



## Productions commercialisées des industries agroalimentaires

### Forte hausse des ventes de boissons, baisse des ventes de produits alimentaires en 2015

En 2015, les ventes conclues par les industriels de l'agroalimentaire s'élèvent à 124,7 milliards d'euros, soit une augmentation de 200 millions d'euros par rapport à 2014. Cette hausse s'explique avant tout par la très forte croissance des ventes de boissons, tirées par la dynamique des prix. Comme en 2014, les ventes des industries alimentaires diminuent. La baisse des ventes est particulièrement marquée pour les huiles, graisses et les produits laitiers. Seules les ventes de produits de boulangerie-pâtisserie et de fruits et légumes transformés sont orientées à la hausse.

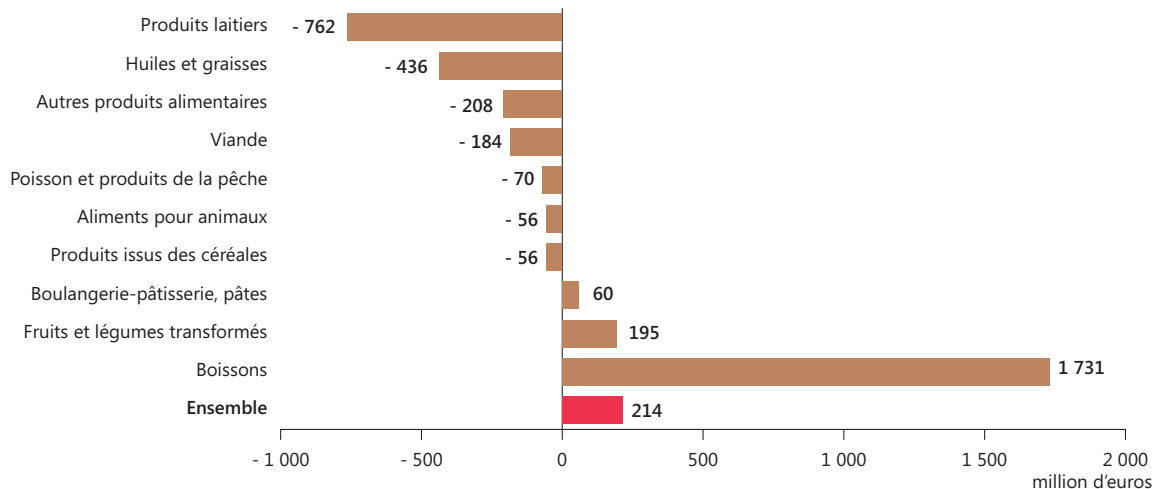
**E**n 2015, les industriels de l'agroalimentaire ont commercialisé 124,7 milliards d'euros de produits alimentaires et boissons. Les ventes repartent très légèrement à la hausse (+ 0,2 %), après un repli en 2014 (- 0,9 %). Les industriels s'appuient sur une croissance

plus forte de la consommation intérieure alimentaire (+ 1,1 % en volume, contre + 0,7 % en 2014) et bénéficient également d'un regain des exportations qui augmentent en valeur de 2,8 % en 2015, après - 0,7 % en 2014. En forte hausse et représentant 21 % des ventes, les boissons

sont le principal moteur des ventes de l'industrie agroalimentaire. L'industrie alimentaire (hors boissons), avec 79 % de l'ensemble des ventes agroalimentaires, est confrontée à des baisses dans la majorité des secteurs. ➤➤

#### La forte hausse des ventes de boissons compense les baisses des ventes de produits laitiers et autres produits de l'industrie alimentaire

##### Variations en valeur de la production agroalimentaire



Source : SSP - Agreste - Prodcom - résultats définitifs septembre 2016

Comme en 2014, les prix des produits alimentaires ont baissé (- 1,6 % en 2015, après - 1,3 % en 2014) tandis que ceux des boissons sont de nouveau en hausse, mais de manière plus modérée (+ 1,6 % en 2015, contre + 3,2 % en 2014).

### Dynamisme des ventes de boissons

En 2015, les ventes de boissons augmentent de près de 1,7 milliard d'euros, soit une hausse de 6,9 % par rapport à 2014. Avec près de 20 milliards de ventes et une progression de 8,1 % en un an, les boissons alcoolisées constituent un moteur pour l'industrie agroalimentaire. Parmi elles, après deux années consécutives de baisse en 2012 et 2013, les ventes de champagne continuent leur croissance (+ 5,4 %, après + 3,0 % en 2014) grâce à la demande extérieure. Les ventes de vins hors champagne augmentent également. Les volumes sont en hausse (2,0 %) et une meilleure valorisation des vins, notamment des AOP, permet une croissance des ventes. À l'export, les ventes diminuent en volume mais les prix permettent une légère augmentation du montant des ventes (+ 330 millions d'euros).

### Seuls les prix des boissons augmentent significativement en 2015

Évolution des prix à la production	2014/2013	2015/2014
	%	%
Viande et produits à base de viande	- 2,1	- 1,7
Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche <sup>1</sup>	+ 0,7	+ 0,1
Fruits et légumes transformés	+ 0,7	- 1,2
Huiles et graisses végétales et animales	- 10,1	- 1,6
Produits laitiers	+ 3,3	- 2,8
Produits issus des céréales (farines, amidons et dérivés)	- 8,0	- 3,2
Produits de boulangerie, pâtisserie et pâtes alimentaires	- 0,2	- 0,6
Autres produits alimentaires (sucre, chocolaterie, confiserie, plats préparés...)	- 1,2	- 0,4
Aliments pour animaux	- 5,8	- 2,7
<b>Produits des industries alimentaires</b>	<b>- 1,3</b>	<b>- 1,6</b>
<b>Boissons</b>	<b>+ 3,2</b>	<b>+ 1,6</b>

1. Indice disponible pour le marché français uniquement.

Source : Insee - Indice de prix à la production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés - Prix de base

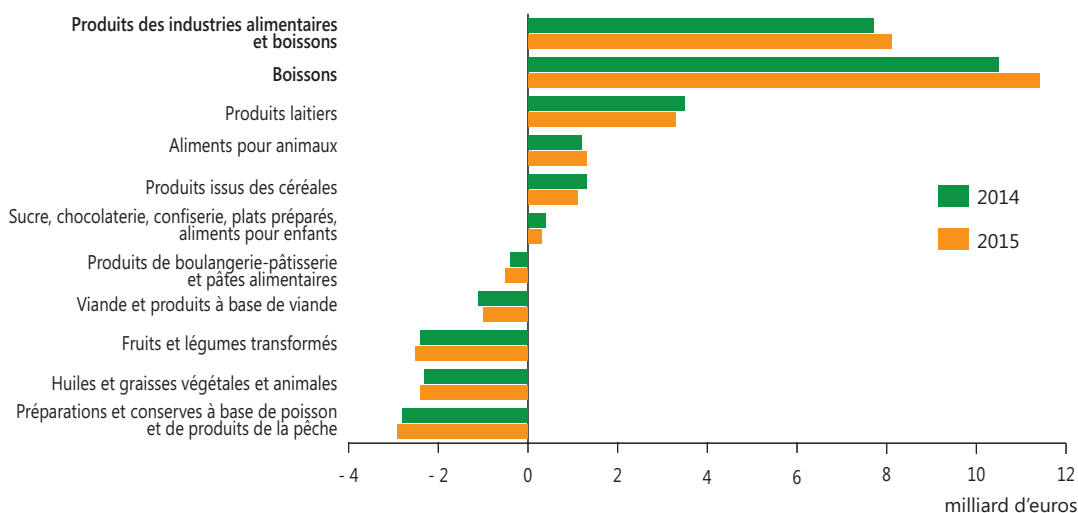
Produit de terroir presque totalement exporté, le cognac, qui se vend dans 160 pays, porte à lui seul 70 % des exportations de spiritueux français. Ses ventes (2,6 milliards d'euros) renouent avec la croissance après une baisse passagère en 2014, induite notamment par les restrictions chinoises aux importations. La demande nord-américaine est toujours très forte pour ce produit. Les ventes de bières diminuent par rapport à 2014, année où elles avaient été

dopées par la coupe du monde de football.

Les boissons non alcoolisées contribuent également à l'accroissement des ventes de l'agroalimentaire (6,9 milliards d'euros, soit + 3,8 % en un an). Les ventes de boissons rafraîchissantes telles que limonades, colas et sodas progressent encore. C'est aussi le cas pour les ventes d'eaux de table (minérales et de source). Les deux épisodes de canicule en juillet puis de douceur en fin d'année ont en effet

### Tiré notamment par les boissons, l'excédent commercial progresse

#### Solde commercial des industries agroalimentaires en 2014 et 2015



Source : DGDDI (Douanes)

**Ventes en berne pour les produits alimentaires mais dynamiques pour les boissons**  
**Productions commercialisées des industries agroalimentaires**

Produit commercialisé	Évolution 2014/2013	Évolution 2015/2014	Ventes 2015	Part dans la production des IAA
	%	%	milliard d'euros	%
<b>Produits des industries alimentaires</b>	<b>- 1,8</b>	<b>- 1,5</b>	<b>98,1</b>	<b>79</b>
Viande et produits à base de viande	- 2,2	- 0,7	25,3	20
<i>viande de boucherie</i>	- 3,5	- 3,0	12,9	10
<i>viande de volaille</i>	- 1,8	+ 2,3	4,7	4
<i>charcuterie industrielle, foie gras, conserves de viande</i>	+ 0,1	+ 0,1	7,7	6
Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche	+ 2,5	- 2,2	3,2	3
Fruits et légumes transformés	+ 2,5	+ 3,5	5,8	5
Huiles et graisses animales et végétales	- 19,6	- 13,6	2,8	2
Produits laitiers	+ 3,8	- 3,6	20,5	16
<i>dont beurre</i>	+ 9,2	- 5,7	1,8	1
<i>fromages</i>	+ 2,6	- 0,5	8,4	7
<i>glaces et sorbets</i>	+ 7,8	+ 3,4	1,0	1
Travail des grains, fabrication de produits amylacés	- 2,3	- 1,0	5,3	4
<i>dont produits amylacés</i>	- 5,8	- 2,9	2,1	2
Produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires	+ 4,2	+ 0,7	8,3	7
<i>dont pain, pâtisserie et viennoiserie fraîches</i>	+ 0,3	+ 0,2	5,1	4
<i>pâtes alimentaires</i>	+ 3,7	+ 7,0	0,6	1
Autres produits alimentaires	- 7,3	- 1,2	17,1	14
<i>dont sucre</i>	- 15,5	- 20,6	2,1	2
<i>chocolaterie, confiserie</i>	- 8,1	- 3,0	3,7	3
<i>plats préparés</i>	- 3,4	+ 1,8	4,4	4
Aliments pour animaux	- 2,8	- 0,6	9,8	8
<i>animaux de ferme</i>	- 4,0	- 1,8	7,2	6
<i>animaux de compagnie</i>	+ 0,7	+ 3,0	2,6	2
<b>Boissons</b>	<b>+ 2,8</b>	<b>+ 6,9</b>	<b>26,6</b>	<b>21</b>
Boissons alcooliques distillées (spiritueux)	+ 10,4	+ 17,9	5,4	4
Vins	+ 4,2	+ 5,2	12,0	10
<i>dont champagne</i>	+ 3,0	+ 5,4	4,7	4
Bière	+ 7,5	+ 4,5	2,1	2
Boissons non alcoolisées	+ 3,7	+ 3,8	6,9	6
<b>Produits des industries alimentaires et boissons</b>	<b>- 0,9</b>	<b>+ 0,2</b>	<b>124,7</b>	<b>100</b>

Source : SSP - Agreste - Prodcum - résultats définitifs septembre 2016

►► encouragé la consommation de ce type de boissons. L'excédent commercial des boissons, point fort du commerce extérieur des industries alimentaires, profite de la bonne santé du secteur pour atteindre un nouveau record (+ 11,4 milliards d'euros).

### Repli des viandes de boucherie

Pour les industriels de la viande, les ventes poursuivent leur repli en 2015 (- 0,7 %), mais plus légèrement qu'en 2014 (- 2,2 %). Ceci est la conséquence de la forte baisse des ventes de viande de boucherie qui diminuent pour la troisième année successive. Les tonnages commercialisés,

destinés à l'alimentation humaine, sont stables mais la chute des prix entraîne une forte contraction des valeurs commercialisées. Produit plus accessible que le bœuf, la volaille résiste à la crise : ses ventes augmentent ainsi de 2,3 % en 2015. La hausse des tonnages compense ainsi largement le recul des prix. Le constat est similaire pour la charcuterie industrielle et les conserves de viande. Les exportations de viande et produits à base de viande stagnent et les importations reculent de 210 millions d'euros en 2015. En conséquence, le déficit commercial se réduit (- 960 millions d'euros en 2015, après - 1,15 milliard en 2014).

### Forte diminution des ventes des produits laitiers

En 2015, les ventes de l'industrie laitière diminuent de 760 millions d'euros. Cette baisse (- 3,6 %) contraste avec la hausse de 3,8 % observée en 2014. Le secteur a été confronté à une forte baisse des prix (- 2,8 %), notamment ceux des produits laitiers industriels. Dans un contexte de suppression des quotas laitiers en avril 2015, la production laitière européenne est répartie à la hausse et les industriels ont dû transformer davantage de lait en poudre et de beurre qu'en 2014. L'industrie fromagère enregistre également une hausse de ses volumes (+ 1,1 %) mais avec une baisse des prix moyens, les ►►

» ventes reculent (- 38 millions d'euros, soit - 0,5 %). Globalement, dans un contexte de réduction des exportations et des importations, l'excédent commercial des produits laitiers se réduit légèrement mais reste largement positif (+ 3,3 milliards en 2015).

### Les matières premières céréalières globalement en baisse

En ce qui concerne la meunerie, les ventes augmentent légèrement (+ 0,8 %). Les exportations progressent moins vite que les importations et l'excédent commercial se réduit (+ 120 millions d'euros en 2015, contre + 180 millions d'euros en 2014).

Dans les industries de produits amylacés, les ventes diminuent (- 2,9 %). Dans un contexte de léger recul des exportations et des importations, l'excédent commercial de ces produits stagne mais reste largement positif (+ 0,9 milliard en 2015).

### Hausse des prix pour la boulangerie-pâtisserie et pour les pâtes

Les ventes des industriels de la boulangerie-pâtisserie progressent. Plus gros contributeur du secteur, les volumes vendus de pains industriels se réduisent légèrement mais leur valeur progresse (+ 0,2 %). Le constat est identique pour l'activité de biscuiterie (- 2,0 % en volume mais + 0,4 % en valeur).

La production commercialisée de pâtes et de couscous croît également fortement en valeur (+ 7 %). Les prix orientés à la hausse permettent de compenser la légère baisse des volumes (- 0,4 %). Le déficit des échanges de produits industriels de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires se creuse, conséquence de la hausse plus importante en valeur des importations que des exportations.

### Une baisse moins prononcée qu'en 2014 pour l'alimentation animale

Les ventes d'aliments pour animaux enregistrent de nouveau une légère baisse (- 0,6 %), avec presque 60 millions d'euros en moins. Cela s'explique à la

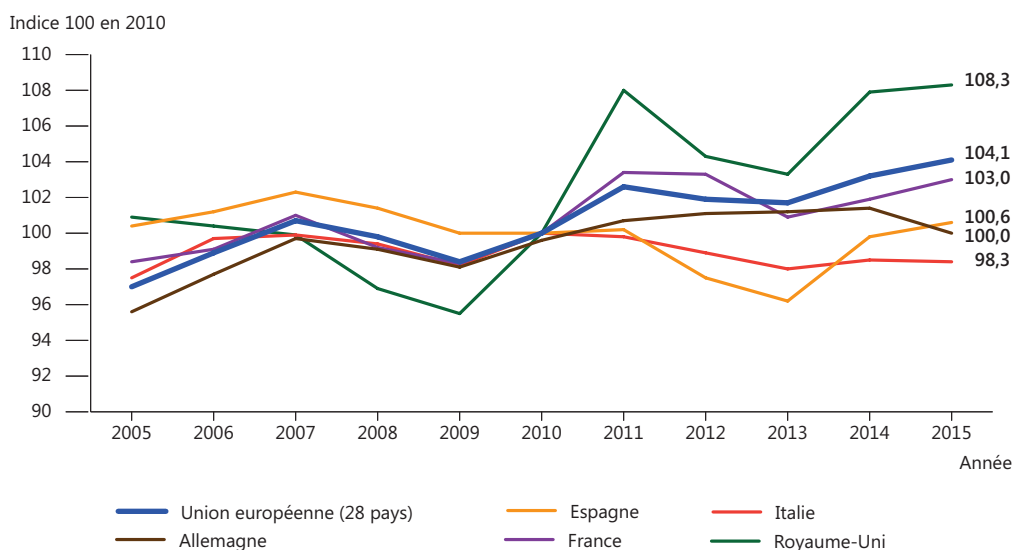


## L'agroalimentaire en Europe

Après une progression de 1,5 % en 2014, les volumes agroalimentaires produits en Europe continuent d'augmenter mais moins fortement (+0,9 %). La France y contribue avec une hausse de sa production de 1,1 %. Pourtant, l'origine des croissances française et européenne en 2015 est différente. Alors que la France s'appuie sur une hausse de la production très forte pour les boissons (+3,8 %) et modérée pour l'alimentaire (+0,6 %), la production européenne augmente significativement pour l'alimentaire (+1,1 %) et

baisse pour les boissons (-0,2 %). Parmi les principaux pays de l'industrie agroalimentaire, seule l'Italie connaît une hausse du volume des boissons. L'Allemagne, première puissance agroalimentaire de l'Union européenne devant la France, est confrontée à une baisse en 2015 (-0,3 % pour l'alimentaire et -7,5 % pour les boissons). L'Espagne connaît une deuxième année consécutive de croissance de son secteur alimentaire, après 2 années de baisse.

### La production agroalimentaire européenne continue sa progression



Source: Eurostat - indice de la production en volume des industries alimentaires et boissons (hors vins) - données corrigées des jours ouvrables

►► fois par un fort recul des prix, consécutif à celui des matières premières utilisées, céréales et oléoprotéagineux pour l'essentiel, et par une légère contraction des volumes écoulés (- 0,2 %). Dans un contexte de baisse du prix du lait supérieure à celles des coûts, les tonnages commercialisés d'aliments pour bovins diminuent (- 4,2 %). Avec un marché porcin fragile en 2015, les tonnages commercialisés pour aliments porcins se réduisent légèrement (- 0,6 %). À l'inverse, dans un contexte de consommation soutenue, les aliments pour volailles progressent aussi bien en volume qu'en valeur. C'est aussi le cas des aliments pour animaux de compagnie. Porté par la progression des volumes exportés, l'excédent commercial continue de croître.

### **Solde commercial largement négatif pour les poissons et pour les huiles**

Les volumes commercialisés par les industriels du poisson se replient (- 2,1 %). Poissons frais, congelés, fumés ou crustacés..., toutes les productions baissent à l'exception des conserves. Les quantités produites par les industriels français ne suffisent pas à couvrir les besoins des consommateurs et pèsent sur le commerce extérieur des produits de la pêche. Ce dernier, en

déficit structurel relativement plus élevé que dans les autres secteurs, continue de se creuser en 2015 (- 2,9 milliards d'euros), obérant le solde commercial de l'ensemble des industries agroalimentaires.

Les ventes d'huiles et de graisses continuent de diminuer fortement: - 13,6 % en 2015, après - 19,6 % en 2014. Le coût élevé des matières premières conduit les industriels à réduire leurs productions. Le secteur continue aussi sa restructuration, ce qui a un impact négatif sur le volume des ventes. Les exportations enregistrent de nouveau en 2015 une hausse de leurs valeurs mais l'augmentation très forte des importations fait progresser le déficit commercial, l'un des plus élevés des industries agroalimentaires.

### **Bons résultats pour les fruits et légumes transformés**

Dans l'industrie des fruits et légumes préparés, les ventes sont en hausse: + 195 millions d'euros. Cette croissance (+ 3,5 %) est plus forte que celle observée en 2014 (+ 2,5 %). Ce secteur ne bénéficie pas de hausse des prix (- 1,2 %) et doit cette progression à l'augmentation des volumes commercialisés. Tous les types de produits (préparations à base de pomme de terre, jus de fruits et légumes, conserves de légumes et de

fruits) sont concernés. Seule ombre au tableau, la baisse des exportations et la hausse des importations dégradent le solde commercial.

### **Des ventes encore en baisse pour le sucre et le cacao**

En 2015, les ventes des « autres produits alimentaires », appellation réunissant sucre, chocolats, bonbons, plats préparés et autres produits de seconde transformation, baissent pour la troisième année consécutive (- 1,2 %). Comme en 2014, cette baisse est surtout le reflet de la chute des ventes de sucre consécutive au recul des cours. Les tonnages sucriers commercialisés augmentent mais du fait d'un prix plus faible qu'en 2014, les ventes sont en fort recul (- 21 %). Celles de la chocolaterie-confiserie sont en baisse (- 3 %), malgré un prix en hausse. Les ventes de plats préparés progressent (+ 1,8 %) mais ne retrouvent pas leur niveau d'avant la crise de la fraude à la viande de cheval. L'excédent commercial des « autres produits alimentaires » se réduit légèrement en 2015, malgré des exportations en hausse.

#### **Thierry Guillaume**

*SSP - Bureau des statistiques des industries agricoles et alimentaires*

## Méthodologie

L'enquête annuelle Prodcum mise en place dans le cadre du règlement européen PRODCOM (PRODUCTION COMMUNAUTAIRE) – règlement n° 3924 du 19 décembre 1991 – permet de disposer de données annuelles sur les quantités et les valeurs de la production commercialisée des industries agricoles et alimentaires pour l'ensemble des pays de l'Union européenne. Les productions de l'artisanat commercial de charcuterie et de boulangerie-pâtisserie sont exclues.

En France, ces enquêtes sont effectuées sous la responsabilité du service de la statistique et de la prospective (SSP) du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, soit directement par ce service, soit par les organismes professionnels agréés. Dans le domaine des boissons alcoolisées, certaines données reprennent les informations de bureaux interprofessionnels (bureau national interprofessionnel du cognac par exemple). Les ventes de vins sont estimées à partir de sources statistiques (RICA – Réseau d'information comptable agricole, SAA – Statistique agricole annuelle). Sont interrogées pour les enquêtes les entreprises (exceptionnellement l'établissement) employant vingt salariés et plus et qui fabriquent, sur le territoire français, y compris les départements d'outre-mer, les produits retenus sur la liste Prod-

com. Toutefois, pour garantir une couverture de 90 % sur l'ensemble de chaque classe à quatre chiffres de la nomenclature européenne NACE imposée par le règlement, l'enquête doit, dans bien des cas, aller au-delà et inclure tous les producteurs quelle que soit la taille de l'entreprise.

Les données Prodcum, publiées dans le Primeur n° 330 (novembre 2015), pour les années 2013 et 2014 ont été revues en septembre 2016, suite notamment à une révision de la méthodologie d'estimation des ventes de vin. Pour 2013, la rectification porte uniquement sur le montant des ventes de vins (- 1,6 milliard d'euros). Pour 2014, des corrections à la marge ont été opérées dans divers secteurs mais les révisions les plus marquées concernent les vins (- 1,6 milliard d'euros) et les boissons alcooliques distillées (+ 0,6 milliard d'euros). Au final, les ventes des industriels de l'agroalimentaire passent de 126,6 milliards à 124,5 milliards d'euros en 2014 (- 1,1 milliard).

En complément de l'enquête Prodcum, d'autres sources ont été utilisées dans cette publication (indice des prix à la production, indice de la production industrielle, commerce extérieur...). Elles peuvent couvrir des champs légèrement différents.

### Pour en savoir plus

■ Consultez le site Internet du SSP:

[www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

Accès par l'onglet « **Conjoncture** »

Rubrique « **IAA** »

Le tableau de bord mensuel des IAA

Accès par l'onglet « **Thématiques** »

Rubrique « **Entreprises agroalimentaires** »

Production commercialisée

### Publications:

« En 2015, la production en volume des IAA a augmenté pour la 2e année consécutive »

*Agreste conjoncture Synthèses n° 2016/086 - mai 2016*

« En 2015, les exportations de vins et alcools tirent la croissance de l'excédent agroalimentaire français »

*Agreste conjoncture Synthèses n° 2016/283 - mars 2016*

« En 2015, l'excédent agroalimentaire français s'élève à près de 9,4 milliards d'euros »

*Agreste conjoncture Commerce extérieur agroalimentaire n° 02/12 - février 2016*

« En 2015, des marchés agricoles sous la pression des excédents mondiaux et communautaires »

*Agreste conjoncture Bilan conjoncturel 2015 n° 8 - décembre 2015*

« Productions commercialisées des industries agroalimentaires: léger repli des ventes en 2014 »

*Agreste Primeur n° 330 - novembre 2015*

## Agreste : la statistique agricole

### Secrétariat général - Service de la Statistique et de la Prospective

3, rue Barbet de Jouy  
75349 Paris 07 SP  
[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

Directrice de la publication: Béatrice Sédillot  
Composition: Brigitte Poulette  
Impression: AIN - ministère de l'Agriculture

Dépôt légal: à parution:  
ISSN: 1760-7132 ■ Prix: 2.50 €  
© Agreste 2016

