

Baromètre de l'attractivité de la France pour les industries de la grande consommation

Synthèse de l'étude
Décembre 2023



The better the question. The better the answer.
The better the world works.



Building a better
working world



Sommaire

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

Premières pistes de réflexion

Cette étude vise à exprimer la présence et les perspectives en France des industries de la grande consommation

Le contexte - Une présence peu valorisée

- ▶ **La voix de la filière dans les débats actuels est difficilement valorisée et audible**, malgré le poids économique de ce secteur, son apport historique dans l'ensemble de l'économie, l'ancrage territorial de ses entreprises et de leurs sous-traitants, leur contribution aux enjeux de décarbonation, d'exportation, de souveraineté industrielle du pays.
- ▶ **Pour autant, de nombreuses initiatives et une action institutionnelle incessantes sont menées**, ainsi que de nombreuses interactions avec les médias, des échanges directs entre Ilec ou ses membres et les parties prenantes publiques, des notes, analyses ou études diverses.

Les objectifs et les enjeux du Baromètre

- 1 Décrire et valoriser** la situation et l'impact des entreprises de grande consommation en France
- 2 Évaluer et restituer l'attractivité et la perception** de la France pour les entreprises de grande consommation, leurs dirigeants, leurs actionnaires et leurs parties prenantes
- 3 Mettre en perspective les risques** que fait peser le contexte actuel sur les investissements et les opportunités ou pistes d'une attractivité renouvelée

L'étude est une analyse indépendante de l'attractivité de la France pour le secteur des PGC et non une analyse des relations commerciales ou de la rentabilité des entreprises



Ce que l'étude est...

- ▶ **Une analyse indépendante**, par EY, de la présence et de l'attractivité de la France pour le secteur des produits de consommations
- ▶ **Une étude fabriquée « comme un Baromètre de l'Attractivité de la France »**, avec une composante « réalité » et une composante « perception »
- ▶ **Une étude analytique** qui objective les principales données du secteur des PGC dans son ensemble
- ▶ **Une étude qui inclut à la fois les entreprises étrangères et les entreprises françaises, les PME et les grands groupes**
- ▶ **Une étude qui repose sur une enquête représentative** du secteur menée auprès des dirigeants des entreprises des PGC



Ce que l'étude n'est pas...

- ▶ **Un plaidoyer qui prend parti et position pour le secteur des PGC**, ou un argumentaire de lobbying
- ▶ **Une étude sur l'impact des relations entre industriels et distributeurs**, ou sur les impacts de la « déflation » des prix
- ▶ **Une étude restreinte** au périmètre des entreprises à capitaux étrangers ou au périmètre du secteur agroalimentaire, par exemple
- ▶ **Une étude de conjoncture** sur l'évolution des coûts de matières ou des prix de vente
- ▶ **Une étude financière** sur le taux de marge ou la rentabilité des entreprises des PGC

Les 3 angles du Baromètre de l'attractivité de la France pour les industries de la grande consommation

1

LA PRESENCE

Les entreprises de grande consommation ont une présence considérable dans l'économie française
...avec un effet d'entraînement inégalé sur leurs fournisseurs et partenaires
...mais les dirigeants font état de perspectives décevantes

2

L'INVESTISSEMENT

Leur investissement pèse dans les territoires, notamment au plan industriel
...mais semble remis en cause, notamment par les dirigeants de filiales
...qui constatent leur perte d'influence et la difficulté à obtenir des arbitrages internationaux

3

LES PISTES DE REFLEXION

Comment éviter le scénario du désinvestissement
...et engager le redressement de l'attractivité de la France pour les industries de grande consommation?

Une présence considérable dans l'économie française, un effet d'entraînement inégalé sur leurs fournisseurs et partenaires, mais des perspectives de croissance décevantes

1

Un secteur majeur de l'économie française et notamment de son tissu industriel

- **25 000 entreprises**, dont plus de 95% de TPE et PME
- Une VA de **52 Mds€** par an pour les marques, soit ~2% du PIB
- Plus de **550 000** personnes directement employées par les marques (*NB: effectifs des hypermarchés et supermarchés: 561 000 personnes en 2019*), dont près de 60% se trouvent dans des ETI ou grands groupes
- Au total, **1,8 million d'emplois** (en incluant les fournisseurs et les sous-traitants)
- Un **effet d'entraînement** plus important que celui de la plupart des autres industries (habillement, pharmaceutique, chimie, ameublement...)
- Plus du quart des retombées indirectes et induites dans **l'agriculture**, la sylviculture et la pêche

2

Une contribution importante aux grands enjeux du pays

- **Exportations** : ¼ du CA du secteur des PGC, la filière agroalimentaire est égale à 12% des exportations de l'industrie manufacturière française, 1^{ère} filière exportatrice française en valeur, devant l'aéronautique ou la chimie
- **Emploi** : plus de 80% d'emplois en CDI, près de 50% d'ouvriers
- **Innovation** : 1,1 Mds€ de dépenses liées à l'innovation (IAA 2020), 2^{ème} place en Europe derrière l'Allemagne, plus de 2 000 innovations de produits ou de procédés y ont été recensées en 2020, mais un retrait de la France concernant les innovations de produits
- **Décarbonation** : plus de 80% des entreprises ont une trajectoire de décarbonation et se disent "mieux placées" que les autres filiales européennes

3

Une situation de croissance et de rentabilité plus faibles qu'ailleurs

- Entre 2013 et 2022, une **déflation relative des prix nets** (IAA: -5% et DPH:-16%) et une courbe des prix très en-deçà de celle du PIB (+11% sur la même période)
- Une **rentabilité en-dessous de la moyenne industrielle**, même si son taux d'investissement indique l'intensité de la production en France
- Selon les 43 dirigeants interrogés, des **perspectives de croissance faible** ou modérée à 3 ans (~2% par an)
- Des **effectifs qui devraient peu augmenter dans les prochaines années**, notamment dans les activités à forte valeur ajoutée (production, fonctions managériales)

Source : Baromètre EY de l'Attractivité de la France pour les Industries de la grande consommation (2023)

Un investissement constant dans les territoires, mais qui est remis en cause face à la difficulté d'obtenir des arbitrages dans un climat sectoriel pesant et une compétitivité dégradée

4

Des investissements répartis sur le territoire, portés par des points de force distinctifs

- Des emplois répartis sur le territoire français, avec une concentration un peu plus importante en Bretagne, dans les Hauts-de-France et en Alsace
- ...et à 47% dans des **territoires de moins de 20 000 habitants**
- Environ 200 projets de création ou extension de sites entre 2013 et 2022, mais **moins d'impact récent** sur l'emploi (~3 000 en 2022 vs 5 000 en 2017)
- Malgré des **points de force avérés** pour les 43 dirigeants :
 - 1 – la situation géographique
 - 2 – la qualité de vie
 - 3 – l'écosystème de fournisseurs
 - 4 – la sécurité des approvisionnements

5

Une perte d'attractivité de la France constatée par les dirigeants

- Une **dynamique générale d'attractivité de la France qui n'est pas ressentie par la grande consommation** (ni par la logistique ou l'industrie pharmaceutique, par exemple), qui ne compte que 6% des IDE en France en 2022
- Des **effectifs des entreprises à capitaux étrangers** qui se réduisent depuis 10 ans
- Au chapitre des **handicaps les plus critiques**:
 - 1 – les relations entre industriels et distributeurs
 - 2 – le coût du travail
 - 3 – le climat social et politique
 - 4 – la réglementation
- Un **climat jugé plus tendu et dégradé** que dans d'autres pays européens

6

...qui peut présager de la faible valeur de leurs futurs investissements

- **40% des entreprises ayant répondu au questionnaire déclarent que leurs maisons-mères ont refusé un projet d'investissement en France**
- ...en raison du niveau des marges, du climat social et politique et des relations commerciales, qu'ils qualifient d'« **exception française** »
- **Environ 1 dirigeant sur 6 envisage de fermer un site de production dans les 3 prochaines années.**
- ...avec **peu de nouveaux investissements en France** et une faible valeur ajoutée des activités envisagées (peu en R&D, industrie, sièges).

Source : Baromètre EY de l'Attractivité de la France pour les Industries de la grande consommation (2023)

Nous avons identifié 3 axes pour engager un scénario de réinvestissement

#1 - Retisser le lien entre l'industrie de la grande consommation et la France

- Décrire l'**impact économique** du secteur sur l'économie française et les **talents** de la GC
- Mieux expliquer sa **capacité d'entraînement**, à commencer par l'amont agricole
- Exprimer les **investissements** dans l'innovation, la décarbonation, ainsi que l'implication dans des dynamiques sociales ou sociétales (emploi industriel, formation, actions solidaires, présence dans les territoires ruraux,...)
- Dire l'effet de levier central sur l'exportation et la **balance commerciale** de la France

#2 - Résoudre l'écart de compétitivité, notamment les 3 points noirs du Baromètre 2023

- Les **relations commerciales**, que beaucoup de groupes internationaux ressentent comme une exception française qui réduit l'influence des filiales au sein des groupes
- Le **coût du travail**, qui ajoute à la difficulté d'obtenir des arbitrages d'investissement en faveur du site France, notamment dans la fabrication et les activités de siège
- La perception du **climat social et politique**, point de vue partagé par les dirigeants d'autres secteurs, mais sans doute amplifié par l'exposition médiatique négative du secteur et de plusieurs grandes marques

#3 - Investir sur l'attractivité de long terme, autour de sujets porteurs pour la France de 2030

- **Différenciation**
- **Innovation**
- **Compétences**
- **Entrepreneuriat**
- **Réindustrialisation**
- **Fonctions stratégiques**
- **Transition écologique et énergétique**

Source : Baromètre EY de l'Attractivité de la France pour les Industries de la grande consommation (2023)

Sommaire

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

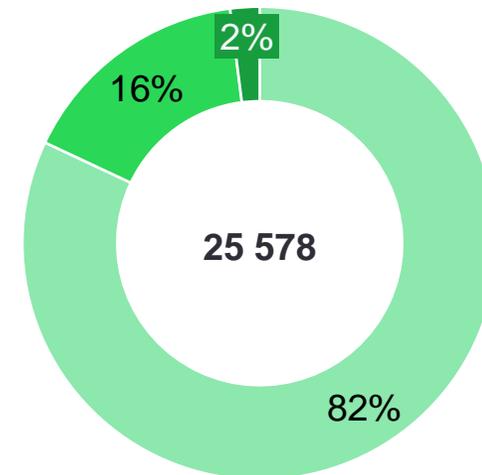
Premières pistes de réflexion

Le secteur des produits de grande consommation est composée d'environ 25 000 entreprises, dont 98% de TPE et PME, réparties en trois grands secteurs

Le secteur des produits de grande consommation en 2022 (impact direct)

		Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires* (en Mds€)	ETP
Industrie agroalimentaire	 Industries alimentaires	14 616 (57%)	190,5 (75%)	434 822 (79%)
	 Fabrication de boissons	6 721 (26%)	39,7 (16%)	61 491 (11%)
	 Droguerie, parfumerie, hygiène (DPH)	4 241 (17%)	23,8 (9%)	54 253 (10%)
TOTAL		25 578	254 Mds€	550 566

Répartition du nombre d'entreprises des PGC en fonction de leur taille en 2020, en % du total



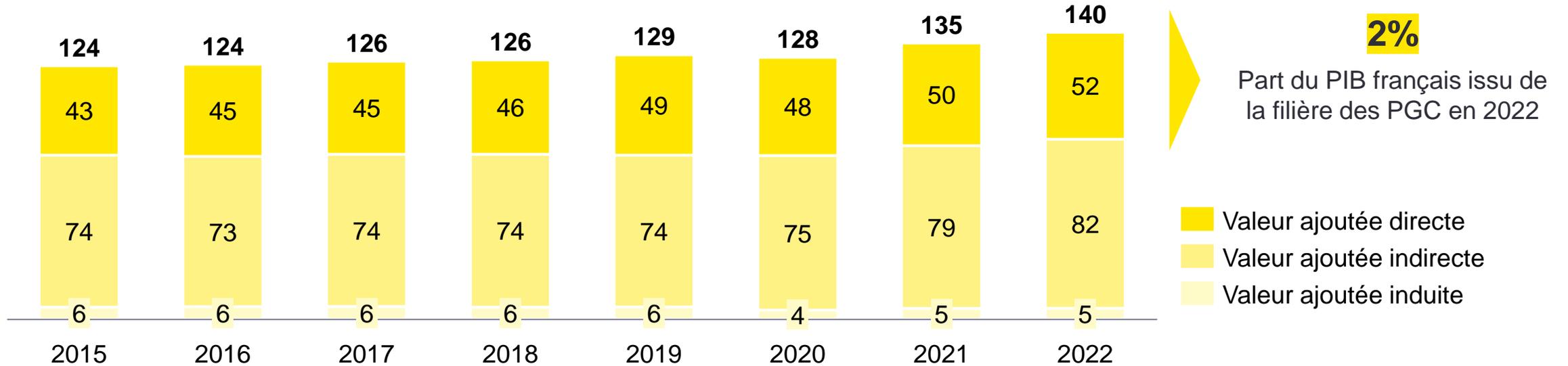
- Microentreprises
- PME
- ETI et grandes entreprises

Note : on fait l'hypothèse que la répartition des entreprises de l'industrie agroalimentaire en fonction de leur taille (seule donnée disponible sur l'Insee) s'applique également au secteur DPH.

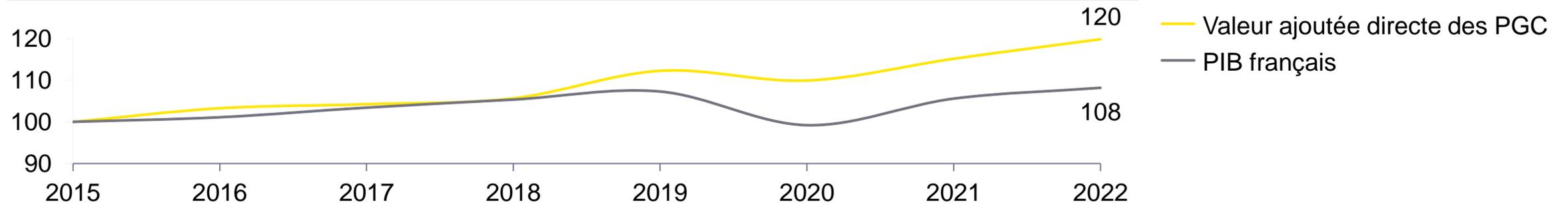
*Le chiffre d'affaires des multinationales françaises (ex : L'Oréal) ne concerne que le chiffre d'affaires réalisé en France.

En 2022, le secteur a généré plus de 50 Mds€ de VA, soit environ 2% du PIB français, avec une croissance depuis 2019 tirée par l'inflation

Évolution de la valeur ajoutée directe, indirecte et induite du secteur des PGC de 2015 à 2022, en milliards d'euros



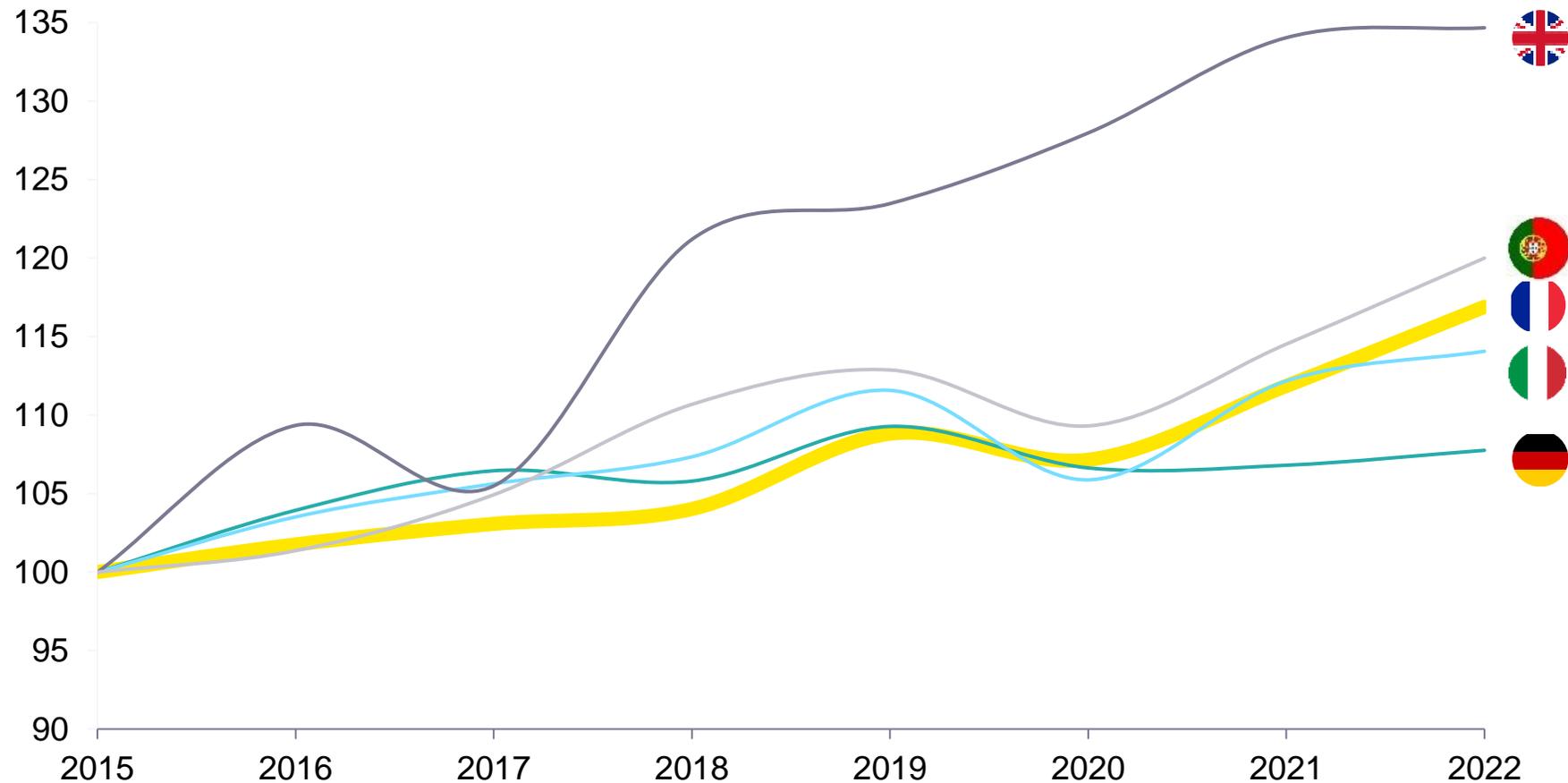
Évolution de la valeur ajoutée directe du secteur des PGC et du PIB français de 2015 à 2022, base 100 = 2015



Sources : Insee, Diane, calculs EY

Pour les IAA, l'évolution de la VA française se situe dans la moyenne européenne, mais décroche par rapport au Royaume-Uni qui a bénéficié de politiques publiques volontaristes

Évolution de la valeur ajoutée générée par le secteur agroalimentaire (codes NACE 10 et 11) pour une sélection de pays européens de 2015 à 2022, base 100 = 2015



Le Royaume-Uni a mis en place des politiques publiques développant d'importants soutiens à l'innovation et au développement rural, comme la *Super Deduction Tax* mis en place en 2021 pour encourager à investir dans de nouveaux équipements.

Ces politiques ont entraîné +20% d'investissements dans la production agroalimentaire entre 2017 et 2021.

Note : Les industries alimentaires et la fabrication de boissons représentant près de 90% de la valeur ajoutée de la filière des produits de grande consommation en 2022, on estime que les tendances observées sur ces deux secteurs sont représentatives des tendances de la filière, industries non alimentaire (droguerie, parfumerie, hygiène...) comprises.

Sources : Oxford Economics, Business France, Food & Drink Federation, analyses EY

La rentabilité des industries alimentaires se situe en-dessous de la moyenne industrielle

Taux de marge, taux de valeur ajoutée et taux d'investissement d'une sélection de secteurs en 2019, en %

Secteurs	Taux de marge	Taux de valeur ajoutée	Taux d'investissement
Ameublement	19	32	11
Automobile	25	15	18
Chimie	36	30	16
Fabrication de boissons	54	28	16
Habillement	37	32	7
Industries alimentaires (hors boissons)	25	21	17
Pharmacie	33	32	13
Moyenne France – Industrie manufacturière	27	25	14

■ 2 taux les plus élevés ■ 2 taux les moins élevés

Le taux de marge est le rapport de l'excédent brut d'exploitation à la valeur ajoutée. Il rend compte de ce qui reste à disposition des entreprises, notamment pour rémunérer le capital et investir, une fois déduites les rémunérations salariales.

Le taux de valeur ajoutée est le rapport de la valeur ajoutée au chiffre d'affaires.

Le taux d'investissement est le rapport entre les investissements corporels bruts et la valeur ajoutée. Il permet de connaître le pourcentage de la richesse consacré à l'investissement chaque année.

Sources : Insee – ESANE 2019

Sommaire

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

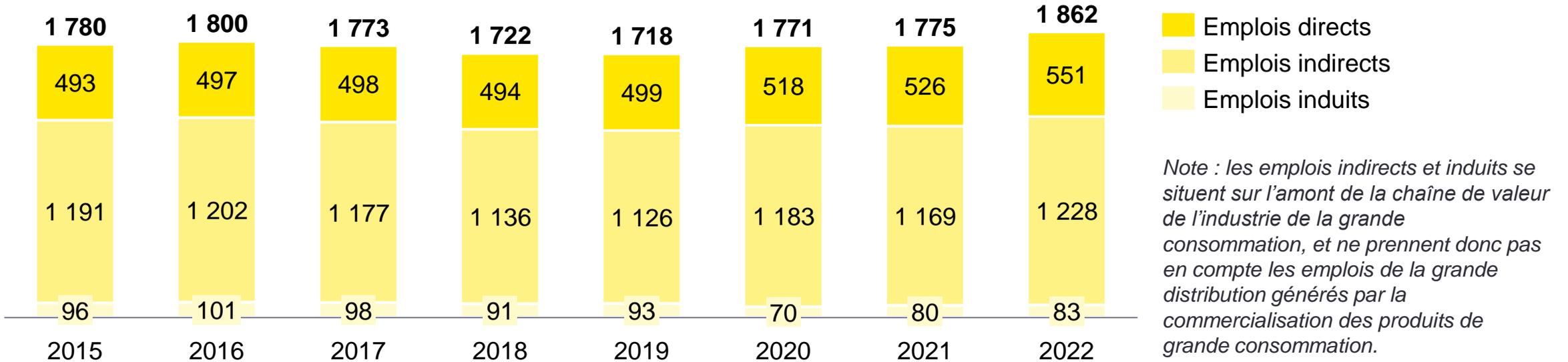
L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

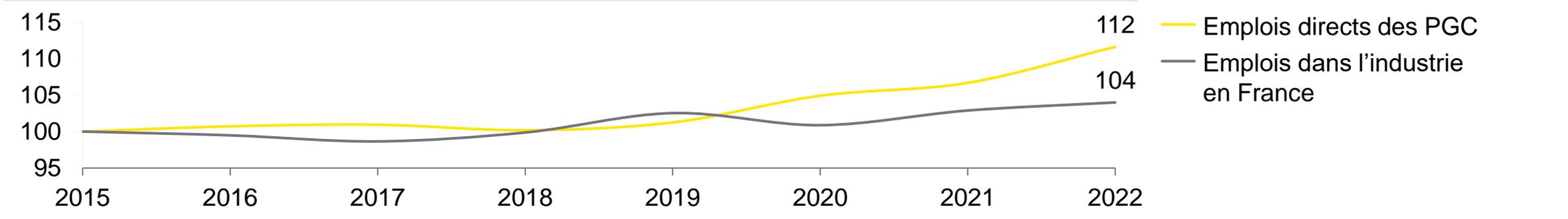
Premières pistes de réflexion

Au total, la filière emploie plus d'1,8 million de personnes avec les producteurs, prestataires et fournisseurs qui démultiplient les 550 000 collaborateurs directs des entreprises de GC

Emplois issus de la filière des PGC entre 2015 et 2022, en milliers d'ETP



Évolution des emplois directs du secteur des PGC et des effectifs salariés de l'industrie en France de 2015 à 2022, base 100 = 2015 (en ETP)

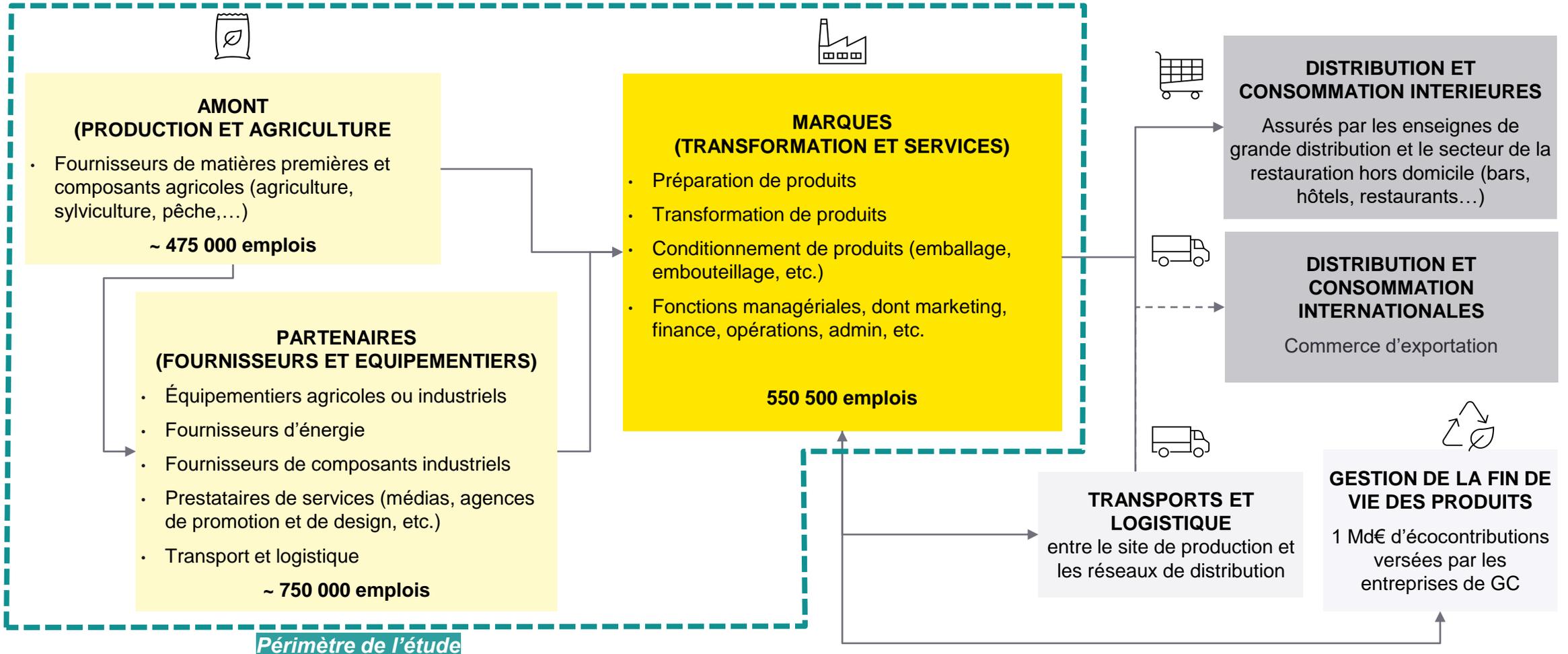


Sources : Insee, Diane, calculs EY



Au total, la filière emploie plus d'1,8 million de personnes avec les producteurs, prestataires et fournisseurs qui démultiplient les 550 000 collaborateurs des marques

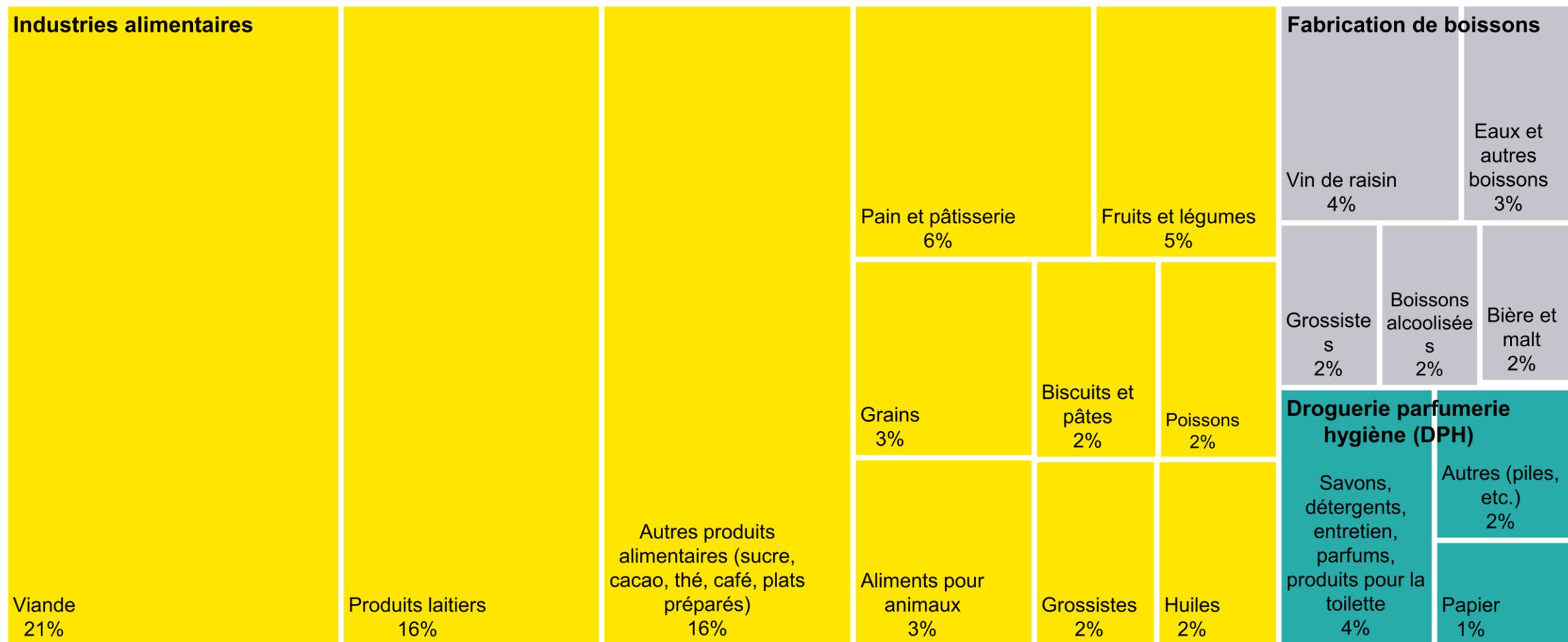
Chaîne de valeur simplifiée de la filière des produits de grande consommation en 2022*



Sources : Insee, Agreste Conjoncture, entretiens EY, calculs et analyses EY *Les chiffres s'appuient sur les emplois dans les entreprises du secteur, et pas les emplois induits dans les enseignes de distribution par la commercialisation des PGC.

Les emplois des marques se situent dans un large périmètre de catégories

Répartition des emplois directs (en ETP) de la filière des PGC en 2022, par famille et catégorie

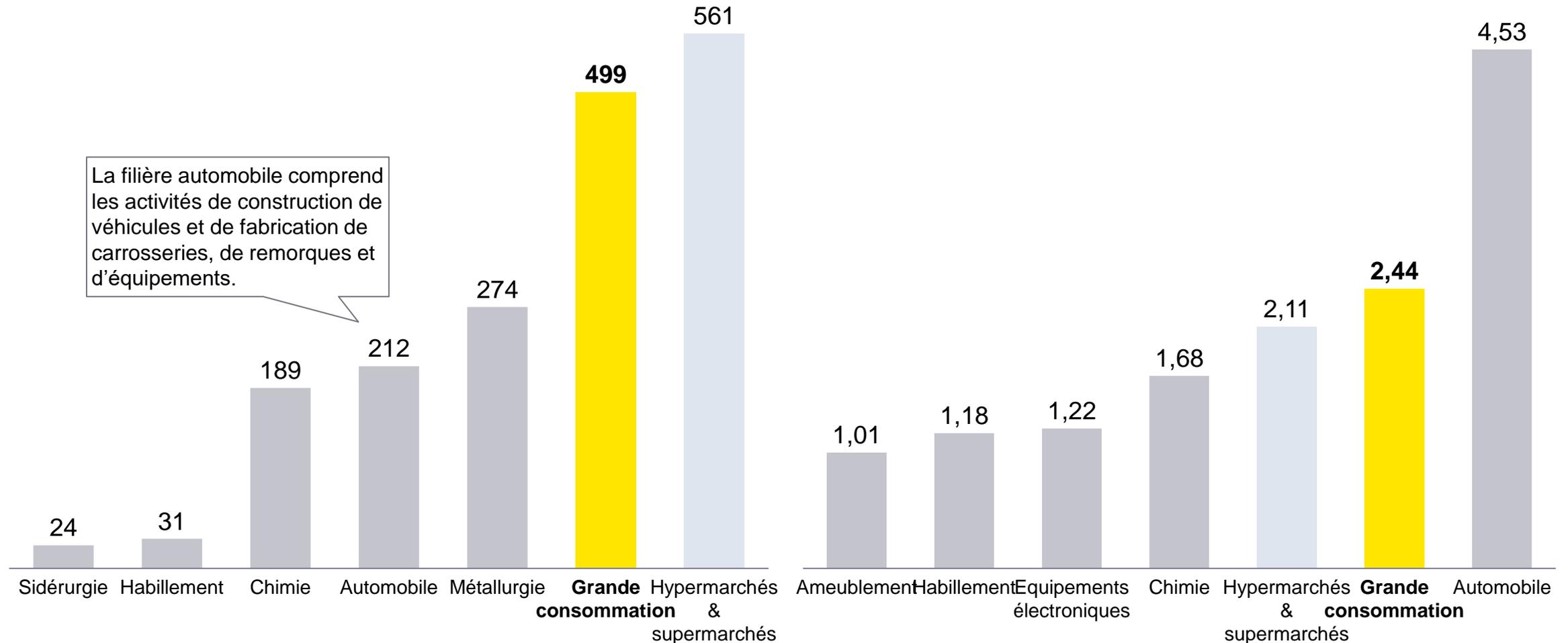


Sources : Insee, Diane, calculs EY

À titre de comparaison, l'industrie de la GC compte deux fois plus d'emplois que l'industrie automobile et a un effet d'entraînement plus important que la plupart des autres industries

Nombre d'emplois (ETP) directs en 2019* dans une sélection de secteurs, en milliers

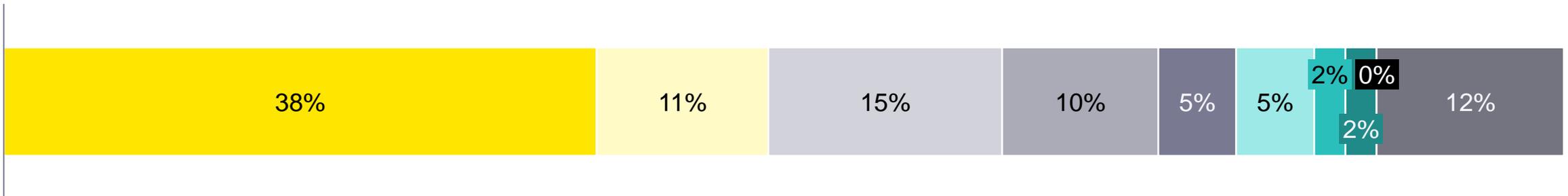
Nombre d'emplois indirects et induits générés pour un emploi direct en 2019*



Sources : Insee, calculs EY *2019 est la dernière année de comparaison stable entre filières industrielles

Près de 40% des emplois indirects et induits de la filière sont dans l'agriculture, la sylviculture et la pêche

Répartition des emplois indirects et induits de la filière des PGC en 2022, par secteur



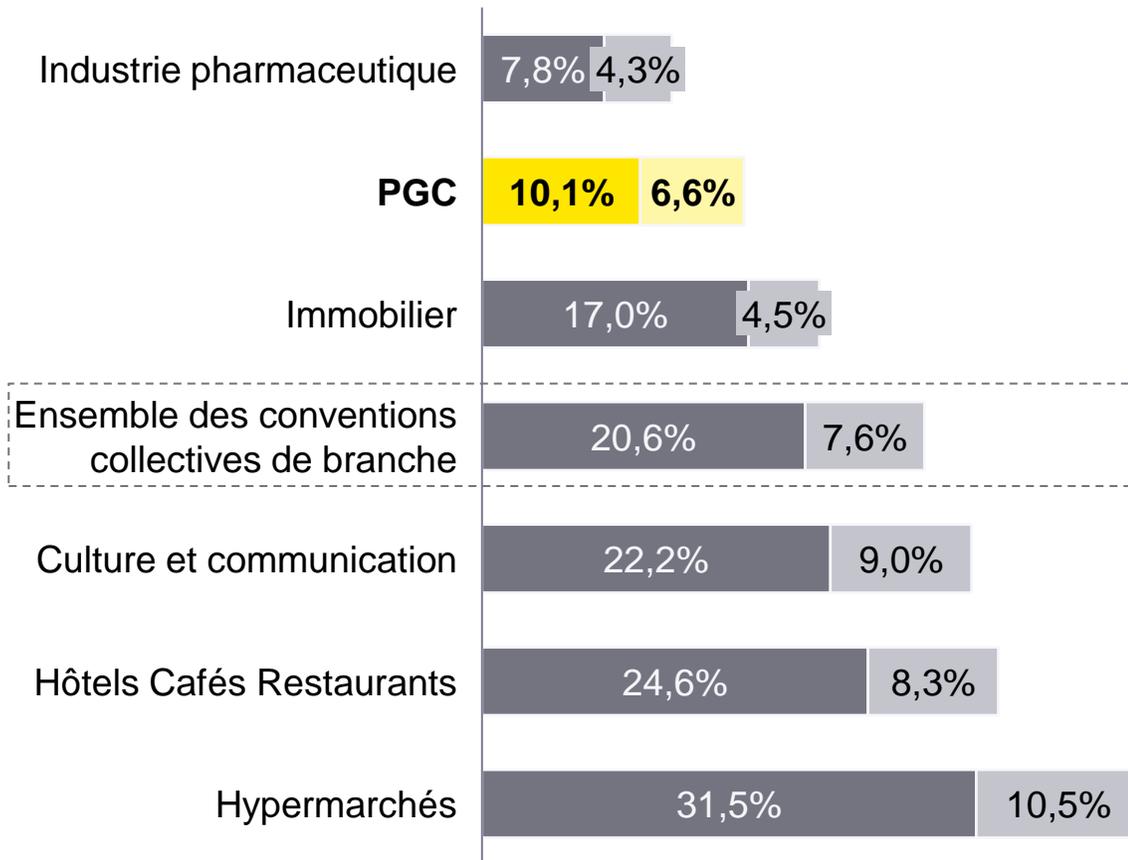
- Agriculture, sylviculture et pêche
- Fabrication de denrées alimentaires et de boissons
- Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles
- Services administratifs et soutien
- Activités juridiques, comptables et de gestion
- Transports et entreposage
- Activités financières et d'assurance
- Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques
- Production et distribution d'énergies
- Autres

Note de lecture : en 2022, sur les 1,3 million d'emplois indirects et induits de la filière des produits de grande consommation, 38% étaient créés dans des activités d'agriculture, de sylviculture et de pêche.

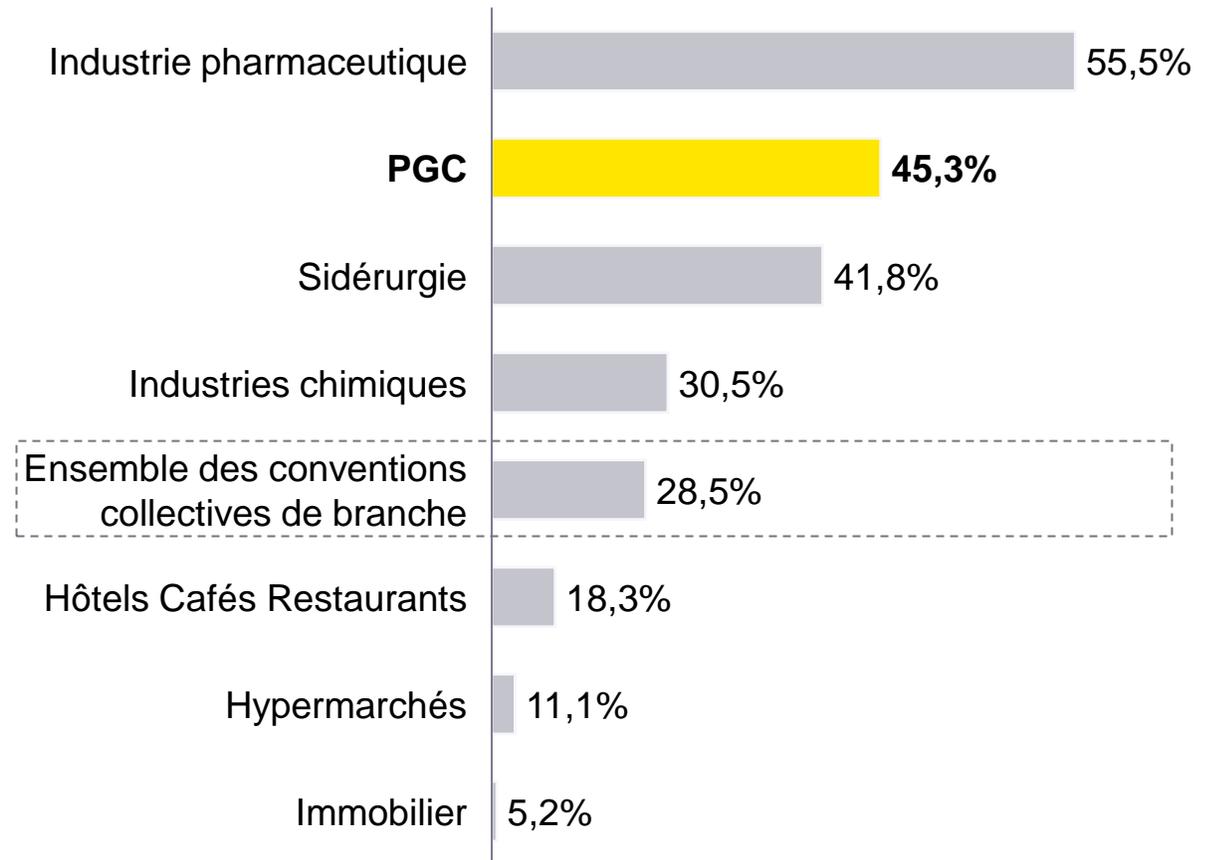
Sources : Insee, analyses EY

La filière des PGC propose plus de 80% d'emplois en CDI et emploie près de 50% d'ouvriers

Part des salariés en CDD ou à temps partiel fin 2020, en % des effectifs salariés



Part d'ouvriers fin 2020, en % des effectifs salariés



■ Temps partiel ■ CDD

Sources : Insee, fiches CRIS (DARES), calculs EY

Sommaire

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

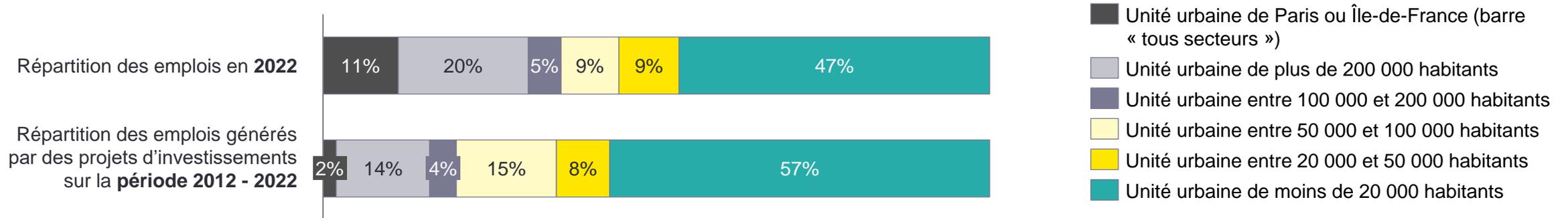
L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

Premières pistes de réflexion

Sur les 10 dernières années, les investissements se sont principalement réalisés dans des communes situées sur des territoires de moins de 20 000 habitants

Répartition des emplois de la filière des PGC en 2022 et sur la période 2012- 2022 en fonction de la taille des communes (en %)



Taille des villes ayant accueilli des projets d'investissements générés par des entreprises de la filière des PGC sur la période 2012 – 2022

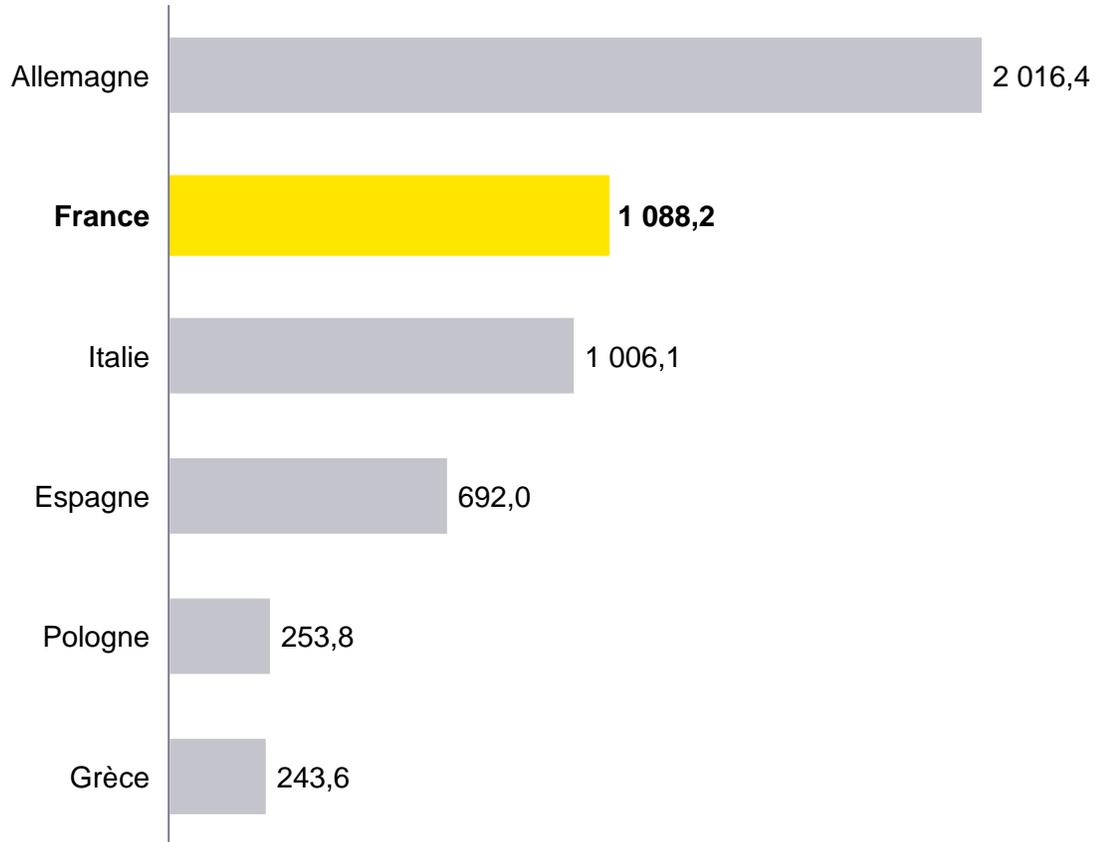


*Ces données sont issues des résultats du Baromètre de l'Attractivité (EY) 2022 et ne concernent que des IDE. Les 26% correspondent à l'Île-de-France dans son ensemble et non uniquement Paris.

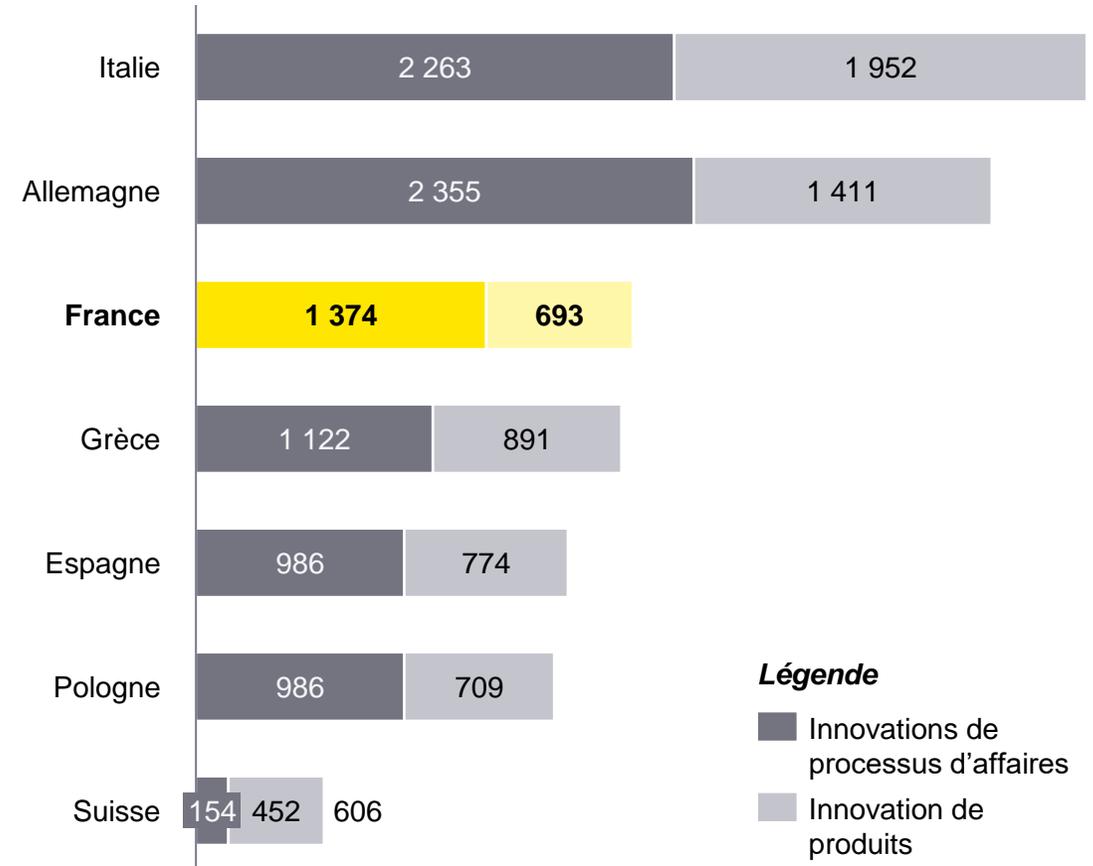
Sources : Trendeo (2012 – 2022), Baromètre de l'Attractivité (EY, 2023), URSSAF analyses EY

La filière de l'IAA française figure à la 2^{ème} place du classement européen pour les dépenses liées à l'innovation, mais elle reste en retrait concernant les innovations de produits

Dépenses liées à l'innovation (y compris R&D) des entreprises du secteur agroalimentaire en 2020, en millions d'euros



Nombre d'entreprises du secteur agroalimentaire ayant mis en place des innovations de produits ou de processus d'affaires en 2020 (en nombre)



Légende

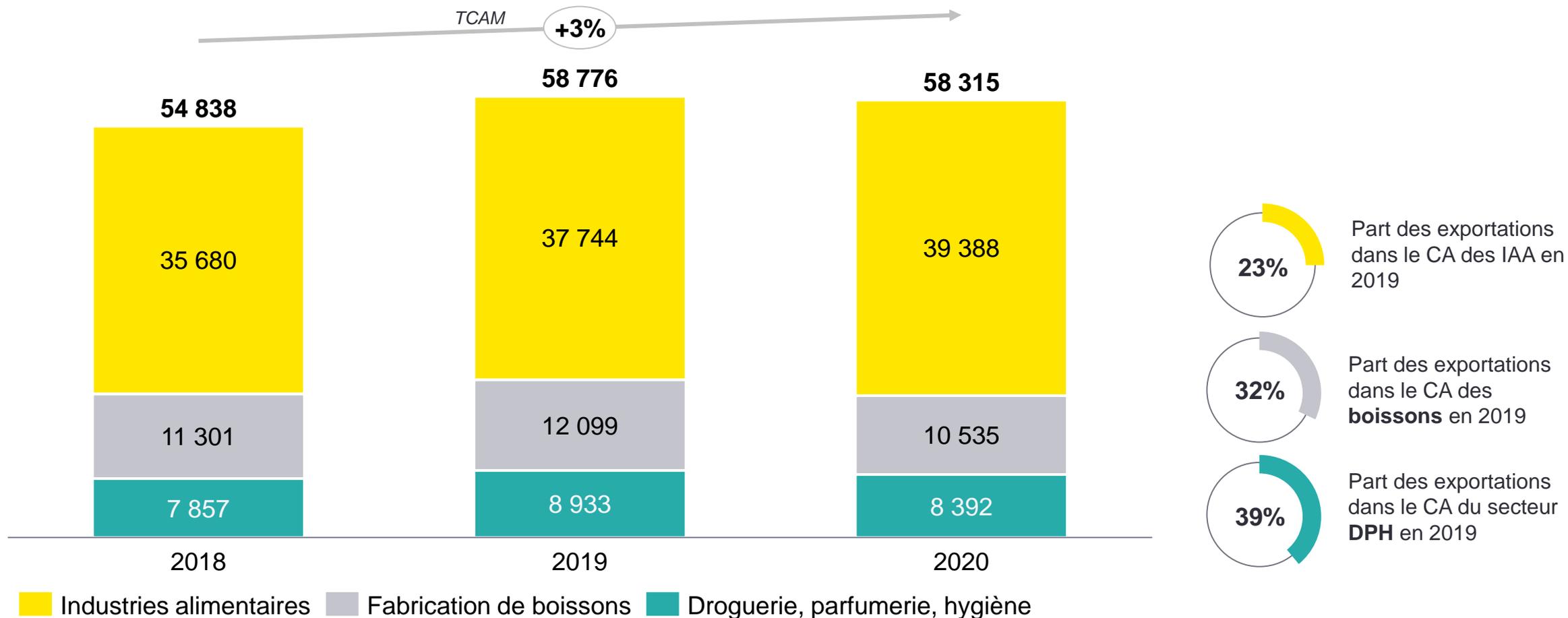
- Innovations de processus d'affaires
- Innovation de produits

Note : Les industries alimentaires et la fabrication de boissons représentant près de 90% de la valeur ajoutée de la filière des produits de grande consommation en 2022, on estime que les tendances observées sur ces deux secteurs sont représentatives des tendances de la filière, industries non alimentaire (droguerie, parfumerie, hygiène...) comprises.

Sources : Eurostat, Baromètre 2023 de l'Attractivité (EY), analyses EY

Les exportations représentent un quart de son chiffre d'affaires et 12% des exportations de l'industrie manufacturière française, ce qui en fait la 1^{ère} filière exportatrice française en valeur, devant l'aéronautique ou la chimie

Chiffre d'affaires à l'export du secteur des PGC de 2018 à 2020, en millions d'euros



Sources : Insee, DGDDI, analyse EY

Le secteur est composé à 98% de TPE et PME, mais les emplois sont principalement issus des ETI et des grands groupes

Répartition du nombre d'entreprises des PGC en fonction de leur taille en 2020, en % du total



Répartition des entreprises des PGC en 2020, en % du nombre d'ETP



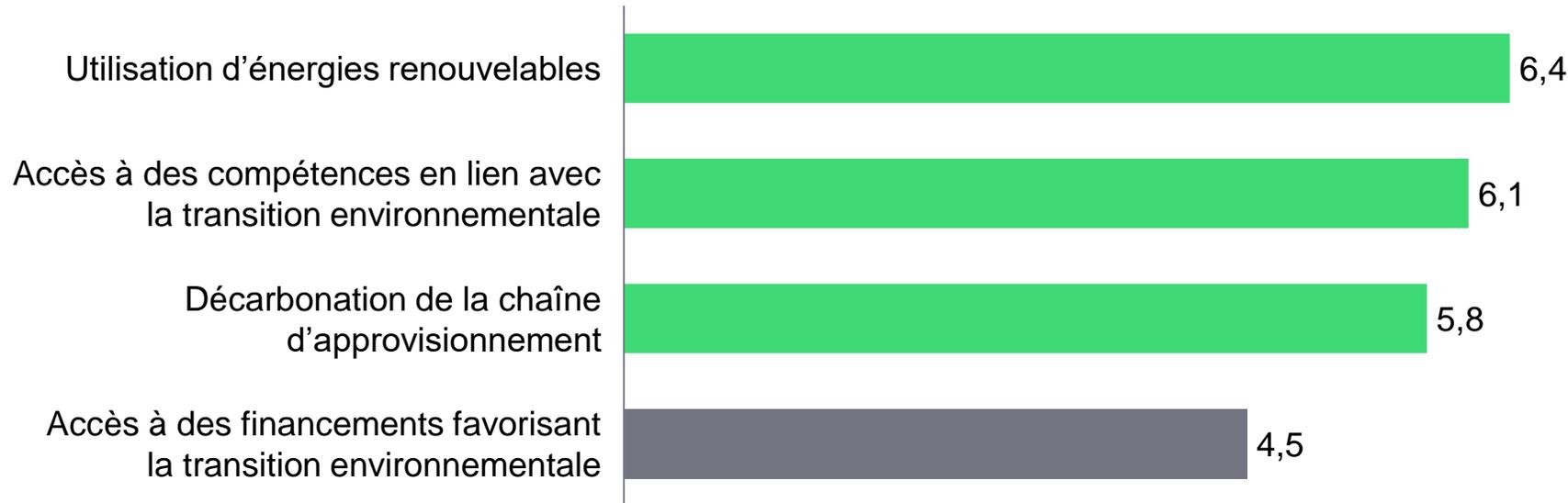
Note : on fait l'hypothèse que la répartition des entreprises de l'industrie agroalimentaire en fonction de leur taille (seule donnée disponible sur l'Insee) s'applique également au secteur DPH.

Sources : Insee, Diane, Ilec, calculs EY

La plupart des entreprises de PGC ont mis en place une trajectoire de décarbonation et se disent « mieux placées » que leurs autres filiales européennes

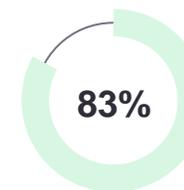
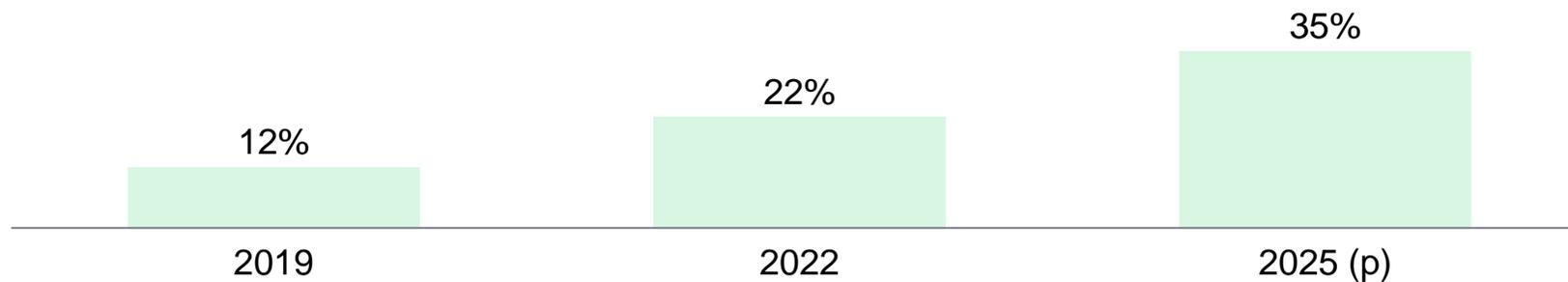
Comment votre entreprises se positionne-t-elle par rapport aux autres filiales européennes ?

1 = Votre entreprise fait partie des 10% les moins performantes / 10 = Elle fait partie des 10% les plus performantes



La France bénéficie d'un contexte particulier poussant les industries à se décarboner, d'une part via l'environnement législatif et d'autre part via les consommateurs. Par ailleurs, la présence d'une énergie décarbonée en France favorise la mise en place de politiques de décarbonation.

Quelle part de vos investissements totaux les investissements liés à la réduction des émissions de CO2 et à la consommation d'énergie de votre activité représentent-ils ? (en %)



Part des entreprises répondantes ayant défini une trajectoire de décarbonation

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 35 entreprises de PGC menée de juin à octobre 2023

Sommaire

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

Premières pistes de réflexion

Les 43 entreprises ayant répondu à l'enquête comptent environ 500 établissements en France, dont 200 usines

Au 21/11/2023, 43 entreprises avaient répondu à toute ou partie de l'enquête. 88% de leur activité était dédiée aux produits de consommation en 2023.

Type d'implantations	Total	Moyenne corrigée ⁽¹⁾	Maximum
Unités de production	190	3	1 entreprise déclare opérer 69 sites de production.
Centres de R&D	25	1	Une entreprises déclare 8 centres R&D et une autre en déclare 4.
Centres de décision	74 ⁽²⁾	1	Une entreprise déclare avoir 10 centres de décision.
Plateformes logistiques	118	2	Une entreprise opère 30 entrepôts, une autre 25 et une autre 15.
Autres	14 back offices 26 centres de relation client (dont 10 d'une unique entreprises)		
Etablissements	483 ⁽³⁾	7	2 entreprises déclarent avoir plus de 100 établissements chacune.

35 Mds€
de chiffre d'affaires

Soit près de 15%
du chiffre d'affaires
de l'industrie de la
grande
consommation
(254 Mds€)

(1) Lorsque qu'un petit nombre d'entreprises concentraient un fort nombre d'implantations, la moyenne a été corrigée afin de tenir compte de ces cas exceptionnels.

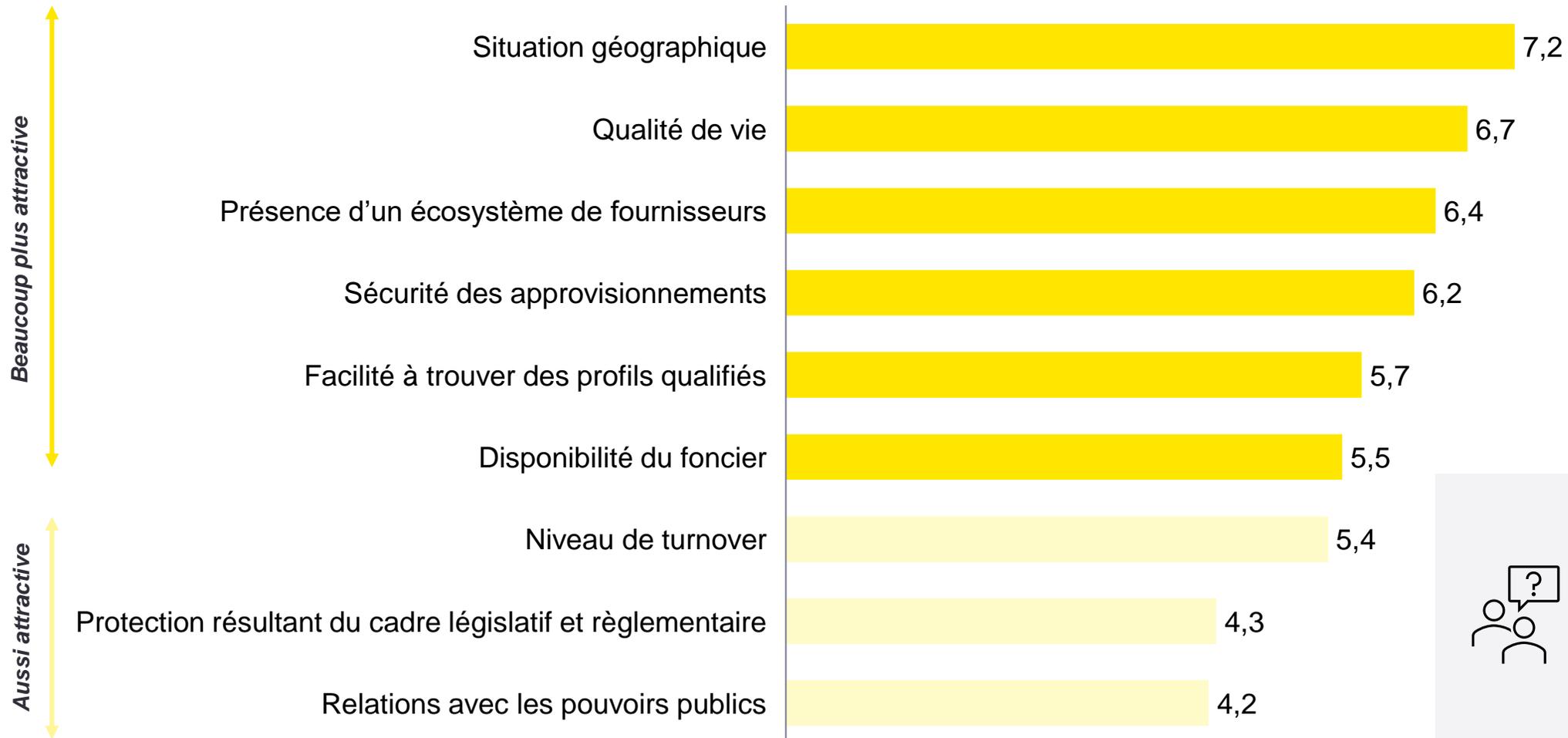
(2) Dont 16 implantations de fonctions managériales européennes.

(3) Les entreprises n'ayant pas toutes indiqué la répartition de leurs différents établissements, et certains établissements cumulant plusieurs fonctions (par exemple : centre de R&D et unité de production), le total est différent de la somme des établissements.

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, Circana

L'enquête indique des points de force que l'on retrouve dans d'autres secteurs ayant vu évoluer favorablement l'attractivité de la France au cours des dernières années

Quelle est l'attractivité de la France par rapport aux autres pays européens dans lesquels votre entreprise est implantée ? (principaux atouts)

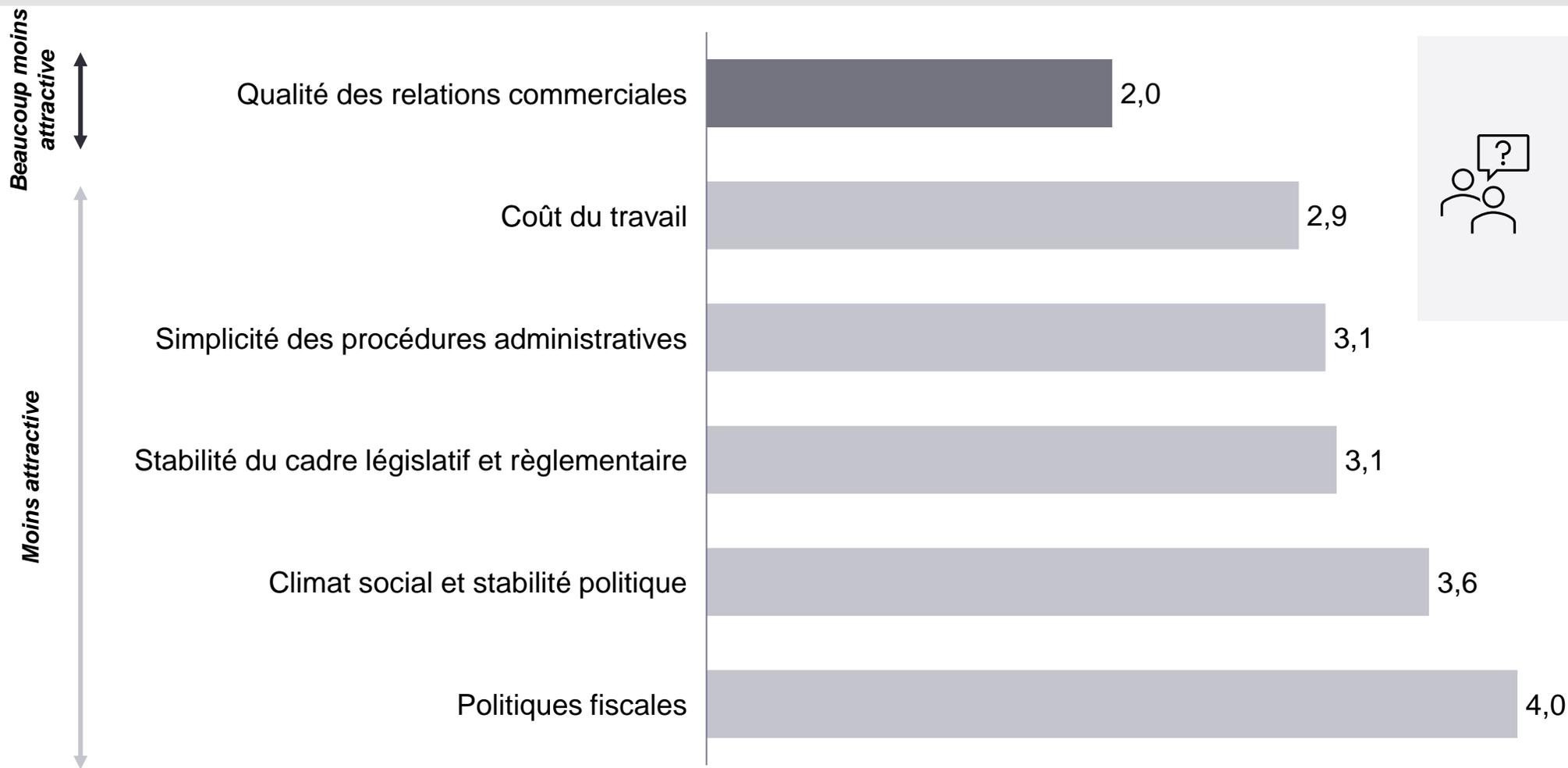


Ces atouts sont-ils suffisants pour remporter les prochains arbitrages d'investissements dans un contexte économique et sectoriel tendu ou incertain ?

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, analyses EY

Cependant, les dirigeants interrogés déplorent un lourd déficit de compétitivité, dans lequel pèsent particulièrement les relations commerciales, mais aussi le coût du travail

Quelle est l'attractivité de la France par rapport aux autres pays européens dans lesquels votre entreprise est implantée ? (principaux handicaps)

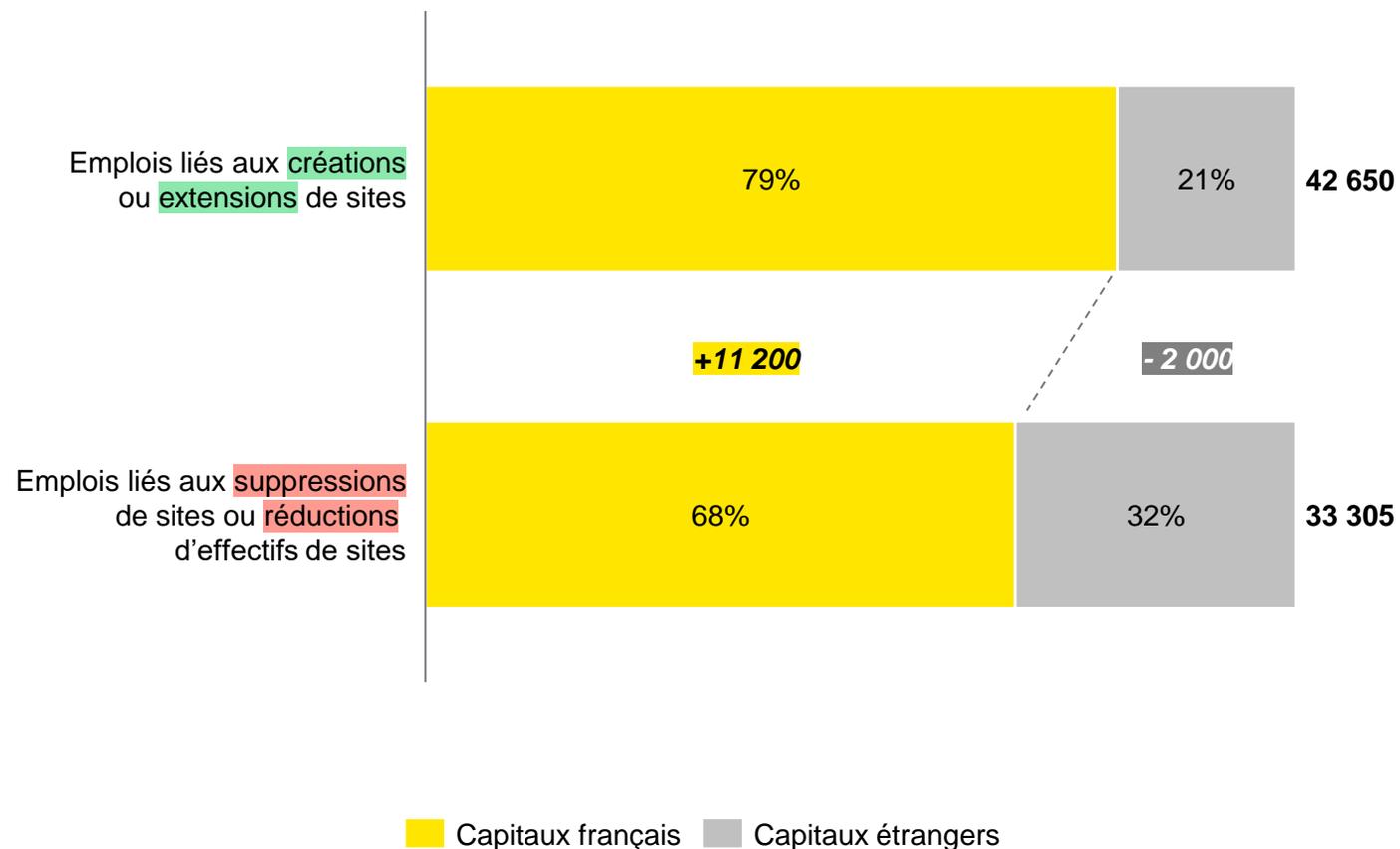


Cette liste de handicaps fait apparaître une sensibilité du secteur beaucoup plus forte au coût du travail et, évidemment, aux relations commerciales

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, analyses EY

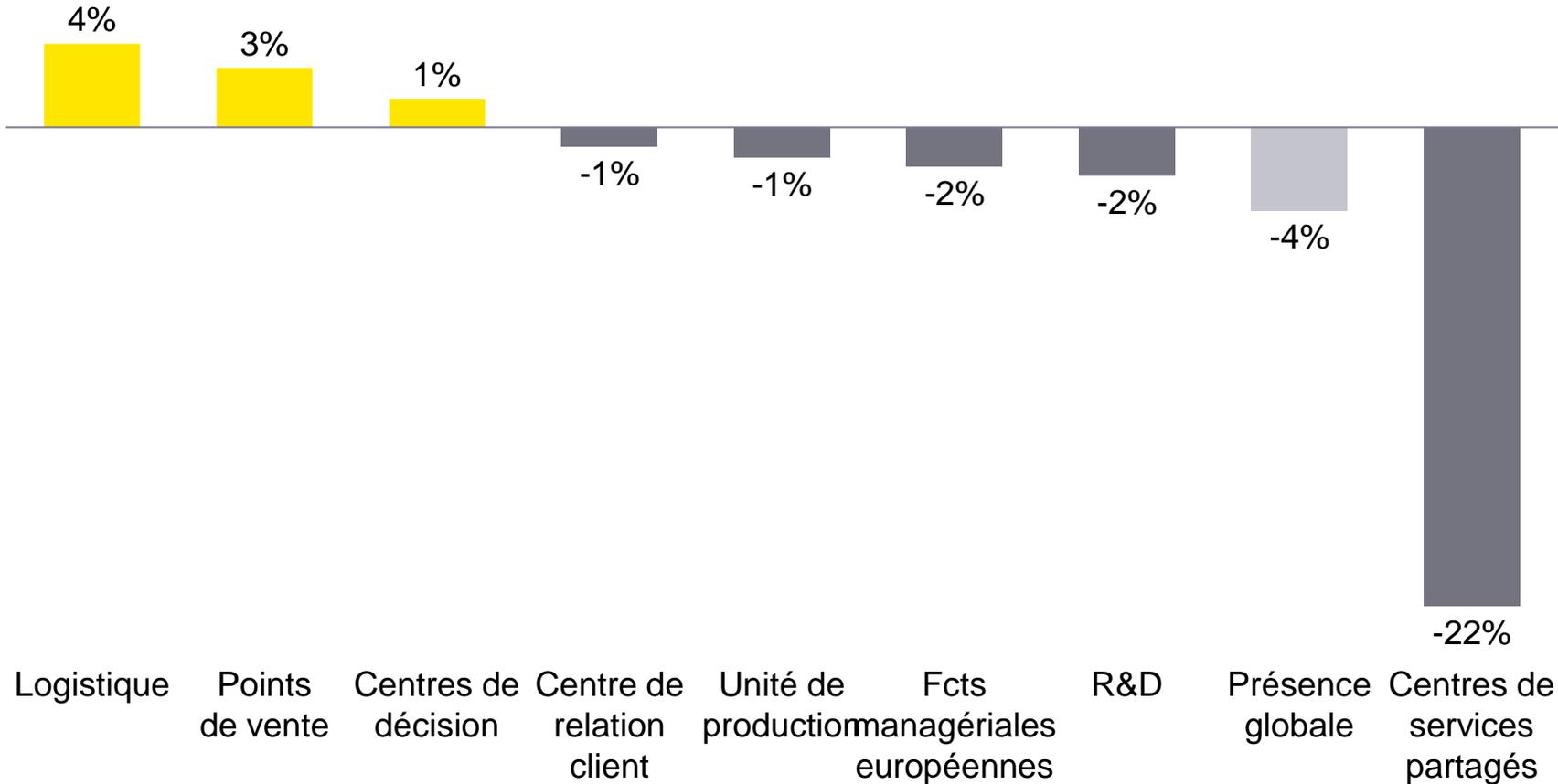
Les entreprises ayant généré des projets d'investissements depuis 10 ans sont en très grande majorité françaises, tandis que les effectifs des entreprises à capitaux étrangers se sont réduits

Nationalité des entreprises des PGC ayant généré des projets d'investissement ou des suppressions de site sur les 10 dernières années en France



Lorsqu'elles prévoient d'investir, les entreprises envisagent plutôt des implantations et investissements dans des plateformes logistiques ou des points de vente

Comment pensez-vous que votre présence en France va évoluer sur les dimensions suivantes au cours des trois prochaines années (2023-2026) ?

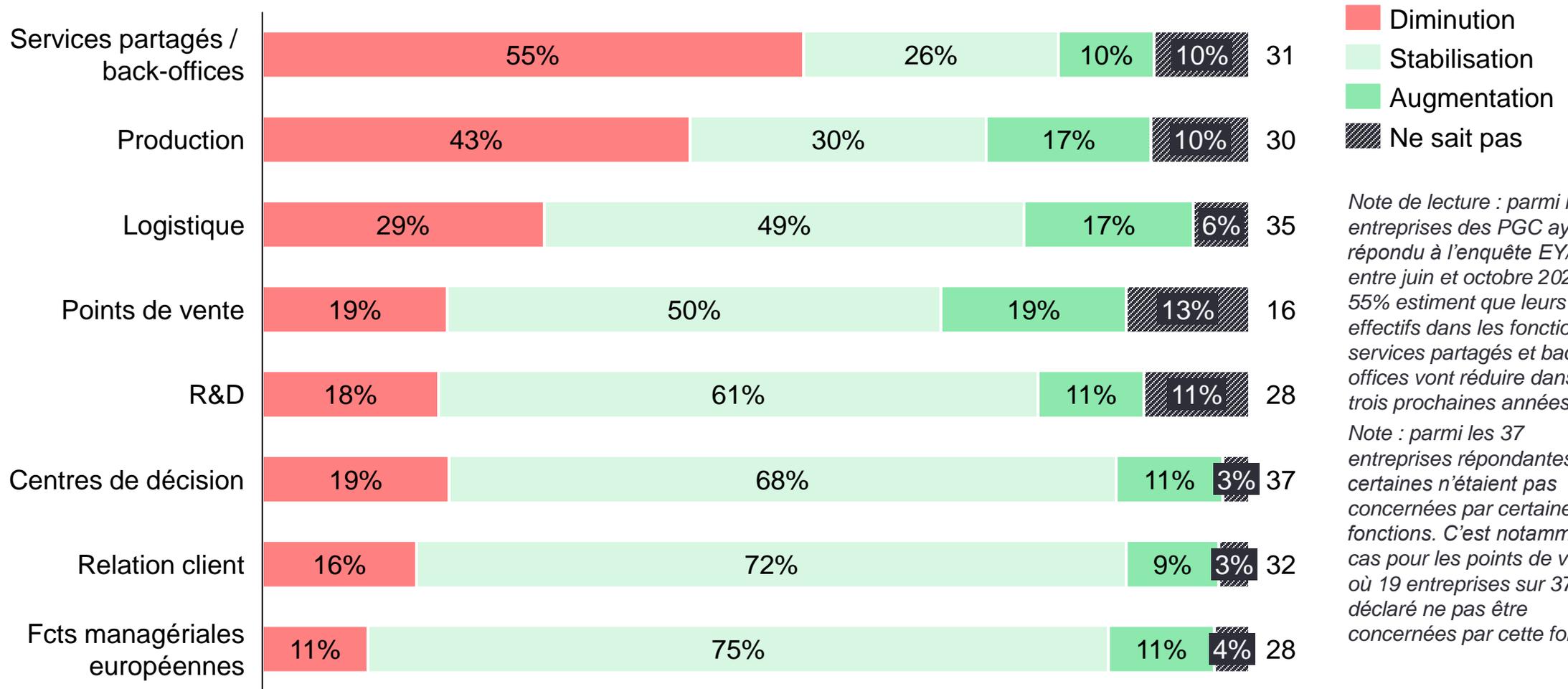


Note de lecture : en moyenne, les 36 entreprises des PGC interrogées estiment que la présence de leur centres de services partagés / back-offices en France va réduire de 22% dans les trois prochaines années par rapport à 2022, entraînant un potentiel risque de délocalisation des emplois.

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, analyses EY

Selon les grandes entreprises du secteur, les effectifs devraient plutôt diminuer dans les prochaines années, notamment dans l'industrie, les fonctions managériales et les back offices

Selon vous, comment vont évoluer vos effectifs dans les fonctions suivantes dans les trois prochaines années ?



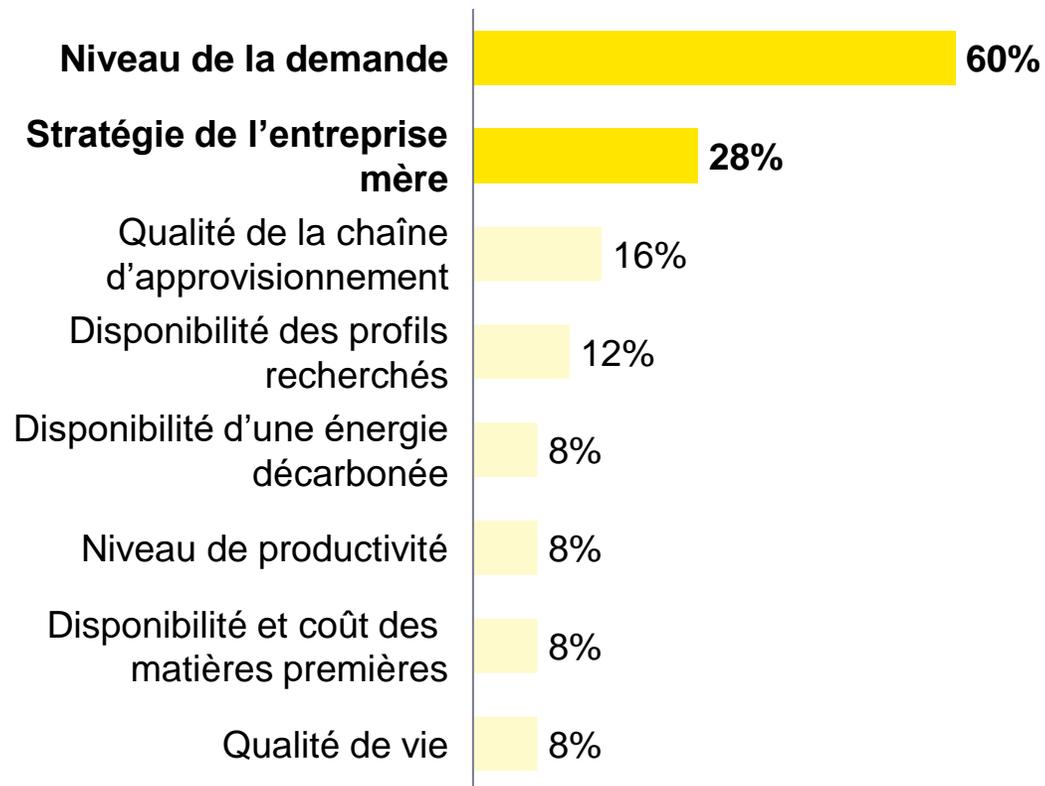
Note de lecture : parmi les entreprises des PGC ayant répondu à l'enquête EY/Illec entre juin et octobre 2023, 55% estiment que leurs effectifs dans les fonctions de services partagés et back-offices vont réduire dans les trois prochaines années.

Note : parmi les 37 entreprises répondantes, certaines n'étaient pas concernées par certaines fonctions. C'est notamment le cas pour les points de vente, où 19 entreprises sur 37 ont déclaré ne pas être concernées par cette fonction.

Sources : enquête EY/Illec auprès de 43 entreprises des PGC, entretiens, analyses EY

Le niveau de la demande explique la volonté des entreprises d'augmenter leur présence en France, tandis que les marges et les relations commerciales sont les grands facteurs de risque

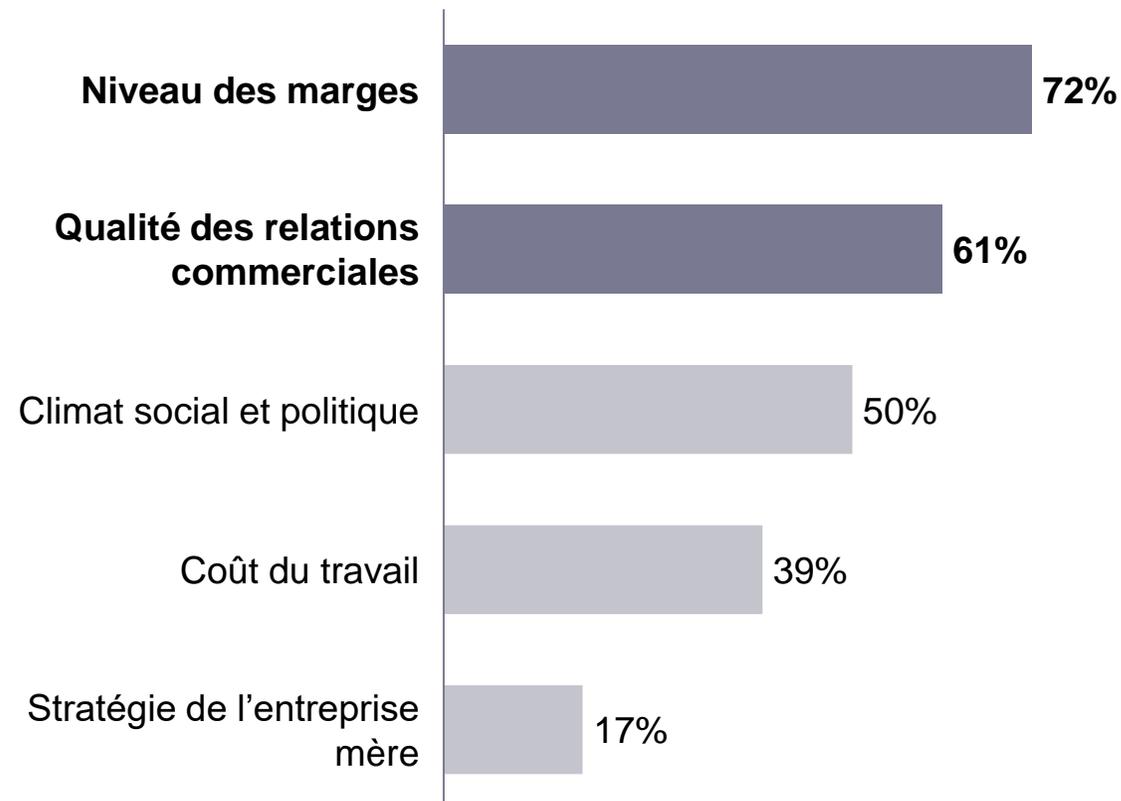
Pour quelles raisons avez-vous prévu d'augmenter votre présence en France ? (top 8)



Note de lecture : parmi les 43 entreprises des PGC interrogées de juin à octobre 2023 et souhaitant augmenter leur présence en France, 60% considèrent que l'une des raisons principales est le niveau de la demande.

Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, analyses EY

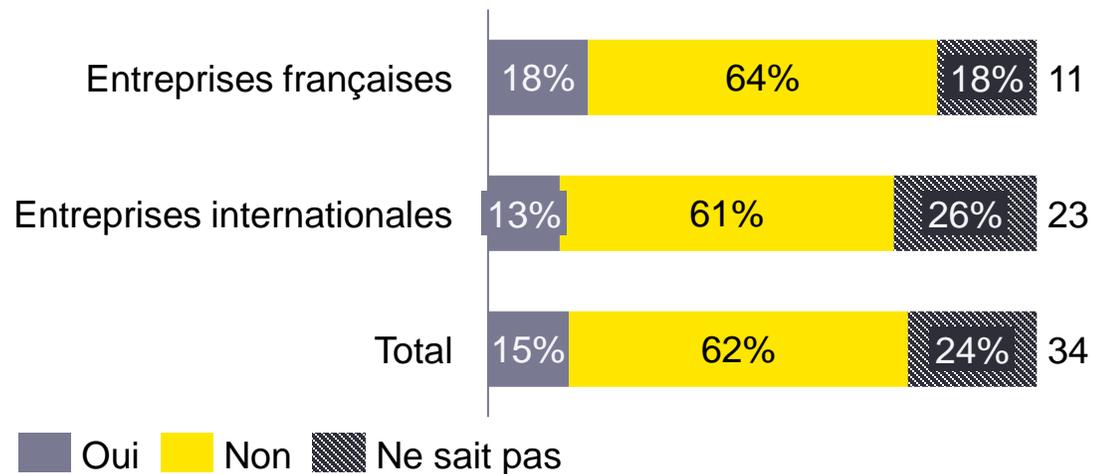
Pour quelles raisons avez-vous prévu de réduire votre présence en France ? (top 5)



Note de lecture : parmi les 43 entreprises des PGC interrogées de juin à octobre 2023 et souhaitant réduire leur présence en France, 72% considèrent que l'une des raisons principales est le niveau des marges.

En conséquence, une entreprise sur six envisagerait de fermer des usines et près de quatre sur dix ont vu leur maison-mère refuser des projets d'implantation en France

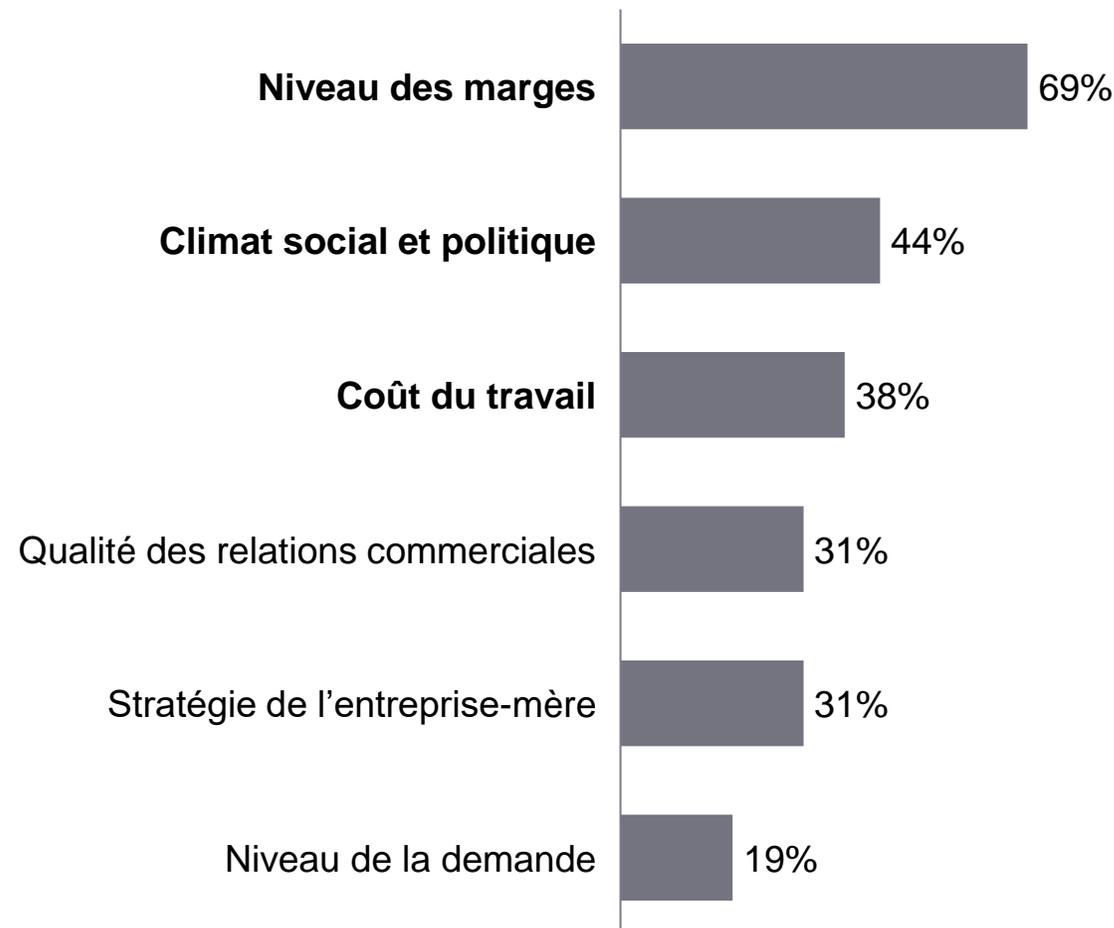
Prévoyez-vous de fermer certains sites de production en France dans les 3 prochaines années ?



Votre société-mère a-t-elle refusé certains projets d'investissements en France récemment ?*



Pour quelles raisons votre société-mère a-t-elle refusé ces projets ? (top 6)



Sources : enquête EY/Ilec auprès de 43 entreprises des PGC, analyses EY

Les industries de la grande consommation sont soumises à un important corpus réglementaire, en particulier environnemental : l'exemple de la loi AGEC

Les cinq axes de la loi AGEC

1 Sortir du plastique jetable

2 Mieux informer les consommateurs

3 Lutter contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire

4 Agir contre l'obsolescence programmée

5 Mieux produire

Fin progressive de tous les emballages en plastique à usage unique d'ici 2040 (bouteilles en plastique, tubes de dentifrice, bidons de lessive, sachets de salade...), ce qui impacte directement les coûts des entreprises de GC

Obligation d'harmoniser les emballages et de fournir de nouvelles données pour informer les consommateurs

Création d'une filière à responsabilité élargie des producteurs pour les emballages industriels et commerciaux d'ici le 1^{er} janvier 2025. Les producteurs de produits de grande consommation doivent payer des écocontributions à des éco-organismes comme Citéo.

En 2023, les écocontributions représenteraient environ 927 M€. Elles pourraient atteindre **1,8 Mds€** en 2024 (+100% en un an) selon la DGPR, représentant un important surcoût pour les entreprises de grande consommation. D'après le *Waste Early Warning Report* de la Commission Européenne, cette hausse soudaine sans autres leviers entraîne un risque que la France n'atteigne pas une partie de ses objectifs de recyclage.

Sources : Illec, DGPR, Citeo, Ministère de la Transition Ecologique, Commission Européenne

Ordre du jour

Objectifs et structure du Baromètre

L'impact économique et la présence de la grande consommation en France

L'emploi et les talents de la grande consommation

L'investissement et les contributions de la grande consommation aux enjeux du pays

L'enquête auprès des dirigeants sur l'attractivité de la France pour leurs futurs investissements

Premières pistes de réflexion

Nous avons identifié 3 axes pour engager un scénario de réinvestissement

#1 – Retisser le lien entre l'industrie de la grande consommation et la France

- Décrire le poids, la présence dans l'économie française et les talents de la GC
- Mieux expliquer sa capacité d'entraînement, à commencer par l'amont agricole
- Exprimer les investissements dans l'innovation, la décarbonation, ainsi que l'implication dans des dynamiques sociales ou sociétales (emploi industriel, formation, actions solidaires, présence dans les territoires ruraux,...)
- Dire l'effet de levier central sur l'exportation et la balance commerciale de la France

#2 - Résoudre l'écart de compétitivité, notamment les 3 points noirs du Baromètre 2023

- **Les relations commerciales**, que beaucoup de groupes internationaux ressentent comme une exception française qui réduit l'influence des filiales au sein des groupes
- **Le coût du travail**, qui ajoute à la difficulté d'obtenir des arbitrages d'investissement en faveur du site France, notamment dans la fabrication et les activités de siège
- **La perception du climat social et politique**, point de vue partagé par les dirigeants d'autres secteurs, mais sans doute amplifié par l'exposition médiatique négative du secteur et de plusieurs grandes marques

#3 - Investir sur l'attractivité de long terme, autour de sujets porteurs pour la France de 2030

- Différenciation
- Innovation
- Compétences
- Entrepreneuriat
- Réindustrialisation
- Fonctions stratégiques
- Transition écologique et énergétique

EY | Audit | Conseil | Fiscalité & Droit | Transactions

EY est un des leaders mondiaux de l'audit, du conseil, de la fiscalité et du droit, des transactions. Partout dans le monde, notre expertise et la qualité de nos services contribuent à créer les conditions de la confiance dans l'économie et les marchés financiers. Nous faisons grandir les talents afin qu'ensemble, ils accompagnent les organisations vers une croissance pérenne. C'est ainsi que nous jouons un rôle actif dans la construction d'un monde plus juste et plus équilibré pour nos équipes, nos clients et la société dans son ensemble.

EY désigne l'organisation mondiale et peut faire référence à l'un ou plusieurs des membres d'Ernst & Young Global Limited, dont chacun est une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Retrouvez plus d'informations sur notre organisation sur www.ey.com.

© 2023 Ernst & Young Advisory.

Tous droits réservés.

Document imprimé conformément à l'engagement d'EY de réduire son empreinte sur l'environnement.

Cette publication a valeur d'information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale ou autre. Pour toute question spécifique, vous devez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr

Marc Lhermitte
Associé EY Consulting
marc.lhermitte@fr.ey.com
06 08 87 97 39

Yannick Cabrol
Senior Manager
yannick.cabrol@fr.ey.com
07 65 18 81 54