



# NOTE DE CONJONCTURE

## 3ème trimestre 2023



Syndicat Français des Miels

## Bilan trimestriel

Evolution des ventes	En CAM à fin septembre 2023, les ventes de miels sont en baisse de -3,9% en valeur et en hausse de +2,9% en valeur. Au T3 2023 par rapport au T3 2022, les ventes sont en baisse de -1,5% en volume et en hausse de +1,5% en valeur. Les effets de l'inflation entre autres sur les ventes restent donc persistants même si de moins en moins importants. En effet la baisse des volumes de ventes en CAM est contenue par rapport au CAM à fin mars 2023: 21.195 tonnes vs 20.967 tonnes en juin 2023 vs 20.925 tonnes en septembre 2023.
Segments en vue	Les ventes de miels crémeux sont en hausse de +4,3% en volume (+6,9% en valeur) par rapport au T3 2022. Les miels crémeux représentent 50% des ventes en volume et 50% des ventes en valeur au T3 2023 (vs 46% en volume et 48% en valeur au T3 2022). Les ventes de pollen maintiennent leurs hausses mais ne représentent que 0,2% des ventes en CAM et au T3 2023.
MDD	Au T3 2023, les ventes en MDD augmentent de +14,7% en volume par rapport au T3 2022, retrouvant ainsi les niveaux des T3 2020 et 2021. En CAM, la baisse des volumes MDD continue (-1,2%) mais de manière moins prononcée que le CAM à fin juin 2023 (-6,8%). Les MDD représentent 41% des ventes en volume (35% en valeur) au T3 2023 vs 36% des ventes en volume (30% en valeur) au T3 2022.
Taux de promotion	11% des ventes en volume de miels se sont réalisées sous promotion, dont 13% pour les miels crémeux et 10% pour les miels liquides, en CAM à fin septembre 2023 en circuit HMSM.
Les différents types de magasins	Les HMSM restent le principal circuit de ventes en volume (68,2% des parts en volume en CAM à fin septembre 2023) malgré une baisse de -6,5 % sur un an. Dans ce contexte inflationniste, les parts du Hard discount continuent d'augmenter avec une hausse de +8,3% de leurs ventes en volume (vs +4,6% en juin 2023) et représentent 17,7% des ventes en volume CAM. En valeur, le Hard discount représente 13% des ventes et est en hausse de +12,6% (vs +8% en CAM fin juin). Les commerces de proximité (8,8% des ventes en volume) enregistrent une baisse moins importante que les HMSM soit -4,5%, les petits paniers étant préférés dans ce contexte. Enfin, le circuit du e-commerce reprend lentement avec une baisse de -5% des ventes en volume.
Nombre de références	Le nombre de références reste stable par rapport au CAM à fin juin 2023. Les miels liquides et les miels crémeux ont plus de diversité au sein de leurs offres (respectivement 8 et 7 références hebdomadaires en moyenne) suivi des miels MDD (5).
Bio	Globalement les ventes bio sont en baisse en volume (-11,6%) et en valeur (-5,5%). En MDD, on observe un net ralentissement depuis fin mars 2023 pour le bio avec des volumes en hausse de +1,6% en septembre 2023 vs +9,2% en CAM à fin juin 2023.
Indice des prix à la consommation	L'IPC des miels/confitures et compotes est en hausse de +13,2% en septembre 2023 vs septembre contre +9,8% pour l'IPC des produits alimentaires. Au niveau UE, l'IPC des miels/confitures et marmelades est en net ralentissement et atteint +11,8% en septembre vs +14,5% pour la France, sur un an.



---

# Evolution des ventes trimestrielles

---

# Données chiffrées du 3ème trimestre 2023:

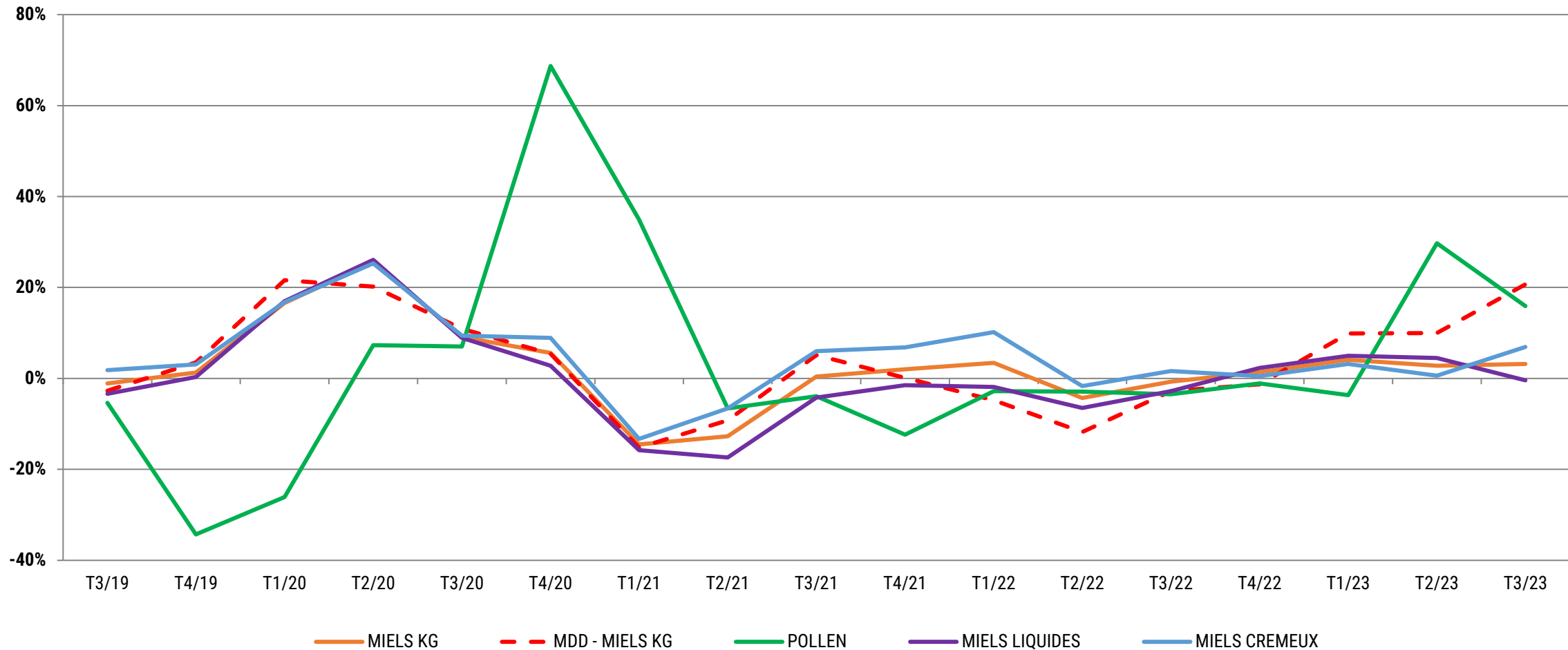
Tous circuits GMS	T3/23				
	Ventes Volume en tonnes	Ventes Volume %Evol vs A-1	Ventes en 000 €	Ventes Valeur %Evol vs A-1	Poids dans sous-total (en tonnes)
TOTAL GENERAL (MIELS)	4 290	-1,5	52 407	3,2	
MDD (MIELS)	1 777	14,7	18 205	20,7	
POLLEN	12	3,7	352	15,9	0,7
MIELS LIQUIDES	2 113	-6,9	25 607	-0,4	48,9
MIELS LIQUIDES 1 FLEUR	986	-9,6	11 057	-3,9	43,2
MIELS LIQUIDES ACACIA & ASSORT.	242	12,0	2 602	27,7	10,2
MIELS LIQUIDES ACACIA <500 G	133	2,8	2 469	14,4	9,6
MIELS LIQUIDES ACACIA >=500 G	129	-24,4	2 086	-14,2	8,1
MIELS LIQUIDES ASS.FLEURS	545	-8,2	6 776	-4,2	26,5
MIELS LIQUIDES FLEURS NON MENTIONNEES	77	13,9	617	21,1	2,4
MIELS CREMEUX	2 165	4,3	26 448	6,9	50,5
MIELS CREMEUX 1 FLEUR <500 G	363	4,9	5 685	3,8	21,5
MIELS CREMEUX 1 FLEUR >=500 G	722	14,5	7 600	16,5	28,7
MIELS CREMEUX ASS.FLEURS <500 G	144	-11,0	2 526	-3,2	9,6
MIELS CREMEUX ASS.FLEURS >=500 G	759	-5,2	8 364	-0,2	31,6
MIELS CREMEUX FLEURS NON MENTIONNEES	177	30,3	2 273	28,8	8,6

# Données chiffrées sur 1 an glissant à fin septembre 2023- CAM

Tous Circuits	Cumul Annuel Mobile				
	Ventes Volume en tonnes	Ventes Volume %Evol vs A-1	Ventes Valeur en 000 €	Ventes Valeur %Evol vs A-1	Poids dans sous-total (en tonnes)
TOTAL GENERAL (MIELS)	20 925	-3,9	248 962	2,9	
MDD (MIELS)	7 494	-1,2	75 825	9,0	
POLLEN	52	0,5	1 458	8,9	0,6
MIELS LIQUIDES	11 267	-5,8	130 880	3,0	52,6
MIELS LIQUIDES 1 FLEUR	5 726	-6,2	60 297	1,5	46,1
MIELS LIQUIDES ACACIA & ASSORT.	1 075	15,3	11 131	33,2	8,5
MIELS LIQUIDES ACACIA <500 G	606	6,0	10 891	17,6	8,3
MIELS LIQUIDES ACACIA >=500 G	817	-6,8	12 226	4,3	9,3
MIELS LIQUIDES ASS.FLEURS	2 830	-10,1	34 475	-4,1	26,3
MIELS LIQUIDES FLEURS NON MENTIONNEES	213	-35,8	1 860	-21,3	1,4
MIELS CREMEUX	9 606	-1,6	116 624	2,6	46,8
MIELS CREMEUX 1 FLEUR <500 G	1 416	-8,5	23 038	-3,6	19,8
MIELS CREMEUX 1 FLEUR >=500 G	3 155	10,1	32 674	12,4	28,0
MIELS CREMEUX ASS.FLEURS <500 G	726	-5,3	12 324	-1,9	10,6
MIELS CREMEUX ASS.FLEURS >=500 G	3 620	-8,2	39 507	-0,6	33,9
MIELS CREMEUX FLEURS NON MENTIONNEES	689	8,4	9 082	9,1	7,8

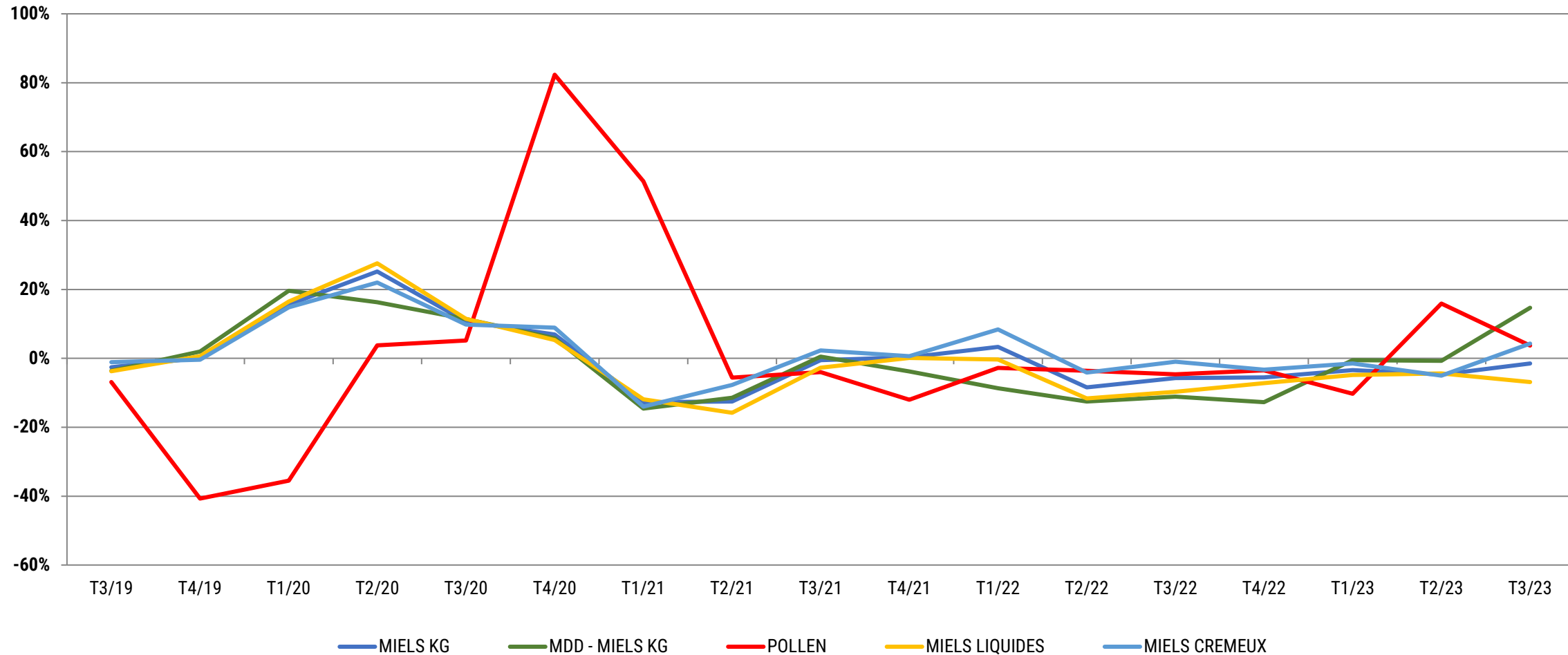
# Evolution des ventes en valeur

Evolution (%) des ventes en valeur sur un an



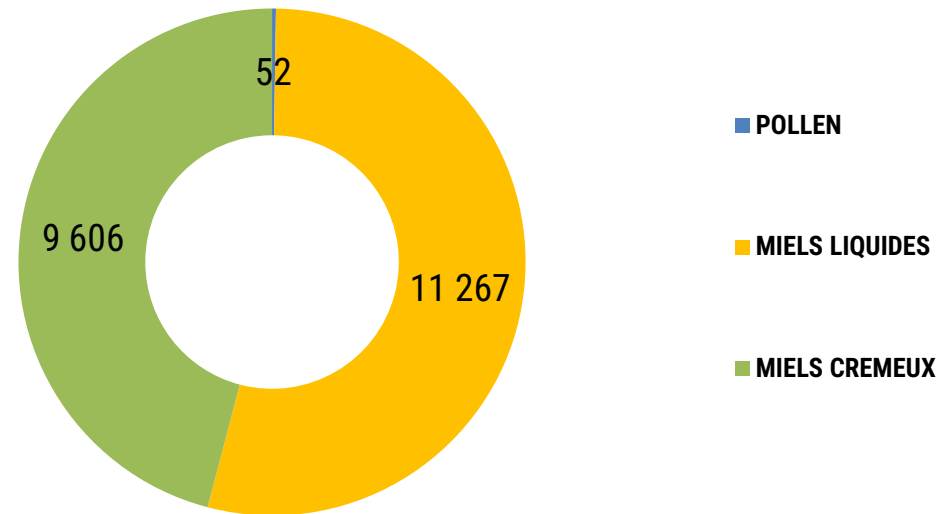
# Evolution des ventes en volume

Evolution (%) des ventes en volume sur un an



# Poids des différents segments à fin septembre 2023- CAM

Ventes France sur 1 an (En Milliers de Tonnes)





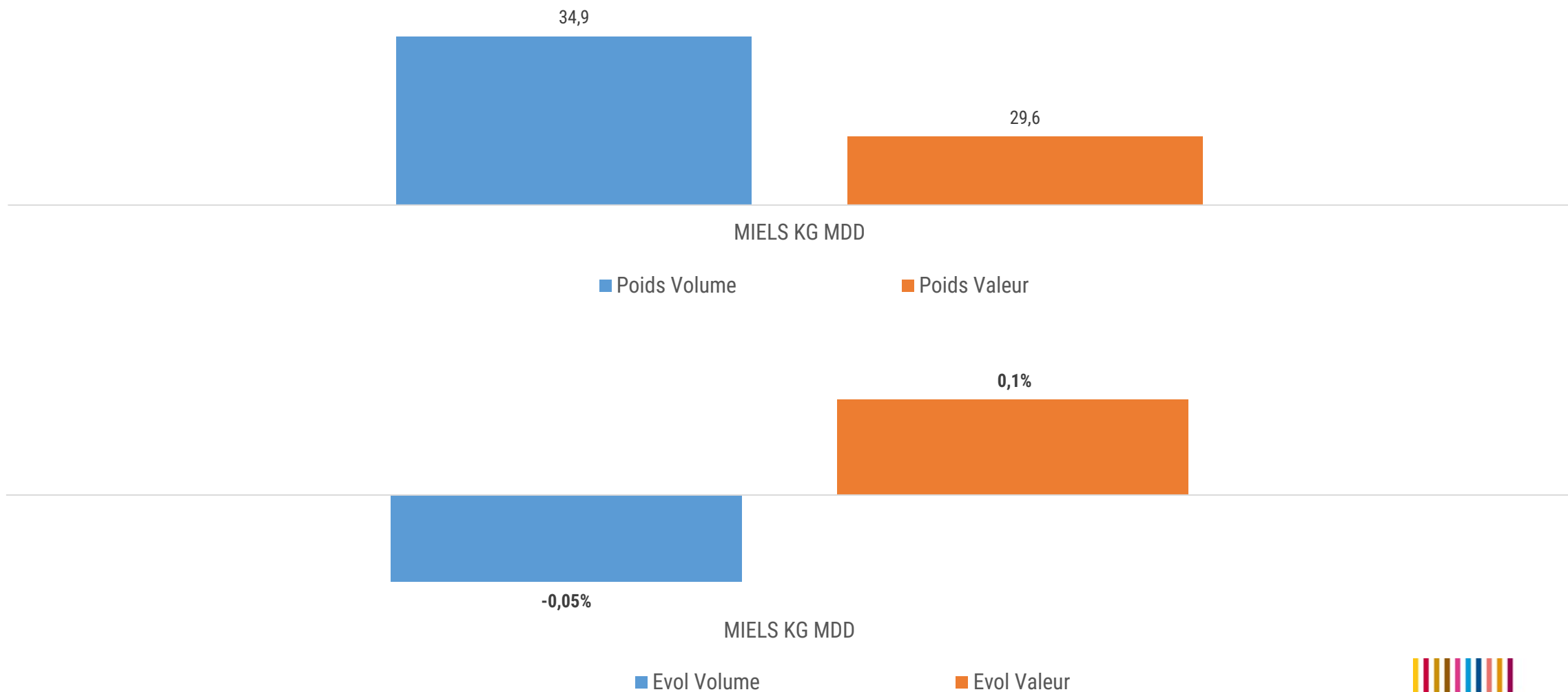


---

# Les marques de distributeurs

---

# Poids et évolution des MDD à fin septembre 2023- CAM





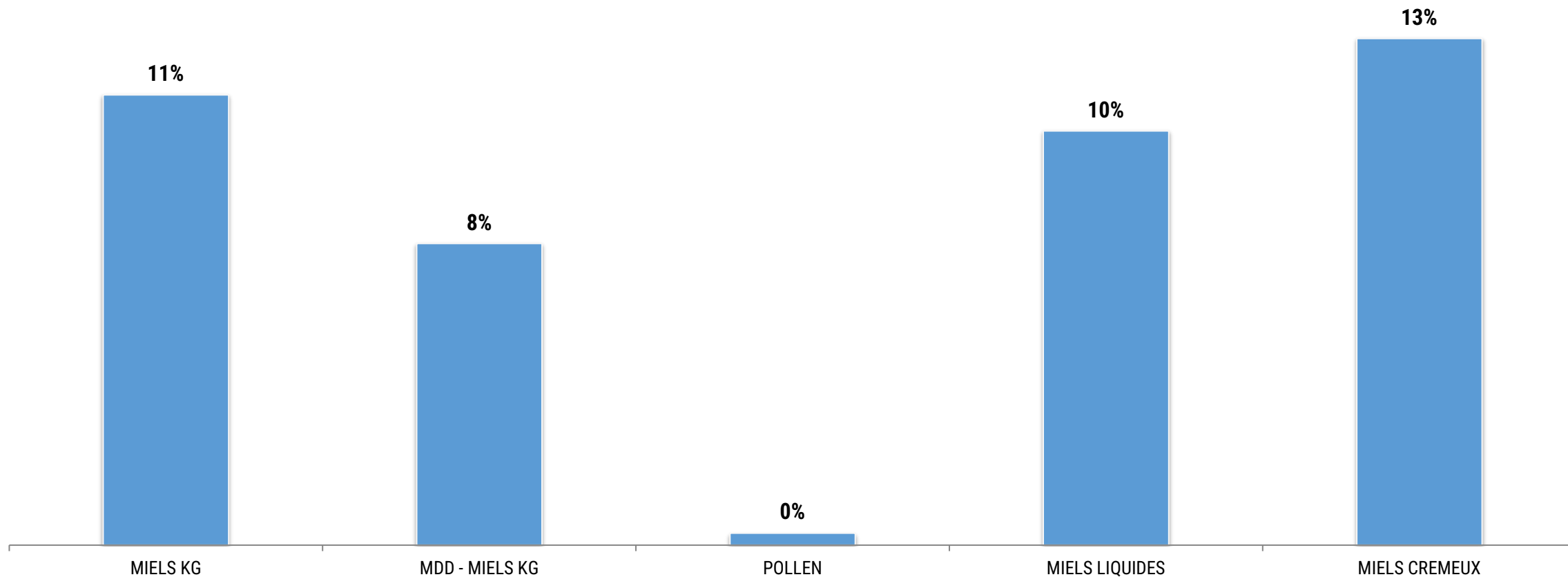
---

Taux de  
promotion et  
prix au kilo

---

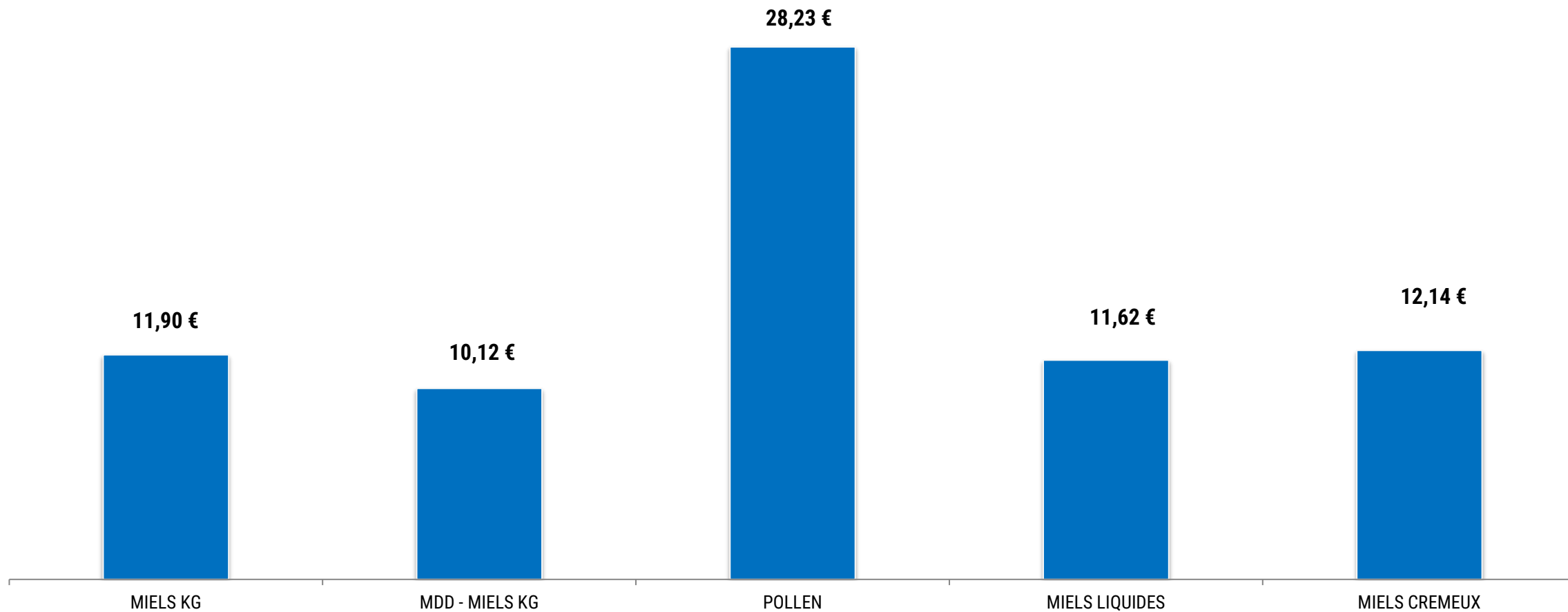
# Part des volumes vendus sous promotion à fin septembre 2023- CAM - HMSM

Part (%) des volumes sous promotion en Cumul Annuel Mobile



# Prix moyen au kilo sur 1 an glissant à fin septembre 2023- CAM

Prix moyen au kg en Cumul Annuel Mobile





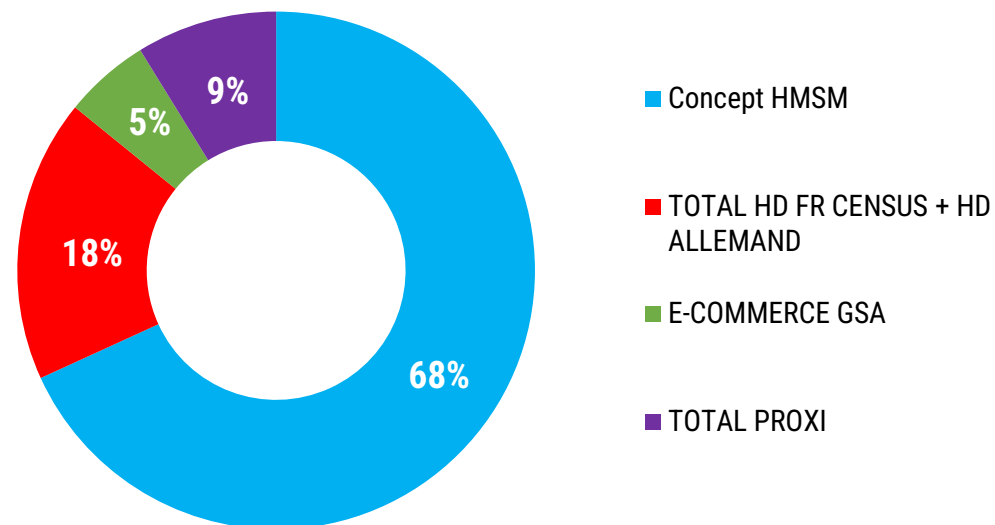
---

# Les différents types de magasins

---

# Poids des différents circuits en volume à fin septembre 2023- CAM

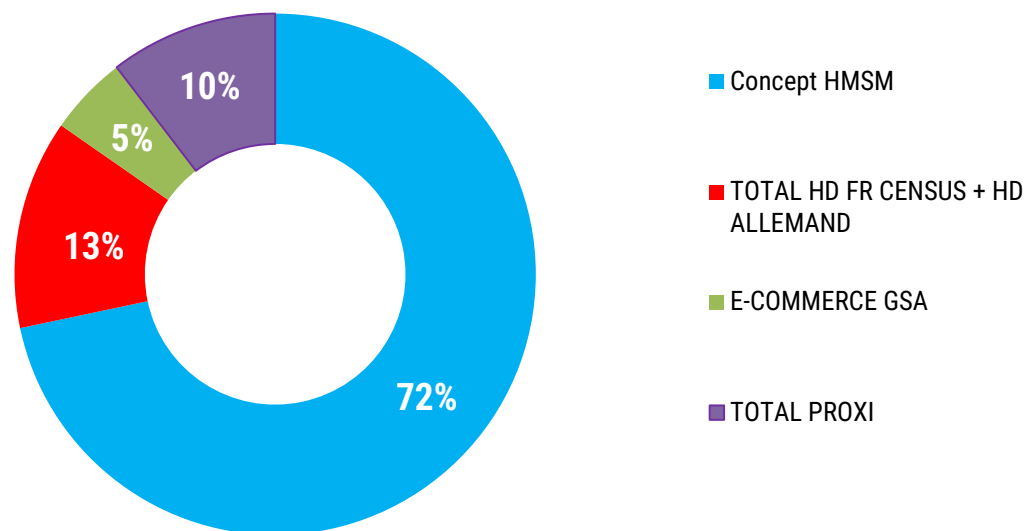
Poids des différents circuits  
cumul annuel mobile en volume



	Cumul Annuel Mobile	
	Part en Volume	Evol a 1 an en Volume
Tous Circuits GMS	100,0	-3,9
Concept HMSM	68,2	-6,5
TOTAL HD FR CENSUS + HD ALLEMAND	17,7	8,3
E-COMMERCE GSA	5,4	-5,0
TOTAL PROXI	8,8	-4,5

# Poids des différents circuits en valeur à fin septembre 2023- CAM

Poids des différents circuits au cumul annuel mobile en valeur



	Cumul Annuel Mobile	
	Part en Valeur	Evol a 1 an en Valeur
Tous Circuits GMS	100,0	2,9
Concept HMSM	71,7	1,1
TOTAL HD FR CENSUS + HD ALLEMAND	13,0	12,6
E-COMMERCE GSA	4,9	4,6
TOTAL PROXI	10,4	3,2





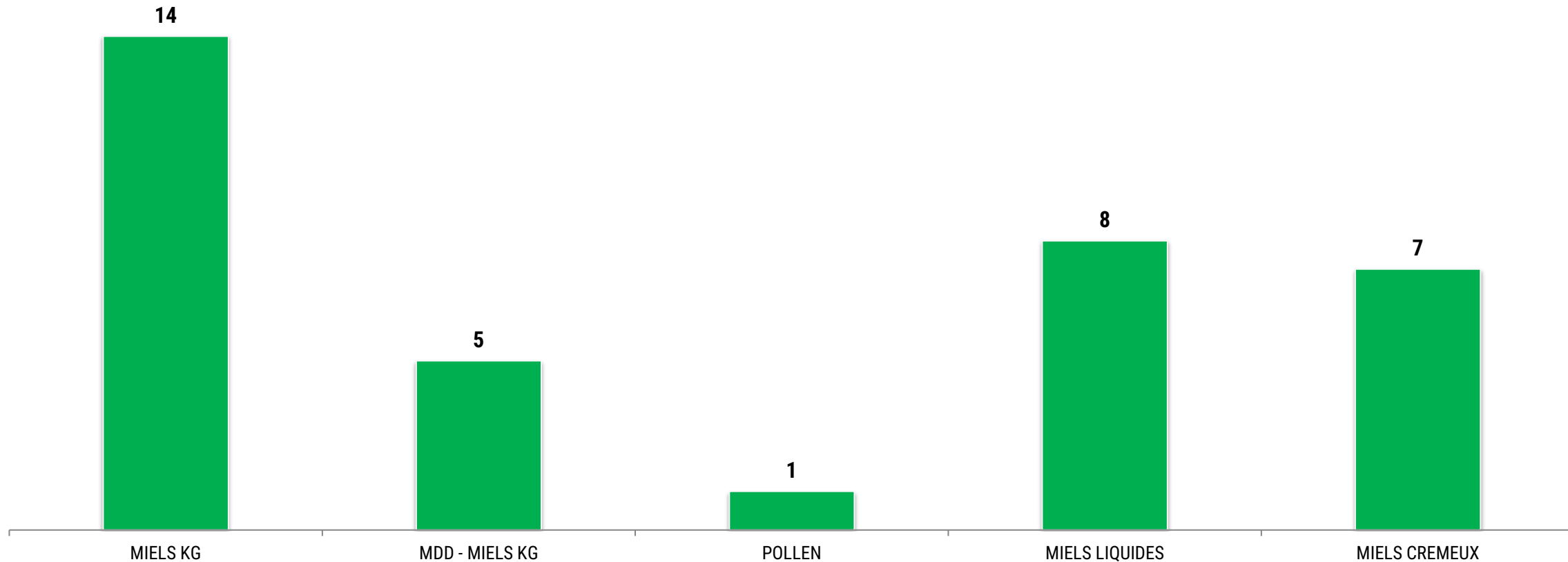
---

Diversité de  
l'offre

---

# Nombre moyen de références par semaine à fin septembre 2023- CAM

Nbr d'EAN Hebdo / Mag en Cumul Annuel Mobile



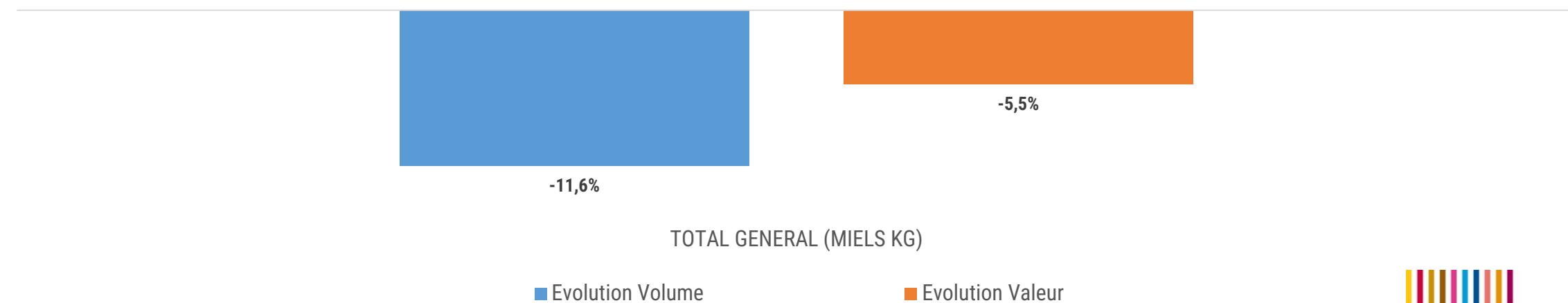
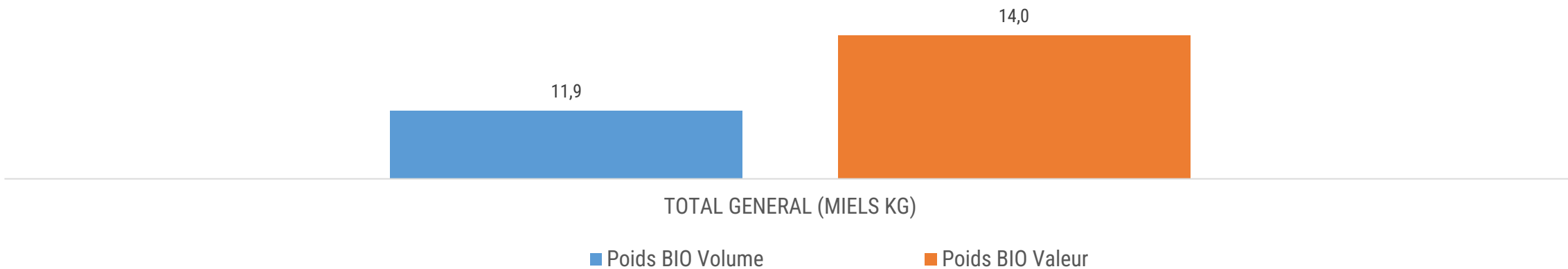


---

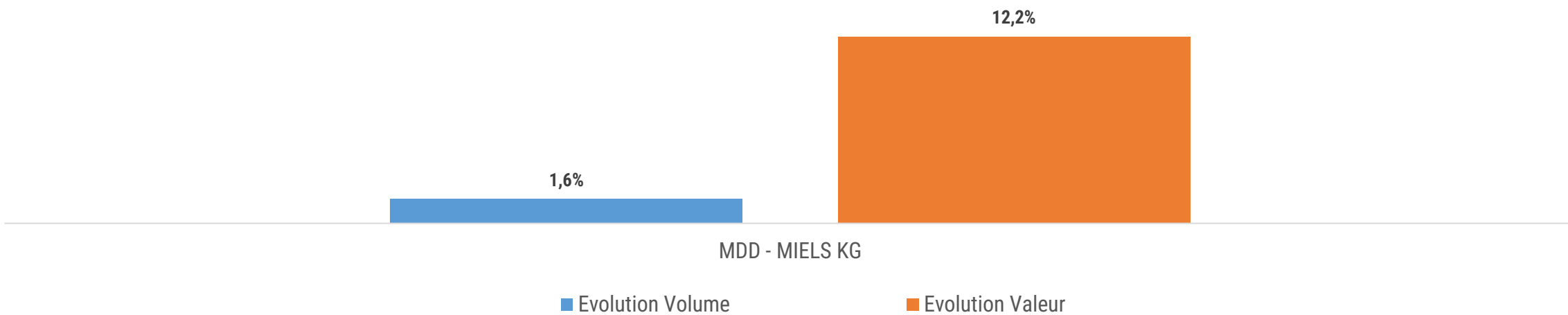
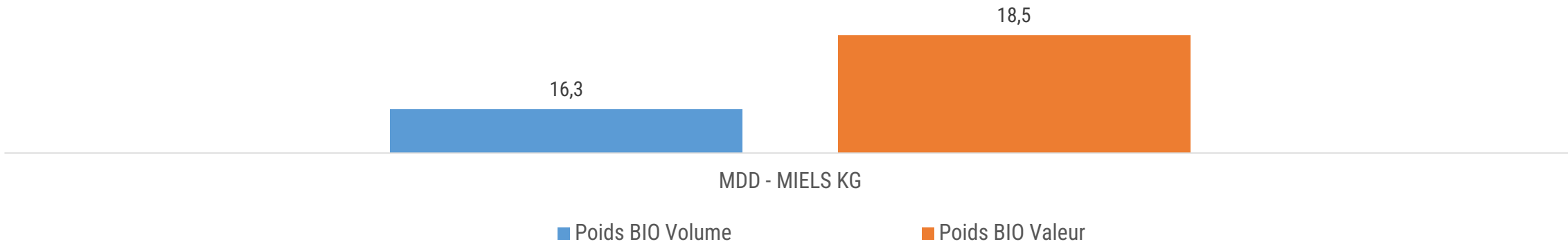
# Les produits bio

---

# Poids et évolution des produits bio sur le marché à fin septembre 2023- CAM



# Poids et évolution des produits bio des MDD à fin septembre 2023- CAM



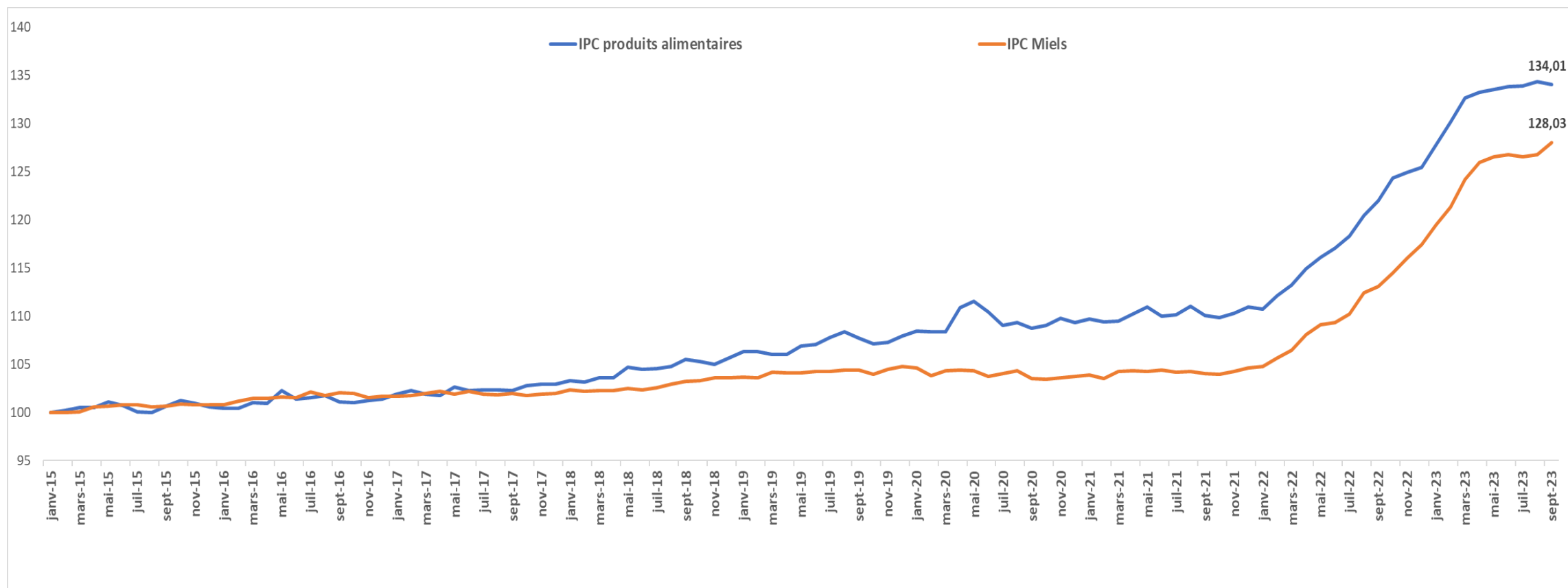


---

# Les indices de prix à la consommation en France

---

# Les indices de prix à la consommation



	IPC produits alimentaires	IPC confitures, compotes et miel
De septembre 2022 à septembre 2023	+9,8%	+13,2%
De janvier 2023 à septembre 2023	+4,9%	+7,1%
CAM à fin septembre 2023	+14%	+14,1%



---

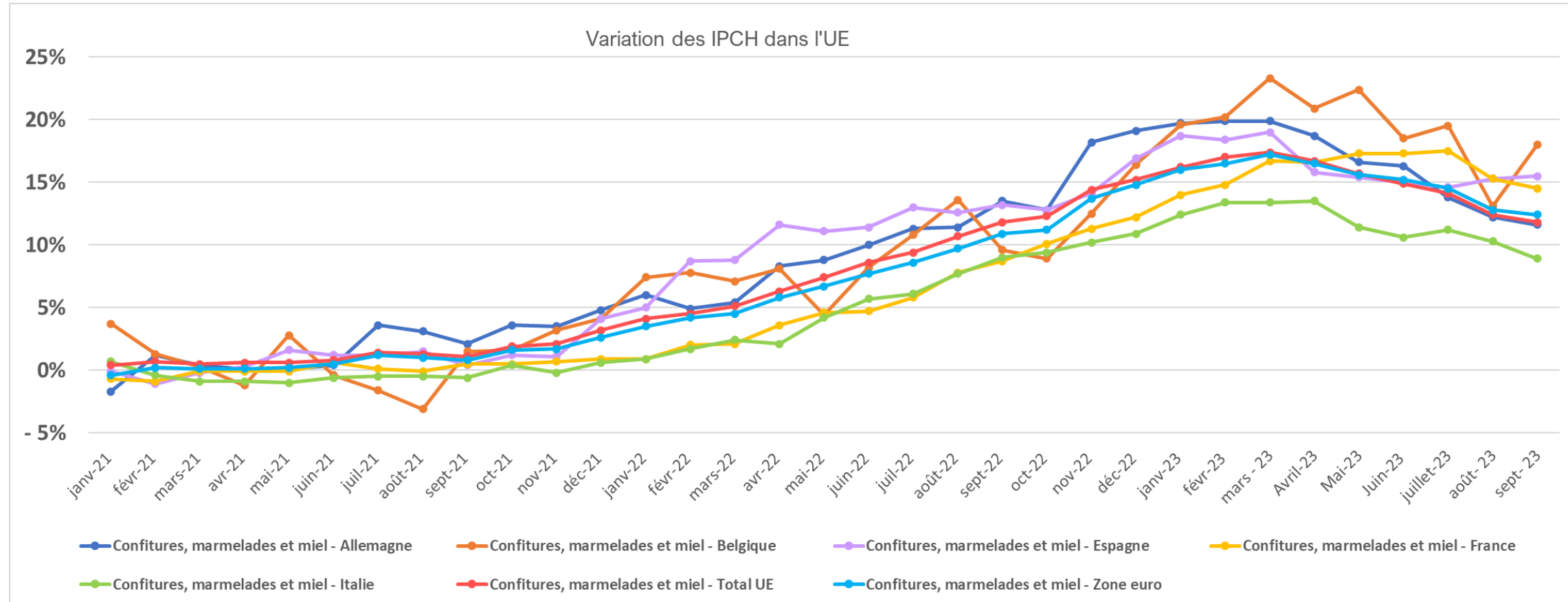
Les indices de  
prix à la  
consommation  
dans l'UE



# Variation des IPCH dans l'UE

Indices de prix des confitures, marmelades et miel

Source : Eurostat – taux de variation annuel



Confitures, marmelades et miel							
Date/Pays	Allemagne	Belgique	Espagne	France	Italie	Total UE	Zone euro
juillet-23	13,8	19,5	14,6	17,5	11,2	14,1	14,5
août- 23	12,2	13,1	15,3	15,3	10,3	12,4	12,8
sept- 23	11,6	18	15,5	14,5	8,9	11,8	12,4

**Clé de lecture :** En septembre 2023, l'IPCH des confitures, marmelades et miel en France a augmenté de +14,5% par rapport à septembre 2022, alors que le taux moyen dans l'UE à la même date est de +11,8%.