

Télécharger les données au format tableur

Les exportations et les prix dopent les ventes

En 2011, en France, la valeur de la production agroalimentaire s'accroît et atteint 119 milliards d'euros. Boissons, viande et produits laitiers contribuent majoritairement à cette hausse. L'envolée des prix des matières premières explique les fortes progressions en valeur des huiles, farines et produits amylicés. Pour les autres produits, les évolutions sont plus mesurées.

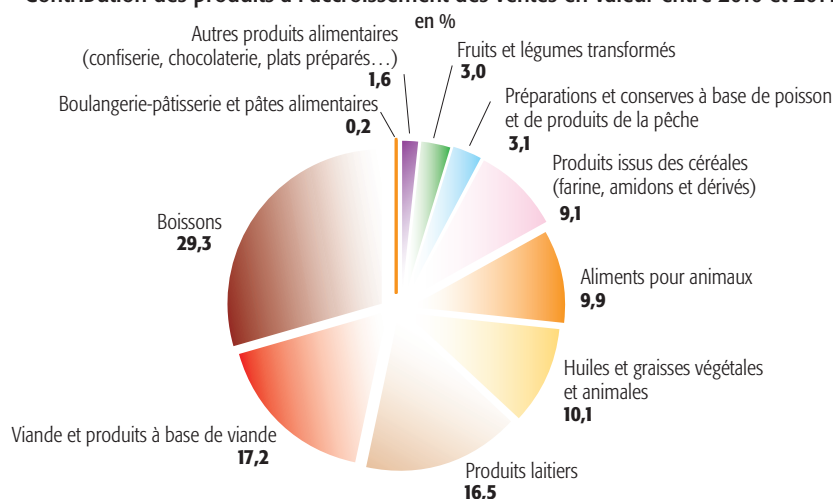
En 2011, la valeur de la production agroalimentaire commercialisée augmente de 6,5 %, au même rythme que celle de la production agricole. Les volumes fabriqués, eux, progressent de 3,6 %, à la même cadence que l'ensemble de l'industrie manufacturière. Boissons, viandes et produits laitiers sont les principaux acteurs de l'accroissement des ventes en valeur. Hausse des prix industriels à la production, exportations dynamiques, consommation alimentaire en légère progression expliquent ces bons résultats.

Un bon cru pour les boissons

Près d'un tiers de l'augmentation des ventes en valeur des industries agroalimentaires est à mettre au crédit des boissons. Les volumes commercialisés ont progressé en 2011 presque au même rythme que les valeurs, une tendance observée aussi bien pour les boissons alcoolisées que non alcoolisées. Le dynamisme des exportations contribue largement à ce résultat, surtout pour les vins de Bordeaux et le champagne. Le secteur des boissons alimente d'ailleurs largement l'excédent commercial des produits agroalimentaires. La hausse de la consommation des Français en boissons non alcoolisées a également bénéficié à ce secteur. Ainsi, en 2011, 16,5 milliards de litres de boissons sans alcool ont été commercialisés, principalement en France. C'est 6 % de plus qu'en 2010. Les eaux de table, minérale ou de source, représentent les deux tiers des quantités vendues, les colas, sodas, limonades, et eaux aromatisées le quart. Les nectars et les boissons aux fruits (non compris les jus de fruit) se partagent le reste. Cette répartition entre eaux et autres boissons sans alcool est sensiblement la même qu'en 2010.

30 % de la progression des ventes agroalimentaires en valeur attribuable aux boissons

Contribution des produits à l'accroissement des ventes en valeur entre 2010 et 2011



Note de lecture : l'évolution de la valeur des ventes des produits laitiers, entre 2010 et 2011, représente 16,5 % de l'évolution de la valeur des ventes de l'ensemble des produits agroalimentaires.

Source : SSP - Agreste - Prodcom 2011 - Résultats provisoires

> Viande : un mieux grâce aux exportations

Trois millions et demi de tonnes de viandes bovine, porcine et ovine ont été commercialisées en 2011. Ce volume est comparable à 2010 tandis que la valeur générée affiche une progression de 5 %. Les quantités commercialisées se maintiennent grâce à la hausse des exportations. Les Français en revanche ont moins consommé de viande de boucherie en 2011. Hausse des prix sur fond de crise économique, problèmes sanitaires, autant de raisons qui ont pu inciter les consommateurs à moins fréquenter le rayon boucherie. Volumes stables grâce aux exportations, valeur en hausse, consommation en baisse, le constat est similaire pour la viande de volaille. À une nuance près : les prix moyens de la volaille augmentent plus fortement : + 7 % contre + 4 % pour la viande de boucherie. L'envolée des prix des céréales et des oléagineux en 2011 impacte la filière avicole. La hausse du coût de l'aliment renchérit les coûts de production. Ainsi, les fabrications d'aliments pour volailles progressent de 20 % en valeur pour des volumes produits stables. Plus généralement, pour tous les animaux de ferme, la fabrication d'aliments composés se maintient en volume et augmente en

| | Évolution 2011/2010 (%) | |
|--|-------------------------|--------------|
| | Prix à la production | Valeur |
| Huiles et graisses végétales et animales | + 23,4 | + 27,2 |
| Produits issus des céréales | + 20,3 | + 14,6 |
| Aliments pour animaux | + 16,4 | + 9,0 |
| Viande et produits à base de viande | + 5,8 | + 5,2 |
| Produits laitiers | + 4,9 | + 6,6 |
| Autres produits alimentaires (cacao, chocolat-confiserie, plats préparés...) | + 4,8 | + 0,6 |
| Fruits et légumes transformés | + 2,7 | + 4,3 |
| Produits de boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires | + 2,3 | + 0,2 |
| Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche | nd | + 8,9 |
| Produits des industries alimentaires | + 6,8 | + 5,7 |
| Boissons | + 2,8 | + 9,8 |

nd : non disponible.

Sources : Insee - Indice des prix à la production sur l'ensemble du marché, SSP - Agreste - Prodcum 2011 - Résultats provisoires

valeur. Depuis 2010, la France a cédé son rang de premier producteur européen d'aliments pour animaux à l'Allemagne.

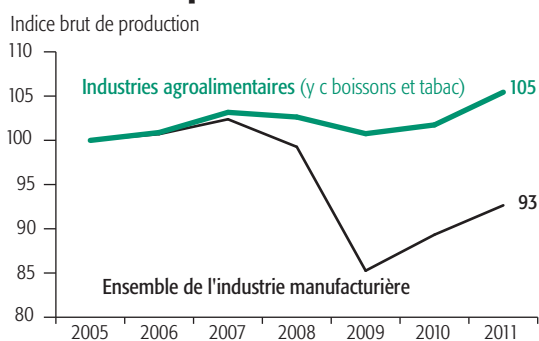
Contexte mondial porteur pour les produits laitiers

L'année 2011 a été faste pour les produits laitiers. Les productions commercialisées augmentent en volume (+ 1 %) et en valeur (+ 7 %) dans un contexte de production laitière record et de marché mondial favorable. Le dynamisme des exportations, notamment vers les pays tiers, permet une amélioration de l'excédent commercial des produits laitiers et au-delà, du commerce extérieur agroalimentaire. Le lait en poudre écrémé et le lactosérum sont en forte hausse tant en volume qu'en valeur. Ces deux produits sont très prisés sur le marché mondial, notamment par la Chine. Confronté à des problèmes sanitaires récurrents, ce pays utilise poudre maigre et lactosérum importés pour la fabrication du lait infantile. S'agissant du beurre, les ventes progressent en valeur et stagnent en volume malgré une demande accrue des pays tiers.

Huiles et produits issus des céréales : fortes hausses liées au prix

Les huiles et les produits issus des céréales sont les productions agroalimentaires qui enregistrent les plus fortes hausses de la valeur des ventes (respectivement 27 % et 15 %). En cause, l'augmentation des prix des matières premières. Huiles brutes, raffinées et tourteaux ont les plus fortes progressions en valeur (+ 28 %). Les volumes augmentent également mais dans de moindres proportions (+ 5 %). Seules les huiles raffinées sont en repli, pâtissant de la concurrence d'autres huiles dans la filière bio diesel. Pour les produits issus des céréales également la valeur des ventes augmente fortement (+ 15 %), en lien avec la hausse des prix. Côté meunerie, les tonnages de farine vendus avoisinent 4,3 millions de tonnes, soit une augmentation de 2 % quand la valeur, elle, progresse de 13 %. Destinée majoritairement au marché intérieur, la farine de blé tendre a été exportée en 2011 à hauteur de 0,6 million de tonnes. Ce volume, faible au regard de la totalité des quantités commercialisées, constitue néanmoins

Hausse des fabrications en 2011 : les industries agroalimentaires au diapason de l'industrie



Source : Insee - Indice brut de la production industrielle - base 100 en 2005

La consommation alimentaire en légère progression en 2011

| Dépenses de consommation des ménages | Évolution 2011/2010 | | Valeur 2011 milliard d'euros |
|---|---------------------|--------------|------------------------------------|
| | en volume % | en prix % | |
| Total dépenses de consommation des ménages | + 0,3 | + 2,1 | 1 110,1 |
| Alimentation et boissons non alcoolisées | + 1,0 | + 1,8 | 150,8 |
| Produits alimentaires | + 0,9 | + 1,5 | 137,6 |
| dont pain et céréales | + 3,6 | + 2,1 | 21,9 |
| viande | - 0,4 | + 2,6 | 38,7 |
| poissons et crustacés | - 2,3 | + 3,5 | 9,8 |
| lait, fromages et œufs | + 1,8 | + 2,3 | 21,8 |
| fruits et légumes (frais et transformés) | + 0,1 | - 2,3 | 24,4 |
| Boissons non alcoolisées | + 2,3 | + 4,1 | 13,2 |
| Boissons alcoolisées | + 0,7 | + 2,7 | 16,7 |

Source : Insee – Comptes nationaux, base 2005

➤ un appoint important pour les professionnels. Pour l'amidon et ses produits dérivés, la hausse de la valeur s'explique majoritairement par l'envolée des prix : les valeurs commercialisées sont en hausse de 22 % alors que les tonnages vendus se replient de 10 %. Le recul en volume des produits amylicés est dû au ralentissement de l'activité des industries du papier, du carton et de la pharmacie, clients importants de l'amidonnerie.

Fruits et légumes transformés : une année mi-figue mi-raisin

Côté fruits et légumes transformés, globalement les volumes et les valeurs ont progressé. Dans le détail, les évolutions sont contrastées entre les productions de pommes de terre (purées, frites, chips...) qui se portent bien, portées par une hausse de la demande extérieure, et celles des autres légumes en léger repli en

volume et stables en valeur. La consommation des Français en légumes en conserve et surgelés aurait pâti en 2011 d'un déplacement vers les féculents. La production commercialisée de jus de fruits et de légumes a augmenté fortement en volume et en valeur. Le jus d'orange est de loin le plus vendu, devant les jus multifruits et le jus de pomme. Les ventes de compotes, confitures et marmelades sont en diminution de 5 % en volume et 2 % en valeur. Les ventes de compotes, en progression depuis de nombreuses années, accusent la plus forte baisse, moins 8 % en volume comme en valeur.

Timide progression pour les autres produits alimentaires

En 2011, la valeur de la production commercialisée des produits dits de seconde transformation augmente à peine. Les ventes de plats préparés, un cinquième de la valeur des produits de seconde transformation, sont en recul en volume et en valeur. Seules les productions

Pour en savoir plus...

■ « IAA : la forte progression de l'activité ralentit au second semestre 2011 »
Agreste conjoncture
Synthèses n° 2012/177,
avril 2012

■ « Prix des céréales et ventes de produits transformés tirent l'excédent commercial agroalimentaire »
Agreste conjoncture
Synthèses n° 2012/174,
mars 2012

■ « Tassement de la consommation de viandes en 2011 »
Agreste conjoncture
Synthèses n° 2012/173,
mars 2012

➤ ■ « L'agriculture en 2011 en France et en Europe : la progression des résultats se poursuit »
Insee Première n° 1406,
juillet 2012

■ « En 2011, la consommation des ménages marque le pas »,
Insee Première n° 1402,
juin 2012

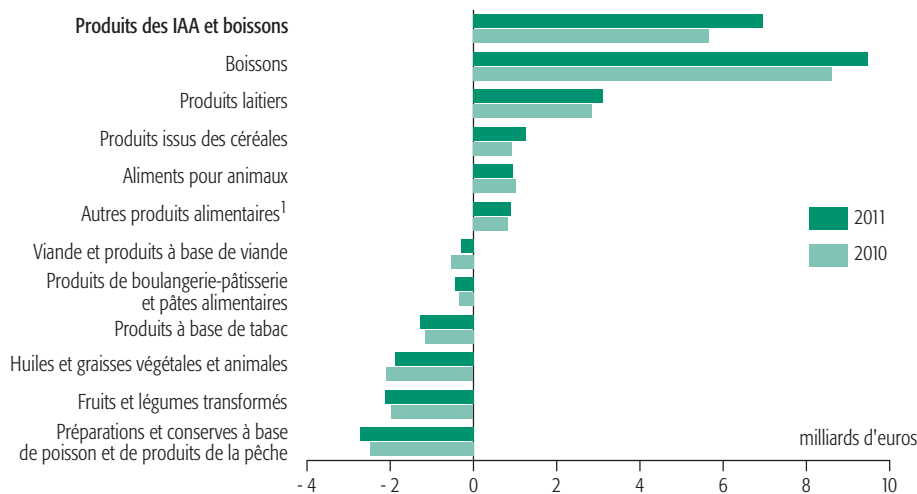
■ « Viandes et boissons en tête », Agreste Primeur
n° 267, octobre 2011

Consultez le site Internet du SSP :
www.agreste.agriculture.gouv.fr

Boissons et produits laitiers créditent l'excédent des IAA

■ Les échanges de boissons et de produits des industries agroalimentaires se portent bien. Alors que le déficit commercial français s'aggrave en 2011, ces derniers enregistrent un excédent de 6,9 milliards d'euros en 2011. C'est 1,3 milliard de mieux qu'en 2010. Cette bonne performance est à mettre surtout au crédit des vins et spiritueux et des produits laitiers.

Solde commercial des IAA en 2010 et 2011



1. Sucre, cacao, chocolat, confiserie, plats préparés, aliments pour enfants...

Source : DGDDI (Douanes)

> de plats préparés à base de pâtes (non farcies ou en salade) progressent. Les produits à base de chocolat se maintiennent en volume et augmentent en valeur. La production de bonbons, chewing-gum, caramels et autres sucreries croît en volume et en valeur. Rien d'étonnant à cela, la confiserie, produit plaisir, se porte traditionnellement bien en temps de crise. Pour l'ensemble boulangerie-pâtisserie

industrielle et pâtes alimentaires, les volumes fabriqués et vendus sont en repli de 3 % pour une valeur stable. Les volumes de pain industriel sont légèrement en recul en 2011. Les ventes de pâtes et couscous augmentent légèrement en volume, un peu plus en valeur. Pour l'ensemble de ces fabrications, les importations dépassent les exportations, encore plus en 2011 qu'en 2010. Ce creusement du déficit

est dû aux pâtes alimentaires et pâtisserie de conservation. Car pour le pain industriel, le solde, déjà excédentaire en 2010, s'améliore en 2011. Il atteint désormais 154 millions d'euros.

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 Prodcum (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, 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 les établissements) occupant au moins vingt salariés 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 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.

119 milliards d'euros de productions agroalimentaires vendues en 2011

| Produit commercialisé | Évolution 2011/2010 | Ventes 2011 milliard d'euros | Part dans la production des IAA |
|---|---------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | % | | % |
| Produits des industries alimentaires | + 5,7 | 95,5 | + 80 |
| Viande et produits à base de viande | + 5,2 | 25,1 | + 21 |
| dont viandes de boucherie | + 5,6 | 13,7 | + 11 |
| viandes de volailles | + 8,9 | 4,6 | + 4 |
| charcuterie, foie gras, conserves de viande | + 2,3 | 6,8 | + 6 |
| Préparations et conserves à base de poisson et de produits de la pêche | + 8,9 | s | /// |
| Fruits et légumes transformés | + 4,3 | 5,2 | + 4 |
| Huiles et graisses végétales et animales | + 27,2 | 3,4 | + 3 |
| Produits laitiers | + 6,6 | 19,4 | + 16 |
| dont lait liquide et crème de lait | + 3,4 | 3,4 | + 3 |
| fromages | + 3,4 | 7,6 | + 6 |
| autres produits laitiers | + 10,5 | 4,4 | + 4 |
| glaces et sorbets | + 2,3 | 0,9 | + 1 |
| Produits issus des céréales | + 14,6 | 5,2 | + 4 |
| dont produits du travail des grains | + 10,1 | 3,2 | + 3 |
| produits amylacés | + 22,5 | 2,0 | + 2 |
| Produits de la boulangerie-pâtisserie et pâtes alimentaires | + 0,2 | s | /// |
| dont pain, pâtisseries et viennoiseries fraîches | + 1,2 | 4,6 | + 4 |
| Autres produits alimentaires | + 0,6 | 18,3 | + 15 |
| dont cacao, chocolat et produits de confiserie | + 3,5 | 4,0 | + 3 |
| plats préparés | - 6,7 | 4,0 | + 3 |
| Aliments pour animaux | + 9,0 | 8,8 | + 7 |
| dont pour animaux de ferme | + 14,6 | 6,5 | + 5 |
| pour animaux de compagnie | - 4,4 | 2,3 | + 2 |
| Boissons | + 9,8 | 23,8 | + 20 |
| dont boissons alcoolisées distillées | + 12,3 | 4,0 | + 3 |
| vins | + 8,5 | 10,7 | + 9 |
| dont champagne | + 7,3 | 4,4 | + 4 |
| bière | + 10,1 | 1,9 | + 2 |
| boissons non alcoolisées | + 10,5 | 6,6 | + 6 |
| Produits des industries alimentaires et boissons | + 6,5 | 119,4 | + 100 |

Source : SSP – Agreste - Prodcum 2011 – Résultats provisoires