



Fédération du Commerce  
et de la Distribution



# Conjoncture : Filière alimentaire (France)

---

Janvier 2025

# Les faits marquants en France en 2024

## Prix alimentaires :

### Désinflation

En amont de la filière, l'indice **IPAMPA**, qui reflète l'évolution des coûts de production en amont a baissé de -4,6% en moyenne au cours des onze premiers mois de 2024, par rapport à la même période en 2023. Les **prix agricoles à la production** (IPPAP) ont baissé de -3,3% au cours de cette période, tirés vers le bas notamment par les céréales, les volailles, œufs, porcins... Du côté des cours internationaux des matières premières alimentaires, l'indice FAO a reculé de -6,7% en glissement annuel en décembre 2024, et de -2,1% en moyenne en 2024. Les **prix de vente industriels** français (agroalimentaire) se sont contractés de -2,2% sur les onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023, après une hausse de +10,6% en moyenne annuelle en 2023 et de 17,5% en 2022. Sur le marché national, la décélération de la croissance des **prix à la consommation alimentaires** s'est poursuivie. Ils ont augmenté de +1,4% en moyenne annuelle en 2024, après un bond de +11,8% en 2023. Les prix des produits frais ont augmenté de +1,9% en 2024, ceux des produits transformés de +1,3%. Ces tendances globales observées au long de la filière alimentaire sont similaires au niveau de l'UE. A noter: en France, Circana a observé une nouvelle baisse des prix des PGC en décembre 2024 : -0,6% sur un an, la huitième baisse consécutive.

## Consommation alimentaire à domicile :

### En baisse de -0,7% au cours des onze premiers mois de 2024

Le contexte désormais moins inflationniste ne s'est pas traduit par un rebond des dépenses alimentaires des ménages pour leur consommation à domicile: elles ont baissé de -0,7% en volume au cours des onze premiers mois de l'année. Elles restent en outre inférieures à leur niveau des onze premiers mois de 2019 (-3,1%). En termes de produits, les arbitrages continuent de se faire ressentir sur les certaines catégories: la consommation de viandes de boucherie s'est repliée de 4% en volume au cours des dix premiers mois de 2024. Les ventes de viande de volaille ont continué de progresser (+6,3%). Les éléments disponibles sur les fruits et légumes indiquent des baisses de consommation sur 10 mois en 2024 (-1% en volume). Du côté des produits laitiers, la tendance est plus favorable, avec une hausse de 1% en volume de la consommation au cours des onze premiers mois de 2024. Du côté du vin, la baisse se poursuit en GMS : -5% en volume pour les vins tranquilles au cours des onze premiers mois de l'année, et -3% pour les vins effervescents sur dix mois. Enfin, la contraction du **bio** semble perdre en vigueur : -6% en volume pour les ventes en GMS en 2024, selon les données de Circana. Le chiffre d'affaires du commerce spécialisé bio aurait renoué avec la croissance en 2024.

## Activité des industries agroalimentaires:

### Stabilité du du CA en valeur sur 10 mois

### et reprise du côté des volumes et marges élevées en T3 2024 (EBE/VA)

Le **chiffre d'affaires des IAA françaises** (hors boissons et tabac) s'est quasiment stabilisé en valeur au cours des dix premiers mois de 2024, par rapport à la même période en 2023. Cette stabilisation intervient après une hausse de 6,7% en 2023. Du côté de la **production en volume**, la tendance est à l'amélioration, avec une hausse de +1% de la production au cours des dix premiers mois de l'année 2024, après une baisse de -1,3% en 2023. L'indicateur **d'opinion des chefs d'entreprises** dans les IAA a continué de se redresser en décembre. A 97,8 points, il se rapproche petit à petit de son niveau de longue période (100) et gagne près de 13 points par rapport à octobre 2023. Concernant **l'emploi salarié**, les données de l'INSEE indiquent une progression en T3 2024: avec 643.900 salariés dans les IAA en T3 2024, l'emploi a largement dépassé son niveau d'avant crise (604.100 en T4 2019). Le **taux de marge dans les IAA** (EBE/ VA) s'est redressé de +0,8 point entre T2 2024 et T3 2024, après une hausse de 2,1 points en T2 2024. Il s'est établi à près de 44%, soit un haut niveau. Le **solde commercial agroalimentaire** yc boissons et tabac s'est dégradé au cours des onze premiers mois de l'année 2024. Cette contraction est en partie liée au recul des exportations de boissons.

## La restauration hors foyer résiste

### avec toutefois un tassement de sa croissance

La croissance du chiffre d'affaires de la **restauration hors foyer en France** s'est mécaniquement tassée en moyenne annuelle en 2023, après le rebond de 2022 : +11,3% en valeur, après un boom de +46% en 2022. Le ralentissement s'est poursuivi au cours des dix premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023 (+5,2%). En volume, le tassement est logiquement plus fort : +4,9% en moyenne annuelle en 2023 et +2,1% au cours des dix premiers mois de l'année. Néanmoins, le secteur de la RHF a globalement résisté au cours des derniers mois selon les données de l'INSEE. Le tassement de l'activité en volume au cours du premier semestre a été plus fort dans la **restauration commerciale**. Les volumes ont progressé de +1,2% au cours des 10 premiers mois de l'année 2024, après +4,1% en 2023. Du côté des entreprises de **restauration collective**, la croissance s'est établie à +5,3% au cours de cette période, après +9,8% en 2023. A noter, en restauration commerciale, certaines tendances s'inscrivent dans la durée: l'attention au prix des plats (89% des clients, +5 points par rapport à 2023 selon FoodService Vision) ; les arbitrages des paniers d'achat (4 Français sur 10 indiquent consommer moins d'items lors de repas pris hors domicile, les boissons alcoolisées étant le produit le plus sacrifié).

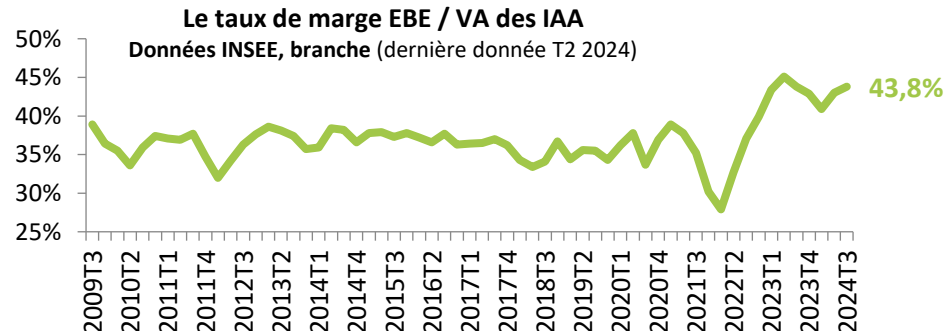
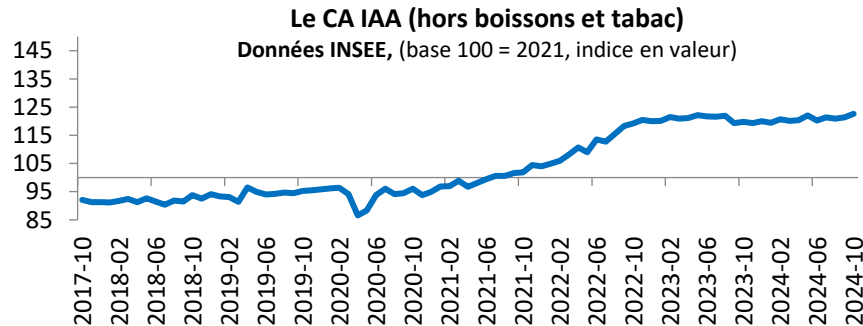
# La conjoncture dans la filière alimentaire :

Industrie agroalimentaire : résiliente

Consommation alimentaire des ménages : pas de redémarrage

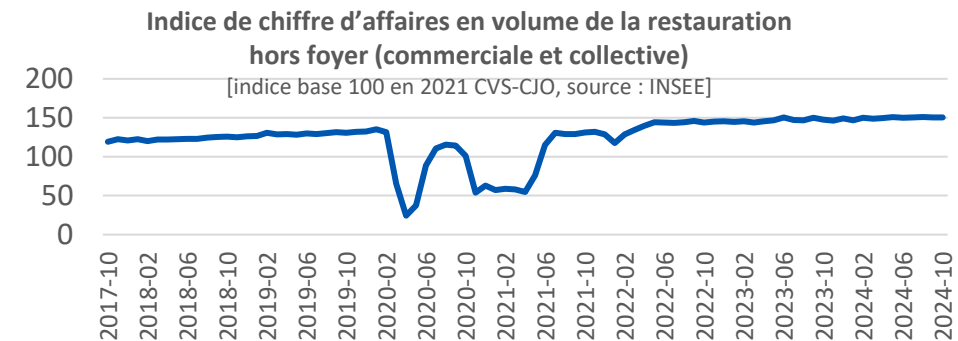
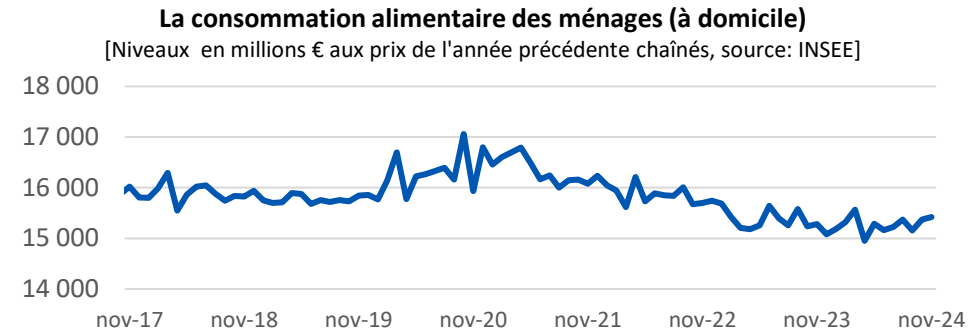
## Les industries agroalimentaires : résilientes

- ✓ Quasi-stabilité du **chiffre d'affaires** (hors boissons et tabac) au cours des 10 premiers mois de 2024 (-0,1%) dans un contexte de baisse des prix de vente industriels, après deux années de forte hausse.
- ✓ Du côté de la **production** en volume, après une baisse 2023 (-1,3%), l'heure est à la reprise en 2024 au cours des dix premiers mois : +1%.
- ✓ **L'emploi** atteint un point haut en T3 2024 : 643.900 salariés (+40.100 / T4 2019).
- ✓ **Taux de marge EBE/VA à 43,8% en T3 2024**, l'indicateur s'est redressé de +0,8 point entre T2 2024 et T3 2024, après une hausse de 2,1 points en T2 2024.



## Consommation alimentaire à domicile et en RHF : Toujours en baisse pour la consommation à domicile Tassement confirmé en RHF

La consommation alimentaire des ménages (à domicile) ne parvient pas à se redresser. Elle s'est de nouveau contractée au cours des onze premiers mois de 2024 : -0,7% en volume, à comparer avec la forte baisse de -3,2% en moyenne annuelle en 2023. Et du côté de la RHF, après le boom de 2022 (+40% en volume), la tendance est maintenant au tassement progressif de l'activité (+2,1% sur 10 mois en 2024).



# Sommaire

## 01 L'activité des industries agroalimentaires

P 5

Chiffre d'affaires	P6
Production	P10
Climat des affaires	P14
Emploi	P17
Taux de marge EBE / VA et résultats des groupes	P18

## 02 Les prix dans la filière alimentaire

P 19

Matières premières (monde)	P20
Prix agricoles (Ipampa, Ippap)	P24
Prix de vente industriels	P28
Prix à la consommation	P31

## 03 La consommation alimentaire

P 40

Préoccupations des consommateurs	P44
Consommation alimentaire	P44
Segmentation produits (viandes, produits laitiers, produits de la mer, F&L, vins)	P45
Focus sur le bio	P54
Focus RHF	P56
Chiffres des panélistes	P59

## 04 Le commerce extérieur

P 62

Solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires	P63
Solde commercial des produits agroalimentaires	P64
Solde commercial des produits agricoles	P65

## 05 A lire : études, enquêtes

P 67

# 01

## L'activité des industries agroalimentaires

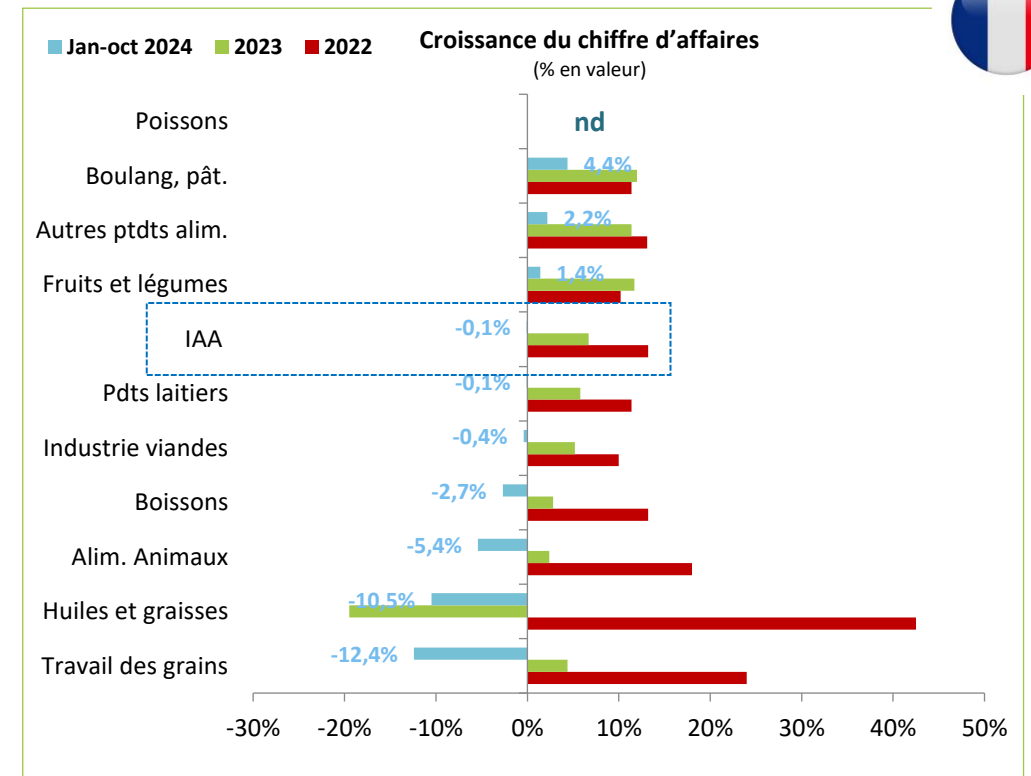
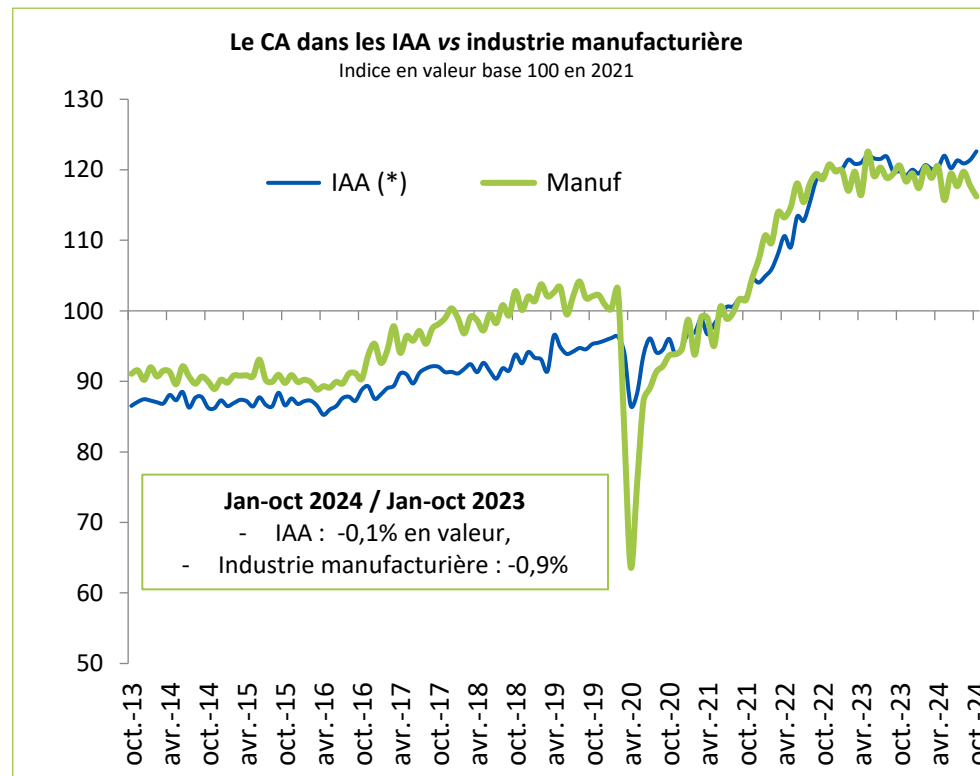
---

Chiffre d'affaires, production,  
opinion des chefs d'entreprise, emploi,  
marges

# Le chiffre d'affaires dans les IAA (1)

## Quasi-stabilité du chiffre d'affaires au cours des dix premiers mois de l'année

Après une hausse de 6,7% en valeur en moyenne annuelle en 2023, le chiffre d'affaires des industriels agroalimentaires s'est quasiment stabilisé au cours des dix premiers mois de l'année 2024. Les évolutions ont toutefois été variables selon les secteurs. Ainsi, la tendance a été à la baisse pour les industriels des huiles et graisses (-10,5% sur les dix premiers mois de l'année, après -19,5% en 2023), pour les industriels du travail des grains (-12,4%), et pour ceux des aliments pour animaux (-5,4%, dont -3,2% pour les aliments pour animaux de compagnie et -6,3% pour les aliments pour animaux de ferme). L'effet prix a particulièrement joué sur la croissance en valeur. Le chiffre d'affaires des industriels de la boulangerie-pâtisserie a progressé de 4,4% au cours de cette période.

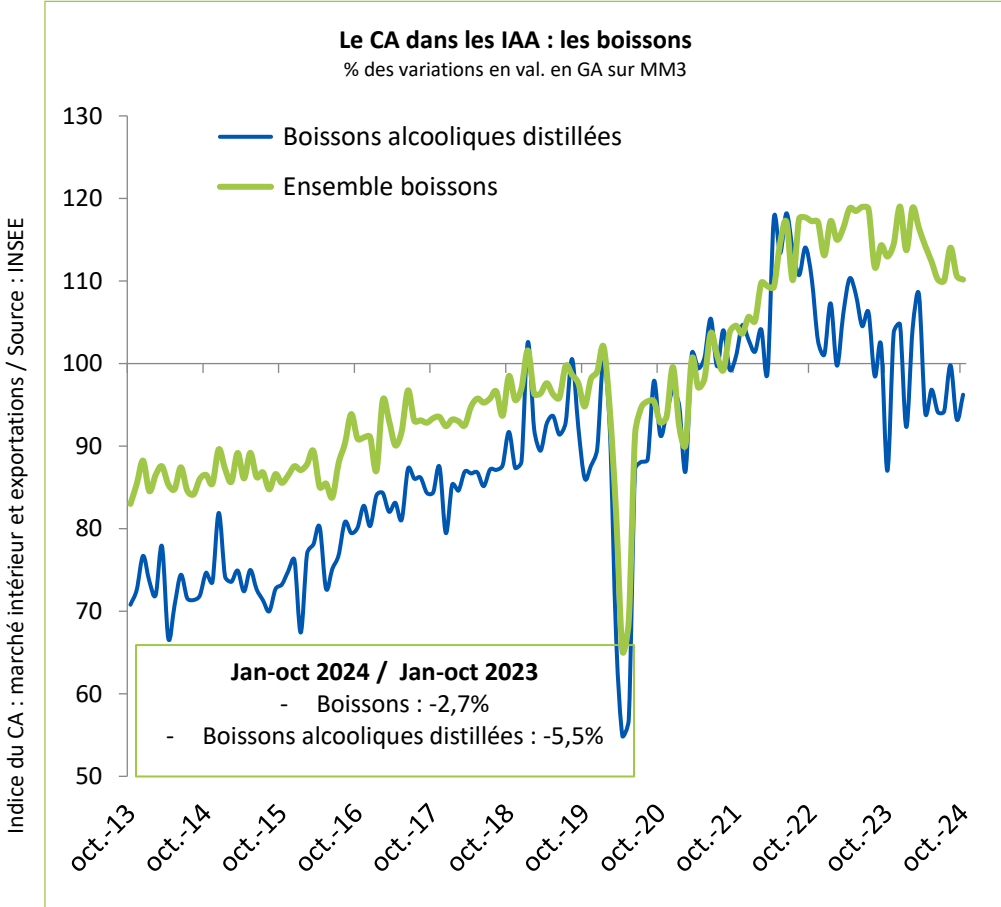


(\*) CA hors boissons et tabacs / Indice du CA : marché intérieur et exportations / Source : INSEE

# Le chiffre d'affaires dans les IAA (2)

## Boissons : compliqué pour les boissons alcooliques distillées

L'industrie des boissons qui avait été particulièrement pénalisée par les conséquences de la crise sanitaire en 2020, a connu un véritable rebond de son activité en 2021 et 2022. Mais la croissance a commencé à se gripper en 2022 et la tendance au ralentissement s'est confirmée en 2023 et 2024. Le chiffre d'affaires de l'industrie des boissons s'est ainsi contracté de -2,7% au cours des dix premiers mois de l'année, avec notamment une baisse de 5,5% pour le chiffre d'affaires de l'industrie des boissons alcooliques distillées.



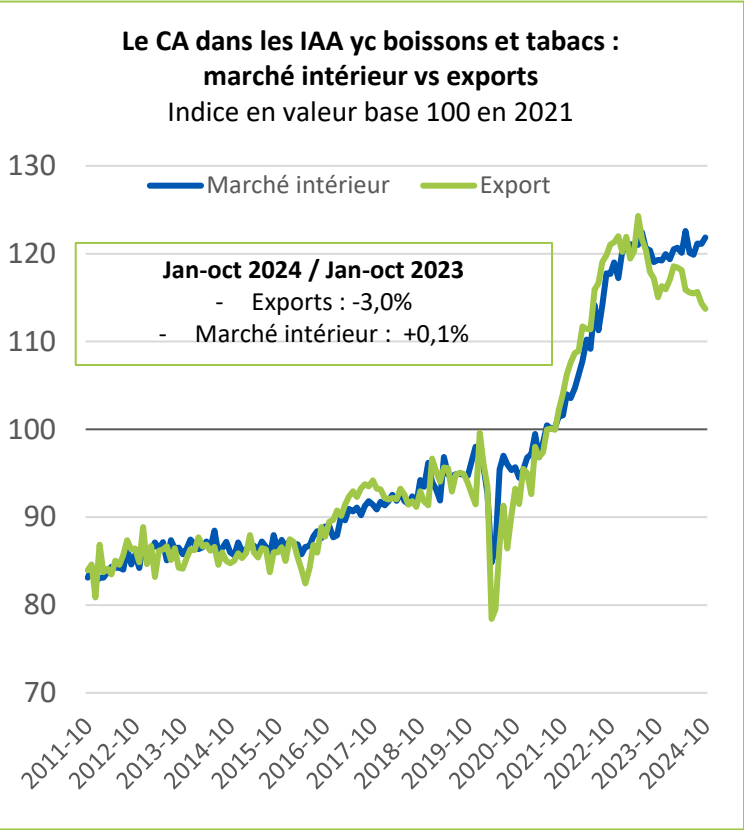
Base 100 en 2005	Ensemble boissons	Crois.	boissons alcooliques distillées	Crois.
2010	115,1	2,9%	127,6	11,2%
2011	122,1	6,1%	135,5	6,2%
2012	128,4	5,2%	142,5	5,2%
2013	133,0	3,6%	144,3	1,3%
2014	135,8	2,1%	143,9	-0,3%
2015	137,0	0,9%	143,9	0,0%
2016	140,1	2,3%	152,0	5,6%
2017	146,4	4,5%	165,1	8,6%
2018	150,3	2,7%	170,7	3,4%
2019	154,3	2,7%	181,5	6,4%
2020	141,5	-8,3%	165,3	-8,9%
2021	158,2	11,8%	194,0	17,2%
2022	178,9	13,2%	211,3	8,8%
2023	183,9	2,8%	200,5	-5,2%
Jan-oct 2024	-	-2,7%	-	-5,5%



# Le chiffre d'affaires dans les IAA (3)

## Chiffre d'affaires des IAA (yc boissons et tabac) : l'export plombe la croissance

Le chiffre d'affaires des industries agroalimentaires (**yc compris boissons et tabac**) s'est contracté de -0,4% au cours des dix premiers mois de 2024, par rapport à la même période de 2023. Ce recul concerne le chiffre d'affaires à l'exportation (-3%), les ventes sur le marché intérieur sont stables (+0,1%).



	CA marché intérieur (*)	CA exports (*)	CA total (*)
2011	5,9%	10,9%	6,9%
2012	4,0%	2,8%	3,6%
2013	2,1%	-0,2%	1,5%
2014	0,4%	0,6%	0,5%
2015	0,0%	0,2%	0,0%
2016	0,3%	0,9%	0,5%
2017	3,4%	7,0%	4,0%
2018	2,1%	-0,5%	1,6%
2019	2,6%	3,3%	2,7%
2020	-1,3%	-4,0%	-2,0%
2021	6,8%	9,9%	7,5%
2022	12,4%	15,6%	13,2%
2023	7,1%	3,1%	6,2%
Jan-oct 2024	0,1%	-3,0%	-0,4%

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

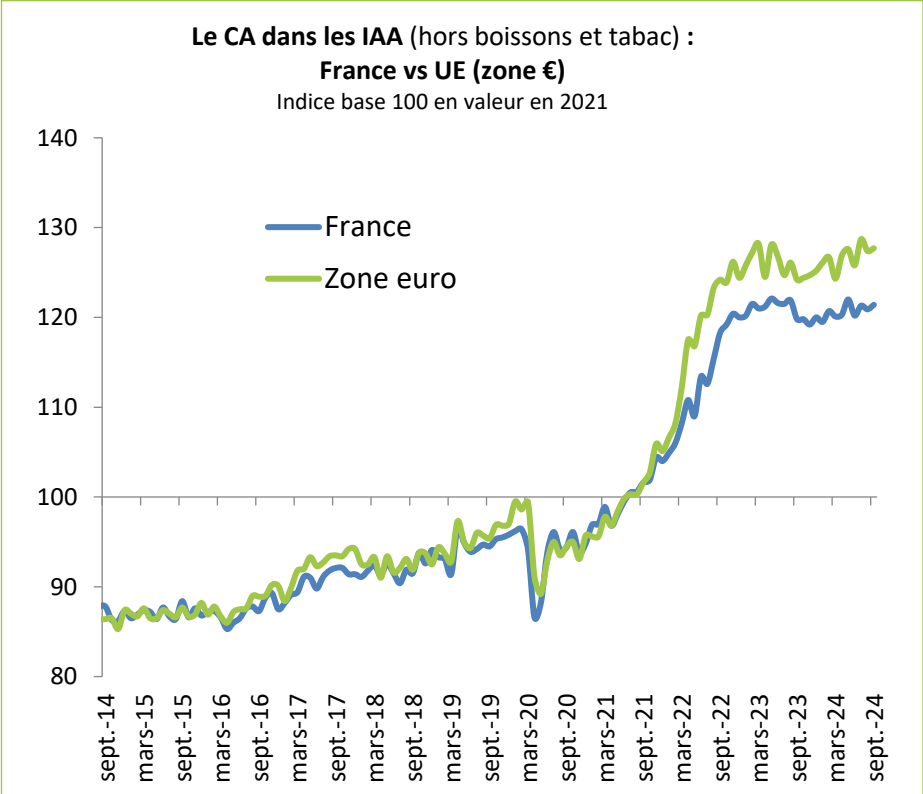




# Le chiffre d'affaires dans les IAA (UE)

## Net tassement de la croissance en 2024

La tendance à la décélération de la croissance s’est largement confirmée au cours des dix premiers mois de l’année 2024 pour les IAA européennes, la plupart des pays enregistrant un tassement de leur croissance au cours des 10 premiers mois de 2024, à l’exception de l’Irlande (rebond de +5,6%).



	Crois. CA 2022	Crois. CA 2023	Crois. Jan-oct 2024
Portugal	25,4%	7,9%	nd
Irlande	18,5%	-2,6%	5,6%
Espagne	19,9%	6,4%	3,4%
Pays-Bas	22,3%	2,0%	0,8%
UE (27)	19,5%	5,7%	0,7% (*)
Zone € (19)	18,7%	6,0%	0,6% (*)
Italie	17,7%	6,7%	0,1%
France	13,2%	6,7%	-0,1%
Pologne	33,4%	6,9%	-0,1%
Allemagne	19,1%	6,5%	-0,3%
Danemark	17,1%	-1,8%	-1,3%

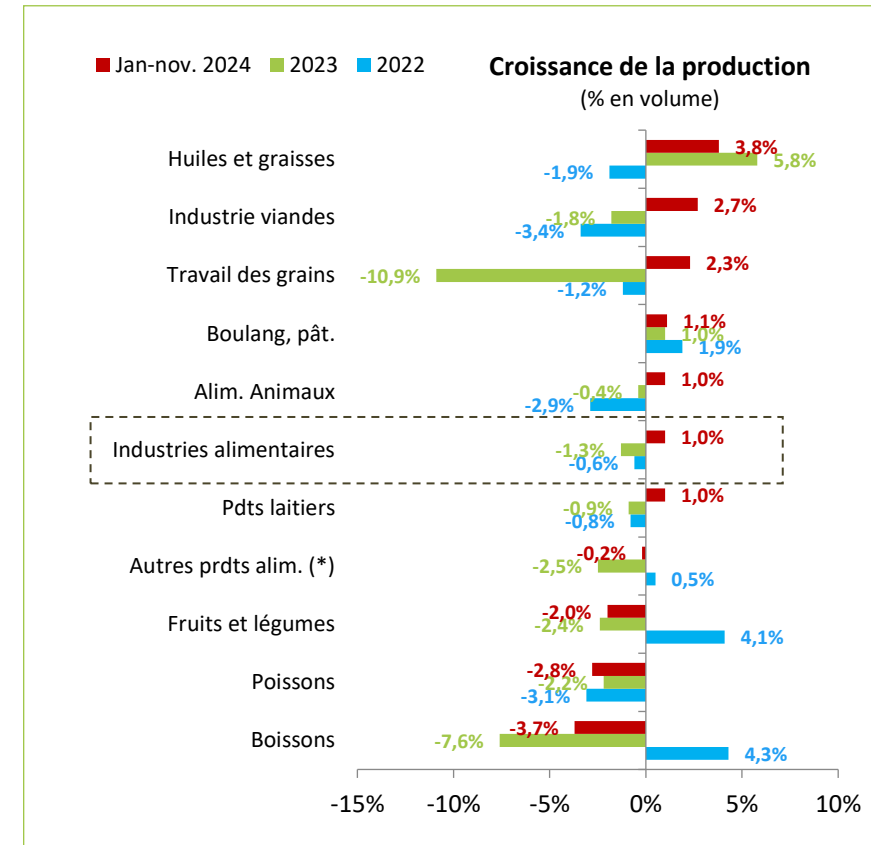
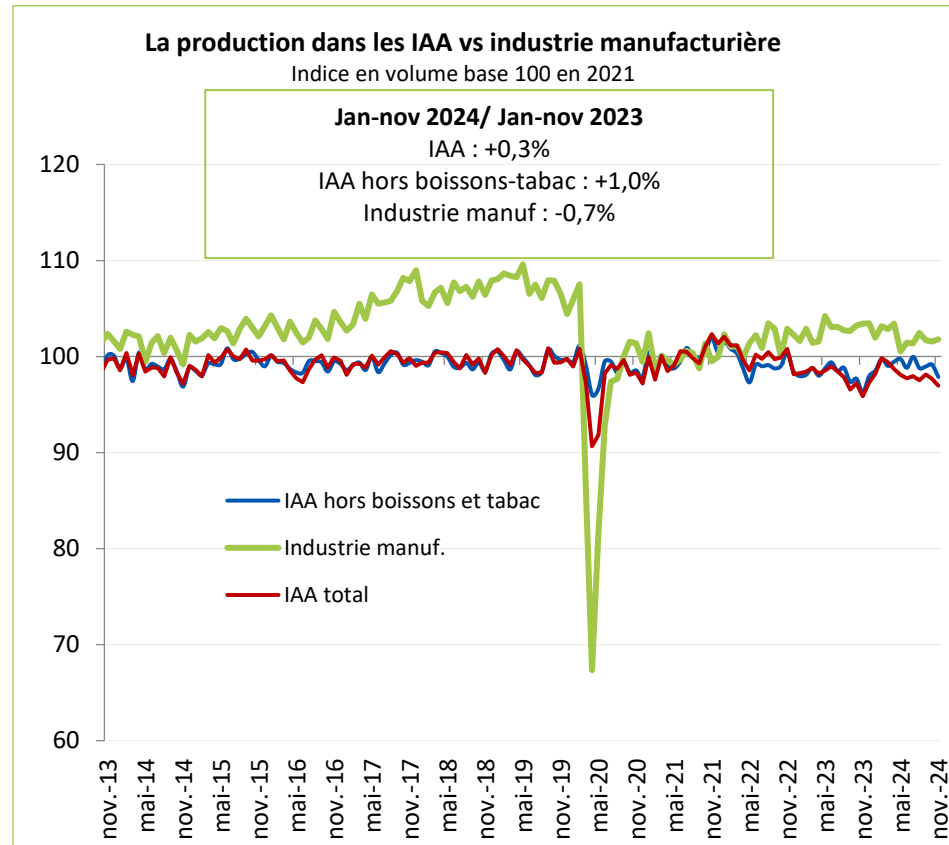
(\*) 9 mois 2024 / NB : Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations mensuelles de la source fiscale / Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat



# La production dans les IAA

## Hausse de 1% de la production au cours des onze premiers mois de l'année

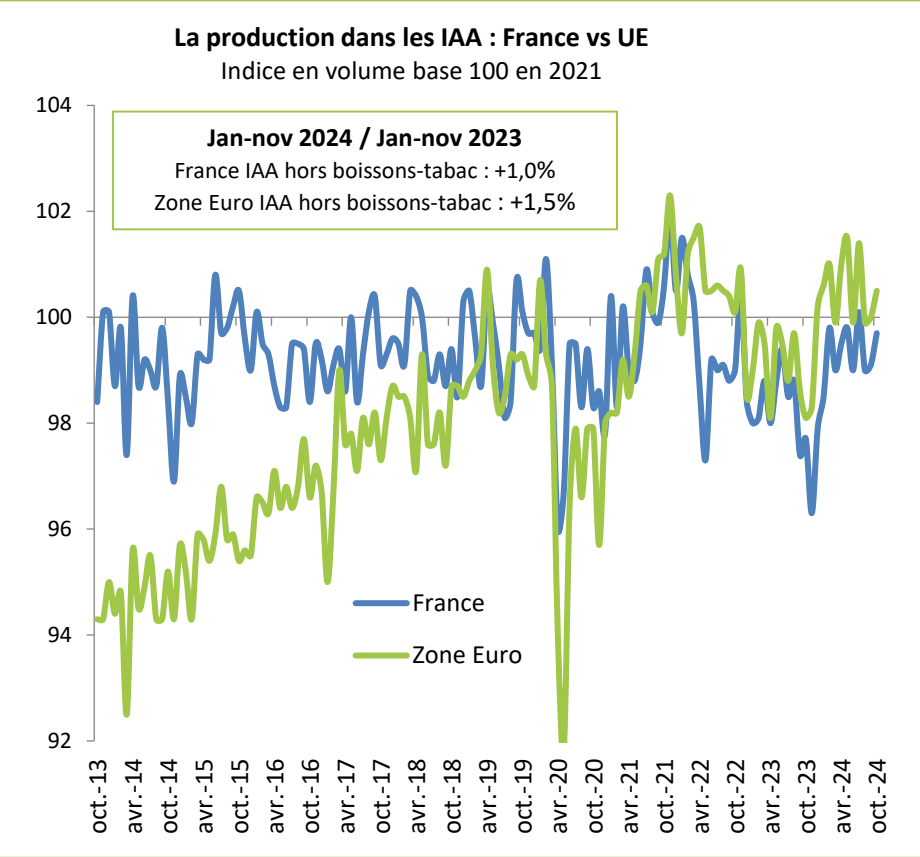
La production des IAA (hors boissons et tabac) s'est contractée de -1,6% en volume en moyenne annuelle en 2023. La tendance est depuis à une légère amélioration, avec une hausse de 1% de la production au cours des onze premiers mois de l'année 2024. En termes de secteurs, la production d'huiles et graisses a continué de progresser en début d'année (+4% sur 11 mois), celle de viandes est repartie à la hausse (+2,7%, notamment grâce au boom de +11% de l'industrie de la volaille). En revanche, la transformation de poissons, les boissons, et l'industrie des fruits et légumes ont connu une baisse de leur production au cours de cette période.



# La production dans les IAA (UE) (1)

## Rebond de la production au cours des onze premiers mois de 2024

La production des industries agroalimentaires (hors boissons et tabac) en Europe s’est contractée de -1% en moyenne annuelle en 2023 dans la zone euro et a rebondi de +1,5% au cours des onze premiers mois de 2024. Après une année globalement marquée par la baisse de la production agroalimentaire en Europe, la tendance est ainsi à la reprise dans une majorité de pays : c’est notamment le cas en Italie (+3,1% sur la période janvier-novembre 2024), France (+1%). A noter le boom de +8,6% de la production des IAA en Irlande. Parmi les pays pour lesquels la production est plutôt stable : les Pays-Bas et le Danemark (après une forte baisse en 2023).



	2022	2023	Jan-nov 2024 / Jan-nov 2023
Irlande	6,2%	1,5%	8,6%
Pologne	7,7%	1,5%	5,9%
Italie	0,3%	-1,5%	3,1%
Portugal	1,9%	3,8%	1,5%
UE (27)	1,1%	-1,4%	1,9%
Zone € (20)	0,5%	-1,4%	1,5%
Espagne	-0,4%	-2,5%	1,1%
France	-0,6%	-1,3%	1,0%
Allemagne	-0,6%	-3,2%	0,4%
Pays-Bas	-0,6%	-1,7%	0,5%
Danemark	1,9%	-9,7%	0,1%

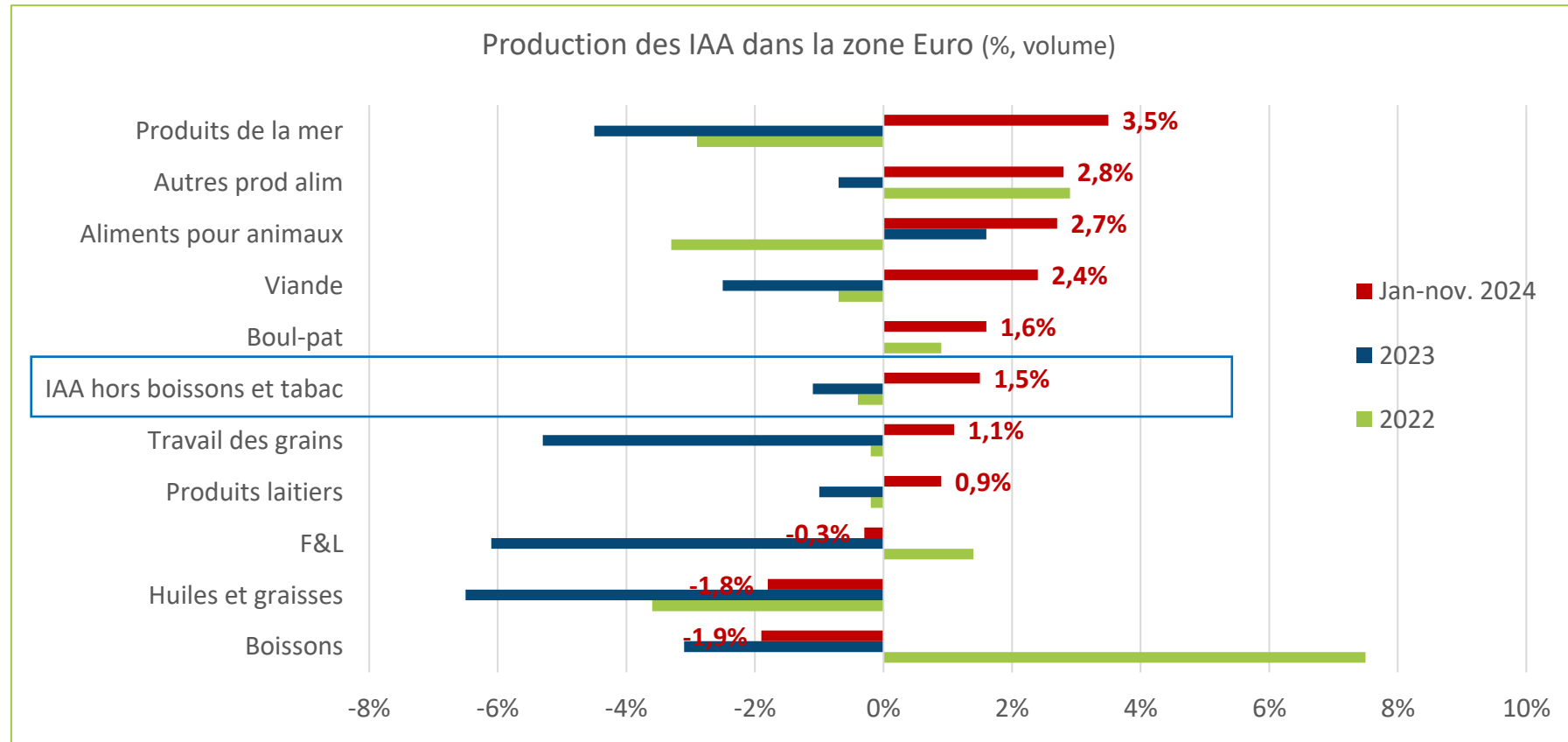
Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat



# La production dans les IAA (UE) (2)

## Redressement de la production agroalimentaire au cours des 11 premiers mois de 2024

La tendance à la reprise de la production agroalimentaire européenne au cours des onze premiers mois de l'année 2024 masque des divergences selon les secteurs. Le rythme de croissance de la production de produits de la mer s'est établi à 3,5% en volume au cours des onze premiers mois de l'année, après une baisse en moyenne annuelle en 2023. Même chose du côté de la viande (+2,8% en 2024). La production des « autres produits alimentaires » (cacao-chocolat, plats cuisinés, soupes, pizzas fraîches...) a également progressé (+2,8%), comme celle des produits animaux. A l'opposé, la production de boissons s'est repliée de -1,9% au cours de la période, celle d'huiles et graisses de -1,8%.



Données désaisonnalisées et corrigées des jours ouvrables / Source : Eurostat

# Production et chiffre d'affaires dans les IAA

## les indices

Base 100 = 2010	Indice de production industrie alimen. (*) France	Croissance France	Indice de production industrie alimen. (*) Zone €	Croissance Zone €
2011	103,2	3,2%	106,4	2,0%
2012	102,8	-0,4%	106,0	-0,4%
2013	101,5	-1,3%	105,9	-0,1%
2014	101,2	-0,3%	106,8	0,8%
2015	101,8	0,6%	108,1	1,2%
2016	101,1	-0,7%	109,3	1,1%
2017	101,2	0,1%	110,3	0,9%
2018	101,2	0,0%	110,9	0,5%
2019	101,5	0,3%	111,8	0,8%
2020	101,3	-0,2%	109,7	-1,9%
2021	102,9	1,6%	113,2	3,3%
2022	102,2	-0,6%	113,7	0,4%
2023	100,8	-1,3%	112,1	-1,4%
Jan-nov 2024	-	1,0%	-	1,5%

Base 100 = 2010	Indice de CA industrie alimentaire (*) France	Croiss France	Indice de CA industrie alimentaire (*) Zone €	Croiss Zone €
2011	107,0	7,0%	108,1	8,1%
2012	110,6	3,4%	110,9	2,6%
2013	112,1	1,3%	113,6	2,4%
2014	112,4	0,3%	113,0	-0,5%
2015	112,3	-0,1%	112,8	-0,2%
2016	112,5	0,2%	113,8	0,9%
2017	117,0	4,0%	119,5	5,0%
2018	118,8	1,5%	119,7	0,2%
2019	122,1	2,8%	123,4	3,1%
2020	120,9	-1,0%	122,6	-0,7%
2021	129,3	7,0%	128,9	5,2%
2022	146,4	13,2%	153,1	18,7%
2023	156,2	6,7%	162,4	6,0%
Jan-oct 2024	-	-0,1%	-	0,6% (9 mois)



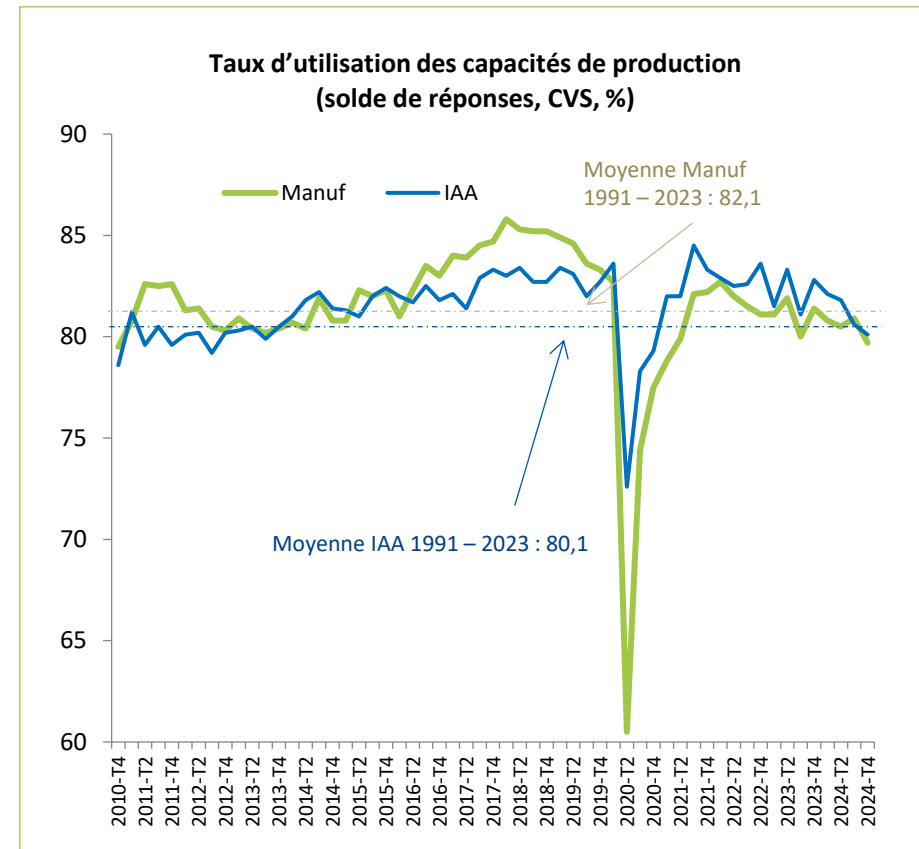
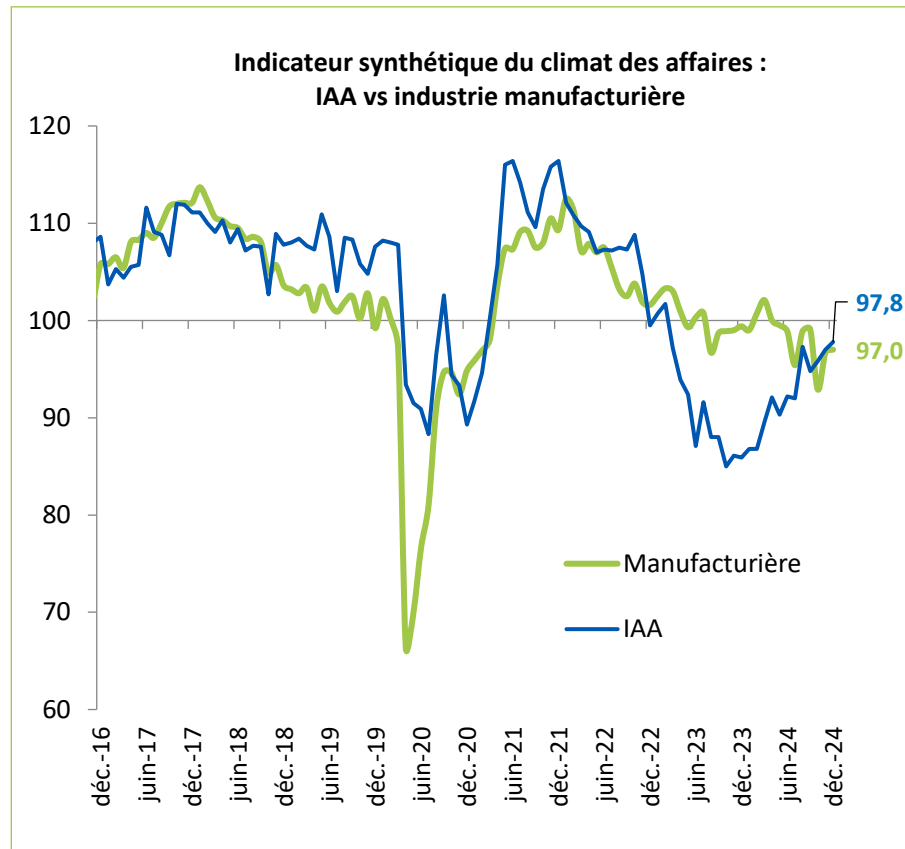
Les indices de chiffre d'affaires pour la France sont construits à partir d'une source fiscale, le formulaire CA3, que doivent remplir les entreprises pour le paiement de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), le calcul des indices de chiffre d'affaires est réalisé à partir de l'exhaustivité des déclarations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

(\*) hors boissons et tabac , marché intérieur + export / Source : Eurostat

# L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (1)

## Climat des affaires dans les IAA : le rebond se poursuit en décembre 2024

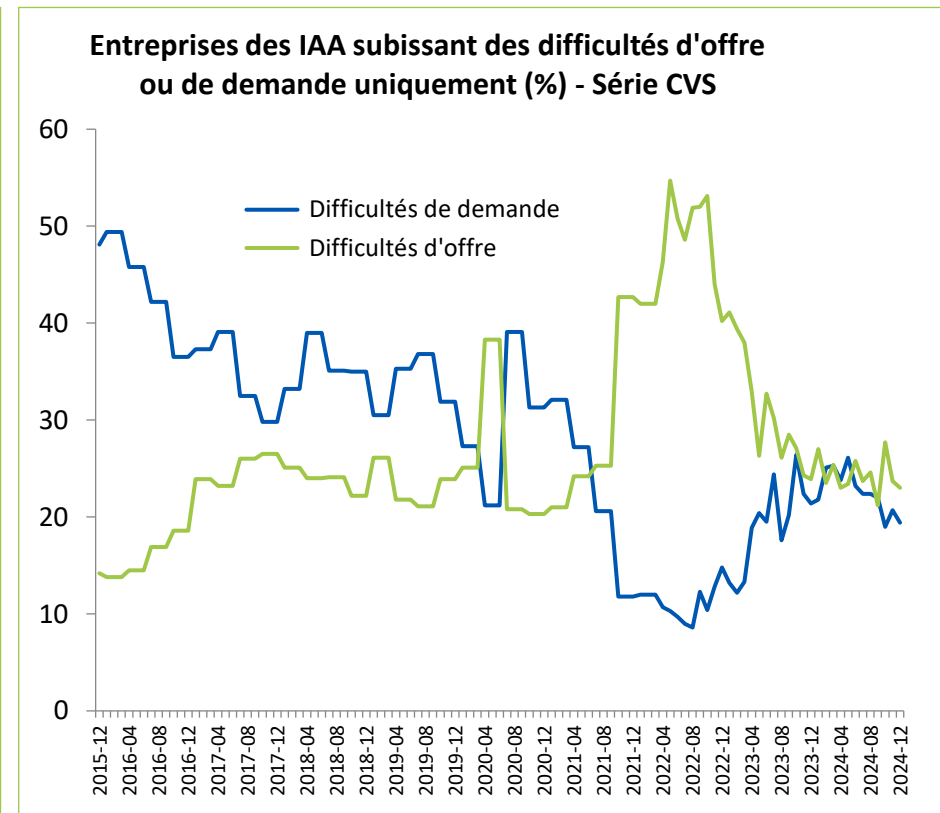
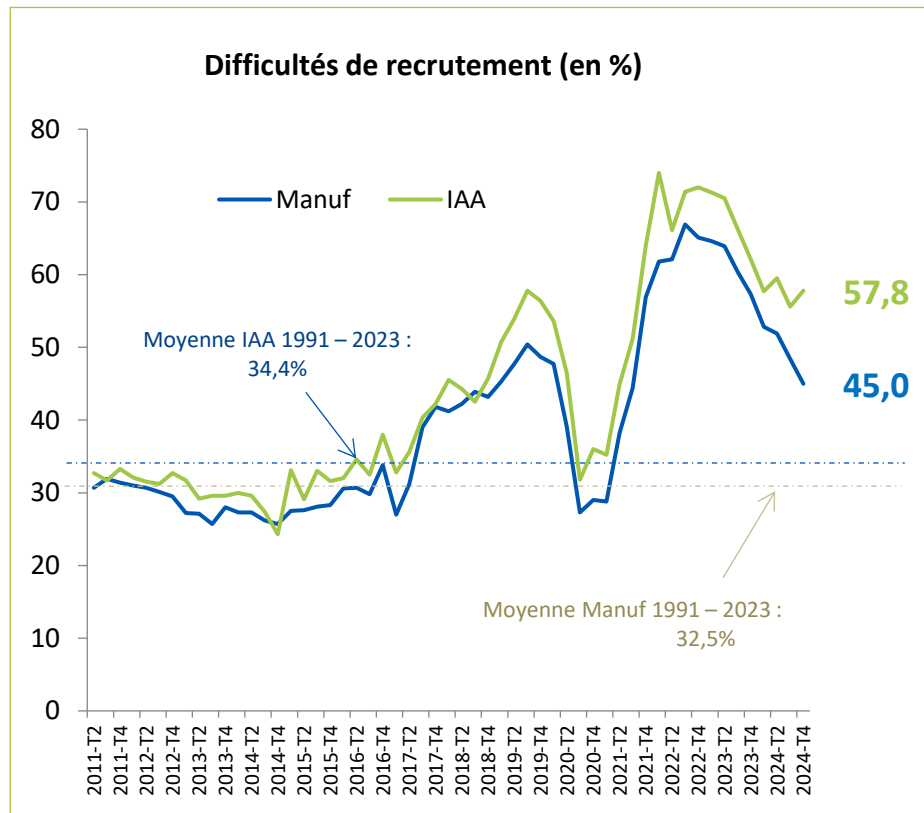
L'indicateur du climat des affaires dans les IAA a bondi de près de 13 points entre octobre 2023 et décembre 2024. A 97,8 points, il se rapproche de son niveau de longue période (100). Dans l'industrie agroalimentaire, le taux d'utilisation des capacités de production tend pour sa part à se replier. En T4 2024, il s'établit à 80%, très proche du niveau observé dans l'ensemble de l'industrie manufacturière.



# L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (2)

Le niveau des difficultés de recrutement dans les IAA augmente légèrement en T3 2024. La part des entreprises subissant des difficultés de demande a reculé au cours des derniers mois

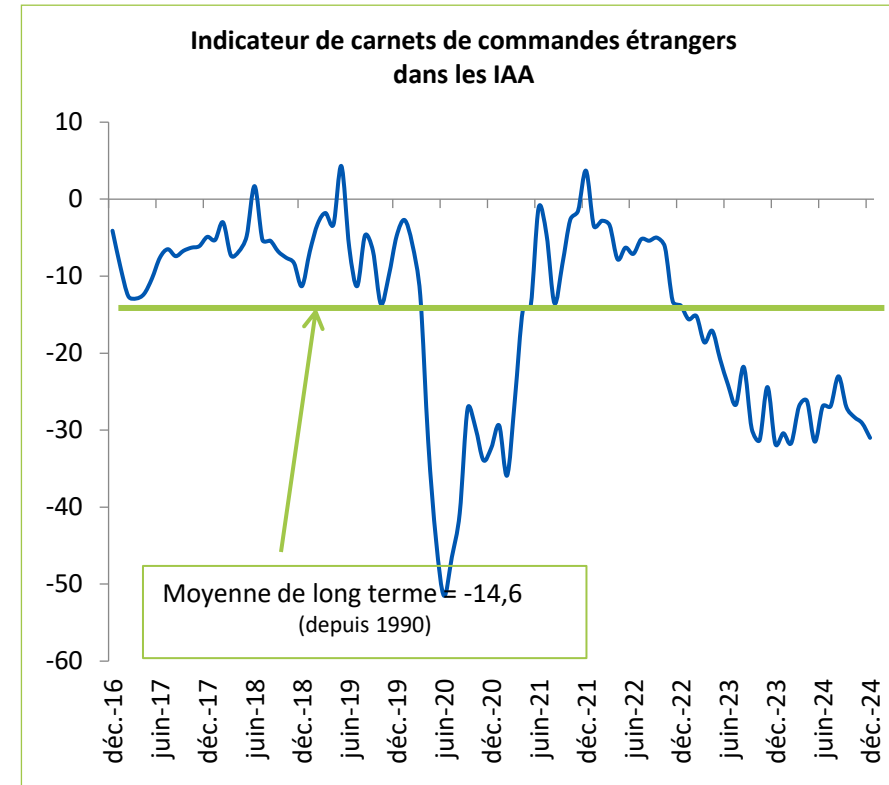
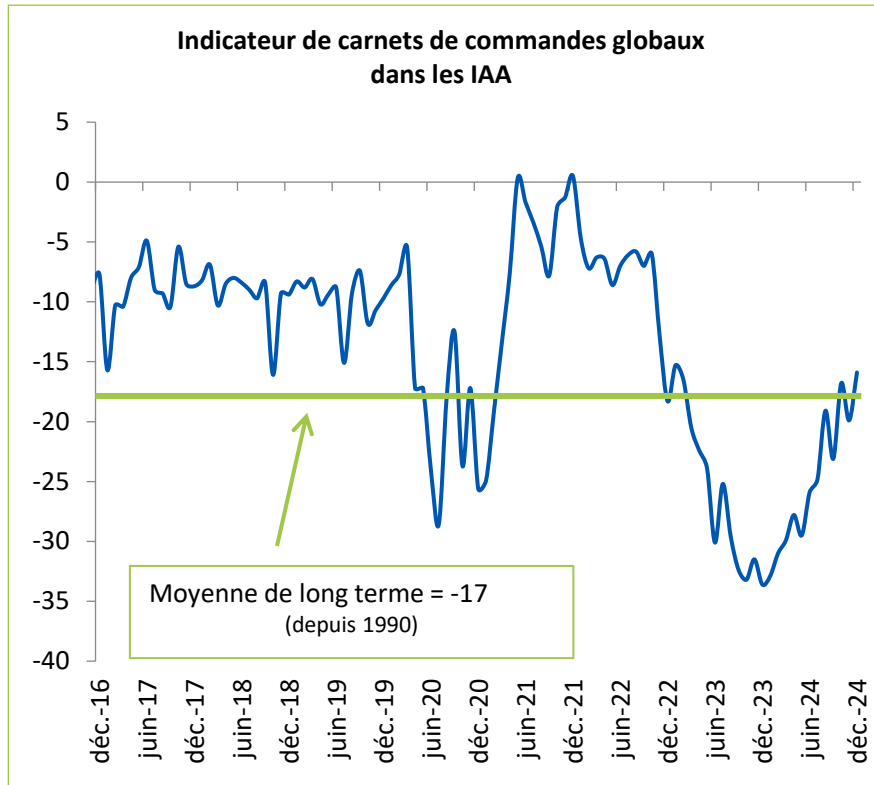
En T4 2024, les difficultés de recrutement dans les IAA progressent légèrement. La proportion d'entreprises agroalimentaires déclarant rencontrer des difficultés de recrutement a atteint 57,8% dans les IAA, contre 55,6% en T3 2024 et 72% fin 2022. Le niveau reste supérieur à la moyenne de long terme. Par ailleurs, les entreprises des IAA sont désormais moins concernées par des difficultés de demande, l'indicateur a eu tendance à régresser au cours des mois passés.



# L'opinion des chefs d'entreprises dans les IAA (3)

## Les carnets de commandes se redressent nettement

Dans l'industrie agroalimentaire, l'indicateur relatif aux carnets de commandes globaux se redresse petit à petit depuis l'automne 2023. Il a même dépassé son niveau de long terme. A noter toutefois les difficultés du côté des marchés d'exportation : l'indicateur de carnets de commandes étrangers a continué de se replier au cours des derniers mois. Il a perdu 35 points depuis décembre 2021.



Source : INSEE, Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie – Décembre 2024

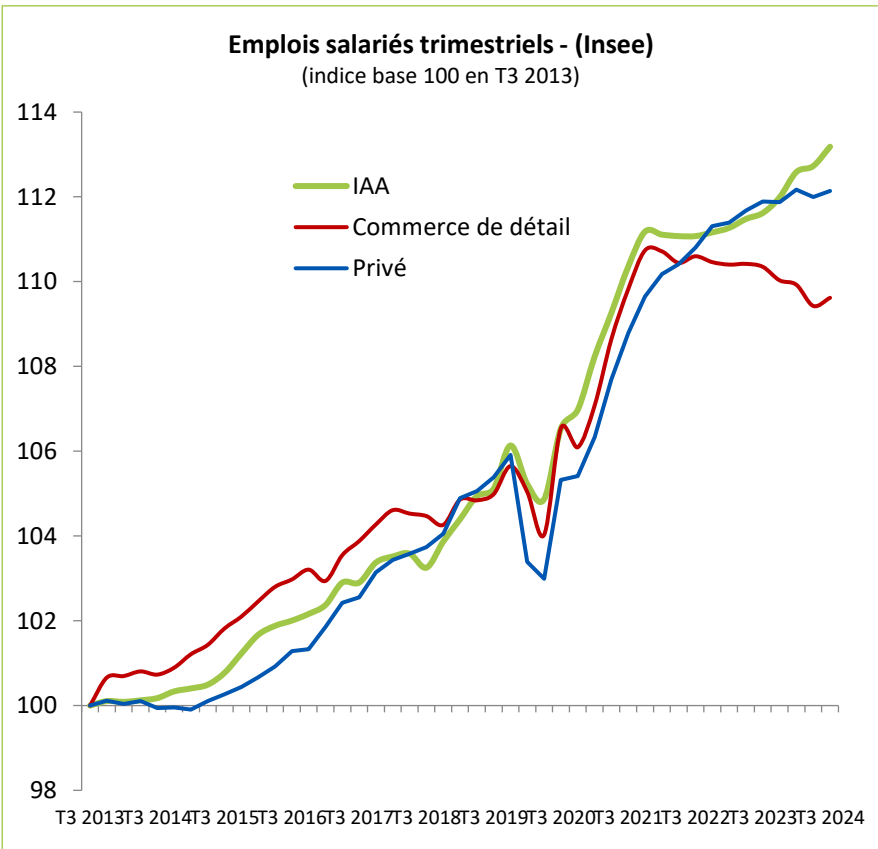
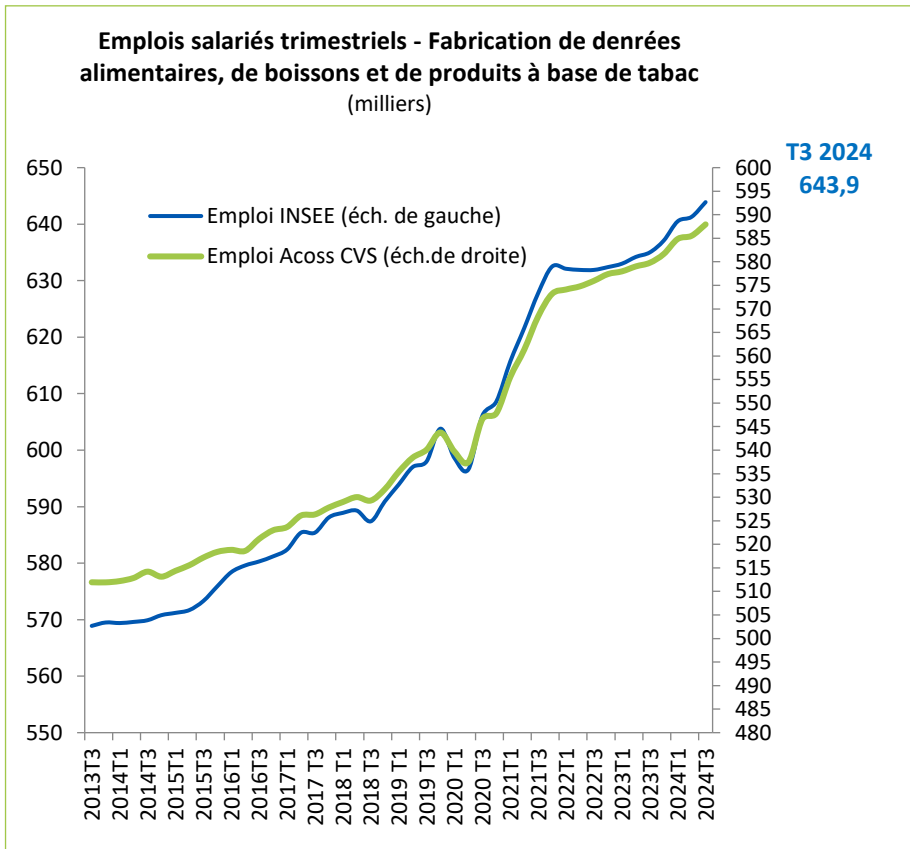


# L'emploi dans les IAA

## Nouvelle progression en T3 2024

Les données Acoess et INSEE indiquent une hausse de l'emploi salarié en T3 2024 par rapport à T2 2024 (+0,4% selon l'INSEE). Sur un an, la hausse est de +1,4%. Le nombre de salariés s'établit à 587.900 selon les données de l'Acoess, et à 643.900 selon les données de l'INSEE. L'emploi a largement dépassé son niveau d'avant crise Covid-19 (604.100 en T4 2019, données INSEE).

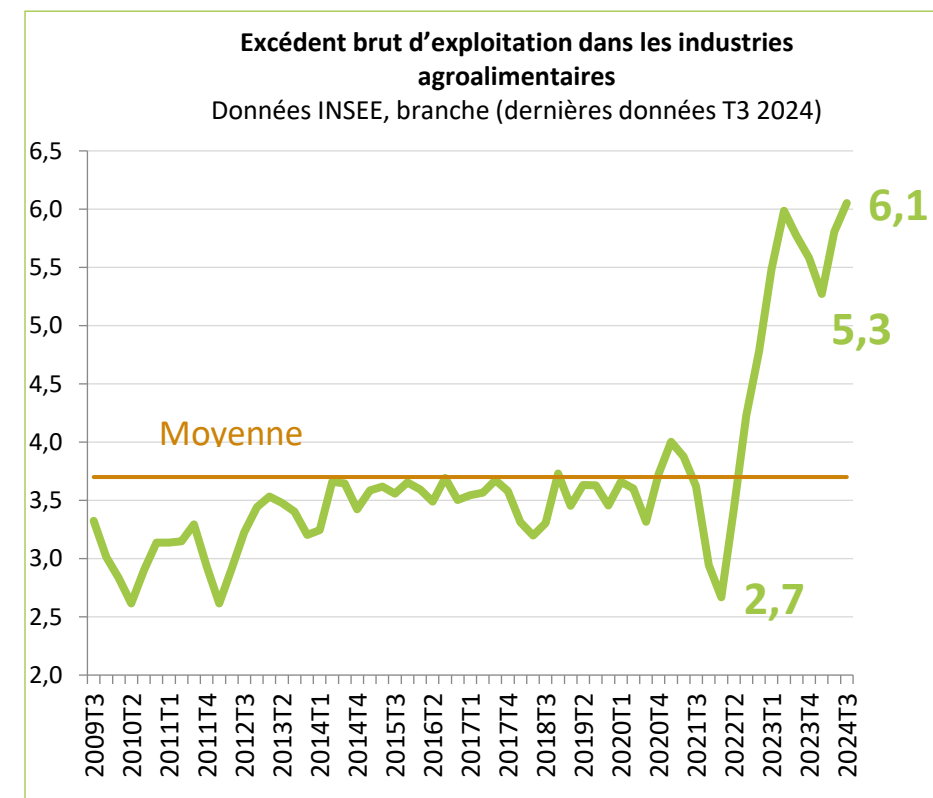
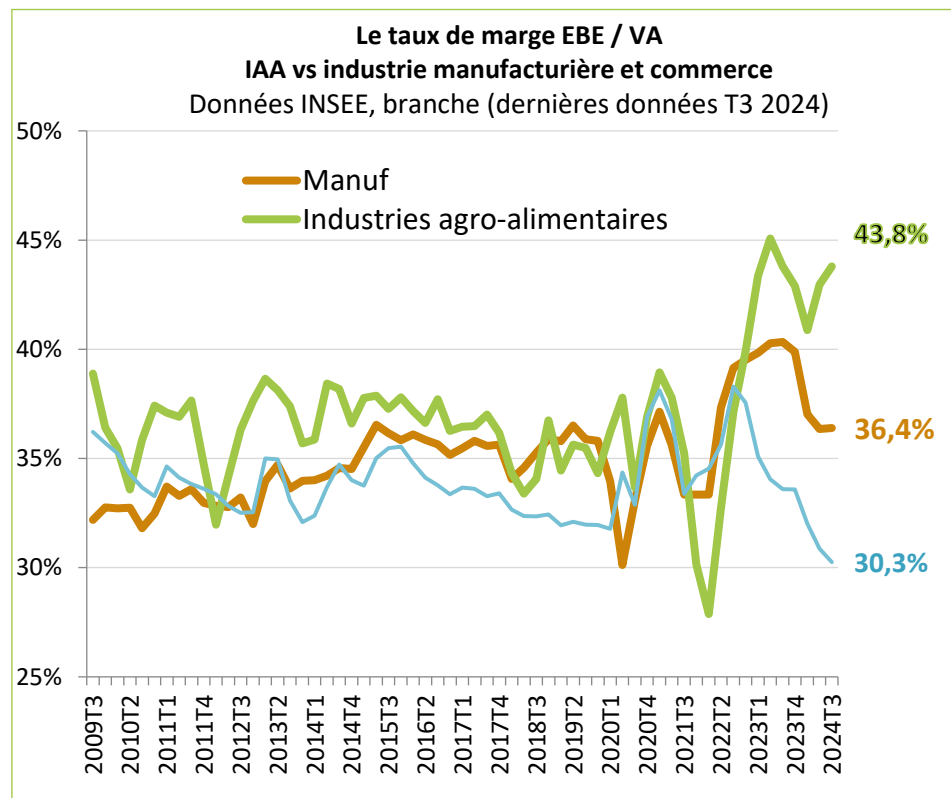
L'emploi salarié a progressé plus rapidement sur 11 ans dans les IAA que dans l'ensemble du secteur privé : respectivement +13,2% entre le T3 2013 et le T3 2024, vs +12,1% dans l'ensemble du secteur privé. A noter, la progression de 9,6% dans le commerce de détail sur la période.



# Le taux de marge des branches (EBE / VA)

Les marges se redressent de nouveau dans les IAA au troisième trimestre 2024

Le taux de marge (rapport EBE / VA en %) dans les industries agroalimentaires s'est redressé de +0,8 point entre T2 2024 et T3 2024, après une hausse de 2,1 points en T2 2024. Il s'est établi à près de 44%, soit un haut niveau. Dans l'industrie manufacturière, le taux de marge s'est stabilisé sur un trimestre à 36,4% en T3 2024. Dans le commerce (commerce de détail, de gros, auto), le taux de marge s'est quant à lui de nouveau contracté sur un trimestre (-0,6 point), et de -3,3 points sur un an (à 30,3%).



# 02

## Les prix dans la filière alimentaire

---

De l'amont agricole aux prix à la consommation

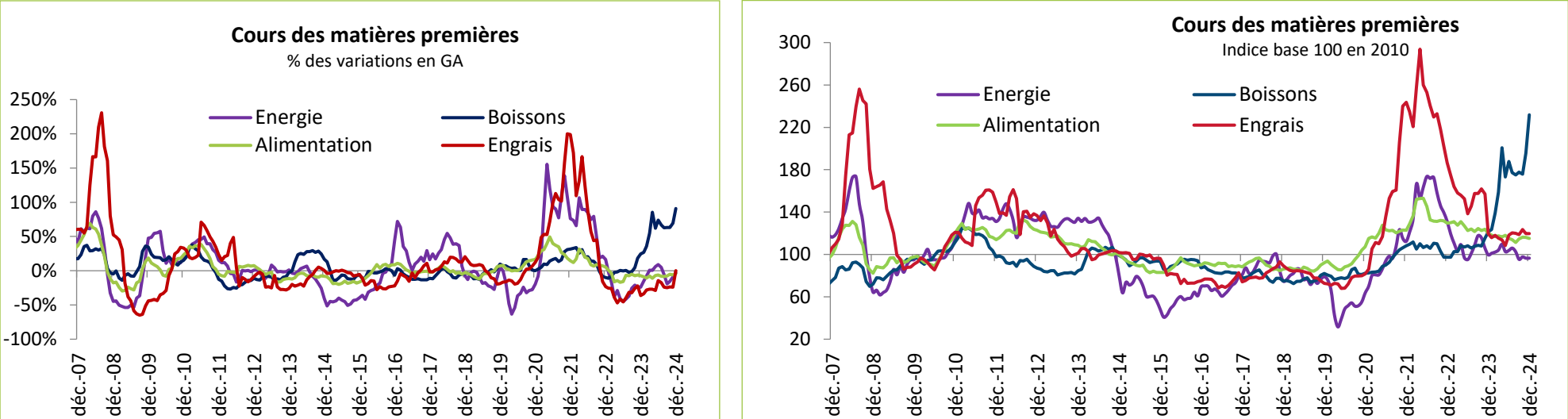
# Les matières premières dans le monde

## A l'exception des boissons, les cours sont globalement orientés à la baisse en 2024



Les prix de l'énergie ont baissé de près de 30% en 2023, puis de 5% en 2024, après un bond de 60% en 2022. Les prix des engrais ont suivi cette tendance, avec une contraction de -35% en moyenne annuelle en 2023 et de -23% en 2024. Les prix de l'alimentation ont quant à eux reculé de -7,6% en moyenne annuelle en 2024. Les cours des boissons augmentaient quant à eux fortement en début d'année : +63,7%, tirés à la hausse par les prix du cacao (+123% en 2024) et du café robusta (+68%).

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.



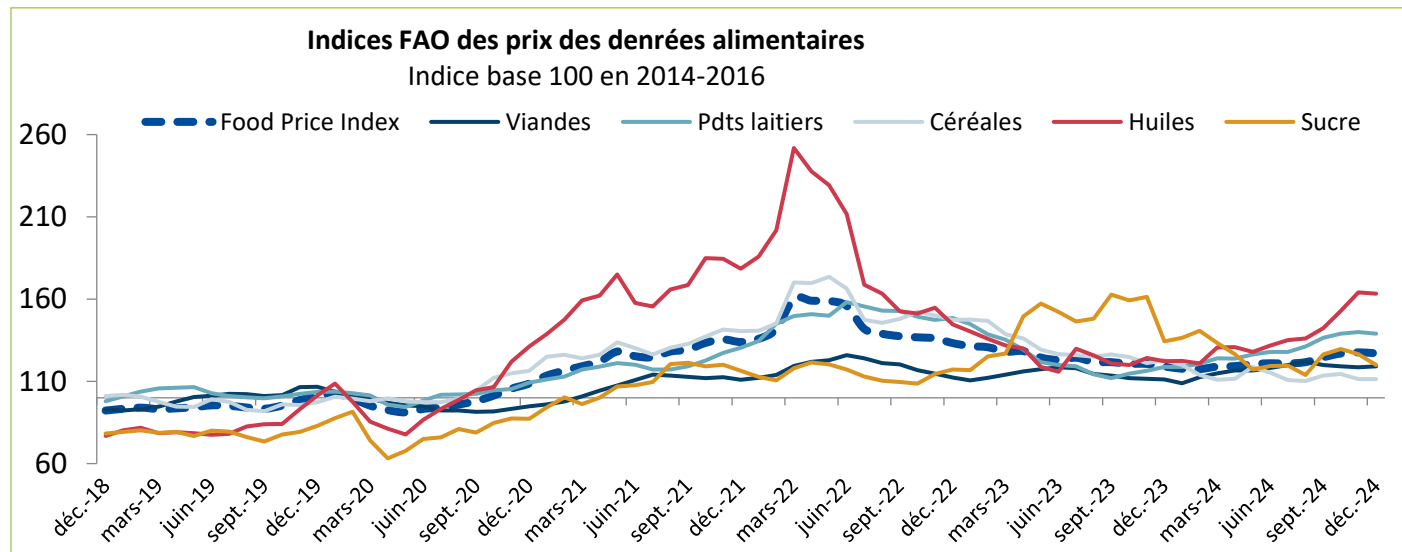
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Energie (pétrole, gaz, charbon)	23,7%	27,8%	-12,4%	-32,7%	81,0%	60,0%	-29,9%	-5,1%
Boissons (café-thé-cacao)	-9,0%	-4,8%	-3,7%	5,6%	16,3%	13,7%	1,4%	63,7%
Alimentation (blé, riz, huile, bananes, oranges, sucre...)	0,6%	0,3%	-3,8%	7,1%	29,9%	14,2%	-9,2%	-7,6%
Engrais	-4,4%	11,1%	-1,4%	-10,1%	104,1%	54,8%	-34,9%	-23,4%

Source : Banque Mondiale – dernières données, décembre 2024

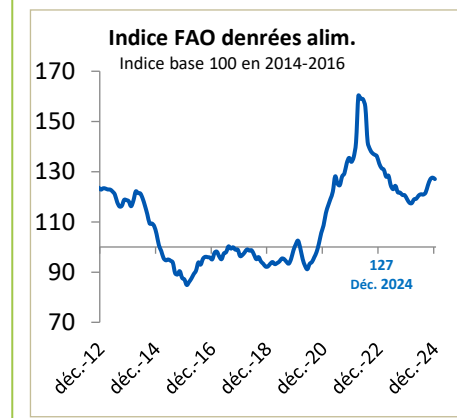
# Prix des matières premières alimentaires

Indice FAO : en baisse sur un mois (-0,5%) et hausse sur un an en décembre 2024 (+6,7%)

L'**indice FAO des prix des produits alimentaires** s'est établi à 127 points en décembre 2024. Il enregistre une baisse 0,5% par rapport à son niveau de novembre. L'indice est en hausse de 6,7% par rapport à il y a un an. L'**indice des prix des céréales** est demeuré relativement inchangé par rapport au mois précédent et s'est contracté de 9,3% par rapport à la valeur enregistrée il y a un an. Les prix du blé sont restés globalement stables en décembre. Les cours du maïs ont légèrement augmenté sous l'effet d'une progression des ventes et d'un resserrement de l'offre aux USA. L'indice des prix du riz a enregistré une baisse de 1,2% en décembre. L'**indice des prix des huiles végétales** cède 0,5% en un mois, mais reste supérieur de 33,5% à son niveau de décembre 2023. La légère contraction de l'indice s'explique principalement par un recul des prix des huiles de soja, de colza et de tournesol, qui a plus que contrebalancé la hausse modérée des prix de l'huile de palme. L'**indice des prix de la viande** a progressé de 0,4% sur un mois et de 7,1% sur un an. La hausse est attribuable à l'augmentation des prix de la viande bovine, du fait d'une demande mondiale forte conjuguée à des contraintes de production. Les cours des prix de la viande ovine ont progressé sous l'effet d'une contraction des disponibilités d'abattage en Australie. Les prix de la viande porcine ont diminué, la demande ayant été plus faible que prévu dans les pays de l'UE. Les prix de la viande de volaille ont enregistré un léger recul qui s'explique par l'abondance des disponibilités exportables du Brésil. L'**indice des prix des produits laitiers** a baissé de 0,7% sur un mois. Il s'agit de la première baisse de l'indice après sept mois consécutifs de hausse, mais il reste supérieur de 17% à sa valeur de l'année dernière. Le recul le plus net a été celui des cours du beurre, mettant fin à 14 mois de progression continue. Les prix du fromage et du lait écrémé en poudre ont diminué sous l'effet d'un repli de la demande internationale. L'**indice des prix du sucre** a baissé sur un mois (-5,1%). C'est la deuxième baisse mensuelle consécutive de l'indice, dont la valeur est inférieure de 10,6% à celle de décembre 2023. La diminution des prix mondiaux du sucre est imputable à la production de sucre du Brésil au cours de la deuxième moitié de novembre, qui a été plus importante que prévu, et à la dépréciation du réal brésilien par rapport au dollar des États-Unis.



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.

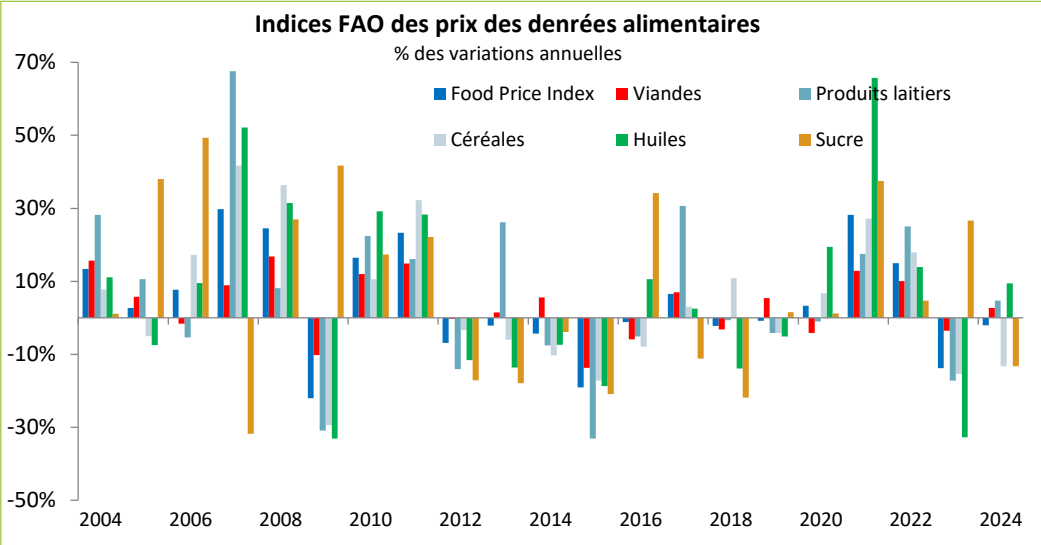
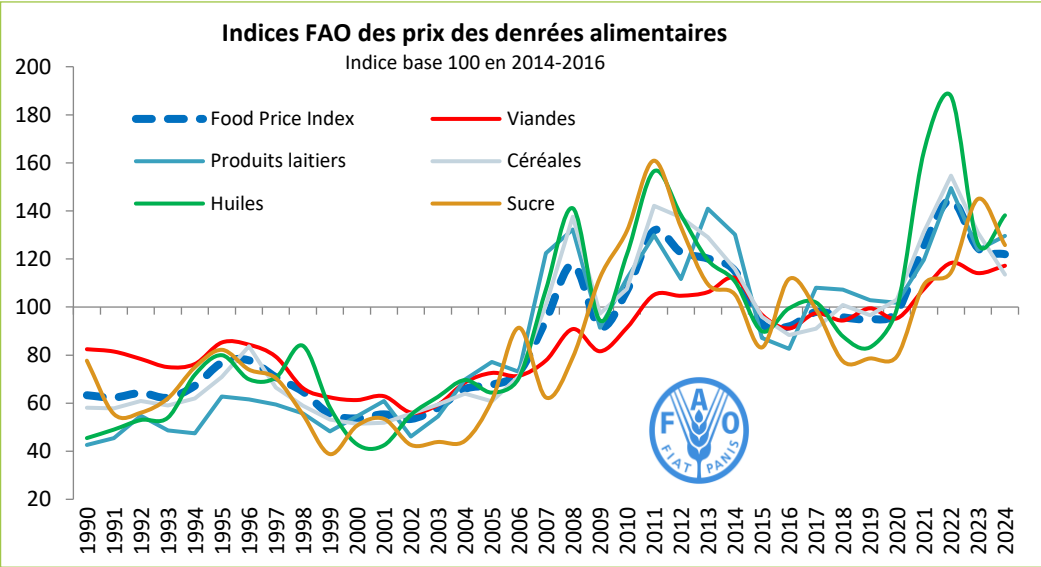


# Les prix des matières premières alimentaires

## Bilan 2024 : recul de -2,1% en moyenne annuelle de l'indice FAO

Les prix internationaux des produits alimentaires ont baissé de -2,1% en moyenne annuelle en 2024 après une hausse de +13,7% en 2023. 2 des 5 catégories de produits suivies par la FAO ont vu leurs prix se contracter en 2024. Les prix des céréales et du sucre en particulier se sont fortement chuté (-13%). Les prix des produits laitiers et des huiles ont rebondi après la baisse de 2023 (respectivement +4,7% et +9,4%), les prix des viandes ont également progressé, mais moins fortement (+2,7% en moyenne sur l'année).

	Food Price Index	Viandes	Produits laitiers	Céréales	Huiles	Sucre
2009	-22,0%	-10,2%	-30,9%	-29,4%	-33,1%	41,7%
2010	16,4%	12,0%	22,4%	10,6%	29,1%	17,4%
2011	23,3%	14,9%	16,1%	32,2%	28,3%	22,1%
2012	-6,8%	-0,3%	-14,0%	-3,3%	-11,6%	-17,1%
2013	-2,1%	1,5%	26,2%	-6,0%	-13,6%	-17,9%
2014	-4,3%	5,5%	-7,6%	-10,3%	-7,4%	-3,9%
2015	-19,1%	-13,7%	-33,1%	-17,2%	-18,7%	-20,9%
2016	-1,2%	-5,9%	-5,2%	-7,9%	10,6%	34,2%
2017	6,5%	7,0%	30,7%	3,0%	2,5%	-11,2%
2018	-2,2%	-3,2%	-0,7%	10,8%	-13,9%	-21,9%
2019	-0,9%	5,4%	-4,2%	-4,2%	-5,2%	1,6%
2020	3,3%	-4,2%	-1,0%	6,7%	19,5%	1,2%
2021	28,2%	12,8%	17,5%	27,2%	65,8%	37,5%
2022	14,9%	10,0%	25,0%	17,9%	13,9%	4,7%
2023	-13,8%	-3,6%	-17,2%	-15,4%	-32,7%	26,7%
2024	-2,1%	2,7%	4,7%	-13,3%	9,4%	-13,2%



Source : FAO

# Le fret maritime (monde)

## Le Baltic Exchange Dry Index : flat

Dopé la reprise économique mondiale et par l'envolée des matières premières, le Baltic Dry Index était monté en 2021 à son plus haut niveau depuis 2010 (5.526 points début octobre 2021). Parfois considéré comme un indicateur avancé de la croissance mondiale, l'indice reflète les prix du transport maritime. Le recul des prix du carburant et une moindre demande ont fait baisser les prix du transport pendant la seconde partie de 2022. Depuis, hormis un pic fin 2023, l'indice reste sous les 2.000 points. Il s'établit même à moins de 1 100 points en janvier 2025.



<https://fr.tradingview.com/symbols/INDEX-BDI/>



L'indice Baltic Dry (Baltic Dry Index, BDI) est un indicateur publié quotidiennement de l'évolution des coûts du fret maritime de vrac sec (minéral, charbon, céréales...). Créé en 1998, il est géré par la société anglaise Baltic Exchange basée à Londres.

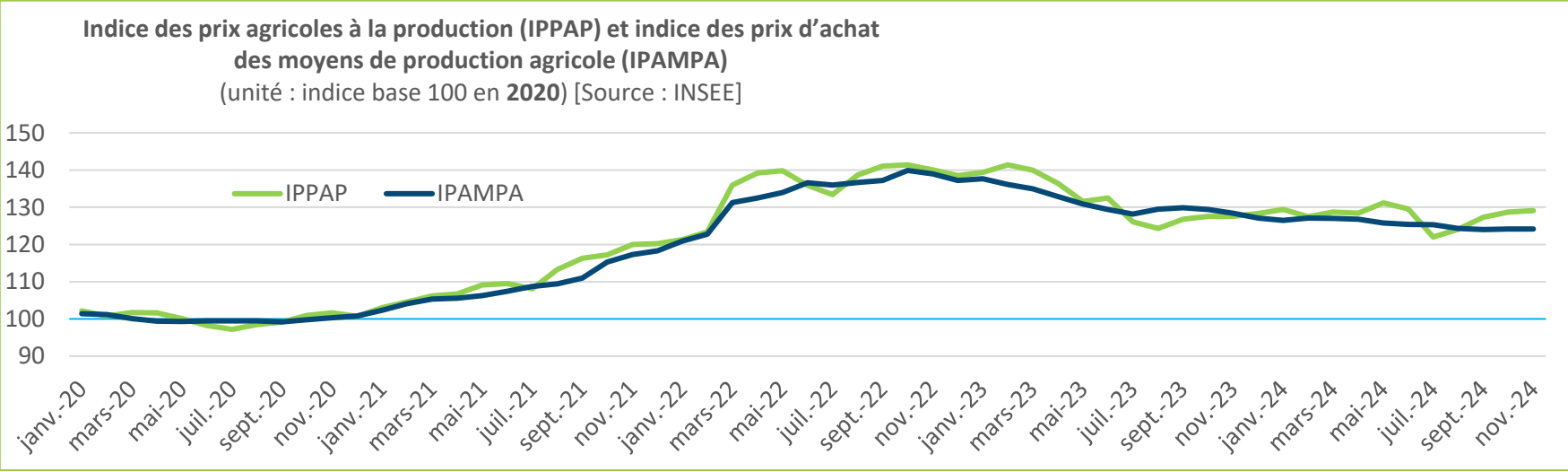
Il fournit une évaluation du prix à payer pour transporter les principales matières premières ou produits de base par voie de mer, c'est-à-dire le coût de la location d'un porte-conteneurs.

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

## IPAMPA et IPPAP : en baisse en 2024

Les prix en amont de la filière alimentaire ont poursuivi leur baisse en 2024. L'indice **IPAMPA** a baissé de -4,6% en moyenne au cours des onze premiers mois de 2024, après un recul de -1,8% en 2023. Parmi les catégories de produits dont les prix ont baissé : les carburants (-10%), les engrais et amendements (-18,4%), les aliments des animaux (-10%, dont -11,8% pour les aliments pour porcins et -9% pour les aliments pour volailles).

Du côté de l'**IPPAP**, même type d'évolution : -3,3% au cours de onze premiers mois de l'année. Parmi les catégories de produits dont les cours ont baissé : les céréales (-14% sur onze mois en 2024), les vins (-6,9%), les porcins (-7,8%), la volaille (-9,7%). Les prix des fruits frais ont progressé (+4%), ceux des légumes sont restés stables.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Jan-nov 2024
IPAMPA	-2,1%	-2,6%	1,2%	3,7%	1,5%	-1,6%	8,6%	22,4%	-1,8%	-4,6%
IPPAP	-3,1%	0,1%	3,7%	2,1%	1,8%	0,5%	11,1%	22,1%	-2,9%	-3,3%

Source : INSEE

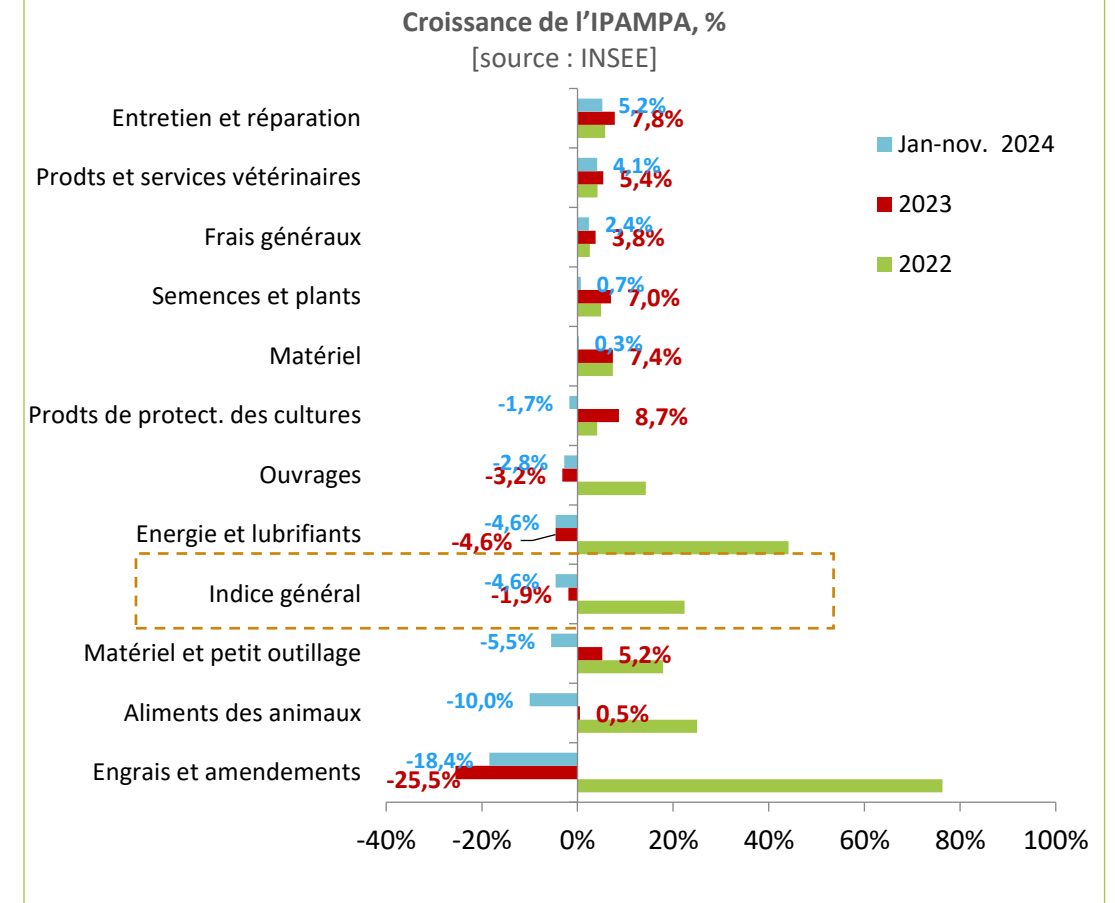
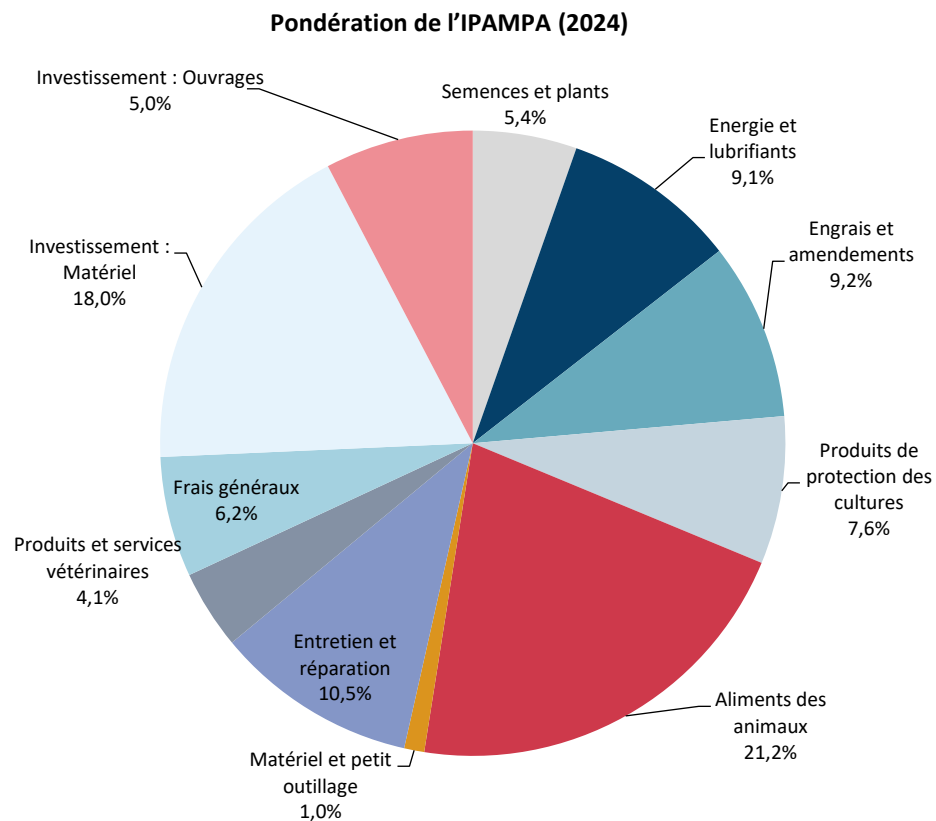


# L'IPAMPA

## -4,6% au cours des onze premiers mois de l'année 2024

Les **prix d'achat des moyens de production agricoles** ont baissé de -4,6% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023, après un recul de -1,8% en moyenne annuelle en 2023.

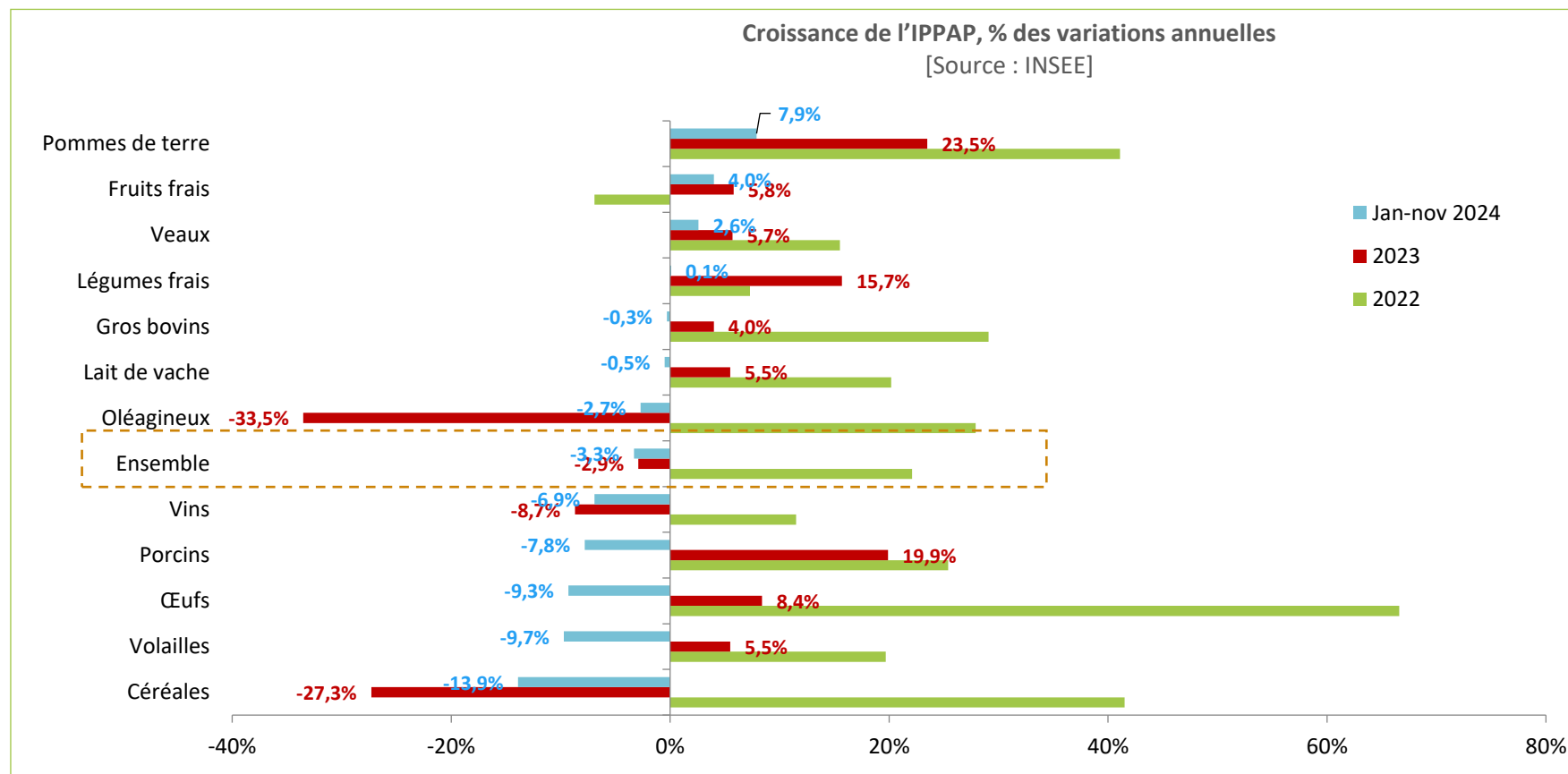
La contraction de l'IPAMPA est notamment liée au recul des prix des carburants (-10%), des engrais et amendements (-18,4%), des aliments des animaux (-10%, dont -11,8% pour les aliments pour porcins et -9% pour les aliments pour volailles).



# L'IPPAP

## -3,3% au cours des onze premiers mois de 2024

Les **prix agricoles à la production** ont baissé de -3,3% entre les onze premiers mois de 2023 et les onze premiers mois de 2024. Cette évolution est liée aux pressions baissières exercées sur les céréales (-14% sur onze mois en 2024), les œufs (-9,3%), la volaille (-9,7%) et les porcins (-7,8%). Certaines catégories ont toutefois continué de progresser : les pommes de terre (+7,9%) et les fruits frais (+4%).



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.

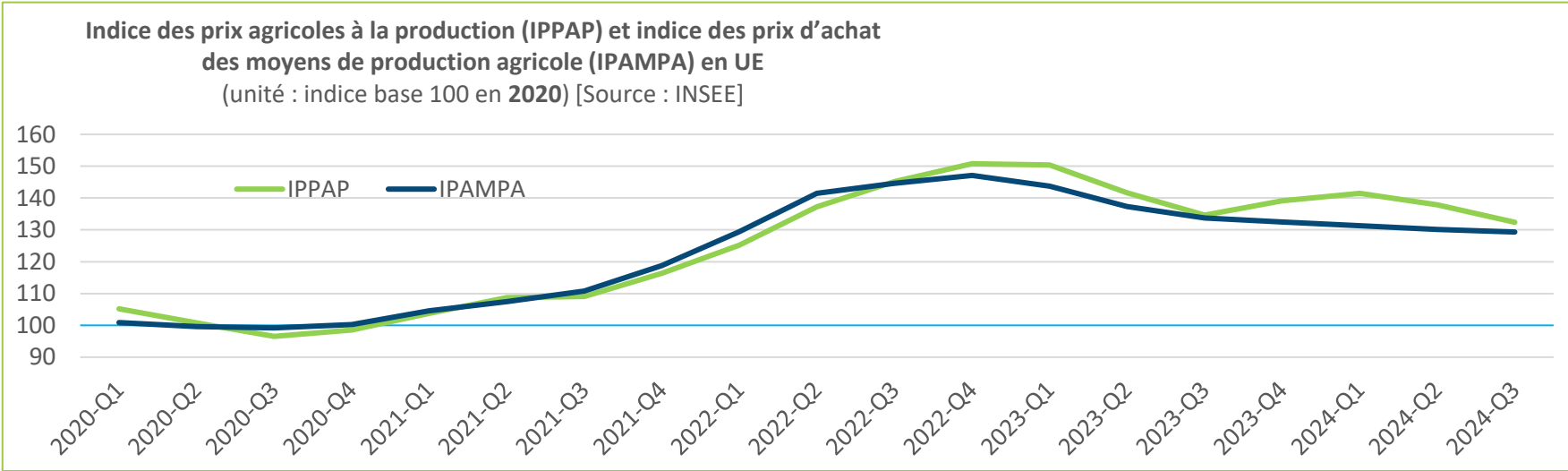


# Les prix agricoles à la production et prix d'achat des moyens de production agricoles

## IPAMPA et IPPAP : UE

Les prix en amont de la filière alimentaire européenne (UE 27) ont poursuivi leur baisse au cours des neuf premiers mois de l'année. L'indice **IPAMPA** a baissé de -5,8% en moyenne au cours des neuf premiers mois de 2024, après un recul de -2,7% en 2023. Les prix ont notamment reculé de -4,7% en Allemagne, de -10% en Espagne, de -5,4% en France.

Du côté de l'**IPPAP**, même type d'évolution : -3,5% au cours de neuf premiers mois de l'année, après une légère hausse en 2023. Les prix ont baissé de -2,1% en Allemagne, -2% en Espagne, -4% en France, plus fortement en Hongrie, Bulgarie, République tchèque (plus de 10% de baisse).



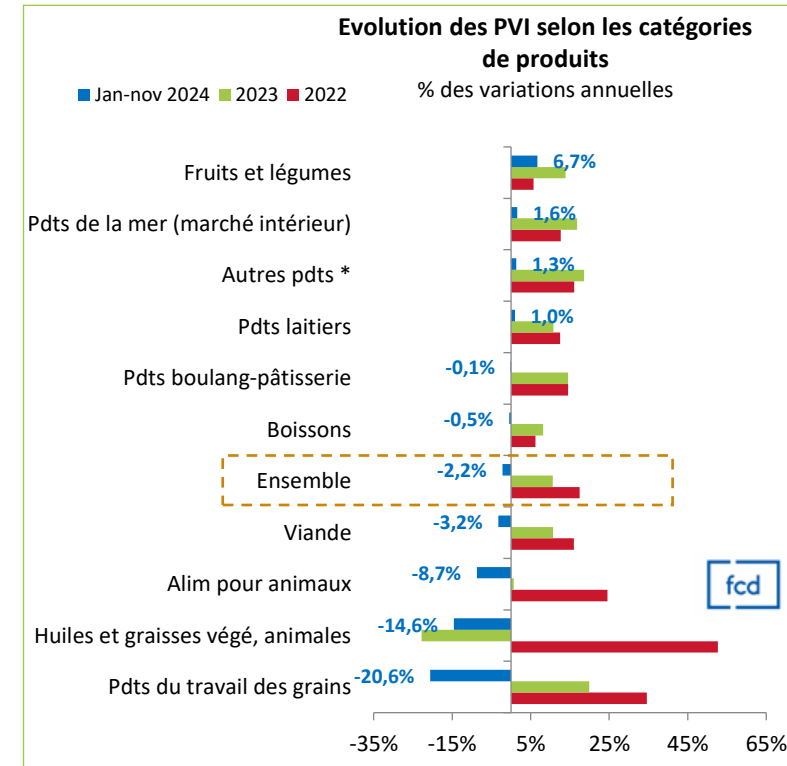
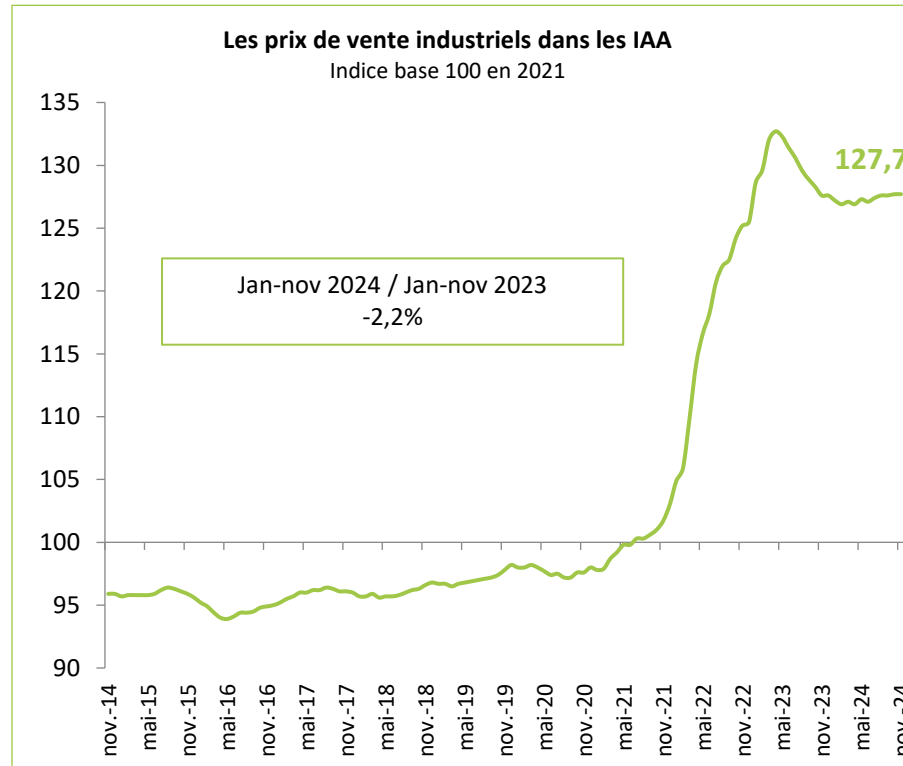
	2021	2022	2023	Jan-sept 2024
IPAMPA	10,4%	27,4%	-2,7%	-5,8%
IPPAP	9,2%	27,5%	1,4%	-3,5%

Source : INSEE

# Les prix de vente industriels agroalimentaires (1)

Les prix industriels ont baissé de -2,2% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023

Les **prix de vente industriels des produits agroalimentaires se sont contractés de -2,2% sur onze mois en 2024**, après une hausse de +10,6% en moyenne annuelle en 2023 et de 17,5% en 2022. A noter, les prix sont globalement stables depuis juillet 2024. En termes de catégories de produits, les prix des produits du travail des grains ont reculé de plus de 20% sur 11 mois en 2024 par rapport à 2023, ceux des huiles et graisses de près de -15%. Les prix des aliments pour animaux ont de leur côté chuté de -8,7%. Du côté des prix toujours en hausse, ceux des fruits et légumes transformés (+6,7%), ceux des produits de la mer (+1,6%).



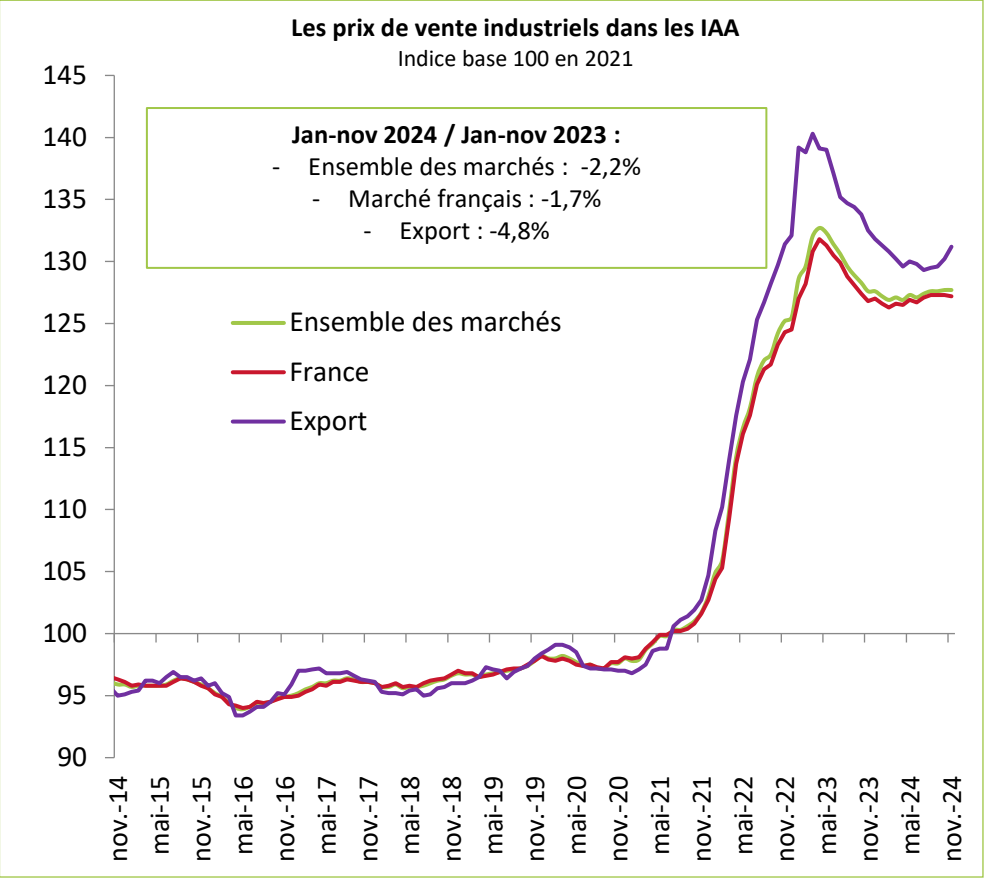
(\*) Autres produits alimentaires : sucre, cacao-chocolat-produits de confiserie, thé et café, condiments-assaisonnements, plats préparés, aliments homogénéisés et diététiques / Indice des prix de production de l'industrie française pour l'ensemble des marchés / Source : INSEE



# Les prix de vente industriels agroalimentaires (2)

## Les prix ont fortement baissé sur les marchés extérieurs

Les PVI des produits alimentaires se sont contractés de 2,2% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023, après deux années de croissance exceptionnelle : +30% entre 2021 et 2023. Les prix industriels de l'agroalimentaire ont fortement baissé sur les marchés extérieurs : -4,8% sur onze mois. Le recul s'est établi à -1,7% au cours de la période sur le marché intérieur.



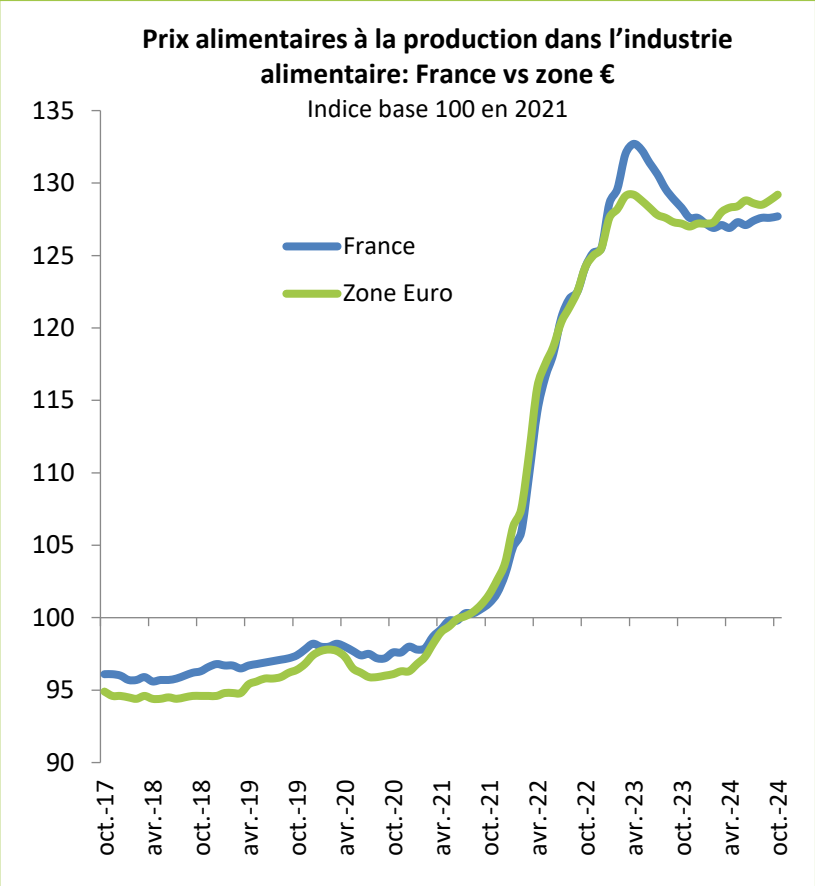
	Tous marchés Crois.	France Crois.	Export Crois.
2010	0,1%	-0,2%	1,6%
2011	6,2%	6,1%	7,7%
2012	2,8%	3,1%	1,7%
2013	2,3%	2,3%	2,1%
2014	-1,3%	-1,6%	0,9%
2015	-1,6%	-2,0%	-0,1%
2016	-1,4%	-1,5%	-1,5%
2017	1,5%	1,4%	2,2%
2018	0,0%	0,3%	-1,4%
2019	1,2%	1,0%	1,7%
2020	0,6%	0,6%	0,9%
2021	2,4%	2,3%	2,1%
2022	17,5%	16,8%	22,2%
2023	10,6%	10,4%	11,6%
Jan-nov 2024	-2,2%	-1,7%	-4,8%



# Les prix de vente industriels agroalimentaires en Europe

## La croissance des prix a ralenti en moyenne en 2024, mais la tendance récente est à une légère progression

Les prix à la production des produits alimentaires (= prix de vente industriels) se sont quasiment stabilisés dans la zone euro au cours des 10 premiers mois de l'année 2024 par rapport à la même période en 2023, après une hausse de 8,4% en moyenne annuelle en 2023. Le ralentissement s'observe dans les grandes économies européennes, avec même une baisse des prix de -2,2% en France. A noter toutefois la hausse des prix dans la zone euro depuis le début de l'année : +1,6% entre janvier et octobre 2024.



	Crois prix prod alim 2021	Crois prix prod alim 2022	Crois prix prod alim 2023	Jan-nov. 2024
Espagne	5,8%	17,3%	10,7%	1,8%
Portugal	4,0%	25,9%	13,7%	1,8%
Pays-Bas	5,3%	20,2%	7,9%	1,4%
UE à 27	<b>3,6%</b>	<b>18,9%</b>	<b>8,2%</b>	<b>-0,3% (*)</b>
Zone Euro	<b>3,5%</b>	<b>18,0%</b>	<b>8,4%</b>	<b>0,2% (*)</b>
Allemagne	2,4%	20,4%	8,0%	0,5%
Danemark	0,2%	17,5%	9,8%	-0,8%
Italie	3,4%	15,3%	6,4%	-0,3%
France	2,4%	17,5%	10,6%	-2,2%
Pologne	5,1%	24,3%	4,6%	-4,6%
Irlande	0,3%	11,2%	1,2%	-0,2%

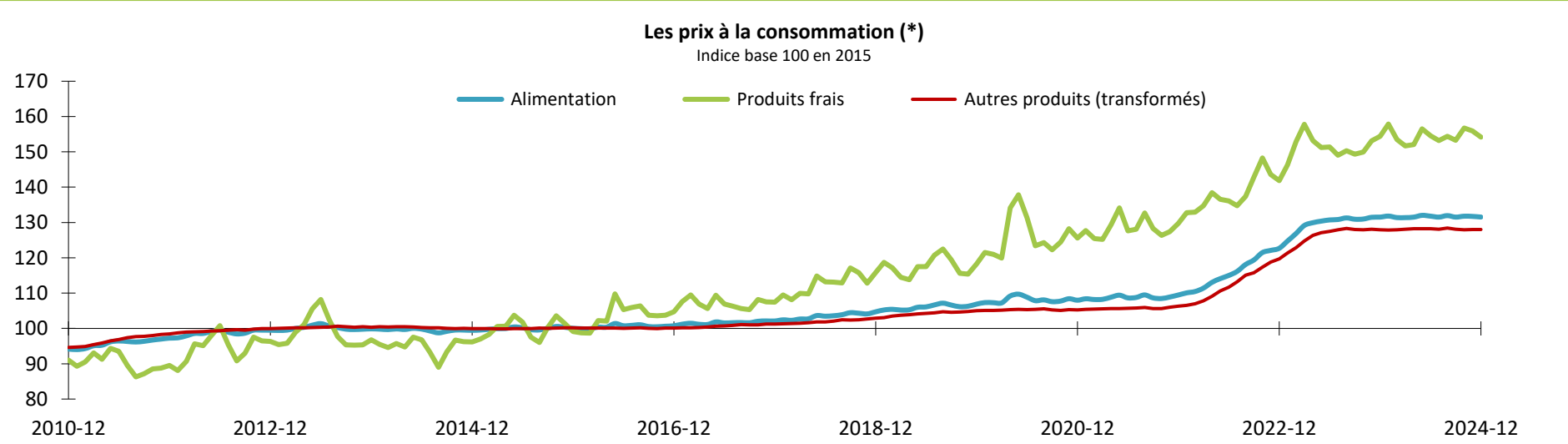
(\*) sur 10 mois / Prix alimentaires (hors tabac et boissons) / Source : Eurostat



# Prix à la consommation alimentaires (1)

## Nette décélération de la croissance des prix alimentaires

Après deux années de forte croissance, les prix à la consommation des produits alimentaires ont augmenté sur un rythme plus faible en 2024 : +1,4% en moyenne annuelle. La croissance s'établit à 1,3% pour les produits transformés et à 1,9% pour les produits frais. En glissement mensuel, les prix ont légèrement baissé en décembre 2024 (-0,1%, tirés par les produits frais : -1,1%). En glissement sur un an, les prix alimentaires sont stables en décembre 2024, contre +7,2% en décembre 2023.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Indice des prix à la consommation de l'alimentation	0,5%	0,6%	1,0%	1,9%	2,4%	1,9%	0,6%	6,8%	11,8%	1,4%
Indice des prix à la consommation des produits frais	5,3%	3,7%	3,5%	5,0%	4,3%	7,3%	1,9%	7,7%	9,6%	1,9%
Indice des prix à la consommation des autres produits (transformés)	-0,2%	0,1%	0,7%	1,2%	2,1%	1,0%	0,4%	6,6%	12,2%	1,3%

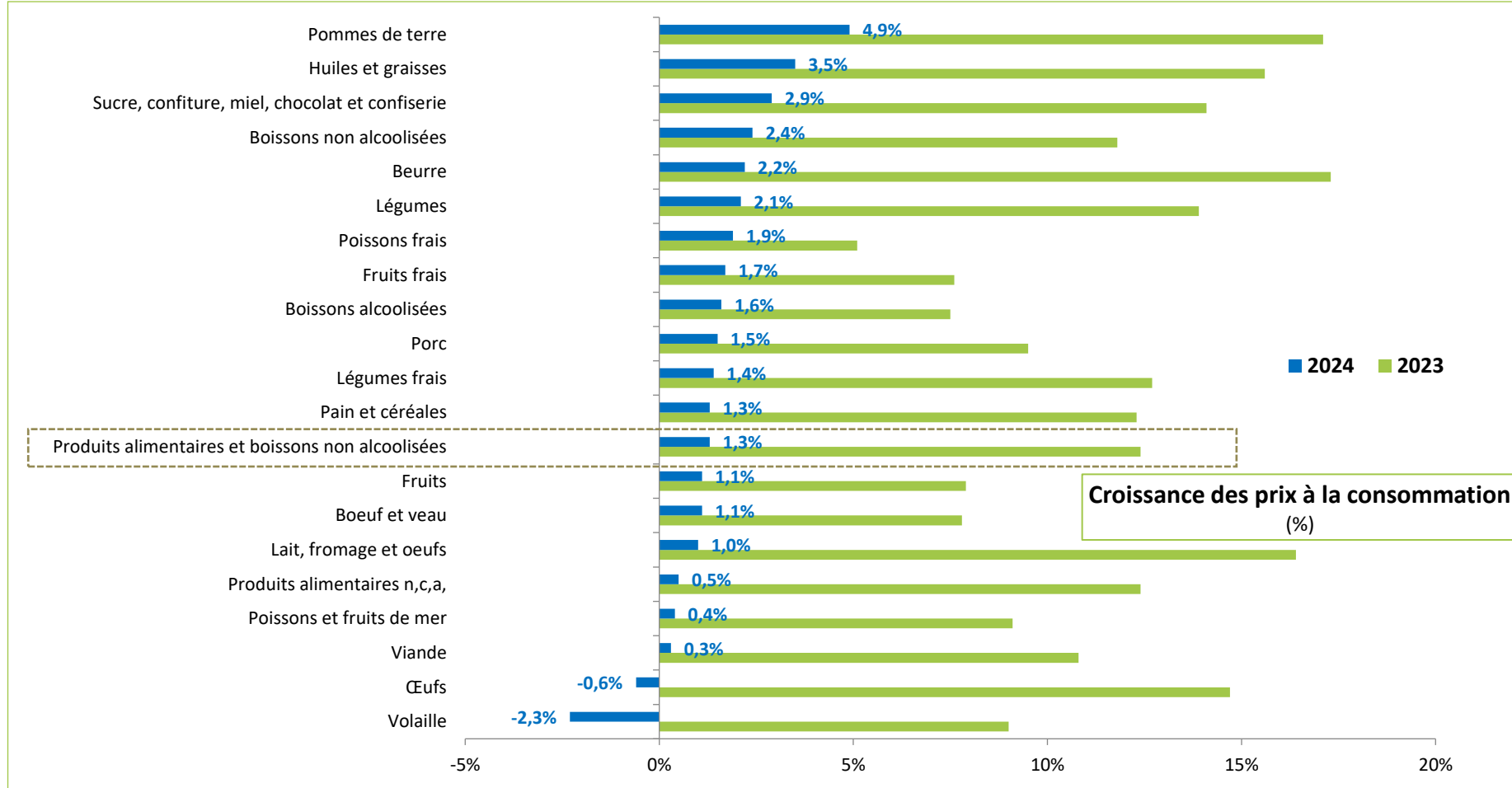
(\*) **IPC** : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages France) / Source : INSEE - dernière donnée décembre 2024 (provisoire)



# Prix à la consommation alimentaires (2)

## La croissance des prix alimentaires selon les catégories de produits

Les prix des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées ont progressé de 1,3% en moyenne annuelle en 2024, soit un net tassement de la croissance après une hausse de 12,4% en 2023. Parmi les produits dont les prix ont encore fortement augmenté, les pommes de terre (+4,9%), l'huile d'olive (+30% en 2024, après +20,6% en moyenne annuelle en 2023). A l'opposé, les prix de la volaille sont en baisse de -2,3%.



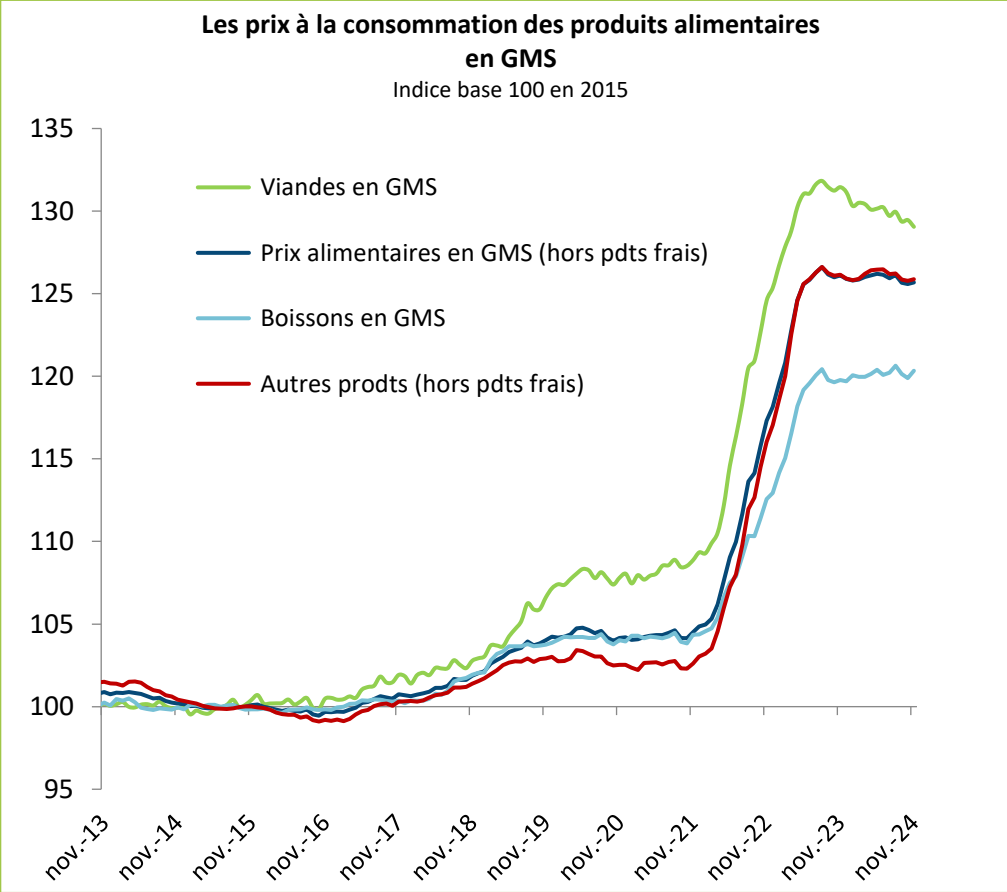
(\*) IPC : indice des prix à la consommation (ensemble des ménages / France) /



# Les prix à la consommation alimentaires (3)

## Les prix alimentaires dans la grande distribution (indice INSEE) : la phase de ralentissement se confirme

Depuis le pic du printemps 2023 en glissement annuel, les prix en GMS tendent à progresser moins rapidement. Ils ont augmenté de 1,1% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023. Le tassement de la croissance a concerné les grandes catégories de produits, comme les viandes (-0,3% sur 11 mois en 2024, après +11,3% en moyenne annuelle en 2023) ou les boissons (+1,5% sur 11 mois).



	Pdts alim (hors pdts frais)	Dont viandes	Dont boissons	Dont autres (hors pdts frais)
2011	2,3%	2,9%	2,2%	2,3%
2012	2,4%	3,1%	3,6%	1,6%
2013	0,5%	2,7%	0,8%	-0,7%
2014	-0,3%	0,6%	-0,2%	-0,7%
2015	-0,5%	-0,1%	0,0%	-1,0%
2016	-0,3%	0,2%	-0,3%	-0,6%
2017	0,5%	0,9%	0,5%	0,4%
2018	1,0%	1,1%	0,8%	1,1%
2019	2,1%	2,6%	2,3%	1,7%
2020	1,0%	2,7%	0,7%	0,3%
2021	0,0%	0,5%	0,1%	-0,3%
2022	6,5%	8,1%	4,2%	6,8%
2023	12,2%	11,3%	9,1%	13,7%
Jan-nov. 2024	1,1%	-0,3%	1,5%	1,4%



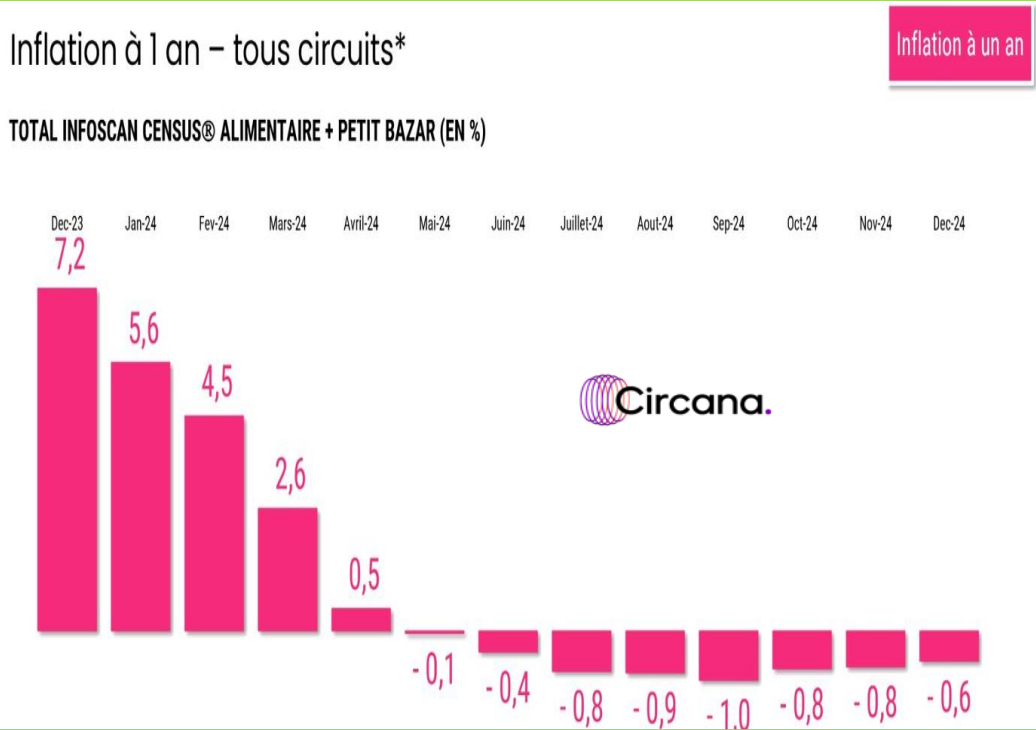
Source : INSEE

# Les prix à consommation alimentaires (4)

Les données Circana : les prix sont en baisse pour le 8è mois consécutif en décembre



Selon les données de Circana, les prix en hypermarchés et supermarchés, relevés sur un assortiment constant de produits, ont baissé de -0,6% entre décembre 2023 et décembre 2024, après une baisse de -0,8% en novembre. La baisse s’est établie à -1,3% pour le FLS poids fixe, dont une baisse de -2,1% pour le frais non laitier et les surgelés et glaces. En glissement mensuel, les prix ont baissé de -0,2% entre novembre et décembre 2024.



## Inflation à 1 an Déc. 2024

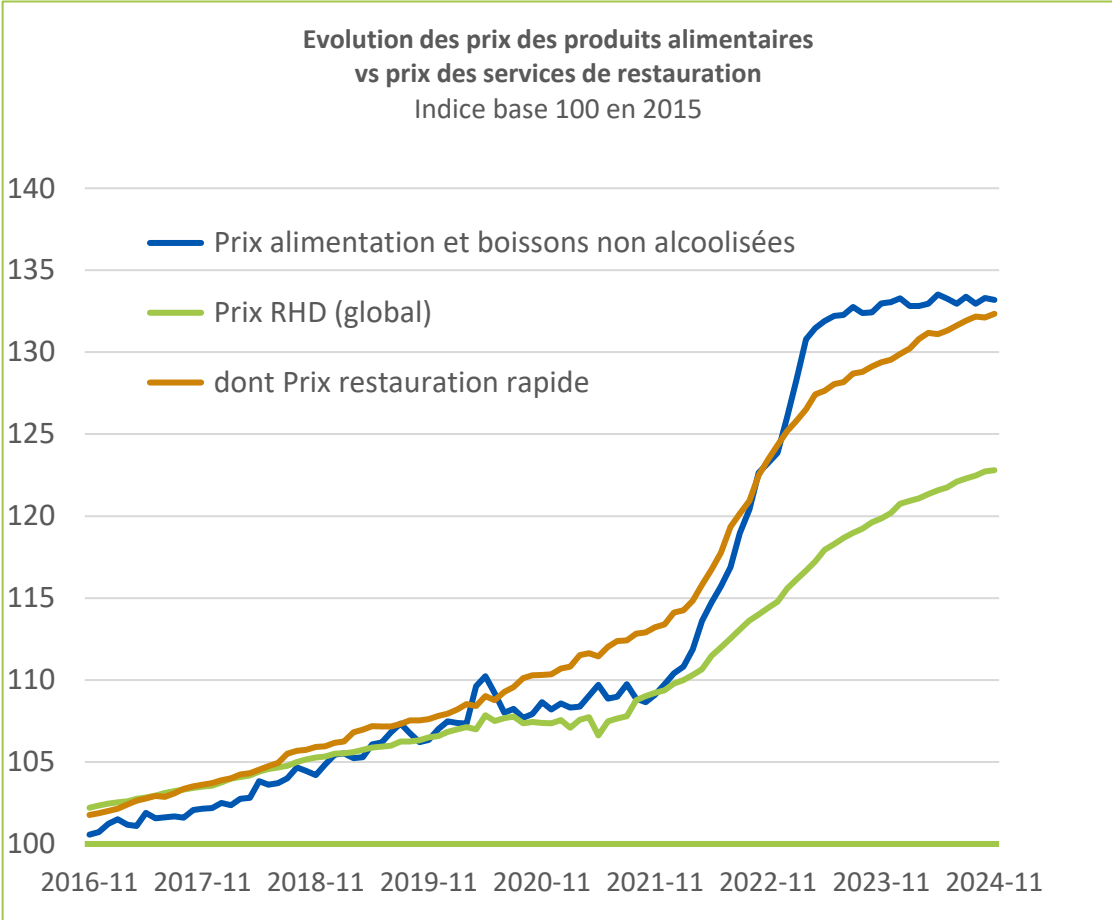
TOTAL INFOSCAN CIRCANA
INFOSCAN ALIMENTAIRE
DPH
ENTRETIEN
HYGIENE
EPICERIE
EPICERIE SALEE
EPICERIE SUCREE
FLS POIDS FIXE
CREMERIE
FRAIS NON LAITIERS LS
SURGELES GLACES
LIQUIDES
BIERES ET CIDRES
BRSA ET EAUX
SPIRITUEUX ET CHAMPAGNES
INFOSCAN BAZAR

Tous Circuits			
Tous produits	MN	MDD	PPX
-0,6	-0,7	-0,6	-0,3
-0,6	-0,7	-0,5	-0,2
-2,8	-3,1	-2,5	-1,0
-3,1	-3,2	-3,2	-1,3
-2,7	-3,0	-2,3	-0,9
0,6	0,5	0,8	-0,1
-0,6	-0,7	-0,3	-3,5
1,7	1,4	2,3	4,5
-1,3	-1,5	-1,2	-0,5
-0,4	-0,6	-0,2	1,8
-2,1	-2,3	-1,9	-1,6
-2,1	-1,9	-2,4	-1,5
0,1	-0,3	1,9	2,5
-0,5	-0,6	0,4	0,6
0,7	-0,1	3,4	5,1
-0,2	-0,2	-0,3	1,4
-0,7	-0,2	-1,9	-1,1

# Les prix à consommation alimentaires (5)

## Comparaison de la croissance des prix de l'alimentation à domicile vs prix des services de restauration

La croissance des prix des services de restauration est désormais en phase de décélération : +3,1% en moyenne annuelle en 2024 pour les services de restauration, après une hausse de 5,3% en 2023. Au sein de l'ensemble « restauration », la croissance s'est établie à +2,8% pour les services de restauration rapide en 2024.



	IPC Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	IPC services de restauration	Dont restau rapide
2017	1,0%	1,4%	1,6%
2018	1,9%	1,5%	2,0%
2019	2,5%	1,3%	2,1%
2020	1,9%	1,3%	2,0%
2021	0,6%	0,6%	2,6%
2022	7,3%	3,9%	5,9%
2023	12,4%	5,3%	7,7%
2024	1,3%	3,1%	2,8%



Source : INSEE

# Synthèse : les prix dans la filière alimentaire

L'indice Ipampa a baissé de -4,6% sur 11 mois en 2024, en lien avec la baisse des prix de certaines catégories de produits tels que les engrais. L'indice des prix à la production agricoles a également baissé en glissement annuel (-3,3% au cours de la même période). Dans le même temps, l'indice des prix de vente industriels se repliait de -2,2%. Enfin, les prix à la consommation de l'alimentation (produits frais et transformés) ont augmenté de 1,4% en mois annuelle en 2024.

%	IPAMPA	IPPAP	PVI	IPC alimentation
<b>2009</b>	-6,2%	-14,0%	-9,6%	0,1%
<b>2010</b>	0,5%	8,0%	0,1%	0,7%
<b>2011</b>	8,9%	12,7%	6,2%	2,0%
<b>2012</b>	3,1%	5,6%	2,8%	2,9%
<b>2013</b>	1,1%	2,9%	2,3%	1,1%
<b>2014</b>	-2,5%	-4,4%	-1,3%	-0,9%
<b>2015</b>	-2,1%	-3,1%	-1,6%	0,3%
<b>2016</b>	-2,6%	0,1%	-1,4%	0,6%
<b>2017</b>	1,2%	3,7%	1,5%	1,1%
<b>2018</b>	3,7%	2,1%	0,0%	2,0%
<b>2019</b>	1,5%	1,8%	1,2%	2,5%
<b>2020</b>	-1,6%	0,5%	0,6%	1,9%
<b>2021</b>	9,2%	11,1%	2,4%	0,6%
<b>2022</b>	22,4%	22,1%	17,5%	6,8%
<b>2023</b>	-1,8%	-2,9%	10,6%	11,8%
<b>2024 (XX mois)</b>	<b>-4,6% (11 mois)</b>	<b>-3,3% (11 mois)</b>	<b>-2,2% (11 mois)</b>	<b>1,4% (12 mois)</b>

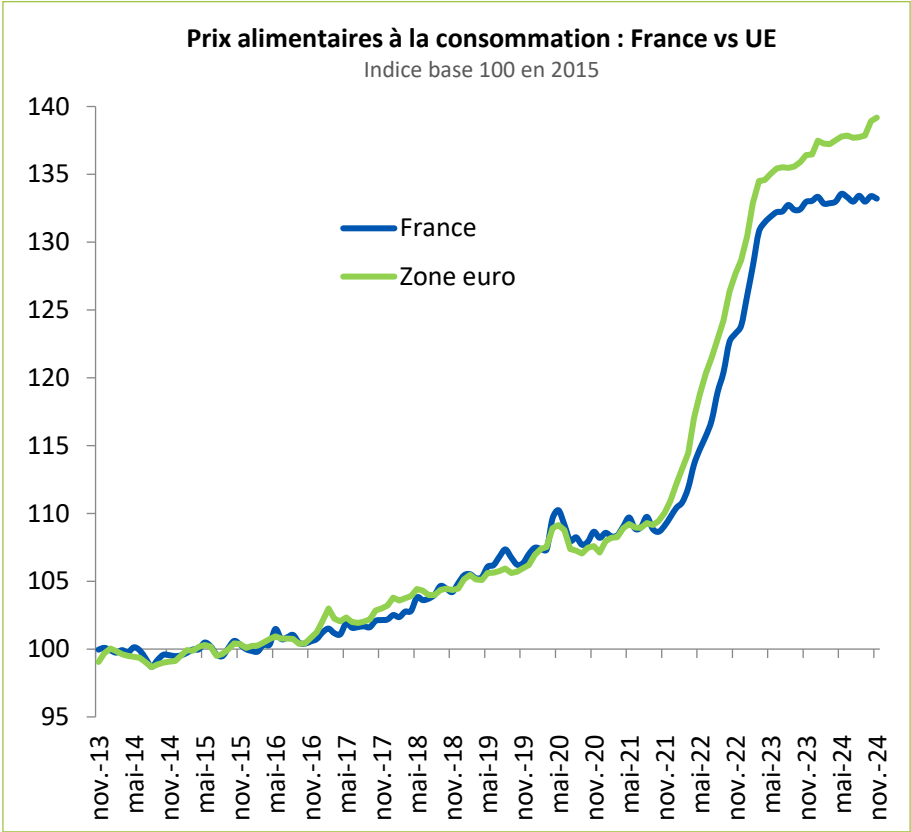
IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;  
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés hors boissons et tabac / Source : INSEE



# Les prix à la consommation en Europe (1)

## La phase de décélération de la croissance des prix alimentaires est bien enclenchée

La croissance des **prix alimentaires et boissons non alcoolisées** s’est établie à +2,6% dans la zone euro au cours des sept premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023. Depuis le pic de croissance de mars 2023 (+17,5% en glissement annuel), la tendance est à la décélération de la croissance. Le ralentissement de la croissance des prix est perceptible dans l’ensemble des grands pays européens.



	2021	2022	2023	Jan-nov 2024
Espagne	1,8%	11,6%	11,7%	3,7%
Pologne	3,0%	14,5%	15,9%	3,5%
Zone Euro UE à 27	1,3% 1,6%	10,5% 11,9%	11,8% 12,6%	2,3% 2,3%
Irlande	-0,3%	6,9%	9,8%	2,7%
Italie	0,5%	9,3%	10,2%	2,5%
Allemagne	3,1%	12,6%	12,7%	2,3%
Portugal	0,7%	13,0%	10,0%	2,2%
Pays-Bas	-0,2%	10,7%	11,9%	1,6%
France	0,6%	7,3%	12,4%	1,5%
Danemark	0,6%	11,5%	8,4%	1,5%

Source : Eurostat – dernière donnée novembre 2024

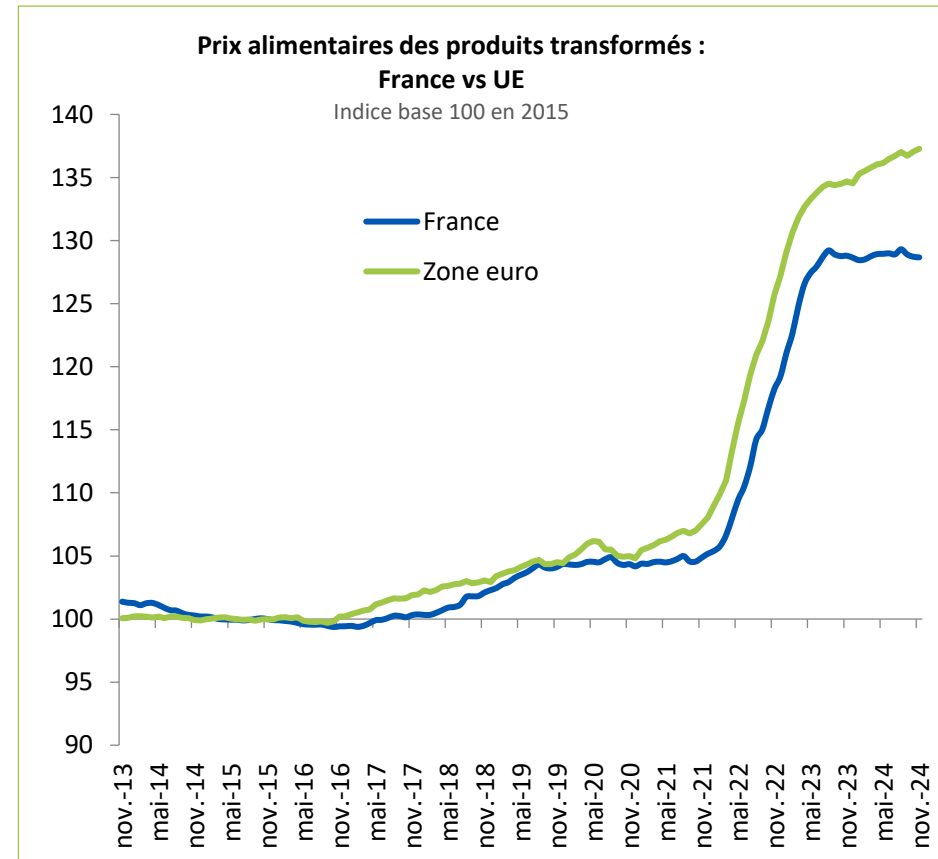
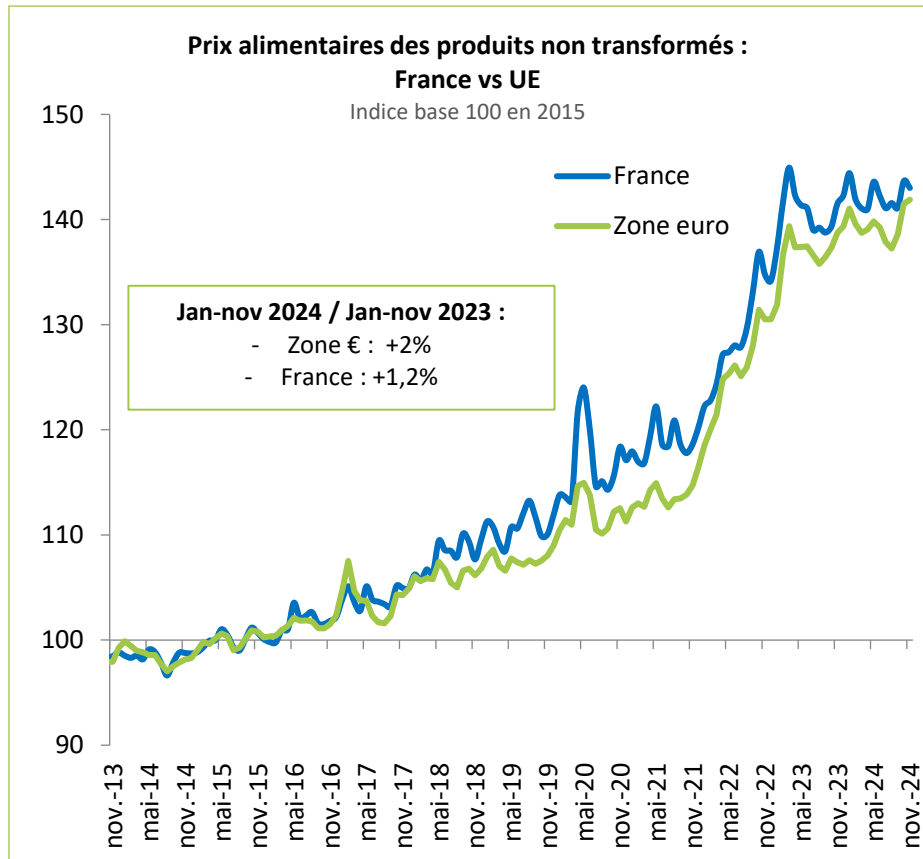


# Prix à la consommation alimentaires en Europe (2)

## Produits alimentaires transformés et non transformés

Les prix des produits alimentaires **non transformés** ont progressé de 2% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023 au sein de la zone € (+1,2% en France). Ils avaient augmenté de plus de 9% en moyenne annuelle en 2023, comme en France.

Les prix des produits alimentaires **transformés** ont progressé de 2,5% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023 au sein de la zone € (+1,6% en France). Ils avaient augmenté de 13% en moyenne annuelle en 2023 (13,6% en France).



Source : Eurostat – dernière donnée novembre 2024

# Synthèse : prix dans la filière alimentaire en Europe

## Les indices

Les dernières données disponibles relatives aux évolutions de prix tout au long de la filière alimentaire indiquent désormais un net tassement de la croissance en glissement annuel, avec même une baisse de l'IPAMPA et de l'IPPAP européens en moyenne au cours des neuf premiers mois de 2024.

	IPAMPA (UE 27)	IPPAP (UE 27)	PVI (UE zone €)	Prix conso (UE zone €)
<b>2011</b>	11,9%	11,0%	6,6%	2,6%
<b>2012</b>	4,8%	5,6%	3,7%	2,7%
<b>2013</b>	1,3%	3,1%	2,4%	2,5%
<b>2014</b>	-3,8%	-6,7%	-1,1%	-0,1%
<b>2015</b>	-2,8%	-2,4%	-1,3%	0,6%
<b>2016</b>	-2,0%	-1,3%	-0,6%	0,6%
<b>2017</b>	1,6%	7,2%	2,9%	1,7%
<b>2018</b>	3,5%	0,8%	-0,3%	1,7%
<b>2019</b>	1,6%	1,9%	1,5%	1,4%
<b>2020</b>	-1,0%	-0,3%	0,9%	2,0%
<b>2021</b>	10,1%	9,7%	3,4%	1,3%
<b>2022</b>	28,4%	27,4%	18,0%	10,5%
<b>2023</b>	-2,7%	1,4%	8,4%	11,8%
<b>2024 (XX mois)</b>	-5,8%	-3,5% (9 mois)	0,2% (10 mois)	2,3% (11 mois)
<b>Comparaison France 2024 (XX mois)</b>	-5,4% (9 mois)	-4,0% (9 mois)	-2,2% (10 mois)	1,4% (12 mois)



IPPAP : indice des prix agricoles à la production; IPAMPA : Indice mensuel brut des prix d'achat des moyens de production agricole ;  
PVI : indice de prix de production de l'industrie alimentaire française pour l'ensemble des marchés (\*) hors boissons et tabac / Source : INSEE

# 03

## La consommation alimentaire

---

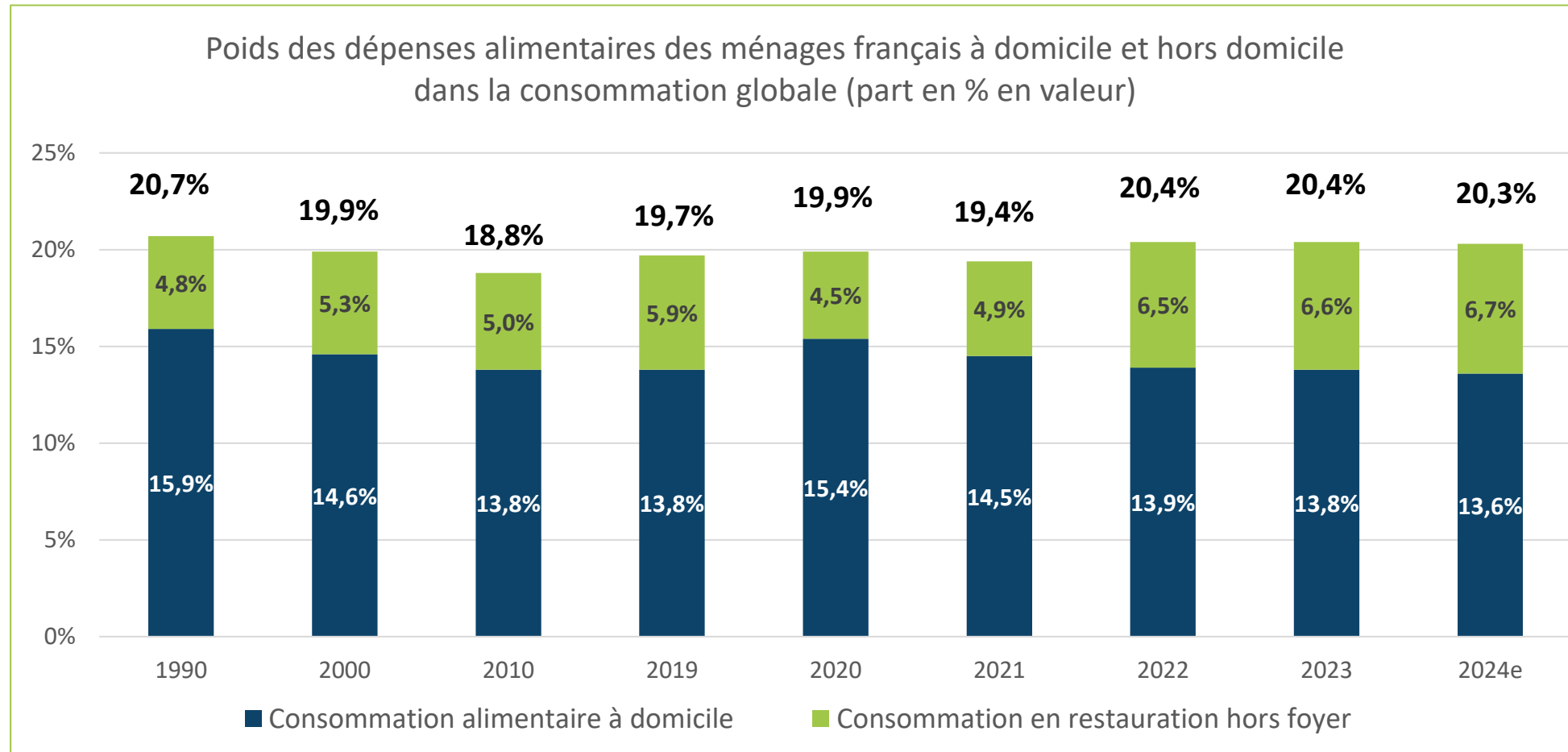
Les tendances et chiffres clés



# Les dépenses alimentaires des Français

Le poids des dépenses alimentaires dans le budget des ménages est structurellement supérieur à 20% en valeur et n'évolue que marginalement depuis 1990

Le poste alimentation au sens large (yc restauration hors foyer) est le deuxième poste de dépenses des ménages, après le logement (28%). Les transports arrivent en 3<sup>ème</sup> position (13,2%).



(e) Estimation FCD / Source : INSEE, part des dépenses de consommation des ménages hors SIFIM (Services d'intermédiation financière indirectement mesurés)

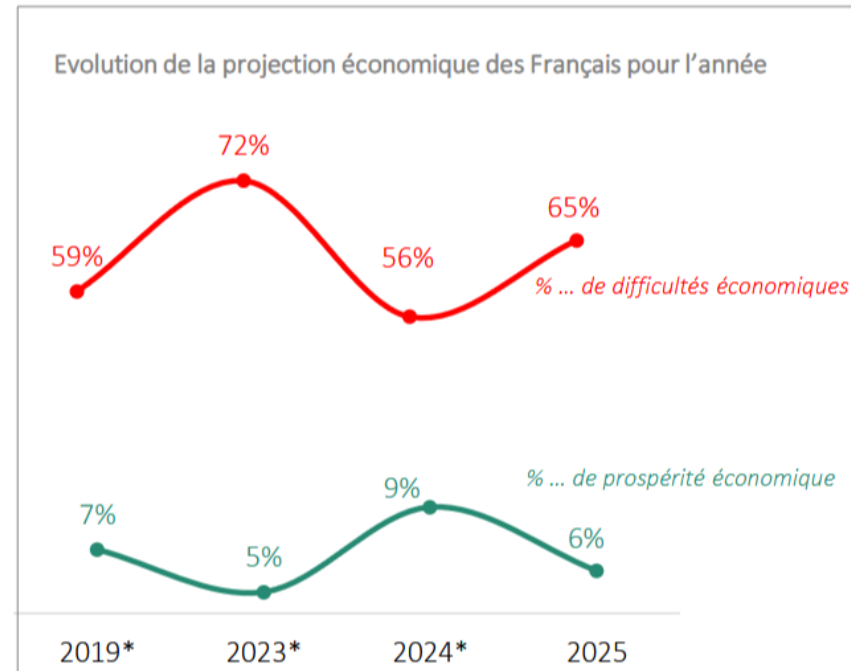
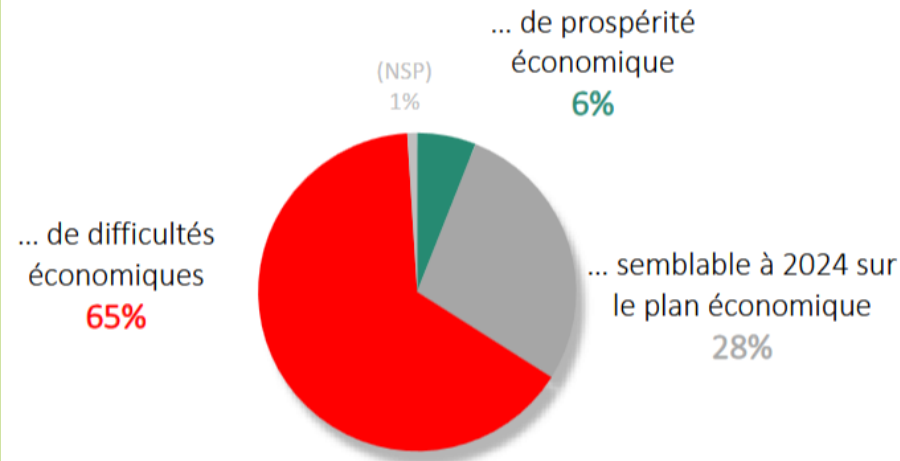
# Les préoccupations des consommateurs (1)

## Les attentes et craintes des Français

Les projections économiques des Français pour l'année 2025 sont extrêmement pessimistes : les deux-tiers d'entre eux (65%) anticipent une année « de difficultés économiques », soit 9 points de plus que l'an dernier, et seulement 6% pensent que ce sera une année « de prospérité économique ».



Selon vous, par rapport à l'année 2024, pensez-vous que l'année 2025 sera une année... ?



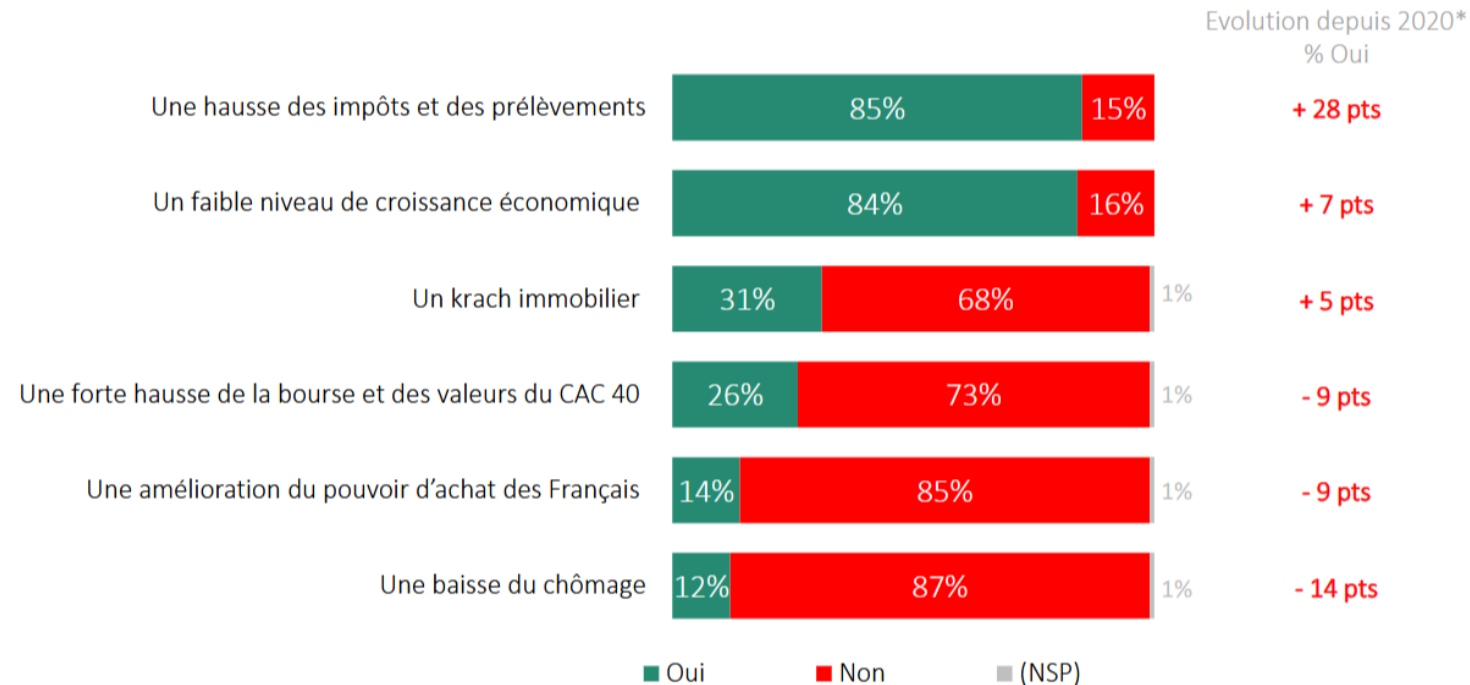
# Les préoccupations des consommateurs (2)

## Les attentes et craintes des Français

Plus de 8 Français sur 10 anticipent une hausse des impôts (85%; +28 pts/2020) et un faible niveau de croissance (84%; +7 pts)... inversement ils croient moins que jamais à une amélioration de leur pouvoir d'achat (85% n'y croient pas) et à une baisse du chômage (87%)



Voici un certain nombre d'événements économiques importants qui pourraient survenir au cours de cette année 2025. Pour chacun d'eux, dites-nous si oui ou non vous pensez qu'il se produira :

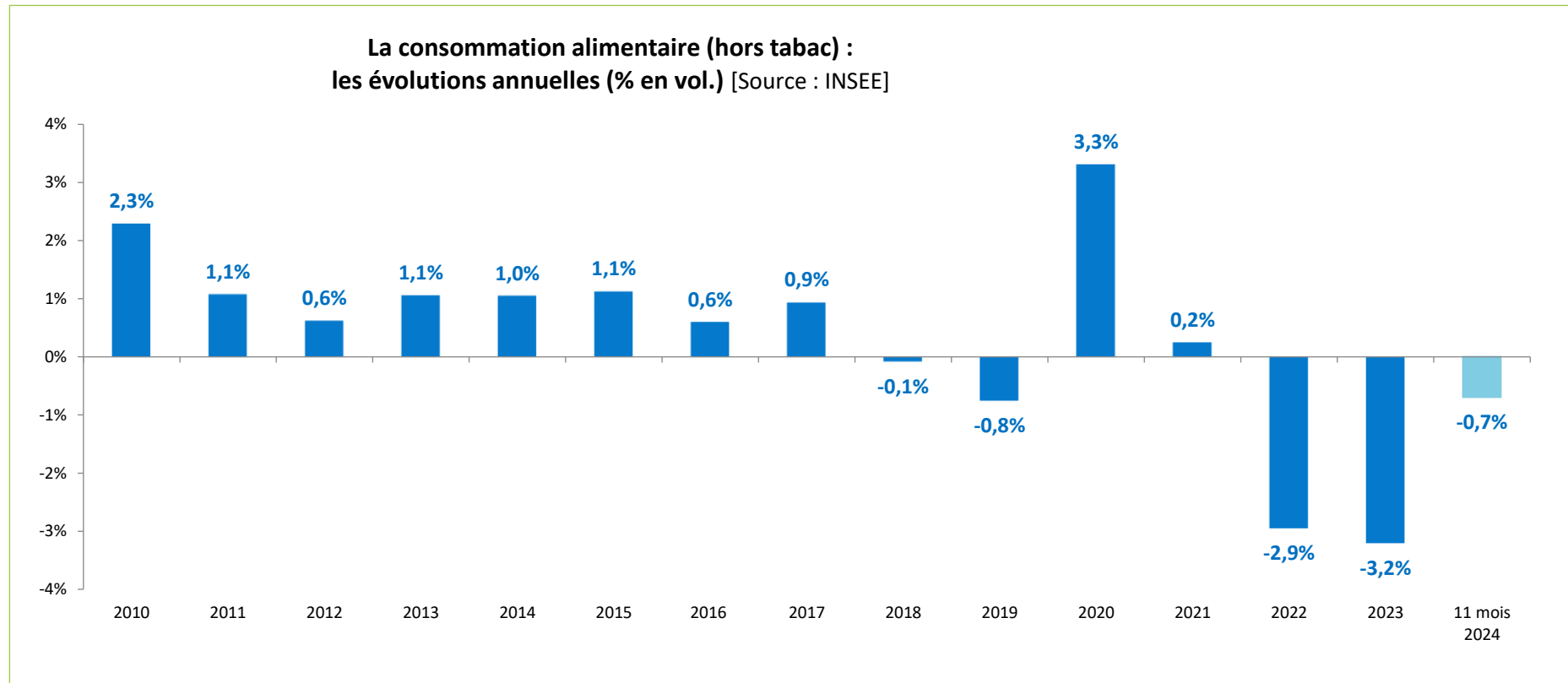


Source : Odoxa – Janvier 2025

# La consommation alimentaire

## Les dépenses sont toujours en baisse au cours des onze premiers mois de 2024

Les dépenses alimentaires des Français pour leur consommation à domicile se sont de nouveau contractées au cours des onze premiers mois de 2024 : -0,7% en volume, à comparer avec la forte baisse de -3,2% en moyenne annuelle en 2023. La consommation a cependant progressé d'un mois sur l'autre en octobre (+1,4%), et novembre (+0,3%). En définitive, l'acquis de croissance de la consommation alimentaire à fin novembre 2024 s'établit à -0,4% en volume.



Source : INSEE

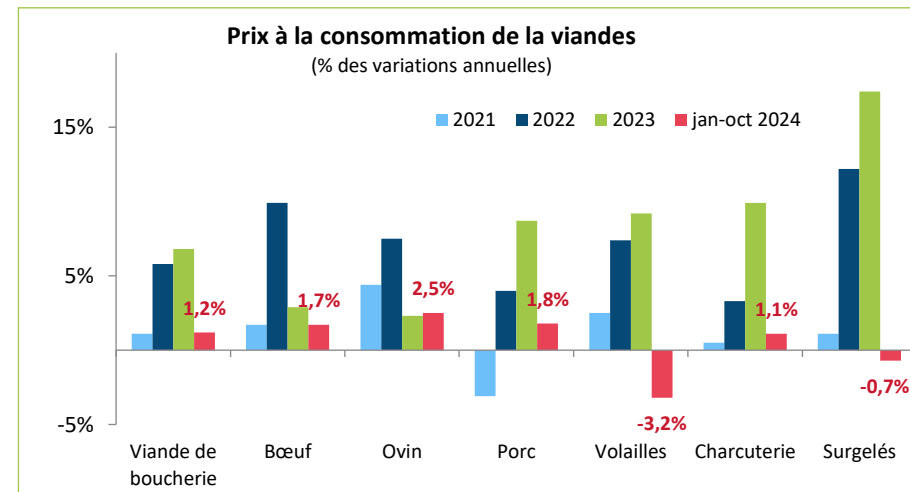
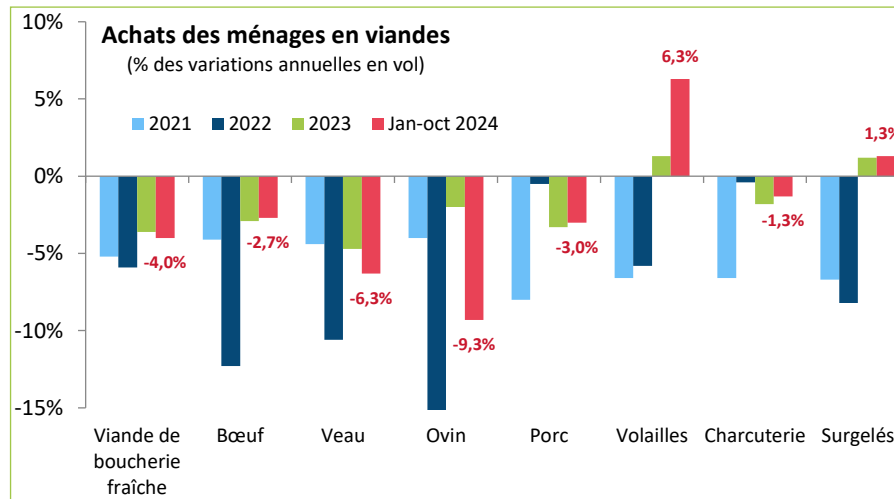
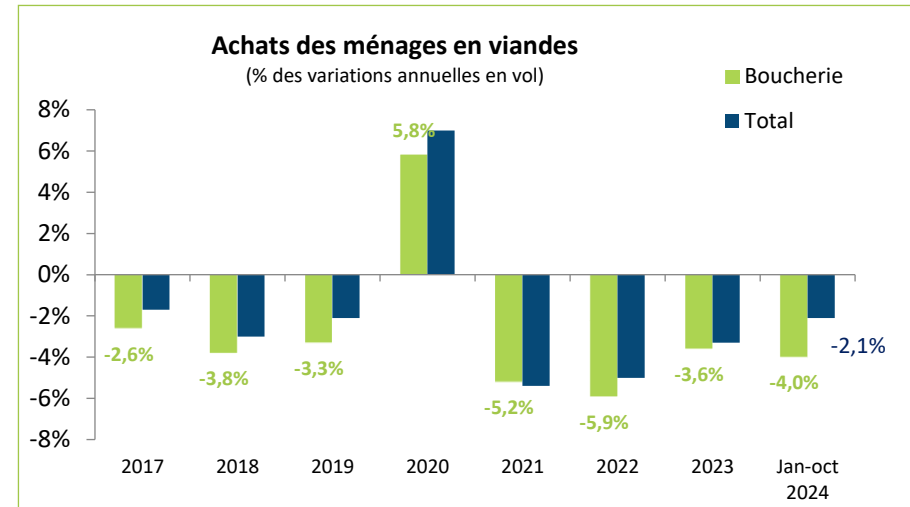
# La consommation alimentaire

La consommation en **viandes** à domicile est toujours en baisse en 2024, malgré le rebond de la volaille

Les données de Kantar Worldpanel (pour FranceAgriMer) indiquent un repli des ventes de **viande de boucherie** en France en 2023 et début 2024. Les achats ont baissé de -3,6% en volume en 2023 et encore de -4% au cours des 10 premiers mois de 2024.

Hors viandes de boucherie fraîches, la consommation de **volaille** a bondi de +6,3% au cours des dix premiers mois de 2024, dans un contexte de baisse des prix (-3,2% sur les dix premiers mois de l'année). Les achats de viande surgelées ont progressé de +1,3% au cours de la période.

A noter aussi la baisse de la consommation de **charcuterie** (-1,3% au cours des dix premiers mois de 2024 après -1,8% en 2023).



Source : Kantar Worldpanel – FranceAgriMer

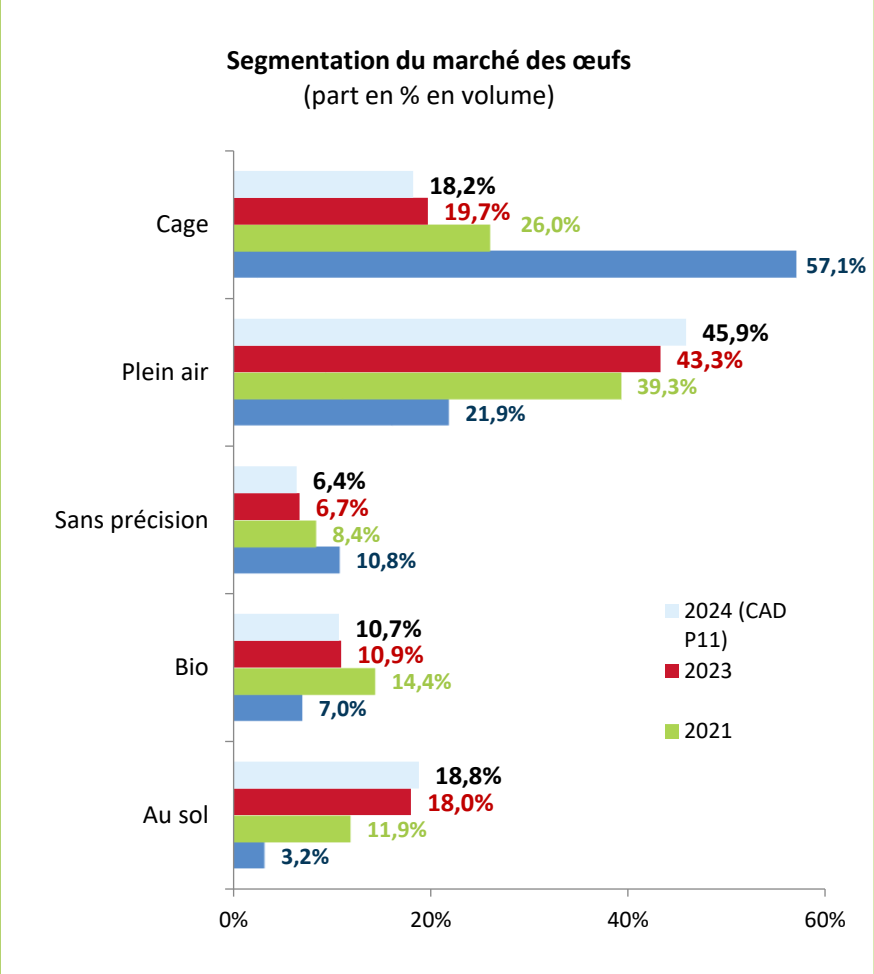
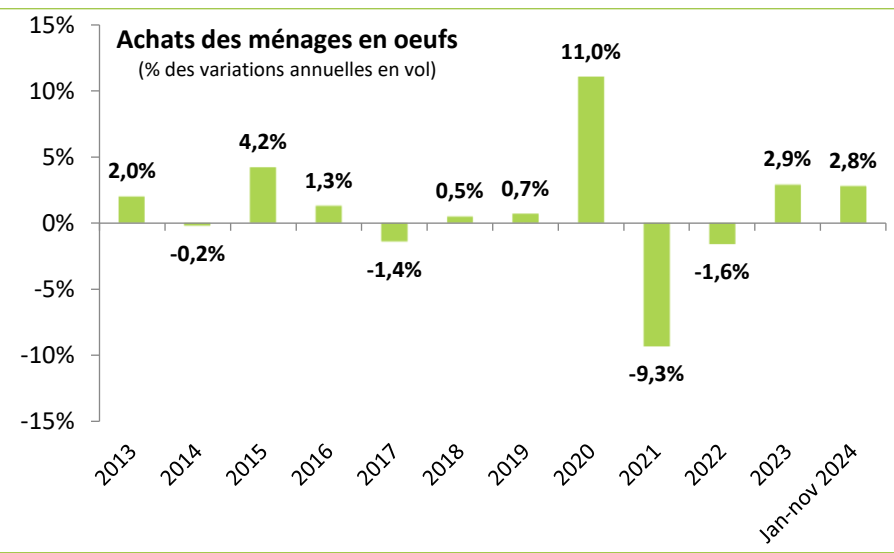
# La consommation alimentaire

## La consommation en œufs : le marché reste porteur en 2024

La consommation des ménages en œufs a poursuivi sa croissance au cours des onze premiers mois de 2024, progressant de 2,8% en volume.

En 2023, les MDD avaient soutenu les ventes (+4% pour les MDD classiques et thématiques et +8% pour les MDD économiques en volume). Elles ont continué de progresser en 2024 sur onze mois (+2,9% pour les classiques et +15% pour les économiques). Les marques nationales ont progressé en 2024 (+3,4%), les marques régionales ont reculé (-12% en volume sur 11 mois en 2024). A noter, les MDD économiques représentent 9,6% des volumes, les MDD classiques, 47,5% et les MN, 13,7%.

En 2024 (sur 11 mois), le plein air a continué de progresser (+6,2% en volume), de même que l'élevage au sol (+6,5%). Les ventes d'œufs bio sont stables (+0,2%), après un plongeon de -13% en 2023. Le segment des œufs de poules en cage a reculé (-4,9%).



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

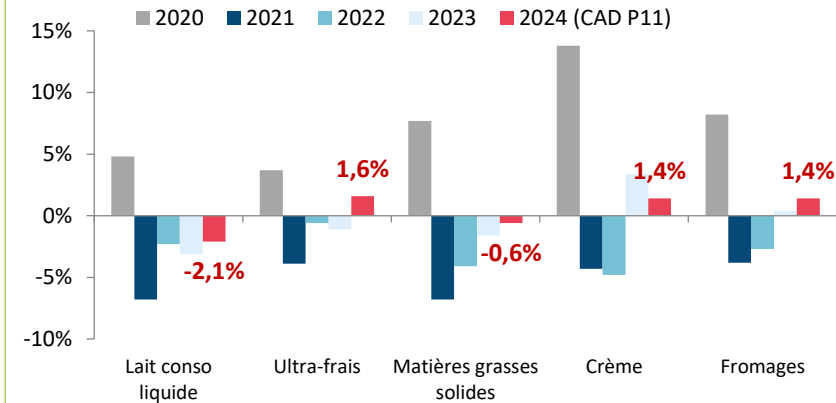
## La consommation en produits laitiers (1) : les données de FranceAgriMer

Selon les données de Kantar pour FranceAgriMer, la tendance est à l'amélioration du côté de la consommation de produits laitiers à domicile, avec notamment un recul moins prononcé pour le lait liquide et un rebond pour l'ultra-frais en volume. La consommation de crème a continué de progresser en 2024 (+1,4% sur 11 mois), de même que les dépenses en fromage (+1,4%).

Les prix ont fortement augmenté en 2023 (entre 11,3% pour les fromages par rapport à 2022, jusqu'à +16,8% pour le lait liquide). La tendance est depuis au ralentissement de la croissance, avec une croissance inférieure à 3% en S1 2024 pour les 5 catégories. Les prix du lait liquide ont augmenté de 2,3% au cours des onze premiers mois de l'année après un bond de 17% en 2023. Les prix des fromages ont légèrement baissé, après une hausse de 11% en 2023.

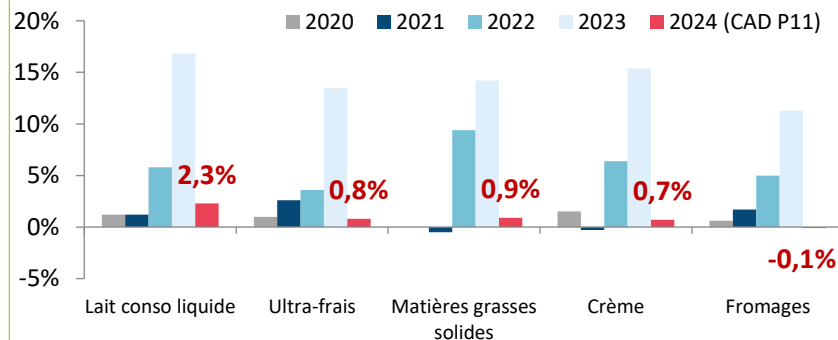
Achats des ménages en produits laitiers

(% en vol)



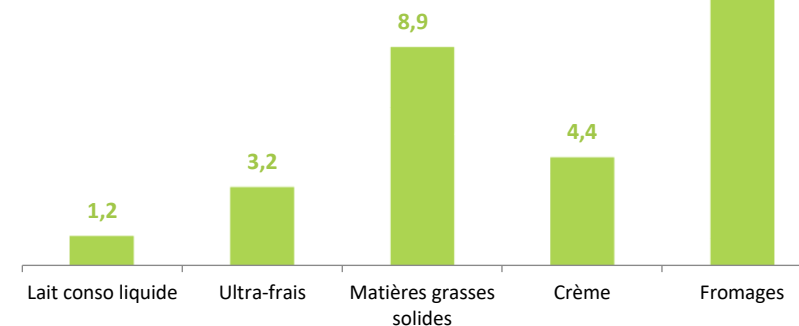
Les prix des produits laitiers

(% des variations annuelles)



Prix moyens des produits laitiers : P11 2024

(€/L ou €/kg)



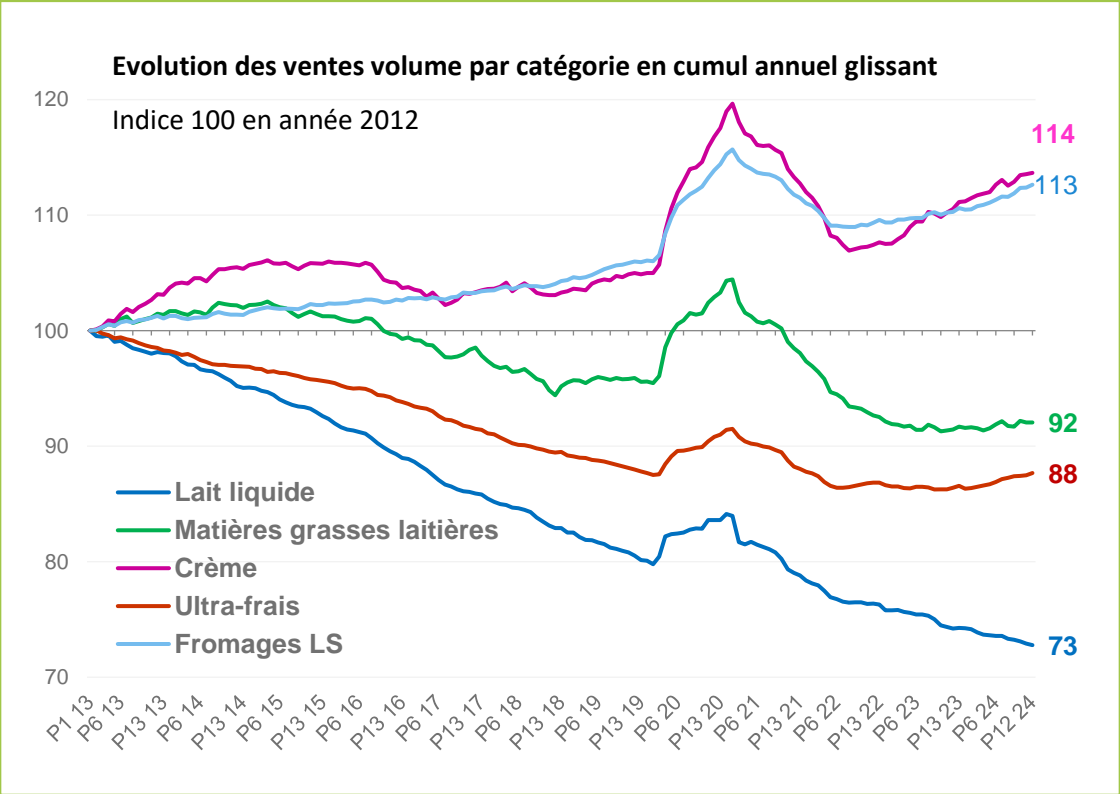
Source : Kantar Worldpanel via FranceAgriMer (Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs et concernent uniquement les achats effectués pour leur consommation à domicile. La consommation hors foyer n'est pas couverte. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population)



# La consommation alimentaire

## La consommation en produits laitiers (2) : confirmation du redémarrage de la consommation

Les achats de produits laitiers des consommateurs français ont progressé de +1% en volume au cours des onze premiers mois de l'année 2024, après une baisse de 0,8% en moyenne annuelle en 2023. La hausse a concerné en particulier la crème (+2,5%), les fromages LS (+2%), l'ultra-frais (+1,4%). Le lait liquide reste pour sa part en retrait (-2,2%).





Evolution Ventes volume (%)	Sur le mois	Depuis le 1 <sup>er</sup> janvier	Sur un an
Total Produits Laitiers*	1,4	1,0	1,2
Lait liquide	-2,3	-2,2	-1,9
Mat. grasses laitières	0,3	0,4	0,7
Crème	1,3	2,5	2,8
Ultra-frais	2,8	1,4	1,5
Fromages LS	3,0	2,0	2,1



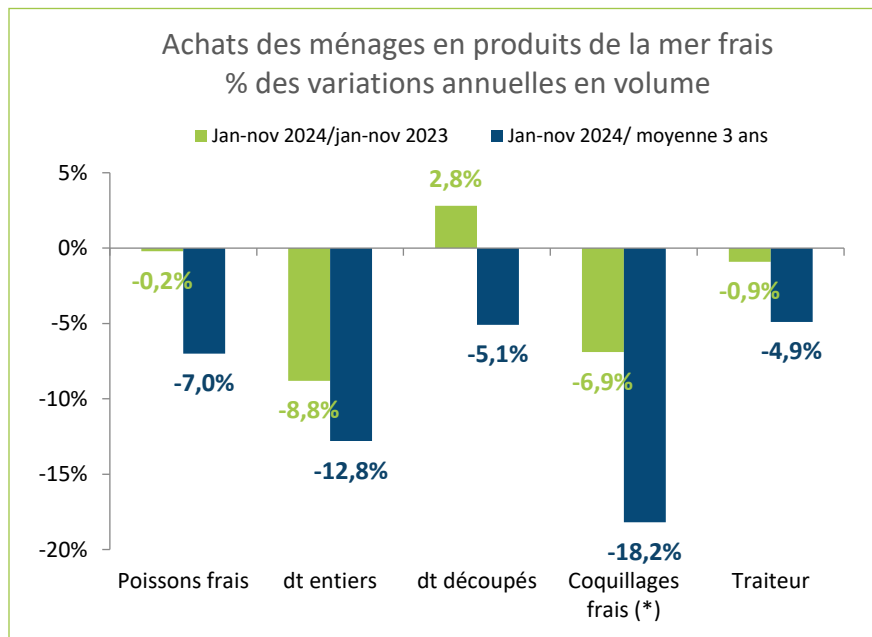
# La consommation alimentaire

## La consommation en produits aquatiques : une situation compliquée pour les produits de la mer frais

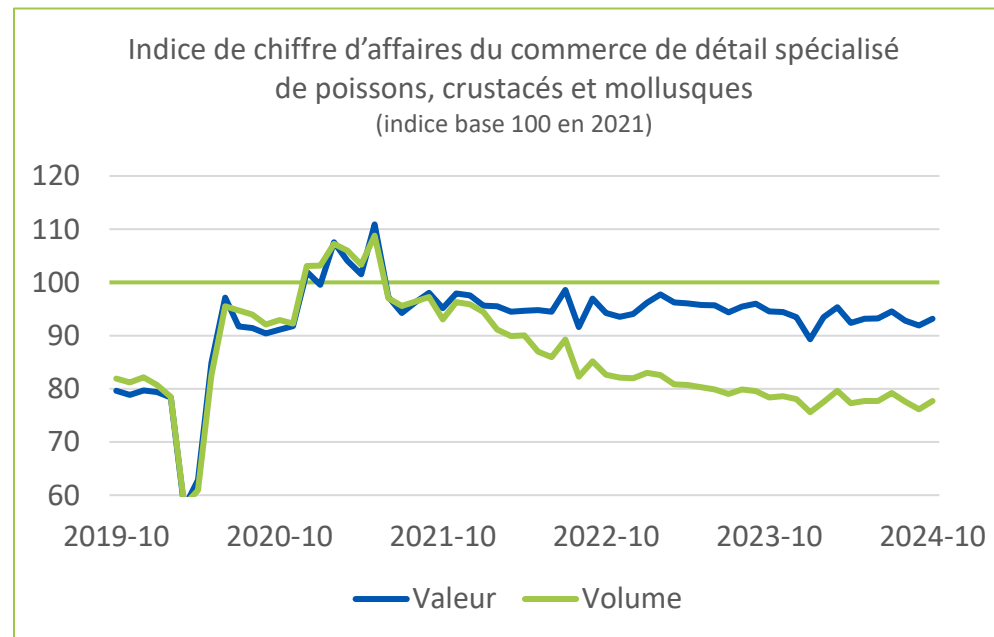
La consommation de produits aquatiques frais s'est globalement contractée au cours des onze premiers mois de 2024 : -0,2% pour les poissons frais (mais -7% par rapport à la moyenne des 3 dernières années). Les ventes de poissons découpés ont elles progressé de 2,8% au cours des onze premiers mois de l'année (-5% par rapport à la moyenne des 3 dernières années). Du côté des coquillages frais (hors Saint-Jacques), la tendance est restée fortement baissière (-7% sur un an, -18% sur 3 ans).

Le chiffre d'affaires des **commerces spécialisés en poissons, crustacés et mollusques** a progressé de 0,9% en moyenne annuelle en 2023 en valeur, après une baisse de -5,3% en 2022. La hausse observée en 2023 est exclusivement liée à un effet prix. En termes de **volume**, l'activité de nouveau contractée en 2023 : -7,7% en moyenne annuelle, après -13,3% en 2022.

Les premiers éléments sur 2024 (10 mois) indiquent une nouvelle baisse : -3,5% en volume au cours des 10 premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2023 et -3% en valeur.



(\*) hors noix de Saint-Jacques / Source : FranceAgriMer, d'après KantarWorldPanel

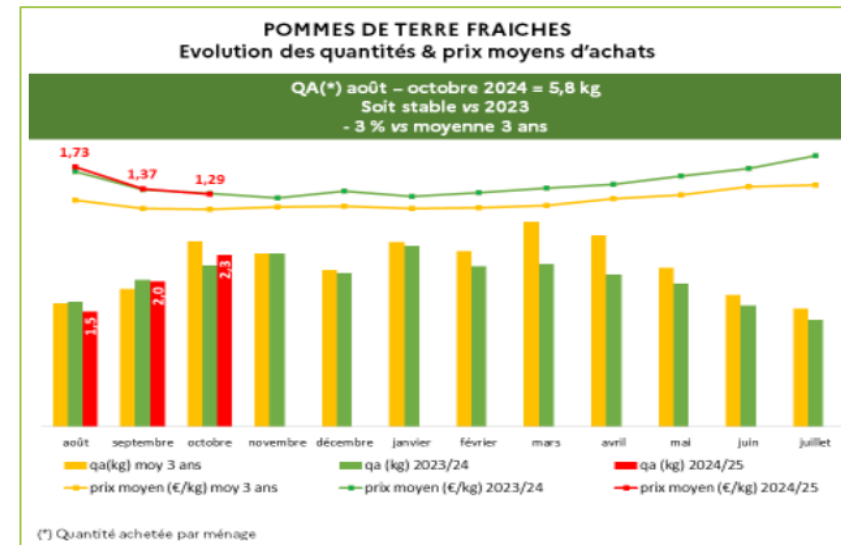
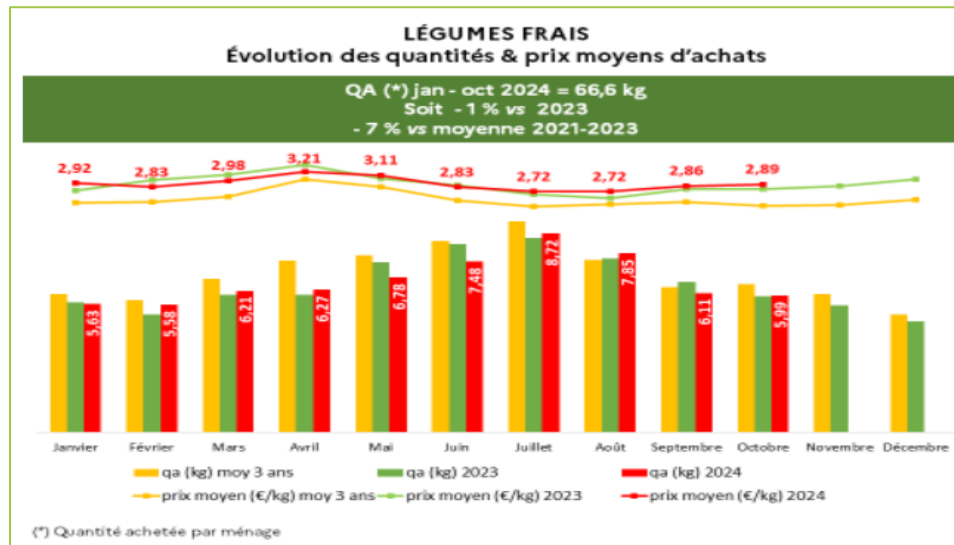
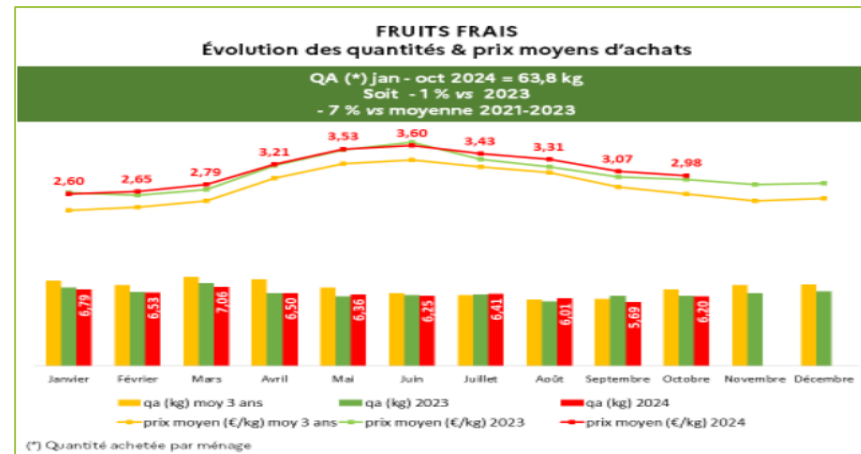


Source : INSEE

# La consommation alimentaire

## Fruits et légumes : légère baisse sur 10 mois en 2024 pour les fruits et légumes

- ❖ La demande en **fruits frais** s'est légèrement contractée au cours des dix premiers mois de 2024 par rapport à 2023 (-1% en volume), du fait notamment d'une météo maussade à partir de septembre. Elle a en outre baissé de -7% en volume par rapport à la moyenne des 3 dernières années.
- ❖ Du côté des **légumes frais**, la tendance aussi est baissière : -7% en volume sur dix mois par rapport à la moyenne 2021/2023. Les achats sont en recul de 1% par rapport à 2023.
- ❖ Les achats de **pommes de terre** au cours de la campagne 2023-2024 sont inférieurs à ceux de la campagne précédente (-3%) et à la moyenne sur 3 ans (-8%). Tout au long de la campagne, les prix sont restés supérieurs à ceux de la campagne précédente. Les achats sont stables en début de campagne 2024-2025 (août-octobre) par rapport à 2023-2024.



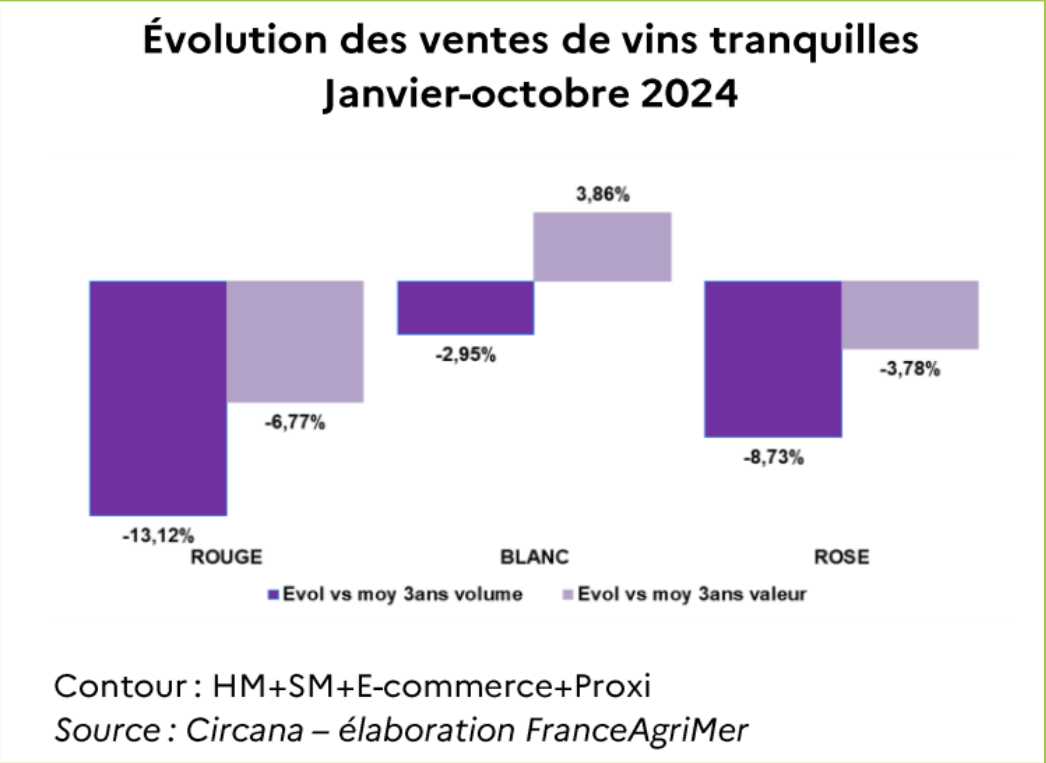
Source : Kantar Worldpanel via Interfel (Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs et concernent uniquement les achats effectués pour leur consommation à domicile. La consommation hors foyer n'est pas couverte. Les résultats sont extrapolés à l'ensemble de la population)



# La consommation alimentaire

## La consommation en vins tranquilles : de nouveau en baisse en 2024

En moyenne annuelle en au cours des onze premiers mois de l'année, les ventes de **vins tranquilles** en grande distribution ont baissé de -4,9% en volume par rapport à 2023 (-9,5% par rapport à la moyenne 2021/23) et ont baisse de -3,1% en valeur par rapport à 2023. Par couleur, tous les segments reculent, notamment le rouge (-6,7% en volume par rapport à 2023 et de -13,5% par rapport à la moyenne des trois dernières années). A noter la stabilité ventes de blanc en volume par rapport à 2023 (-0,2%) et en valeur (+2,2%).



Ventes de vin tranquilles en grande distribution  
(HM+SM+Proxi+E-Commerce GSA)  
(du 1er janvier 2024 au 1er décembre 2024)

		Volume (1000 hl)	Évolution vs 2023	Évolution vs moy. 2021/23
Total des ventes		7 301,8	-4,9%	-9,5%
Ventes par segment	AOP	3 195,2	-5,0%	-10,9%
	IGP	2 539,8	-4,2%	-7,8%
	Vins de France (SIG)	385,4	-0,4%	-3,0%
	VSIG EM	546,0	-8,9%	-9,0%
	VSIG UE	572,1	-6,3%	-13,0%
	Vins étrangers	63,3	-11,1%	-17,5%
Ventes par couleur	Rouges	3 013,9	-6,7%	-13,5%
	Rosés	2 297,8	-6,0%	-8,8%
	Blancs	1 342,6	-0,2%	-3,6%

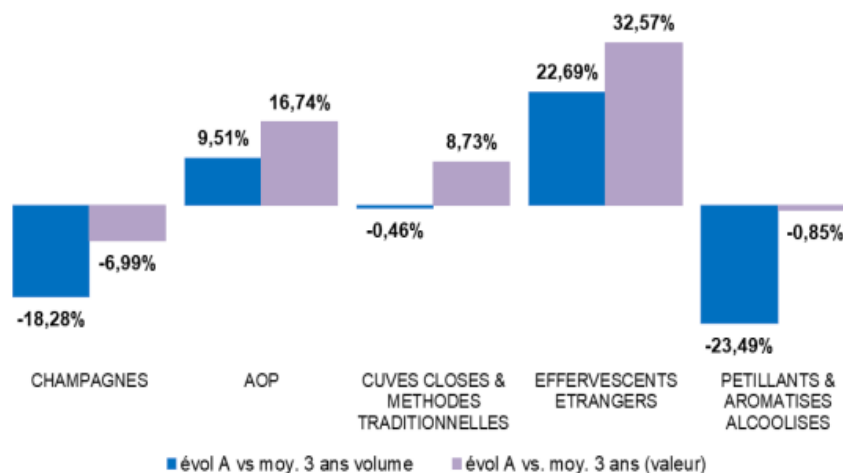
Source : Circana pour FranceAgriMer/CNIV

# La consommation alimentaire

## La consommation en vins effervescents : poursuite de la contraction des volumes

Les ventes de vins effervescents en GMS ont continué de se contracter au cours des dix premiers mois de l'année 2024. Sur le cumul de janvier à octobre 2024, les ventes sont en baisse de -3% en volume et -2% en valeur par rapport à 2023. Le prix moyen payé est stable à 8 €/col, par rapport à 2023 ce qui explique la moindre diminution des ventes en valeur. Les ventes de Champagne accusent une très nette diminution en volume (-13% vs 2023 en volume et -8% en valeur). Elles continuent cependant de représenter 42% des ventes en valeur (pour 13% des volumes). Les ventes de vins AOP qui progressaient régulièrement depuis plusieurs années sont quasiment stable en 2024 (+1% en volume vs 2023). Les vins effervescents étrangers sont aussi en phase de ralentissement (+2% en volume par rapport à 2023, mais +8% par rapport à la moyenne des 3 dernières années).

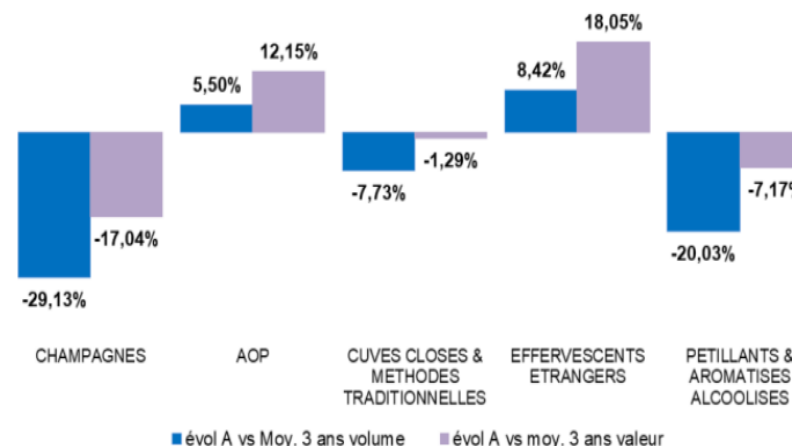
Évolution des ventes de vins effervescents  
Janvier-décembre 2023



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

Source : Circana – élaboration FranceAgriMer

Évolution des ventes de vins effervescents  
Janvier – octobre 2024



Contour : HM+SM + E-commerce + Proxi

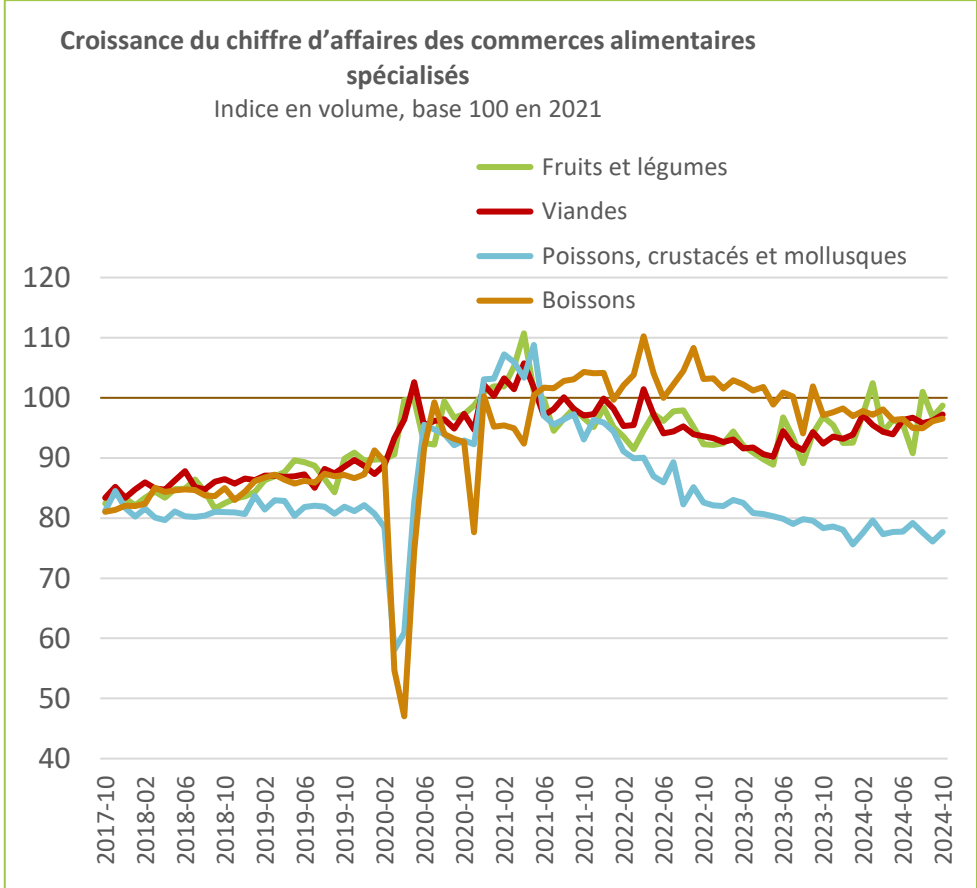
Source : Circana – élaboration FranceAgriMer



# Les commerces alimentaires spécialisés

## Redressement en volume pour les primeurs et les boucheries au cours des 10 premiers mois de 2024

Après une contraction des volumes dans le commerce de détail alimentaire spécialisé en 2023, l'heure est à l'amélioration en 2024 pour les primeurs (hausse des ventes en volume de +4,3% au cours des dix premiers mois de 2024 par rapport à la même période de 2023) et pour les commerces de viande (+3,8%). En revanche, la situation reste délicate pour les cavistes (-3,6%) et les poissonniers (-3,5%).



% valeur	Fruits et légumes	Viande	Boissons	Poissons
2019	9,1%	4,3%	5,8%	4,4%
2020	15,4%	12,2%	-2,5%	7,4%
2021	6,5%	5,7%	19,9%	17,5%
2022	1,1%	2,8%	6,8%	-5,3%
2023	9,4%	7,5%	4,7%	0,7%
2024 (jan-oct)	6,7%	4,3%	-1,4%	-3,0%

% volume	Fruits et légumes	Viande	Boissons	Poissons
2019	5,1%	1,6%	3,1%	1,4%
2020	8,0%	9,2%	-3,2%	4,5%
2021	4,7%	4,8%	19,3%	16,7%
2022	-5,3%	-4,5%	3,5%	-13,3%
2023	-1,9%	-3,2%	-3,7%	-7,8%
2024 (jan-oct)	4,3%	3,8%	-3,6%	-3,5%



# La consommation alimentaire

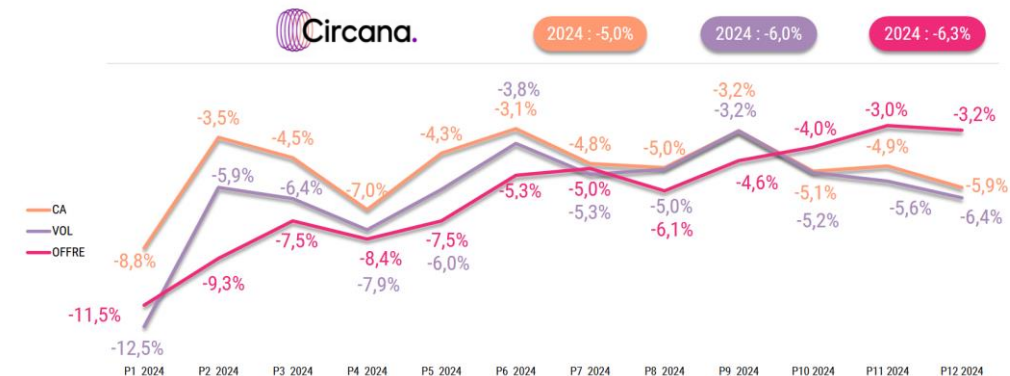
## Focus sur le bio (1) : toujours en recul

Les chiffres de Circana relatifs aux ventes de produits bio en GMS au cours des derniers mois indiquent une baisse en moyenne annuelle en CAM à fin décembre 2024 (-5% en valeur). A noter aussi le recul des ventes en volume : -6% au cours de la période.

L'offre en GMS s'est parallèlement contractée: -6,3%. Il semblerait cependant, d'après les données de Circana, que la situation s'améliore progressivement, avec notamment une baisse de l'offre un peu moins forte.

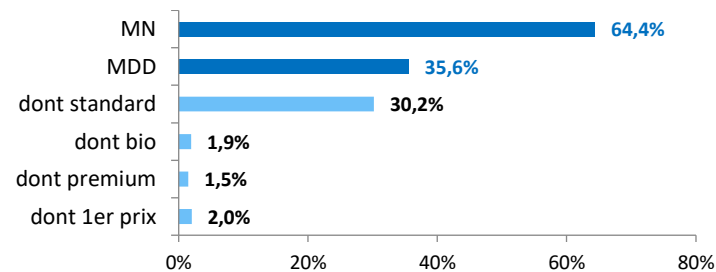
### Evolution des ventes et de l'offre bio

Evolution (%) – Total PGC FLS Bio - Tous circuits GSA (hors EDM pour l'offre)



### Les MDD bio en retrait

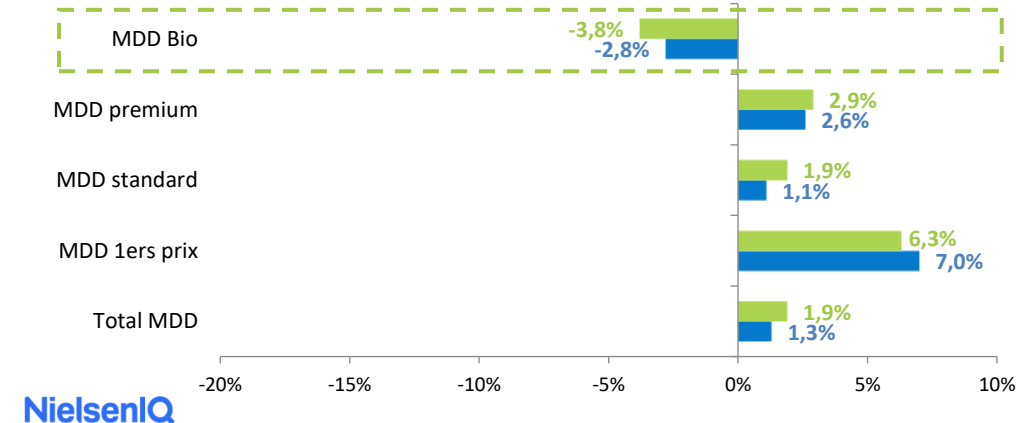
- ❖ Selon les données de Nielsen en CAD au 01/12/2024, le CA des MDD a progressé de 3,4% en valeur comme en volume au cours des 7 derniers mois. Le segment bio est resté mal orienté (-1,9% en volume et -2% en valeur). Le segment premium a légèrement progressé (+0,7% en volume).
- ❖ A noter : segmentation en valeur des ventes en GMS – CAD P12 2024



### Les MDD

%, CAD P12 2024

■ Volume ■ Valeur



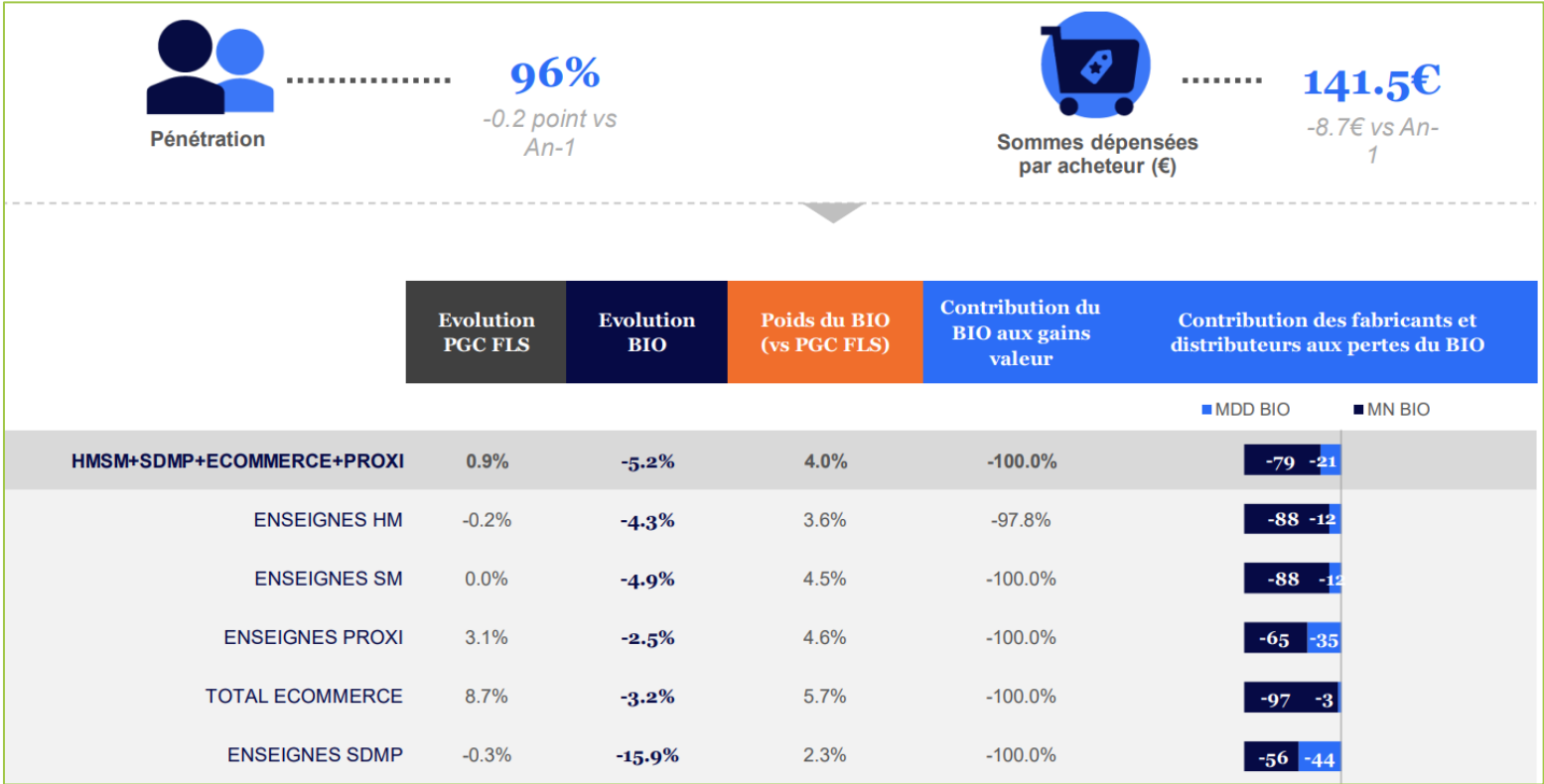
Source : NielsenIQ / HMSM-proxi-drive-SDMP – CAD P12 2024 (01/12/2024)

# La consommation alimentaire

## Focus sur le **bio** (2) : recul de -5,2% en valeur des ventes en GMS en cumul annuel mobile à début décembre 2024

Le marché des produits bio est resté orienté à la baisse au cours des 12 derniers mois selon les données de NielsenIQ au 1<sup>er</sup> décembre 2024 : -5,2% (-3,1% en moyenne annuelle en 2023). Le recul été particulièrement marqué pour les circuits SDMP (-16%).

Les sommes dépensées par acheteur se sont établies à 141,5 € sur 12 mois à début décembre t 2024, en baisse de 30,70 € par rapport à la moyenne de 2020.



	Panier
2017	109,5 €
2018	130,6 €
2019	152,7 €
2020	172,2 €
2021	172,1 €
2022	167,2 €
2023	157,2 €
2024 (CAM P12)	141,5 €



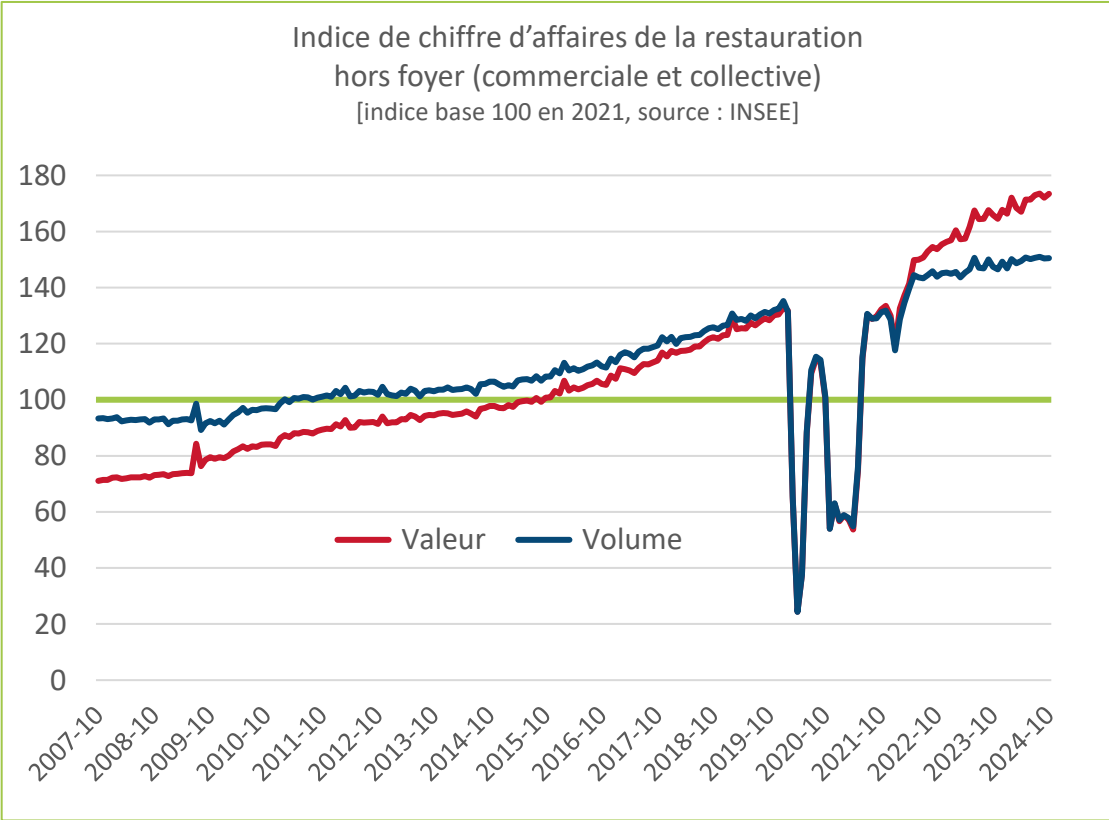
Source : **NielsenIQ** ScanTrack et HomeScan -Données arrêtées au 01 décembre 2024 (P12 2024)



# La restauration hors foyer

## Tassement de la croissance en volume

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 11,3% en valeur et de 4,9% en volume en moyenne annuelle en 2023, soit un tassement après le rebond post-Covid de 2021 et 2022. Les dernières données disponibles indiquent une poursuite du tassement de la croissance des volumes : les ventes en volume de la RHF ont progressé de 2,1% au cours des dix premiers mois de l'année 2024 par rapport à la même période de 2023. La croissance s'est par ailleurs établie à seulement 0,9% entre les cinq premiers mois de 2024 et les cinq suivants.



	Indice en valeur	Crois.	Indice En volume	Crois.
2016	105,4	5,4%	104,1	4,1%
2017	112,5	6,7%	109,7	5,4%
2018	119,9	6,6%	115,2	5,0%
2019	128,1	6,8%	121,4	5,4%
2020	86,9	-32,2%	81,2	-33,1%
2021	100,8	16,0%	93,5	15,2%
2022	147,3	46,1%	130,7	39,7%
2023	163,9	11,3%	137,0	4,9%
Jan-oct 2024	-	5,2%	-	2,1%



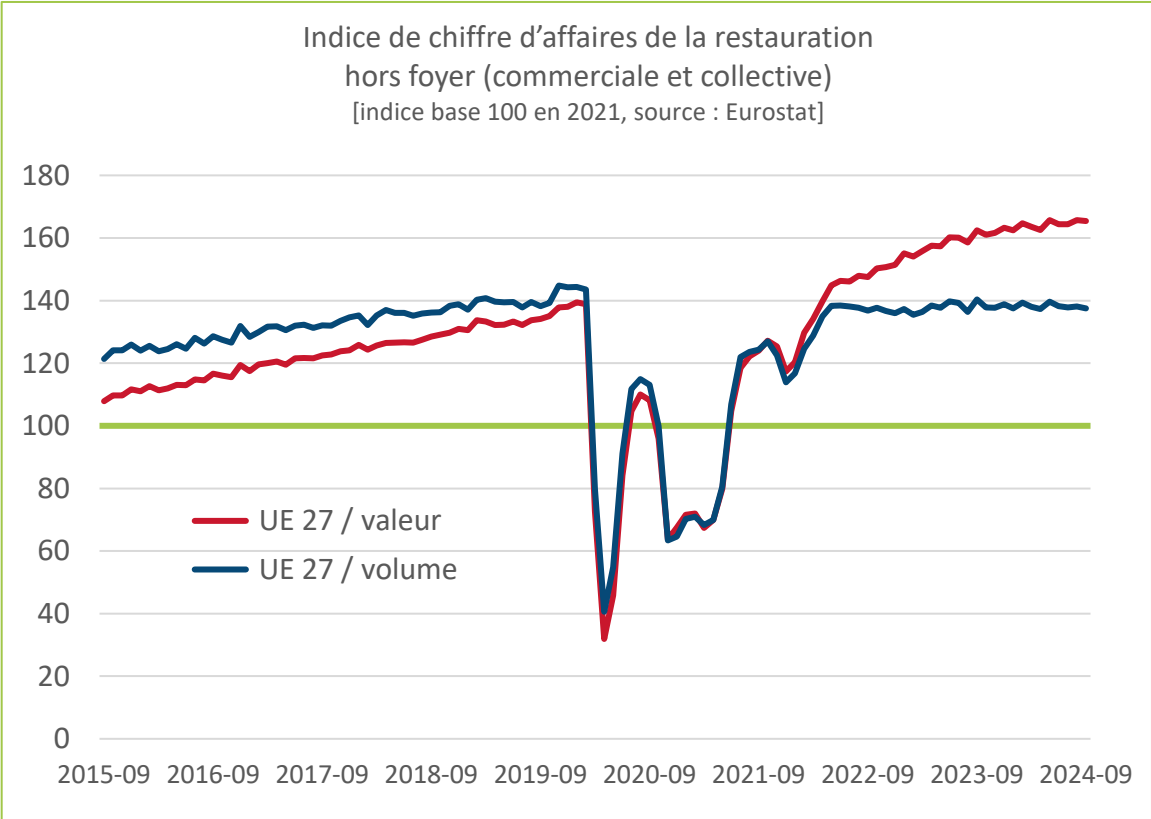
Source : INSEE



# La restauration hors foyer

## Stabilité en volume en 2024 (UE à 27)

Au sein de l'UE à 27, le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 4,1% en valeur et a stagné en volume au cours des neuf premiers mois de l'année, après une hausse de 3,2% en moyenne annuelle en 2023. L'indice des prix des services de restauration a progressé de 8,1% en 2023, puis de 5,1% au cours des onze premiers mois de 2024 par rapport à la même période en 2023.



	Croissance en valeur	Croissance en volume
2017	6,2%	4,1%
2018	5,0%	3,3%
2019	5,1%	2,9%
2020	-33,8%	-33,2%
2021	12,9%	7,0%
2022	42,4%	33,7%
2023	11,6%	3,2%
Jan-sept 2024	4,1%	0,2%

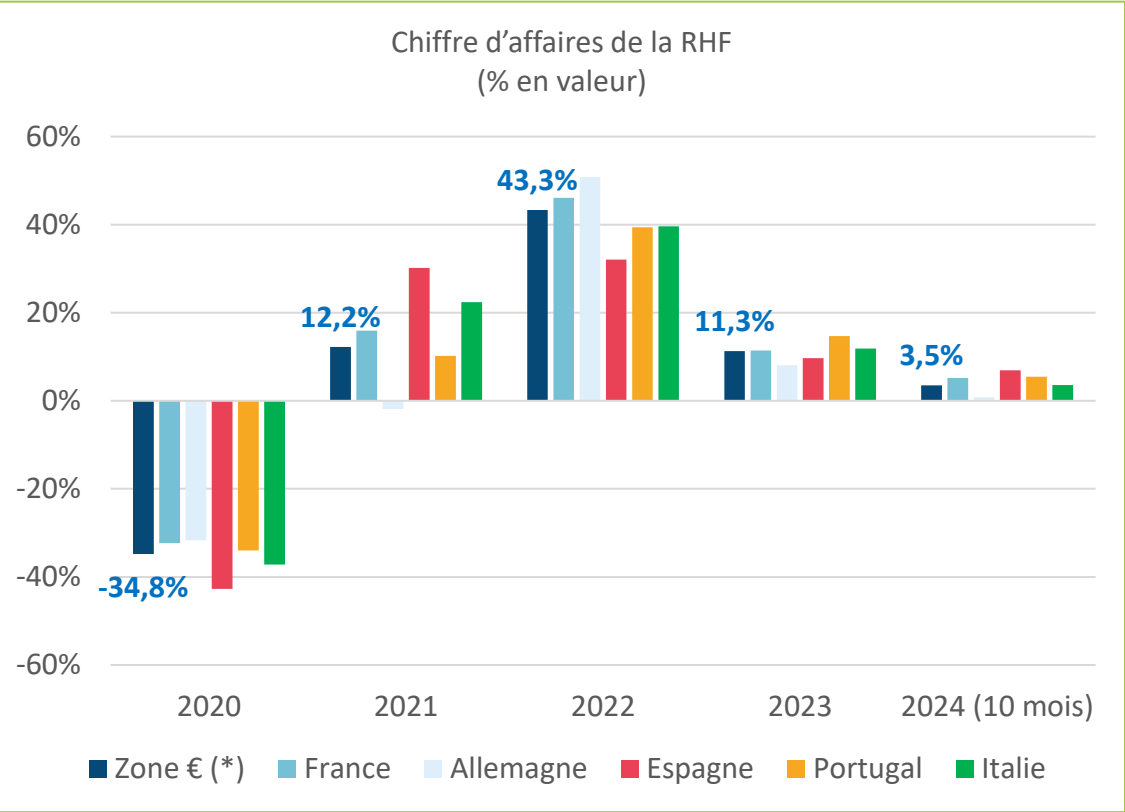
Source : Eurostat



# La restauration hors foyer

## Ralentissement de la croissance dans la RHF européenne en 2024

Le chiffre d'affaires de la restauration hors foyer a progressé de 11,3% en valeur en 2023 par rapport à 2022 (zone €), soit un net tassement de la croissance après le bond de 43,3% des ventes en 2022. La décélération s'est confirmée en 2024, avec une progression de 3,5% au cours des neuf premiers mois de l'année par rapport à la même période de 2023. Le tassement s'observe dans la majorité des grandes économies européennes, avec des différences selon les pays. L'Espagne a par exemple bien résisté en début d'année (+7% en valeur sur 10 mois).



	2021	2022	2023	10 mois 2024
Zone €	12,2%	43,3%	11,3%	3,5% (*)
UE à 27	13,0%	42,2%	11,6%	4,1% (*)
Allemagne	-1,9%	50,8%	8,1%	0,8%
France	15,9%	46,1%	11,4%	5,2%
Italie	22,4%	39,6%	11,9%	3,6%
Espagne	30,2%	32,1%	9,7%	6,9%
Portugal	10,2%	39,4%	14,7%	5,5%

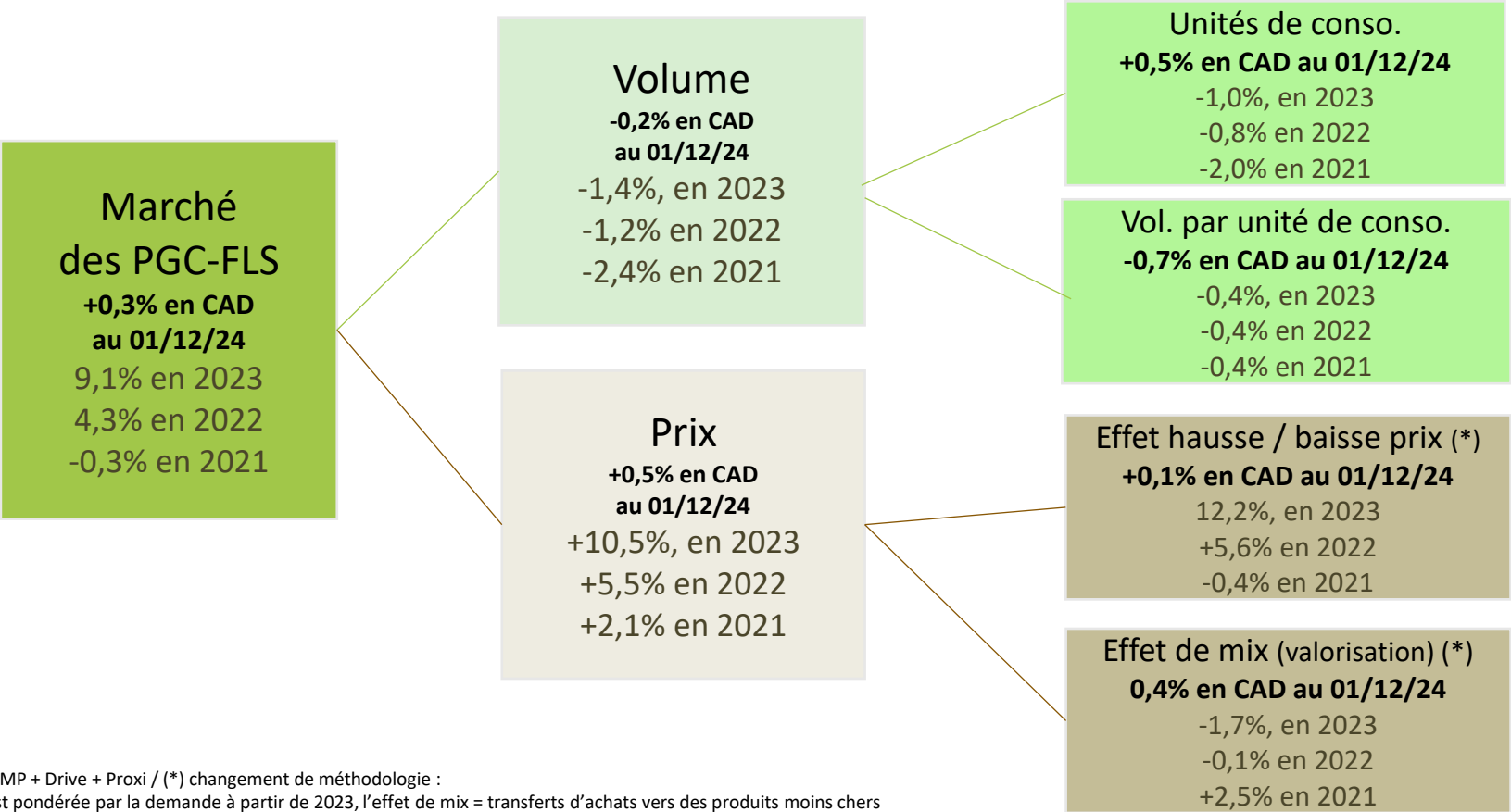


(\*) 9 mois / Source : Eurostat

# Les GMS : les chiffres des panélistes (1)

## Sensible tassement de la croissance en valeur (11 mois)

Selon NielsenIQ, le marché des PGC-FLS a augmenté de 0,3% en valeur au cours des 11 premiers mois de 2024. Les volumes ont légèrement baissé (-0,2%). Les prix à la consommation ont progressé de 0,5% au cours de cette période, soit un net tassement de la croissance après +10,5% en 2023. En parallèle, la dévalorisation du marché a marqué un temps d'arrêt : l'effet mix est redevenu très légèrement positif sur les 11 premiers mois de l'année.



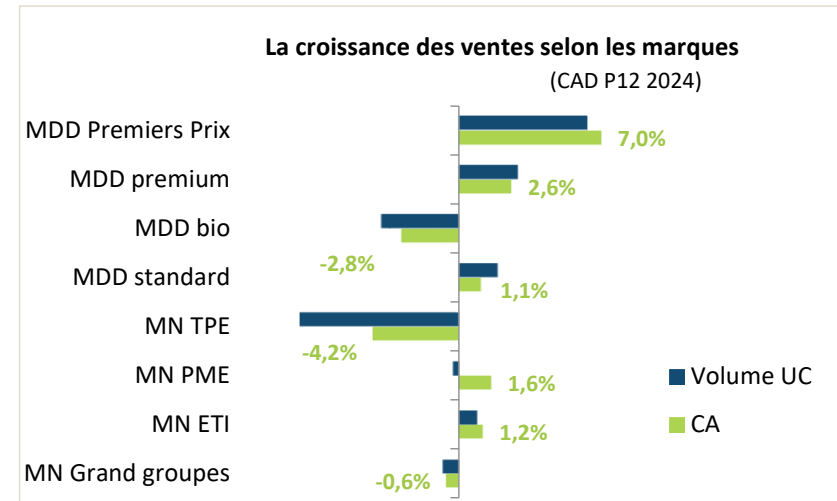
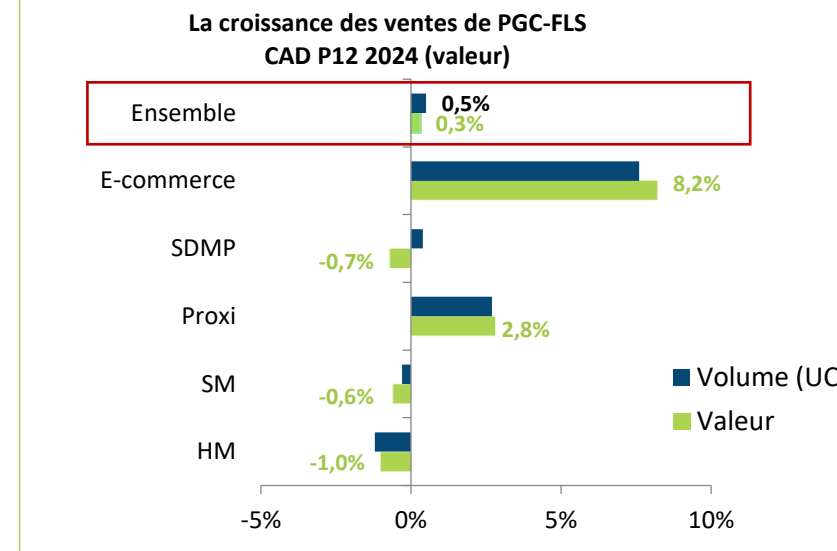
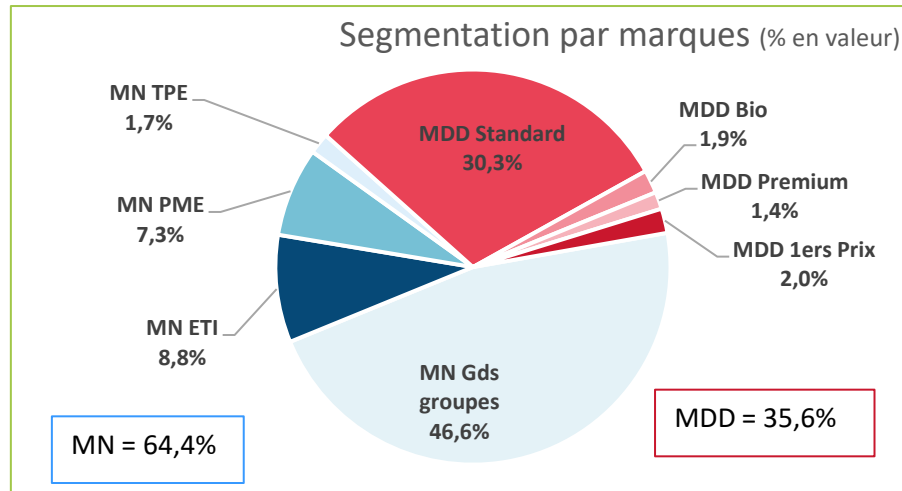
CAD : cumul à date  
Source : NielsenIQ – HMSM + SDMP + Drive + Proxi / (\*) changement de méthodologie :  
effet hausse est baisse de prix est pondérée par la demande à partir de 2023, l'effet de mix = transferts d'achats vers des produits moins chers

# Les GMS : les chiffres des panélistes (2)

## Les circuits de distribution : manque de tonus

- Selon les données de **NielsenIQ**, les ventes de PGC-FLS (\*) en supermarchés ont légèrement baissé de -0,7% en CAD à début décembre 2024. Elles ont reculé de -1,2% en hypermarchés. L'activité des SDMP (\*\*) a progressé en volume (+0,4% en volume, mais légère baisse en valeur). L'activité du e-commerce a augmenté en volume (+6,1%). La proximité a continué de progresser en volume (+8,2%) et a également augmenté en valeur (+7,6%).
- Les ventes sous **MDD** ont augmenté de 1,3% en valeur sur 11 mois en 2024 (+1,9% aussi en volume), les ventes de marques nationales baissé de -0,7% en volume. Le segment **premiers prix** est resté le plus dynamique (+77% en volume).

NielsenIQ

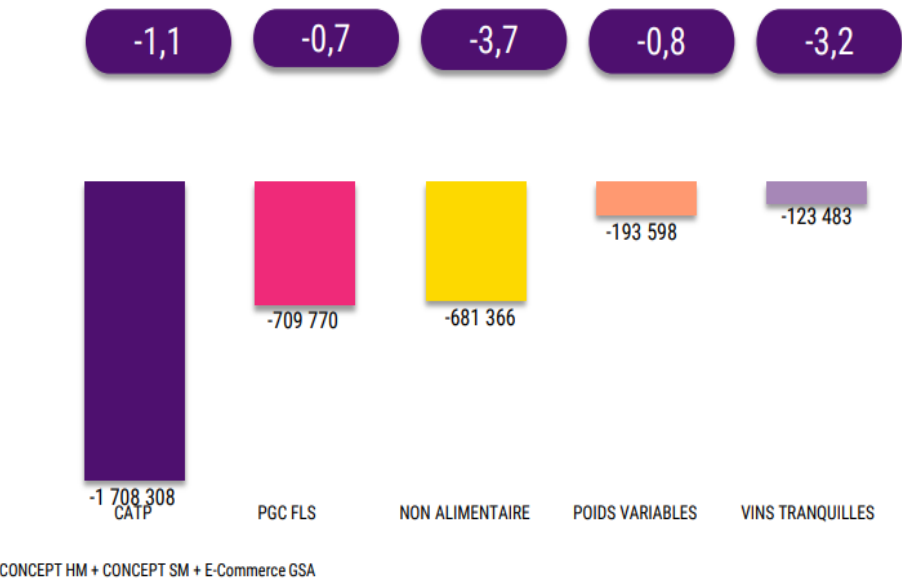


# Les GMS : les chiffres des panélistes (3)

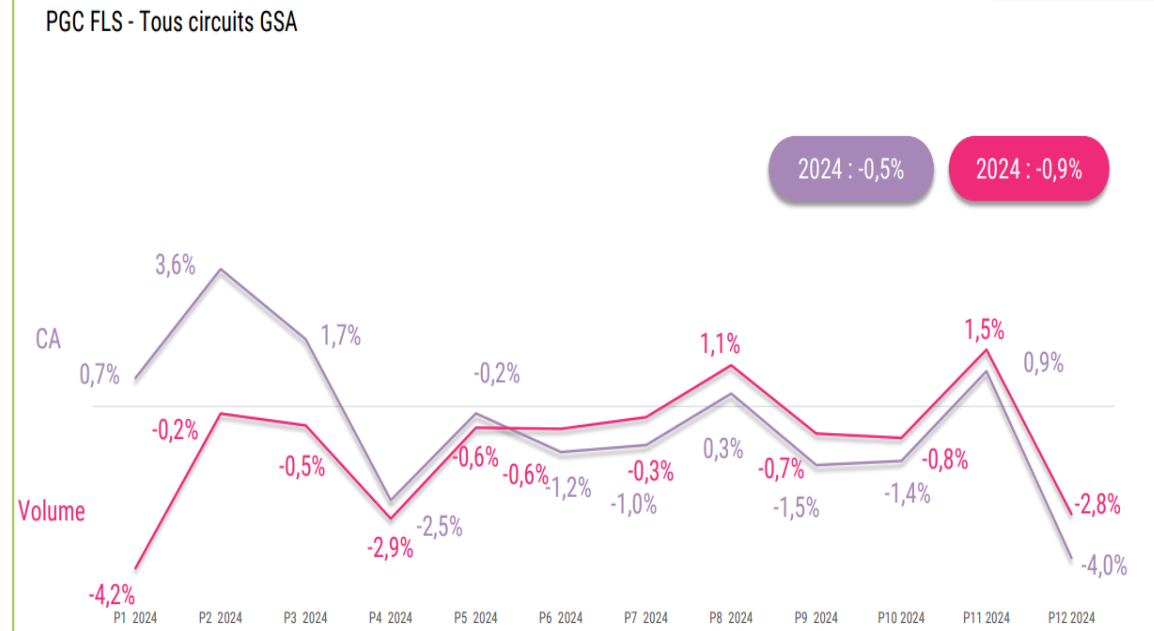
## Les données de Circana

Pas de grande surprise, le chiffre d'affaires global de la GMS (PGC+ non alimentaire + produits frais traditionnels) se contracte de -1,1% en valeur en moyenne annuelle en 2024, avec un fort décrochage de-3,7% du non alimentaire, et un recul de -0,7% pour les PGC-FLS. Au sein du marché des PGC-FLS, les marques économiques ont continué de progresser en valeur et volume (respectivement +5,8% et +5,1%). La croissance des MDD s'est tassée (+0,3% en valeur et +1% en volume). Les marques nationales sont restées orientées à la baisse. A noter une comparaison européenne dans le document de Circana : les ventes en volume (unité) ont progressé de plus de 4% en Espagne au cours des 11 premiers mois de l'année, de +1,6% en Italie, +0,6% aux Pays-Bas ... vs +0,1% en France.

GAINS CA (K€) ET EVOL. (%) CATP - CC P12 2024



Evolution PGC FLS tous circuits à la période



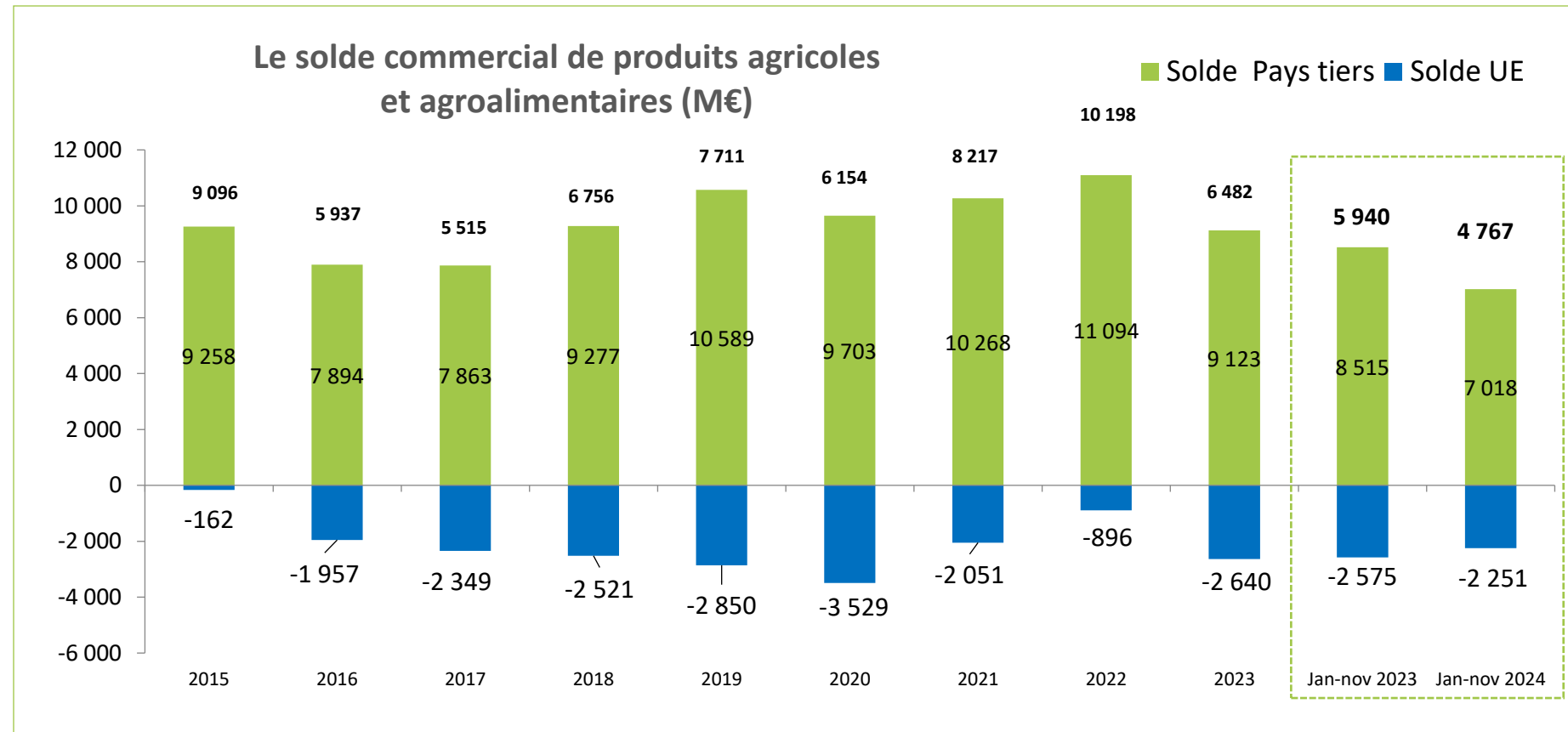
# 04

## Le commerce extérieur

# Le commerce extérieur

## Le solde commercial des produits agricoles et agroalimentaires : dégradation en 2023 et 2024

Le solde commercial des échanges de produits agricoles et agroalimentaires s'est établi à 6,523 milliards d'euros en moyenne annuelle en 2023, en baisse par rapport à sa moyenne de 2022. Les premières données sur 2024 (11 mos) indiquent une légère dégradation de l'excédent qui s'établit à 4,767 milliards d'euros au cours des onze premiers mois de l'année contre 5,940 milliards au cours de la même période en 2023 (1,172 Md€). A noter la dégradation avec les pays hors UE : 7 Md€ d'excédent sur onze mois en 2024 contre 5,940 Md€ en 2023 au cours de la même période.



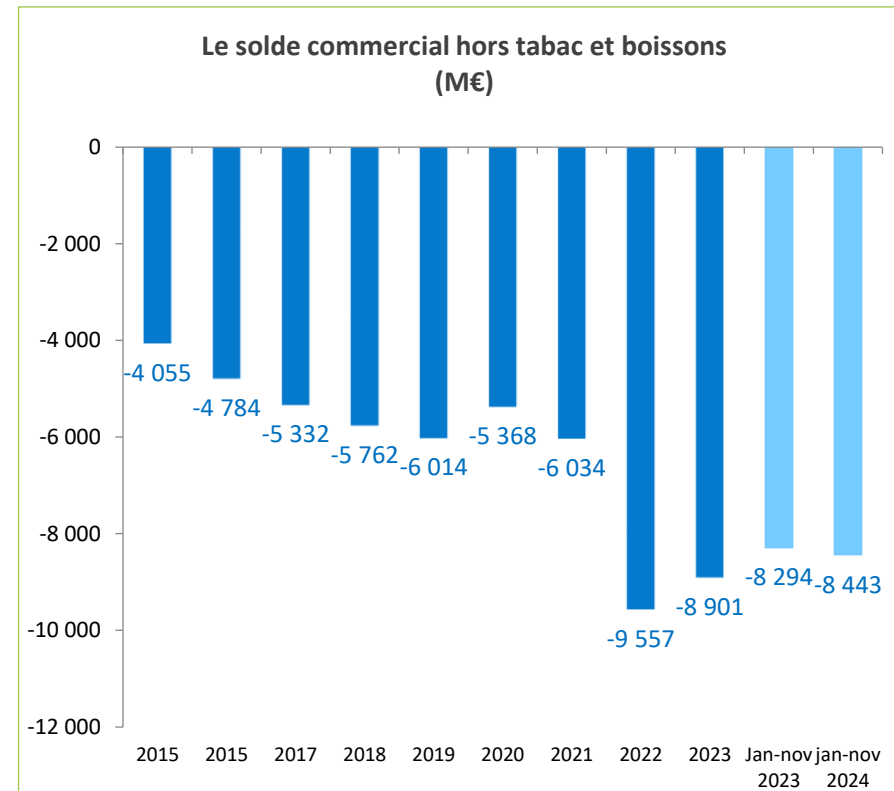
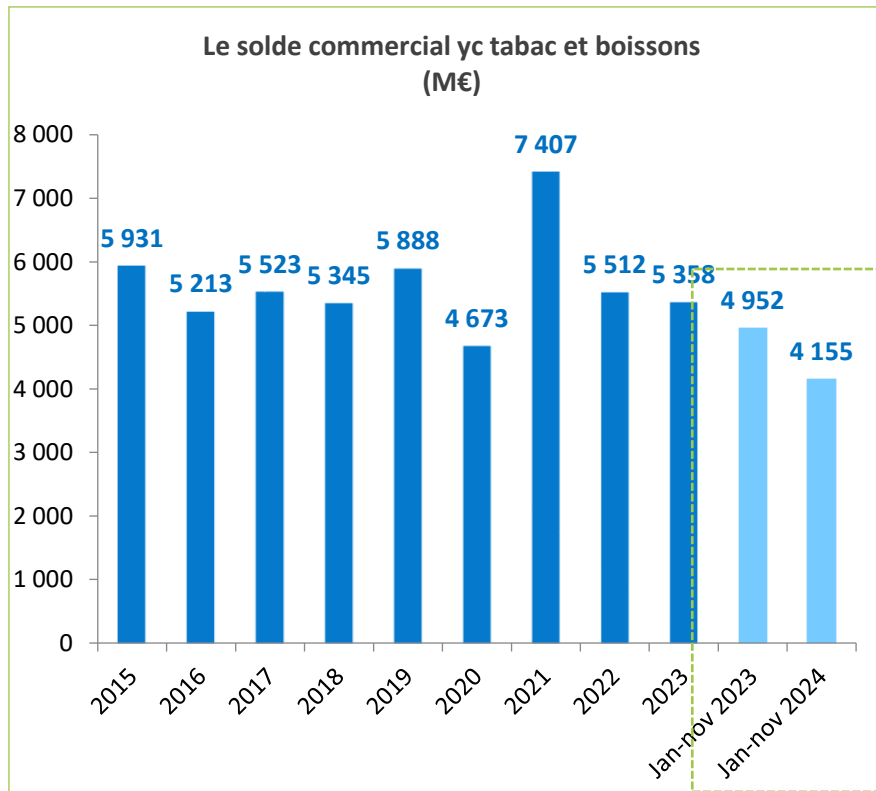
Source : Douanes

# Le commerce extérieur

## Le solde commercial des **produits agroalimentaires** (1) :

### Dégradation du solde commercial en moyenne annuelle en 2023 et au cours des onze premiers mois de 2024

Le solde commercial y compris boissons et tabac s'est légèrement dégradée en 2023. Il s'est établi à 5,365 milliards d'euros (-164 M€ sur un an). Les premiers éléments sur 2024 indiquent une poursuite de la tendance : l'excédent s'établit à 4,155 Md€ sur les onze premiers mois de 2024 contre 4,952 Md€ au cours de la même période en 2023. Cette contraction est liée au recul des exportations de boissons (-5% au cours des onze premiers mois de l'année). Hors tabac et boissons, le solde est structurellement déficitaire : -8,9 Md€ en 2023. Sur les onze premiers mois de l'année, le déficit a atteint -8,443 Md€, contre -3,294 Md€ au cours de la même période en 2023.



Source : Douanes



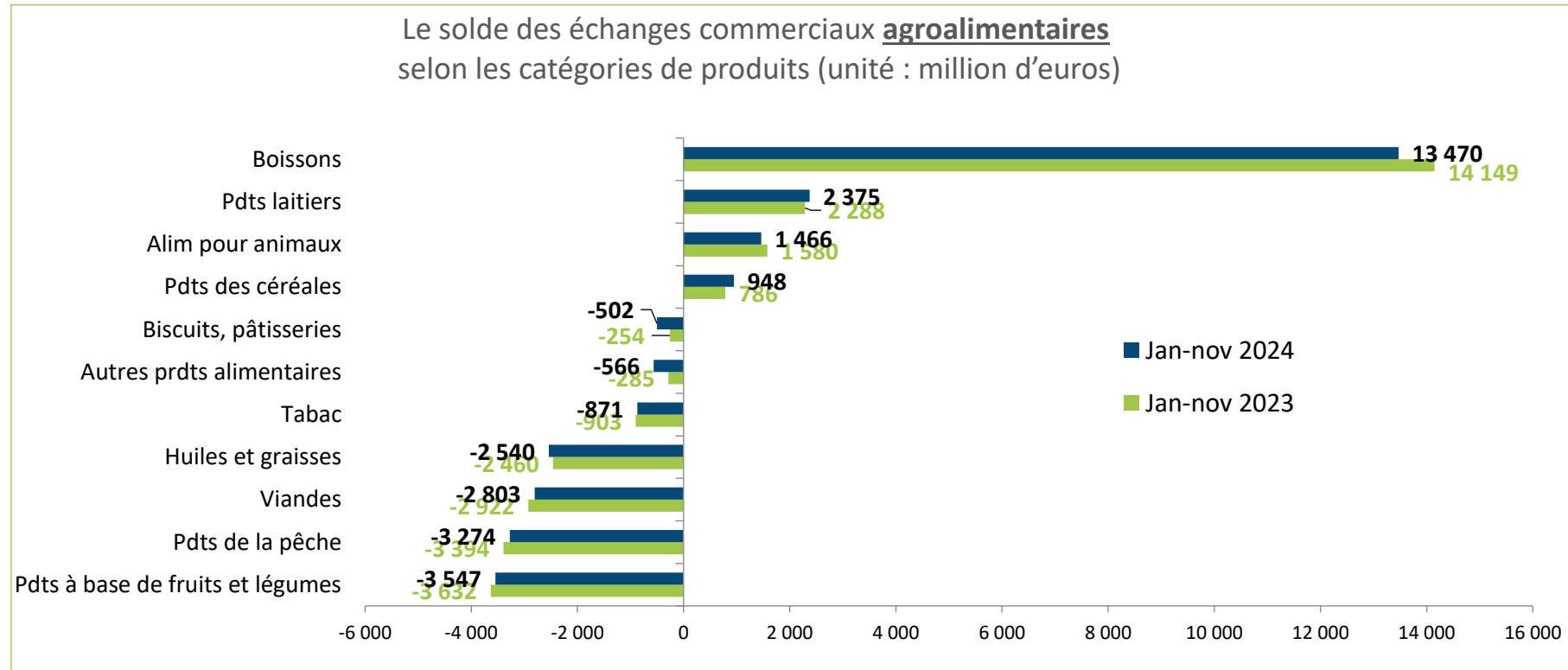


# Le commerce extérieur

## Le solde commercial des **produits agroalimentaires** (2)

### bilan des onze premiers mois de 2024

Le solde commercial dégagé par les boissons s'est établi à 13,470 Md€ au cours des onze premiers mois de 2024, un solde en baisse par rapport à 2023. Les exportations ont reculé par rapport à 2023 (-5%). Concernant les autres catégories de produits, les échanges de produits laitiers sont restés excédentaires, et l'excédent sur 11 mois s'est légèrement amélioré (2,288 Md€ en 2023 et 2,375 Md€ en 2024). Le déficit engendré par les échanges de viandes a quant à lui légèrement diminué sur 5 mois : -2,803 Md€ en 2024 contre -2,922 Md€ en 2023. Les exportations de viandes ont légèrement au cours de la période (+0,7%), quand les importations reculaient de -1% (à noter : elles avaient bondi de 33,5% en 2022 et encore augmenté de 4% en 2023).

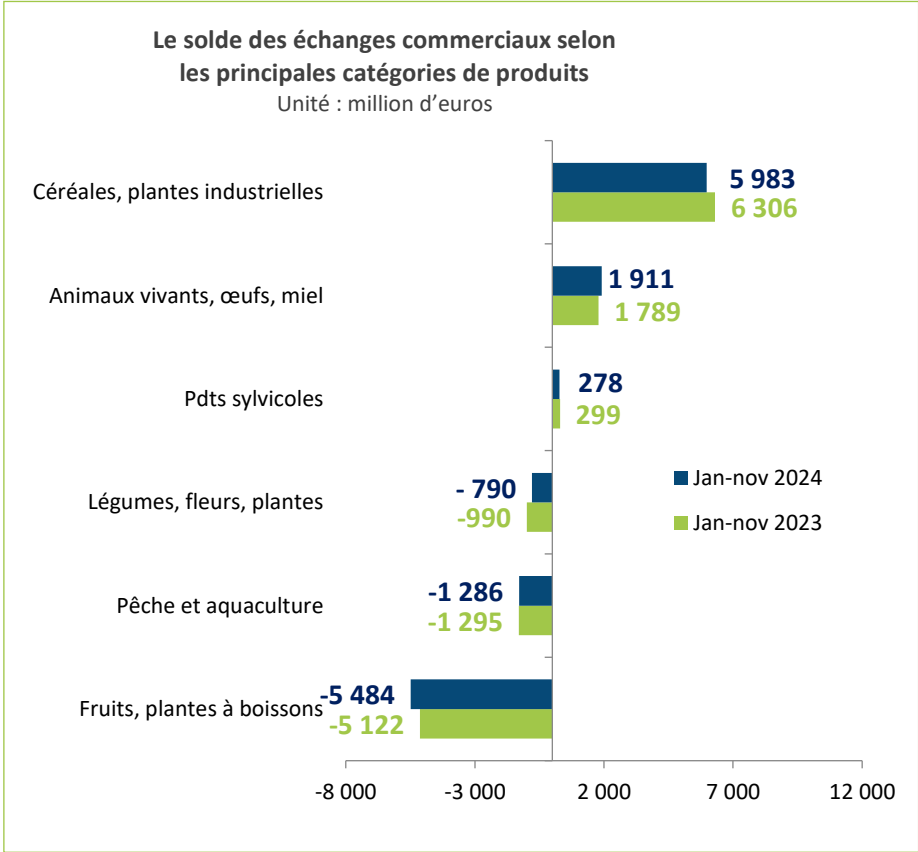
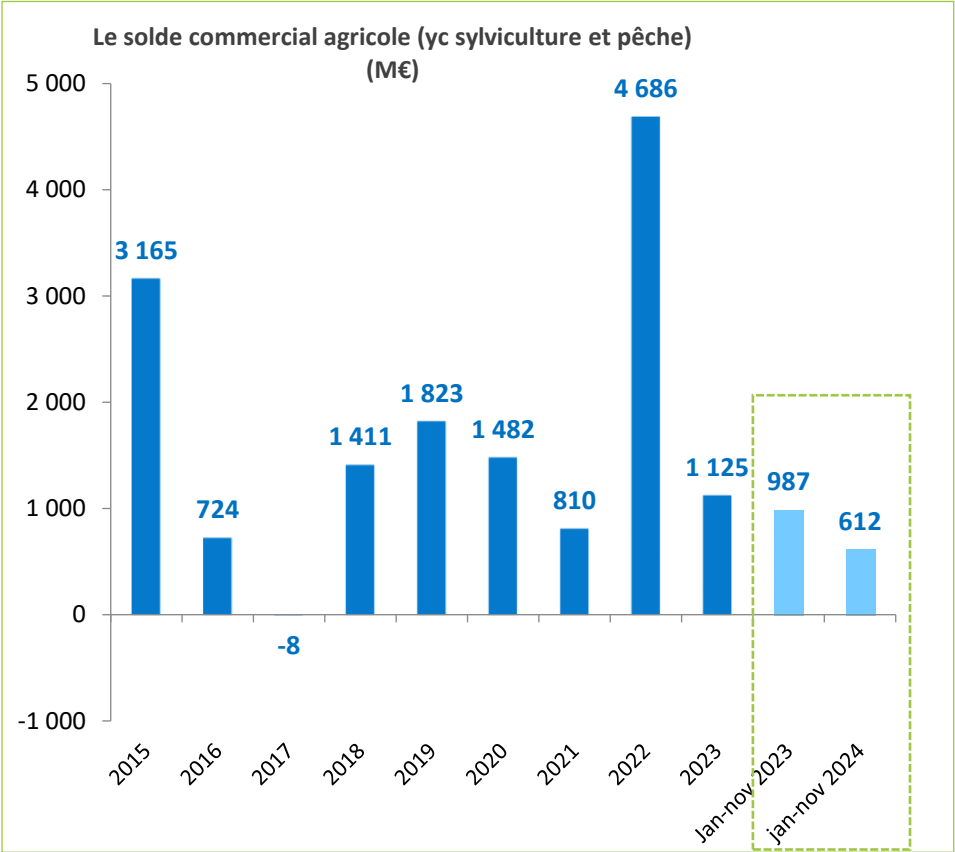


Principaux postes d'échanges / Source : Agreste / Agreste Conjoncture Commerce Extérieur agroalimentaire

# Le commerce extérieur

## Le solde commercial agricole (agriculture, sylviculture et pêche) : dégradation en 2024 (11 mois)

Le solde commercial des produits agricoles bruts s’est établi 612 M€ au cours des onze premiers mois de 2024, en baisse par rapport à 2023 (-375 M€). Cette baisse est liée à la contraction du solde commercial dégagé par les céréales et plantes industrielles (5,983 Md€ en 2024 sur onze mois contre 6,306 Md€ au cours de la même période en 2023), dans un contexte de baisse des prix. A noter, les postes des légumes, fruits et de la pêche et aquaculture restent déficitaires.



05

A lire :  
études, enquêtes

# Etudes, panoramas, enquêtes

## L'alimentaire, l'agriculture

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<b>Marketing des SIQO : parangonnage avec l'Espagne et l'Italie</b> Déc 2024	CGAAER	« Comment mieux valoriser les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine français ? Une mission du CGAAER a été chargée de comparer les stratégies marketing des signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) en France, en Italie et en Espagne, trois pays européens moteurs dans ce domaine. L'objectif est d'identifier des politiques et des pratiques efficaces et pertinentes dans chacun des trois pays et des pistes de collaboration communes. »	<a href="https://agriculture.gouv.fr/marketing-des-signes-didentification-de-la-qualite-et-de-lorigine-parangonnage-avec-lespagne-et">https://agriculture.gouv.fr/marketing-des-signes-didentification-de-la-qualite-et-de-lorigine-parangonnage-avec-lespagne-et</a>
<b>Restauration collective et alimentation durant la vie étudiante</b> Janvier 2025	HCFEA France Stratégie	Ce rapport établit un état des lieux de l'offre de restauration universitaire et émet plusieurs recommandations pour en améliorer l'organisation. Le rapport met en évidence le manque de cohérence de l'action publique en matière d'accès à l'alimentation pour la population étudiante et, plus globalement, de condition étudiante. Le Conseil de la famille recommande de renforcer la coordination entre les différents acteurs publics intervenant dans le champ de la restauration des étudiants. Il demande que la réglementation sur les quantités servies en restauration étudiante et l'équilibre nutritionnel des repas soit complétée par la prise d'un arrêté attendu depuis 2012. Il encourage également à la réouverture de structures de restauration les soirs et week-ends.	<a href="https://www.strategie.gouv.fr/publications/hcfea-restauration-collective-alimentation-durant-vie-etudiante">https://www.strategie.gouv.fr/publications/hcfea-restauration-collective-alimentation-durant-vie-etudiante</a>
<b>Le marché européen du poisson</b> Janvier 2025	Eufoma	La tendance à la baisse de la consommation de poissons en UE est largement imputable au climat économique et géopolitique actuel, qui a entraîné une hausse de l'inflation, pesant sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Les volumes achetés par les ménages européens (11 pays analysés) ont reculé de 5,5% en 2023. La valeur des échanges commerciaux de produits de la mer de l'UE a diminué de 2% et le volume de -4%.	<a href="https://eumofa.eu/the-eu-fish-market-2024-edition-is-online">https://eumofa.eu/the-eu-fish-market-2024-edition-is-online</a>
<b>A look at European farms – agricultural census results</b> Janvier 2025	Eurostat	Le rapport présente un ensemble de statistiques sur la structure de l'agriculture dans l'Union européenne, avec notamment des informations clés issues du dernier recensement agricole de 2020. Plus de 9 millions d'exploitations agricoles en UE, 64% utilisent moins de 5 hectares, mais contrôlent seulement 6% des terres agricoles. A l'opposé, les 4% d'exploitations utilisant plus de 100 hectares contrôlent 52% des terres agricoles de l'UE. Les terres agricoles sont utilisées à 62% pour les cultures, 30,5% sont des prairies permanentes.	<a href="https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-catalogues/w/ks-01-24-024">https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-catalogues/w/ks-01-24-024</a>
<b>Compte prévisionnel de l'agriculture</b> Décembre 2024	INSEE	En 2024, d'après les estimations, la production agricole baisserait de 7,5% en euros courants : la retombée des prix s'accompagnerait d'une réduction en volume. La production végétale baisserait de 6,8% en volume, des conditions météorologiques défavorables ont particulièrement affecté la production de vin et celle des grandes cultures. Les prix reculeraient de 6,8%, conduisant à une baisse de 13,1% en valeur. La production animale fléchirait de 1,4% en valeur en 2024. Après une forte hausse les années précédentes, les prix seraient désormais en recul (-2,3%), les volumes augmenteraient légèrement (+0,9%).	<a href="https://www.insee.fr/fr/statistiques/8306631">https://www.insee.fr/fr/statistiques/8306631</a>



# Etudes, panoramas, enquêtes

## L'alimentaire, l'agriculture

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<b>Le Panorama statistique 2023 des fruits et légumes transformés</b> Décembre 2024	FranceAgri Mer	32% des volumes de légumes produits en France et 21% des volumes de fruits sont destinés à l'industrie. Le périmètre industriel de la transformation de fruits et légumes compte 189 entreprises industrielles en France, transformant des fruits et légumes dans 221 unités de transformations ancrées dans les territoires et employant près de 27 000 ETP. Le chiffre d'affaires du secteur est en hausse de +11% en 2023 par rapport à 2022, après une hausse de 16% entre 2021 et 2022, en lien avec le contexte inflationniste. Le déficit de la balance commerciale de la filière des fruits et légumes transformés se creuse encore en 2023 pour s'établir à -1,66 milliard d'€ (+13% vs 2022). A noter un focus sur la souveraineté alimentaire avec l'analyse de quelques filières : le marché français des dérivés de tomates, approvisionne seulement 10% du marché français, alors qu'il atteignait plus de 30% à la fin des années 1990. Du côté des légumes en conserve et surgelés, le taux d'auto-approvisionnement est de 40% (57% pour la conserve et 26% pour les surgelés).	<a href="https://www.franceagrimer.fr/Les-dernieres-mises-en-ligne">https://www.franceagrimer.fr/Les-dernieres-mises-en-ligne</a>
<b>Bilan d'approvisionnement agroalimentaire 2022-2023</b> Décembre 2024	Agreste	Parmi les catégories pour lesquelles les taux d'approvisionnement sont élevés : les céréales (blé tendre (195%), l'orge et escourgeon (293%), maïs (157%) notamment), les choux-fleurs et brocolis (123%), le tournesol (125%). Du côté de la viande, le taux d'approvisionnement en viande s'établit à 99% pour la viande porcine, à 90% pour la viande bovine et à 77% pour la volaille (70% pour le poulet). Concernant les catégories pour lesquelles le taux d'approvisionnement est faible : les raisins de table (29% pour le raisin frais), le soja (56%), les tourteaux (34%), les lentilles (48%).	<a href="https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/Chd2417/detail/">https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/disaron/Chd2417/detail/</a>
<b>Combien gagne un agriculteur ?</b> Décembre 2024	INSEE (Le blog)	La question du revenu des agriculteurs est un sujet complexe, qui peut être appréhendé de différentes manières. Un constat apparaît cependant quelle que soit l'approche retenue : la très grande diversité des situations et les fortes inégalités de revenus qui caractérisent le monde agricole. Le revenu d'un agriculteur dépend ainsi de nombreux facteurs, comme la taille de son exploitation, le type de production agricole, voire sa localisation géographique, ou encore la détention de terres agricoles. Au-delà de la seule question du « revenu », l'analyse de la situation des agriculteurs doit être élargie pour tenir compte des conditions de vie (les agriculteurs disent par exemple moins souvent faire face à des restrictions de consommation ou des difficultés de logement que l'ensemble des ménages) et du patrimoine qu'ils détiennent, qui est en moyenne plus élevé que celui d'autres indépendants en raison de l'intensité capitaliste de l'activité agricole, mais avec là encore de grandes disparités...	<a href="https://blog.insee.fr/combien-gagne-un-agriculteur/">https://blog.insee.fr/combien-gagne-un-agriculteur/</a>
<b>Où vont le bœuf, le veau et l'agneau</b> Décembre 2024	Idele	L'importation représente seulement 7% des volumes de viande bovine commercialisés en grandes surfaces alimentaires vs 15% en boucheries et plus de 60% en restauration commerciale... C'est l'un des enseignements clé de la publication de l'Idele.	<a href="https://idele.fr/detail-article/gav-2024-ou-vont-le-boeuf-le-veau-et-lagneau-quels-produits-pour-quels-marches">https://idele.fr/detail-article/gav-2024-ou-vont-le-boeuf-le-veau-et-lagneau-quels-produits-pour-quels-marches</a>



# Etudes, panoramas, enquêtes

## L'alimentaire, l'agriculture

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<b>EU agricultural outlook 2024-2035</b> Décembre 2024	Commission Européenne	Ce rapport présente les perspectives de l'agriculture de l'UE à l'horizon 2035, compte tenu de l'évolution attendue des principaux facteurs de l'offre et de la demande. Le secteur agricole de l'UE continuera d'être un exportateur net de produits agroalimentaires, en restant autosuffisant pour plusieurs produits de base (blé, orge, viande, produits laitiers, huile d'olive, vin), tout en restant un importateur net de maïs et d'oléagineux.	<a href="https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/outlook/medium-term_en?prefLang=fr">https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/outlook/medium-term_en?prefLang=fr</a>
<b>Bilan des importations et des exportations françaises de fruits et légumes frais : une vision sur 20 ans</b> Décembre 2024	FranceAgri Mer	Le rapport analyse des données d'importations et d'exportations en fruits et légumes frais de la France entre 2003 et 2023 avec des focus spécifiques sur certains fruits et légumes. Concernant les fruits frais tempérés : le solde négatif se creuse fortement. Entre 2003 et 2023, les exportations françaises de fruits tempérés en volume ont diminué de 47%. Dans le même temps, les importations de fruits tempérés en volume ont augmenté de 25% en 20 ans. Il en résulte un solde des échanges en volume négatif (- 597.000 tonnes en 2023) et un déficit qui se creuse atteignant son point le plus bas en 2021. Concernant les fruits tropicaux et agrumes : le solde des échanges en volume est négatif (-1 859 133 tonnes en 2023). Le solde s'est particulièrement creusé à partir de 2017 avec l'augmentation des importations venant des pays tiers engendrant un déficit du solde des échanges des pays tiers en nette hausse. Entre 2003 et 2023, les exportations françaises de légumes frais en volume ont augmenté de 26% portées par la hausse des exportations vers l'UE (+32% vs 2003). Les volumes importés ont également augmenté en suivant la même tendance que celle des exportations (+28% vs 2003) mais avec une hausse principalement marquée par les importations en provenance des pays tiers (+88% vs 2003). Il en résulte un solde des échanges négatif (- 823.800 tonnes en 2023) et un déficit qui se creuse sur le long terme.	<a href="https://www.franceagrimer.fr/">https://www.franceagrimer.fr/</a>
<b>Key Figures on the European food chain</b> Décembre 2024	Eurostat	La publication propose une sélection d'indicateurs clés sur la production (production agricole et halieutique primaire, transformation des denrées alimentaires et boissons), les activités de distribution (commerce, transport, commerce de gros, vente au détail, restauration), la consommation d'aliments et de boissons et certaines questions environnementales.	<a href="https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/wdn-20241209-1">https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/wdn-20241209-1</a>
<b>Influence des négociants en matières premières sur les marchés agricoles</b> Décembre 2024	Parlement européen	Le document analyse le rôle des "ABCD", les groupes ADM, Bunge, Cargill, et Louis Dreyfus Company, sur le marché mondial des matières premières agricoles. Au cours des 10 dernières années, les ABCD ont conservé un rôle important sur le marché mondial des matières premières agricoles. Elles assurent de 50 à 60% du commerce mondial des céréales, les oléagineux et les protéagineux (COP) essentiels.	<a href="https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2024)747276">https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2024)747276</a>



# Etudes, panoramas, enquêtes

## Les consommateurs, leurs comportements, leurs attentes

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<b>What matters to today's consumer</b> Janvier 2025	CapGemini	<p>Le rapport met en lumière les principales tendances qui façonneront le paysage de la consommation. Le rapport se base sur une enquête mondiale menée auprès de 12.000 consommateurs dans 12 pays.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'une des principales conclusions concerne le rôle croissant de l'IA générative dans le comportement des consommateurs et la transformation des expériences d'achat. 68% des consommateurs sont prêts à agir en fonction des recommandations de l'IA générative, 58% préfèrent les recommandations de produits provenant d'outils d'IA générative aux moteurs de recherche traditionnels.</li> <li>- Pour 64% des consommateurs, le développement durable est un facteur déterminant dans leurs décisions d'achat et 71% sont conscients de l'impact environnemental des déchets alimentaires.</li> <li>- 64% des acheteurs se rendent dans plusieurs magasins à la recherche de bonnes affaires, contre 56% l'année dernière, et 65% achètent des MDD ou des marques low-cost, contre 63% en 2023.</li> <li>- 53% des membres de la GenZ achètent de nouveaux produits directement via les réseaux sociaux. Les publicités diffusées sur les applications et sites web des détaillants captent particulièrement l'attention des consommateurs : 67% d'entre eux les remarquent, contre 63% pour celles sur les réseaux sociaux.</li> <li>- La demande pour les livraisons en moins de deux heures est passée de 34% à 65% au cours des deux dernières années. Le commerce rapide, soutenu par une logistique de pointe et l'IA, est en passe de s'imposer, les consommateurs étant prêts à payer pour la rapidité.</li> </ul>	<a href="https://www.capgemini.com/fr-fr/perspectives/publications/ce-qui-compte-consommateur-2025/">https://www.capgemini.com/fr-fr/perspectives/publications/ce-qui-compte-consommateur-2025/</a>
<b>Le Baromètre du coût de la vie 2024</b> Décembre 2024	Ipsos	<p>Dans un contexte économique et politique très incertain en Europe et en particulier en France, l'enquête analyse les perceptions des personnes interrogées concernant les coûts de la vie dans divers aspects de leur quotidien. 68% des Français pensent que les prix continueront d'augmenter et 44% affirment que leur qualité de vie a décliné depuis la pandémie de Covid-19. Une très large majorité de Français (77%) estime que les choix politiques sont les premiers responsables des hausses de prix (+9 points par rapport à novembre 2023). C'est l'un des chiffres les plus élevés parmi les trente-deux pays de l'enquête avec 69% en moyenne mondiale. Le poids de la situation économique mondiale reste une des principales causes de l'augmentation des prix pour 74% des Français. Alors qu'ils désignaient les profits excessifs des entreprises comme une raison majeure des hausses de prix en juin 2022, les Français se montrent un peu moins critiques aujourd'hui : 71% les rendent responsables contre 75% à l'époque. Le sujet des impôts est présent dans l'esprit d'une grande partie des Français : 74% pensent que leurs impôts vont augmenter (au plus haut depuis avril 2022), 58% voient le chômage s'aggraver et 37% s'attendent à voir leur niveau de vie baisser.</p>	<a href="https://www.ipsos.com/fr-fr/barometre-du-cout-de-la-vie-2024-41-des-francais-anticipent-une-baisse-de-leur-pouvoir-dachat">https://www.ipsos.com/fr-fr/barometre-du-cout-de-la-vie-2024-41-des-francais-anticipent-une-baisse-de-leur-pouvoir-dachat</a>



# Etudes, panoramas, enquêtes

## Autres rapports

Document	Source	Contenu	Lien Internet
<b>La situation du commerce en 2024</b> Décembre 2024	INSEE	Document de référence pour connaître les chiffres clé du secteur. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un secteur qui représente une valeur ajoutée de 252 milliards d'euros, une part 10,6% dans l'économie nationale. Au sein de cet ensemble, le commerce de détail génère une valeur ajoutée de 103 milliards d'euros.</li> <li>- Le chiffre d'affaires du commerce est estimé à 2 018 milliards d'euros en 2023, dont 601 Md€ pour le commerce de détail.</li> <li>- Le commerce emploie près de 3,4 millions de salariés. Le commerce de détail représente 56% de ces emplois (1,893 million).</li> <li>- L'Insee a également publié le compte définitif des secteurs dans le commerce en 2022. En ce qui concerne le commerce de détail, l'excédent brut d'exploitation de 2022 est évalué à 31 milliards d'euros, en forte baisse sur un an (-18,3%). La hausse de la production des détaillants n'est pas suffisante pour couvrir celle des consommations intermédiaires et des rémunérations.</li> </ul>	<a href="https://www.insee.fr/fr/statistiques/8308486">https://www.insee.fr/fr/statistiques/8308486</a>
<b>Rapport sur la pauvreté en France</b> Décembre 2024	Observatoire des Inégalités	5,1 millions de personnes sont pauvres. Elles vivent avec moins de 1 014 euros mensuels après prestations sociales pour une personne seule. La pauvreté n'explose pas. Mais elle gagne du terrain. Les chiffres avaient atteint un point bas en 2002. Vingt ans plus tard, on compte 1,4 million de pauvres supplémentaires. Le taux de pauvreté a augmenté d'1,5 point. Les revenus des pauvres stagnent. Leur niveau de vie médian a gagné seulement 60 euros en 20 ans, passant de 772 euros par mois en 2002 pour une personne seule à 832 euros en 2022. Parmi les 20 % les plus modestes, 62 % déclarent qu'ils ne pourraient pas faire face à une dépense imprévue de 1 000 euros et 56 % qu'ils ne peuvent pas changer un meuble hors d'usage. Environ un quart se prive sur les repas et sur le chauffage (Insee, données 2022). C'est toute la vie sociale qui en pâtit : 53 % d'entre eux disent ne pas pouvoir partir en vacances. 15 % ne peuvent même pas s'offrir un verre ou un repas en famille ou entre amis par exemple.	<a href="https://inegalites.fr/L-essentiel-du-Rapport-sur-la-pauvrete-en-France-edition-2024-2025">https://inegalites.fr/L-essentiel-du-Rapport-sur-la-pauvrete-en-France-edition-2024-2025</a>
<b>Fractures françaises</b> Novembre 2024	Ipsos Fondation Jaurès Cevipof	3 grandes thématiques sont abordées : la perception de sa situation et de celle du pays, les valeurs des Français, le rapport des Français à la politique et aux institutions. Parmi les enseignements: <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'inquiétude pour le pouvoir d'achat demeure la 1<sup>ère</sup> préoccupation des Français (38%), avant l'environnement (23%), la délinquance (22%), le niveau d'immigration (21%).</li> <li>- Le mécontentement demeure massif, même si le sentiment d'appartenir à une France «en colère et très contestataire» recule légèrement après plusieurs années de hausses.</li> <li>- Les Français font état d'une baisse de leur niveau de vie et d'un sentiment de ne pas recevoir le respect qu'ils méritent : 70% estiment que les gens comme eux ont des conditions de vie de moins en moins bonnes et 63% que les gens comme eux ne reçoivent pas le respect qu'ils méritent.</li> </ul>	<a href="https://www.jean-jaures.org/publication/a-lechelle-humaine-esquisse-de-portrait-des-francais/">https://www.jean-jaures.org/publication/a-lechelle-humaine-esquisse-de-portrait-des-francais/</a>







Fédération du Commerce  
et de la Distribution