



Fédération du Commerce
et de la Distribution

Conjoncture dans la filière alimentaire

Juin 2021

(extraits de la note destinée aux adhérents de la FCD)

Avertissement : La rédaction de ce document a été finalisée le **04 juin 2021**. Cette note de conjoncture dresse le bilan de l'année 2020 et des premiers mois 2021 dans la filière alimentaire en fonction des données disponibles à date.

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

Les faits marquants début 2021

Les prix dans la filière alimentaire :

Tensions haussières en amont et décélération en aval (France et UE)

En amont de la filière alimentaire, les prix agricoles français (indice Ippap) ont progressé de 3,1% entre les 4 premiers mois de 2021 et les 4 premiers mois de 2020, soit une sensible accélération (+0,5% en 2020). L'indice des prix d'achat des moyens de production (Ipampa) a lui augmenté de 3,7% sur cette même période, sa croissance est notamment tirée par les aliments des animaux (+8,4% en glissement), les engrais et amendements (+5,7%). Plus en aval, les prix à la production des produits agroalimentaires en France ont augmenté de 0,4% au cours des 4 premiers mois de 2021, après un ralentissement en moyenne annuelle en 2020. En Europe, au sein de la zone euro, les prix ont légèrement baissé (-0,3% en T1 2021), après un tassement en 2020. Les prix alimentaires à la consommation en France ont augmenté de 0,6% au cours des 4 premiers mois de 2021, soit un rythme relativement proche de celui observé dans la zone €. Les prix des produits non transformés, en particulier, ont eu tendance à progresser moins rapidement après une forte hausse en moyenne annuelle en 2020 (+1,7% sur le T1 2021, après +4% en 2020 dans la zone €, et +3,3% en France en T1 2021 après +5,4% en 2020).

Du côté des PGC-FLS, IRI fait état d'une poursuite de la contraction des prix en mai 2021.

Consommation alimentaire des ménages :

Sans surprise, une baisse début 2021 par rapport à 2020

La consommation alimentaire des ménages (à domicile) s'est contractée de 1,3% en volume au cours des 4 premiers mois 2021, après une hausse de 3,4% en 2020 [à noter, l'INSEE a sensiblement revu à la hausse ses chiffres relatifs à la consommation alimentaire sur 2020]. Après la période hors normes de 2020, les achats alimentaires vont progressivement retrouver des niveaux « standard » courant 2021 avec la réouverture du secteur RHF en particulier. En termes de produits, le contrecoup de 2020 se fait ressentir sur certaines catégories : après un boom de +7% en volume en 2020, la phase d'atterrissage commence pour les viandes avec une hausse limitée à +1,3% au cours du premier trimestre 2021 (en glissement annuel par rapport à T1 2020). Même chose du côté des produits laitiers, avec des baisses pour le lait liquide (-9,6% en T1), l'ultra-frais (-2,5%), ou encore les œufs (-3%). A noter toutefois une accélération du côté des produits de la mer frais (+19% pour le poisson), et une baisse des produits de la mer surgelés et en conserve. Les comparaisons avec 2020 sont toutefois à analyser avec précaution compte tenu des comportements d'achats très spécifiques de 2020. Enfin, la tendance est aussi au tassement pour le bio en début d'année, avec même une baisse pour les fruits et légumes et certains produits laitiers (lait liquide, yaourt, crème).

Activité des industries agroalimentaires :

Frémissement d'activité en début d'année

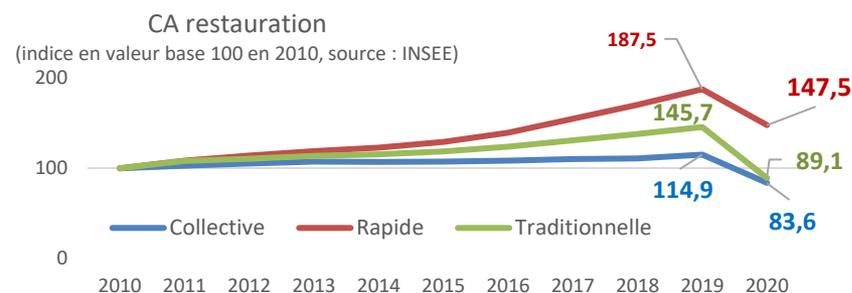
Le chiffre d'affaires des IAA françaises (yc boissons et tabac) s'est contracté de -2% en valeur en 2020, son plus fort décrochage depuis 10 ans (baisse de 4,7% du CA à l'exportation et de -1,2% sur le marché intérieur). Les premières données sur 2021 indiquent cependant une amorce de retournement de tendance : +1,9% en T1 2021 (en glissement). D'ailleurs, l'indicateur d'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA s'est fortement redressé en mai 2021 : +10 points en l'espace d'un mois. Il s'établit à 115, soit son niveau le plus élevé depuis fin 2007. L'indicateur relatif aux carnets de commandes (globaux et internationaux) s'est nettement amélioré. Le taux d'utilisation des capacités de production dans les IAA a stagné entre T1 et T2 2021 (données de mars), après une hausse depuis T3 2020. Sur le front de l'emploi salarié, les données Acoos et INSEE indiquent certes une quasi stabilité de l'emploi en T4 2020, mais le niveau est désormais proche du point haut de T1 2020. Le taux de marge dans les IAA (EBE/ VA) dans les industries agroalimentaires tend à se redresser progressivement, après une forte baisse en T2 2020. En T4 2020, il s'établit à 30,7%, toujours en-dessous de son niveau d'il y a un an.

Enfin, le solde commercial agroalimentaire yc boissons et tabac s'est contracté, à 4,8 Md€ en 2020 (vs 5,9 Md€ en 2021), conséquence de la forte baisse des exportations de boissons. Les premiers éléments sur 2021 (T1) indiquent une modeste amélioration.

La restauration hors foyer :

Amorce de redressement en T2

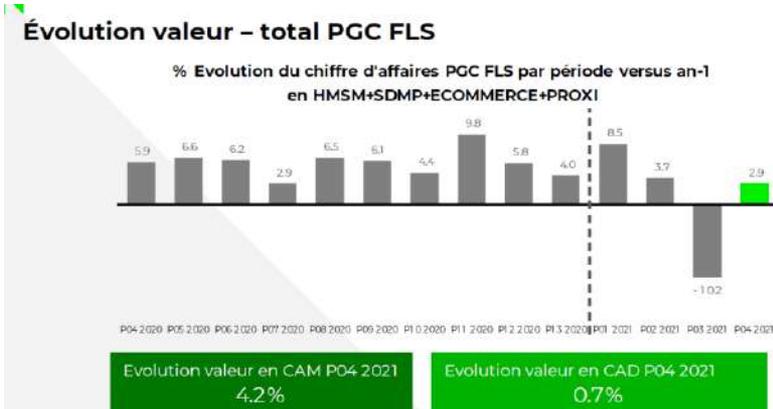
Le climat des affaires dans la restauration a fortement rebondi en mai 2021, conséquence de la réouverture des établissements à compter du 19 mai (avec cependant terrasse + jauge). L'indice publié par l'INSEE a même atteint un point haut en mai 2021, après avoir atteint un point bas historique en mai 2020. En termes de rattrapage d'activité, la partie n'est cependant pas gagnée...



La conjoncture post Covid-19 : un redémarrage de la RHF à compter de mai 2021, de nombreuses incertitudes en termes de rythme de progression de l'activité en GMS et RHF

Le marché des PGC-FLS en France (Nielsen) : +0,7% en valeur en cumul à date (P4 2021)

La tendance des ventes en GMS indique un tassement, en comparaison avec la période hors normes du début de 2020. Avec la réouverture progressive du secteur RHF, la tendance à la décélération devrait se poursuivre en 2021.



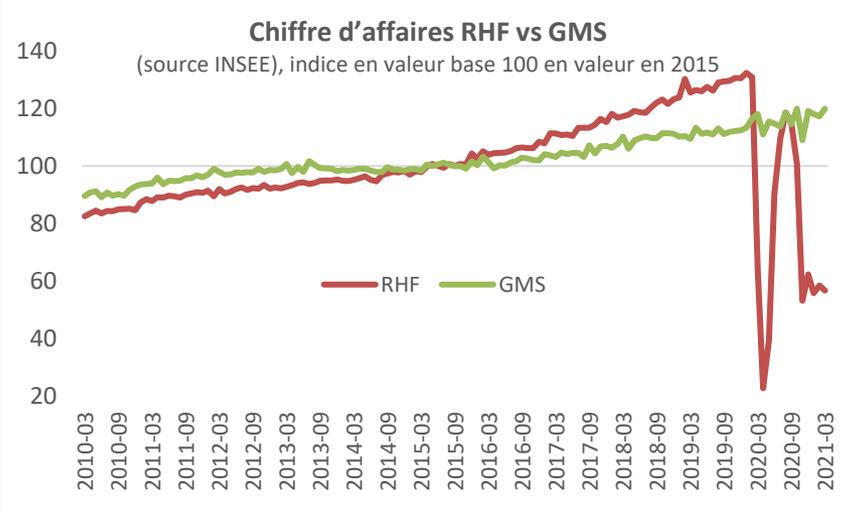
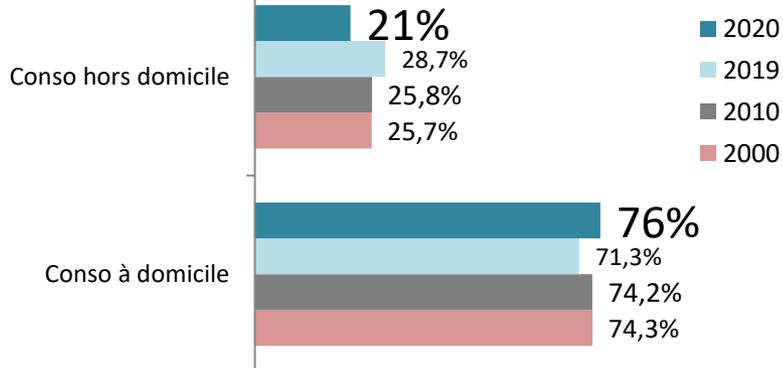
Quel rattrapage pour la restauration hors foyer en 2021 ?

Le chiffre d'affaires du secteur de la restauration (commerciale et collective) a progressé de 53% en valeur entre 2010 et 2019, contre +23% pour la grande distribution alimentaire. Le chiffre d'affaires des entreprises de la RHF s'est brutalement replié de 32% en 2020, et le secteur est resté quasiment à l'arrêt au cours des 4 premiers mois de l'année 2021, avant un début de réouverture (terrasses en restauration commerciale) le 19 mai.

Pour que le secteur retrouve son niveau d'activité pré-crise, de 2019, il faudrait que la croissance du chiffre d'affaires sectoriel s'approche de +50% en moyenne annuelle en 2021... Soit une très forte accélération entre les T2 et T4 2021, dans la mesure où le premier trimestre a été marqué par un nouveau recul de l'activité. En d'autres termes, il est peu probable que la restauration retrouve son niveau de pré-crise avant 2022.

La segmentation des dépenses des ménages : alimentation à domicile vs alimentation hors domicile (part en %, valeur)

Source : INSEE, traitement FCD



Sommaire

▪	L'activité des IAA		P 5
	Chiffre d'affaires France et UE	P6	
	Production France et UE	P10	
	Climat des affaires, investissements	P12	
	Emploi	P15	
	Taux de marge EBE / VA	P16	
▪	Les prix dans la filière alimentaire		P 17
	Matières premières	P18	
	Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P19	
	Prix de vente industriels	P24	
	Prix à la consommation	P26	
	Comparaisons européennes (IPPAP, prix de vente industriels, prix à la consommation)	P30	
▪	La consommation des ménages		P 33
	Tendances de consommation	P34	
	Consommation alimentaire (début 2021 et retour sur 2020)	P36	
	Segmentation produits (viandes, produits laitiers, produits de la mer, F&L, vins, PFT)	P38	
	Focus sur le bio	P47	
	Focus RHF	P51	
	Chiffres des panélistes (Nielsen, IRI) France UE	P52	
	Chiffre d'affaires des circuits spécialisés (primeurs, poissonneries, viandes, boissons)	P54	
▪	Le commerce extérieur		P 55
	Solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires	P56	
	Solde commercial des produits agroalimentaires	P57	
	Solde commercial des produits agricoles	P59	
▪	Etudes, enquêtes		P 61
	Etudes France	P62	
	Etudes Europe, international	P66	

L'activité des IAA

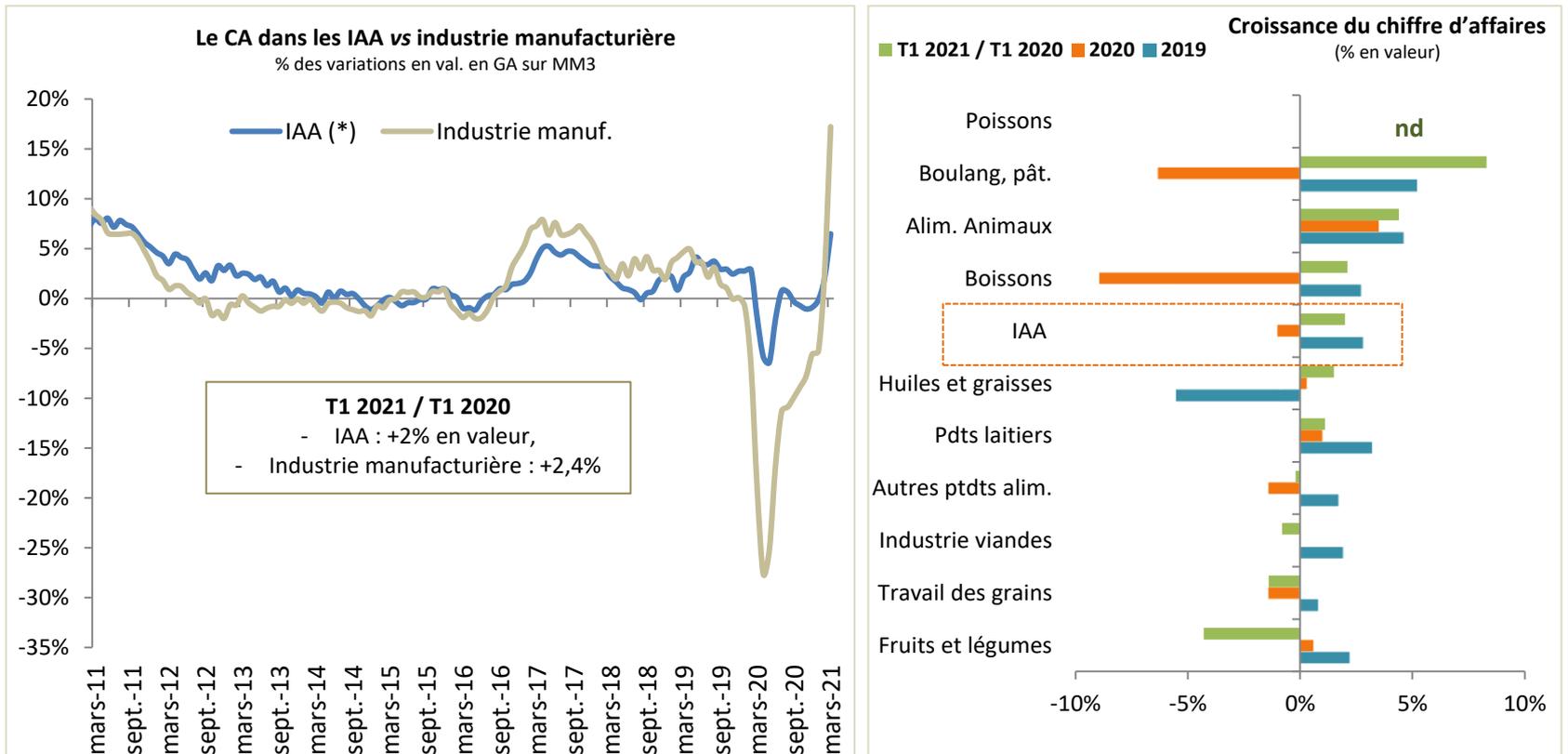


Le chiffre d'affaires dans les IAA (1)

Les industriels agroalimentaires limitent la contraction de leur chiffre d'affaires à -1% en 2020 et la tendance est à une nette amélioration début 2021

La baisse du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) s'est établie à -1% en 2020 (vs +2,8% en 2019). La baisse a été moins prononcée que celle observée dans l'ensemble de l'industrie manufacturière (-12,7%). Dans les IAA, les secteurs qui ont le plus souffert ont été la boulangerie-pâtisserie industrielle (-6,3%) et les boissons (-8,9%, avec notamment une baisse de -10% pour les boissons alcooliques distillées et de vins). *A contrario*, le chiffre d'affaires de l'industrie des aliments pour animaux a progressé de 3,5%, porté par le petfood (+11,3%).

Au cours du premier trimestre 2021, le chiffre d'affaires des IAA s'est redressé en glissement annuel (+2%). La situation s'est notamment améliorée dans la boulangerie industrielle (+8,3% en T1, alors que les données INSEE indiquent un repli de 7% en volume de la production industrielle), les aliments pour animaux (+4,4%) et les boissons (+2,1%).



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

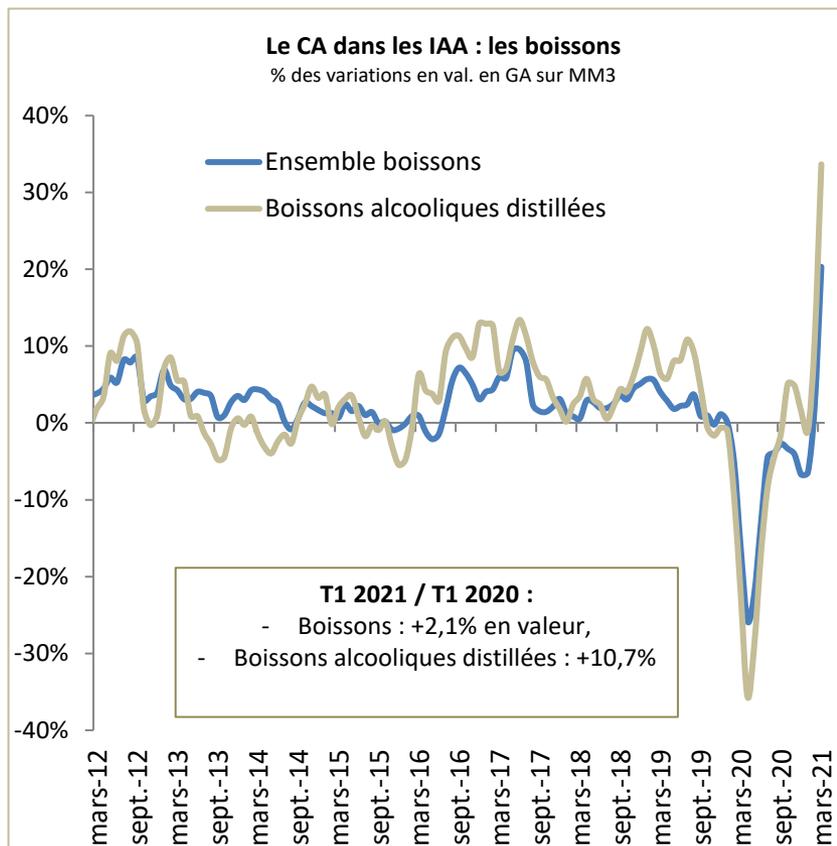


Le chiffre d'affaires dans les IAA (2)

Focus sur les boissons : début d'amélioration en T1 2021 après la forte contraction de 2020

L'industrie des boissons a été particulièrement pénalisée par les conséquences de la crise sanitaire. La fermeture des restaurants et bars a directement impacté l'activité des producteurs de boissons au printemps 2020, dont les ventes se sont repliées de 8,9% en moyenne annuelle en 2020. La chute s'est établie à -9,9% pour le secteur des boissons alcooliques distillées.

La tendance est désormais au très net redressement en glissement annuel en T1 2021 : +2,1% pour le chiffre d'affaires en valeur pour l'ensemble des boissons et +10,7% pour les boissons alcooliques distillées.



Base 100 en 2005	Ensemble boissons	Crois	boissons alcooliques distillées	Crois
2008	116,7	2,9%	124,1	3,1%
2009	111,9	-4,1%	114,7	-7,6%
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	6,3%
2020	140,6	-8,9%	163,6	-9,9%
T1 2021	-	2,1%	-	10,7%

Indice du CA : marché intérieur et exportations / Source : INSEE

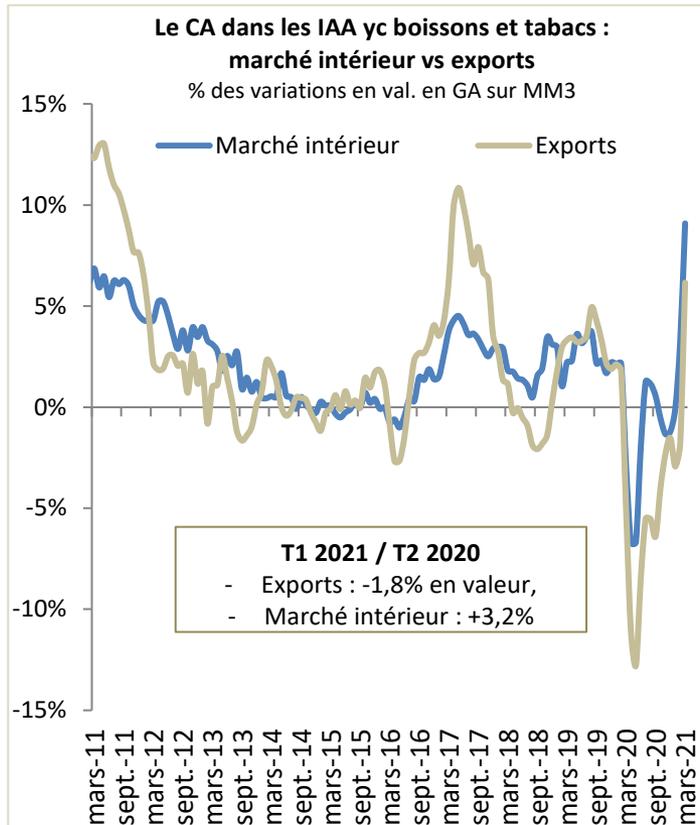


Le chiffre d'affaires dans les IAA (3)

Un marché intérieur en forte accélération en T1 2021

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**yc compris boissons et tabac**) s'est contractée de 2% en valeur en 2020, soit un net décrochage par rapport à 2019. Le recul a été particulièrement marqué du côté du chiffre d'affaires à l'exportation (-4,7%).

Les premiers éléments sur 2021 indiquent une sensible accélération de la croissance, en particulier sur le marché intérieur (+3,2% en valeur en T1 2021 par rapport à T1 2020). Du côté des exportations, la tendance reste baissière sur 3 mois en glissement, mais est haussière entre le T4 2020 et le T1 2021 (+2,1%).



	CA marché intérieur (*)	Crois	CA exports (*)	Crois	CA total (*)	Crois
2008	116,6	5,2%	115,5	3,8%	116,4	5,0%
2009	111,3	-4,5%	109,4	-5,3%	111,0	-4,6%
2010	114,5	2,9%	113,7	3,9%	114,4	3,1%
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	-1,2%	137,5	-4,7%	138,0	-2,0%
T1 2021	-	3,2%	-	-1,8%	-	1,9%

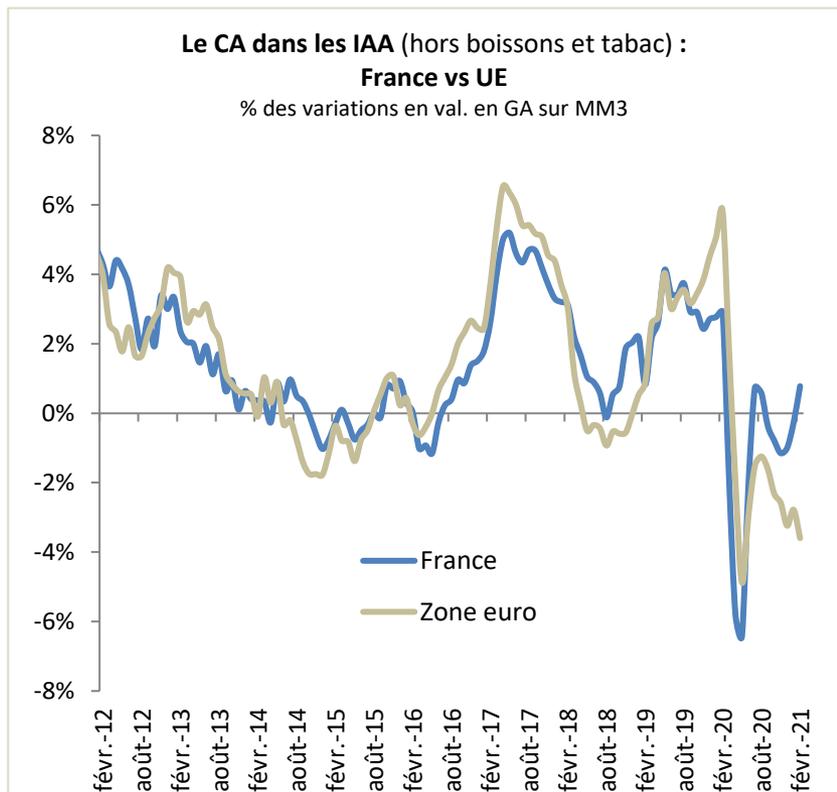
NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations 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 (4)

Recul du chiffre d'affaires des IAA en Europe début 2021

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) s'est légèrement contracté en 2020 (-0,8%), après un exercice 2019 marqué par une hausse de 3,1% du CA en valeur. La situation globale s'est détériorée dans la plupart des pays, notamment en Irlande (-1,4%), en Espagne (-2%), en France (-1,1%) et aux Pays-Bas (-0,4%). La tendance à la dégradation s'est accélérée au cours des 2 premiers mois de l'année, avec une baisse de 3,3% du chiffre d'affaires en janvier-février 2021 par rapport à la même période en 2020, période au cours de laquelle l'activité était particulièrement dynamique.



	Crois. CA 2019/2018	Crois. CA 2020/2019	T1 2021 / T1 2020
Irlande	3,1%	-1,4%	-1,2%
Pologne	6,1%	2,3%	2,6%
France	2,8%	-1,0%	0,4%
UE (27)	3,4%	-0,4%	-3,0% (2 mois)
Zone € (19)	3,1%	-0,8%	-3,3% (2 mois)
Danemark	4,4%	1,0%	-1,0%
Italie	2,2%	0,3%	-1,0%
Espagne	4,2%	-2,0%	-2,0%
Pays-Bas	0,4%	-0,4%	-2,7%
Allemagne	3,6%	-0,1%	-7,3%
RU	nd	nd	nd

(* source : Istat)

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



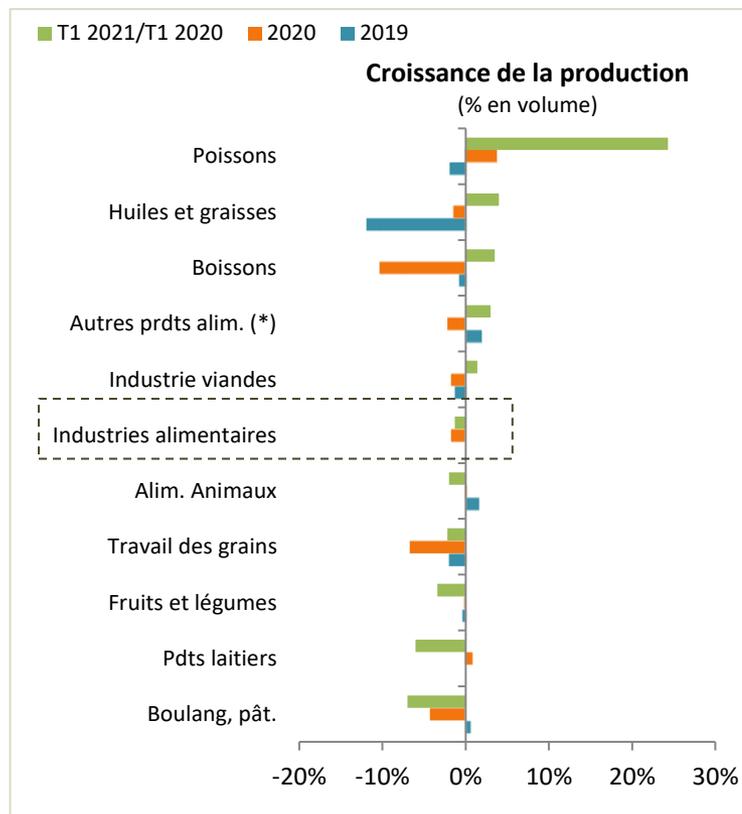
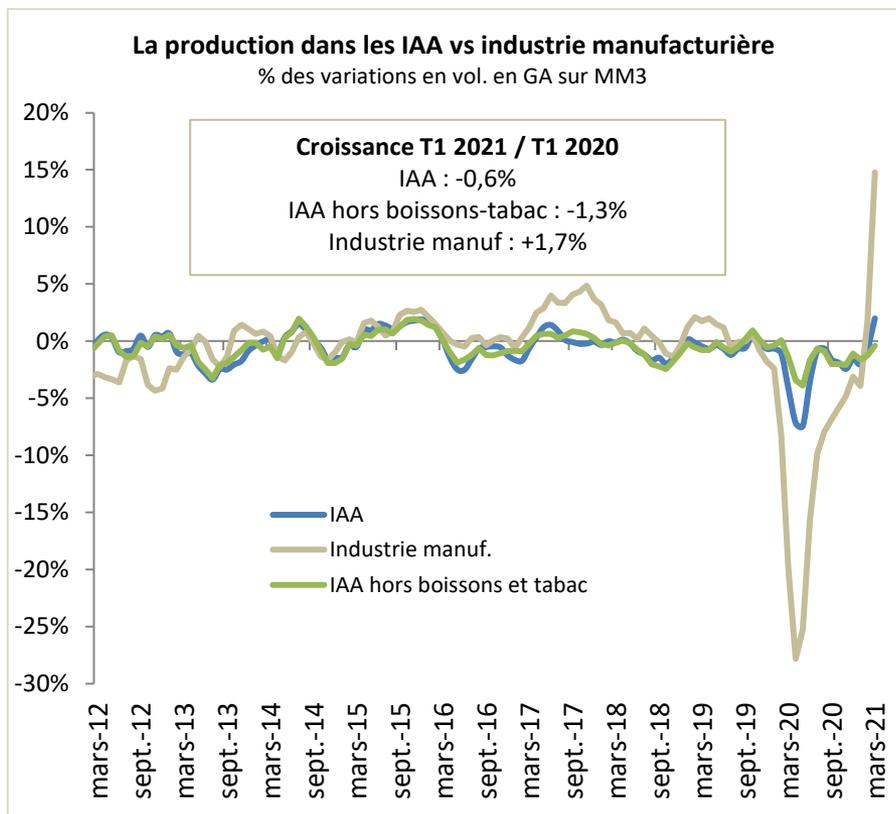
La production dans les IAA (1)

Recul de -1,3% en volume pour les IAA (hors boissons)

au cours du premier trimestre 2021

La production des IAA (hors boissons et tabac) s'est repliée de 1,7% en moyenne annuelle en 2020 (et -2,9% yc boissons et tabac). La production s'est fortement contractée en T2 2020 : -3,7% par rapport à T1 2020. Le T3 a marqué une légère amélioration : +2,5% par rapport à T2 2020. Au global, la production a très légèrement progressé de 0,3% entre S1 et S2 2020. La situation demeure cependant fragile : la production s'est encore contractée de -1,3% en T1 2021 en glissement annuel.

En termes de secteurs, l'industrie des boissons a été la plus pénalisée avec une chute de la production de -10% en 2020 (dont -11% pour les boissons alcooliques distillées), la tendance s'est améliorée en T1 2021 (+3,5% par rapport à T1 2020). La production du travail des grains a chuté de 6,6%.



(*) sucre, cacao-chocolat-produits de confiserie, thé et café, condiments-assaisonnements, plats préparés, aliments homogénéisés et diététiques

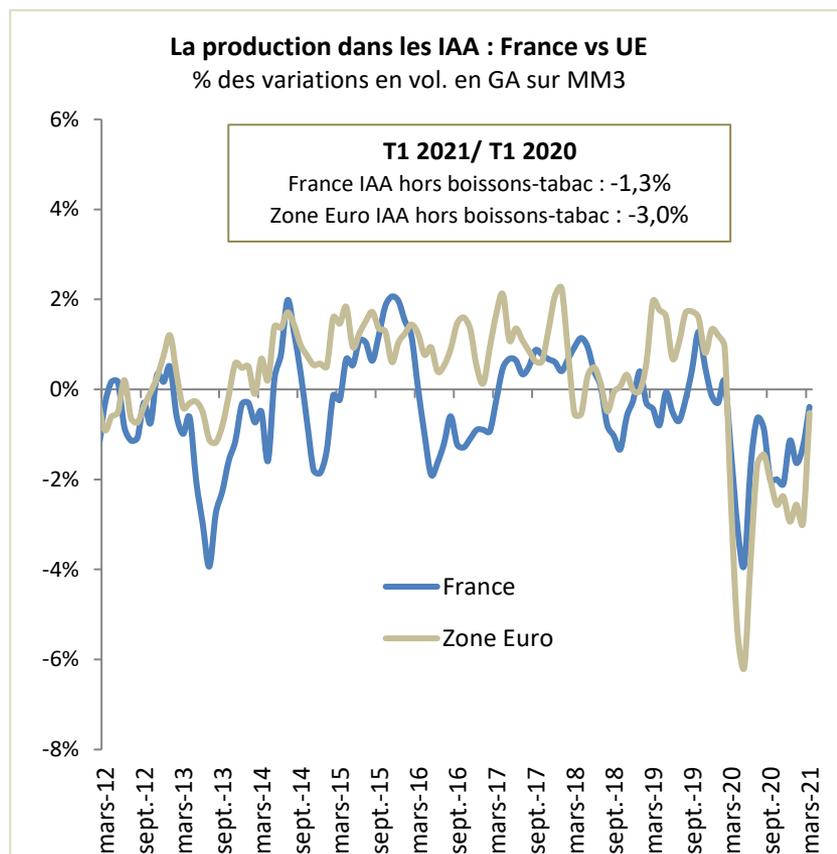
Source : INSEE - indices CVS-CJO



La production dans les IAA (2)

La production des IAA en baisse de 3% au cours du premier trimestre 2021 dans la zone €

La production des industries agroalimentaires en Europe a chuté de -2,1% en volume (-2,5% au sein de la zone €) en 2020. Après le creux du printemps, le rythme de croissance s'est accéléré avant de nouveau ralentir en fin de période. Le début d'année est également décevant avec une baisse de 30% sur les 3 premiers mois de 2021. Si la tendance a été à l'amélioration au Danemark, en Pologne, en Italie notamment, la croissance s'est effondrée en Allemagne (-7% entre le T1 2020 et le T1 2021, en lien avec une forte baisse de la production de produits boulangers et de fruits et légumes transformés).



	201/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	T1 2021 / T1 2020
Danemark	1,8%	0,6%	-0,4%	3,5%
Pologne	4,0%	3,6%	0,5%	2,9%
Italie	1,3%	2,5%	-2,8%	1,1%
France	-1,1%	0,0%	-1,7%	-1,3%
Espagne	0,8%	1,2%	-4,4%	-2,0%
Pays-Bas	1,7%	-1,2%	-1,3%	-2,4%
Irlande	-2,0%	4,4%	-1,1%	-2,4%
UE (27)	0,4%	1,3%	-2,0%	-2,4%
Zone € (19)	0,0%	1,2%	-2,3%	-3,0%
RU	1,7%	0,9%	-2,9%	nd
Allemagne	-1,0%	1,3%	-2,3%	-7,0%

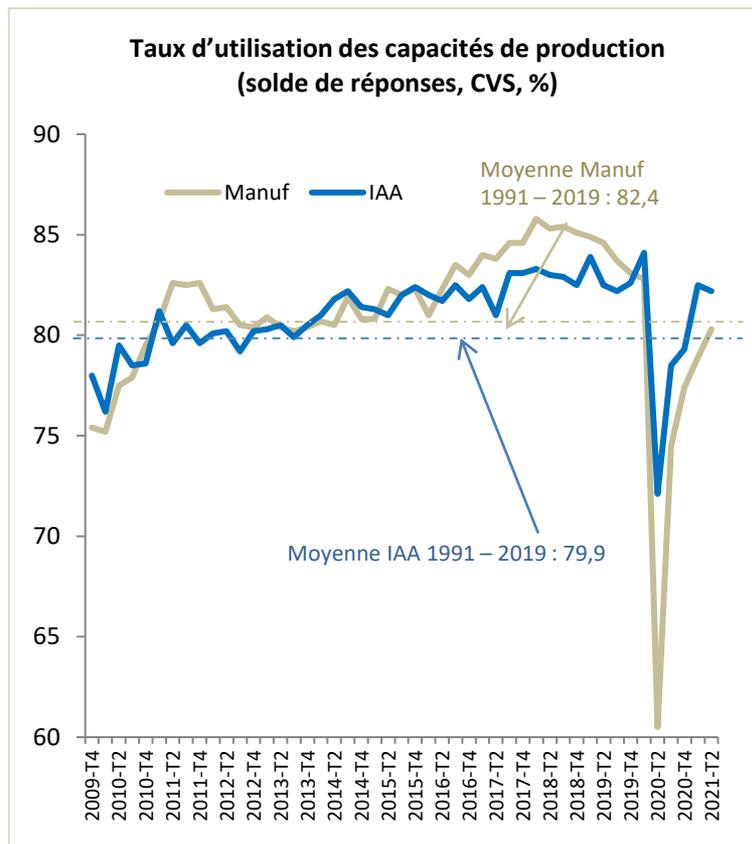
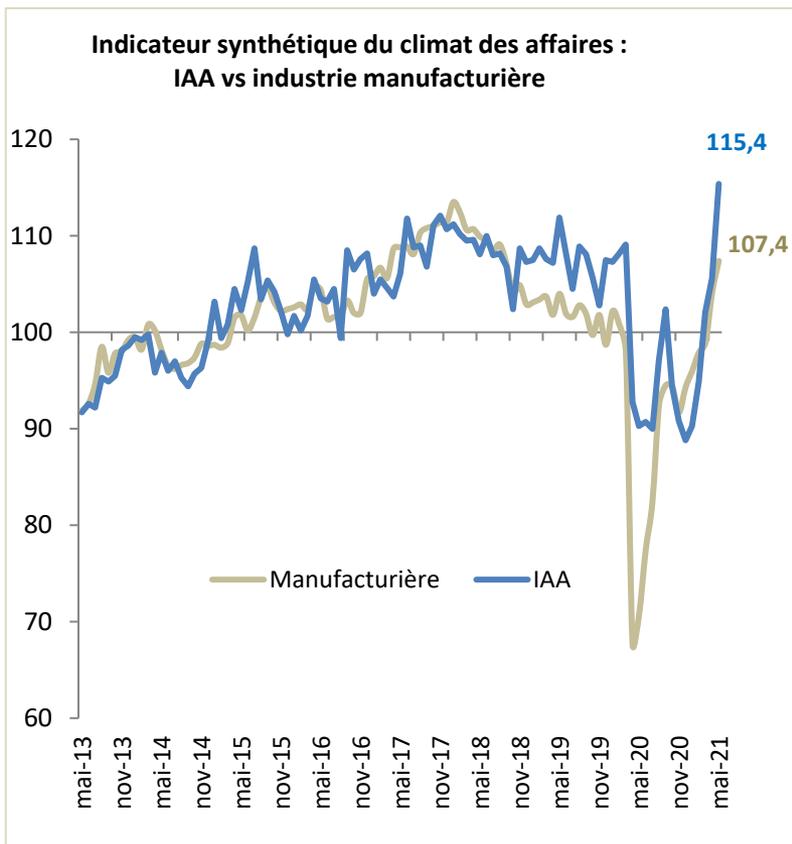
Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat



L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA

Très fort rebond de l'indicateur synthétique du climat des affaires dans les IAA en mai

L'indicateur du climat des affaires dans les IAA poursuit son redressement depuis le début de l'année. A 115 points en mai, il progresse de 10 points entre avril et mai dépasse largement son niveau de longue période (100). Le niveau des carnets de commandes adressées aux chefs d'entreprise tend à se redresser depuis le début de l'année, de même que les perspectives générales. Le taux d'utilisation des capacités de production dans les IAA a stagné entre T1 et T2 2021 (données de mars), après une hausse depuis T3 2020.



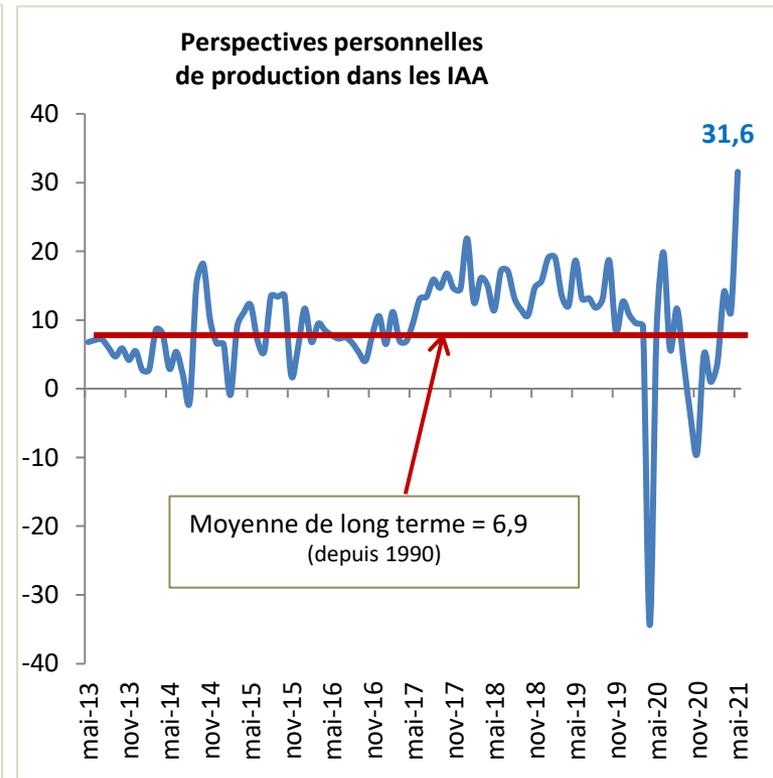
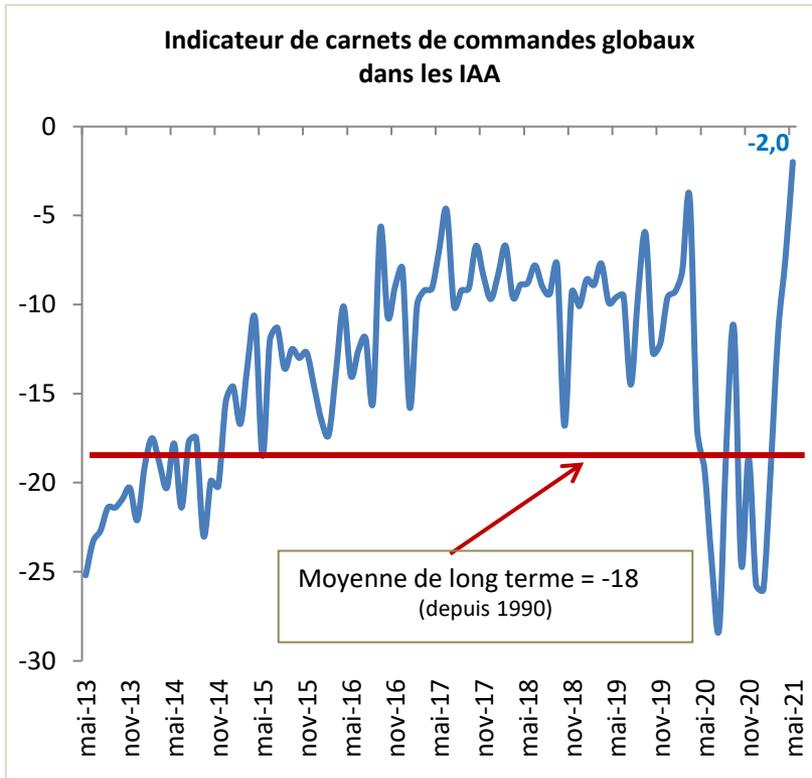
Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – mai 2021



L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA

Carnets de commandes globaux et perspectives de production se redressent nettement en mai

Dans l'industrie agroalimentaire, l'indicateur relatif aux carnets de commandes globaux tend à s'améliorer sensiblement depuis le début de l'année 2021. L'indicateur atteint même son niveau le plus élevé depuis 2007. Cette amélioration a aussi concerné les carnets de commandes étrangers qui avaient atteint un point bas historique en juin 2020 (depuis le début de la série en 1990), ils sont désormais remontés au dessus de leur niveau de moyenne période. La tendance prévue de la production, après un léger repli en avril, s'est fortement redressée en mai.



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – mai 2021



Les investissements dans les IAA

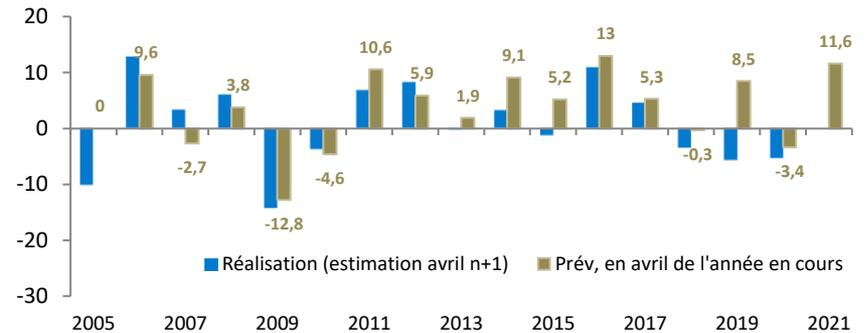
Les chefs d'entreprise dans les IAA anticipent une hausse de leurs investissements en 2021

Les industriels des IAA anticipent une hausse de 11,6% de leurs investissements en 2021

Les investissements des industriels agroalimentaires ont baissé de 5,3% en 2020, soit la 3^e année consécutive de recul selon les estimations des entreprises. La tendance devrait s'améliorer en 2021 : les industriels interrogés en avril anticipent une hausse de 11,6% de leurs investissements.

Évolution en valeur des investissements – Fabrication de denrées alimentaires, boissons, tabac

Prévision en avril de l'année n et réalisation observée en avril pour l'année n-1



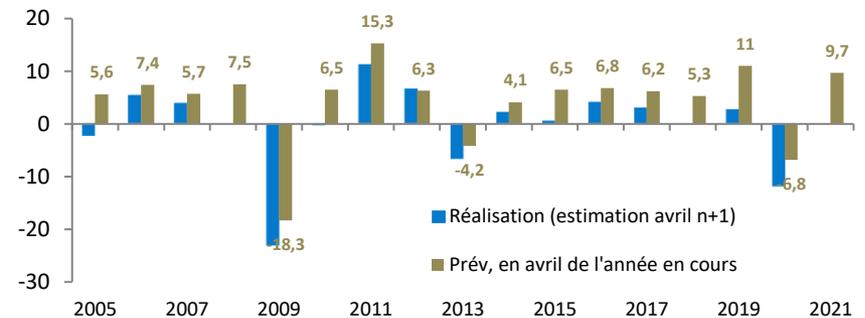
Les chefs d'entreprise de l'industrie manufacturière anticipent une hausse de 9,7% de leurs investissements en 2021

Les investissements des industriels manufacturiers ont baissé de 11,9% en 2020 selon les estimations des entreprises.

La tendance devrait s'améliorer en 2021 : les industriels interrogés en avril anticipent une hausse de 9,7% de leurs investissements.

Évolution en valeur des investissements – Industrie manufacturière

Prévision en avril de l'année n et réalisation observée en avril pour l'année n-1



Source : INSEE, Enquête sur les investissements dans l'industrie – mai 2021

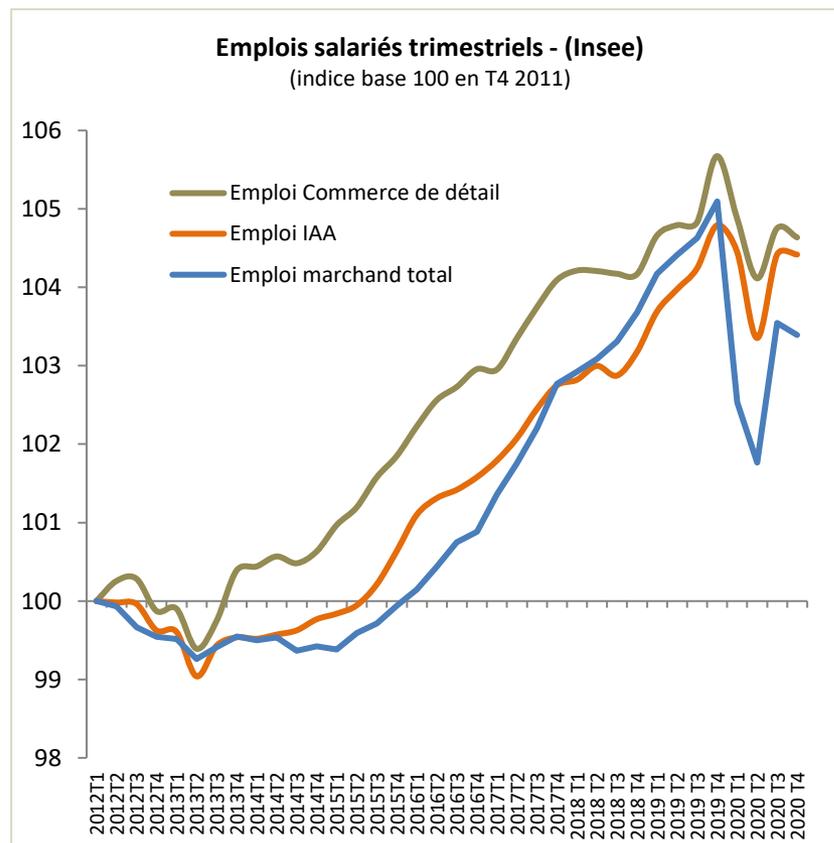
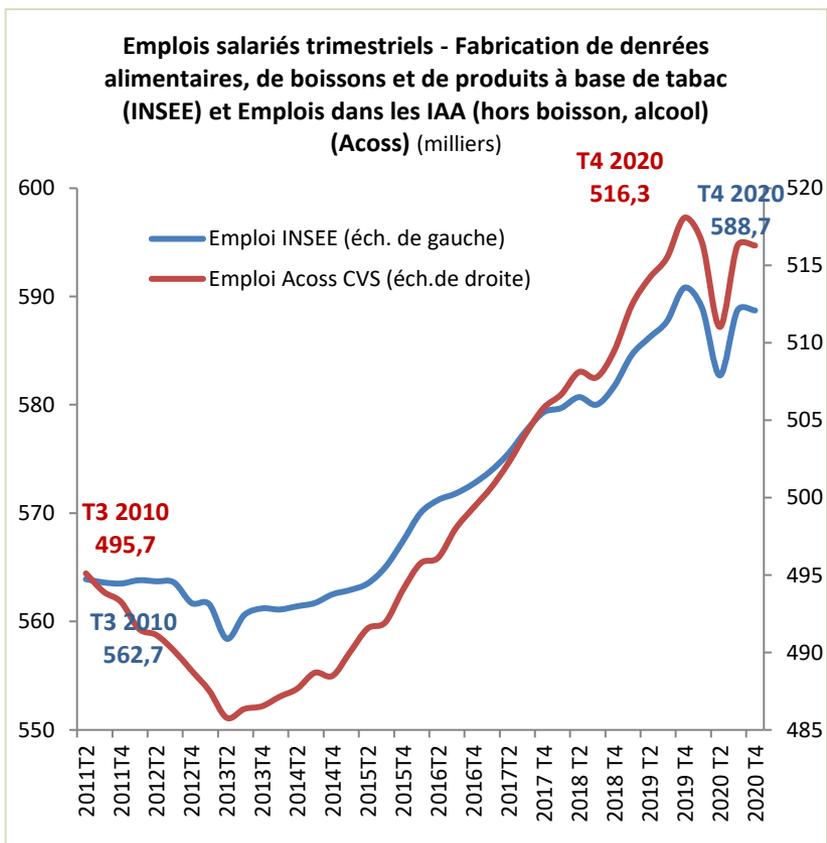


L'emploi dans les IAA

Quasi-stabilité des effectifs salariés en T4 2020

Les données Acooss et INSEE indiquent une quasi stabilité de l'emploi en T4 2020 après le rebond de l'emploi salarié dans le secteur des IAA en T3 2020. Le nombre de salariés s'établit à 516.300 selon les données de l'Acooss, et à 588.700 selon les données de l'INSEE. L'emploi n'a pas retrouvé son niveau de T4 2019.

Le repli de l'emploi salarié s'est avéré plus faible dans l'industrie agroalimentaire entre T4 2019 et T4 2020 : -0,4% (-2 100 postes), vs une baisse de -1% (-18 00 postes) dans le commerce de détail et -1,6% dans l'ensemble du secteur privé (près de -320 000 postes).



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

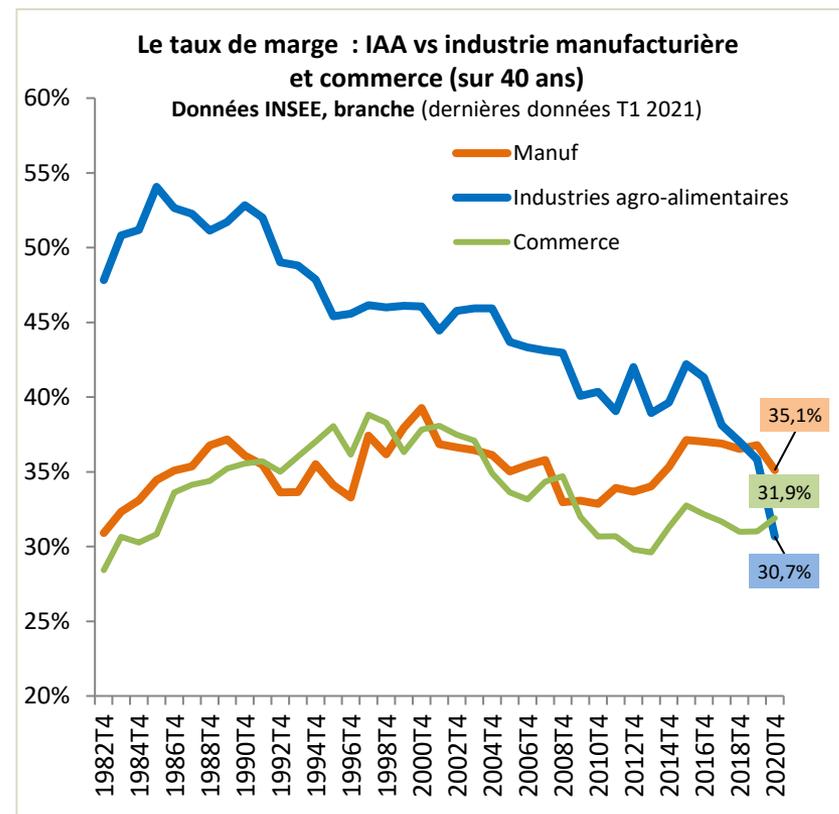
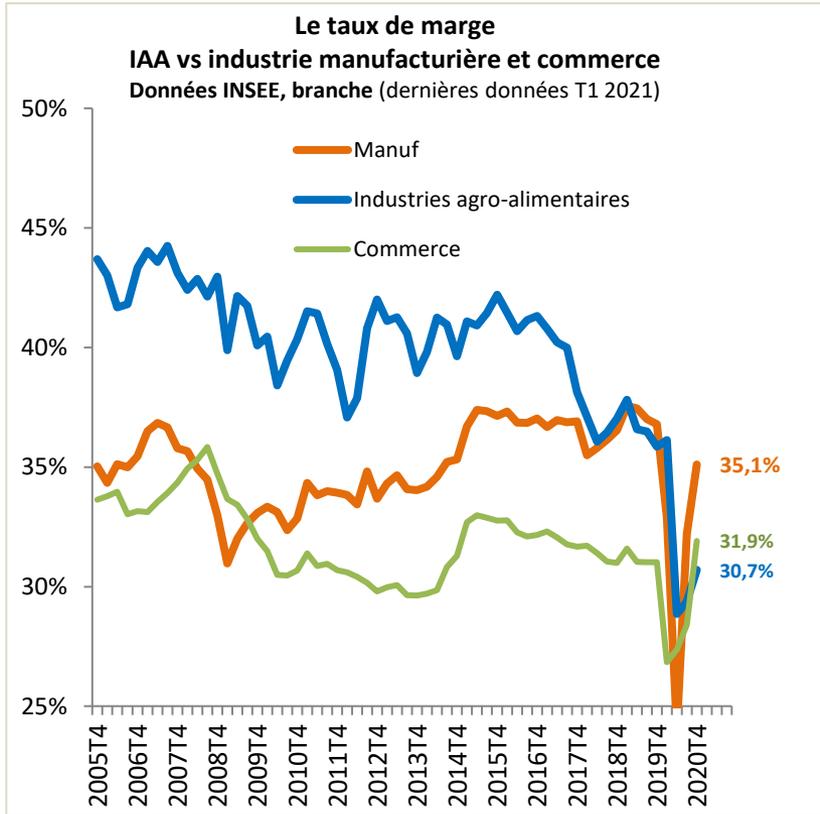


Le taux de marge des branches (EBE / VA)

Redressement des marges en T4 2020

Le taux de marge (rapport EBE / VA en %) dans les industries agroalimentaires était tombé à 28,9% en T2 2020 (-7,3 points par rapport à T1 2020), depuis il tend à se redresser. En T4 2020, il s'établit à 30,7%, bien en deçà de son niveau de LT.

Le taux de marge qui avait fortement baissé dans l'industrie manufacturière entre T1 2020 et T2 2020 (-8,9 points, à 24%), s'est en suite redressé : +11 points entre T2 2020 et T4 2020. Dans le commerce, le taux de marge s'était détérioré en T1 2020 (-4,2 points), depuis il se redresse progressivement.



EBE : excédent brut d'exploitation / VA : valeur ajoutée

Source : INSEE, Compte d'exploitation, valeurs aux prix courants (données CVS-CJO)

Les prix dans la filière alimentaire

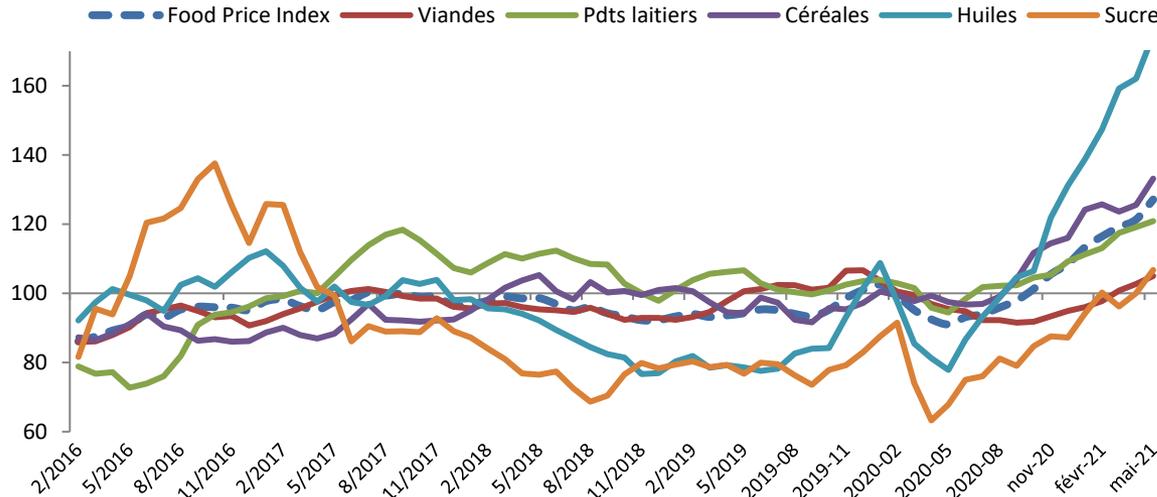


Les matières premières alimentaires : L'indice FAO des prix des produits alimentaires enregistre une nouvelle hausse en mai et atteint son niveau le plus haut depuis près de 11 ans

L'Indice FAO des prix des produits alimentaires s'est établi en moyenne à 127,1 points en mai 2021, soit une hausse de 4,8% par rapport au mois d'avril, et dépasse de 39,7% sa valeur enregistrée il y un an. La valeur d'avril, la plus haute depuis 2011, correspond à la 12^e hausse mensuelle consécutive. Les **prix des céréales** ont augmenté de 6% par rapport à avril (+36,6% sur un an). Parmi les principales céréales, les prix internationaux du maïs sont ceux qui ont le plus progressé (+8,8%) en mai et +89,3% sur un an, leur niveau le plus haut depuis janvier 2013. La révision à la baisse des perspectives de production pour le Brésil a accru la pression sur les disponibilités mondiales. Toutefois, vers la fin du mois, les prix du maïs ont commencé à reculer, en raison de la révision à la hausse des prévisions de production aux États-Unis d'Amérique. Les prix internationaux de l'orge et du sorgho ont également progressé en mai, de 5,4% et 3,6%. Les prix du blé ont progressé de 6,8% (+28,5% sur un an). Les cours des **huiles végétales** ont progressé de 7,8% en mai (+125% sur un an). Les cours internationaux de l'huile de palme ont continué de progresser et ont atteint leurs plus hauts niveaux depuis février 2011. La faible croissance de la production dans les pays d'Asie du Sud-Est et l'accroissement de la demande mondiale ont maintenu les stocks des principaux pays exportateurs à des niveaux relativement bas. La forte demande mondiale prévue pour l'huile de soja a soutenu les prix, et les cours internationaux de l'huile de colza ont bénéficié d'un resserrement prolongé des disponibilités mondiales. Les cours des **produits laitiers** ont augmenté de 1,5% par rapport à avril. Il s'agit du 12^e mois consécutif de hausse (+28% sur un an). Les cours du lait écrémé en poudre ont enregistré la plus forte hausse (demande à l'importation soutenue). Ceux du lait entier en poudre ont aussi progressé, malgré l'abondance des ventes proposées par la Nouvelle-Zélande, car les achats ont été importants, en particulier en Chine. Les cours du fromage se sont renforcés. Les prix du beurre ont reculé à la suite de l'accroissement des disponibilités exportables en Nouvelle-Zélande, ce qui marque la fin d'une période de 11 mois de hausse. Les **prix de la viande** progressent de 2,2%, enregistrant leur 8^e mois de hausse consécutif (+10% sur un an). Les cours de tous les types de viande ont augmenté, en raison de l'accélération des achats à l'importation dans les pays d'Asie de l'Est, surtout en Chine. Le resserrement des disponibilités a soutenu les prix de tous les produits carnés, sous l'effet de multiples facteurs qui vont du ralentissement des abattages (bovins et ovins), à la hausse de la demande interne (volaille et porcins). Les **prix du sucre** ont augmenté de 6,8% (+57% sur un an) du fait de retards de récolte et de craintes concernant une baisse des rendements des cultures au Brésil. Les prix ont bénéficié de la hausse des prix du pétrole brut et d'une nouvelle appréciation du real brésilien par rapport au \$ des États-Unis.

Indices FAO des prix des denrées alimentaires

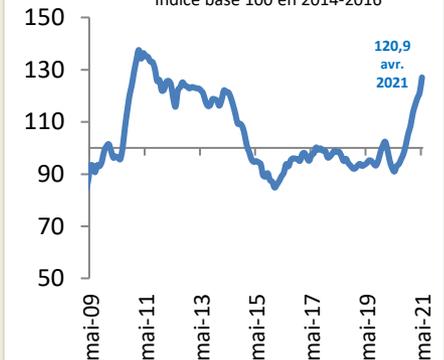
Indice base 100 en 2014-2016



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.

Indice FAO denrées alim.

Indice base 100 en 2014-2016



Source : FAO – dernière donnée, mai 2021

NB : nouvelle base => 2014-2016 = 100



Juin 2021

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

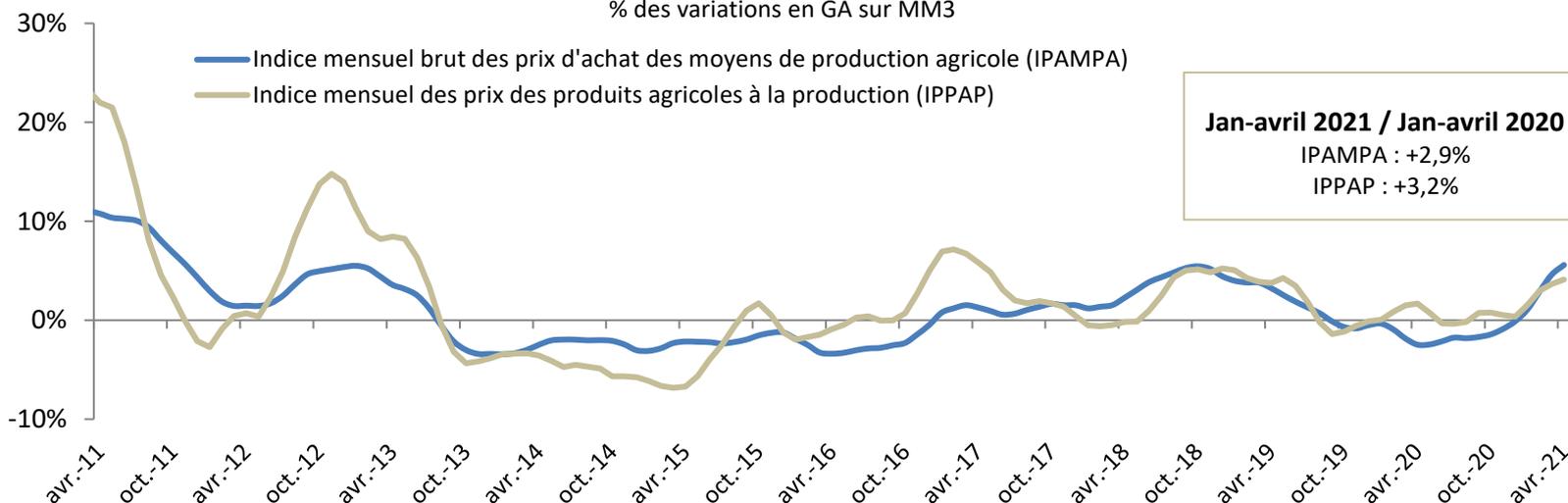
Accélération de la croissance des prix en amont de la filière agricole

Les prix agricoles à la production (IPPAP) ont progressé de 3,1% entre les 4 premiers mois de 2020 et les 4 premiers mois de 2021, soit une sensible accélération par rapport à 2020 (+0,5% en moyenne annuelle). Les prix des céréales ont notamment augmenté de près de 23% au cours de cette période, ceux des oléagineux de +31%. A noter aussi la hausse de +14,3% des prix des fruits frais.

Du côté de l'IPAMPA, les prix ont également progressé : +3,7% au cours des 4 premiers mois de l'année (en glissement annuel), après une baisse en 2020. Les prix des aliments pour animaux ont augmenté de +8,4% (dont +19% pour les tourteaux de soja). A noter aussi l'accélération de la croissance des prix des carburants au cours des derniers mois (+5% en glissement sur les 4 premiers mois de 2021 et +23% entre le dernier quadrimestre 2020 et le premier quadrimestre 2021).

Les prix en amont : prix agricoles à la production et prix d'achat des moyens de production agricole

% des variations en GA sur MM3



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Jan-avril 2021
IPPAP	-4,5%	-3,1%	0,1%	3,7%	2,1%	1,9%	0,5%	3,1%
IPAMPA	-2,5%	-2,1%	-2,5%	1,2%	3,6%	1,5%	-1,5%	3,7%

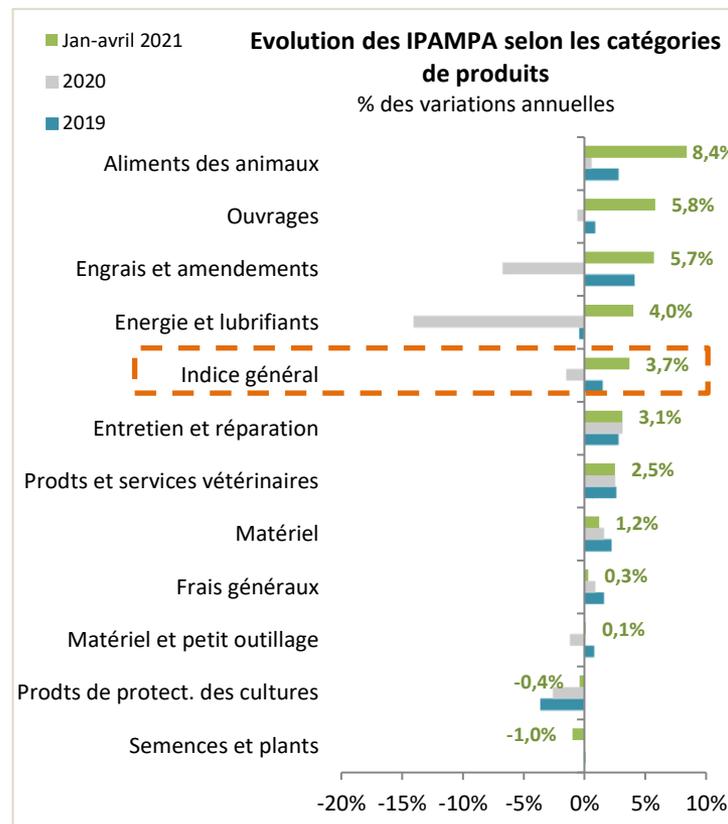
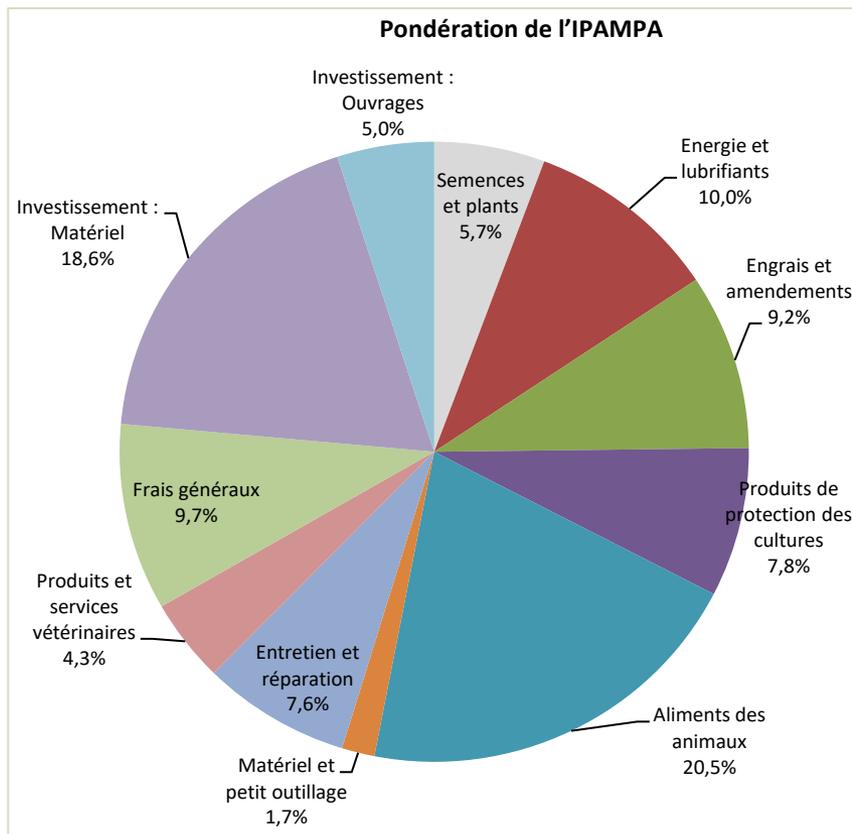
Source : INSEE



Les prix agricoles L'IPAMPA (1)

A la hausse au cours des 4 premiers mois de 2021

Les **prix d'achat des moyens de production agricoles** ont augmenté de 3,7% entre le premier quadrimestre 2020 et le premier quadrimestre 2021 (+4,1% entre sept-déc 2020 et janvier-avril 2021), après une baisse de 1,5% en moyenne sur l'année 2020. La croissance de l'IPAMPA est notamment tirée par les aliments des animaux (+8,4% sur la période janvier-avril 2021 en glissement), les engrais et amendements (+5,7%). La hausse des cours du Brent commence aussi à être ressentie sur les prix de l'énergie et des lubrifiants (+4%, et +14,5% entre le dernier quadrimestre 2020 et le 1^{er} quadrimestre 2021).



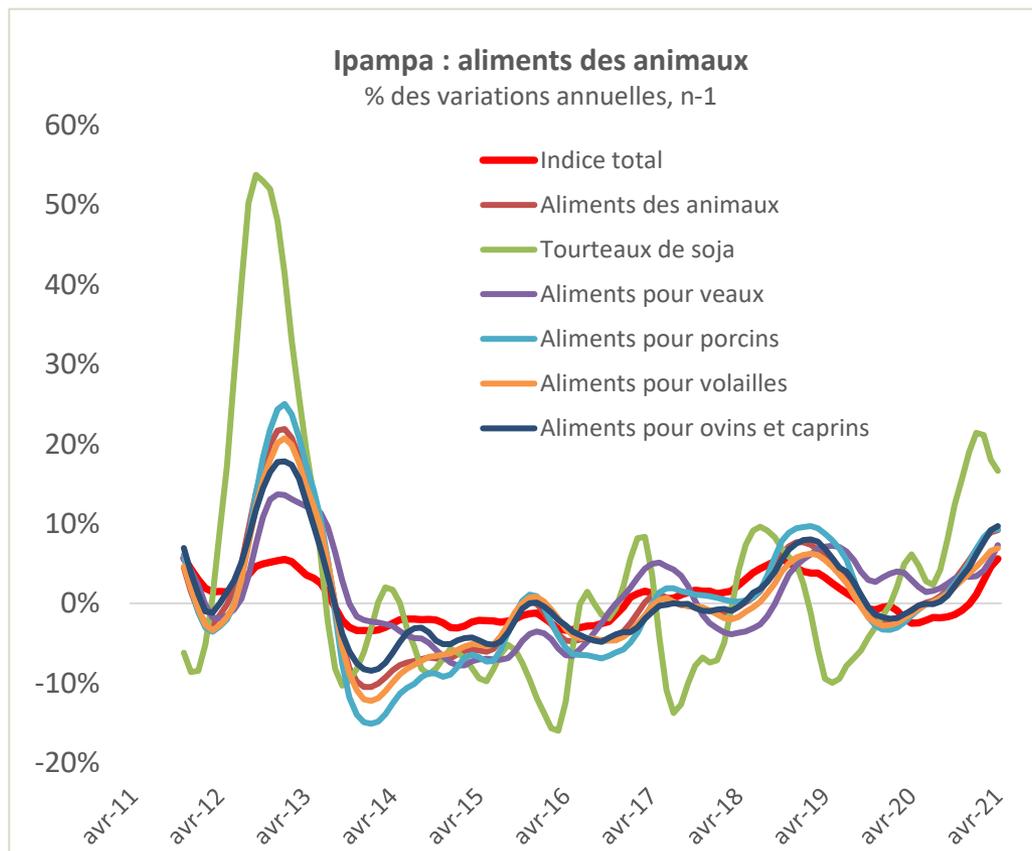
Source : INSEE



Les prix agricoles L'IPAMPA (2)

Focus « aliments des animaux » : forte hausse au cours des 4 premiers mois de 2021

Les prix des aliments pour animaux ont augmenté de 8,4% au cours des 4 premiers mois de 2021 en glissement annuel (+5,9% au cours du 1^{er} quadrimestre 2021 par rapport au dernier quadrimestre 2020). Cette évolution reflète des évolutions divergentes selon les segments. Les Ipampa des aliments pour porcins, ovins, caprins ont augmenté de l'ordre de +8% au cours de cette période, ceux des volailles de +6,1%. A noter la forte croissance des prix des tourteaux de soja : +19,4% en glissement annuel au cours du premier quadrimestre 2021 et +10% entre sept-décembre 2020 et janvier-avril 2021.

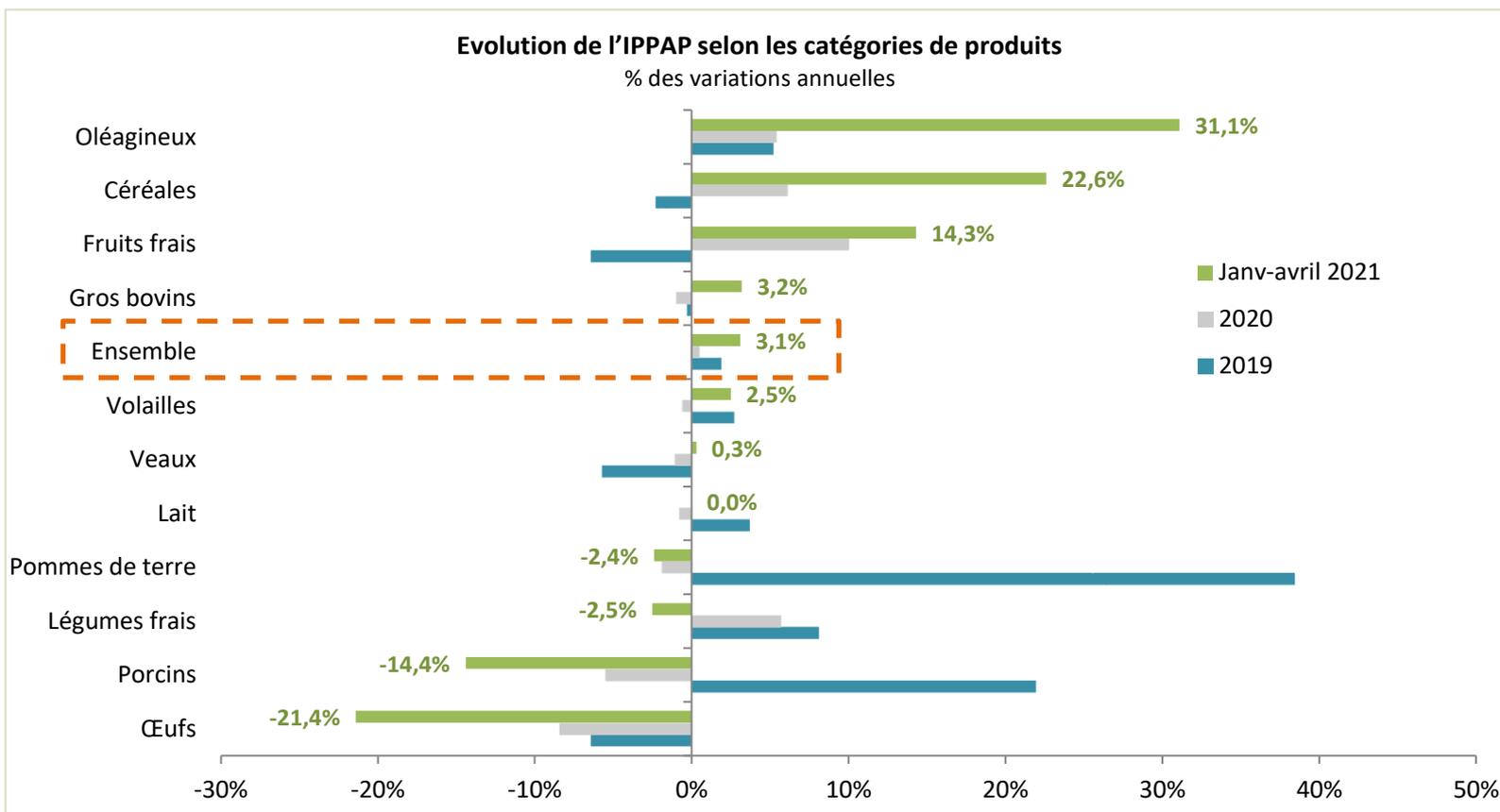


Source : INSEE

	2018	2019	2020	Jan-avril 2021
Aliments des animaux	2,2%	2,8%	0,6%	8,4%
Tourteaux de soja	4,2%	-5,3%	6,7%	19,4%
Aliments pour veaux	-1,3%	5,4%	2,9%	4,9%
Aliments pour porcins	3,3%	4,3%	0,1%	8,7%
Alim pour volailles	0,8%	2,3%	0,1%	6,1%
Alim pour ovins, caprins	2,2%	3,7%	0,4%	8,3%
Indice Ipampa total	3,6%	1,5%	-1,5%	3,7%

Les prix agricoles : IPPAP en hausse de +3,1% au cours des 4 premiers mois de 2021 conséquence des tensions haussières sur les céréales, les oléagineux et les fruits et légumes frais

Les **prix agricoles à la production** ont progressé 3,1% au cours des 4 premiers mois de 2021 par rapport à la même période en 2020, après une hausse de 0,5% en 2020. Cette évolution est surtout liée aux pressions à la hausse observées sur certaines catégories : fruits et légumes frais; oléagineux, céréales... *A contrario*, les prix des œufs ont été orientés à la baisse, de même que ceux des porcins (-14%, après une baisse de -5,5% en moyenne annuelle en 2020).

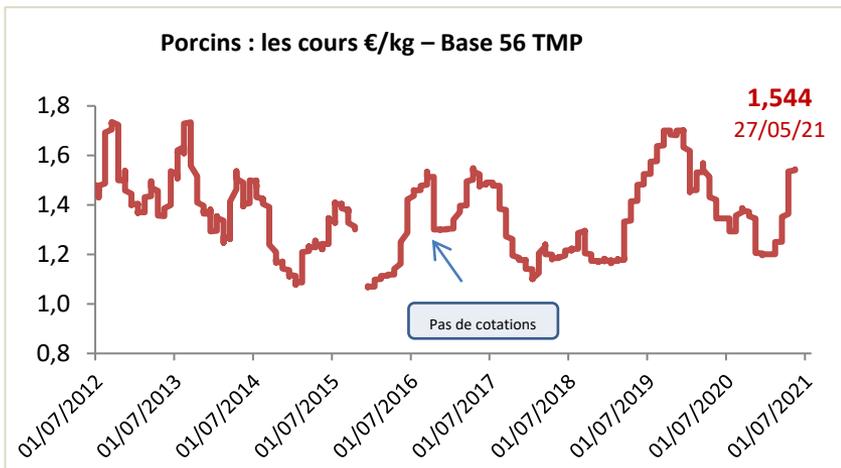


Source : INSEE / IPPAP : L'indice des prix des produits agricoles à la production mesure l'évolution des prix des produits vendus par les agriculteurs. Cet indice est élaboré à partir de l'observation des prix de marché.

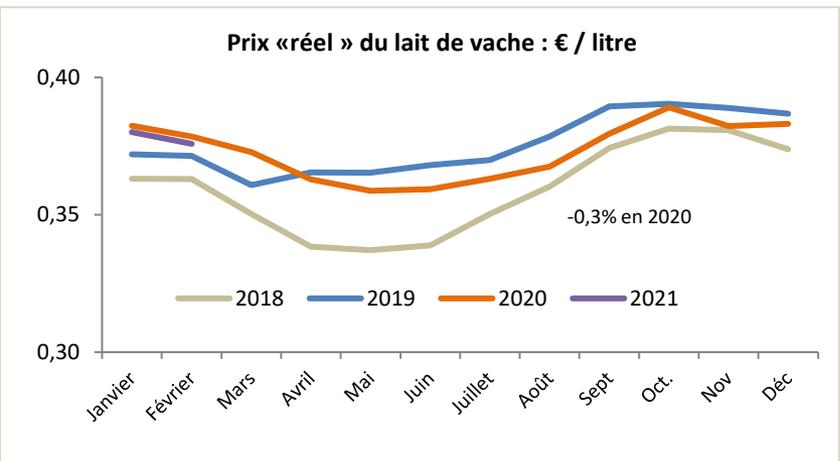


Les cours de quelques produits agricoles en France

Source : MPB



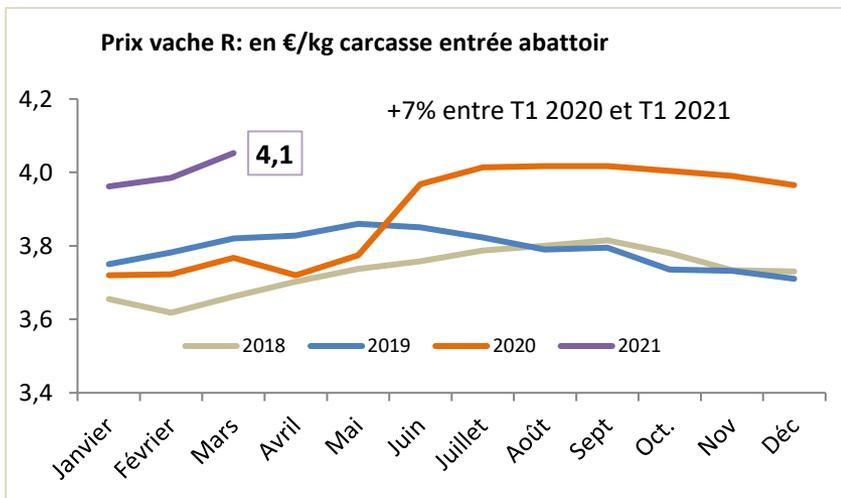
2016	2017	2018	2019	2020	5 mois 2021
1,29	1,37	1,20	1,49	1,38	1,343



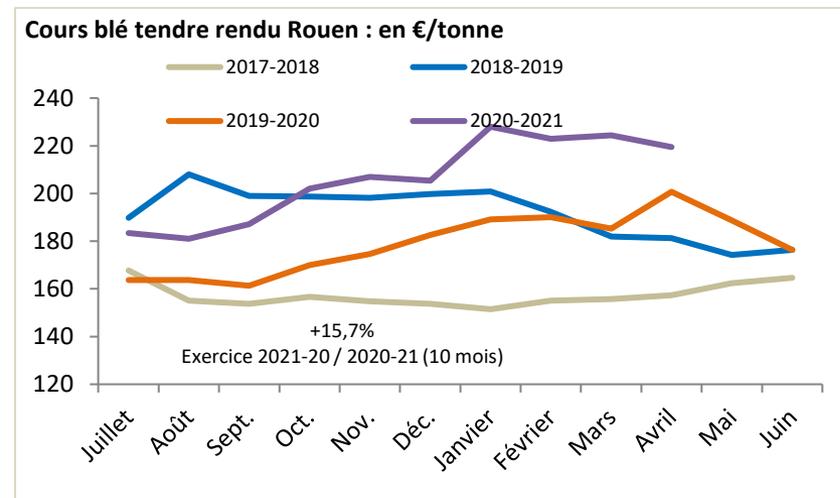
2016	2017	2018	2019	2020	Jan-fév 2021
0,312	0,354	0,359	0,374	0,373	0,378

Source : Agreste

Sources : Agreste / FranceAgriMer



2016	2017	2018	2019	2020	T1 2021
3,72	3,81	3,73	3,79	3,89	4,00



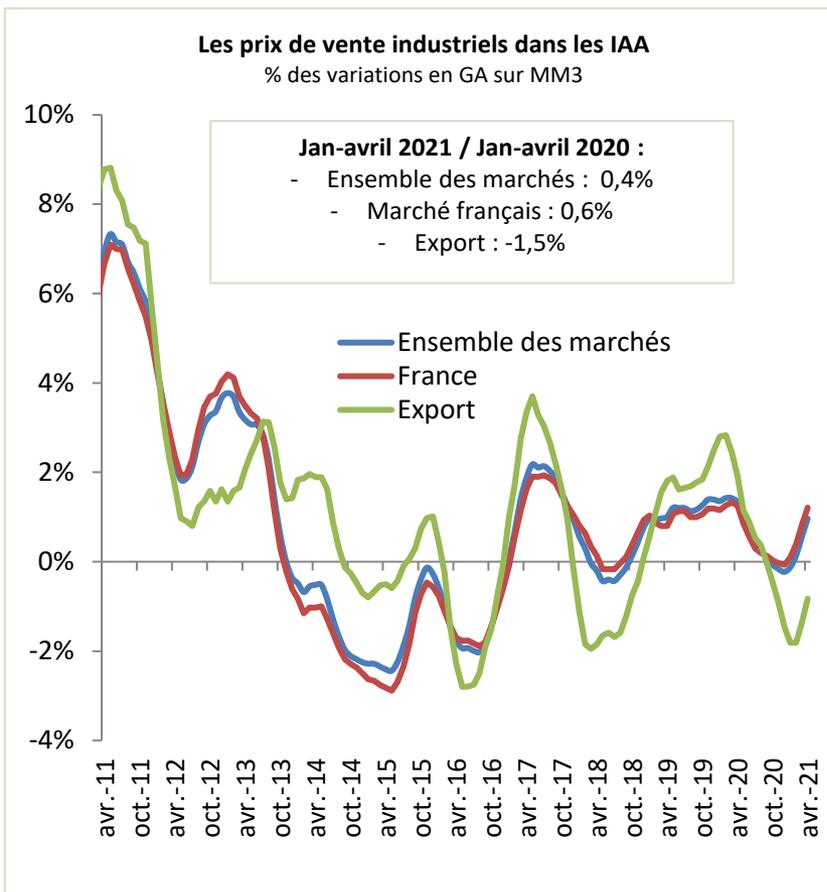
2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21 (10 mois)
161,6	157,3	191,7	178,8	206,1



Les prix de vente industriels (1)

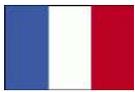
Tendance au tassement de la croissance au cours des derniers mois, en particulier sur les marchés extérieurs

Les PVI des produits alimentaires sur les marchés extérieurs se sont contractés de -1,5% au cours des 4 premiers mois de 2021 par rapport à la même période de 2020. Sur le marché intérieur, ils ont progressé de +0,6% sur le premier quadrimestre de 2021, en glissement annuel (+0,5% entre T4 2020 et T1 2021). Il semblerait toutefois qu'une phase de ré-accelération se dessine depuis quelques semaines.



Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE

	PVI tous marchés	Crois.	France	Crois.	Export	Crois.
2007	106,0	4,0%	106,1	4,0%	105,5	4,2%
2008	113,4	7,0%	113,6	7,1%	112,2	6,4%
2009	102,5	-9,6%	101,5	-10,7%	107,7	-4,0%
2010	102,6	0,1%	101,3	-0,2%	109,4	1,6%
2011	109,0	6,2%	107,5	6,1%	117,8	7,7%
2012	112,1	2,8%	110,8	3,1%	119,8	1,7%
2013	114,7	2,3%	113,3	2,3%	122,3	2,1%
2014	113,2	-1,3%	111,5	-1,6%	123,4	0,9%
2015	111,4	-1,6%	109,3	-2,0%	123,3	-0,1%
2016	109,8	-1,4%	107,7	-1,5%	121,4	-1,5%
2017	111,5	1,5%	109,2	1,4%	124,1	2,2%
2018	111,5	0,0%	109,5	0,3%	122,4	-1,4%
2019	112,8	1,2%	110,6	1,0%	124,5	1,7%
2020	113,6	0,7%	111,3	0,6%	125,7	1,0%
4 mois 2021	-	0,4%	-	0,6%	-	-1,5%

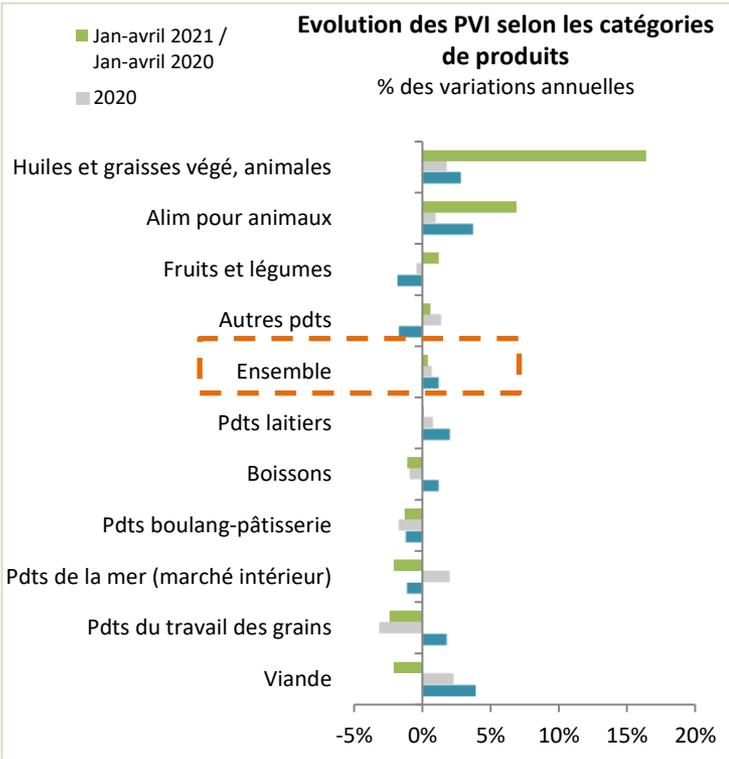
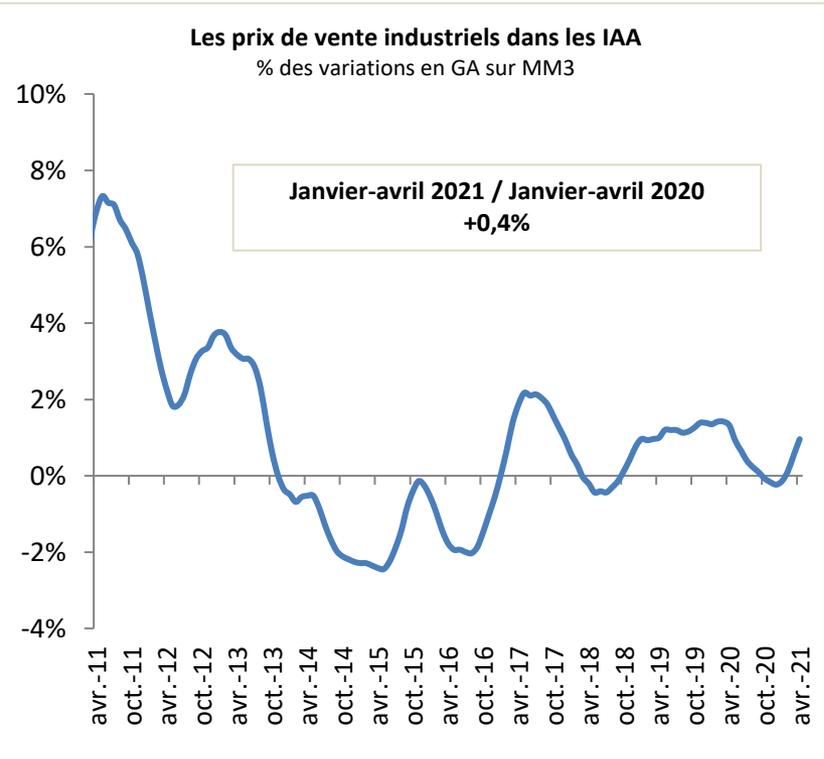


Les prix de vente industriels (2)

Les prix industriels des produits agroalimentaires ont légèrement augmenté au cours des 4 premiers mois de 2021

Les **prix de vente industriels des produits agroalimentaires** ont augmenté de 0,4% au cours du premier quadrimestre 2021 (par rapport à la même période en 2020). Ils avaient augmenté de +0,7% en 2020. Les prix ont augmenté de 0,8% entre le dernier quadrimestre 2020 et le premier quadrimestre 2021 (+0,9% en France et +0,4% sur les marchés extérieurs).

En termes de grandes familles de produits, les PVI des huiles et graisses ont fortement progressé au cours des 4 premiers mois de 2021 (+16,4% en glissement annuel), de même que les PVI des aliments pour animaux (+6,9%, dont une hausse de +7,7% pour les aliments de ferme). En revanche, les prix des viandes se sont contractés (-2,1%).



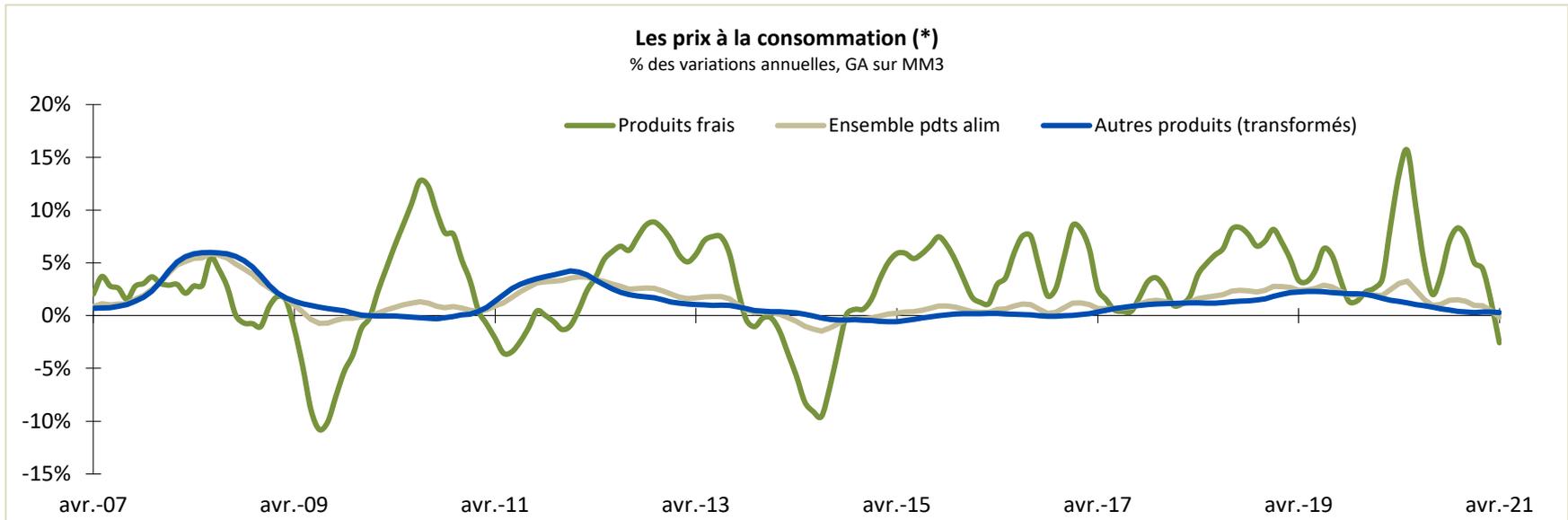
Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE



Les prix à la consommation (1)

La tendance au tassement de la croissance des prix alimentaires se confirme au cours du premier quadrimestre 2021

Les prix alimentaires à la consommation ont augmenté de 0,6% au cours des 4 premiers mois de 2021 par rapport à la même période de 2020, après une hausse de 2% en moyenne annuelle en 2020. Les prix à la consommation des produits frais ont augmenté de 2,3% sur la période janvier-avril 2021, soit un très net tassement après une hausse de 7,3% en 2020. Les prix à la consommation des produits alimentaires transformés ont augmenté de seulement 0,3% au cours des 4 premiers mois de l'année, après une hausse de 1% en 2020.



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Jan-avr 2021
Indice des prix à la consommation des produits alimentaire	-0,7%	0,5%	0,6%	1,0%	1,9%	2,5%	1,9%	0,6%
Indice des prix à la consommation des produits frais	-4,1%	5,3%	3,7%	3,5%	5,0%	4,3%	7,3%	2,3%
Indice des prix à la consommation des autres produits (transformés)	-0,1%	-0,2%	0,1%	0,7%	1,2%	2,1%	1,0%	0,3%

(*) **IPC** : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée avril 2021

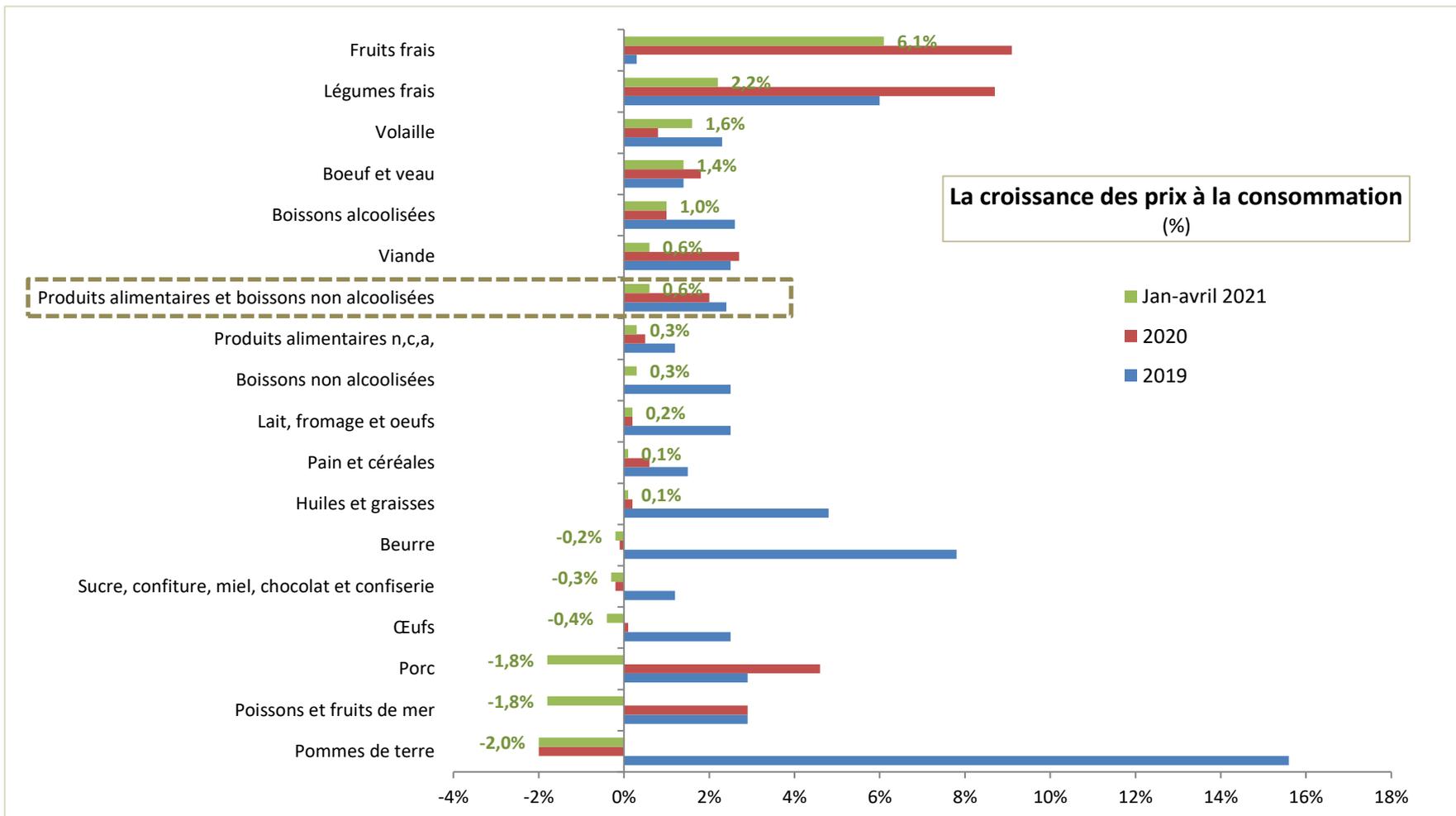




Les prix à la consommation (2)

La croissance des prix selon les catégories de produits : tassement pour presque toutes les catégories

La croissance des prix à la consommation des produits alimentaires a eu tendance à décélérer au cours des 4 premiers mois de l'année 2021. Les prix des fruits et légumes frais ont certes continué de progresser, mais beaucoup moins qu'en 2020 : respectivement de +6% pour les fruits frais (après +9% en 2020) et +2,2% pour les légumes frais (+8,7% en 2020). A noter les baisses des prix des pommes de terre, poissons, porc au cours des 4 premiers mois de 2021.



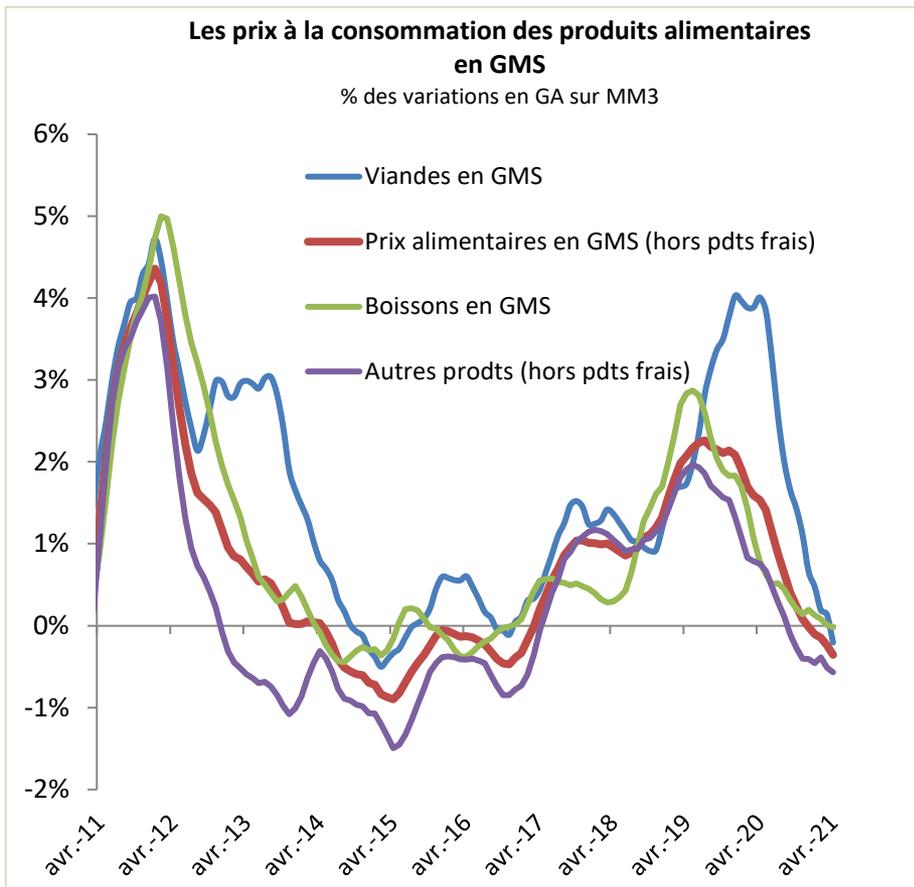
(*) IPC : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée avril 2021



Les prix à la consommation (3)

Les prix alimentaires dans la grande distribution (indice INSEE) : poursuite du ralentissement début 2021

Les prix alimentaires à la consommation en GMS (hors produits frais) ont légèrement baissé au cours du premier quadrimestre 2021 (-0,2%), après une hausse de 1% en moyenne annuelle en 2020. Les prix des viandes en GMS ont quasiment stagné au cours des 4 premiers mois de l'année, de même que ceux des boissons. Ceux des autres produits alimentaires (hors boissons, viandes, produits frais) se sont quant à eux contractés de 0,5% sur la période.

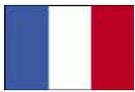


	Pdts alim (hors pdts frais)	Dont viandes	Dont boissons	Dont autres (hors pdts frais)
2008	5,4%	4,5%	3,2%	6,8%
2009	0,7%	1,0%	2,3%	-0,2%
2010	-0,2%	0,0%	1,1%	-0,8%
2011	2,3%	2,9%	2,2%	2,3%
2012	2,4%	3,1%	3,6%	1,6%
2013	0,5%	2,7%	0,8%	-0,7%
2014	-0,3%	0,6%	-0,2%	-0,7%
2015	-0,5%	-0,1%	0,0%	-1,0%
2016	-0,3%	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%
Jav-avr 2021	-0,2%	0,1%	0,1%	-0,5%

Source : INSEE



Juin 2021



Les prix à la consommation (4)

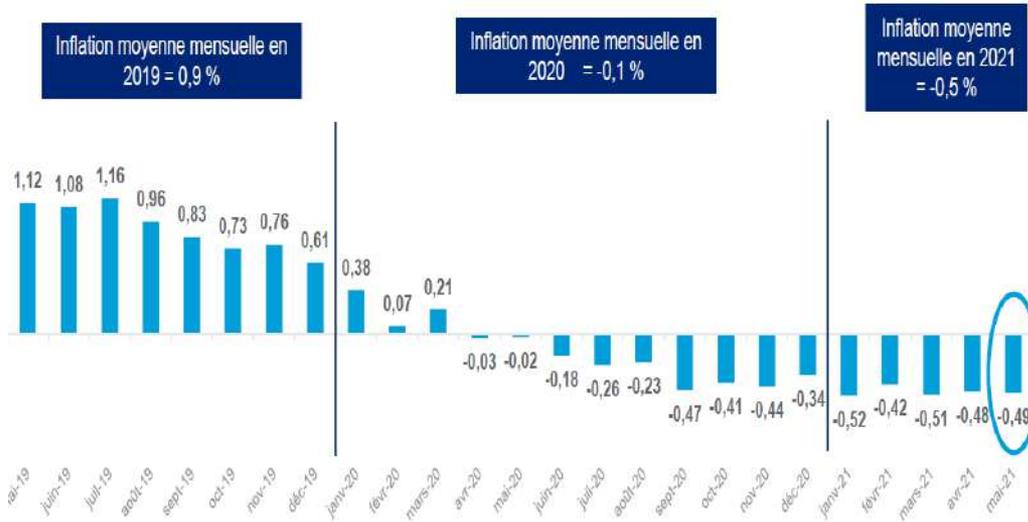
Les données IRI : les prix des PGC continuent de baisser en mai

Selon les données d'IRI, les prix en hypermarchés et supermarchés, relevés sur un assortiment constant de produits, ont baissé de -0,49% entre mai 2020 et mai 2021. Ils ont notamment reculé dans le DPH (-1,22%), dans l'épicerie (-0,42%) et les FLS (-0,48%). Les prix ont reculé de -0,12% entre avril et mai 2021. Et d'après IRI, ils se sont contractés de -0,18% à 1 mois tous produits tous circuits sur le scope EGA entre avril et mai 2021 (-0,42% en glissement annuel en mai 2021).

Inflation à 1 an – tous circuits*



TOTAL INFOSCAN CENSUS® ALIMENTAIRE + PETIT BAZAR (EN %)



Source : IRI



Inflation à 1 an

Tous Circuits

TOTAL INFOSCAN IRI
INFOSCAN ALIMENTAIRE
DPH
ENTRETIEN
HYGIENE
EPICERIE
EPICERIE SALEE
EPICERIE SUCREE
FLS POIDS FIXE
CREMERIE
FRAIS NON LAITIERS LS
SURGELES GLACES
LIQUIDES
BIERES ET CIDRES
BRSA ET EAUX
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES
INFOSCAN BAZAR

Tous produits	MN	MDD	PPX
-0,49	-0,51	-0,43	-0,51
-0,50	-0,52	-0,45	-0,54
-1,22	-1,42	-0,68	0,25
-1,10	-1,24	-0,74	0,87
-1,29	-1,53	-0,65	0,04
-0,42	-0,49	-0,28	0,74
-0,48	-0,59	-0,30	1,06
-0,37	-0,41	-0,25	0,23
-0,48	-0,36	-0,59	-1,72
-0,38	-0,21	-0,71	0,94
-0,61	-0,40	-0,69	-3,58
-0,43	-0,89	0,15	0,54
-0,29	-0,36	0,14	0,88
-0,55	-0,59	0,01	0,88
-0,71	-0,74	-0,60	-0,43
0,27	0,12	1,22	1,28
0,18	0,14	0,25	0,27

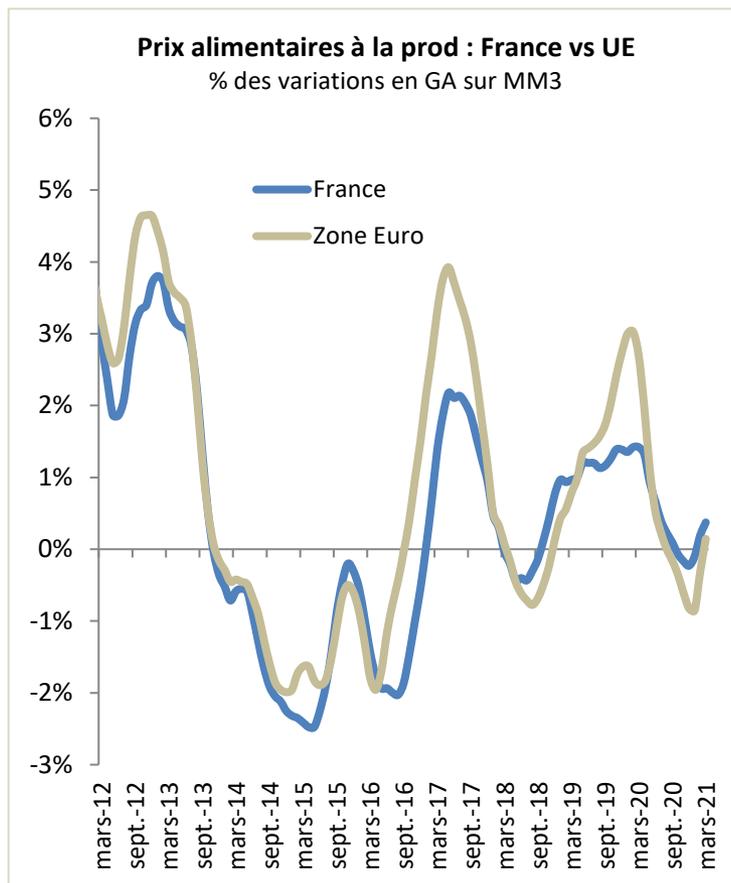


Les prix de vente industriels : Les comparaisons européennes

La croissance des prix : -0,3% dans la zone €

au cours du premier trimestre 2021 par rapport au premier trimestre 2020

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ont légèrement baissé dans la zone euro au cours du premier trimestre 2021 par rapport au premier trimestre 2020 (-0,3%), après un ralentissement en 2020. Les prix ont sensiblement baissé en Irlande (-5,6%), Danemark (-4,7%) et en Allemagne (-2,4%). La tendance semble toutefois à une reprise de la croissance : les prix ont en effet progressé entre le T4 2020 et le T1 2021 (+1,2% dans la zone €).



	Crois prix prod alim 2018/ 2017	Crois prix prod alim 2019/ 2018	Crois prix prod alim 2020 / 2019	T1 2021 / T1 2020
Espagne	-0,9%	0,0%	1,2%	1,8%
Pays-Bas	-0,7%	1,9%	1,4%	1,4%
Italie	0,3%	0,7%	1,1%	0,6%
France	0,0%	1,2%	0,6%	0,2%
Pologne	0,2%	1,8%	1,7%	-0,3%
UE à 27	-0,2%	1,7%	1,1%	-0,3%
Zone Euro à 19	-0,3%	1,5%	0,9%	-0,3%
Allemagne	-0,1%	2,1%	0,8%	-2,4%
Danemark	-1,4%	3,4%	0,7%	-4,7%
Irlande	-4,9%	3,7%	-1,8%	-5,6%

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

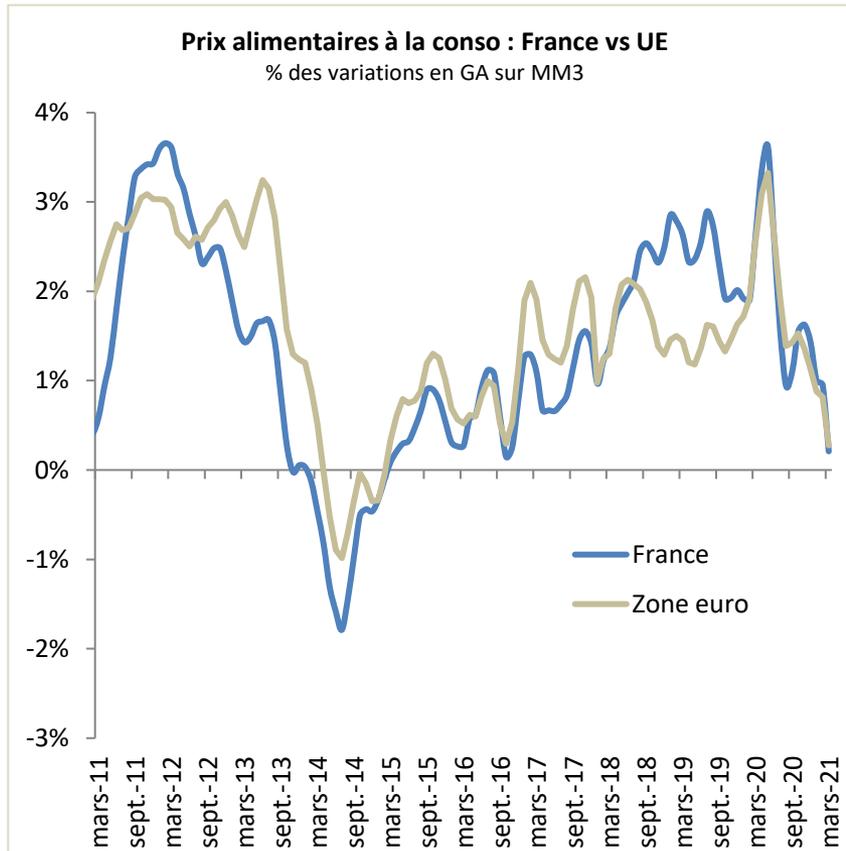




Les prix à la consommation : Les comparaisons européennes (1)

Ralentissement généralisé de la croissance des prix à la consommation en Europe en T1 2021

Après une accélération de la croissance des prix en 2020 (+2% dans la zone €), la tendance est désormais au tassement (+0,8% en T1 2021 en glissement annuel). Cette décélération s'observe dans la grande majorité des pays européens : ils ont continué de progresser en Allemagne, Espagne, France, Pologne et Italie, et ils se sont légèrement contractés au Danemark, Pays-Bas. A noter un recul de 1,6% en T1 2021 en Irlande et une baisse de -0,9% au Royaume-Uni (hors UE).



Source : Eurostat – dernière donnée mars 2021

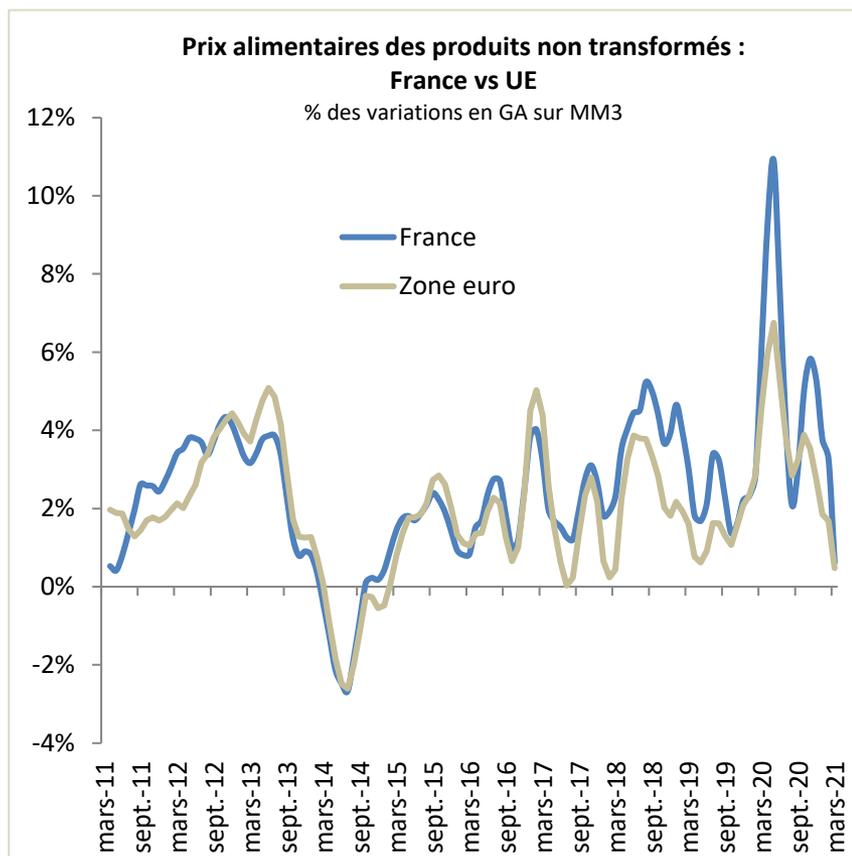
	Crois prix conso alim 2018/2017	Crois prix conso alim 2019/2018	Crois prix conso alim 2020/2019	Crois prix conso alim T1 2021 / T1 2020
Allemagne	2,3%	1,2%	2,3%	1,6%
Espagne	1,6%	1,0%	2,4%	1,6%
France	2,0%	2,4%	2,0%	0,9%
Zone Euro UE à 27	1,7% 1,9%	1,4% 2,1%	2,0% 2,5%	0,8% 0,9%
Pologne	2,2%	5,0%	4,4%	0,7%
Italie	1,2%	0,7%	1,5%	0,3%
Danemark	0,0%	1,4%	0,6%	-0,2%
Pays-Bas	0,8%	4,0%	1,9%	-0,2%
RU	2,1%	1,3%	0,7%	-0,9%
Irlande	-2,0%	-0,7%	-1,4%	-1,6%



Les prix à la consommation : Les comparaisons européennes (2)

Focus sur les prix à la consommation des produits alimentaires non transformés : sensible décélération début 2021

Les prix des produits alimentaires non transformés ont progressé de 1,7% au sein de la zone Euro au cours du premier trimestre 2021 par rapport à la même période en 2020, après une hausse de +4% en 2020. Cette décélération s'est observée dans la plupart des pays, notamment en Allemagne (+2,2%), en Espagne (+2,8%), en France (+3,3%). Les prix ont par ailleurs légèrement baissé en Pologne (hors zone €), en Irlande et au Danemark. Ces évolutions interviennent après la forte croissance de 2020, année marquée par la crise de la Covid-19, les problèmes d'approvisionnement en produits frais au printemps et par des conditions climatiques particulières pesant sur la production de certaines catégories de produits.



	Crois prix conso alim 2018/2017	Crois prix conso alim 2019/2018	Crois prix conso alim 2020/2019	Crois prix conso alim T1 2021 / T1 2020
France	3,7%	2,6%	5,4%	3,3%
Espagne	3,2%	1,6%	4,0%	2,8%
Allemagne	2,4%	0,4%	4,3%	2,2%
Zone Euro UE à 27	2,3% 2,6%	1,4% 2,1%	4,0% 4,5%	1,7% 1,3%
Pays-Bas	1,1%	2,0%	3,6%	1,1%
Italie	1,3%	1,5%	2,8%	0,9%
Pologne	3,0%	5,4%	6,9%	-0,4%
Danemark	-1,3%	0,7%	2,0%	-0,6%
Irlande	-2,3%	-1,2%	-0,5%	-2,0%
RU	1,9%	0,4%	-0,3%	nd

Source : Eurostat – dernière donnée mars 2021

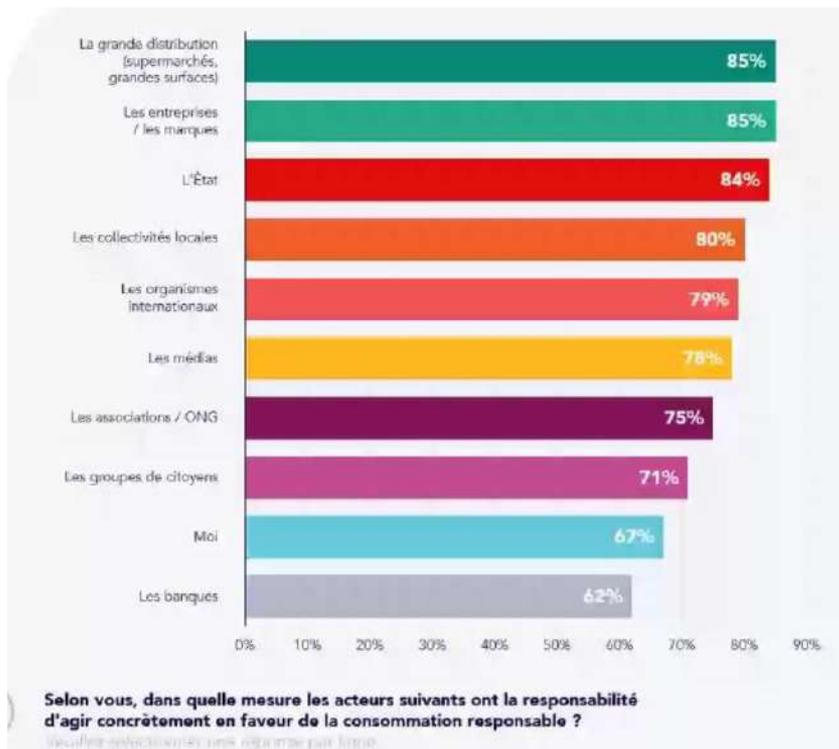
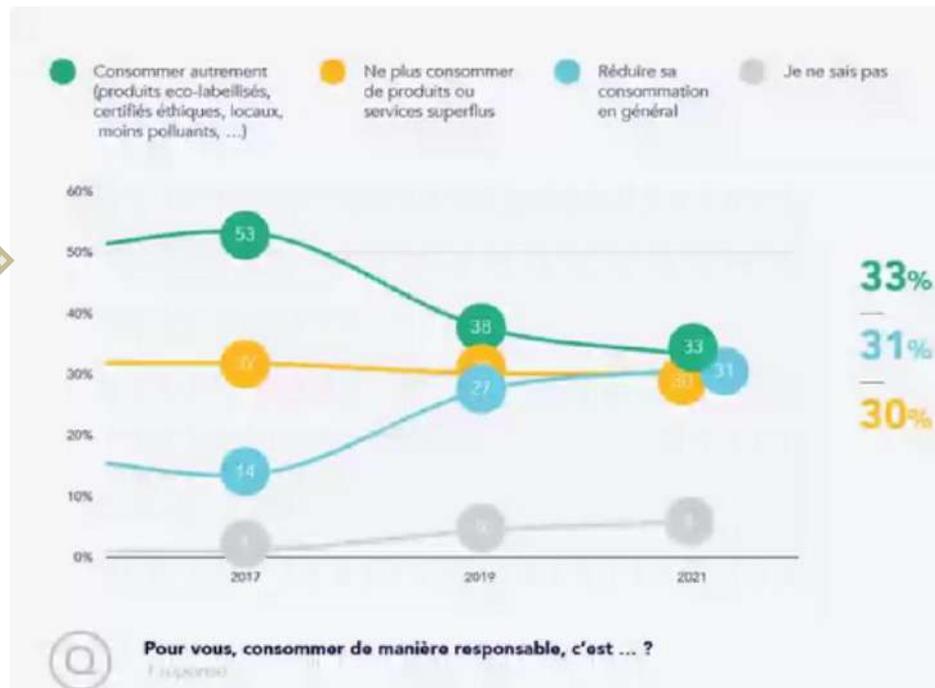
La consommation des ménages

Les tendances de consommation et attentes des consommateurs

Le baromètre 2021 GreenFlex sur la Consommation responsable

Selon le baromètre de GreenFlex, la mobilisation des Français en faveur d'une consommation responsable est toujours aussi importante : c'est le cas de 72% des personnes interrogées. Pour 93%, il faut revoir tout notre modèle économique. Et pour 52%, il faut le repenser entièrement pour sortir du « mythe de la croissance infinie ».

Les Français sont de plus en plus à déclarer privilégier le “consommer moins”. Ils désormais 61% (+3% vs 2019) à considérer que consommer de manière responsable, c’est avant tout supprimer le superflu (pour 30%, en légère baisse) ou réduire sa consommation en général (31%, en hausse de 4 points par rapport à 2019 et +17 points entre 2017 et 2021).



La proportion de Français faisant confiance globalement aux grandes entreprises en matière consommation responsable est en augmentation en 2021, à 31%, contre 27% en 2019. Il s'agit de la première hausse enregistrée après une chute pendant dix ans

Les attentes des consommateurs sont claires : ils attendent des entreprises qu'elles leur offrent des choses essentielles et du bon sens, plutôt que des innovations. 64% des consommateurs sondés font même davantage confiance aux grandes marques pour leur proposer des produits durables. 74% aimeraient plus d'informations sur l'impact environnemental et sociétal des produits.

A noter également que les Français considèrent que la distribution, les entreprises et les marques représentent des acteurs qui ont la responsabilité d'agir concrètement en faveur de la consommation responsable.



Les tendances de consommation et attentes des consommateurs

L'appétence pour le « local » reste forte

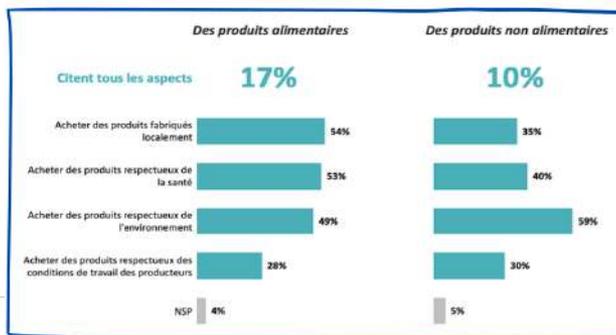
La crise sanitaire, puis la crainte d'une crise économique, ont fait évoluer les attentes des consommateurs. Les diverses enquêtes menées par OpinionWay, l'Obsoco ou Ipsos montrent que l'appétence des Français pour des **produits locaux** se trouve renforcée. De même, l'intérêt des consommateurs pour des produits respectueux de l'environnement et bons pour la santé est manifeste.



L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES PRÉOCCUPATIONS

Quand vous achetez chacun des types de produits suivants, quels aspects parmi les suivants sont les plus importants pour vous ?

Plusieurs réponses possibles - total supérieur à 100%



Les vigilants 10 % : accordent de l'importance à tout les aspects des produits.

Les conscients 26 % : accordent de l'importance à plusieurs aspects, mais ignorent certains aspects selon les produits.

Les défensifs 31 % : accordent de l'importance à plusieurs aspects des produits, mais ignorent toujours les conditions de travail des producteurs.

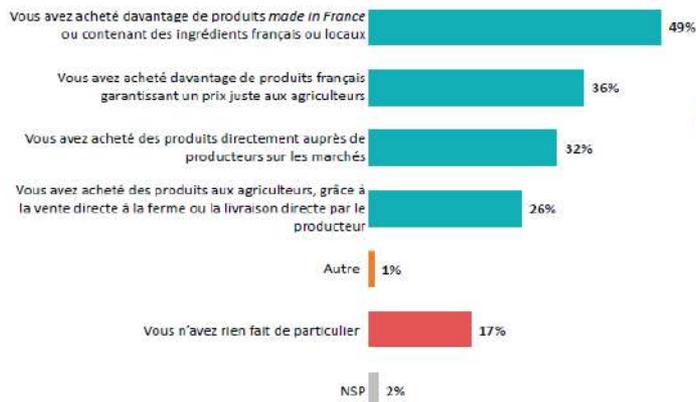
Les simplistes 30 % : ils n'accordent de l'importance qu'à un seul aspect des produits qu'ils achètent.

Source : OpinionWay pour Kisaco – février 2021

Les actions entreprises pour soutenir l'agriculture et les agriculteurs français

Q. Vous personnellement, depuis le début de la crise sanitaire et économique, qu'avez-vous fait pour soutenir l'agriculture et les agriculteurs français ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%



81%

A agi pour soutenir l'agriculture



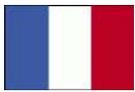
81% des Français interrogés par OpinionWay déclarent avoir agi pour soutenir l'agriculture dans leur consommation alimentaire, contre 17% qui n'ont pas modifié leurs habitudes alimentaires pour soutenir l'agriculture.

Dans le détail : près de la moitié des interviewés déclare acheter davantage de produits *made in France* et 36% avoir acheté davantage de produits français garantissant un prix juste aux agriculteurs. Un tiers (32%) affirme avoir acheté des produits directement auprès des producteurs sur les marchés.

Source : Les Français et le soutien à l'agriculture française – OpinionWay pour Max Havelaar – enquête réalisée en avril 2021



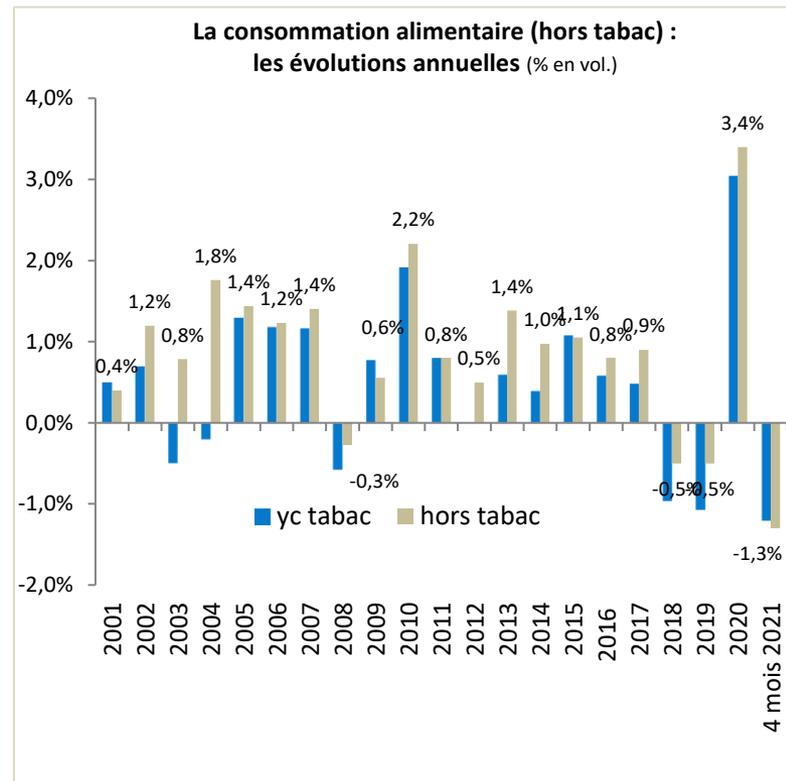
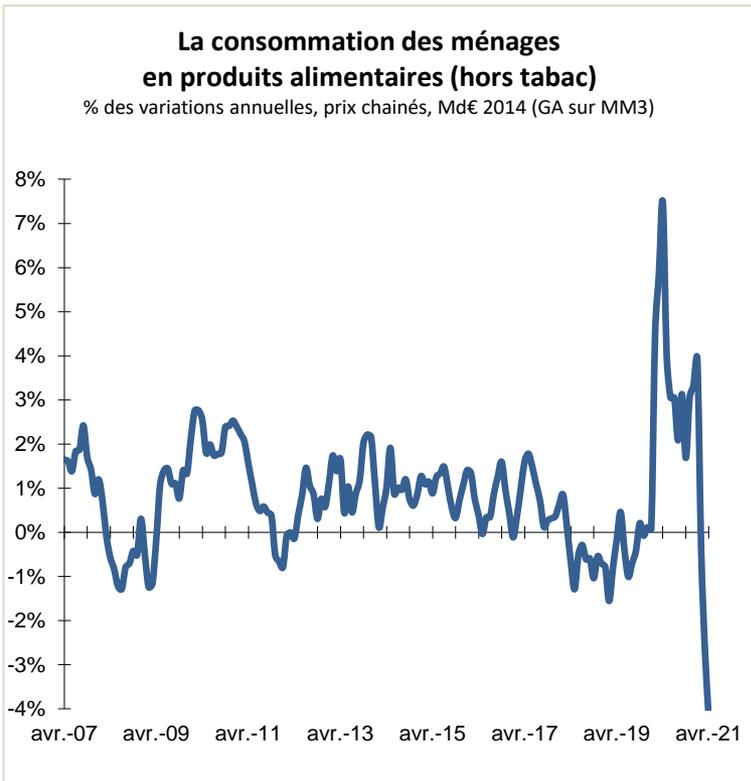
Juin 2021



La consommation alimentaire

La consommation alimentaire (hors tabac) s'est repliée de 1,3% en volume au cours des 4 premiers mois de 2021 par rapport à la même période en 2020

Après le rebond des dépenses des ménages en produits alimentaires (tous circuits de distribution confondus) en 2020, la tendance est maintenant au repli (-1,3% au cours des 4 premiers mois de 2021 en glissement). La prise de repas quasi exclusive à domicile pendant les périodes de confinement en 2020 s'est traduite par une nette augmentation des achats alimentaires des ménages en moyenne sur l'année (+3,4%). La tendance a été moins dynamique dans la seconde partie de l'année, et cette tendance s'est renforcée en début d'année 2021, en lien avec un retour progressif vers la « normalité ». La réouverture des bars et restaurants le 19 mai 2021 (terrasses + jauges) va continuer de jouer au cours des prochains mois, pesant sur les dépenses de consommation alimentaire des ménages à domicile.



Source : INSEE – dernière donnée avril 2021

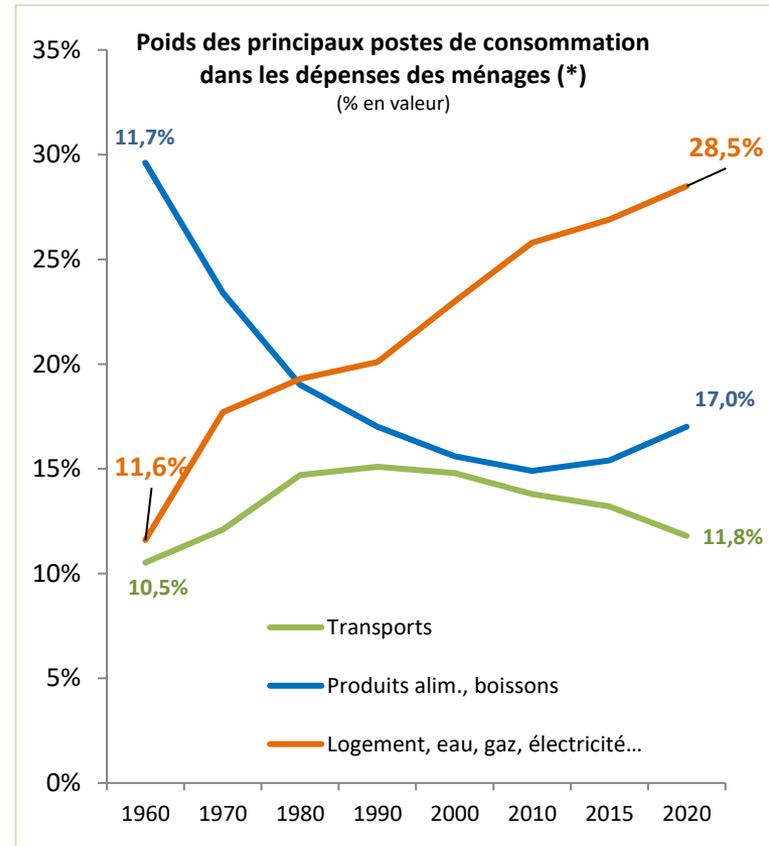
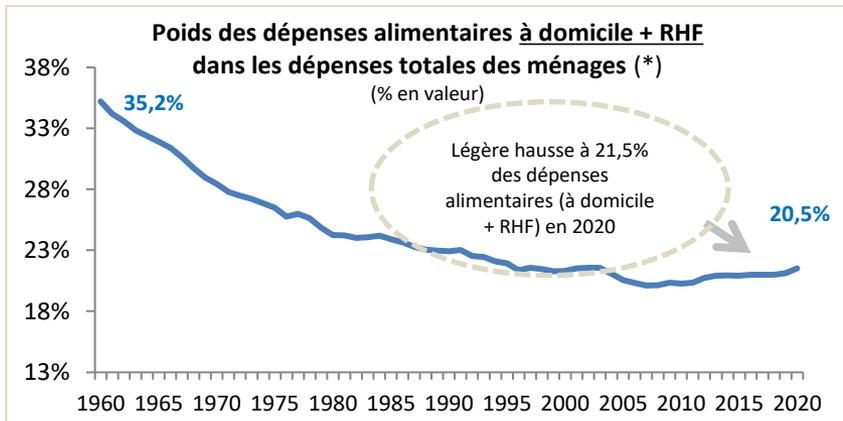
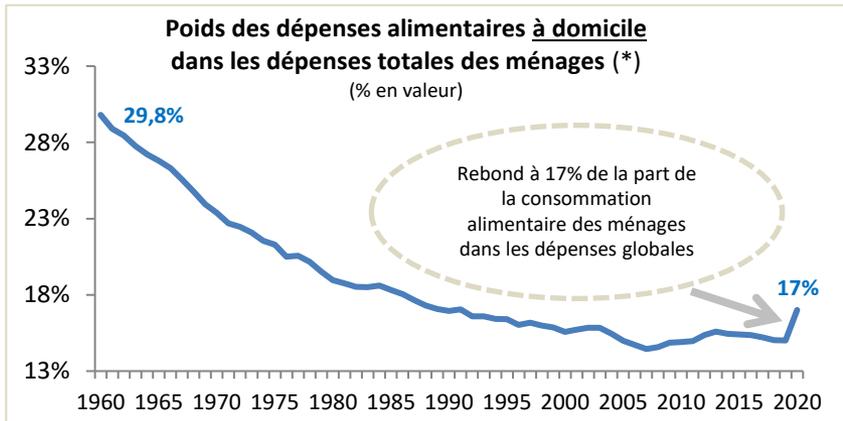




La consommation alimentaire

Retour sur les chiffres de 2020 : les données INSEE

La part des dépenses alimentaires (yc boissons alcoolisées) dans les dépenses totales des ménages s'est redressée à 17% en 2020, dans le contexte particulier de l'exercice 2020. Cette hausse du poids est la conséquence de la croissance des dépenses alimentaires des ménages pour leur consommation à domicile (+6% en valeur), de l'effondrement des dépenses de restauration (-31,3%)... et de la forte contraction des dépenses sur certains postes : habillement et chaussures (-17,4%), transports (-22,5%), loisirs et culture (-10,9%)...



(*) dépenses alimentaires yc boissons alcoolisées (hors RHF) / dépenses de consommation des ménages (hors dépenses des administrations publiques et des ISBLM - institutions sans but lucratif au service des ménages) / Source : INSEE, La consommation des ménages



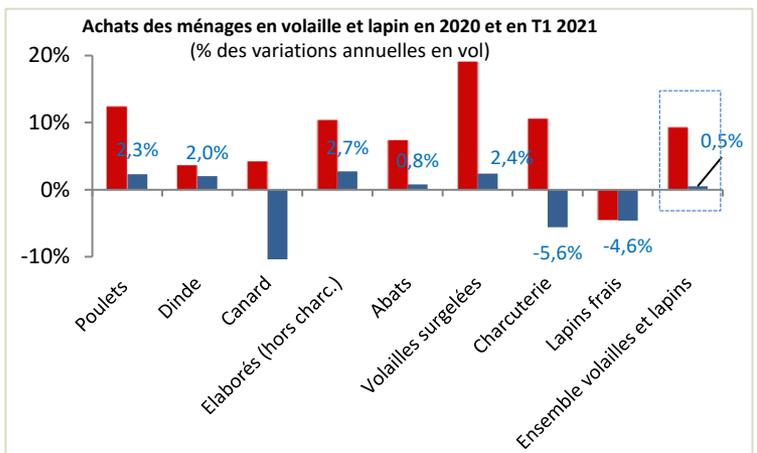
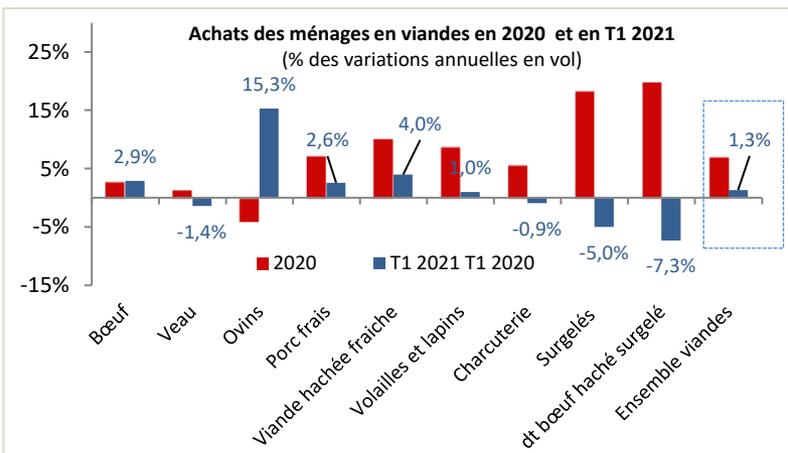
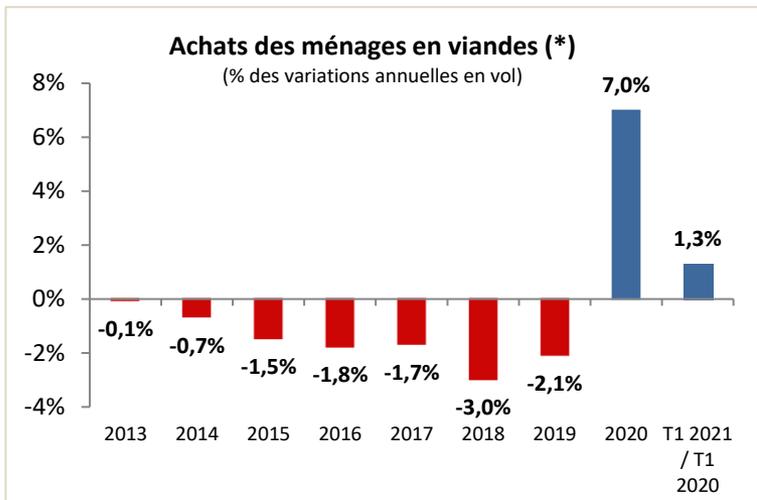
La consommation alimentaire des ménages

La consommation en viandes à domicile : sensible tassement de la croissance en T1 2021

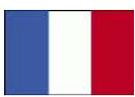
Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgriMer) un net tassement de la croissance des achats en T1 2021 : +1,3% en volume, alors que la croissance s'était établie à 7% en moyenne annuelle en 2020. Le ralentissement a concerné la quasi-totalité des segments : bœuf, porc, volaille.

Certains segments de marché ont même décroché au cours du premier trimestre : -5% pour les viandes surgelées (dont -7,3% pour le bœuf haché surgelé), -0,9% pour la charcuterie. Cette tendance est liée à un effet de base : le premier trimestre 2020 a été marqué par un boom des achats des ménages dans le contexte du premier confinement.

A l'inverse, la consommation de viande ovine a bondi de 15% au cours du T1 2021, après une légère baisse en 2020.



(*) viandes rouges, viandes blanches, yc charcuteries / 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)



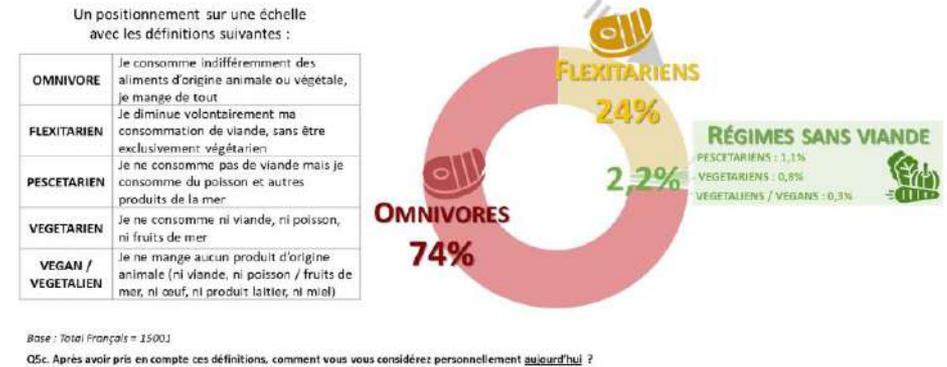
La consommation alimentaire des ménages

Végétariens et flexitariens en France en 2020 : l'étude de FranceAgrimer

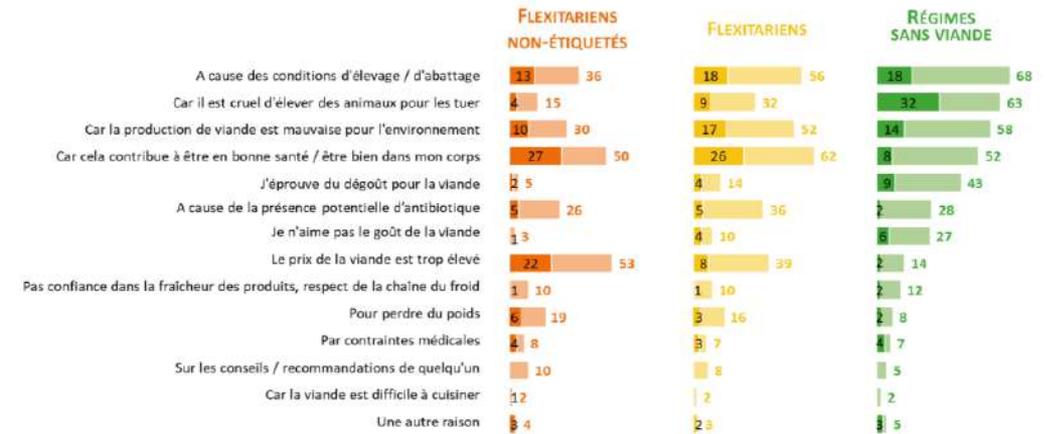
Selon l'enquête menée par Ifop pour le compte de FranceAgrimer, 74% des Français interrogés se considèrent comme omnivores, 24% flexitariens et 2,2% déclarent appartenir à un des régimes sans viande (pescetarien, végétarien ou végan).

Globalement, l'attachement à la viande reste marqué : 89% des Français déclarent aimer le goût de la viande, 90% pensent qu'on peut manger de la viande et respecter le bien-être animal, 79% considèrent que manger de la viande est nécessaire pour être en bonne santé. Mais 68% des Français sont d'accord avec l'idée qu'en France on consomme trop de viande.

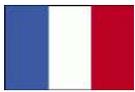
Graphique 1 : Répartition de la population en 5 régimes principaux



Graphique 3. Raisons d'adoption du régime selon la cible



Bases : Flexitariens non étiquetés (n=1152), flexitariens (n=3563), régimes sans viande (n=331)
Q3a. Et parmi la liste suivante, quelles sont toutes les raisons qui font que vous suivez ce régime [aux flexitariens non étiquetés : limitez votre consommation de viande] ? (plusieurs réponses possibles)
Q3b. Et si vous ne deviez en choisir qu'une, quelle serait-elle ? Quelle est votre raison principale ?



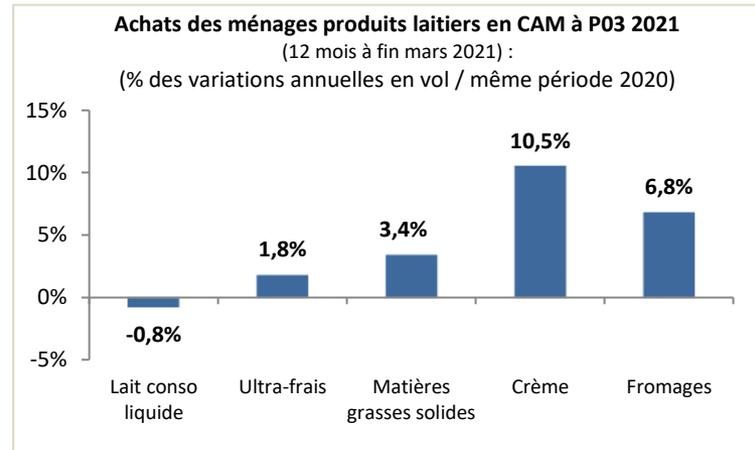
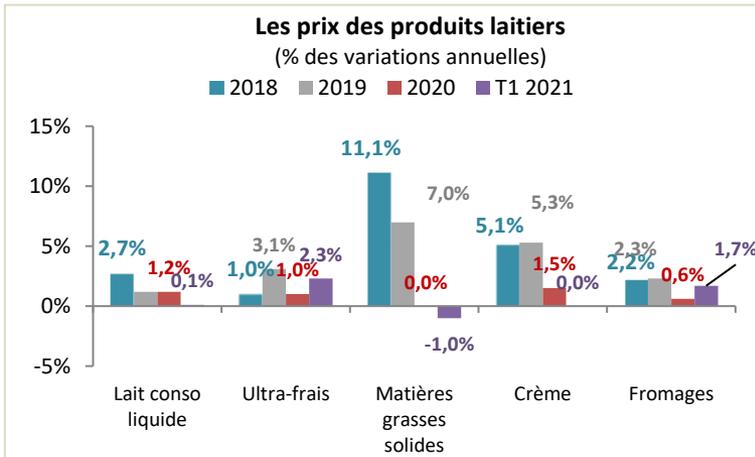
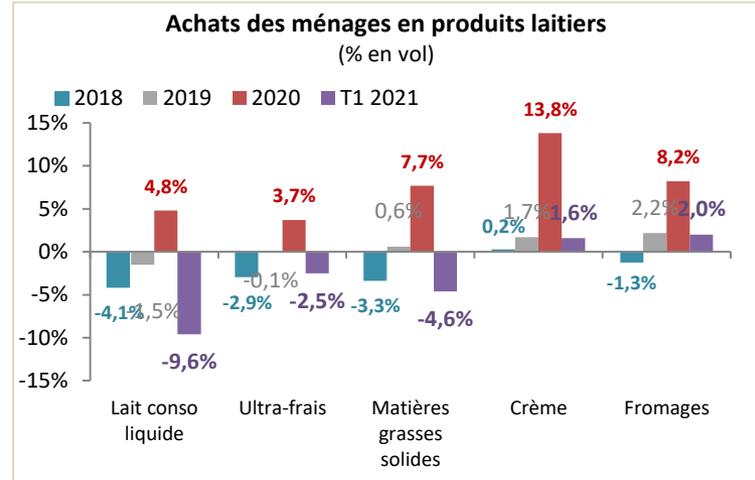
La consommation alimentaire des ménages

La consommation en produits laitiers :

Repli de la consommation en T1 2021 après le boom de la demande en 2020

Net changement de tendance dans les achats des ménages en produits laitiers au cours du premier trimestre 2021. Après la forte hausse de la demande en moyenne annuelle en 2020, la tendance est désormais au repli, notamment pour le lait liquide (-9,6% en volume entre T1 2020 et T1 2021), l'ultra-frais (-2,5%), les matières grasses solides (-4,6%). La croissance a ralenti pour la crème et les fromages.

Du côté des prix, la croissance s'est avérée plus sage, avec un ralentissement du rythme pour l'ensemble des catégories, et même une légère baisse de -1% pour les matières grasses solides.



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)

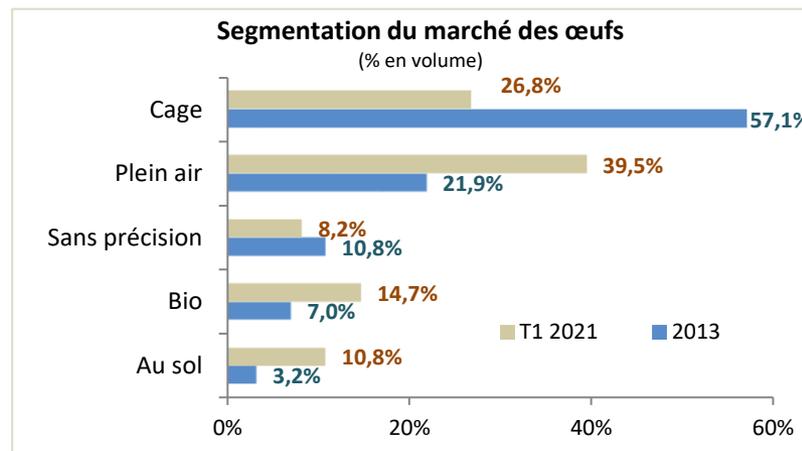
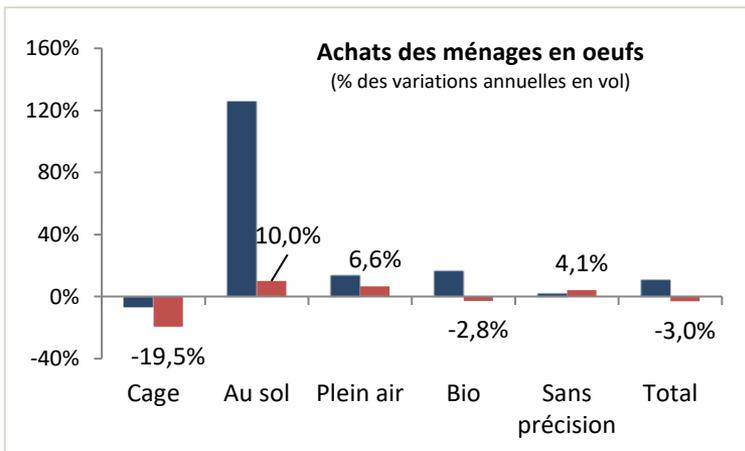
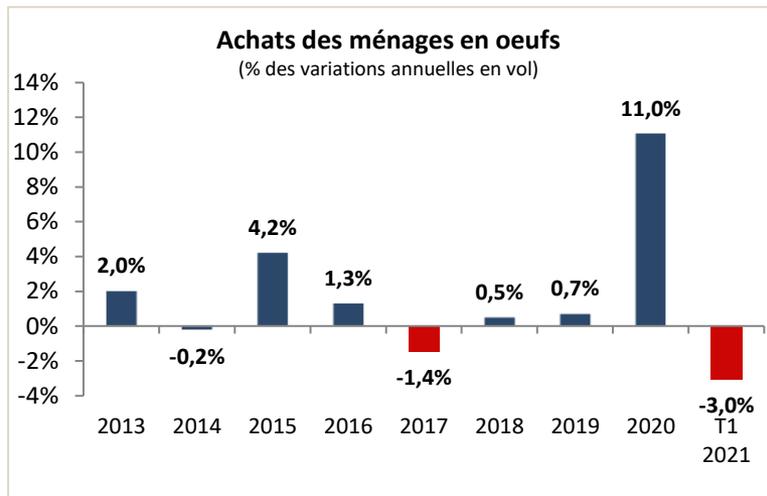


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en œufs : repli des achats en T1 2021, après le boom de 2020

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgrimer) indiquent un repli des achats en œufs au cours du premier trimestre 2021 (-3% par rapport à T1 2020), après le boom de 2020 (+11%). Les achats d'œufs cage continuent de se replier (-19,5% en volume en T1 2021), ils représentent désormais moins de 27% des achats totaux des ménages en œufs contre plus de 57% en 2013. Les achats d'œufs bio ont également baissé (-2,8%). A l'inverse, les segments des œufs plein air ont continué de progresser +6,6%. Les achats d'œufs au sol ont également augmenté : +10%, à près de 11% des dépenses en volume.

A noter : la part des œufs « sans précision » est de 7,7% cette catégorie se répartit entre les œufs cage et les autres segments. Selon le CNPO, sur la base de données IRI, la part des œufs cage (intégrant une partie de « sans précision ») serait de 47% en volume en S1 2018.



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 des ménages

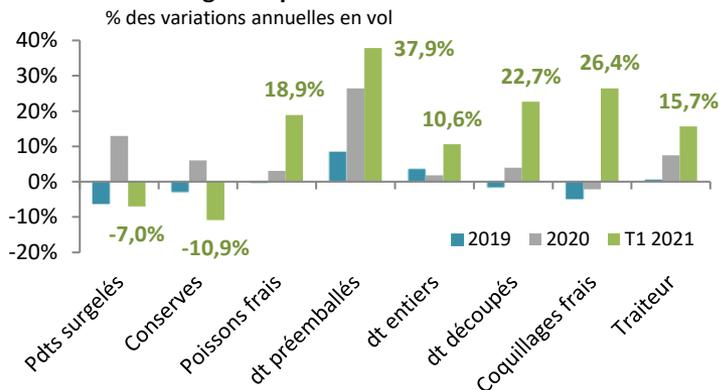
La consommation en produits aquatiques : les produits surgelés et les conserves décrochent un T1 2021, à l'inverse des produits frais, pour lesquels la demande augmente sensiblement par rapport au T1 2020

Changement de tendance pour la demande en produits de la mer surgelés et en conserves : après une hausse en 2020, les achats en volume se sont repliés au cours du premier trimestre 2021 par rapport à la même période de 2020.

Les achats de produits frais ont en revanche connu un boom au cours du premier trimestre 2021 : +18,9% pour les poissons frais par rapport à T1 2020, +26% pour les coquillages et +16% pour le traiteur de la mer.

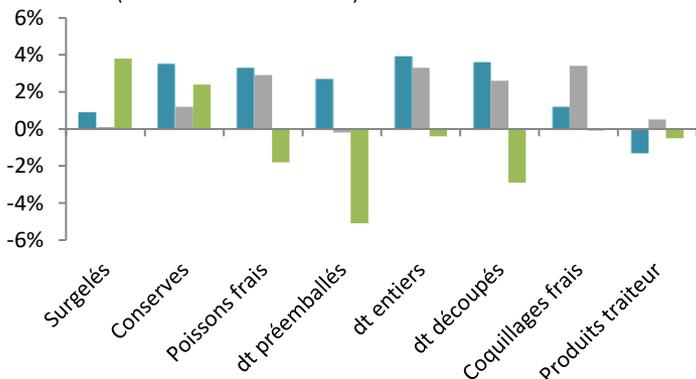
Du côté des prix à la consommation, la tendance a plutôt été à la baisse du côté des produits frais (-1,8% en T1 2021, après une hausse de 2,9% en 2020), et à la hausse du côté des produits surgelés et en conserve.

Achats des ménages en produits de la mer



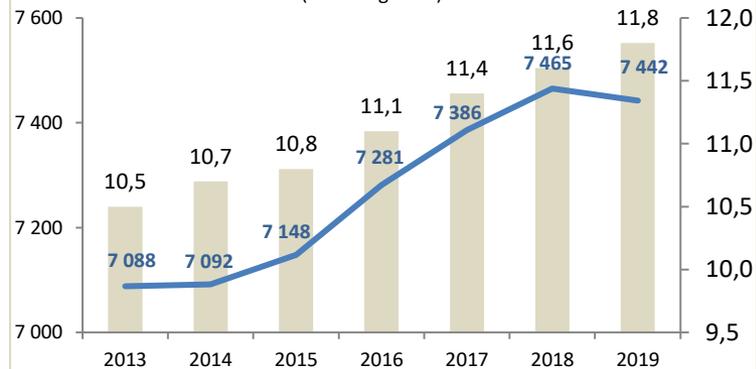
Prix des produits de la mer

(% des variations annuelles)



Achats des ménages : valeur en M€ et prix en €/kg

(FranceAgrimer)



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 des ménages

La consommation en fruits et légumes frais en hausse en moyenne annuelle en 2020 (1)

Les achats de **légumes** (y.c. 4e gamme) des ménages ont augmenté de 7,3% en volume par rapport à 2019. Cette hausse est d'abord passée par un développement des quantités achetées par acte (+6,7%), la fréquence d'achat n'a progressé que modérément (+0,6%).

Le prix moyen d'achat au kilo a augmenté de +5,1%. Ces évolutions ont conduit la dépense des ménages à un niveau bien supérieur à ceux observés jusque-là, avec une hausse de 12,8% par rapport à 2019 et de 18,8% par rapport à la moyenne 2015-19.

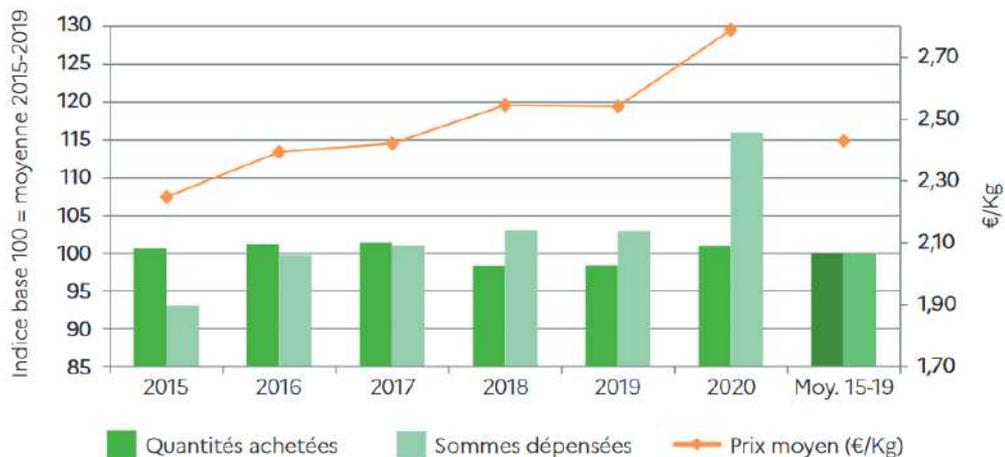
Malgré l'activité réduite de la RHF en 2020, les achats en volume de **fruits** ont modérément progressé en 2020 (+2,7%), dans un contexte d'offre de fruits d'été plus faible. Les achats de fruits «métropolitains» et d'agrumes ont été en légère progression sur un an (respectivement +2 % et +2,1 %) et sont restés en recul par rapport à la moyenne 5 ans (respectivement - 1,6% et - 0,8%). En revanche, les achats de fruits exotiques ont été en plus forte hausse par rapport à 2019 (+4,5%) et à la moyenne 2015-19 (+7,8%).

Le prix moyen d'achat des fruits frais a fortement augmenté en 2020 (+9,7%), du fait notamment des impacts liés à la crise sanitaire sur l'ensemble de la filière et de l'offre modérée en fruits d'été. Cette hausse est davantage visible pour les fruits «métropolitains» (+10,2%) et les agrumes (+14,8%). Ainsi, les sommes dépensées en fruits frais par les ménages ont fortement augmenté (+12,6%).

Évolution des achats de légumes frais



Évolution des achats de fruits frais



Source : Kantar Worldpanel via FranceAgriMer (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 des ménages

La consommation en fruits et légumes tendance au repli en T1 2021 (2)

Durant le premier trimestre 2021, les achats de **fruits** frais par les ménages pour leur consommation à domicile ont baissé de -1,7% par rapport à 2020 et de -2,2% par rapport à la moyenne 2016-2020. Et ce malgré la fermeture d'une large partie de la RHF.

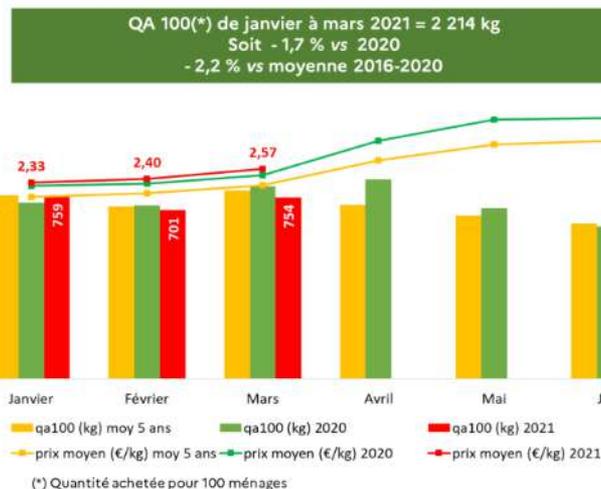
Les achats de **légumes** frais ont eux progressé de 4,5% à 2020 et de +6,8% par rapport à la moyenne 2016-2020. Une hausse en partie liée au report RHF vers la consommation à domicile.

Sur le T1 2021, les achats de **pommes de terre** se sont contractées de 22,8% par rapport à 2020 et de -3,1% par rapport à la période 2016-2020.

A noter, les achats de fruits **transformés** (compotes et confitures) ont reculé en T1 2021, les achats de légumes surgelés ont légèrement baissé (-0,7% par rapport à 2020) et ceux de légumes en conserve ont baissé de -9,4% par rapport à 2020.

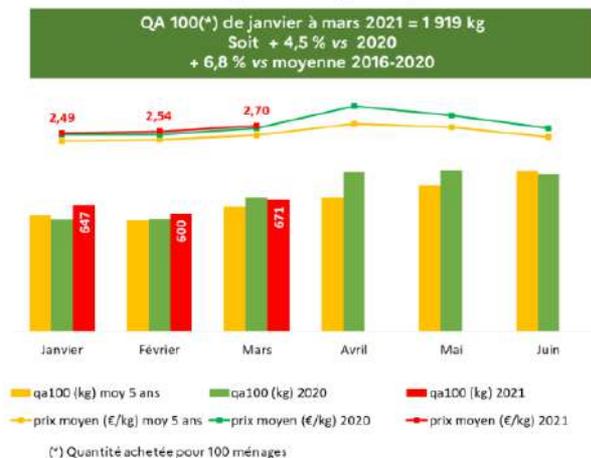
FRUITS FRAIS

Évolution des quantités & prix moyens d'achats



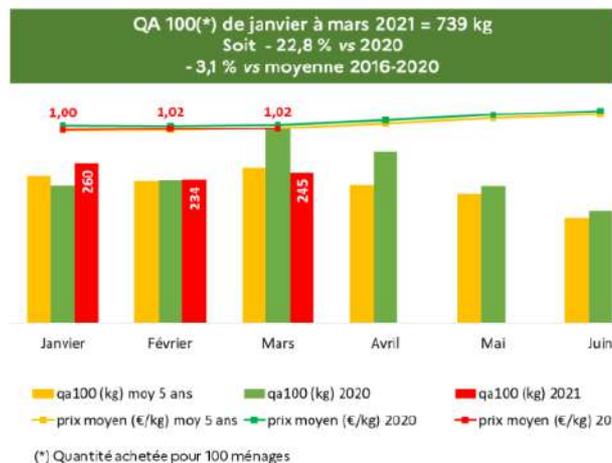
LEGUMES FRAIS

Évolution des quantités & prix moyens d'achats

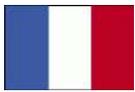


POMMES DE TERRE EN FRAIS

Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar Worldpanel via FranceAgriMer (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 des ménages

Les ventes de vins tranquilles (en GMS) : légère baisse en volume en GMS en 2020

Les ventes de vins tranquilles en GMS (hypers et supermarchés uniquement) légèrement baissé en 2020 : -0,8% en volume par rapport à 2019, à 8,5 millions d’hectolitres. Elles ont généré un chiffre d’affaires de 4 milliards d’euros (-0,6% par rapport à 2019 et -7,8% par rapport à la moyenne 2015-2019). Les hypermarchés ont été les plus pénalisés : leurs ventes de vins tranquilles ont baissé de 2,7% en 2020 en volume (pour un CA de 2,4 Md€, -2,7%), alors que les ventes en supermarchés progressaient de 2,5% en volume (CA de 1,6 Md€, en hausse de +3,5%). A noter également le boom des ventes en ligne : +69% en volume (361 milliers d’hectolitres et 156 K€ de CA).

En termes de couleurs, les vins blancs ont confirmé leur position de couleur la plus attractive : un taux de pénétration en hausse de 1 point à 66,6%, mais une catégorie qui reste achetée plus occasionnellement (5,2 actes d’achat / an / acheteur).

Évolutions des ventes de vins tranquilles par circuit





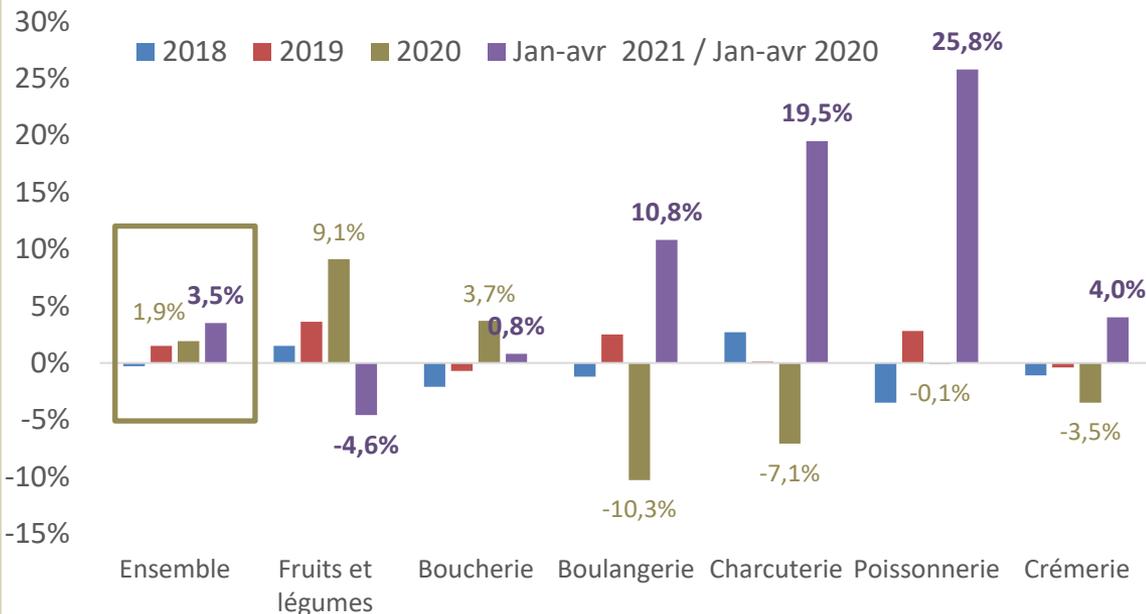
La consommation alimentaire des ménages

Focus sur les produits frais traditionnels en GMS : accélération de la croissance au cours des 4 premiers mois de 2021

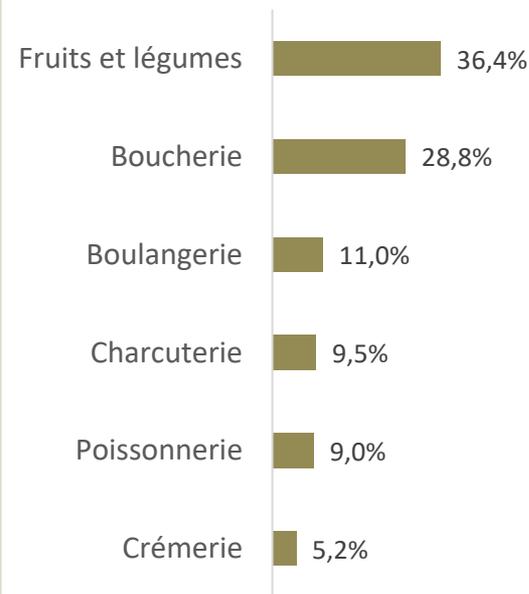
Selon les données IRI, les ventes de produits frais traditionnels (= produits frais à poids variable) ont progressé de 3,5% en valeur au cours des 4 premiers mois de l'année 2021 par rapport à la même période en 2020, après une hausse de +1,9% en 2020. Cette accélération est notamment liée à un effet de base, le T1 2020 avait en effet été marquée par le début de la crise de la Covid-19, la fermeture de certains rayons coupe au printemps et aussi la baisse de la fréquentation des hypermarchés. L'effet rebond se fait particulièrement ressentir sur le segment de la poissonnerie (+25,8% sur les 4 premiers mois de 2021), de la charcuterie (+19,5%) et de la boulangerie (+10,8%). A noter cependant le repli du côté des fruits et légumes (forte baisse en avril).

NB : selon les chiffres de IRI, les produits frais traditionnels ont représenté 17,5% des ventes en valeur des GMS en 2020 (une part relativement stable depuis 2018).

Evolution des ventes des produits poids variable
(% en valeur)



Répartition des ventes de produits à poids variable
(% en valeur CC P 12 2020)



CC = cumul courant
Source : IRI – HMSM + Ecommerce GSA



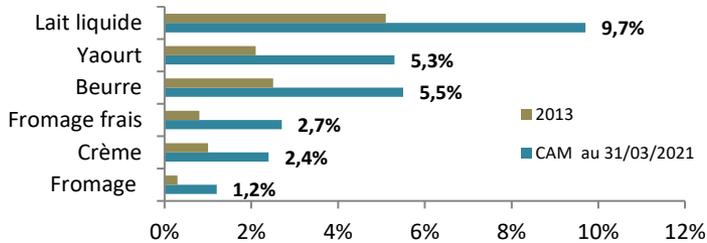
La consommation alimentaire des ménages

Focus sur le bio (1) : la dynamique de croissance est un cran en dessous

Les produits laitiers bio CAM à fin mars 2021 : FranceAgrimer Kantar

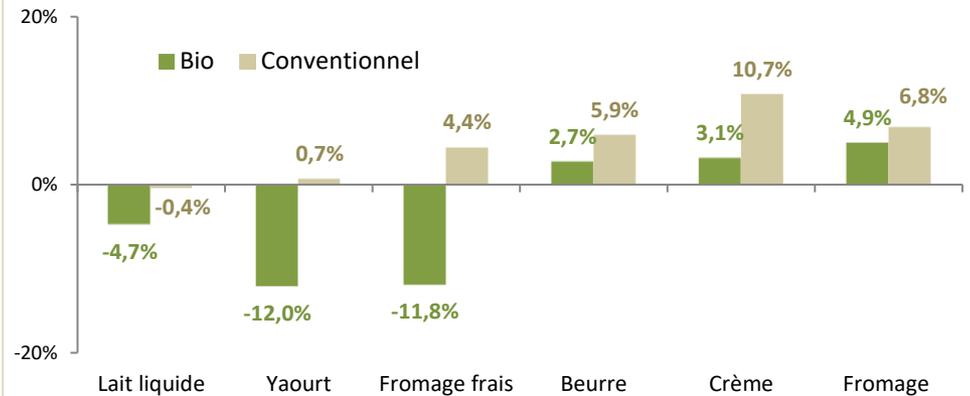
❖ En CAM au 31/03/2021, les achats en produits laitiers bio ont une tendance à baisser selon les données de Kantar, poursuivant la tendance amorcée en 2020.

❖ A noter : poids du bio selon les segments (% vol.)



Consommation de produits laitiers bio et conventionnels

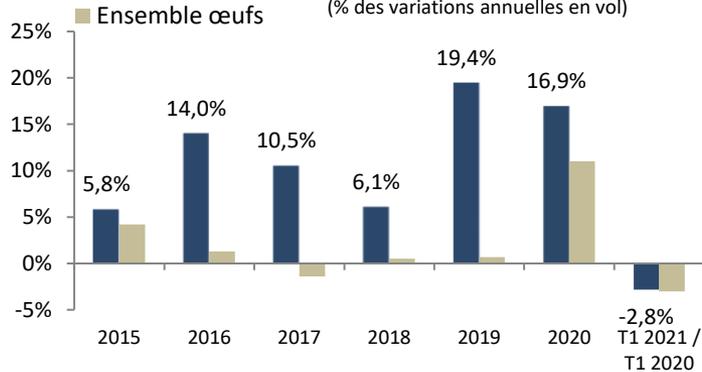
% en volume, CAM 12 mois au 31/03/2021



Source : Kantar Worldpanel via FranceAgrimer

Achats des ménages en oeufs bio

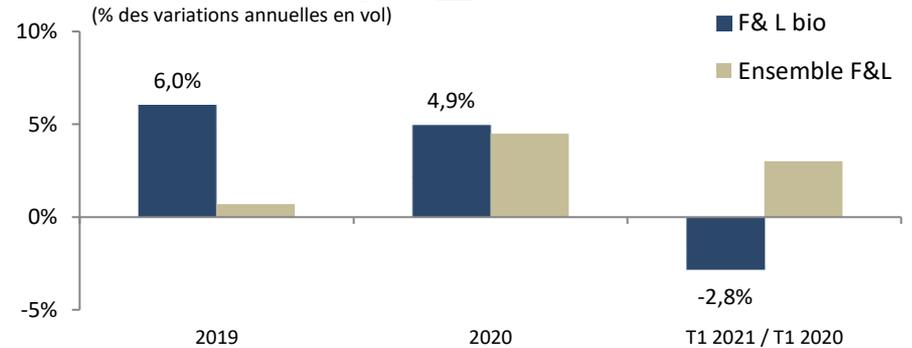
(% des variations annuelles en vol)



Source : FranceAgriMer

Achats des ménages fruits et légumes bio

(% des variations annuelles en vol)



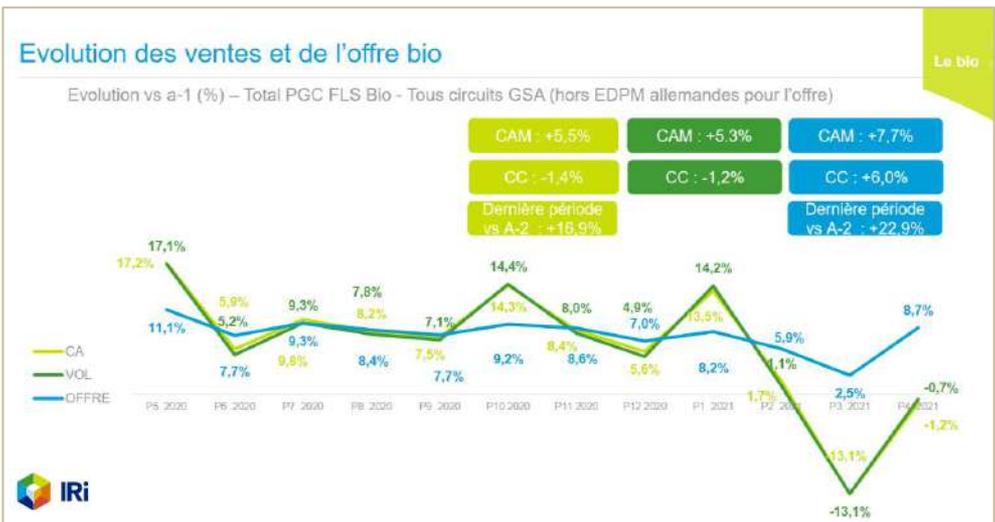
Source : Nielsen / HMSM-proxi-drive-SDMP – CAM P04 au 25/04/2021



La consommation alimentaire des ménages

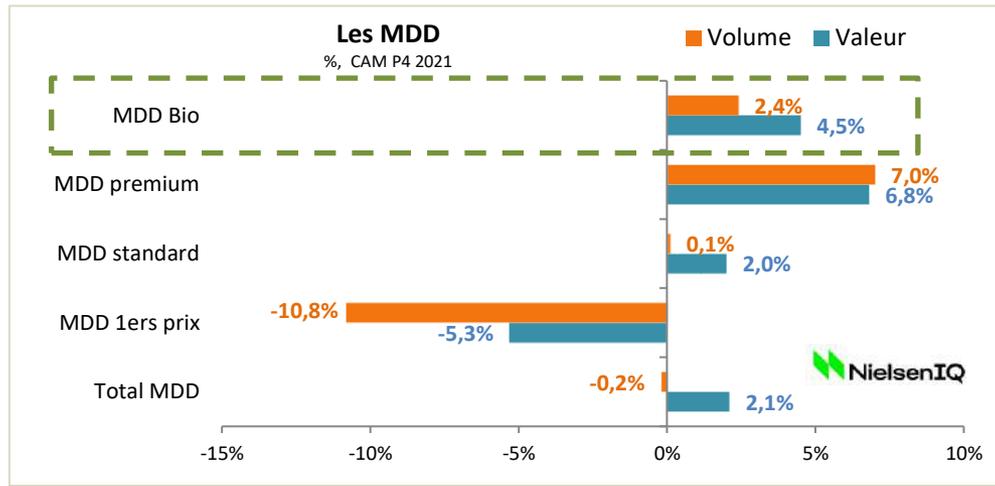
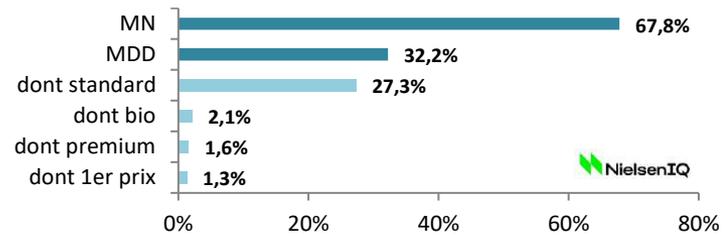
Focus sur le bio (2) : la dynamique de croissance est un cran en dessous

Les chiffres relatifs aux ventes de produits bio en GMS au cours des derniers mois indiquent un tassement de la croissance en cumul annuel mobile et même une baisse au cours des 4 premiers mois 2021 par rapport à la même période en 2020 (-1,2% en valeur selon IRI). Cette baisse doit cependant être relativisée compte tenu de la période de référence en 2020 (début de la crise de la Covid et premier confinement). Ainsi, selon IRI, la tendance resterait haussière par rapport à 2019.



Le premium fait mieux que le bio en CAM à fin avril 2021

- ❖ Selon les données de Nielsen pour le cumul annuel mobile à fin avril 2021, la croissance globale des MDD (tous circuits GMS confondus) s'est établie à +2,1% en valeur, soit un rythme de croissance inférieur à celui des MN (+4,2%). La croissance des ventes de MDD bio s'est tassée à +4,5% au cours de la période, contre +5,8% en 2020 et +17% en 2019.
- ❖ A noter : segmentation en valeur des ventes en GMS





La consommation alimentaire des ménages

Focus sur le bio (3) : tassement de la croissance des ventes de produits bio en GMS au cours des derniers mois

Si la dynamique de croissance des produits bio sur les marchés des PGC-FLS s'est poursuivie au cours des 12 derniers mois, la tendance s'est toutefois tassée. Selon les données de Nielsen, les ventes de bio ont ainsi progressé de 5,8% en valeur en CAM à fin avril 2021 par rapport à la même période en 2020 (vs +13,6% en 2020). Le bio est resté plus dynamique que l'ensemble du marché des PGC-FLS (+4,2% en valeur). Il représente 5,1% des ventes de PGC-FLS et a contribué à hauteur de 7% à la croissance du marché (cette contribution était de 10,4% en 2020 et de 96% au cours de l'exercice 2019). A noter, le e-commerce (drive + LAD) est la catégorie présentant la part la plus élevée de ventes de produits bio à 8,5% en valeur.



Pénétration

97.4%
+0.7 point
vs An-1



Sommes dépensées
par acheteur (€)

174.3€
+9.05€ vs
An-1

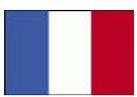
CAM P04

	Evolution PGC FLS	Evolution BIO	Poids du BIO (vs PGC FLS)	Contribution du BIO aux gains valeur	Contribution des fabricants et distributeurs aux gains du BIO	
					MDD BIO	MN BIO
HMSM+SDMP+ECOMMERCE+PROXI	4.2%	5.8%	5.1%	7.0%	33.1	66.9
ENSEIGNES HM	0.7%	-0.2%	4.5%	-100.0%	-100.0	100.0
ENSEIGNES SM	3.5%	4.3%	5.6%	6.7%	1.5	88.5
ENSEIGNES PROXI	2.3%	3.4%	6.1%	9.0%	34.4	65.6
TOTAL ECOMMERCE	32.4%	32.0%	8.5%	8.5%	42.4	57.6
ENSEIGNES SDMP	3.7%	6.8%	3.0%	5.4%	82.0	18.0

Source : Nielsen / Nielsen ScanTrack et HomeScan / Données arrêtées au 25 avril 2021 (P04 2021)



Juin 2021

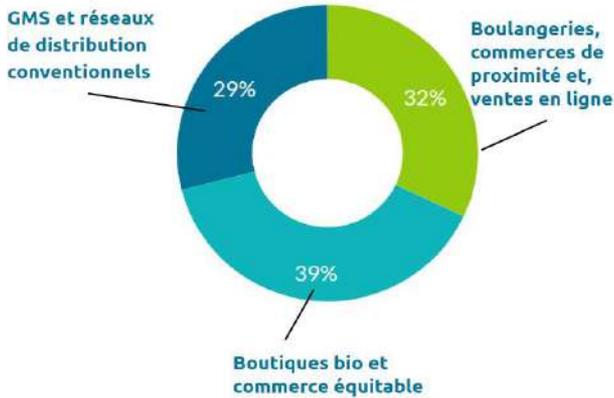


La consommation alimentaire des ménages

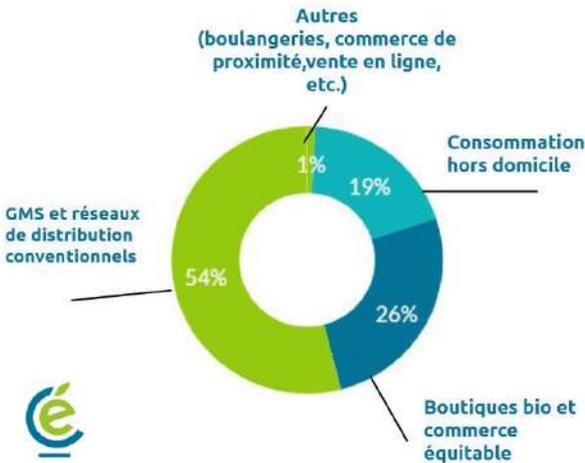
Focus sur le commerce équitable

Lieux de ventes

Filières équitables françaises



Filières équitables internationales



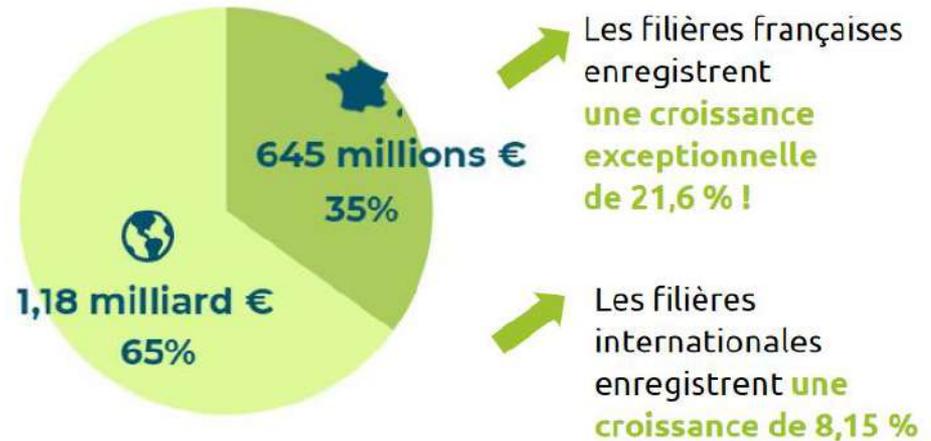
Source : Commerce Équitable France

En 2020, les Français ont consommé 12% de plus de produits équitables que l'année précédente avec des achats qui totalisent 1,83 milliard d'euros. 65% des produits équitables vendus concernent des filières internationales (café, cacao, fruits tropicaux etc.) et 35% concernent des produits issus de filières françaises de commerce équitable. La croissance du secteur porte à la fois sur les produits équitables internationaux (+8,15%) et sur les produits équitables "origine France" (+21,6%). En trois ans, les filières françaises de commerce équitable ont plus que doublé pour atteindre 645 M€. Par ailleurs, les produits à la fois équitable et bio continuent de progresser : 90% des produits équitable "filières internationales" ont également le label bio (+6 points) et 59% des produits équitable "origine France" sont également bio (versus 47% en 2018).

Les ventes ont été multipliées par 4 en 6 ans (entre 2014 et 2020)

1,827 milliard € en 2020 (+12%)

Répartition des ventes de commerce équitable



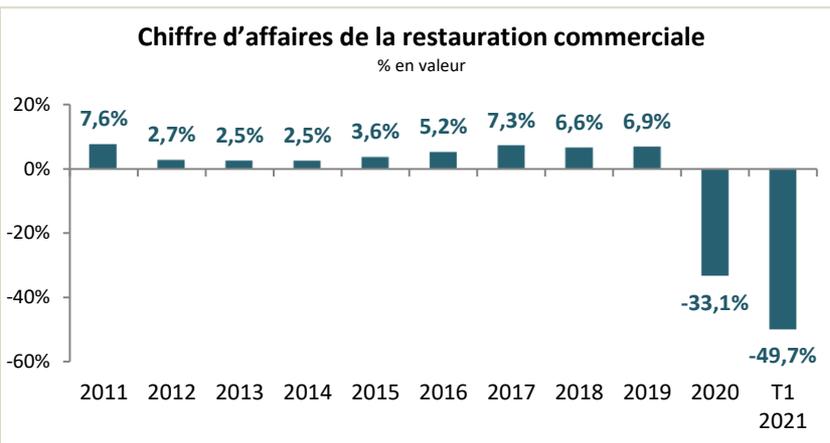


La consommation alimentaire des ménages

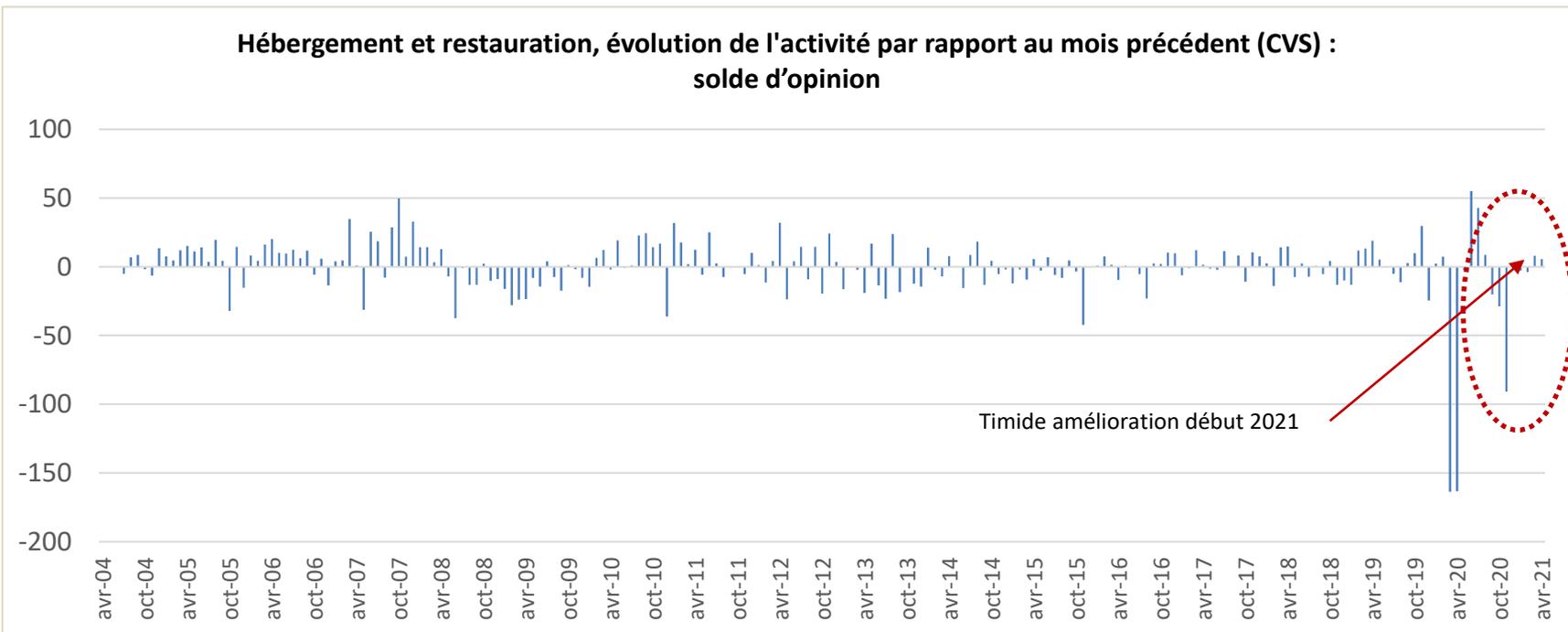
Éléments conjoncturels sur la restauration hors foyer : un chiffre d'affaires en forte baisse

L'activité de la restauration commerciale a été doublement impactée au cours des derniers mois, avec d'une part la fermeture des établissements pendant les périodes de confinement et d'autre part, les mesures de distanciation physique (limitation de capacité maximale par table et dans le restaurant, mise en place de séparations physiques ...).

Selon les données de l'INSEE, **le chiffre d'affaires de la restauration commerciale s'est contracté de 33% en moyenne annuelle en 2020**. La chute s'est poursuivie en début d'année 2021, avec une baisse de 50% du chiffre d'affaires au cours des 3 premiers mois de l'année, par rapport à la même période de 2020.



Source : INSEE



Source : Banque de France



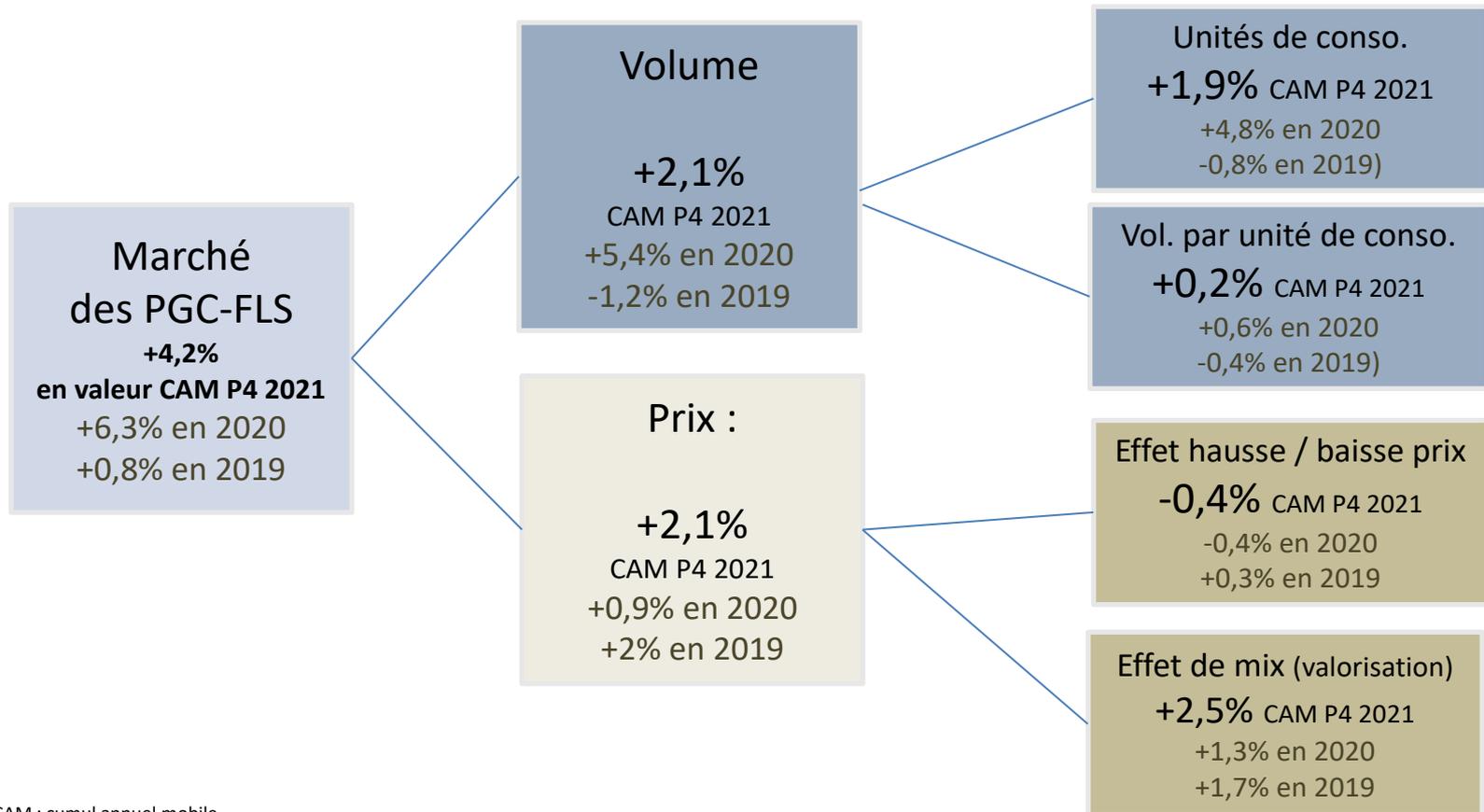
Juin 2021



GMS : les chiffres des panélistes (1)

Une croissance moins soutenue début 2021, mais un effet valorisation en hausse

Selon Nielsen, le marché des PGC-FLS a progressé de 4,2% en valeur en CAM au 25/04/2021, soit un tassement par rapport à 2020 (+6,3% en moyenne annuelle). D'ailleurs, la croissance en cumul à date s'est établie à seulement 0,7% en valeur (vs +7,5% en CAD en P4 2020). La comparaison entre les deux périodes est rendue complexe du fait du début de la crise au cours du printemps 2020 (fermeture des écoles, confinement, fermeture des restaurants...). A noter par ailleurs une accélération de l'effet de mix (effet valorisation) qui s'établit à +2,5% en CAM à P4 2021.



CAM : cumul annuel mobile

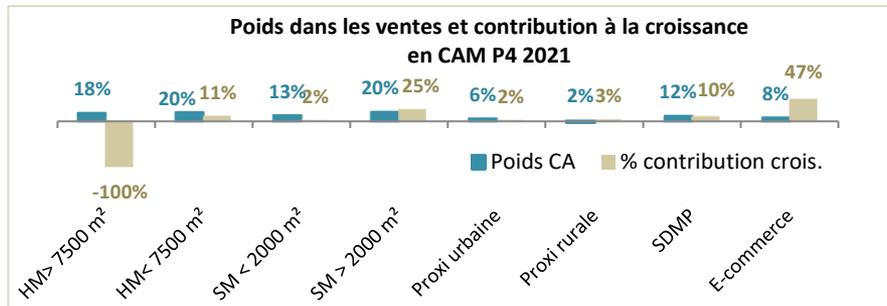
Source : Nielsen – HMSM + SDMP + Drive + Proxi / CAM au 25/04/2021



GMS : les chiffres des panélistes (2)

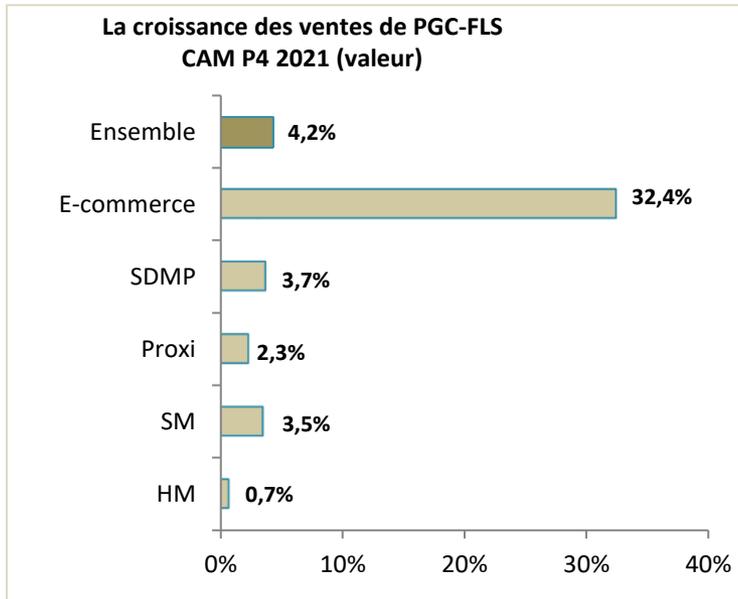
Les circuits de distribution : le e-commerce demeure le circuit le plus dynamique début 2021

Selon les données de **Nielsen**, les ventes de PGC-FLS (*) en supermarchés ont augmenté de 3,5% en valeur en CAM P4 en 2021 (+0,7% en volume en UC) et elles ont légèrement progressé de 0,7% en hypermarchés (-0,5% en volume UC). Le circuit des SDMP a continué de progresser en valeur (+3,7%). L'activité des drives est restée particulièrement dynamique (+32,5% en valeur et +30,5% en volume), celle de la livraison à domicile a augmenté de 30,7% en valeur et de 31,4% en volume. La proximité a uniquement progressé en valeur : +2,3% en valeur (-1% en volume).

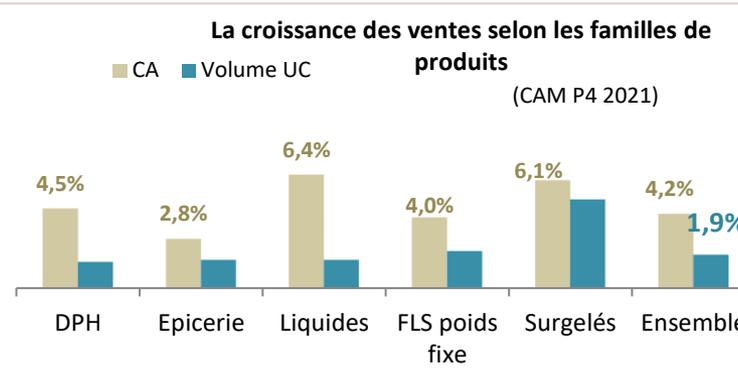


Source : Nielsen – Nielsen Trends P04 2021 au 25 avril 2021

Selon les données de Nielsen, les ventes de PGC-FLS (*) ont augmenté de 1,9% en volume en UC en CAM P4 2021, soit en nombre de produits achetés, et +2,1% au total (nombre de produits achetés + effets promo). Les segments les plus dynamiques ont été les surgelés (+5% en volume UC et +6,1% en valeur) et les liquides en termes de valeur : +6,4% en cumul annuel mobile fin avril 2021.



Source : Nielsen – Nielsen Trends P04 2021 au 25 avril 2021



Source : Nielsen – Nielsen Trends P04 2021 au 25 avril 2021

(*) produits de grande consommation et frais libre-service /

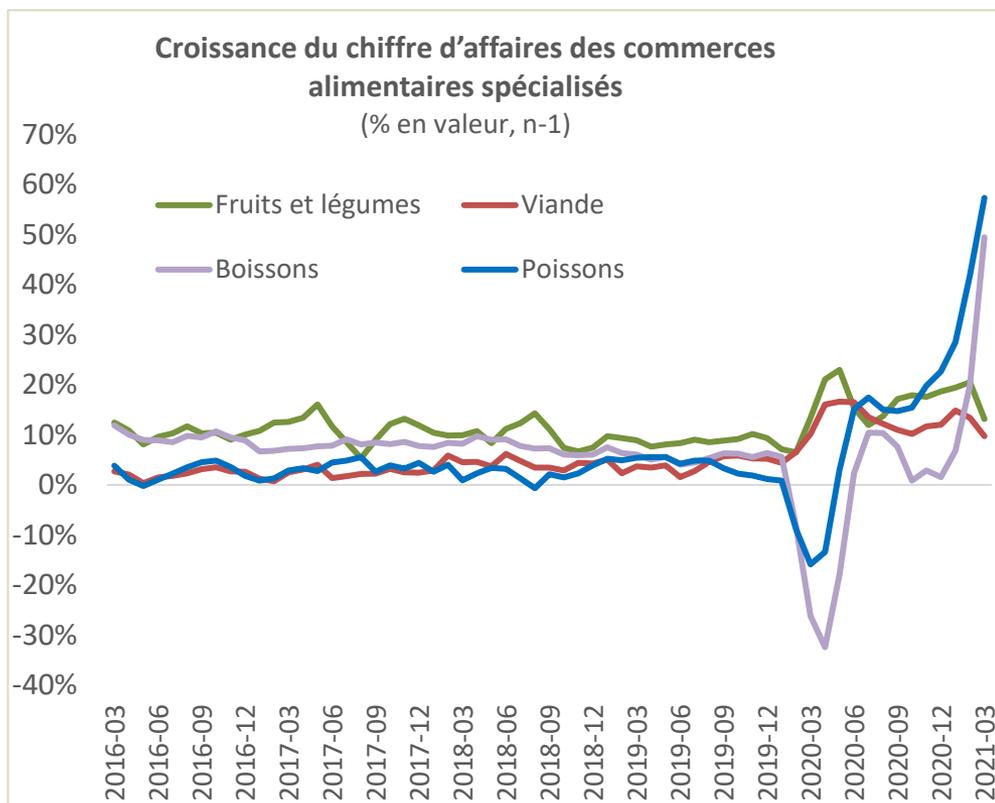
(**) SDMP : supermarchés à dominante marque propre = discounters



Commerces alimentaires spécialisés : les chiffres de l'INSEE

Poursuite de la dynamique de croissance en T1 2021

Dans le contexte spécifique de l'exercice 2020, et notamment de la première période de confinement au printemps, deux secteurs se sont distingués par une accélération de la croissance de leur activité : les primeurs et les boucheries-charcuteries. Le chiffre d'affaires des primeurs a progressé, selon les données de l'INSEE, de 15% en valeur en 2020, celui des boucheries de près de 12%. La croissance des deux secteurs est restée forte en début d'année 2021. En revanche, pour le secteur du commerce de boissons (principalement les cavistes), les ventes se sont repliées de 3,2% en 2020, mais la situation s'améliore sensiblement (+20% en T1 2021 en glissement annuel). A noter également la forte accélération de la croissance de l'activité des poissonneries : +42% en valeur en T1 2021, par rapport à la même période de 2020.



	Fruits et légumes	Viande	Boissons	Poissons
2015	11,0%	1,3%	8,7%	3,8%
2016	11,1%	3,1%	10,6%	3,0%
2017	11,2%	2,4%	7,7%	3,5%
2018	9,6%	4,2%	7,1%	2,0%
2019	9,2%	3,7%	6,0%	4,2%
2020	15,2%	11,7%	-3,2%	7,3%
T1 2021	20,5%	13,4%	19,8%	41,9%

Source : INSEE

Le commerce extérieur

NB : par rapport aux précédentes notes de conjoncture, des changements de nomenclature ont été effectués par les Douanes (nomenclature CPF rév. 2.1 remplace la nomenclature CPF rév. 2 à partir des données 2015). Les données rétrospectives portent sur la période 2015-2020, avec la nouvelle nomenclature.

En outre, **les données statistiques ont été retraitées hors Royaume-Uni** en données rétrospectives. Le Royaume-Uni est désormais un pays tiers (hors UE).

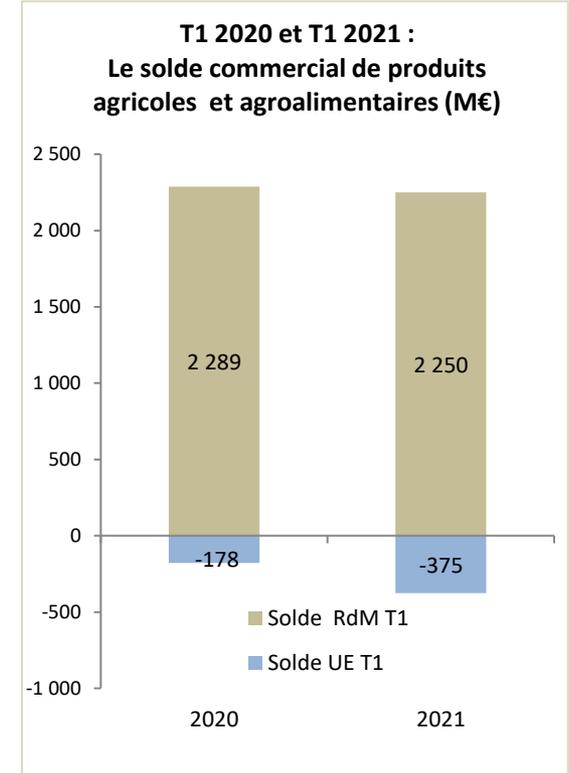
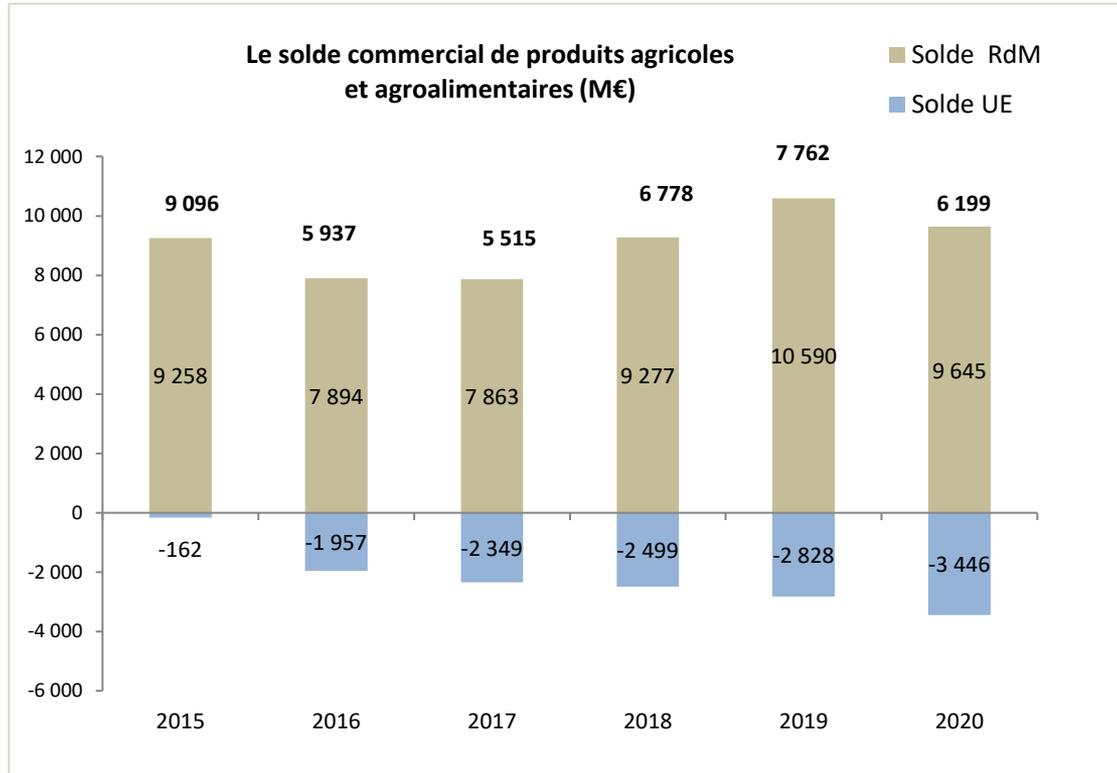
Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires

Dégradation du solde commercial en 2020

Le solde commercial des échanges de produits agricoles et agroalimentaires s'est replié à 6,2 milliards d'euros en 2020 contre près de 7,8 milliards d'euros en 2019. Le solde avec les pays tiers (yc Royaume-Uni) s'est établi à 9,6 Md€ en 2020 vs 10,6 Md€ en 2019, et le solde avec les pays membres de l'UE est resté déficitaire : -3,4 Md€ en 2020 vs -2,8 Md€ en 2019.

Les **premières données sur 2021** indiquent une poursuite de la tendance à la dégradation sur les 3 premiers mois de l'année, exclusivement du fait de l'aggravation du déficit commercial avec les pays membres de l'UE.



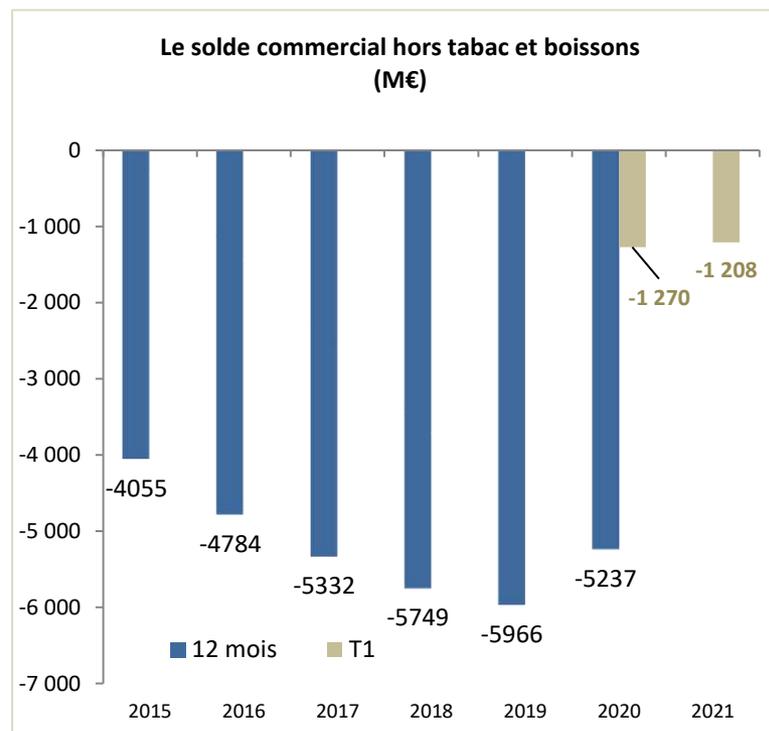
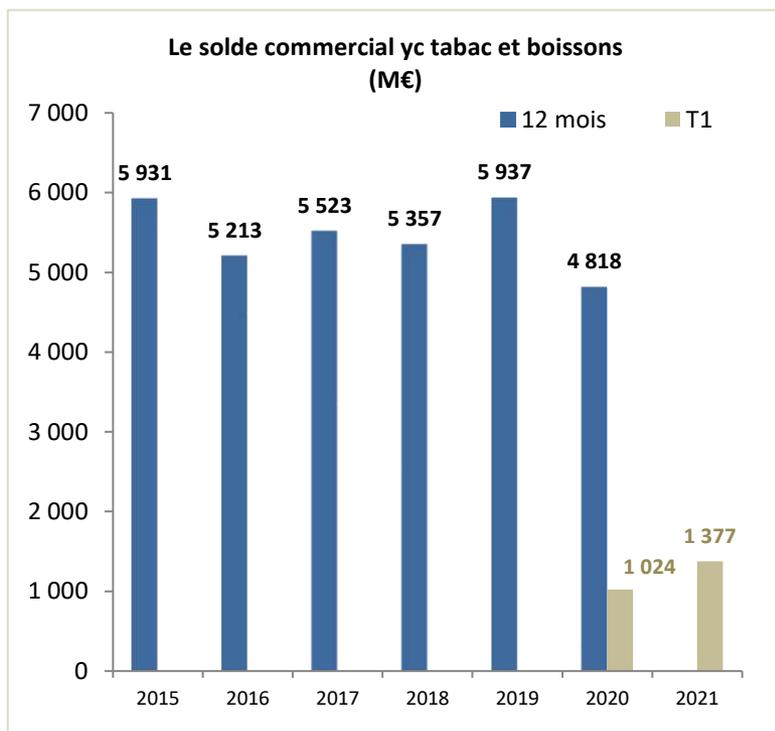
Source : Douanes

Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agroalimentaires (1) : dégradation en 2020, légère amélioration début 2021

Le solde commercial y compris boissons et tabac s'est contracté, à 4,8 Md€ en 2020, conséquence de la forte baisse des exportations de boissons (-12% par rapport à 2019, soit une chute de 2 milliards d'euros). Hors boissons et tabac, le solde commercial des produits agroalimentaire reste déficitaire. Le déficit a atteint 5,2 Md€, en 2020. Le déficit est toutefois moins élevé qu'en 2019.

Les premiers éléments sur 2021 (premier trimestre) indiquent une modeste amélioration du solde commercial, à la fois y compris boissons et tabac et hors boissons et tabac.



Source : Douanes

Le commerce extérieur

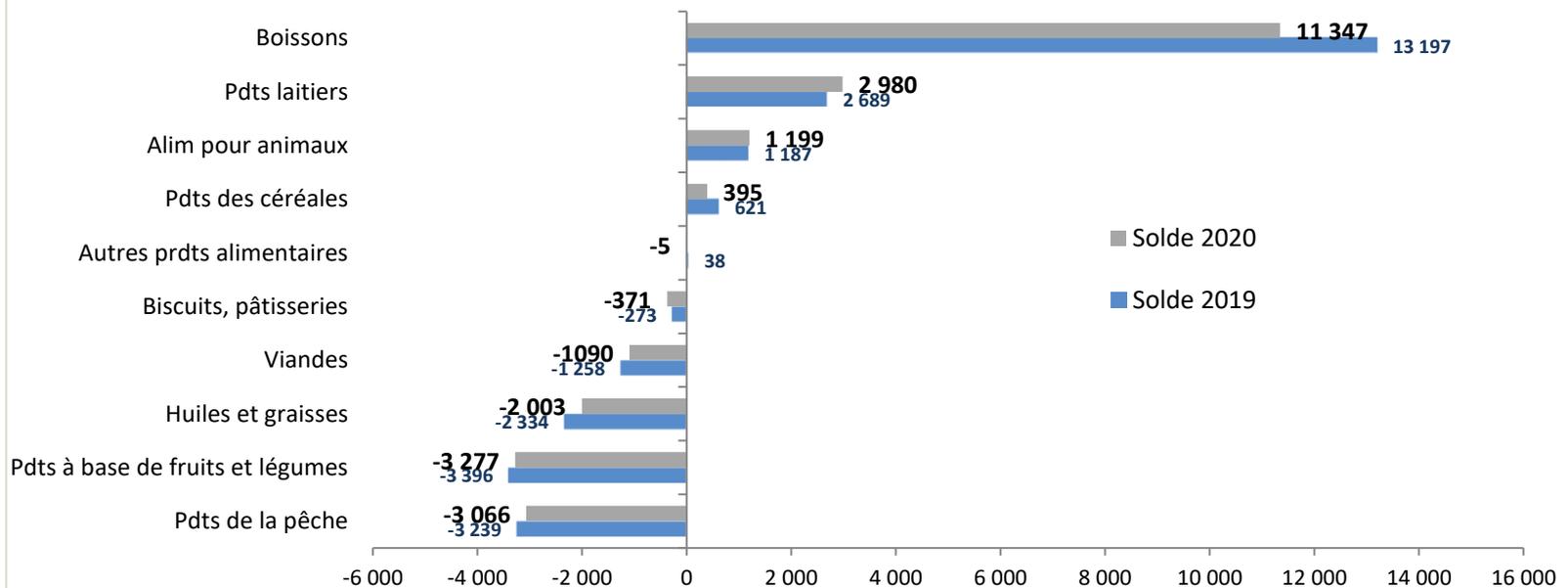
Le solde commercial des produits agroalimentaires (2) : un fort décrochage dans les boissons en 2020, début d'amélioration en T1 2021

Le solde commercial dégagé par les boissons s'est établi à 11,3 Md€ en 2020, un solde en baisse par rapport aux 13,2 Md€ dégagés en 2019. Les ventes de vins et Champagne en particulier ont diminué, notamment vers les États-Unis, pénalisées par les taxes mises en place depuis mi-octobre 2019 et aussi vers l'Asie (Chine, Singapour, Japon). Il en va de même pour les spiritueux, dont les exportations reculent principalement vers les États-Unis, premier client des spiritueux français. Concernant les autres catégories de produits, les produits laitiers ont plutôt bien résisté, avec une stabilité des exportations (+0,6%) et une baisse des importations (-6,2%).

Le **solde s'est amélioré de 350 M€ au cours des 3 premiers mois de 2021** (par rapport à T1 2020). Le solde dégagé par les boissons s'est redressé de 240 M€ au cours du T1 2021, à 2,8 Md€.

Le solde des échanges commerciaux selon les catégories de produits

Unité : million d'euros



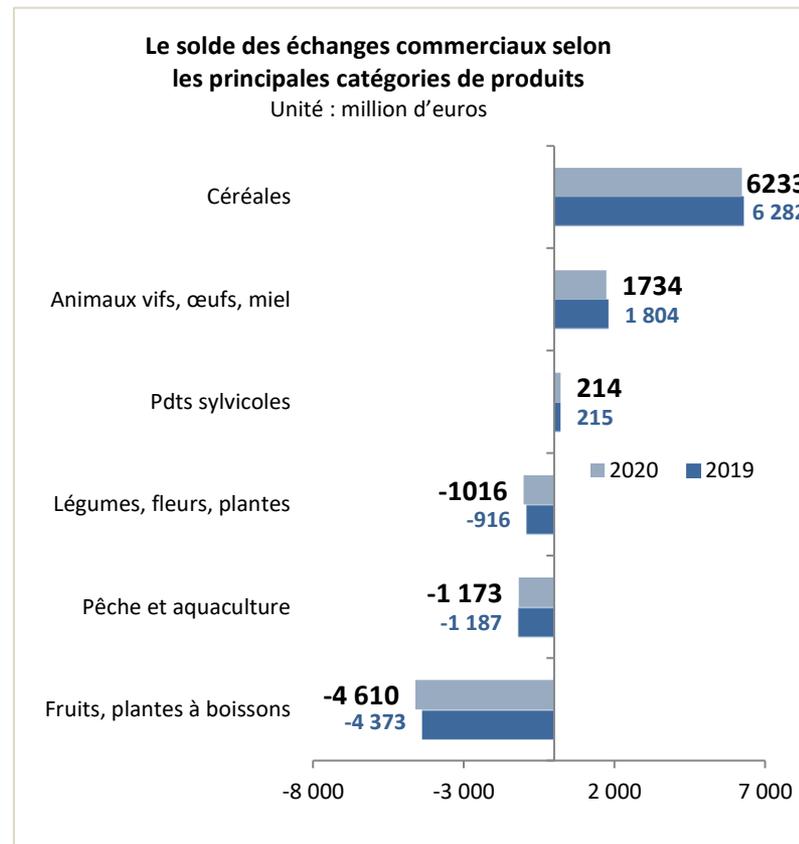
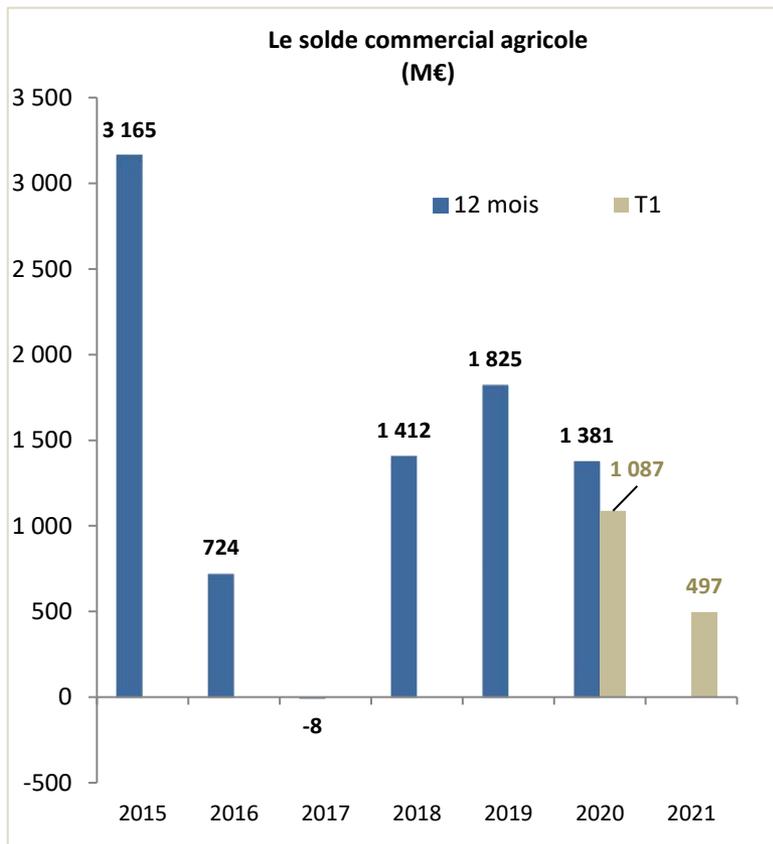
Principaux postes d'échanges / Source : Agreste / Agreste Conjoncture Commerce Extérieur agroalimentaire

Le commerce extérieur

Le solde commercial agricole (agriculture, sylviculture et pêche) : un repli lié en particulier aux fruits et légumes en 2020 et aux céréales début 2021

Le solde commercial des produits agricoles bruts s'est établi à 1 381 millions d'euros en 2020, en baisse par rapport à 2019. Le solde des échanges de céréales s'est quasi-stabilisé, représentant 6,2 milliards d'euros. Le solde des échanges de fruits s'est quant à lui dégradé : -4,6 Md€ en 2020 vs -4,37 Md€ en 2019.

Les premières données sur 2021 indiquent une contraction de l'excédent à moins de 500 M€ sur le premier trimestre, contre plus de 1 Md€ en T1 2020. Le solde commercial dégagé par les céréales s'est contracté de 330 M€ au cours de cette période (à 1,9 Md€).



Source : Douanes

Le commerce extérieur

Etude FranceAgriMer : les performances à l'export des filières agricoles et agroalimentaires, situation en 2020

En 2020, les produits agricoles et agroalimentaires ont fourni le 3^e poste d'excédent commercial français, après les secteurs «Aéronautique et spatial» (16,5 Md€) et «Chimie, parfums, cosmétique» (12,9 Md€). Pour le secteur IAA, la fermeture partielle ou totale du circuit de restauration hors domicile partout dans le monde depuis le début du deuxième trimestre 2020 a particulièrement impacté certaines filières, comme la filière vitivinicole déjà affectée par la mise en place de taxes additionnelles par les États-Unis dans le cadre du panel Airbus/Boeing.

En 2020, les exportations à destination des autres pays de l'UE à 27 représentent 55% de la valeur des exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires, de bois et dérivés et de biodiesel. Elles sont concentrées vers un petit nombre de pays: les 5 premiers clients états membres absorbent plus de 80% des exportations. En 2020, les 5 premiers clients de la France dans l'UE à 27 sont l'Allemagne (8,1 Md€ d'exportations, -3% par rapport à 2019), la Belgique (7,5 Md€, -2%), l'Italie (5,9Md€, -9%), l'Espagne (5,8 Md€, -7%) et les Pays-Bas (4,5 Md€, + 2%).

DONNÉES 2020	Performance de la France			Leader mondial	Principal concurrent européen de la France	Tendance	Part de marché des 27 pays de l'UE (%)
	Part de marché mondiale (%)	Évol. (en points)	Rang mondial				
Produits agricoles et agroalimentaires	4,60	-0,2	6	États-Unis	Pays-Bas		39
Vins et spiritueux	17,50	-1,0	1	France	Italie		56
Produits d'épicerie	4,50	-0,1	7	Allemagne	Allemagne		50
Laits et produits laitiers	8,90	0,2	4	Nouvelle-Zélande	Pays-Bas		63
Céréales	6,40	-0,4	7	États-Unis	Allemagne		25
Fruits et légumes	2,30	-0,1	13	Chine	Espagne		35
Viande et produits carnés	2,80	-0,1	11	États-Unis	Pays-Bas		43
Animaux vivants et génétique	10,80	0,1	1	France	Pays-Bas		55
Oléagineux	1,30	-0,1	12	Brésil	Pays-Bas		13
Pêche et aquaculture	1,20	=	23	Chine	Pays-Bas		25
Sucre*	4,20	-0,4	4	Brésil	Allemagne		19
Autres	4,40	0,1	5	Pays-Bas	Pays-Bas		47
Bois et dérivés	2,60	-0,1	14	Chine	Allemagne		45
Machinisme agricole et agroalimentaire	4,60	-0,2	7	Allemagne	Allemagne		53
Engrais et produits phytosanitaires	5,10	0,3	6	Chine	Allemagne		30
Biodiesel	3,70	-0,5	7	Pays-Bas	Pays-Bas		83

Explication des modalités de détermination de la colonne « Tendance »		Part de marché de la France		
		Hausse	Stabilité	Baisse
Évolution de la part de marché de la France par rapport au principal pays de l'UE concurrent	Amélioration			
	Stabilité			
	Détérioration			

Source : FranceAgriMer

<https://www.franceagrimer.fr/content/download/66727/document/PERF%20AGRI%20AGRO%20EXPORT%20WEB.PDF>

A lire : études, enquêtes



Etudes, panoramas, enquêtes (1)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Les Français et le défi de l'alimentation Avril 2021	Elabe Veolia	Terres cultivables disponibles, qualité des sols, souveraineté alimentaire, émissions de GES et exploitation des ressources par l'agriculture : l'incertitude prévaut dans l'opinion publique, mais une majorité soupçonne une situation dégradée. Inquiétude sur les conséquences des pratiques agricoles actuelles sur l'environnement et de la dégradation des ressources essentielles pour « se nourrir bien ». Une préoccupation à la croisée des inquiétudes sanitaire et écologique. 2 Français sur 3 doutent franchement de notre capacité à développer une production alimentaire conciliant quantité, qualité et respect de l'environnement. Pour concilier quantité, qualité et respect de l'environnement, la plupart des Français partagent la conviction d'un nécessaire changement de nos modes de production alimentaire et de nos habitudes de consommation. Valorisation des déchets organiques, REUT pour l'élevage et l'irrigation, et boues d'épuration pour fertiliser les sols sont des alternatives évidentes ou très crédibles au mode de production actuel. Les farines à base d'insectes pour l'alimentation animale interrogent. Et à titre personnel, les Français sont résolument prêts au « changement alimentaire ».	https://elabe.fr/defi-alimentation/
Les Français et le soutien à l'agriculture française Avril 2021	OpinionWay Max Havelaar	Enquête réalisée en avril : 62% des Français interrogés estiment qu'une plus grande consommation de produits made in France aurait un impact positif sur l'agriculture française, devant « le respect d'un prix payé aux agriculteurs qui couvre bien leurs coûts de production » (53%). Pour 67% des Français, les prix bas imposés aux agriculteurs par les intermédiaires et les distributeurs fait partie des éléments qui pénalisent le plus les agriculteurs aujourd'hui (67%), devant la concurrence avec d'autres pays qui n'ont pas de normes aussi contraignantes pour leurs agriculteurs (63%).	https://maxhavelaarfrance.org/fileadmin/fairtrade/documents/Sondages/OpinionWay_pour_Max_Havelaar_-_Les_Fran%C3%A7ais_et_le_soutien_%C3%A0_l'agriculture_-_Avril_2021.pdf
Enquête Aquaculture 2019 Mai 2021	Agreste	Réalisée en 2020, l'enquête Aquaculture 2019 mesure le volume et la valeur de la production aquacole en France métropolitaine pour l'exercice comptable 2019. Elle évalue également l'emploi concerné par ces activités. Le secteur compterait plus de 2 700 entreprises pour des ventes estimées à près de 780 millions d'euros en 2019.	https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/Chd2105/detail/
Les performances à l'export des filières agricoles et agro-alimentaire 2020 Mai 2021	France AgriMer	Repli significatif de la valeur des exportations agri et agro en 2020 par rapport à 2019 (-3%), principalement dû à une forte baisse des exportations au moment du premier confinement en avril et mai 2020 (-15% par rapport à 2019). Erosion de notre part de marché dans les exportations mondiales principalement due à l'impact négatif du 1 ^{er} confinement qui a été plus marqué en France que dans l'UE dans son ensemble ou dans le reste du monde. Diminution du solde positif des échanges de produits agricoles et agroalimentaires avec les pays tiers (-10%) et aggravation du déficit avec les pays de l'UE à 27, due à la baisse des exportations.	https://www.franceagrimer.fr/content/download/66727/document/PERF%20AGRI%20AGRO%20EXPORT%20WEB.PDF



Etudes, panoramas, enquêtes (2)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<p>la sensibilité du revenu des exploitations agricoles françaises à une réorientation des aides dans le cadre de la future PAC post-2023 Avril 2021</p>	INRAE	<p>«L'article dresse un panorama des revenus des exploitations agricoles françaises sur la décennie 2010-2019, et de leur hétérogénéité selon l'orientation productive, la taille et la localisation. Il illustre leur dépendance aux soutiens budgétaires de la PAC. Sur cette base, il analyse la sensibilité des revenus à différents scénarios de réorientation des aides directes de la PAC en considérant deux types de mesures. Les premières ont pour objectif de modifier la répartition des aides directes et des revenus : sont alors simulés les impacts sur les revenus d'un dispositif en faveur des petites fermes, de modalités alternatives de versement des aides couplées aux exploitations de bovins-viande et bovins-lait, de la convergence interne intégrale du paiement de base, et d'un renforcement du paiement redistributif sur les premiers hectares. Les deuxièmes mesures poursuivent des objectifs climatiques et environnementaux dont il s'agit aussi d'examiner les conséquences sur les revenus : sont alors analysés deux scénarios correspondant, d'une part, à un transfert de 15% de l'enveloppe budgétaire du premier pilier vers des mesures climatiques, environnementales et de soutien à l'agriculture biologique dans le deuxième pilier, et, d'autre part, à un éco-régime ciblé sur le maintien des prairies permanentes et la réduction des usages de pesticides. »</p>	<p>https://hal.inrae.fr/hal-03213474/file/INRAE-2021-La%20r%C3%A9orientation%20des%20aides%20dans%20le%20cadre%20de%20la%20future%20PAC%20post-2023%20%28003%29.pdf</p>
<p>Végétariens et flexitariens en France en 2020 Mai 2021</p>	FranceAgriMer	<p>Selon une étude réalisée à la fin de 2020 par l'institut IFOP pour le compte de FranceAgriMer, Un quart des Français déclarent limiter leur consommation de viande, les végétariens restent marginaux (2,2%). L'attachement à la viande est toujours marqué : 89 % des Français déclarent aimer le goût de la viande, 90 % pensent qu'on peut manger de la viande et respecter le bien-être animal, 79 % considèrent que manger de la viande est nécessaire pour être en bonne santé.</p>	<p>https://www.franceagrimer.fr/content/download/66748/document/RapportComplettVegetariensFlexitariensEnFrance2020.pdf</p>
<p>Les Français & le gaspillage alimentaire Mai 2021</p>	OpinionWay Smartway	<p>Parmi les principaux résultats de l'enquête :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 94% des Français déclarent faire attention au gaspillage alimentaire. - 59% jettent un produit en raison de son apparence, 32% de sa DLC - 1 Français sur 2 se sent coupable au moment de jeter un produit. - 80% estiment gaspiller moins que le reste des Français. - Pour 2 Français sur 3 il n'y a pas eu d'effet de la crise sanitaire sur le gaspillage. - 1 Français sur 2 pratique au moins 5 gestes anti-gaspillage au quotidien. Les 3 gestes anti-gaspi les plus pratiqués par les Français : tri des produits dans le frigo selon les DLC (60%), congélation des produits frais dès l'achat (56%) et cuisiner en plus petite quantité (51%). 	<p>https://smartway.ai/2021/05/13/francais-gaspillage-alimentaire/</p>



Etudes, panoramas, enquêtes (3)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Image de l'agriculture auprès des Français en 2021 Mai 2021	BVA Crédit Agricole	71% des Français ont une très bonne opinion de l'agriculture alors qu'ils n'étaient que 59% il y a 6 ans. Et 77% reconnaissent que les agriculteurs ont joué un rôle plutôt ou tout à fait essentiel pendant la crise du Covid. 52% des Français considèrent que l'agriculture a connu une évolution positive au cours de ces 5 dernières années. 6 Français sur 10, considèrent aujourd'hui que les modes de production des cultures végétales sont conduits de manière raisonnée (+ 22 pts vs 2015) plutôt que de manière intensive (-20 pts vs 2015). 59% des Français ont toujours le sentiment de ne pas connaître les modes de productions végétales ni les conditions dans lesquelles les animaux sont élevés pour 50%. Si on leur en donnait l'occasion, 9 Français sur 10 aimeraient pouvoir échanger avec des agriculteurs.	https://www.bva-group.com/sondages/regard-surprise-etonne-francais-realites-de-lagriculture-de-pays/
La « viande in vitro » : cultiver des cellules musculaires à destination alimentaire Mai 2021	CEP Ministère de l'agriculture et de l'alimentation	<i>« Depuis une vingtaine d'années, des chercheurs essaient de produire, en laboratoire, des cultures de cellules animales pour la consommation alimentaire. Ce projet de « viande in vitro » est présenté comme une innovation disruptive répondant aux différents défis attachés à l'élevage. D'où vient-il et par qui est-il promu ? Quels sont les obstacles techniques au passage à l'échelle industrielle, les stratégies de recherche, et les enjeux de mise sur le marché ? Cette note apporte des éléments de réponse ».</i>	https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Ana164/Analyse_1642105.pdf
« La résilience des territoires pour tenir le cap de la transition écologique » rapport intermédiaire Mai 2021	The Shift Project	<i>« Avec le projet « Stratégies de résilience des territoires », le Shift Project entend interpeller non seulement les élus, mais aussi l'ensemble des acteurs territoriaux, sur les implications structurelles de la transition post-carbone et des bouleversements environnementaux en cours sur les territoires, et fournir des éléments pour l'action permettant de bâtir des stratégies locales de résilience. Le projet permettra d'exposer les implications, systémiques, de long terme et irréversibles, de la transition post-carbone et des bouleversements environnementaux en cours et d'illustrer les risques qu'ils font peser selon les territoires et selon les populations. La résilience des territoires sera considérée comme un horizon mobilisateur pour appréhender la complexité et la dimension holistique de ces enjeux et ainsi faciliter le renouvellement des visions et des trajectoires de développement sur les territoires. »</i>	https://theshiftproject.org/article/rapport-intermediaire-resilience-des-territoires/
Observatoire du Commerce Equitable Mai 2021	Commerce Equitable France	En 2020, le marché du commerce équitable poursuit sa progression avec une croissance de 12%. Les Français ont consommé 12% de plus de produits équitables que l'année précédente avec des achats qui totalisent 1,83 milliard d'euros. 65% des produits équitables vendus concernent des filières internationales (café, cacao, fruits tropicaux etc.) et 35% concernent des produits issus de filières françaises de commerce équitable.	https://www.quinzaine-commerce-equitable.org/wp-content/uploads/2021/05/Observatoire_CommerceEquitableFrance_embargo-VDEF.pptx-1.pdf



Etudes, panoramas, enquêtes (4)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs des Français en 2020 Avril 2021	FranceAgriMer Kantar	Chiffres clés sur les achats des ménages français en végétaux (intérieur, extérieur, cimetière). Les foyers ont acheté moins de végétaux (29,7 par foyer en 2020 vs 31,9 en 2019), mais le budget annuel reste stable à 112,8 euros par foyer. 52% des foyers français ont acheté un végétal d'intérieur soit 14,7 millions de foyers, un peu moins qu'en 2019 (-3 points).	https://www.franceagrimer.fr/content/download/66760/document/BIL-HOR-2021-Achats_Vegetaux_2020.pdf
Alimentation durable et locale Mai 2021	Sénat	<p>« Malgré un modèle agricole internationalement reconnu, la politique agricole et alimentaire française est confrontée à de nombreux défis : compétitivité, transition écologique, renforcement de la résilience face aux effets des crises climatiques et sanitaires. La commission de l'aménagement du territoire et du développement durable et la commission des affaires économiques ont souhaité unir leurs expertises afin de mener un travail conjoint sur ce sujet de préoccupation majeure.</p> <p>Les propositions des deux commissions s'inscrivent dans deux axes principaux:</p> <ul style="list-style-type: none"> - renforcer notre autonomie alimentaire et revaloriser la production locale pour reconquérir le bol alimentaire des Français ; - maîtriser l'empreinte carbone de notre consommation alimentaire et rapprocher l'agriculture du quotidien des Français, en luttant contre les émissions importées de gaz à effet de serre et en soutenant la relocalisation et le développement de productions agricoles diversifiées et sobres en intrants. L'examen très prochain du projet de loi « Climat et Résilience » sera l'occasion de traduire, par voie d'amendements, certaines recommandations. » 	https://www.senat.fr/rap/r20-620/r20-6201.pdf
Ventes et achats de vins tranquilles Bilan 2020 Mai 2021	FranceAgriMer	Les chiffres clés de la consommation de vins en 2020 : par couleur, catégorie, circuit de distribution. Une tendance à la baisse en grande distribution en 2020 (--0,8% en volume et -0,6% en valeur). Les hypermarchés ont été davantage pénalisés : -2,7% en volume vs +2,5% en supermarchés.	https://www.franceagrimer.fr/content/download/66796/document/BIL-VIN-2021-Achats_et_ventes_vins_tranquilles2020.pdf



Etudes, panoramas, enquêtes (5)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Note de conjoncture vitivinicole mondiale 2020 Avril 2021	OIV	Chiffres clés et analyse de la production, consommation, échanges extérieurs de vin dans le monde. La consommation mondiale de vin en 2020 est estimée à 234 Miohl, marquant une baisse de 3% par rapport à 2019. Cette baisse de 7 Miohl est analogue à celle observée lors de la crise de 2008-09. La première année de la crise sanitaire COVID-19 a mis en évidence des comportements de consommation agrégée asymétriques dans les différents pays du monde.	https://www.oiv.int/public/medias/7899/oiv-note-de-conjoncture-vitivinicole-mondiale-2020.pdf
Sustaining Australia: Food and Grocery Manufacturing 2030 Mai 2021	Australian Food and Grocery Council (AFGC)	Parmi les conclusions du rapport : <ul style="list-style-type: none">- Fort potentiel de croissance sur le marché intérieur et à l'exportation pour les IAA australiennes.- Le secteur de l'alimentation et de l'épicerie est sous la pression d'une rentabilité en baisse due « à des coûts élevés » et à un « retail très concentré », ce qui a entraîné une décennie de stagnation des investissements en capital et de faible innovation.- Selon les auteurs du rapport, avec une orientation stratégique, des politiques et des mesures incitatives appropriées, la taille du secteur australien de l'alimentation et de l'épicerie peut doubler pour atteindre 250 milliards de dollars d'ici 2030, ce qui entraînerait une augmentation de 54% du nombre d'emplois, soit 427 000 personnes employées par le secteur en 2030.	https://www.afgc.org.au/industry-resources/sustaining-australia-food-and-grocery-manufacturing-2030
Rapport Cyclope Mai 2021	Cercle Cyclope	La 35ème édition du rapport Cyclope fait le bilan de la pandémie sur les matières premières et essaie de tirer les grandes tendances du monde d'après. La récente flambée des cours est liée à un « rattrapage » et non à un prétendu nouveau « super-cycle ». La géopolitique reprend ses droits pour structurer les marchés de matières premières. La hausse des métaux est soutenue par le verdissement accéléré de l'économie, l'une des grandes tendances impulsées par la crise. Les marchés agricoles ont pris un peu de hauteur après quelques accidents climatiques. Mais l'envolée des cours confirme avant tout l'émergence de la Chine et de son rôle clé dans les matières premières.	https://cercle-cyclope.com/publications/
L'impact de la pandémie sur les habitudes de consommation alimentaire Avril 2021	YouGov	La crise sanitaire du COVID-19 a fortement impacté les habitudes d'achat des populations dans le secteur food. Dans une étude internationale, YouGov a analysé l'évolution des habitudes de consommation alimentaire des populations dans 17 pays. Ce rapport international sur le secteur FMCG met en évidence l'évolution des achats en ligne et dévoile l'impact de la pandémie sur les comportements d'achat.	https://fr.yougov.com/



Etudes, panoramas, enquêtes (6)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Economic Bulletin T4 2020 Avril 2021	FoodDrink Europe	Note de conjoncture de l'organisation européenne des IAA : les chiffres clés jusqu'au T4 2020 en termes de production, chiffre d'affaires, emploi, commerce extérieur.	https://www.fooddrinkeurope.eu/media-resource/economic-bulletin-q4-of-2020/
Short-term outlook for EU agricultural markets in 2021 Avril 2021	Commission Européenne	Avec une demande mondiale dynamique et la réouverture des services de restauration attendue dès que la campagne de vaccination sera suffisamment avancée, les perspectives pour les marchés agricoles de l'UE sont favorables en 2021. Les prix des produits de base des cultures arables sont en hausse, ce qui aide leurs producteurs à compenser l'augmentation du coût de leurs intrants. Si les bonnes prévisions de récolte se confirment, les prix des aliments pour animaux devraient se stabiliser, atténuant ainsi la pression sur le secteur de l'élevage. La consommation de viande continue d'augmenter pour la viande porcine et la viande de volaille, et de diminuer pour la viande bovine. La réouverture de la RHF entraînerait une augmentation de la consommation de fromage et de beurre dans l'UE et la demande mondiale de produits laitiers devrait soutenir les exportations de l'UE. Dans le cas du vin et de l'huile d'olive, la consommation intérieure de l'UE est en hausse et les perspectives d'exportation s'améliorent. Les consommateurs devraient continuer à privilégier les fruits frais (oranges et pommes) après une augmentation de la consommation intérieure pendant la pandémie de COVID-19.	https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/farming/documents/short-term-outlook-spring-2021_en.pdf
The sustainability of "local" food: a review for policy-makers Mai 2021	Review of Agricultural, Food and Environmental Studies	Dans le débat politique, les systèmes alimentaires locaux et les chaînes d'approvisionnement courtes sont parfois présentées comme un moyen d'accroître la résilience du système alimentaire et sont également suggérés comme un moyen d'améliorer l'empreinte environnementale du système alimentaire. L'"alimentation locale" ne peut pas être simplement assimilée à l'"alimentation durable" ; dans la plupart des cas, elle ne peut garantir la sécurité alimentaire et n'a pas nécessairement une empreinte carbone plus faible.	https://link.springer.com/article/10.1007/s41130-021-00148-w
1^ès incidences de la pandémie de COVID-19 sur l'agriculture européenne Juin 2021	European Parliament Think Tank	Cette étude fournit une analyse quantitative et qualitative préliminaire de l'impact de la COVID-19 sur l'agriculture européenne et la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire à la lumière des réponses déployées par l'Union européenne et ses États membres pour atténuer ses effets.	https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_ATA(2021)690879