724	74,7%	1 158 476	69,5%	1 243 654
Consommation hors domicile	31,7%	485 992	32,1%	508 619	22,7%	332 390	25,3%	392 701	30,5%	544 798
TOTAL	100,0%	1 533 248	100,0%	1 582 972	100,0%	1 462 114	100,0%	1 551 177	100,0%	1 788 452

Source : Eurostat

Les dépenses alimentaires des ménages

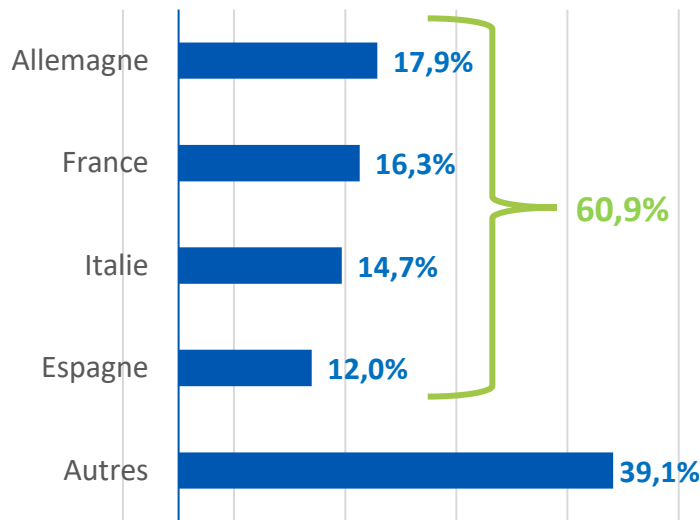
Comparaisons européennes : les données Eurostat

Allemagne, Italie, France et Espagne = 60,9% des dépenses alimentaires de l'UE 27 en 2022

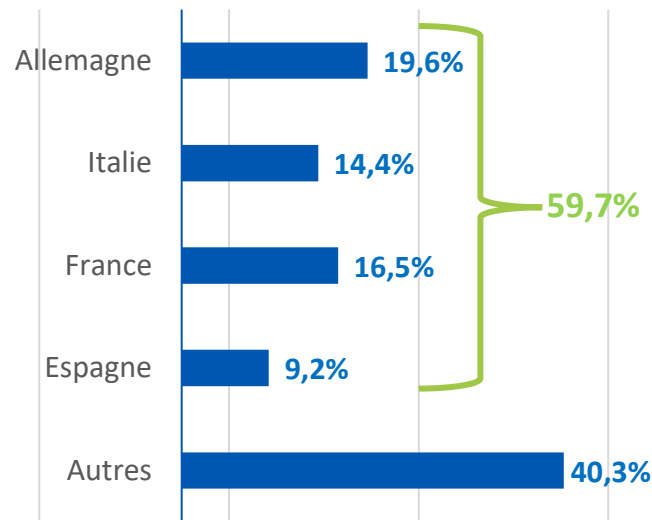
L'Allemagne est le premier marché alimentaire pour la consommation à domicile de l'UE à 27. Le pays représente près de 20% de ces dépenses

L'Espagne est le premier marché pour la restauration hors foyer de l'UE à 27. Le pays représente 18,5% de ces dépenses

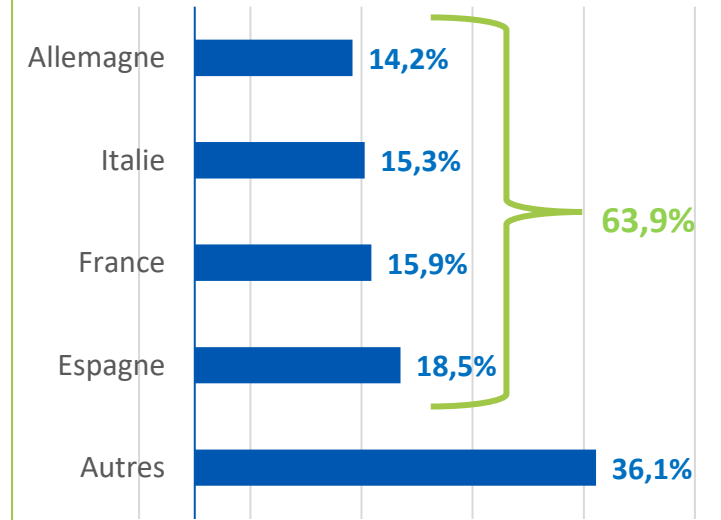
Segmentation des dépenses alimentaires totales par pays (% valeur 2022)



Segmentation des dépenses alimentaires à domicile par pays (% valeur 2022)



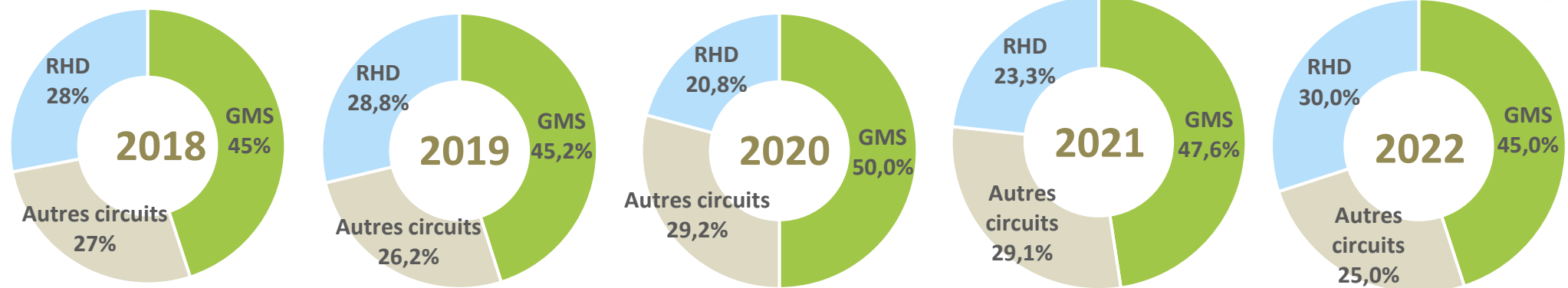
Segmentation des dépenses en services de restauration par pays (% valeur 2021)



Les dépenses alimentaires des ménages

France : les données Eurostat

Les dépenses alimentaires des Français ont atteint 293 milliards d'euros en 2022, en hausse de 12,7% par rapport à 2021. En termes de répartition entre circuits, la consommation hors domicile (RHD : restauration hors domicile) représentait 30% des dépenses en 2022, en nette hausse après l'effondrement de 2020 (crise Covid). Les dépenses en services de restauration ont bondi en France en 2022 : +45%, alors que les dépenses de consommation à domicile ont progressé d'un peu moins de 3% en valeur, dans un contexte inflationniste. En termes de volume, les dépenses alimentaires des ménages pour leur consommation à domicile se sont contractées de 4,5% en moyenne annuelle en 2022.



Million d'€ et %	2018		2019		2020		2021		2022 e	
	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€
Consommation à domicile	72,0%	184 268	71,2%	188 062	79,2%	199 743	76,7%	199 506	70,0%	205 300
Consommation hors domicile	28,0%	71 536	28,8%	76 235	20,8%	52 417	23,3%	60 527	30,0%	87 800
TOTAL	100,0%	255 804	100,0%	264 297	100,0%	252 160	100,0%	260 033	100,0%	293 100

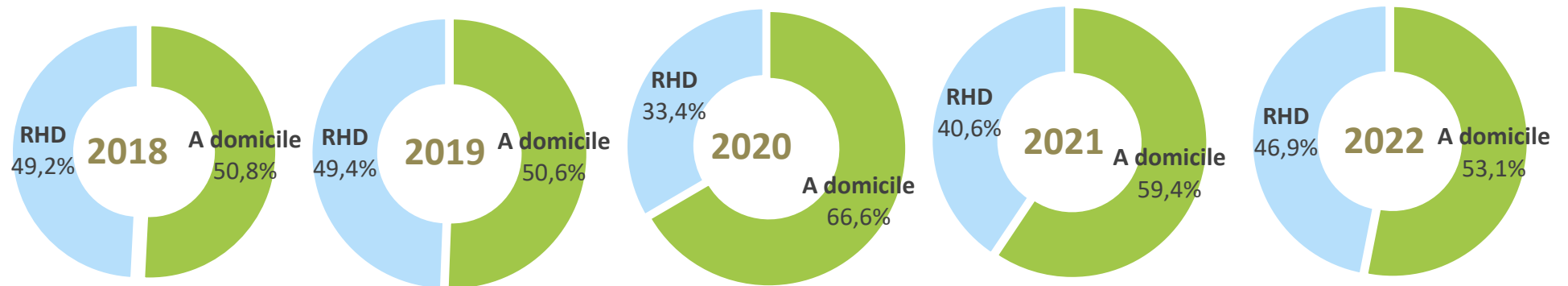
E : estimation FCD pour 2022, Source : Eurostat

Les dépenses alimentaires des ménages

Espagne (1) : les données Eurostat

NB. D'après l'Institut national de la statistique (INE), le tourisme représentait 12,4% du PIB espagnol avant la pandémie. Cette part était de 7,5% en France en 2019.

La part très élevée du tourisme dans l'économie espagnole se traduit dans les chiffres de consommation des ménages par un niveau structurellement élevé des dépenses en restauration hors foyer. Avant la crise de la Covid, elles représentaient plus de 95 milliards d'euros (vs 72-75 milliards d'euros en France). En 2019, les dépenses de consommation hors domicile étaient ainsi proches des dépenses de consommation à domicile en Espagne. La crise de la Covid-19 a fait tomber cette part à 33% en 2020, avant un redressement à plus de 40% en 2021. Le redressement s'est poursuivi en 2022 : le poids des dépenses en RHF s'est établi à 46,9%, se rapprochant du niveau d'avant crise.



Million d'€ et %	2018	2018 M€	2019	2019 M€	2020	2020 M€	2021	2021 M€	2022	2022 M€
Consommation à domicile	50,8%	98 976	50,6%	101 109	66,6%	108 921	59,4%	107 656	53,1%	114 149
Consommation hors domicile	49,2%	95 684	49,4%	98 719	33,4%	54 662	40,6%	73 521	46,9%	100 844
TOTAL	100,0%	194 660	100,0%	199 828	100,0%	163 583	100,0%	181 177	100,0%	214 993

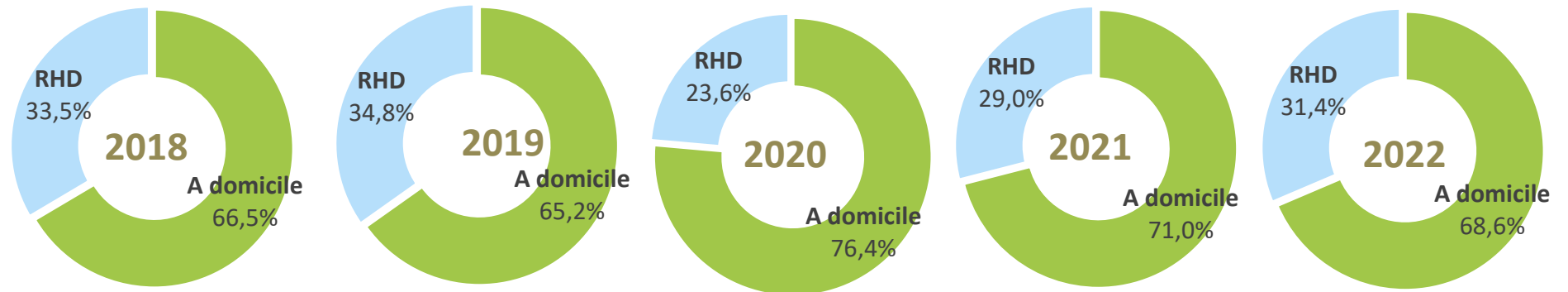
Source : Eurostat

Les dépenses alimentaires des ménages

Espagne (2) : l'analyse du ministère de l'Agriculture => les foyers espagnols

NB : *champ réduit par rapport aux données Eurostat : l'analyse se concentre sur la demande totale des personnes résidant en Espagne continentale et aux îles Baléares âgées de 15 à 75 ans (>18 ans pour les boissons alcoolisées). L'étude n'inclut pas la consommation faite par le tourisme, permettant ainsi de quantifier la consommation réelle par habitant des Espagnols.*

Selon les données du Ministère espagnol de l'agriculture, les dépenses alimentaires des Espagnols de plus de 15 ans ont atteint près de 108 milliards d'euros en 2022, en hausse de 2,7% par rapport à 2021. Elles ont ainsi dépassé leur niveau d'avant crise de la Covid-19 (106,65 Md€ en 2019). En termes de répartition entre circuits, la consommation hors domicile (RHD : restauration hors domicile) représentait 31,4% des dépenses en 2022, en sensible redressement par rapport aux 23,4% de 2020. Les dépenses de consommation à domicile tendent quant à elles à se contracter : -0,9% en valeur en 2022, dans un contexte de forte hausse des prix alimentaires (près de 12% en moyenne annuelle en 2022 par rapport à 2021). A noter, en volume, les dépenses en volume ont baissé de 8,8% en 2022 par rapport à 2021.



Million d'€ et %	2018		2019		2020		2021		2022	
	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€
Consommation à domicile	66,5%	68 538	65,2%	69 507	76,4%	79 348	71,0%	74 543	68,6%	73 893
Consommation hors domicile	33,5%	34 539	34,8%	37 144	23,6%	24 525	29,0%	30 396	31,4%	33 887
TOTAL	100,0%	103 077	100,0%	106 651	100,0%	103 873	100,0%	104 939	100,0%	107 780

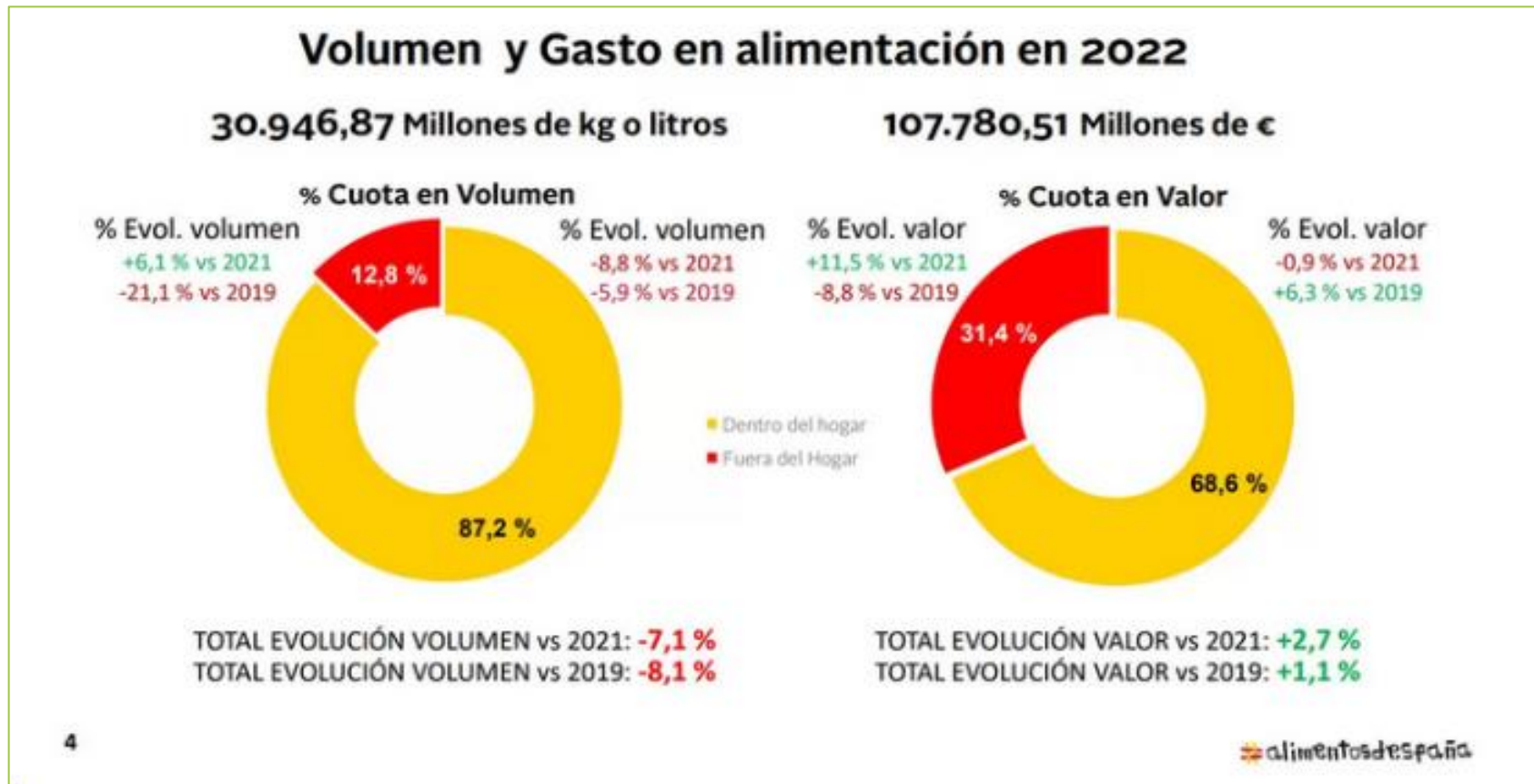
Source : Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación

Les dépenses alimentaires des ménages

Espagne (3) : l'analyse du ministère de l'Agriculture => les foyers espagnols

NB : champ réduit par rapport aux données Eurostat : l'analyse se concentre sur la demande totale des personnes résidant en Espagne continentale et aux îles Baléares âgées de 15 à 75 ans (>18 ans pour les boissons alcoolisées). L'étude n'inclut pas la consommation faite par le tourisme, permettant ainsi de quantifier la consommation réelle par habitant des Espagnols.

Les dépenses alimentaires effectuées à domicile ont représenté près de 69% des dépenses alimentaires totales des Espagnols en valeur en 2022. En volume, cette part est encore plus élevée : 87% des dépenses.



Les dépenses alimentaires des ménages

Espagne (4) : les circuits de distribution (consommation à domicile)

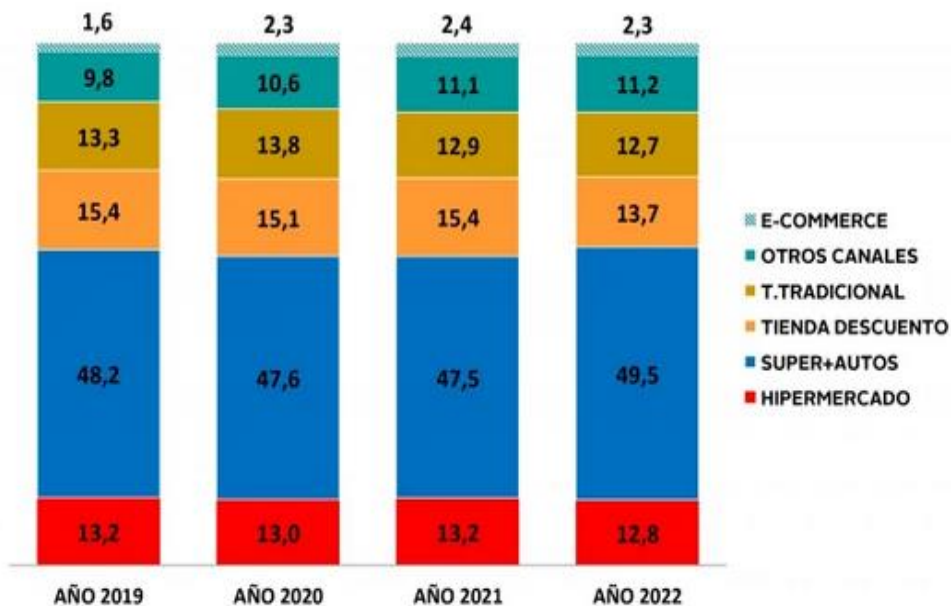
Les supermarchés et les magasins en libre-service concentrent 49,5% du volume des achats alimentaires des ménages espagnols. Cependant, alors que pour les aliments secs ou emballés, il représente plus de 57% du volume, pour les aliments frais, il ne représente que 36,7%. L'épicerie traditionnelle est le deuxième canal le plus important pour l'achat de produits frais (30,2% du volume). En 2022, les discounters représentent le deuxième canal, avec 13,7% du volume total des produits alimentaires. L'hypermarché représente 12,8% du volume d'achats de l'ensemble des aliments, se plaçant ainsi en troisième position. Le commerce électronique termine l'année 2022 avec une part en volume de 2,4% du total des aliments et boissons achetés.

Segmentation du commerce de détail alimentaire en Espagne : % en volume en 2022

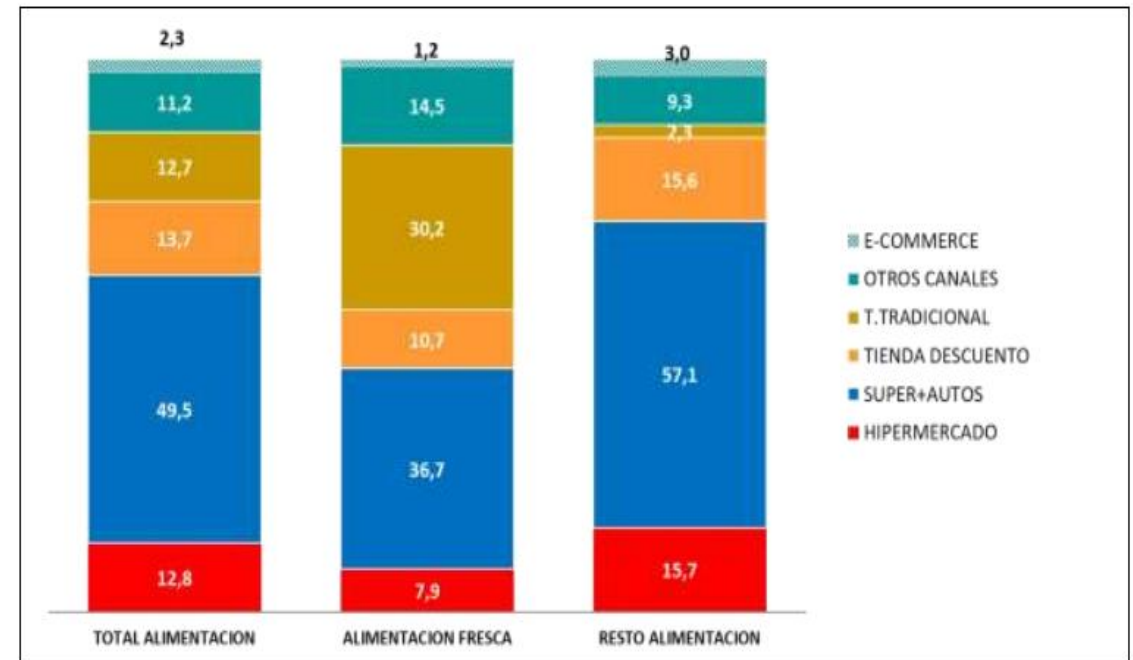


Cuota de mercado de los canales de compra

Cuota volumen canales Total Alimentación Dentro del hogar



Importancia de los canales de compra (% volumen) según los tipos de alimentación (total alimentación, alimentación fresca, resto alimentación)



Source : Ministerio de Agricultura, pesca y alimentación

Les dépenses alimentaires des ménages

Espagne (5) : la consommation alimentaire à fin août 2023

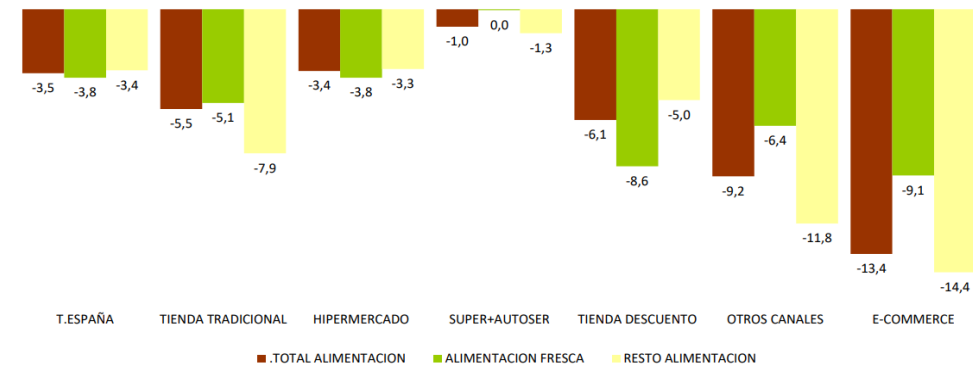
La consommation alimentaire à domicile des Espagnols s'est contractée de 3,5% en volume au cours des 8 premiers mois de l'année 2023. En valeur, elle a progressé de 8% dans le contexte inflationniste caractérisant les pays européens en 2023. Au cours de la période, les prix ont augmenté de 11,9%, avec une tendance à la décélération au cours des derniers mois.

	TAM AGOSTO 23	% Variación TAM AGOSTO 23 vs TAM AGOSTO 22	% Variación MAYO 23 vs MAYO 22	% Variación JUNIO 23 vs JUNIO 22	% Variación JULIO 23 vs JULIO 22	% Variación AGOSTO 23 vs AGOSTO 22
Volumen (Millones kg/l)	26.770,7	-3,5 %	3,4 %	-0,3 %	-0,8 %	-1,1 %
Valor (Millones €)	78.904,16	8,0 %	15,5 %	10,5 %	10,4 %	8,6 %
Precio Medio	2,95	11,9 %	11,8 %	10,9 %	11,3 %	9,9 %
Consumo x Cápita	572,15	-4,6 %	1,6 %	-2,1 %	-2,5 %	-2,8 %
Gasto x Cápita	1.686,37	6,8 %	13,6 %	8,7 %	8,5 %	6,8 %



L'ensemble des circuits de distribution alimentaire en Espagne a été impacté par la baisse des volumes en 2023. Cependant, les supermarchés ont relativement mieux résisté avec une contraction des volumes de seulement -1%. Les commerces traditionnels ont plus souffert : -5,5% en volume sur les 8 premiers mois de l'année, de même que discounters (-6,1% en volume). A noter aussi la forte chute enregistrée par le e-commerce alimentaire (-13,4%).

% Evolución de Volumen (kg/l) en cada Lugar de Compra



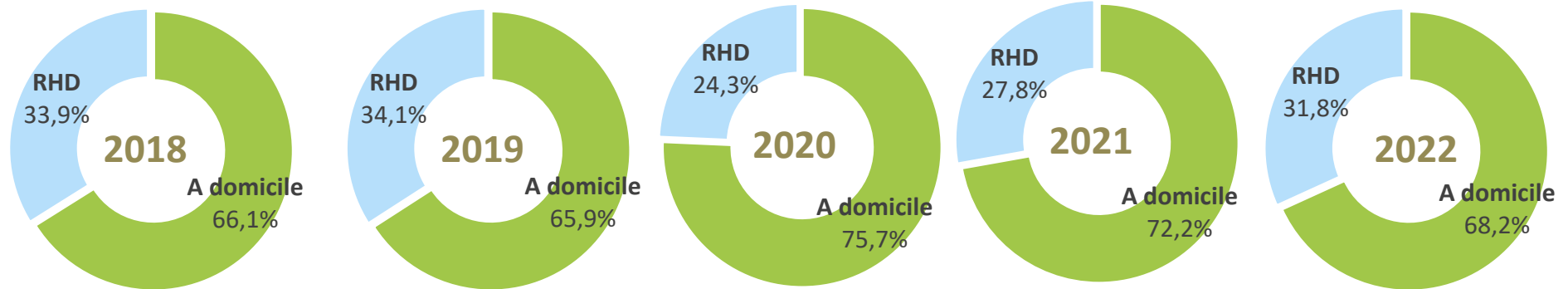
T. TRADICIONAL: Pescadería, Carnicería/Charcutería, Lechería, Herboristería, Tda Congelados, Mercados y Plazas, Panadería, Bar/bodega, Farmacia, Verdulería/Frutería y tiendas de alimentación/comestibles/ultramarcos.
 OTROS CANALES: Economato/Coop, Venta Domicilio, Mercadillos, Autoconsumo, Compra Directa al productor, Internet /E-commerce, Resto Canales.
 INTERNET / E-COMMERCE: Compras realizadas a través de internet. Este canal está incluido dentro de Otros Canales.

ALIMENTACION FRESCA: Carnes Frescas, Huevos, Pescados Frescos, Mariscos/Moluscos Frescos, Pan, Patatas Frescas, Hortalizas Frescas, Frutas Frescas

Les dépenses alimentaires des ménages

Italie (1) : les données Eurostat

Les dépenses alimentaires des Italiens ont atteint 262 milliards d'euros en 2022, en hausse de 11,6% par rapport à 2021. Elles ont largement dépassé leur niveau d'avant crise de la Covid-19 (250,7 Md€ en 2019). En termes de répartition entre circuits, la consommation hors domicile (RHD : restauration hors domicile) représentait 31,8% des dépenses en 2022, une part en redressement par rapport au creux de 2020 (24,3%). Les dépenses de consommation à domicile ont augmenté de 5,3% en valeur en 2022, dans un contexte fortement inflationniste (les prix à la consommation des produits alimentaires et boissons non alcoolisées ont augmenté de 9,3% en moyenne annuelle en 2022). Les dépenses en services de restauration ont bondi de 28% en 2022.

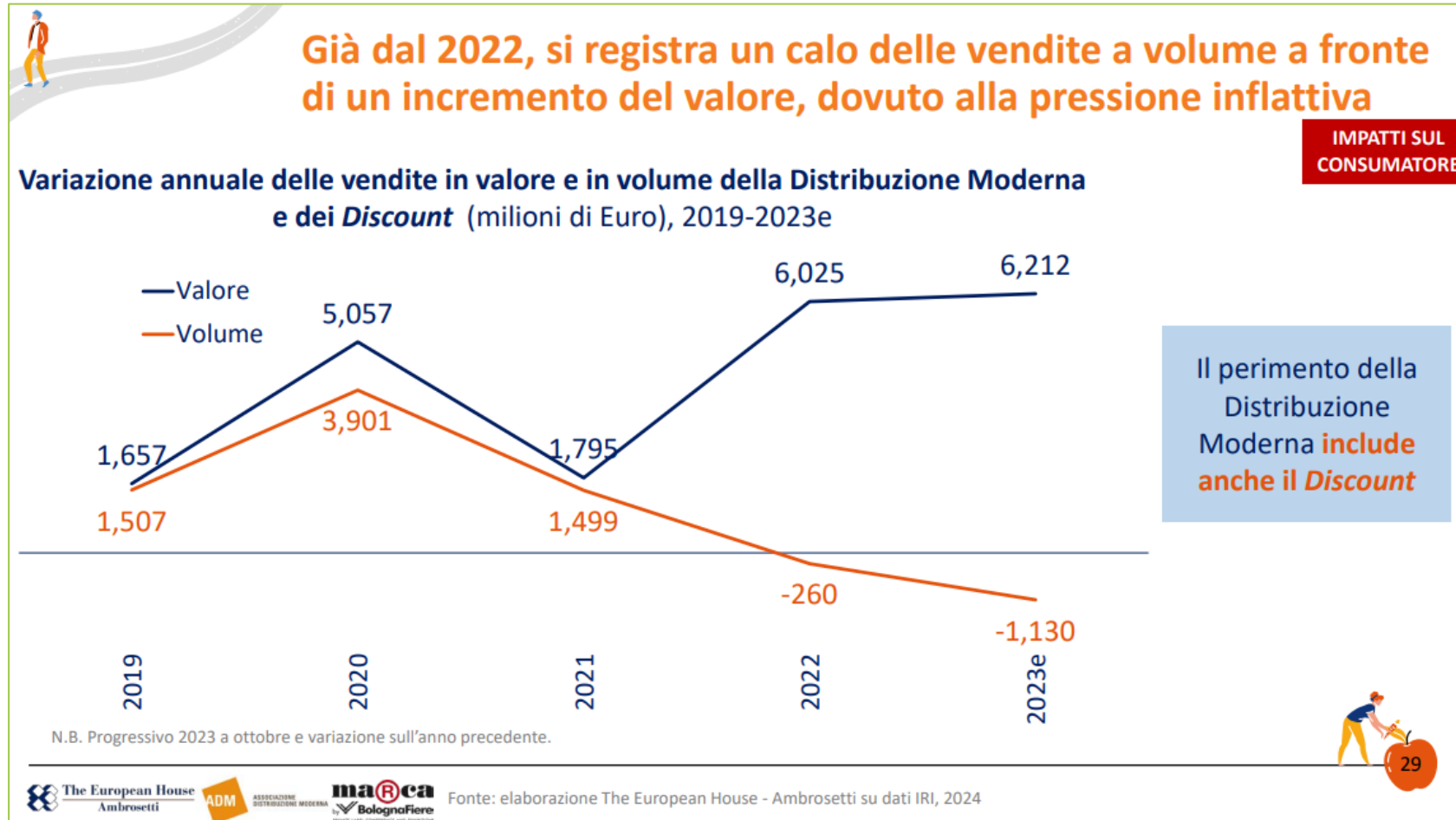


Million d'€ et %	2018		2019		2020		2021		2022	
	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€
Consommation à domicile	66,1%	163 221	65,9%	165 234	75,7%	169 254	72,2%	169 954	68,2%	178 915
Consommation hors domicile	33,9%	83 588	34,1%	85 506	24,3%	54 278	27,8%	65 285	31,8%	83 550
TOTAL	100,0%	246 809	100,0%	250 740	100,0%	223 532	100,0%	235 239	100,0%	262 465

Source : Eurostat

Les dépenses alimentaires des ménages Italie (2) : croissance des ventes en grande distribution

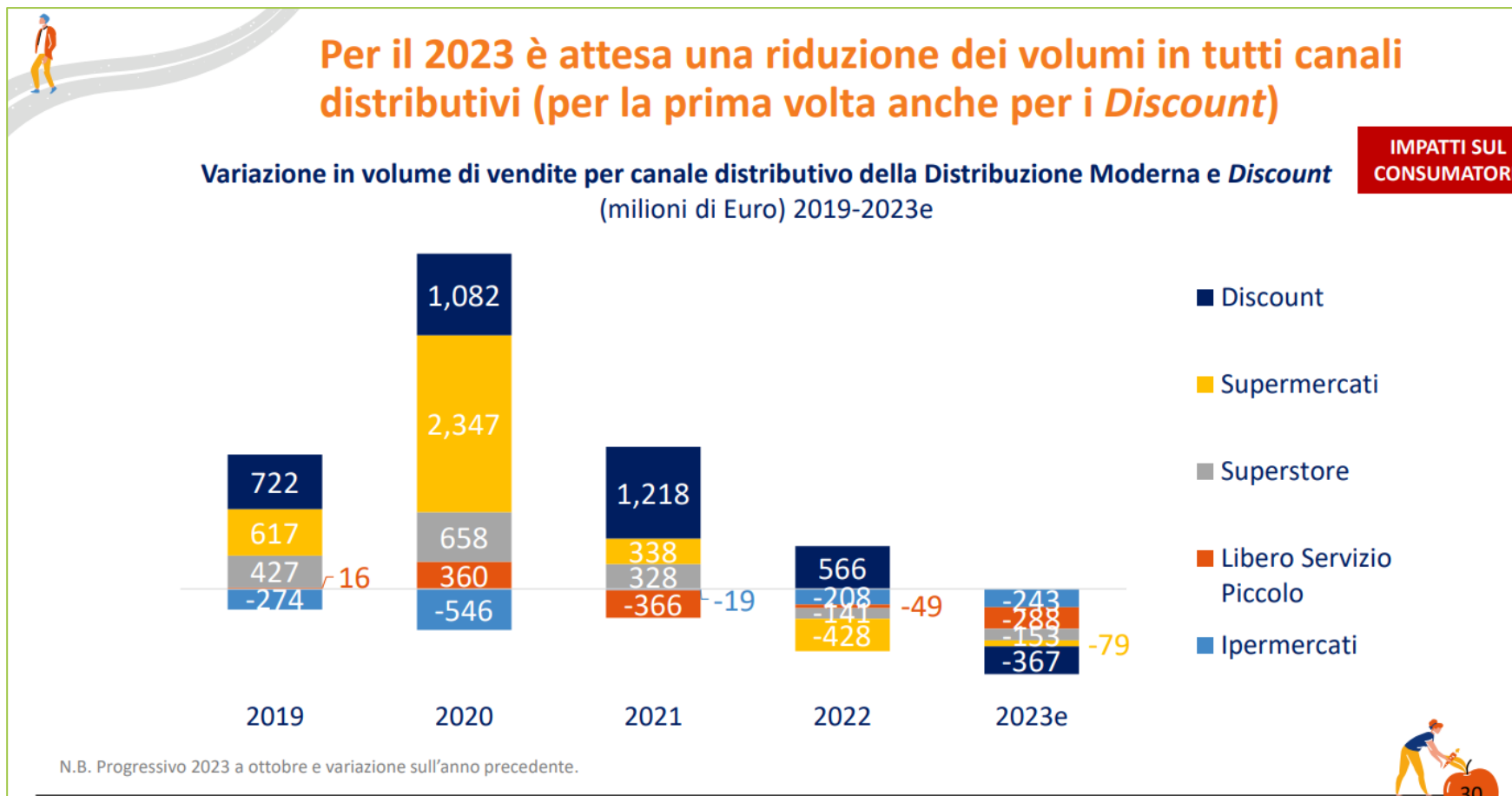
Le « commerce moderne » en Italie (yc discount) a progressé de plus de 6,2 Md€ en valeur en 2023. Mais en euros constants (hors effet inflation), la tendance est baissière. Les ventes se sont contractées de 1,13 Md€ en 2023, après un recul de 260 M€ en 2022.



Les dépenses alimentaires des ménages

Italie (3) : croissance des ventes en grande distribution

Les volumes sont en baisse dans l'ensemble des circuits de distribution alimentaire en Italie. Les discounters affichent même un premier recul (-367 M€, en euros constants, par rapport à 2022).

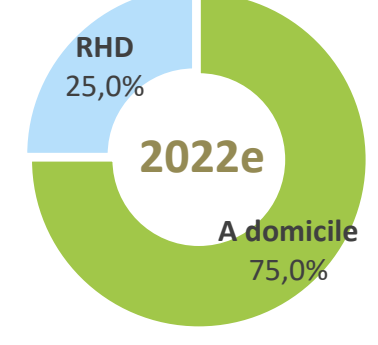
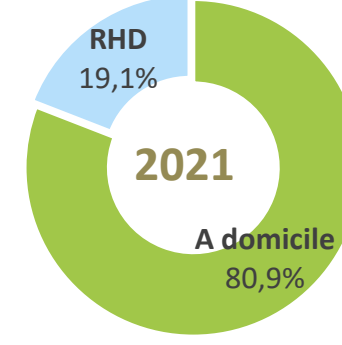
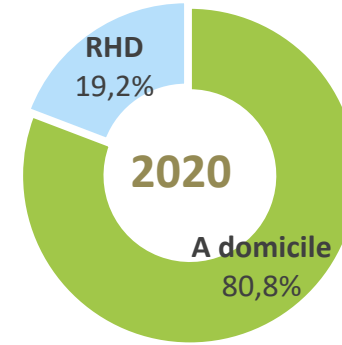
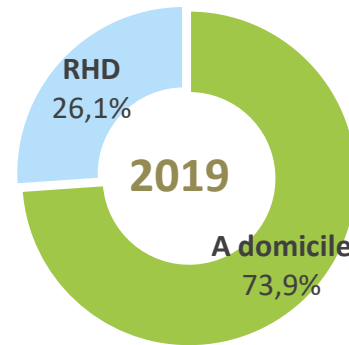
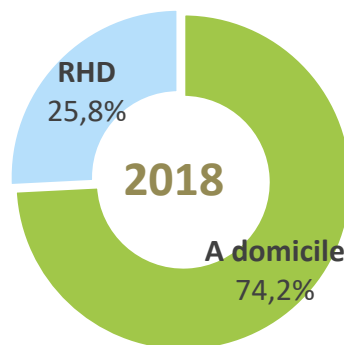


Source : The European House, Ambrosetti - 2023

Les dépenses alimentaires des ménages

Allemagne : les données Eurostat

La consommation alimentaire en Allemagne se caractérise par une part plus faible des dépenses consacrées à la restauration hors foyer : un peu plus d'un quart en 2022 (retour au niveau avant crise Covid-19), et moins de 20% en 2020 et 2021. A noter, avec 320 milliards d'euros de dépenses alimentaires globales (à domicile et hors domicile) en 2022, l'Allemagne représente le premier marché alimentaire européen, devant la France et l'Italie (à noter: le classement était le même en 2019). Il s'agit aussi du pays le plus peuplé (plus de 83 millions d'habitants).



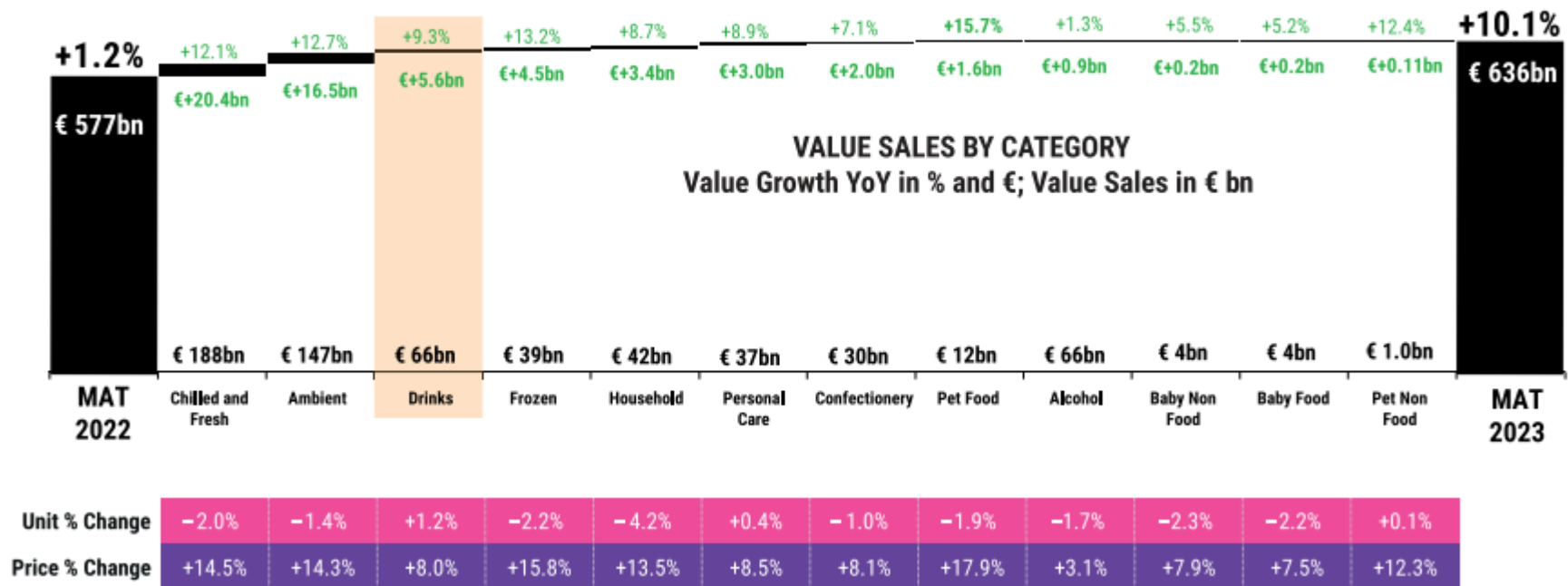
Million d'€ et %	2018		2019		2020		2021		2022	
	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€	Part	M€
Consommation à domicile	74,2%	203 137	73,9%	209 673	80,8%	221 263	80,9%	226 818	75,0%	240 427
Consommation hors domicile	25,8%	70 788	26,1%	74 135	19,2%	52 652	19,1%	53 439	25,0%	80 159
TOTAL	100,0%	273 925	100,0%	283 808	100,0%	273 915	100,0%	280 257	100,0%	320 586

Les PGC en Europe (1)

Forte hausse des ventes en valeur et baisse des volumes

Selon les données de Circana, les ventes de PGC en valeur ont progressé de plus de 10% sur 12 mois à fin juin 2023 dans les 6 pays européens suivis par Circana, dans un contexte particulièrement inflationniste. Les ventes en volume ont en revanche baissé de -1,3% au cours de cette même période.

Weakening unit demand across FMCG

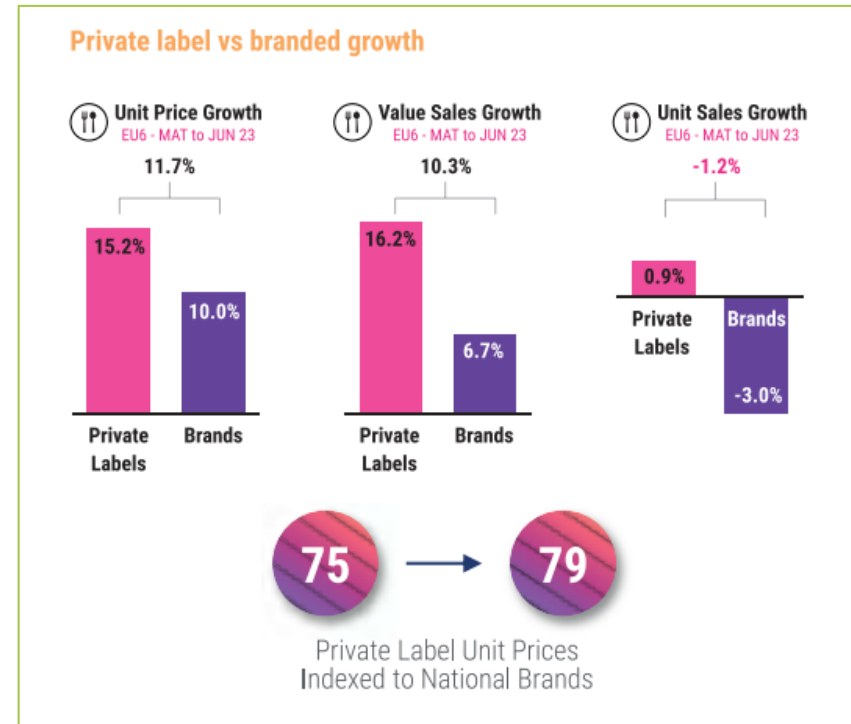


6 marchés : France, UK, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Espagne. Source : Circana, données à fin juin 2023

Les PGC en Europe (2)

Montée en puissance des MDD

Selon les données de Circana, la part de marché des MDD dans les 6 pays analysés (France, Espagne, Italie, Allemagne, UK, Pays-Bas) s'est approchée des 39% mi-2023, en hausse de 2 points en l'espace d'une année. Ce poids varie selon les marchés, allant de 30% en Italie à 47% en Espagne. Sur 12 mois à fin juin 2023, les ventes de MDD ont progressé de 0,9% en volume, tandis que les ventes de marques nationales se contractaient de -3%. A noter également, l'écart de prix entre MDD et MN s'est réduit, passant de 25% en 2022 à 21% en 2023, compte tenu de la forte inflation sur les MDD (+15%) vs les MN (+10%). La hausse des prix plus soutenue des MDD s'explique naturellement par le poids plus élevé des matières premières dans les et de la quasi-absence de dépenses liées au marketing notamment.

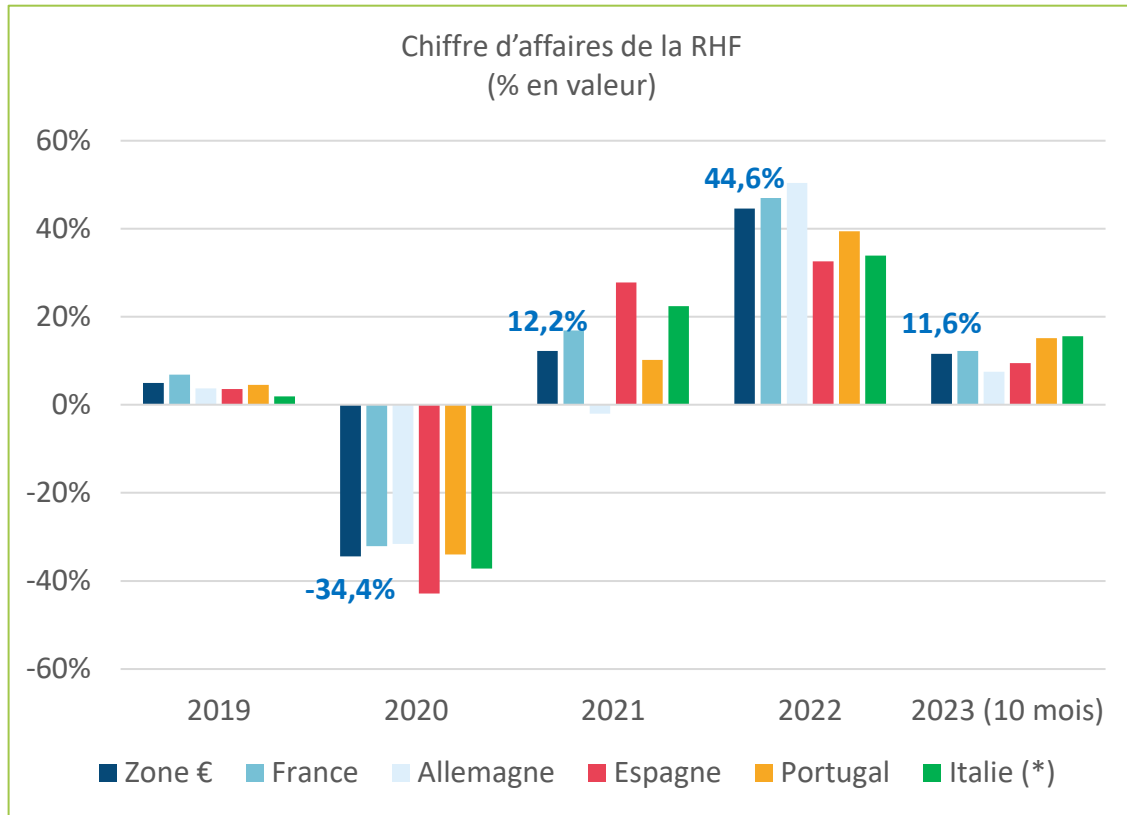


6 marchés : France, UK, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Espagne. Source : Circana, données à fin juin 2023

La restauration hors foyer

Ralentissement de la croissance dans la RHF européenne

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 44,6% en valeur en 2022 par rapport à 2021 (zone €), conséquence mécanique de la réouverture des restaurants au cours du printemps-été 2021. La tendance est maintenant au tassement de la croissance du chiffre d'affaires en valeur : +11,6% sur les 10 premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2022. Cette décélération s'observe dans l'ensemble des grands marchés de l'UE. La croissance s'est par exemple établie à 9,5% en Espagne au cours des 10 premiers mois de 2023, après un bond de 33% en moyenne annuelle en 2022.



	2020	2021	2022	10 mois 2023
Zone €	-34,3%	12,2%	44,6%	11,6% <i>(10 mois)</i>
UE à 27	-33,0%	13,3%	43,0%	12,1% <i>(10 mois)</i>
Allemagne	-31,6%	-2,0%	50,4%	7,5%
France	-32,1%	16,9%	47,0%	12,2%
Italie (*)	-37,2%	22,4%	33,9%	15,6%
Espagne	-42,9%	27,8%	32,6%	9,5%
Portugal	-34,0%	10,2%	39,4%	15,1%

(*) source : ISTAT (9 mois), Source : Eurostat



Fédération du Commerce
et de la Distribution