

Paris, le 23 juin 2021

Enquête Ileec

Inflation, déflation : réalités pour l'industrie de PGC et conséquences pour les consommateurs

Comme chaque fois que les parlementaires se penchent sur un texte de loi susceptible de toucher aux relations industrie-commerce, les distributeurs prennent la parole dans les médias pour agiter l'épouvantail d'une inflation qui menacerait de grever le pouvoir d'achat des ménages. Dans la note qui suit, l'Ileec se fonde sur des données récentes et de ses adhérents pour éclairer la réalité des enjeux. Oui, un certain retour à l'inflation est probable et souhaitable, car la déflation continue dans les produits de grande consommation depuis 2013 (4 milliards d'euros détruits) étouffe les agriculteurs et réduit la capacité des transformateurs à développer des produits plus responsables et innovants. Non, cette inflation n'aura pas un effet sensible pour les consommateurs, car les PGC ne représentent qu'une petite part du budget des Français qui ne serait affectée, dans le périmètre des grandes marques, qu'à hauteur de 0,9 à 1,4 %. Un taux d'inflation bien modeste, quand il y va de l'intérêt de centaines de milliers d'agriculteurs et de salariés de sites industriels, du développement durable ou de la souveraineté industrielle et alimentaire de la France.

Une inflation modeste résulterait d'une couverture des besoins de financement exprimés par les industriels que l'Ileec représente. C'est ce qui ressort des données collectées parmi ses adhérents (représentant près de 35 milliards d'euros de chiffre d'affaires), actualisées le 18 juin 2021.

Pour les industriels de l'Ileec, les hausses des cours des matières premières, qui connaissent des flambées exceptionnelles (+ 20 à 80 % depuis un an pour le blé, le maïs, le bois, l'acier ou l'aluminium...), **et d'autres « intrants »** (transports...) incluant les politiques de valorisation des filières agricoles et de transition écologique, **aboutissent aujourd'hui à un besoin de financement qui, pour être couvert, appellerait une hausse d'en moyenne 7 %** – chiffre estimé parmi ceux de ces industriels qui envisagent une révision tarifaire au cours de l'exercice 2021.

Cependant, ces 7 % (rapportés au niveau d'entrée dans les négociations commerciales achevées le 1^{er} mars 2021) **ne peuvent en aucun cas s'entendre comme le risque d'une hausse de 7 % des prix consommateurs. En effet :**

- **près de 40 % des industriels de l'Ileec excluent une révision de leurs tarifs en cours d'année** ; un tiers d'entre eux sont en réflexion et **seuls un tiers ont décidé** de formaliser une hausse tarifaire, et elle serait **de 5 % en moyenne** : un produit à 1 euro augmenterait de 5 centimes ;

- compte tenu de la structure tarifaire des marques nationales, **cette hausse de 5 centimes** au stade du prix tarif demandé par l'industriel au distributeur se traduirait en réalité par une hausse voisine de **3 centimes au niveau du prix 3 fois net** incluant les diverses remises et ristournes : **le prix consommateur d'un produit moyen à 1 euro n'augmenterait que de 3 centimes.**

De ces données résulterait, **pour le total d'un « panier de marques » dont les deux tiers auraient gardé le même tarif, une hausse des prix consommateurs de l'ordre de 0,9 %.**

Rapportée à un marché des produits de grandes marques de 78 milliards d'euros, cette hausse représenterait **quelque 670 millions d'euros.** Soit **proportionnellement bien moins que les 525 millions des hausses de prix des marques de distributeurs en 2019**, sur un marché de 38 milliards (source IRI).

Cette hausse atteindrait **1,4 % si toutes les autres entreprises en réflexion optaient en définitive pour une hausse tarifaire** envoyée avant la fin de cette année, pour un impact de l'ordre d'un milliard d'euros, soit un ordre de grandeur comparable à celui observé en 2019.

Rappel :

2019 a été la seule année de valorisation globale des marchés de produits de grande consommation depuis 2013. Les produits de marques nationales avaient alors augmenté globalement de 470 M€, bien en-deçà des prévisions catastrophistes de ceux qui avaient tenté de dissuader le législateur d'instaurer un relèvement du seuil de revente à perte assorti d'un encadrement des promotions pour mettre fin à la destruction de valeur dans la chaîne alimentaire. Les experts mandatés par le ministère de l'Économie avaient alors conclu à **un effet inflationniste marginal**, et ce n'est pas de cet aspect que le législateur s'était ému, mais de l'échec de la loi à voir cette inflation se traduire par une augmentation des revenus des exploitants agricoles.

2020 a vu un retour généralisé à la déflation, amplifié en 2021. La déflation des prix de vente consommateurs a été alimentée par les **baisses des prix nets des industriels** depuis huit ans, une perte cumulée de l'ordre de 4 milliards d'euros (Ilec). Dans ces conditions, **le marché français est en train de voir son attractivité disparaître pour les groupes internationaux**, qui comptent pour une bonne part dans les quelque cinq cent mille emplois que représentent les 90 entreprises adhérentes de l'Ilec, à l'origine des principales innovations développées pour assurer la décarbonation des sites de production et la transition vers une économie circulaire.

À propos de l'Ilec

L'Institut de liaisons des entreprises de consommation regroupe quatre-vingt-dix entreprises fabriquant des produits de marque de grande consommation (PGC), de notoriété nationale et internationale, alimentaires et non alimentaires. Les entreprises de l'Ilec pèsent près des deux tiers du CA des PGC en grandes et moyennes surfaces, soit 42 Mds d'euros dont la moitié dans les filières agricoles françaises. L'activité du millier d'établissements français des adhérents de l'Ilec, sites de production, de logistique ou tertiaires, représente plus de 500 000 emplois.

Contacts Presse – Agence Pressario

Hortense Grégoire – hortense.gregoire@pressario.fr – Tél. : 01 46 24 19 80

Sylvie Vincent - sylvie@pressario.fr - Tél : 06 62 76 57 30