Sous embargo jusqu'au 17 novembre 2026, 10h30

Communiqué de presse - Baromètre EY-ILEC 2026

Paris, le 17 novembre 2026

Industrie de la grande consommation : une force française qui décroche

L'industrie de la grande consommation a le poids d'une priorité nationale, sans en avoir le statut. Le 2ème baromètre de l'attractivité de la France pour les industriels de la grande consommation, réalisé par EY pour l'ILEC, montre une filière qui tente de résister à la crise, qui a des projets d'investissement, mais qui les réalise de moins en moins en France.

Quand on évoque l'industrie française, on pense à l'automobile, à la chimie, à l'industrie pharmaceutique. On pense rarement aux 33 000 fabricants de pâtes ou de boissons, de lessives ou de produits cosmétiques. C'est pourtant là que se trouve la première force industrielle du pays qui, avec 1,8 million d'emplois, pèse plus que ces trois filières réunies. Ce 2ème baromètre réalisé par EY pour l'ILEC, brosse le portrait d'une industrie qui tient mieux que l'économie française, qui veut investir, mais dont les projets se détournent de la France. Un décrochage silencieux, et qui n'a rien d'inéluctable.

Une priorité nationale qui s'ignore

Les fabricants de produits de grande consommation emploient directement 617 200 salariés et créent 59 milliards d'euros de valeur ajoutée, soit environ 2 % de l'économie française. Et chacun de ces emplois en fait vivre près de deux autres parmi les partenaires de la grande consommation : ainsi 435 691 emplois agricoles dépendent de leurs commandes, auxquels s'ajoutent 729 710 salariés chez leurs fournisseurs d'équipements et de services. Avec 79 milliards d'euros d'exportations, la grande consommation est aussi le premier secteur exportateur industriel du pays.
Quand on parle de politique industrielle, de France 2030 ou de réindustrialisation, c'est l'automobile, la chimie ou l'industrie pharmaceutique qui occupent le débat. Pourtant, avec ses emplois directs et indirects, la grande consommation pèse davantage que ces trois secteurs réunis… sans être regardée comme une priorité.

Une industrie qui résiste, mais qui a perdu son élan

Grâce à l'ancrage des grandes marques en France, à leur capacité d'innovation et à leurs exportations, la grande consommation ne subit pas autant la crise que d'autres filières industrielles. Entre 2023 et 2025, sa valeur ajoutée a progressé de 1,7 % par an, plus vite que l'économie française, et ses effectifs ont continué d'augmenter plus vite que l'emploi salarié privé.
Mais elle a perdu son élan. Sa croissance a été divisée par deux par rapport à la période 2015-2022, et ses créations d'emplois par quatre. Prise entre des consommateurs qui arbitrent davantage, des droits de douane américains qui frappent ses exportations et un contexte politique instable, elle ne recule pas : elle s'érode.

Des projets d'investissement qui existent… mais qui partent ailleurs

Les industriels ont des projets. Entre 2021 et 2025, leurs investissements dans l'efficacité énergétique ont progressé de 58 % par an, ceux de modernisation industrielle de 23 %. Et la France reste une destination recherchée : sur la période, elle a attiré plus d'investissements étrangers du secteur que tout autre pays européen.

C'est là que le récit bascule. Ces projets créent trois fois moins d'emplois en France qu'en Espagne. Près d'un siège sur deux (47 %) a refusé au moins un investissement en France au cours des trois dernières années, contre 40 % en 2023. La France attire beaucoup de projets, mais des investissements plus modestes qu'ailleurs, et une partie des plus importants lui échappe.

Un indicateur éclaire cet écart : en 2023, le taux de marge dans l'agroalimentaire, calculé en rapportant l'excédent brut d'exploitation (EBE) à la valeur ajoutée (VA) atteignait 32 % en France, contre 50 % en Italie, 45 % en Espagne et 36 % en Allemagne. Or c'est cette marge qui permet de financer la nouvelle ligne de production, la décarbonation d'un site, l'embauche de demain. Vu du siège d'un groupe international, l'arbitrage est vite fait.

Le paradoxe français : jamais autant d'atouts, jamais autant de freins

Le plus frappant, c'est que les dirigeants n'ont jamais aussi bien noté la France sur ses fondamentaux : l'accès à une énergie décarbonée (7,9/10), la situation géographique (7,6/10) et la facilité à recruter des profils qualifiés (7,0/10, contre 5,7 en 2023) progressent tous.

Ce qui s'est dégradé en trois ans, c'est le cadre public : la fiscalité (2,6/10 selon le baromètre de 2026, contre 4,0 dans celui de 2023), la complexité administrative (2,2/10, contre 3,1), l'instabilité législative et réglementaire (2,7/10, contre 3,1). Et les relations commerciales restent au plancher, à 2,0/10, la pire note du baromètre, comme en 2023. Les dirigeants croient en la France ; ce sont les règles du jeu qui les retiennent.

Un décrochage qui n'a rien d'une fatalité

Ce qui freine l'investissement relève moins de la conjoncture mondiale que de décisions françaises. Le baromètre identifie trois leviers au plan national : normaliser les relations commerciales, renforcer la compétitivité du site France (fiscalité, coût du travail, simplification), et créer les conditions des investissements de long terme (décarbonation, compétences, innovation, *Made in France*).

Ces leviers rejoignent les trois priorités du livre blanc « Produire et investir en France », que l'ILEC adresse aux candidats à l'élection présidentielle. Avec une conviction : le pouvoir d'achat ne se résume pas au prix affiché en caisse, il repose d'abord sur l'emploi et les salaires. On ne défend pas le pouvoir d'achat d'aujourd'hui en sacrifiant les emplois de demain.

Ils l'ont dit

« Le secteur subit moins la crise que d'autres industries, mais l'attractivité du site France s'érode. Pourtant, les entreprises ont des projets, elles exportent, elles innovent. Si la compétitivité du pays s'améliorait, les industriels pourraient libérer davantage d'investissements, de valeur et d'emplois. » — **Marc Lhermitte, EY.**

« Nous sommes la première industrie manufacturière de France et nous faisons vivre la plus grande partie de nos agriculteurs, dans tous les territoires. Mais nous ne sommes pas regardés comme une priorité nationale. Ce baromètre le montre : les dirigeants croient en la France ; ce qui les arrête, ce sont les règles du jeu. Ce décrochage n'est pas une fatalité, il dépend de décisions. Nous ne demandons ni traitement de faveur ni subvention : nous demandons de pouvoir produire et investir en France. » — **Nicolas Facon, PDG de l'ILEC**

Méthodologie

2e Baromètre de l'attractivité de la France pour les industriels de la grande consommation, réalisé par EY Consulting pour l'ILEC : une cinquantaine de sources et plus de 200 données ; une enquête en ligne auprès de 30 fabricants (juillet-septembre 2026) et des entretiens approfondis avec des dirigeants. Données économiques 2025. Le premier baromètre, publié en novembre 2023, reposait sur des données 2022 et une enquête auprès de 43 entreprises.

À propos de l'ILEC :
L'Institut de liaisons des entreprises de consommation (ILEC) représente les entreprises de marques nationales de produits du quotidien, alimentaires et non alimentaires. Ses 110 adhérents pèsent près de 60 % du secteur et réunissent 730 sites de production, de recherche, de logistique et sièges sociaux, dans 95 départements. Ils font partie de la première industrie manufacturière de France : 617 200 salariés, 1,8 million d'emplois avec les fournisseurs et les agriculteurs, et 79 milliards d'euros d'exportations. L'ILEC représente, éclaire, défend et accompagne ses adhérents dans leurs relations avec le commerce et les pouvoirs publics. www.ilec.asso.fr