



Fédération du Commerce
et de la Distribution

Conjoncture dans la filière alimentaire

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

Janvier 2019

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

Les faits marquants en fin d'année 2018

Prix : les prix à la consommation tirés à la hausse par les produits frais

En amont de la filière alimentaire, les prix agricoles français (indice Ippap) ont progressé de 2% en 2018, en décélération par rapport à 2017 (+3,7%). Mais les prix tendent à progresser plus rapidement depuis l'été 2018 : +4,8% entre S1 et S2 2018. L'indice des prix d'achat des moyens de production (Ipampa) a lui progressé de 3,6% en 2018 (boom de près de 14% de l'Ipampa énergie et lubrifiants)

Plus en aval, les prix à la production industrielle des produits agroalimentaires en France ont stagné en moyenne annuelle en 2018 (ils avaient augmenté de 1,5% en 2017). Leur rythme de croissance est désormais calé sur celui observé dans les autres pays en Europe. Les prix alimentaires à la consommation ont augmenté de 2% en 2018, soit un rythme proche de celui observé en zone €. Les prix des produits frais ont augmenté de 5,2% en moyenne annuelle (+3,4% en 2017) et ceux des autres produits de 1,3% (+0,6% en 2017). Selon les données du panéliste IRI, les prix des PGC en hypers et supermarchés, ont augmenté de 0,79% entre décembre 2017 et décembre 2018. Les prix ont augmenté dans l'ensemble des formats, à l'exception des drives.

Consommation alimentaire des ménages : Un léger décrochage des volumes en 2018

La consommation alimentaire s'est contractée de 0,4% en volume en moyenne annuelle en 2018 selon l'INSEE (-1,2% pour l'ensemble alimentation et tabac). La consommation globale en produits (alimentaires et non alimentaires) était en quasi-stagnation au cours de cette même période. Selon les données de Kantar (*via* FranceAgrimer) la consommation de viande, de lait, de produits de la mer était globalement mal orientée au cours des derniers mois. Les segments valorisés (bio, œufs plein air...) continuent de progresser : la part des œufs bio a dépassé 11% en volume (hausse de plus de 4 points entre 2013 et 2018). Du côté des marchés en GMS, Nielsen observe une hausse des ventes en valeur des PGC-FLS de +1,5% en moyenne annuelle au 30/12/2018, une hausse toujours portée par l'effet valorisation. Le marché des produits bio continue de progresser sur un rythme soutenu (plus de 20% de hausse en valeur en GMS). Le bio a d'ailleurs contribué à 40% à la croissance du marché des PGC-FLS en 2018.

Activité des industries agroalimentaires : Le marché intérieur plus résilient que les exports

Le chiffre d'affaires des IAA françaises (hors boissons et tabac) a progressé de +1,4% en valeur au cours des 10 premiers mois de 2018 en glissement, contre +4% en 2017. La dynamique de croissance a marqué le pas en France à partir du T3 2017, en raison de moins bonnes performances à l'exportation. Le rythme est faible, mais il reste supérieur à celui observé dans la zone € (+0,4%). Après un creux en octobre, l'indicateur d'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA est resté favorablement orienté depuis novembre 2018. A 108 en janvier 2019, il est proche de son niveau d'il y a un an. Les indicateurs de carnets de commandes et les perspectives personnelles de production ont été orientés à la hausse en janvier. Le taux d'utilisation des capacités de production dans les IAA a légèrement progressé en T1 2019 (à 83,3%). Mais l'emploi salarié s'est replié en T3 2018, première baisse depuis 2016 (série INSEE). Le taux de marge dans les IAA (excédent brut d'exploitation / VA) s'est de nouveau contracté en T3 2018, à 35%, il a perdu près de 7 points par rapport à T1 2017. Le solde commercial agroalimentaire hors boissons et tabacs, structurellement déficitaire, s'est légèrement détérioré sur les 11 premiers mois de 2018 (-4,7 Md€).

Le Brexit pénalisera les exportateurs français

Les industriels agroalimentaires et les exploitants agricoles devront composer avec un Brexit qui s'annonce désormais « hard ». Les échanges extérieurs seront mécaniquement impactés par les nouvelles règles commerciales qui seront mises en place (droits de douanes) et par un risque élevé de désorganisation du commerce (retards logistiques...). Selon Oliver Wyman et Clifford Chance (rapport : **Les entreprises françaises face au Brexit**), le secteur agroalimentaire serait le premier impacté par les conséquences du Brexit. Le rapport estime à 900 M€ par an les coûts directs totaux du Brexit pour les IAA françaises, premier secteur d'exportation de la France au Royaume-Uni. Les boissons alcoolisées constituent la première catégorie de produits concernée, suivies des produits laitiers et des préparations céréalières. Les 5 premières catégories de produits concentrent près de 60% des coûts estimés.

Quelles tendances sur les marchés alimentaires en 2019 ?

Les marchés alimentaires :

La croissance des dépenses alimentaires devrait rester modeste en 2019. Après un exercice 2018 marqué par une légère baisse des dépenses en volume (tous circuits de distribution confondus, données INSEE) et une faible hausse sur les marchés PGC-FLS, l'amélioration du pouvoir d'achat des Français en début d'année pourrait impulser un léger accroissement de la demande en début d'année.

Les ménages continueront cependant d'arbitrer entre leurs différents postes de dépenses et devront par ailleurs s'adapter à la nouvelle donne commerciale liée à l'application de la Loi Alimentation (hausse du SRP + encadrement des promotions).

Le grand come back des MDD ?

Les MDD ont perdu des parts de marché au cours des dernières années (plus de 3 points entre 2010 et 2018, à 26% environ hors SDMP). Elles connaissent aujourd'hui un renouveau, marqué par la reformulation de certaines recettes (sans substances controversées, plus équilibrées), par le respect du bien-être animal (cf. la fin annoncée des œufs de poule en cage), par la poursuite du développement des gammes biologiques... La MDD participe de plus en plus clairement à la montée en gamme (qualité, proximité...) de l'offre des enseignes, et accompagne l'évolution de l'image des GMS. La tendance devrait se poursuivre en 2019, dans un contexte de légères tensions haussières sur les prix des MN.

La qualité, traçabilité :

Après les crises alimentaires de ces derniers mois (crise du Fipronil en 2017, affaire Lactalis en 2018), les questions liées à la qualité et à la traçabilité resteront prégnantes en 2019.

Les nouvelles technologies, telles que la blockchain ou le QR code, permettent désormais de garantir un niveau élevé de traçabilité, et les premières entreprises à s'emparer de ces nouveaux outils développeront un avantage compétitif, en termes de différenciation notamment, par rapport à leurs concurrents.

L'éthique dans l'alimentation :

Selon une étude Kantar TNS, 91% des Français considèrent qu'il est important de consommer des produits respectueux du bien-être animal et de l'environnement (+4 points par rapport à 2016). 81% des personnes interrogées orientent leurs achats vers des emballages biodégradables et vers des produits qui contribuent à la juste rémunération des agriculteurs. 78% des Français se déclarent prêts à payer un peu plus pour mieux valoriser ce travail. Enfin, 94% des Français trouvent importants de réduire le gaspillage alimentaire.

Sommaire

▪	L'activité des IAA		P 5
	Chiffre d'affaires France et UE	P6	
	Production France et UE	P9	
	Climat des affaires	P11	
	Emploi	P14	
	Taux de marge	P16	
▪	Les prix dans la filière		P 17
	Matières premières	P18	
	Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P21	
	Prix de vente industriels	P24	
	Prix à la consommation	P25	
	Comparaisons européennes	P29	
▪	La consommation des ménages		P 31
	Consommation alimentaire	P32	
	Segmentation produits (viandes, produits laitiers, produits de la mer, fruits et légumes, vins)	P34	
	Focus sur le bio	P40	
	Chiffres des panélistes (Nielsen, IRI)	P42	
▪	Le commerce extérieur		P 44
	Solde commercial des produits agroalimentaires	P45	
	Solde commercial des produits agricoles	P47	
	Brexit et échanges commerciaux : quelles conséquences ?	P48	
▪	Etudes, enquêtes		P 49

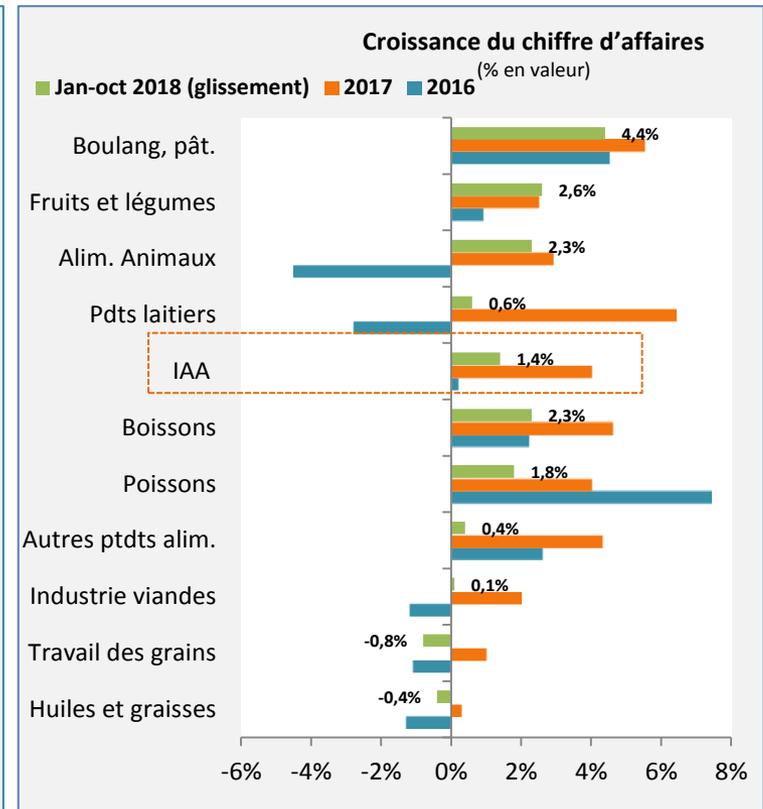
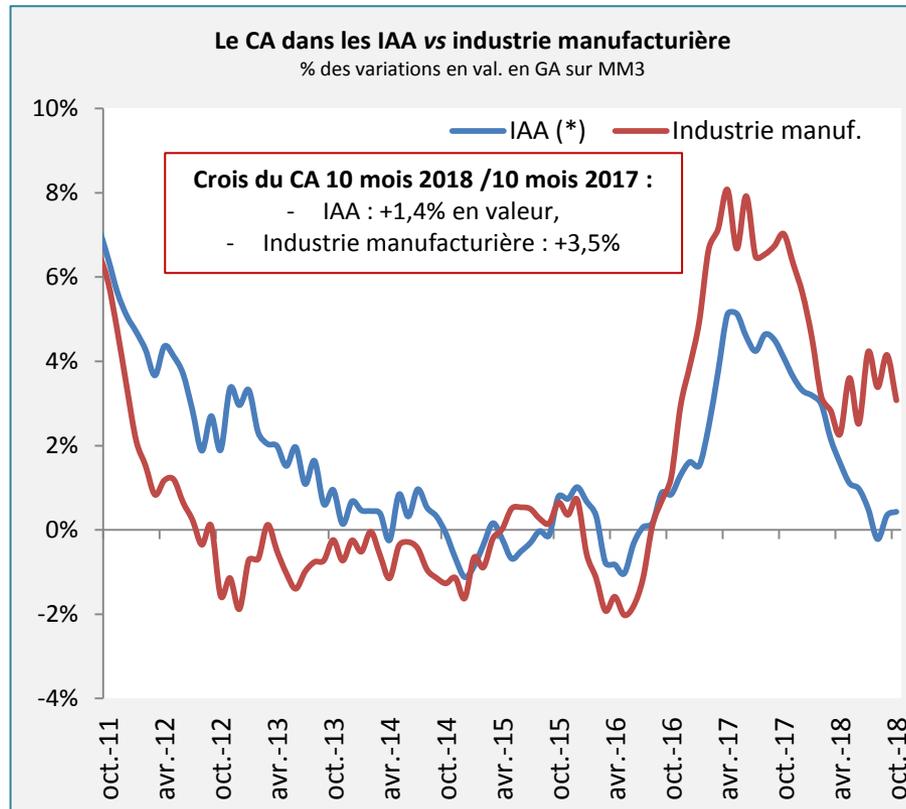
L'activité des IAA



Le chiffre d'affaires dans les IAA (1)

Le fléchissement se confirme sur la période janvier-octobre 2018

En glissement annuel, la croissance du chiffre d'affaires des industries agroalimentaires s'est établie à 1,4% en valeur au cours des 10 premiers mois de l'année, mais elle tend à ralentir depuis quelques mois. Le chiffre d'affaires des IAA a stagné entre les 5 premiers mois de 2018 et les 5 mois suivants. Parmi les secteurs en phase de ralentissement : le CA de l'industrie laitière a progressé de seulement 0,6% au cours des 10 premiers mois de l'année (vs +6,4% en 2017), le CA de l'industrie des « autres produits alimentaires » a augmenté de 0,4% (vs +4,3% en 2017), celui de l'industrie des boissons a progressé de 2,3% (+4,6% en 2017).



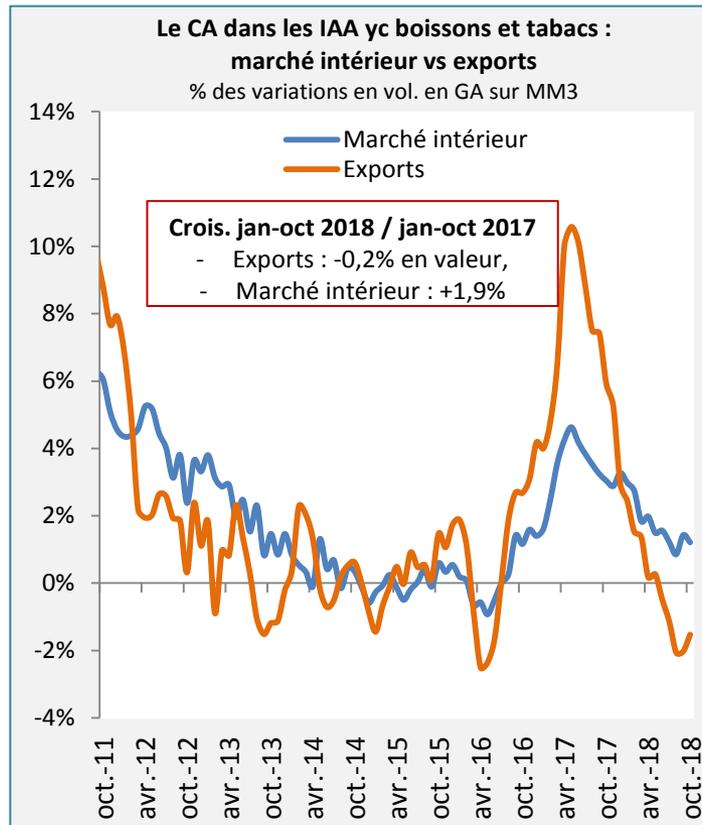
(*) CA hors boissons et tabacs / Indice du CA : marché intérieur et exportations / Source : INSEE



Le chiffre d'affaires dans les IAA (2)

Le marché intérieur résiste mieux que les exportations

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (yc compris boissons et tabac) a augmenté de 1,4% en valeur sur les 10 premiers mois de 2018 (glissement). La croissance du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation a fortement ralenti : -0,2% au cours des 10 premiers mois, après un bond de 7% en moyenne annuelle en 2017 (à noter : la part des exportations dans le CA des IAA françaises est de l'ordre de 20% en valeur). Le rythme de croissance a mieux résisté sur le marché intérieur : +1,9% en glissement, mais la tendance est également au ralentissement (quasi stagnation entre les 5 premiers mois de 2018 et les 5 mois suivants).



	CA marché intérieur (*)	Crois	CA exports (*)	Crois	CA total (*)	Crois
2006	103,8	3,8%	103,8	3,8%	103,8	3,8%
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%
10 mois 2018 GA	-	1,9%	-	-0,2%	-	1,4%

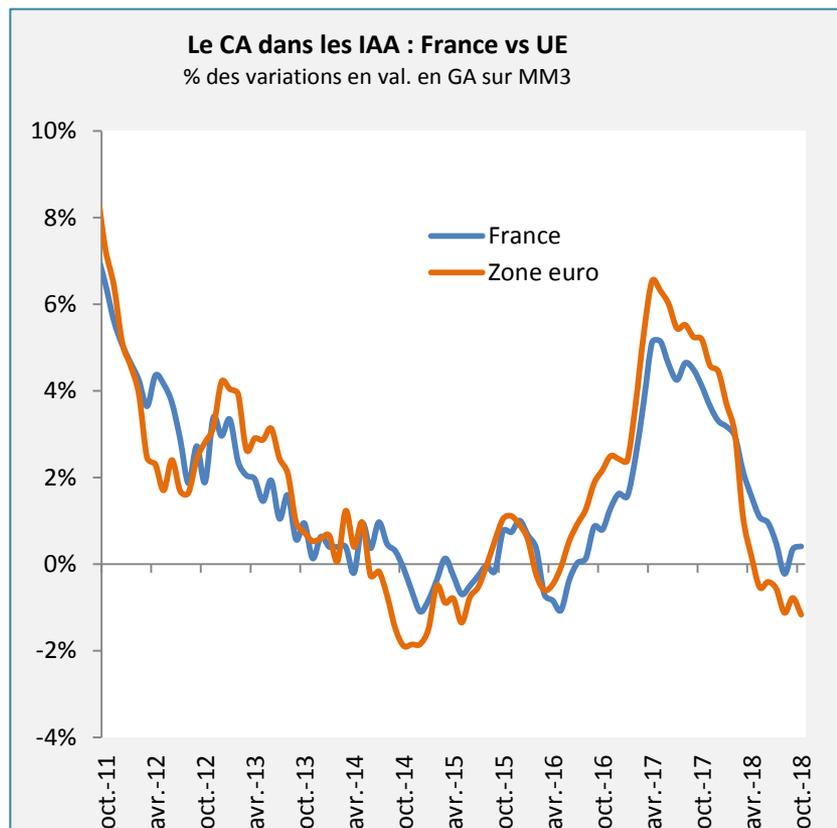
NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations 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 (3)

Ralentissement généralisé de la croissance en Europe

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**hors boissons et tabac**) en Europe (zone euro) a augmenté de 0,4% au cours des 10 premiers mois de 2018 rapport à la même période en 2017. Après un exercice 2017 dynamique dans la majeure partie des pays européens, la tendance est désormais au ralentissement. Ce ralentissement est d'ailleurs particulièrement marqué en Allemagne, dans les Pays-Bas et en Espagne. La France résiste mieux avec une hausse de 1,4% de son chiffre d'affaires au cours des 10 premiers mois de 2018.



	Crois CA 2017/2008	Crois. CA 2017/2016	Crois Jan-oct 2018 / Jan-oct 2017
Pologne	72,1%	10,2%	3,7%
France	15,1%	4,0%	1,4 %
Danemark	10,6%	4,6%	0,4%
Italie	7,7%	2,7%	1,0%
UE (28)	20,3%	5,5%	1,1%
Zone € (19)	14,8%	5,0%	0,4%
Allemagne	15,3%	7,1%	-0,4%
Pays-Bas	21,0%	4,7%	0,6%
Espagne	14,2%	5,6%	-0,3%
Irlande	nd	1,7%	2,5%
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

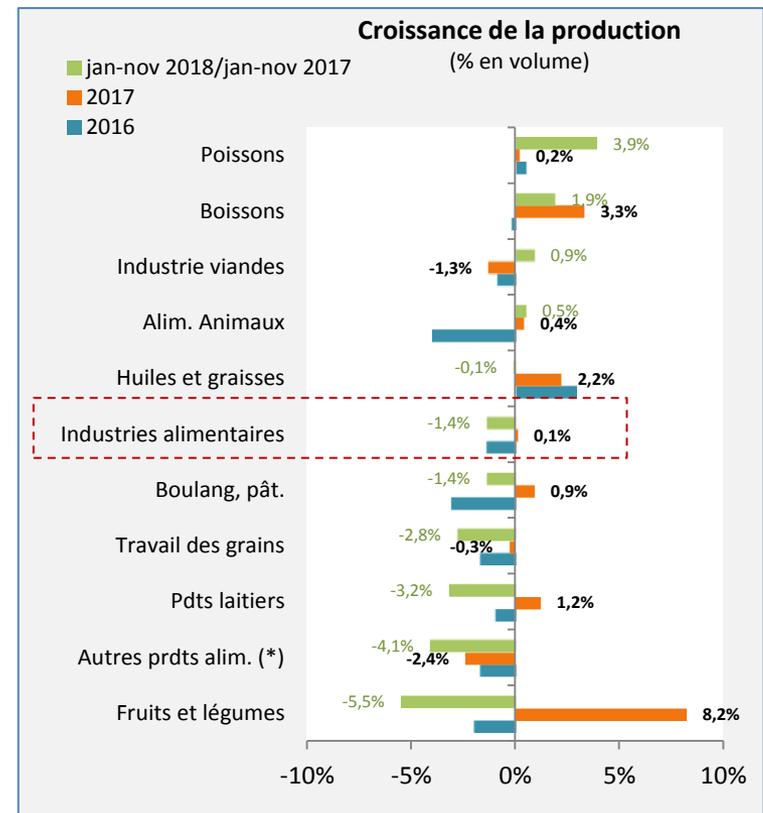
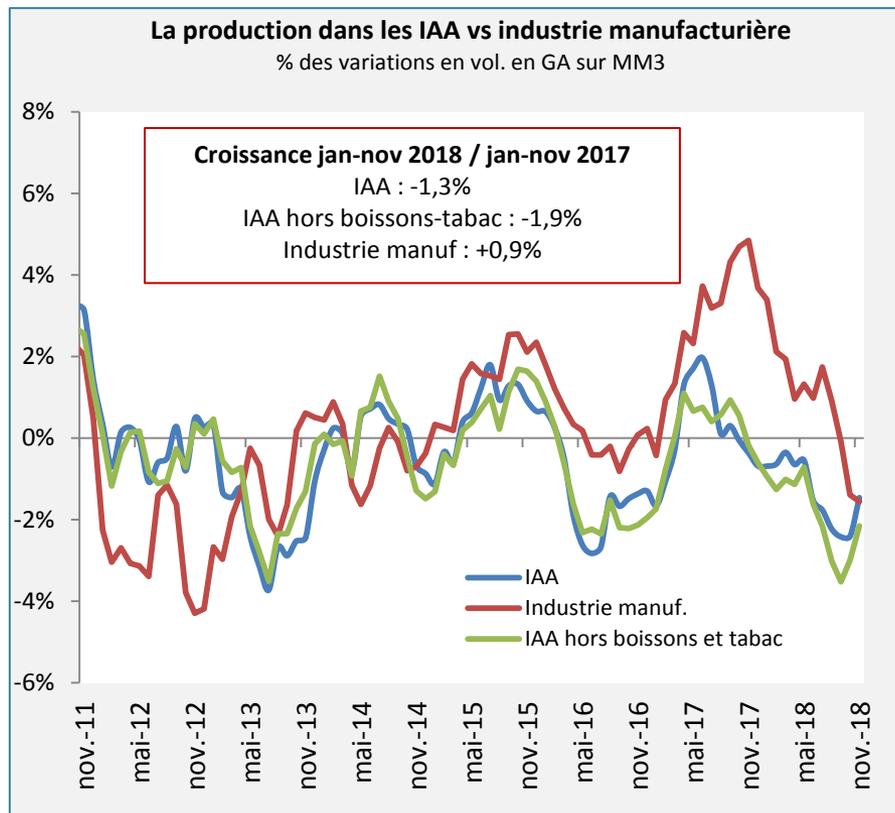


La production dans les IAA (1)

Tensions baissières

La production agroalimentaire nationale (hors boissons et tabacs) a baissé de 1,9% au cours des 11 premiers mois de 2018 (en glissement). Si l'on intègre les boissons et le tabac, la production a reculé de 1,3% en glissement. Selon les données de l'INSEE, la production a été en recul (d'un mois sur l'autre) entre mai et octobre 2018, et a légèrement augmenté en novembre.

Les secteurs les plus concernés par la baisse de la production sur 11 mois ont été l'industrie des fruits et légumes (-5,5%), des produits laitiers (-3,2%) et les « autres produits alimentaires (*) » (-4,1%). A l'inverse, la transformation de poissons et celle de boissons sont restées dynamiques et la production de l'industrie des viandes a progressé de 0,9% (hausse de 4,4% pour la volaille, +1,1% pour la viande de boucherie, baisse de 1,5% pour la préparation de produits à base de viande).



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

Source : INSEE - indices CVS-CJO

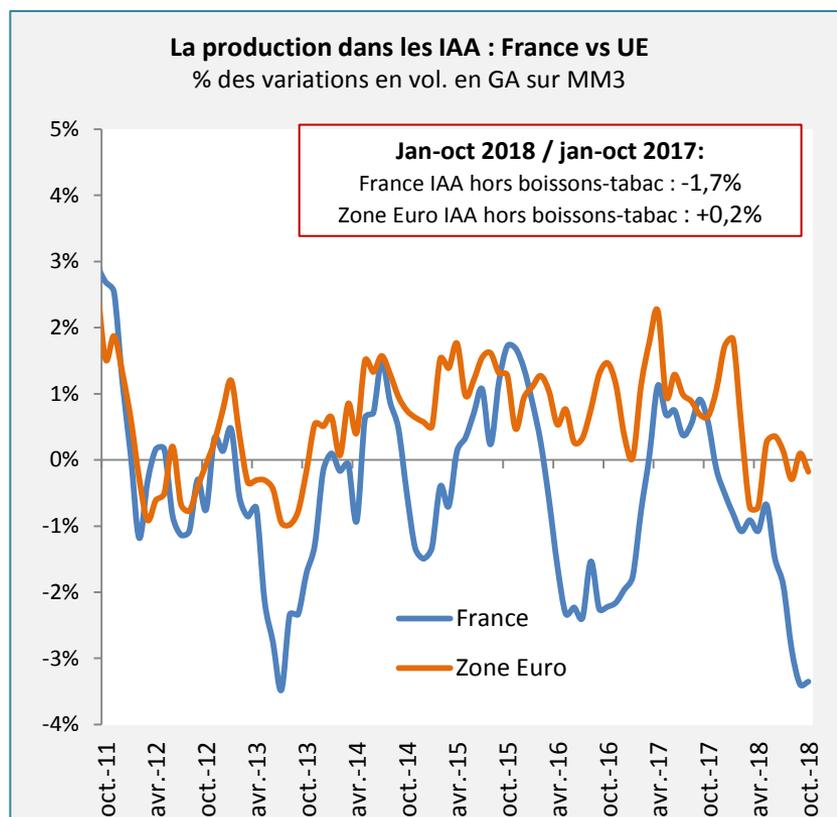


La production dans les IAA (2)

Décrochage de la France par rapport à la zone €

La croissance de la production des industries agroalimentaires dans la zone euro s'est établie à 0,2% en volume au cours des 10 premiers mois de 2018 par rapport à la même période en 2017, soit un rythme de croissance en net ralentissement, même s'il demeure supérieur à la croissance des IAA françaises. Parmi les pays qui restent dynamiques : la production des IAA polonaises a progressé de 4,4% sur les 10 premiers mois de 2018, poursuivant sur sa tendance de 2017. La croissance s'est établie à 2,6% au Danemark, après une hausse de 3,1% en 2017. Elle accélère aux Pays-Bas : +2,6% sur les 10 premiers mois de l'année.

La France et l'Allemagne sont en retrait, avec un recul en France et une stagnation pour l'Allemagne. La production des IAA irlandaises est en baisse (-3,2%).



	Crois prod 2017/08	Crois prod 2016 / 2015	Crois prod 2017 / 2016	Crois prod jan—oct 2018 / jan- oct 2017
Pologne	47,3%	6,1%	6,6%	4,4%
Danemark	3,7%	6,5%	3,1%	2,6%
Pays-Bas	17,0%	3,5%	0,9%	2,6%
RU	14,4%	2,1%	4,0%	1,7%
Italie	2,3%	2,0%	1,3%	1,1%
Espagne	5,3%	2,2%	0,4%	0,5%
UE (28)	8,9%	1,5%	1,8%	0,8%
Zone € (19)	6,2%	0,9%	1,0%	0,2%
Allemagne	5,2%	1,1%	2,0%	-0,1%
France	0,7%	-1,5%	0,0%	-1,7%
Irlande	36,5%	-1,9%	-0,5%	-3,2%

Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

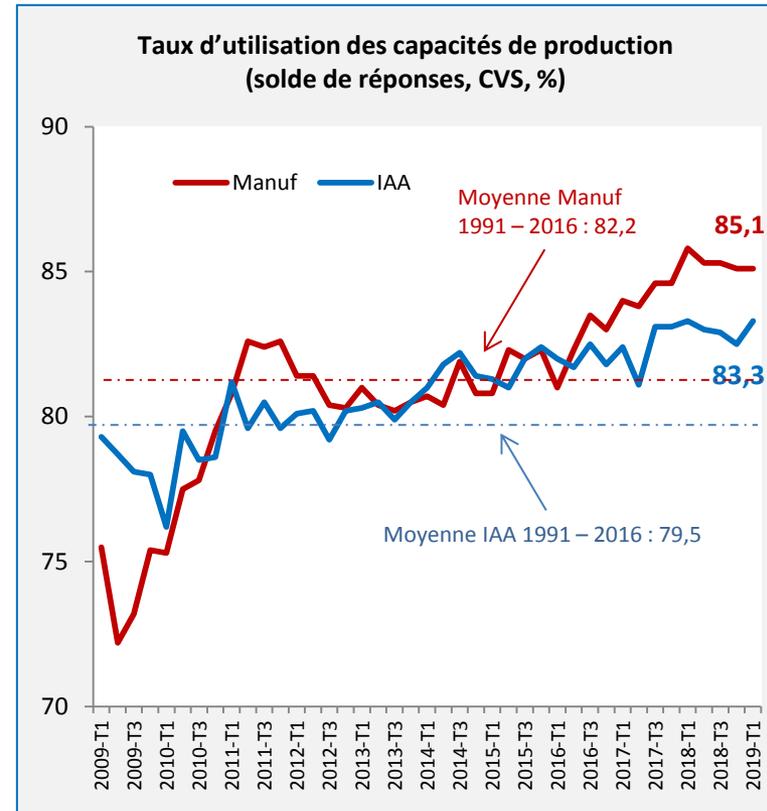
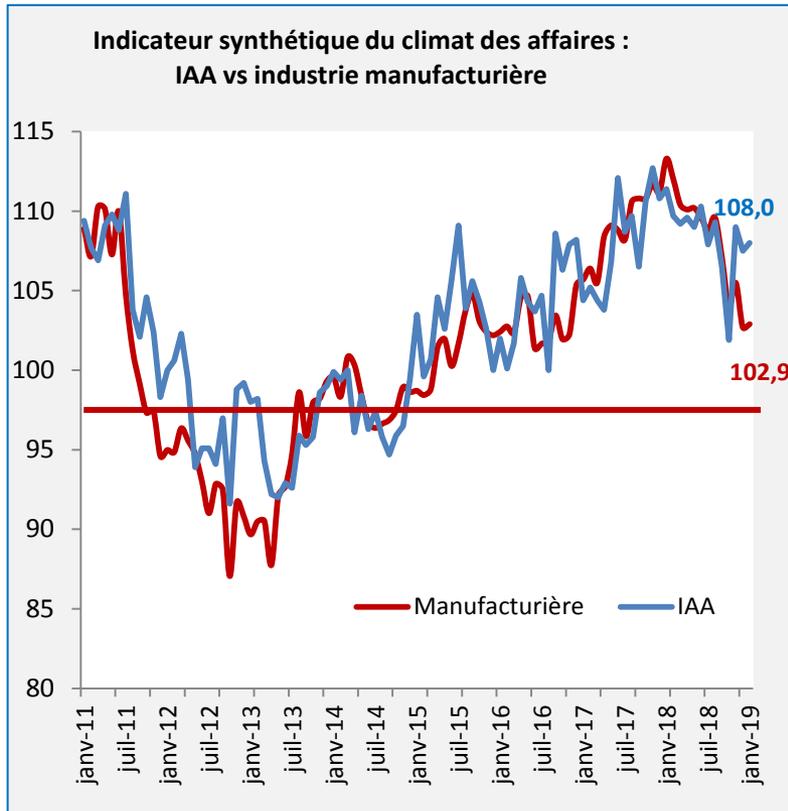


L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA

L'indicateur synthétique du climat des affaires dans les IAA

reste stable en janvier 2019

L'indicateur de climat des affaires dans l'industrie agroalimentaire s'est stabilisé en janvier 2019, après un rebond en novembre. À 108, il reste certes de sa moyenne de longue période (100). Cette relative stabilité provient notamment d'un redressement des perspectives personnelles de production et des carnets de commandes globaux, qui compense la baisse du solde sur la production passée. En parallèle, le taux d'utilisation des capacités de production dans les IAA se redresse en T1 2019 par rapport au trimestre précédent. A 83,3%, il reste relativement élevé par rapport à son niveau du début des années 2010.



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – janvier 2019

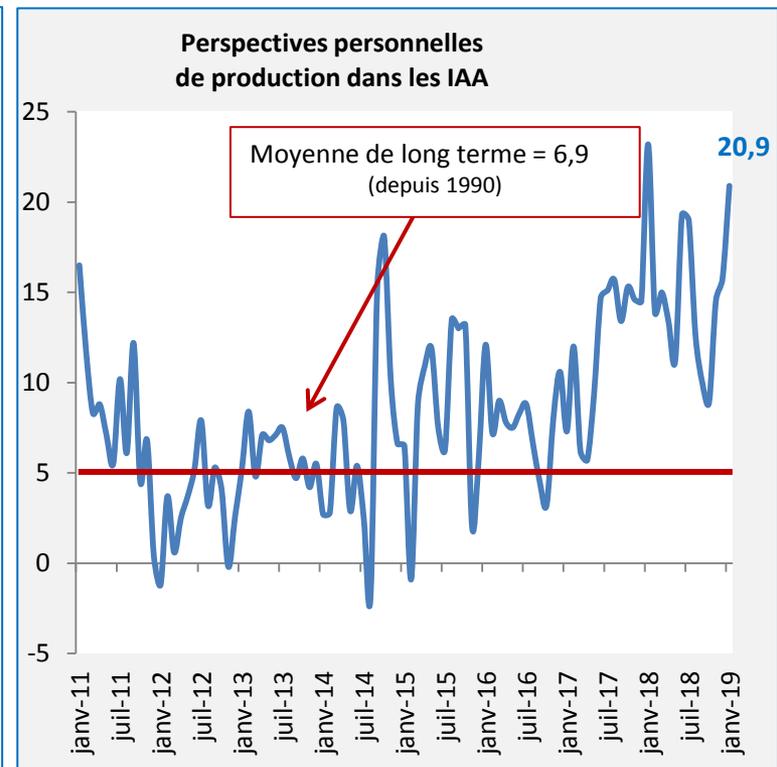
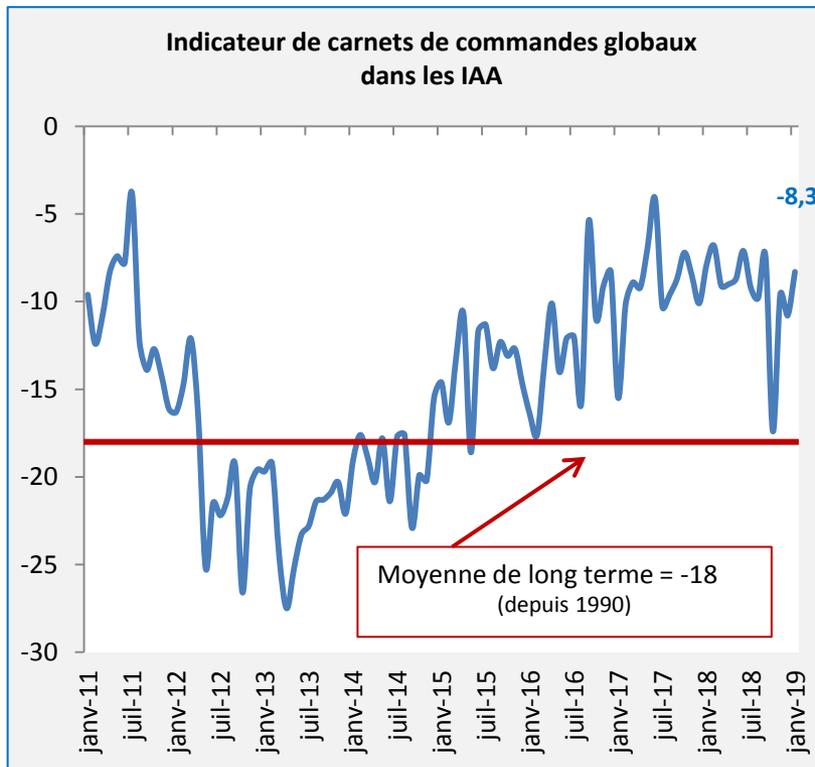


L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA

Carnets de commandes et perspectives de production : à la hausse !

Dans l'industrie agroalimentaire, l'indicateur relatif aux carnets de commandes globaux s'est fortement redressé en novembre après son décrochage en octobre. Il s'est un peu redressé en janvier 2019. L'indicateur relatif aux niveaux des carnets de commandes étrangers s'est quant à lui légèrement dégradé depuis août.

La tendance prévue de la production s'est aussi redressée depuis novembre. A noter aussi : la tendance d'évolution prévue des effectifs est aussi repartie à la hausse en novembre et est restée bien orientée en décembre/janvier.



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – janvier 2019



Les investissements dans les IAA

Les investissements dans les IAA devraient reculer en 2018, avant de se redresser en 2019

Les industriels des IAA anticipent une baisse de 5,5% de leurs investissements en 2018

Enquête après enquête, les industriels agroalimentaire revoient à la baisse leurs perspectives d'investissements pour l'exercice 2018. D'après la dernière enquête menée en octobre, les investissements dans les IAA reculeraient de 5,5% en moyenne annuelle en 2018.

Ils anticipent un léger redressement de l'investissement en 2019. A noter la fin du dispositif de suramortissement en avril 2017 (début en avril 2015). (un avantage fiscal exceptionnel qui permettait de déduire de son résultat imposable 40 % du prix de revient d'un investissement).

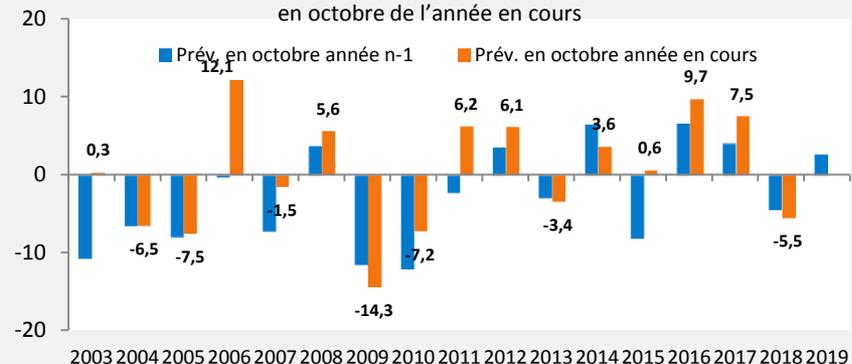
Les chefs d'entreprise de l'industrie manufacturière anticipent une légère baisse de 0,6% de leurs investissements en 2018

Avec une hausse baisse prévue de 0,6% des investissements pour 2018, les industriels abaissent de 4,4 points leur anticipation de juillet 2018. Cette révision à la hausse est conforme à celle habituellement constatée à ce moment de l'année.

Les industriels manufacturiers estimaient en octobre 2018 que leurs investissements devraient progresser de 3,7% en 2019.

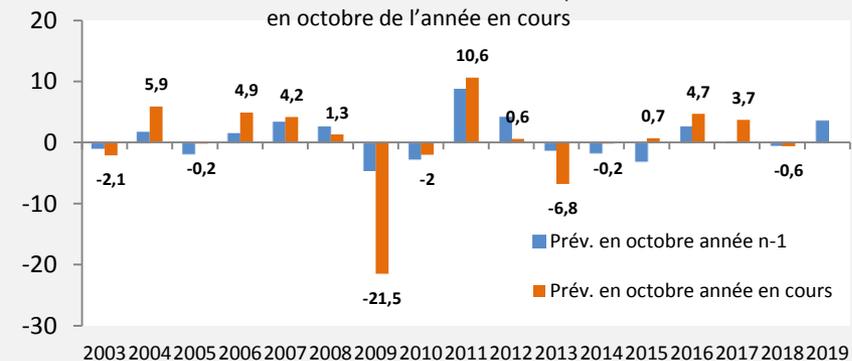
Évolution en valeur des investissements – Fabrication de denrées alimentaires, boissons, tabac

Prévision en octobre de l'année n-1 et prévision en octobre de l'année en cours



Évolution en valeur des investissements – Industrie manufacturière

Prévision en octobre de l'année n-1 et prévision en octobre de l'année en cours



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – novembre 2018

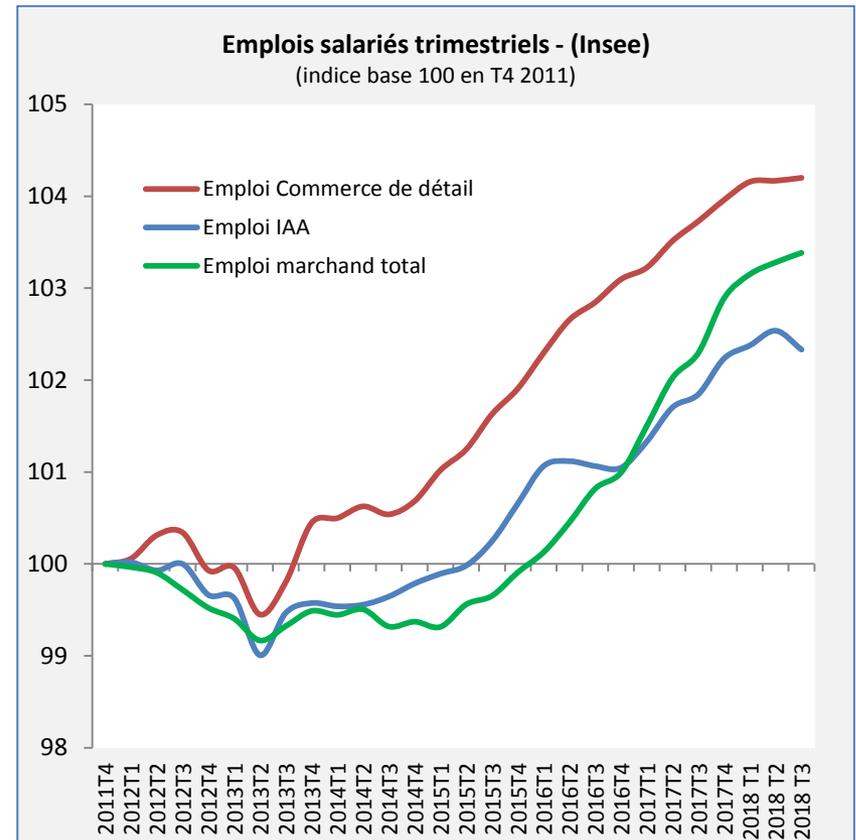
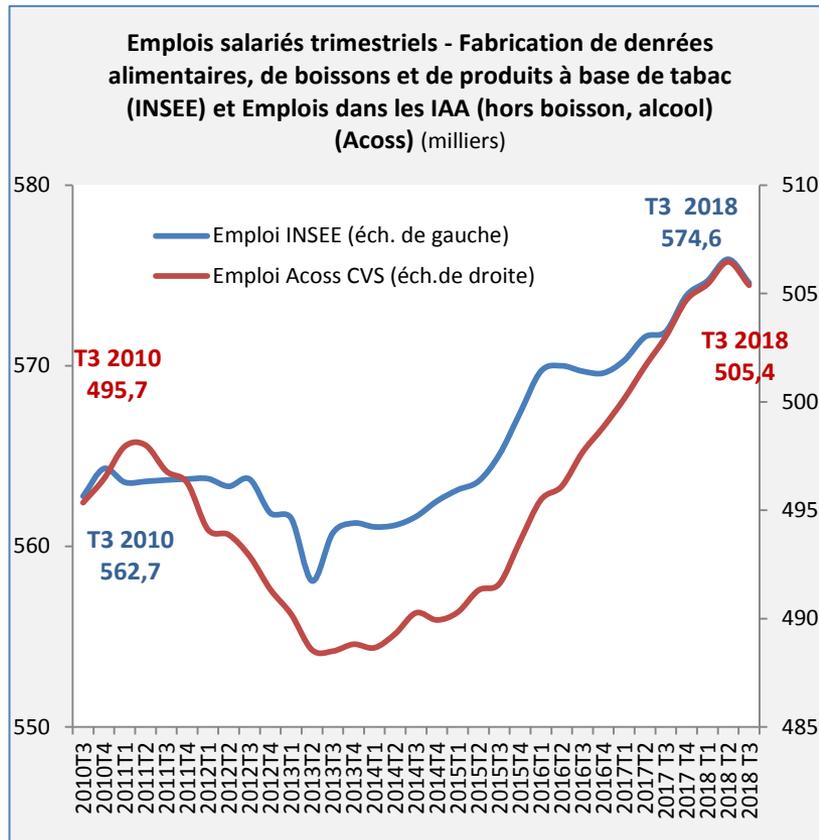


L'emploi dans les IAA (1)

Changement de tendance : repli en T3 2018

Les données Acoess et INSEE indiquent une légère baisse de l'emploi salarié dans le secteur des IAA en T3 2018. Il s'agit du premier repli depuis 2016 selon la série INSEE et du premier repli depuis 2014 selon la série Acoess. Le nombre de salariés s'établit à 505 400 selon les données de l'Acoess, et à 574 600 selon les données de l'INSEE.

Sur la période allant de T4 2011 à T3 2018, les emplois salariés dans le secteur des IAA ont progressé de 2,3% (+10 900 postes). Le commerce de détail hors automobile s'est avéré plus dynamique : +4,2%, +72 700 postes.



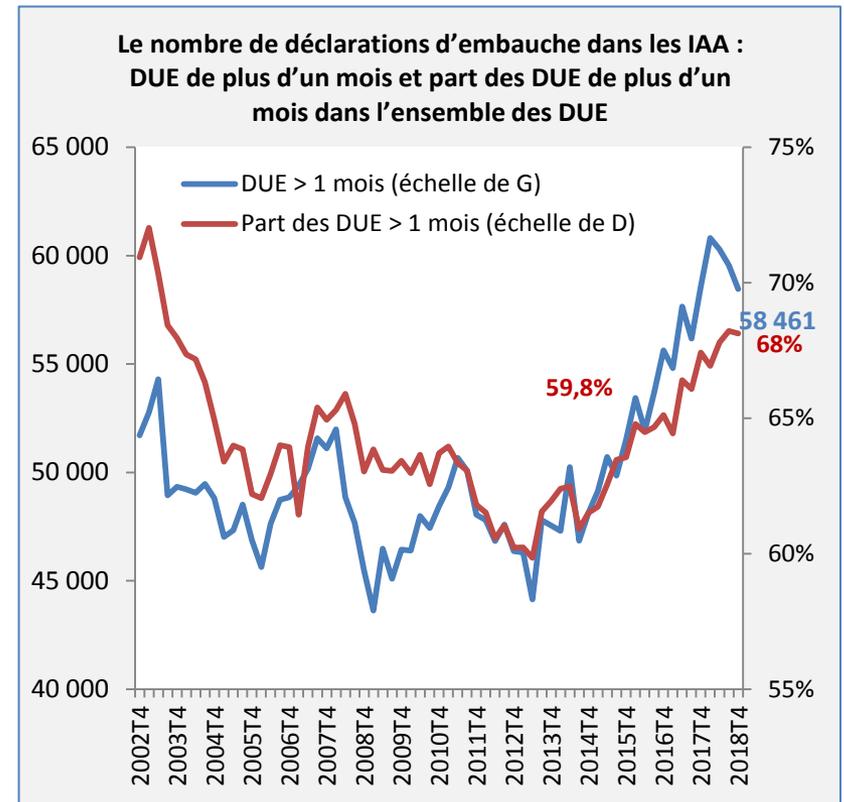
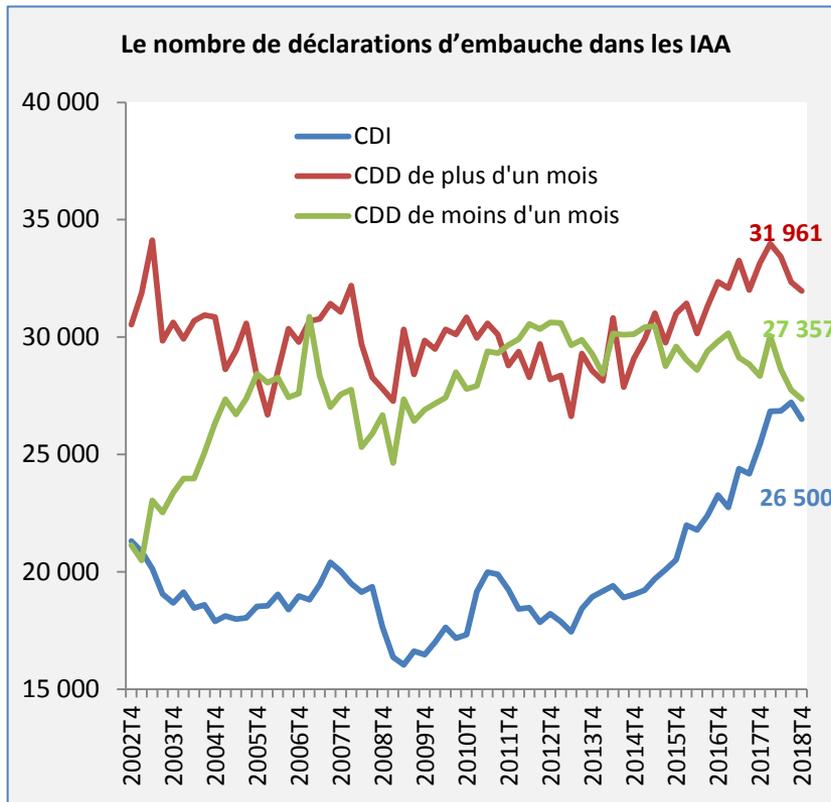
yc DOM (hors Mayotte) / Source : INSEE et Acoess (CVS)



L'emploi dans les IAA (2)

Nouveau repli des DUE en T4 2018

La situation de l'emploi dans les IAA (yc boissons et tabac) s'est légèrement détériorée depuis le T2 2018, marquée par un nouveau repli du nombre de déclarations uniques d'embauches en T4 2018 (-1,7% par rapport à T3 2018, -1,3% en glissement annuel par rapport à T4 2017). D'après les données Acooss, le nombre de nouveaux contrats en CDI s'est établi à 26 500 en T4 2018, en baisse de -2,6% par rapport à T3 2018 (+4,2% en glissement par rapport à T4 2017). Le nombre de CDD de plus d'un mois a également reculé (-1,2% en T4 2018 par rapport à T3 2018), tandis que le nombre de DUE (déclarations uniques d'embauche) en CDD de moins d'un mois baissait de -1,4% (baisse de -3,4% en glissement). Au total, les DUE de plus d'un mois (CDI + CDD de plus d'un mois) se contractaient 1,8% entre T3 2018 et T4 2018, ce qui porte la part de ces DUE à 68,1%. A noter que la part des CDI dans les DUE de plus d'un mois s'établit à 45,7% en T4 2018, un niveau élevé relativement depuis le début des années 2000.



Source : Acooss (CVS)

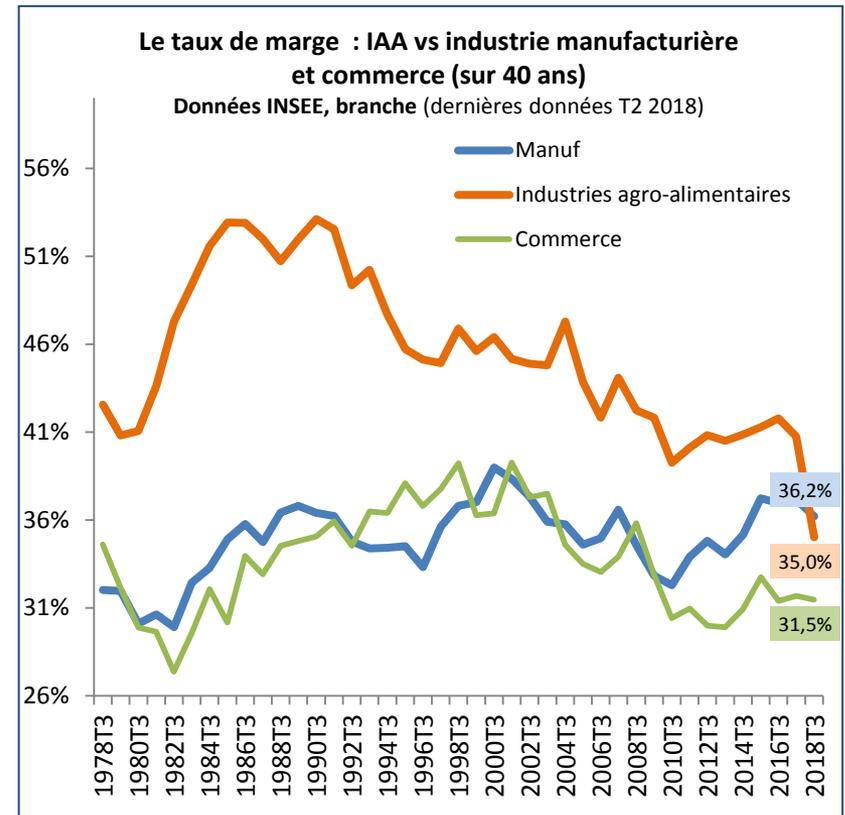
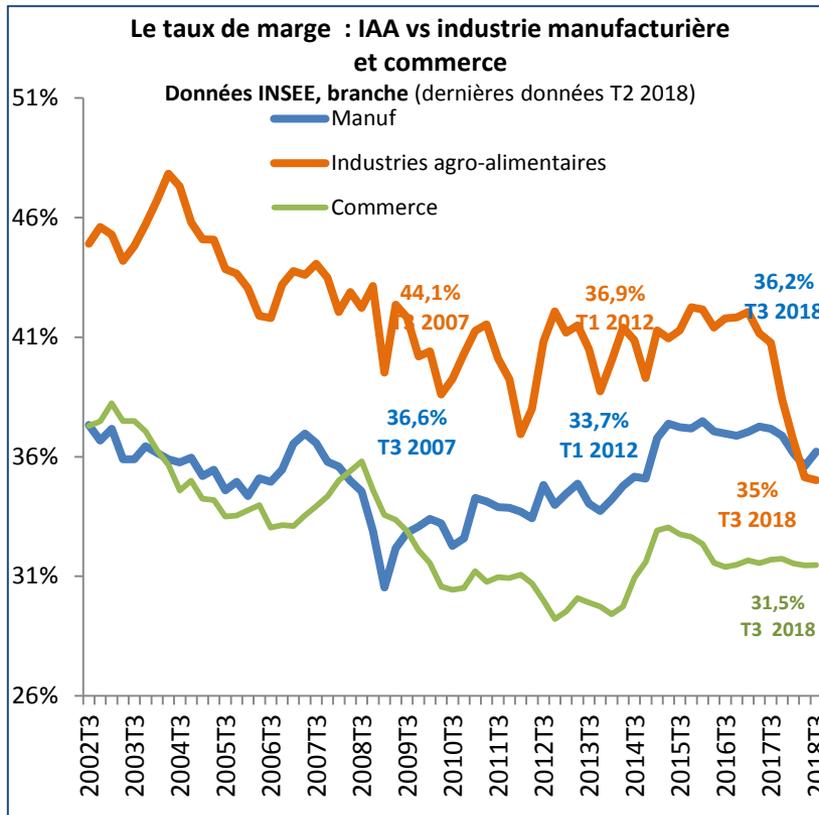


Le taux de marge des branches (EBE / VA)

Poursuite de la dégradation dans les IAA en T3 2018

Le taux de marge (rapport EBE / VA en %) dans les IAA s'est établi à 35% en T3 2018, en baisse de 7 points par rapport à T1 2017. Le taux de marge EBE/VA s'est légèrement redressé en T3 2018 dans l'industrie manufacturière (à 36,2%, mais en baisse de 0,8 point par rapport à T1 2017). La situation reste délicate dans le commerce (gros, détail, automobile) mais le taux de marge tend à rester relativement stable depuis un an.

Dans les IAA, l'excédent brut d'exploitation (EBE) s'est fortement replié sur la période T4 2017 – T2 2018 (-20%), alors qu'il se repliait de -3,4% dans l'ensemble du secteur manufacturier.



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

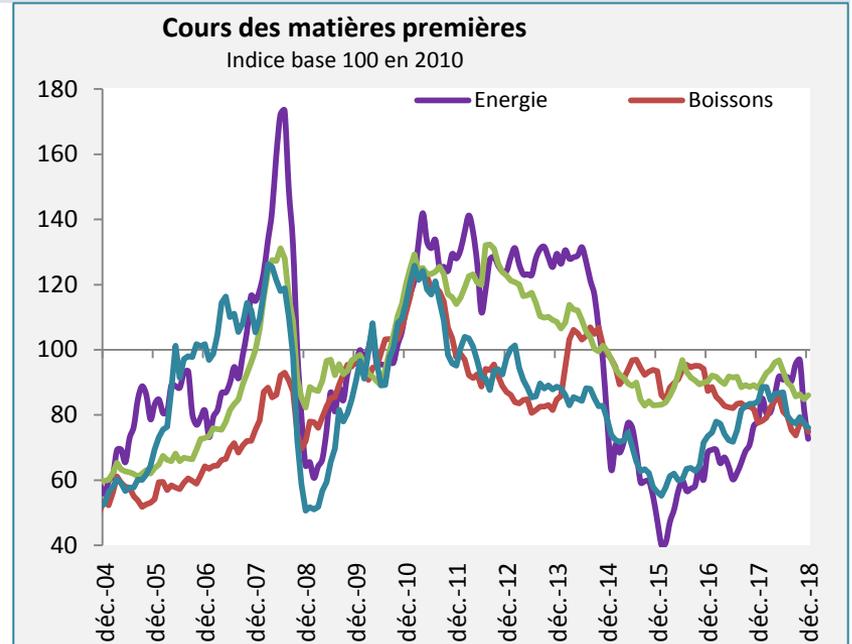
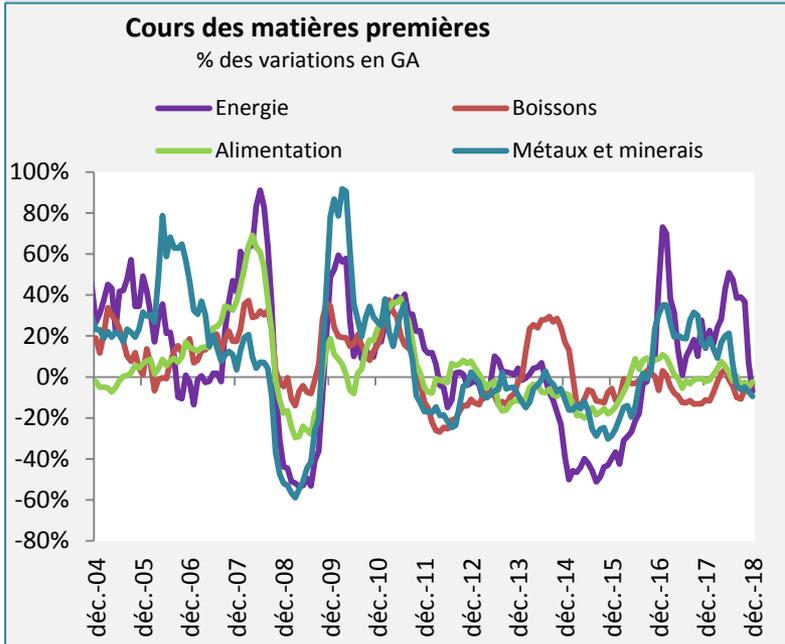


Les matières premières dans le monde

une hausse tirée par les prix de l'énergie en 2018

Les prix de l'énergie sont restés orientés à la hausse en moyenne annuelle en 2018. Les prix du pétrole, du gaz et du charbon ont augmenté (+27,8%). La hausse a également concerné les métaux et minerais, en lien avec la reprise économique mondiale au cours de la première moitié de l'année (croissance de +5,5% en 2018, en ralentissement par rapport à 2017). Les prix de l'alimentation ont quasiment stagné au cours de la période (+0,3%) et ceux des boissons (café, thé, cacao) ont baissé de près de 5%, conséquence des tensions baissières sur les cours du café et du thé, tandis que les cours du cacao étaient en hausse (+13% en moyenne annuelle).

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



	2014	2015	2016	2017	2018
Energie (pétrole, gaz, charbon)	-7,2%	-45,1%	-15,2%	23,7%	27,8%
Boissons (café-thé-cacao)	+22,2%	-8,1%	-2,7%	-9,0%	-4,8%
Alimentation (blé, riz, huile, bananes, oranges, sucre...)	-7,1%	-15,4%	1,6%	0,6%	0,3%
Métaux et minerais (aluminium, cuivre, acier, fer...)	-6,6%	-21,1%	-5,9%	24,2%	5,5%

Source : Banque Mondiale – dernière donnée, décembre 2018



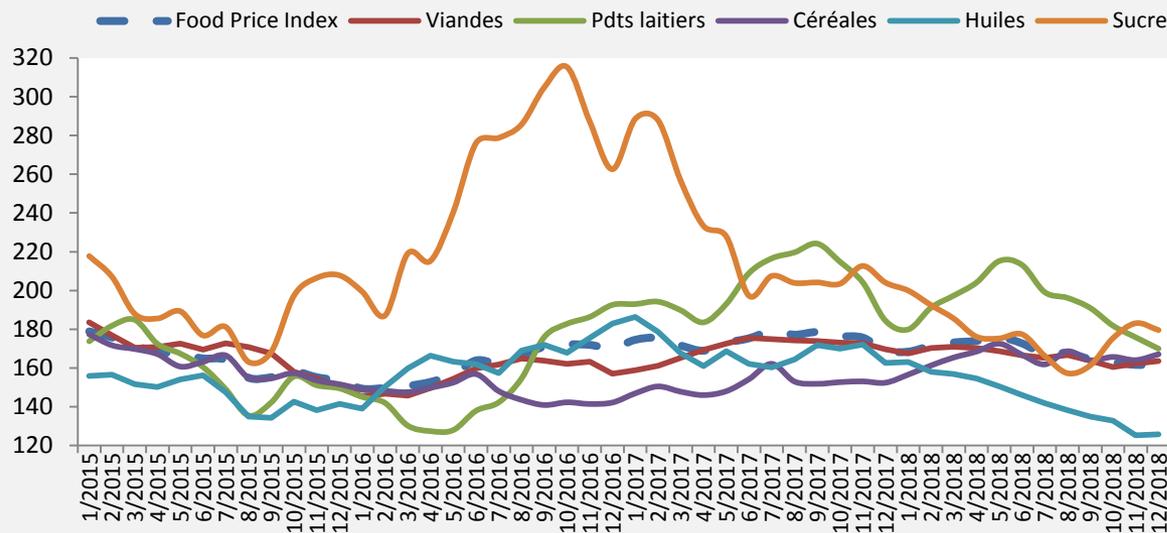
Les matières premières alimentaires (1)

Stabilité en décembre des cours des denrées alimentaires selon la FAO

L'indice FAO des prix alimentaires mondiaux s'est établi à 161,7 points en **décembre 2018**, quasiment stable par rapport à son niveau de novembre (-4,3% en glissement annuel). L'indice de **prix des produits laitiers** a baissé de 3,3% en décembre 2018 par rapport à novembre 2018 (-7,8% en glissement annuel). Les cours du beurre, du fromage et du lait entier en poudre ont reculé, sous l'effet d'une hausse des disponibilités à l'exportation, en particulier en Nouvelle-Zélande. Les prix du lait écrémé en poudre ont légèrement progressé (hausse de la demande mondiale à l'importation). Les cours du **sucre** ont baissé de 1,9% en décembre (-12% en glissement) sous l'effet d'une hausse de la production de sucre en Inde. Le repli des prix internationaux du pétrole brut a également contribué au fléchissement des cours du sucre, car la baisse des prix de l'énergie fait généralement diminuer l'utilisation de la canne à sucre pour la production d'éthanol. Les cours des **huiles végétales** ont très légèrement augmenté en décembre, après 10 mois consécutifs de recul (-22,6% en glissement). Les prix de l'huile de palme ont progressé : hausse de la demande intérieure dans les principaux pays producteurs et par augmentation de la demande mondiale à l'importation. Les prix de l'huile de soja et de colza ont continué de reculer : abondance des disponibilités aux États-Unis et faiblesse de la demande dans l'UE. Les **prix de la viande** ont progressé de 0,8% (-3,6% en glissement). Les prix de la viande de bovins et de la viande de volaille ont peu évolué en décembre, mais les prix internationaux de la viande ovine ont légèrement reculé (augmentation des disponibilités exportables en Océanie). Et les prix de la viande porcine se sont partiellement redressés, soutenus par la vigueur de la demande mondiale à l'importation. Les cours des **céréales** ont progressé de 1,8% en décembre (+9,6% en glissement). Les prix du blé ont légèrement progressé en décembre, principalement en raison de craintes liées à la récolte en Argentine, menacée par des pluies et en raison d'un resserrement des disponibilités exportables en Russie. La forte concurrence à l'exportation a limité la hausse des prix. Les prix internationaux du maïs ont également augmenté en décembre, sous l'effet d'une demande mondiale soutenue et de craintes liées aux conditions météorologiques dans l'hémisphère Sud. Les prix internationaux du riz se sont contractés pour le sixième mois consécutif.

Indices FAO des prix des denrées alimentaires

Indice base 100 en 2002-2004

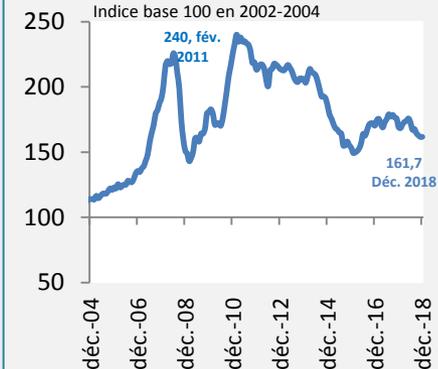


Source : FAO – dernière donnée, décembre 2018

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 2002-2004



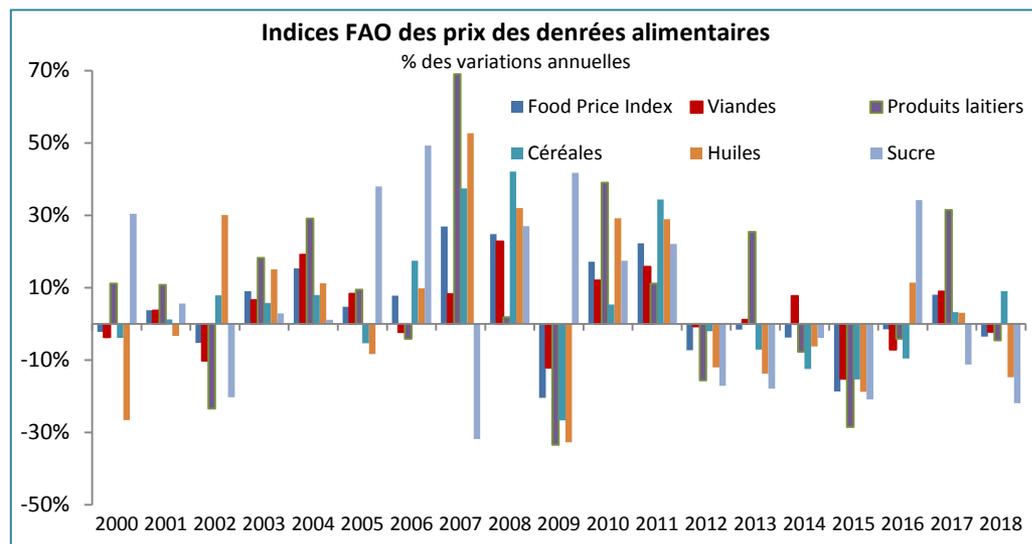
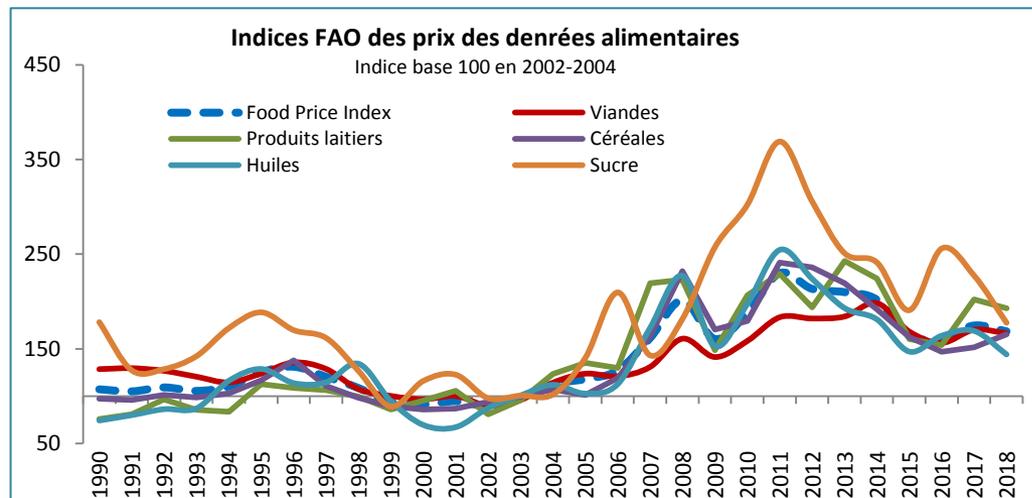


Les matières premières alimentaires (2)

Bilan 2018, une moyenne annuelle en baisse

Les prix internationaux des produits alimentaires ont reculé de 3,5% en moyenne annuelle en 2018, après un rebond en 2017 (+8,1%). Sur les 5 catégories de produits suivies par la FAO, 4 ont vu leurs prix baisser en 2018. Le recul a été particulièrement marqué pour le sucre et les huiles (respectivement -21,9% et -14,7%). Les cours des produits laitiers et des viandes ont aussi baissé. Seules les céréales se distinguent avec une hausse de leurs prix de 9%.

	Food Price Index	Viandes	Produits laitiers	Céréales	Huiles	Sucre
2000	-2,2%	-3,7%	11,1%	-3,9%	-26,6%	30,4%
2001	3,8%	3,7%	10,8%	1,2%	-3,3%	5,6%
2002	-5,3%	-10,2%	-23,4%	7,9%	30,1%	-20,3%
2003	9,0%	6,6%	18,2%	5,8%	15,1%	2,9%
2004	15,3%	19,1%	29,1%	8,0%	11,2%	1,1%
2005	4,7%	8,3%	9,5%	-5,4%	-8,3%	38,0%
2006	7,8%	-2,3%	-4,1%	17,4%	9,8%	49,3%
2007	26,9%	8,2%	69,0%	37,4%	52,7%	-31,8%
2008	24,8%	22,8%	1,8%	42,1%	32,0%	27,0%
2009	-20,4%	-12,1%	-33,4%	-26,7%	-32,7%	41,7%
2010	17,2%	12,0%	39,0%	5,3%	29,2%	17,4%
2011	22,3%	15,8%	11,1%	34,4%	28,9%	22,1%
2012	-7,3%	-0,7%	-15,6%	-2,0%	-12,0%	-17,1%
2013	-1,6%	1,1%	25,4%	-7,1%	-13,8%	-17,9%
2014	-3,8%	7,7%	-7,7%	-12,5%	-6,2%	-3,9%
2015	-18,7%	-15,2%	-28,5%	-15,4%	-18,8%	-20,9%
2016	-1,5%	-7,1%	-4,1%	-9,6%	11,4%	34,2%
2017	8,1%	8,9%	31,5%	3,2%	3,1%	-11,2%
2018	-3,5%	-2,2%	-4,6%	9,0%	-14,7%	-21,9%

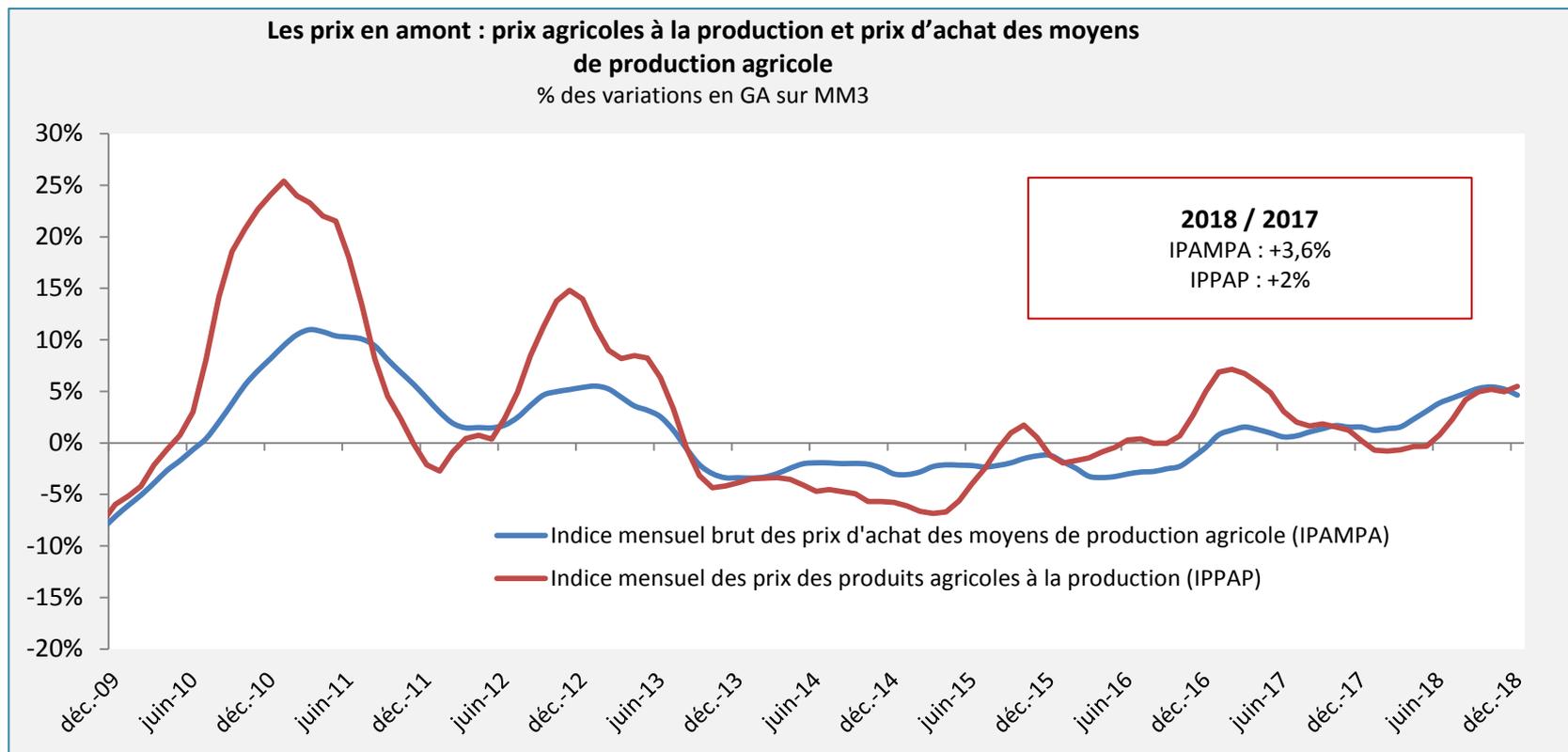




Les prix agricoles

Les prix d'achat des moyens de production (IPAMPA) progressent plus rapidement que les prix agricoles à la production (IPPAP) en 2018

Les prix agricoles à la production (IPPAP) ont progressé de 2% en 2018. La tendance a été à l'accélération au cours des derniers mois : +4,8% de hausse entre S1 2018 et S2 2018. Les prix d'achat des moyens de production agricoles (IPAMPA) se sont quant à eux redressés de +3,6% en moyenne annuelle en 2018. La tendance est restée haussière au cours du second semestre, +2,6% entre S1 et S2 2018. A noter cependant que les prix de l'IPAMPA ont légèrement baissé entre octobre et décembre 2018 (-0,7%), en lien notamment avec la baisse des prix des carburants (-13,3% entre octobre et décembre 2018).

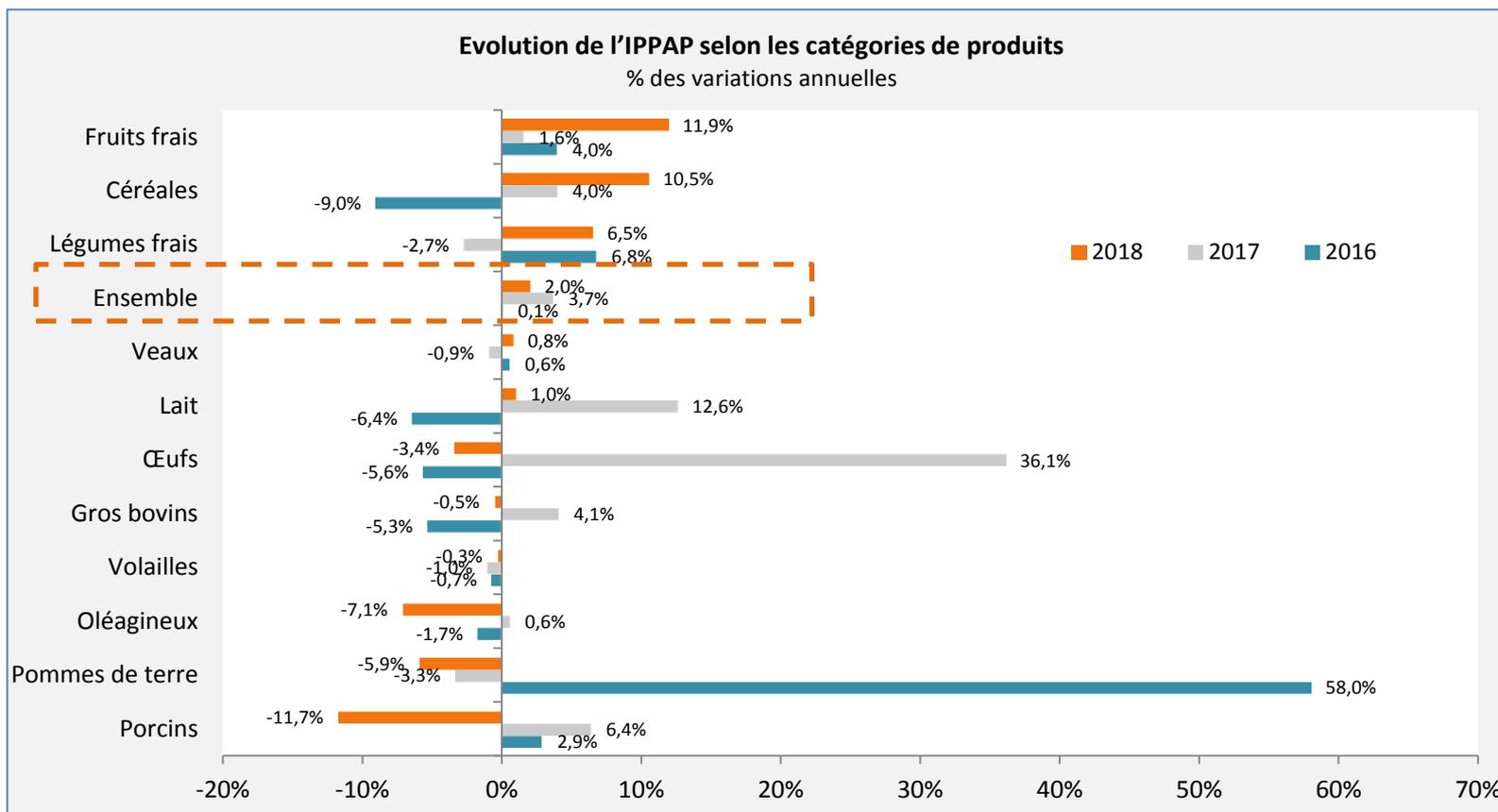


IPPAP : l'indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP) mesure l'évolution des prix des produits vendus par les agriculteurs. Cet indice est élaboré à partir de l'observation des prix de marché / IPAMPA : l'indice mesure l'évolution des prix des biens et des services utilisés par les agriculteurs dans leur exploitation.
Source : INSEE



Les prix agricoles : ralentissement en 2018, conséquence des tensions baissières sur le porc, les oléagineux et les pommes de terre et haussières sur les fruits et légumes frais, les céréales

Les **prix agricoles à la production** ont progressé de 2% en 2018. Cette évolution est surtout liée aux pressions à la baisse observées en S1 2018, avant un redressement au cours des mois suivants. Les prix des pommes de terre, des oléagineux et des porcins se sont contractés en moyenne annuelle. Du côté des prix en hausse : les fruits frais (+11,9%), les céréales (+10,5%) et des légumes frais (+6,5%)



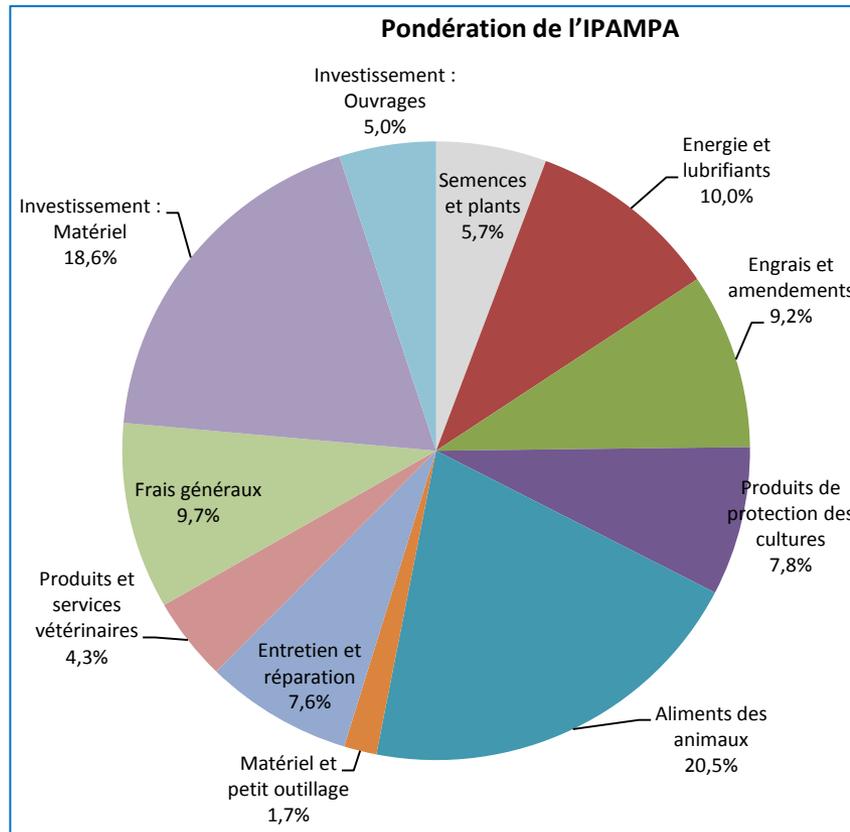
Source : INSEE / IPPAP : L'indice des prix des produits agricoles à la production mesure l'évolution des prix des produits vendus par les agriculteurs. Cet indice est élaboré à partir de l'observation des prix de marché.



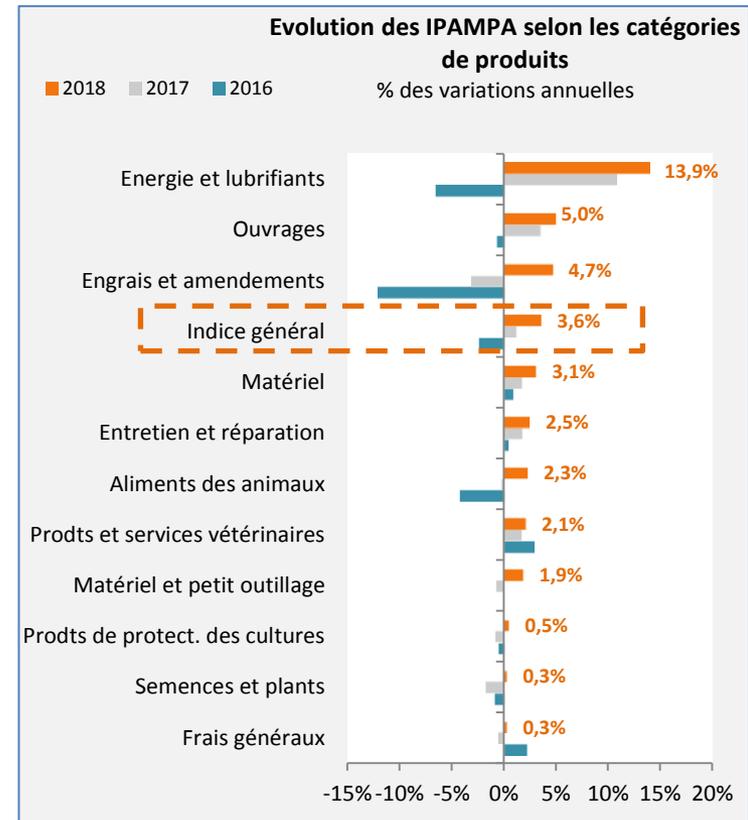
Les prix agricoles L'IPAMPA

Une hausse globale de 3,6% en moyenne annuelle en 2018

Les **prix d'achat des moyens de production agricoles** ont progressé de 3,6% en 2018, poursuivant la hausse amorcée en 2017. Les prix de l'énergie et des lubrifiants ont progressé de 11% en 2017, et de près de 14% en 2018. Ceux des ouvrages (investissements) ont progressé de 5%, contribuant directement à l'augmentation de l'indice général.



Source : INSEE

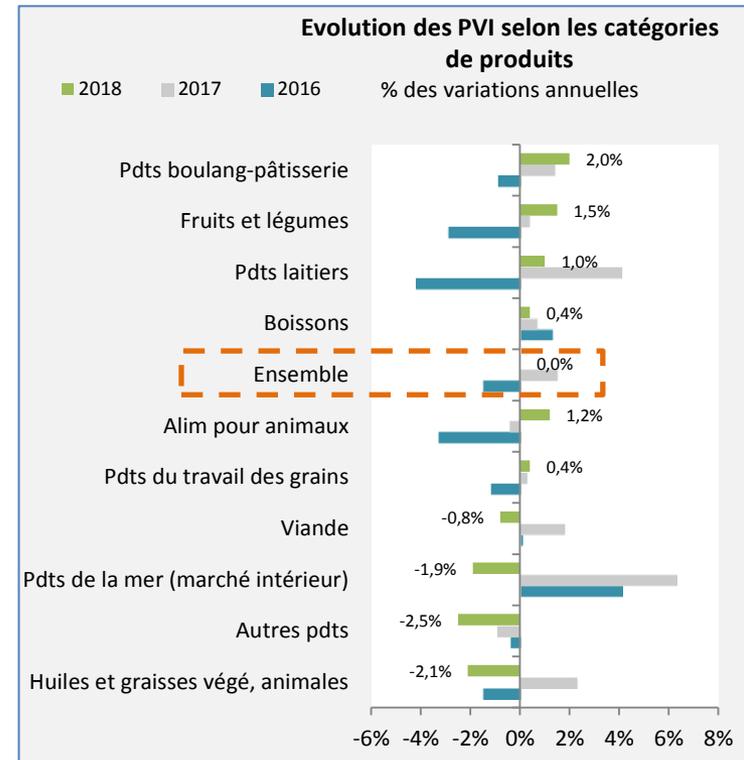
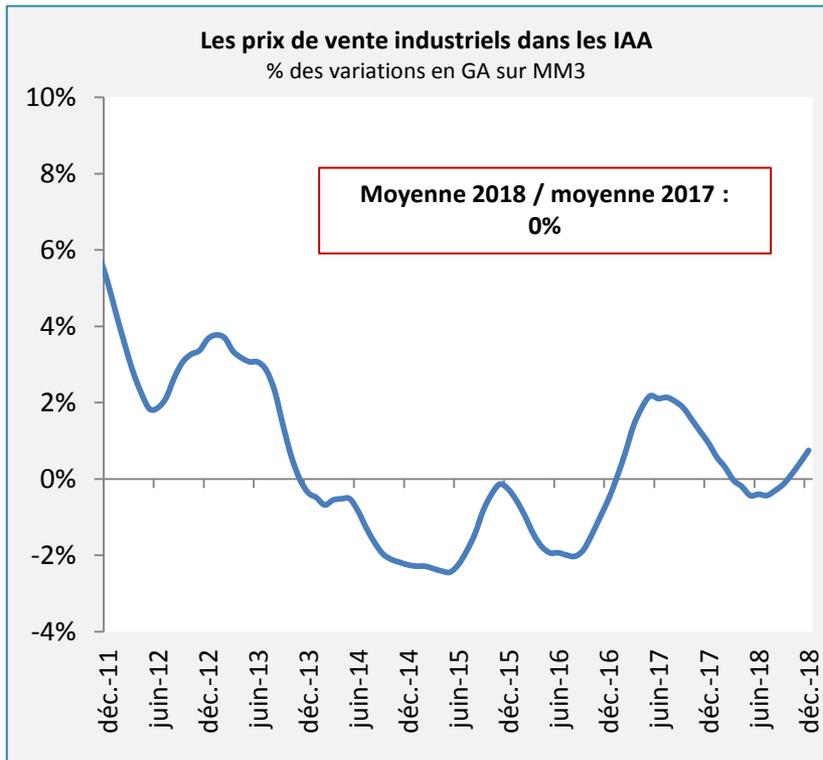




Les prix dans la filière alimentaire

Stagnation des PVI en 2018

Les **prix de vente industriels des produits agroalimentaires** ont stagné en 2018, après une hausse de +0,9% en 2017. La tendance est à une très faible augmentation depuis quelques mois (les prix ont augmenté de 0,5% entre T3 2018 et T4 2018). Certains segments ont toutefois décroché : les huiles et graisses (baisse des prix de 2,1% en 2018), les produits de la mer et les « autres produits alimentaires » (cacao, sucre, condiments, plats cuisinés...). Du côté des prix en augmentation : ceux des produits de boulangerie-pâtisserie industrielle ont augmenté de 2% en 2018, ceux des fruits et légumes transformés de 1,5%.



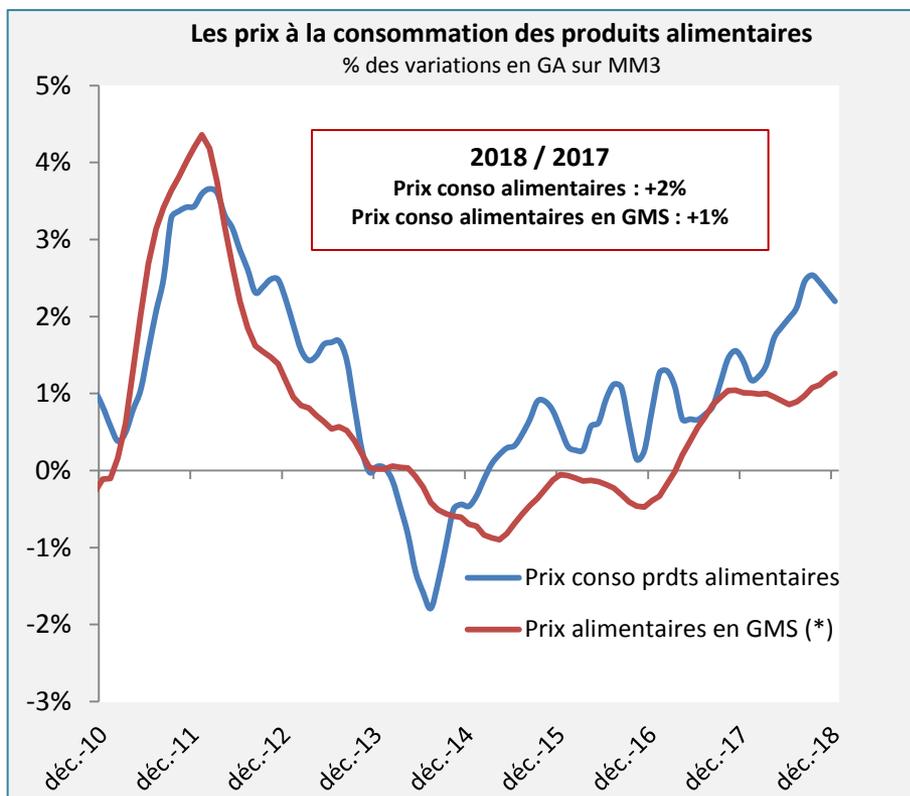
Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE



Prix à la consommation (1)

Les prix alimentaires en GMS vs prix tous circuits confondus : à la hausse en 2018

Les prix alimentaires à la consommation en GMS ont continué de progresser, poursuivant sur une tendance amorcée début 2017. Ils ont augmenté de 1% en moyenne annuelle en 2018 par rapport à 2017, soit leur plus forte hausse depuis 2012. Tous circuits de distribution confondus, les prix ont augmenté de 2% au cours de cette même période. Attention cependant, les deux indices sont difficilement comparables : l'indice des prix en grandes surfaces n'intègre pas les produits frais. Or, les prix des produits frais (tous circuits) ont augmenté de 5,2% en moyenne annuelle (+3,4% en 2017) et ceux des autres produits de 1,3% (+0,6% en 2017).



	Prix conso alim.	Croiss.	Prix conso alim. GMS (*)	Croiss.
2005	100,0	nd	100,0	nd
2006	101,7	1,7%	100,8	0,8%
2007	103,1	1,4%	101,8	1,0%
2008	108,3	5,0%	107,3	5,4%
2009	108,4	0,1%	108,0	0,7%
2010	109,2	0,7%	107,8	-0,2%
2011	111,4	2,0%	110,4	2,4%
2012	114,6	2,9%	113,1	2,4%
2013	115,9	1,1%	113,6	0,4%
2014	114,9	-0,9%	113,3	-0,3%
2015	115,3	0,3%	112,7	-0,5%
2016	116,0	0,6%	112,4	-0,3%
2017	117,3	1,1%	113,0	0,5%
2018	119,6	2,0%	114,1	1,0%

Prix des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées (*) l'indice des prix dans la grande distribution (= hypermarchés + supermarchés) n'intègre pas les produits frais / Source : INSEE



Prix à la consommation (2)

Les prix alimentaires par segment de produits (IPCH)

L'accélération de la croissance des prix en 2018 concerne presque tous les segments

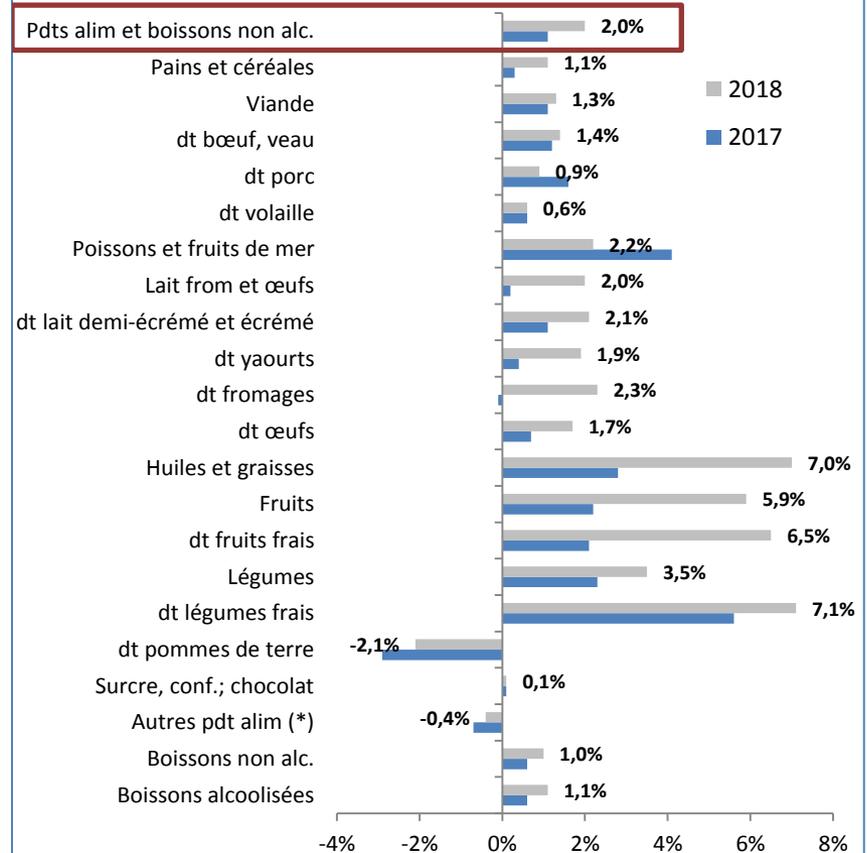
Les prix à la consommation (indice IPCH) des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées ont progressé de 2% en moyenne annuelle en 2018 vs +1,1% en 2017.

L'accélération de la croissance s'est observée sur la plupart des segments, avec notamment de fortes hausses pour les huiles et graisses (+7%, une hausse liée au beurre : +13,7% sur l'année), les fruits et les légumes frais (respectivement +6,5% et +7,1%).

La croissance des prix des produits laitiers et des œufs a atteint 2% en moyenne sur l'année 2018, après une quasi-stagnation en 2017. Du côté des viandes, la hausse des prix s'est établie à 1,3% en 2018, après une augmentation de 1,1% en 2017.

A noter la légère baisse des prix des « autres produits alimentaires » (plats cuisinés, baby food...) (-0,4% en 2018), et la quasi-stagnation du segment sucre-chocolat-confiserie (+0,1%).

Croissance des prix à la consommation (%, moyenne annuelle)



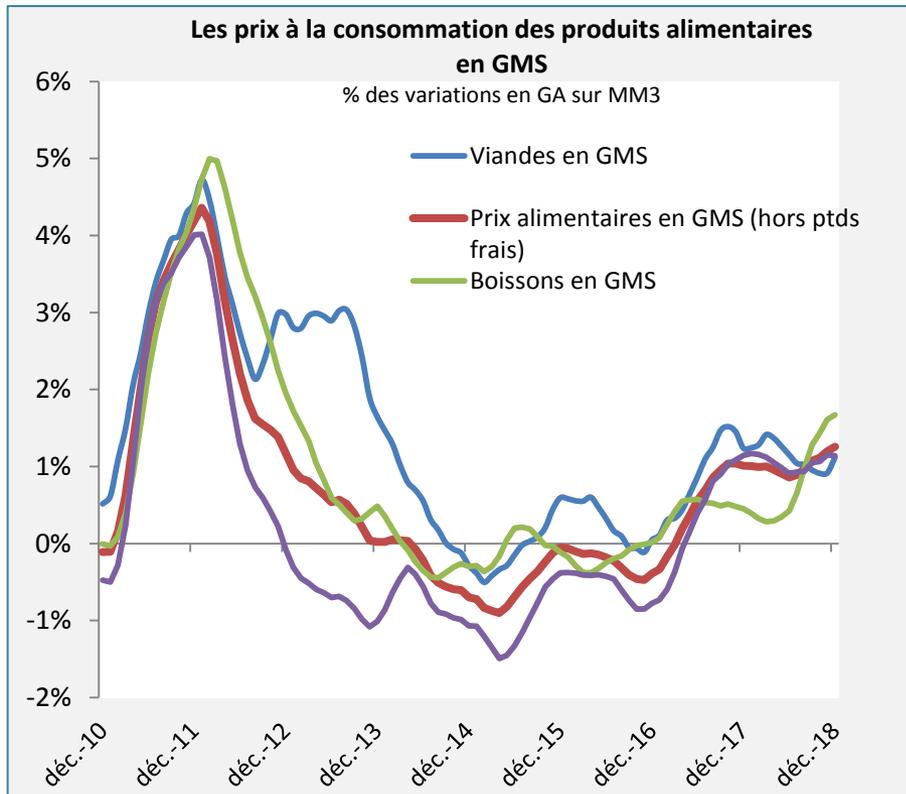
IPCH : indice des prix à la consommation harmonisé. Il diffère légèrement de l'IPC, mais permet de faire des comparaisons avec les IPCH européens / (*) plats cuisinés, sauces condiments, baby food... / Source : INSEE



Prix à la consommation (3)

Les prix alimentaires dans la grande distribution (indice INSEE)

Les prix alimentaires à la consommation en GMS (hors produits frais) ont progressé de 1% en moyenne annuelle en 2018, après une hausse de 0,5% en 2017. Les prix des viandes en GMS ont augmenté de 1,1% sur l'année, soit une légère accélération par rapport à 2017, et ceux des autres produits alimentaires (hors boissons, viandes, produits frais) ont augmenté de 1,1% également (+,4% en 2017). Enfin, les prix des boissons ont augmenté de 0,8%, en légère accélération également par rapport à 2017 (+0,5%).



	Pdts alimentaire (hors ptds frais)	Dont viandes	Dont boissons	Dont autres (hors ptds frais)
2006	0,8%	2,0%	0,9%	0,1%
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%

Source : INSEE



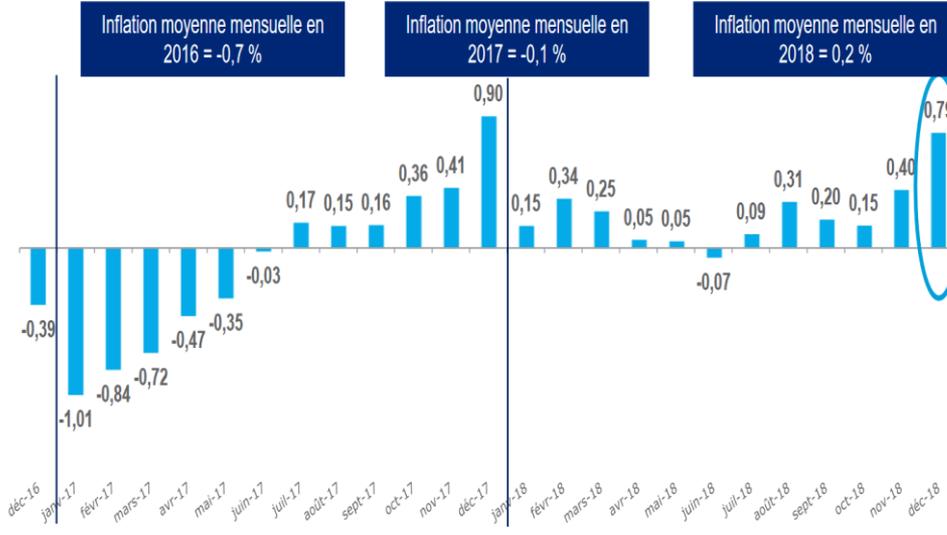
Les prix à la consommation (4)

Les données IRI : hausse des prix en décembre en glissement annuel, mais recul entre novembre et décembre

Selon les données d'IRI, les prix en GMS, relevés sur un assortiment constant de produits, ont augmenté de 0,79% entre décembre 2017 et décembre 2018. Les prix ont augmenté dans l'ensemble des formats à l'exception des drives. En termes de segmentation par marques, les prix des marques nationales ont augmenté de 0,12% en décembre, ceux des MDD et des premiers prix de plus de 2%. Concernant la segmentation produits, les prix du frais LS poids fixe ont progressé (en particulier la crèmerie) ainsi que ceux des BRSA et eaux. Les prix du rayon DPH ont de nouveau baissé.

Inflation à 1 an – tous circuits*

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



*Tous circuits : concept HM, concept SM, EDMP FR, Proxi, Drive GSA

Source : IRI

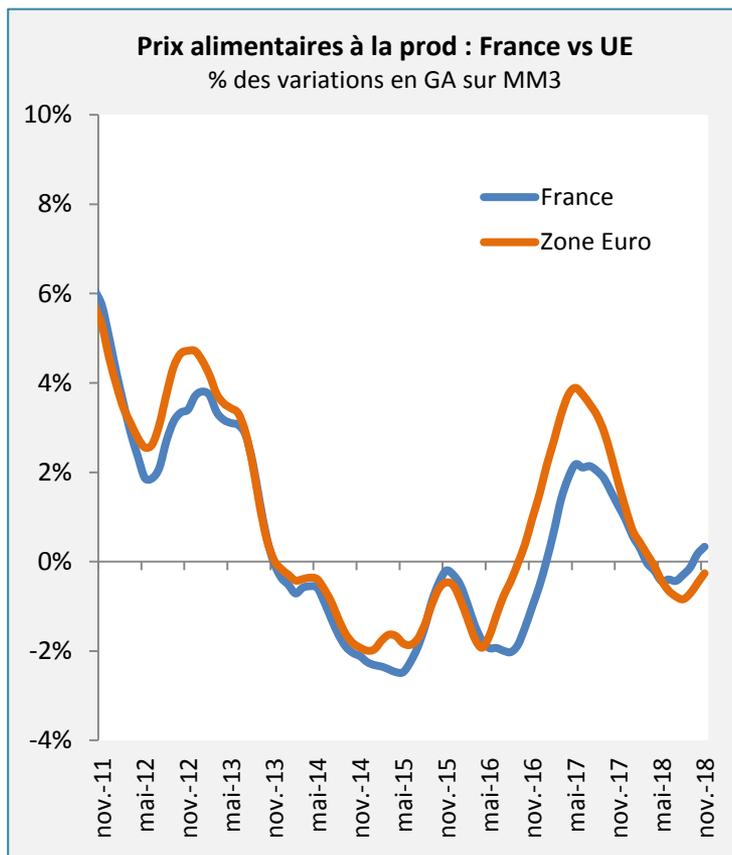
Tous circuits				
	Tous produits	MN	MDD	PPX
TOTAL INFOSCAN IRI	0,79	0,12	2,32	2,13
INFOSCAN ALIMENTAIRE	0,81	0,11	2,40	2,24
DPH	-0,62	-1,52	1,63	2,85
ENTRETIEN	-0,65	-1,64	1,28	4,99
HYGIENE	-0,60	-1,47	1,81	2,02
EPICERIE	0,54	-0,11	2,26	2,66
EPICERIE SALEE	0,86	0,09	2,43	2,95
EPICERIE SUCREE	0,25	-0,26	2,03	2,25
FLS POIDS FIXE	1,49	0,67	2,73	2,01
CREMERIE	2,18	1,43	3,43	1,45
FRAIS NON LAITIERS LS	1,00	0,17	2,25	2,61
SURGELES GLACES	1,08	0,02	2,32	1,27
LIQUIDES	0,53	0,30	1,76	1,48
BIERES ET CIDRES	0,47	0,10	4,23	2,41
BRSA ET EAUX	0,73	0,25	2,15	1,93
SPIRITUEUX ET				
CHAMPAGNES	0,43	0,37	0,90	0,96
INFOSCAN BAZAR	0,46	0,59	0,20	0,58



Les prix dans la filière alimentaire

Les comparaisons européennes des prix à la production (IAA) : ralentissement généralisé au sein de l'UE en 2018

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) ne progressent plus en Europe. Selon les données d'Eurostat, les PVI ont quasiment stagné au cours des 11 premiers mois de l'année 2018, en glissement (-0,1% en zone €). Les pressions à la baisse ont été particulièrement fortes en Irlande (-5,2% sur 11 mois), mais aussi au Danemark (-1,5%). En Allemagne, les prix ont stagné, comme en France.



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

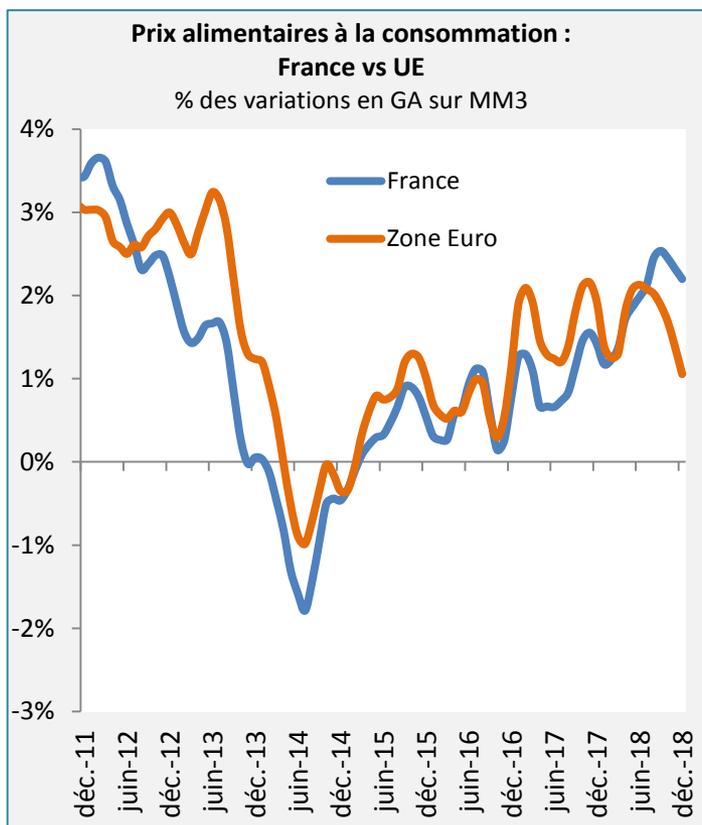
	Crois prix prod alim 2015 / 2014	Crois prix prod alim 2016/ 2015	Crois prix prod alim 2017/ 2016	Crois prix prod alim Janv-nov 2018/ Janv-nov 2017
RU	-3,4%	0,1%	5,2%	2,2%
Italie	0,3%	-0,8%	2,0%	0,3%
Pologne	-2,8%	1,0%	3,6%	0,2%
UE à 28	-1,7%	-0,4%	3,2%	0,1%
Zone Euro à 19	-1,4%	-0,5%	2,9%	-0,3%
Allemagne	-2,3%	-0,1%	4,1%	-0,1%
France	-1,7%	-1,4%	1,5%	-0,1%
Pays-Bas	-3,6%	0,7%	4,0%	-0,8%
Espagne	1,1%	-0,5%	2,5%	-0,9%
Danemark	-1,6%	0,3%	1,5%	-1,5%
Irlande	1,6%	-0,9%	4,0%	-5,2%



Les prix dans la filière alimentaire

Les comparaisons européennes des prix à la consommation (1) : les prix alimentaires restent sages fin 2018

Les prix à la consommation des produits alimentaires au sein de la zone euro ont progressé sur un rythme relativement proche de celui des prix à la consommation en France en moyenne annuelle en 2018. Ils ont augmenté de 1,9% en 2018. La croissance a été plus rapide en Pologne (+2,2%), en Allemagne (+2,3%) et au Royaume-Uni (+2,1%). *A contrario*, les prix ont baissé de 2% en Irlande.



	Crois prix conso alim 2015 / 2014	Crois prix conso alim 2016 / 2015	Crois prix conso alim 2017 / 2016	Crois prix conso alim 2018 / 2017
Allemagne	0,6%	1,0%	2,8%	2,3%
Pologne	-1,6%	1,0%	3,8%	2,2%
RU	-2,6%	-2,4%	2,2%	2,1%
France	0,4%	0,6%	1,1%	2,0%
UE à 28	0,0%	0,2%	2,1%	1,9%
Zone Euro	0,6%	0,6%	1,7%	1,7%
Espagne	1,2%	1,4%	1,2%	1,6%
Italie	1,1%	0,2%	2,0%	1,2%
Pays-Bas	0,6%	0,9%	2,6%	0,8%
Danemark	1,0%	0,1%	2,8%	0,0%
Irlande	-2,1%	-1,3%	-2,1%	-2,0%

Produits alimentaires et boissons non alcoolisées / Source : Eurostat

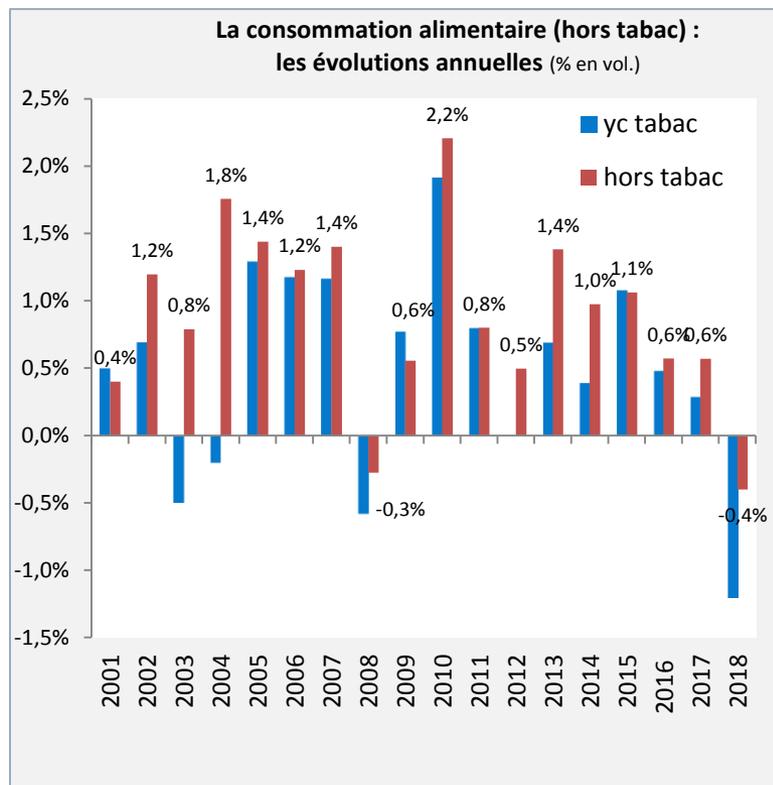
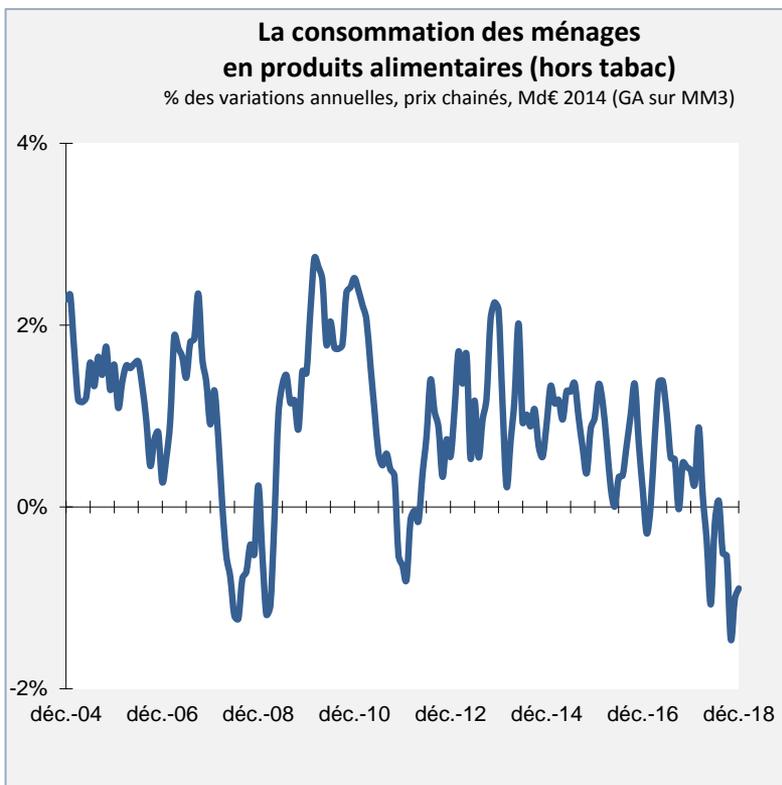
La consommation des ménages



La consommation alimentaire (1)

Recul de 0,4% en volume de la consommation alimentaire (hors tabac) en moyenne en 2018

Les dépenses des ménages en produits alimentaires (tous circuits de distribution confondus) ont baissé de 0,4% en volume en 2018 (-1,2% yc tabac). La consommation globale en produits (alimentaires et non alimentaires) baissait très légèrement de 0,1% au cours de cette même période, tirée la baisse par le textile-cuir (-1%), l'énergie (-0,8%) et l'alimentaire et à la hausse par les matériels de transport (+2,5%) et l'équipement du logement (+2,9%). A noter un rebond de la consommation alimentaire en décembre (+0,5% par rapport à novembre), après une baisse en novembre (-0,4%).



Source : INSEE – dernière donnée décembre 2018



La consommation alimentaire (2)

La consommation alimentaire reste à la traîne

	Conso en biens	Croiss	Conso en biens manufacturés	Croiss	Conso en énergie	Croiss	Conso en alim hors tabac	Croiss
2005	100,0	nd	100,0	nd	100,0	nd	100,0	nd
2006	102,4	2,4%	102,7	2,7%	99,7	-0,3%	101,2	1,2%
2007	105,2	2,7%	106,0	3,2%	98,3	-1,4%	102,7	1,5%
2008	104,9	-0,3%	105,4	-0,6%	99,0	0,7%	102,3	-0,4%
2009	105,0	0,1%	105,2	-0,2%	98,5	-0,5%	102,9	0,6%
2010	106,6	1,5%	106,7	1,4%	98,8	0,3%	105,2	2,2%
2011	106,8	0,2%	107,7	0,9%	94,4	-4,5%	106,0	0,8%
2012	105,9	-0,8%	106,3	-1,3%	95,7	1,4%	106,6	0,6%
2013	105,8	-0,1%	105,8	-0,5%	95,5	-0,2%	108,0	1,3%
2014	105,4	-0,4%	106,2	0,4%	89,8	-6,0%	109,0	0,9%
2015	107,4	1,9%	108,5	2,2%	91,2	1,6%	110,2	1,1%
2016	109,2	1,7%	110,2	1,6%	93,1	2,1%	110,9	0,6%
2017	110,7	1,4%	112,2	1,8%	93,2	0,1%	111,5	0,6%
2018	110,6	-0,1%	112,4	0,2%	92,5	-0,8%	111,1	-0,4%

Source : INSEE – dernière donnée décembre 2018

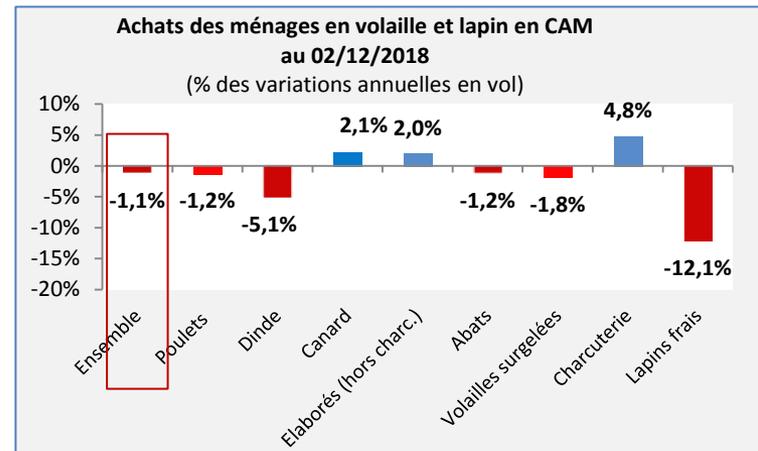
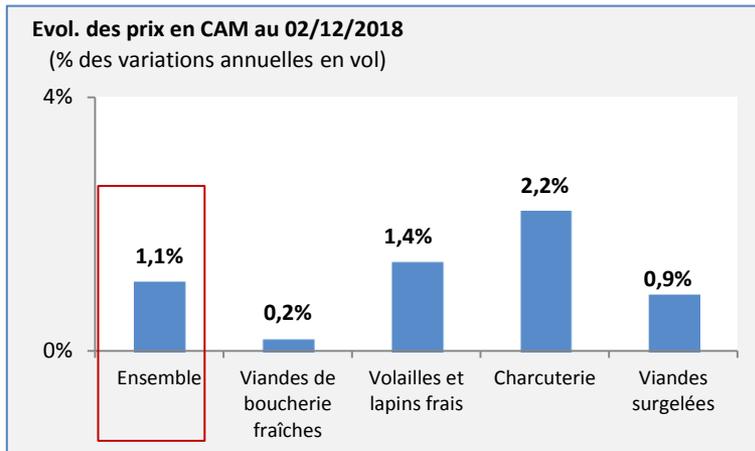
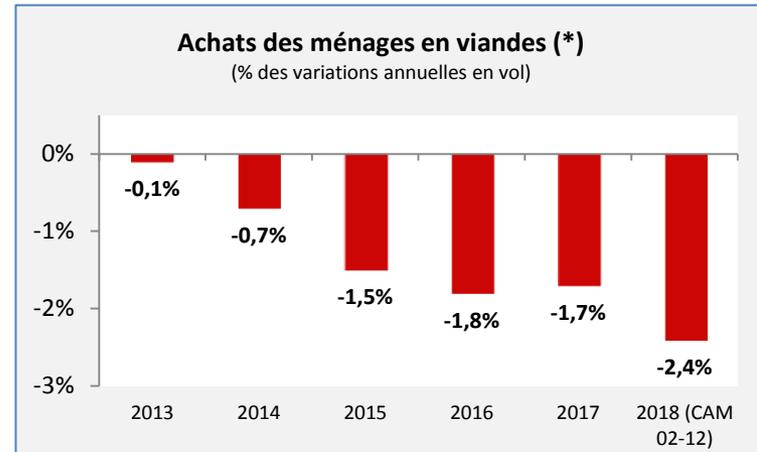


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en viandes (1) : accélération de la baisse

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgrimer) indiquent un recul des ventes de viandes en France en cumul annuel mobile au 02/12/2018 : -2,4%, poursuivant une tendance baissière observée depuis 2013. La baisse tend d'ailleurs à s'accroître.

Dans le détail, la consommation baisse davantage sur le segment des viandes de boucherie fraîche (bœuf : -3,2%, veau : -6,6%, porc : -3,2%). Les achats en charcuterie reculent également (-1,6%), tirés vers le bas par les produits à base de porc. La consommation de viande de volaille recule de 1,1%, tirée à la baisse par la dinde, le lapin, le poulet... Seuls les élaborés, la charcuterie de volaille et le canard progressent.



(*) viandes rouges, viandes blanches, y compris charcuteries / CAD : cumul à date / 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 viandes (2) : un environnement socio-médiatique défavorable à la consommation de viandes

Options for keeping the food system within environmental limits, Nature, oct. 2018, Marco Springmann, Oxford University

Une étude parue dans la revue Nature et consacrée à l'impact environnemental de l'alimentation. Selon cette étude, les pays développés en particulier devront réduire de 90% leur consommation de viande pour préserver la planète et nourrir les 10 milliards d'humains attendus d'ici 2050. La production agroalimentaire, « consommatrice d'eau, source de déforestation, est un facteur majeur de réchauffement climatique ».

<https://www.nature.com/articles/s41586-018-0594-0>



500 personnalités ont signé une tribune dans Le Monde du 2 janvier 2019, dans laquelle elles s'engagent « à titre personnel à remplacer la viande et le poisson chaque lundi ». Les signataires listent les conséquences néfastes de la consommation de viande sur l'environnement, la santé et le bien-être animal (de l'élevage à l'abattage). Il s'agit d'une déclinaison du Meatless Monday à l'anglo-saxonne. (fondé en 2003 aux Etats-Unis). Parmi les signataires figurent des acteurs, des scientifiques, des membres du CNRS (Centre national de la recherche scientifique) mais aussi des ONG de défense du droit animal et l'Association végétarienne de France.

<https://www.lundi-vert.fr/>

Sources : presse et opérateurs

EN MAGASIN, UNE HAUSSE DES DÉPENSES SUR L'OFFRE « VEGGIE » DE PLUS DE 42% EN 1 AN

En 1 an, on enregistre dans les enseignes du Groupe Casino (Géant, Casino, Monoprix, Franprix) :

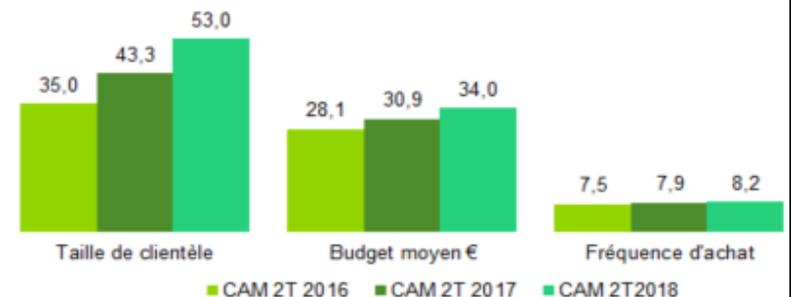


Sources : OpinionWay, 3W, Casino

Végétal de substitution : charcuterie, jambon, fromages, plats cuisinés, boissons végétales, desserts végétaux...

+30,1% de croissance en nombre d'articles
+35,6% de croissance en valeur

Cam P6 2018 vs Cam P6 2017



Source : KantarWorlpanel

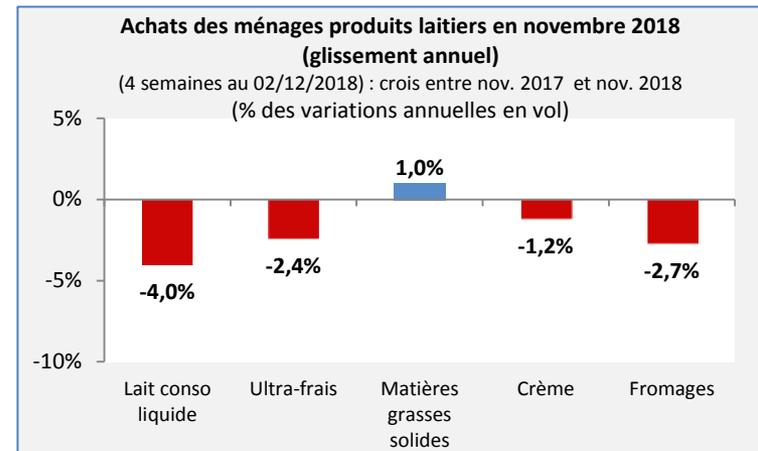
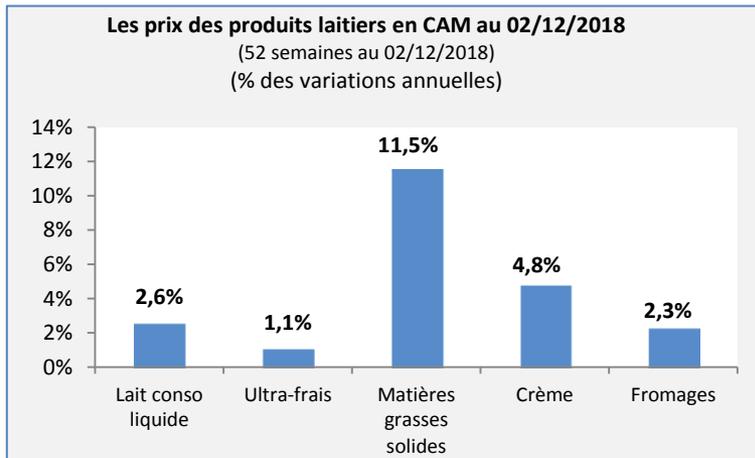
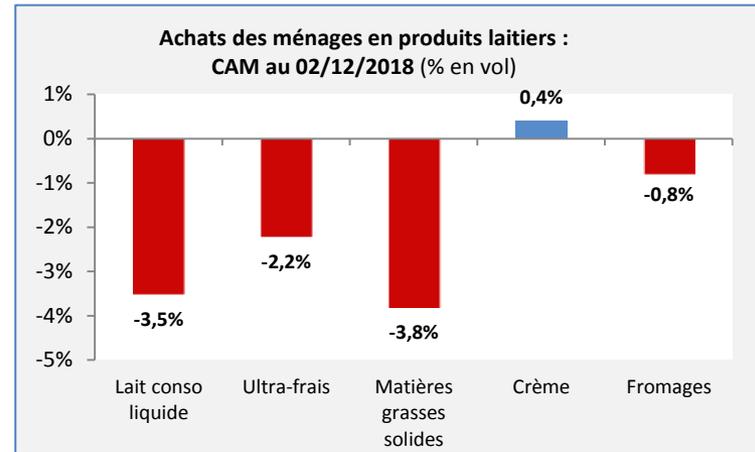


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en produits laitiers : une baisse quasi généralisée

La consommation des ménages en produits laitiers a globalement reculé au cours des derniers mois. En cumul annuel mobile au 02/12/2018, elle a baissé sur quasiment tous les segments, à l'exception de la crème (+0,4% en volume).

Les prix sont, selon les données Kantar, restés orientés à la hausse. Les prix du lait liquide ont progressé de 2,6% en CAM au 02/12/2018, ceux des matières grasses solides de 11,5% (+15,5% pour le beurre).



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)

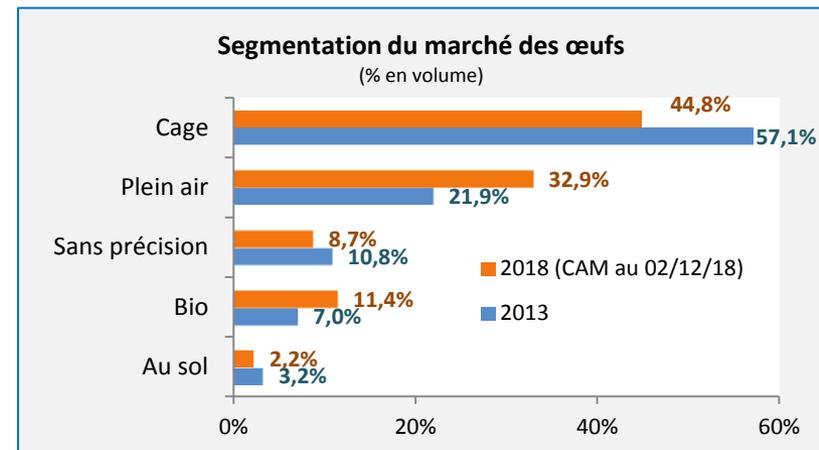
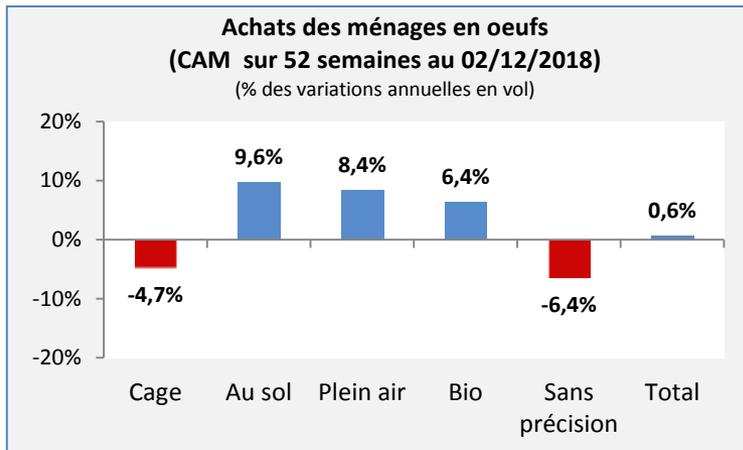
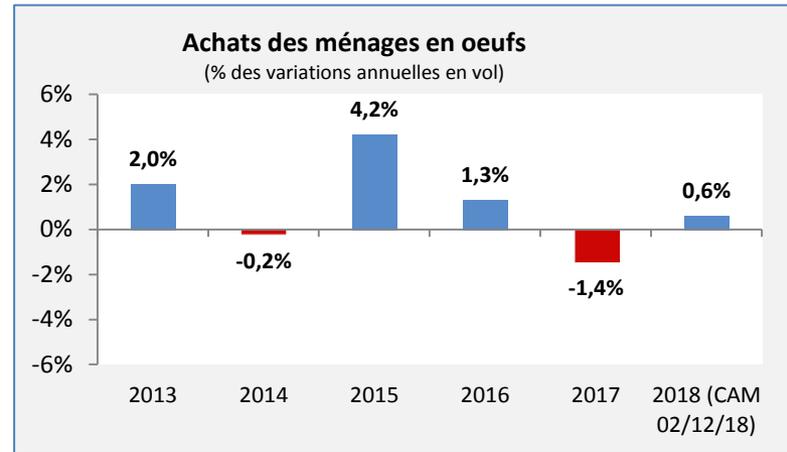


La consommation alimentaire des ménages

La consommation en œufs : les alternatifs font la croissance

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgrimer) indiquent une légère augmentation des achats des ménages en œufs au cours des 52 dernières semaines au 02/12/2018 vs -1,4% en moyenne en 2017. Les achats d'œufs cage continuent de se replier (-4,7% en volume en CAM au 02/12/2018), ils représentent désormais un peu moins de 45% 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 +6,4% et +8,4% en CAM au 02/12/2018. La part des œufs bio dans les achats s'établit désormais à 11,4% en volume.

A noter : la part des œufs « sans précision » est de 8,7%, cette catégorie se répartit entre les œufs cage et les autres segments. Selon le CNPO, sur la base des 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)



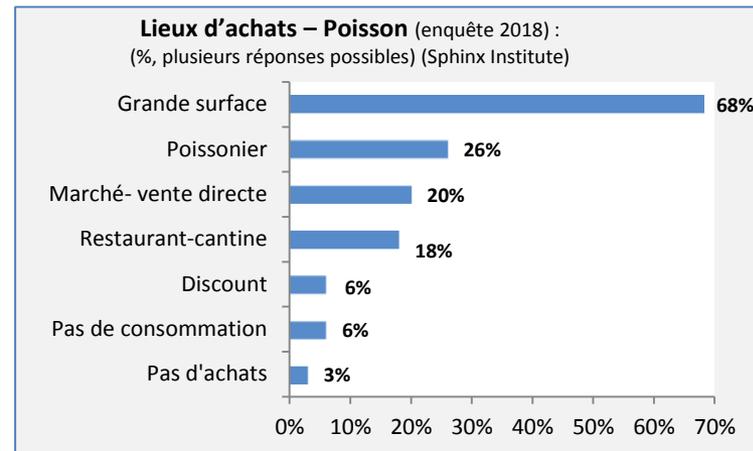
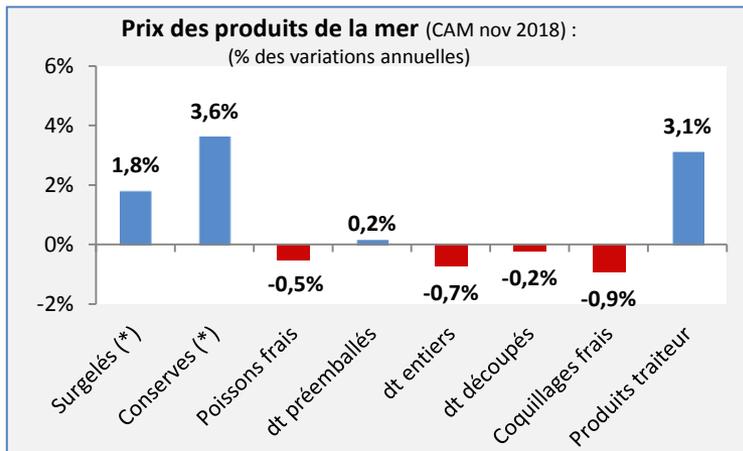
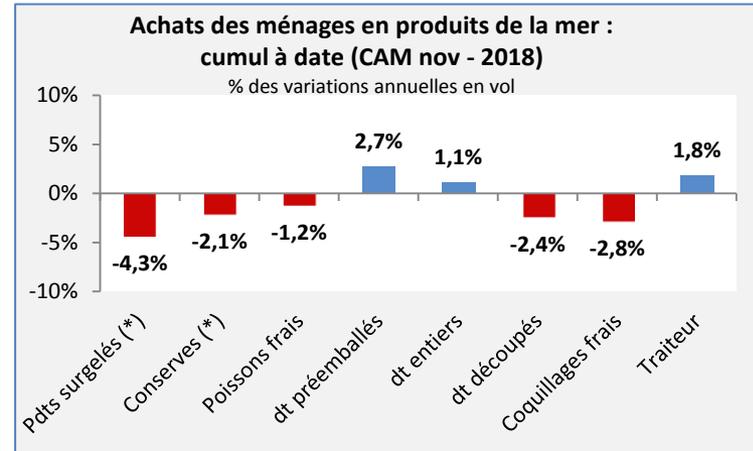
La consommation alimentaire des ménages

La consommation en produits aquatiques : globalement en baisse

La consommation des ménages en produits de la mer frais, surgelés et en conserves en CAM à fin novembre 2018 est restée mal orientée. La consommation en poissons frais a baissé de 1,2%, tirée à la baisse par le segment des poissons découpés (-2,4%). La demande en poissons entiers, préemballés et traiteur a elle progressé. Les marchés des produits surgelés et en conserve se sont contractés (à fin T2 2018).

Il faut aussi noter la tendance haussière des prix : +3,1% pour les produits traiteur (CAM fin novembre), +2,4% pour les surgelés et +2,6% pour les conserves (CAD à mi-août 2018.) Les prix des coquillages ont eux quasiment stagné.

Enfin, d'après l'enquête réalisée par le Sphinx Institute pour FranceAgrimer, le premier lieu d'achats de poissons reste la grande surface (68% des réponses en 2018 vs 66% en 2017).



(*) données à fin septembre 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)



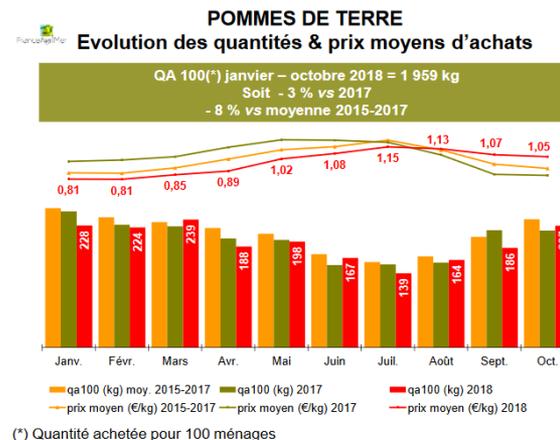
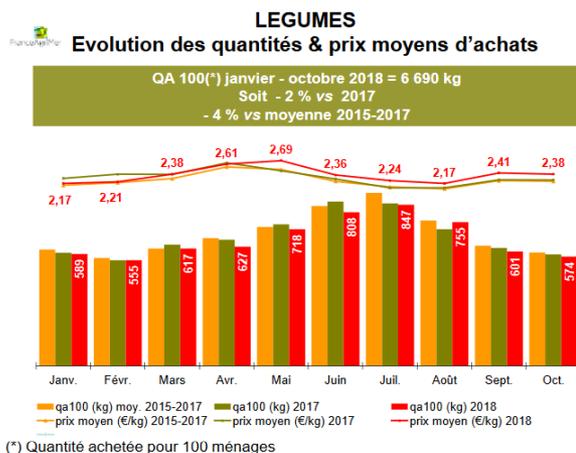
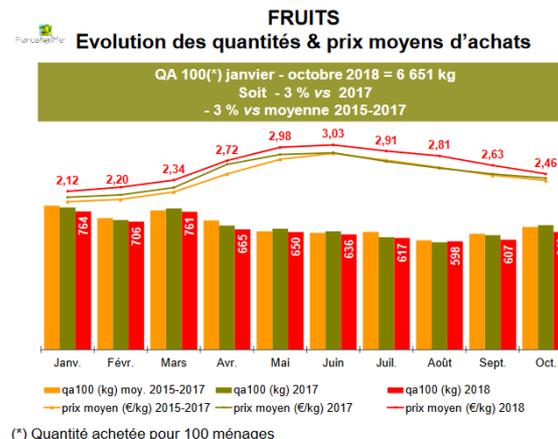
La consommation alimentaire des ménages

La consommation en fruits et légumes frais (10 premiers mois 2018), baisse en volume

Selon les données de Kantar, les achats de **fruits** par les ménages français pour leur consommation à domicile sont en baisse au cours des 10 premiers mois de l'année 2018 par rapport à la même période en 2017 (-3%) et également par rapport à la moyenne triennale (-3%). Les fruits les plus achetés ont été, les bananes, pommes, oranges et pêches-nectarines.

Les volumes d'achats de **légumes** sont aussi en baisse (-2% par rapport à 2017 et -4% par rapport à la moyenne 2015/17). Sur la période, les légumes les plus achetés ont été, dans l'ordre : les tomates, carottes, melons, courgettes et salades.

Enfin, les achats de **potatoes** par les ménages s'inscrivent en recul : -8% par rapport à l'année précédente et aussi de -8% par rapport à la moyenne quinquennale.



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)

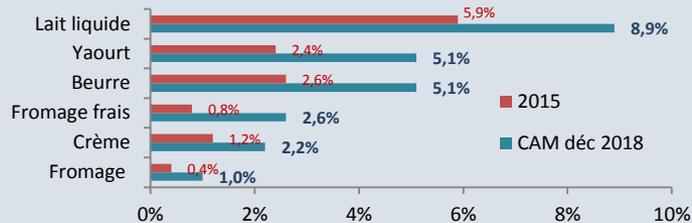


La consommation alimentaire des ménages

Focus sur le bio (1) : toujours dynamique

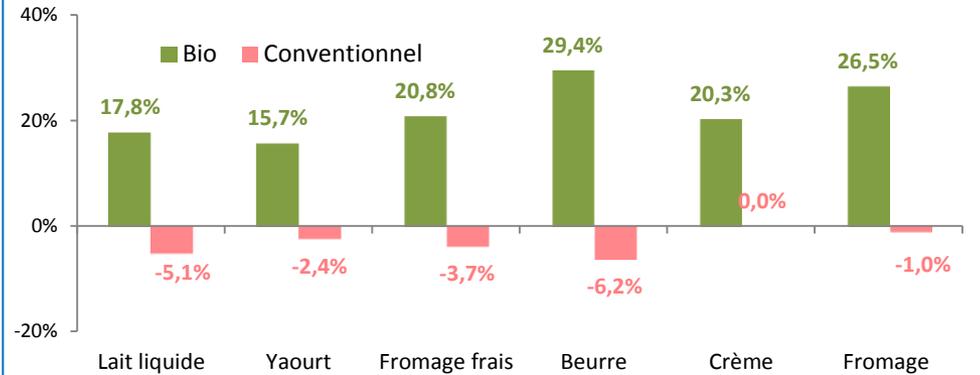
Les produits laitiers bio CAM au 02/12/2018 : FranceAgrimer Kantar

- ❖ En CAM sur 52 semaines au 02/12/2018, les **achats** en produits laitiers bio ont augmenté en volume par rapport à 2015-2017. la consommation de lait bio s'est redressée, après une phase de décrochage en 2017 liée à une pénurie de lait bio en Europe.
- ❖ A noter : poids du bio selon les segments (% vol. CAM au 02/12/2018)



Consommation de produits laitiers bio et conventionnels

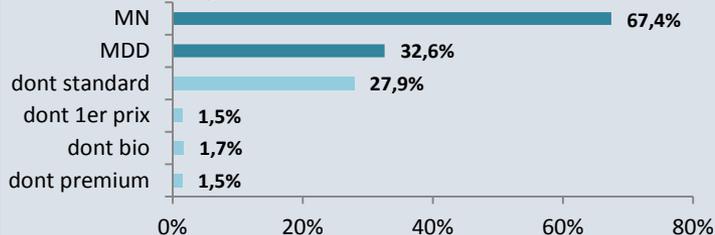
% en volume, CAM 52 semaines au 02/12/2018



Source : Kantar Worldpanel via FranceAgrimer

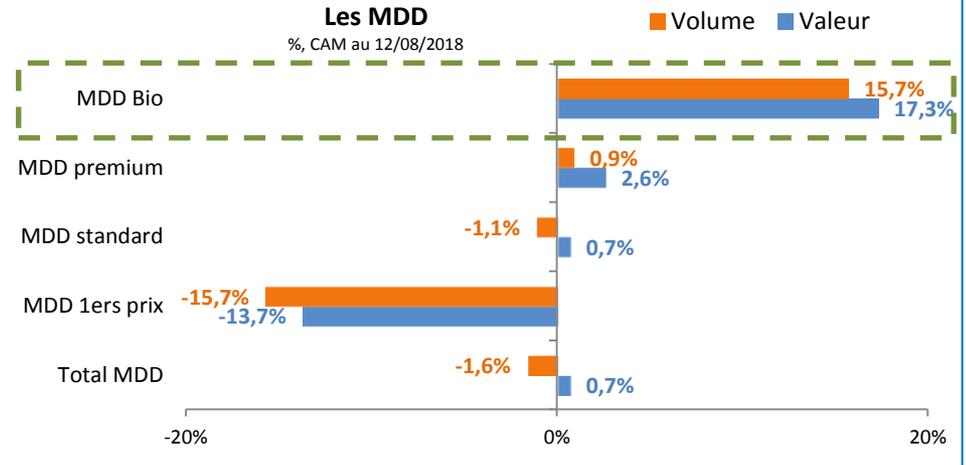
Le bio et le premium soutiennent les MDD en 2018

- ❖ Selon les données de Nielsen en CAM au 02/12/2018, la croissance globale des MDD (tous circuits GMS confondus) est demeurée relativement faible (+0,7% en valeur). Alors que 1ers prix et MDD standard poursuivaient à la baisse, les MDD bio et premium progressaient. La croissance s'est avérée très forte pour le segment des MDD bio (+17,3% en valeur).
- ❖ A noter : segmentation en valeur des ventes en GMS



Les MDD

% CAM au 12/08/2018



Source : Nielsen / HMSM-proxi-drive-SDMP – CAM 02/12/2018



La consommation alimentaire des ménages

Focus sur le bio (2) : le bio a contribué à 40% à la croissance des ventes de PGC-FLS au cours des derniers mois (données Nielsen)

La dynamique de croissance des produits bio sur les marchés des PGC-FLS s'est poursuivie au cours des derniers mois. En cumul annuel mobile au 02/12/2018, selon les données de Nielsen, les ventes de bio ont progressé de 23,3% en valeur (vs +1,9% pour l'ensemble du marché des PGC-FLS). Le bio représente 4% des ventes de PGC-FLS mais a contribué à hauteur de 40,2% à la croissance du marché. A noter, le drive est la catégorie présentant la part la plus élevée de ventes de produits bio à 8% en valeur.



Pénétration

93.7%
+1.8 points vs AN-1



Sommes dépensées par acheteur (€)

129€
+20.67 € vs AN-1

CAM P12

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

CAM P12	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 + PROXI + DRIVE + SDMP	1.9	23.3	4.0	40.2	33.8	66.2
ENSEIGNES HM	0.2	18.7	3.7	100.0	24.4	75.6
ENSEIGNES SM	1.8	21.8	4.4	43.6	26.5	73.5
ENSEIGNES PROXI	3.3	32.0	4.6	34.3	41.0	59.0
ENSEIGNES DRIVE	8.0	30.8	7.0	22.3	37.2	62.8
ENSEIGNES SDMP	4.7	38.2	2.3	14.1	75.1	24.9

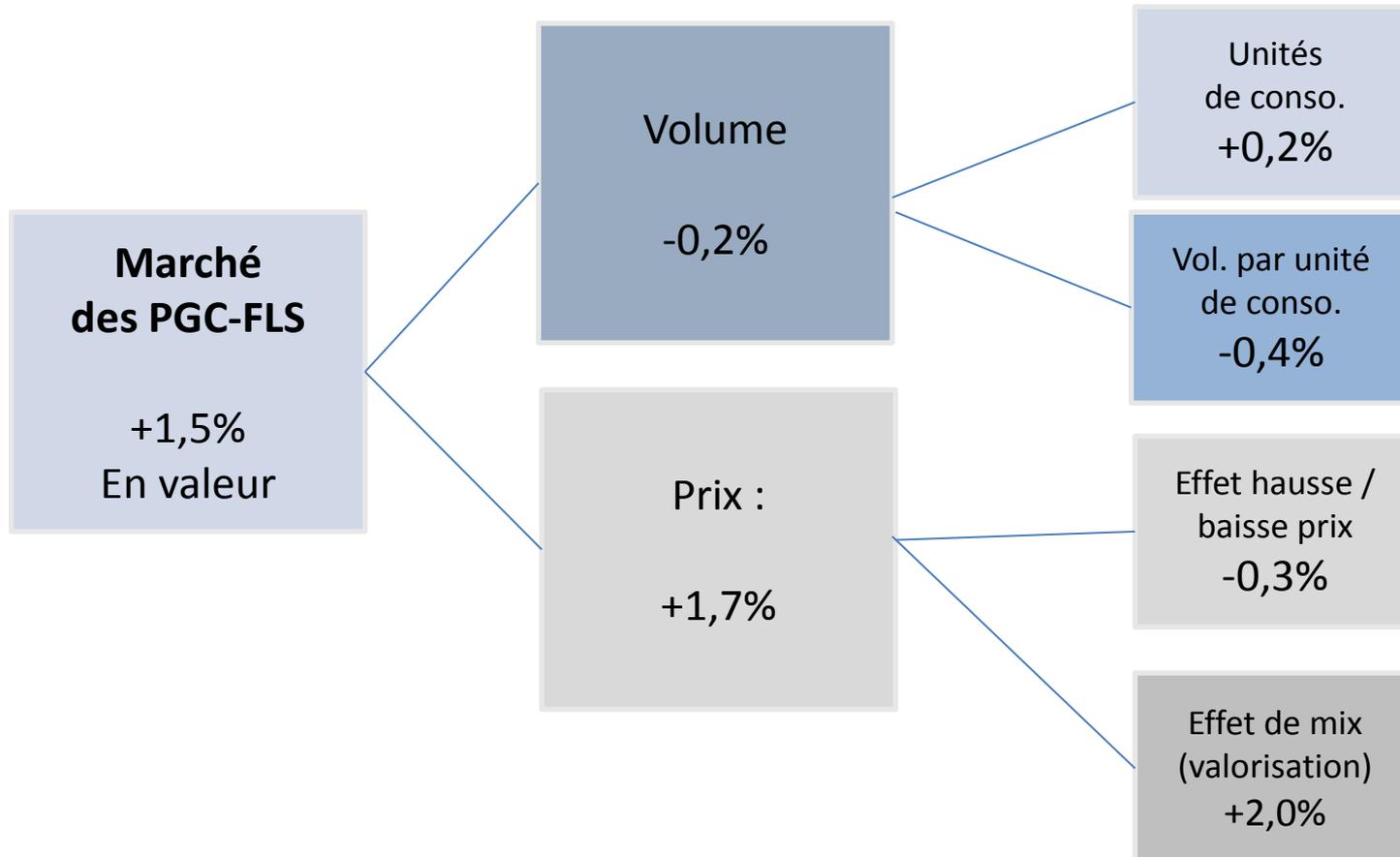
Source : Nielsen / Nielsen ScanTrack et HomeScan / Données arrêtées au 02 décembre 2018 (P12 2018)



GMS : les chiffres des panélistes (1) La valorisation

continue de tirer le marché vers le haut : le marché des PGC-FLS en 2018 (Nielsen)

Selon Nielsen, le marché des PGC-FLS a progressé de 1,5% en valeur en moyenne annuelle en 2018, soit un rythme similaire à celui observé en 2017. L'effet valorisation explique de nouveau la croissance des ventes dans un contexte de quasi-stagnation des volumes. Les dernières semaines de l'année ont été impactées par le mouvement des gilets jaunes (blocage de centres commerciaux, d'entrepôts...) et les ventes de la semaine de Noël ont été globalement moins dynamiques que celles de 2017 (excellente année). A noter en fin que les données de Nielsen s'arrêtent au 30 décembre, les ventes du 31 décembre ne sont donc pas incluses dans ces chiffres. A noter par ailleurs que selon le bilan de Nielsen sur la période allant du 17 décembre 2018 au 6 janvier 2019, les ventes de PGC ont progressé de 2% en valeur, une performance portée par le dynamisme de l'activité des 24 et 31 décembre.

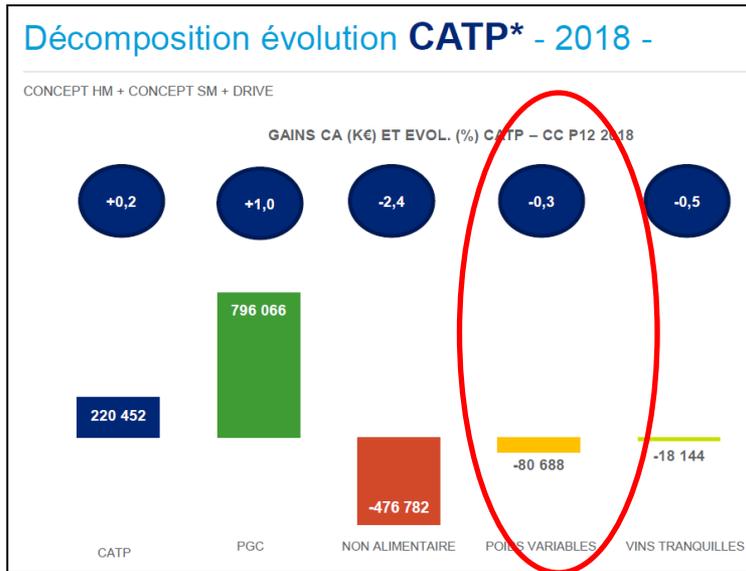


Source : Nielsen résultats au 30/12/2018 – HMSM + SDMP + Drive + Proxi / CAM u 30/12/2018



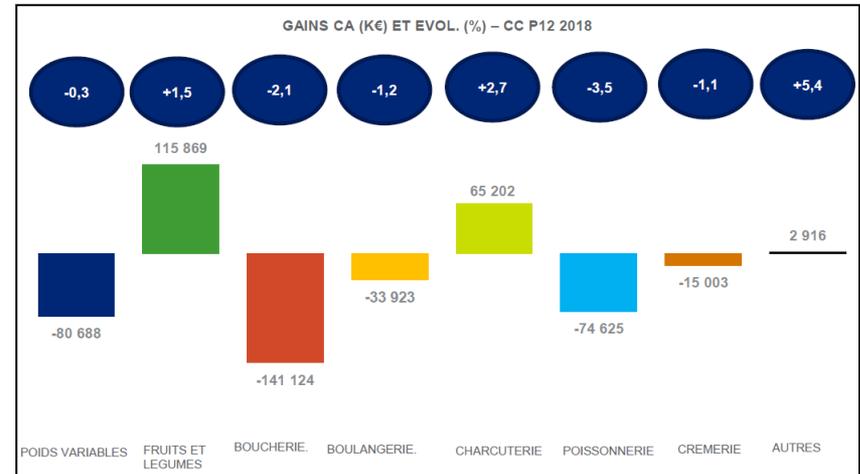
GMS : les chiffres des panélistes (2)

Le suivi du « poids variables » par IRI



- ❖ D'après les données IRI, les ventes du segment « poids variables » (près de 18% du chiffre d'affaires en HM-SM et drive) en hypermarchés, supermarchés et drives se sont contractées de 0,3% en moyenne sur l'exercice 2018 (vs une hausse des PGC de +1% en valeur en 2018).

- ❖ La décomposition du segment « poids variables » montre qu'il est tiré vers le bas par le rayon boucherie et la poissonnerie.
- ❖ *A contrario*, le rayon fruits et légumes s'est redressé en cours d'année, tandis que le rayon charcuterie a continué de progresser.



Le commerce extérieur

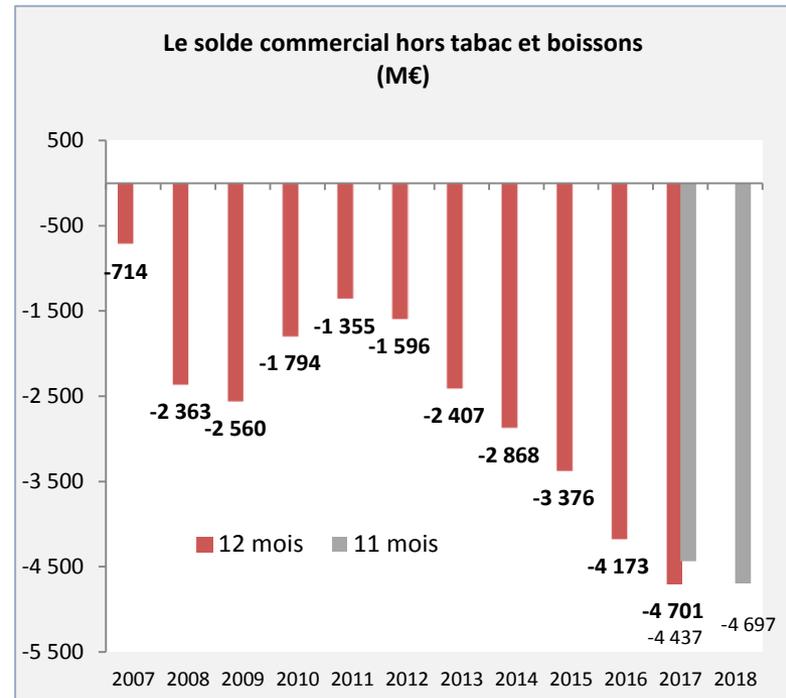
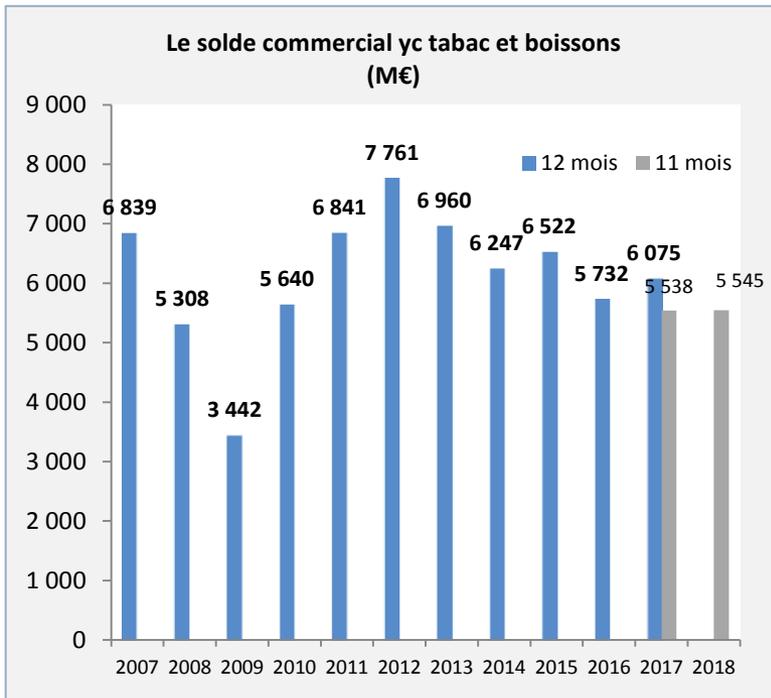
Le commerce extérieur

Le solde commercial des produits agroalimentaires (1)

Hors boissons et tabac, dégradation du solde commercial au cours des 11 premiers mois de 2018

Hors boissons et tabac, le solde commercial des produits agroalimentaire est structurellement déficitaire. Le déficit a atteint plus de 4,7 Md€ en 2017 (vs un excédent élevé de 6,1 Md€ y compris boissons et tabac). Ce déficit est le plus élevé observé. Le solde est resté déficitaire en 2018 sur 11 mois à -4 697 millions d'€.

Le solde commercial y compris boissons et tabac a progressé pour s'établir à 6,1 Md€ sur les 12 mois de l'exercice 2017. Il s'est légèrement amélioré en 2018, pour atteindre 5,5 milliards d'euros par rapport aux 11 premiers mois de 2017.



Source : Douanes

Le commerce extérieur

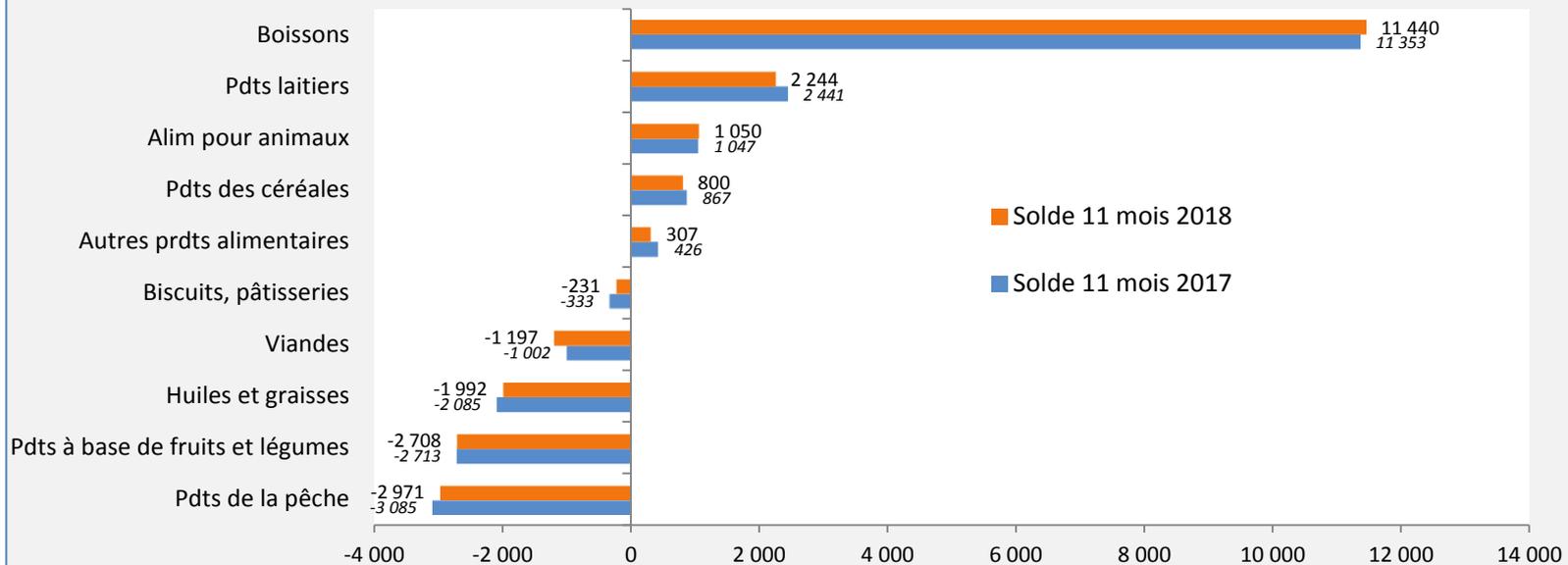
Le solde commercial des produits agroalimentaires (2)

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

Le solde commercial dégagé par les boissons s'est établi à plus de 11,4 Md€ au cours des 11 premiers mois de 2018, quasiment stable par rapport à 2017. Du côté des produits laitiers, l'excédent observé s'est contracté : il s'est établi à 2 244 M€ sur 11 mois en 2018 contre 2 441 M€ en 2017. Les exportations de produits laitiers ont reculé de 1,3% sur 11 mois en 2018 et les importations ont progressé de 3,2% dans le même temps. Le déficit commercial dans les viandes s'est creusé au cours des derniers mois, passant de 1 Md€ sur 11 mois en 2017 à 1,2 M€ en 2018.

Le solde des échanges commerciaux selon les catégories de produits

Unité : million d'euros



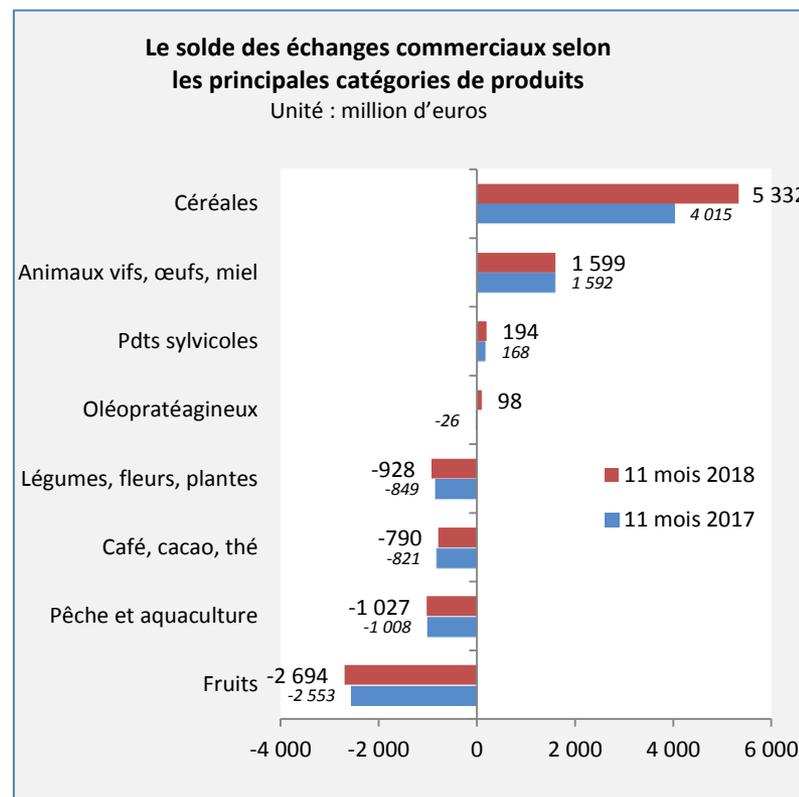
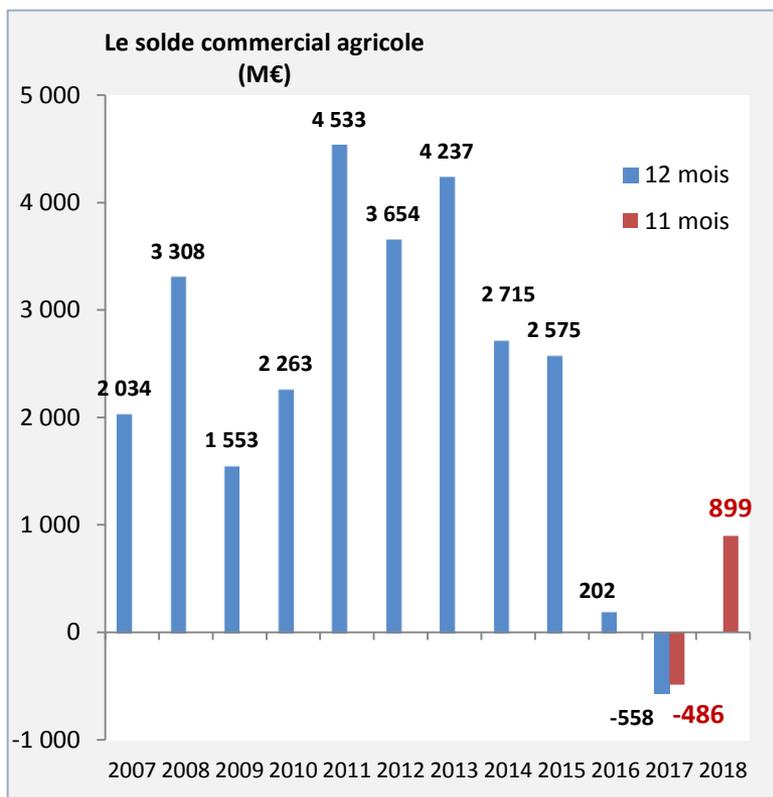
Principaux postes d'échanges / Source : Agreste / Agreste Conjoncture Commerce Extérieur agroalimentaire, Janvier 2019, n°01/12

Le commerce extérieur

Le solde commercial agricole (agriculture, sylviculture et pêche)

Amélioration du solde au cours des 11 premiers mois de l'année 2018

Le solde commercial des produits agricoles bruts s'est établi à près de 900 millions d'euros au cours des 11 premiers mois de 2018, une nette amélioration par rapport au déficit de 2017. Le solde des échanges de céréales s'est notamment amélioré, représentant 5,3 Md€ sur 11 mois vs 4 en 2017 au cours de la même période.



Source : Douanes

Quelles conséquences du Brexit sur les échanges commerciaux ?

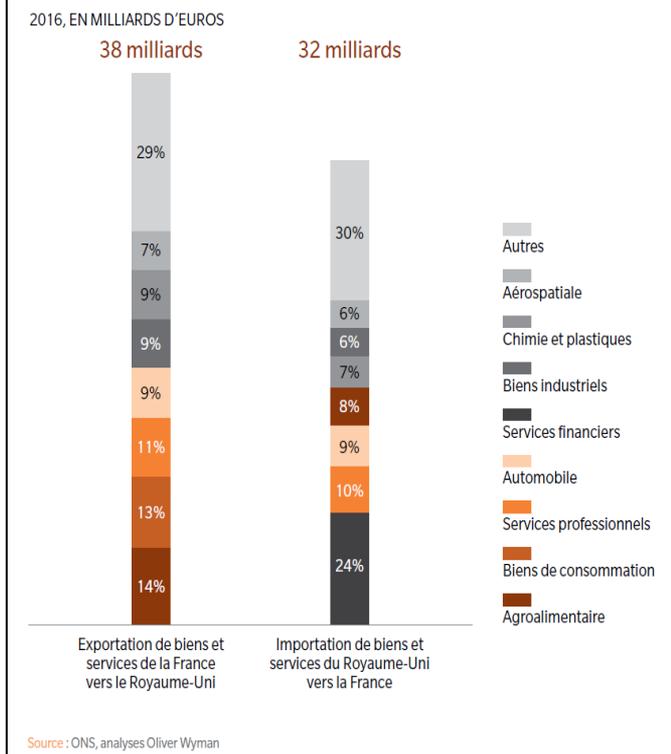


L'industrie agroalimentaire serait le premier secteur pénalisé en France

En 2017, les IAA et l'agriculture françaises ont exporté 5,3 Md€ de produits vers le Royaume-Uni (vs 2,7 Md€ d'importations). Le pays est un partenaire commercial majeur pour les entreprises françaises. A titre de comparaison, les exportation agricoles et alimentaires françaises vers l'Allemagne comme la Belgique s'élevaient à 6,6 Md€, vers l'Italie à 5,7 Md€ et vers l'Espagne à 5 Md€. La part des boissons exportées vers le RU est plus importantes que dans les autres pays européens.

Selon le cabinet Oliver Wyman, plus de trois quarts des coûts directs du Brexit (après mise en place de plans d'atténuation) seront concentrés sur 6 secteurs d'activités : l'agroalimentaire, les biens de consommation, l'industrie chimique, automobile, les biens industriels et l'aérospatiale. L'agroalimentaire est le secteur le plus touché de l'économie française avec des coûts directs totaux de près de 900 M€ par an, soit près d'un quart des coûts directs pour les entreprises françaises. Il s'agit en effet du premier secteur d'exportation de la France au Royaume-Uni. Le Brexit aurait un impact significatif sur les barrières tarifaires (retour aux tarifs de l'OMC) et non-tarifaires (impacts importants des retards, certifications, etc.). Les boissons alcoolisées (vins, spiritueux, etc.) constituent la première catégorie de produits concernée, suivies des produits laitiers et des préparations céréalières.

Figure 4 : Importations et exportations entre la France et le Royaume-Uni



Source : Oliver Wyman

Figure 5 : Estimation des coûts directs après mise en place des mesures d'atténuation pour les exportations françaises dans les différents secteurs d'activité en France

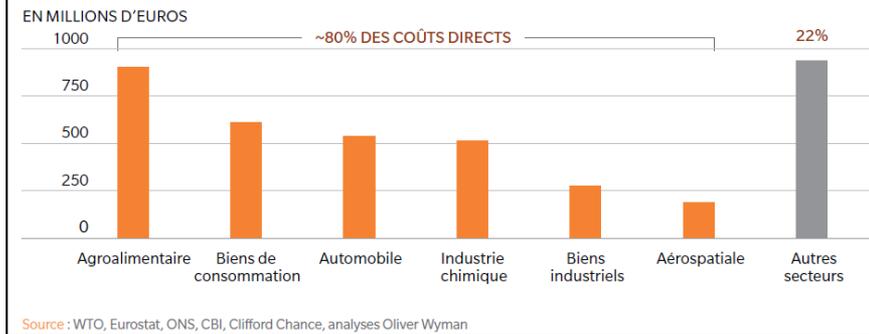
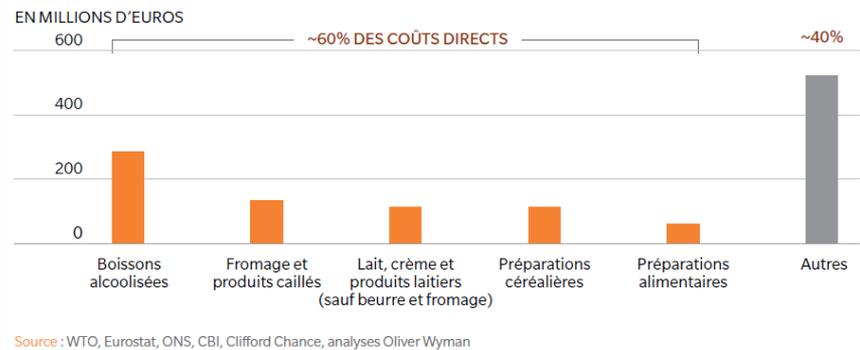


Figure 6 : Estimation des coûts des barrières tarifaires et non-tarifaires pour les principales catégories d'exportations françaises de produits agroalimentaires en France



A lire : études, enquêtes

Etudes, panoramas, enquêtes (1)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Prospective Filière Viande Bovine Nov. 2018	France Agrimer Interbev	« L'objet de cet exercice de prospective est d'élaborer des scénarios pour l'avenir de la filière viande bovine qui puissent servir aux décideurs de la filière, en vue de l'élaboration de stratégies gagnantes. La méthodologie spécifique à la prospective ne prétend pas prédire l'avenir mais s'attache à permettre d'anticiper différentes situations que l'on pourrait rencontrer, sans préjuger de leur caractère probable, souhaitable ou au contraire redoutable. Ces situations et les chemins qui y conduisent sont inscrits dans des « scénarios ». Le groupe d'experts mobilisés, dénommé « cellule d'animation » de la prospective constitué de professionnels de la filière, de chercheurs et d'experts de l'administration compté 17 personnes et s'est réuni 16 fois entre juillet 2016 et mars 2018.	http://www.franceagrimer.fr/content/download/58911/917790/file/Synth%C3%A8se%20prospective%20viande%20bovine.pdf
L'image des produits laitiers au lait de brebis Nov. 2018	France Agrimer CSA	« 70% des Français déclarent consommer des produits au lait de brebis : un niveau de consommation aussi élevé que celui des produits au lait de chèvre (72%), bien que toujours inférieur à celui de produits au lait de vache (93%). Toutefois, cette consommation est moins régulière que celle de produits au lait de chèvre ou de vache : parmi les consommateurs de produits au lait de brebis, 44% en mangent au moins 1 fois par semaine (quand ils sont respectivement 88% et 54% pour le lait de vache et le lait de chèvre). Une consommation portée avant tout par celle des fromages au lait de brebis : parmi les consommateurs, 67% ne consomment que du fromage et 33% consomment à la fois du fromage et de l'ultra-frais au lait de brebis (c'est-à-dire le lait, les yaourts, les desserts lactés, le fromage blanc ou encore la faisselle). Cette famille de produits apparait aussi bien évaluée que celle au lait de chèvre : les Français attribuent une note de 7,4/10 aux produits au lait de brebis (vs. 7,3/10 pour la chèvre). »	http://www.franceagrimer.fr/fam/content/download/57351/896680/file/ETU-LAI-L%27image%20des%20produits%20laitiers%20au%20lait%20de%20brebis-2018.pdf
Economic Bulletin, FoodDrink Europe Oct. 2018	FoodDrink Europe	Bulletin économique de la FoodDrink Europe : les chiffres clés (chiffre d'affaires, échanges commerciaux, emploi...).	https://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/FoodDrinkEurope_Economic_Bulletin_Q2_2018.pdf
Quarter By Numbers : Q3 2018 Décembre 2018	Nielsen	Les chiffres clés sur les marchés de grande consommation par Nielsen sur le 3 ^e trimestre 2018. Les tendances en T3 au sein de la majorité des marchés dans le monde sont globalement plus favorables qu'elles ne l'étaient plus tôt dans l'année. La confiance à l'échelle mondiale a progressé en T3 par rapport à T2. Les dépenses en PGC dans de nombreux pays sont orientées à la hausse.	https://www.nielsen.com/lk/en/insights/reports/2018/global-qbn-q3-2018.html

Etudes, panoramas, enquêtes (2)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
Note conjoncture n°47 – Économie agricole, emploi agricole, santé, PPA, RSA, ATMP, retraite T2 2018 Janvier 2019	MSA	<i>Dans cette note : Léger repli des prix des produits agricoles, Des coûts de production en hausse, Progression du solde des échanges agroalimentaires, Baisse des effectifs des patients au régime des non-salariés et progression au régime des salariés, Hausse des dépenses de soins de ville de 1,1 % au régime agricole en date de soins, Le nombre d'allocataires du RSA socle fléchit en juin 2018, Recul des effectifs de la prime d'activité, A la fin du second trimestre 2018, la diminution des effectifs de retraités salariés et non-salariés agricoles se poursuit</i>	https://statistiques.msa.fr/publication/note-conjoncture-n47-economie-agricole-emploi-agricole-sante-ppa-rsa-atmp-retraite/
L'Observatoire / Agriculture et Agroalimentaire Nov. 2018	Crédit Agricole	<i>L'Observatoire financier des entreprises agroalimentaires a pour objectif de mettre en évidence les tendances du secteur sur les principaux agrégats : activité, marges, rentabilité, endettement et capacité à investir. Ce numéro 11 est consacré aux entreprises IAA dans leur ensemble avec fait un focus sur les entreprises de la filière Viandes, Lait et Plats Cuisinés & Snacking. Les données analysées sont issues des bilans 2017.</i>	http://etudes-economiques.credit-agricole.com/medias/Observ11_compl_et_ecran_112018_V4_INTER.pdf
Observatoire des Prix, T3 2018 Octobre 2018	Institut des Comptes nationaux, Belgique	<i>« Au troisième trimestre 2018, l'inflation totale en Belgique a progressé, s'établissant en moyenne à 2,7% (contre 2,2% en T2 2018). Cette hausse de l'inflation totale entre le deuxième et le troisième trimestre est presque exclusivement due à l'augmentation de l'inflation des produits énergétiques. L'inflation des produits alimentaires non-transformés et des biens industriels non énergétiques a tout de même augmenté, mais dans une bien moindre mesure. En excluant le tabac et les boissons alcoolisées, l'inflation des produits alimentaires transformés aurait atteint 2,5 % au troisième trimestre 2018. Avec un poids de 13,5% dans le panier de consommation total, l'impact des produits alimentaires transformés sur l'inflation totale s'élevait à 0,5 point de pourcentage. »</i>	https://economie.fgov.be/fr/publications/analyse-des-prix-2018-icn
Pourquoi les prix à la consommation des produits laitiers ont-ils tant augmenté ? , T3 2018 Octobre 2018	Institut des Comptes nationaux, Belgique	<i>« Les produits laitiers ont représenté près d'un tiers de l'inflation en Belgique des produits alimentaires transformés, hors tabac, lors du troisième trimestre 2018. L'analyse consiste d'abord à décomposer l'indice des produits laitiers en ses différentes sous-catégories de produits pour voir les différences d'évolution. Puis, elle va comparer l'inflation belge avec celles observées dans les pays voisins. Ensuite, elle va mettre en parallèle les prix à la consommation avec les cotations européennes des produits laitiers sortie industrie. Enfin, une comparaison des prix perçus par les agriculteurs est effectuée en Belgique et les principaux pays voisins. »</i>	https://economie.fgov.be/fr/publications/analyse-des-prix-2018-icn

Etudes, panoramas, enquêtes (3)

Document	Source	Contenu	Lien Internet
L'innovation en Agriculture Janvier 2019	CESE	<p>« Après avoir présenté les principaux défis que doit relever l'agriculture française, l'avis qui ne traite que de l'agriculture et non de l'aval des filières, rappelle sans prétendre à l'exhaustivité, les différentes formes d'innovations susceptibles d'apporter des réponses. Dans une troisième partie, en s'appuyant sur des démarches et expériences qu'il a identifiées, il formule des préconisations destinées à faire en sorte que les innovations répondent au mieux à l'intérêt général, aux besoins des professionnels et aux attentes sociétales. Il aborde ainsi tour à tour les problématiques relatives aux finalités et aux modalités de la recherche, au soutien à apporter aux innovateurs et à celles et ceux qui les accompagnent dans la diffusion et l'appropriation des innovations. »</p>	https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2019/2019_01_innovation_agriculture.pdf
Top 10 Global Consumer Trends 2019 Janvier 2019	Euromonitor	<p>Les 10 tendances du consommateur en 2019 : age agnostic, I want a Plastic Free World, Everyone's an expert, Digitally together, I can look at myself, I want it now, Loner living, Finding my JOMO, Conscious consumer, Back to basics for status</p>	https://blog.euromonitor.com/
Les entreprises françaises face au Brexit 2018	Oliver Wyman Clifford Chance	<p>Oliver Wyman a collaboré avec Clifford Chance pour estimer l'impact que de nouvelles barrières tarifaires et non-tarifaires entre le RU et l'UE pourraient avoir sur les entreprises exportatrices européennes et britanniques. La France serait le 3^e pays le plus impacté de l'UE avec un coût total d'environ 4 Md€ / an. Seront particulièrement touchés les secteurs de l'agroalimentaire (produits laitiers, vins et spiritueux, etc.), des biens de consommation (joaillerie, parfums, habillement, etc.) ainsi que les industries automobile, chimique et aérospatiale et les biens industriels.</p>	https://www.oliverwyman.fr/content/dam/oliver-wyman/europe/france/fr/Publications/Entreprises-Francaises-Brexit.pdf