

# GRUPE DE TRAVAIL BIENS DE CONSOMMATION



## Sommaire

- Périmètre de travail
- Constats
- Tendances
- Problématiques et pistes de travail
- Annexes



## Périmètre de travail

- Habillement, textile
- Luxe
- Industrie agroalimentaire
- Autres biens de consommations (appareils électriques,...)
- Relations avec la grande distribution

## Constats

- Un secteur fortement **exposé aux mouvements de la conjoncture** nationale et internationale, dont le dynamisme s'appuie sur l'évolution des besoins du consommateur et de la demande. (*Perspectives à l'horizon 2018 pour l'industrie des biens de consommation et la distribution, GIC*).
- Des industries de main d'œuvre, confrontées à la **concurrence des pays à bas salaires** et aux délocalisations.
- Des secteurs essentiellement composés de **PME-PMI**.
- Des industries à **faible intensité de technologie et R&D**. (*Perspectives à l'horizon 2018 pour l'industrie des biens de consommation et la distribution, GIC*).
- Des industries de création et de marques, durement touchées par la **contrefaçon**.
- Une concentration du marché sur les grands distributeurs qui entraîne des **relations déséquilibrées entre producteurs et acheteurs**.

## Constats

à compléter avec benchmarking

- Un **secteur du textile en difficulté** : effectifs divisés par deux sur la dernière décennie et disparition de 30 % des entreprises (Source : Sessi).
- **Croissance rapide** pour le luxe ces quatre dernières années avec plus de 10 % par an (Source : JPMorgan).
- L'agroalimentaire : **un atout pour l'industrie française** avec 10 000 entreprises soit un effectif total de l'ordre de 400 000 salariés et un chiffre d'affaires supérieur à 140 milliards d'euros (Source : Les Cahiers de l'Industrie –Délégation interministérielle aux industries agroalimentaires et à l'agro-industrie).
- Des secteurs concernés par de **nombreuses réglementations**, notamment dans le domaine de l'environnement (recyclage), de la sécurité et de la qualité des produits.
- Une **part importante du coût de la main d'œuvre** dans le coût global du travail dans une situation de concurrence avec les pays à bas salaires.
- Un niveau d'**exportations de biens** (intermédiaires et de consommation confondus) bien derrière l'Allemagne (1 486 milliards pour l'Allemagne contre 600 pour la France)



5

## Constats

à compléter avec benchmarking

- L'**e-commerce en pleine croissance** : chiffre d'affaires en augmentation de + 25% en 2008 pour atteindre 20 milliards d'euros. Les ventes à distance et l'e-commerce représente plus de 80 000 emplois (Source : Étude "L'emploi dans la VAD et le e-commerce" Benchmark Group - Fevad 2008).
- Le marché du bio alimentaire **en hausse de 20% en 2009** (Agence Bio). 30 % de la population consomme de manière « responsable » (étude de Risc International).
- Un marché du design français **encore faible** avec plus de 60 % des entreprises qui ne recourent pas au design (Agence pour la promotion de la création industrielle) et un marché **représentant 1,6 milliards d'euros** (Association Design Communication (ADC)).
- Des secteurs concernés par de **nombreuses réglementations**, notamment dans le domaine de l'environnement, de la sécurité et de la qualité des produits.

*Des chiffres clés du secteur sont disponibles en ANNEXE*



5

## Tendances

- **Une dépense de consommation par habitant de plus en plus importante** (elle s'est multipliée par 2,5 dans les 40 dernières années), essentiellement jalonnée par des **produits à haute technologie**.
- **Une mutation profonde des modes de consommation et des produits consommés**, -induite l'extension de la grande distribution, l'évolution des modes de vie (bien-être, sécurité, ...) et l'apparition de nouveaux produits- qui imposent au secteur **un défi d'adaptation**.
- Une **concurrence internationale essentiellement axée sur les produits de masse permettant** à la France de renforcer son positionnement en matière de savoir faire et d'en développer de nouveaux.
- Une importance accrue de l'image de marque. La **lutte contre la contrefaçon des produits de luxe** constitue l'un des défis majeurs pour le secteur.
- Des adaptations de l'offre induites par **l'apparition des nouveaux modes de consommation** tels que l'e-commerce.
- **Une croissance importante** de l'e-commerce depuis les 5 dernières années avec des **prévisions encourageantes** : + 20% pour 2010 par rapport à 2009 selon la FEVAD.

## Tendances

- **Une montée en puissance des problématiques sociétales et environnementales, qui influencent les modes de consommation** (produits bio, bien-être, commerce équitable, ...).
- **Croissance du bio alimentaire forte** depuis les 3 dernières années (20 % de croissance annuelle contre 10 % de 1996 à 2005 selon l'Agence BIO) avec des perspectives de renforcement à l'avenir notamment en raison d'une baisse des prix dans ce secteur et d'**une augmentation constante du nombre de consommateurs** (plus de quatre Français sur dix consomment au moins un produit bio chaque mois).
- Développement du bio avec la mise en œuvre d'un plan de développement ambitieux, issu du Grenelle de l'environnement, prévoyant **le triplement de la surface cultivée d'ici 2012**.

## Problématiques et pistes de travail identifiées

- La **spécialisation** et le **développement de nouveaux savoir-faire** qui constituent des moyens effectifs pour limiter la dépendance de la demande : les industries du luxe sont celles qui ont le mieux résisté à l'impact de la crise.
- La **veille stratégique** et l'**anticipation des tendances du marché** (entreprises de toute taille), nécessaires à une réelle adéquation de l'offre aux attentes du marché et à la connaissance rapprochée des consommateurs et des demandes émergentes.
- La **lutte contre la contrefaçon**.
- Le design : un secteur **offrant une importante valeur ajoutée** et constituant un **enjeu de compétitivité**.
- Le **développement du marché du bio et de la consommation « responsable »**.



7

## Annexes

### Chiffres clés

Indicateur	2007	2008	Principales tendances observées ces dernières années (hausse / baisse / stagnation)
Part dans le PIB			
Indice de production industrielle			
Nombre d'entreprises*			Concentration du secteur par les 10 premières entreprises : 54% (2007)
Chiffre d'affaires (en millions €)	268 000		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : 3%
Valeur ajoutée (en milliards €)	55,2		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : 0,1%
Solde Commerce extérieur (en milliards €)	4,9		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : 1,3%
Excédent brut d'exploitation			
Effectifs (en milliers de personnes)	898		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : -3%
Nombre de défaillance d'entreprises	2 282		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : -4,6%
Investissements R&D (en milliers €)	3 532 624		Evolution en moyenne annuelle 2003-2007 : 5,5%
Taux d'endettement (dettes/K)	129%		
Capacité d'autofinancement (en millions d'€)	14 170		

8

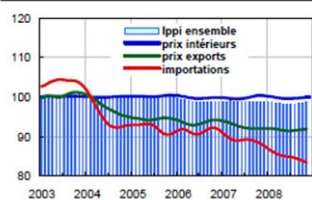
## Annexes

### Chiffres clés

	Chiffres-clés (EAE 2007)				% variation <i>dernier mois = déc.</i>			
	Entreprises	Salariés milliers	Ch. d'affaires HT G. €	Exports /CA %	Production industrielle T/T-1	T/T-4	Exports T/T-4	Imports T/T-4
EC Biens de consommation	3883	499	134	31,3	-1,5	-2,1	1,6	2,3
C1 Habillement, cuir	833	74	15	40,6	-2,0	-4,9	2,5	0,2
C2 Édition, imprimerie, reprographie	1435	122	25	7,4	-3,0	-6,0	-0,4	-3,2
C3 Pharmacie, parfumerie et entretien	513	162	67	38,0	1,9	3,9	7,2	12,5
C4 Équipements du foyer	1102	141	27	31,7	-13,9	-18,3	-10,3	-2,6

Sessi, 2009

#### Prix industriels à la production(3)



Sessi, 2009

#### Effectifs salariés



Sessi, 2009

## Annexes

### Chiffres clés

#### Commerce extérieur des produits textiles



#### Place de la France dans l'industrie textile\* européenne

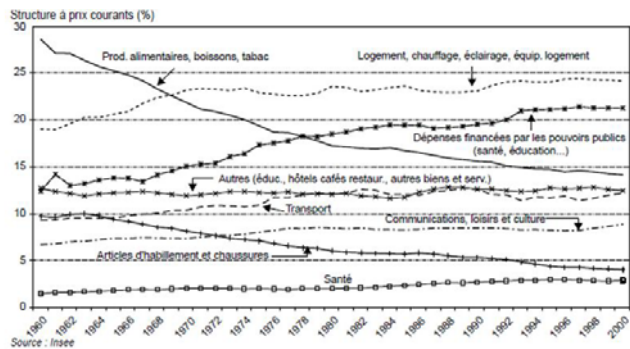
	Chiffre d'affaires en M€	Effectifs
UE à 25	98 543	837 614
dont :		
Italie	32 %	23 %
Allemagne	13 %	11 %
France	12 %	10 %
Royaume-Uni	10 %	10 %
Espagne	8 %	9 %
Belgique	6 %	4 %

Source : Eurostat

## Annexes

### Chiffres clés

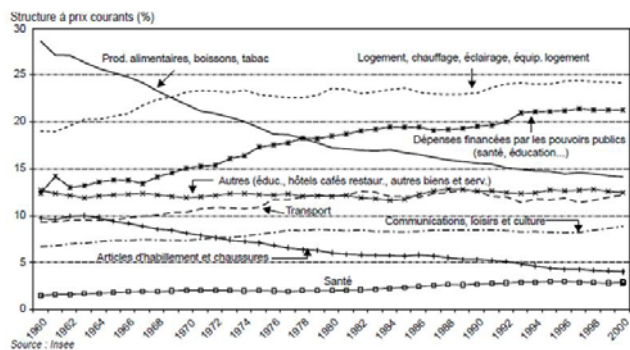
Structure de dépense des ménages français par fonction / Evolution sur les 40 dernières années



## Annexes

### Chiffres clés

Structure de dépense des ménages français par fonction / Evolution sur les 40 dernières années



## Annexes

### Chiffres clés

#### LE MARCHÉ VENTE À DISTANCE

Chiffre d'affaires vente à distance et e-commerce  
En milliards d'Euros



#### LES PRODUITS/SERVICES ACHETÉS EN LIGNE

(AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS) EN % DES INTERNAUTES

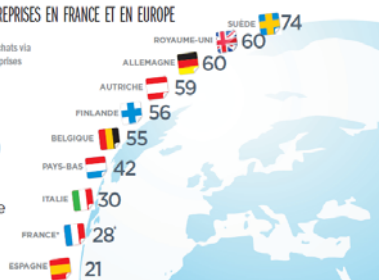
Produits techniques	52
Voyage / Tourisme	51
Services*	47
Habillement et accessoires	46
Homme / Femme / Enfant	46
Produits culturels	46
Maison	25
Hygiène / Beauté / Santé	24
Finance / Assurance	20
Jeux et jouets	18
Alimentation	11
Voitures	3

Source : Baromètre Fevad - Médiamétrie/NetStat mars 2009  
\* : billetterie, développement photos, téléchargement, abonnements presse...

#### LE E-COMMERCE INTERENTREPRISES EN FRANCE ET EN EUROPE

Entreprises ayant procédé à des achats via l'internet, en 2007 en % des entreprises

**28%**  
des entreprises  
françaises  
achètent en ligne



Source : Eurostat - Enquête communautaire sur l'utilisation des TIC - publication avril 2008.  
Champ : entreprises de 10 salariés ou plus - FRANCE\* : chiffres 2006

## Annexes

### Bibliographie

- Rapport CGEFI sur la filière cuir (2009)
- Etude prospective sur les industries du luxe (Eurostaf – 2008)
- Rapports de mission de Clarisse Reille sur la filière textile-habillement et sur les façonniers de l'habillement (2008 et 2009)
- Rapport sur l'horlogerie, la bijouterie et les arts de la table (comité France Eclat 2008)

### Actions / plans d'actions récents, en cours ou annoncés

- Plan d'action de la filière « arts graphiques » (2007)
- Plan d'action de la filière textile-habillement (2008)
- Plan d'action de la filière luxe (2008)
- Plan d'action de l'industrie de l'ameublement (2007) (UNIFA)
- Plan d'action de la filière cuir (à venir - 2010)

### Evènements relatifs à la thématique concernée, devant se tenir durant les EGI (ou peu après), et pouvant être valorisé dans le cadre des EGI

- Salons de Paris, capitale de la création, en janvier-février 2010

## Contacts

- **Président du groupe de travail** : Jean-Claude Ricomard  
*Coordonnées*
- **Rapporteur du groupe de travail** : *à compléter*



Cliquez pour modifier le style du titre