

Au terme de cette rentrée mouvementée, l'ARIA Alsace rend compte d'un bilan économique du secteur sous pression, pour l'année 2022, et de perspectives mitigées pour 2023. 78,26% des Industries Agro-Alimentaires (IAA) d'Alsace déclarent une situation économique fortement dégradée depuis le début de l'année et se montrent très pessimistes. 73,91% des IAA considèrent le conflit Russo-ukrainien comme ayant fortement impacté leur activité. Crise de l'énergie, de l'approvisionnement des matières premières agricoles et industrielles, des ressources et de la consommation, la première industrie du pays et le second secteur économique d'Alsace retient son souffle! Comment faire face et maintenir la pleine capacité de production alimentaire dans un tel contexte?



Incontestablement, 2022 a bouleversé l'échiquier mondial. L'Industrie agroalimentaire n'est pas en reste... Le constat est édifiant. Après plusieurs mois de résilience et d'efforts structurels, toutes les entreprises du secteur sont confrontées, depuis janvier, à **une hausse accablante des coûts de production** :

+ 57% des coûts de l'énergie ;

+ 29% des coûts de matières premières agricoles ;

+ 26% des coûts d'emballages ... (selon l'[Ania](#) – Baromètre septembre 2022)

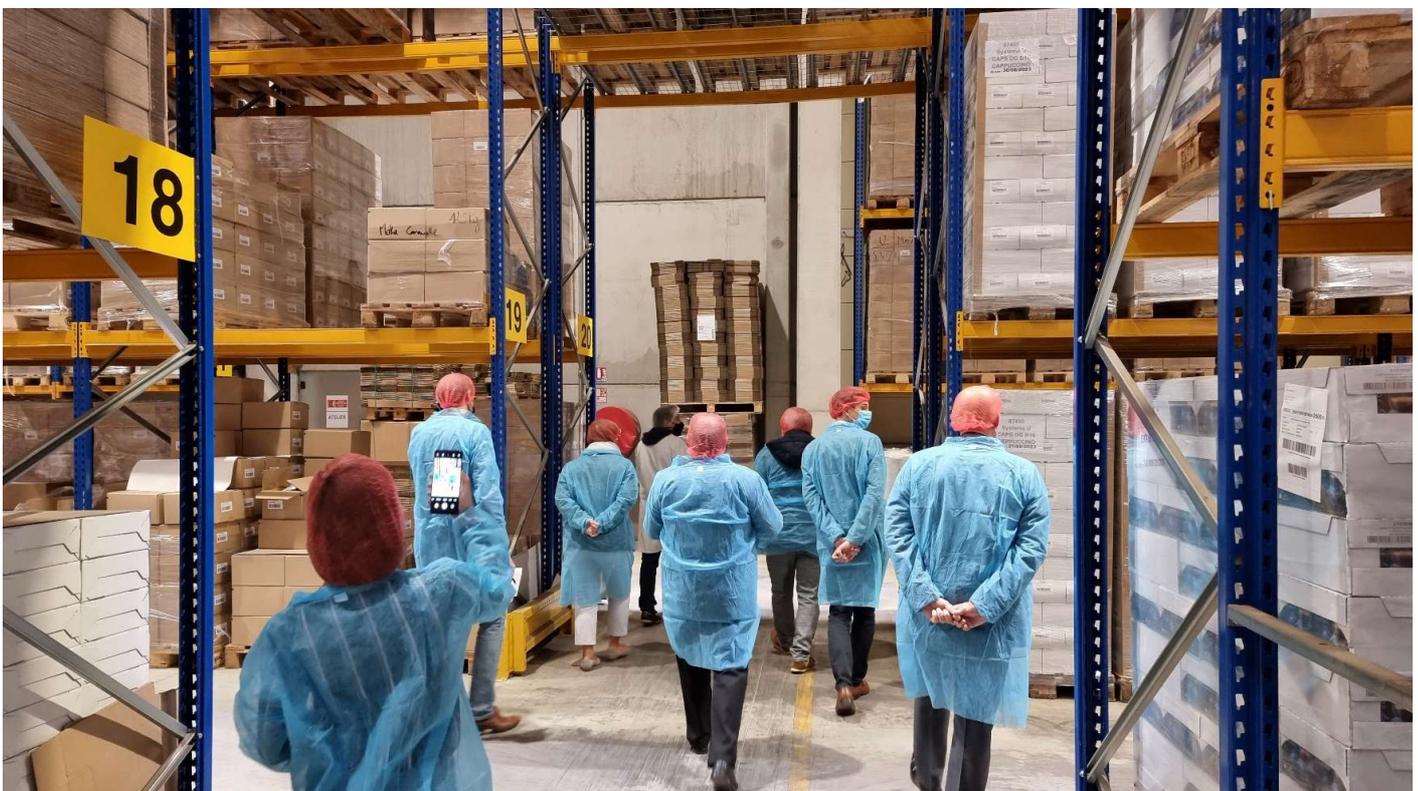
Et pourtant, dans le même temps, la France est le pays où **l'inflation alimentaire est la moins importante**: en août 2022, l'inflation alimentaire était de **8,4% en France**, contre 15,5% en Allemagne ou 13,8% en Espagne.

Toutefois, aujourd'hui, l'industrie agro-alimentaire est asphyxiée par cette non-prise en compte des surcoûts de production. **Son taux de marge, au plus bas depuis 10 ans, s'effondre à -14% entre 2019 et 2022** (S1 – source Ania).

La filière représente en France 16.436 entreprises, dont 98% de PME ayant su préserver leur ancrage territorial. L'une des « meilleures alimentations du monde » est aujourd'hui profondément mise à mal... Il apparaît donc urgent de prévenir pour (continuer à) nourrir!

## Un contexte énergétique sans précédent

Les entreprises du secteur agro-alimentaires sont **particulièrement dépendantes des intrants industriels**: +71% pour l'électricité; +61% pour le carton; +55% pour le gaz. L'utilisation du gaz et de l'électricité est intrinsèquement liée à l'activité industrielle alimentaire: sans énergie, pas de production; sans production, pas d'alimentation et de produits disponibles!



Et pourtant, la part de l'énergie dans le CA des industries alimentaires ne cesse d'augmenter depuis janvier 2022. Elle atteint à présent **+7% pour la majorité des TPE-PME**. A cela, s'ajoute l'angoisse de délestage et de rationnement de l'énergie, annoncé pour cet hiver. Sans compter les contrats fournisseurs en cours ou très prochainement en renégociation, qui présentent déjà des hausses historiques (+600 % pour l'électricité!).

Bien que la nécessité de la transition écologique soit depuis longtemps une évidence pour les industries alimentaires, la nécessité de sobriété et de réduction drastique prend

le pas... Aussi, 40% des entreprises envisagent dès 2022 des reports d'investissements sur les emballages et 33% sur la décarbonation de leurs activités. Au total, **près de 20% des industries alimentaires envisagent des reports d'investissements**, face à la flambée des coûts de l'énergie. Cette tendance révèle en outre que les entreprises anticipent une baisse significative de leur rentabilité en 2023, qui les pousse à rogner significativement sur ces investissements majeurs, pourtant indispensables pour l'environnement et l'avenir de l'Industrie.

## Finis l'impro. sans appro !

Le choc de l'inflation n'est également plus à démontrer ! Selon l'[Ania](#), les matières premières agricoles connaissent une hausse sans précédent (+60% pour le blé; +53% pour le maïs; +106% pour les œufs; +37% pour le porc; +24% pour la volaille ...) au même titre que les matières premières industrielles (+46% pour l'aluminium; +28% pour le papier et le carton; +16% pour le plastique; +15% pour le verre ...). Et pourtant, là encore, la filière démontre **des efforts de résilience importants**, sans répercuter intégralement ces hausses records.

En outre, la raréfaction des matières premières agricoles et industrielles retardent particulièrement la production des industries alimentaires, et donc naturellement leur capacité à livrer à temps les marchandises. Face à ces aléas de livraison exceptionnels, les industries se voient confrontées à de fortes pénalités logistiques. La filière a ainsi supporté 2 fois plus de ces pénalités au premier semestre 2022, qu'au premier semestre 2020. Sur l'année 2021, la part de ces pénalités pèse 0,35% du CA d'une entreprise, exposant leur trésorerie toujours plus à des fragilités.

## Pénurie de main d'œuvre, le casse-tête...

En Alsace, la filière alimentaire emploie plus de 50.000 salariés. Pour 2023, 52,17% des entreprises du secteur prévoient des recrutements, principalement en CDI, privilégiant de plus en plus des compétences pérennes et plus techniques. Et pourtant, 65,22% des industries alimentaires d'Alsace déclarent déjà rencontrer des difficultés de recrutement en 2022, sur des postes dits « intermédiaires » (techniciens et agents de maîtrises, notamment). En France, la pénurie de main d'œuvre a été multipliée par 3 en 10 ans : entre 30.000 et 40.000 postes sont actuellement non-pourvus dans la filière alimentaire.

Face à cette pénurie de main d'œuvre et au vieillissement de la population, l'ARIA Alsace entend soutenir et favoriser l'emploi local, sur son territoire, durablement. Plusieurs dispositifs et accompagnements sont initiés, notamment autour des problématiques de formations, d'attractivité et de marque employeur.

## Le « juste prix », seul salut pour la filière

En Europe, l'inflation s'élève à 14,4%, tandis qu'en France, elle est contenue à 8,4% à fin août. Néanmoins, malgré cette situation minimisée face à nos pays voisins, 41% des foyers français (12 millions de foyers en France) se voient fragilisés par cette tendance exponentielle. Les familles réduisent déjà de 5,1% leur consommation en grande surface. La filière alimentaire s'attend donc à un net ralentissement de la consommation des ménages.

A cela, s'ajoutent les difficultés de faire valoir le « juste prix » dans les circuits de distribution. A fin septembre, la moitié des industries n'ont toujours pas achevé leurs négociations avec la grande distribution. Et pour la première moitié, ayant achevé ces échanges, l'atterrissage (+3,5%) des tarifs ne couvre pas les besoins des entreprises (+7%)! La filière subit une inertie trop importante entre la mise en œuvre des nouveaux tarifs et les hausses successives des coûts de production. Il est de plus en plus difficile pour les industries de faire face à cette situation, ayant des trésoreries de plus en plus fragilisées.

Fort heureusement, la fragmentation et l'individualisation de la consommation se traduit par une plus forte fréquentation des circuits spécialisés. Mais aussi, et surtout par un intérêt croissant pour une consommation plus responsable et de proximité. Les produits faisant la part-belle au local sont à présent plébiscités. Du côté de l'ARIA Alsace, la tendance se confirme et s'illustre au travers du fort engouement pour les produits estampillés des marques alimentaires « Savourez l'Alsace » et « Savourez l'Alsace - Produit du terroir ». Le poids des marques locales dans le chiffre d'affaires des produits de grande consommation et des produits frais en libre-service, en hypermarché et supermarché, représente 8% dans le Bas-Rhin et 7% dans le Haut-Rhin, plaçant l'Alsace en première position nationale (Panel IRI mai 2022).

En France, désormais :

16 millions de foyers français attendent plus de marques en vrac ;

15 millions de foyers français recherchent des produits plus économes en emballage ;

10 millions des foyers français réduisent leur consommation de viande ...

## Pour aller plus loin ...

### Les Français et l'Industrie Alimentaire

70% de la production agricole française est transformée par l'industrie alimentaire ;

80% des produits vendus en magasin sont produits par l'industrie alimentaire ;

11% du budget des ménages consacré à l'alimentation en 2022, contre 25% en 1960 ;

6.246 € de dépense alimentaire annuelle par ménage en 2022, répartie sur 110 actes d'achats.

*L'ensemble des données chiffrées proviennent de l'Ania – Septembre 2022.*

## À propos de la marque ARIA ALSACE

L'[ARIA - Association Régionale des Industries Alimentaires d'Alsace](#) (IAA) défend depuis bientôt 3 décennies les intérêts des entreprises alimentaires du territoire, et fédère les producteurs et industriels alsaciens. En partenariat avec *Alsace Qualité* et l'*ADIRA*, l'organisation professionnelle assure, au travers des marques alimentaires «*Savourez l'Alsace*» et «*Savourez l'Alsace – Produit du terroir*», la promotion du savoir-faire et des produits régionaux, tant en proximité locale, qu'au plan national et international.

Fondée en 1994, l'[ARIA Alsace](#) se fait ainsi le porte-parole de la profession et se porte garante des intérêts économiques, industriels et commerciaux des industries agro-alimentaires (IAA) d'Alsace. L'ARIA Alsace dénombre **plus de 100 entreprises adhérentes**.

L'association professionnelle assure également la représentation des acteurs de la filière auprès des pouvoirs publics, des administrations et instances territoriales. Présidée par Sébastien MULLER depuis mai 2022, l'ARIA Alsace constitue le représentant légitime de **la seconde économie du territoire**, pourvoyeurs de plus de 50.000 emplois.