

Télécharger les données au format tableur

# Une hausse plus modérée des ventes de produits agroalimentaires en 2012

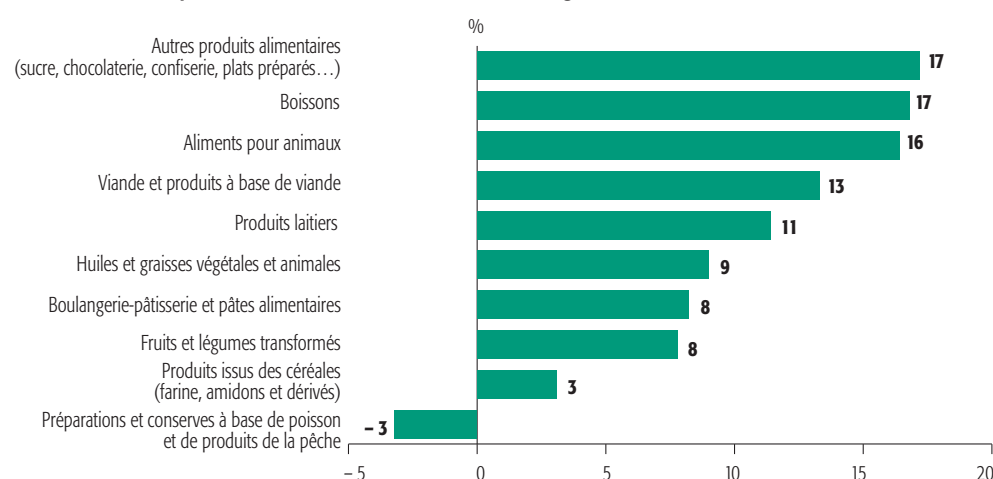
En 2012, en France, la valeur de la production agroalimentaire augmente de 3,8 %, un rythme ralenti comparé à 2011. Le sucre, les boissons et les aliments pour animaux contribuent le plus à cette progression. Les ventes de viande et produits à base de viande s'accroissent dans un contexte de prix élevés. Les produits laitiers connaissent une année contrastée, moins favorable que 2011.

En 2012, la valeur de la production agroalimentaire commercialisée s'élève à 123 milliards d'euros. Cette valeur est en hausse de 3,8 % par rapport 2011, un rythme inférieur à celui de l'année précédente (+ 6,3 %) et à celui de la production agricole (+ 5,1 %). Globalement, les volumes fabriqués diminuent légèrement (- 0,8 %), comme dans l'ensemble de l'Union européenne, alors qu'ils avaient progressé en 2011 (+ 3,1 %).

La progression des prix à la production des industries alimentaires ralentit (+ 2,9 %), après la forte hausse de 2011 (+ 6,3 %). Les boissons, les autres produits alimentaires (sucre, chocolaterie, confiserie, plats préparés...) et les aliments pour animaux contribuent le plus à l'accroissement des ventes en valeur. Tiré par les boissons, l'excédent des industries agroalimentaires augmente (9,2 milliards d'euros en 2012 après 8,4 milliards en 2011).

### La moitié de la hausse des ventes portée par les boissons, les autres produits alimentaires et les aliments pour animaux

Contribution des produits à l'accroissement des ventes agroalimentaires en valeur entre 2011 et 2012



Note de lecture : l'évolution de la valeur des ventes des boissons, entre 2011 et 2012, représente 17 % de l'évolution de la valeur des ventes de l'ensemble des produits agroalimentaires.

Source : SSP - Agreste - Prodcom - résultats définitifs rectifiés

### Les boissons : principal moteur de l'excédent commercial

Comme en 2011, les boissons figurent parmi les premiers contributeurs à l'accroissement des ventes de la production agroalimentaire. Les volumes commercialisés progressent de 3 % au même rythme que les valeurs. Les ventes de champagne, en recul en volume mais stables en valeur, pâtissent d'un contexte économique défavorable en France et dans le reste de l'Union européenne. Cependant, les exportations de champagne, comme celles de vins de Bordeaux et de cognac, demeurent les principaux moteurs de l'excédent commercial des industries agroalimentaires. En 2012, la production commercialisée de >

## Des ventes de produits agroalimentaires moins dynamiques qu'en 2011

Produit commercialisé	Évolution 2011/2010	Évolution 2012/2011	Ventes 2012 milliard d'euros	Part dans la production des IAA %
	%			
<b>Produits des industries alimentaires</b>	<b>+ 5,7</b>	<b>+ 3,9</b>	<b>98,6</b>	<b>80</b>
<b>Viande et produits à base de viande</b>	<b>+ 5,6</b>	<b>+ 2,4</b>	<b>25,8</b>	<b>21</b>
dont viande de boucherie	+ 5,9	+ 2,2	14,0	11
viande de volaille	+ 8,7	- 3,8	4,4	4
charcuterie industrielle, foie gras, conserves de viande	+ 3,2	+ 6,8	7,4	6
<b>Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche</b>	<b>+ 11,0</b>	<b>- 5,1</b>	<b>s</b>	<b>5</b>
<b>Fruits et légumes transformés</b>	<b>- 3,5</b>	<b>+ 7,2</b>	<b>5,2</b>	<b>4</b>
<b>Huiles et graisses animales et végétales</b>	<b>+ 27,2</b>	<b>+ 11,8</b>	<b>3,8</b>	<b>3</b>
<b>Produits laitiers</b>	<b>+ 5,7</b>	<b>+ 2,7</b>	<b>19,6</b>	<b>16</b>
dont beurre	+ 10,5	- 4,5	1,5	1
fromages	+ 1,1	+ 3,9	7,7	6
glaces et sorbets	+ 2,6	+ 2,2	0,9	1
<b>Produits issus des céréales</b>	<b>+ 14,5</b>	<b>+ 2,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4</b>
dont produits amylacés	+ 22,5	+ 10,3	2,2	2
<b>Produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires</b>	<b>+ 1,2</b>	<b>+ 5,0</b>	<b>s</b>	<b>5</b>
dont pain, pâtisserie et viennoiserie fraîches	+ 3,4	+ 5,9	5,0	4
<b>Autres produits alimentaires</b>	<b>+ 2,5</b>	<b>+ 4,3</b>	<b>18,8</b>	<b>15</b>
dont chocolaterie, confiserie	+ 3,4	+ 1,8	4,0	3
plats préparés	- 3,1	+ 1,9	4,3	3
aliments homogénéisés et diététiques	+ 36,7	- 2,7	1,4	1
<b>Aliments pour animaux</b>	<b>+ 9,0</b>	<b>+ 8,3</b>	<b>9,6</b>	<b>8</b>
dont pour animaux de ferme	+ 14,5	+ 8,0	7,1	6
pour animaux de compagnie	- 4,4	+ 9,1	2,5	2
<b>Boissons</b>	<b>+ 8,6</b>	<b>+ 3,2</b>	<b>24,3</b>	<b>20</b>
dont boissons alcooliques distillées	+ 12,4	+ 3,3	4,1	3
vins	+ 7,7	+ 3,8	11,1	9
dont champagne	+ 6,8	- 0,5	4,4	4
bière	+ 10,2	+ 3,9	2,0	2
boissons non alcoolisées	+ 7,3	+ 0,5	6,4	5
<b>Produits des industries alimentaires et boissons</b>	<b>+ 6,3</b>	<b>+ 3,8</b>	<b>122,9</b>	<b>100</b>

s : secret statistique.

Source : SSP - Agreste - Prodcom - résultats définitifs rectifiés

➤ bière augmente, en lien avec une demande accrue des distributeurs avant l'entrée en vigueur en 2013 de la hausse de la taxation sur la bière. Les quantités vendues d'eaux minérales et de source se maintiennent mais les exportations se replient, une exception dans le secteur des boissons. Les ventes de colas, sodas, limonades, nectars et boissons aux fruits (hors jus de fruits) sont en légère hausse, bénéficiant d'une météo estivale favorable.

### Bons résultats pour le sucre

Sucre, chocolat, bonbons, plats préparés et autres produits regroupés sous l'appellation « autres produits alimentaires » contribuent également de façon importante à la progression des ventes en valeur en 2012. Leur production commercialisée augmente de

4,3 % en valeur essentiellement grâce au sucre, un produit fortement tourné vers l'exportation. Ses ventes enregistrent en effet une progression de 20 % en valeur, dans un contexte de hausse marquée des prix. Pour les plats préparés, les ventes, destinées à 80 % au marché français, augmentent légèrement après plusieurs années de repli. Côté chocolaterie-confiserie, les ventes stagnent mais le déficit commercial, récurrent, diminue. La progression des ventes de produits à base de chocolat compense le recul des ventes de bonbons, chewing-gums, caramels et autres sucreries.

### Des prix encore élevés pour les aliments pour animaux de ferme

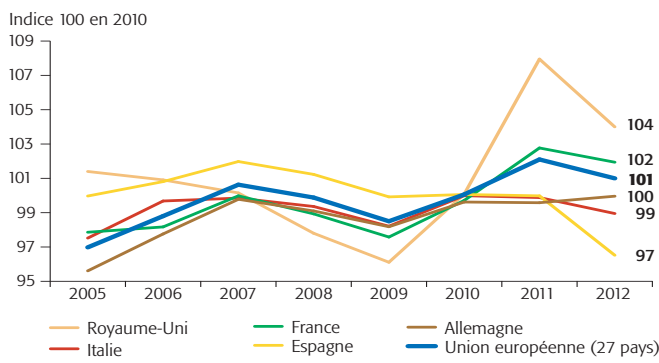
Dynamiques en 2012 (+ 8,3 %), les ventes d'aliments pour animaux participent à l'accroissement

des ventes de produits agroalimentaires, à part égale avec les boissons ou les autres produits alimentaires. Les ventes d'aliments pour animaux de ferme augmentent pour toutes les productions. Sous l'effet de la hausse des prix des matières premières, les prix des aliments pour animaux de ferme s'accroissent en effet encore en 2012 (+ 5,1 %), mais de manière moins marquée qu'en 2011 (+ 21,2 %). Le prix des aliments composés ne répercute toutefois pas intégralement les variations des coûts des matières premières. L'optimisation des formulations, le stockage, la contractualisation et les délais de réapprovisionnement permettent de lisser les fluctuations des cours. Destinées essentiellement au marché intérieur et peu importées, les quantités commercialisées d'aliments pour animaux de ferme suivent le rythme de l'activité de l'élevage en France. Ainsi, à l'image de la production avicole, les tonnages d'aliments pour volailles, les plus importants en volume, sont en léger repli. Les quantités d'aliments pour porcins continuent de s'éroder parallèlement au recul de la production porcine. Seuls les tonnages commercialisés d'aliments pour bovins augmentent, notamment ceux à destination des vaches laitières. Les ventes d'aliments pour animaux de compagnie s'accroissent nettement en 2012 (+ 9,1 %). Contrairement aux aliments pour animaux de ferme, ce secteur est largement tourné vers les marchés extérieurs. En 2012, la moitié des 1,9 million de tonnes d'aliments pour animaux de compagnie a été exportée.

### Viandes : les prix soutiennent les ventes

Les quantités commercialisées de viandes bovine, porcine et ovine sont en repli de 6,8 % en 2012, parallèlement au recul des abattements. Cependant les valeurs, elles, progressent (+ 1,1 %) sous l'impact de prix particulièrement élevés, conséquences d'une offre ➤

## Ralentiement du volume des productions agroalimentaires dans l'Union européenne



Source : Eurostat - Indice de la production en volume des industries alimentaires et boissons - données corrigées des jours ouvrables

➤ réduite et d'un maintien de la demande étrangère. Les consommateurs français, quant à eux, continuent de réduire leur consommation de viandes bovine, porcine et ovine. Les quantités de viande de volaille commercialisées par les industriels diminuent (- 7,7 %), affectées par l'arrêt d'activité d'un acteur important de la filière. Les valeurs baissent aussi mais moitié moins, soutenues par la hausse des prix à la production. La viande de poulet constitue la majorité des tonnages commercialisés : 70 % en 2012 contre 65 % en 2008. La France exporte à la fois de la viande de volaille entière et découpée, et importe essentiellement du poulet en morceaux. En 2012, les expéditions de viande de volaille hors de l'hexagone se réduisent tandis que les achats à l'étranger augmentent. Pour la charcuterie industrielle et les conserves de viande, les tonnages vendus, proches de 1,3 million de tonnes, sont en hausse de 2,9 %, soutenus par la consommation des Français. Les valeurs, elles, augmentent davantage (+ 6,8 %), dans un contexte de prix en hausse. Les exportations de produits à base de viande progressent en valeur mais demeurent inférieures aux importations.

### Une année contrastée pour les produits laitiers

En 2012, dans un contexte de stabilité de la collecte laitière et de recul du prix du lait, la production

commercialisée de produits laitiers augmente légèrement en volume (+ 1,3 %) et un peu plus en valeur (+ 2,7 %). Les productions commercialisées de produits de grande consommation tels les fromages et les laits liquides sont dynamiques alors que les produits laitiers destinés à l'industrie (poudre...) reculent. Ainsi, la production commercialisée de fromages, 40 % de la valeur des produits laitiers, augmente de 2 % en volume et 4 % en valeur. Dans le même temps, les quantités commercialisées de lait en poudre entier et de lactosérum, produits industriels très demandés sur le marché mondial, baissent. L'excédent commercial des produits laitiers, deuxième poste concourant à l'excédent du commerce extérieur agroalimentaire, poursuit sa

tendance haussière, porté par le dynamisme des exportations vers les pays tiers.

### Bonne santé des huiles et fruits et légumes transformés

Comme en 2011, les huiles et graisses enregistrent en 2012 la plus forte hausse des ventes, mais de manière moins prononcée (+ 11,8 % en 2012 contre + 27,2 % en 2011). Les prix croissent (+ 2,9 %), dans le sillage du renchérissement du coût des matières premières, mais moins vivement qu'en 2011 (+ 23,4 %). Les tonnages commercialisés augmentent (+ 4,4 %) après un repli en 2011 (- 18,5 %). Les quantités commercialisées d'huiles raffinées, affectées en 2011 par la concurrence d'autres huiles dans la filière bio diesel retrouvent un niveau équivalent à celui de 2010. Le solde commercial des huiles et graisses, invariablement déficitaire, se creuse en 2012, pénalisé par le recul des exportations. La production commercialisée de jus de fruits et légumes poursuit sa progression en volume (+ 2 %) mais surtout en valeur (+ 9 %), dans un contexte de cours élevés des matières premières. Le jus d'orange représente plus de la moitié des ventes de jus de fruits en volume comme en valeur. ➤

### La hausse des prix ralentit en 2012

Évolution des prix à la production	2011/2010	2012/2011
	%	
Viande et produits à base de viande	+ 5,5	+ 5,1
Fruits et légumes transformés	+ 2,2	+ 4,0
Huiles et graisses végétales et animales	+ 23,2	+ 2,9
Produits laitiers	+ 4,9	+ 0,3
Produits issus des céréales (farines, amidons et dérivés)	+ 21,5	- 1,3
Produits de boulangerie, pâtisserie et pâtes alimentaires	+ 2,4	+ 1,2
Autres produits alimentaires (sucre, chocolaterie, confiserie, plats préparés...)	+ 3,7	+ 4,4
Aliments pour animaux de ferme	+ 21,2	+ 5,1
Aliments pour animaux de compagnie <sup>1</sup>	+ 3,4	+ 3,6
<b>Produits des industries alimentaires</b>	<b>+ 6,3</b>	<b>+ 2,9</b>
<b>Boissons</b>	<b>+ 3,1</b>	<b>+ 2,2</b>

1. Indice disponible pour le marché français uniquement.

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

### Pour en savoir plus...

■ « Productions commercialisées des industries agroalimentaires en 2011 : Les exportations et les prix dopent les ventes », Agreste Primeur n° 287 septembre 2012

■ « L'agriculture en 2012 en France et en Europe : les résultats progressent à nouveau en France, mais stagnent en Europe » Insee Première n° 1456 juillet 2013

■ « La consommation des ménages en berne en 2012 » Insee Première n° 1450 juin 2013

■ « L'activité des IAA se stabilise en 2012 » Agreste conjoncture Synthèses n° 2013/209 avril 2013

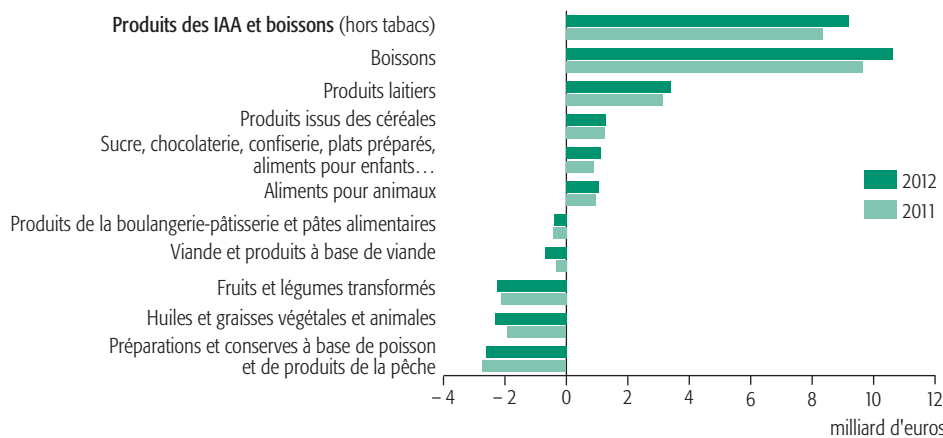
■ « En 2012, les échanges agroalimentaires avec les pays tiers s'intensifient » Agreste conjoncture Synthèses n° 2013/205 mars 2013

■ « L'internationalisation de la grande distribution : un atout pour les exportateurs de produits agroalimentaires ? » Lettre du Cepii n° 327 décembre 2012

Consultez le site Internet du SSP : [www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

## Les boissons, principal atout du commerce extérieur des IAA

### Solde commercial des IAA en 2011 et 2012



Source : DGDDI (Douanes)

➤ Loin derrière, les jus multifruits et le jus de pomme sont les autres jus de fruits les plus vendus. Après une baisse en 2011, les ventes de compotes et purées de fruits sont à nouveau orientées à la hausse, portées par l'essor du conditionnement en gourde. L'effet de la chute importante de la production de pommes en France et en Europe en 2012 ne sera visible qu'en 2013. Les tonnages de pommes de terre transformées en frites, chips et autres purées augmentent légèrement mais ne suffisent pas à satisfaire la hausse de la demande intérieure. La France

importe ainsi de plus en plus de pommes de terre transformées, aggravant le déficit, récurrent, du solde commercial. Deux tiers des pommes de terre transformées par les industriels français le sont sous forme surgelée contre moins d'un tiers pour les autres légumes. Pour ces derniers, les tonnages de production commercialisée se maintiennent.

### Produits issus des céréales, boulangerie-pâtisserie : bilan satisfaisant

En 2012, les quantités commercialisées d'amidons et de ses dérivés renouent avec leur

dynamisme (+ 19,4 %) après une année 2011 morose (- 10,0 %). Les valeurs augmentent également mais moins vivement (+ 10,3 %), suite à la baisse des prix consécutive à la flambée de 2011 ; les prix à la production restent toutefois élevés. La production commercialisée de farine de blé tendre diminue en volume mais stagne en valeur, en lien avec le renchérissement du prix des farines. Utilisatrice quasi exclusive de blé produit en France, la meunerie répercute de façon décalée et amortie les variations de prix du blé tendre. En aval des produits issus des céréales, les productions commercialisées de pain, pâtisserie industrielle et de pâtes alimentaires augmentent presque autant en volume (+ 3,9 %) qu'en valeur (+ 4,5 %). Les volumes produits ne suffisent cependant pas à couvrir les besoins de la consommation, entraînant un déficit chronique du commerce extérieur.

### Catherine Barry

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 boulangerie-pâtisserie sont exclues. En France, ces enquêtes sont effectuées sous la responsabilité du service de la statistique et de la prospective 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). Sont interrogées 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 Prodcum. 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.

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