

2021

Catalogue

des publications



Édito

Au titre de son rôle de tiers de confiance, chaque année, FranceAgriMer conduit un programme d'informations et études économiques, destiné aux opérateurs professionnels et aux partenaires institutionnels de l'établissement afin d'améliorer la connaissance des marchés et des filières de valorisation des produits de l'agriculture et de la mer. Les études financées par FranceAgriMer donnent lieu à publication.

Elles sont déclinées dans différentes collections en fonction de leur nature et de leur fréquence :

- la Collection Conjoncture regroupe les analyses de marché conjoncturelles ;
- la Collection Données présente un ensemble d'indicateurs économiques ou de statistiques illustrées et commentées portant le plus souvent sur une filière ou un secteur ;
- la Collection Études restitue des résultats d'enquêtes, d'études ou analyses réalisées directement par FranceAgriMer ou par un prestataire mandaté par l'Établissement.

Le catalogue des publications de l'année 2021 récapitule la plupart des travaux produits sur l'année écoulée relevant des deux dernières catégories. Les nombreuses publications de conjoncture diffusées à un rythme hebdomadaire, mensuel ou trimestriel ne sont pas reprises ici mais sont disponibles sur le site internet. Le catalogue témoigne de la diversité des sujets, des filières et des approches mises en œuvre.

Certaines productions sont reconduites d'une année sur l'autre afin d'assurer la compilation de données de référence et la continuité des séries chronologiques. D'autres sont des études pon-

ctuelles venant apporter un éclairage spécifique sur un sujet donné. A titre d'illustrations sur ces dernières on peut citer un rapport sur la compétitivité des filières agroalimentaires françaises, une étude approfondie pour mieux caractériser les flexitariens et végétariens français, une autre visant à améliorer notre meilleure compréhension des importations croissantes de viandes de volailles, une prospective du secteur des plantes à parfum, aromatiques et médicinales, l'étude de la filière « moule de bouchot » en vue de son intégration dans l'observatoire de la formation des prix et des marges, l'examen des coûts de production du lait de vache, ou encore l'état des lieux des valorisations actuelles et potentielles des coproduits des secteurs de la pêche et de l'aquaculture.

A chaque fois, un court résumé vous permet de prendre connaissance du contenu du document, vous invitant le cas échéant à consulter la publication correspondante. Celles-ci sont consultables et téléchargeables sur le site internet de FranceAgriMer et des exemplaires « papier » sont à disposition dans le centre de documentation que vous pouvez contacter à l'adresse suivante : documentation@franceagrimer.fr

Enfin, n'hésitez pas à consulter nos différents sites internet, qui mettent à disposition des données, et dont les liens sont rappelés au début de ce catalogue.

Bonne lecture.

Christine Avelin
Directrice générale de FranceAgriMer



LES DONNÉES

La direction Marchés, études et prospective diffuse également, en libre accès, les données économiques qu'elle collecte ou produit, sur ses différents sites internet.



FranceAgriMer met les données utiles à l'analyse économique des filières à disposition sur VISIONet. Ce site permet de consulter et de télécharger différents types de données sur les productions agricoles et alimentaires (tableaux de synthèse, de conjoncture, bilans, séries chronologiques) et d'avoir accès à des données interactives (Observatoire de la viticulture, VISIOTrade, Observatoire des données économiques agricoles et Outre-mer, etc.)



visionet.franceagrimer.fr



Les cotations des fruits, des légumes et d'autres produits agricoles frais périssables sont établies par le Réseau des nouvelles des marchés (RNM), sur la base d'informations de prix collectées auprès d'opérateurs commerciaux sur tout le territoire, à différents stades de commercialisation. Ces données sont disponibles sur le site du RNM.

Ces activités sont réalisées sous démarche Qualité certifiée ISO 9001:2015.



rnm.franceagrimer.fr

LES DONNÉES



Céré'Obs est un outil qui permet de noter en cours de campagne les conditions de culture des céréales sur la base d'observations de terrain. Les publications disponibles sur le site de Céré'Obs présentent une synthèse à l'échelle régionale et nationale de l'état d'avancement des cinq céréales suivies : blé tendre, orge d'hiver, blé dur, orge de printemps et maïs grain.



cereobs.franceagrimer.fr

3



Le site Internet de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires présente ses principaux résultats sous forme de tableaux et graphiques paramétrables et téléchargeables : décomposition des prix au détail, coûts de production et structure des comptes des entreprises, euro alimentaire, etc. Il contient différentes notes détaillant les méthodes employées et permet la consultation des publications : rapport au parlement de l'Observatoire et Lettres de l'Observatoire.

Enfin, il réunit différents documents ayant nourri les travaux de l'Observatoire : travaux de recherches, observatoires étrangers, études de l'USDA, etc. et permet de prendre connaissance de documents officiels : article de loi, arrêté de nomination au comité de pilotage, etc.

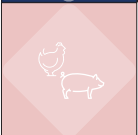


observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr

Sommaire

FILIÈRES

4

	MULTIFILIÈRES	p. 6
	VIANDES BLANCHES	p. 22
	FRUITS ET LÉGUMES	p. 36
	VIANDES ROUGES	p. 62
	HORTICULTURE	p. 68
	GRANDES CULTURES	p. 80

	PÊCHE ET AQUACULTURE	p. 92
	PLANTES À PARFUMS, AROMATIQUES ET MÉDICINALES	p. 102
	VIN ET CIDRE	p. 108
	APICULTURE	p. 120
	LAITS	p. 128

MULTIFILIÈRES





COMPÉTITIVITÉ DES FILIÈRES AGROALIMENTAIRES FRANÇAISES



RÉSUMÉ

Objectifs

La compétitivité des filières agricoles et agroalimentaires joue un rôle clé dans la capacité de la France à assurer sa souveraineté alimentaire. La Cour des comptes constatait dans un rapport au gouvernement en 2019 la nette dégradation du solde commercial dans le secteur ces dix dernières années : alors que les exportations stagnaient, les importations continuaient à progresser. Sur la base de ce constat et pour répondre à la Cour des comptes, le ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation a commandité auprès de FranceAgriMer la réalisation d'un diagnostic visant à mieux apprécier cette dégradation du solde commercial et à en analyser les causes. Ce rapport est donc à finalité de diagnostic et ne comporte pas de recommandation.

Méthodologie

FranceAgriMer a engagé le travail au sein d'un groupe de travail associant l'ensemble des départements ministériels concernés ainsi que des experts issus de la sphère académique, et en s'appuyant sur

l'expertise des professionnels eux-mêmes au sein de dix groupes de travail par filières agricoles. Le rapport se compose d'un document de synthèse portant sur l'ensemble des filières agricoles et agroalimentaires françaises incluant analyse des données du commerce international, revue de la littérature académique et grise identifiée par le groupe de travail transverse, synthèse bibliographique qui est ensuite mise en regard avec les comptes rendus des travaux par filière qui font par ailleurs l'objet de cahiers spécifiques.

Résultats

Dans une première partie, sur la base des données du commerce international, l'évolution du solde commercial et des parts de marché des filières françaises est décrite et décomposée (par pays partenaire, par filière). En particulier, cette étude montre une dégradation quasi-généralisée quelles que soient les filières (à l'exception notable des vins et spiritueux) concernant les exportations ainsi que les importations et souligne un décrochage même par rapport aux autres pays de l'Union européenne. La littérature

confirme que c'est la perte de compétitivité qui explique ce décrochage de la balance commerciale. Sur la base de la littérature identifiée par le groupe de travail interministériel, sont ensuite passés en revue une trentaine de facteurs de compétitivité prix (capacité à gagner ou maintenir des parts de marché en jouant sur les coûts ou le prix de vente) et hors-prix (capacité à gagner ou maintenir des parts de marché en jouant sur d'autres leviers : qualités, image, tissu industriel et dynamiques de filière, etc.) : coûts des facteurs de production, de la main-d'œuvre, productivité, signes de qualité, image « France », capital humain, innovation, etc. Pour chaque facteur identifié, les éléments documentés permettant d'apprécier son importance dans la perte de compétitivité française sont présentés.

Dans une deuxième partie, ces mêmes facteurs ont servi de grille d'analyse à des groupes d'acteurs professionnels par filières qui ont analysé leur déclinaison spécifique (pour le porc, pour les fruits et légumes, etc.) et leur importance respective. En conclusion, les résultats de ces deux démarches (revue de littérature académique et expérience professionnelle) sont mis en regard pointant une très forte convergence sur les facteurs importants mais aussi un besoin d'objectivation pour certains facteurs (notamment impact des normes et réglementations, importance des considérations logistiques, etc.).

Conclusion

Ce rapport issu d'une commande du ministère de l'Agriculture dresse un diagnostic à date, le plus complet possible, de la perte de compétitivité des filières françaises. La confrontation des approches (revue de littérature, groupes professionnels) montre que ce diagnostic est convergent (même si des lacunes sont mises en avant comme l'impact des réglementations, peu documenté) : la perte de compétitivité des filières agroalimentaires s'explique par plusieurs facteurs pesant sur leur capacité à lutter sur les prix et à valoriser correctement leurs attributs qualitatifs.

FLASHEZ
MOI





CAHIER BOVIN

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER LAIT

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER PORCIN

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER VOLAILLE

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER CÉRÉALES

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER OLÉOPROTÉAGINEUX

**FLASHEZ
MOI**



CAHIER SUCRE

FLASHEZ
MOI



CAHIER POMME DE TERRE

FLASHEZ
MOI



CAHIER FRUITS ET LÉGUMES
FRAIS

FLASHEZ
MOI



CAHIER FRUITS ET LÉGUMES
TRANSFORMÉS

FLASHEZ
MOI



CAHIER VIN

FLASHEZ
MOI





LES PERFORMANCES À L'EXPORT DES FILIÈRES AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES



RÉSUMÉ

Objectifs

Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et FranceAgriMer ont conçu un tableau de bord fournissant les éléments chiffrés de pilotage et de suivi de la performance à l'export des filières agricoles et agroalimentaires.

Méthodologie

Les données sont issues de la Direction générale des douanes et droits indirects et de la base de données Trade Data Monitor. Les parts de marché de la France dans les différents pays sont calculées sur la base des données d'échanges des 68 pays les plus importants, qui regroupent 93 % des échanges mondiaux. Les regroupements de codes douaniers qui définissent les catégories de produits suivies sont explicités en annexe du document.

Résultats

Ce tableau de bord présente les évolutions des exportations françaises, toutes filières agricoles et agroalimentaires puis pour chacune d'elle, par rapport aux 12

mois précédents. Le document suit aussi l'évolution de la balance commerciale, de la répartition géographique des échanges, l'évolution des parts de marché par filière en la comparant également par rapport au principal pays concurrent européen pour le produit et pour la destination considérés.

Les informations produites concernent tous les produits agricoles et agroalimentaires, ainsi que les filières bois et dérivés, biodiesel, engrais et produits phytosanitaires et machinisme agricole et agroalimentaire. Pour la première fois en 2021, le secteur des aliments pour animaux familiers est également distingué.

Ce tableau de bord est publié deux fois par an : à la fin du premier semestre de l'année N+1, le rapport présente les évolutions de l'année N par rapport à l'année N-1. Dans cette première publication, les données chiffrées sont complétées par des analyses (toutes filières puis filière par filière).

La seconde publication réalisée à la fin de l'année N+1 porte sur une comparaison

actualisée entre les périodes juillet N et juin N+1 d'une part, juillet N-1 et juin N d'autre part. Dans cette seconde publication, seules les données chiffrées sont communiquées, sans analyse.

SITUATION EN 2020

FLASHEZ
MOI



SITUATION SUR LA PÉRIODE JUILLET 2020 / JUIN 2021

FLASHEZ
MOI





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE
Ministère de l'Agriculture
et de l'Alimentation

FranceAgriMer
Observatoire national
des prix et des marges des produits alimentaires

RAPPORT
AU
PARLEMENT
2021



Observatoire
de la formation
des prix et des marges
des produits alimentaires



OBSERVATOIRE DE LA FORMATION DES PRIX ET DES MARGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES



RÉSUMÉ

Objectifs

Le rapport 2021 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges a pour but de porter un éclairage sur la formation et la répartition de la valeur le long des chaînes de production, de transformation et de distribution alimentaires en 2020.

Méthodologie

L'Observatoire de la formation des prix et des marges s'appuie sur les données et les travaux de FranceAgriMer, de l'Insee, du service statistique du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, des instituts techniques et des enseignes de la grande distribution.

Résultats

En 2020, après deux années de hausse, l'ensemble des prix à la production agricole diminue de 1,4 % entre 2019 et 2020. À l'inverse les prix des moyens de production sont stables : + 0,5 % entre 2019 et 2020. En moyenne, en 2020, les prix des produits des industries alimentaires sont

également quasi stables (+ 0,5 % entre 2019 et 2020, selon l'indice des prix de production de l'industrie alimentaire de l'Insee). Les prix à la consommation des produits alimentaires enregistrent une nouvelle hausse de 2,2 % en 2020. Cette hausse est supérieure à l'inflation globale des prix à la consommation en France mesurée par l'Insee. Ces évolutions de prix à chaque stade cachent cependant des dynamiques contrastées selon les filières.

L'Observatoire de la formation des prix et des marges a calculé les charges moyennes et les marges nettes par rayon alimentaire frais des GMS pour l'année 2019, les données 2020 n'étant pas encore totalement disponibles. Pour l'ensemble des rayons alimentaires frais, après imputation des charges, la marge nette rapportée au chiffre d'affaires ressort à 2,5 % avant impôt et s'établit à 1,7 % après impôt. Le rapport détaille les résultats pour les rayons volailles, charcuterie, boucherie, fruits et légumes, produits laitiers, boulangerie et marée.

En 2020, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits ali-

mentaires a poursuivi les travaux concernant les produits issus de l'agriculture biologique initiés en 2019. Le rapport 2021 cible la décomposition du prix au détail pour le panier « lait UHT ½ écrémé et beurre bio », ainsi que les circuits d'approvisionnement pour les fruits et légumes bio en GMS et également en magasins spécialisés. Si les données sont encore insuffisantes pour calculer les coûts de production, le rapport 2021 dresse un panorama général de cette filière, avec un focus spécifique sur un panier lait UHT ½ écrémé et beurre bio et les fruits et légumes bio.

Le rapport 2021 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires livre, sous la plume de son président, un retour sur dix années d'évolution de l'agriculture et de l'alimentation en France. Sur la période 2010-2020, il est difficile de faire apparaître une tendance claire, malgré un constat d'instabilité des prix agricoles dans un contexte mondialisé et d'une relative stabilité des prix à la consommation, pouvant expliquer un partage des marges parfois difficile entre industrie et distribution. Durant cette décennie, la transparence a progressé, les États généraux de l'alimentation ont en 2018 marqué une certaine rupture et il faudra attendre un peu au-delà de la pandémie de 2020/2021 pour savoir si cela se traduit dans les mentalités et dans la pratique en matière notamment de contractualisation.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDE DES GRANDS GROUPES AGROALIMENTAIRES MEXICAINS - IDENTIFICATION DE LEURS ATTENTES EN PRODUITS ET ÉQUIPEMENTS



R É S U M É

Objectifs

L'étude identifie les attentes des grands groupes agroalimentaires mexicains en matière de produits et d'équipements, ainsi que les opportunités d'affaires qui en découlent pour l'offre française. Elle constitue un outil élaboré pour les entreprises françaises souhaitant aborder ou conforter leurs parts de marché sur le marché mexicain. Les secteurs suivants sont approfondis : produits laitiers (y compris ingrédients), pomme, porc, poulet et aliments pour animaux familiers (pet food).

Méthodologie

L'étude se base sur plus de 50 entretiens réalisés avec les opérateurs mexicains : grands groupes agroalimentaires, principales associations et organisations professionnelles, importateurs spécialisés dans les marchés de gros, etc. Diverses sources bibliographiques ont également été étudiées, parmi lesquelles les portails institutionnels des ministères mexicains, les condensés statistiques des principales organisations professionnelles mexicaines, ainsi que divers journaux sui-

vant l'actualité économique et financière du pays.

Résultats

Le rapport développe les principaux enseignements suivants :

- le Mexique est un vaste marché qui se positionne parmi les premiers consommateurs mondiaux pour certaines des filières étudiées : 7^e consommateur mondial de poulet, 9^e pour le porc, 8^e pour le lait notamment ;
- la finalisation des négociations de l'accord entre l'Union européenne et le Mexique en 2020 ouvre les portes à la commercialisation au Mexique de certains produits et ingrédients laitiers (dont le fromage), de poulet, de porc et d'alimentation pour animaux domestiques. Plus que jamais, les conditions du marché sont favorables ouvrant de nouvelles opportunités pour les fournisseurs français voulant se faire connaître ;
- le principal partenaire commercial du Mexique reste, de très loin, les États-Unis. Bien qu'aucun changement drastique ne soit envisagé à l'avenir, le Mexique a manifesté son intérêt à réduire sa dépendance

vis-à-vis de son voisin. La guerre commerciale avec les États-Unis a mis en évidence l'impact de cette forte dépendance et a accentué chez les industriels mexicains leur intention de diversifier leurs fournisseurs.

L'étude comporte également une cinquantaine de fiches synthétiques par opérateur, rassemblant les informations clés issues des interviews avec les principaux acteurs des secteurs étudiés : activité, réseaux et zone de distribution, stratégie de développement, etc.

FLASHEZ
MOI





VÉGÉTARIENS ET FLEXITARIENS EN FRANCE EN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

L'étude a pour objectif de mesurer la part des végétariens et flexitariens, décrire leur profil, motivations et parcours afin de segmenter plus finement cette population et la situer dans l'ensemble des pratiques alimentaires des consommateurs français.

Méthodologie

L'étude s'appuie sur une enquête par sondage réalisée en octobre 2020 sur un échantillon de 15 000 personnes âgées de 15 à 70 ans, représentatif de la population française. Ce large questionnaire a permis d'obtenir une base robuste de 330 végétariens et plus de 3 500 flexitariens. Le questionnaire, administré en ligne, comprend des questions sur les pratiques alimentaires et notamment de consommation de différentes protéines animales, des questions d'auto-positionnement sur l'échelle des régimes végétariens, les questions de profil, de motivations et de difficultés, ainsi qu'un certain nombre de questions portant sur les attitudes à l'égard de l'alimentation et la consommation de viande.

Résultats

L'étude montre que le rapport à la viande évolue dans la population : 68 % des répondants pensent qu'on consomme trop de viande en France et 56 % que la production de la viande a un impact négatif sur l'environnement.

Toutefois, la part des régimes sans viande reste marginale : seuls 2 % des Français se déclarent végétariens, pescetariens (ne consomment pas de viande mais consomment du poisson) ou végétaliens. La part des flexitariens est plus importante (24 %). Par ailleurs, 8 % de la population déclarent limiter leur consommation de viande sans se considérer flexitariens. Cependant, la grande majorité des Français se considère « omnivore ».

Les végétariens et flexitariens partagent un profil féminin, urbain et diplômé. Ils sont surreprésentés dans les foyers célibataires ou sans enfant. Les végétariens sont plus jeunes que la moyenne, alors que les flexitariens sont relativement plus âgés. Les motivations pour limiter ou exclure la viande et autres protéines animales varient selon le type de régime adopté : le bien-être animal pour les végétariens, vé-

gans et pescetariens, la santé pour les flexitariens, le prix de la viande pour ceux qui limitent leur consommation de viande sans se considérer flexitariens. L'impact environnemental de la production de viande est également évoqué par l'ensemble des cibles, sans qu'il soit un critère différenciant.

Plus des trois quarts des végétariens, pescetariens et végétariens déclarent au moins une difficulté pour suivre leur régime alimentaire, notamment en ce qui concerne l'accès à l'offre (en magasin ou en restaurant) et les relations sociales (repas partagés, critiques de l'entourage).

La plupart des répondants (85 % des Français) n'envisagent pas de changer de régime. Ceux qui excluent ou limitent déjà la consommation de viande sont plus nombreux à vouloir aller plus loin.

L'étude montre avant tout une diversité des motivations. Pour mieux segmenter cette population hétérogène de consommateurs limitant ou excluant la viande dans leur alimentation, l'Ifop a mis en évidence 7 profils-types représentant environ 34 % de la population totale : les « financièrement contraints », les « âgés médicalement contraints », les « jeunes en rééquilibrage alimentaire », les « couples suiveurs », les « diplômées, dans l'équilibre », les « hyper sensibles » et les « couples militants ».

Conclusion

La variété des profils et des motivations rend aujourd'hui difficile les projections sur l'évolution du phénomène de déconsommation de viande en France. Un suivi dans le temps des différentes cibles, notamment chez les jeunes, s'impose pour permettre aux filières agricoles et agroalimentaires d'élaborer leurs stratégies.

FLASHEZ
MOI





ÉTAT DES LIEUX DES DONNÉES DE COÛTS DE PRODUCTION AGRICOLES ET DE LEURS MÉTHODES DANS LES FILIÈRES CONVENTIONNELLES ET SOUS SIQO



RÉSUMÉ

Objectifs

Un état des lieux complet des sources de données et des méthodes de production d'indicateurs de coûts, a été réalisé pour l'ensemble des productions agricoles conventionnelles, mais aussi pour les filières sous Signe Officiel d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), afin d'améliorer les indicateurs dont dispose l'Observatoire de la formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (OFPM) et de mieux appréhender l'accessibilité des données au niveau des SIQO pour l'observatoire économique des SIQO.

Méthodologie

L'étude qui s'est déroulée sur une année (2020-2021) a mobilisé 5 instituts techniques (IDELE, IFIP, ITAVI, ARVALIS, CTIFL) pour les filières porc, volailles, ruminants (lait et viande), grandes cultures, fruits et légumes et le Cabinet CERESCO pour les filières PPAM (Plantes à parfum et médicinales), vitiviniculture et horticulture. Une première phase « exploratoire », avec plus de 130 entretiens, a permis d'investiguer très largement les structures et outils

présents dans les différentes filières, de recenser les freins et les leviers à la mise en place d'indicateurs de coûts de production. Des études de cas approfondies ont également été réalisées pour décrire certaines initiatives d'intérêt. L'ensemble des informations récoltées ont été synthétisées dans 9 monographies de filières : porc, volailles (chair et ponte), aquaculture, ruminants (lait et viande), grandes cultures, fruits et légumes, PPAM (Plantes à parfum aromatiques et médicinales).

Résultats

L'indicateur de coût de production est une construction complexe et peut être utilisé en fonction de plusieurs objectifs :

- recherche pour éclairer des performances économiques (le cas échéant, se comparer) et progresser ;
- aide à la décision en permettant de mesurer l'impact d'un choc externe ;
- simulation en vue du développement de nouvelles productions ou de productions de niches sur l'exploitation ;
- optique « politique de filière » avec la mise en place d'indicateurs de référence au niveau national.

Différents types de structures sont impliqués dans l'élaboration de références. Quelle que soit la filière, on retrouve généralement les Instituts techniques, les acteurs du développement, les centres de comptabilité, les démarches d'entreprises (coopératives et privées), les interprofessions, des éditeurs de logiciels, l'INSEE et le SSP via le RICA. Les méthodes de calcul sont peu harmonisées et ces différences s'expliquent aussi par les différences de finalités des indicateurs développés ; la taille des échantillons impacte directement la représentativité des références produites ce qui complexifie la mutualisation de la collecte.

Il n'existe à ce jour aucun standard normalisé du calcul de coût de production ; l'étude montre ainsi les différences de calcul selon les filières (rémunération de l'exploitant, du capital, etc.) et les charges prises en compte. Les freins à l'élaboration des coûts de production sont recensés ; ils sont le plus souvent techniques : taille de l'échantillon, absence de standard ou stratégiques (certains représentants professionnels étant rétifs à la diffusion craignant une réduction de leur capacité de négociation commerciale). Des solutions sont proposées : collecter davantage de données, faire en sorte qu'elles soient communes aux opérateurs, élaborer des standards de calcul.

Enfin 9 monographies de filières détaillent les différents dispositifs de collecte et de calcul d'indicateurs, les méthodes de calcul, les usages qui sont faits des indicateurs et les éventuels freins à leurs mises en place.

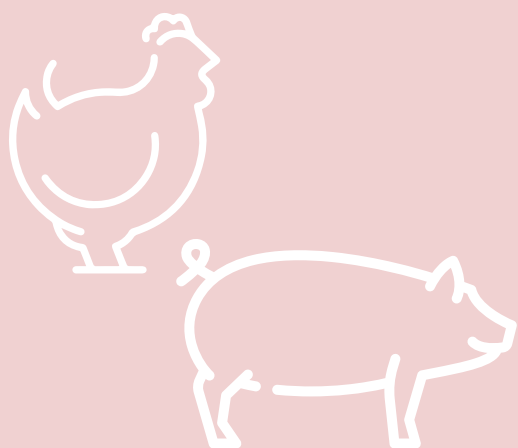
Conclusion

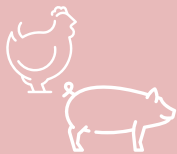
Les nouveaux usages qui apparaissent soulignent l'intérêt croissant pour l'indicateur du coût de production et la nécessité d'en maîtriser les contours. En effet, deux enjeux montent en puissance et impliquent une « mutualisation du risque » donc une meilleure prise en compte des coûts : sécuriser les volumes de production en pérennisant les exploitations des filières émergentes ou en phase de décapitalisation d'une part, accélérer les changements de pratiques pour répondre aux enjeux sociétaux ou climatiques d'autre part. Le rôle des pouvoirs publics pourrait être de soutenir des systèmes d'interopérabilité « publics ».

FLASHEZ
MOI



VIANDES BLANCHES





PANORAMA DE LA CONSOMMATION ET DE LA DISTRIBUTION DES PRODUITS DU PORC



R É S U M É

Objectifs

L'étude poursuit trois objectifs :

- réaliser un état de l'art des connaissances de la consommation des produits du porc mettant en avant les différences conceptuelles et pratiques qui séparent les différentes approches ; définir les flux manquants et voir comment y remédier ;
- recenser les flux de produits afin d'analyser dans quelle mesure les coproduits ou résidus générés, viennent modifier la lecture du disponible à la consommation ; effectuer une estimation des flux de produits par type de pièces primaires, mesurer le niveau de validité de ces données ;
- examiner les flux de ressources par type de pièce primaire de découpe (longe, jambon, poitrine, épaule) et leur évolution dans la chaîne de transformation alimentaire en prenant appui sur l'analyse des flux de matière ; évaluer l'incidence des flux sur la valorisation des pièces primaires dans un contexte de croissance des produits de mélange.

Méthodologie

L'étude, qui porte sur l'année 2018, a été

bli, dans une première phase, des éléments de cadrage sur la consommation des produits du porc à partir de données descriptives tirées des statistiques nationales ou européennes, et des enquêtes publiques ou privées représentatives. Leurs complémentarités et leurs différences sont analysées afin d'évaluer la robustesse des données et d'identifier les couples produits marché nécessitant des investigations plus poussées. Une enquête métiers semi-quantitative a ensuite été conduite auprès de plus de 50 professionnels (abatteurs découpeurs, industriels en charcuterie salaison, enseignes de la distribution, chaînes de restauration, etc.). Celle-ci a été couplée à une analyse de l'offre des produits traiteurs et des produits multi-espèces.

Résultats

La fraction destinée à la consommation humaine est estimée à 1,8 Mt soit de l'ordre de 65 % des 2,7 Mt de porc poids vif. Au sein de la fraction comestible, la part de produits nobles issus de pièces primaires est estimée à 1,3 Mt et celle absorbée par les produits de mélanges issus

des procédés de transformation des pièces primaires à environ 500 kt, soit respectivement environ 72 % et 28 %. Dans un contexte de réduction de la consommation des produits du porc, malgré la grande variabilité de ses composants et les difficultés de suivi qui en découlent, l'étude permet d'affirmer qu'une part croissante de produits issus de pièces primaires est absorbée par les produits de mélange (en particulier saucisses et saucissons).

Dans le détail pour chacune des pièces primaires, les flux relatifs à l'origine et la destination des produits sont évalués. Ainsi en jambon, le disponible issu de la ressource française ne permet pas l'autosuffisance avec un poids des importations évalué à plus de 30 %. Les principaux marchés de destination sont la consommation à domicile (environ 75 % du marché), devant le circuit du hors domicile avec environ 16 % du marché. L'épaule constitue un gisement important pour les produits de mélange notamment au travers de la saucisserie, une autre partie étant portée par la viande fraîche sous diverses formes pour une consommation à domicile et hors domicile. En revanche, la part en salaison cuite est relativement peu importante (moins de 20 %), destinée notamment à la restauration hors domicile. L'essentiel de la longe (plus de 80 %) est transformé par les laboratoires des grandes surfaces avec une domination des côtes, produits d'appel devant les rôtis et filets. Les poitrines sont majoritairement traitées en salaison pour y être transformées en lardons. Alors que le marché des produits traités croît régulièrement d'environ 1 % par an en volume selon les données du panéliste IRI, une part de plus en plus réduite (environ 70 kt) absorbe les produits du porc sous la forme de produits alimentaires intermédiaires (PAI).

Au global de la consommation des produits du porc, les marchés sont estimés (avec une incertitude de 20 %) à 1,4 Mt pour la consommation à domicile, 250 kt pour la restauration hors domicile et moins de 15 kt pour les circuits de vente alternatifs. La reconstruction spatiale des flux de production, d'échanges, de transformation et de consommation est présentée par l'étude sous la forme de diagrammes de Sankey.

Conclusion

Dans un contexte de reconfiguration des circuits de distribution et de fragmentation de l'offre des produits du porc, la présente étude permet de mieux quantifier les différents marchés et d'en optimiser le suivi. Elle fournit en particulier une première estimation de l'origine et de la destination des différents volumes de matière à l'intérieur de la filière.

Toutefois, il apparaît nécessaire de perfectionner la méthodologie mise en œuvre, afin d'une part d'affiner l'estimation des flux de produits porcins dans les différents débouchés et d'autre part d'assurer la reproductibilité de cette méthode. FranceAgri-Mer a donc décidé, en partenariat avec l'interprofession INAPORC, d'approfondir ces éléments dans une nouvelle étude, ayant pour objet la cartographie des flux des produits du porc en France.

FLASHEZ
MOI





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2020, PERSPECTIVES 2021



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2021, l'unité Élevage de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2020, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte sur les marchés français, européen et mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2021.

Méthodologie

Ce document couvre les filières viandes : filières gros bovins, veaux, ovins, porcs, volailles de chair, ainsi que les filières lait : lait de vache (dont biologique), lait de brebis, lait de chèvre.

Les données utilisées sont de sources diverses : FranceAgriMer pour les cotations animales, les prix des produits laitiers, le prix du lait, la collecte de lait, les fabrications de produits laitiers, Agreste – SSP pour les abattages, Eurostat et la douane française pour le commerce extérieur, la Commission européenne pour les don-

nées de production, abattages, fabrications, prix... des 27 autres États membres, l'USDA pour les données de prix mondiaux, etc.

Pour certaines sources fournissant des données mensuelles, l'année complète n'était pas disponible à date de parution du bilan : des estimations ont été faites pour le ou les mois manquants.

Sur les parties concernant le marché européen, le bilan 2020 a été fait à l'échelle de l'UE à 28 mais les prévisions portent sur l'UE à 27 (hors Royaume-Uni).

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2020 en France sont les suivants :

- en viande bovine, la demande en hausse notamment pour la viande hachée a permis de soutenir les cours des vaches alors que ceux des jeunes bovins ont pâti d'une raréfaction des débouchés. Le solde des échanges de viande s'est amélioré grâce à une diminution des importations ; la part de la viande française dans la consommation nationale a progressé ;
- la crise sanitaire a fortement perturbé la filière veau de boucherie : le surplus

d'offre par rapport à la demande nationale a entraîné un repli des cours des veaux de boucherie et un développement des exportations de petits veaux ;

- dans la filière viande ovine, la cotation des agneaux lourds a diminué avant Pâques en raison du confinement et du bouleversement des débouchés. La tendance s'est inversée ensuite grâce à la reprise de la demande (Ramadan, réouverture de la RHD) puis de la faiblesse de l'offre, et la cotation a atteint des niveaux historiquement hauts ;

- la production porcine a progressé malgré la diminution du cheptel. La demande de la Chine, confrontée à la peste porcine africaine, a tiré les exportations de la France et le solde des échanges français a progressé en 2020 ;

- la pandémie de la Covid-19 a affecté les filières volailles : la production s'est repliée et les exportations de poulet, dinde et canard ont été impactées par le ralentissement du marché intra-européen. Les importations françaises ont diminué, entraînant une légère amélioration du déficit commercial ;

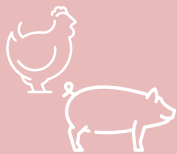
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable en moyenne en 2020 mais a été freinée au printemps face à la réduction des débouchés. Les fabrications de produits de grande consommation ont progressé pour répondre à la demande des ménages et les importations ont diminué ;

- la collecte de lait de brebis a augmenté, ce qui a profité aux fabrications de produits ultra-frais, alors que celles de fromages ont été stables. La demande a été tirée par les achats des ménages ;

- dans la filière lait de chèvre, la collecte s'est développée et les importations ont été fortement freinées pour limiter la hausse des disponibilités totales pour l'industrie laitière. Le prix du lait de chèvre a progressé.

FLASHEZ
MOI





VALORISATION DE LA VIANDE DE POULE



RÉSUMÉ

Objectifs

La filière française des poules de réforme est soumise à des perturbations régulières de son marché. Elle dépend en effet d'un débouché majoritaire et incertain : l'Afrique subsaharienne. Lorsque les frontières de ces pays se ferment (embargos sanitaires, troubles géopolitiques), le cours de la poule de réforme est soumis à de fortes baisses, ce qui pénalise in fine les éleveurs et les abatteurs.

Cette étude vise à obtenir une meilleure connaissance de la structuration de cette filière et de son fonctionnement dans un premier temps, pour envisager dans un second temps l'intérêt et la faisabilité de nouveaux débouchés pour la viande de poule.

Méthodologie

L'étude s'est appuyée sur une description des flux de matière et de valeur au sein de la filière ainsi que sur une cartographie des acteurs du maillon abattage et de la demande. À chaque étape, différentes sources de données (douane française, performances techniques et coûts

de production ITAVI, etc.) ont été mobilisées, complétées d'une analyse bibliographique.

Une approche qualitative a également été conduite de manière transversale. Une série d'entretiens d'experts a été réalisée afin de qualifier les enjeux autour de l'offre et de la demande : représentants institutionnels en France et dans l'Union européenne, acteurs du marché français de la poule de réforme (abattoirs et négociants), acteurs de la demande (ingrédients, plats préparés, charcuterie, restauration collective, équarrissage, pet food). Afin de dégager des pistes d'actions pour une meilleure structuration de la filière, des groupes de travail (focus groups) réunissant des experts et acteurs de la filière ont été conduits.

Résultats

Le marché de la viande de poule est caractérisé par une volatilité tant sur les approvisionnements – puisque dépendants du marché des œufs – que sur les débouchés fortement exposés aux marchés étrangers. Cette double volatilité ainsi que la concurrence d'opérateurs européens ont

conduit à des difficultés sur le marché de la poule de réforme français. Plusieurs problématiques liées aux approvisionnements en matière première impactent significativement la valorisation potentielle des poules de réforme : les rendements matières et la planification de la production.

La transformation de poule en France est structurée autour de 3 entreprises spécialisées traitant environ 75 % des volumes français et localisées dans le Grand Ouest. En revanche, dans les régions Hauts-de-France et Auvergne-Rhône-Alpes, la situation est déséquilibrée. De plus, la transition de l'élevage en cage vers l'élevage alternatif (lots plus petits, développement de l'offre hors Grand Ouest) que connaît la filière des œufs modifie la structuration de l'offre en poule de réforme.

La vente des poules de réforme représente de 20 % à 30 % du revenu final de l'éleveur une fois les charges d'élevage affectées à la production principale d'œufs. Or 70 % de la viande de poule produite en France est exportée vers l'Afrique subsaharienne, débouché volatile et fortement concurrentiel. Le marché français du frais pour le commerce de détail reste un petit débouché, stable voire en recul. Des opportunités sont cependant à saisir en restauration et en produits intermédiaires pour l'industrie agroalimentaire. Certaines propriétés organoleptiques de la viande de poule peuvent être utilisées comme leviers afin de permettre sa valorisation (bonne valeur nutritionnelle, bonnes propriétés de conservation). Sept catégories d'utilisateurs potentiels de viande de poule ont été questionnées : ingrédients pour le BtoB (cubes, poudres...), charcuterie - salaison, plats préparés, bouillons - potages, restauration collective, valorisation des coproduits (renderer), alimentation animale. Il en ressort que la viande de poule et ses caractéristiques sont méconnues de ces utilisateurs potentiels tant du point de vue technologique, sanitaire que nutritionnel, tandis que la présence de traces d'œufs (allergène) est un frein technologique intrinsèque à la matière première.

Conclusion

Le critère « prix » reste essentiel pour les différents acteurs de la demande, notamment en comparaison de la volaille de chair (poulet, dinde principalement). L'industrie alimentaire est en effet un utilisateur significatif de poulet importé avec lequel la viande de poule française est de moins en moins compétitive compte tenu des rendements matières. Ainsi une coordination accrue amont/aval, notamment sur la connaissance des disponibilités dans le temps et la qualité des lots, serait de nature à redonner de la compétitivité au maillon abattage-transformation tout en assurant un débouché pérenne pour les éleveurs français et réduire les coûts transactionnels.

FLASHEZ
MOI





CONSUMMATION

La consommation de viande en France en 2020

En 2020, la consommation apparente de viande, calculée par bilan, se contracte globalement de 1,5 % sur un an et de 1,7 % en moyenne par habitant. La consommation de viande de boucherie recule de 2,1 %. La consommation de volaille résiste (+ 0,3 %), tirée par la bonne tenue de la viande de poulet et de dinde et le net recul de la consommation de canard dans le contexte sanitaire. Conséquence des confinements et de la fermeture d'une grande partie de la restauration hors foyer, la part des importations de viande dans la consommation globale recule, quelle que soit la filière. À l'inverse, les achats de viande par les ménages augmentent fortement en 2020. Les achats de viandes de boucherie (y compris jambons et charcuteries), fraîches et surgelées, progressent nettement (+ 6,7 %), à l'inverse des baisses des années précédentes. Les viandes de volailles fraîches et surgelées, tout comme les élaborés de volaille, affichent des hausses inédites des volumes achetés (respectivement + 8,9 %, + 18,9 % et + 10,8 %).

En 2020, la consommation totale de viande calculée par bilan recule pour la seconde année consécutive

En 2020, pour la seconde année consécutive, la consommation totale de viande, calculée par bilan, ou mise à disposition sur le marché intérieur, recule sur un an (- 1,5 %) (graphique 1 - tableau 1). Ce repli global correspond à une baisse de la consommation moyenne de viande par habitant (- 1,7 %), qui passe de 86,0 kg par habitant en 2019 à 84,5 kg par habitant en 2020.

La consommation de viande de boucherie recule de 2,1 %. Ce net repli s'inscrit dans le contexte particulier de la crise sanitaire mais aussi de la tendance à la baisse enregistrée ces dix dernières années (- 0,4 % en moyenne par an entre 2010 et 2019. La part dans la consommation

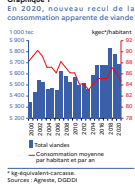
totale de viande perd ainsi cinq points (87,1 % en 2020, contre 92,0 % en 2010).

La consommation de volaille de chair, quant à elle, résiste plus modérément (- 0,3 % sur un an), conséquence d'évolutions contrastées entre filières. Malgré l'augmentation du nombre de repas pris à domicile, la fermeture de la restauration hors foyer a pesé sur la consommation de volaille, après 20 ans de croissance ininterrompue.

Les mesures prises pendant la crise de la Covid-19 expliquent en grande partie la baisse de la consommation (graphique 2).

Graphique 1

En 2020, nouveau recul de la consommation apparente de viande



* kg équivalent carcasse
Source : Agreste, DSDO1

LA CONSUMMATION DE VIANDE EN FRANCE EN 2020



RÉSUMÉ

30

Objectifs

Cette note de conjoncture, réalisée conjointement par FranceAgriMer et le SSP (ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation), a pour but d'explicitier les évolutions de la consommation de viande en France en 2020, en abordant les aspects consommation par bilan et achats des ménages pour leur consommation à domicile.

Méthodologie

L'analyse de la consommation de viande regroupe trois types d'informations : la consommation mesurée par bilan, les achats des ménages pour leur consommation à leur domicile et la consommation hors domicile (CHD). Sur cette dernière partie, peu de données sont disponibles ; la CHD n'est pour cette raison pas abordée dans cette publication.

La consommation calculée par bilan reprend l'ensemble des utilisations de viande pour l'alimentation humaine sur le territoire national (métropole et Dom). Elle est mesurée en équivalent-carcasse et inclut par construction toutes les viandes

consommées en France, vendues en l'état aux ménages, aux fabricants de plats préparés ou à la restauration hors domicile. Elle est calculée à partir des abattages, desquels sont déduites les entrées en stocks et les exportations et sont additionnées les viandes importées et les sorties de stocks.

Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs (métropole hors Corse) et concernent uniquement les quantités achetées pour la consommation au domicile principal (hors résidence secondaire ou autre logement comme en période de vacances) et les sommes dépensées correspondantes. Les résultats obtenus sont redressés et extrapolés à l'ensemble de la population.

Résultats

La crise sanitaire de 2020 a provoqué une hausse inédite de la consommation alimentaire des ménages à domicile (+ 1,5 % en volume par rapport à 2019), en rupture avec les baisses observées en 2018 et 2019, et qui a culminé pendant le 1^{er}

confinement. Elle s'explique par le report des repas habituellement pris hors domicile vers le domicile.

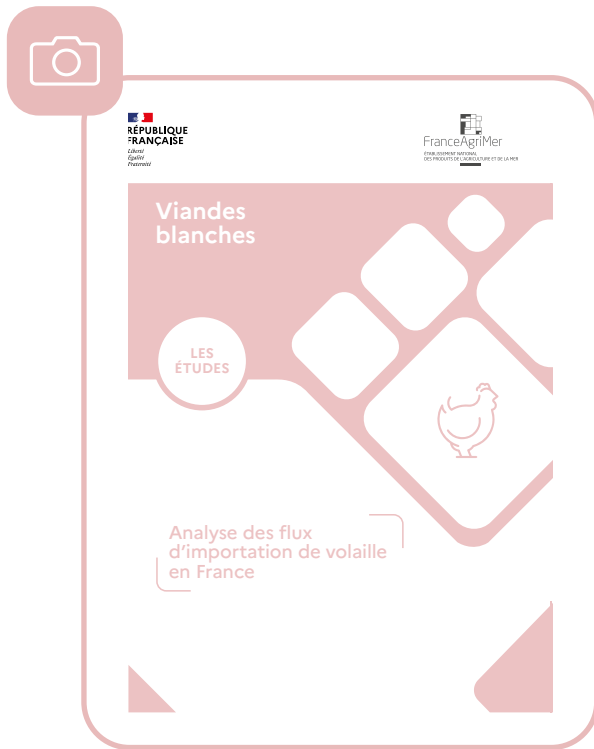
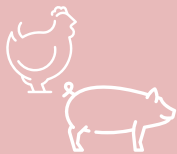
En 2020, la consommation totale de viande calculée par bilan a reculé pour la 2^e année consécutive (- 1,5 %). Ce repli est dû à la baisse de 2,1 % de la consommation de viande de boucherie. La consommation de volaille de chair a fléchi plus modérément (- 0,3 %), conséquence d'évolutions contrastées entre filières : la consommation de viande de poulet et de dinde s'est bien tenue alors que celle de canard s'est nettement repliée. L'année a été marquée par les confinements et la fermeture de la restauration collective et commerciale une grande partie de l'année, qui ont entraîné un repli des importations de viande par rapport à 2019. La conséquence est une augmentation de la part de la viande française dans la consommation calculée par bilan.

La tendance baissière des achats des ménages des cinq dernières années s'est arrêtée en 2020, suite au report des volumes habituellement consommés en restauration hors domicile vers le domicile. Les viandes de boucherie et les volailles ont été concernées par cette augmentation, qui s'est accompagnée d'une hausse du prix moyen d'achat, plus marquée pour les viandes de boucherie que pour les volailles.

La croissance des volumes a été particulièrement marquée au moment du 1^{er} confinement au printemps et dans une moindre mesure au moment du 2^e confinement de l'automne. Certains segments ont été très porteurs, comme la viande hachée de bœuf, les découpes de poulets, les élaborés de volaille, produits simples à préparer et relativement peu onéreux. Enfin, la crise sanitaire a accéléré le développement du circuit online, avec des croissances tous les mois de l'année et allant de + 60 % à + 120 % lors des mois de confinement.

FLASHEZ
MOI





ANALYSE DES FLUX D'IMPORTATION DE VOLAILLE EN FRANCE



RÉSUMÉ

Objectifs

Depuis les années 2000, plusieurs pays européens ont consolidé leur appareil de production dans la filière volaille de chair et ont gagné en compétitivité. Ainsi, la France est progressivement devenue un marché d'importation. Sa part d'importation progresse rapidement ; elle a atteint 35 % en 2015 contre 14 % en 2000. La hausse de ces importations est principalement imputable à la multiplication par quatre des importations de viande de poulet. Cette étude vise à caractériser l'évolution des flux d'importation de volaille entre 2015 et 2019 en fonction des débouchés (vente au détail, industrie et restauration) afin de permettre aux opérateurs de mettre en place des actions conduisant à la diminution de la part des importations de volaille en France et aux gains des parts sur le marché intérieur.

Méthodologie

L'étude s'est appuyée sur une analyse quantitative de données issues de diverses sources (SSP, Semmaris, Eurostat, Synalaf, Adepa, Fict) ainsi que des en-

tretiens avec des professionnels (acteurs et grands clients de l'industrie de l'abattage-découpe-transformation). Les recoupements entre ces différentes sources ont permis d'estimer la répartition des flux d'importation entre les trois débouchés principaux (vente au détail, industrie et restauration).

Résultats

Si on compare les flux d'importation de volaille en France entre l'année 2015 et l'année 2019, on constate une augmentation des importations européennes de viande de volaille sur le marché français qui atteignent 39 % en 2019, contre 35 % en 2015. Les deux principaux débouchés de ces importations sont la vente au détail et l'industrie. Sur le circuit de la vente au détail, on constate une augmentation des importations. En effet, d'une part les hard discounteurs restent significativement importateurs même si les achats en grande distribution de produits d'origine française restent importants en viande réfrigérée. D'autre part, pour les élaborés, l'origine Union européenne reste privilégiée pour des raisons de pression sur les

prix. Par ailleurs, sur le circuit de l'industrie, le taux de pénétration des importations n'a pas varié, mais les volumes utilisés ont augmenté, en lien avec le développement de la consommation de produits transformés. Quant au débouché de la restauration, l'importation reste importante, bien qu'en diminution en 2019 par rapport à 2015, malgré les actions entreprises par les professionnels. En restauration commerciale, l'import est toujours présent, mais l'origine Union européenne est privilégiée au détriment des pays tiers.

Les flux d'importation restent donc très importants sur tous les débouchés. Face à ce constat, la filière française doit poursuivre ses efforts (concentration, outils dédiés à l'industrie, souche) afin d'améliorer sa compétitivité prix, puisque les produits français restent 15 à 30 % plus chers que les produits importés.

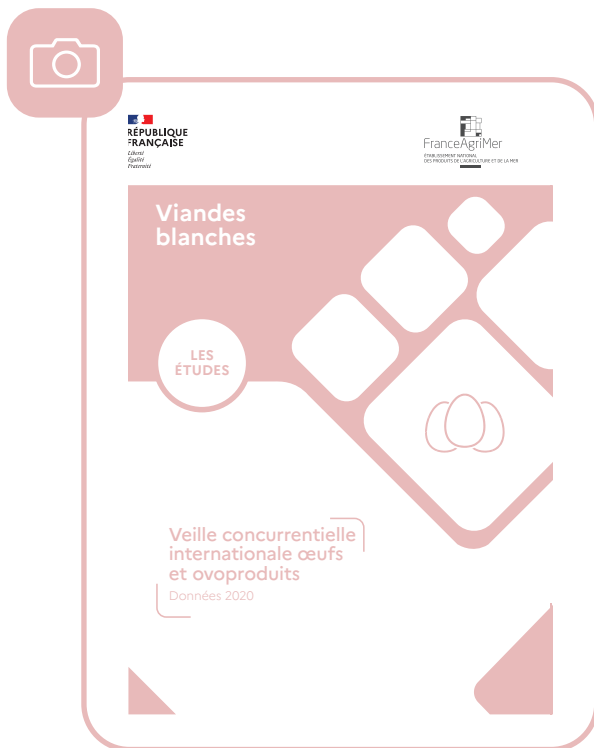
Des progrès sont d'autant plus nécessaires que les autres pays européens, déjà plus compétitifs, poursuivent leur développement ; ainsi leurs parts de marché se maintiennent ou progressent. Dans ce contexte, la filière française doit être attentive au développement du cahier des charges du European Chicken Commitment (ECC) qui crée de l'incertitude sur les développements futurs du marché français. Enfin, les opérateurs français doivent être particulièrement vigilants à la baisse du marché de la viande réfrigérée au détail, où l'origine France est bien représentée, mais qui ne comptera plus à court-moyen terme que pour la moitié du marché français.

Conclusion

L'augmentation des flux d'importation a donc poursuivi sa hausse entre 2015 et 2019, malgré une diminution des importations sur le circuit de la RHD. Pour les opérateurs, la maîtrise des flux d'importation reste donc une priorité. Afin de mieux se positionner sur le marché français, l'enjeu majeur pour les opérateurs nationaux est de continuer les efforts entamés afin de gagner en compétitivité au niveau du prix et d'intensifier la communication sur les qualités techniques de la viande de volaille française.

FLASHEZ
MOI





VEILLE CONCURRENTIELLE INTERNATIONALE ŒUFS ET OVOPRODUITS DONNÉES 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle internationale sur le marché des œufs coquille et ovoproduits est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place pour suivre de manière cohérente dans le temps, les évolutions des facteurs affectant la compétitivité de la filière française par rapport à ses principaux concurrents.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points. La filière française est comparée à 16 pays concurrents à travers le monde dont la moitié de pays européens et l'autre moitié de pays significatifs sur les marchés mondiaux.

Résultats

Malgré la crise sanitaire qui a touché le monde en 2020, le classement par pays de la compétitivité des filières œufs coquille et ovoproduits est resté stable pour les 7 premières places, avec des scores assez proches. Cette stabilité s'explique par un impact généralisé de la Covid-19, notamment sur les indicateurs macroéconomiques et sur les échanges mondiaux qui dépendent en partie de la demande en restauration hors-domicile. Aux deux premières places, figurent les États-Unis et l'Argentine avec un score proche. Ces deux pays sont particulièrement bien positionnés sur les aspects de compétitivité-coût, bénéficiant d'une ressource abondante en matières premières destinée à l'alimentation des volailles. La Pologne et la France se situent respectivement aux 3^e et 4^e places du classement 2020. Les atouts de la filière polonaise résident dans des coûts de production les plus faibles des États membres de l'UE et une orientation export tournée vers des produits basiques pour un grand nombre de marchés européens. À l'opposé, les atouts de la filière française reposent sur

un marché intérieur porteur en valeur, mais également sur un positionnement des ovo-produits à valeur ajoutée leur permettant d'être présents sur de nombreux marchés dans et en dehors de l'Union européenne, compensant ainsi une compétitivité prix moyenne comparée à l'UE et inférieure comparée aux principaux exportateurs pays tiers.

Conclusion

L'analyse de la situation 2020 a mis en évidence l'impact de la crise sanitaire sur l'évolution de la compétitivité des filières œufs et ovoproduits avec des effets partagés par la majorité des pays étudiés dans la veille ; de ce fait peu d'évolutions en termes de compétitivité ont été constatées.

FRUITS ET LÉGUMES





Evaluation de l'aide à la modernisation des serres et des équipements dans les secteurs maraîcher et horticole

Projets Agricoles et Agroalimentaires d'Avenir (P3A)
Programme d'Investissement d'Avenir (PIA)

Période 2015-2017

Mars 2020

Unité Evaluation de FranceAgriMer

ÉVALUATION DE L'AIDE À LA MODERNISATION DES SERRES ET DES ÉQUIPEMENTS DANS LES SECTEURS MARAÎCHER ET HORTICOLE



RÉSUMÉ

38

Objectifs

Cette évaluation entre dans le cadre de la convention entre le Secrétariat Général pour l'Investissement (SGPI) et FranceAgriMer qui prévoit une évaluation des appels à projets confiés à l'établissement pour le compte du SGPI.

En plus de répondre aux questions évaluatives communément utilisées (pertinence, cohérence, efficacité, efficience), cette évaluation s'est attachée à interroger l'hypothèse de la diffusion de l'innovation depuis des exploitations leaders à des exploitations followers. En effet, l'aide au secteur qui précédait celle-ci était une aide de type « guichet », toute exploitation éligible était financée, alors que dans le cadre du PIA, c'est un appel à projets et seuls les meilleurs sont retenus et financés.

Des entretiens ont été réalisés par la Junior entreprise d'UniLaSalle Rouen auprès de bénéficiaires, de techniciens ayant accompagné les projets, de financeurs..., afin de recueillir des informations pour répondre à ces questions évaluatives. Cette aide a pris fin et n'a pas vocation à être reconduite.

Méthodologie

Données utilisées :

- données de gestion de ces appels à projets (données de la direction des interventions) ;
- entretiens menés auprès d'acteurs de la filière (bénéficiaires, techniciens, financeurs).

Méthodologie utilisée :

- analyse des bénéficiaires et de leurs projets, des modalités de sélection ;
- détermination des effets de l'aide.

Résultats

Des analyses, il ressort que les objectifs des exploitants convergent avec ceux de l'appel à projets (modernisation de l'outil de production, amélioration de l'impact environnemental, des conditions de travail...). D'un point de vue global, l'aide a contribué à accroître la compétitivité des exploitations notamment grâce au financement de projets innovants et ayant des objectifs d'économie d'énergie, d'eau et de baisse de l'utilisation des produits phytosanitaires. De l'évaluation du dispositif,

il apparaît un effet d'aubaine plutôt faible (16 %) et un effet de levier global important si l'on considère l'effet de levier partiel (66 %) et l'effet de levier pur (16 %). Il apparaît également que ce sont principalement les bassins de production dynamiques qui ont bénéficié de l'aide : Bretagne, Val de Loire et Sud-Ouest.

En ce qui concerne la diffusion de l'innovation au sein des filières, l'aide du P3A a été un réel levier et l'information sur les projets qui ont été réalisés a bien circulé. Elle satisfait donc à ses objectifs de permettre à des exploitations leaders d'investir dans du matériel très innovant et de servir de modèle à des exploitations followers qui pourront apprécier les effets de ces investissements et les envisager à l'avenir. Cependant, mesurer le degré de diffusion des innovations selon la répliquabilité des projets financés au sein des filières reste complexe. De plus, l'évaluation souligne la difficulté pour certains acteurs (exploitants, techniciens) à appréhender la notion d'innovation.

Conclusion

En plus de répondre aux questions évaluatives standards, pertinence, cohérence, efficacité, efficience, cette évaluation a permis d'interroger et d'apporter des éléments de réponse à la question de la diffusion de l'innovation dans une filière, quand une politique publique aide les exploitations leaders du secteur.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2020

Étude réalisée par l'Institut CSA Research et financée par FranceAgriMer et Interfel.

Contexte et objectif :

L'année 2020, marquée par la crise sanitaire de la Covid-19 et deux périodes de confinement national, a contraint les Français à s'adapter à un nouveau quotidien. Face à cette situation inédite, ils ont donc pu être amenés à revoir leurs habitudes d'achats et de consommation alimentaire. C'est dans ce contexte particulier qu'a été menée la 2^{ème} vague du baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais, mis en place par Interfel et FranceAgriMer pour suivre dans le temps l'évolution de la confiance et des inquiétudes des Français envers les fruits et légumes frais qu'ils consomment.

Cette nouvelle vague a donc permis d'investiguer également cette année l'impact de la crise sanitaire sur cette catégorie.

Méthodologie :

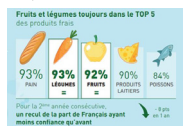
CSA Research a mené une enquête online du 27 novembre au 03 décembre 2020 - soit durant le 2^{ème} confinement national - auprès de 1 004 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus.

Principaux résultats :

Après un regain observé en 2019, un maintien de la confiance envers les fruits et légumes frais.

Au terme de cette année 2020 atypique, la confiance accordée par les Français aux fruits et légumes frais demeure très forte. Après avoir progressé l'an dernier, celle-ci est stable : 93 % des répondants indiquent avoir confiance envers les légumes et 92 % envers les fruits. Ce maintien est d'ailleurs confirmé en déclaratif puisque davantage de Français déclarent avoir plus confiance

qu'avant dans les fruits et légumes frais qu'ils consomment : 71 % vs 65 % en 2019. On observe en parallèle, depuis 2018, un recul important de la part de ceux qui indiquent avoir moins confiance qu'avant (- 16 pts en 2 ans).



... et un impact très limité de la crise sanitaire sur la catégorie

La crise sanitaire n'a donc pas ébranlé la confiance des Français envers la catégorie. Ils se montrent d'ailleurs relativement peu inquiets vis-à-vis d'une potentielle contamination au Covid-19.

4 Français sur 10 indiquent craindre une possible contamination en touchant des fruits et légumes frais, avec seulement 5 % qui se disent très inquiets. Cette crainte est encore plus limitée lorsqu'on les interroge sur une possible contamination en consommant ces produits.

En revanche, le contexte est favorable aux fruits et légumes d'origine France dont la confiance déclarée se renforce : 16 % des Français déclarent avoir plus confiance qu'avant envers ces produits. D'ailleurs, 9 répondants sur 10 indiquent avoir privilégié les fruits et légumes frais d'origine France depuis le début de la crise sanitaire pour soutenir les producteurs français.

BAROMÈTRE DE CONFIANCE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN 2020



RÉSUMÉ

40

Objectifs

Chaque année FranceAgriMer en partenariat avec Interfel, mesure la confiance que les français accordent aux fruits et légumes frais.

Méthodologie

CSA Research a donc reconduit ce baromètre en 2020 via une enquête online menée du 27 novembre au 3 décembre 2020 auprès de 1 004 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus.

Résultats

Au terme de cette année 2020 atypique, la confiance accordée par les Français aux fruits et légumes frais demeure très forte. Après avoir progressé l'an dernier, celle-ci est stable : 93 % des répondants indiquent avoir confiance envers les légumes et 92 % envers les fruits.

Ce maintien est d'ailleurs confirmé en déclaratif puisque davantage de Français déclarent avoir autant confiance qu'avant dans les fruits et légumes frais

qu'ils consomment : 71 % vs 65 % en 2019. On observe en parallèle, depuis 2018, un recul important de la part de ceux qui indiquent avoir moins confiance qu'avant (- 16 points en 2 ans).

La crise sanitaire n'a donc pas ébranlé la confiance des Français envers la catégorie. Ils se montrent d'ailleurs relativement peu inquiets vis-à-vis d'une potentielle contamination à la Covid-19. 4 Français sur 10 indiquent craindre une possible contamination en touchant des fruits et légumes frais, avec seulement 5 % qui se disent très inquiets. Cette crainte est encore plus limitée lorsqu'on les interroge sur une possible contamination en consommant ces produits.

En revanche, le contexte est favorable aux fruits et légumes d'origine France dont la confiance déclarée se renforce : 16 % des Français déclarent avoir plus confiance qu'avant envers ces produits. D'ailleurs, 9 répondants sur 10 indiquent avoir privilégié les fruits et légumes frais d'origine France depuis le début de la crise sanitaire pour soutenir les producteurs français.

Conclusion

La confiance parvient à se maintenir, et ce à un niveau élevé, malgré le contexte de crise sanitaire. Les craintes à ce sujet sont d'ailleurs peu marquées. Dans le même temps, l'inquiétude vis-à-vis des traitements chimiques continue de s'estomper, avec une actualité moins dense autour de ce sujet.

FLASHEZ
MOI





ACHATS DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS PAR LES MÉNAGES FRANÇAIS POUR LEUR CONSOMMATION À DOMICILE DONNÉES 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif général de ce bilan consiste en la mise à disposition d'informations sur les achats de fruits et légumes frais (hors pomme de terre) par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2020. Ce bilan vise particulièrement à mesurer l'évolution de l'activité du marché à la consommation des fruits et légumes frais et à réaliser un suivi des achats de fruits et légumes frais.

Méthodologie

Le panel Kantar Worldpanel mesure les achats de 12 000 ménages, dits ordinaires, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (grandes surfaces alimentaires, hard discount, primeurs, marchés, vente directe...).

Ce panel ne prend pas en compte la consommation dans le circuit hors domicile, ni celle réalisée par les ménages en vacances hors du domicile.

Résultats

Les principales évolutions par rapport à 2019 pour les achats de fruits et légumes frais sont les suivantes :

- après avoir connu une stabilisation en 2019, le prix moyen d'achat des fruits frais a fortement augmenté en 2020 (+ 9,7 %), du fait notamment des nombreux impacts liés à la crise sanitaire sur l'ensemble de la filière et de l'offre modérée en fruits d'été. Ainsi, les sommes dépensées en fruits frais par les ménages ont fortement augmenté (+ 12,6 %). Toutefois, malgré l'activité réduite de la restauration hors foyer (RHF) en 2020, les achats en volume ont connu une croissance modérée (+ 2,7 %) avec des achats de fruits « métropolitains » et d'agrumes en légère progression sur un an (respectivement + 2 % et + 2,1 %) et des achats de fruits exotiques en plus forte progression (+ 4,5 %) ;
- atteignant un niveau record en 2020, la progression des achats de légumes (y compris 4^e gamme) des ménages (+ 7,3 %) est d'abord passée par un développement des quantités achetées par acte (+ 6,7 %). Associées à une évolution sensible du prix moyen d'achat au kg (+ 5,1 %), ces évolu-

tions ont conduit la dépense des ménages à un niveau bien supérieur à ceux observés jusque-là (+ 12,8 %) ;

- en termes de circuits, le contexte atypique de 2020 a pénalisé les hypermarchés et les marchés qui ont perdu des parts de marché (respectivement - 2,6 points et - 1,4 point) quand les achats effectués « online », chez les primeurs, dans les magasins de proximité et dans les circuits spécialisés alternatifs (vente directe, magasins bio...) ont progressé ;

- le cœur de clientèle des fruits et légumes frais (sexagénaires et septuagénaires avec 45 % du volume des achats) a accru ses achats en volume mais de manière plus modérée (+ 2 %) que les sous-acheteurs (jeunes et familles avec bébé ou enfants, ainsi que familles avec adolescents ou jeunes adultes) qui sont les catégories qui ont le plus augmenté leurs volumes d'achat (+ 8 %).

Conclusion

Dans le contexte particulier de 2020, on note un niveau record, tant en volume qu'en valeur, des achats de fruits et légumes frais avec un développement spectaculaire des sommes dépensées guidées par une franche progression du prix moyen d'achat. Cependant, les parts de marché des fruits et légumes frais biologiques sont stables par rapport à 2019 (8 % en volume et 10 % en valeur) avec une progression qui a ralenti par rapport à la croissance des dernières années et qui s'est faite sur 2020 au même rythme que celle du total fruits et légumes frais.

FLASHEZ
MOI





PANORAMA STATISTIQUE DES FRUITS ET LÉGUMES TRANSFORMÉS - 2019

44



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cette publication est de regrouper l'ensemble des principales données statistiques 2019, de la production agricole aux différents marchés de commercialisation, des filières des fruits et légumes transformés.

Méthodologie

Les données sont issues d'un consortium d'expertise économique constitué de 10 organisations professionnelles ou interprofessionnelles représentatives de leurs filières et coordonné par l'ANIFELT. En plus des données de commerce extérieur de la douane française et de consommation des panels consommateurs et distributeurs, la grande majorité des données de production agricole et des données industrielles proviennent directement des organisations professionnelles.

Résultats

En 2019, la production agricole compte 15 000 exploitations agricoles pour un chiffre d'affaires agricole de 500 millions

d'euros. Au stade industriel, on dénombre 25 600 emplois directs regroupés au sein de 178 unités de transformation pour un chiffre d'affaires industriel de 4,23 milliards d'euros.

En ce qui concerne les légumes à destination de l'industrie, 1,3 million de tonnes sont récoltées et livrées aux usines. Parmi les principales productions de légumes à destination de l'industrie (hors tomates, champignons et maïs doux), on observe une augmentation du nombre de producteurs et de la surface cultivée par rapport à la moyenne 5 ans. Au niveau industriel, les fabrications de légumes surgelés sont sur une dynamique ascendante quand celles des légumes appertisés sont en recul. Concernant la tomate d'industrie, tous les indicateurs agricoles sont en recul (nombre de producteurs, surface cultivée, volumes récoltés). Les fabrications industrielles sont également mal orientées.

En ce qui concerne les fruits à destination de l'industrie, ils représentent 517 000 tonnes récoltées et livrées aux usines. Pour les principaux fruits à destinations multiples (pommes, poires etc.), les productions agricoles totales ont tendance à régresser par rapport aux besoins croissants de la

transformation. En termes de catégories de produits, les fabrications de compotes sont en croissance, celles de confitures sont stables alors que celles de fruits au sirop sont en recul.

En termes d'exportations de fruits et légumes transformés, celles-ci sont en croissance par rapport à la moyenne 2015-2018 mais le solde des échanges est largement négatif en valeur.

Enfin, la consommation est contrastée en fonction des produits. On note une diminution de la consommation de légumes en conserve chez les adultes français et une baisse de consommation des fruits au sirop alors que les compotes sont davantage consommées.

Conclusion

Les productions très diversifiées des fruits et légumes à destination de l'industrie occupent, en 2019, 137 000 hectares, soit 38 % des surfaces totales de fruits et légumes cultivées annuellement en France. Bon nombre des espèces produites sont exclusivement destinées à la transformation dont les procédés de conservation sont très divers (pasteurisation, appertisation, surgélation, confisage, etc.). Près de 550 000 tonnes $\frac{1}{2}$ brut de conserves ont été fabriquées dont 92 % sont des conserves de légumes et 8 % des conserves de fruits. La surgélation concerne essentiellement les légumes et s'élève à un peu plus de 370 000 tonnes. Enfin, on compte plus de 520 000 tonnes fabriquées en compote, en confiture ou en fruits confits.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2021

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la filière carotte en 2020 (données 2019)

Pays suivis : Royaume-Uni, Allemagne, France, Pays-Bas, Espagne, Belgique, Italie, Pologne

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche de forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédo-climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macro-économique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La

compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour la carotte en 2019 (sur 1000 points)



L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, notamment en comité de pilotage de l'étude.

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA FILIÈRE CAROTTE EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

46

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur).

Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

En 2019, les Pays-Bas reprennent leur place de leader à l'issue de l'analyse. Les volumes et surfaces de production progressent cette année pour atteindre 616 000 tonnes, sur 9 910 hectares cultivés. Les producteurs néerlandais bénéficient d'un bon niveau de rendement (62 t/ha), favorisé par de bonnes conditions climatiques et une production concentrée dans des exploitations de taille importante. Malgré une légère baisse des exportations, les Pays-Bas dominent largement les marchés et ont exporté 441 000 tonnes en 2019, ce qui les positionne comme le 2^e exportateur mondial après la Chine.

La France arrive 3^e pour la campagne 2019, après une année 2018 plus compliquée qui l'avait vu rétrograder à la 5^e place. Différents travaux de recherche portent sur le désherbage mécanique, pour pallier les difficultés de maîtrise des adventices. La réglementation phytosanitaire stricte et l'interdiction de certaines matières actives sont très contraignantes pour les producteurs.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la carotte - données 2019 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2021

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la filière fraise en 2020 (données 2019)

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Maroc, Pays-Bas.

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche de forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédo-climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macroéconomique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La

compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting.

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, notamment en comité de pilotage de l'étude.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour la fraise en 2019 (sur 1 000 points)



En haut du podium depuis la mise en place de la veille concurrentielle en

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA FILIÈRE FRAISE EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité de différents pays, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

À l'issue de l'analyse selon les différents axes, la France se situe en cinquième position du classement. Elle dispose d'un bon potentiel de production avec une belle diversité variétale et une production majoritairement haut de gamme. Ses rendements restent relativement bas par rapport aux autres pays (18 t/ha), mais sont en progression par rapport à l'année précédente. La part de surfaces bio est significative (7,4 %) et la filière dispose de plusieurs SIQO pour ses productions de fraises. La recherche scientifique est assez active et des projets intéressants sont menés sur les questions de lutte biologique.

Les consommateurs français semblent fidèles à la fraise française et de saison ce qui est un atout pour la filière. Néanmoins, la production reste en deçà de la demande (52 % de la consommation domestique assurée par la production nationale) et le pays reste donc fortement dépendant des importations.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la fraise - données 2019 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2021

Analyse de la compétitivité du marché euro-méditerranéen des filières pêche-nectarine en 2020 (données 2019)

Pays suivis : Espagne, France, Grèce, Italie, Turquie

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche des forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédo-climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macro-économique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting. L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, notamment en comité de pilotage de l'étude.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour la pêche-nectarine en 2019 (sur 1000 points)



Depuis près de 10 ans, l'Espagne arrive en tête de cette veille concurrentielle, et l'écart avec les autres pays tend à s'accroître. La production espagnole représente 32,6 % des pêches nectarines récoltées sur la zone Europe / Turquie. La production continue à progresser, mais les surfaces sont en recul en 2018 et 2019, après plusieurs années de hausse. La filière a

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ DU MARCHÉ EURO-MÉDITERRANÉEN DES FILIÈRES PÊCHE-NECTARINE EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur).

Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

Depuis près de 10 ans, l'Espagne arrive en tête de cette veille concurrentielle, et l'écart avec les autres pays tend à

s'accroître. La production espagnole représente 32,6 % des pêches nectarines récoltées sur la zone UE et Turquie. La production continue à progresser, mais les surfaces sont en recul en 2018 et 2019, après plusieurs années de hausse. La filière a développé des variétés adaptées à son climat (besoin en froid limité) et précoces lui permettant d'accéder aux marchés export avant les autres producteurs. Le développement de la pêche plate engagé depuis plusieurs années semble ralentir. Par ailleurs, la stratégie de développement sur les marchés export, basée sur une offre à bas prix, semble voir ses limites.

La France consolide sa position de second. Après des années de baisse, la surface de vergers français en pêches-nectarines se stabilise (9 000 ha) et la production progresse, pour s'établir à 203 000 tonnes. La filière favorise les variétés haut de gamme pour se différencier de ses concurrents et offrir une meilleure rémunération à ses producteurs. La France n'est néanmoins pas autosuffisante en pêches-nectarines et recourt largement à l'importation, en provenance d'Espagne principalement. Si la balance commerciale se stabilise, elle

reste néanmoins largement déficitaire, même si la consommation est assez limitée (5 kg/an/habitant). Principal handicap des filières fruits et légumes en France, le coût de la main-d'œuvre pèse sur les coûts de production des arboriculteurs.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la pêche-nectarine – données 2019 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2021

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la pomme en 2020 (données 2019)

Pays suivis : Afrique du Sud, Allemagne, Belgique, Chili, Chine, États-Unis, France, Italie, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne, Turquie

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche des forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédo-climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macro-économique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting.

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, notamment en comité de pilotage de l'étude.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour la pomme en 2019 (sur 1000 points)



Le trio de tête demeure inchangé en 2019, le Chili, la Nouvelle-Zélande et l'Italie restent sur le podium. Cependant, le Chili prend la 1^{re} position pour la première fois et passe ainsi devant la Nouvelle-Zélande, en tête depuis 2016.

Avec 1 660 000 tonnes produites en 2019, le Chili est le 8^{me} producteur de cette veille en

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA POMME EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

52

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur).

Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

À l'issue de l'analyse, les pays composant le podium restent inchangés en 2019 : Chili, Nouvelle-Zélande, Italie. Cependant, le Chili prend la 1^{re} position pour la première fois et passe ainsi devant la Nouvelle-Zélande, en tête depuis 2016.

La France conserve sa place et arrive septième position de ce classement. Les surfaces de pommiers français progressent depuis 2 ans. La France dispose d'une production haut de gamme bien développée, avec des variétés club et des pommes biologiques. De plus, la France dispose de nombreux pays clients et se situe à proximité des principaux importateurs. Cependant, les exigences réglementaires nationales strictes en matière de produits phytosanitaires et la main-d'œuvre relativement onéreuse pèsent sur les coûts de production et limitent la compétitivité nationale.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la pomme – données 2019 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2020

Analyse de la compétitivité sur le marché euro-méditerranéen de la tomate en 2020 (données 2019)

Pays suivis: Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Maroc, Pays-Bas, Pologne, Turquie

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche des forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- Les facteurs climatiques, phytosanitaires et énergie
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macroéconomique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La

compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting.

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, notamment en comité de pilotage de l'étude.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour la tomate en 2020 (sur 1000 points)



Les Pays-Bas arrivent en tête de cette analyse concurrentielle, loin devant la Belgique. La

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ EURO-MÉDITERRANÉEN DE LA TOMATE EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur).

Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

Les Pays-Bas arrivent en tête de cette analyse concurrentielle, loin devant la Belgique et l'Espagne. La filière est carac-

térisée par des cultures conduites intégralement sous abri et un niveau d'innovation technologique fort. La filière regroupe des exploitations de grandes tailles et des outils de production modernes, qui permettent au pays d'atteindre un rendement élevé (551 t/ha). La pression pathogène dans le pays est assez modérée, mais les maraîchers craignent le Tomato Brown Virus.

La France bénéficie de conditions climatiques favorables (peu de gel, bon ensoleillement, accès à la ressource en eau). Les surfaces de tomates se développent depuis quelques années, pour atteindre 5 800 ha. La production locale mise avant tout sur la qualité, et la diversité variétale ou encore le bio, en réponse aux attentes des consommateurs français. Cependant, la production nationale ne couvre que 66 % du marché français et contraint les professionnels du secteur à importer, principalement en contre-saison (de novembre à avril).

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la tomate – données 2019 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



• Juin 2021

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la filière chou-fleur et brocoli en 2020 (données 2019)

Pays suivis : Royaume-Uni, Allemagne, France, Pays-Bas, Espagne, Belgique, Italie, Pologne

Objectifs et méthodologie

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité.

Afin de permettre une meilleure approche de forces et faiblesses des concurrents en présence, l'analyse de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédo-climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière et le soutien public
- 6- L'environnement macroéconomique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La

compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting.

Principaux résultats

Classement final des filières nationales pour le chou-fleur et le brocoli en 2019 (sur 1000 points)



La France reprend la tête du classement en 2019, et devance l'Italie de seulement un point. Deuxième producteur de chou-fleur en Europe avec une récolte de 235 000 tonnes, la France bénéficie de conditions climatiques favorables, et ce particulièrement en

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA FILIÈRE CHOU-FLEUR ET BROCOLI EN 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

56

Objectifs

La veille concurrentielle est un outil collectif d'observation et d'analyse mis en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes pour comprendre et anticiper les évolutions de leur compétitivité.

Méthodologie

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en distinguant 6 axes, prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur).

Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

Résultats

La France reprend la tête du classement en 2019, et devance l'Italie de seulement un point. Deuxième producteur de chou-fleur en Europe avec une récolte de 235 000 tonnes, la France bénéficie de conditions climatiques favorables, et ce particulièrement en Bretagne, région qui concentre la majorité de la production. La récolte de chou-fleur de 2019 est en forte baisse par rapport à l'année précédente (- 11 %) ; c'est également le cas pour le brocoli. La prépondérance du chou-fleur (86 %), par rapport au brocoli (14 %) est une caractéristique de la filière française. En 2019, le rendement en chou-fleur est particulièrement faible et traduit notamment la récolte de calibres relativement petits. La France se positionne comme le 2^e exportateur européen, après l'Espagne et voit ses exportations progresser en 2019, ce qui lui permet de gagner quelques points de compétitivité. Bien placée sur le marché allemand, la France exporte aussi au Royaume-Uni, en Pologne et en Belgique.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour le chou-fleur et brocoli - données 2019
(sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes



Usages et attitudes des consommateurs à l'égard de la pomme de terre de primeur en 2021

Étude cofinancée par FranceAgriMer et le CNIPT et réalisée par le cabinet OpinionWay

Contexte et objectifs

2014 marque un nouveau tournant dans la réalisation de l'étude relative aux usages et attitudes des consommateurs vis-à-vis de la pomme de terre de primeur. La mise en place d'une nouvelle méthodologie a permis d'établir un nouveau point zéro de cette étude. Elle est depuis reconduite régulièrement notamment en 2019 et 2021.

L'étude réalisée par le cabinet OpinionWay pour le CNIPT et FranceAgriMer a pour objectif de mieux connaître et d'appréhender le comportement des consommateurs vis-à-vis de la pomme de terre de primeur. Cette étude vise à mesurer les habitudes de consommation et l'évolution de la perception de la pomme de terre de primeur par les consommateurs.

Les résultats permettent ainsi de répondre aux 3 points suivants

- 1- Faire un état des lieux des usages de la pomme de terre de primeur afin de :
 - déterminer le niveau de connaissance des pommes de terre primeurs (origine, saisons, caractéristiques...)
 - déterminer les évolutions dans les habitudes d'achat (fréquence, motivations, critères de choix...)

- 2- Évaluer l'image de la pomme de terre de primeur ainsi que ses forces et ses faiblesses par rapport aux pommes de terre classiques et aux légumes

- 3- Mesurer les évolutions depuis la première étude de 2014.

Méthodologie

L'étude a été réalisée en ligne, du 29 juin au 12 juillet 2021 auprès d'un échantillon de 1 027 individus représentatifs de la population française âgés de 18 ans et plus, responsables ou coresponsables des achats alimentaires. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne. L'échantillon est issu d'un panel initial représentatif des Français âgés de 18 ans et plus (selon la méthode des quotas sur les critères de sexe, d'âge, de CSP, de régions et de catégories de communes selon l'INSEE).

Une très bonne notoriété de la pomme de terre de primeur stable depuis 2019

94 % des Français connaissent la pomme de terre de primeur. Cette notoriété est moins marquée chez les plus jeunes. Ainsi, 89 % des 18-24 ans ont une bonne connaissance de la pomme de terre de primeur alors que 97 % des Français âgés de 65 ans et plus la connaissent. Elle est reconnue pour :

USAGES ET ATTITUDES DES CONSOMMATEURS À L'ÉGARD DE LA POMME DE TERRE DE PRIMEUR EN 2021



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude a pour objectifs de :

- 1- faire un état des lieux des usages de la pomme de terre de primeur afin de :
 - déterminer le niveau de connaissance de la pomme de terre de primeur (origine, saisons, caractéristiques...)
 - déterminer les évolutions dans les habitudes d'achat (fréquence, motivations, critères de choix...)
- 2- évaluer l'image de la pomme de terre de primeur ainsi que ses forces et ses faiblesses par rapport aux pommes de terre classiques et aux légumes ;
- 3- mesurer les évolutions depuis la première étude de 2014.

Méthodologie

Cette étude réalisée en ligne du 29 juin au 12 juillet 2021, auprès d'un échantillon de 1 027 individus représentatifs de la population française par le cabinet OpinionWay pour le CNIPT et FranceAgriMer vise à mesurer les habitudes de consommation et l'évolution de la perception de la pomme de terre de primeur par les consommateurs. En 2014, une méthodologie

a été élaborée qui a permis la mise en place d'un nouveau point zéro de l'enquête. L'étude usages et attitudes des consommateurs vis-à-vis de la pomme de terre de primeur est depuis reconduite régulièrement notamment en 2019 et en 2021. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne et est issu d'un panel initial représentatif des Français âgés de 18 ans et plus (selon la méthode des quotas).

Résultats

La pomme de terre de primeur bénéficie d'une très bonne notoriété, stable depuis 2019. En effet, 94 % des Français connaissent la pomme de terre de primeur. Ainsi, 89 % des 18-24 ans ont une bonne connaissance de la pomme de terre de primeur alors que 97 % des Français âgés de 65 ans et plus la connaissent. La pomme de terre de primeur est un légume dont l'origine France est majoritairement connue. Elle bénéficie d'une opinion très favorable auprès des consommateurs (moyenne de 8 sur 10), juste après les légumes frais. Cette image très positive résulte des caractéristiques reconnues par

le consommateur : produit de saison, de qualité, qui procure du plaisir et qui plaît à toute la famille. En revanche, ses qualités nutritionnelles sont encore méconnues. L'acte d'achat est ainsi en tout premier lieu motivé par le goût à 65 %, suivi par la fraîcheur à 42 % et la saisonnalité à 41 %. Au moment de choisir, les Français sont attentifs tout d'abord à l'origine (69 %). 33 % des 18-24 ans sont attentifs à l'emballage tandis que 5 % des 65 ans et plus le sont. Au moment de l'enquête, 62 % des Français (+ 1 % par rapport à 2019) affirment avoir acheté des pommes de terre de primeur au cours des 12 derniers mois, dont 44 % au cours des 4 dernières semaines. En revanche, la motivation liée à l'élaboration d'une recette adaptée perd 5 points et représente 21 %. Les non acheteurs n'en achètent pas parce qu'ils n'y pensent pas pour 32 % d'entre eux, tandis que 14 % affirment que leur magasin habituel n'en propose pas.

Conclusion

La pomme de terre de primeur séduit toujours les Français puisque 62 % en ont acheté et 50 % sur la période de pleine présence en magasin (début juin à début juillet). Cette part d'acheteurs est stable depuis 2016, ce qui montre un attachement durable pour un produit apprécié pour son goût, sa fraîcheur et son caractère saisonnier. Le prix reste un frein majeur pour augmenter la fréquence d'achat de même que l'absence de besoin (35 %, + 5 points) et le manque de présence à l'esprit (32 %).

FLASHEZ
MOI





RNM
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS

BILANS DE CAMPAGNE FRUITS ET LÉGUMES DU RNM



R É S U M É

Objectifs

Ces bilans ont pour objectif de décrire et d'analyser la dernière campagne d'un produit, de donner des informations économiques permettant de comprendre le marché et de situer la campagne par rapport aux campagnes précédentes ainsi que de positionner les produits origine France par rapport à des produits concurrents.

Méthodologie

Toute l'année, les enquêteurs du RNM, répartis sur toute la France métropolitaine dans 13 centres RNM hébergés au sein des DRAAF, enquêtent afin de recueillir des informations économiques sur l'évolution des marchés des fruits et légumes frais. Les enquêtes se font auprès des opérateurs professionnels à différents stades de commercialisation : stade production, expédition, importation, sur les marchés de gros et au stade détail. Les informations recueillies quotidiennement sur le terrain ou par téléphone permettent aux enquêteurs de publier chaque jour des informations écono-

miques sur les produits qu'ils enquêtent : cotations, prix au stade détail et conjonctures. Le recueil de ces informations au quotidien complété par des données de commerce extérieur et de consommation permet de faire une analyse du déroulé de la campagne.

Contenu d'un bilan

Une première partie recense les faits marquants qui ont émaillé la campagne de commercialisation. Ils peuvent porter, selon les produits, sur le niveau de l'offre, la disponibilité des variétés, l'évolution de la demande, les aléas climatiques, etc. Une seconde partie décrit précisément le déroulement de la campagne mois par mois, avec des informations concernant les différents bassins de production. Enfin en dernière partie, les données économiques importantes et les chiffres clés sont présentés sous forme de tableaux et de graphiques pour comprendre la situation des marchés et permettre de comparer le déroulé de la campagne à ceux des campagnes précédentes ou encore d'analyser la situation concurrentielle des produits français par rapport à d'autres ori-

gines. Sont ainsi présentés selon les produits : les volumes de production, le niveau des échanges à l'import ou à l'export, les cours à différents stades de commercialisation pour la France ainsi que pour d'autres pays de l'Union européenne et de pays tiers.

Produits concernés par l'étude

Fruits

Abricot
Banane
Cerise
Châtaigne et marron
Clémentine
Fraise
Kiwi
Noix
Pêche et nectarine
Poire
Pomme
Prune
Raisin

Légumes

Ail
Asperge
Artichaut
Carotte de conservation
Carotte primeur
Chou-fleur
Concombre
Courgette
Echalote traditionnelle
Endive
Laitues d'été
Melon
Oignon
Poireau
Pomme de terre de conservation
Salades d'hiver
Tomate
Truffe

FLASHEZ
MOI



VIANDES ROUGES





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2020, PERSPECTIVES 2021



RÉSUMÉ

64

Objectifs

En début d'année 2021, l'unité Élevage de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2020, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte sur les marchés français, européen et mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2021.

Méthodologie

Ce document couvre les filières viandes : filières gros bovins, veaux, ovins, porcs, volailles de chair, ainsi que les filières lait : lait de vache (dont biologique), lait de brebis, lait de chèvre.

Les données utilisées sont de sources diverses : FranceAgriMer pour les cotations animales, les prix des produits laitiers, le prix du lait, la collecte de lait, les fabrications de produits laitiers, Agreste – SSP pour les abattages, Eurostat et la douane française pour le commerce extérieur, la Commission européenne pour les don-

nées de production, abattages, fabrications, prix... des 27 autres États membres, l'USDA pour les données de prix mondiaux, etc.

Pour certaines sources fournissant des données mensuelles, l'année complète n'était pas disponible à date de parution du bilan : des estimations ont été faites pour le ou les mois manquants.

Sur les parties concernant le marché européen, le bilan 2020 a été fait à l'échelle de l'UE à 28 mais les prévisions portent sur l'UE à 27 (hors Royaume-Uni).

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2020 en France sont les suivants :

- en viande bovine, la demande en hausse notamment pour la viande hachée a permis de soutenir les cours des vaches alors que ceux des jeunes bovins ont pâti d'une raréfaction des débouchés. Le solde des échanges de viande s'est amélioré grâce à une diminution des importations ; la part de la viande française dans la consommation nationale a progressé ;
- la crise sanitaire a fortement perturbé la filière veau de boucherie : le surplus

d'offre par rapport à la demande nationale a entraîné un repli des cours des veaux de boucherie et un développement des exportations de petits veaux ;

- dans la filière viande ovine, la cotation des agneaux lourds a diminué avant Pâques en raison du confinement et du bouleversement des débouchés. La tendance s'est inversée ensuite grâce à la reprise de la demande (Ramadan, réouverture de la RHD) puis de la faiblesse de l'offre, et la cotation a atteint des niveaux historiquement hauts ;
- la production porcine a progressé malgré la diminution du cheptel. La demande de la Chine, confrontée à la peste porcine africaine, a tiré les exportations de la France et le solde des échanges français a progressé en 2020 ;
- la pandémie de la Covid-19 a affecté les filières volailles : la production s'est repliée et les exportations de poulet, dinde et canard ont été impactées par le ralentissement du marché intra-européen. Les importations françaises ont diminué, entraînant une légère amélioration du déficit commercial ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable en moyenne en 2020 mais a été freinée au printemps face à la réduction des débouchés. Les fabrications de produits de grande consommation ont progressé pour répondre à la demande des ménages et les importations ont diminué ;
- la collecte de lait de brebis a augmenté, ce qui a profité aux fabrications de produits ultra-frais, alors que celles de fromages ont été stables. La demande a été tirée par les achats des ménages ;
- dans la filière lait de chèvre, la collecte s'est développée et les importations ont été fortement freinées pour limiter la hausse des disponibilités totales pour l'industrie laitière. Le prix du lait de chèvre a progressé.

**FLASHEZ
MOI**





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FranceAgriMer
ORGANISME NATIONAL
DES RECHERCHES ET DES SERVICES
AGRICOL

SYNTHÈSES CONJONCTURELLES

JUIN 2021 N° 376

Publication conjointe avec le SSP

agreste
Le service national de l'agriculture et de la forêt

CONSUMMATION

La consommation de viande en France en 2020

En 2020, la consommation apparente de viande, calculée par bilan, se contracte globalement de 1,5 % sur un an et de 1,7 % en moyenne par habitant. La consommation de viande de boucherie recule de 2,1 %. La consommation de volaille résiste (-0,3 %), tirée par la bonne tenue de la viande de poulet et de dinde et le net recul de la consommation de canard dans le contexte sanitaire. Conséquence des confinements et de la fermeture d'une grande partie de la restauration hors foyer, la part des importations de viande dans la consommation globale recule, quelle que soit la filière. À l'inverse, les achats de viande par les ménages augmentent fortement en 2020. Les achats de viandes de boucherie (y compris jambons et charcuteries), fraîches et surgelées, progressent nettement (+6,7 %), à l'inverse des baisses des années précédentes. Les viandes de volailles fraîches et surgelées, tout comme les élaborés de volaille, affichent des hausses inédites des volumes achetés (respectivement +8,9 %, +18,9 % et +10,8 %).

En 2020, la consommation totale de viande calculée par bilan recule pour la seconde année consécutive

En 2020, pour la seconde année consécutive, la consommation totale de viande, calculée par bilan, ou mise à disposition sur le marché intérieur, recule sur un an (-1,5 %) (graphique 1 - tableau 1). Ce repli global correspond à une baisse de la consommation moyenne de viande par habitant (-1,7 %), qui passe de 86,0 kg par habitant en 2019 à 84,5 kg par habitant en 2020.

La consommation de viande de boucherie recule de 2,1 %. Ce net repli s'inscrit dans le contexte particulier de la crise sanitaire mais aussi de la tendance à la baisse enregistrée ces dix dernières années (-0,4 % en moyenne par an entre 2010 et 2019. La part dans la consommation

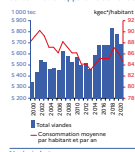
totale de viande perd ainsi cinq points (87,1 % en 2020, contre 92,0 % en 2010).

La consommation de volaille de chair, quant à elle, résiste plus modérément (-0,3 % sur un an), conséquence d'évolutions contrastées entre filières. Malgré l'augmentation du nombre de repas pris à domicile, la fermeture de la restauration hors foyer a pesé sur la consommation de volaille, après 20 ans de croissance ininterrompue.

Les mesures prises pendant la crise de la Covid-19 expliquent en grande partie la baisse de la consommation (graphique 2).

Graphique 1

En 2020, nouveau recul de la consommation apparente de viande



* kg équivalent carcasse
Source : Agreste, DSDO1

LA CONSUMMATION DE VIANDE EN FRANCE EN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette note de conjoncture, réalisée conjointement par FranceAgriMer et le SSP (ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation), a pour but d'explicitier les évolutions de la consommation de viande en France en 2020, en abordant les aspects consommation par bilan et achats des ménages pour leur consommation à domicile.

Méthodologie

L'analyse de la consommation de viande regroupe trois types d'informations : la consommation mesurée par bilan, les achats des ménages pour leur consommation à leur domicile et la consommation hors domicile (CHD). Sur cette dernière partie, peu de données sont disponibles ; la CHD n'est pour cette raison pas abordée dans cette publication.

La consommation calculée par bilan reprend l'ensemble des utilisations de viande pour l'alimentation humaine sur le territoire national (métropole et Dom). Elle est mesurée en équivalent-carcasse et inclut par construction toutes les viandes

consommées en France, vendues en l'état aux ménages, aux fabricants de plats préparés ou à la restauration hors domicile. Elle est calculée à partir des abattages, desquels sont déduites les entrées en stocks et les exportations et sont additionnées les viandes importées et les sorties de stocks.

Les achats de consommation observés par Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer reposent sur les relevés d'un panel de consommateurs (métropole hors Corse) et concernent uniquement les quantités achetées pour la consommation au domicile principal (hors résidence secondaire ou autre logement comme en période de vacances) et les sommes dépensées correspondantes. Les résultats obtenus sont redressés et extrapolés à l'ensemble de la population.

Résultats

La crise sanitaire de 2020 a provoqué une hausse inédite de la consommation alimentaire des ménages à domicile (+1,5 % en volume par rapport à 2019), en rupture avec les baisses observées en 2018 et 2019, et qui a culminé pendant le 1^{er}

confinement. Elle s'explique par le report des repas habituellement pris hors domicile vers le domicile.

En 2020, la consommation totale de viande calculée par bilan a reculé pour la 2^e année consécutive (- 1,5 %). Ce repli est dû à la baisse de 2,1 % de la consommation de viande de boucherie. La consommation de volaille de chair a fléchi plus modérément (- 0,3 %), conséquence d'évolutions contrastées entre filières : la consommation de viande de poulet et de dinde s'est bien tenue alors que celle de canard s'est nettement repliée. L'année a été marquée par les confinements et la fermeture de la restauration collective et commerciale une grande partie de l'année, qui ont entraîné un repli des importations de viande par rapport à 2019. La conséquence est une augmentation de la part de la viande française dans la consommation calculée par bilan.

La tendance baissière des achats des ménages des cinq dernières années s'est arrêtée en 2020, suite au report des volumes habituellement consommés en restauration hors domicile vers le domicile. Les viandes de boucherie et les volailles ont été concernées par cette augmentation, qui s'est accompagnée d'une hausse du prix moyen d'achat, plus marquée pour les viandes de boucherie que pour les volailles.

La croissance des volumes a été particulièrement marquée au moment du 1^{er} confinement au printemps et dans une moindre mesure au moment du 2^e confinement de l'automne. Certains segments ont été très porteurs, comme la viande hachée de bœuf, les découpes de poulets, les élaborés de volaille, produits simples à préparer et relativement peu onéreux. Enfin, la crise sanitaire a accéléré le développement du circuit online, avec des croissances tous les mois de l'année et allant de + 60 % à + 120 % lors des mois de confinement.

**FLASHEZ
MOI**



HORTICULTURE





OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE ET FINANCIER DES EXPLOITATIONS HORTICOLES ET PÉPINIÈRES ORNEMENTALES DONNÉES 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

- Étudier un échantillon d'entreprises du secteur Horticulture et Pépinières représentant la diversité du secteur
- Suivre dans la durée l'activité et la santé financière par les éléments du compte de résultat et du bilan
- Déceler des fragilités dans certains types de structure.

Méthodologie

L'étude se base sur un panel de 300 entreprises réparties sur l'ensemble du territoire avec un échantillon constant sur deux années (2019/2018). Les données sont issues des comptabilités des entreprises pour les clôtures de janvier à décembre 2019. Les entreprises sont spécialisées en horticulture et pépinière ornementale (+ de 80 % du chiffre d'affaires) et segmentées en fonction de l'approche métier : pépinières de plein champ, pépinières hors sol, entreprises horticoles, exploitations de « fleurs coupées ». Elles sont également réparties selon leur mode de commercialisation (dominante : 60 %).

NB : L'échantillon n'inclut pas de producteurs de muguet ni de sapins de Noël.

Résultats

L'année 2019 montre quelques évolutions notables :

- les pépinières de plein champ : le redémarrage de l'activité initié l'année dernière se confirme ;
- les pépinières hors sol : le redémarrage est manifeste mais les investissements sont plus calmes cette année ;
- les horticulteurs : l'activité (chiffre d'affaires et produit) stagne et la gestion prudente évite les dérapages. Les prélèvements privés sont en hausse. C'est une année d'attente ;
- l'année 2019 montre un retour aux années difficiles pour ce secteur des fleurs coupées ;
- en vente directe, le chiffre d'affaires est en hausse : ce mode de commercialisation permet une plus grande régularité des résultats que les autres débouchés ;
- ventes à distributeur final : les entreprises sont plus grandes par la taille en moyenne. Leur chiffre d'affaires 2019 est stable. C'est dans cette catégorie que les

entreprises les plus dynamiques se trouvent ;

- vente à grossistes : le secteur a récupéré sa rentabilité après des années difficiles. L'activité, les résultats et les prélèvements sont en hausse, les ratios financiers sont meilleurs.

En résumé, 2019 est donc un millésime plutôt satisfaisant mais moins favorable que 2018. Globalement, l'activité a très légèrement progressé mais la rentabilité s'est un peu dégradée.

FLASHEZ
MOI





OBSERVATOIRE DES DONNÉES STRUCTURELLES DES ENTREPRISES DE L'HORTICULTURE ET DE LA PÉPINIÈRE ORNEMENTALES FRANCE (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cet observatoire est de suivre les entreprises professionnelles de l'horticulture et de la pépinière ornementale, c'est-à-dire celles pour lesquelles la production et la commercialisation de végétaux d'ornement constitue soit l'activité principale, soit une activité complémentaire générant un chiffre d'affaires significatif (paysagistes, maraîchers...).

Méthodologie

Cette étude a été réalisée par le biais d'enquêtes exhaustives couvrant 3 régions de l'Est de France (Grand Est, Bourgogne-Franche-Comté et Auvergne-Rhône-Alpes) et d'une enquête sur un panel national pour les 9 autres régions du territoire métropolitain (hors Corse). Elle porte sur les résultats 2019 des entreprises de production. Ces données actualisent celles des enquêtes précédentes, réalisées en 2017 (résultats 2016) et 2014 (résultats 2013).

Résultats

Un chiffre d'affaires horticole de 1 418 millions d'euros HT (ventes de végétaux d'ornement, de plants fruitiers et de plants forestiers), dont 17 % sont réalisés en négoce par achat et revente de végétaux en l'état (achats auprès de producteurs français et/ou produits venant de l'étranger). Le secteur a globalement perdu 372 entreprises et 1 693 emplois (en ETP) en deux ans, les effectifs reculant cependant moins (- 4,6 % / an) que le chiffre d'affaires (- 6,5 %). Ces évolutions sont très comparables à celles constatées entre 2015 et 2017 et confirment le retour à un mouvement de concentration « à CA constant » sur les 4 dernières années.

Entre 2017 et 2019, les surfaces en production ont reculé de l'ordre de 1 110 ha, soit environ - 3,5 % par an. Ce recul concerne en grande majorité les aires de cultures extérieures de pleine terre, compensé en partie par un accroissement des surfaces d'aires de conteneurs (pour partie en raison de la réintégration dans le champ de pépinières forestières et fruitières sur 2018 et 2019).

La gamme commercialisée par les producteurs français reste globalement stable et diversifiée. Les ventes de plantes finies et semi-finies en pots et à massifs représentent plus de 36 % du chiffre d'affaires total en ventes de végétaux (y compris en négoce) à l'échelle nationale, sensiblement au même niveau que les végétaux de pépinières qui pèsent pour 35 % en valeur.

La zone d'influence géographique des producteurs français évolue lentement et reste toujours globalement orientée sur les marchés locaux (vente sur l'exploitation ou dans un rayon de 10 km) et régionaux (rayon de 200 km) ces deux rayons de chalandise constituant la destination des deux tiers des ventes de végétaux en valeur. Les ventes à l'expédition au-delà de 200 km pèsent pour moins de 30 % et l'export à pour à peine plus de 5 %.

Le débouché global des producteurs français par segment de marché évolue lentement. Les ventes au détail, réalisées sur les exploitations et/ou les marchés de plein air et/ou en VPC, bien qu'en recul d'un point, restent le premier débouché en valeur, avec un quart du chiffre d'affaires horticole cumulé. Les autres circuits traditionnels de commercialisation des végétaux d'ornement, soit les jardineries et grossistes en fleurs et plantes, conservent leur deuxième et quatrième places, avec respectivement 23 % et 12 % de parts de marché en valeur.

FRANCE

FLASHEZ
MOI



AUVERGNE-
RHÔNE-ALPES

FLASHEZ
MOI



BOURGOGNE-
FRANCHE-COMTÉ

FLASHEZ
MOI



GRAND EST

FLASHEZ
MOI



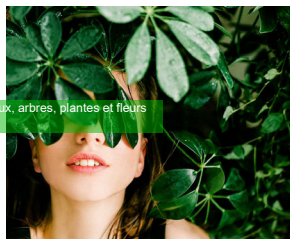


KANTAR

Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs
des Français en 2020

Avril 2021

Val'hor FranceAgriMer



LES ACHATS DE VÉGÉTAUX, ARBRES, PLANTES ET FLEURS DES FRANÇAIS EN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette publication dresse le bilan 2020 des achats d'arbres, de plantes et de fleurs des ménages français. Ce bilan vise à suivre les évolutions du marché français des végétaux et le comportement des consommateurs.

Méthodologie

Ces bilans sont basés sur des données du panel consommateur de Kantar TNS achetées par FranceAgriMer et Val'hor. Cette étude a été réalisée à partir du panel consommateurs de Kantar (Metaskope), représentatif des foyers français selon les critères sociodémographiques usuels. Les interviews ont été réalisées par voie mixte (postale et online), soit 7 000 foyers interrogés.

Résultats

Parmi les principaux résultats, dans un contexte 2020 particulier avec notamment la fermeture de points de vente pendant les périodes de confinement, on note :

- sur l'ensemble des végétaux (ornement + potager), un taux d'acheteurs plutôt stable (75 %), un budget moyen par foyer acheteur consacré aux végétaux qui se maintient (112,8 €) mais un volume de panier moyen en baisse (29,9 végétaux, soit - 2,2 végétaux en moyenne par foyer acheteur vs 2019) ;
- au niveau des lieux d'achats, les producteurs sont un des seuls à avoir progressé en volume (16 % de PDM, soit + 3 points vs 2019) et en valeur (11 % de PDM, soit + 2 points vs 2019). Les fleuristes ont réussi à maintenir au global de l'année leur niveau en valeur (30 % de PDM) mais les jardineries, marchés et magasins de bricolage ont été très affectés ;
- le marché des végétaux d'intérieur a souffert de la crise sanitaire avec une baisse de 12 % des volumes achetés et 11 % des sommes dépensées. Le premier confinement a eu un impact significatif sur le marché et l'effet de rattrapage qui a suivi a été limité. Malgré une légère baisse liée aux restrictions sanitaires, offrir demeure le premier motif d'achat de végétaux d'intérieur (53 % des quantités achetées et 70 % de sommes dépensées) ;
- le marché des végétaux d'extérieur (or-

nement + potager) a connu un recul de 10 % en volumes d'achat mais a été stable en valeur grâce à une augmentation du budget moyen dédié aux végétaux d'extérieur, liée notamment à la période suivant le premier confinement. Le marché du potager a été le moins touché par la crise et a permis à l'ensemble du marché de l'extérieur de rester relativement stable en 2020. Les volumes achetés pour les végétaux à destination du potager ont augmenté de 5 % et les sommes dépensées de 8 % par rapport à 2019 ;

- le marché des végétaux pour le cimetière a été affecté par la crise avec des indicateurs d'achat en baisse par rapport à 2019 : - 5 points du taux d'acheteurs (28 % des foyers français), - 11 % en volumes achetés et - 12 % en sommes dépensées. Le segment des végétaux pour les obsèques affiche des résultats en hausse avec des sommes dépensées en progression (+ 14 % vs 2019).

Conclusion

Dans un contexte 2020 particulier, les foyers français ont continué à acheter des végétaux avec un taux d'acheteurs et un budget moyen stables. Cependant, l'ensemble du marché a été affecté par la crise, surtout lors du premier confinement avec des volumes en baisse de 10 % et des sommes dépensées en baisse de 6 % par rapport à 2019. Suite au déconfinement, le marché a bénéficié d'un effet de rattrapage en valeur, porté par les végétaux d'extérieur, mais pas en volume.

FLASHEZ
MOI





LES FRANÇAIS ET LE VÉGÉTAL



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude a pour objectif de connaître les usages et attitudes des Français à l'égard des végétaux. Elle porte sur le rapport qu'ont les Français avec le végétal, ce que les végétaux et leur entretien évoquent et représentent pour eux.

Méthodologie

Cette étude, cofinancée par FranceAgriMer et Val'Hor, a été réalisée de fin décembre 2020 à début janvier 2021, par un questionnaire online administré par l'intermédiaire du panel consommateurs Kantar (Metaskope) auprès de 5 511 individus représentatifs de la population française. Une segmentation de la population interrogée a également été faite afin d'appréhender les différents usages et attitudes dans la population française.

Résultats

Sur le rôle des végétaux dans leur vie, les Français ont un rapport au végétal très positif : il est associé à des approches liées à la vie, à la nature et est vu comme une

source de bonheur. De plus, depuis la pandémie, le rôle des végétaux est plus important pour 4 Français sur 10, notamment parmi les plus jeunes et les plus novices.

Quasiment tous les Français disposent de végétaux chez eux (92 %) mais certaines zones du domicile sont plus exploitées que d'autres telles que les balcons et les rebords de fenêtre. Deux Français sur dix en ont également sur leur lieu de travail.

La grande majorité des possesseurs de végétaux les entretiennent eux-mêmes : c'est un moment qu'une grande partie d'entre eux apprécie. Seulement 5 % des Français font appel à un professionnel pour l'entretien de leurs végétaux.

Concernant la connaissance sur les végétaux, les Français jugent sévèrement leur niveau d'expertise mais la majorité souhaiterait en savoir davantage. Dans ce sens, la clarté des informations sur les étiquettes et pots des végétaux est un levier d'amélioration.

Le coup de cœur est le plus souvent ce qui stimule l'envie d'acheter un végétal. De plus, parmi les critères de choix au moment de l'achat, l'aspect esthétique, le prix et la facilité d'entretien ressortent comme les critères les plus importants.

Parmi les lieux d'achats fréquentés, l'expérience d'achat chez les spécialistes est globalement très satisfaisante. Un peu moins d'un Français sur 10 a déjà acheté des végétaux sur internet mais cette part pourrait doubler à l'avenir. Cependant, les Français sont pour le moment moins satisfaits de ce circuit de commercialisation que des canaux plus traditionnels.

Conclusion

Cette étude a permis de mettre en lumière des usages et attitudes différents vis-à-vis des végétaux parmi les Français. Certains ont un bon niveau d'expertise quand d'autres ont un niveau plutôt faible et associent les végétaux à des dimensions plus esthétiques ou au bien-être. Certains Français ont un niveau d'achat ou de possession important quand les autres ont un lien moins tangible avec les végétaux.

FLASHEZ
MOI





CHIFFRES-CLÉS DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE DONNÉES 2019-2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude a pour objectif d'analyser les chiffres-clés de la filière horticole. Cette analyse porte sur les données de production, de consommation et de commerce extérieur sur le marché français, européen et mondial.

Méthodologie

Ce document présente les données les plus récentes et actualisées concernant la filière horticole.

Les données exploitées proviennent de sources diverses : l'observatoire économique et structurel des exploitations horticoles et pépinières et l'observatoire financier permettent de récolter les chiffres de la production horticole. En ce qui concerne la commercialisation, les données proviennent de PromoJardin, de l'Insee et de Val'Hor ou de l'UNEP pour la partie prestation de service. La consommation domestique est estimée à partir des panels consommateurs Kantar Worldpanel. Enfin, les données de la douane française et de Trade Data Monitor (TDM) ainsi que celles d'Eurostat permettent

d'approcher les échanges internationaux.

Résultats

Le secteur de l'horticulture ornementale en France se distingue par :

- une production qui repose sur 2 936 entreprises en 2019 ayant pour activité principale la production horticole ornementale. Le chiffre d'affaires « horticole » atteint 1,42 milliard d'euros HT ;
- au global, ce sont 15 043 hectares en production, dont 1 496 hectares couverts ;
- en 2019, 21 050 entreprises sont spécialisées dans la distribution et la commercialisation de fleurs et plantes ornementales (fleuristes, jardinerie, graineteries, fleuristes de marché) et ont généré un chiffre d'affaires de 8 milliards d'euros ;
- 30 700 entreprises du paysage se consacrent à la création, à l'entretien et à l'aménagement de jardins et d'espaces paysagers avec un chiffre d'affaires de 5,9 milliards d'euros HT ;
- les achats des ménages en végétaux d'ornement (ornement + potager) s'élèvent à près de 2,6 milliards d'euros, un montant en baisse de 6 % en 2020 par rapport à 2019. 75 % des foyers ont acheté un végétal

tal d'ornement ou pour le potager, soit 21,1 millions de ménages en France. Le budget moyen est globalement stable, passant de 112,6 € en 2019 à 112,8 € en 2020 ;

- en 2020, les importations françaises de produits de la filière horticole ornementale représentent 913 millions d'euros (+ 7,4 % par rapport à 2019) dominées par les plantes d'intérieur (29 %), suivies des fleurs coupées fraîches et des végétaux d'extérieur (28 %). En parallèle, les exportations françaises atteignent 68 millions d'euros (stable par rapport à 2019), constituées à 57 % par les végétaux d'extérieur d'ornement devant les fleurs coupées fraîches à 16 %. Par conséquent, le bilan des échanges extérieurs des produits de la filière horticole ornementale fait apparaître un déficit récurrent qui atteint près de 844 millions d'euros en 2020, en baisse de 7,5 % par rapport à 2019 ;
- l'essentiel des échanges se fait dans un cadre intra-européen. Ainsi, les échanges avec l'Union européenne à 27 ont représenté, en 2020, 95 % de la valeur des importations et 62 % de la valeur des exportations françaises. Les Pays-Bas sont, de loin, le principal pays fournisseur avec 63 % de la valeur totale. La France exporte principalement vers les pays de l'UE (Allemagne, Italie, Espagne, Belgique, Danemark) ; ces destinations représentent 84 % du total des exportations de la France.

FLASHEZ
MOI



GRANDES CULTURES





FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES BIOCARBURANTS VEILLE CONCURRENTIELLE 2020 (DONNÉES 2019)



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle s'adresse aux professionnels, afin de les aider à mieux se positionner sur un marché concurrentiel et d'anticiper ses évolutions. Pour cela, les deux principales filières de biocarburants (le bioéthanol et le biogazole) sont passées au crible et comparées.

Méthodologie

L'analyse de la compétitivité porte sur 6 axes de compétitivité : le potentiel de production, les conditions agro-climatiques, la capacité des opérateurs à conquérir les marchés, le portefeuille des marchés, la capacité d'organisation de la filière et les indicateurs macroéconomiques.

Pour chacun de ces axes, des indicateurs de performances ont été définis pour lesquels chaque pays se voit attribuer une note en fonction de son positionnement par rapport à ses concurrents, ce qui permet d'établir un classement, par indicateur, par axe et au total. Ce classement total renseigne donc sur la compétitivité de la filière d'un pays. Ces indicateurs s'appuient sur une multitude de sources

bibliographiques : F.O. Licht, USDA, Eurostat, EIA, etc., ainsi que des entretiens avec des experts.

Résultats

Sur le marché du bioéthanol, les États-Unis restent à la tête du classement de la veille concurrentielle en 2019. Malgré une baisse de production ces deux dernières années, le pays conserve son avantage de grand producteur de bioéthanol avec un taux d'incorporation élevé et un parc industriel développé ; il bénéficie aussi d'un niveau de recherche qui est une référence et dispose d'un budget important.

Le Brésil est en 2^e place avec notamment des niveaux de production, de consommation et d'exportations élevés. Son programme de soutien aux biocarburants encourage un taux élevé d'incorporation de bioéthanol qui approvisionne le marché intérieur national grâce au parc conséquent de véhicules flex-fuel.

La France conserve la 3^e place du classement ; malgré une production stagnante, le pays est autosuffisant en bioéthanol et dispose d'un mix de matières premières rentable grâce à l'utilisation de la betterave.

rave et d'une organisation agro-industrielle performante.

Sur le marché du biogazole, le Brésil est en tête du podium en 2019. Le pays bénéficie toujours d'un fort soutien public et des investissements industriels élevés pour développer sa filière, facteurs essentiels qui garantissent son indépendance énergétique. L'Indonésie se place en 2^e position avec l'utilisation exclusive d'huile de palme, matière première favorable à la production de biogazole et garantissant un faible coût d'approvisionnement renforcé par des rendements huile/hectare élevés. Le podium est complété par les États-Unis dont le niveau de production élevé – malgré une contraction en 2019 – alimente le fort niveau de consommation domestique. La France, qui atteint comme l'année précédente la 5^e place, pâtit d'un coût de matière première élevé en 2019. Le marché intérieur français est important, mais la filière n'atteint pas l'autosuffisance en biogazole.

Conclusion

La compétitivité de la filière biocarburants française se révèle être à deux vitesses. D'un côté, la France confirme toujours ses atouts dans la filière bioéthanol et se positionne comme le leader européen. D'un autre côté, la filière biogazole française, qui se place en 2^e position au niveau européen après l'Allemagne, reste fragile dans un contexte international de plus en plus compétitif.



MARCHÉ DU BLÉ DUR FRANCE, UNION EUROPÉENNE, MONDE CAMPAGNE 2020- 2021



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude annuelle s'inscrit dans la continuité de celles réalisées précédemment et a pour objectif de suivre le marché du blé dur aux niveaux mondial, européen et national afin que les professionnels puissent avoir connaissance de l'évolution des marchés. Nombre de statistiques sont ainsi intégrées à cette étude.

Méthodologie

Les sources employées pour la réalisation de cette étude sont : CIC, DG Agri, Eurostat, SSP, Statcan, UN Afpa, Taxud, USDA.

Résultats

France :

Malgré une légère hausse des surfaces en 2020 (+ 2 % par rapport à 2019), venant enrayer une tendance baissière, les superficies ensemencées en blé dur restent nettement inférieures à la moyenne 2015-2019 (- 25 %). En 2020, le blé dur couvrait près de 249 300 ha.

La production (1,29 Mt) recule de 18 % sur un an, pénalisée par la baisse importante

des rendements (51,6 q/ha en moyenne en 2020, 63,6 q/ha en 2019). La qualité des blés durs français de la récolte 2020 est considérée globalement satisfaisante.

Au cours de la campagne 2019/20, en dépit des besoins accrus des ménages subissant le confinement lié à la pandémie, les importations de la France ont été finalement inférieures de 34 % par rapport à 2018/19.

Concernant la campagne 2020/21, les prévisions d'achats de blé dur de la France (en mai 2021) indiquaient 4 % d'augmentation sur l'ensemble de la campagne par rapport à 2019/20, avec 45 000 tonnes.

Les exportations de blé dur de la France ont atteint 1,45 Mt au cours de la campagne 2019/20. Les principales destinations furent les pays de l'Union européenne (79 % des livraisons totales), l'Italie en particulier ainsi que la Belgique. En fin de campagne 2019/20, le prix du blé dur Fob La Pallice atteint un niveau élevé, à près de 300 €/t. Dès le mois d'août 2020, départ de la campagne 2020/21, les prix du blé dur en France chutent rapidement.

Union européenne :

Confirmant ainsi une tendance à la baisse

déjà amorcée depuis 2016, les surfaces ensemencées en blé dur dans l'UE, en 2020, marquent un nouveau repli, de 2 % par rapport à 2019, avec 2,1 Mha. La production de la campagne 2020/21 indique également un recul, avec 7,33 Mt, contre 7,47 Mt en 2019/20. Des conditions climatiques défavorables dans la plupart des États producteurs ont conduit à des baisses de rendements significatives.

La campagne 2019/20 est marquée par une progression importante de la consommation humaine de blé dur (pâtes et semoule), avec 8,8 Mt contre 8,3 Mt en 2018/19. Le dernier bilan prévisionnel de l'UE de la campagne 2020/21 indique un niveau intermédiaire de la consommation du blé dur entre ces deux campagnes, à 8,6 Mt.

Les dernières estimations de la campagne 2020/21, concernant les échanges intra-UE indiquent un repli de 30 % par rapport à la campagne précédente, avec 1,9 Mt prévues. Les importations depuis les pays tiers sont annoncées en hausse de plus de 20 %, avec 2,8 Mt, dont l'origine Canada représente 70 %. La campagne est aussi fortement marquée par un repli important des exportations de l'UE (la France en particulier) vers les pays tiers qui devraient être inférieures à 0,6 Mt.

Monde :

La production mondiale de blé dur de la campagne 2020 /21 est estimée en hausse de 0,6 % par rapport à 2019/20, à 33,8 Mt, grâce à des récoltes volumineuses au Canada (+ 32 %), aux États-Unis (+ 30 %), en Australie, en Syrie et en Turquie.

Après le pic de consommation observé au printemps 2020, l'utilisation mondiale du blé dur reste prévue en légère hausse pour la campagne 2020/21, soit 34,7 Mt.

Avec 8,4 Mt prévues, le commerce mondial du blé dur de 2020/21 marquerait un repli de 12 % par rapport à la dernière campagne.

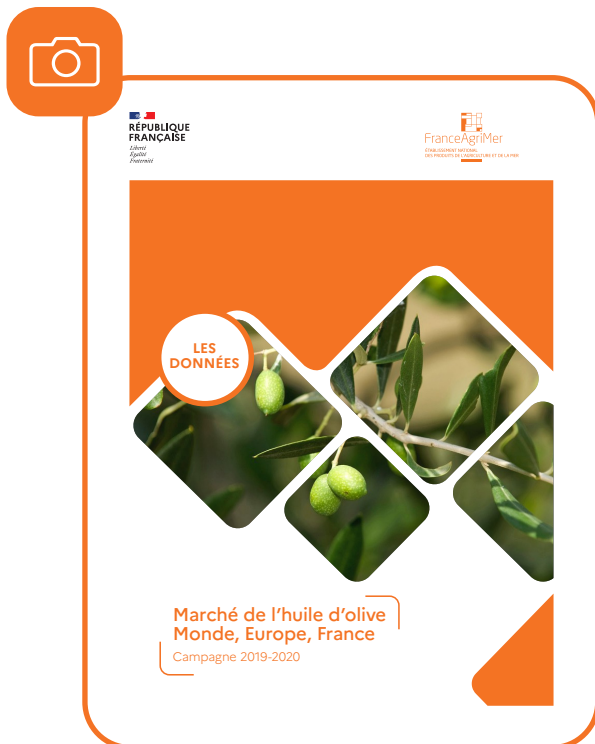
Coté importation, les achats de blé dur des pays d'Afrique du Nord ont augmenté de 14 % sur un an. Des baisses de production de la récolte 2020 en Algérie et au Maroc notamment, ont poussé ces pays à accroître leurs importations. L'Union européenne (Italie en particulier) a également été très présente à l'achat sur le marché mondial, en raison d'une faible production et des volumes de stocks au plus bas.

Coté exportation, le Canada a dominé le marché dès le début de la campagne grâce à une récolte abondante et de très bonne qualité face à des concurrents exportateurs habituels en manque de disponibilités (UE notamment). En dépit d'une croissance de la production (favorisée par un accroissement des surfaces), et une bonne qualité de récolte, les exportations des États-Unis n'ont atteint que 0,75 Mt (1,15 Mt en 2019/20). Les stocks mondiaux de fin de campagne 2020/21 sont estimés en baisse de 13 % avec 7,7 Mt, leur niveau le plus bas en 6 ans.

Dès le début de la campagne 2020/21, la forte tension du marché, déjà présente en fin de campagne 2019/20, s'est poursuivie, face aux disponibilités réduites en Europe, en Afrique du Nord, au Mexique. Les prix élevés du blé dur en furent la conséquence

**FLASHEZ
MOI**





MARCHÉ DE L'HUILE D'OLIVE MONDE, EUROPE, FRANCE CAMPAGNE 2019- 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude annuelle a pour objectif de suivre le marché de l'oléiculture aux niveaux mondial, européen et national et de répondre aux attentes des acteurs de la filière oléicole. Ce document rassemble l'ensemble des informations économiques en matière de production, consommation et commerce extérieur dans le monde, l'Union européenne et en France.

Méthodologie

Les sources de données utilisées sont issues des sites suivants :

Marché mondial : COI (Conseil Oléicole International), FAO, UN Comtrade, USDA ;
Marché européen : Eurostat ;

Marché français : données de la Politique Agricole Commune, FranceAgriMer, France Olive (Association Française Interprofessionnelle de l'Olive), IRI (Panel distributeur) ;

Marché biologique : FiBL (Institut de recherche de l'Agriculture biologique).

Résultats

La production mondiale en 2019/2020 présente un bon niveau : 3,2 Mt. Elle reste fortement liée au marché oléicole européen (60 % des volumes produits). La consommation mondiale s'établit à 3,2 Mt, un niveau record. L'UE en absorbe une grande partie (48 %). Au niveau du commerce international, le volume mondial des exportations s'élève à 1,65 Mt pour une valeur de 5 793 M\$ soit un prix moyen de 3,51 \$/kg. Les premiers exportateurs sont l'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Tunisie. Le niveau des prix pratiqués par l'Italie et l'Espagne explique en partie l'augmentation des opérations d'échanges. Les principaux importateurs sont des pays appartenant à l'Union européenne. La campagne 2019/20 débute avec des stocks de report estimés à 913 000 tonnes tandis que les stocks de fin de campagne s'élèvent à 817 000 tonnes. Ces stocks mondiaux sont détenus pour près de 81 % par l'UE.

Dans l'Union européenne, l'Espagne se classe nettement au premier rang devant l'Italie, la Grèce et le Portugal. Ces 4 pays produisent la quasi-totalité de la production européenne (99 %). La production

oléicole européenne est estimée à 1,9 Mt, en baisse de 12 % tandis que celle des pays hors UE progresse de 24 %. La consommation européenne s'établit à 1,5 Mt. L'Espagne et l'Italie sont les premiers producteurs et consommateurs de l'UE. Au niveau du commerce européen, les exportations d'huile d'olive de l'UE restent dynamiques et atteignent un niveau record (1,385 Mt) pour une valeur totale de 4 491 M€ soit un prix moyen de 3,24 €/Kg. Le marché européen reste privilégié et représente 65 % des exports. Le volume total des importations s'élève à 1,085 Mt pour une valeur totale de 3 030 M€. Le solde du commerce extérieur de l'UE avec les pays tiers est largement excédentaire et se situe à + 1 564 M€.

En 2019, la production française présente pour la deuxième année consécutive une baisse de récolte, estimée à 3 375 tonnes. Le verger oléicole français se caractérise par un niveau de productivité fortement marqué par le phénomène d'alternance. Les ventes par les moulins connaissent une nette progression (21 %). Les volumes se situent en moyenne à près de 2 000 tonnes. La hiérarchie des prix est respectée entre les différentes huiles d'olive françaises. Au niveau du commerce national, la France a exporté 9 630 tonnes. Les principaux clients de la France sont l'Allemagne et la Belgique. Les importations françaises atteignent en 2019, 122 160 tonnes pour une valeur de 425 M€ soit un prix moyen de 3,48 €/kg. Les principaux fournisseurs de la France sont l'Espagne et l'Italie qui représentent plus de 87 % des importations en volume et en valeur. La balance commerciale de la France est largement déficitaire.

**FLASHEZ
MOI**





FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU BLÉ TENDRE CAMPAGNE 2019/2020



RÉSUMÉ

Objectifs

En se dotant d'un outil de veille concurrentielle internationale, la filière a voulu se donner les moyens de juger de ses forces et de ses faiblesses au regard de la situation de ses principaux concurrents, et, le cas échéant, de prendre des mesures pertinentes et ciblées pour renforcer sa compétitivité.

Méthodologie

L'analyse de la compétitivité porte sur 6 axes de compétitivité : le potentiel de production, les facteurs agro-climatiques, la capacité des opérateurs à conquérir les marchés, le portefeuille des marchés, les facteurs politiques et réglementaires pesant sur la filière et les indicateurs macroéconomiques. Pour chacun de ces axes, des indicateurs ont été définis pour lesquels chacun des 13 pays retenus en tant que principaux exportateurs et producteurs de blé tendre se voit attribuer une note en fonction de son positionnement par rapport à ses concurrents, ce qui permet d'établir un classement, par indicateur, par axe et au total. Ce classement total

renseigne donc sur la compétitivité de la filière d'un pays. Ces indicateurs s'appuient sur une multitude de sources bibliographiques : USDA, CIC, douanes, instituts techniques, etc., ainsi que sur des entretiens avec des experts.

En plus de ce classement, une analyse particulière est réalisée sur les pays de destination, principaux marchés à l'export des blés français ou principaux importateurs mondiaux de blé tendre. Cette étude concerne 15 pays ou zones géographiques. Une analyse particulière est également réalisée pour la Chine et l'Inde qui sont des acteurs majeurs sur le marché du blé tendre.

Résultats

Le podium est légèrement modifié en 2019/20, même si on retrouve les trois mêmes pays à la tête de ce classement. La Russie reste 1^{ère}, mais les États-Unis prennent la 2^e place aux dépens du Canada, qui se positionne à la 3^e place. Comme l'an dernier, la France reste 4^e.

La Russie conserve sa première position grâce à sa production et à ses positions

à l'international. Ce statut s'explique par un niveau de production de 72 millions de tonnes, qui lui permet d'être le 1^{er} exportateur mondial, positionné sur les principaux marchés mondiaux. La compétitivité prix est notamment permise par de faibles coûts de main-d'œuvre et des exploitations de grande taille qui favorisent les économies d'échelle, notamment en frais de mécanisation. La réglementation est également favorable à la filière et la logistique des grains reste un levier de développement important.

Les États-Unis arrivent à la 2^e place du podium également tirés par une importante production. Ils s'appuient sur une offre diversifiée dont la qualité est reconnue à l'international, pour établir de nombreuses relations commerciales, notamment sur le continent américain ou en Asie. Les budgets en recherche agricole sont importants, la réglementation est plutôt favorable. Cependant, le marché n'est pas protégé par des barrières tarifaires et les gouvernements appliquent une politique libérale.

Le Canada propose une gamme de produits segmentée, de haute qualité, valorisée à un prix élevé à l'international, notamment sur les marchés asiatiques. Bien que certains bassins de production soient éloignés des zones portuaires et que les distances à parcourir vers les pays importateurs soient conséquentes, le pays possède une logistique efficace. Le Canada reste handicapé par un rendement moyen et des coûts de production élevés (charges fixes, opérationnelles, main-d'œuvre, fiscales et sociales).

Enfin, poussée par une bonne récolte 2019, la France se positionne en 4^e position. Cependant, le rendement ne progresse plus depuis quelques années, et les accidents climatiques sont plus nombreux. L'essentiel de la production concerne le blé meunier et la part de production biologique est en croissance. La France est un acteur majeur sur le plan international, et bénéficie de sa proximité avec les pays importateurs d'Europe et d'Afrique du Nord. La filière s'appuie sur un réseau de transport dense et de bonnes capacités de stockage pour approvisionner ses partenaires sans rupture. Toutefois, elle est dépendante d'un petit nombre de partenaires, en Afrique du Nord et de l'Ouest notamment en ce qui concerne les pays-tiers, et est absente des nouveaux marchés asiatiques, la qualité des blés français étant peu adaptée à ces débouchés. Son appartenance à l'Union européenne est favorable en matière de protection douanière et les agriculteurs sont subventionnés dans le cadre de la PAC.

Conclusion

L'étude de la compétitivité de la filière blé tendre française montre sa résilience dans un contexte de pressions concurrentielles accrues au niveau mondial et sur ses marchés historiques. Malgré cette concurrence croissante et dans un contexte climatique incertain, le maintien d'un disponible exportable élevé et d'un certain niveau de qualité lui permet de rester un partenaire privilégié en Afrique du Nord et de l'Ouest.



LE MARCHÉ DU RIZ MONDE, EUROPE, FRANCE - CAMPAGNE 2019- 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude annuelle s'inscrit dans la continuité de celles réalisées précédemment et a pour objectif de suivre le marché du riz au niveau mondial, européen et national afin que les professionnels puissent avoir connaissance de l'évolution des marchés. Nombre de statistiques sont ainsi intégrées à cette étude.

Méthodologie

Les sources employées pour la réalisation de cette étude sont :

CE-DG-AGRI Commission européenne Direction générale de l'agriculture et du développement rural

CIC Conseil International des Céréales

EUROSTAT Office des statistiques de l'Union européenne

FAO-AMIS Food and Agriculture Organization of the United Nations - Agricultural Market Information System

OSIRIZ Observatoire de statistiques internationales sur le riz

SSP Service de la statistique et de la prospective du ministère de l'Agriculture (France)

TAXUD Commission européenne - Direction générale de la fiscalité et de l'union douanière

TDM Trade Data Monitor

USDA United States Department of Agriculture

Résultats

La production mondiale est quasi identique à la campagne 2018/19, avec 497 millions de tonnes. Le 1^{er} producteur mondial demeure toujours la Chine malgré une production à son plus bas niveau depuis 5 ans (146,7 Mt) tandis que l'Inde, qui a bénéficié de conditions climatiques favorables, a atteint un record avec près de 118 Mt. L'utilisation mondiale de riz est estimée au-dessous de la production mondiale bien qu'elle atteigne un nouveau sommet à 495 Mt. Quant au commerce mondial, le volume des échanges s'établit à près de 43 Mt soit à un niveau proche de celui de 2019.

En raison de la pandémie de la Covid-19, des achats de panique, des frontières qui se ferment, des difficultés de logistique d'acheminement des marchandises, ont créé une situation tendue, parfois inquié-

tante. Mais l'abondance des disponibilités liée à une production mondiale croissante ces dernières campagnes et des réserves conséquentes ont permis d'éviter un grave déséquilibre du marché international.

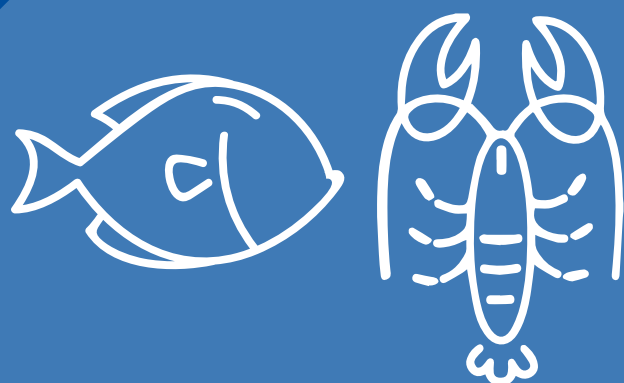
Sur le plan européen, les superficies rizicoles ont atteint 423 200 ha en 2019, une augmentation de 1,6 % par rapport à 2018. L'Italie représente 52 % des surfaces semées avec 221 000 ha. La production de riz paddy de l'Union européenne a atteint 2,84 Mt. L'utilisation de riz dans l'UE durant la campagne 2019/20 serait en augmentation et atteindrait quasiment le niveau record de 2017/18 (2,9 Mt). Les importations de riz de l'UE indiquent une hausse ralentie globalement (pour l'ensemble des types de riz). La plus grande part des riz importés par l'UE provient des pays d'Asie.

En France, les superficies sont en hausse de plus de 15 % par rapport à 2018 et s'établissent à 14 770 ha pour la métropole et 760 ha pour la Guyane. Les surfaces sous culture bio représentent, comme en 2018, 17 % de l'ensemble des superficies rizicoles (métropole), et celle sous IGP 84 % environ. Grâce à l'extension des surfaces, la production de la récolte 2019 a marqué une progression de 16 % avec près de 84 000 tonnes de paddy. La collecte de riz pour la campagne 2019/20 est ainsi estimée à 76 500 tonnes dont 73 800 tonnes de variétés Japonica. Les importations de la France restent stables, autour de 480 000 tonnes (équivalent blanchi). Comme depuis plusieurs années, les achats de riz de la France ont été majoritairement d'origine pays tiers en 2019 (52 %), dont 28 % viennent du Cambodge. Liées à une production supérieure en 2019, les ventes ont marqué une progression de 4 % par rapport à l'année précédente, avec 47 500 tonnes.

FLASHEZ
MOI



PÊCHE ET AQUACULTURE





CONSOMMATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

L'unité Pêche et aquaculture de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer analyse les chiffres de la consommation de produits aquatiques en France.

Cette analyse porte à la fois sur les produits frais, les produits traiteurs, les produits surgelés et les produits en conserves. En fin de publication, sont rappelés les derniers chiffres disponibles sur la restauration commerciale et collective.

Méthodologie

Les données utilisées sont issues de Kantar Worldpanel pour la consommation des ménages à domicile et de GiraFood Service pour la consommation en restauration.

Le panel Kantar est caractérisé par :

- un échantillon représentatif de la population française (selon les critères socio-démographiques de l'Insee), constitué de 20 000 ménages pour les achats de produits avec code barre. Seulement 12 000 d'entre eux déclarent, en plus, les achats de produits sans code barre ;

- un mode déclaratif : les panélistes déclarent chaque semaine leurs achats pour leur consommation ordinaire à domicile, notamment des informations sur les lieux d'achat et le circuit de distribution choisi.

Concernant la restauration, des statistiques des achats issues des sociétés de restauration collective et des principales enseignes de la restauration commerciale ont d'abord été collectées, ainsi que des statistiques de vente des principaux grossistes de la RHF présents sur les familles de produits étudiés et selon les modes de conservation associés. L'ensemble de ces données collectées ont ensuite été codifiées sur la base de la nomenclature produits de FranceAgriMer puis extrapolées à l'ensemble du marché de la RHF en tenant compte des taux de couverture respectifs des données.

Enfin, la partie qualitative de l'étude de la restauration a été réalisée au travers de dix entretiens par voie téléphonique et en face à face auprès d'intervenants de la distribution sur la base d'un questionnaire semi-directif.

Résultats

Le contexte sanitaire particulier de 2020 a bousculé les habitudes de consommation des ménages français avec des phénomènes inédits comme la fermeture de certains pans de consommation (marchés et foires, restauration commerciale notamment) ou encore la généralisation du télétravail qui ont, au final, profité à la consommation à domicile. En effet, les volumes de produits aquatiques achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile ont augmenté en 2020 pour atteindre les niveaux de 2016, soit 672 milliers de tonnes (+ 6 % par rapport à 2019). La valeur des achats atteint également un record à plus de 8 milliards d'euros (+ 7 %).

Le 1^{er} confinement a eu un effet d'accélérateur pour les produits de longue conservation comme les surgelés et les conserves avec à la clef des hausses de consommation sans précédent. De manière générale, les quatre catégories de produits (frais, traiteur, conserves, surgelé) ont bénéficié de ce surcroît de consommation pour les achats à domicile.

Concernant le frais en particulier, le poisson préemballé a fait un bond en avant en 2020 avec une hausse de 26 % en volume et en valeur. Autre pic de croissance connu cette année, le saumon a augmenté de 25 % en volume. 2^e espèce en volume, le cabillaud poursuit son recul depuis 2018, de même que le lieu noir, 3^e espèce consommée. Malgré un impact négatif du 1^{er} confinement, les produits aquatiques traiteur affichent de nouveau une croissance en 2020 (+ 7 % en quantités et en valeur). Cette croissance s'est fait sentir sur l'ensemble des produits emblématiques de ce secteur : saumons et truites fumés, crevettes et gambas cuites, surimi. La tendance baissière sur le rayon surgelé observée depuis plusieurs années a pu être enrayée en 2020 tant en volume (+ 14 %) qu'en valeur (+ 13 %). Enfin, les conserves ont également tiré parti de la crise sanitaire pour engranger une croissance de 6 % des quantités achetées et de 7 % des dépenses.

En ce concerne les différents circuits de distribution empruntés par les ménages, la consommation de produits frais a été marquée par le regain des achats en poissonnerie et par la forte croissance du hard-discount. Les hyper et supermarchés enregistrent un recul de leur part de marché sur les produits frais. Sur le traiteur également, les circuits de hard discount et les commerces traditionnels jouissent d'une croissance importante même si les hyper et supermarchés demeurent le principal point de vente.

FLASHEZ
MOI





COMMERCE EXTÉRIEUR DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE



RÉSUMÉ

Objectifs

Chaque année, l'unité Pêche et aquaculture de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer analyse les données du commerce extérieur français en matière de produits aquatiques. Cette analyse porte non seulement sur les produits bruts mais également sur les produits transformés.

Méthodologie

Les données utilisées sont issues de la douane française (la Direction Générale des Douanes et des Droits Indirects DGD-DI).

Résultats

Le déficit du commerce extérieur français, relativement stable depuis 2016, est passé entre 2019 et 2020 de 4,37 milliards d'euros à 4,11 milliards d'euros. Ce léger repli du déficit est principalement dû à la baisse des importations entre 2019 et 2020 (- 7 %) en valeur, même si elles continuent leur progression en volume (+ 0,3 %). Elles atteignent 5,55 milliards d'euros et

1,17 million de tonnes en poids net.

Les exportations sont en baisse en volume (- 4 %) comme en valeur (- 10 %). Elles s'élèvent à 1,44 milliard d'euros et 337 000 tonnes. Avec une année marquée par des échanges internationaux en repli du fait de la crise sanitaire, le prix moyen a baissé, tant au niveau des importations (- 7 %) que des exportations (- 6 %).

Six groupes d'espèces principaux forment 62 % du volume des importations françaises : le saumon (18 %), le thon (14 %), les crevettes (11 %), les différents lieux qu'ils soient d'Alaska, lieu noir ou lieu jaune (8 %), le cabillaud (7 %), et la moule (4 %). En valeur, le saumon, les crevettes, le thon et le cabillaud représentent 57 % de nos importations.

Pour le volet des exportations, 6 groupes d'espèces constituent 53 % du total en volume : le thon (31 %), le saumon (7 %), les crevettes (6 %), les huîtres (4 %), la truite (3 %) et la coquille Saint-Jacques (2 %). En valeur, ils forment 50 % des recettes générées à l'export.

Les exportations françaises sont à 69 % tournées vers les pays membres de l'UE en quantités tandis que les importations proviennent à 56 % des pays tiers.

Dans les évolutions notables entre 2019 et 2020, les importations de saumon augmentent en volume de 4 %, les dépenses étant en régression de 9 %. Les exportations ont poursuivi en 2020 la baisse constatée depuis 2018 (- 2 % en volume et - 10 % en valeur). Les échanges de crevettes ont augmenté en 2020, tant du côté des importations (+ 5 % en volume, stable en valeur) que des exportations (+ 5 % en volume, + 6 % en valeur). Tout comme les pélagiques, le commerce extérieur (à l'import comme à l'export) pour la sardine et le maquereau a été dynamique. Sur le thon, les importations sont en hausse (+ 6 % en volume et + 1 % en valeur) alors que les exportations sont en fort repli (- 9 % en volume, - 20 % en valeur). Enfin, sur l'huître, un des produits phares à l'export, les perturbations de marchés ont fortement impacté à la baisse ses positions : - 9 % en volume et - 14 % en valeur.

**FLASHEZ
MOI**





ÉVALUATION DES RESSOURCES EN BIOMASSE AQUATIQUE DISPONIBLES EN FRANCE – COPRODUITS ET SOUS-PRODUITS



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cet état des lieux est double : éclairer les acteurs économiques et enrichir l'Observatoire national des ressources en biomasse (ONRB) porté par FranceAgriMer en ce qui concerne l'importance des gisements et des usages de la biomasse issue des secteurs de la pêche et de l'aquaculture, et ainsi identifier des opportunités de développement de nouvelles filières de valorisation pour ces secteurs.

Méthodologie

L'état des lieux prend en compte l'ensemble des activités impliquées dans la bioéconomie bleue, soit : les activités de production ainsi que de mobilisation, transformation et utilisation de la biomasse issue du milieu aquatique, qu'il soit marin ou d'eau douce. L'élaboration de cet état des lieux s'est basée sur l'analyse de données et de la bibliographie existantes, ainsi que sur des entretiens. Les résultats préliminaires ont été consolidés et enrichis lors d'un atelier organisé par FranceAgriMer sur l'importance et les op-

portunités de développement de la bioéconomie bleue en France, ainsi que par une consultation par voie électronique. L'analyse de données a été réalisée pour l'année 2018, année la plus récente pour laquelle l'ensemble des données était disponible. Des données plus récentes (2019) ont cependant également été mobilisées. Pour chaque espèce ou groupe d'espèces considéré, la représentation synthétique des flux et des volumes des chaînes de la production à la valorisation des coproduits s'est faite par l'intermédiaire de diagrammes de Sankey.

Résultats

La bioéconomie bleue en France métropolitaine se caractérise par sa grande diversité que ce soit par les volumes de biomasse des espèces considérées, la part des exportations et importations, ou l'importance (absolue et relative) des coproduits. Les importations sont par exemple deux fois plus importantes que la production pour plus de la moitié des espèces (par exemple, le cabillaud, le thon ou le saumon).

Au total, les volumes de coproduits (de natures très différentes) des filières bleues de la France métropolitaine sont estimés à un peu plus de 210 000 tonnes par an. Très importants pour le saumon (84 400 tonnes), les huîtres (23 900 tonnes) ou le cabillaud (21 800 tonnes), les coproduits ne représentant que quelques dizaines à quelques centaines de tonnes pour d'autres espèces comme l'araignée de mer, l'esturgeon, le merlu commun ou la seiche. Rapportés à la production, les coproduits représentent de 40 à 60 % des volumes de produits pour le thon, l'églefin, le hareng, le maquereau, la moule, la petite roussette et l'esturgeon, mais moins de 10 % des volumes de produits pour le lieu, la lingue, le merlan, la seiche, la baudroie, la sardine, le merlu commun et l'araignée de mer. Les coproduits de cabillaud et de saumon sont clairement à distinguer du reste. Leurs volumes sont supérieurs aux volumes de la production française du fait de l'importance des importations pour ces espèces.

La part la plus importante des coproduits est valorisée vers l'alimentation animale, que ce soit pour l'aquaculture, en petfood ou pour les animaux de rente. Une grande partie des coproduits est réutilisée en alimentation humaine, ainsi que ceux des espèces issues de la pisciculture et de la pêche. Les valorisations matières restent marginales, principalement en amendement minéral. Les espèces dont les coproduits ne sont pas ou que peu valorisés, sont principalement les espèces conchylicoles ainsi que les résidus de l'extraction d'algues.

Conclusion

Des potentiels importants de valorisation restent à saisir pour les filières moules, huîtres creuses, lamineuses, coquilles Saint-Jacques et saumons que ce soit au regard de l'absence de valorisation actuelle, que de valorisations à faible valeur ajoutée ou encore de volumes totaux de coproduits importants mais qui restent à valoriser. Transformer ces potentiels en réalité demandera d'apporter des réponses adaptées aux contraintes organisationnelles, réglementaires, d'ordre logistique et de connaissances que rencontrent aujourd'hui les acteurs des filières, liées en particulier à l'atomisation géographique de la ressource avec quelques grands pôles sur le territoire, à la saisonnalité des produits, aux aléas de la pêche, au poids important de l'import dans les coproduits, à la grande diversité d'espèces, de groupes d'espèces (poissons, mollusques, crustacés, céphalopodes, algues) et de coproduits (partie molle, partie dure, minérale, ou encore organique), aux contraintes logistiques liées à cet éclatement de la ressource, aux difficultés de traçabilité et de constitution d'un réseau industriel sur le marché des invendus.

FLASHÉZ
MOI





LE MARCHÉ DE LA MOULE FRAÎCHE EN FRANCE ET SPÉCIFIQUEMENT SUR LA FILIÈRE FRANÇAISE MOULE DE BOUCHOT



RÉSUMÉ

Objectifs

À travers cette étude, l'unité Pêche et aquaculture de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer répond à une réflexion sur une possible intégration du modèle « moule de bouchot » dans le panel des produits aquatiques déjà suivis par l'Observatoire de la formation des prix et des marges (OFPM) en grandes et moyennes surfaces.

Méthodologie

L'étude s'est appuyée tout d'abord sur une phase de structuration par des entretiens de cadrage avec les opérateurs et des regroupements de données existantes, puis s'est orientée vers une phase de collecte de données à travers la réalisation d'entretiens qualitatifs et le recueil de données consolidées pour, enfin, émettre des recommandations applicables à la méthodologie de l'OFPM.

Résultats

En France, la production de moules fraîches s'élève à 49 000 tonnes en 2018,

dont 38 000 tonnes de moules de bouchot, auxquelles s'ajoutent 45 000 tonnes d'importation et dont il faut retrancher 3 400 tonnes d'exportation.

Dans l'ensemble destiné au marché français, 32 000 tonnes sont commercialisées dans les grandes et moyennes surfaces (GMS), dont 16 000 tonnes de moules de bouchot. Un peu plus de 18 000 tonnes sont écoulées sur les circuits constitués principalement par des détaillants spécialisés ou des poissonniers, dont environ 10 000 tonnes de moules de bouchot. Enfin, 40 000 tonnes s'orientent vers le secteur Horeca (hôtellerie, restauration collective et privée, cafés), dont 9 000 tonnes de moules de bouchot. Pour correspondre à la méthodologie de l'OFPM, cette étude se concentre exclusivement sur les flux impliquant la moule de bouchot, ce qui exclut les flux internationaux ainsi que ceux qui sont destinés aux circuits hors GMS.

Le prix au stade production-expédition et payé par le grossiste varie selon le bassin de production, la saisonnalité, les volumes disponibles, l'aspect esthétique des moules, leur calibre, leur éventuel label ou marque. Ce prix est négocié de gré à gré

en début de saison (avril-mai de chaque année) et évolue ensuite très peu en cours de saison, les opérateurs observant une hausse continue de ce prix de vente ces dernières années avec la montée en gamme des produits. Au stade de gros, les grossistes font état d'une cotation RNM sous-cotée par rapport à la réalité, sachant que l'essentiel des volumes ne transite pas par le MIN de Rungis. Une part significative des volumes échangés entre les grossistes et leurs clients (GMS, restaurateurs) transite en dehors du carreau des grossistes du MIN et du gré à gré car ils font l'objet de négociations annuelles. Au stade de détail, le prix de la moule de bouchot a augmenté en moyenne de 2 % par an entre 2015 et 2019. Selon les opérateurs interrogés en GMS, les prix de vente au détail de la moule de bouchot sont également fixés en début de saison en fonction des volumes disponibles et de la qualité de la récolte.

En termes de recommandation pour l'OFPM, sur le 1^{er} maillon, au vu des fortes particularités de chaque bassin, il est conseillé de prendre en compte l'ensemble des bassins de production et non une sélection. Jouant un rôle dans la détermination des coûts de production et du prix à l'expédition, il conviendrait de mettre en place un suivi national et harmonisé des prédateurs et mortalités sur les différents bassins. Sur la typologie de produit, il faut focaliser le suivi de la moule de bouchot plutôt sur la barquette qui présente un intérêt pour le suivi par l'OFPM en raison de sa standardisation, en particulier un suivi spécifique (volumes et prix) des moules en barquette et en vrac au stade de détail. Les sources de données à mobiliser sont le SSP, le GMB (groupement de la moule de bouchot issu du CNC) et Kantar Worldpanel. Enfin, l'étude invite à impliquer les différents acteurs de la filière pour améliorer le suivi et l'analyse économique.

**FLASHEZ
MOI**



PLANTES À PARFUMS, AROMATIQUES ET MÉDICINALES





PROSPECTIVE FILIÈRE FRANÇAISE DES PPAM 2040-45



RÉSUMÉ

Objectifs

Présentation des éléments essentiels de l'exercice de prospective pour la filière française des PPAM réalisé à la demande du Comité sectoriel PPAM.

Méthodologie

Un groupe d'experts de la filière des PPAM est constitué. Composé de 15 personnes (professionnels de la filière, chercheurs, et experts de l'administration), ce groupe s'est réuni 18 fois entre juin 2018 et octobre 2020. Il a construit une représentation du système « filière PPAM » et identifié les sujets importants pour l'avenir de cette filière. Des spécialistes, membres du groupe ou experts sollicités spécifiquement, ont été auditionnés sur ces sujets. Le groupe a rédigé des hypothèses sur l'évolution possible des sujets porteurs d'enjeu ainsi éclairés. Dans cette méthode, les hypothèses sont des phrases simples rédigées par les membres du groupe en recto et en verso. Exemple : les consommateurs privilégient les produits locaux au détriment des importations vs les consommateurs privilégient les produits exotiques. Parmi

ces hypothèses, celles jugées comme les plus importantes pour l'avenir ont été sélectionnées et les relations d'influence/dépendance qu'elles ont entre elles ont été établies. Ensuite les hypothèses les plus liées entre elles et leurs relations ont constitué la trame de scénarios. Un scénario est une histoire possible, plausible, pertinente, ni convenue, ni délirante, finalement ni vraie ni fausse, ni probable ni improbable.

La méthodologie spécifique à la prospective ne prétend donc pas prédire l'avenir mais s'attache à permettre d'anticiper différentes situations que l'on pourrait rencontrer, sans préjuger de leur caractère probable, souhaitable ou au contraire redoutable.

L'analyse des conséquences de ces scénarios va servir de base aux réflexions stratégiques « Ainsi perçue, la prospective n'est pas une évasion dans le futur mais le moyen, pour les décideurs et les chercheurs, de revenir au présent, mieux armés pour l'infléchir selon leurs intentions et leurs exigences. » (Sébillotte, 2002). Leur mise en débat lors du webinaire du 1^{er} avril réunissant une quarantaine de professionnels de la filière des PPAM a

permis, dans les conditions particulières liées à la crise sanitaire, de recueillir les 1^{ers} éléments d'appropriation des scénarios et de positionnements stratégiques.

Résultats

Les cinq scénarios pour la filière des PPAM à l'horizon 2040-45, ont en commun d'aborder des familles de questions. Ces questions peuvent être structurées autour de trois grandes thématiques :

- celles relatives au contexte général (climatique, économique et sociétal) dans lequel évolue la filière des PPAM compte tenu d'implications plus spécifiques en matière de pratiques culturelles, d'échanges internationaux, de transport, de politiques agricoles et territoriales, et aussi de concurrence entre extraction et synthèse pour l'obtention des principes actifs ;
- celles relatives au contexte spécifique à la filière PPAM et à ses acteurs : la concertation entre acteurs et l'organisation de la filière, la formation et les RH, la recherche publique ou privée, l'accès aux ressources génétiques, les réglementations spécifiques notamment concernant les allégations santé et les contaminants, les systèmes de production, la cueillette et la compétitivité ; avec à la charnière des marchés et produits : le rôle joué par l'industrie pharmaceutique, le statut du cannabis, les huiles essentielles, et les problématiques de multi-statut et d'étiquetage ;
- enfin celles relatives aux marchés et produits : demande mondiale et consommation française, identité géographique, prix et signes de qualité différenciants.

Les scénarios mettent particulièrement en évidence la potentielle versatilité d'une demande sociétale portant, parfois simultanément, d'une part sur la sécurité et la normalisation des apports des technologies dans les domaines de la connaissance, de la santé, de l'agronomie et d'autre part sur le ressourcement offert par la nature et les produits naturels qu'ils soient bruts ou obtenus par extraction. Ils pointent également la spécificité d'une filière qui réunit des acteurs de taille très différentes, œuvrant dans des secteurs définis par leur aval sur des marchés qui vont du circuit ultra-court à l'international et dont le point de convergence est la valorisation non alimentaire des actifs végétaux, ce qui ne facilite pas la création d'une identité de filière forte et d'un front uni pour faire évoluer des réglementations complexes et hétérogènes.

Conclusion

En figurant des aboutissements possibles, sans exclusive, des débats qui traversent la filière française des PPAM, l'étude prospective vise à alimenter la réflexion stratégique des professionnels de la filière en autorisant à sortir d'un cadre de négociation de court terme. Ce document est une synthèse concernant l'essentiel des résultats de cet exercice de prospective, dont les travaux se sont achevés dans le courant du dernier trimestre de 2020.

FLASHEZ
MOI





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE
*Liberté
Égalité
Fraternité*

FranceAgriMer
Centre national d'information
des produits agricoles et de la pêche

LES
DONNÉES

Marché des plantes à parfum,
aromatiques et médicinales

Panorama 2020

MARCHÉ DES PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES PANORAMA 2020



RÉSUMÉ

Objectif

L'objectif de cette étude est de compiler l'ensemble des données économiques disponibles sur la filière PPAM (Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales) en France. Ce panorama fait état de la production nationale de PPAM, des marchés au niveau de l'aval de la filière et des derniers chiffres sur le commerce extérieur français.

Résultats

La filière PPAM englobe la culture et la cueillette régulière de plus de 300 espèces de plantes à parfum, aromatiques et médicinales commercialisées et plus de 1 000 produits commercialisés.

En 2021, la surface occupée par les PPAM est de 67 500 ha pour un nombre de producteurs de 6 500. Cette surface ne cesse d'augmenter depuis les années 2000, avec une croissance supérieure à 32 % au cours des cinq dernières années. La part de l'agriculture biologique dans la filière PPAM est très importante et représente 18 % des surfaces en 2020, en forte croissance depuis plusieurs années.

Les transformations des PPAM sont très diverses et alimentent plusieurs secteurs d'activités (parfumerie, cosmétique, herboristerie, homéopathie, aromathérapie, agroalimentaire, etc.). L'année 2020 a été très particulière pour les différents marchés français à cause de la crise sanitaire. Les différents circuits de distribution ont été perturbés avec les mesures gouvernementales mises en place (confinement, couvre-feu, etc.).

Les derniers chiffres d'affaires disponibles sont les suivants :

- homéopathie : 217,5 M€ (estimation 2018) ;
- compléments alimentaires : 2,14 Md€ (2020) ;
- gemmothérapie : 3,3 M€ en pharmacie et parapharmacie (2020) ;
- infusions : 175 M€, dont 48 M€ pour le bio, en GMS, pharmacie et parapharmacie (2020) ;
- herbes de Provence : 11,9 M€ en GMS dont 1,9 M€ pour le Label Rouge et 778 000 € pour le bio (2020) ;
- thym : 7,3 M€ en GMS (2020) ;
- arômes alimentaires : 624 M€ (2019).

Pour les plantes en l'état, les exportations sont constantes et évaluées à 13 600 tonnes et 97 millions d'euros en 2020. Les importations sont en forte augmentation (+ 51 % en volume et + 76 % en valeur en dix ans) atteignant 49 420 tonnes et 212 millions d'euros en 2020.

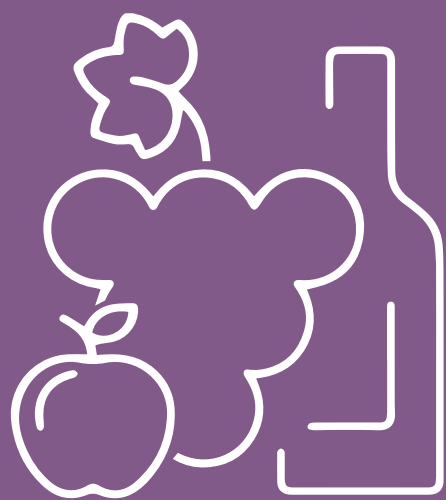
La France a importé 8 950 tonnes d'huiles essentielles pour une valeur totale de 322 millions d'euros. Les importations sont globalement en hausse en volume mais leurs valeurs sont en diminution depuis 2019 à cause de la baisse globale des prix des huiles importées. Les exportations atteignent, en 2020, 6 200 tonnes pour 387 millions d'euros. Elles sont globalement en hausse ces dix dernières années que ce soit en volume ou en valeur.

À noter que ces flux de matières premières ne rendent pas compte de la totalité de la filière. En effet, les PPAM sont fréquemment incorporées dans des produits finis (parfums, cosmétiques, compléments alimentaires, etc.) pour lesquels la balance commerciale est très excédentaire (cosmétique par exemple).

FLASHEZ
MOI



VIN ET CIDRE





ÉTUDES Vin et Cidre

• Janvier 2021

Étude de l'approvisionnement de la restauration en vin auprès des grossistes et Cash&Carry

La consommation de repas hors domicile est de plus en plus répandue en France. Cette manière de consommer à l'extérieur du domicile impacte les marchés de tous les produits alimentaires, dont les vins, de différentes façons. Le circuit de la consommation de repas hors domicile demeure un relais de croissance important à étudier pour les vins, notamment en considérant la baisse tendancielle de la consommation au domicile. Le CNIV et FranceAgriMer ont décidé de mettre en place une étude ayant pour but d'étudier en détail ce circuit afin de quantifier l'approvisionnement et l'offre de vin hors domicile.

Méthodologie de l'étude

Cette étude a été réalisée par le cabinet IRI-Gira FoodService à la demande du CNIV et de FranceAgriMer dans le but de quantifier, en volume et en valeur, les achats de vins réalisés par la restauration commerciale auprès de la distribution organisée. Ce document reprend les résultats de l'année 2019 comparés à ceux de l'année précédente. La méthodologie quantitative de IRI-GIRA FoodService porte sur la collecte des données de vente des principaux distributeurs organisés de la restauration commerciale : les grossistes boissons, les grossistes généralistes et les cash & carry. Le périmètre des achats de la restauration commerciale en distribution organisée est estimé à plus de 41% du marché en volume. Plus de la moitié des achats de vins s'opère en direct à la propriété.

Contexte de l'étude : la restauration commerciale, un circuit porteur
La consommation hors domicile¹ est dynamique depuis plusieurs années et se consolide. En 2018, le chiffre d'affaires de la

Consommation Hors Domicile (CHD) a augmenté de 3% par rapport à l'année précédente, notamment via une hausse importante du chiffre d'affaires du secteur de la restauration commerciale² (café, hôtel, restaurant...).

La croissance de la CHD s'accompagne aussi d'une progression du nombre de repas (+2% en un an) ainsi que d'une offre de plus en plus dense.

Le secteur de la CHD s'appuie sur différents atouts en adéquation avec les nouvelles attentes consommateurs : une offre en renouvellement perpétuel, une relation client moderne et en développement intégrant de nouvelles technologies ou encore des fast-food très plébiscités par les consommateurs.

Au sein de la CHD, la restauration commerciale sort du lot en contribuant très fortement à la croissance du circuit. Les établissements de la restauration commerciale sont de plus en plus visités et nombreux. Dans cette catégorie, les Fast-food sont toujours très compétitifs et

¹ CHD : Consommation Hors Domicile = toute la consommation alimentaire réalisée en dehors du domicile.

² Restauration commerciale = tous les établissements ayant pour objectif de gagner de l'argent au travers des prestations fournies aux clients à l'exception de la restauration collective.

ÉTUDE DE L'APPROVISIONNEMENT DE LA RESTAURATION EN VIN AUPRÈS DES GROSSISTES ET CASH&CARRY



RÉSUMÉ

Objectifs

Le CNIV et FranceAgriMer ont souhaité obtenir un éclairage précis sur le secteur de la consommation hors domicile. L'outil mis en place permet d'accéder à une partie de ce circuit au travers des ventes effectuées par les grossistes et les Cash&Carry auprès de la restauration commerciale.

Méthodologie

Cette étude a été réalisée par le cabinet IRI-Gira FoodService à la demande du CNIV et de FranceAgriMer dans le but de quantifier, en volume et en valeur, les achats de vins réalisés par la restauration commerciale auprès de la distribution organisée. Ce document reprend les résultats de l'année 2019 comparés à ceux de l'année précédente. La méthodologie quantitative de IRI-GIRA FoodService porte sur la collecte des données de vente des principaux distributeurs organisés de la restauration commerciale : les grossistes boissons, les grossistes généralistes et les cash & carry. Le périmètre des achats de la restauration commerciale en

distribution organisée est estimé à plus de 41 % du marché en volume. Plus de la moitié des achats de vins s'opère en direct à la propriété.

Résultats

En 2019, les ventes de vin de la distribution organisée à destination de la restauration commerciale sont stables sur un an et de l'ordre de 1,9 million d'hl. La progression du prix moyen des vins vendus explique la valorisation de 2 % des ventes de vin, à 860 millions d'euros. Les vins tranquilles représentent plus de 90 % des ventes en volume de la distribution organisée en 2019. Au global, les vins tranquilles sont en léger recul de - 0,6 % en volume. La catégorie des Vins de France (SIG) est particulièrement dynamique au détriment des VSIG UE. Les vins AOP et IGP portent l'essentiel de la valorisation du global vin, avec un prix moyen de vente en progression. En ce qui concerne les vins étrangers, ils sont en recul et ce, quelle que soit leur provenance. Les vins effervescents représentent 8 % des ventes de la distribution organisée. Les ventes sont en croissance par rapport à 2018 que

ce soit en volume ou en valeur. Les Crémants bénéficient d'une bonne dynamique par rapport aux autres appellations. Les Champagnes résistent mais les vins effervescents étrangers restent la catégorie la plus dynamique portée par les ventes de Prosecco. La catégorie des vins doux naturels est très minoritaire et accuse un recul marqué par rapport à 2018, que ce soit en volume ou en valeur (baisse du prix moyen des ventes). Le vin en bouteille 75 cl est de plus en plus présent dans les ventes de la distribution organisée aux établissements de restauration commerciale : les bouteilles 75 cl pèsent en 2019 pour près de la moitié du marché en volume (+ 3 millions de bouteilles soit + 2 % vs 2018). L'analyse par couleur des ventes de vin de la distribution organisée à destination de la restauration commerciale met en évidence un net recul des volumes vendus pour les rouges en 2019. Les vins blancs restent relativement stables par rapport à 2018 alors que la catégorie des rosés connaît une nette progression. Ces constats sont similaires en valeur. Pour les rosés, ce sont principalement les IGP qui expliquent la hausse de valeur observée. Le secteur de la restauration à table a bénéficié de la croissance de la CHD en 2019 avec notamment un parc qui s'accroît, particulièrement pour les indépendants. Le secteur des débits de boissons assure sa croissance au travers de concepts modernes fortement portés par les établissements indépendants. Les établissements d'hébergements (hôtels, parahôtellerie) ont souffert en 2019 mais de façon hétérogène en fonction des types de structures.

Conclusion

La consommation de repas hors domicile est de plus en plus répandue en France. Cette manière de consommer à l'extérieur du domicile impacte les marchés de tous les produits alimentaires, dont les vins, de différentes façons. Bien que cette synthèse ne traite pas de l'année 2020, cette dernière est néanmoins une année marquante et atypique pour le circuit de la consommation hors domicile. Les différentes phases de confinement et de limitation des déplacements due à l'épidémie de la Covid-19 ont eu un impact fort et des conséquences qui risquent de marquer durablement le secteur.

FLASHEZ
MOI





VINS ET SPIRITUEUX COMMERCE EXTÉRIEUR BILAN 2020



RÉSUMÉ

112

Objectifs

Cette publication annuelle fait le bilan de l'évolution des exportations et des importations françaises de vins et de spiritueux en volume et en valeur sur l'année 2019, avec un historique depuis 2000. Les données sont détaillées par catégories de produits (vins tranquilles, vins effervescents, AOP, IGP...) et par pays de provenance ou de destination. Les dernières données sur la production, la consommation et les échanges internationaux sont également précisées.

Méthodologie

Cette publication fait l'objet d'une analyse de données issues de l'OIV, pour la production et la consommation mondiale, de la plateforme Trade Data Monitor (données Douanes et/ou Euromonitor de chaque pays), pour les échanges mondiaux et la douane française, concernant le détail des exportations et des importations françaises par catégorie de produits.

Résultats

En 2020, les mesures prises par nombre de pays dans le monde afin d'endiguer la pandémie de la Covid-19 (fermeture des frontières, du circuit CHR, confinement, interdiction temporaire de vente d'alcool), ont ralenti les échanges mondiaux de vins et spiritueux en volume et surtout en valeur.

Les vins français, très valorisés à l'export et bien positionnés sur le circuit hors domicile, sont plus fortement touchés. Après 5 années de progression continue, le prix moyen à l'export chute (- 6 %). Le Champagne souffre tout particulièrement de la situation sanitaire notamment à destination des pays tiers : les États-Unis, le Royaume-Uni et Singapour concentrent plus de la moitié des 634 millions d'euros de chiffre d'affaires perdus. Le ralentissement des exportations françaises de vins tranquilles AOP contribue également fortement à la baisse globale des exports. Les États-Unis concentrent l'essentiel des pertes d'AOP vins tranquilles (60 %), traduisant l'impact des taxes « Trump ». Ces dernières sont également en fort recul en Chine sur la 1^{ère} moitié de 2020, sous l'ef-

fet de la crise sanitaire. Toutefois, au Royaume-Uni, les exportations françaises de vins tranquilles en bouteille bénéficient d'achats d'anticipation sur la fin de la période de transition du Brexit. Vers l'UE, les exportations françaises de vins ont davantage résisté : les volumes et les valeurs reculent plus modérément vers l'Allemagne et la Belgique, quand ils se développent vers les Pays-Bas et la Suède. Concernant les spiritueux, les exportations de Cognac (69 % des exportations en valeur) accusent un recul particulièrement sévère en valeur (- 21 %) comme en volume (- 12 %). Le marché asiatique (Chine, Singapour) concentre l'essentiel des pertes en volume et les États-Unis en valeur.

Les importations françaises de vins sont aussi en repli en volume, notamment depuis l'Espagne, mais les prix progressent. Si le ralentissement des échanges mondiaux a entraîné la constitution de stocks sur le marché domestique, la mise en place d'une distillation de crise a permis de limiter ces effets, sur la seconde partie de l'année. Les importations françaises de vins en vrac SIG de l'UE, sans mention de cépage (60 % des volumes) sont davantage pénalisées en 2020. En revanche, les importations de Prosecco sont en forte croissance (+ 11 %), sous l'effet d'une demande en hausse sur le marché national, mais au détriment du prix (- 12 % à 3,3 €/l). Quant aux spiritueux, ce sont les importations françaises de Whiskies (55 % des volumes) qui ont été le plus en recul en 2020 (- 5 % des volumes et - 14 % des valeurs) notamment depuis le Royaume-Uni, d'où provient l'essentiel des volumes importés.

Conclusion

Malgré une balance commerciale très nettement positive (+ 11 milliards d'euros) sur l'année 2020, le commerce extérieur français des vins et spiritueux a fortement souffert du contexte sanitaire mais aussi de la situation antérieure à 2020 : effet Brexit (stocks constitués en 2019), taxes « Trump », ralentissement de la consommation en Chine... Ainsi, après 5 années de croissance continue, la balance commerciale en 2020 est en net repli (- 14 %). Or, c'est vers les pays tiers, qui constituent les marchés les plus porteurs en termes de demande ces dernières années, que les replis sont les plus marqués. Bien qu'elle reste la deuxième filière contributrice en valeur à la balance commerciale française et la première au niveau du secteur agroalimentaire, de nombreuses inquiétudes pèsent sur la filière des vins et spiritueux française.

FLASHEZ
MOI





VENTES ET ACHATS DE VINS EFFERVESCENTS BILAN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan a pour objectif de présenter de manière détaillée les évolutions, d'une part, des ventes de vins effervescents en grande distribution et, d'autre part, des achats de ces vins par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2020.

Méthodologie

Pour les ventes de vins tranquilles, les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir des enregistrements des sorties de caisses en grande distribution (hypermarchés et supermarchés uniquement, parc total des magasins suivis : 7 647).

Pour les achats des ménages français, les données sont issues du panel CONSOSCAN de Kantar Worldpanel sur le marché des vins tranquilles. Ce panel mesure les achats de 12 000 ménages, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (à l'exception du circuit hors domicile et

des achats réalisés en vacances). Ce bilan permet d'appréhender les évolutions par différents indicateurs d'achat suivant les produits, les circuits de distribution et les catégories sociodémographiques.

Résultats

Pour les ventes de vins effervescents en grande distribution, les principaux résultats en 2020 à retenir sont :

- une décroissance des ventes qui s'est poursuivie avec les effets de la crise sanitaire, après une année 2019 déjà difficile, avec une baisse de - 9,5 % en volume et de - 6,4 % en valeur par rapport à 2019 ;
- les ventes de vins effervescents ont été largement pénalisées par la période du confinement strict (mi-mars à mi-mai 2020) qui concentre 92 % des pertes en chiffres d'affaires et 58 % des pertes en volume ;
- contrairement à l'année 2019, le Champagne n'a pas été le plus gros contributeur aux pertes du marché bien que ses ventes aient fortement chuté lors du confinement strict. Au global de l'année 2020, le Champagne a enregistré des pertes de - 5,4 % en volume et de - 4,2 % en valeur ;

- les vins effervescents AOP ont vu leurs ventes fortement diminuer en 2020 avec une baisse de - 13,8 % en volume et de - 13,4 % en valeur par rapport à 2019 ;
- seules les ventes de vins effervescents étrangers sont restées dynamiques en 2020 à la fois en volume (+ 3,7 % vs 2019) et en valeur (+ 4,9 % vs 2019).

Concernant les achats de vins effervescents par les ménages pour leur consommation à domicile, les principaux résultats sont :

- des indicateurs d'achat au plus bas dans le contexte particulier de 2020. Le nombre de ménages acheteurs a été en très légère hausse en 2020 mais reste à un niveau historiquement bas avec 45,8 % de taux d'acheteurs. Les vins effervescents ont aussi été pénalisés par des acheteurs qui ont beaucoup moins acheté, de manière plus occasionnelle (4,6 actes d'achat/acheteur/an) et qui ont fait des paniers plus petits (1,99 col/acte/acheteur/an) ;
- en termes de circuits, en 2020, bien que les hypermarchés et les supermarchés concentrent toujours l'essentiel des achats de vins effervescents avec un poids stable (respectivement 48 % et 25 %), seuls le online généraliste et les magasins de proximité ont gagné des parts de marché volume. Les circuits spécialisés ont également recruté de nouveaux acheteurs mais les paniers ont été beaucoup moins remplis que par rapport à 2019.

Conclusion

Après une année 2019 déjà difficile, le marché des vins effervescents a été en 2020 très impacté par les mesures prises face à la crise sanitaire avec des baisses des ventes conséquentes pour l'ensemble des catégories à l'exception des vins effervescents étrangers. Comme en 2019, ce développement s'est fait très majoritairement par la croissance du Prosecco dont la présence en rayon a continué d'augmenter. Les vins effervescents étrangers ont réussi à recruter et à fidéliser de plus en plus d'acheteurs malgré le contexte difficile.

**FLASHEZ
MOI**





VENTES ET ACHATS DE VINS TRANQUILLES BILAN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan a pour objectif de présenter de manière détaillée les évolutions, d'une part, des ventes de vins tranquilles en grande distribution et, d'autre part, des achats de ces vins par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2020.

Méthodologie

Pour les ventes de vins tranquilles, les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir des enregistrements des sorties de caisses en grande distribution (hypermarchés et supermarchés uniquement, parc total des magasins suivis : 7 647).

Pour les achats des ménages français, les données sont issues du panel CONSOSCAN de Kantar Worldpanel sur le marché des vins tranquilles. Ce panel mesure les achats de 12 000 ménages, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (à l'exception du circuit hors domicile et

des achats réalisés en vacances). Ce bilan permet d'appréhender les évolutions par différents indicateurs d'achat suivant les produits, les circuits de distribution et les catégories sociodémographiques.

Résultats

Pour les ventes de vins tranquilles en grande distribution, les principaux résultats à retenir dans le contexte particulier de 2020 (avec notamment la fermeture partielle de la restauration hors domicile) sont :

- une légère baisse des ventes en volume (- 0,8 %) et en valeur (- 0,6 %). Après des années en recul, le contexte de l'année 2020 a permis aux ventes de vins tranquilles en grande distribution de se stabiliser ;
- en termes de couleur, ce sont les ventes de vins rouges qui ont été en recul avec une baisse davantage marquée en valeur qu'en volume. Pour les vins blancs et rosés, le phénomène est inversé avec des ventes en progression et qui se sont valorisées ;
- en termes de segments, les vins AOP, qui ont représenté 45 % des volumes et 2/3

de la valeur des ventes de vins tranquilles, ont expliqué plus de 70 % des pertes du marché global. Les IGP, et plus particulièrement les IGP standard, ont réussi à se valoriser malgré les pertes en volume. Seuls les vins sans indication géographique d'un État membre en particulier (en opposition aux mélanges de vins de plusieurs États membres) se sont stabilisés en volume, mais sans se valoriser par rapport à 2019.

Concernant les achats de vins tranquilles par les ménages pour leur consommation à domicile, les principaux résultats sont :

- après des années de recul de l'ensemble des indicateurs d'achat, l'année 2020 correspond à une rupture de tendance avec des vins tranquilles qui ont vu croître le nombre d'acheteurs (taux de pénétration de 83,5 %, soit + 0,5 pt vs 2019) qui ont fait de plus gros paniers (3,36 cols par acte d'achat, soit + 3,6 % vs 2019) ;
- en termes de circuits de distribution, la croissance des vins tranquilles a été portée par les circuits autres que les hyper et supermarchés avec un recrutement d'acheteurs et un niveau d'achat en hausse pour les achats effectués dans les EDMP, les magasins de proximité, le online généraliste, les cavistes et la vente directe ;
- en termes de tranches d'âge, les ménages de plus de 50 ans constituent toujours le cœur de clientèle, avec 77 % de parts de marché volume dans les achats de vins tranquilles. Cependant, en 2020, la croissance des vins tranquilles a été particulièrement tirée par les moins de 50 ans qui sont revenus plus souvent en acheter.

Conclusion

Avec une année 2020 particulière, tant les ventes en grande distribution que les achats des ménages français de vins tranquilles pour la consommation à domicile ont connu une rupture de tendance avec respectivement une stabilité des ventes et une croissance des achats. Ces changements sont vraisemblablement conjoncturels et liés au contexte atypique de 2020.

FLASHEZ
MOI





OBSERVATOIRE MONDIAL DU ROSÉ : DES CONFIRMATIONS ET DE NOUVELLES TENDANCES !



RÉSUMÉ

Objectifs

L'Observatoire mondial des vins rosés vise à suivre la production, la consommation et les flux de vin rosé dans le monde avec un historique depuis 2002, permettant de dégager des tendances sur le long terme. Des focus sont également réalisés chaque année afin d'approfondir les connaissances sur certains marchés stratégiques ou porteurs. En 2020, le focus est consacré au marché américain.

Méthodologie

En 2019, ce sont 45 pays producteurs et consommateurs de vin rosé qui sont suivis afin d'évaluer en volume et valeur leur consommation, par le biais de panels (distributeurs et consommateurs), de données des monopoles de distribution ou encore d'enquêtes auprès des consommateurs. La production est approchée à partir de sources officielles, de données commerciales ou encore reconstituée via le niveau de la consommation intérieure. Enfin, les échanges sont déterminés à partir des statistiques douanières, reconstitués par matrices de croisement des flux

entre pays ou déterminés à partir des niveaux de consommation. Toutes ces données sont croisées avec d'autres sources bibliographiques : données OIV, entretiens d'experts, calculs par bilan.

Résultats

Le marché du vin rosé est historiquement tendu et le solde offre/demande redevient négatif en 2019, sous l'effet d'une plus forte baisse de la production de vin rosé dans plusieurs pays, comparée à leur consommation (Italie, Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Argentine et États-Unis). Si la production mondiale de vin rosé est restée stable pendant 15 ans, elle semble en baisse en 2019 à 23 Mhl (- 7 % vs 2018). Mais, la part de vin rosé dans la production des trois couleurs de vin tranquille (9,9 %) progresse sensiblement. En 2019, la production de vin en France et en Espagne (1^{er} et 2^e producteurs mondiaux de vin rosé avec respectivement 34 % et 23 % de parts de marché) retrouve un niveau moyen, après une récolte exceptionnelle en 2018. Les États-Unis, 3^e producteur mondial de vin rosé, complète le podium. À eux trois, ces pays produisent

66 % des volumes mondiaux de vin rosé. Bien que le marché reste concentré, on assiste en 10 ans à un net développement des « nouveaux pays producteurs » (Chili, Afrique du Sud et plusieurs pays d'Europe centrale et de l'Est). En forte croissance depuis 15 ans, la consommation de vin rosé semble toutefois se maintenir sur un palier stable depuis 2 ans, avec 23,6 Mhl en 2019. Les deux principaux moteurs de la consommation mondiale restent la France et les États-Unis avec respectivement 35 % et 15 % de parts de marché. La concentration du marché s'accélère sous l'effet d'une contraction de la part des petits pays consommateurs (hors top 10) dans la consommation mondiale, qui est passée de 28 % à 23 % en 10 ans. Mais le vin rosé est un produit qui s'échange de plus en plus au niveau mondial. En 2019, la part des vins rosés importés dans la consommation mondiale (43 %) est en croissance et devient, pour la première fois, significativement supérieure aux taux d'importation toutes couleurs confondues. En termes de valeur, les flux mondiaux stagnent à 2,3 milliards d'euros. Ainsi, le prix moyen pour les sept principaux pays exportateurs est de 2,1 €/l, en augmentation depuis 5 ans. La France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les États-Unis se positionnent comme les 4 principaux marchés d'importation : 61 % des volumes importés et 54 % de la valeur en 2019. Si la France est le principal marché d'importation en volume (29 % des imports mondiaux), ce sont les États-Unis qui dominent en valeur (23 % de la valeur). La France, l'Espagne et l'Italie sont les principaux pays exportateurs et réalisent les deux tiers des exportations mondiales de vin rosé en volume et en valeur en 2019, l'Espagne conservant sa place de leader des exportations en volume (41 %) et la France en valeur (34 %). Les flux de vin rosé de l'Espagne vers la France restent cependant les plus importants, bien que leur part dans les échanges mondiaux diminue. Ils représentent 20 % des échanges mondiaux en volume, mais seulement 5 % en valeur.

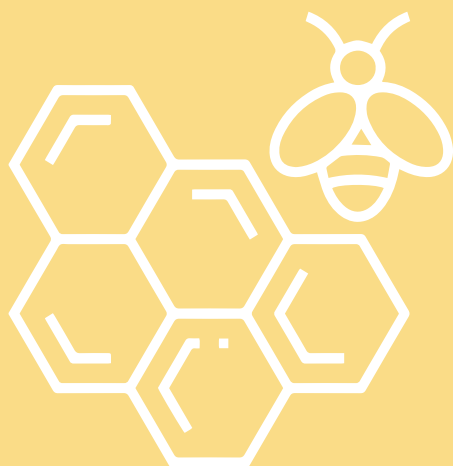
Conclusion

Il y a peu de changement dans les dynamiques mondiales entre 2018 et 2019. En 2020, la pandémie mondiale a fortement affecté la consommation mondiale de vin comme les échanges. Dans de nombreux pays, comme en France, la demande pour le vin rosé a fortement crû. Par ailleurs, les productions de gros pays producteurs tels que les États-Unis, le Chili, l'Australie, la Roumanie, etc. ont été davantage affectées par les aléas climatiques. Les prochaines données de l'observatoire seront ainsi probablement en rupture avec les évolutions actuelles.

FLASHEZ
MOI



APICULTURE





ÉTUDES Apiculture

• Mars 2021

Étude de la structure économique de la filière apicole française

Objectifs et méthodologie de l'étude

Cette étude menée à la demande de FranceAgriMer par le cabinet Klorobiz et Michel Bocquet a pour objectif de consolider un socle de connaissances quantitatives et qualitatives sur le secteur de l'apiculture afin de répondre aux objectifs suivants :

- Améliorer la connaissance de l'organisation économique du secteur apicole ;
- Accroître les connaissances sur deux secteurs spécifiques de l'apiculture : l'élevage de reines esou d'essaims et les services à la pollinisation ;
- Renforcer les connaissances sur le marché du miel et des autres produits de l'apiculture (gelée royale, cire, pollen, propolis) afin de mieux appréhender les différents flux de commercialisation et la segmentation du marché apicole aussi bien en volume qu'en valeur.

La structure économique de la filière apicole a été abordée selon les axes suivants : le potentiel de production et la capacité à répondre à la demande nationale (dont focus import et export), l'offre et le positionnement des produits selon les circuits de vente directe ou vers les professionnels (analyse prix par miellée), les circuits de commercialisation et les stratégies de valorisation des différents opérateurs (cf. cartographie des flux par produit), les tendances de marché et les facteurs économiques et structurels impactant la compétitivité de la filière.

L'étude s'est déroulée en trois temps de juin 2020 à janvier 2021 et les moyens suivants ont été mobilisés :

- **Volet 1 - Cadastre et descriptif de la filière française :** consolidation de la bibliographie et des bases de données, étude approfondie des données d'import/export de miel, entretiens de cadrage avec les institutions de la filière, enquête de commercialisation et entretiens auprès d'apiculteurs, de conditionneurs et de distributeurs, relevés de rayons en grande distribution ;
- **Volet 2 - Evaluation de l'activité d'élevage dans le secteur apicole :** consolidation de l'étude documentaire, enquête via un questionnaire en ligne, entretiens ciblés avec des éleveurs ;
- **Volet 3 - Evaluation de l'activité de pollinisation chez les apiculteurs :** consolidation de l'étude documentaire, enquête via un questionnaire en ligne, entretiens ciblés avec des apiculteurs pollinisateurs et des producteurs agricoles clients de la pollinisation.

Rappel des chiffres-clés et dynamique importations/exportations de miel en France

Depuis 2014, la France importe en moyenne plus de 32 000 tonnes de miel par an. Pour autant, malgré l'augmentation sensible de la production française, les importations continuent à augmenter (effet nul des exportations qui stagnent autour d'environ 5 000 tonnes/an). Sur la

ÉTUDE DE LA STRUCTURE ÉCONOMIQUE DE LA FILIÈRE APICOLE FRANÇAISE



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude réalisée par le cabinet Klorobiz en 2020 a pour but de consolider un socle de connaissances quantitatives et qualitatives sur le secteur de l'apiculture afin de répondre aux objectifs suivants :

- améliorer la connaissance des pouvoirs publics sur l'organisation économique de la filière apicole ;
- accroître les connaissances sur le secteur de l'élevage et le secteur de la pollinisation ;
- renforcer les connaissances sur le marché du miel et des autres produits de l'apiculture (gelée royale, cire, pollen, propolis) afin de mieux appréhender les différents flux de commercialisation et la segmentation du marché apicole aussi bien en valeur qu'en volume.

Méthodologie

La méthodologie utilisée pour cette étude s'appuie sur une consolidation de la bibliographie et des bases de données existantes, sur une étude des données issues des douanes relatives aux importations et aux exportations de miel, sur des

entretiens auprès des institutions de la filière, auprès des apiculteurs, des conditionneurs, des distributeurs, des relevés en rayon dans la grande distribution mais également via des questionnaires en ligne envoyés aux éleveurs, aux apiculteurs pollinisateurs et auprès des producteurs agricoles clients de la pollinisation.

Résultats

L'étude fait apparaître les points suivants :

- depuis 2014, la France importe plus de 32 000 tonnes de miel par an, importations qui augmentent chaque année. Elles représentent 70 % des 50 000 tonnes consommées ;
- constitution de stocks au niveau des apiculteurs et des conditionneurs ;
- consommation globale de miel sous-estimée. Elle est estimée à 40 000/45 000 tonnes alors qu'elle serait de 50 000 tonnes. Cette différence serait liée à une sous-estimation des « autres usages du miel » notamment à destination de l'industrie (cosmétique, industrie agroalimentaire, produits santé...) ;
- les importations sont issues à 55 % de l'UE et à 45 % des pays tiers ;

- il existe une saisonnalité des importations notamment en octobre (pour constituer les stocks de l'année) et en janvier ;
- les apiculteurs mettent en place des circuits de commercialisation différents selon les régions ;
- la vente directe augmente ;
- la valorisation du miel au sein du circuit industriel s'accroît ;
- la part des ventes de miel biologique est en croissance ;
- la production de gelée royale est en hausse ;
- l'activité d'élevage a un fort impact sur l'exploitation et sur la production et apporte une source de revenu non négligeable. Cette activité a un fort potentiel de développement notamment auprès des jeunes apiculteurs ;
- la dynamique de renouvellement du cheptel est positive en 2019 ;
- l'activité de pollinisation est en légère croissance (augmentation des cheptels et professionnalisation des pratiques) ;
- pour les apiculteurs en début d'activité, la pollinisation peut être un apport de trésorerie non négligeable ;
- le secteur de la pollinisation est assez peu structuré.

Conclusion

Malgré une production en hausse ces dernières années, la France n'est pas auto-suffisante et doit donc importer du miel en provenance de l'Union européenne et des pays tiers afin de satisfaire une consommation intérieure toujours en croissance. Les circuits de distribution du miel varient en fonction des régions des apiculteurs. La grande distribution demeure le lieu privilégié pour les ventes de miel même si on observe le développement de la vente directe. La crise sanitaire de la Covid-19 a eu un effet positif sur les ventes de miel et des autres produits de la ruche. Certains distributeurs mettent en avant des croissances de vente volume en miel de + 13 % par rapport à l'année précédente.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Apiculture

• Juin 2021

Observatoire de la production de miel et gelée royale 2021 (données 2020)

Cette synthèse présente les résultats de l'Observatoire de la production de miel et de gelée royale, menée par le cabinet Agres Consulting pour FranceAgriMer.

Objectifs et méthode

Cette étude a pour objectif d'évaluer les volumes de production de miel et de gelée royale en France en 2020. La production est évaluée grâce aux données recueillies grâce à l'enquête menée auprès d'apiculteurs (professionnels et amateurs), d'organisations de producteurs (OP) et des conditionneurs. Les réponses collectées sont ensuite analysées en statistique descriptive et extrapolées à partir des données de déclaration de ruche faites auprès de la DGAL.

Représentativité des répondants par rapport à la base de déclaration de la DGAL et au volume de miel produit en 2019

Nombre de ruches	Nombre de répondants / extraction DGAL 2020	Répartition volume 2019
Moins de 50	4,7%	23,4%
50 à 149	7,9%	10,6%
150 à 399	12,9%	27,7%
Plus de 400	16,5%	36,3%
Total	5,2%	100%
Dont : miel DGAL	11,3%	74,6%

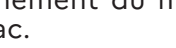
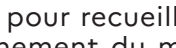
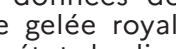
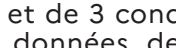
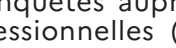
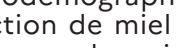
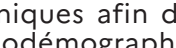
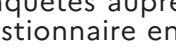
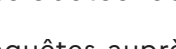
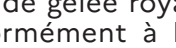
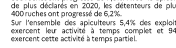
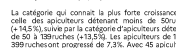
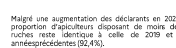
Source : Observatoire de la production de miel et gelée royale FranceAgriMer 2021 d'après la déclaration de la DGAL.
Les enquêtes ont permis de recueillir les réponses de 3 713 apiculteurs, soit 5,2 % des apiculteurs déclarants recensés dans la base de la DGAL en 2020.

Caractéristiques des structures apicoles

Le nombre total d'apiculteurs toujours en augmentation en 2020

Pour la 6^{ème} année consécutive, l'Observatoire a mis en évidence une augmentation du nombre d'apiculteurs avec une progression de près de 14 % entre 2019 et 2020. Cette augmentation s'explique par l'installation

1/ Observatoire de la production de miel et de gelée royale - Édition juin 2021 © FranceAgriMer 2021



OBSERVATOIRE DE LA PRODUCTION DE MIEL ET DE GELÉE ROYALE 2021 (DONNÉES 2020)



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude a pour objectif d'évaluer la production de miel et de gelée royale en France en 2020 conformément à la demande formulée par FranceAgriMer.

Méthodologie

La méthodologie s'articule autour de deux temps forts :

- la mise en place d'enquêtes auprès des apiculteurs par un questionnaire en ligne et des appels téléphoniques afin de disposer des données sociodémographiques, de données de production de miel et de gelée royale, de données sur les miellées, de données de commercialisation et des activités de diversification ;
- la mise en place d'enquêtes auprès de 23 organisations professionnelles (8 nationales, 15 régionales) et de 3 conditionneurs pour avoir des données de production de miel et de gelée royale par région, pour réaliser un état des lieux des pratiques apicoles et des circuits de distribution par région et pour recueillir des données de conditionnement du miel et de vente de miel en vrac.

Les enquêtes ont permis de recueillir les réponses de 3 713 apiculteurs, soit 5,2 % des apiculteurs déclarants recensés dans la base de la DGAL en 2020.

Résultats

Le nombre total d'apiculteurs a augmenté de 14 % entre 2019 et 2020 passant de 62 445 à 71 273 apiculteurs. Cette hausse s'explique par un accroissement du nombre d'apiculteurs se déclarant auprès de la DGAL mais également par l'arrivée de nouveaux apiculteurs s'installant sur le territoire.

En 2020, la production de miel est en hausse de 47 % par rapport à 2019 et atteint le plus fort volume de production enregistré depuis la mise en place de l'observatoire. La production est estimée à 31 791 tonnes. Cette forte hausse s'explique par une augmentation du nombre de ruches (+ 14 %) et une nette amélioration du rendement. Cette dynamique de production de miel est principalement le fait d'apiculteurs possédant plus de 50 ruches (74,6 % du volume produit le sont par des apiculteurs possédant plus de 50 ruches). Elle est majoritairement concentrée dans la

moitié sud du pays (près de 17 000 tonnes). En 2020, les deux principales régions productrices sont l'Occitanie et l'Auvergne-Rhône-Alpes avec une production estimée à 4 800 tonnes pour chacune des régions. Le rendement moyen en miel issu de l'agriculture conventionnelle est estimé à 23,2 kg /ruche et a progressé de 30 % entre 2019 et 2020. Le miel « toutes fleurs » est la miellée la plus produite en France et représente 13 % du volume total.

Concernant le miel biologique :

- le nombre de ruches biologiques ou en conversion atteint 161 000 ruches ;
- la production de miel biologique est de 4 354 tonnes en 2020 et le rendement de 24,5 kg/ruche ;
- la part des apiculteurs biologiques est de 15,8 % et la production représente 13,7 % des volumes totaux ;
- la majorité des ruches bio se situe dans le sud de la France.

Conclusion

La campagne 2020 est une année de forte production. Le printemps précoce sur une grande majorité du territoire a été propice à cette progression. La crise sanitaire et le confinement ont eu un impact sur la consommation et les habitudes de consommation des Français. Le miel perçu comme un produit naturel et sain a été davantage consommé durant cette période.

FLASHEZ
MOI





BILAN DE CAMPAGNE MIEL 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan vise à proposer un panorama le plus complet possible de la filière apicole dans ses différentes composantes et dimensions.

Méthodologie

Ce bilan réalisé en interne par la direction Marchés, études et prospective a été conçu à partir des résultats de l'Observatoire de la production de miel et de gelée royale réalisé par le cabinet Agrex Consulting pour la partie production, des résultats de l'étude sur la structure économique de la filière apicole française réalisée par le cabinet Klorobiz afin de mieux appréhender l'organisation de la filière, des résultats du panel distributeurs Nielsen pour les ventes de miel en grande distribution et à partir des données de la douane française extraites de Trade Data Monitor pour les échanges mondiaux.

Résultats

L'étude fait apparaître les points suivants :

- en 2020, la production de miel a atteint 31 791 tonnes ;

- le nombre d'apiculteurs officiellement déclarés auprès de la DGAL a augmenté de 14 % et atteint 71 273 apiculteurs ;
- la production de gelée royale a progressé de 9 % entre 2019 et 2020 pour atteindre 3 775 kg. 76 % des volumes de gelée royale produits sont certifiés Agriculture Biologique ;
- 35 % du miel est produit en transhumance (11 127 tonnes) ;
- la production de miel biologique est de 4 354 tonnes et représente 14 % de la production totale de miel ;
- pour répondre à sa demande, la France a importé près de 35 000 tonnes de miel ;
- la production française de miel est valorisée via la vente directe ou via la vente auprès des opérateurs ;
- le miel d'importation est principalement à destination des conditionneurs. Ce miel est valorisé en grande distribution, dans l'industrie agroalimentaire, en RHF, etc. ;
- l'activité d'élevage a un fort impact sur l'exploitation et sur la production et apporte une source non négligeable de revenu dans la filière ;
- la grande distribution demeure le circuit principal de commercialisation du miel en France ;

- les ventes en GMS en valeur de miel ont atteint 181 millions d'euros et elles sont estimées à 16 200 tonnes. Le miel liquide demeure le principal type de miel vendu avec 9 063 tonnes (+ 14 % par rapport à 2019) ;
- les ventes de miel toutes fleurs progressent et dominent toujours le marché français (12 425 tonnes) ;
- la France est le 7^e pays importateur en volume avec près de 35 000 tonnes importées en 2020 et le 4^e en valeur pour un plus de 113 millions d'euros ;
- la France est le 26^e pays exportateur en volume avec près de 4 000 tonnes et le 18^e en valeur (25 millions d'euros).

Conclusion

La production de miel française est évaluée en 2020 à 31 791 tonnes, la plus importante depuis la mise en place de l'Observatoire. Cette forte augmentation de la production est due à une progression du nombre de ruches et à une nette amélioration du rendement. Néanmoins, la production française n'est pas en capacité de répondre à la demande nationale en croissance. Ainsi la France importe la majorité de son miel notamment des pays européens. Le miel importé est en grande majorité à destination de la grande distribution ainsi que des industries agroalimentaires.

FLASHEZ
MOI



LAITS





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2020, PERSPECTIVES 2021



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2021, l'unité Élevage de la direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2020, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte sur les marchés français, européen et mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2021.

Méthodologie

Ce document couvre les filières viandes : filières gros bovins, veaux, ovins, porcs, volailles de chair, ainsi que les filières lait : lait de vache (dont biologique), lait de brebis, lait de chèvre.

Les données utilisées sont de sources diverses : FranceAgriMer pour les cotations animales, les prix des produits laitiers, le prix du lait, la collecte de lait, les fabrications de produits laitiers, Agreste – SSP pour les abattages, Eurostat et la douane française pour le commerce extérieur, la Commission européenne pour les don-

nées de production, abattages, fabrications, prix... des 27 autres États membres, l'USDA pour les données de prix mondiaux, etc.

Pour certaines sources fournissant des données mensuelles, l'année complète n'était pas disponible à date de parution du bilan : des estimations ont été faites pour le ou les mois manquants.

Sur les parties concernant le marché européen, le bilan 2020 a été fait à l'échelle de l'UE à 28 mais les prévisions portent sur l'UE à 27 (hors Royaume-Uni).

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2020 en France sont les suivants :

- en viande bovine, la demande en hausse notamment pour la viande hachée a permis de soutenir les cours des vaches alors que ceux des jeunes bovins ont pâti d'une raréfaction des débouchés. Le solde des échanges de viande s'est amélioré grâce à une diminution des importations ; la part de la viande française dans la consommation nationale a progressé ;
- la crise sanitaire a fortement perturbé la filière veau de boucherie : le surplus

d'offre par rapport à la demande nationale a entraîné un repli des cours des veaux de boucherie et un développement des exportations de petits veaux ;

- dans la filière viande ovine, la cotation des agneaux lourds a diminué avant Pâques en raison du confinement et du bouleversement des débouchés. La tendance s'est inversée ensuite grâce à la reprise de la demande (Ramadan, réouverture de la RHD) puis de la faiblesse de l'offre, et la cotation a atteint des niveaux historiquement hauts ;
- la production porcine a progressé malgré la diminution du cheptel. La demande de la Chine, confrontée à la peste porcine africaine, a tiré les exportations de la France et le solde des échanges français a progressé en 2020 ;
- la pandémie de la Covid-19 a affecté les filières volailles : la production s'est repliée et les exportations de poulet, dinde et canard ont été impactées par le ralentissement du marché intra-européen. Les importations françaises ont diminué, entraînant une légère amélioration du déficit commercial ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable en moyenne en 2020 mais a été freinée au printemps face à la réduction des débouchés. Les fabrications de produits de grande consommation ont progressé pour répondre à la demande des ménages et les importations ont diminué ;
- la collecte de lait de brebis a augmenté, ce qui a profité aux fabrications de produits ultra-frais, alors que celles de fromages ont été stables. La demande a été tirée par les achats des ménages ;
- dans la filière lait de chèvre, la collecte s'est développée et les importations ont été fortement freinées pour limiter la hausse des disponibilités totales pour l'industrie laitière. Le prix du lait de chèvre a progressé.

FLASHEZ
MOI





LES MUTATIONS DE LA TRANSFORMATION LAITIÈRE FRANÇAISE DE 2010 À 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

Depuis 2010, la filière lait de vache a été soumise à plusieurs événements qui ont perturbé les marchés et ont imposé des évolutions ainsi que des investissements dans le secteur de la transformation laitière : accroissement des capacités de séchage des outils suite à la crise de 2015-2016, développement des fabrications de poudre de lait infantile pour répondre à la demande chinoise, évolution des fabrications pour suivre la demande des consommateurs français...

Le secteur de la transformation laitière a ainsi largement évolué au cours des dix dernières années. L'objectif de cette étude est de dégager les mutations survenues dans ce maillon aval de la filière lait de vache, qu'elles concernent les volumes fabriqués, le nombre de sites de transformation, le niveau moyen de production de site ou leur localisation. Cette analyse inclut en effet une approche géographique de la production afin de mettre en évidence la diversité des dynamiques régionales et l'évolution, à cette échelle, de l'adéquation entre la production de lait et son utilisation dans les fabrications de produits finis.

Méthodologie

Toutes les données présentées dans cette étude sont issues de traitements faits par FranceAgriMer à partir d'une extraction de la base de données de l'Enquête mensuelle laitière SSP-FranceAgriMer au 9 mars 2021. Il s'agit de données mensuelles collectées auprès des sites de transformation, agrégées par année pour l'analyse et corrigées afin d'intégrer l'ensemble des fabrications nationales, en tenant compte des entreprises non enquêtées et de celles qui n'ont pas répondu à la date d'extraction. La période couverte est 2010-2019 et l'étude porte sur la transformation dans la filière lait de vache (bio inclus). Les analyses sont menées soit par produit, soit par grande famille de produits (matières grasses solides, fromages au lait de vache, autres produits de grande consommation-PGC, produits secs).

Afin de pouvoir travailler sur un « total fabrications » et de pouvoir comparer cette donnée aux volumes de lait collectés dans chaque région, les volumes de produits laitiers finis fabriqués, en litres ou en tonnes, ont été convertis en équivalent lait, à partir des taux de matière

grasse (MG) et de matière protéique (MP) moyens du lait collecté dans chaque région. Pour affiner l'analyse de l'adéquation offre-besoin de chaque région, les données de collecte et de fabrication des produits laitiers finis ont également été converties en matière sèche utile, matière protéique d'un côté et matière grasse de l'autre. L'étude est composée d'une analyse synthétique des résultats complétée par 17 fiches produits et 13 fiches régions.

Résultats

Entre 2010 et 2019, les fabrications de produits laitiers ont connu des évolutions divergentes selon les produits. Certains produits ont enregistré des replis marqués : c'est le cas notamment de produits secs comme la poudre de lactosérum et la poudre grasse, ou des autres PGC tels que les petits suisses et fromages blancs, les yaourts et laits fermentés et le lait conditionné. Le cas des yaourts et laits fermentés est assez emblématique : il s'agit de produits caractérisés par une réduction des volumes et du nombre de sites de production mais aussi par un poids moindre des groupes leaders et des grands sites, au fil des années. D'autres produits ont au contraire affiché une forte croissance : en tête les fromages à pâte filée et la poudre de lait infantile, ainsi que la crème conditionnée (longue conservation et fraîche) et la poudre de lait écrémé. La hausse des volumes est liée à un développement du niveau moyen de production des sites puisque le nombre de sites est resté stable depuis 2014. Dans le cas des poudres de lait infantile par exemple, les fabrications ont donc eu tendance à se concentrer autour des grands sites et des groupes leaders.

Le mix-produit de la France est resté relativement stable en dix ans. En 2019, les fabrications, exprimées en litres équivalent lait, se répartissent entre les fromages pour 35 % des volumes, les matières grasses solides pour 18 %, les autres PGC pour 27 % et les produits secs pour 20 %. Cinq régions fabriquent l'ensemble des familles de produits. Les fromages constituent la majorité des volumes de produits laitiers finis fabriqués dans le Grand Est, la Bourgogne-Franche-Comté et l'Île-de-France, alors qu'en Hauts-de-France, en PACA, en Occitanie et en Centre-Val-de-Loire, les autres PGC sont prépondérants.

L'adéquation fabrication de produits finis / collecte de lait en équivalent lait varie selon les régions : certaines manquent de lait pour pouvoir fabriquer la totalité de leurs produits laitiers (Centre-Val de Loire, Bourgogne-Franche-Comté) ; d'autres ont du lait en excédent (PACA, Occitanie, Grand Est). Des flux de lait (ou de matière laitière) entre régions sont donc choses communes sur le territoire. L'adéquation fabrication / collecte varie également au cours du temps. Le Centre Val-de-Loire et la Nouvelle-Aquitaine disposaient en 2010 de trop de lait par rapport à leurs besoins ; la situation s'est inversée en 2019. Au contraire, les Hauts-de-France et l'Auvergne-Rhône-Alpes manquaient de lait en 2010 mais ont des excédents en 2019.

Conclusion

La connaissance du secteur de la transformation laitière permet de mieux apprécier l'adéquation entre le maillon amont de la filière lait de vache et son maillon aval, la répartition des outils et leur capacité de transformation.

FLASHEZ
MOI





LA CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS EN 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Le suivi de la consommation est stratégique pour évaluer l'équilibre offre-demande d'une filière, en particulier quand celle-ci est encore très centrée sur le marché français comme c'est le cas en lait de brebis, lait de chèvre et lait biologique, ou quand les débouchés sont fortement perturbés comme ce fut le cas en 2020. Aussi, l'objectif de ce bilan est d'analyser les tendances de consommation de produits laitiers (vache, chèvre, brebis, conventionnel et biologique) des ménages français et allemands à domicile, sur l'année 2020. Tous les produits ont-ils profité de la hausse de la demande des ménages ? Quels circuits de distribution se sont démarqués ? Quelles sont les nouvelles tendances de consommation ?

Méthodologie

L'analyse du marché allemand porte sur les achats par les ménages de fromages de chèvre uniquement. Les données proviennent du panel consommateur GfK co-acheté par FranceAgriMer et l'Anicap. Les données sur le marché français sont is-

sues du panel consommateur Kantar Worldpanel, acheté par FranceAgriMer. Sont suivis dans ce bilan les produits laitiers à base de lait de vache, de brebis, de chèvre, conventionnel et biologique, répartis en cinq grandes familles : lait conditionné, crème conditionnée, matières grasses solides, produits ultra-frais et fromages. Les évolutions récentes sont dans un premier temps analysées pour tous les types de produits laitiers, avec un focus sur les produits sous signe de qualité. Les données sont ensuite présentées de manière exhaustive dans des tableaux et graphiques, soit avec un historique de 8 ans, soit pour l'année 2020. Ce bilan permet ainsi d'appréhender les évolutions par produit selon plusieurs indicateurs (volume, valeur, taux de pénétration, fréquence d'achat), par circuit de distribution (généralistes et spécialisés) et par critère sociodémographique (régions, revenu des ménages, âge de la personne responsable des achats, présence d'enfants). Enfin, des focus sont réalisés sur les produits les plus emblématiques parmi les grandes familles de produits, y compris les produits biologiques et les fromages AOP.

Résultats

L'année 2020 a été marquée par un chamboulement des débouchés, avec tout d'abord une fermeture de la restauration hors domicile (RHD), collective comme commerciale, une grande partie de l'année, également de moindres exportations vers des pays qui étaient aussi confinés et dont l'activité de RHD fonctionnait au ralenti, et enfin, avec un essor de la consommation à domicile et donc un report partiel des volumes perdus des autres débouchés vers les achats des ménages. Ainsi, en 2020, 76 % des repas ont été pris à domicile, contre 69 % l'année précédente.

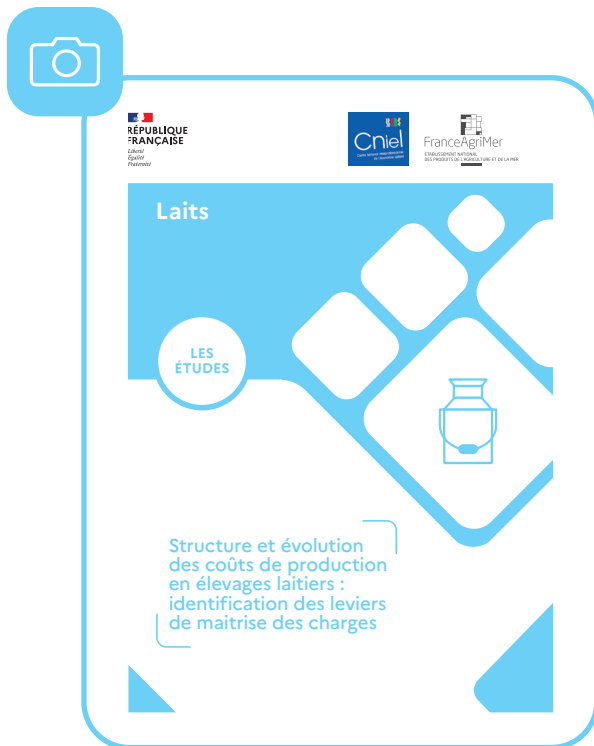
La conséquence est une augmentation des achats des ménages, pour l'ensemble des produits laitiers : en moyenne sur l'année 2020, les volumes ont progressé de 3,7 % (pour les produits ultra-frais) à 13,8 % (pour la crème) par rapport à 2019. Des produits en perte de vitesse depuis plusieurs années ont retrouvé la croissance : c'est le cas du lait conditionné (+ 6,0 %), dont les achats ont été particulièrement soutenus par les comportements de stockage des Français lors des deux confinements. L'augmentation du nombre de repas pris à la maison s'est accompagnée d'un développement de la cuisine fait maison, et notamment de la pâtisserie : la crème, le beurre mais également le lait conditionné ont été utilisés en tant qu'ingrédients et leur consommation s'est élargie à de nouveaux moments et à l'ensemble du cercle familial.

En revanche, la croissance des achats de produits laitiers biologiques a été moins prononcée que les années précédentes (un constat généralisable à l'ensemble des produits de grande consommation et fruits en libre-service biologiques) et moins marquée que pour les produits laitiers non biologiques. Le ralentissement a été particulièrement visible à partir du premier déconfinement et jusqu'à la fin de l'année. Même si le taux de pénétration est resté orienté à la hausse, la fréquence d'achat et le niveau moyen d'achat ont fléchi, entraînant une moindre hausse des achats en volume, voire un repli en ce qui concerne les yaourts et les fromages frais biologiques.

Le confinement du printemps a entraîné une modification des comportements des ménages français : contraints par le temps de sortie et la distance autorisés, ils ont développé leurs achats dans les supermarchés et les magasins de proximité, délaissant les hypermarchés (plus éloignés, plus fréquentés) et les magasins spécialisés (dans lesquels tous les produits n'étaient pas disponibles). Le recours au e-commerce a fortement bénéficié de la crise sanitaire, qui a agi comme un accélérateur de tendance : les achats de produits laitiers en valeur ont augmenté de 47,9 % en 2020 par rapport à 2019 et la part du e-commerce est passée de 5,6 % à 7,7 %.

FLASHEZ
MOI





STRUCTURE ET ÉVOLUTION DES COÛTS DE PRODUCTION EN ÉLEVAGES LAITIERS IDENTIFICATION DES LEVIERS DE MAÎTRISE DES CHARGES



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude menée par FranceAgriMer et le Cniel a pour objectif d'analyser l'évolution des postes de charges au cours des cinq dernières années, d'identifier les marges de manœuvre et les pistes d'amélioration de la maîtrise des coûts de production pour les éleveurs laitiers.

Méthodologie

Deux phases composent cette étude :

- la première phase consiste à analyser la structuration et l'évolution des coûts de production (charges opérationnelles et de structure) par poste. Trois bases de données ont été mobilisées pour ce travail : la base du RICA, la base INOSYS Réseaux d'Élevage de l'Idèle et la base ECOLAIT du BTPL. Un maximum de situations a été analysé grâce à ces bases, en tenant compte de la diversité des systèmes de production (y compris AOP et bio), des territoires (y compris les zones intermédiaires) et des cas particuliers des exploitations de jeunes agriculteurs ;
- ce travail a permis dans un second temps de hiérarchiser les postes de coût en fonc-

tion de leur caractère limitant sur la formation du revenu, puis de fournir aux éleveurs des clés et leviers d'amélioration pour mieux gérer et optimiser leurs coûts de production.

Résultats

L'analyse globale du revenu disponible par UTANS des exploitations produisant du lait, faite sur deux périodes différentes (2000-2002 et 2017-2018), montre un étalement de la distribution des revenus des exploitations : le quartile inférieur (seuil en dessous duquel on trouve 25 % des exploitations) a reculé de 14 % en euros constants entre les deux périodes étudiées, tandis que le quartile supérieur a progressé de 17 %. L'analyse indique que les facteurs limitants du revenu sont moins souvent la dimension de l'atelier mais plus souvent l'efficacité économique et donc la maîtrise des charges. Pour 100 % des ateliers laitiers, 47 % ont leur résultat limité par le coût par litre, dont 24 % ateliers le sont plus particulièrement par le coût du système alimentation tandis que 16 % le sont par le coût du bâtiment, des équipements et des salaires. D'autres ate-

liers sont limités par les produits par litre de lait (31 % des ateliers), et certains par le volume produit par UTANS (22 %). Le prix du lait apparaît très peu dans l'analyse des facteurs limitants car celle-ci se fait à conjoncture donnée.

Dans un second temps, ces facteurs limitants ont été recroisés avec les classes de résultats de l'atelier lait par UTANS. Il en ressort que plus les résultats sont faibles, plus les charges sont en cause (à l'exception des charges bâtiment-équipement, qui peuvent être élevées même dans des classes de résultats élevés). Une analyse spécifique a ensuite été réalisée sur le cas de jeunes agriculteurs. Les coûts de production sont souvent plus élevés, en lien avec le cycle de relance de l'exploitation et avec la taille des exploitations, généralement plus grande.

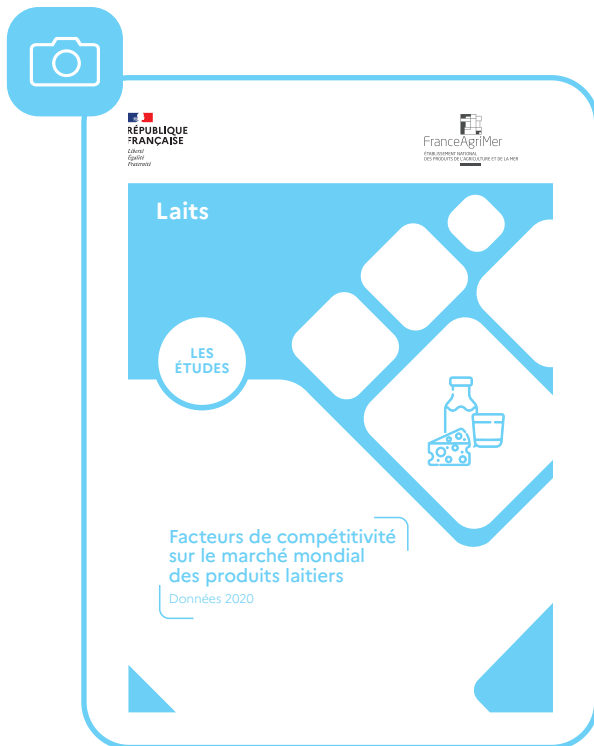
La 2^e partie de l'étude concerne la recherche de marges de progrès (chiffrer, positionner, et contextualiser les résultats) pour améliorer la rémunération de l'éleveur (définir une stratégie). Deux stratégies peuvent être étudiées : la première à envisager est la voie d'optimisation du coût de production (améliorer la rémunération permise par 1 000 litres), mais la voie dimension peut également être intéressante (raisonner les investissements). Neuf fiches leviers d'action ont été élaborées pour permettre cette recherche de marges : 6 fiches charges, 1 fiche renouvellement du cheptel laitier et 2 fiches postes de produits.

Conclusion

À conjoncture donnée, les charges sont le premier facteur limitant du revenu des ateliers laitiers et donc source de marges de progrès. En particulier, le coût du système d'alimentation est le point faible des systèmes de production français. Le travail mené dans le cadre de cette étude a permis l'élaboration de fiches-leviers qui serviront d'appui à la recherche de marges de progrès au niveau de l'exploitation, en positionnant les résultats de celle-ci puis en définissant une stratégie d'amélioration. Ces fiches ont vocation à être diffusées largement pour pouvoir être utilisées sur le terrain.

FLASHEZ
MOI





FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ MONDIAL DES PRODUITS LAITIERS DONNÉES 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude présente les principales conclusions du 6^e volet de la veille internationale de compétitivité sur les produits au lait de vache. Elle a pour objectif de comparer les facteurs de compétitivité de la filière laitière de la France et de ses principaux concurrents en 2020 et met notamment l'accent sur les facteurs disruptifs et les changements les plus importants par rapport aux précédentes veilles.

Méthodologie

Dans cette nouvelle édition de la veille, la France et 12 de ses principaux concurrents sur le marché mondial des produits au lait de vache sont retenus : cinq pays tiers (Argentine, Australie, Brésil, États-Unis et Nouvelle-Zélande), et sept pays de l'Union européenne (Allemagne, Danemark, Irlande, Italie, Pays-Bas, Pologne et Royaume-Uni).

Treize marchés porteurs ont été identifiés comme des importateurs de première importance ou émergents. Ils constituent à ce titre des axes de développement stratégiques pour les filières laitières des pays

producteurs et assurent des débouchés importants sur le moyen ou long terme. Il s'agit du Nigéria, de la Côte d'Ivoire et de l'Algérie pour l'Afrique, des Émirats arabes unis pour le Proche et Moyen Orient, du Brésil, du Mexique et des États-Unis pour le continent américain, du Japon, de la Chine et de l'Indonésie pour l'Asie, de l'Union européenne (Royaume-Uni inclus) et de la Russie pour le continent européen.

La compétitivité de chacun des pays est mesurée grâce à 40 indicateurs répartis sur 7 axes : macroéconomie, maîtrise des facteurs naturels et durabilité des ressources, potentiel de production laitière, capacité d'organisation des filières, maîtrise technologique de la fabrication des produits, portefeuille des marchés et capacité des opérateurs à conquérir les marchés. Au total, les pays obtiennent une note sur 1 000 points, reflétant leur niveau de compétitivité sur le marché mondial.

Résultats

En 2020, la France conserve sa 1^{ère} place sur le podium final, devant la Nouvelle-Zélande et les Pays-Bas. Ce podium reste

donc inchangé par rapport à 2019. À la différence de 2019 où elle n'occupait la 1^{ère} place sur aucun des 7 axes, la France a détrôné la Nouvelle-Zélande en prenant la première place de l'axe « Capacité de conquêtes des marchés ».

La Nouvelle-Zélande arrive en 2^e position sur le podium final. En effet, ce pays bénéficie de volumes de production stables et élevés, avec une qualité du lait adaptée aux attentes des marchés export. Il est cependant soumis à une forte saisonnalité de la production et à de fortes contraintes environnementales.

En 3^e position se situent les Pays-Bas, qui ont un très bon niveau d'exportation de produit laitiers, au même niveau que l'Allemagne et la Nouvelle-Zélande. Cependant, même si leurs parts de marché vers la Chine sont importantes, les exportations restent majoritairement concentrées vers l'UE.

Conclusion

La France confirme les forces de sa filière laitière en 2020, comparativement à douze de ses concurrents, malgré la crise sanitaire et la baisse de ses exportations, améliorant même son classement sur certains axes. Le contexte international reste de plus en plus compétitif, alors même que les pressions sociétales et environnementales sont fortes en France.

FLASHEZ
MOI





Notes



Notes

