



Fédération du Commerce
et de la Distribution

Conjoncture dans la filière alimentaire

Janvier 2021

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

Avertissement : La rédaction de ce document a été finalisée le 22 janvier 2021. Cette note de conjoncture dresse un premier bilan de l'année 2020 au sein de la filière alimentaire, pendant la crise du coronavirus, compte tenu des éléments disponibles à date (sources publique et privée).

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

Les faits marquants en 2020

Les prix dans la filière alimentaire :

Décélération de la croissance des prix en aval (France et UE)

En amont de la filière alimentaire, les prix agricoles français (indice Ippap) ont progressé de 0,6% au cours des 11 premiers mois de l'année 2020 en décélération par rapport à 2019. L'indice des prix d'achat des moyens de production (Ipampa) a lui reculé de 1,6% sur cette même période de 11 mois, du fait en particulier de la forte baisse des prix de l'énergie (-13,9%). Plus en aval, les prix à la production des produits agroalimentaires en France ont augmenté de 0,7% au cours des 11 premiers mois de l'année (en glissement), soit un sensible tassement par rapport à 2019. Cette tendance s'observe également sur le plan européen : les prix ont progressé de 1% dans la zone € au cours de cette période après une hausse de +1,5% en 2019. Les prix alimentaires à la consommation en France ont augmenté de 2% en moyenne annuelle en 2020, soit un rythme similaire à celui observé dans la zone €. Les prix sont restés tirés vers le haut par les produits frais (+7,3%), tandis que les tarifs des produits transformés augmentaient de 1% (ralentissement par rapport à 2019 : +2,1%).

La tendance est désormais à un tassement de la croissance des prix en France comme en Europe. IRI fait état d'une légère baisse de -0,1% des prix des PGC (yc DPH) en moyenne en 2020.

Consommation alimentaire des ménages :

Rebond de la consommation à domicile dans le contexte Covid-19

La consommation alimentaire des ménages a augmenté de 1,4% en volume au cours des 11 premiers mois de 2020, retrouvant son rythme de croissance de 2013. La prise de repas quasi exclusive à domicile pendant la période de confinement du printemps s'est traduite par une nette augmentation des achats alimentaires des ménages, avant de retrouver des rythmes de croissance plus conventionnels. A l'exception des vins, les grandes familles de produits ont bénéficié de ce rebond de la demande : +6,7% pour les viandes sur 11 mois (avec notamment +18% pour le steak haché surgelé), +4,9% pour le lait liquide et +7,7% pour les fromages, +11% pour les œufs... Du côté des vins tranquilles, la tendance a en revanche été à une légère baisse des ventes (-1,3% en valeur selon les données de IRI), tandis que les ventes de vins effervescents reculaient de -6,2%. Par ailleurs, si les achats de produits bio (+13,4% en CAM à début janvier 2021 en GMS) ont continué de progresser vivement, leur contribution à la croissance globale des ventes en GMS s'est mécaniquement réduite compte tenu du boom des ventes de produits conventionnels.

Activité des industries agroalimentaires :

Relative résilience des IAA françaises et européennes

Le chiffre d'affaires des IAA françaises (yc boissons et tabac) s'est contracté de 1,8% en valeur au cours des 10 premiers mois 2020, son plus fort décrochage depuis 10 ans (baisse de 5,7% du CA à l'exportation et de -0,9% des ventes sur le marché intérieur). Hors boissons et tabac, le chiffre d'affaires des IAA a reculé de «seulement» -1% en France et de -0,4% dans la zone €. L'indicateur d'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA reste bas mais se redresse en janvier 2021, après 3 mois consécutifs de baisse. Le niveau des carnets de commandes adressées aux chefs d'entreprise est globalement faible, malgré une petite amélioration en janvier, tandis que les perspectives personnelles de production se contractent après un rebond en décembre. Le taux d'utilisation des capacités de production a globalement stagné en T1 2021 (données de janvier), après une hausse en T4 2020. Sur le front de l'emploi salarié, l'heure est au redressement : le nombre de salariés s'établit à 591 200 selon les données de l'INSEE (+1,1% entre T2 2020 et T3 2020). Le taux de marge dans les IAA (EBE/ VA) s'est stabilisé à bas niveau en T3 2020 (29,3%), alors qu'il se redressait dans l'industrie manufacturière. Enfin, le solde commercial agroalimentaire yc boissons et tabac, s'est contracté au cours des 11 premiers mois de 2020, conséquence de la forte baisse des exportations de boissons (-13,8% par rapport à la même période de 2019).

La restauration hors foyer : 2020, Annus horribilis

Au cours des 10 premiers mois 2020, le chiffre d'affaires de la **restauration commerciale** s'est contracté de 28% en valeur selon l'INSEE. Compte tenu du confinement de novembre, entraînant la fermeture des bars et restaurants, il est probable que le chiffre d'affaires du secteur recule de l'ordre de 35% en moyenne sur l'année. L'activité de la **restauration collective** n'a pas été épargnée du fait de la fermetures des écoles au printemps, du développement de l'enseignement à distance, dans le supérieur en particulier, et de la hausse du télétravail. Selon les données de l'INSEE, les ventes de la restauration collective sous contrat se seraient également contractées de 28% au cours des 10 premiers mois de 2020. Ce trou d'air a bien évidemment des conséquences sur l'amont de la filière :

- Les exploitants agricoles : filière viticole, producteurs de pommes de terre ont, parmi d'autres secteurs, été confrontés à des difficultés liées à la fermeture de la RHF (stocks en excédent...);
- Les grossistes spécialisés en RHF : le dynamisme de la vente à emporter en restauration ne permet pas de compenser les pertes liées aux fermetures;
- Les IAA : les impacts sont variables selon le positionnement des entreprises. Le recul du CA des industriels se limite cependant à -1% sur 10 mois.



Les chiffres marquants en 2020

Effets Covid-19 – crise économique sur la filière alimentaire

Prix conso alimentaires
+2%
(12 mois)

Consommation de produits alimentaires à domicile (estimation sur 12 mois) :
+4% en valeur

Consommation en services de restauration (estimation sur 12 mois) :
-30% en valeur

Prix services restauration
+1,3%
(12 mois)

Prix PGC
-0,1%
(12 mois, yc DPH)

CA PGC en grande distribution généraliste : **+6,3%**
(dont : **+42%** pour les ventes en ligne)
CA produits frais traditionnels en GMS: +1,9%
CA des primeurs : +14,5% (10 mois)
CA des boucheries : +11,3% (10 mois)
CA des cavistes : -4,1% (10 mois)

CA de la restauration commerciale traditionnelle :
-30% (10 mois)
CA de la restauration rapide : -21% (10 mois)
CA de la restauration collective sous contrat :
-27,5% (10 mois)

CA du Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac :
-2,3% (sur 10 mois)

dont

- **Grossistes** en boissons : **-11%**
- Grossistes en produits de la mer : **-10%**
- Grossistes en viandes : **-0,9%**
- Grossistes en fruits et légumes : **+3%**

Prix de vente industriels
+0,7%
(11 mois)

CA des industries agroalimentaires (yc boissons et tabac) :
-1,8% (sur 10 mois)

dont

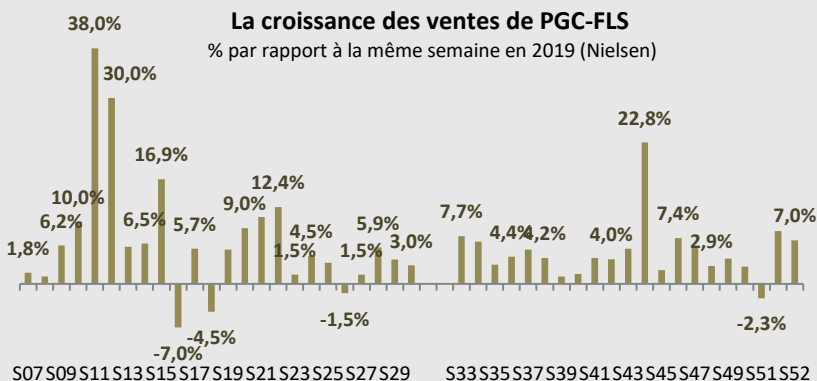
- **Industrie** des produits laitiers : **+1,2%**
- Viandes: **+1%**
- **Boulangerie-pâtisserie industrielle: -6,8%**
- Boissons : **-9,6%**

Prix de vente industriels
Pdts laitiers : +0,8%
Viandes: +2,8%
Boul-pât : -1,7%
Boissons : -0,8%

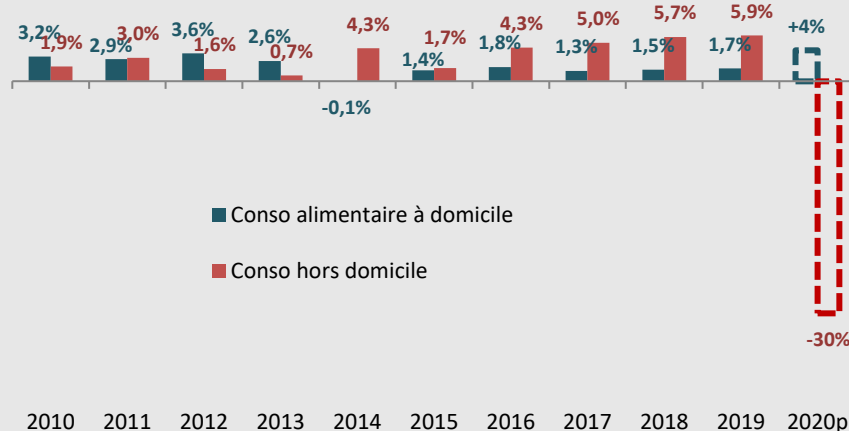
La conjoncture sous Covid-19 : le report de la consommation sur le « à domicile » ne parviendra pas à compenser le repli des dépenses « hors domicile »

Le marché des PGC-FLS en France : la croissance reste supérieure à la normale

Les deux phases de confinement se sont traduites par une forte hausse des ventes des grandes surfaces alimentaires au printemps et à l'automne. Si les rythmes de croissance se sont tassés en dehors de ces périodes, la progression du CA reste supérieure à sa moyenne de moyen terme.



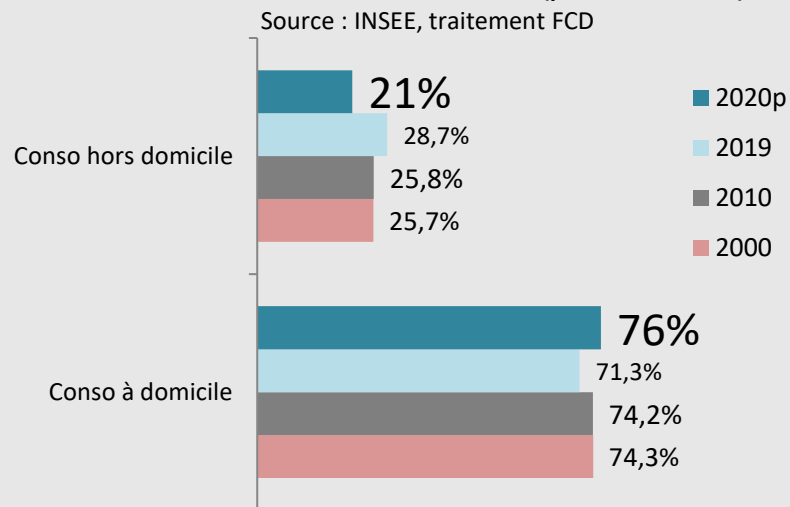
La consommation alimentaire à domicile et en restauration hors foyer (% valeur) INSEE



Le poids de la consommation à domicile dans les dépenses alimentaires en forte hausse en 2020

Alors que la tendance structurelle était à la montée en puissance des dépenses alimentaires hors foyer, la pandémie du Covid-19 et ses conséquences sanitaires et économiques ont brutalement inversé cette évolution. D'après les premiers éléments statistiques disponibles, la forte chute de l'activité de la RHF ne sera pas rattrapée d'ici la fin de l'année. Il faudra compter avec une baisse de l'ordre de -30% des dépenses des ménages en restauration (commerciale et collective). Certes, les dépenses alimentaires à domicile ont fortement progressé au cours des derniers mois mais cette hausse (de l'ordre de +4% environ sur l'ensemble de l'année, tous circuits de distribution confondus) ne compensera par la forte contraction des dépenses en RHF des ménages, ce qui se traduira *in fine* par un recul des dépenses alimentaires (à domicile et hors domicile) des Français en moyenne sur l'année 2020.

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



Sommaire

▪	L'activité des IAA		P 6
	Chiffre d'affaires France et UE	P7	
	Production France et UE	P11	
	Climat des affaires, investissements	P13	
	Emploi	P15	
	Taux de marge EBE / VA	P16	
▪	Les prix dans la filière alimentaire		P 17
	Matières premières	P18	
	Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P20	
	Prix de vente industriels	P24	
	Prix à la consommation	P27	
	Comparaisons européennes (IPPAP, prix de vente industriels, prix à la consommation)	P33	
▪	La consommation des ménages		P 37
	Tendances de consommation	P38	
	Consommation alimentaire en 2020	P41	
	Segmentation produits (viandes, produits laitiers, produits de la mer, F&L, vins, PFT)	P43	
	Focus sur le bio	P50	
	Focus RHF	P52	
	Chiffres des panélistes (Nielsen, IRI) France UE	P53	
	Chiffre d'affaires des circuits spécialisés (primeurs, poissonneries, viandes, boissons)	P55	
▪	Le commerce extérieur		P 56
	Solde commercial des produits agroalimentaires	P57	
	Solde commercial des produits agricoles	P59	
	Brexit	P60	
▪	Etudes, enquêtes		P 61
	Etudes France	P62	
	Etudes Europe, international	P64	

L'activité des IAA

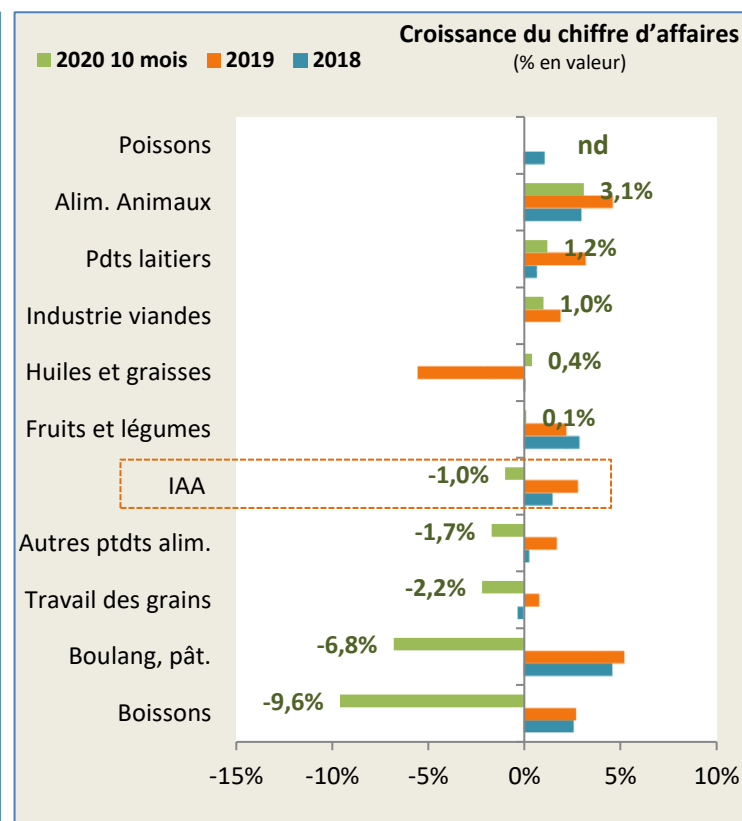
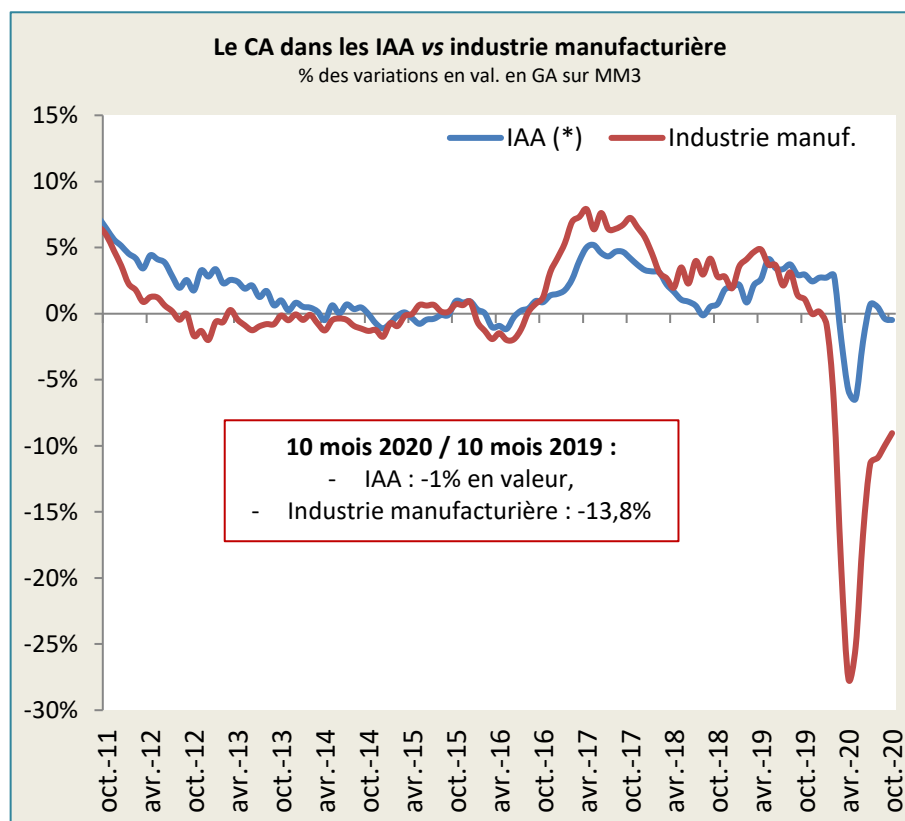


Le chiffre d'affaires dans les IAA (1)

Les industriels agroalimentaires limitent la contraction de leur chiffre d'affaires à -1% au cours des 10 premiers mois 2020

La baisse du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) s'est établie à -1% en valeur au cours des 10 premiers mois de l'année (vs +2,8% en 2019). La baisse a été moins prononcée que celle observée dans l'ensemble de l'industrie manufacturière (-13,8%). Dans les IAA, les secteurs qui ont le plus souffert ont été la boulangerie-pâtisserie industrielle (-6,8%) et les boissons (-9,6%, avec notamment une baisse de -13% pour les boissons alcooliques distillées et de vins).

A contrario, le chiffre d'affaires de l'industrie des aliments pour animaux a progressé de 3,1%, porté par le petfood (+11,2%).



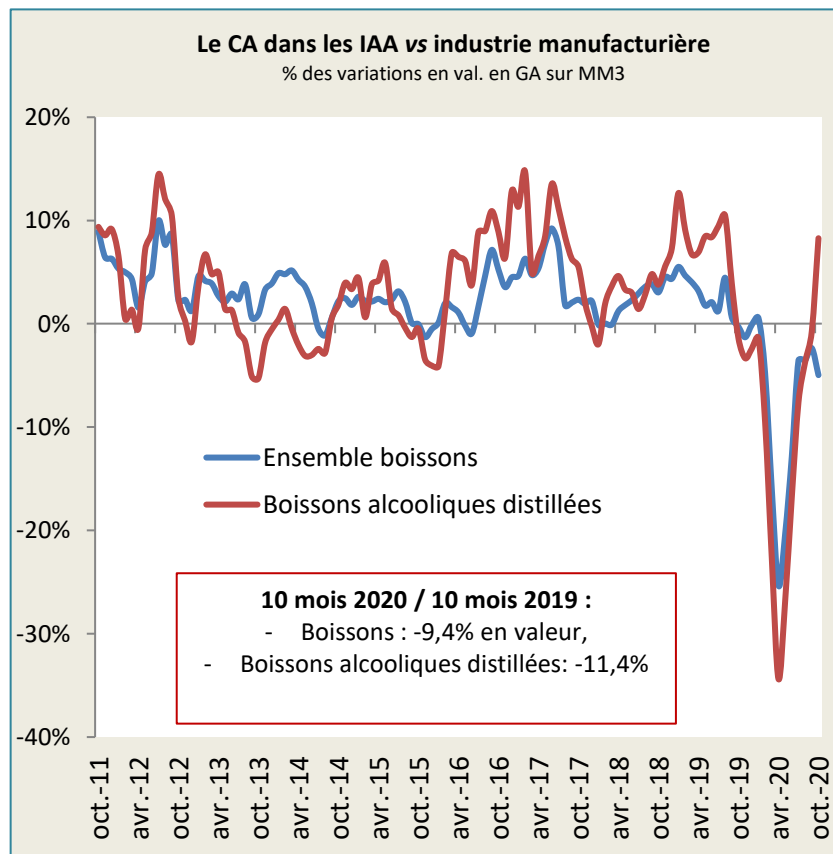
(*) CA hors boissons et tabacs / Indice du CA : marché intérieur et exportations / Source : INSEE



Le chiffre d'affaires dans les IAA (2)

Focus sur les boissons : forte contraction du chiffre d'affaires des industriels

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 9,4% au cours des 10 premiers mois de 2020. La chute s'est établie à -11,4% pour le secteur des boissons alcooliques distillées. A noter que les exportations de vins (toutes destinations confondues) se sont contractées de 15% au cours des 11 premiers mois de 2020.



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

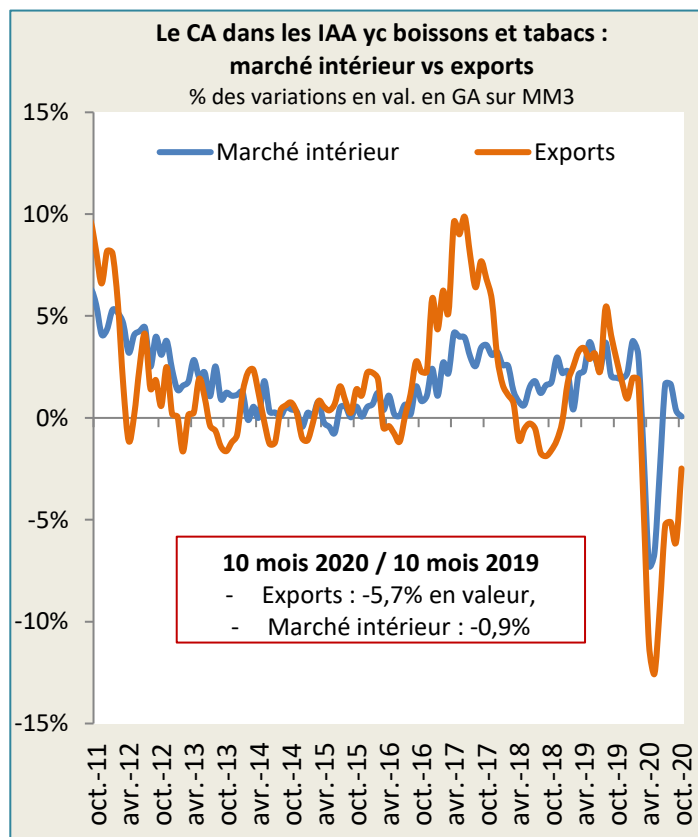
Base 100 en 2005	Ensemble boissons	Crois	boissons alcooliques distillées	Crois
2007	112,7	5,7%	110,9	6,8%
2008	116,2	3,1%	116,4	5,0%
2009	111,4	-4,1%	111,0	-4,6%
2010	115,2	3,4%	114,4	3,1%
2011	122,0	5,9%	122,3	6,9%
2012	127,7	4,7%	126,7	3,6%
2013	131,9	3,3%	128,6	1,5%
2014	135,0	2,4%	129,2	0,5%
2015	136,6	1,2%	129,2	0,0%
2016	140,0	2,5%	129,8	0,5%
2017	146,1	4,4%	135,0	4,0%
2018	149,8	2,5%	137,2	1,6%
2019	153,2	2,3%	140,8	2,6%
10 mois 2020	-	-9,4%	-	-11,4%



Le chiffre d'affaires dans les IAA (3) Un marché intérieur plutôt résilient

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (yc compris boissons et tabac) s'est contractée de 1,8% en valeur au cours des 10 premiers mois de l'année, soit un net décrochage par rapport à 2019. Le recul a été particulièrement marqué du côté du chiffre d'affaires à l'exportation (-5,7%). Le secteur des boissons alcoolisées a particulièrement souffert du recul des exportations en 2020 (-15% pour le vin et -23% pour les alcools hors vins).

La baisse s'est établie à « seulement » -0,9% sur le marché intérieur.



	CA marché intérieur (*)	Crois	CA exports (*)	Crois	CA total (*)	Crois
2007	110,8	6,7%	111,3	7,2%	110,9	6,8%
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	-0,4%	137,2	1,6%
2019	140,5	2,6%	144,3	2,9%	140,8	2,6%
10 mois 2020	-	-0,9%	-	-5,7%	-	-1,8%

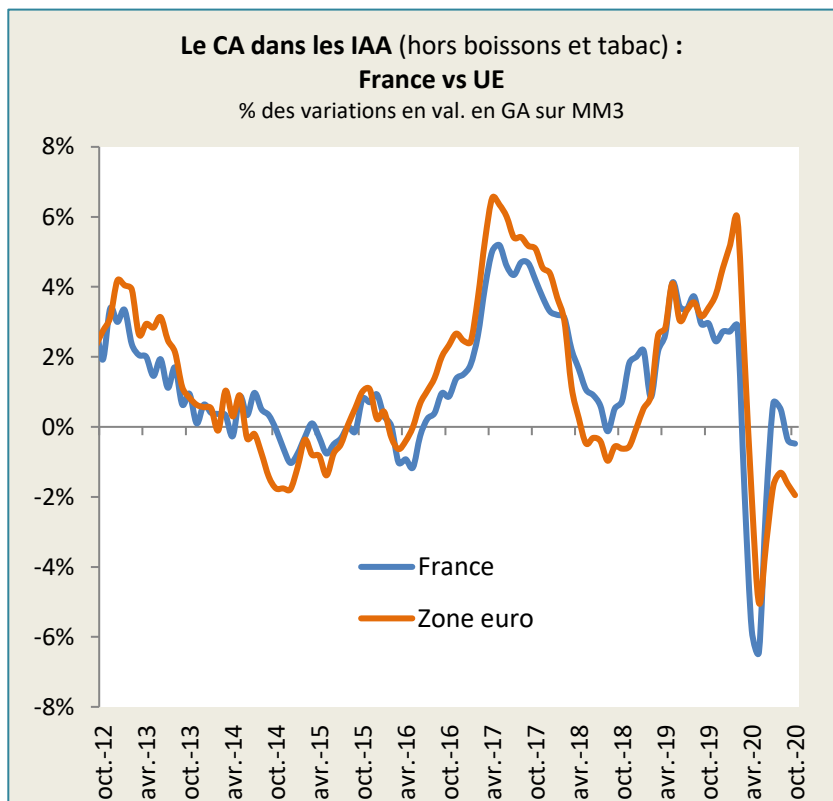
NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations 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) Coup de frein généralisé en 2020

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) s'est légèrement contracté au cours des 10 premiers mois de l'année 2020, 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 (-2%), en Espagne (-1,7%), en France (-1%) et aux Pays-Bas (-0,4% sur 11 mois).

L'activité des IAA allemandes qui avait résisté en S1 a fini par se tasser : +0,2% au cours des 11 premiers mois 2020, après une hausse de 3,6% en 2019. Le chiffre d'affaires s'est d'ailleurs contracté de 5% entre les 5 premiers mois de 2020 et les 5 suivants.



	Crois. CA 2018/2017	Crois. CA 2019/2018	10 mois 2020/ 10 mois 2019
Pologne	3,2%	6,1%	3,0% (11 mois)
Danemark	0,1%	4,4%	1,3% (11 mois)
Allemagne	-0,5%	3,6%	0,2% (11 mois)
Italie	0,6%	2,2%	0,5%
UE (27)	0,9%	3,4%	0,1%
Zone € (19)	0,3%	3,1%	-0,4%
Pays-Bas	-0,3%	0,4%	-0,4% (11 mois)
France	1,5 %	2,8%	-1,0%
Espagne	-0,7%	4,2%	-1,7%
Irlande	2,3%	3,2%	-2,0%
RU	nd	nd	nd

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



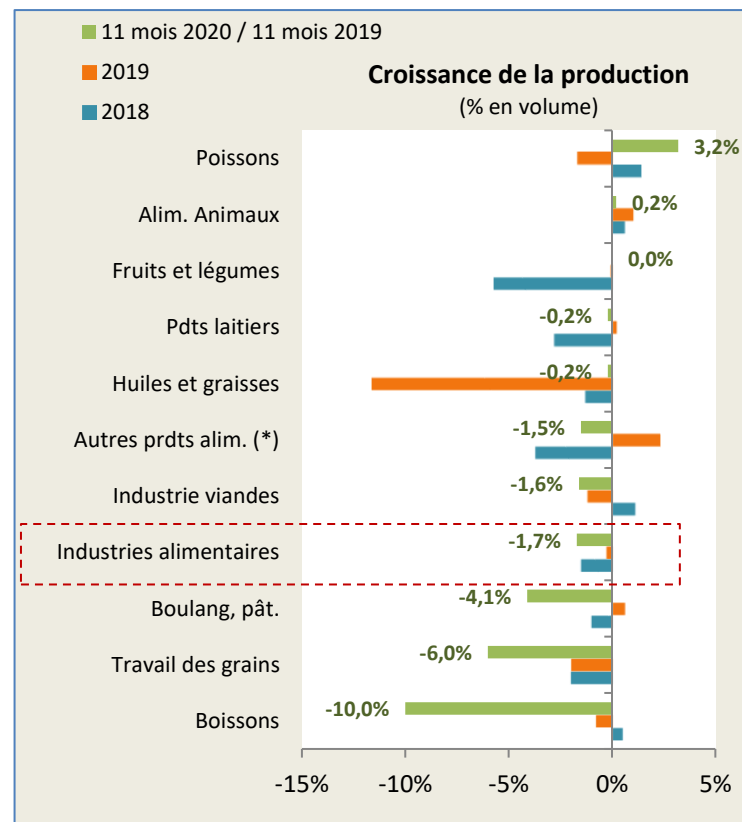
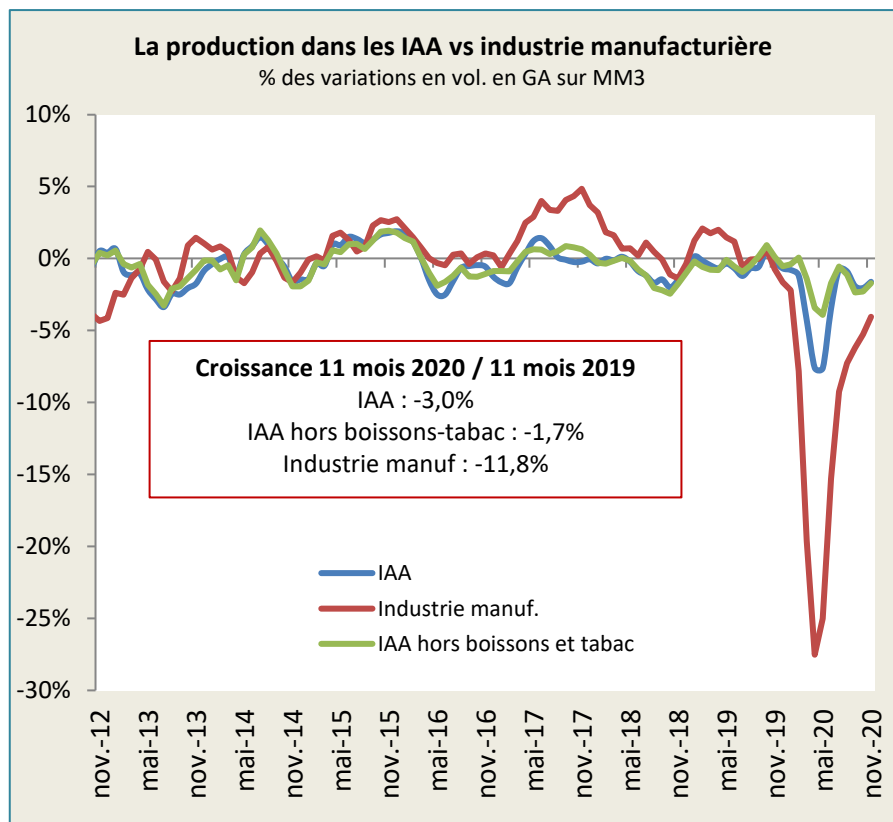
La production dans les IAA (1)

Décrochage de -1,7% en volume pour les IAA (hors boissons)

au cours des 11 premiers mois de l'année

La production des IAA (hors boissons et tabac) s'est repliée de 1,7% au cours des 11 premiers mois de 2020 par rapport à la même période en 2019 (et -3% yc boissons et tabac). La production s'est fortement contractée en T2 2020 : -3,5% par rapport à T1 2020 et de -3,9% par rapport à T2 2019. Le T3 a marqué une légère amélioration : +1,9% par rapport à T2 2020.

En termes de secteurs, l'industrie des boissons a été la plus pénalisée avec une chute de la production de -10% entre les 11 premiers mois de 2019 et les 11 premiers mois de 2020 (dont -12% pour les boissons alcooliques distillées). La production du travail des grains a chuté de 6%.



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

Source : INSEE - indices CVS-CJO

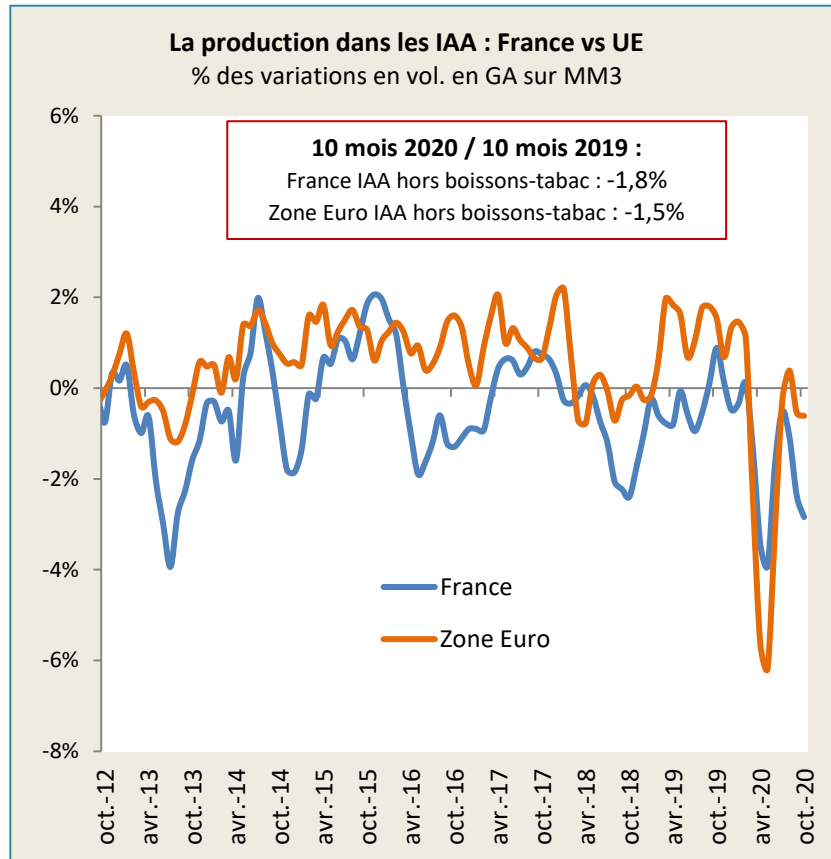


La production dans les IAA (2)

La production des IAA en baisse au cours des 10 premiers mois de l'année

La production des industries agroalimentaires en Europe a chuté de -1,3% en volume (-1,5% au sein de la zone €) au cours des 10 premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2019. Après le creux du printemps, le rythme de croissance s'est accéléré avant de nouveau ralentir en fin de période (septembre-octobre).

La baisse a été particulièrement forte en Espagne (-4,7%), plus modérée en Italie (-2%), en France (-1,8%) et en Irlande (-1,5%). La production des IAA a un peu mieux résisté au Danemark (-0,6%), en Pologne (+0,6%) et en Allemagne (+0,6%).



Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

	Crois prod 2017 /2016	Crois prod 2018 /2017	Crois prod 2019 /2018	10 mois 2020/ 10 mois 2019
Pologne	6,7%	4,0%	3,5%	0,6%
Allemagne	2,1%	-1,0%	1,3%	0,6%
Pays-Bas	0,3%	1,7%	-1,2%	-1,3%
Danemark	3,1%	1,8%	0,6%	-0,6%
UE (27)	1,4%	0,4%	1,3%	-1,3%
Zone € (19)	1,0%	0,0%	1,2%	-1,5%
Irlande	-0,5%	-2,0%	4,4%	-1,5%
France	0,2%	-1,1%	-0,3%	-1,8%
Italie	1,4%	1,3%	2,8%	-2,0%
RU	3,9%	1,7%	0,9%	-3,1%
Espagne	0,4%	0,8%	1,2%	-4,7%

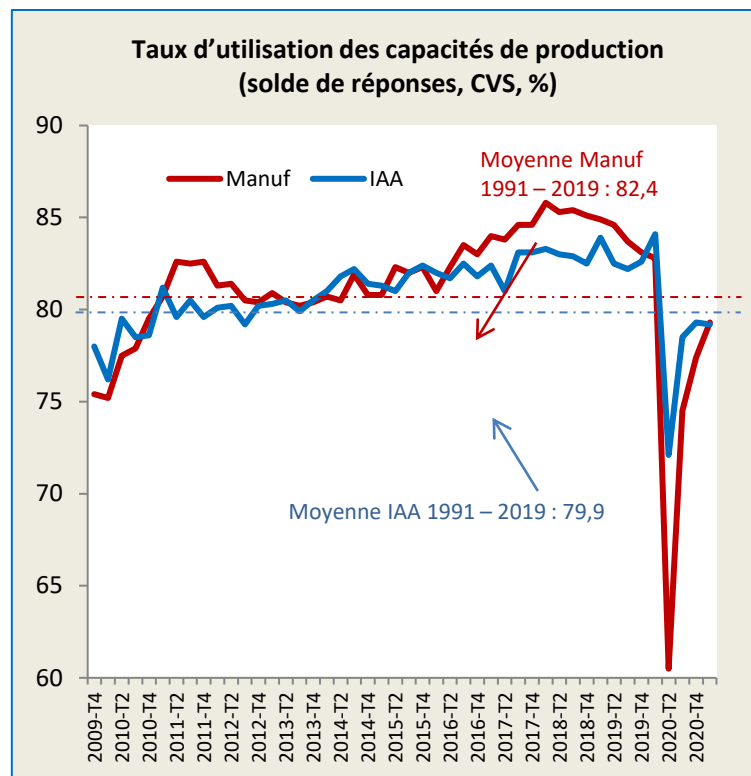
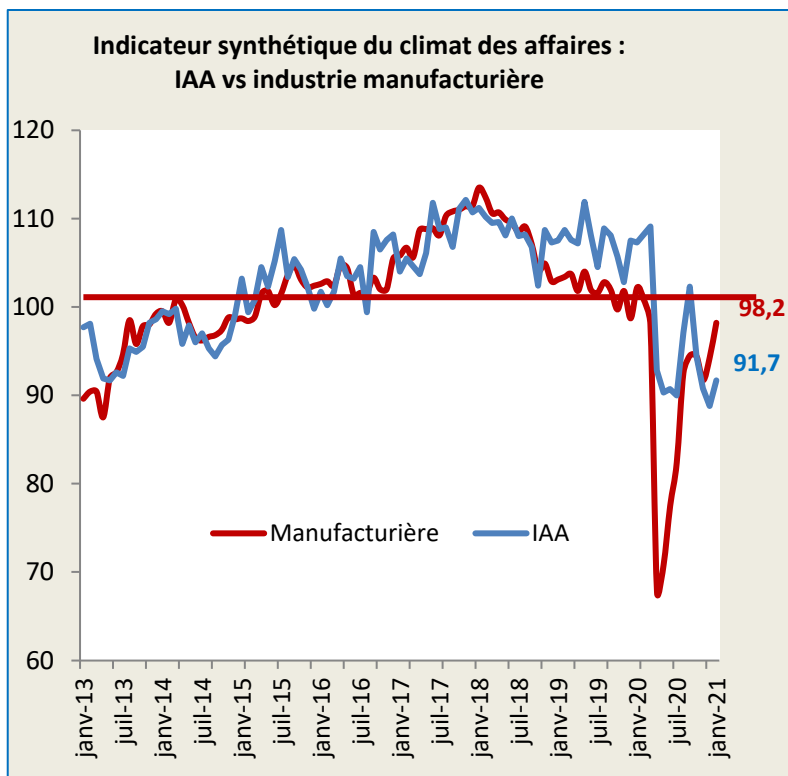


L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA

Rebond de l'indicateur synthétique du climat des affaires dans l'industrie manufacturière et les IAA en janvier 2021

Après 3 mois consécutifs de baisse, l'indicateur du climat des affaires dans les IAA se redresse en janvier 2021 : +2,9 points. A moins de 92 points, il reste cependant largement en dessous de son niveau de longue période (100). Le niveau des carnets de commandes adressées aux chefs d'entreprise est globalement faible, tandis que les perspectives générales se redressent en décembre.

Le taux d'utilisation des capacités de production dans les IAA a stagné en T1 2021 (données de janvier), après une légère hausse en T3 2020.



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



Les investissements dans les IAA

Les chefs d'entreprise dans les IAA anticipent une nouvelle baisse de leurs investissements en 2020

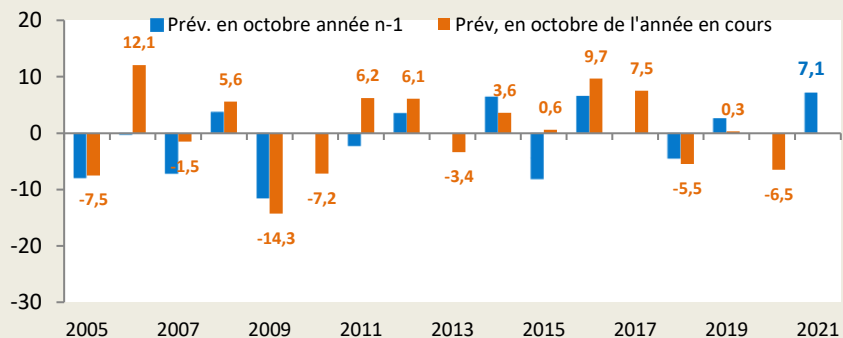
Les industriels des IAA anticipaient en octobre 2020 une baisse de 6,5% de leurs investissements en 2020

Les industriels agroalimentaires estimaient en octobre 2020 que leurs investissements baisseraient de 6,5% en moyenne sur l'année 2020. Ils ont abaissé leurs prévisions de près de 2 points par rapport à juillet dernier. Un chiffre susceptible d'être revu au cours des prochaines enquêtes.

A noter : les IAA estiment que leurs investissements vont se redresser de +7,1% en 2020.

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

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



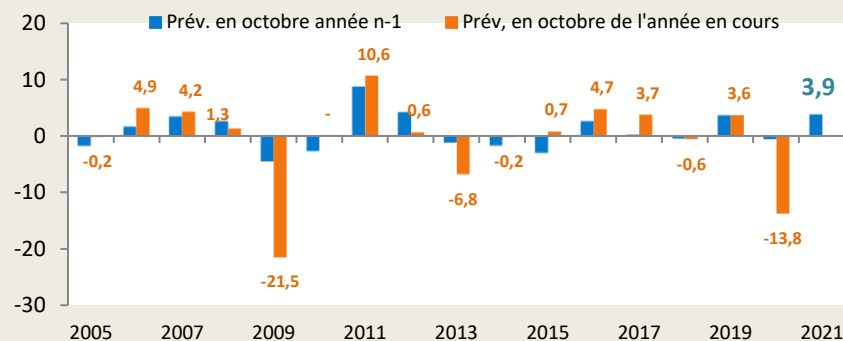
Les chefs d'entreprise de l'industrie manufacturière anticipent une contraction de 13,8% de leurs investissements en 2020

Avec une légère hausse des investissements en 2019 (+3,6% estimés), les industriels manufacturiers anticipaient en octobre 2020 un recul de 13,8% de leurs investissements sur l'ensemble de l'année.

Les industriels abaissent ainsi de 4 points leur prévision émise en juillet 2020 et de 7 points par rapport à avril.

Évolution en valeur des investissements – Industrie manufacturière

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



Source : INSEE, Enquête sur les investissements dans l'industrie – octobre 2020

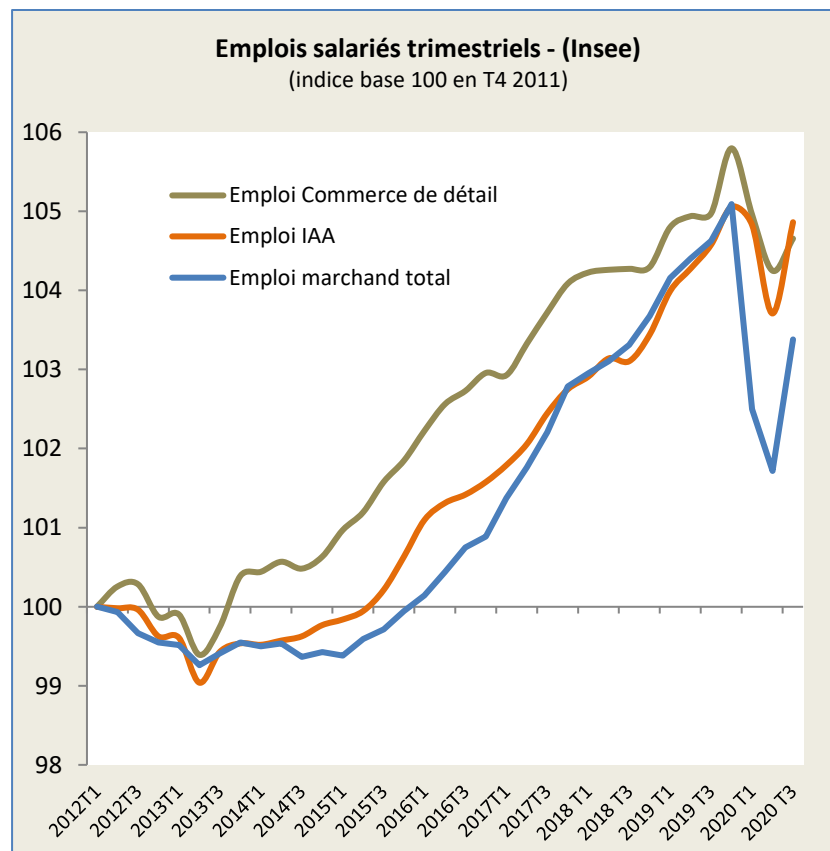
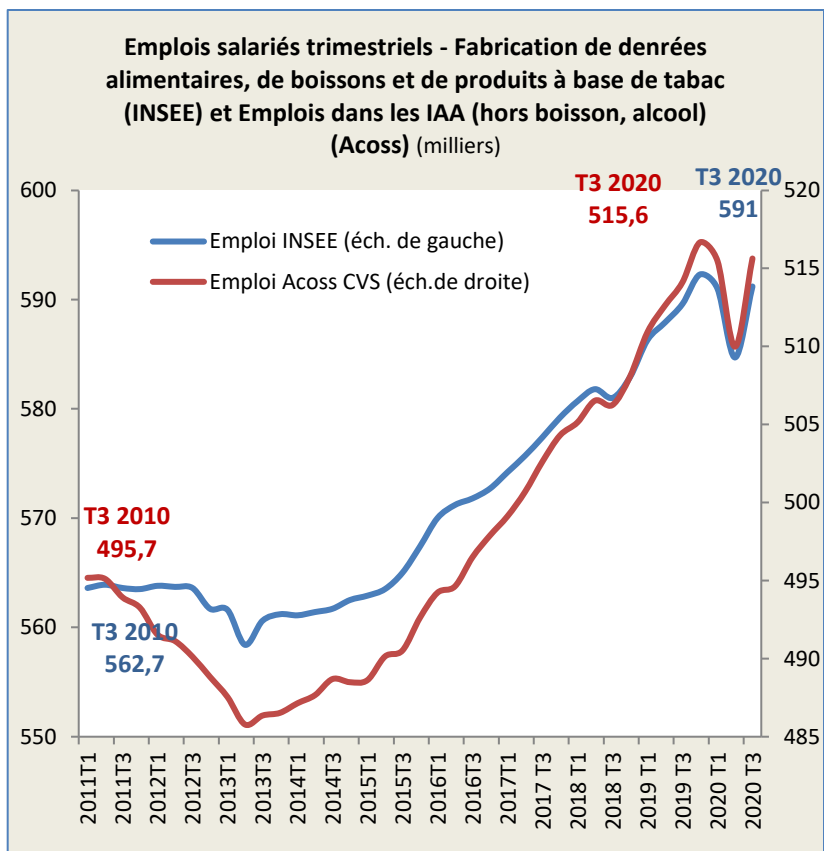


L'emploi dans les IAA

Rebond des effectifs salariés en T3 2020

Les données Acooss et INSEE indiquent un net rebond de l'emploi salarié dans le secteur des IAA en T3 2020. Le nombre de salariés s'établit à 515 600 selon les données de l'Acooss, et à 591 200 selon les données de l'INSEE. L'emploi s'est contracté de -1,3% entre T4 2019 et T2 2020, puis s'est redressé de 1,1% en T3.

Le repli de l'emploi salarié s'est avéré plus faible dans l'industrie agroalimentaire entre T4 2019 et T2 2020 : -1,3%, vs une baisse de -1,5% (-26 700 postes) dans le commerce de détail et -3,2% dans l'ensemble du secteur privé (près de -634 000 postes). Le redressement a aussi été plus soutenu dans les IAA : +1,1% entre T2 et T3 2020, vs +0,4% dans le commerce de détail.



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

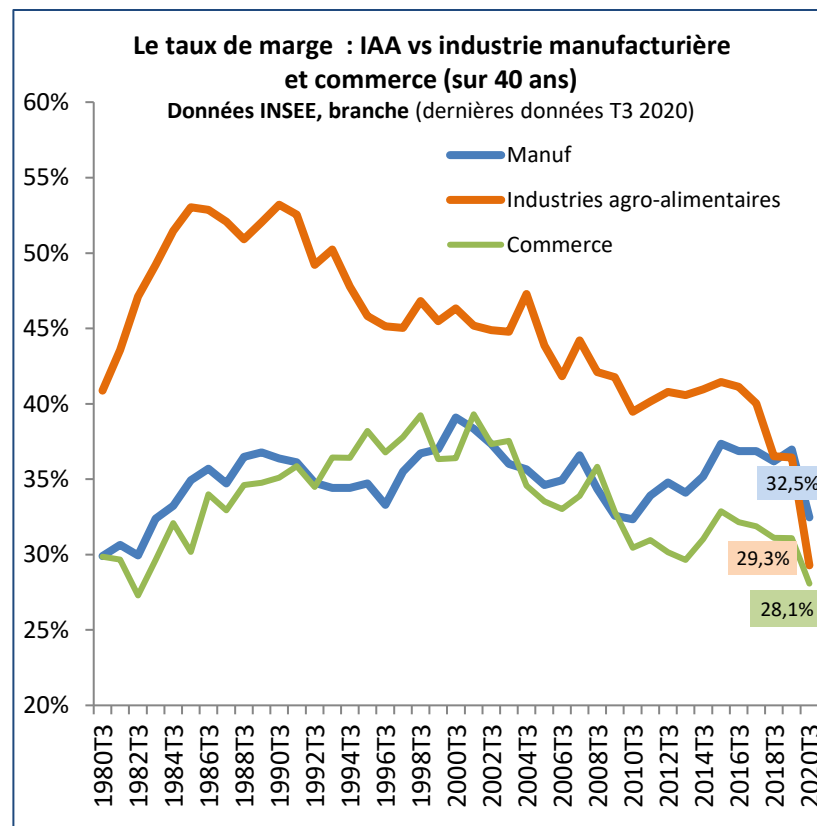
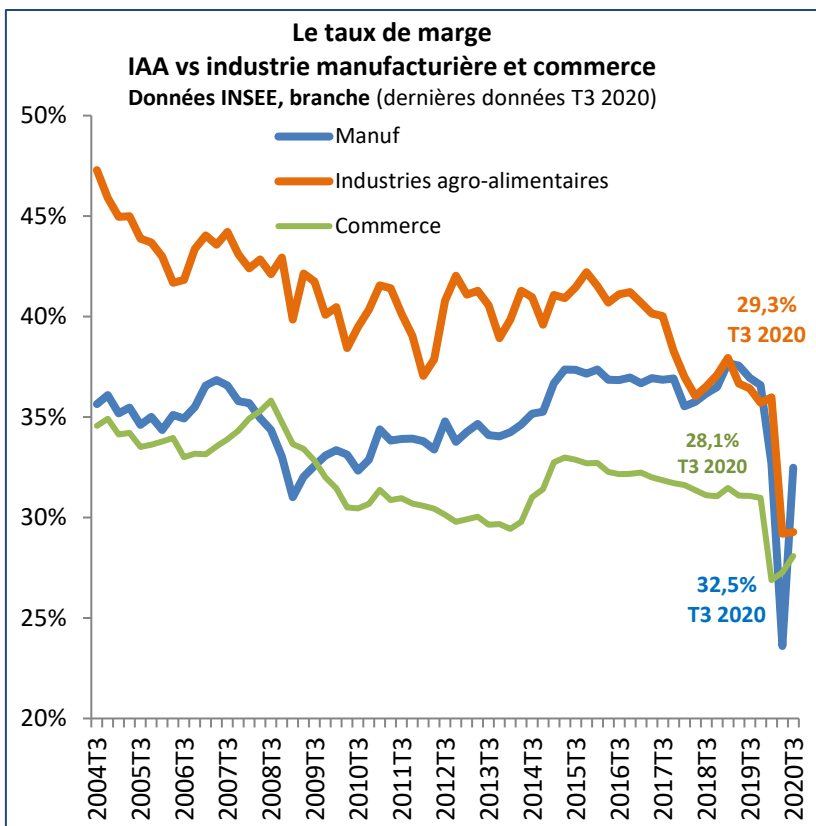


Le taux de marge des branches (EBE / VA)

Stabilité à très bas niveau dans les industries agroalimentaires en T3 2020

Le taux de marge (rapport EBE / VA en %) dans les industries agroalimentaires était tombé à 29,2% en T2 2020 (-6,8 points par rapport à T1 2020), il est resté quasiment stable en T3 2020 (29,3%).

Le taux de marge qui avait fortement baissé dans l'industrie manufacturière entre T1 2020 et T2 2020 (-9,1 points, à 23,6%), s'est redressé en T3 : +8,9 points. Dans le commerce, le taux de marge est aussi resté à bas niveau, même s'il s'est légèrement redressé en T2 et T3 2020.



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

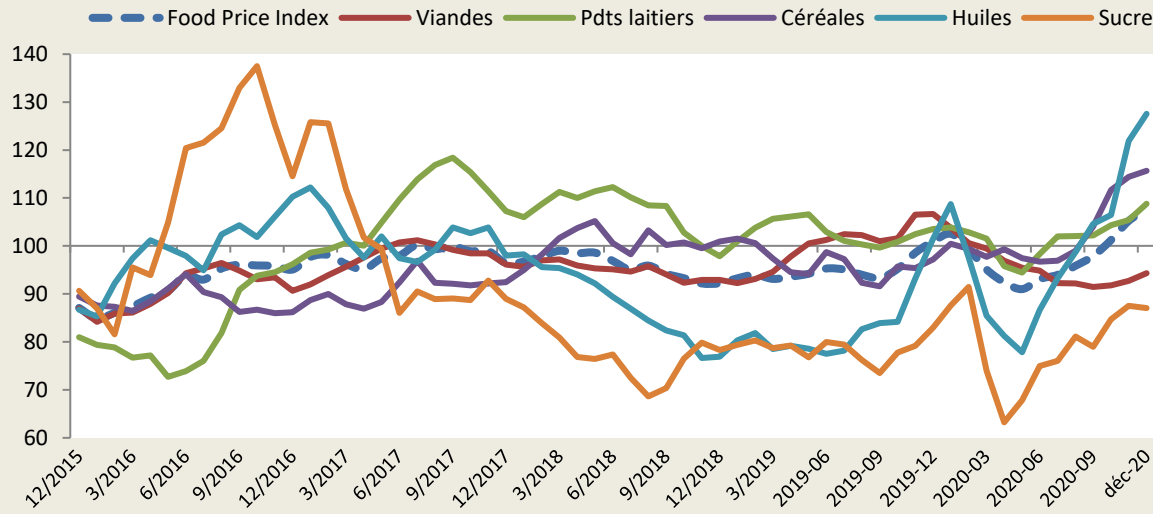


Les matières premières alimentaires (1) : L'indice FAO des prix des produits alimentaires enregistre une nouvelle hausse en décembre et atteint son niveau le plus haut depuis près de six ans

L'Indice FAO des prix des produits alimentaires s'est établi en moyenne à 107,5 points en décembre 2020, soit une hausse de 2,2% par rapport au mois de novembre, et dépasse de 6,5% sa valeur enregistrée il y a un an. La valeur de décembre, la plus haute depuis fin 2014, correspond à la 7^e hausse mensuelle consécutive. Les cours des **céréales** ont progressé de 1,1% en décembre par rapport à novembre et de 19% par rapport à décembre 2019. Les prix du blé ont continué d'augmenter en décembre, sous l'effet d'un resserrement de l'offre chez les principaux exportateurs et d'inquiétudes concernant les conditions de croissance dans certaines régions (États-Unis, Russie). Les prix du sorgho ont nettement progressé en décembre et les prix du maïs ont continué de grimper. Les prix du riz ont également augmenté en décembre, car les disponibilités de riz thaï et vietnamien se sont resserrees. Les cours des **huiles végétales** ont augmenté de 4,7%. Les prix internationaux de l'huile de palme ont enregistré leur 7^e mois consécutif de hausse, principalement sous l'effet d'un resserrement de l'offre. La forte hausse des droits de douanes à l'exportation en Indonésie, le 1^{er} fournisseur mondial d'huile de palme, a eu des répercussions sur les flux d'exportation. Les prix internationaux de l'huile de soja ont atteint leurs plus hauts niveaux depuis 7 ans (faiblesse des disponibilités exportables en Argentine). L'huile de colza et l'huile de tournesol ont bénéficié du dynamisme du marché de l'huile de palme, mais leurs prix ont également été soutenus par une solide demande mondiale. Les cours des **produits laitiers** ont augmenté de 3,2%. Il s'agit de la 7^e hausse mensuelle consécutive. Les prix de tous les produits laitiers qui figurent dans l'indice ont augmenté en décembre, sous l'effet d'une forte demande mondiale, qui est principalement due à des inquiétudes concernant les effets négatifs sur la production laitière de conditions météorologiques plus sèches et plus chaudes en Océanie. La forte demande interne et le ralentissement de la production de certains produits laitiers en Europe de l'Ouest ont également soutenu les cours. Les **prix de la viande** ont augmenté de 1,7% en décembre (-11,6% par rapport à décembre 2019). Les cours de la viande de volaille ont rebondi en décembre. Les cours de la viande de bovins et d'ovins ont progressé, en raison d'un resserrement des disponibilités en Océanie. Les prix de la viande de porc ont légèrement reculé, car les exportations des principaux producteurs européens, en particulier l'Allemagne, vers les marchés asiatiques sont restées suspendues en raison des épidémies de fièvre porcine africaine. Les **prix du sucre** ont reculé de 0,6%. La bonne tenue relative des prix a été favorisée par les dernières données commerciales qui montrent que les importations de sucre en Chine ont grimpé de 37% de janvier à novembre 2020. Mais l'amélioration des perspectives de production au Brésil et en Inde a empêché tout rebond.

Indices FAO des prix des denrées alimentaires

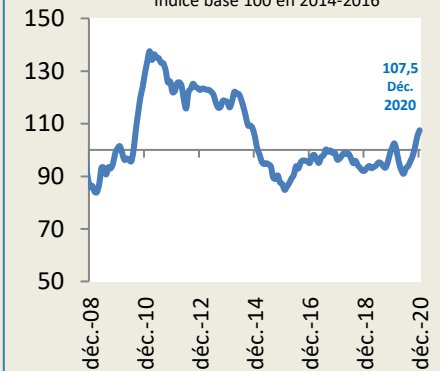
Indice base 100 en 2014-2016



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, décembre 2020
NB : nouvelle base => 2014-2016 = 100



Janvier 2021

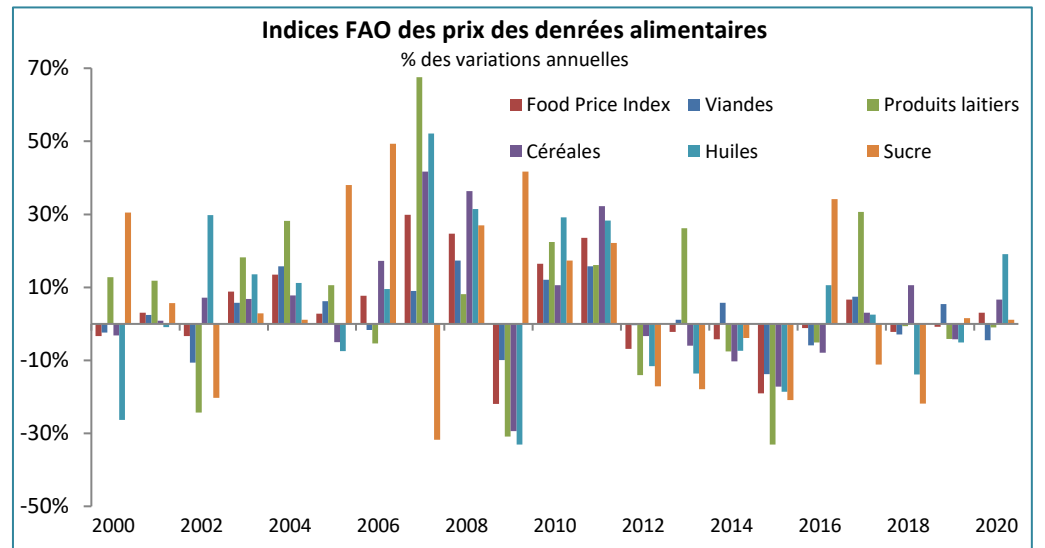
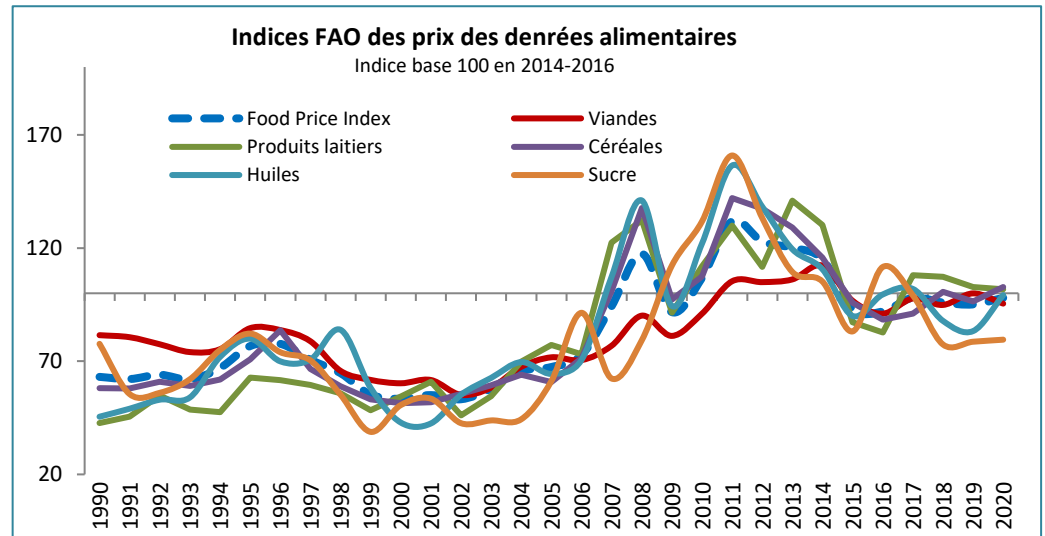


Les matières premières alimentaires (2)

Bilan 2020 : une hausse de 3,1% de l'indice FAO des prix des denrées alimentaires en moyenne annuelle par rapport à 2019

Les prix internationaux des produits alimentaires ont augmenté de 3,1% en moyenne annuelle en 2019, après une légère baisse en 2019 (-0,8%). Sur les 5 catégories de produits suivies par la FAO, 3 ont vu leurs prix progresser en 2020. La hausse a été particulièrement marquée pour les huiles (+19%) et les céréales (+6,6%), Le resserrement des disponibilités et l'accroissement de la demande ont entraîné une hausse des prix du blé et du maïs. Les prix de la viande ont en revanche baissé de 4,5% (les prix de la viande de volaille ont enregistré la plus importante baisse, suivis de ceux des viandes d'ovins, de porcins et de bovins).

	Food Price Index	Viandes	Produits laitiers	Céréales	Huiles	Sucre
2004	13,4%	15,8%	28,2%	7,8%	11,2%	1,1%
2005	2,8%	6,2%	10,5%	-5,1%	-7,5%	38,0%
2006	7,7%	-1,7%	-5,4%	17,2%	9,6%	49,3%
2007	29,9%	9,0%	67,5%	41,7%	52,1%	-31,8%
2008	24,7%	17,3%	8,1%	36,4%	31,4%	27,0%
2009	-22,0%	-9,9%	-30,9%	-29,4%	-33,1%	41,7%
2010	16,5%	12,0%	22,4%	10,6%	29,2%	17,4%
2011	23,6%	15,8%	16,1%	32,2%	28,3%	22,1%
2012	-6,9%	-0,4%	-14,0%	-3,3%	-11,6%	-17,1%
2013	-2,2%	1,1%	26,2%	-6,0%	-13,6%	-17,9%
2014	-4,2%	5,7%	-7,6%	-10,3%	-7,4%	-3,9%
2015	-19,1%	-13,8%	-33,1%	-17,2%	-18,7%	-20,9%
2016	-1,2%	-5,9%	-5,2%	-7,9%	10,5%	34,2%
2017	6,6%	7,4%	30,7%	3,0%	2,5%	-11,2%
2018	-2,2%	-2,9%	-0,7%	10,5%	-13,9%	-21,9%
2019	-0,8%	5,4%	-4,2%	-4,2%	-5,1%	1,6%
2020	3,1%	-4,5%	-1,0%	6,6%	19,1%	1,1%



Source : FAO



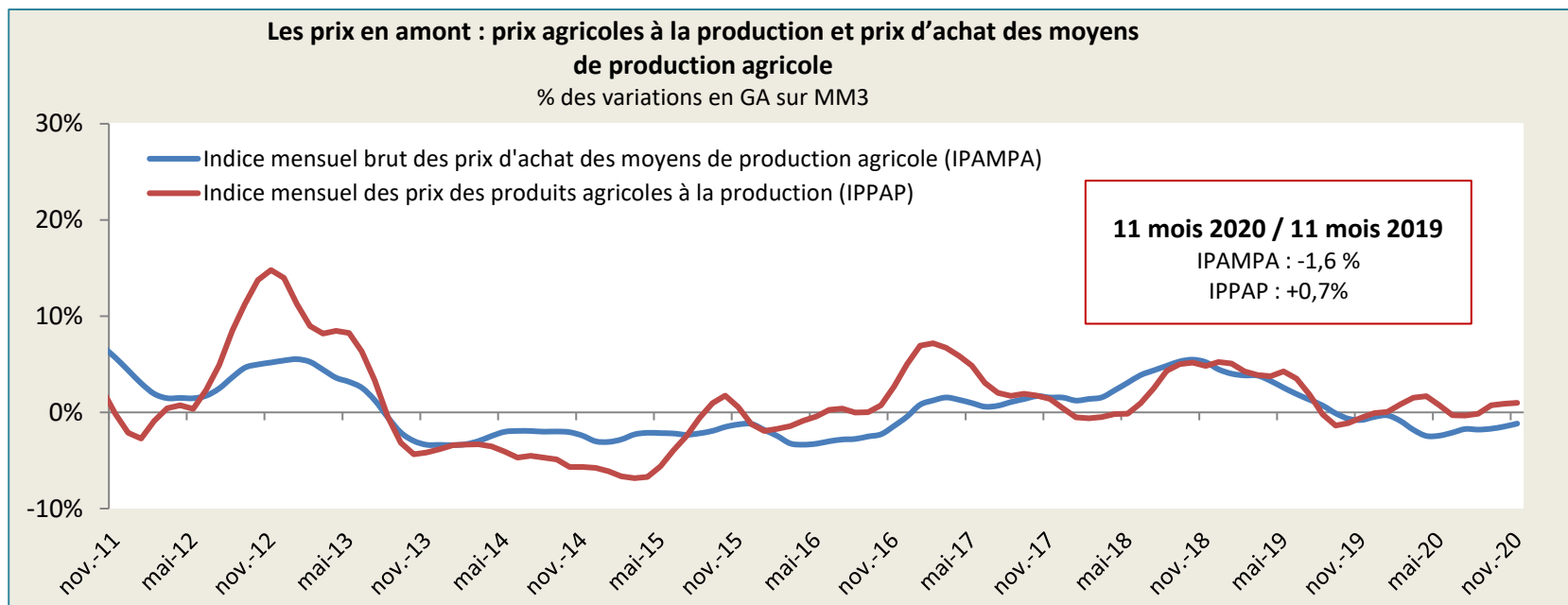
Janvier 2021



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

Recul de l'IPAMPA au cours des 11 premiers mois 2020 et ralentissement de la croissance pour l'IPPAP

Les prix agricoles à la production (IPPAP) ont progressé de 0,6% au cours des 11 premiers mois de 2020 par rapport à la même période en 2019, en ralentissement par rapport à 2019. La tendance a toutefois été à une légère accélération depuis octobre. Du côté de l'IPAMPA, les prix ont baissé de -1,6% entre les 11 premiers mois de 2019 et les 11 premiers mois de 2020 (stabilité au cours des 3 derniers mois). A noter : l'IPAMPA carburants a notamment reculé de 22,2% en glissement au cours des 11 premiers mois de 2020, l'IPAMPA engrais et amendements de -6,8%.



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	11 mois 2020 / 11 mois 2019
IPPAP	-4,5%	-3,1%	0,1%	3,7%	2,1%	1,9%	0,6%
IPAMPA	-2,5%	-2,1%	-2,5%	1,2%	3,6%	1,5%	-1,6%

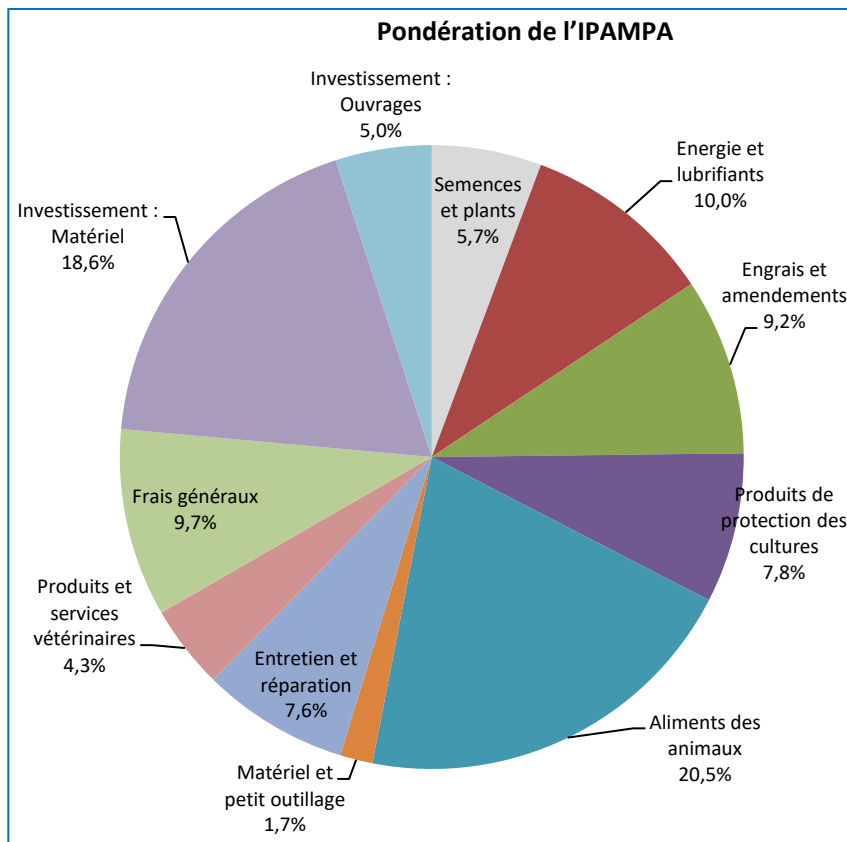
Source : INSEE



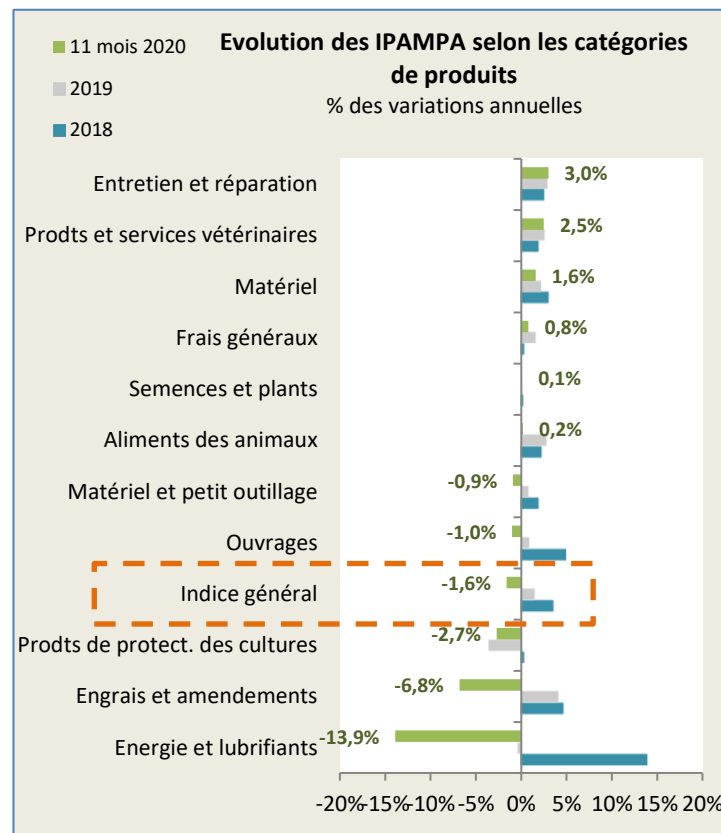
Les prix agricoles L'IPAMPA (1)

Orienté à la baisse au cours des 11 premiers mois 2020

Les **prix d'achat des moyens de production agricoles** ont reculé de -1,6% au cours des 11 premiers mois de 2020. Les prix de l'énergie et des lubrifiants ont baissé de près de -13,9% au cours de la période, dans le sillage de la baisse des cours du Brent. Les prix des engrais et amendements et ceux des produits de protection des cultures (fongicides, herbicides et insecticides) ont aussi été orientés à la baisse (respectivement -6,8% et -2,7%). Parmi les catégories haussières, on retrouve l'entretien-réparation et les produits et services vétérinaires. A noter également des hausses de l'IPAMPA des tourteaux (aliments des animaux) : +6,2% sur 11 mois.



Source : INSEE

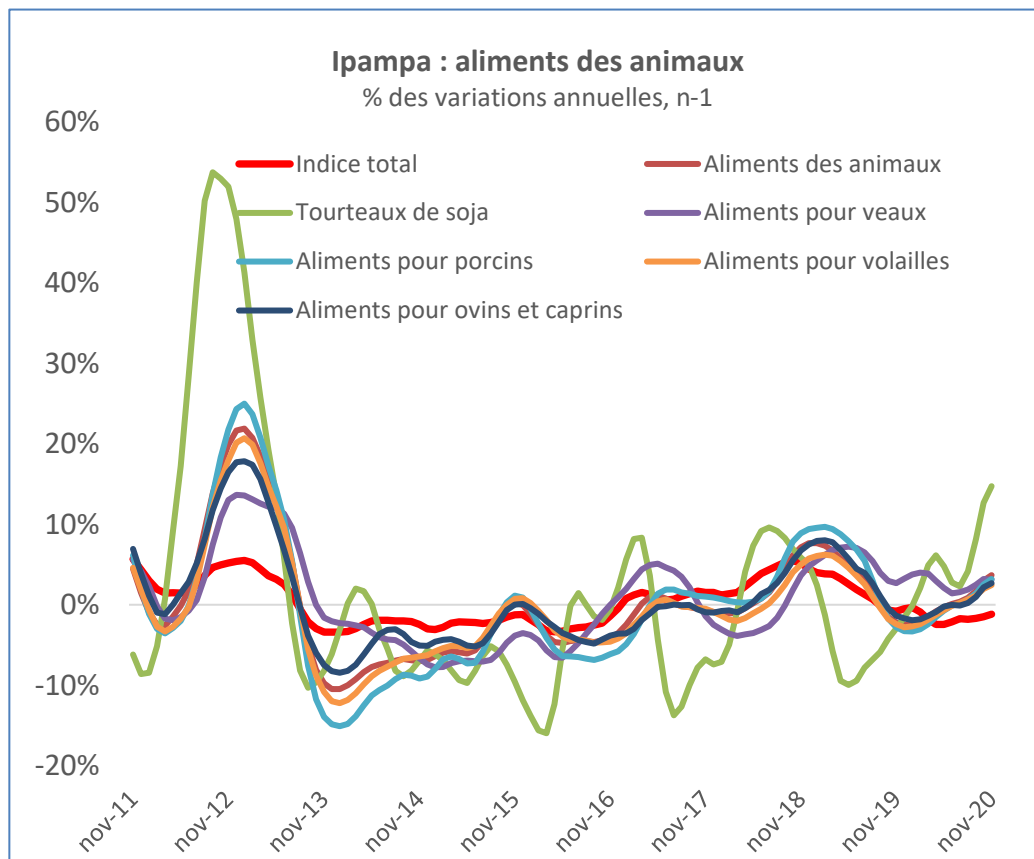




Les prix agricoles

L'IPAMPA (2) : Focus « aliments des animaux » : une quasi-stagnation en 2020 qui masque de fortes variations selon les segments

Les prix des aliments pour animaux ont quasiment stagné au cours des 11 premiers mois de l'année (+0,2% après une hausse de 2,6% en 2019). Cette évolution reflète des évolutions divergentes selon les segments. Les Ipampa aliments pour volailles, pour porcins et pour ovins et caprins ont quasiment stagné en 2020. En revanche, l'Ipampa aliments pour veaux a continué de progresser (+2,8% sur 11 mois), tandis que les prix des tourteaux de soja ont fortement augmenté après une baisse en 2019 (+5,7% sur 11 mois en 2020 après -5,3% en 2019).



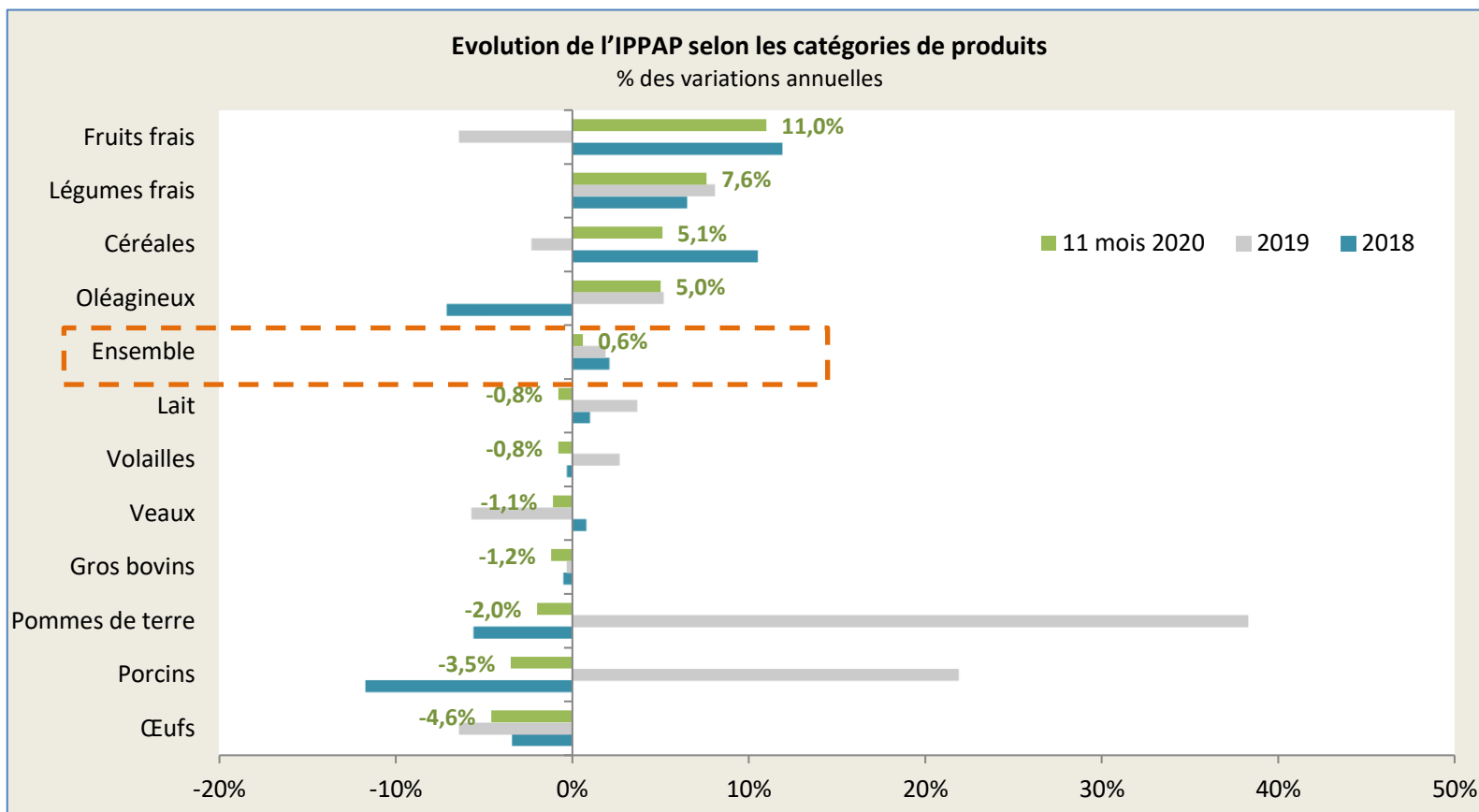
Source : INSEE

	2017	2018	2019	2020 (11 mois)
Aliments des animaux	-0,3%	2,2%	2,6%	0,2%
Tourteaux de soja	-4,3%	4,2%	-5,3%	5,7%
Aliments pour veaux	2,5%	-1,3%	5,7%	2,8%
Aliments pour porcins	0,0%	3,3%	4,0%	-0,3%
Alim pour volailles	-0,7%	0,8%	2,1%	-0,3%
Alim pour ovins, caprins	-1,1%	2,2%	3,5%	0,0%
<i>Indice Ipampa total</i>	<i>1,2%</i>	<i>3,6%</i>	<i>1,6%</i>	<i>-1,6%</i>



Les prix agricoles : légère hausse de 0,6% au cours des 11 premiers mois 2020, conséquence des tensions haussières sur les fruits et légumes frais, les céréales et oléagineux ... et baissières sur les gros bovins, les veaux, les pommes de terre, les porcins...

Les **prix agricoles à la production** ont progressé de 0,6% au cours des 11 premiers mois de l'année, après une hausse de 1,9% en 2019. 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 gros bovins ont baissé de -1,2% sur la période, ceux des veaux de -1,1%, ceux des porcins de -3,5% (après le boom de 2019).



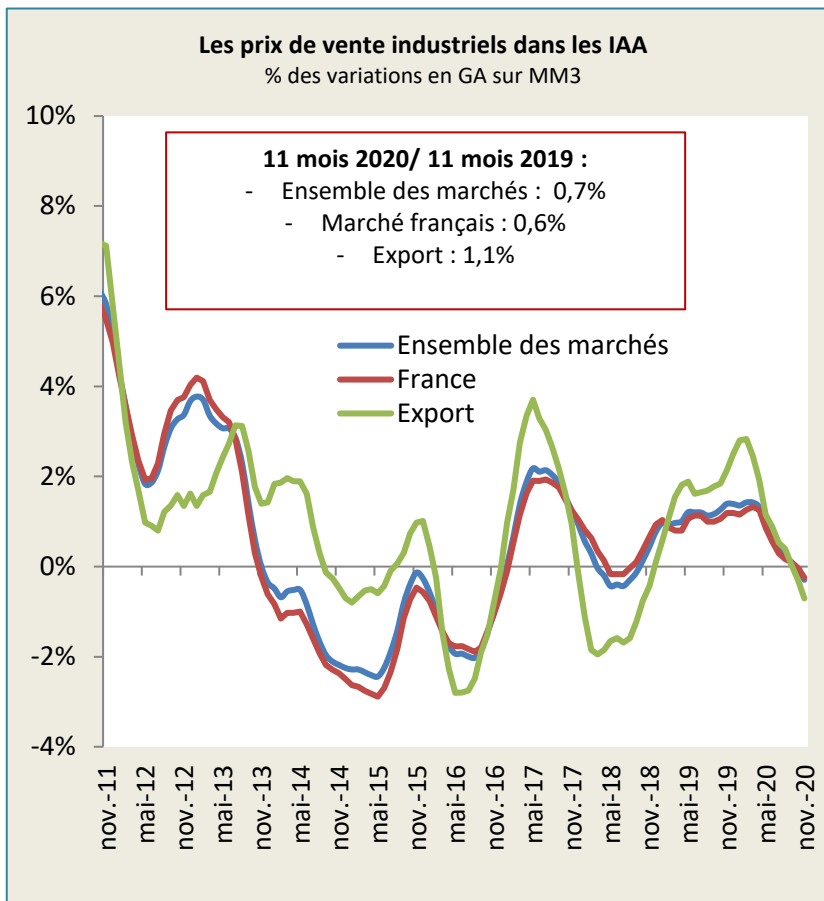
Source : INSEE / IPPAP : L'indice des prix des produits agricoles à la production mesure l'évolution des prix des produits vendus par les agriculteurs. Cet indice est élaboré à partir de l'observation des prix de marché.



Les prix de vente industriels (1)

Tendance au tassement de la croissance au cours des derniers mois

Les PVI des produits alimentaires sur les marchés extérieurs ont augmenté de 1,1% sur les 11 premiers mois de 2020, après une hausse de 1,7% en 2019. Sur le marché intérieur, la croissance s'est établie à 0,6% sur les 11 premiers mois de 2020, après une hausse de 1% en 2019.



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

	PVI tous marchés	Crois.	France	Crois.	Export	Crois.
2006	101,9	1,9%	102,0	2,0%	101,2	1,2%
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%
11 mois 2020	-	0,7%	-	0,6%	-	1,1%



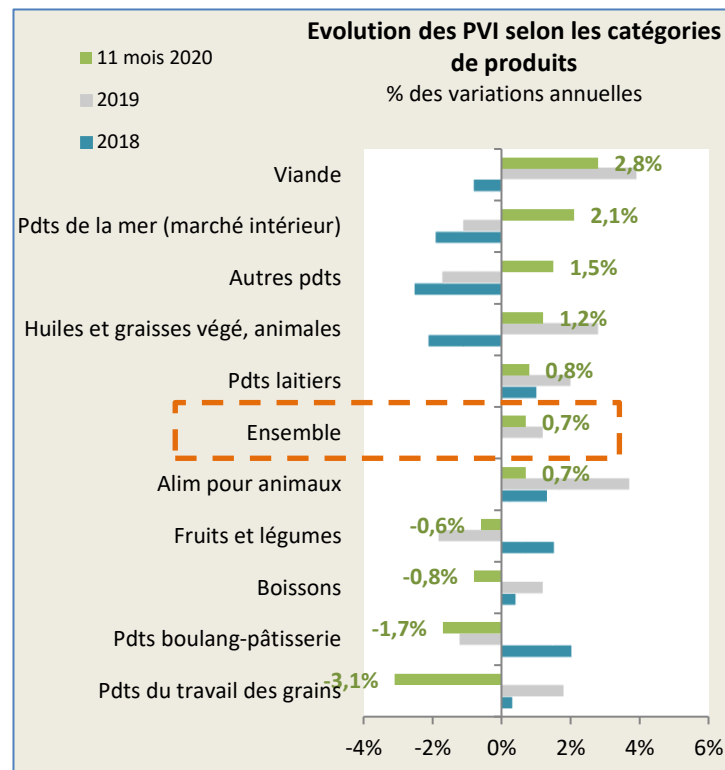
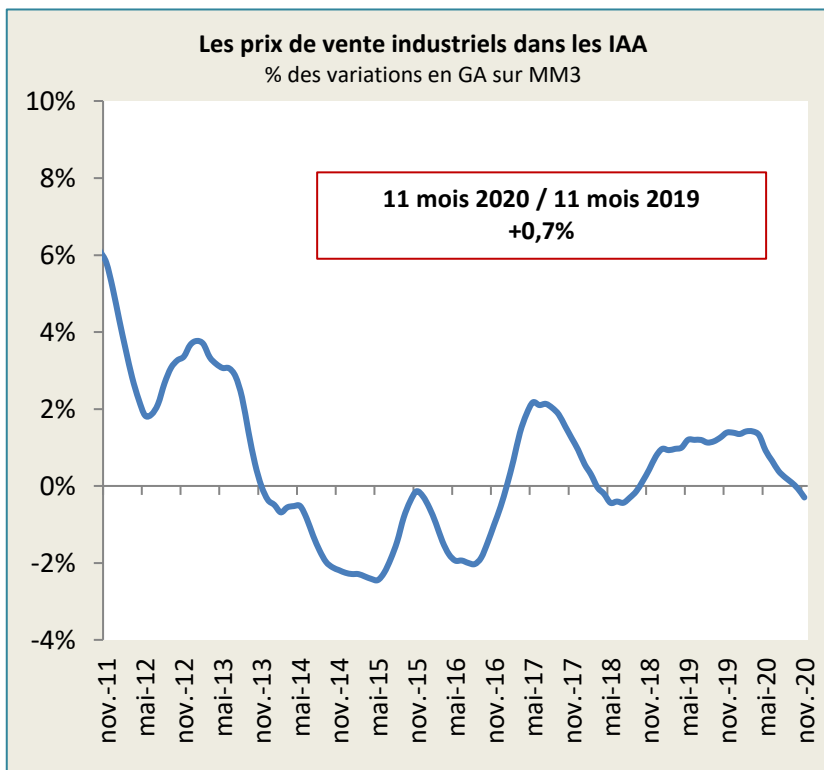
Les prix de vente industriels (2)

Les prix industriels ont augmenté de 0,7% au cours des 11 premiers mois 2020

Tendance au ralentissement

Les **prix de vente industriels des produits agroalimentaires** ont augmenté de 0,7% au cours des 11 premiers mois 2020. Ils avaient augmenté de +1,2% en 2019. Les prix sont restés quasiment stables au cours des 3 derniers mois par rapport aux 3 mois précédents.

En termes de grandes familles de produits, les prix industriels de la viande ont augmenté 2,8% sur la période, en ralentissement par rapport à 2019. Les prix de la viande de boucherie ont progressé de 2%, ceux des produits à base de viande (notamment charcuterie) de +5,1%, les prix de la volaille ont légèrement reculé (-0,2%).



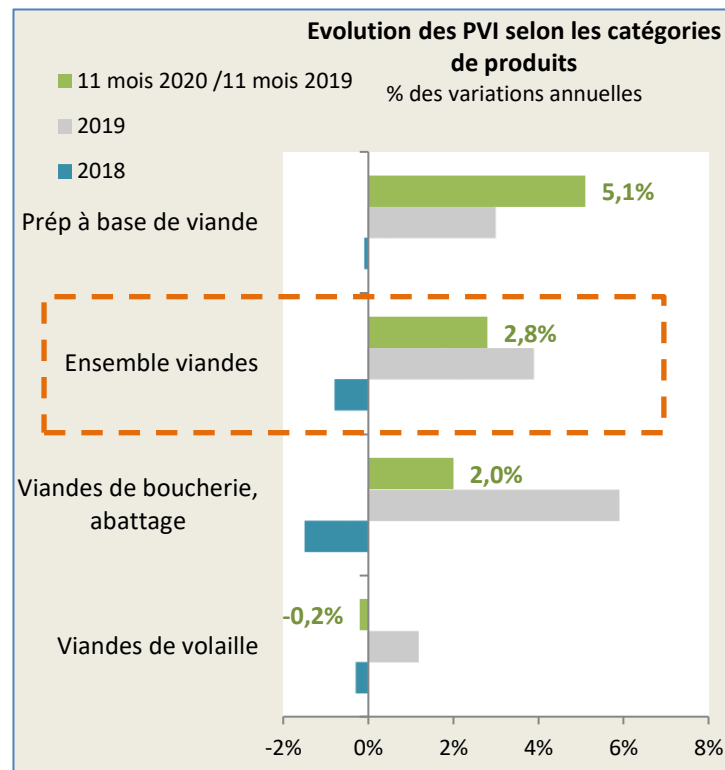
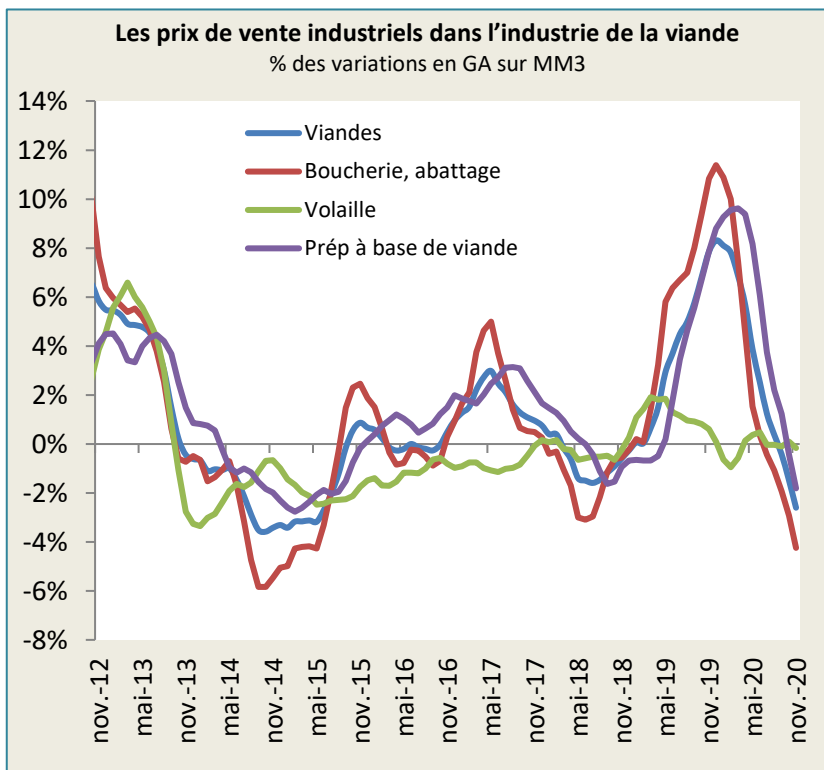
Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE



Les prix de vente industriels (3)

Focus sur les prix des viandes : tassement de la croissance en 2020

Au sein de l'industrie des viandes, les prix de vente industriels ont progressé de 2,8% au cours des 11 premiers mois de l'année 2020, soit une décélération par rapport à 2019. Les prix de la viande de boucherie et d'abattage ont progressé de 2% en 2019, après une hausse proche de 6% en 2019. La tendance a été au tassement de la croissance des prix du côté de la viande de porc (+1,5% pour les porcins frais ou réfrigérés, pour le marché français, après un bond de +17% en 2019), les prix de la viande bovine hachée ont eux augmenté plus fortement (+5,8% sur 11 mois en 2020, après +3,3% en 2019).



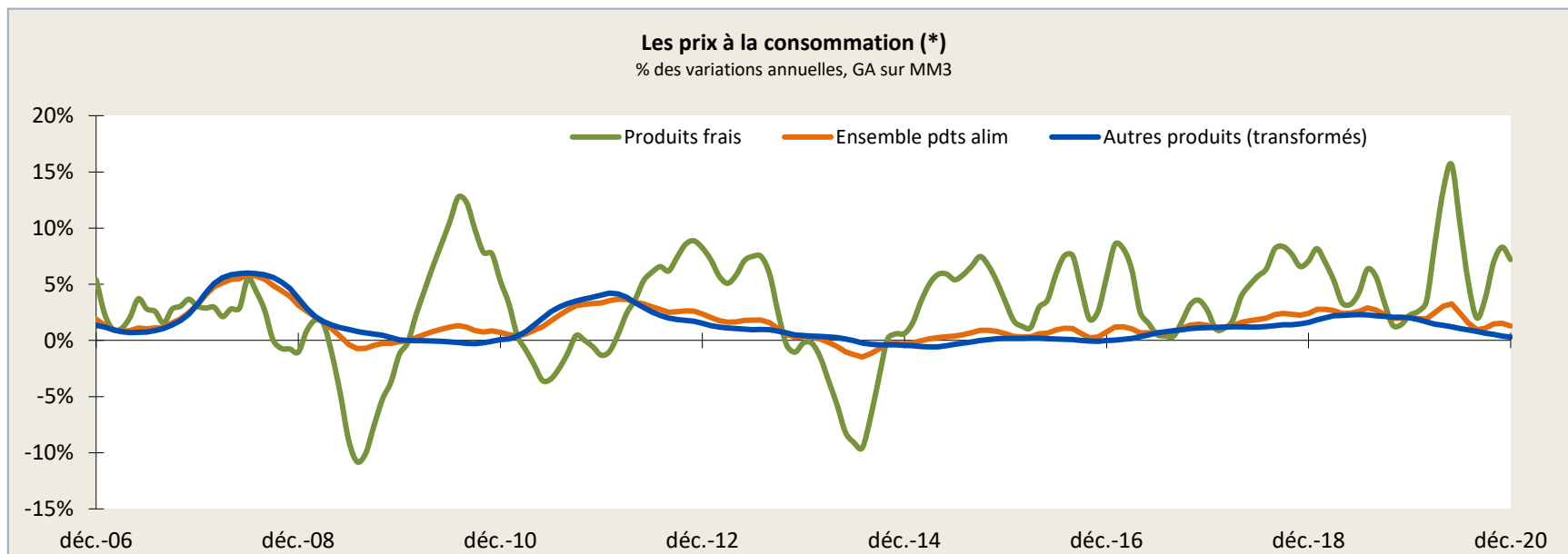
Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE



Les prix à la consommation (1)

**Une hausse globale de +2% tous circuits confondus en moyenne annuelle en 2020
(dont +7,3% pour les prix des produits frais, et +1% pour ceux des produits transformés)**

Les prix alimentaires à la consommation ont augmenté de 2% en moyenne annuelle en 2020. Les prix à la consommation des produits frais ont augmenté de 7,3%, portés notamment par la hausse des prix des fruits et légumes frais (de l'ordre de +9%) et des poissons frais (+7,3%). Les prix à la consommation des produits alimentaires transformés ont augmenté de 1% sur l'année, soit un ralentissement par rapport à la moyenne de 2019.



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

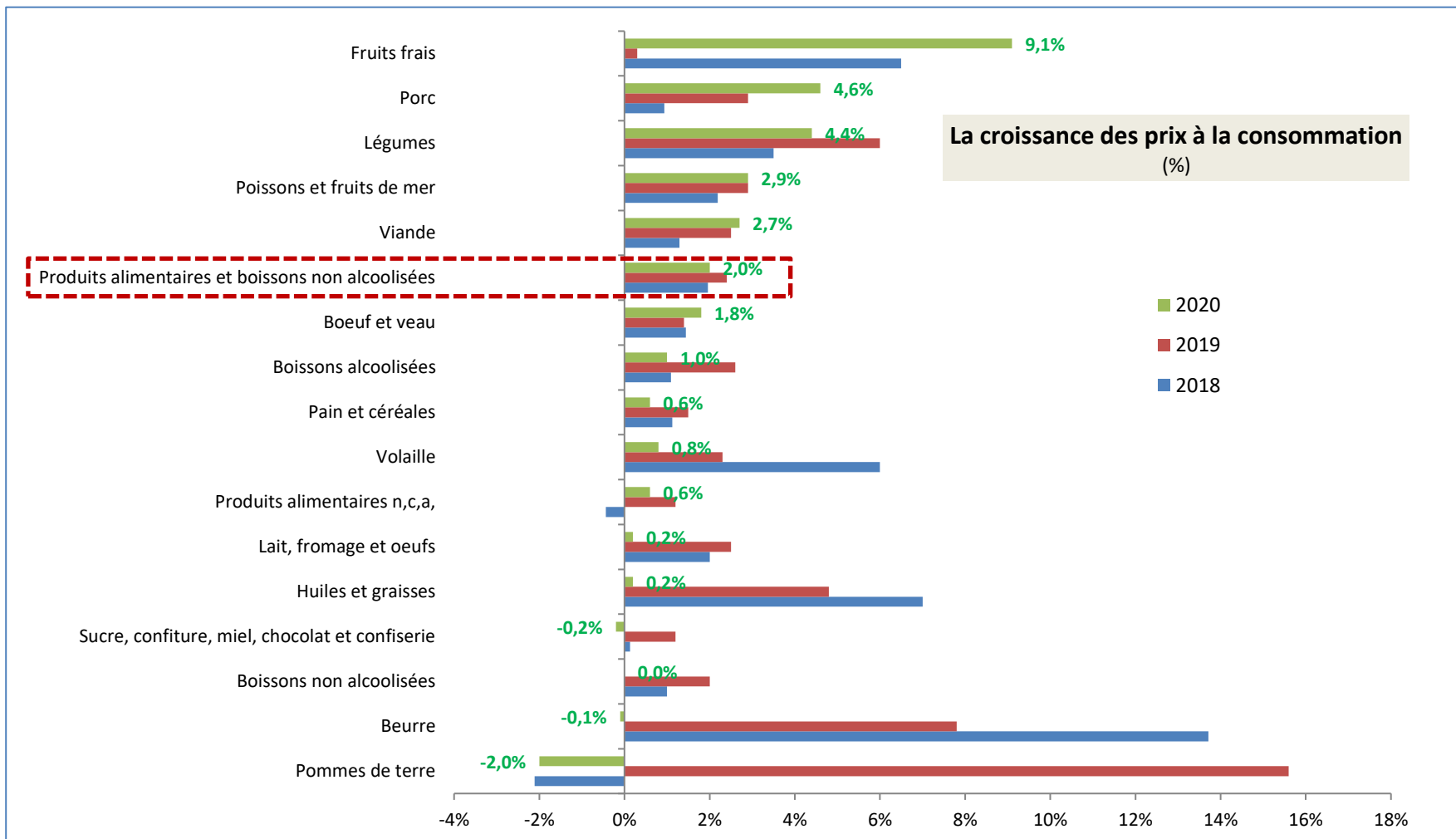
(*) **IPC** : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée décembre 2020



Les prix à la consommation (2)

La croissance des prix selon les catégories de produits : le bilan 2020

La croissance des prix à la consommation des produits alimentaires a eu tendance à décélérer en 2020. Les prix de certaines catégories ont certes augmenté fortement (les fruits et légumes frais, la viande porc), d'autres se sont en revanche pliés (les pommes de terre, en baisse de -2% par exemple).



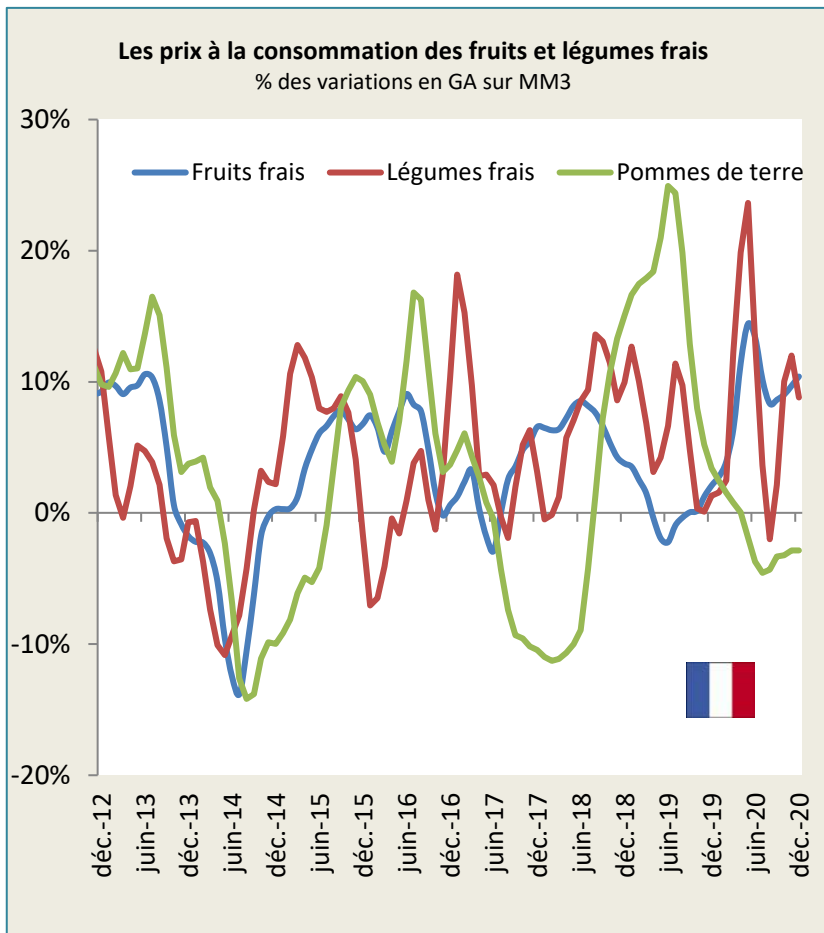
(*) IPC : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée décembre 2020

Les prix à la consommation (3)

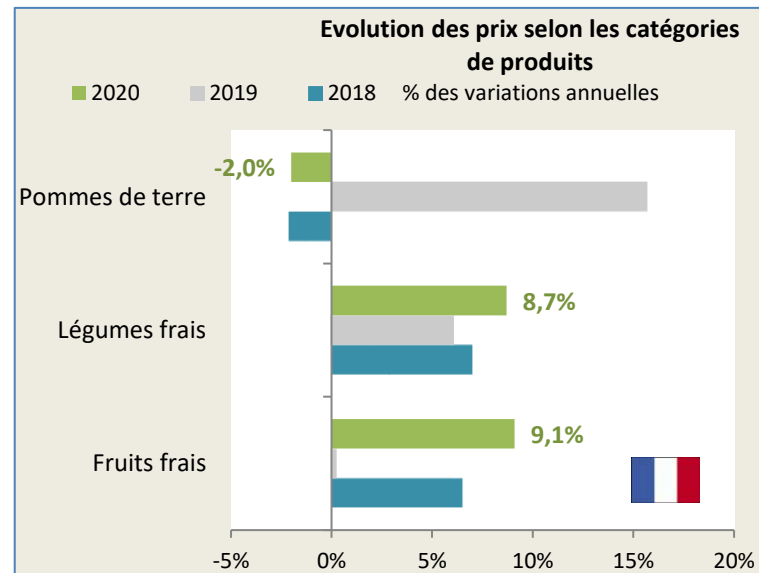
Focus sur les prix des fruits et légumes frais : des prix en forte hausse en 2020

Les prix à la consommation des fruits et légumes frais ont fortement augmenté en 2020 d'après les données de l'INSEE (respectivement +9,1% et +8,7% en moyenne annuelle). Cette hausse reflète notamment l'augmentation de l'IPPAP en amont, mais aussi la sur-représentation inhabituelle des produits français dans un contexte de crise sanitaire.

Les prix à la consommation des fruits et des pommes de terre ont globalement connu les mêmes inflexions en France et au sein de l'UE à 27 : accélération de la croissance du côté des fruits (+10,5% au sein de l'UE) et baisse des prix du côté des pommes de terre.



Source : INSEE



Crois prix consommation	UE 27 2019	UE 27 2020	France 2019	France 2020
Fruits frais	-2,2%	10,5%	0,3%	9,1%
Légumes frais	7,8%	2,1%	6,0%	8,7%
Pommes de terre	23,1%	-6,1%	15,6%	-2,0%

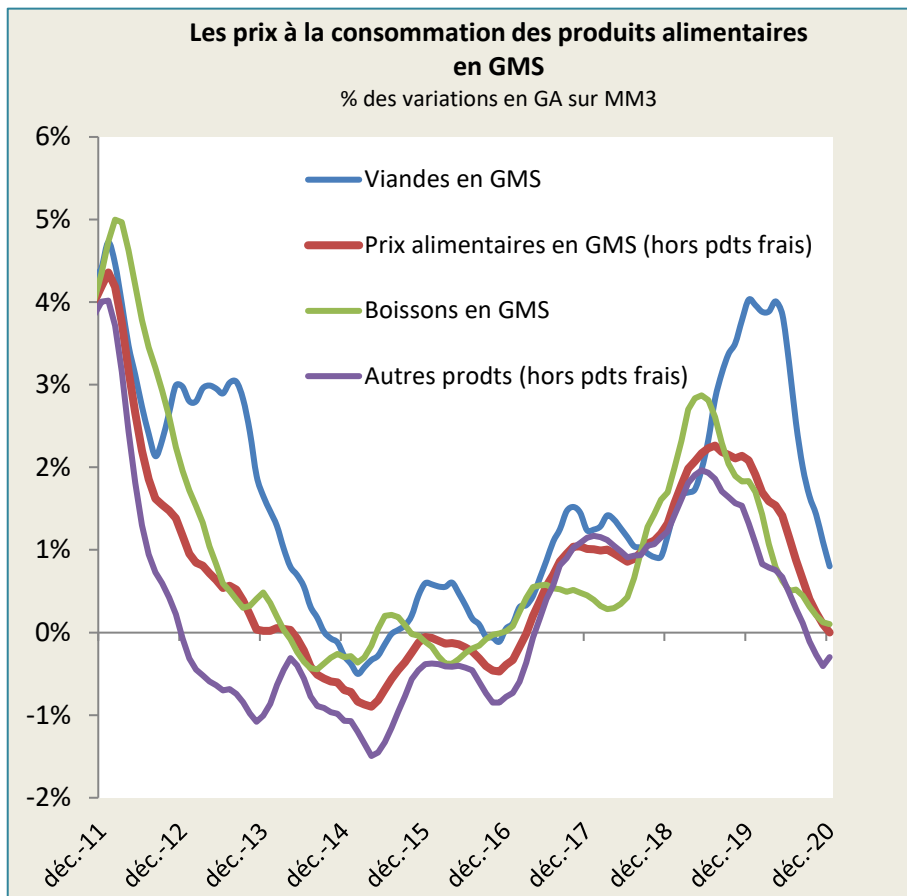
Source : Eurostat

Les prix à la consommation (4)

Les prix alimentaires dans la grande distribution (indice INSEE) : sensible ralentissement

Les prix alimentaires à la consommation en GMS (hors produits frais) ont progressé de 1% en moyenne annuelle en 2020, après une hausse de +2,1% en 2019. Les prix des viandes en GMS ont augmenté de 2,7%, soit une accélération par rapport à 2019, leur plus forte progression depuis 2008. A noter toutefois que les prix des viandes tendent à baisser légèrement depuis juin.

Ceux des autres produits alimentaires (hors boissons, viandes, produits frais) ont augmenté de 0,3% en 2020 (+1,7% en 2019). Enfin, les prix des boissons ont progressé de 0,7%, après une augmentation de 2,3% en 2019.



	Pdts alim (hors pdts frais)	Dont viandes	Dont boissons	Dont autres (hors pdts frais)
2007	1,0%	2,0%	1,1%	0,4%
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%

Source : INSEE



Janvier 2021



Les prix à la consommation (5)

Les données IRI : très légère baisse des prix des PGC en moyenne sur l'année 2020 (-0,1%)

Selon les données d'IRI, les prix en hypermarchés et supermarchés, relevés sur un assortiment constant de produits, ont baissé de -0,34% entre décembre 2019 et décembre 2020. Ils ont notamment baissé dans le DPH (-1,17%), dans l'épicerie (-0,47%). Les prix ont reculé de -0,45% entre novembre et décembre 2020. Et d'après IRI, les prix se sont contractés de -0,47% à 1 mois tous produits tous circuits sur le scope EGA entre novembre et décembre 2020 (-0,28% en glissement annuel en décembre 2020).

Inflation à 1 an - Tous circuits*

IRI GPS

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



Source : IRI



Janvier 2021

Inflation à 1 an

Tous Circuits

	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN IRI	-0,34	-0,39	-0,29	0,82
INFOSCAN ALIMENTAIRE	-0,36	-0,42	-0,30	0,84
DPH	-1,17	-1,40	-0,62	1,27
ENTRETIEN	-1,12	-1,29	-0,77	2,53
HYGIENE	-1,19	-1,46	-0,54	0,88
EPICERIE	-0,47	-0,58	-0,19	1,07
EPICERIE SALEE	-0,42	-0,57	-0,17	0,94
EPICERIE SUCREE	-0,50	-0,59	-0,21	1,30
PLS POIDS FIXE	-0,16	-0,10	-0,30	0,59
CREMERIE	-0,40	-0,38	-0,46	0,15
FRAIS NON LAITIERS LS	0,16	0,18	0,06	0,94
SURGELES GLACES	-0,49	-0,13	-0,96	0,17
LIQUIDES	-0,21	-0,22	-0,31	1,11
BIERES ET CIDRES	-0,31	-0,34	-0,16	1,14
BRS A ET EAUX	-0,65	-0,61	-0,77	-0,97
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES	0,14	0,10	0,21	1,81
INFOSCAN BAZAR	0,44	0,68	-0,07	0,40



Les prix dans la filière alimentaire

Les indices

L'indice Ipampa a baissé de -1,6% au cours des 11 premiers mois 2020, après une hausse de 1,6% en moyenne annuelle en 2019, en lien notamment avec la baisse des prix des carburants. L'indice des prix à la production agricoles a également décéléré (+0,6% après +1,9% en 2019). Dans le même temps, l'indice des prix de vente industriels progressait de 0,7% au cours des 11 premiers mois de l'année. Enfin, les prix à la consommation ont augmenté de +2,1% après +2,5% en 2019.

	IPAMPA	Croissance	IPPAP	Croissance	PVI	Croissance	Prix conso	Croissance
2006	102,8	2,8%	106,3	6,3%	101,9	1,9%	101,7	1,7%
2007	108,6	5,6%	119,9	12,8%	106,0	4,0%	103,1	1,4%
2008	123,0	13,3%	127,1	6,0%	113,4	7,0%	108,3	5,0%
2009	115,4	-6,2%	109,3	-14,0%	102,5	-9,6%	108,4	0,1%
2010	116,0	0,5%	118,0	8,0%	102,6	0,1%	109,2	0,7%
2011	126,3	8,9%	133,0	12,7%	109,0	6,2%	111,4	2,0%
2012	130,2	3,1%	140,4	5,6%	112,1	2,8%	114,6	2,9%
2013	131,6	1,1%	144,5	2,9%	114,7	2,3%	115,9	1,1%
2014	128,3	-2,5%	138,1	-4,4%	113,2	-1,3%	114,9	-0,9%
2015	125,6	-2,1%	133,7	-3,2%	111,4	-1,6%	115,3	0,3%
2016	122,5	-2,5%	133,9	0,1%	109,8	-1,4%	116,0	0,6%
2017	124,0	1,2%	138,9	3,7%	111,5	1,5%	117,3	1,1%
2018	128,5	3,6%	141,8	2,1%	111,5	0,0%	119,6	2,0%
2019	130,6	1,6%	144,4	1,9%	112,8	1,2%	122,6	2,5%
11 mois 2020	-	-1,6%		0,6%	-	0,7%	-	2,0% (12 mois)

IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;

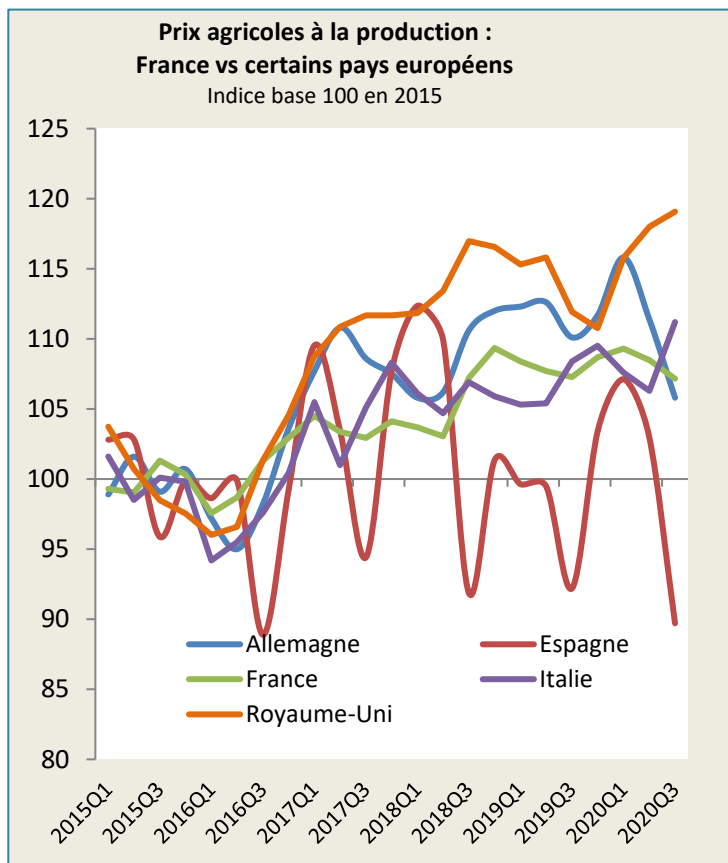
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés (*) hors boissons et tabac / Source : INSEE



Les prix agricoles : Les comparaisons européennes

Léger ralentissement de la croissance de l'IPPAP au cours des 9 premiers mois 2020 (UE à 27)

L'IPPAP européen reste marqué par des évolutions divergentes selon les pays, reflet de structures de production et de spécialisations agricoles différentes selon les pays européens. La tendance a été globalement à la hausse au cours des 9 premiers mois 2020 (+1%), avec toutefois une tendance au ralentissement. La croissance des prix a ralenti en France, Pologne. L'IPPAP a baissé aux Pays-Bas et en Allemagne, mais a accéléré au Royaume-Uni, Italie, Irlande et Espagne.



IPPAP / Source : Eurostat

	2015	2016	2017	2018	2019	Q1-Q3 2020 / Q1-Q3 2019
France	-3,0%	0,1%	3,6%	2,0%	2,1%	0,5%
Pologne	-5,0%	0,4%	15,8%	0,2%	6,3%	3,3%
Royaume-Uni	-8,5%	-0,5%	11,2%	3,6%	-1,1%	2,9%
Pays-Bas	-3,0%	0,4%	7,0%	-2,0%	3,1%	-4,2%
Allemagne	-4,6%	-1,6%	10,3%	0,0%	2,8%	-0,6%
Italie	-0,6%	-3,1%	8,3%	0,9%	1,2%	1,9%
Irlande	-3,8%	-4,6%	11,1%	-1,6%	-1,1%	0,1%
Espagne	6,1%	-3,7%	7,4%	0,1%	-5,0%	2,9%
UE à 27	-2,4%	-1,3%	7,2%	1,1%	1,9%	1,0%

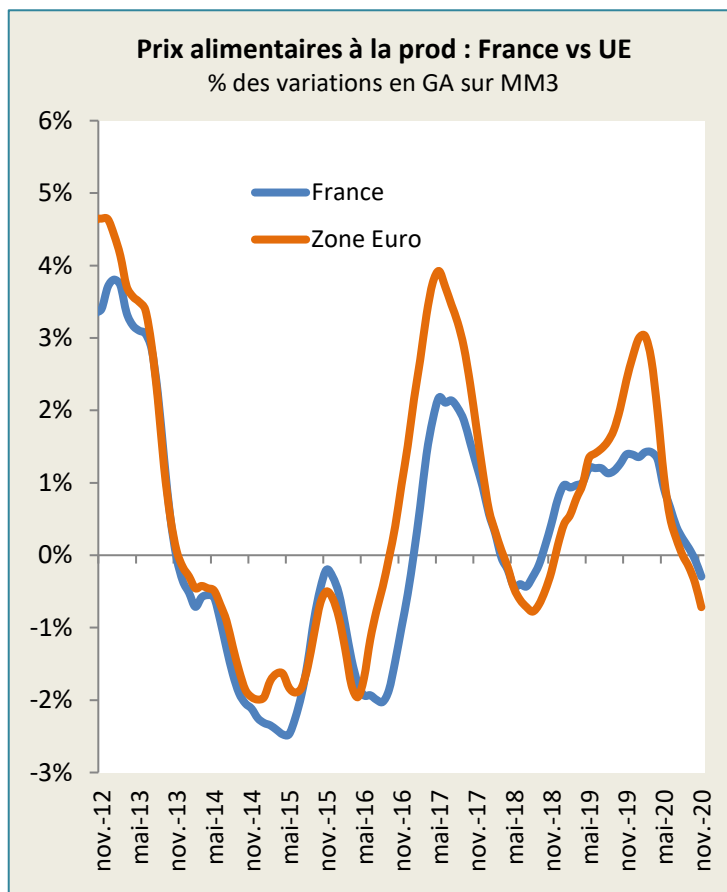


Les prix de vente industriels : Les comparaisons européennes

La croissance des prix : +1% au cours des 11 premiers mois 2020 dans la zone €, mais tendance baissière au cours des derniers mois

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ont augmenté de 1% dans la zone € au cours des 11 premiers mois de l'année, soit un tassement de la croissance par rapport à 2019. En outre, les prix ont reculé de 1,5% entre les 5 derniers mois disponibles (juillet-novembre) par rapport aux 5 mois précédents (-1,1%).

La tendance au tassement de la croissance des prix s'observe dans la plupart des pays européens, à l'exception toutefois de l'Espagne (+1,3% sur 11 mois, après une stagnation en 2019).



	Crois prix prod alim 2017/ 2016	Crois prix prod alim 2018/ 2017	Crois prix prod alim 2019/ 2018	Crois prix prod alim 11 mois 2020 / 11 mois 2019
Pologne	3,6%	0,2%	1,8%	2,0%
Danemark	1,5%	-1,4%	3,4%	1,4%
Pays-Bas	4,0%	-0,7%	1,9%	1,7%
Allemagne	4,1%	-0,1%	2,1%	1,2%
Espagne	2,5%	-0,9%	0,0%	1,3%
UE à 27	3,2%	-0,2%	1,7%	1,3%
Zone Euro à 19	2,9%	-0,3%	1,5%	1,0%
Italie	2,0%	0,3%	0,7%	1,2%
France	1,5%	0,0%	1,2%	0,7%
RU	5,2%	2,0%	0,9%	0,5% (*)
Irlande	4,0%	-5,2%	3,7%	-1,5%

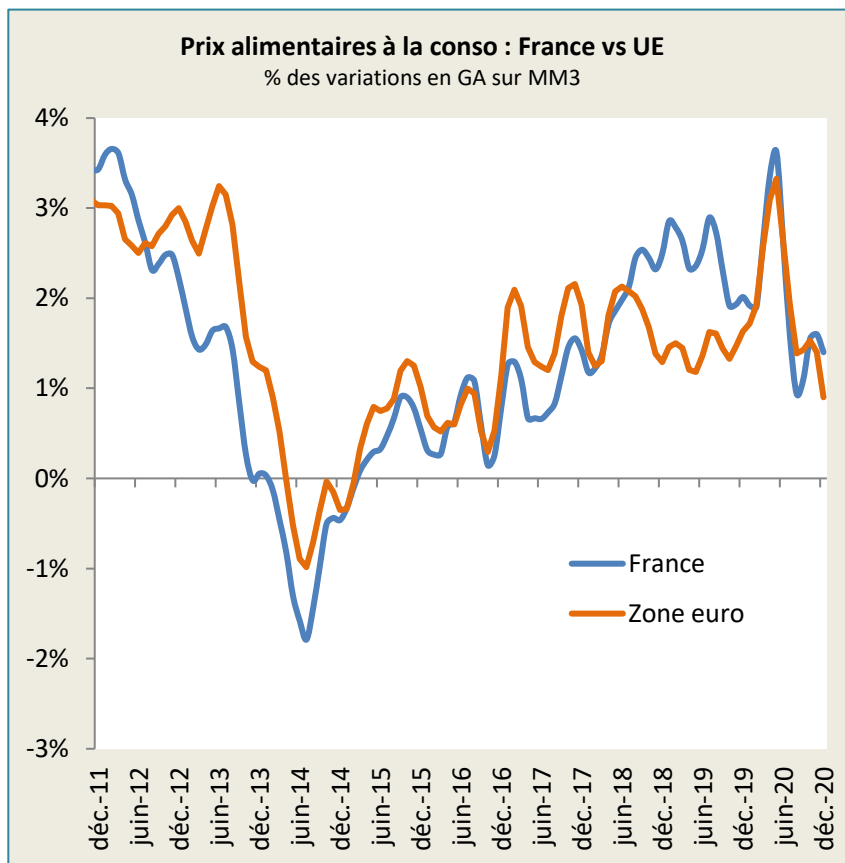
(*) 10 mois 2020) / Prix alimentaires (hors tabac et boissons) / Source : Eurostat

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

Les prix alimentaires dans la zone € ont progressé de 2% en 2020

La croissance des prix alimentaires à la consommation s'est accélérée en 2020 : +2% dans la zone €, après une hausse de 1,4% en moyenne annuelle en 2019. Cette hausse est notamment liée à la croissance des prix des produits frais. A noter toutefois une inversion de tendance au cours des derniers mois : les prix ont stagné entre T3 et T4 2020.

Les évolutions des prix ont varié selon les pays : ils ont eu tendance à accélérer en Allemagne (+2,3% en moyenne annuelle), en Espagne (+2,4%), en Italie (+1,5%), et à conserver une solide dynamique de croissance en Pologne (hors zone €).



Source : Eurostat – dernière donnée décembre 2020

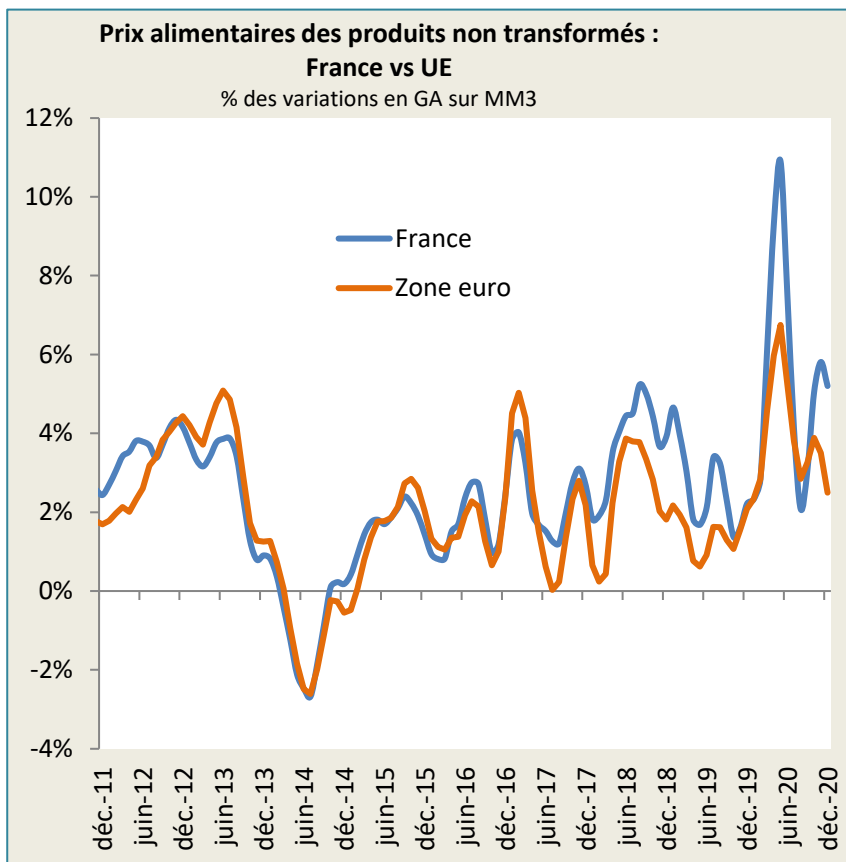
	Crois prix conso alim 2017/2016	Crois prix conso alim 2018/2017	Crois prix conso alim 2019/2018	Crois prix conso alim 2020/2019
Pologne	3,8%	2,2%	5,0%	4,4%
Allemagne	2,8%	2,3%	1,2%	2,3%
Pays-Bas	2,6%	0,8%	4,0%	1,9%
France	1,1%	2,0%	2,4%	2,0%
Zone Euro UE à 27	1,7% 2,1%	1,7% 1,9%	1,4% 2,1%	2,0% 2,5%
Espagne	1,2%	1,6%	1,0%	2,4%
Italie	2,0%	1,2%	0,7%	1,5%
RU	2,2%	2,1%	1,3%	0,8%
Danemark	2,8%	0,0%	1,4%	0,6%
Irlande	-2,1%	-2,0%	-0,7%	-1,4%



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

Focus sur les prix à la consommation des produits alimentaires non transformés : forte accélération en 2020

Les prix des produits alimentaires non transformés ont progressé de 4% au sein de la zone Euro en moyenne annuelle en 2020 par rapport à 2019. Cette accélération s'est observée dans la plupart des pays, notamment en Allemagne (+4,3%), en Espagne (+4%), en France (+5,4%). Les prix ont également fortement augmenté hors zone Euro, avec notamment une hausse de 6,9% en Pologne. En dehors de phénomènes climatiques (cf. sécheresse en Pologne), cette hausse s'explique principalement par la fermeture des frontières au printemps (1^{ère} phase de confinement), qui a empêché l'arrivée d'une main-d'œuvre saisonnière suffisante pour la récolte dans les pays producteurs, ce qui a accru les difficultés d'approvisionnement international.



Source : Eurostat – dernière donnée décembre 2020

	Crois prix conso alim 2017/2016	Crois prix conso alim 2018/2017	Crois prix conso alim 2019/2018	Crois prix conso alim 2020/2019
Pologne	5,6%	3,0%	5,4%	6,9%
France	2,5%	3,7%	2,6%	5,4%
Allemagne	1,3%	2,4%	0,4%	4,3%
Zone Euro UE à 27	2,4% 2,7%	2,3% 2,6%	1,4% 2,1%	4,0% 4,5%
Espagne	2,8%	3,2%	1,6%	4,0%
Pays-Bas	3,3%	1,1%	2,0%	3,6%
Italie	3,5%	1,3%	1,5%	2,8%
Danemark	1,3%	-1,3%	0,7%	2,0%
RU	2,1%	1,9%	0,4%	-0,3%
Irlande	-1,3%	-2,3%	-1,2%	-0,5%

La consommation des ménages

Les tendances de consommation et attentes des consommateurs

Le local / régional : des attentes élevées en France

Le critère « circuit court » compte de plus en plus dans les raisons d'achat de produits de consommation. Selon l'enquête du Crédoc, 82% des personnes interrogées ont déclaré qu'il s'agit d'un critère important en 2020 vs 74% en 2018 et 2019.

Le critère « commerce équitable » a également progressé en 2020, il a gagné 5 points entre 2019 et 2020 pour s'établir à 79%.



Pour 84% des personnes interrogées par le Crédoc cet été, les produits régionaux un critère d'achat important. Ce taux a gagné 8 points en 2020, atteignant son niveau le plus élevé depuis le début de la série en 1993.

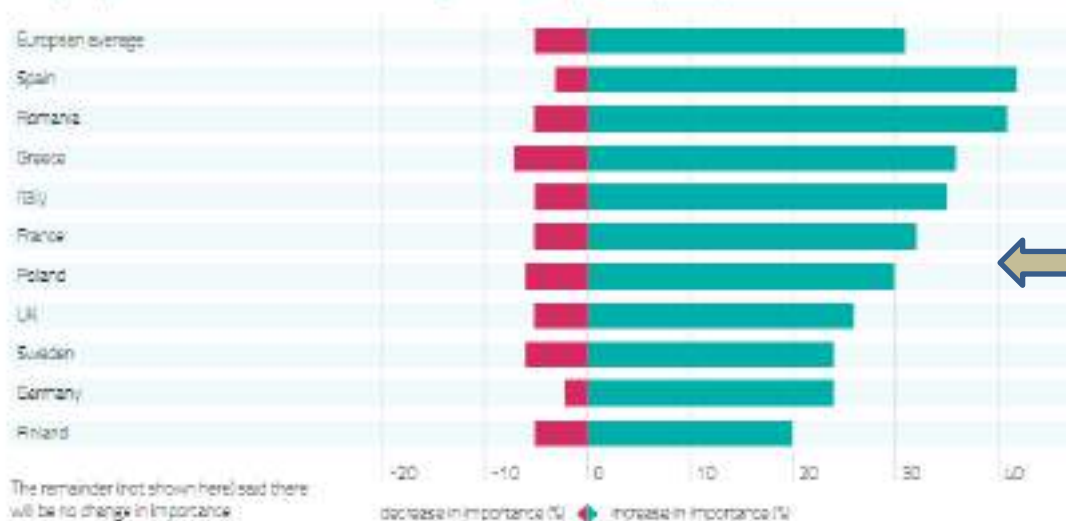
A noter qu'en période de crise, ce critère a tendance à remonter dans les critères d'achat des consommateurs. Mais la tendance est à la hausse depuis 2015.



Les tendances de consommation et attentes des consommateurs

Les attentes des Européens depuis le début de la crise de la Covid19 : le « local » et la santé

Did your preference for local food change and will it persist post-pandemic?



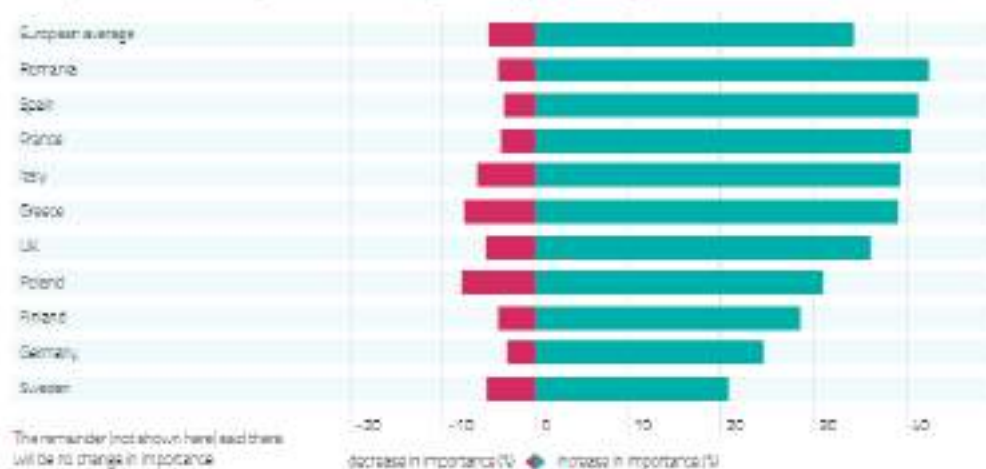
Pour une majorité d'Européens, l'intérêt pour la dimension « locale » de l'alimentation, qui a gagné en importance pendant la première moitié de l'année dans le contexte de la crise sanitaire, va perdurer.

Parmi les pays qui expriment le plus cet intérêt : l'Espagne, la Roumanie, la Grèce, l'Italie et la France.

La dimension santé est également très présente dans les attentes des consommateurs européens. Une majorité des Européens déclare avoir l'intention de consommer davantage de produits bénéfiques à leur santé au cours des mois à venir.

Les pays du Sud, tels que l'Espagne, l'Italie, la France, la Grèce, mais aussi la Roumanie font partie des pays les plus enclins à adopter / conserver une alimentation « saine ».

Post-pandemic, how important will eating a healthy diet be to you?



Source : EIT / COVID-19 impact on consumer food behaviours in Europe – enquête réalisée en septembre 2020



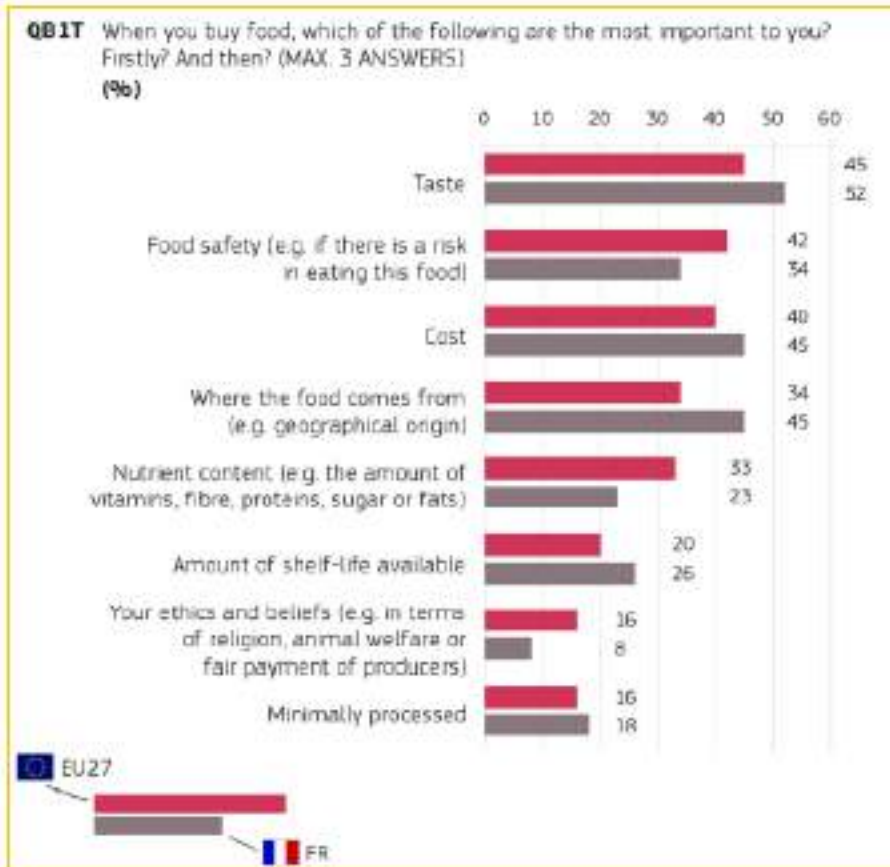


Les tendances de consommation et attentes des consommateurs

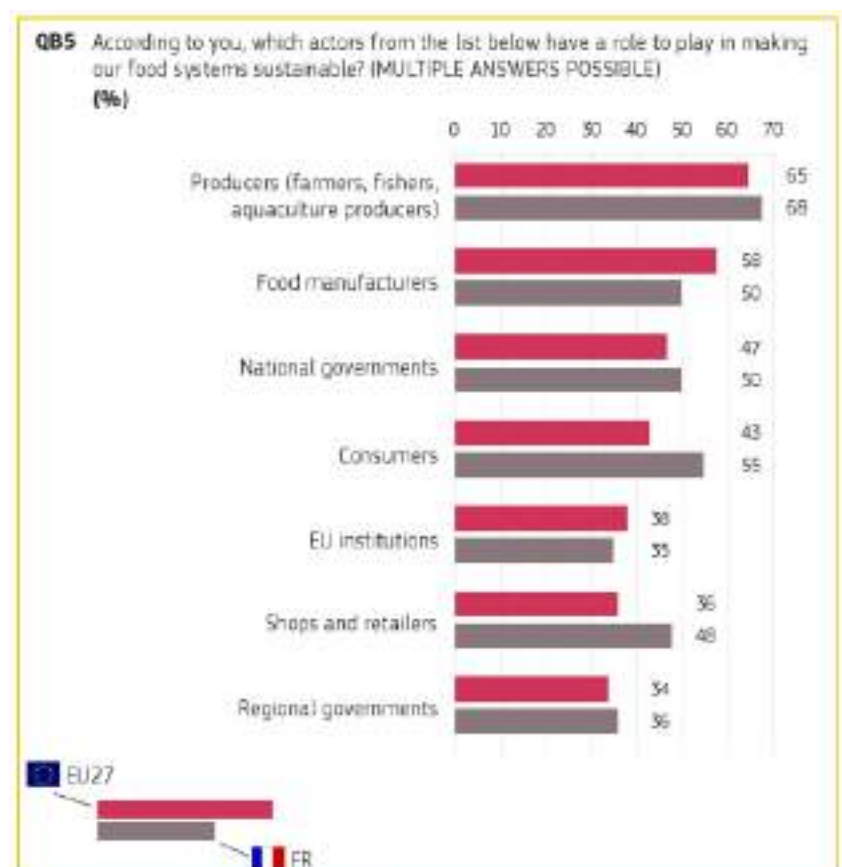
Les attentes des Européens en matière de consommation durable

Quand il s'agit d'acheter des aliments, le premier critère de choix des Français comme des Européens est le goût (respectivement 52% des 45% des réponses). En France, les critères de l'origine et du coût viennent en seconde position à égalité (ils sont respectivement en 4^e et 3^e position en Europe).

Pour une majorité d'Européens, les agriculteurs, pêcheurs.. ont un rôle majeur à jouer dans le fait rendre durable la chaîne alimentaire (pour 65% et 68% en France). En France, les consommateurs arrivent en deuxième position (50%), à noter aussi la place accordée aux détaillants en France : 48% des réponses vs 36% en Europe.



Top 7 answers at EU level
Base: all respondents



Top 7 answers at EU level
Base: all respondents

Source : Eurobarometer – Décembre 2020 « Making our food fit for the Future »



La consommation alimentaire

L'activité des GMS en 2020 : une année définitivement atypique

Selon les chiffres IRI, le chiffre d'affaires tous produits des enseignes d'hypermarchés, supermarchés et E-Commerce a progressé de +4,3% sur l'ensemble de l'exercice 2020, après une quasi-stagnation en 2019 (+0,2%). L'année a été marquée par la première phase de confinement au printemps qui a entraîné une forte hausse des ventes en GMS (1^{ère} quinzaine de mars : +13,5%), après une phase de croissance toujours soutenue, même si moins forte, la croissance a de nouveau réaccélééré en mai (+14,2%). La fin d'année (5 dernières semaines au 27/12) s'est caractérisée par un tassement de la croissance : +1,8% (à comparer toutefois aux -2,7% de 2019 au cours de cette même période). Dans le détail, la croissance s'est avérée solide dans le non alimentaire (+3%), dans les PGC (+2,5%). En revanche, les ventes du segment des produits frais traditionnels se sont contractées (-1,5% sur les 5 dernières semaines).



Chiffre d'affaires tous produits. vol. CA vs a-1 -Concept HM SM E-Commerce GSA

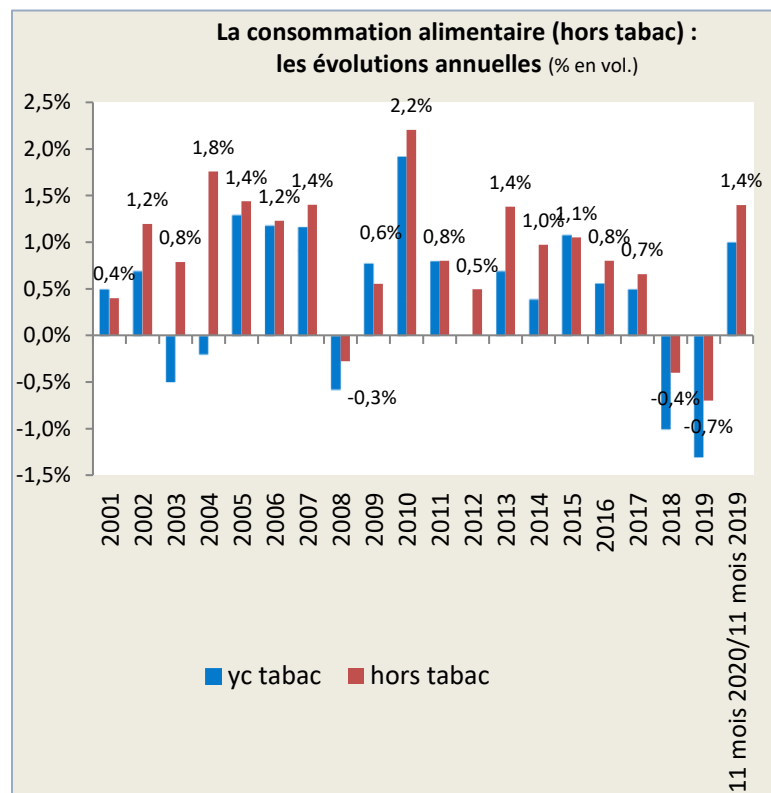
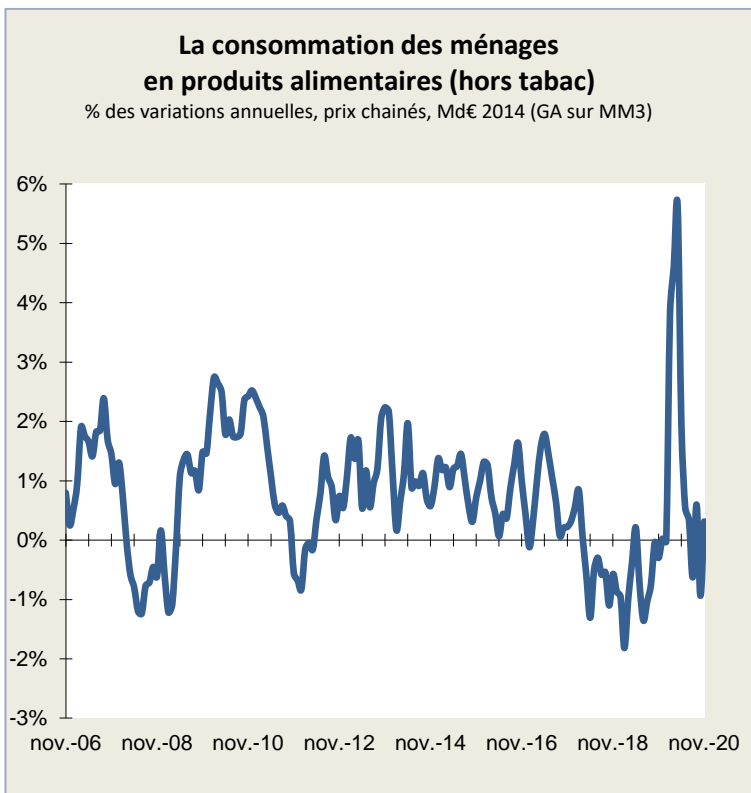
Source : IRI



La consommation alimentaire

La consommation alimentaire (hors tabac) a progressé de 1,4% en volume au cours des 11 premiers mois de 2020

Les dépenses des ménages en produits alimentaires (tous circuits de distribution confondus) ont progressé de 1,4% en volume au cours des 11 premiers mois de l'année 2020, soit son rythme le plus élevé depuis 2013. La prise de repas quasi exclusive à domicile pendant la première période de confinement au printemps s'est traduite par une nette augmentation des achats alimentaires des ménages : les dépenses de consommation alimentaires ont augmenté de 2,2% en S1 2020 par rapport à S1 2019. La tendance a été moins dynamique dans la seconde partie de l'année. Selon les données de l'INSEE, la consommation alimentaire se serait même légèrement repliée de -0,5% au cours de la période juillet-novembre 2020, par rapport à la même période de 2019. La réouverture des bars et restaurants à partir de la mi-mai jusqu'à fin octobre et la réouverture des écoles et des cantines scolaires ayant joué en défaveur de la consommation à domicile.



Source : INSEE – dernière donnée novembre 2020

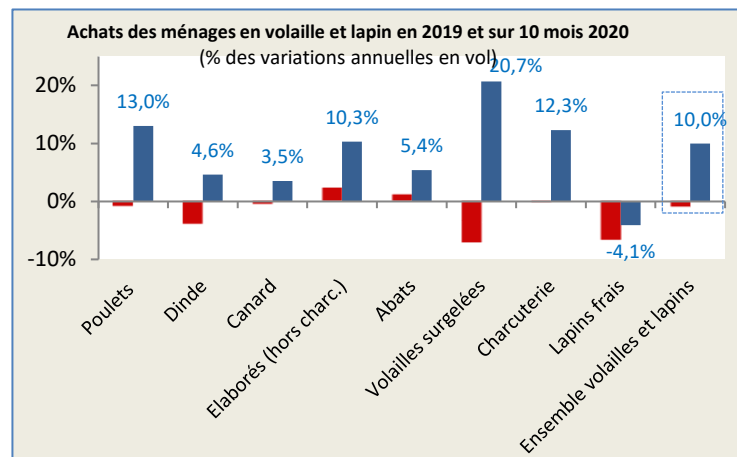
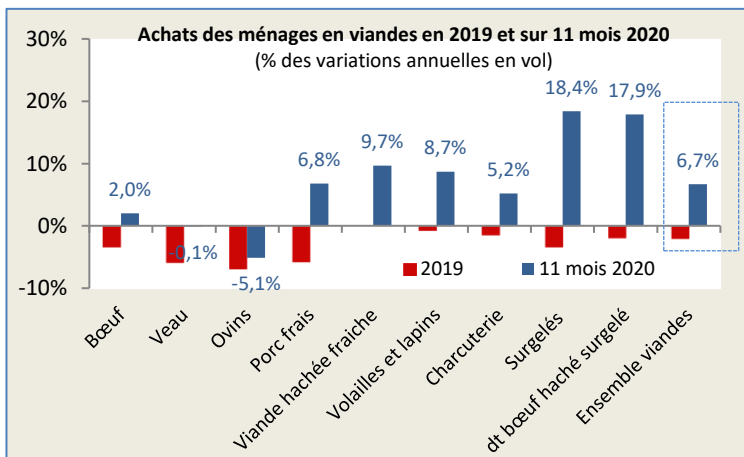
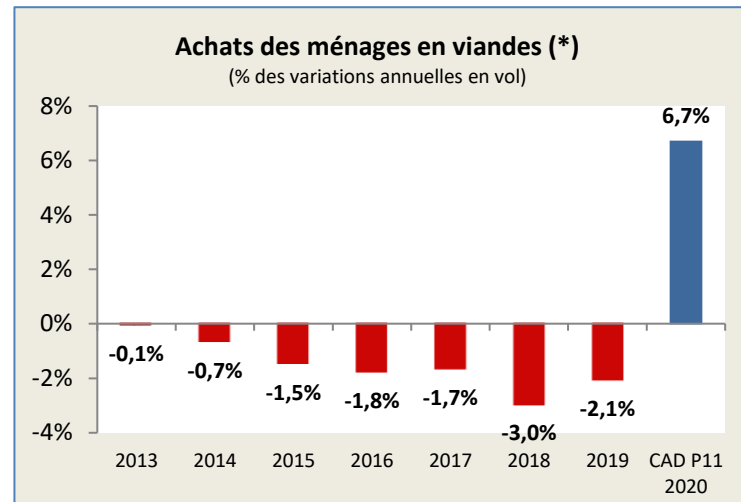




La consommation alimentaire des ménages

La consommation en viandes à domicile hausse de 6,7% en volume à fin novembre 2020

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgrimer) indiquent un fort rebond des ventes de viande en France en CAD à fin novembre (*) : +6,7% en CAD (+5,8% en CAM). Les achats de viandes surgelées ont fortement progressé (+18,4% en volume), de même que la volaille (+8,7%) et la viande hachée fraîche (+9,7%). La fermeture des restaurants, des écoles, le développement du télétravail ont conduit les ménages à prendre la quasi-totalité de leurs repas à domicile pendant la période de confinement, la demande s'est donc mécaniquement reportée vers la consommation à domicile, expliquant le rebond des ventes. A noter cependant, que les segments les plus dynamiques sont aussi les segments bon marché (viande hachée surgelée, volaille en particulier).



(*) 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)

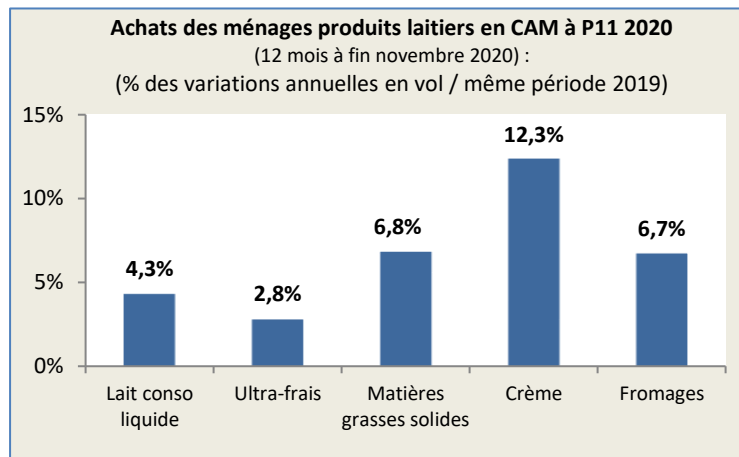
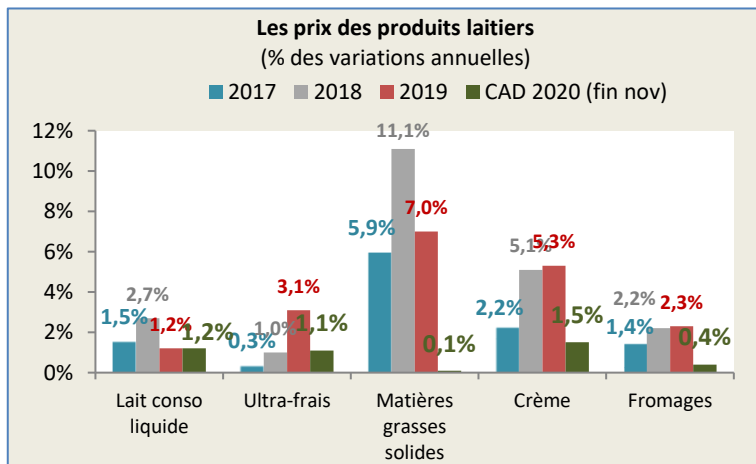
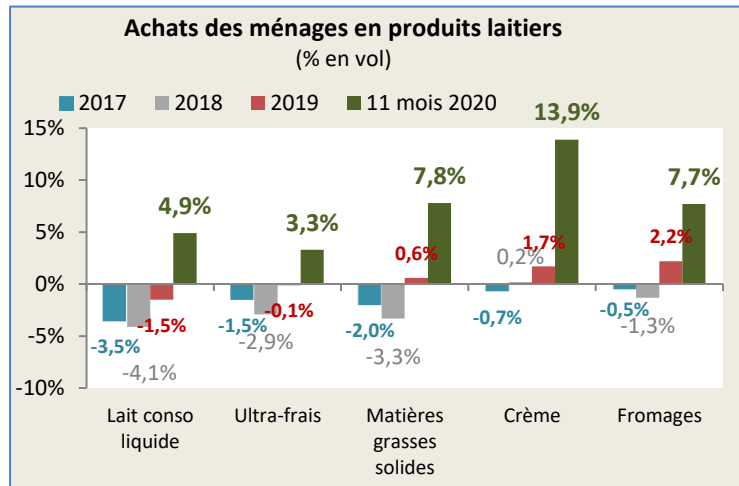


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en produits laitiers : rebond au cours des 11 premiers mois de l'année

Net changement de tendance dans les achats des ménages en produits laitiers au cours des 11 premiers mois de l'année: l'effet Covid-19 a en effet également impacté les achats de produits laitiers dont la demande a fortement progressé. La consommation de lait liquide a progressé de 4,9% en volume, après plusieurs années de baisse, la consommation de crème a bondi de près de 14% en volume sur la période. L'ultra frais et les fromages ont également progressé.

Du côté des prix, la croissance s'est avérée plus sage, avec même un ralentissement du rythme pour l'ensemble des catégories.



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)

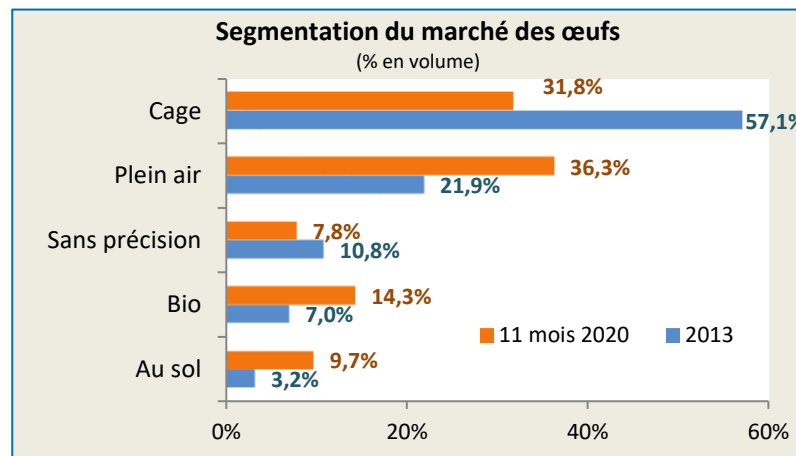
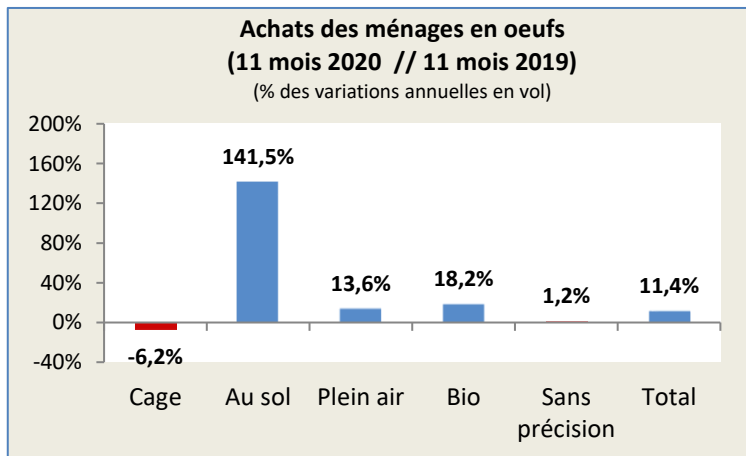
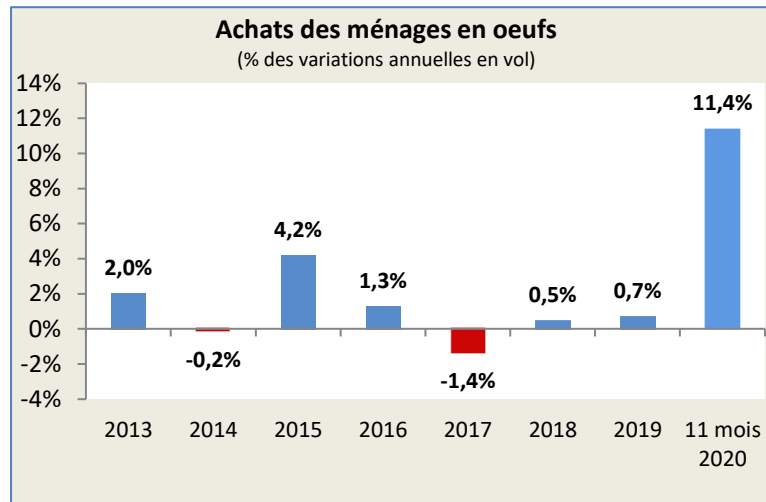


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en œufs : boom des achats au cours des 11 premiers mois 2020,

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgrimer) indiquent une forte hausse des achats des ménages en œufs au cours des 11 premiers mois de l'année 2020 à +11,4% vs +0,7% en moyenne en 2019. Les achats d'œufs cage continuent de se replier (-6,2% en volume sur 11 mois en 2020), ils représentent désormais moins de 32% des achats totaux des ménages en œufs contre plus de 57% en 2013. A l'inverse, les segments des œufs bio et des œufs plein air ont continué de progresser : respectivement +18,2% et +13,6%. La part des œufs bio dans les achats s'établit désormais à 14,3% en volume. A noter le boom des œufs au sol : +141,5%, à près de 10% 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)



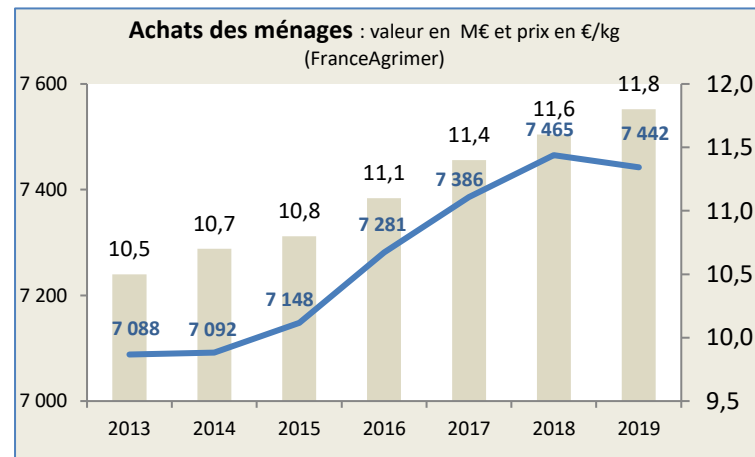
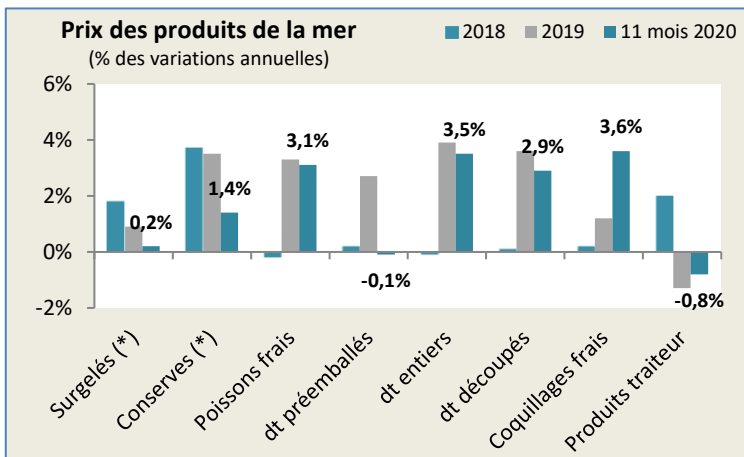
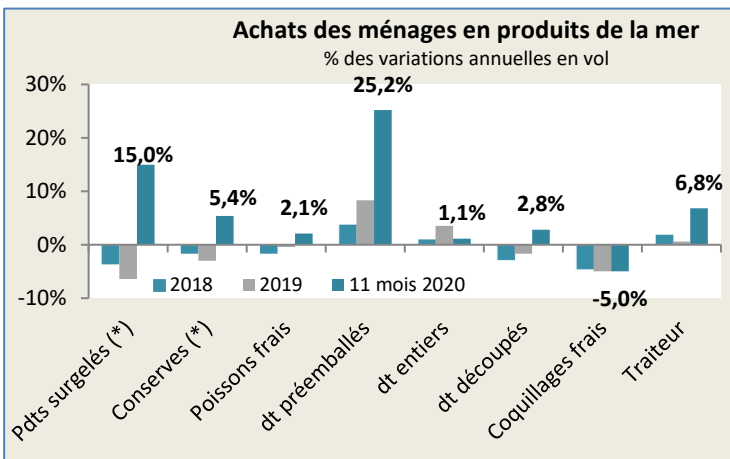
La consommation alimentaire des ménages

La consommation en produits aquatiques : les produits surgelés et les conserves en forme au cours des premiers mois de 2020, un peu plus compliqué pour les produits frais

Dans le contexte de la crise sanitaire du Covid-19, et de la mise en place des mesures en confinement en France, les produits de la mer transformés ont bien tiré leur épingle du jeu au cours des 9 premiers mois 2020 : +15% de hausse pour les achats de produits surgelés, +5,4% pour les conserves et +23% pour le segment des préemballés frais.

Les achats de produits frais ont progressé un peu moins rapidement sur 11 mois : +2,1% en volume, ce qui représente toutefois une accélération par rapport à 2018 et 2019.

Du côté des prix à la consommation, la tendance a plutôt été à la décélération.



(*) 9 mois / 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 au cours des 10 premiers mois de l'année

Durant les 10 premiers mois de l'année 2020, les achats de **fruits** par les ménages pour leur consommation à domicile ont augmenté de 1,5% par rapport à la moyenne triennale (2017-2019) et de +1,3% par rapport à 2019. Après une hausse pendant le 1^{er} confinement, les achats ont baissé pendant l'été du fait d'une offre limitée en fruits à noyaux.

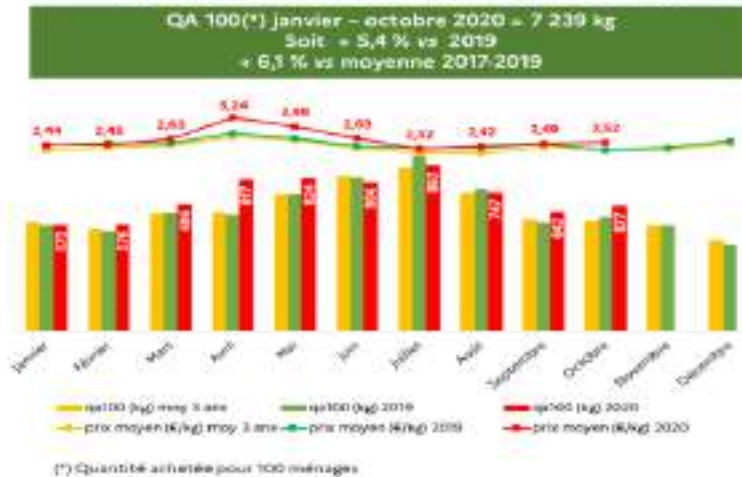
Les achats de **légumes** ont progressé de 6,1% par rapport à la moyenne 2017-2019 et de +5,4% par rapport à 2019. Comme pour les fruits, l'augmentation des achats a été forte sur avril. Cette progression a été également observée en mai. Ensuite la tendance a été à la stabilisation avant une reprise en septembre et octobre.

Sur la période janvier-octobre 2020, les achats de **pommes de terre** ont augmenté de +13,3% par rapport à 2019 et de +11,7% par rapport à la moyenne triennale. Les prix au détail sont restés stables par rapport à la moyenne 3 ans.

FRUITS Evolution des quantités & prix moyens d'achats



LEGUMES Evolution des quantités & prix moyens d'achats



POMMES DE TERRE 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)



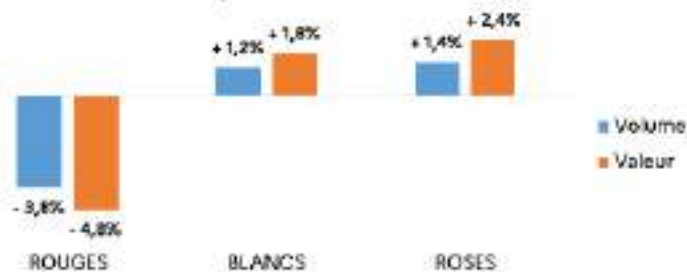


La consommation alimentaire des ménages

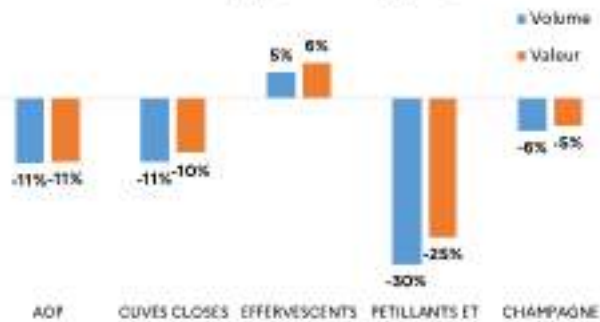
La consommation en vins tranquilles (en GMS), tendance au recul des achats en HMSM

Selon les données IRI, les ventes de vins tranquilles en GMS ont eu tendance à se contracter au cours des 10 premiers mois de l'année : ils ont baissé de 1,1% en volume et -1,3% en valeur. Les ventes de vins rouges en particulier se sont fortement contractées. Du côté des vins effervescents, le recul a été plus marquée : -8,6% en volume et -6,2% en valeur par rapport à la même période en 2019. A noter : après une tendance au repli pendant le confinement du printemps, les ventes de vins tranquilles et effervescents ont été mieux orientés au cours de l'été, avant une nouvelle tendance à la baisse par la suite.

Evolution des ventes de vins tranquilles en grande distribution par couleur (06/01/20 - 11/10/20)

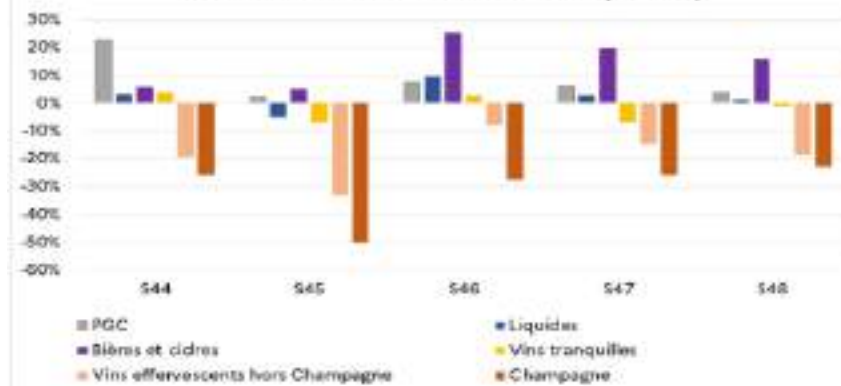


Evolution des ventes de vins effervescents en grande distribution (06/01/2020 au 11/10/2020)



La tendance est restée défavorable en novembre, lors du second confinement de 2020. Les ventes de vins tranquilles et effervescents ont en effet continué de se replier lors de cette période. A noter la hausse des ventes de bières et cidres sur l'ensemble du mois de novembre.

Evolution du chiffre d'affaire des ventes de vins par semaine au mois de novembre 2020 (vs 2019)



Tous circuits GSA hors EDMP / Source : IRI pour FranceAgriMer

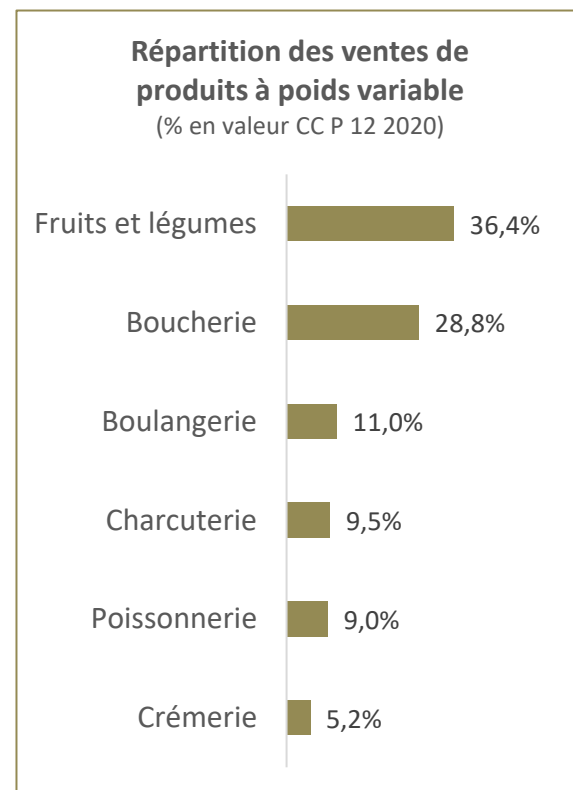
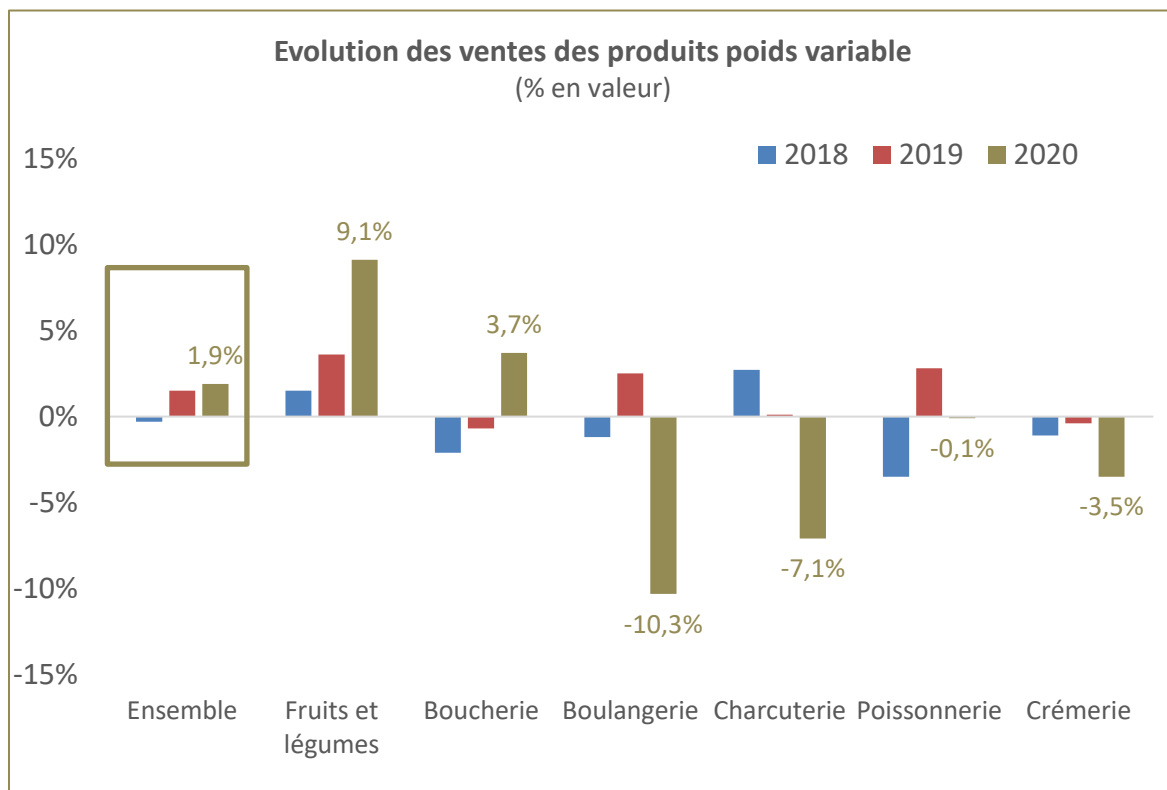


La consommation alimentaire des ménages

Focus sur les produits frais traditionnels en GMS : une croissance limitée à +1,9% en 2020

Selon les données IRI, les ventes de produits frais traditionnels (= produits frais à poids variable) a progressé de seulement 1,9% en valeur en 2020, après une hausse de +1,5% en 2019. Les rayons fruits et légumes ont bénéficié d'une demande en forte hausse dans un contexte de report d'une grande partie de la consommation en restauration hors foyer vers le commerce de détail, et aussi du report des achats dans les marchés de plein air pendant la première période de confinement du printemps. Les ventes du rayon boucherie ont aussi progressé : +3,7% sur l'année. En revanche, pour la boulangerie, la charcuterie et la crèmerie, la tendance s'est avérée baissière.

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).



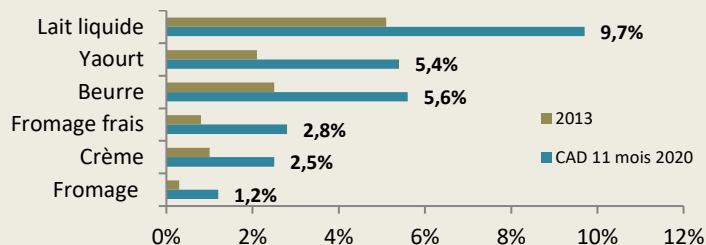


La consommation alimentaire des ménages

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

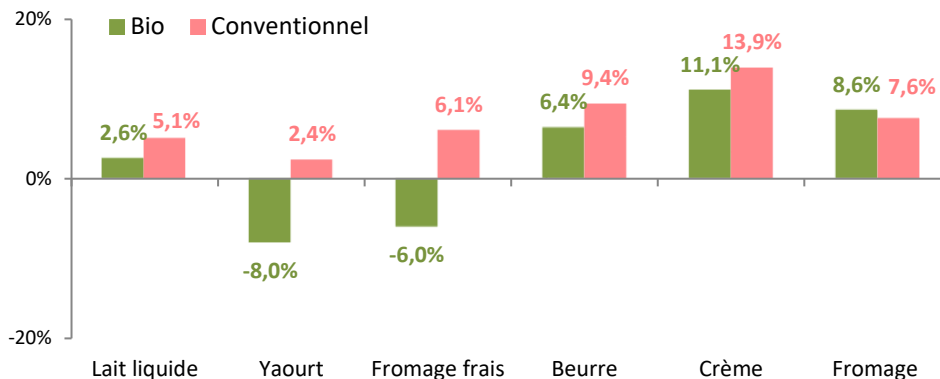
Les produits laitiers bio 11 mois 2020 (CAD fin nov. 2020) : FranceAgrimer Kantar

- ❖ En CAD sur 11 mois 2020, les achats en produits laitiers bio ont progressé moins rapidement que l'ensemble des produits conventionnels (à l'exception du fromage)
- ❖ A noter : poids du bio selon les segments (% vol.)



Consommation de produits laitiers bio et conventionnels

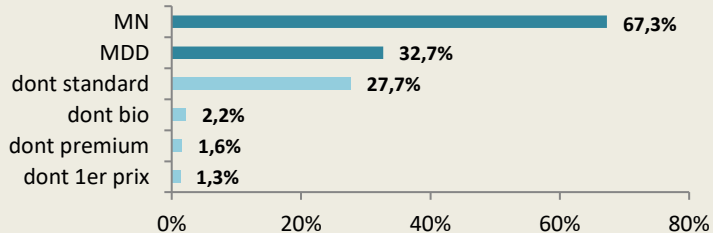
% en volume, CAD 11 mois 2020 / 11 mois 2019



Source : Kantar Worldpanel via FranceAgrimer

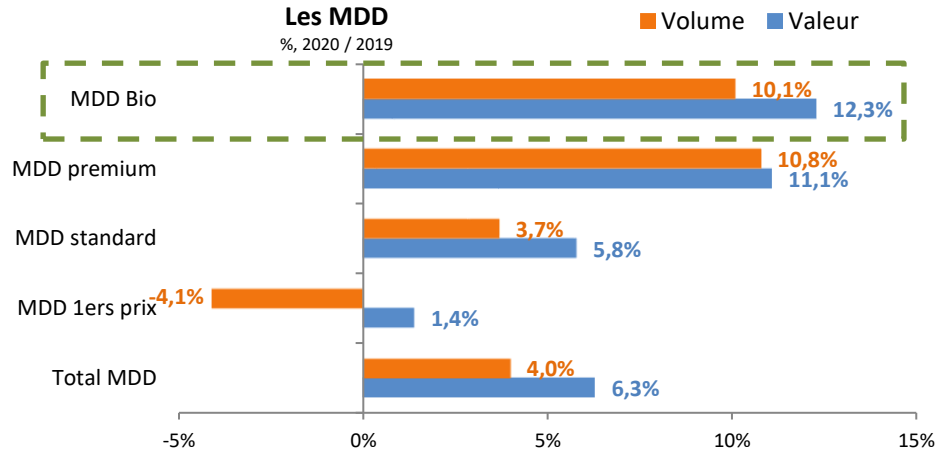
Le bio soutient les MDD en 2020, au même titre que le premium

- ❖ Selon les données de Nielsen pour l'année 2020, la croissance globale des MDD (tous circuits GMS confondus) s'est établie à +6,3% en valeur, soit un rythme de croissance similaire à celui des MN (+6,4%). En dépit d'un ralentissement, les MDD bio ont de nouveau affiché une forte hausse (+12,3% en valeur). A noter aussi l'accélération du côté des produits premium (+11,1%).
- ❖ A noter : segmentation en valeur des ventes en GMS



Les MDD

% , 2020 / 2019



Source : Nielsen / HSM-proxi-drive-SDMP – CAM P13 au 03/01/2021



La consommation alimentaire des ménages



Focus sur le bio (2) : les ventes de produits bio continuent de progresser fortement en CAM fin décembre, mais leur contribution à la croissance globale faiblit

Si la dynamique de croissance des produits bio sur les marchés des PGC-FLS s'est poursuivie au cours des derniers mois, la forte hausse des ventes globales (conventionnelles et bio) pendant la période de confinement a mécaniquement pesé sur la contribution du rayon bio aux ventes globales en GMS. En cumul annuel mobile au 03/01/2021, selon les données de Nielsen, les ventes de bio ont ainsi progressé de 13,6% en valeur (vs +6,3% pour l'ensemble du marché des PGC-FLS). Le bio représente 5,2% des ventes de PGC-FLS mais a contribué à hauteur de 10,4% à la croissance du marché (cette contribution était 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 8,6% en valeur.**



Pénétration

97.1%

+1.4 points vs An-1



Sommes dépensées par acheteur (€)

172.2€

+16.22€ vs An-1

CAM P13

	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	6.3	13.6	5.2	10.4	38.5	61.5
ENSEIGNES HM	0.7	3.8	4.5	24.3	19.8	80.2
ENSEIGNES SM	6.6	12.8	5.6	10.3	27.7	72.3
ENSEIGNES PROXI	8.6	16.8	6.2	11.3	43.9	56.1
TOTAL ECOMMERCE	42.4	48.9	8.6	9.5	42.7	57.3
ENSEIGNES SDMP	5.1	14.1	3.0	7.6	86.9	13.1

Source : Nielsen / Nielsen ScanTrack et HomeScan / Données arrêtées au 03 janvier 2021 (P13 2020)



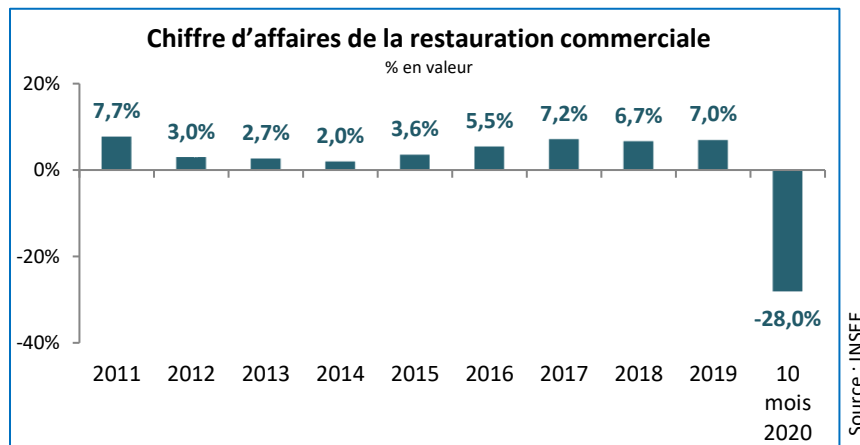
Janvier 2021

La consommation alimentaire des ménages

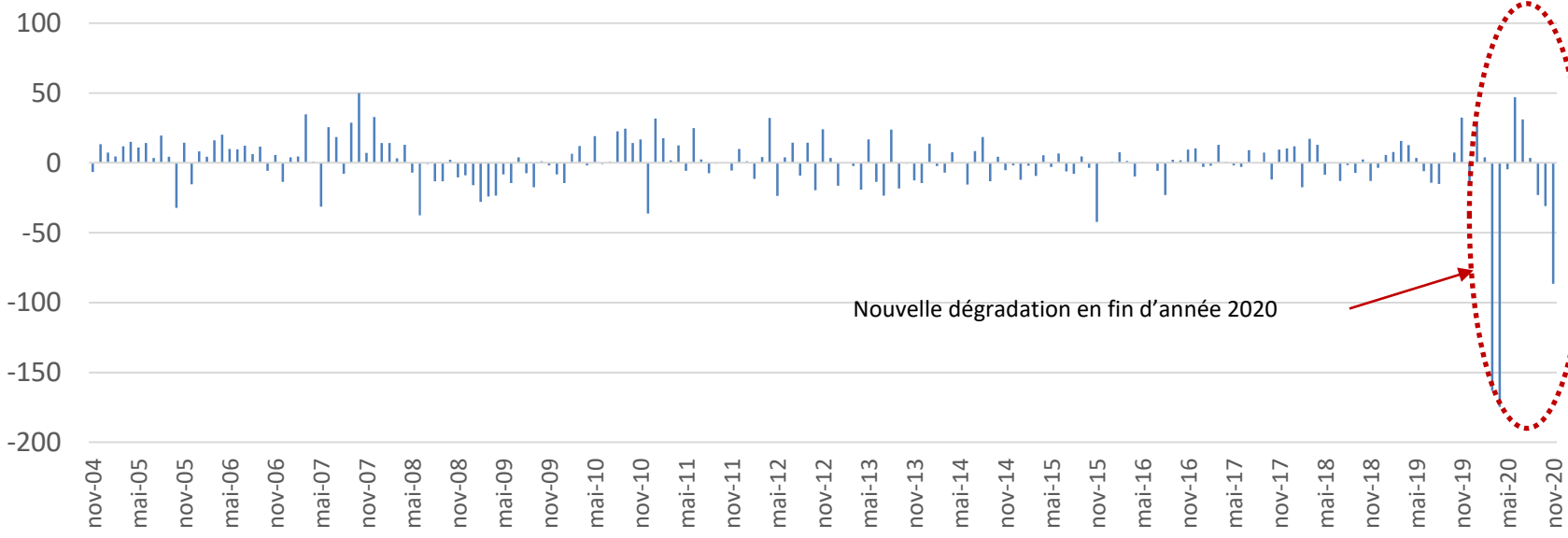
Éléments conjoncturels sur la restauration hors foyer : un chiffre d'affaires en forte baisse

L'activité de la restauration commerciale a été doublement impactée au cours des derniers mois, avec d'une part la fermeture des établissements pendant la période 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 aux comptoirs et aux caisses, marquage au sol des distances de sécurité pour les files d'attente...).

Selon les données de l'INSEE, le chiffre d'affaires de la restauration commerciale s'est contracté de 28% au cours des 10 premiers mois de l'année, par rapport à la même période en 2019. Avec la nouvelle fermeture des établissements de restauration depuis novembre, il est probable que le chiffre d'affaires se contracte de 35% environ sur l'année. Juin et juillet ont été marqués par un rebond de l'activité, selon les données de la Banque de France, la tendance est repartie à la baisse dès le mois de septembre.



Hébergement et restauration, évolution de l'activité par rapport au mois précédent (CVS) : solde d'opinion

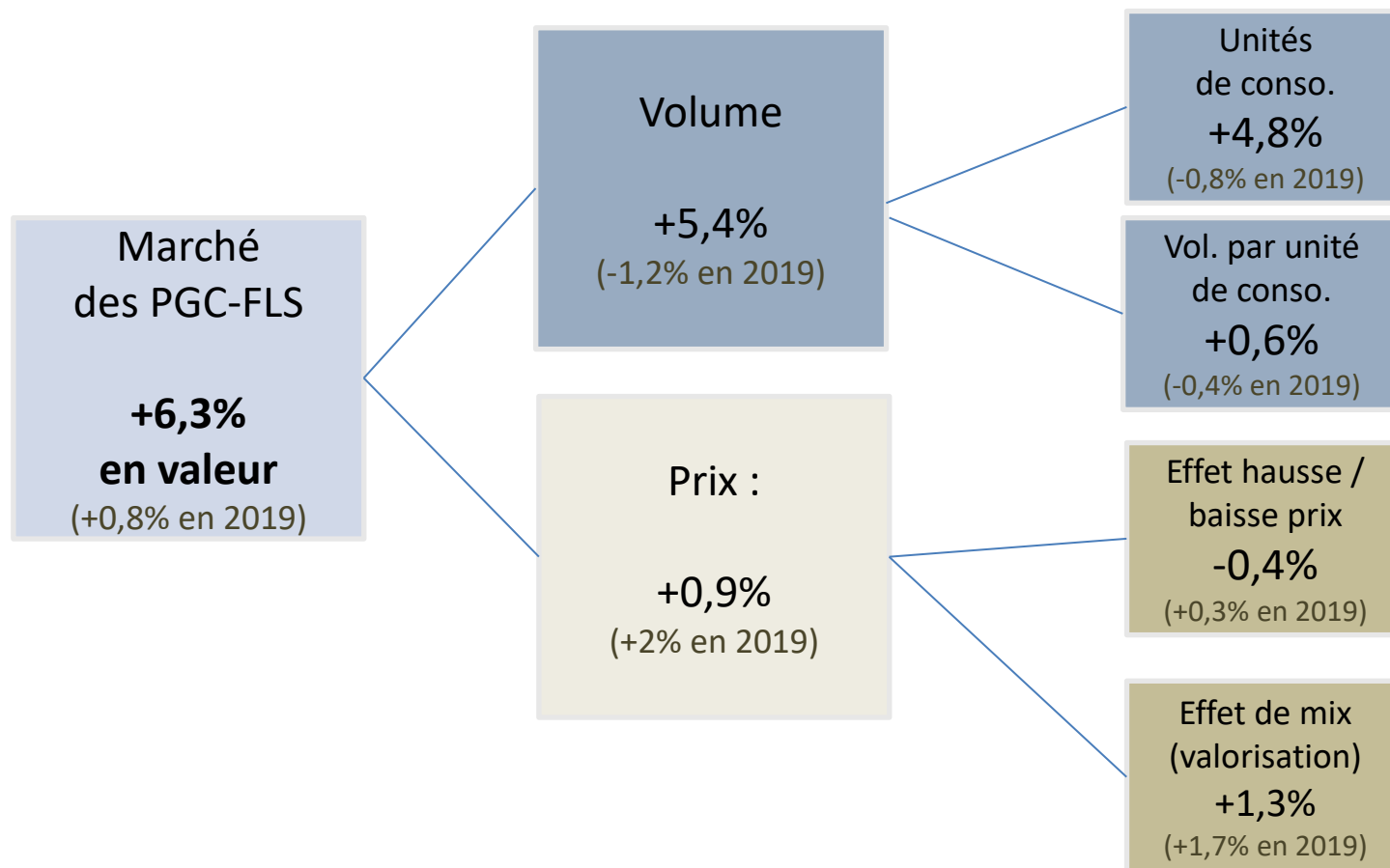




GMS : les chiffres des panélistes (1)

Les volumes ont tiré le marché à la hausse en 2020 (Nielsen)

Selon Nielsen, le marché des PGC-FLS a progressé de 6,3% en valeur en CAM au 03/01/2021, soit une très sensible accélération des ventes liée aux mesures de confinement prise dans le pays (en particulier au cours de la première phase : 17 mars au 11 mai 2020). Par rapport à 2019, ce sont surtout les volumes qui ont soutenu la croissance (+5,4% en CAM à début janvier 2021), tandis que la croissance des prix ralentissait (+0,9%), conséquence d'une très légère baisse des prix (-0,4%) et d'un moindre effet « valorisation » (+1,3% vs +1,7% en 2019).



Source : Nielsen – HMSM + SDMP + Drive + Proxi / CAM au 03/01/2021

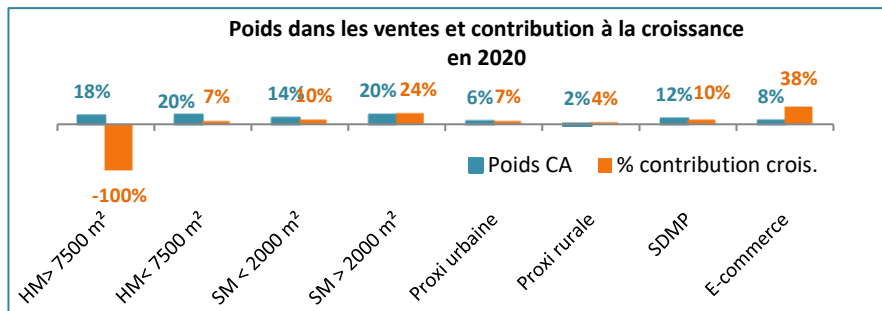


GMS : les chiffres des panélistes (2)

Les circuits de distribution : le e-commerce fait la course en tête en 2020

Selon les données de **Nielsen**, les ventes de PGC-FLS (*) en supermarchés ont augmenté de 6,6% en valeur en 2020 (+4,7% en volume en UC) et elles ont légèrement progressé de 0,7% en hypermarchés (-0,3% en volume UC). Le circuit des SDMP a continué de progresser en valeur (+5,1%). L'activité des drives est restée particulièrement dynamique (+342,3% en valeur et +340,8% en volume), celle de la livraison à domicile a bondi de 44,7% en valeur et de 48% en volume. La proximité a également regagné du terrain : +8,6% en valeur (+5,4% en volume).

A noter : **IRI** indique dans sa dernière note une hausse en valeur des ventes de PGC, de +6,2% sur 12 mois au 17/12/2020 et de +1,8% pour les produits frais traditionnels.



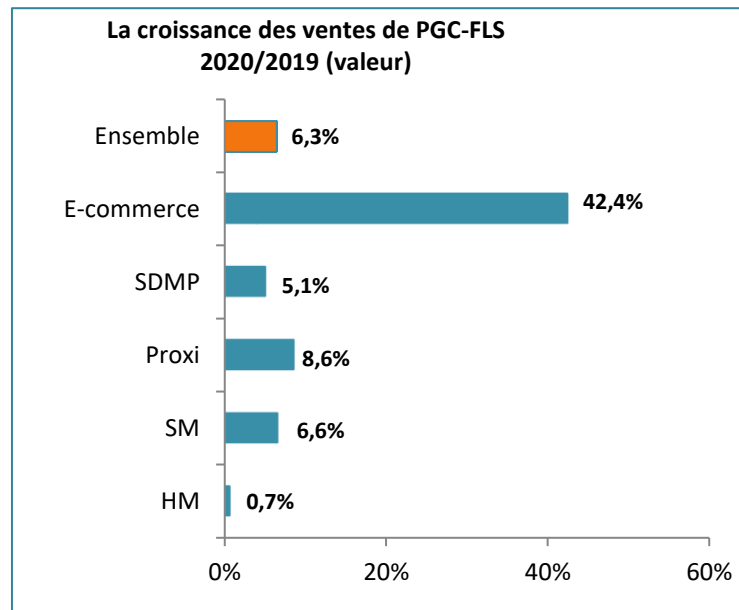
Source : Nielsen – Nielsen Trends P13 2020 au 03 janvier 2021

Selon les données de Nielsen, les ventes de PGC-FLS (*) ont augmenté de 4,8% en volume en UC en 2020, soit en nombre de produits achetés, et +5,4% au total (nombre de produits achetés + effets promo). A noter cependant une baisse des achats en volume des liquides (-0,5%, dont -1,6% pour les liquides sans alcool).

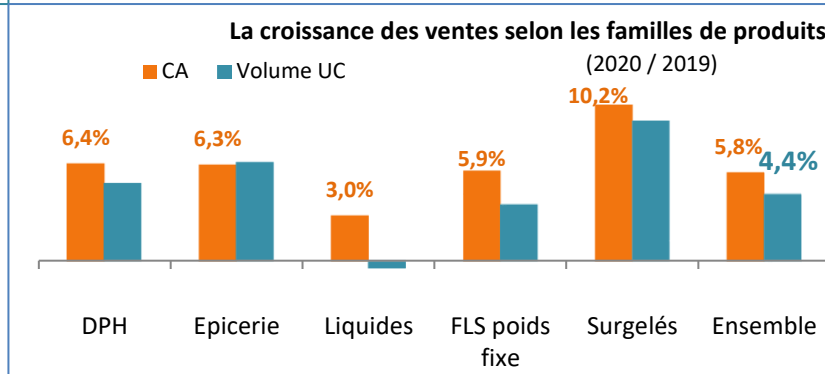
Les segments les plus dynamiques ont été l'épicerie salée (+9,2% en volume) et le surgelé salé (+10,5%) et le surgelé sucré (+8,8%).

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

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



Source : Nielsen – Nielsen Trends P13 2020 au 03 janvier 2021



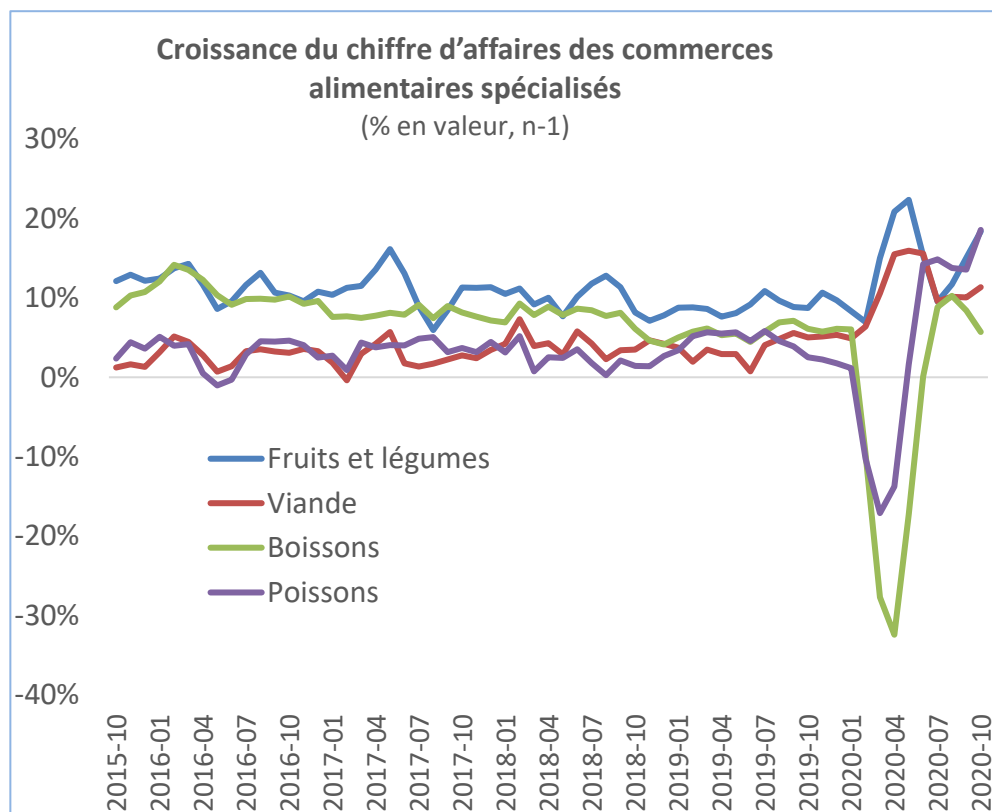
Source : Nielsen – Nielsen Trends P13 2020 au 03 janvier 2021



Commerces alimentaires spécialisés : les chiffres de l'INSEE

Des situations contrastées selon les secteurs

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 14,5% en valeur au cours des 10 premiers mois de l'année (après +9,2% en 2019), celui des boucheries de plus de 11% (après +3,7% en 2019). En revanche, pour le secteur du commerce de boissons (principalement les cavistes), les ventes se sont repliées de 4,1% au cours des 10 premiers mois de l'année. Le secteur a pâti du recul de la consommation des ménages pendant cette période (également observée en GMS), certains ont en outre choisi de fermer leurs portes pendant le confinement du printemps.



	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 (10 mois)	14,5%	11,3%	-4,1%	4,5%

Source : INSEE

Le commerce extérieur

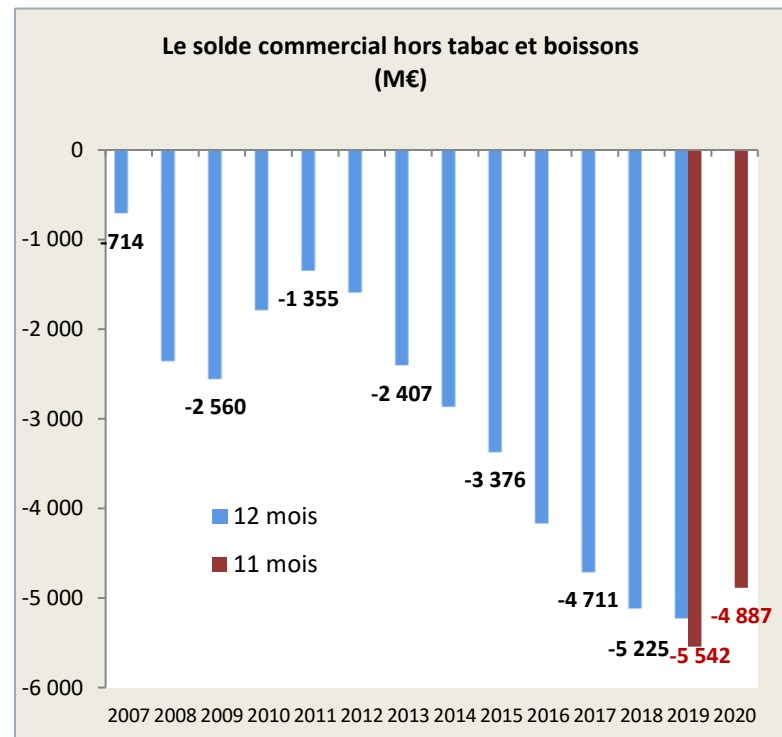
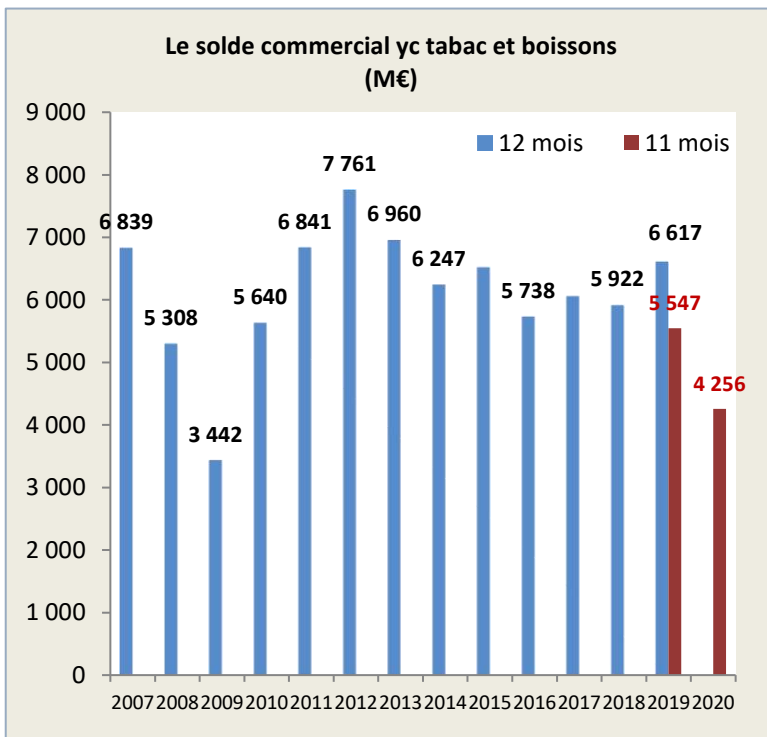
Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agroalimentaires (1) : dégradation sur les 11 premiers mois

Forte dégradation du solde commercial au cours des 11 premiers mois de 2020, en lien en particulier avec les mauvaises performances des boissons

Le solde commercial y compris boissons et tabac s'est contracté, à 4,256 Md€ sur 11 mois en 2020, conséquence de la forte baisse des exportations de boissons (-13,8% par rapport à la même période en 2019).

Hors boissons et tabac, le solde commercial des produits agroalimentaire reste déficitaire. Le déficit a atteint 4,9 Md€ au cours des 11 premiers mois de l'année (vs un excédent de 4,256 Md€ yc boissons et tabac). Par rapport à la même période en 2019, le déficit est toutefois moins élevé.



Source : Douanes

Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agroalimentaires (2) : un fort décrochage dans les boissons

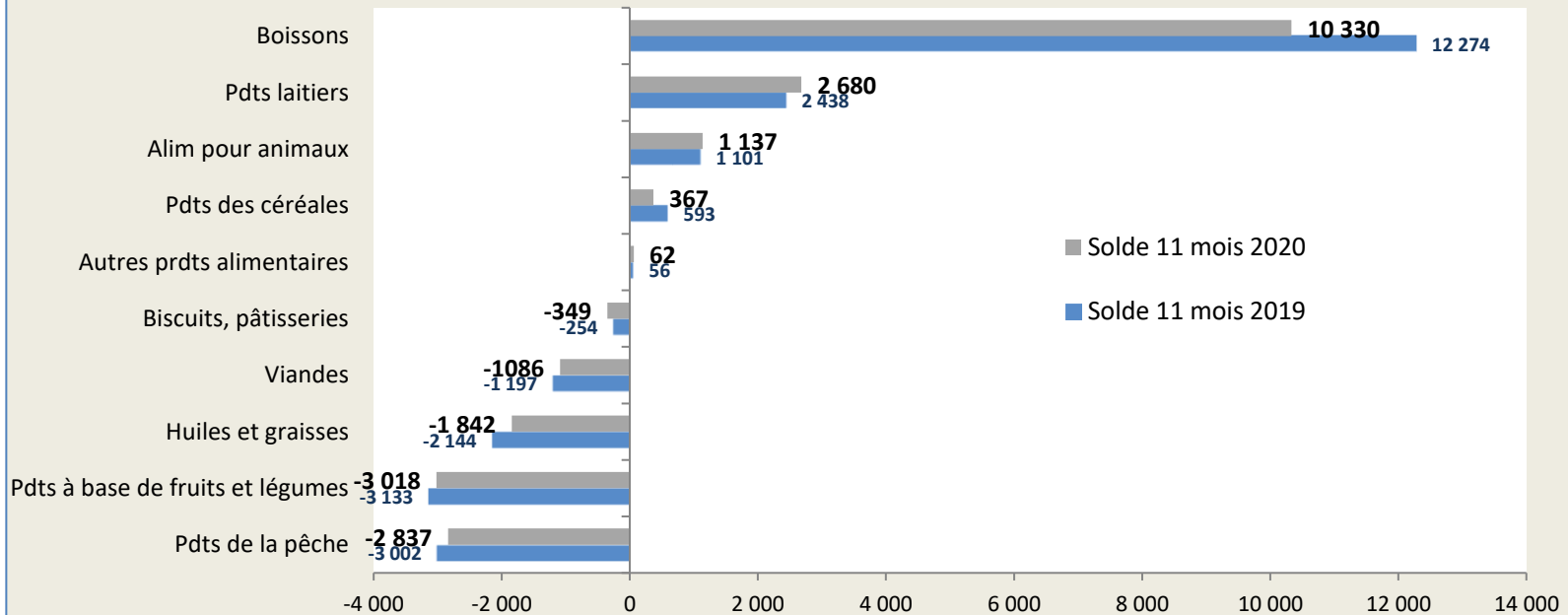
Boissons et produits laitiers à l'origine d'excédents structurels

Le solde commercial dégagé par les boissons s'est établi à 10,3 Md€ au cours des 11 premiers mois de 2020, un solde en baisse par rapport aux 12,3 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 et une baisse des importations (-6,4%).

Le solde des échanges commerciaux selon les catégories de produits

Unité : million d'euros



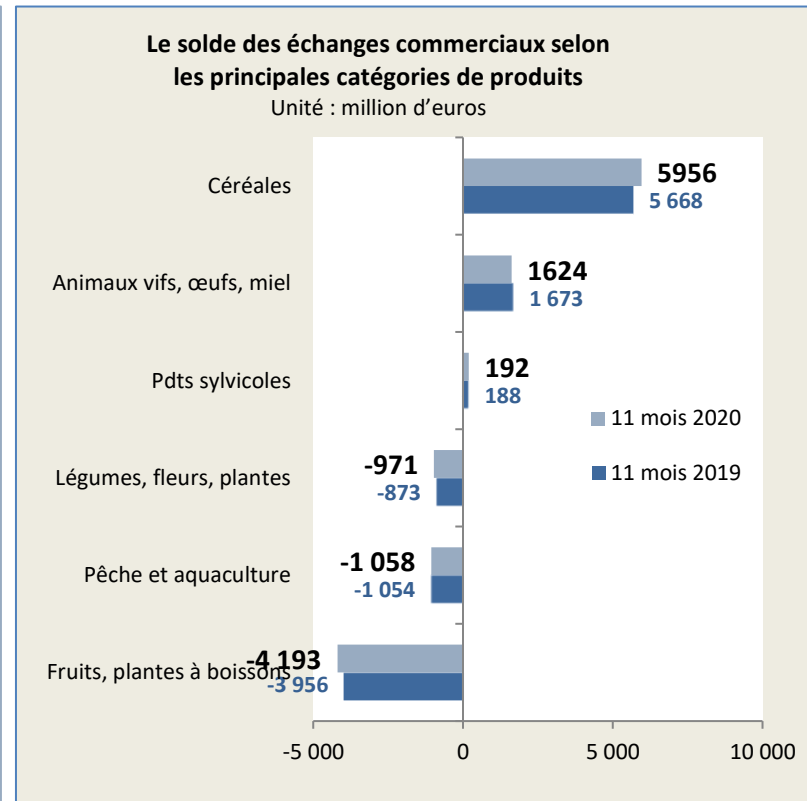
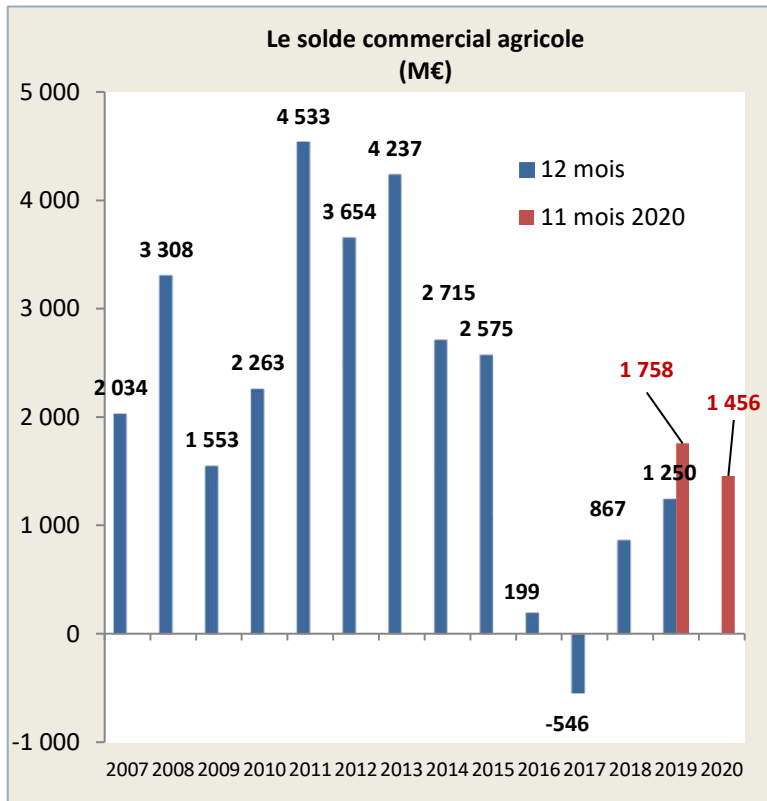
Principaux postes d'échanges / Source : Agreste / Agreste Conjoncture Commerce Extérieur agroalimentaire

Le commerce extérieur

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

Légère contraction de l'excédent commercial sur les 11 premiers mois de 2020

Le solde commercial des produits agricoles bruts s'est établi à 1 456 millions d'euros au cours des 11 premiers mois de l'année, en baisse par rapport à la même période en 2019. Le solde des échanges de céréales s'est légèrement amélioré, représentant 5,956 milliards d'euros au cours des 11 premiers mois de 2020. Le solde des échanges de fruits s'est quant à lui dégradé.



Source : Douanes



Le commerce extérieur

Point Brexit : la place du Royaume-Uni dans les échanges de produits agricoles et agroalimentaires

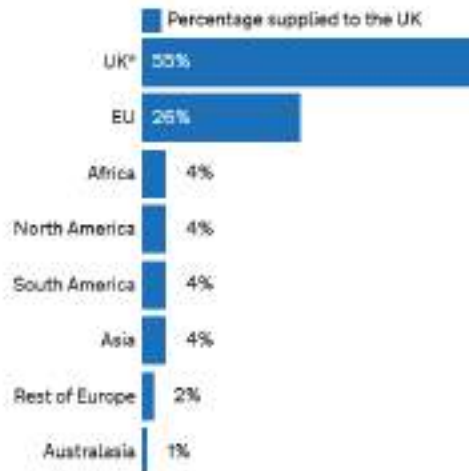
En 2019, le Royaume-Uni importait 41 Md€ de produits agricoles (bœuf, volaille, porc, produits laitiers, fruits et légumes, fleurs) en provenance de l'UE (principalement d'Irlande, d'Allemagne, des Pays-Bas et de France). L'accord sur les relations post-Brexit sans quotas ni droits de douanes, aura toutefois un impact réel à la baisse sur le flux de marchandises échangées, en raison notamment de l'augmentation des charges administratives liées aux procédures douanières.

L'évolution des échanges dans les prochains mois sera contrainte par le pouvoir d'achat des Britanniques (crise économique + niveau de la livre £) et aussi par la question des contrôles sanitaires (la mise en place des infrastructures sanitaires et vétérinaires peuvent être autant de ralentisseurs des échanges).

Le Royaume-Uni dépend de ses approvisionnements européens en produits alimentaires. Selon les données du Department for Environment Food & Rural Affairs britannique, 55% des produits agricoles que les Britanniques consomment proviennent du Royaume-Uni et 26% de l'Union européenne. Ces importations représenteraient 10 000 conteneurs par jour.

Le Royaume-Uni est un partenaire commercial important pour la France : il représente le 4^e client des exportateurs français de produits agricoles et agroalimentaires, soit 5,2 milliards d'euros sur les 12 mois de juillet 2019 à juin 2020. Les exportations vers l'Allemagne, le premier partenaire des exportateurs français, ont représenté 6,7 Md€, devant la Belgique (6,3 Md€) et l'Italie (5,3 Md€). Le solde commercial est excédentaire pour la France : de l'ordre de 2 à 3 milliards d'euros selon les années.

[Change between chart and table](#)



* UK origin consists of UK domestic production minus UK exports

Sourcing food from a diverse range of stable regions, in addition to domestically, enhances food security¹.

Synthèse des exportations françaises de juillet 2019 à juin 2020

Clients de la France

Tous produits agricoles et agroalimentaires		
Rang	Pays	Exportations françaises (M€)
1	Allemagne	6 694
2	Belgique	6 365
3	Italie	5 352
4	Royaume-Uni	5 227
5	Espagne	4 929
6	États-Unis d'Amérique	4 595
7	Pays-Bas	3 767
8	Chine	2 813
9	Suisse	1 812
10	Algérie	1 594

Source : FranceAgriMer

A lire : études, enquêtes



Etudes, panoramas, enquêtes (1)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Synthèse Conjoncturelle Les IAA en S1 2020 Novembre 2020	Agreste	<i>« Au 1er semestre 2020, les effets de la crise sanitaire sur l'activité des IAA sont en moyenne relativement modérés au regard de l'impact sur les autres secteurs économiques et concernent avant tout le secteur des boissons, tout en cachant de fortes disparités de situation entre les entreprises. Le confinement en mars et avril s'est en effet accompagné d'une hausse des dépenses de consommation alimentaire des ménages, qui a soutenu la production des IAA. À l'inverse, la fermeture de la restauration hors domicile a pénalisé les ventes de boissons alcoolisées, en France comme à l'étranger. L'excédent commercial des boissons est ainsi en net recul et contribue moins à l'excédent global des IAA. Le chiffre d'affaires du secteur se contracte, pénalisé par la baisse de la production et des prix. L'emploi diminue au 2e trimestre 2020 par rapport au trimestre précédent, tout comme au 1er trimestre, après cinq trimestres consécutifs de hausse »</i>	https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Synlaa20363/consyn363202011IAA.pdf
L'OBSERVATOIRE financier des Entreprises Agroalimentaires Filière laitière Novembre 2020	Crédit Agricole	<i>« La filière lait a connu un exercice 2019 assez favorable grâce à des prix industriels en amélioration, des exportations dynamiques et, en fin d'année, des relations avec la distribution en cours d'apaisement. Le début d'année 2020 semblait conforter cette situation jusqu'à la crise de la Covid qui a bouleversé les business model. Certes les volumes sont restés sensiblement les mêmes mais les débouchés ont été très perturbés et en particulier la RHF. Par ailleurs, tous les produits n'ont pas bénéficié de la même progression des ventes en GMS. Face à cette situation, la filière semble plutôt bien résister. Il n'en reste pas moins que quelques acteurs devraient être en difficulté à l'issue de l'exercice en cours, favorisant les opérations de restructurations ou de rapprochements ».</i>	https://etudes-economiques.credit-agricole.com/Publication/2020-Novembre/L-OBSERVATOIRE-financier-des-Entreprises-Agroalimentaires
Etude des achats de vin hors du domicile Novembre 2020	France AgriMer	<i>Chiffres clés et tendances de consommation de vins tranquilles sur le marché du hors domicile. Une tendance régulière à la baisse de la demande pour un marché confronté à un exercice 2020 hors normes. La consommation hors domicile représente 27% de la consommation de vins tranquilles en France, une part tombée à 5% pendant le premier confinement.</i>	https://www.franceagrimer.fr/content/download/65433/document/SYN-VIN-2020-Etude_des_achats_de%20vin_hors_du_domicile-A20M11.pdf
Bilan Campagne Miel 2019 Novembre 2019	France AgriMer	<i>Chiffres clés et tendances de consommation de miel en France en 2019. Une forte baisse de la production nationale (-22% en volume), après le boom de 2018 (+40% par rapport à 2017). 62 445 apiculteurs sont recensés en France. Les ventes de miel en grande distribution ont représenté 164 M€ en 2019.</i>	https://www.franceagrimer.fr/content/download/65435/document/BILANMIEL2020CAMPAGNE2019.pdf



Etudes, panoramas, enquêtes (2)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Prisme / L'analyse de la conjoncture et de l'actualité agricole et agroalimentaire Décembre 2020	Crédit Agricole	Un focus spécial Mercosur dans ce numéro : « <i>L'accord UE-Mercosur : quel impact sur le marché européen de la viande bovine ? Le Mercosur est un marché commun mis en œuvre début 1995, sur le modèle de la CEE, mais pas (encore) un marché unique. Il concerne aujourd'hui le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay. Le Venezuela, qui en était membre de 2012 à 2016, en est aujourd'hui exclu pour des raisons politiques, et la Bolivie est en phase d'adhésion. Il s'agit d'un bloc de 265 millions d'habitants, avec deux poids lourds : le Brésil (79% de la population et 75% du PIB) et l'Argentine (18% de la population et 21% du PIB).</i> »	https://etudes-economiques.credit-agricole.com/Publication/2020-Decembre/PRISME-L-analyse-de-la-conjoncture-et-de-l-actualite-agricole-et-agroalimentaire-du-Credit-Agricole
Graph'Agri 2020 Décembre 2020	Agrete Ministère Agriculture	<i>La publication présente, au travers d'une succession de thèmes, une synthèse des dernières informations disponibles. Proposée sous forme de tableaux, graphiques et cartes, elle est accompagnée de commentaires facilitant la lecture.</i>	https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/GraFra2020Integral/detail/
Fin d'année : un moment festif malgré tout Janvier 2021	IRI	<i>Bilan de la saison de Noël en GMS : « la croissance du CATP pour la saison de Noël 2020 reste mesurée au regard de l'année exceptionnelle que les GSA viennent de connaître. Porté notamment par les périodes de panique et stockage de début mars et l'euphorie du déconfinement, le CATP des enseignes d'hypermarchés, supermarchés et E-Commerce a, en effet, progressé de +4,3% sur l'ensemble de 2020 vs +1,8% à Noël. »</i>	https://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/International/fr/IRI_INSIGHTS-NOEL-ET-JOUR-DE-L-AN-2020-07-01_Final.pdf
L'Observatoire de la consommation responsable Janvier 2021	L'Obsoco CITEO	<i>« L'ObSoCo et Citeo ont souhaité livrer un panorama étendu du rapport des Français à la consommation et aux modes de vie responsables : des croyances et attitudes jusqu'aux comportements qui visent à réduire leur impact environnemental ou exercer un effet social ou sociétal positif. L'ambition de cette vaste étude est d'aider à comprendre les contours de cette nouvelle consommation, à repérer les leviers du changement et les obstacles à l'adoption et à la diffusion de comportements responsables. L'étude a permis de dresser une typologie du rapport des Français à la consommation et aux modes de vie responsables, qui divise la population en 5 groupes se distinguant par leur niveau d'engagement dans la consommation responsable et les modalités de cet engagement, mais également par leurs caractéristiques socio-démographiques et leurs valeurs et aspirations. »</i>	https://lobsoco.com/observatoire-de-la-consommation-responsable/



Etudes, panoramas, enquêtes (3)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Trends In World Agricultural Trade - 25 Years Of The Agreement On Agriculture Novembre 2020	WTO	La note a été préparée pour le 25e anniversaire de l'Accord sur l'agriculture et donne un aperçu des principales tendances du commerce des produits agricoles entre 1995 et 2019. Les exportations mondiales de produits agricoles ont plus que triplé entre 1995 et 2019, passant de 286 Md\$ à 1 051 Md\$. Les importations mondiales sont passées de 307 Md\$ à 1 076 Md\$ sur la même période. La part des produits agricoles dans les exportations totales de marchandises est passée de 8,1% en 1995 à 7,3% en 2019, la part des importations de 8,1% à 7,1%. La baisse de la part des produits agricoles dans le commerce total de marchandises résulte de la hausse plus forte du commerce de produits non agricoles. Alors que l'Amérique du Nord représentait près de 30% des exportations agricoles mondiales en 1995, sa part est tombée à 22% en 2019. L'Europe et le Moyen-Orient ont également perdu des parts d'exportation. Parmi les régions dont la part a augmenté, on trouve l'Asie, l'Amérique du Sud et l'Amérique centrale. En 1995, les États-Unis étaient le premier exportateur de produits agricoles (22%), ils ont été dépassés par l'UE en 2019 (16%), le Brésil se situant en 3 ^e position (8%). La part de la Chine dans les importations mondiales a plus que triplé entre 1995 et 2019. Les principaux exportateurs nets de produits agricoles en 2019 sont le Brésil, dont l'excédent a atteint 71,5 Md\$. Les principaux importateurs nets en 2019 ont été la Chine, le Japon et la République de Corée.	https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/WT/INF/224R1.pdf&Open=True
From Climate Change Awareness to Climate Crisis Action Novembre 2020	Open Society European Policy Institute DPart	Le rapport présente les perceptions sur l'existence, les causes et l'impact du changement climatique en Allemagne, France, Italie, Espagne, Suède, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni et États-Unis. Il examine également l'attitude du public à l'égard d'une série de politiques que l'UE et les gouvernements nationaux pourraient mettre en œuvre pour réduire les dommages causés par les émissions anthropiques.	https://www.opensocietyfoundations.org/publications/from-climate-change-awareness-to-climate-crisis-action
2021 Global Food and Drink Trends Janvier 2021	Mintel	Les événements de 2020 ont provoqué une remise à zéro fondamentale des comportements de consommation alimentaire. Mintel a identifié 3 tendances fortes : Bien-être, valeur et identité.	https://downloads.mintel.com/private/jcZU4/files/852695/



Etudes, panoramas, enquêtes (4)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Making our food fit for the future – Citizens' expectations Décembre 2020	Commission Européenne	<p>Parmi les principaux enseignements de cette enquête menée auprès des 27 pays membres de l'UE :</p> <ul style="list-style-type: none">- Les Européens donnent la priorité au goût, à la sécurité alimentaire et au coût plutôt qu'à la durabilité lorsqu'ils achètent des aliments;- L'alimentation et les régimes alimentaires « durables » sont principalement associés à la nutrition et à la santé;- La majorité des Européens déclare avoir une alimentation saine et durable, mais les réponses varient fortement selon les pays;- Les producteurs et les industriels agroalimentaires sont considérés comme des acteurs clés de la durabilité du système alimentaire, plus que les pouvoirs publics, mais tous les Européens ne reconnaissent pas leur propre rôle en tant que consommateurs;- Presque tous les Européens appellent les secteurs public et privé à améliorer l'accès à une alimentation durable et l'information sur la durabilité alimentaire sur les étiquettes des produits alimentaires;- Des informations claires sur l'alimentation et son importance pour la santé se reflètent également dans les préoccupations des citoyens concernant la fraude alimentaire.	https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/search/food/surveyKy/2241
EU Agricultural Outlook for markets, income and environment 2020 -2030 Décembre 2020	Commission Européenne	<p>Dans l'ensemble, l'impact de la crise sur les marchés alimentaires est resté limité grâce à la résilience de la chaîne alimentaire. Le schéma qui se dessine semble être un renforcement de certaines tendances préexistantes plutôt qu'une refonte complète du système alimentaire, avec par exemple une augmentation des ventes de denrées alimentaires online et une demande accrue de denrées alimentaires produites « localement » et de chaînes d'approvisionnement courtes. Dans les secteurs animaux, les objectifs de durabilité devraient faire partie intégrante de la croissance de la production, des mesures devant être prises tout au long de la chaîne alimentaire. La production laitière de l'UE pourrait croître plus lentement, avec la présence croissante de systèmes de production non conventionnels (pâturages, sans OGM, bio). En ce qui concerne les viandes, les consommateurs devraient préférer davantage la viande de volaille, perçue comme étant plus saine que la viande de porc et de bœuf. Dans les cultures spécialisées également, la sensibilisation à la santé et la praticité vont entraîner une demande croissante de fruits et légumes. La préférence des consommateurs pour le vin mousseux et le vin à faible teneur en alcool pourrait limiter le déclin de la consommation de vin.</p>	https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agricultural-outlook-2020-report_en.pdf



Etudes, panoramas, enquêtes (5)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Data & Trends EU Food & Drink Industry 2020 Edition Novembre 2020	FoodDrink Europe	Les chiffres clés de l'industrie agroalimentaire en Europe : emploi, chiffre d'affaires, commerce extérieur, consommation...	https://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/FoodDrinkEurope_-_Data_Trends_2020_digital.pdf
Farmers of the future Décembre 2020	Commission Européenne JRC	L'agriculture est un des secteurs importants dans la transformation de l'économie et de la société européennes vers une durabilité à long terme. Tout en contribuant à cette transition, les agriculteurs européens seront confrontés à plusieurs défis futurs pour l'agriculture, la production et la consommation alimentaires, notamment en ce qui concerne le changement climatique et la rareté des ressources, l'évolution technologique, les questions d'infrastructure et la demande alimentaire. L'étude examine qui seront les agriculteurs à moyen et long terme qui devront faire face à ces défis. Le rapport décrit le paysage des agriculteurs en 2040 et les implications politiques possibles.	https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/farmers-future
Impact of the EU agricultural promotion policy in internal and third countries markets Janvier 2021	Commission Européenne	Les conclusions de l'étude indiquent que la politique de promotion agricole de l'UE a eu un effet globalement positif en termes d'efficacité, d'efficience, de pertinence, de cohérence et de valeur ajoutée de l'Union, mais elle recense également les domaines nécessitant une attention particulière compte tenu des lacunes existantes et des priorités à venir. L'évaluation met en évidence une marge d'amélioration en: <ul style="list-style-type: none">- améliorant l'échange de connaissances et d'expériences entre les bénéficiaires,- utilisant davantage la signature «Enjoy! It's from Europe»,- étudiant les liens entre les programmes de promotion et les initiatives propres de la Commission,- renforçant la cohérence avec les autres politiques de l'UE.	https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/swd-eval-support-study-promotion-policy_en.pdf
COVID-19 impact on consumer food behaviours in Europe Décembre 2020	EIT Food	Confinements, baisse des revenus et temps supplémentaire (pour certains)... ont entraîné de grands changements dans les attitudes et les comportements des consommateurs. L'enquête, menée en septembre 2020 auprès de 5.000 consommateurs dans 10 pays européens, révèle des différences intéressantes entre les pays et les groupes d'âge. Les personnes interrogées signalent une augmentation significative des achats en ligne et des achats en gros, ainsi qu'une augmentation nette de la consommation dans presque toutes les catégories d'aliments (en particulier les fruits, les légumes et la farine).	https://www.eitfood.eu/media/news-pdf/COVID-19_Study_-_European_Food_Behaviours_-_Report.pdf