

L'ANIA alerte sur la flambée du prix des matières premières et les fortes tensions sur les approvisionnements.

Quelles réalités et quels besoins indispensables pour les entreprises alimentaires en 2021 ?

La crise du Covid 19 bouleverse les équilibres économiques mondiaux et génère, en sortie de crise, d'importantes tensions sur le prix et la disponibilité des matières premières agricoles, alimentaires et industrielles sur fond de forte reprise et d'aléas climatiques.

1^{er} poste de dépense des entreprises alimentaires (55% du chiffre d'affaires), la gestion de l'approvisionnement en matières premières reste une donnée fondamentale au maintien de l'équilibre économique et financier des entreprises alimentaires (98 % de TPE-PME), qui pour beaucoup, sont encore affectées par les conséquences de la crise sur leur activité et leur trésorerie.

Après 12 mois de hausses mensuelles consécutives, l'indice FAO des prix des produits alimentaires a atteint un niveau jamais vu depuis plus de 10 ans : +31 % en moyenne sur un an. De même, le prix des matières premières industrielles (métaux, plastiques, emballages...) flambe. Pour les entreprises de l'alimentaire, la prise en compte rapide de ces hausses de coût des matières premières sera essentielle pour préserver la pérennité du tissu économique de la 1^{ère} industrie de France. Le maintien de la capacité d'investissement (-5 % en 2020), d'innovation et de recrutement des entreprises alimentaires est actuellement en jeu.

Au-delà, la question liée à la souveraineté alimentaire reste suspendue à la prise en compte du besoin tarifaire des fournisseurs par la grande distribution. Si notre industrie est dans l'incapacité de répercuter de manière raisonnable une partie de ces inflations, nos ambitions communes pour une alimentation plus sûre, plus saine, plus durable et une meilleure rémunération de nos agriculteurs, sont en danger !

1- Des tensions inflationnistes sur le prix des matières premières et sur les approvisionnements qui dépassent le pic de 2008 !

Depuis plusieurs mois, sur fond de fortes tensions sur la demande (Chine et US notamment) et d'aléas climatiques, les prix des matières premières alimentaires flambent. Céréales (blé, maïs, soja), sucre et huiles notamment connaissent une inflation des cours rarement atteinte. **Au total +31 % sur un an selon la FAO, plus forte hausse depuis juin 2008 (Tableau1).**

Tableau 1 : Evolution annuelle du prix des matières premières alimentaires (source FAO)

Indices FAO

| ENSEMBLE | Produits laitiers | Céréales | Huiles | Sucre | Viandes |
|----------|-------------------|----------|--------|-------|---------|
| 31% | 24% | 26% | 100% | 58% | 6% |

Dans un contexte de reprise post-Covid 19, de fortes tensions apparaissent également sur la disponibilité et le coût des approvisionnements en intrants (plastique, carton, caoutchouc, verre, aluminium).

Pour le secteur agroalimentaire, cette situation doit être prise au sérieux : les conséquences de ces tensions en approvisionnement pourraient affecter les capacités de production du secteur sur l'ensemble de l'année 2021 et ébranler le rebond des activités industrielles en sortie de crise.

2- Quels impacts réels à date pour le secteur agroalimentaire ?

Pour objectiver les conséquences de ces tensions sur le coût et la disponibilité des matières premières alimentaires et industrielles, l'ANIA a lancé deux consultations au printemps (totalisant près de 200 retours d'entreprises de tout secteur et de toute taille), illustrant de manière concrète les conséquences de ces tensions liées aux matières premières sur l'activité économique des entreprises alimentaires.

- *Quelles remontées concernant le prix des matières premières ?*

Les remontées des entreprises agroalimentaires traduisent l'insupportable pression actuellement subie par le maillon industriel pris en étau entre inflation des cours et déflation sur les prix alimentaires en GMS. Les matières premières les plus significativement inflationnistes sont le soja, les huiles et les viandes, mais également les emballages.

Les entreprises alimentaires interrogées par l'ANIA remontent une hausse globale de 22% du prix des matières premières qu'elles transforment. La hausse s'élève à 14 % s'agissant des matières premières industrielles (Tableau 2).

Tableau 2 : Evolution du prix des matières premières alimentaires et industrielles (source ANIA)

| Matières premières alimentaires | | Evolution moyenne | Matières premières industrielles | | Evolution moyenne |
|---------------------------------|---------------|-------------------|----------------------------------|--|-------------------|
| Produits laitiers | Beurre | 16 % | Plastique | | 16 % |
| | Lait (poudre) | 15 % | Verre | | 15 % |
| Céréales | Blé | 16 % | Aluminium | | 16 % |
| | Maïs | 19 % | Papier | | 19 % |
| | Soja | 45 % | Carton | | 45 % |
| Huiles | | 28 % | Fret / Transport | | 28 % |
| Sucre | | 10 % | Energie | | 10 % |
| Cacao | | 7 % | ENSEMBLE | | 14 % |
| Ovoproduits | | 6 % | | | |
| Viandes et volailles | Porc | 15 % | | | |
| | Volaille | 63 % | | | |
| ENSEMBLE | | 22 % | | | |

- *Impacts sur la disponibilité des matières premières industrielles*

Depuis plusieurs mois, plusieurs tensions sur les volumes d'approvisionnement affectent les entreprises industrielles : plastiques sous toutes ses formes, papier, cartons, aluminium, verre).

- 70 % des entreprises interrogées par l'ANIA sont aujourd'hui pénalisées par l'allongement des délais de livraison, multipliés par 2 voire 3, dans un contexte où les stocks des industriels sont actuellement au plus bas.
- Un goulot d'étranglement (fort ralentissement de la cadence de production) serait attendu cet été, du fait de la fermeture d'outils de production pour maintenance.
- 40 % des entreprises interrogées par l'ANIA font aujourd'hui face à des pénalités logistiques.

3- Quels besoins pour les entreprises agroalimentaires en sortie de crise ?

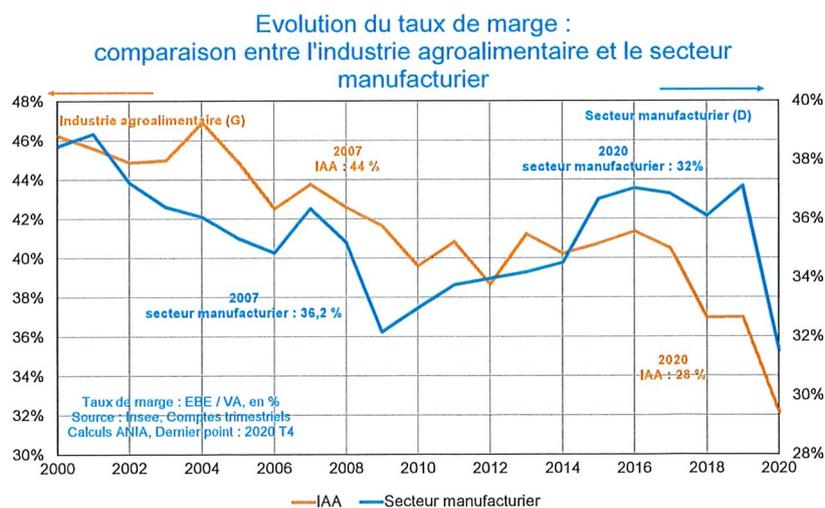
Dans un contexte de déflation persistante en GMS (-0,3 % en 2020 selon IRI), les tensions sur le prix des matières premières affectent considérablement la santé financière des industries agroalimentaires, traduisant un double décrochage de compétitivité : en France et en comparaison internationale.

Les entreprises interrogées par l'ANIA remontent un besoin tarifaire de 9 % en moyenne toutes catégories confondues, ce qui traduit l'urgence de la situation (Tableau 3).

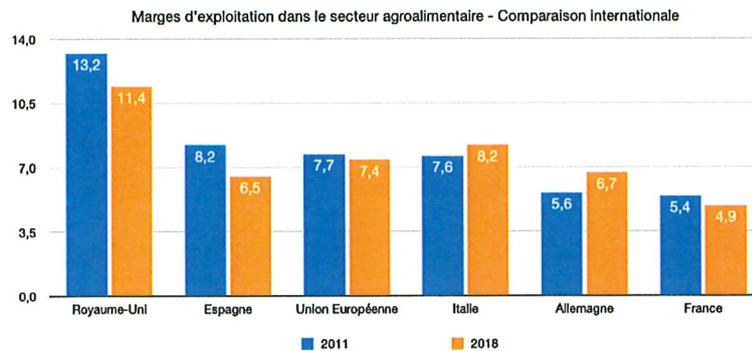
Tableau 3 : Besoin tarifaire lié à la hausse du prix des matières premières remonté par les entreprises alimentaires membres de l'ANIA (source ANIA)

| Catégorie | Besoin tarifaire |
|---|------------------|
| Fabrication de pain, pâtisseries, pâtes alimentaires ... | 8 % |
| Fabrication d'autres produits alimentaires | 12 % |
| Fabrication de boissons | 4 % |
| Fabrication de condiments et assaisonnements | 7 % |
| Fabrication de produits laitiers | 11 % |
| Fabrication d'huiles et graisses | 50 % |
| Fabrication de sucres, cacao, confiseries, chocolats, thé et café | 5 % |
| Fabrication de plats préparés | 8 % |
| Industrie du grain | 18 % |
| Industrie du poisson | 8 % |
| Transformation et préparation de fruits et légumes | 9 % |
| Transformation et préparation de produits carnés | 8 % |
| ENSEMBLE | 9 % |

Tableaux 4 et 5 : Evolution de la rentabilité du secteur agroalimentaire en France et en comparaison internationale (Source Insee, Eurostat)



En 2021, le taux de marge des entreprises alimentaires a atteint son plus bas niveau historique (Tableau 4).



De toutes les industries alimentaires d'Europe, l'industrie agroalimentaire française est celle qui présente la rentabilité d'exploitation la plus faible (Tableau 5).

Aujourd'hui, la notion d'inflation alimentaire raisonnée et raisonnable ne doit plus être taboue : la tendance reste toujours déflationniste en 2021 s'agissant des produits de grande consommation alimentaires : -0,49 %, soit un niveau constant sur les 5 premiers mois 2021.

L'alignement de l'inflation alimentaire à un niveau comparable à l'inflation globale (1,4 % en mai) se traduirait par un coût d'environ 2 euros par ménage et par mois, le poste alimentaire ne représentant plus que 10 % du budget global des ménages en 2021.

Ces chiffres traduisent l'urgence de la situation, c'est pourquoi nous en appelons solennellement à la responsabilité de chacun pour que ce cri d'alerte reçu de la part de nos adhérents soit entendu par l'ensemble des acteurs de la chaîne et également les consommateurs.