

>>> Plantes à parfum, aromatiques et médicinales

Données et bilans de FranceAgriMer

> juin 2018

Filières plantes
à parfum,
aromatiques
et médicinales
Panorama 2016





FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Filières plantes à parfum, aromatiques et médicinales Panorama 2016

Table des matières

1. La conjoncture 2016	10
2. Les sources et méthodes	11
2.1 La production française	11
2.2 Les marchés	12
2.3 Le commerce extérieur	13
3. La production française de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM)	16
3.1 Tout secteur	16
3.2 Les plantes aromatiques et médicinales (PAM)	18
3.2.1 Les surfaces	18
3.2.2 Volumes et valeurs commercialisés des plantes aromatiques (PA) et médicinales (PM).....	19
3.3 Les plantes à parfum et les huiles essentielles (PAP et HE)	20
3.3.1 Surfaces et nombre d'exploitations	20
3.3.2 Volumes commercialisés.....	22
3.3.3 Prix à la production (données issues des OP)	24
3.3.4 La production de lavande de population sous AOP	26
3.4 La place de la production bio en PPAM	27
3.4.1 L'organisation de la filière bio	27
3.4.2 Localisation des PPAM bio.....	28
3.4.3 Évolution des surfaces et du nombre d'exploitations.....	29
3.4.4 Surfaces moyennes régionales par exploitation en PPAM bio.....	30
3.4.5 Les principales plantes.....	31
3.4.6 La cueillette	32
3.4.7 Contraintes sur les productions de PPAM bio.....	32
4. Les secteurs utilisateurs des PPAM : présentation et définition	33
4.1 Considérations générales.....	33
4.2 Secteur médicinal.....	33
4.3 Secteur des compléments alimentaires	35
4.4 Secteur agro-alimentaire	36
4.5 Secteur des détergents, de la parfumerie et de la cosmétique.....	36
4.6 Secteurs phytosanitaire, biocide, vétérinaire	39
5. Les marchés	41
5.1 Secteur médicinal.....	41
5.1.1 Le marché du médicament.....	41
5.1.2 Le marché de l'homéopathie	42
5.1.3 Le marché des compléments alimentaires.....	42
5.1.4 Le marché de l'aromathérapie	45
5.2 Secteur agro-alimentaire	46
5.2.1 Le marché mondial des épices et aromates	46
5.2.2 Le marché des arômes.....	46
5.2.3 Le marché du frais.....	47
5.2.4 Le marché des plantes aromatiques surgelées	48
5.2.5 Le marché des plantes aromatiques sèches.....	48
5.3 Secteur des détergents/savonnerie et secteur de la parfumerie/cosmétique	49
5.3.1 Le marché des détergents/savonnerie	49
5.3.2 Le marché de la cosmétique	49
5.3.3 Le marché des matières premières aromatiques pour la parfumerie	57
5.3.4 Le marché de la parfumerie	59
5.4 Secteurs vétérinaire et phytosanitaire	62
5.4.1 Secteur vétérinaire	62
5.4.2 Secteur phytosanitaire.....	63
6. Le commerce extérieur.....	64
6.1 Les plantes médicinales en l'état	64
6.1.1 Importations.....	64
6.1.2 Exportations.....	66
6.1.3 Solde	66

6.2 Les plantes aromatiques en l'état.....	67
6.2.1 Importations.....	67
6.2.2 Exportations.....	75
6.2.3 Solde	78
6.3 Ensemble des plantes en l'état	79
6.3.1 Résultat global du solde du commerce extérieur des plantes en l'état.....	79
6.3.2 Fournisseurs et clients de la France dans le commerce des PPAM.....	81
6.4 Les huiles essentielles : les mélanges alimentaires et autres mélanges notamment pour la parfumerie	87
6.4.1 Importations.....	87
6.4.2 Exportations.....	88
6.4.3 Solde	90
6.5 Les huiles essentielles "brutes"	92
6.5.1 Importations.....	92
6.5.2 Exportations.....	95
6.5.3 Solde	97
6.6 Ensemble des mélanges et des huiles essentielles "brutes"	99
6.6.1 Importations.....	99
6.6.2 Exportations.....	101
6.6.3 Solde	101
7. Annexes.....	104

Index des tableaux

Tableau 1 : Évolution des surfaces françaises depuis 2012 par grandes catégories de PPAM	16
Tableau 2 : Évolution du nombre de producteurs de lavande et lavandin depuis 2012.....	16
Tableau 3 : Évolution des surfaces de l'ensemble des PPAM depuis 2012.....	16
Tableau 4 : Évolution par département des superficies (ha) de PPAM hors lavande et lavandin.....	17
Tableau 5 : Répartition des surfaces (ha) des PA	18
Tableau 6 : Évolution du nombre de producteurs et des surfaces (ha) en lavande et lavandin	20
Tableau 7 : Répartition des surfaces (ha) par département en lavande et lavandin.....	21
Tableau 8 : Évolution de la répartition variétale des lavandes et lavandins.....	22
Tableau 9 : Évolution de la production d'HE de lavande en tonne (t) de 2012 à 2016.....	23
Tableau 10 : Évolution de la production d'HE de lavandin en tonne (t) de 2012 à 2016	23
Tableau 11 : Évolution de la part des OP sur l'ensemble de la production de 2012 à 2016 (t)	24
Tableau 12 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavande de 2012 à 2016	24
Tableau 13 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavandin de 2012 à 2016.....	25
Tableau 14 : Évolution des surfaces plantées et du nombre de producteurs inscrits	26
Tableau 15 : Évolution du nombre de producteurs demandant la conformité de leur produit	26
Tableau 16 : Répartition par département du nombre de producteurs et des quantités présentées en 2016.....	26
Tableau 17 : Organisation de producteurs par région	27
Tableau 18 : Surfaces moyennes régionales par exploitation.....	30
Tableau 19 : Détail des surfaces en conversion en 2016.....	31
Tableau 20 : Prix des plantes aromatiques fraîches - cours Gros en € HT - années 2014 à 2016	47
Tableau 21 : Évolution du marché mondial de la cosmétique de 2010 à 2015.....	50
Tableau 22 : Lancement de produits cosmétiques contenant des huiles essentielles par catégorie entre 2010 et 2016 – France.....	56
Tableau 23 : Évolution annuelle des importations françaises de plantes médicinales en volume, valeur et prix moyen/kg	64
Tableau 24 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur.....	66
Tableau 25 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur	66
Tableau 26 : Détail du solde du commerce extérieur - 2015 et 2016.....	67
Tableau 27 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix/kg	67
Tableau 28 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix/kg	68
Tableau 29 : Évolution des importations en volume et prix moyen par kilo	69
Tableau 30 : Évolution des importations en volume et en prix moyen/kg par pays producteur	70
Tableau 31 : Apports dans les organisations de producteurs de thym feuille sec	70
Tableau 32 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur.....	75
Tableau 33 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur.....	76
Tableau 34 : Évolution annuelle de la consommation apparente française.....	77
Tableau 35 : Part des exportations de plantes aromatiques et épices.....	78
Tableau 36 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur	78
Tableau 37 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur	79
Tableau 38 : Détail de l'évolution du solde du commerce extérieur de 2015 à 2016.....	79
Tableau 39 : Soldes du commerce extérieur 2015 et 2016.....	79
Tableau 40 : détail de l'évolution du solde du commerce extérieur de 2015 à 2016 des plantes en l'état	80
Tableau 41 : Résultats et classement des principaux pays fournisseurs en volume - Année 2016.....	81
Tableau 42 : Résultats et classement des principaux pays fournisseurs en valeur - Année 2016	81
Tableau 43 : Résultat et classement des principaux pays acheteurs en volume - Année 2016	84
Tableau 44 : Résultat et classement des principaux pays acheteurs en valeur - Année 2016	84
Tableau 45 : Résultats globaux des mélanges alimentaires et autres notamment pour la parfumerie.....	87
Tableau 46 : Importations de mélanges alimentaires et autres mélanges dont la parfumerie par pays d'origine en 2016	88
Tableau 47 : Classement des dix premiers clients de la France en 2016 pour les mélanges alimentaires	89
Tableau 48 : Classement des dix premiers clients de la France en 2016 pour les mélanges non alimentaires	90

Tableau 49 : Résultats globaux des huiles essentielles « brutes »	92
Tableau 50 : Évolution des volumes, des valeurs et des prix moyens unitaires, par catégorie en 2016	93
Tableau 51 : Classement en valeur des principaux fournisseurs d'huiles essentielles diverses	94
Tableau 52 : Classement en volume des principaux fournisseurs d'huiles essentielles diverses	94
Tableau 53 : Évolution des volumes, des valeurs et des prix moyens unitaires, par catégorie en 2016	96
Tableau 54 : Classement en valeur des principaux clients d'huiles essentielles diverses.....	97
Tableau 55 : Classement en volume des principaux clients d'huiles essentielles diverses.....	97
Tableau 56 : Évolution du solde du commerce extérieur par catégorie de produit	99
Tableau 57 : Résultats globaux des mélanges et des huiles essentielles « brutes »	99
Tableau 58 : Classement de nos principaux fournisseurs pour l'ensemble des produits importés.....	100
Tableau 59 : Classement de nos principaux clients pour l'ensemble des produits exportés	101

Index des illustrations

Illustration 1 : Répartition des PPAM par principaux bassins de production	17
Illustration 2 : Répartition de la filière PPAM (en ha) par groupe de produits	18
Illustration 3 : Plantes les plus représentatives en valeur de commercialisation en 2016	19
Illustration 4 : Part de la valeur de commercialisation de la cueillette par rapport aux autres spécialités en 2016.....	20
Illustration 5 : Part de la valeur de commercialisation par type de transformation	20
Illustration 6 : Répartition des surfaces (ha) par commune en lavande et lavandin	21
Illustration 7 : Répartition de la production d'HE de lavande et lavandin par département en 2016	22
Illustration 8 : Évolution de la production d'HE de lavande en tonne (t) de 2012 à 2016	23
Illustration 9 : Évolution de la production d'HE de lavandin en tonne (t) de 2012 à 2016	23
Illustration 10 : Comparaison des volumes (t) d'HE de lavande et lavandin de 2012 à 2016 entre le CIHEF et les OP.....	24
Illustration 11 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavande de 2012 à 2016	25
Illustration 12 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavandin de 2012 à 2016.....	25
Illustration 13 : Quantités présentées et quantités conformes au cahier des charges de l'AOP lavande	27
Illustration 14 : Surfaces (ha) certifiées et en conversion par département - année 2016	28
Illustration 15 : Surfaces (ha) certifiées + conversion par région de 2014 à 2016.....	29
Illustration 16 : Évolution des surfaces et du nombre d'exploitations en PPAM Bio de 2007 à 2016....	29
Illustration 17 : évolution des surfaces en conversion de 2007 à 2016	30
Illustration 18 : Répartition des surfaces de cultures biologiques certifiées par plante en 2016	31
Illustration 19 : Principales destinations des PPAM	33
Illustration 20 : Statut des substances à base de plantes	40
Illustration 21 : Répartition des circuits de distribution des compléments alimentaires en 2016	42
Illustration 22 : Les principales raisons d'achat des compléments alimentaires	43
Illustration 23 : Évolution des ventes en officine (valeur en €).....	44
Illustration 24 : Apports des OP en bourgeons, jeunes pousses, racelles hors cassis (volume - kg).....	45
Illustration 25 : Apports des OP en bourgeons, jeunes pousses, racelles hors cassis (valeur - €).....	45
Illustration 26 : Évolution du chiffre d'affaire de l'aromatique alimentaire en France (millions €)	46
Illustration 27 : Évolution du nombre de salariés de l'aromatique alimentaire en France.....	47
Illustration 28 : Évolution des volumes « Herbes de Provence » Label Rouge (kg).....	48
Illustration 29 : Évolution du chiffre d'affaires de la fabrication de savons, détergents et produits d'entretien de 1995 à 2015.....	49
Illustration 30 : Part de marché par pays et croissance annuelle moyenne entre 2015 et 2020	50
Illustration 31 : Représentation des ingrédients naturels cosmétiques.....	51
Illustration 32 : Répartition des ingrédients pour les produits cosmétiques - par catégorie – en tonnes - 2015	52
Illustration 33 : Évolution du marché français de la cosmétique entre 2010 et 2015 - en millions €	54
Illustration 34 : Taux de croissance - Marché français de la cosmétique entre 2010 et 2015 - en %....	54
Illustration 35 : Évolution du nombre de produits par composition de fragrances entre 2010 et 2015...55	55
Illustration 36 : Nombre de produits cosmétiques lancés en France, contenant une ou plusieurs huiles essentielles entre 2010 et 2016 – comparatif global.....	56
Illustration 37 : Répartition du chiffre d'affaires des fragrances (k€) – Chiffres 17 entreprises.....	57
Illustration 38 : Répartition des importations et des exportations – arômes et fragrances (k€) – Chiffres 17 entreprises	58
Illustration 39 : Ventes « fragrances et arômes » estimées en millions US\$ des 11 leaders.....	59
Illustration 40 : Évolution du chiffre d'affaires de la parfumerie et des produits de beauté en magasin spécialisé de 1995 à 2015.....	61
Illustration 41 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix moyen/kg ...	64
Illustration 42 : Évolution du taux de croissance annuel des importations françaises en volume, valeur et prix moyen/kg	65
Illustration 43 : Évolution des volumes et du prix moyen annuel en €/kg	66
Illustration 44 : Importations – Rubrique 0909 : Graines d'anis, badiane, fenouil, coriandre, cumin, carvi, genièvre	68

Illustration 45 : Importations – Rubrique 0910 : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices	68
Illustration 46 : Importations – Rubrique 09109933 : thym non broyé, ni pulvérisé (à l'exclusion du serpolet) (n° 09104013 jusqu'en 2007)	70
Illustration 47 : Évolution des volumes et des prix moyens mensuels toutes origines confondues.....	71
Illustration 48 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels polonais	71
Illustration 49 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels marocains	72
Illustration 50 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels allemands	73
Illustration 51 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels turcs	74
Illustration 52 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels égyptiens	74
Illustration 53 : Évolution des prix moyens annuels/kg des pays producteurs.....	75
Illustration 54 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur.....	76
Illustration 55 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur.....	77
Illustration 56 : Évolution annuelle de la consommation apparente française	77
Illustration 57 : Répartition des volumes en tonne d'épices exportées - Année 2016.....	78
Illustration 58 : Importations allemandes de plantes médicinales en l'état en provenance de Pologne en tonnes.....	82
Illustration 59 : Part des échanges intra et extra communautaire des exportations françaises.....	85
Illustration 60 : Évolution des importations en volume, valeur et prix moyens.....	87
Illustration 61 : Évolution des exportations en volume, valeur et prix moyens.....	89
Illustration 62 : Part des exportations intra-communautaires et extra-communautaires.....	90
Illustration 63 : Évolution du solde du commerce extérieur des compositions aromatiques.....	91
Illustration 64 : Évolution du solde du commerce extérieur des compositions parfumantes	92
Illustration 65 : Évolution des importations en volume et en valeur des huiles essentielles brutes.....	92
Illustration 66 : Évolution des prix moyens des importations d'huiles essentielles brutes	93
Illustration 67 : Importations : valeur, volume et prix moyen par catégorie de produits en 2016.....	93
Illustration 68 : Évolution des exportations en volume et en valeur des huiles essentielles brutes.....	95
Illustration 69 : Évolution des prix moyens des exportations d'huiles essentielles brutes	95
Illustration 70 : Évolution de la croissance des prix moyens des exportations d'huiles essentielles brutes.....	96
Illustration 71 : Exportations : valeur, volume et prix moyen par catégorie de produits en 2016.....	96
Illustration 72 : Évolution du solde en valeur et en volume des huiles essentielles brutes.....	98
Illustration 73 : Comparaison des valeurs et volumes importés et exportés.....	98
Illustration 74 : Répartition du solde intra et extra communautaire	102

1. La conjoncture 2016

La campagne 2016 restera marquée par des conditions climatiques particulières. Si le territoire de production septentrional a connu des précipitations exceptionnelles durant les mois de mai et juin, la zone méridionale a supporté un printemps sec, suivi de températures exceptionnellement chaudes durant toute la période estivale.

De fait, la tendance générale a été marquée par des rendements variables selon les zones de production et l'irrigation a joué un rôle déterminant durant toute la campagne.

Globalement, les volumes récoltés de lavande et de lavandin ont été satisfaisants (1 548 t) et sont supérieurs à la campagne 2015, pourtant jugée exceptionnelle (1 456 t). Une mention particulière est à signaler pour les récoltes précoces du Bas Vaucluse et de la vallée du Rhône qui ont affiché d'excellents volumes.

Malgré tout, le déficit pluviométrique a eu des effets préjudiciables sur les jeunes plantations du secteur de Valensole présentant un rendement, dès la 1^{ère} récolte, inférieur à 30 %.

La récolte de lavande fine, du fait de l'augmentation des surfaces plantées, a connu encore une nette progression de production estimée à 35 % environ.

Les rendements pour la sauge sclarée et l'immortelle ont été satisfaisants.

Les productions de plantes aromatiques en zone irriguée ont répondu aux attentes tandis que les secteurs non irrigués ont connu une campagne très décevante.

Si les récoltes de printemps ont été jugées correctes, a contrario le suivi des cultures d'été et d'automne a été plus complexe, nécessitant un besoin d'eau accru. Hormis dans le bassin de production Rhône-Alpes, les récoltes de sarriette ont connu une baisse de 25 % tout comme celles de l'origan et du thym.

L'année 2017 devra faire face à l'absence certaine de stocks de report de nombreux produits, pouvant mettre la filière en difficulté.

À l'instar des plantes aromatiques, la filière des plantes médicinales a dû affronter elle aussi d'importantes difficultés de production, qualifiant la campagne 2016 comme catastrophique dans les secteurs non irrigués.

Malgré une dégradation des conditions climatiques au printemps dans tout le secteur Nord, les cultures mises en place ont conservé de bons potentiels. Les gelées tardives et la pluviométrie ont toutefois endommagé les 1ers bourgeons naissants (dans le Morvan) ou ralenti le développement végétatif précoce (Maine et Loire) qu'avait favorisé la douceur de l'hiver.

Les producteurs de la région Auvergne ont annoncé des résultats sans appel avec par exemple, une récolte unique de menthe et de mélisse au lieu des trois habituelles. Les productions de cassis et d'arnica ont affiché des baisses respectives de 40 et 60 %.

Toutefois, en Anjou, l'année a été considérée plutôt comme satisfaisante, bien que si la quantité a été présente, les aspects qualitatifs ont posé parfois des problèmes, pour la camomille matricaire par exemple.

En 2016, les marchés des PPAM sont demeurés stables et soutenus.

Ainsi, la demande de lavande clonale et de lavandin est restée soutenue tandis que les marchés de la sauge sclarée et de lavande fine ont été ralentis, conséquence des prix élevés de 2015. De plus, cette dernière a dû faire face à de fortes tensions, notamment par des mises sur le marché national supplémentaires tout en supportant le poids récurrent de la concurrence bulgare. Certaines sources ont évalué la production 2016 de la Bulgarie trois fois supérieure aux quantités françaises.

La dynamique du marché des plantes médicinales et aromatiques est restée soutenue.

Les marchés des PPAM en bio ont poursuivi leur essor, ainsi, selon l'Agence Bio, les PPAM ont représenté le secteur le plus dynamique, toutes filières agricoles confondues, avec un taux de progression proche de 20 % entre 2001 et 2016.

Malgré un savoir-faire et une haute qualité, les concurrences européennes et internationales ont pesé lourdement sur le marché français des PPAM. Les coûts de production, accentués par la gestion réglementaire des alcaloïdes pyrrolizidiniques (AP), sont apparus comme une préoccupation majeure pour tous les opérateurs de la filière.

2. Les sources et méthodes

> 2.1 La production française

Les produits sont analysés selon la distinction habituelle : les plantes à parfum, les plantes aromatiques et les plantes médicinales (PPAM). Cette approche est toutefois délicate, une même plante pouvant avoir plusieurs destinations.

Déclarations au titre des paiements à la surface des aides de la politique agricole commune (PAC)

On dispose de statistiques issues des déclarations des producteurs au titre des paiements à la surface des aides de la politique agricole commune (PAC).

Ayant bénéficié d'un octroi de DPU en fin d'année 2008, les lavandes et lavandins font l'objet d'une déclaration spécifique à la PAC permettant une analyse statistique plus fine que pour les autres plantes à parfum, aromatiques et médicinales métropolitaines.

Cette source faisait l'objet d'une nomenclature particulière définissant des catégories cohérentes mais grossières dans la description des PPAM (cf. annexe p. 104). Par conséquent, les analyses issues de cette source étaient limitées par cette spécificité. À compter de 2015, une liste plus exhaustive des cultures permet d'affiner cette analyse. Cependant, les données PAC issues des déclarations des exploitations agricoles ne sont pas exploitables en l'état. Des renseignements fournis entre autres par l'Iteipmai et les données du Gnis ont permis de compléter les estimations des superficies en PPAM.

Les indicateurs sont les surfaces et le nombre de producteurs.

Les dernières données disponibles couvrent l'année 2016 avec un historique depuis 2012.

Inventaires du Comité Interprofessionnel des Huiles Essentielles Françaises (CIHEF)

L'Interprofession (CIHEF) dispose d'un outil pour l'appréciation du potentiel de production et des récoltes d'huiles essentielles (HE) de lavande et lavandin dans la mesure où des accords interprofessionnels agréés pour chaque campagne par les pouvoirs publics rendent les déclarations de ces données obligatoires.

Le CIHEF est conduit à réaliser des estimations sur la base des déclarations disponibles. En juin 2016, le taux de retour des enquêtes auprès des producteurs était de 77 %.

On constate cependant peu d'écart entre les surfaces déclarées à la PAC et celles au CIHEF. Il est probable que les producteurs n'ayant pas répondu au CIHEF ont des superficies non représentatives ou ont abandonné leur culture.

Organisation économique des producteurs

Les coopératives de producteurs (OP) bénéficient d'un soutien financier de FranceAgriMer qui s'inscrit dans le cadre d'un programme stratégique. À ce titre, elles fournissent annuellement à FranceAgriMer un état des surfaces, apports, ventes, stocks et prix minimum/maximum pour l'ensemble des produits apportés par les adhérents et commercialisés par les coopératives.

Pour l'année 2016, dernière campagne disponible, 14 structures ont traité environ 300 plantes déclinées en plus de 500 produits.

Chaque produit est codifié selon un index à 7 positions : nom de la plante, qualité, variété, partie utilisée ou transformée (feuilles, capitules, racines...), type de produit (sec, frais, huile essentielle...), spécialité (coupe infusette, 1ère qualité, mondée...), mention (conventionnel, culture bio, cueillette...).

Agence Bio

L'Agence Bio transmet annuellement à FranceAgriMer un état récapitulatif des productions.

Au moment de leur engagement, les opérateurs en agriculture biologique ont l'obligation de fournir une fiche de notification listant les éléments suivants : structure de l'exploitation, SAU, production végétale bio et commercialisation. L'ensemble de ces informations recueillies par l'Agence Bio fait l'objet de publications statistiques.

L'agence effectue une enquête annuelle (nombre d'exploitations et superficies) auprès de ces organismes certificateurs. Elle centralise et traite les données collectées. Cependant, le cahier des charges présente certaines difficultés concernant les PPAM :

- il est difficile de quantifier les surfaces de chaque espèce car une partie est reportée sous la catégorie « divers PPAM » ;
- certaines PPAM sont couramment incluses dans d'autres surfaces, principalement les aromates qui sont souvent répertoriés dans la catégorie des surfaces légumières ;
- les organismes certificateurs peuvent « certifier des arbres » sans associer de surface (par exemple les tilleuls de haies) qui ne constitue pas des surfaces agricoles déclarées à la PAC.

APAL

L'APAL (Association des producteurs d'appellation d'origine contrôlée huile essentielle de lavande de Haute-Provence) est l'organisme de défense et de gestion (ODG) de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) de l'huile essentielle de lavande de Haute-Provence. Elle contribue à la mise en œuvre du cahier des charges du produit (spécificité, aire géographique, contrôle produit sensoriel et analytique...). Dans ce cadre, l'APAL gère les données des opérateurs habilités.

Les surfaces mentionnées dans ce rapport ont été calculées en tenant compte de la mise à jour de l'inventaire de l'année en cours ainsi que de celui mis à jour l'année précédente pour les producteurs n'ayant pas retourné leur mise à jour l'année n.

Les indicateurs disponibles sont le nombre de producteurs, les surfaces déclarées, les quantités présentées et les quantités agréées.

> 2.2 Les marchés

Des données nous proviennent d'Openhealth (ventes d'huiles essentielles en pharmacie), du pôle PASS (cosmétiques), de l'AIHP (herbes de Provence). Hormis ces données, les autres viennent de sites internet des syndicats professionnels ou autres.

> 2.3 Le commerce extérieur

L'examen du commerce extérieur par l'analyse des statistiques douanières pour le secteur des plantes à parfum, aromatiques et médicinales présente de nombreuses limites et il convient d'en préciser les plus importantes.

Le secteur considéré est très diversifié et dispose de peu de rubriques douanières spécifiques. Le champ des rubriques retenues est paradoxalement à considérer aussi bien par défaut (diverses plantes ou extraits sont répertoriés dans d'autres rubriques selon leur degré d'élaboration) que par excès (certaines rubriques comme par exemple les autres huiles essentielles prennent en compte des compositions ou mélanges qui sont assez éloignés de notre centre d'intérêt majeur que constituent les plantes en l'état et leur produit de première transformation) ; en définitive, on examinera des rubriques et des groupes de rubriques constituant les plantes « en l'état » avant d'être transformées et/ou intégrées dans des compositions de produits alimentaires, cosmétiques ou pharmaceutiques mais aussi les rubriques relatives aux huiles essentielles (première transformation) en raison de l'importance économique de l'industrie française dans ce domaine d'activité.

En raison du caractère particulier de nos productions qui sont le plus souvent utilisées dans des industries très en aval de la production agricole, il faut rester très prudent en terme d'interprétation économique des flux import-export ; en effet, beaucoup de plantes importés subissent une valorisation dans l'industrie et sont très souvent réexportés dans des produits finis ou semi-finis et ainsi, un solde apparemment négatif du commerce extérieur pour certaines rubriques de plantes en l'état cache en fait une opération positive pour la balance globale du commerce extérieur des produits transformés.

Au niveau le plus fin, certaines rubriques traitent des flux modestes qui sont concentrés sur un nombre restreint d'entreprises ; une délocalisation, un changement de stratégie d'approvisionnement de l'une d'entre elles peut engendrer une variation assez brutale des statistiques du commerce extérieur sans que cela ait une signification réelle sur le marché du produit considéré.

Dans le cadre de la présente étude, les rubriques douanières suivantes pour les plantes aromatiques et médicinales en l'état ont été retenues :

Les sous-chapitres et sous-articles pour les plantes en l'état :

- **0909** : Graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin, de carvi ou de genièvre ;
- **0910** : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices ;
- **1211 9085** jusqu'en 2012 - Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou similaires, frais ou secs, mêmes coupés, concassés ou pulvérisés (à l'exclusion des racines de ginseng, des feuilles de coca et de la paille de pavot ainsi que des fèves de tonka) ;
- **1211 9086** depuis 2013 - Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces utilisées principalement en parfumerie, en médecine ou à usages insecticides, parasitocides ou similaires, frais ou secs, mêmes coupés, concassés ou pulvérisés (à l'exclusion des racines de ginseng, des feuilles de coca et de la paille de pavot, des espèces du genre Ephédra (à partir de 2013) ainsi que des fèves de tonka) ;

et

- **1211 9020** depuis 2013 - Plantes, parties de plantes, graines et fruits des espèces du genre Ephédra, frais ou secs, mêmes coupés, concassés ou pulvérisés ;

Les sous-chapitres et sous-articles pour les huiles essentielles :

- **3301** : Huiles essentielles et résinoïdes, produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques ;
- **3302 10** : Mélanges utilisés pour les industries alimentaires ou les boissons ;
- **3302 90** : Mélanges à destination des autres industries (notamment parfumerie) ;

Le choix qui est ainsi fait conduit à exclure un certain nombre de produits :

- **1211 2000** : Racines de ginseng ;
- **1211 3000** : Coca (feuille de) ;
- **1211 4000** : Paille de pavot ;
- **Certaines plantes et épices représentant des volumes importants** : (0901 : café - 0902 : thé - 0903 : maté - 0904 : poivre et piments - 0905 : vanille - 0906 : cannelle et fleurs de cannellier - 0907 : girofles - 0908 : noix muscade, macis, amome et cardamome) ;

Ces épices non produites en France présentent donc peu d'intérêt dans les échanges du commerce extérieur français puisqu'elles n'entrent pas en concurrence avec les productions nationales.

- **Certaines baies dont la classification en tant que plantes aromatiques ou médicinales peut apparaître arbitraire** : 0810 40 30 : myrtilles (fruits du *Vaccinium myrtillus*) ; 0810 40 50 : fruits du *Vaccinium macrocarpon* et du *Vaccinium corymbosum* et 0810 40 90 : autres fruits du genre *Vaccinium* ;
- **Certaines plantes condimentaires déshydratées**, qui sont enregistrées avec les légumes, plantes, racines et tubercules alimentaires du chapitre 7, notamment la rubrique 07-12-90-90 « Autres légumes déshydratés » (autres que pomme de terre, oignon, carottes, champignons, tomates, maïs doux et truffes). Cette rubrique englobe notamment les produits suivants : persil, estragon, cerfeuil, ciboulette, ciboule, sarriette, marjolaine cultivée, ail, échalote, raifort, etc. ;
- **Des produits divers, notamment** :
 - 0814 00 00 : Écorces d'agrumes ou de melons et pastèques, fraîches, congelées..., ou bien séchées ;
 - 1207 30 : Graines de ricin ;
 - 1207 40 : Graines de sésame ;
 - 1207 50 : Graines de moutarde ;
 - 1207 60 : Graines de carthame ;
 - 1207 91 : Graines d'œillette ou de pavot ;
 - 1212 99 41 : Graines de caroube non décortiquées, ni concassées, ni moulues ;
 - 1212 99 49 : Graines de caroube autres ;

Les écorces d'agrumes font l'objet d'utilisations importantes notamment en confiserie et en liquoristerie. Les graines de ricin, sésame, moutarde, carthame et œillette sont des graines oléagineuses mais peuvent également avoir des utilisations médicinales ou aromatiques. Cette méconnaissance sur les usages ne permet pas de mesurer l'importance économique de ces produits.

Par ailleurs, les rubriques douanières retenues permettent d'avoir une idée assez précise des flux commerciaux des matières premières transitant par le négoce et l'industrie. En revanche, elles ne permettent pas de connaître la destination de ces produits, une fois ceux-ci intégrés dans la composition de produits alimentaires, cosmétiques ou pharmaceutiques.

.....

Ces produits élaborés sont principalement pris en compte dans les chapitres suivants :

- **Chapitre 21** : Préparations alimentaires diverses notamment 21-03 : préparations pour sauces et sauces préparées ; 21-04 : préparations pour soupes, potages ou bouillons ; 21-06 : préparations alimentaires non dénommées ;
- **Chapitre 22** : Boissons, liquides alcooliques et vinaigres notamment 22-05 : vermouths et autres vins de raisins préparés à l'aide de plantes ou de substances aromatiques ;
- **Chapitre 30** : Produits pharmaceutiques ;
- **Chapitre 33** : Huiles essentielles et résinoïdes, produits de parfumerie ou de toilette préparés et préparations cosmétiques.

Les chiffres énoncés dans la partie « commerce extérieur » sont extraits des statistiques européennes (Eurostat).

3. La production française de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM)

> 3.1 Tout secteur

Les données corrigées des déclarations PAC recensent 53 000 ha toutes PPAM confondues réparties sur le territoire métropolitain.

Le Pavot est intégré dans la nomenclature « autres plantes à parfum, médicinales, ornementales, aromatiques » ainsi que l'artichaut et la sauge alors que l'usage de ces derniers n'est pas entièrement destiné aux plantes à parfum, aromatiques et médicinales.

Tableau 1 : Évolution des surfaces françaises depuis 2012 par grandes catégories de PPAM (*)

Cultures	Surfaces en ha				
	2012	2013	2014	2015	2016
Lavande, lavandin	19 306	20 274	19 788	20 922	22 213
Autres plantes à parfum, médicinales, ornementales, aromatiques	19 053	20 359	22 288	27 563	30 435
Total	38 359	40 633	42 076	48 485	52 648

(*) Ces catégories sont définies dans la nomenclature PAC décrite en annexe.

Source : déclarations PAC

En 2016, le nombre de producteurs de lavande et lavandin a augmenté de 14 % par rapport à 2012.

Tableau 2 : Évolution du nombre de producteurs de lavande et lavandin depuis 2012

Cultures	Nombre de producteurs (*)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Lavande, lavandin	1 311	1 324	1 390	1 443	1 496

(*) Le nombre de producteurs ne peut être calculé que pour les lavandes et lavandins.

Source : déclarations PAC

Pour l'ensemble des PPAM, les surfaces ont augmenté de près de 9 % depuis 2015 dont 6 % sont du fait des lavandes et lavandins.

Tableau 3 : Évolution des surfaces de l'ensemble des PPAM depuis 2012

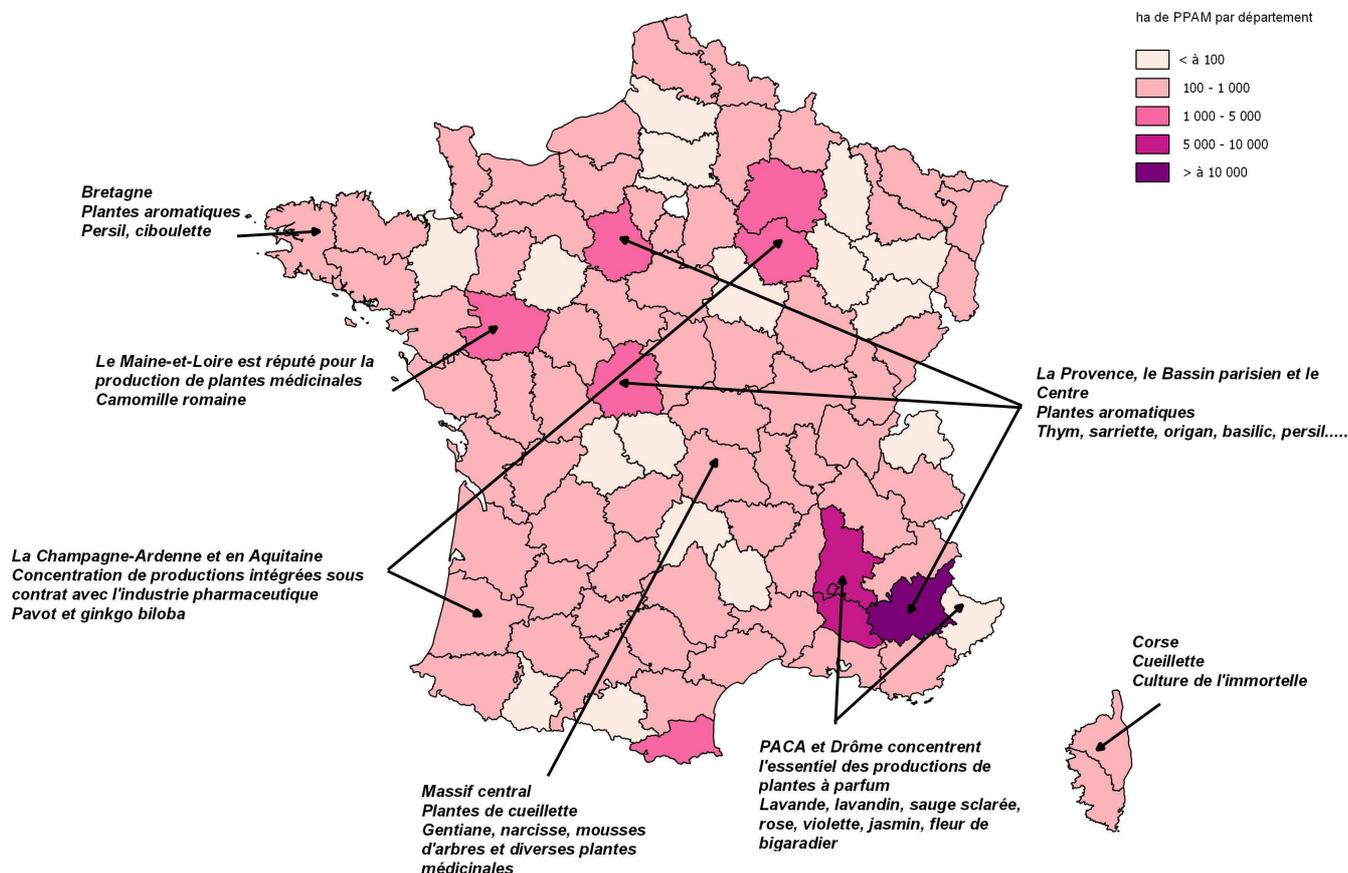
Culture	2012	2013	2014	2015	2016
Plantes à parfum	19 053	20 359	22 288	23 359	25 387
dont					
lavande et lavandin	19 306	20 274	19 788	20 922	22 213
sauge				2137	2874
hélichryse				300	300
Plantes aromatiques				4 372	6 185
dont					
aneth				330	255
basilic				240	153
ciboulette				185	215
coriandre				1 428	3 158
estragon				202	188
fenouil				366	455
menthe				212	276
persil				805	770
thym				381	446
Plantes médicinales				20 754	21 076
dont					
pavot (estimation)				13 000	13 000
artichaut (feuille)				250	250
camomille				303	384
chardon marie				76	196
mélisse				122	177
psyllium noir de Provence				(*)	188
Total général	38 359	40 633	42 076	48 485	52 648

(*) Pas de données disponibles en 2015

Source : déclarations PAC

Les plantes à parfum, aromatiques et médicinales sont réparties sur plusieurs bassins de production dont les départements 04, 26 et 84. Ils représentent 15 % des plantes aromatiques et médicinales.

Illustration 1 : Répartition des PPAM par principaux bassins de production



Source : déclarations PAC

Hors lavande/lavandin, les surfaces déclarées à la PAC ont progressé d'environ 60 % entre 2012 et 2016.

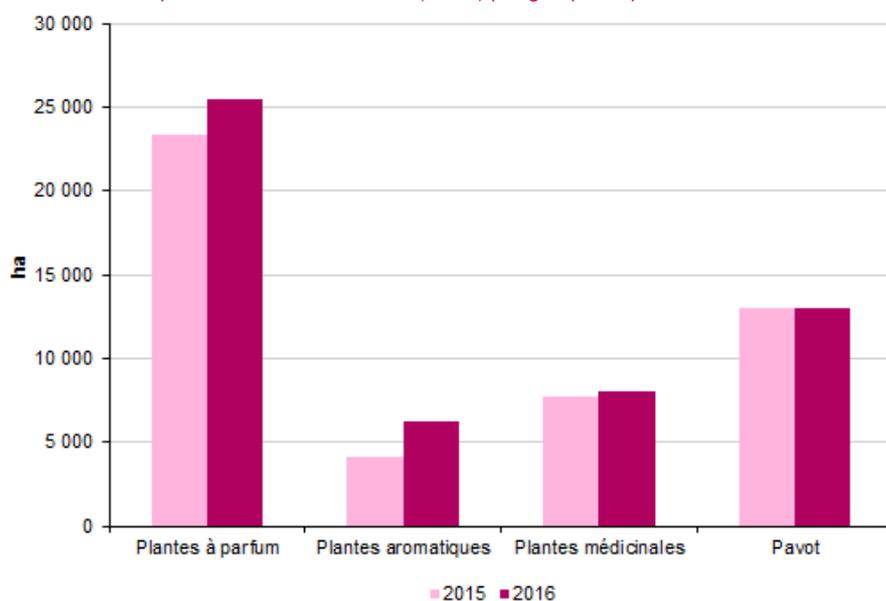
Tableau 4 : Évolution par département des superficies (ha) de PPAM hors lavande et lavandin

Départements	2 012	2 013	2 014	2 015	2 016
10	4 398	4 994	5 241	5 160	4 811
04	1 279	1 223	1 533	1 983	2 694
49	1 013	976	1 080	1 682	1 807
51	2 112	1 881	2 099	2 155	1 641
28	985	1 063	1 223	1 307	1 366
36	530	734	796	1 111	1 147
26	958	829	795	1 040	1 144
17	581	858	1 074	1 210	978
18	317	466	472	613	910
08	1 239	1 061	1 140	952	641
45	521	480	518	492	629
79	454	630	775	439	624
84	325	326	372	594	607
29	393	344	319	549	579
85	504	409	429	683	545
21	397	557	294	360	410
11	213	176	249	467	395
77	253	318	402	525	347
2B	122	199	264	255	306
Autres	2 457	2 837	3 215	5 986	8 854
Total	19 053	20 359	22 288	27 563	30 435

Source : déclarations PAC

Les plantes à parfum représentent 48 % de l'ensemble des surfaces PPAM et la lavande et le lavandin 42 %.

Illustration 2 : Répartition de la filière PPAM (en ha) par groupe de produits



Source : déclarations PAC

> 3.2 Les plantes aromatiques et médicinales (PAM)

3.2.1 Les surfaces

Les plantes aromatiques (PA)

Sur l'ensemble des espèces, les surfaces sont en augmentation de 41,5 % entre 2015 et 2016.

Pour la coriandre, le phénomène est plus marqué (+ 121 %) ; cette forte évolution est liée aux semences : 2 790 ha en 2016, essentiellement dans les départements du Gers (1 315 ha) et du Cher (452 ha).

Par contre, les surfaces importantes en semences de persil n'ont pas été retenues.

A contrario, le basilic a vu ses surfaces diminuer de 36 % en raison de la contrainte du mildiou.

Pour les régions PACA et Normandie, le fenouil cultivé est utilisé principalement pour l'extraction des huiles essentielles (HE), entre autre comme aromatisant de certaines boissons anisées.

Tableau 5 : Répartition des surfaces (ha) des PA

Plantes	2015	2016
Coriandre	1 428	3 158
Persil	805	770
Thym	381	446
Fenouil	366	455
Menthe	212	276
Aneth	330	255
Ciboulette	185	215
Estragon	202	188
Basilic	240	153
Romarin	99	102
Sarriette	83	88
Origan/marjolaine	41	79
Total	4 372	6 185

Source : déclarations PAC

Le secteur des plantes aromatiques est très diversifié par la multiplicité des espèces et des types de transformation (surgelé, frais, sec, extraits...).

Les plantes médicinales (PM)

Les superficies de PM atteignent 21 000 ha en 2016 (source PAC) et sont quasiment stables par rapport à 2015. Cette production est très diversifiée puisqu'elle porte sur plus d'une centaine d'espèces.

Le pavot œillette comptabilise 13 000 ha à lui-seul, soit 62 % des surfaces de plantes médicinales traditionnellement situées en Champagne-Ardenne et en Aquitaine. Cette culture est totalement intégrée par des contrats avec l'industrie pharmaceutique.

Les surfaces des autres espèces sont de 8 000 ha. Les plus représentatives sont : 250 ha pour l'artichaut, 384 ha pour la camomille, 196 ha pour le chardon marie, 188 ha pour le psyllium noir de Provence et 177 ha pour la mélisse.

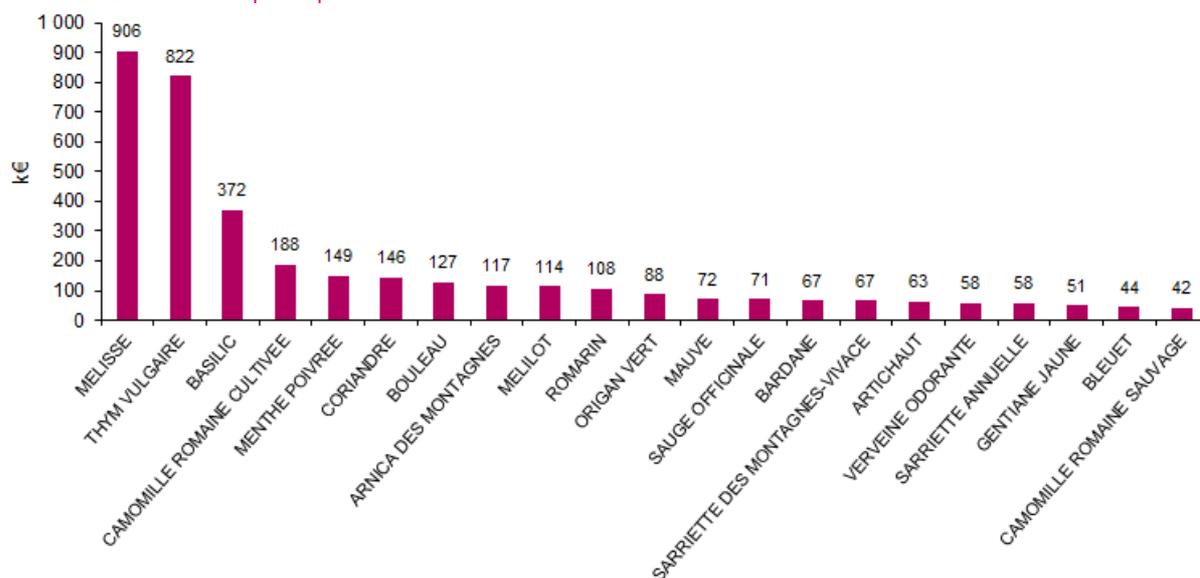
Ces surfaces semblent sous-estimées. Afin de faciliter leur déclaration, les petits exploitants regrouperaient sous une même rubrique les plantes médicinales et les déclareraient dans la rubriques « plantes diverses ».

3.2.2 Volumes et valeurs commercialisés des plantes aromatiques et médicinales

Le chiffre d'affaires (CA) du secteur plantes aromatiques et médicinales est de 4 097 k€ au regard du panel des enquêtes réalisées auprès des organisations de producteurs.

Les 21 plantes les plus représentatives en valeur de commercialisation en 2016 ont un CA de 3 730 k€ soit 91 % du CA global.

Illustration 3 : Plantes les plus représentatives en valeur de commercialisation en 2016



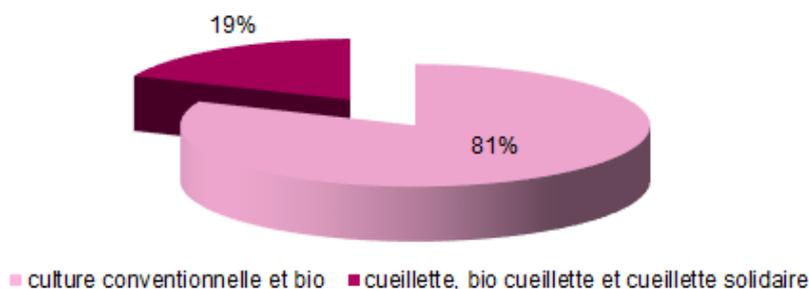
Source : déclarations OP

La cueillette

D'après les déclarations issues des OP, la cueillette représente une valeur de commercialisation de 1 694 k€ soit 41 % du CA global de l'ensemble des plantes aromatiques et médicinales.

On observe une augmentation significative du CA de la cueillette par rapport à 2015 (+ 20 %) qui peut s'expliquer par un nombre croissant de cueilleurs mais aussi par une demande plus soutenue.

Illustration 4 : Part de la valeur de commercialisation de la cueillette par rapport aux autres spécialités en 2016



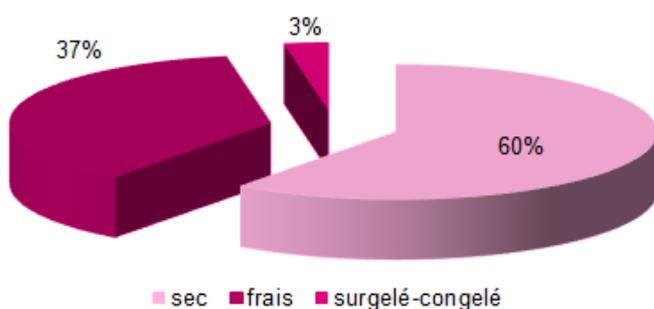
Source : déclarations OP

Type de transformation

La transformation en « sec » représente 60 % dans le secteur des plantes aromatiques et médicinales au regard du panel des enquêtes auprès des organisations de producteurs.

En 2016, la valeur de commercialisation des produits secs a augmenté (+ 10 %) par rapport à 2015 alors que pour les produits frais on constate une diminution de 6 %. Le congelé-surgelé reste stable.

Illustration 5 : Part de la valeur de commercialisation par type de transformation



Source : déclarations OP

> 3.3 Les plantes à parfum et les huiles essentielles (PAP et HE)

3.3.1 Surfaces et nombre d'exploitations

Les lavandes et lavandins

En 2016, 1496 producteurs ont déclaré 22 213 ha de lavande et lavandin (source PAC).

Les surfaces de lavande et lavandin sont en constante augmentation depuis 2012 (+ 15 %).

Le nombre de producteurs a augmenté de + 14 % entre 2012 et 2016 et la surface moyenne par exploitation reste stable.

Les superficies comme le nombre de producteurs sont en augmentation constantes dans les mêmes proportions.

Tableau 6 : Évolution du nombre de producteurs et des surfaces (ha) en lavande et lavandin

Cultures	2012	2013	2014	2015	2016
	Nombre de producteurs				
	1 311	1 324	1 390	1 443	1 496
	Surfaces en ha				
Lavande, lavandin	19 306	20 274	19 788	20 922	22 213
	Surfaces moyennes par exploitation				
	14,7	15,3	14,2	14,5	14,8

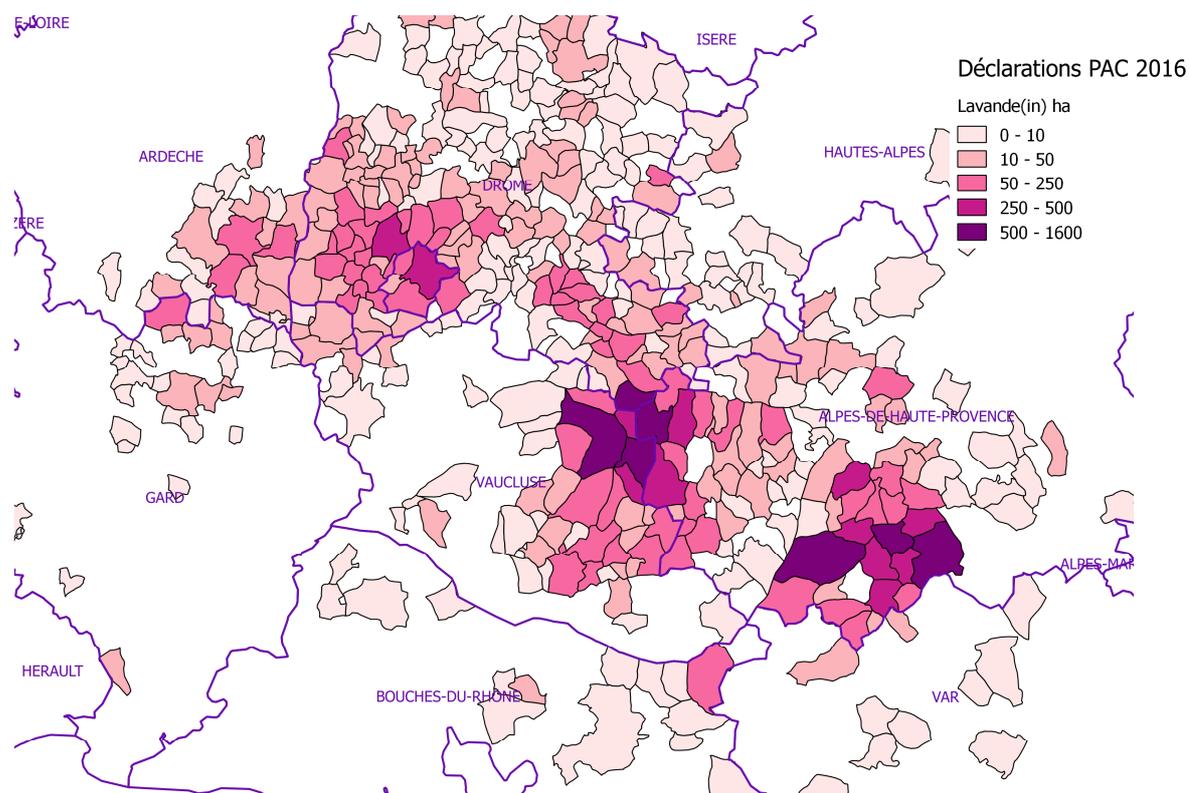
Source : déclarations PAC

Ces cultures se localisent principalement dans le Sud-Est de la France et principalement sur 3 départements : Alpes-de-Haute-Provence, Drôme et Vaucluse.

Pour les lavandes, une grande part des surfaces est concentrée sur un axe nord-sud (Die/Apt) avec comme principale zone le plateau d'Albion dans le département de Vaucluse où s'est développée de manière significative la lavande fine.

Les surfaces en lavandin sont principalement concentrées sur un axe nord-ouest/sud-est (Montélimar/Moustiers) avec deux pôles particuliers : le plateau de Valensole et le Tricastin dans la vallée du Rhône.

Illustration 6 : Répartition des surfaces (ha) par commune en lavande et lavandin



Source : déclarations PAC

Tableau 7 : Répartition des surfaces (ha) par département en lavande et lavandin

Département	2015	2016	Évolution en %
04	9 443	9 984	+ 5,73
26	5 523	5 895	+ 6,74
84	4 843	5 132	+ 5,97
07	475	477	+ 0,42
30	252	286	+ 13,49
05	149	175	+ 17,45
13	100	105	+ 5,00
Autres	137	159	+ 16,06
Total	20 922	22 213	

Source : déclarations PAC

En 2016, la culture du lavandin est largement dominée par la variété grosso en raison de ses qualités de résistance au dépérissement et de sa productivité. Celle-ci représente plus de 85 % des surfaces totales de lavandin.

Tableau 8 : Évolution de la répartition variétale des lavandes et lavandins

Surface (ha)	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Total Lavandin	100 %				
Grosso	81,61 %	83,66 %	85,44 %	85,84 %	86,24 %
Abrial	6,06 %	5,19 %	4,64 %	3,78 %	3,23 %
Super	7,30 %	6,26 %	5,41 %	5,88 %	4,86 %
Sumian	5,03 %	4,89 %	4,51 %	4,50 %	5,67 %
Total lavande	100 %				
Clonale	52,70 %	48,04 %	47,55 %	48,48 %	52,92 %
De population	47,30 %	51,96 %	52,45 %	51,52 %	47,08 %

Source : CIHEF

Au regard des surfaces de lavandin, si la part de la variété Grosso augmente, à contrario celle des variétés Abrial et Super baisse respectivement de 47 % et de 34 % par rapport à 2012.

Par contre, en 2016 le sumian voit sa part augmentée après une baisse régulière depuis plusieurs années.

Ces productions sont plus ou moins délaissées pour des variétés plus tolérantes au dépérissement.

En 2016, la part des lavandes clonales et de population retrouve le même niveau qu'en 2012 après une baisse de la lavande clonale au bénéfice de la lavande de population.

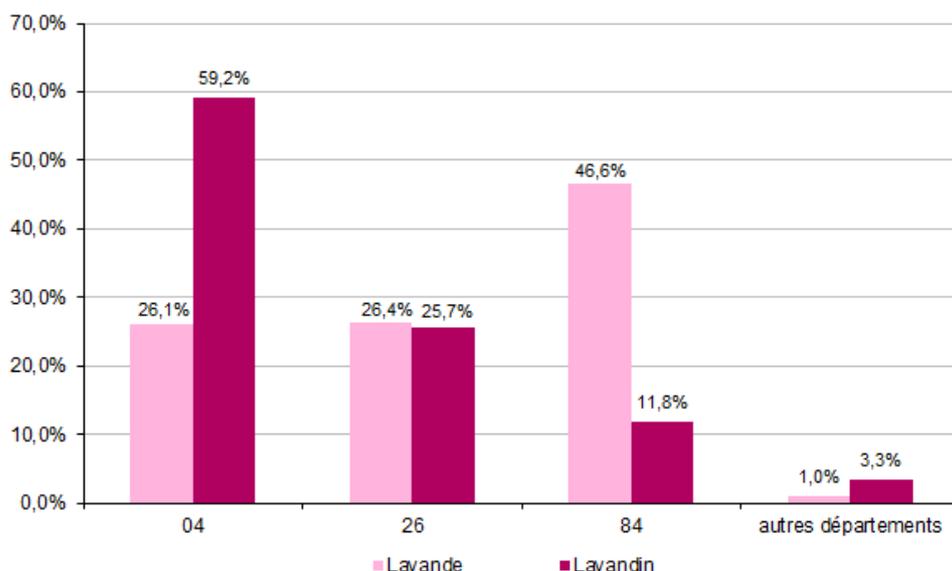
Sauge sclarée

À partir des données PAC 2016, nous avons pu définir la superficie à 2 874 ha, confirmant ainsi la forte extension des surfaces au cours de ces dernières années (soit + 76 % par rapport à 2010).

3.3.2 Volumes commercialisés

Les volumes de production d'HE de lavande et lavandin se situent principalement dans les trois départements 04, 26 et 84.

Illustration 7 : Répartition de la production d'HE de lavande et lavandin par département en 2016



Source : CIHEF

Lavande

Après avoir régressé de 2008 à 2010, on a pu observer une inversion de tendance de la production des HE de lavandes depuis 2011, pour parvenir en 2016 à 109 t d'HE soit + 50 % par rapport à 2012.

Tableau 9 : Évolution de la production d'HE de lavande en tonne (t) de 2012 à 2016

Essence (t)	2012	2013	2014	2015	2016
Total lavande	53	50	63	82	109
Clonale	31	29	38	44	56
De population	22	21	25	38	53

Source : CIHEF

Illustration 8 : Évolution de la production d'HE de lavande en tonne (t) de 2012 à 2016



Source : CIHEF

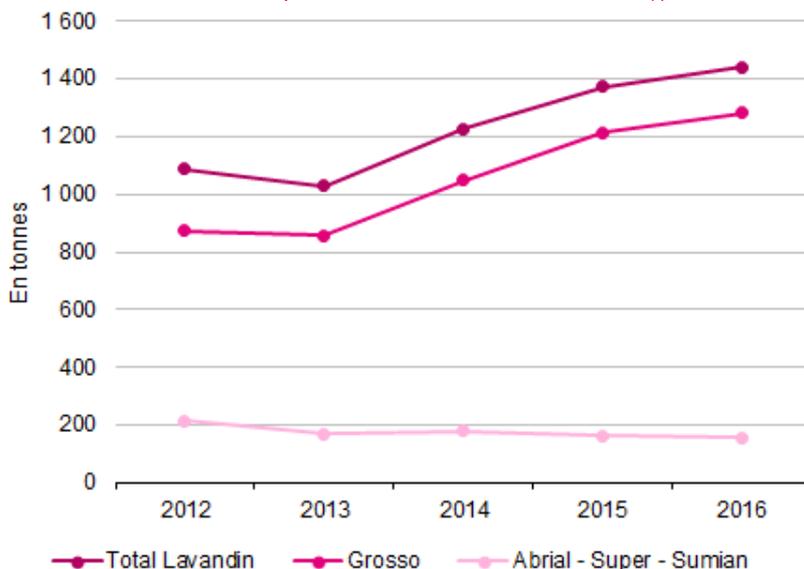
Lavandin

Tableau 10 : Évolution de la production d'HE de lavandin en tonne (t) de 2012 à 2016

Essence (t)	2012	2013	2014	2015	2016
Total Lavandin	1 087	1 028	1 226	1 374	1 439
Grosso	874	858	1 048	1 212	1 283
Abrial	77	58	59	56	45
Super	74	55	50	51	52
Sumian	62	57	69	55	59

Source : CIHEF

Illustration 9 : Évolution de la production d'HE de lavandin en tonne (t) de 2012 à 2016



Source : CIHEF

Représentativité de la coopération

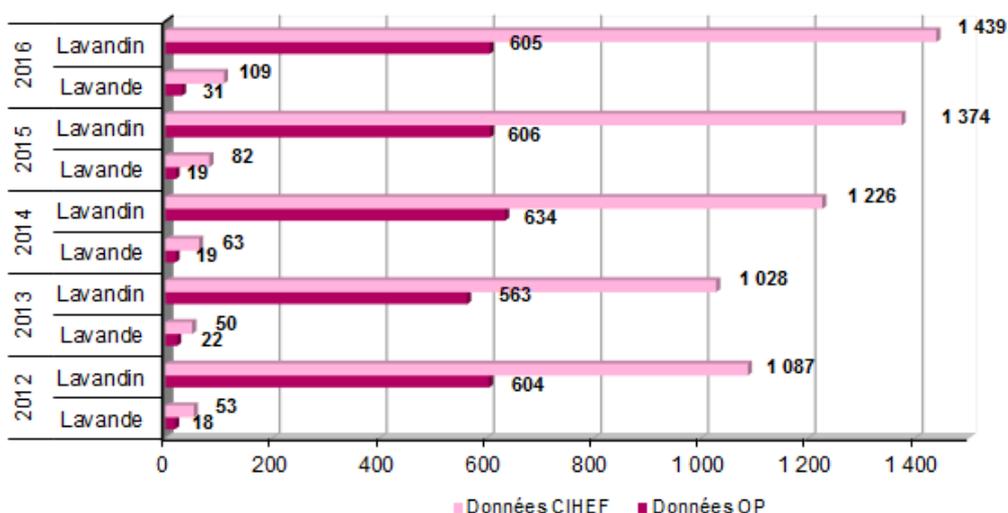
En ce qui concerne le lavandin, les OP commercialisent plus de 40 % de la production totale. Cette représentativité des coopératives est plus faible pour la lavande. Par ailleurs, la vente directe est en forte progression bien qu'elle soit difficile à estimer.

Tableau 11 : Évolution de la part des OP sur l'ensemble de la production de 2012 à 2016 (t)

	2012		2013		2014		2015		2016	
	Lavande	Lavandin								
Données OP	18	604	22	563	19	634	19	606	31	605
Données CIHEF	53	1 087	50	1 028	63	1 226	82	1 374	109	1 439
Représentativité OP	34 %	56 %	44 %	55 %	30 %	52 %	23 %	44 %	28 %	42 %

Source : CIHEF et OP

Illustration 10 : Comparaison des volumes (t) d'HE de lavande et lavandin de 2012 à 2016 entre le CIHEF et les OP



Source : CIHEF et OP

Pour la lavande, entre 2012 et 2016, la part de l'organisation économique est passée de 34 % à 28 %. Cette régression de l'organisation économique est due principalement à une évolution beaucoup plus importante de la production (+ 56 t) que des apports (+ 13 t).

Pour le lavandin, si avant 2015 l'organisation économique représentait une moyenne de 54 % de la production totale, depuis elle a fortement chuté pour se situer dans une moyenne de 42 %.

On peut observer que le volume des apports évolue peu (moyenne 602 t) alors que la production est en augmentation constante depuis 2014 ce qui explique ce recul de l'organisation économique.

3.3.3 Prix à la production (données issues des OP)

Lavande

Les prix se maintiennent pour la lavande clonale alors qu'on enregistre une baisse pour la lavande de population.

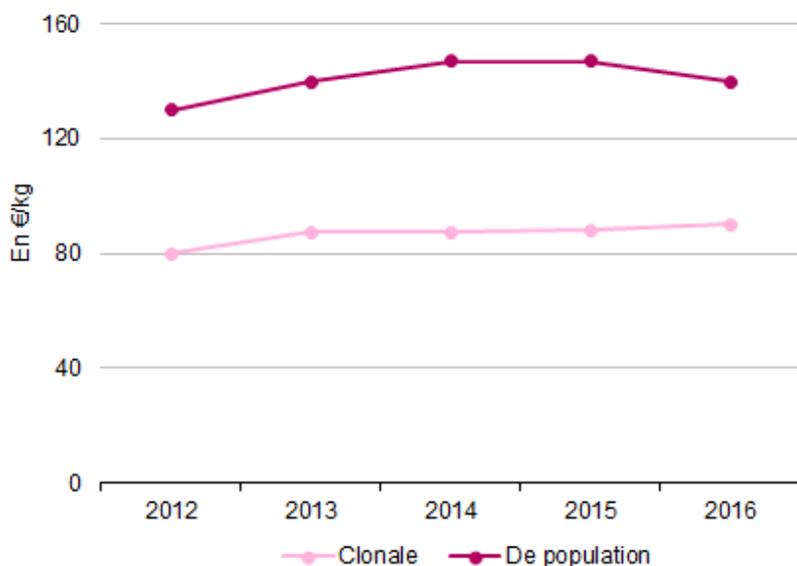
La lavande de population française face à la concurrence bulgare, qui est trois fois plus importante en volume, voit ses prix orientés à la baisse.

Tableau 12 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavande de 2012 à 2016

Essence (€/Kg)	2012	2013	2014	2015	2016
Lavande					
Clonale	80	88	88	88	90
De population	130	140	147	147	140

Source : données OP

Illustration 11 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavande de 2012 à 2016



Source : données OP

Lavandin

Malgré l'augmentation des volumes produits en lavandin Grosso, les prix de ce dernier ont été légèrement revalorisés.

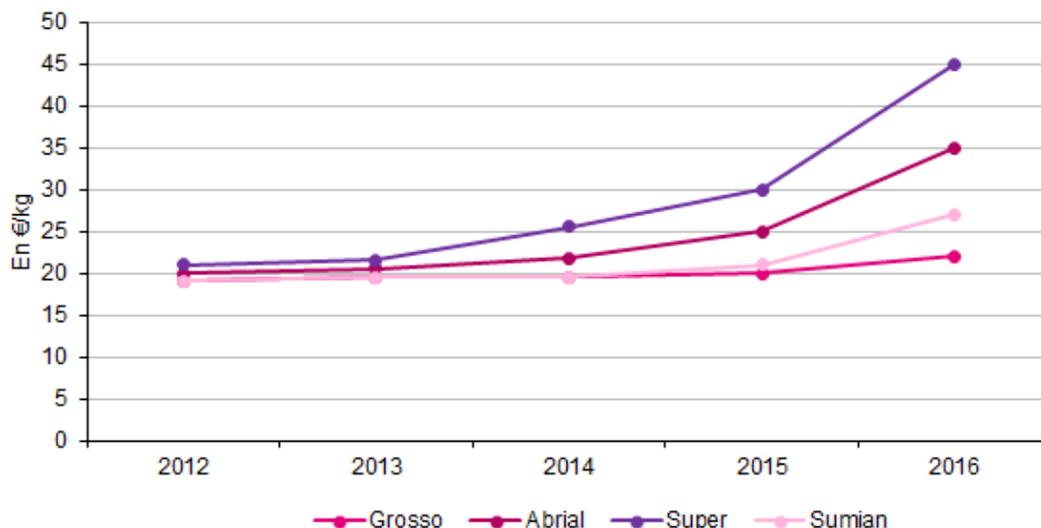
Les autres variétés (Abrial, Super et Sumian) se distinguent par une hausse des prix non négligeable, soit respectivement + 40 %, + 50 % et 30 % depuis 2015 ; ces valorisations représentent une volonté du marché de maintenir une certaine diversité dans les variétés produites.

Tableau 13 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavandin de 2012 à 2016

Essence (€/Kg)	2012	2013	2014	2015	2016
Lavandin					
Grosso	19	20	20	20	22
Abrial	20	21	22	25	35
Super	21	22	26	30	45
Sumian	19	20	20	21	27

Source : données OP

Illustration 12 : Évolution des valeurs (€/kg) des HE de lavandin de 2012 à 2016



Source : données OP

Sauge sclarée

Les cours moyens des HE en conventionnel se situent autour de 127 €/kg sur un volume de 12,7 t et représentent 95 % du CA global. La part des HE en bio culture reste très marginale ; toutefois, on retient un prix moyen de 260 €/kg (5 % du CA global).

3.3.4 La production de lavande de population sous AOP

En 2016, 1 600 ha et 86 producteurs sont engagés dans la démarche.

Depuis 2011, on constate une progression sensible du nombre de producteurs inscrits et des surfaces. Ce constat est à nuancer ; tous les producteurs inscrits et à jour de leur inventaire ne demandent pas l'Appellation lors de la récolte.

Depuis 2012, les surfaces plantées en semis direct sont recensées. Comme le montre le tableau ci-dessous, cette pratique culturale est en augmentation. Mais ces chiffres sont indicatifs du fait que certains producteurs mettent à jour leurs parcelles sans préciser ce fait.

Tableau 14 : Évolution des surfaces plantées et du nombre de producteurs inscrits

Année	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nb producteurs habilités	74	80	83	83	86	88
Superficie* (ha)	1 250	1 320	1 480	1 450	1 500	1 600
Dont semis direct (ha)	Pas de donnée	70	135	163	200	255

(*) Surfaces des producteurs ayant mis à jour leur inventaire.

Source : APAL

En 2016, le nombre de producteurs demandant la conformité de leur huile essentielle est de 39 avec un volume présenté de 20 944 kg.

Depuis 2012, une quarantaine de producteurs présente leur production à l'AOP. Les quantités ainsi que le nombre de lots n'indiquent pas obligatoire une augmentation de la production. En effet, Il suffit qu'un ou deux producteurs dont le potentiel de production est important ne présentent pas leurs essences pour ressentir une baisse de volume. Le poids maximal d'un lot est de 200 kg ; pas de poids minimal par lot (tableau 15).

Tableau 15 : Évolution du nombre de producteurs demandant la conformité de leur produit

Année	Nombre de producteurs	Quantité présentée (kg)	Nombre de lots	Surfaces (ha)
2011	32	10 853	73	1 011
2012	43	15 991	111	1 193
2013	44	13 953	100	1 199
2014	41	17 782	110	1 267
2015	44	24 506	152	1 416
2016	39	20 944	138	1 326

Source : APAL

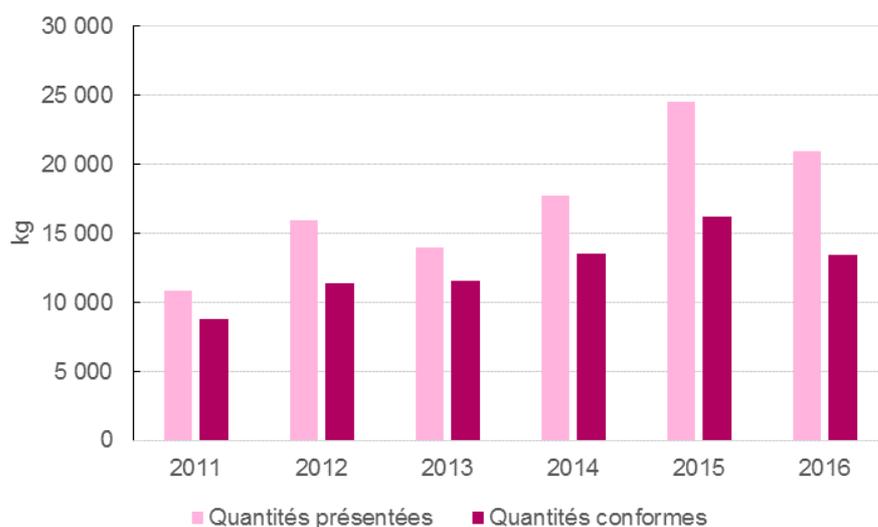
Tableau 16 : Répartition par département du nombre de producteurs et des quantités présentées en 2016.

	Total	Alpes de Haute Provence	Haute Alpes	Drôme	Vaucluse
Nb de producteurs	39	6	1	12	20
Quantité présentée (kg)	20 944	2 624	27	2 873	15 420

Source : APAL

Le pourcentage de lots conforme se situe dans une fourchette comprise entre 60 et 70 % ; 9,8 % des lots sont refusés pour des motifs olfactifs et 25,8 % pour des motifs analytiques.

Illustration 13 : Quantités présentées et quantités conformes au cahier des charges de l'AOP lavande



Source : APAL

> 3.4 La place de la production bio en PPAM

Les données utilisées proviennent en grande majorité de l'observatoire de l'Agence Bio.

L'Agence effectue une enquête annuelle (nombre d'exploitations et superficies) auprès des organismes certificateurs et traite les données collectées. Elle transmet annuellement un état récapitulatif des productions à FranceAgriMer.

En 2016, les surfaces cultivées en PPAM bio s'élèvent à 5 480 ha certifiés bio et 7 085 ha si l'on ajoute les surfaces en conversion, pour 2 248 exploitations. La surface globale représente 13,4 % des surfaces totales de PPAM en France. La PAC recense 53 000 ha cultivés en PPAM en 2016 (conventionnel et bio).

3.4.1 L'organisation de la filière bio

On dénombre actuellement 26 groupes économiques de producteurs PPAM biologiques, répartis sur 6 régions (Auvergne - Rhône-Alpes, Bourgogne - Franche-Comté, Occitanie, Pays de la Loire, PACA et la Corse).

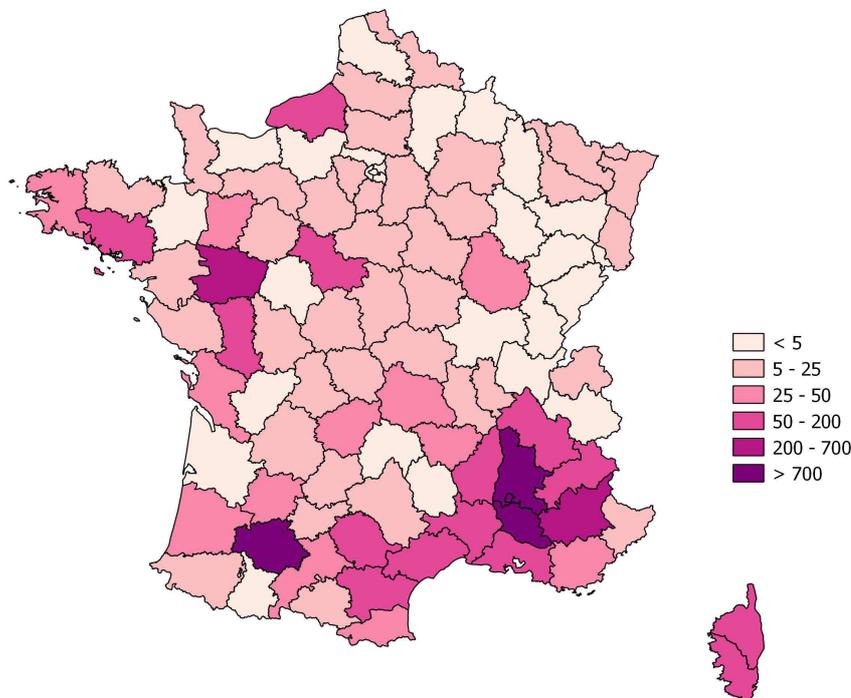
Tableau 17 : Organisation de producteurs par région

Région	Organisation de producteurs
Auvergne - Rhône-Alpes	Bioplantes Coopérative du Diois France Lavance Plantes de Pays Sicarappam Viva-Plantes
Bourgogne - Franche-Comté	Les Coteaux Bourguignons
Occitanie	SICA Biotope
Pays de la Loire	Anjou Plantes
PACA	Les Aromates de Provence Provence Parfums Ventoux SCA3P

Source : Agence bio

3.4.2 Localisation des PPAM bio

Illustration 14 : Surfaces (ha) certifiées et en conversion par département - année 2016



Source : Agence bio

Les régions Auvergne - Rhône-Alpes et PACA sont les deux régions les plus représentées en PPAM bio. Ces dernières totalisent, en surfaces certifiées et en conversion, 60,2 % de la surface de PPAM bio française avec respectivement 2 069 ha (29 %) et 2 196 ha (31 %).

Pour la région Auvergne - Rhône-Alpes, les PPAM bio se concentrent principalement en région ex Rhône-Alpes, soit 1 982 ha.

Les productions de lavande et lavandin représentent sur l'ensemble du territoire respectivement 1 712 ha et 1 560 ha, soit 46,2 % de l'ensemble des PPAM bio et sont localisées principalement dans la région PACA et le département de la Drôme.

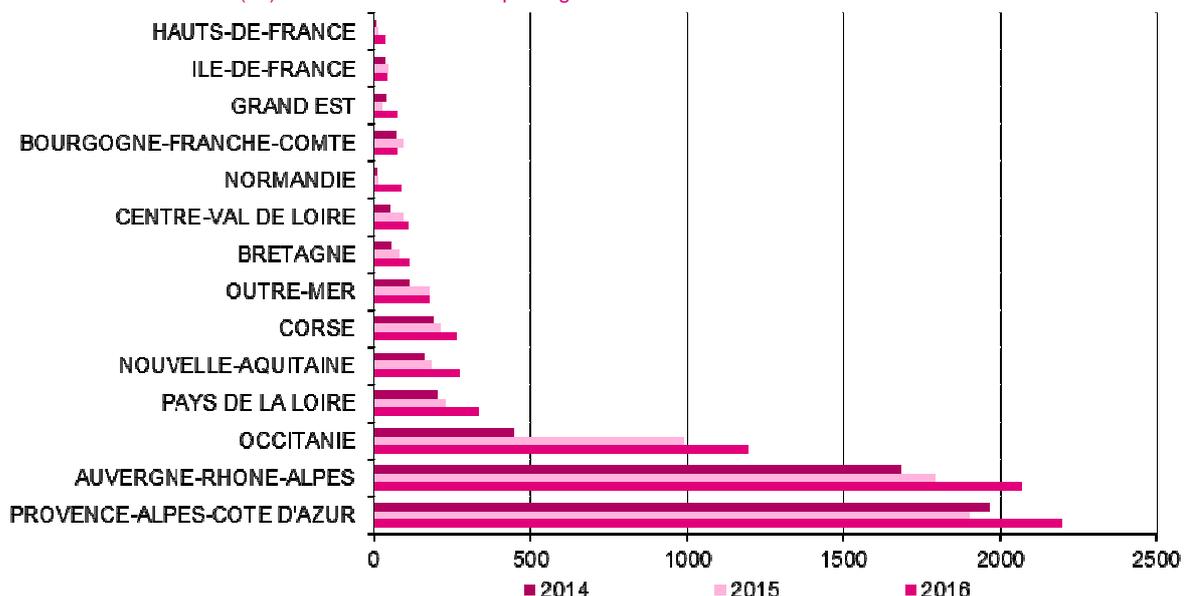
En Auvergne, la culture de PPAM concerne surtout les plantes médicinales et intervient fréquemment en complément d'une activité de cueillette de plantes. Dans ce cas, la gestion du temps de travail et de la main d'œuvre limite le potentiel de surface à cultiver. La moyenne par exploitation est de 1,1 ha.

En Occitanie, la superficie en PPAM bio représente 1 198 ha (ex Midi-Pyrénées : 874 ha et ex Languedoc-Roussillon : 324 ha).

En Corse, la superficie est non négligeable avec 267 ha dont les principales cultures sont l'hélichryse et le romarin à verbénone.

L'évolution la plus forte est en Occitanie (ex région Midi-Pyrénées) où l'on est passé de 131 ha en 2013 à 636 ha en 2015 et 874 ha en 2016. Cela est lié à d'importantes plantations en coriandre.

Illustration 15 : Surfaces (ha) certifiées + conversion par région de 2014 à 2016



Source : Agence Bio

3.4.3 Évolution des surfaces et du nombre d'exploitations

Toutes exploitations confondues, c'est-à-dire certifiées et en conversion (C1, C2, C3 correspondant aux trois années de conversion) :

- Depuis 2007, les surfaces cultivées en PPAM bio sont en augmentation constante. La hausse des surfaces et du nombre d'exploitations sont respectivement de + 143 % et + 200 % ;
- en 2016, la surface cultivée en PPAM bio certifiées AB s'élevait à 5 480 ha pour 2 248 exploitations. L'augmentation entre 2015 et 2016 est de 14 % en surface et de 9,4 % en nombre d'exploitations ;
- en 2016, la superficie totale (certifiée + conversion) de PPAM bio est en hausse de 21 % par rapport à 2015 et représente 7 085 ha, soit 13,4 % des surfaces totales de PPAM.

Illustration 16 : Évolution des surfaces et du nombre d'exploitations en PPAM Bio de 2007 à 2016



Source : Agence Bio

3.4.4 Surfaces moyennes régionales par exploitation en PPAM bio

La surface moyenne par exploitation de PPAM bio est la plus élevée pour la région PACA (5,8 ha), suivie de près par la Corse (5,7 ha). En 3^{ème} position arrive la région Occitanie avec 3,1 ha dont ex Midi-Pyrénées avec 4,7 ha. La surface moyenne nationale se situe à 0,8 ha, ce qui signifie que les exploitations sont en majorité de petite taille.

Il y a une grande diversité des exploitations selon les régions, leurs spécificités et leur typologie.

Tableau 18 : Surfaces moyennes régionales par exploitation

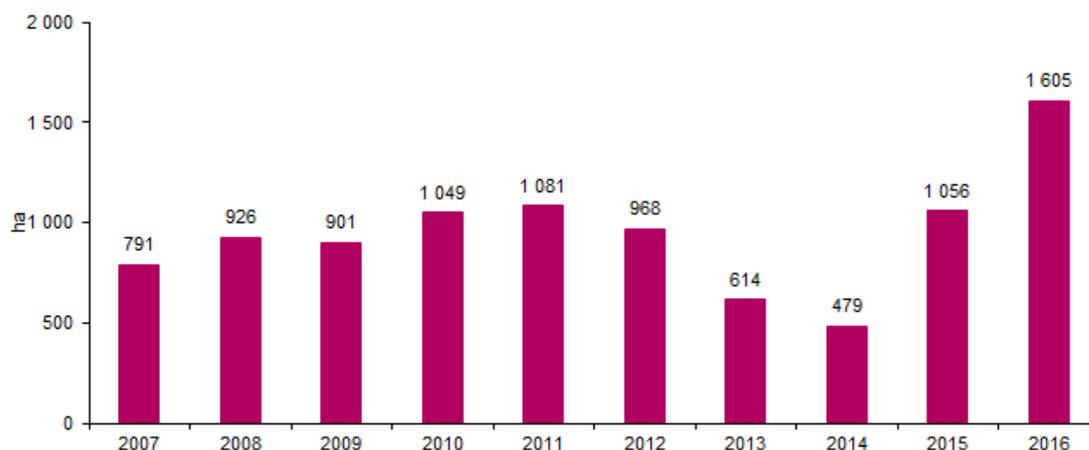
Régions	Surface moyenne par exploitation (certifiée + conversion)
GRAND EST	0,9
Alsace	0,5
Champagne-Ardenne	2,3
Lorraine	0,6
NOUVELLE-AQUITAINE	1,5
Aquitaine	1,3
Limousin	1,2
Poitou-Charentes	2,1
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES	3,2
Auvergne	1,1
Rhône-Alpes	3,5
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE	0,8
Bourgogne	1,2
Franche-Comté	0,2
BRETAGNE	1,1
CENTRE-VAL DE LOIRE	2,4
CORSE	5,7
ILE-DE-FRANCE	1,5
OCCITANIE	3,1
Languedoc-Roussillon	1,7
Midi-Pyrénées	4,7
HAUTS-DE-FRANCE	0,8
Nord-Pas-De-Calais	0,7
Picardie	0,9
NORMANDIE	2,6
Basse-Normandie	1,6
Haute-Normandie	3,7
OUTRE-MER	2,5
PAYS DE LA LOIRE	3,4
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR	5,8
TOTAL FRANCE	0,8

Source : Agence Bio

Les conversions

Après une baisse des conversions entre 2012 et 2014, le rythme a repris en 2015 et la hausse des surfaces se confirme en 2016, avec un nombre de conversions de 1 605 (1 056 en 2015).

Illustration 17 : évolution des surfaces en conversion de 2007 à 2016



Source : Agence Bio

Tableau 19 : Détail des surfaces en conversion en 2016

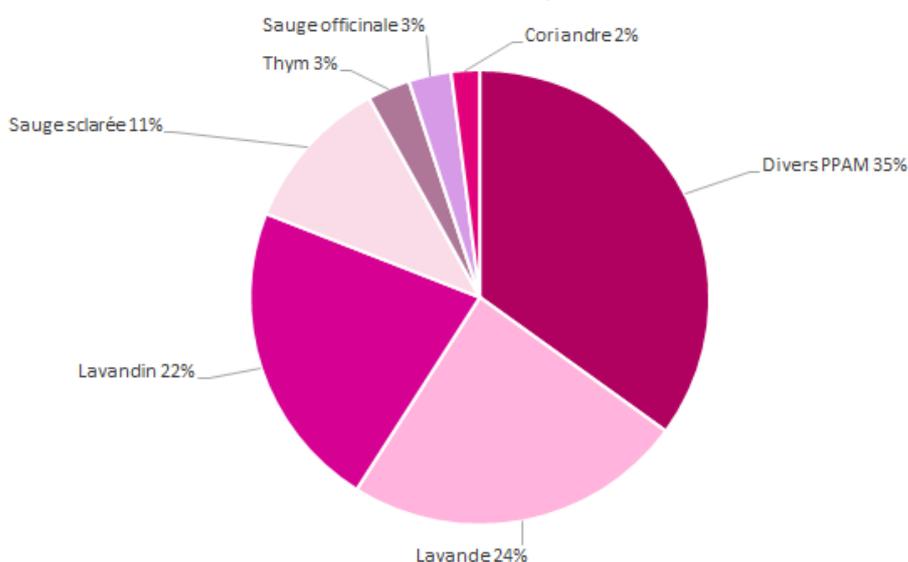
Surfaces (ha) en conversion 2016				
Année 1	Année 2	Année 3	Total	Évolution/2015
688	754	164	1 605	53 %

Source : Agence Bio

3.4.5 Les principales plantes

Les plantes les plus représentées en terme de superficie sont la lavande, le lavandin ainsi que les sauges (officinale et sclarée), le thym et la coriandre.

Illustration 18 : Répartition des surfaces de cultures biologiques certifiées par plante en 2016



Source : Agence Bio

L'Agence bio a recensé plus de 120 espèces de plantes à parfum, aromatiques et médicinales cultivées en France. Pour beaucoup de ces plantes, les surfaces de production en bio sont inférieures à 5 ha. Elles sont comptabilisées dans une rubrique nommée « divers PPAM » représentant 2 506 ha, soit 35 % de la production totale bio.

- **Lavande et lavandin**

La lavande et le lavandin sont les plantes les plus produites en bio.

Pour la lavande, la surface cultivée en bio et en conversion ne cesse d'augmenter depuis 2007 (102 % entre 2007 et 2016) et atteint 1 712 ha.

Les surfaces de lavandin représentent 1 560 ha (+ 61 % entre 2007 et 2016).

Lavande et lavandin bio représentent 14,7 % des surfaces totales cultivées (22 213 ha).

Les lavandes représentent 24 % des surfaces de PPAM bio certifiées en France et les lavandins 22 %. Ces taux sont en diminution en raison de la croissance de la catégorie « divers PPAM ».

Le marché est toujours demandeur d'huile essentielle de lavande et lavandin bio. Les prix moyens suivants sont indicatifs : HE lavandin Grosso : 27 €/kg, Abrial : 36 €/kg, 45 €/kg pour le Super et jusqu'à 32 € pour le Sumian.

La production biologique n'échappe pas à la problématique du dépérissement de la lavande qui touche la filière conventionnelle. Face à ce problème, l'emploi de plants sains bio est primordial.

- **Sauge sclarée**

En 2016, les surfaces pour la sauge sclarée (bio + conversion) ont atteint 191 ha (+ 29 % par rapport à 2015).

Le prix de l'huile essentielle de sauge sclarée bio reste stable (entre 200 et 240 €/kg).

- **Thym, mélisse, camomille romaine, menthe poivrée**

Depuis quelques années, les surfaces en production des thyms bio augmentent régulièrement (135 ha en 2015, soit 1/3 des surfaces totales en thym ; 189 ha en 2016). De nouvelles productions se sont développées notamment en Languedoc-Roussillon.

La demande est supérieure à l'offre notamment pour des thyms à chémotypes thuyanol et linalol destinés à l'herboristerie et l'aromathérapie.

Pour la mélisse dont le potentiel de production était de 48 ha (bio + conversion) en 2015, il atteint 90 ha en 2016 soit + 50 %. Il semble que de nouvelles plantations ont été mises en place.

La camomille romaine voit ses surfaces fortement augmentées : 10 ha en 2014, + 50 % en 2015 (24 ha) pour atteindre 64 ha en 2016. Cette plante possède de nombreuses vertus, principalement médicinales mais aussi cosmétiques.

La tendance est également à l'accroissement pour la menthe poivrée : la superficie, qui était de 32 ha en 2015, passe à 57 ha en 2016. Cette production vise à répondre aux besoins et exigences des marchés de niche en herboristerie avec un prix très rémunérateur (fourchette entre 20 et 40 €/kg).

- **Safran**

Le safran est en développement avec une superficie de 54 ha localisée sur les principales régions de production avec un nombre important de producteurs (244) : Auvergne - Rhône-Alpes, Occitanie, Centre Val de Loire, Nouvelle-Aquitaine, PACA et Pays de la Loire. La quasi-totalité des surfaces de safran en France est bio.

3.4.6 La cueillette

Les territoires de cueillette ne sont pas recensés par l'Agence Bio. Cependant, la majorité des plantes sauvages est commercialisée en bio.

Les surfaces ont peu de sens et les volumes de cueillette sont très difficiles à estimer. Certains conservatoires nationaux botaniques ont réalisé des études. Ainsi, on dénombre 257 cueilleurs sur le territoire du Conservatoire Botanique du Massif Central pour 370 espèces et 700 opérateurs concernés (étude 2012), 197 cueilleurs sur le territoire du Conservatoire National Botanique des Pyrénées et Midi-Pyrénées pour 436 plantes (étude 2014). Par ailleurs, la cueillette se pratique sur l'ensemble du territoire, mais les principales zones se situent dans les massifs montagneux (les Vosges notamment pour l'arnica, le Jura pour l'if commun (*Taxus baccata*), l'Auvergne pour la gentiane, les Alpes...).

On note également deux types de cueilleurs : les producteurs/cueilleurs qui collectent à proximité de leur exploitation et les cueilleurs spécialisés qui parcourent parfois des distances très importantes. Mais il ne faut pas ignorer non plus les cueillettes traditionnelles par des populations locales pour plusieurs espèces (tilleul, gentiane...) et des cueilleurs nomades (narcisse, petit houx...).

Les destinations des plantes issues de la cueillette sont variées : laboratoires pharmaceutiques, cosmétiques, de compléments alimentaires, herboristeries, marchés locaux, etc.

La cueillette constitue une réelle activité économique.

L'association française des professionnels de la cueillette de plantes sauvages (AFC), créée en 2011, permet d'améliorer les connaissances dans ce domaine.

3.4.7 Contraintes sur les productions de PPAM bio

En 2016, les cultures de PPAM bio ont encore connu pour la lavande, des problèmes de noctuelles et de dépérissement. On ne note pas de contamination particulière des productions de PPAM bio par rapport aux productions conventionnelles.

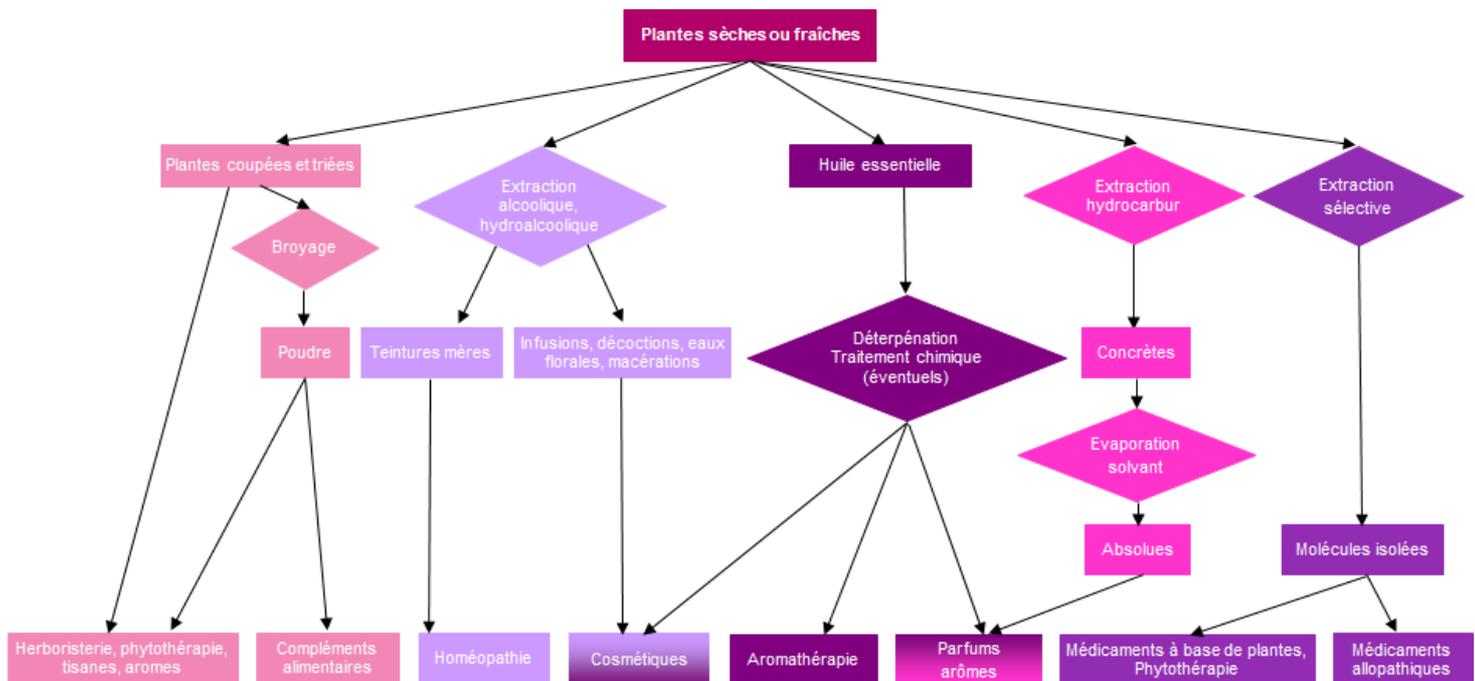
Les organismes techniques (Crieppam, Iteipmai, Grab et Chambre d'agriculture de la Drôme) restent attentifs aux contraintes de la culture bio (désherbage, interdiction d'utiliser des engrais et des pesticides chimiques, emploi d'intrants limité...).

4. Les secteurs utilisateurs des PPAM : présentation et définition

> 4.1 Considérations générales

Les PPAM, sous leurs différentes formes (fraîche, sèche, surgelée, huile essentielle, extraits...), alimentent plusieurs secteurs d'activités. Les principales destinations de ces plantes sont décrites dans le schéma ci-après.

Illustration 19 : Principales destinations des PPAM



Source : FranceAgriMer

> 4.2 Secteur médical

Allopathie

Le terme allopathie désigne la médecine classiquement employée dans les pays occidentaux. Cette façon de soigner se base sur l'administration de médicaments contenant des substances actives et destinées à contrer les troubles du fonctionnement de l'organisme. Il s'agit du mode habituel de traitement médical qui combat la maladie en utilisant des médicaments qui ont un effet curatif ou préventif vis-à-vis des phénomènes pathologiques.

On estime que 75 % des médicaments ont une origine végétale ; aujourd'hui 25 % ont réellement au moins une molécule active d'origine végétale.

Il existe plusieurs disciplines qui utilisent les plantes à des fins médicales, éventuellement combinées entre elles.

Parmi les 350 000 espèces répertoriées dans le monde, l'OMS en a relevé 22 000 qui ont un usage médicinal traditionnel. En France, des sources citent 2 500 espèces mais seules 601 sont inscrites à la pharmacopée ; à noter que selon les données de FranceAgriMer, les organisations de producteurs (OP) françaises en commercialisent 272.

La liste des plantes médicinales de la pharmacopée française rassemble des plantes possédant des propriétés médicinales et **utilisées à ce titre** (art. L. 4211-1 du Code de la Santé Publique).

La Pharmacopée française actuellement en vigueur est la 11^{ème} édition.

Depuis 2013, cette liste est scindée en une liste A et une liste B. Le type de médecine traditionnelle d'usage (européenne et outre-mer, chinoise ou ayurvédique) est précisé. La vente de ces plantes médicinales en l'état est réservée aux pharmaciens, sauf pour celles libérées du monopole pharmaceutique.

En janvier 2017, lors de la dernière mise à jour, on compte 448 plantes en liste A dont 148 plantes inscrites sur le décret de libéralisation et 153 plantes en Liste B. Parmi ces quelques 600 plantes, 83 plantes d'Outre-mer (Réunion, Guadeloupe, Martinique et Guyane) sont inscrites à la Pharmacopée française en janvier 2017.

Les organisations professionnelles

Parmi les représentants des professionnels du médicament, on peut citer :

- Le LEEM, (Les Entreprises du Médicament), qui regroupe les entreprises du secteur de l'industrie pharmaceutique en France. Créé il y a plus de 130 ans, le LEEM compte aujourd'hui près de 270 entreprises adhérentes, qui réalisent près de 98 % du chiffre d'affaires total du médicament en France ;
- Le SNPH (Syndicat National de la Préparation et de l'Homéopathie).

Herboristerie

L'herboristerie correspond à la méthode de phytothérapie la plus classique et la plus ancienne. Après être tombée partiellement en désuétude dans les pays occidentaux, elle est de nos jours reprise en considération. L'herboristerie emploie la plante fraîche ou séchée ; elle utilise soit la plante entière, soit une partie de celle-ci (écorce, feuille, fleur, fruit, racine). La préparation est réalisée par l'utilisateur et repose sur des méthodes simples, le plus souvent à base d'eau : décoction, infusion, macération. Ces préparations sont bues ou inhalées, appliquées sur la peau ou ajoutées à l'eau d'un bain.

La pratique des métiers d'herboristerie n'est plus reconnue en France depuis 1941. Aujourd'hui les tisanes sont vendues sous le statut de produits alimentaires. 148 plantes sont autorisées à la vente libre (Décret n° 2008-841 du 22 août 2008 relatif à la vente au public des plantes médicinales inscrites à la Pharmacopée).

Phytothérapie

La phytothérapie utilise des produits exclusivement d'origine végétale obtenus par extraction, généralement dilués dans de l'alcool ou un autre solvant. Ces extraits sont dosés en quantités suffisantes pour avoir une action soutenue et rapide. Ils sont présentés comme toute autre spécialité pharmaceutique sous forme galénique de sirop, gouttes, suppositoires, gélules, lyophilisats, nébulisats, etc.

Les produits phytothérapeutiques sont commercialisés en majorité sous le statut de compléments alimentaires ou de médicaments.

Aromathérapie

L'aromathérapie est une thérapie qui utilise les huiles essentielles (ou essences) extraites par distillation. Ces huiles essentielles sont des produits très concentrés et complexes, à utiliser avec précaution et en respectant les doses prescrites, car ils ne sont pas sans danger. Les voies d'administration sont la voie percutanée (à travers la peau), la voie orale et la diffusion dans l'air.

La vente au public des huiles essentielles est libre, sauf pour 16 d'entre elles qui sont réservées aux pharmacies pour leur risque de toxicité (décret n° 2007-1198 du 3 août 2007). Il s'agit de la Grande absinthe, Petite absinthe, Armoise commune, Armoise blanche, Armoise arborescente, Thuya du Canada ou cèdre blanc et cèdre de Corée, Hysope, Sauge officinale, Tanaisie, Thuya, Sassafras, Sabine, Rue, Chénopode vermifuge, Moutarde jonciforme.

Gemmothérapie

La gemmothérapie est fondée sur l'utilisation d'extraits alcooliques et glycerinés de tissus jeunes de végétaux tels que les bourgeons, jeunes pousse et les radicules. Environ 60 plantes différentes sont concernées. Les préparations sont présentées sous forme de « macérats-mères », c'est-à-dire d'extraits concentrés obtenus après macération pendant plusieurs semaines de bourgeons fraîchement cueillis, et de macérats dilués.

Homéopathie

L'homéopathie a recours aux plantes d'une façon prépondérante, mais non exclusive : les trois quarts des 3 000 souches sont d'origine végétale, le reste étant d'origine animale ou minérale. Sont utilisées les plantes fraîches en macération alcoolique. Ces alcoolats sont appelés teintures mères et c'est à partir de ces alcoolats que sont préparées les dilutions qui imbibent les granules ou qui peuvent être ingérées sous forme liquide.

Les médicaments homéopathiques bénéficient en France d'un statut officiel depuis 1965. Ils sont inscrits aux pharmacopées françaises et remboursables à hauteur de 30 % par la Sécurité sociale contrairement à l'herboristerie. Ils font partie des médicaments les plus utilisés en automédication. La directive 92/73/CEE a admis qu'on ne pouvait pas imposer aux médicaments homéopathiques les mêmes exigences qu'aux médicaments allopathiques. Elle a institué un système d'enregistrement pour ces médicaments en dérogation à l'autorisation de mise sur le marché (AMM) avec, en contrepartie, une double contrainte : s'abstenir de la revendication d'indications thérapeutiques et éviter toute forme pharmaceutique pouvant comporter un risque pour le patient.

Phytothérapie chinoise

La phytothérapie chinoise fait partie d'un ensemble appelé « médecine traditionnelle chinoise » qui inclut l'acupuncture et la diététique chinoise. Cette phytothérapie vise à modifier « les quantités de différentes énergies ou le circuit de ces énergies dans l'organisme ».

Il existe encore d'autres phytothérapies utilisées à travers le monde, que l'on peut trouver de manière plus ou moins anecdotique en France comme l'Ayurveda, les médecines traditionnelles d'outre-mer, etc.

> 4.3 Secteur des compléments alimentaires

Le concept de complément alimentaire a été défini par la directive 2002/46/CE, transposée en droit français par le décret du 20 mars 2006 : « On entend par complément alimentaire les denrées alimentaires dont le but est de compléter le régime alimentaire normal et qui constituent une source concentrée de nutriments ou d'autres substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique seuls ou combinés... ».

Les compléments alimentaires se présentent sous forme de gélules, comprimés, ampoules, sachets de poudre. Ils peuvent fournir vitamines, minéraux (calcium, magnésium...) ou oligoéléments (zinc, sélénium...), acides gras essentiels (oméga 3...), probiotiques, des plantes (poudre...) ou extraits de plantes. Au préalable de la mise sur le marché, l'entreprise doit établir une déclaration de mise sur le marché d'un complément alimentaire, suivant le Décret n° 2006-352 du 20 mars 2006).

546 plantes sont autorisées en tant que compléments alimentaires selon l'arrêté du 24 juin 2014 établissant la liste des plantes autorisées dans les compléments alimentaires et les conditions de leur emploi.

Le secteur des compléments alimentaires est en pleine progression et diverses organisations revendiquent, à titre divers, des actions dans ce secteur :

- Le syndicat national des compléments alimentaires (Synadiet). Le Synadiet regroupe 230 entreprises adhérentes (consultants, fabricants, façonniers, fournisseurs d'ingrédients, distributeurs, laboratoires d'analyse,...), qui représentent 90 % de la profession en France. Le Synadiet travaille notamment sur la qualité, la réglementation, l'information et la sécurité du consommateur.
- La fédération du secteur des produits de l'épicerie et de la nutrition spécialisée (l'Alliance 7) est une fédération de syndicats professionnels dont le Syndicat Français de la Nutrition Spécialisée rassemblant 9 professions.
- L'afipa (Association française de l'industrie pharmaceutique pour une automédication responsable), le Synpa (Association d'expertise et d'information reconnue sur les ingrédients de spécialité de la chaîne alimentaire) et l'Association Internationale des Compléments Alimentaires (Iadsa).

- Phytolia, association qui regroupe les acteurs de la filière des plantes de santé, beauté et bien-être intervenant sur les matières premières, la production, l'extraction, la transformation, les ingrédients, la formulation et la distribution dans le Grand Ouest. Les adhérents de l'association représentent l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur du secteur, depuis la recherche la plus en amont (création variétale, chimie extractive, chimie analytique...) jusqu'au conditionnement et à la distribution en aval. Le réseau Phytolia est animé par le service Végétal de la Chambre régionale d'agriculture des Pays de la Loire.

> 4.4 Secteur agro-alimentaire

Les plantes aromatiques françaises les plus importantes sur le marché sont principalement : l'aneth, le basilic, la ciboulette, la coriandre, le fenouil, la marjolaine, les menthes douce et poivrée, l'origan, le persil, le romarin, la sarriette, la sauge officinale, le thym, sans oublier le mélange « herbes de Provence » composé de différentes plantes selon les recettes dont le thym, romarin, sarriette, origan, basilic. A noter que le label rouge « herbes de Provence » a une recette très précise : 19 % de thym, 27 % de romarin, 27 % de sarriette, 27 % d'origan¹.

Le marché des plantes aromatiques concerne le frais, le surgelé et le sec ; les ventes en pot qui concernent des plantes fraîches sont considérées comme relevant du secteur horticole.

Les principales organisations professionnelles de ce secteur à l'échelle nationale sont les suivantes :

- La FEDALIM avec :
 - Le Syndicat National des transformateurs de Poivres, Épices, aromates et vanille (SNPE) qui regroupe 26 sociétés. (ne publie pas d'informations sur les marchés),
 - Le Syndicat du Thé et des Plantes à Infusion (STEPI) ;
- Le Syndicat National des Ingrédients Aromatiques Alimentaires (SNIAA) ;
- L'AIHP (Association Interprofessionnelle des Herbes de Provence) qui est l'organisme de défense et de gestion du label rouge concernant les herbes de Provence.

Dans une moindre mesure :

- L'ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires).

Il existe un pôle de compétitivité, le pôle Vitagora, qui regroupe des acteurs des marchés alimentaires (grands groupes, PME...), de la recherche, de l'enseignement supérieur et de la formation, autour de la thématique « Goût-Nutrition-Santé » afin de poursuivre des objectifs de compétitivité, de notoriété ou de développement économique.

Le but est d'accompagner et de faire émerger des projets dont les développements conduiront à la mise sur le marché de produits innovants. Le siège est à Dijon, et Vitagora s'appuie sur les deux régions Île-de-France et Bourgogne/Franche-Comté.

> 4.5 Secteur des détergents, de la parfumerie et de la cosmétique

Détergents

Selon l'INSEE, la fabrication de savons, détergents et produits d'entretien, regroupe :

- la fabrication d'agents de surface organiques,
- la fabrication de papier, d'ouate, de feutre, etc. enduit ou recouvert de savon ou de détergent,
- la fabrication de glycérine,
- la fabrication de savon,
- la fabrication de préparations tensioactives :
 - poudres pour lessives, sous formes solides ou liquides, et détergents,

¹ <http://www.cpparm.org/les-herbes-de-provence-label-rouge/>

-
- préparations pour la vaisselle,
 - adoucissants pour textiles,
 - la fabrication de produits d'entretien :
 - préparations pour parfumer ou désodoriser les locaux,
 - cires artificielles et cires préparées,
 - cirages et crèmes pour le cuir,
 - cires et encaustiques pour l'entretien du bois,
 - brillants pour les carrosseries, le verre et les métaux,
 - pâtes et poudres à récurer, y compris les articles en papier, ouate, feutre, etc. enduits ou recouverts de celles-ci.

Le secteur des savons, détergents et produits d'entretien utilise énormément de produits de synthèse. Les huiles essentielles sont encore utilisées, dans une moindre mesure, pour parfumer (voire désinfecter dans les produits biologiques). Les huiles essentielles utilisées dans ce domaine sont en majorité les huiles essentielles d'agrumes (citron, pamplemousse...), lavandin (lavande en moindre quantité) et à odeur boisée (eucalyptus radié, pin sylvestre, arbre à thé, laurier noble...).

Ce secteur est représenté par :

- l'association française des industries de la détergence (Afish), qui est la section française de l'International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products, regroupe 100 industriels fabriquant et commercialisant les produits en France destinés à laver, nettoyer, entretenir et maintenir dans l'état d'hygiène nécessaire, le linge, la vaisselle et l'ensemble des surfaces que ce soit dans les foyers, dans les collectivités ou dans l'industrie ;
- l'Aise : International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products.

Parfumerie

1ère définition : définition de l'INSEE

Selon l'INSEE, la fabrication de parfums et de produits pour la toilette comprend :

- la fabrication de parfums et de produits pour la toilette :
 - parfums et eaux de toilette,
 - produits de beauté ou de maquillage,
 - préparations de protection solaire et pour le bronzage,
 - préparations pour manucures et pédicures,
 - shampoings, laques pour cheveux, préparations pour l'ondulation ou le défrisage des cheveux,
 - dentifrices et produits pour l'hygiène buccale, y compris les préparations destinées à faciliter l'adhérence des dentiers,
 - préparations pour le rasage, y compris les préparations pour le pré-rasage et l'après-rasage,
 - désodorisants et sels pour le bain,
 - dépilatoires,
- la fabrication de savon cosmétique.

Cette définition est reprise par les professionnels de la parfumerie. *Dans ce cas, la parfumerie inclut des produits cosmétiques.*

2ème définition : définition des professionnels de la cosmétique

La parfumerie désigne l'ensemble de produits de toilette à base de parfum, le parfum étant un produit odorant pour parfumer le corps, composé d'un mélange de produits aromatiques (concentré) et d'alcool éthylique, qui sert de support et d'amplificateur à l'odeur. *Dans ce cas, la parfumerie est incluse dans le secteur cosmétique.*

Selon les sources, les chiffres se rapportent à la première ou à la deuxième définition.

Cosmétique

La cosmétique est définie par le Code de la Santé Publique (article L5131-1)² : « On entend par produit cosmétique toute substance ou mélange destiné à être mis en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain, notamment l'épiderme, les systèmes pileux et capillaire, les ongles, les lèvres et les organes génitaux externes, ou avec les dents et les muqueuses buccales, en vue, exclusivement ou principalement, de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles. »

Ainsi, le marché des produits cosmétiques est segmenté de la manière suivante :

- Les soins du visage parmi lesquels on retrouve les soins solaires, les soins du corps, du visage (anti-âge...) ;
- Les produits à vocation d'hygiène : déodorants, produits de bains et douche, ou encore les soins buccodentaires ;
- Les produits de parfumerie ;
- Les soins capillaires, incluant les shampooings, les soins pour cheveux et produits de coloration ;
- Les produits de maquillage.

Les canaux de vente :

Les parfums et cosmétiques sont proposés aux consommateurs à travers cinq canaux de distribution :

- la distribution sélective (chaînes de parfumerie ; parfumeries indépendantes ; grands magasins) ;
- le conseil pharmaceutique (produits vendus en pharmacies, parapharmacies et espaces de conseil pharmaceutique) ;
- la grande distribution (hypermarchés, supermarchés, supérettes...) ;
- les salons de coiffure et coiffeurs à domicile ;
- les salons de beauté ;
- la vente à domicile ou à distance.

Les organisations professionnelles et pôles de compétitivité

Les principales organisations professionnelles de ce secteur sont nombreuses, en voici quelques-unes :

- Febea (Fédération des Entreprises de la Beauté).
- FFPS (Fédération française de Parfumerie Sélective). La FFPS représente 82 % du marché de la parfumerie sélective. Avec les acteurs qui la composent, elle représente 75 % des grandes chaînes nationales, 33 % des regroupements et franchises, 100 % des grands magasins (rayon parfumerie), 3 % des parfumeries traditionnelles.
- Cosmed : association des PME de la filière cosmétique.

² Journal Officiel - Code de la Santé Publique - Article L5131-1 - <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000023385246&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20110419>

- Cnep (Confédération Nationale de l'Esthétique Parfumerie).
- Fieppec (Fédération Internationale de l'Enseignement Professionnel en Parfumerie et en Esthétique Cosmétique).
- Prodarom (Syndicat National des Fabricants de Produits Aromatiques) en ce qui concerne les matières premières de la parfumerie.
- Cosmebio, association professionnelle de cosmétique écologique et biologique.
- Ingrecos (Ingredients cosmétiques), section française des entreprises adhérentes de l'EFfCI (The European Federation for Cosmetic Ingredients).
- Facophar Santé (FPS), syndicat professionnel au service d'Entreprises ayant des activités de production, commercialisation, distribution, sous-traitance, services, recherche et contrôle dans le domaine de la santé, en veille sur les évolutions réglementaires et sociétales dans les domaines suivants :
 - Matières premières d'origine naturelle, végétale, animale, biotechnologique, chimique,
 - Produits de droguerie, articles d'hygiène et accessoires à usage de la médecine, de la pharmacie humaine et vétérinaire,
 - Produits de santé : cosmétiques, diététiques, pharmaceutiques, parapharmaceutiques, dispositifs médicaux, et leurs matières premières.
- Unitis : european organization of cosmetic ingredients industries et services.
- Phytolia, association qui regroupe les acteurs de la filière des plantes de santé, beauté et bien-être intervenant sur les matières premières, la production, l'extraction, la transformation, les ingrédients, la formulation et la distribution dans le Grand Ouest. Les adhérents de l'association représentent l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur du secteur, depuis la recherche la plus en amont (création variétale, chimie extractive, chimie analytique...) jusqu'au conditionnement et à la distribution en aval. Le réseau Phytolia est animé par le service Végétal de la Chambre régionale d'agriculture des Pays de la Loire.

Cette filière est dotée de deux pôles de compétitivité.

Cosmetic Valley, dont le siège est situé à Chartres, regroupe des marques, des PME, des centres de recherche, des laboratoires, des universités, des établissements de formation du secteur de la cosmétique. Créée en 2005, son rôle est d'aider les industriels de la filière de la parfumerie cosmétique au travers du développement commercial (mise en réseau, accompagnement à l'export des PME) et de l'amélioration de leur compétitivité (montage de projets de recherche et d'innovation). Ce pôle travaille sur les produits cosmétiques, avec des sujets comme l'emballage, la sécurité consommateur, etc.

Le Pôle PASS (Parfums Arômes Senteurs Saveurs) est localisé dans la Région Provence Alpes Côte d'Azur. Son objet est la caractérisation, l'évaluation et la production des extraits naturels utilisés dans 4 marchés majeurs : la parfumerie, les produits cosmétiques, les détergents et les produits agroalimentaires. Ce pôle de compétitivité, basé sur une logique d'intégration verticale, est composé de la totalité de la chaîne de valeur de cette filière, historiquement présente sur l'ensemble de la région PACA, depuis la culture des plantes à parfum et aromatiques jusqu'à la production d'ingrédients aromatiques et leur formulation.

> 4.6 Secteurs phytosanitaire, biocide, vétérinaire

Produits phytosanitaires

Les produits phytosanitaires sont les produits destinés à lutter contre les parasites animaux et végétaux nuisibles aux cultures et aux produits récoltés. Ce sont des antiseptiques, herbicides, insecticides, certains engrais, etc.

Produits biocides

Les biocides sont des substances ou des préparations destinées à détruire, repousser ou rendre inoffensifs les organismes nuisibles, à en prévenir l'action ou à les combattre de toute autre manière, par une action chimique ou biologique. Ces produits de la vie courante regroupent les désinfectants ménagers, les insecticides... La substance active présente dans le produit biocide peut être un composé chimique ou être issue d'un micro-organisme exerçant son action biocide sur ou contre les organismes nuisibles.

Les biocides à base de plantes (huiles essentielles surtout) regroupent majoritairement les produits assainissants atmosphériques, les produits anti moustiques, les désinfectants pour les mains, les anti-poux, etc.

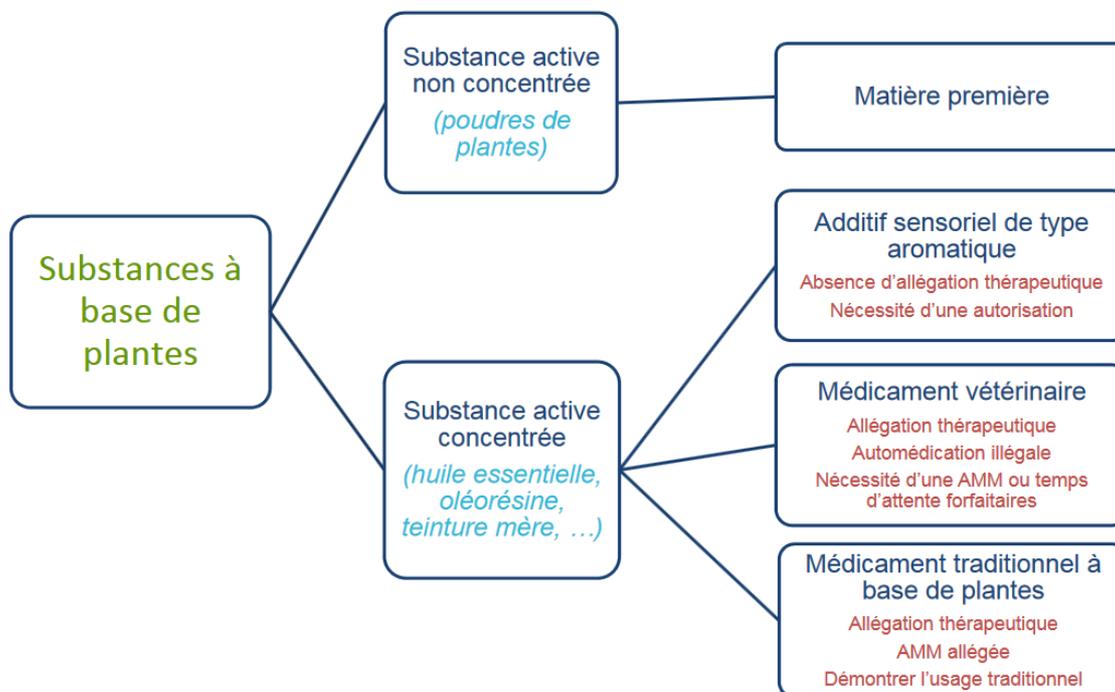
Dans le domaine des végétaux, Végépolys est un pôle de compétitivité qui rassemble des entreprises, des centres de recherche et de formation du domaine du végétal autour de projets innovants. L'ambition de Végépolys est de devenir le pôle de référence mondiale sur la production (création et pratiques culturelles) de végétaux spécialisés respectueux de l'environnement et de la santé. Deux grands objectifs ont été définis pour répondre aux enjeux de la société :

- Créer des végétaux qui engendreront une consommation plus faible d'intrants et des impacts plus favorables sur la biodiversité, la santé et l'environnement.
- Créer des végétaux facteurs de différenciation qui ouvriront des nouveaux marchés et donc amélioreront la compétitivité des entreprises du pôle.

Produits vétérinaires

Dans le domaine de la santé animale, les plantes médicinales peuvent être employées sous différents statuts : matière première, additif, médicament vétérinaire, médicament traditionnel à base de plantes.

Illustration 20 : Statut des substances à base de plantes



Source : ITAB (Institut Technique de l'Agriculture Biologique)

L'ITAB travaille à l'évolution de la réglementation dans le but de favoriser l'utilisation de plantes en santé animale.

5. Les marchés

Cette partie traitera des chiffres généraux de ces secteurs, dans la limite des données actuellement disponibles. Pour un marché spécifique, il est en effet parfois difficile d'isoler les PPAM (exemple : secteurs de la pharmacie ou agro-alimentaire). D'autre part, pour certains marchés qui concernent plusieurs utilisations, il est complexe d'obtenir une synthèse, et des études plus fines seraient nécessaires (exemple : marché de l'aromathérapie, en effet les huiles essentielles sont aussi vendues en flacons pour un usage alimentaire ou cosmétique).

Enfin, il existe d'autres marchés annexes (exemple : teintures, colorants, insecticides...) qui ne seront pas développés ici.

Le marché mondial des matières premières issues de PPAM est estimé à 64 milliards de \$³ avec plus de 35 000 plantes traitées par l'industrie. Utilisées en l'état (frais) ou séchées à des fins culinaires ou thérapeutiques, les PPAM entrent en tant que composants dans la fabrication de cosmétiques, médicaments ou autres produits de santé naturels mais sont aussi la base de produits transformés à haute valeur ajoutée comme : huiles essentielles, absolues, concrètes, autres extraits végétaux (aqueux, hydro-alcooliques, CO₂ supercritique...).

Des nouvelles tendances de consommation :

- **Le e-commerce**

Selon la FEVAD⁴, le e-Commerce a connu une forte croissance en 2016 (+ 14,6 %) en comparaison avec le commerce traditionnel. L'année a été marquée par le développement rapide des ventes sur mobile et l'adoption massive des réseaux sociaux. Les PME estiment avoir des perspectives favorables en e-commerce. Ce type de commerce, difficile à chiffrer pour les PPAM, est toutefois très utilisé.

- **Des nouvelles façons de consommer**

Une nouvelle tendance des consommateurs est l'envie de maîtriser le contenu de ses produits (« pas de... », « Produit naturel »...). Certains souhaitent faire eux-mêmes leur produit à la maison, et/ou maîtriser leur budget. Ils ont de plus en plus une démarche « écologique », écoresponsable (emballage réutilisable, remplissage sur le lieu de vente, produits écologiques et démarches d'entreprise écologiques...). Une fraction des consommateurs aime aussi personnaliser son produit, participer à des ateliers de formations. Ces tendances sont particulièrement valables en matière de cosmétiques⁵, mais aussi pour la parfumerie, l'aromathérapie, l'herboristerie, la phytothérapie, les produits vétérinaires et phytosanitaires, etc.

> 5.1 Secteur médicinal

> 5.1.1 Le marché du médicament⁶

En 2015, le marché mondial du médicament est évalué à environ 913 milliards de dollars de chiffre d'affaires.

Le marché français de la pharmacie représente 53,226 milliards € de chiffre d'affaires en 2015. La France est le deuxième marché européen derrière l'Allemagne.

Parmi ce marché, une très faible part est dédiée aux médicaments à base de plantes : moins de 0,5 %. Les **médicaments phytothérapeutiques** connaissent une diminution sensible (- 9 % entre 2012 et 2016), passant de 25,8 à **23,5 millions €**. Par rapport aux 53,226 milliards € du marché de la pharmacie, ces médicaments phytothérapeutiques représentent seulement 0,044 %.

³ L'économiste, avril 2012

⁴ <http://www.fevad.com/e-commerce-vecteur-de-croissance-entreprises-francaises-2016/>

⁵ Solutech consultant, F. Bourrust, rencontres réglementaires Cosmed, 23 mars 2017

⁶ <http://www.leem.org/article/chiffre-daffaires-0>

> 5.1.2 Le marché de l'homéopathie

Le marché national de l'homéopathie était estimé à 600 millions € en 2014. Les médicaments homéopathiques représentent 0,2 à 0,3 % du marché des médicaments dans le monde (source : Boiron, principal laboratoire d'homéopathie au niveau national).

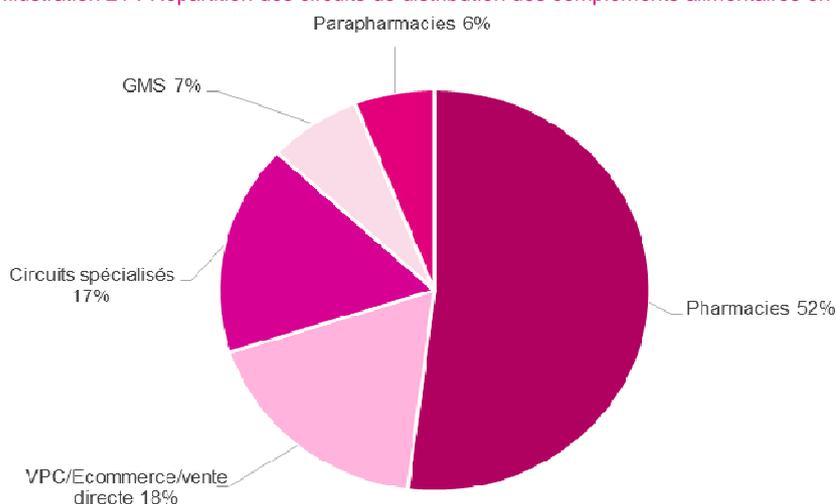
Selon un sondage effectué en 2012 par le laboratoire Boiron, 56 % des français avaient recours à l'homéopathie dont 36 % régulièrement. On compte environ 5 000 médecins homéopathes en France.

L'ensemble des médicaments homéopathiques vendus en France sont fabriqués sur le territoire national à partir de 3 000 substances dont 1 400 d'origine végétale. Les volumes de matières premières nécessaires à la fabrication des remèdes sont très faibles compte tenu des fortes dilutions. L'industrie pharmaceutique spécialisée dans le médicament homéopathique en France est le premier producteur mondial. Elle compte 40 sites de production et établissements de préparation et distribution répartis sur le territoire français.

> 5.1.3 Le marché des compléments alimentaires

D'après le Synadiet⁷, le marché 2016 des compléments alimentaires est réparti selon les circuits de distribution ci-dessous.

Illustration 21 : Répartition des circuits de distribution des compléments alimentaires en 2016



Source : IMS Health, IRI, données fournisseurs, FVD, FEVAD, données distributeurs - 2016.

Les pharmacies représentent le premier circuit de distribution des compléments alimentaires avec 52 % des achats consommateurs, suivies de loin par la vente par correspondance/e-commerce/vente directe (18 %), les circuits spécialisés (magasins bio) (17 %), les grandes et moyennes surfaces (7 %). Les parapharmacies ne représentent que 6 %.

En 2016, les compléments alimentaires en France représentent 1,62 milliard € de chiffre d'affaires (sorties consommateur en prix de vente TTC). Le marché est dynamique avec une croissance de 5,3 % par rapport à 2015.

L'année 2016 est marquée par le recul global des segments MINCEUR (- 18,6 % en pharmacie par rapport à 2015), BEAUTÉ (- 1,5 %), SOLAIRES (- 8,7 %).

Les segments santé poursuivent leur développement, notamment STRESS/SOMMEIL (+ 15,1 %/n-1 en pharmacie, + 9,4 % en parapharmacie, + 17,6 %/n-1 en GMS) et DIGESTION (+ 20,2 %/n-1 en pharmacie, + 12,1 %/n-1 en parapharmacie et + 8,6 %/n-1 en GMS).

La pharmacie, les GMS et les circuits spécialisés sont les circuits de distribution les plus dynamiques (respectivement + 5 %, + 6,1 % et + 12,4 % par rapport à 2015) alors que la parapharmacie recule légèrement avec - 0,8 % de croissance. Le circuit internet et la vente à distance globale sont en croissance avec une évolution de + 1,7 %.

⁷ <http://www.synadiet.org/les-complements-alimentaires/le-marche/les-chiffres-du-marche-en-2016>

Étude sur la consommation de compléments alimentaires

L'association Phytolia⁸ a mené en 2016 une enquête sur la consommation des compléments alimentaires par les français. Les conclusions sont les suivantes :

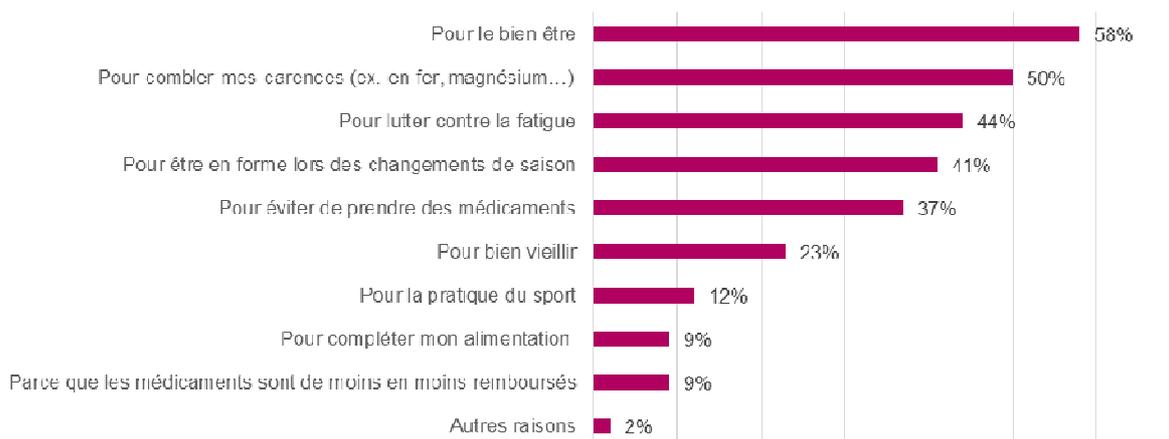
Les consommateurs demandent plus d'informations sur les plantes (63 %) avec des fiches à consulter et à prendre dans les lieux d'achat (43 %) mais aussi avec un site internet sans but marchand dédié aux plantes (27 %).

Ils souhaitent un produit efficace, que cette efficacité soit prouvée (60 %) et que ces informations figurent sur le packaging. Le bénéfice santé associé à la plante (24 %) est l'information la plus importante à voir sur le packaging, suivie par l'efficacité du complément alimentaire naturel (16 %) et des informations sur la plante (15 %).

Le procédé de fabrication préoccupe, ainsi 30 % estiment que le complément alimentaire doit être écoresponsable.

Les canaux de distribution les plus utilisés sont les pharmacies et parapharmacies, les magasins bio et Internet. Les « autres consommateurs » ont un rôle important dans le conseil d'achat des produits à travers des échanges entre proches et sur Internet. Par contre, la marque n'est pas un critère fondamental dans l'acte d'achat.

Illustration 22 : Les principales raisons d'achat des compléments alimentaires



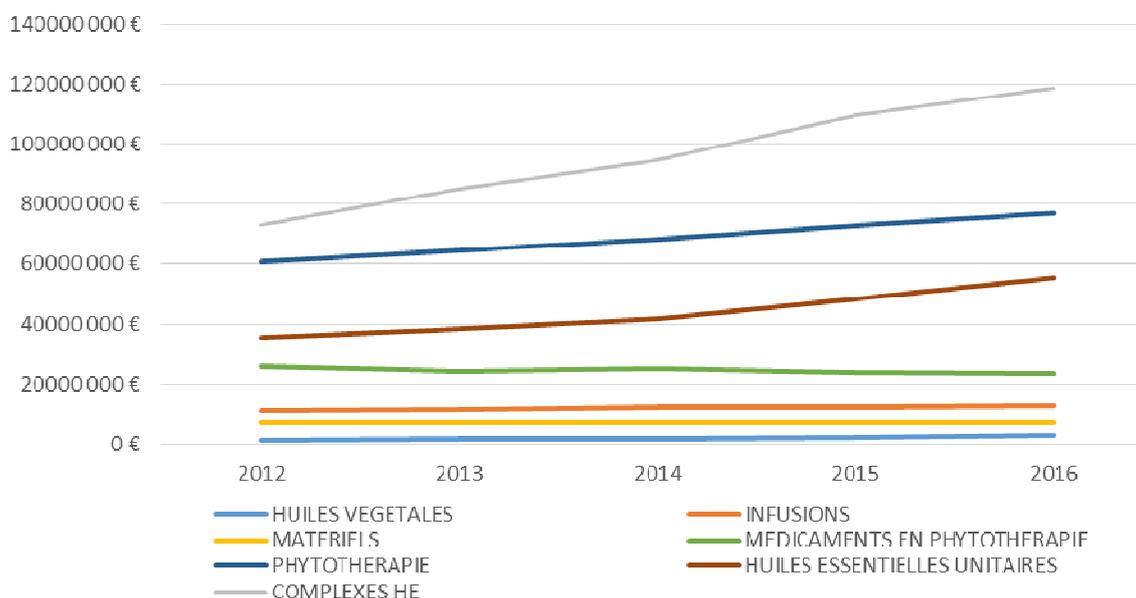
Source : Phytolia

Le marché des compléments alimentaires en pharmacie

Les ventes cumulées d'huiles essentielles, compléments alimentaires à base de plantes, infusions et médicaments phytothérapeutiques et des produits « accompagnateurs » (huiles de massage, diffuseurs d'HE...) sont en constante progression depuis 2012.

⁸ Phytolia, 2016. Les compléments alimentaires à base de plantes - Comportements d'achat et de consommation - Attentes des consommateurs. Document disponible sur demande auprès de Phytolia.

Illustration 23 : Évolution des ventes en officine (valeur en €)



Source : Openhealth, 2017

La phytothérapie (statut de compléments alimentaires à base de plantes) a une valeur de près de 77 millions € en 2016 alors que ces ventes représentaient près de 61 millions € en 2012, soit une augmentation de 26,7 % en 4 ans.

Les ventes d'infusions sont à peu près stables, passant de 10 à 12 millions € entre 2012 et 2016.

Le marché des compléments alimentaires en magasin bio

Les compléments alimentaires, l'aromathérapie, l'herboristerie, fleurs de Bach et gemmothérapie sont commercialisés d'une part en pharmacie et en parapharmacie, et d'autre part en magasins bio.

En ce qui concerne les magasins bio, Biocoop a enregistré une hausse de chiffre d'affaires de 25 % entre 2015 et 2016, qui atteint 950 millions €, La Vie Claire annonce une hausse de 27 % à 220 millions €, et Naturalia + 28 % à 200 millions €. Les rayons bio des super et hypermarchés ont également fortement augmenté (+ 20 %).⁹

Les données ne sont pas disponibles concernant l'évolution spécifique des ventes des produits à base de plantes dans les magasins bio, cependant, compte-tenu des tendances générales des ventes dans ces magasins, on peut en déduire que les ventes de plantes y sont en augmentation.

Cas particulier de la gemmothérapie

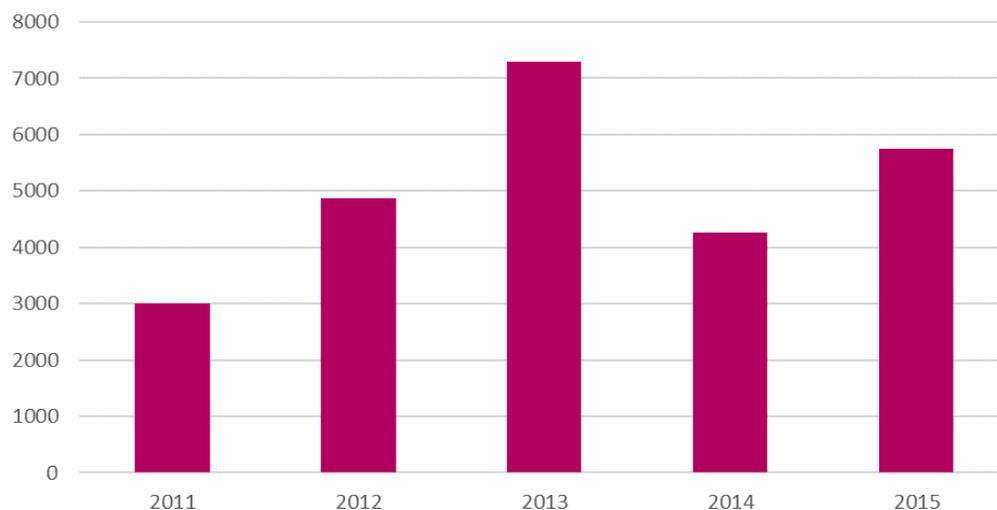
Le marché de la **gemmothérapie** est mal connu. Le suivi de la cueillette de bourgeons dans les organisations de producteurs en France métropolitaine montre une évolution de + 91 % sur 5 ans entre 2011 et 2015 en volume, + 50 % en valeur.

Les principaux bourgeons cueillis pour la gemmothérapie sont le cassis, hêtre, figuier, romarin, bouleau, airelle, sorbier des oiseleurs, tilleul argenté, noyer, charme, framboisier, aulne, frêne, aubépine, noisetier, ronce, genévrier, bouleau pubescent, sapin, olivier...

Nous n'intégrerons pas la valeur pour les bourgeons de cassis qui sont aussi utilisés en parfumerie et aromatique.

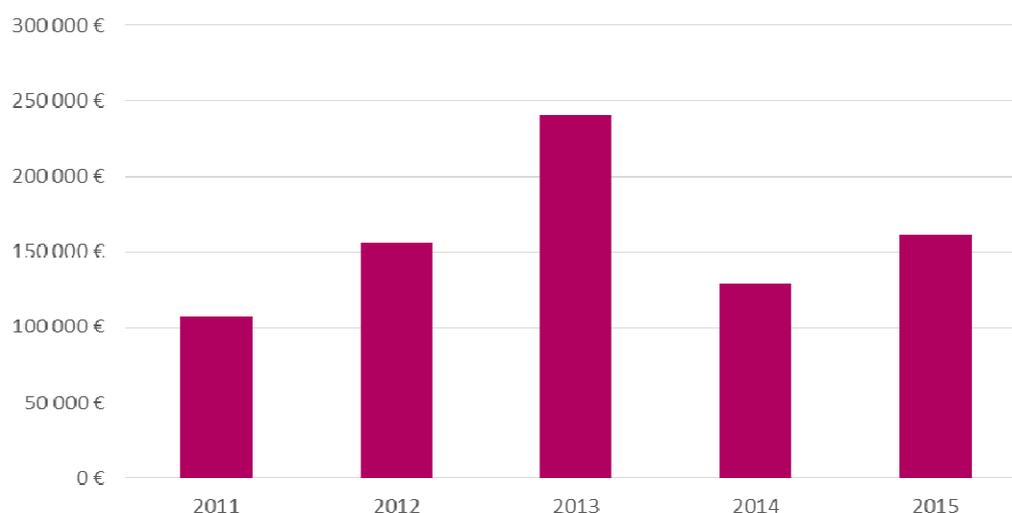
⁹ <https://www.lesechos.fr/industrie-services/conso-distribution/0211906767222-le-boom-du-bio-fait-decoller-les-magasins-biocoop-2074687.php#wsCui7LeOqZJK6xf.99>

Illustration 24 : Apports des OP en bourgeons, jeunes pousses, racelles hors cassis (volume - kg)



Source : données OP FranceAgriMer

Illustration 25 : Apports des OP en bourgeons, jeunes pousses, racelles hors cassis (valeur - €)



Source : données OP FranceAgriMer

> 5.1.4 Le marché de l'aromathérapie (cf. illustration n° 23)

On peut considérer que le marché de l'aromathérapie en pharmacie est de 174,5 millions €.

Les ventes les plus importantes concernent les complexes d'huiles essentielles avec un volume de ventes de près de 119 millions € en 2016. Celles-ci atteignaient presque 73 millions € en 2012, la progression est donc très importante, de 63,1 % en 4 ans.

Quant aux HE unitaires, leur progression est également très importante (+ 57,3 % entre 2012 et 2016), passant de 35,3 à 55,5 millions €.

> 5.2 Secteur agro-alimentaire

5.2.1 Le marché mondial des épices et aromates

La production mondiale d'épices et d'aromates était estimée en 2013 à 1,85 million de tonnes et 4 milliards de dollars (hors vanille). Les plus importants sont l'ail (séché en poudre), les piments, le gingembre, l'anis, la badiane, le fenouil, la graine de coriandre et le poivre.

5.2.2 Le marché des arômes

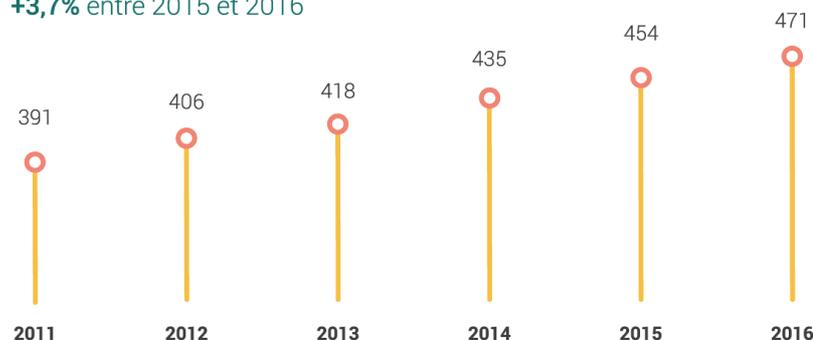
Le SNIAA¹⁰ regroupe 90 % des PME ou TPE soit 90 % d'entreprises familiales. Ces entreprises fournissent 80 % des arômes « made in France » et 64 % des arômes « made in France » exportés.

Le graphique suivant confirme que le chiffre d'affaires de l'aromatique alimentaire en France est en augmentation. Il est de 471 millions € en 2016, soit 3,7 % de progression par rapport à 2015.

Illustration 26 : Évolution du chiffre d'affaire de l'aromatique alimentaire en France (millions €)

Un chiffre d'affaires en constante progression :

+3,7% entre 2015 et 2016



Source : SNIAA

Cette évolution est confirmée par le syndicat Prodarom¹¹ qui a révélé, par son enquête auprès de 17 de ses adhérents, que le chiffre d'affaires des arômes alimentaires était en progression de 4,9 % entre 2014 et 2015, cette progression étant plus forte entre 2015 et 2016 (7,9 %).

Cependant la part du secteur aromatique strictement naturel n'est pas connue.

D'après le SNIAA, 20 % du chiffre d'affaires de l'aromatique alimentaire en UE est réalisé par les entreprises françaises et 10 % du chiffre d'affaires est consacré à la R&D.

Enfin, le nombre de salariés de l'aromatique alimentaire est également en progression en France (2070 salariés en 2016), ce qui est confirmé par le syndicat Prodarom : l'emploi, pour 17 des entreprises adhérentes, a progressé de 1,9 % entre 2015 et 2016.

¹⁰ <http://www.sniaa.org/industrie#chiffres>

¹¹ Prodarom, Note de Conjoncture « Industrie des Produits Aromatiques en France en 2016 ».

Au niveau national, 17 sociétés de l'industrie de l'aromatique participent à l'établissement de statistiques des ventes pour le syndicat Prodarom, sur les 67 adhérentes. Les membres de ce syndicat représentent environ 80 % du chiffre d'affaires de la filière en France pour les entreprises dont le siège social est en France.

Illustration 27 : Évolution du nombre de salariés de l'aromatique alimentaire en France

+2,5% d'emplois en moyenne par an en France



Source : SNIAA

5.2.3 Le marché du frais

Ce marché est spécifique et concerne plutôt le domaine des fruits et légumes, il est suivi au niveau des marchés de gros.

Le marché du frais concerne l'aneth, basilic, cerfeuil, ciboulette, coriandre, estragon, laurier, menthe, persil, romarin, sauge, thym. Les herbes sont commercialisées sous forme de bottes.

Le réseau des nouvelles des marchés (RNM) suit de manière hebdomadaire les prix de 11 plantes aromatiques sur le Marché d'Intérêt National de Rungis. Le tableau ci-dessous montre les prix des plantes aromatiques d'origine française. Sur le MIN de Rungis sont présentes ces mêmes plantes aromatiques d'importation. Leurs prix sont quasi-équivalents ou légèrement inférieurs aux prix français.

Tableau 20 : Prix des plantes aromatiques fraîches - cours Gros en € HT - années 2014 à 2016

	Moyenne 2014	Moyenne 2015	Moyenne 2016	Évolution 2015/2016
ANETH France botte (les 10 bottes)	4,5	4,6	4,8	3,4 %
ANETH Import botte (les 10 bottes)	4,2	5,2	4,5	- 13,0 %
BASILIC France botte (les 10 bottes)	4,5	4,7	5,0	7,4 %
BASILIC Import botte (les 10 bottes)	4,5	4,5	4,8	5,9 %
CERFEUIL France botte (les 10 bottes)	4,5	4,1	4,4	7,9 %
CERFEUIL Import botte (les 10 bottes)		4,1	4,3	5,9 %
CIBOULETTE France botte (les 10 bottes)	4,4	4,3	3,9	-7,7 %
CIBOULETTE Import botte (les 10 bottes)	4,2	4,2	4,5	7,7 %
CORIANDRE France botte (les 10 bottes)	3,6	3,7	3,7	- 1,1 %
CORIANDRE Import botte (les 10 bottes)	3,6	3,6	3,7	1,7 %
ESTRAGON France botte (les 10 bottes)	4,8	4,2	4,5	7,6 %
ESTRAGON Import botte (les 10 bottes)	4,8	4,3	4,5	4,9 %
LAURIER France botte (les 10 bottes)	5,0	5,5	5,0	- 8,3 %
MENTHE France botte (les 10 bottes)	3,7	3,8	3,5	- 7,9 %
MENTHE Import botte (les 10 bottes)	3,8	4,0	3,6	- 9,9 %
ROMARIN France botte (les 10 bottes)	6,0	6,3	6,0	- 5,0 %
SAUGE France botte (les 10 bottes)	4,9	5,0	4,6	- 7,8 %
SAUGE Import botte (les 10 bottes)	4,8	5,4	5,0	- 7,2 %
THYM France botte (les 10 bottes)	6,0	6,6	6,0	- 9,7 %

Source : RNM

On constate que les prix des plantes aromatiques en gros ont sensiblement varié, on ne dégage pas de tendance marquante sur les plantes françaises ou importées.

Globalement, les prix de la menthe, du laurier, de la sauge et du thym ont diminué, ainsi que l'aneth importé et la ciboulette de France. Les prix qui ont augmenté sont celui du basilic, du cerfeuil et de l'estragon, ainsi que l'aneth français.

Les volumes et les destinations des produits frais ne sont pas traités dans cette étude.

5.2.4 Le marché des plantes aromatiques surgelées

D'après un opérateur de ce secteur, le marché des plantes aromatiques surgelées représente environ 1 500 ha cultivés en France. Il s'agit des principales plantes aromatiques « classiques » (thym, romarin, sarriette, origan...). Les industries sont implantées dans les principales régions de production (Ile de France, Bretagne, Vallée du Rhône). Ces plantes aromatiques à l'état surgelé sont destinées à être consommées d'une part en l'état et d'autre part dans les plats préparés. Ce secteur est en croissance ; une partie de ces plantes aromatiques est destinée au marché français, l'autre partie est exportée.

Les récoltes 2016 ont été médiocres dans la moitié Nord de la France en raison du printemps très pluvieux et de grandes variations de température. Le persil et l'origan ont été particulièrement affectés avec des récoltes limitées. En revanche, les productions du Sud de la France ont bénéficié d'une bonne saison pour le basilic avec une qualité organoleptique satisfaisante.

5.2.5 Le marché des plantes aromatiques sèches

Le marché des plantes aromatiques sèches entrant comme ingrédients des industries agro-alimentaires est assez mal connu, tout comme celui des plantes aromatiques sèches directement vendues au consommateur.

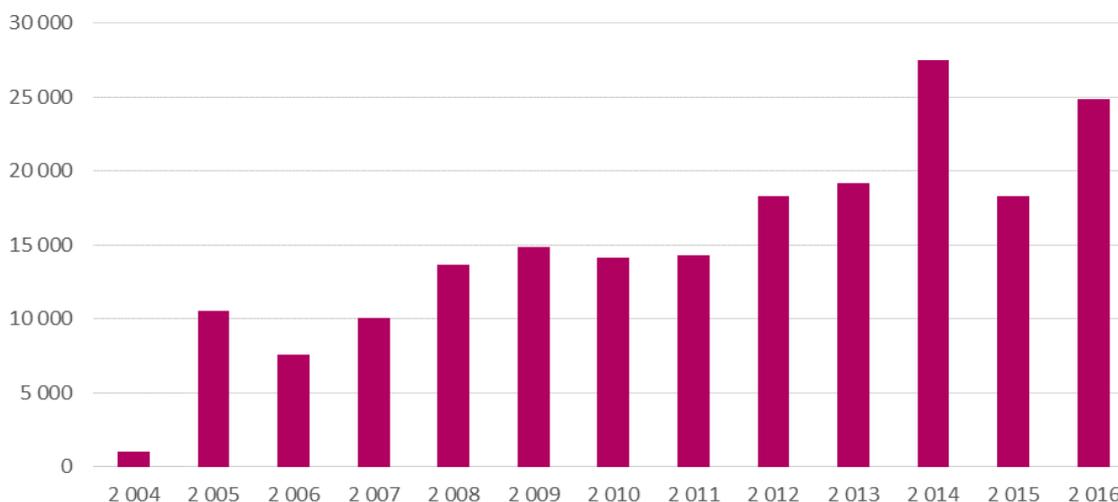
Selon Euromonitor International, le marché français des plantes aromatiques sèches atteignait 10 300 tonnes en 2015, contre 9 200 tonnes en 2010 et 7 900 tonnes en 2005.

Les échanges mondiaux sont évalués à 1 500 000 tonnes de plantes aromatiques et épices pour une valeur de 4 milliards de dollars.

Herbes de Provence Label Rouge

Selon l'AIHP (association interprofessionnelle des herbes de Provence), la production d'herbes de Provence label rouge est en augmentation depuis 10 ans. Après l'année exceptionnelle de 2014, l'année 2015 a connu une baisse de production, atteignant 18,3 tonnes. La récolte de l'année 2016 a de nouveau été bonne avec une production de 24,8 tonnes.

Illustration 28 : Évolution des volumes « Herbes de Provence » Label Rouge (kg)



Source : AIHP

> 5.3 Secteur des détergents/savonnerie et secteur de la parfumerie/cosmétique

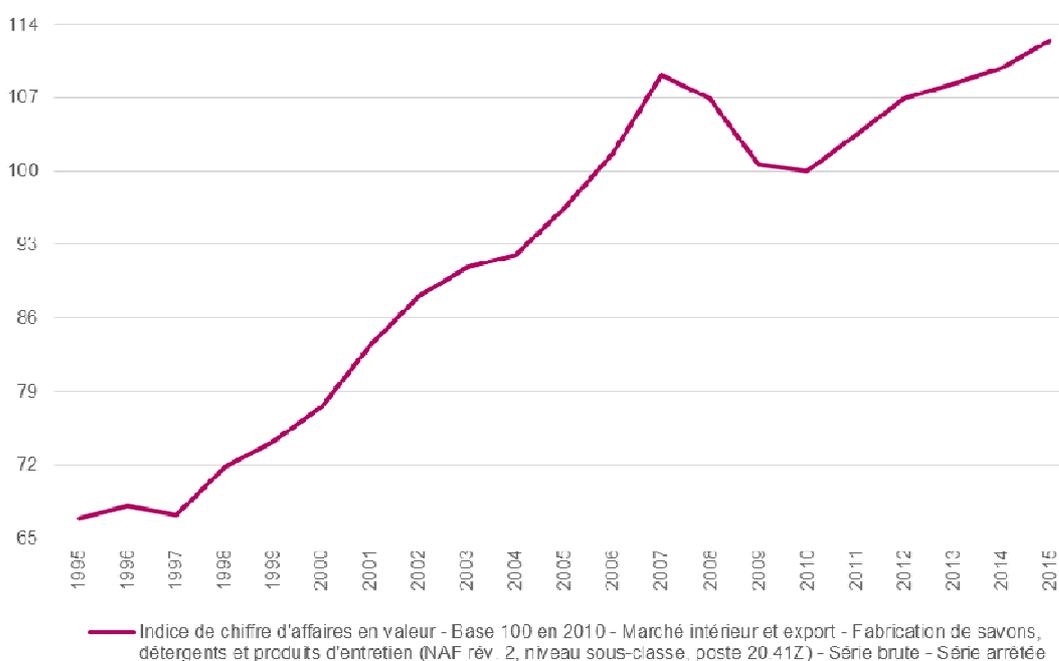
5.3.1 Le marché des détergents / savonnerie

Selon l'afise, en 2016, ce secteur concerne en France 10 500 emplois (8 000 en 2015) et 3,57 milliards € de chiffre d'affaires (3 milliards en 2015)¹².

D'après l'Insee, en 2007, ce secteur était composé de 68 entreprises de 20 salariés ou plus, qui employaient 9 228 personnes et réalisaient un chiffre d'affaires de 3,7 milliards €. Les entreprises sont principalement étrangères (européennes) et concentrées en région parisienne, Picardie et Rhône Alpes.

Le marché des savons, détergents et produits d'entretien est en croissance. De 109,8 points en 2014, il est passé à 112,4 points en 2015¹³ (TCAM de 2,63 %). Les chiffres 2016 ne sont pas encore disponibles.

Illustration 29 : Évolution du chiffre d'affaires de la fabrication de savons, détergents et produits d'entretien de 1995 à 2015



Source : Insee

5.3.2 Le marché de la cosmétique

Marché mondial

Estimé à 203 milliards € pour l'année 2015¹⁴, le marché mondial de la cosmétique (incluant la parfumerie) est porté par une croissance annuelle en hausse régulière depuis 2010, se situant entre + 3,5 % et + 5 %.

¹² <http://www.afise.fr/>

¹³ <https://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries?periodeDebut=1&anneeDebut=2007&periodeFin=1&anneeFin=2017&page=g>
raphique&recherche=criteres&codeGroupe=1434&idbank=001653951

¹⁴ Pôle PASS 2017. Étude de conjoncture Monde 2010-2015

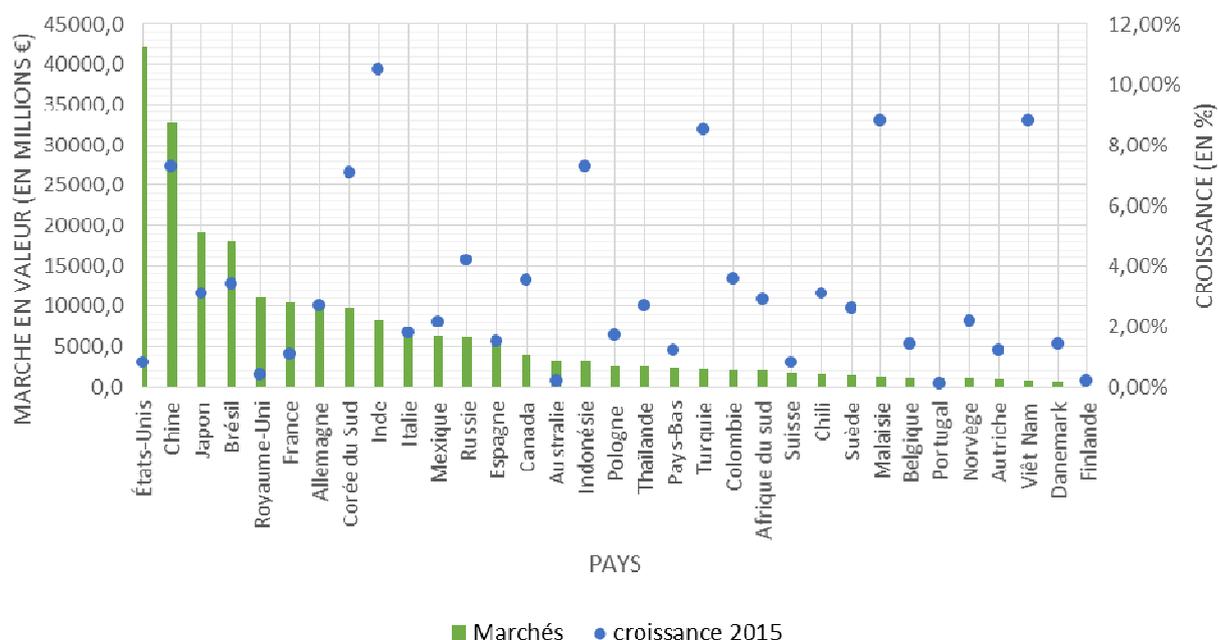
Tableau 21 : Évolution du marché mondial de la cosmétique de 2010 à 2015

Années	Marché (en valeur - milliards €)	Croissance (TCAM)
2010	164,7	4,20 %
2011	172,6	4,60 %
2012	180,9	4,60 %
2013	188,1	3,80 %
2014	195,1	3,60 %
2015	203	3,90 %

Source : Euromonitor Int. - Juin 2016

Ce marché est dominé par les USA, suivis par la Chine, le Japon, le Brésil et le Royaume-Uni. La France se situe à la 6^{ème} place.

Illustration 30 : Part de marché par pays et croissance annuelle moyenne entre 2015 et 2020



Source : Euromonitor Int. - Juin 2016

Quatre grandes tendances sembleraient impacter les marchés d'ici 2018 - 2020 avec :

1. Une forte demande pour la personnalisation des produits, notamment pour les segments soins de la peau, des cheveux et colorants cosmétiques, en contraste avec une « abolition » de la cosmétique « genrée » : les frontières entre les hommes et les femmes s'effacent : demain, on parlera d'individu, d'identité, de personnalité. (Exemple des parfums unisexes).
2. Une « Asiatification » de la demande, les développements en produits de soins pour la beauté sont influencés par les concepts en Asie-Pacifique en termes de format et de texture notamment. L'Asie est aussi en tête pour les produits « nutricosmétiques », c'est-à-dire de soin et cosmétique simultanément, notamment pour les produits accompagnant le vieillissement de la peau et les cheveux¹⁵.
3. Une forte demande pour les produits de niche est observée avec une attente pour des produits exclusifs entraînant des rachats des marques les plus performantes.

¹⁵ http://www.observatoireDESCOSMETIQUES.com/actualite/tendances/nutricosmetique-la-beaute-autrement-4552?utm_source=baspro&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter_759

4. L'influence du numérique avec l'avènement de la « beauté connectée ». Les récentes solutions high-tech se concentrent sur la peau, avec pour objectif d'analyser les données du consommateur-utilisateur afin de lui proposer le soin le plus adapté à son type de peau et son environnement.

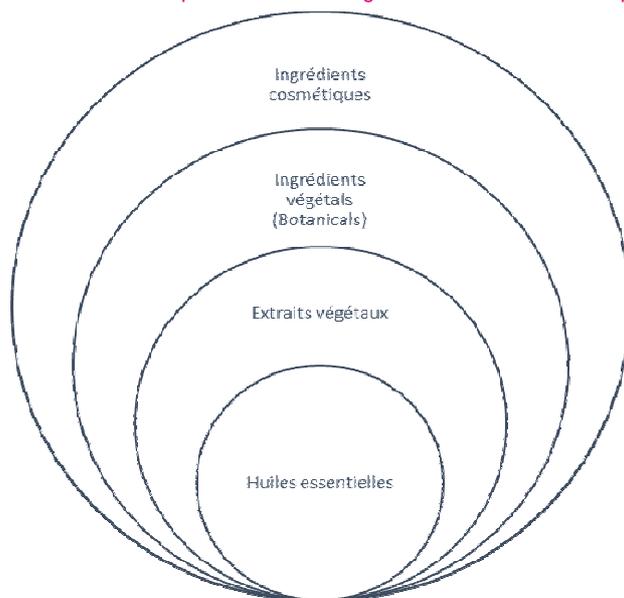
Les ingrédients cosmétiques

Suivant le dynamisme, les tendances et évolutions du marché de la cosmétique, l'utilisation des ingrédients cosmétiques suivent une dynamique similaire : l'augmentation de la demande de cosmétique « vert », à base de matières premières naturelles induit a fortiori une augmentation de lancement de produits cosmétiques répondant à cette demande des consommateurs.

Trois niveaux d'ingrédients sont concernées :

- Les **ingrédients végétaux ou « verts » (botanicaux)** qui regroupent l'ensemble des ingrédients naturels utilisés en cosmétique. Ils incluent les huiles végétales.
- Les **extraits végétaux**, issus d'une extraction par solvant, distillation moléculaire, CO₂ supercritique... et/ou de séparation, sans accorder d'importance aux types d'extractions utilisés, ni la forme finale obtenue (poudre...).
- Les **huiles essentielles** extraites par distillation à la vapeur d'eau.

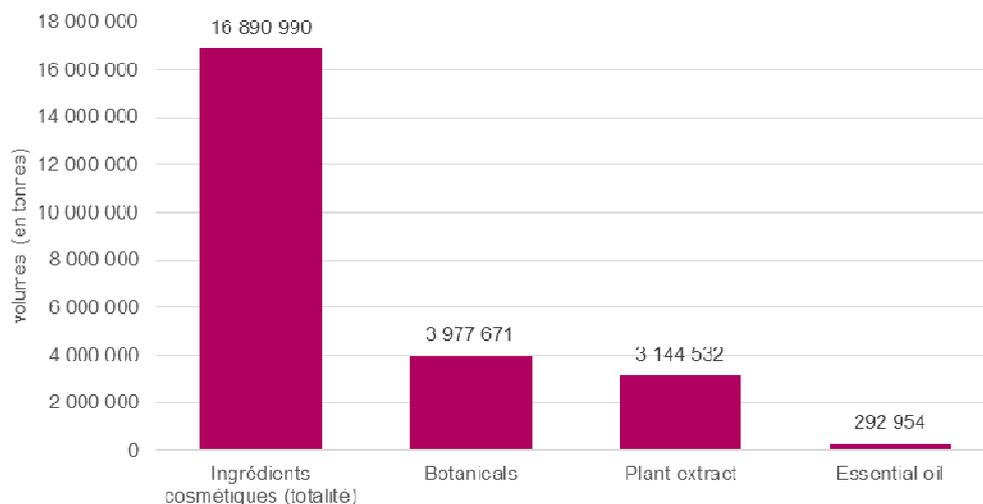
Illustration 31 : Représentation des ingrédients naturels cosmétiques



Source : Pôle PASS

L'utilisation des ingrédients végétaux a augmenté d'année en année durant la période 2010-2015. Ils représentent, en volume, en 2015, 23,5 % de la totalité des ingrédients utilisés en cosmétique. Ces ingrédients verts sont répartis de la manière suivante : 79 % sont des extraits végétaux dont 9 % sont des huiles essentielles, 11 % des actifs végétaux autres (vitamines...).

Illustration 32 : Répartition des ingrédients pour les produits cosmétiques - par catégorie - en tonnes – 2015



Source : Mintel Market Size – Oct. 16

Les **ingrédients « verts » (botanicals)** sont les ingrédients les plus importants. Leur part a augmenté entre 2010 et 2015, passant d'une production de 2 486 188 tonnes en 2010 à 3 977 671 tonnes en 2015, soit une augmentation de 62 %. L'Asie est la région la plus utilisatrice des ingrédients naturels avec une part de marché de 56 % en 2015. Suivent l'Amérique du Nord avec 15,9 % (634 068 tonnes), l'Europe de l'Ouest (11,6 %, 459 893 tonnes) et l'Europe de l'Est (Turquie et Russie compris) (10 %, 399 069 tonnes).

L'utilisation des **extraits végétaux (plant extracts)** comme ingrédients dans les cosmétiques ne cesse d'augmenter depuis 2010, avec une croissance moyenne annuelle sur la période 2010-2015 de 9 %, passant de 1 875 793 tonnes en 2010, à 3 144 532 tonnes en 2015. Si le marché a globalement augmenté pour l'ensemble des régions mondiales, il ne l'a pas été de la même manière. Trois zones ont une croissance annuelle moyenne à deux chiffres : l'Amérique Latine (TCAM de 13 %), l'Asie et l'Océanie (TCAM de 10 % chacune). Les marchés européens ont connu une croissance moins importante (TCAM de 4 %), tout comme celui Nord-Américain (TCAM de 6 %). Le marché asiatique reste toutefois et de loin, le marché le plus important concernant les extraits végétaux, avec une part de marché de 57,6 % en 2015, les cinq autres marchés ne représentant pas la moitié du marché mondial. Ce fossé risque de continuer à s'amplifier à l'avenir, la croissance prévisionnelle du marché en Asie étant la plus importante.

Les **huiles essentielles (HE)**. Au niveau industriel, les principaux utilisateurs d'HE sont les industries de la parfumerie fine, de la cosmétique (savons, shampoings, gel-douches, crèmes...) et du nettoyage. Entre 2010 et 2015, l'utilisation des HE dans les produits cosmétiques a augmenté de 42 % pour le marché mondial dans son ensemble, avec une croissance annuelle moyenne de 6 %. La région asiatique domine ce marché (52 % en 2015), suivi par les marchés « matures » que sont l'Europe de l'Ouest et l'Amérique du Nord.

AMÉRIQUE DU NORD (USA, Canada, Mexique)

Entre 2010 et 2015, l'HE la plus utilisée dans les produits cosmétiques sur les territoires nord-américains est la lavande (*Lavandula angustifolia*) avec 10,9 % de part de marché. Viennent ensuite l'HE de menthe poivrée (10,65 % de part de marché) et l'essence d'orange douce (7,78 %).

En termes de croissance d'utilisation pour la période 2010-2015, deux HE se retrouvent avec une croissance à trois chiffres : le genévrier de Virginie (+ 148,30 %) et l'essence de pamplemousse rose (+ 111,62 %). Toutefois en termes de part de marché, ces deux ingrédients ne représentent respectivement que 1 % et 2,3 %.

AMÉRIQUE LATINE

Premier producteur mondial d'HE en termes de volumes, le Brésil est la pierre angulaire du marché des huiles essentielles en Amérique Latine. Sur ce marché, troisième marché mondial de la beauté en 2015 avec une croissance prévisionnelle forte malgré la crise économique que subit le pays actuellement, les HE sont des ingrédients importants des produits cosmétiques.

Entre 2010 et 2015, l'HE d'arbre à thé, utilisée comme antioxydant, a été intégrée dans 10,25 % des produits. En seconde position, on trouve la lavande (8 %) puis le romarin (6,6 %).

Dans le classement des HE ayant connu le plus fort taux de croissance entre 2010 et 2015, on retrouve aux trois premières places les HE de menthe, écorce d'orange douce et citron vert, avec un taux de croissance global respectivement de 648 %, 510 % et 428 %. Parmi les « nouveaux entrants », on trouve la litsée citronnée (*Litsea cubeba Fruit Oil*), très utilisée comme note en parfumerie, mais aussi comme agent tonifiant, notamment pour les produits capillaires (croissance globale de 400 %, avec une part de marché de 1,25 % en 2015), la sauge officinale, la cannelle de Chine et le palmarosa.

ASIE & OCÉANIE

Porté par un marché de la cosmétique et des soins de beauté en forte hausse ces dernières années, les pays asiatiques connaissent également un fort engouement pour les produits et ingrédients naturels. La Chine, le Japon, La Corée du Sud, mais également l'Inde représentent près de 60 % des lancements de produits dans le monde en 2015.

Au niveau des HE utilisées, on retrouve en tête du classement l'HE de lavande (*Lavandula Angustifolia Oil*) avec 10,6 % de part de marché suivie de *Lavandula Officinalis Flower Oil*. 4^{ème} pays producteur de lavande (1 300 hectares en 2010 contre 4 210 en France), la Chine en est très friande. Comme en Amérique Latine, l'HE d'Arbre à thé (*Melaleuca Alternifolia Leaf Oil*) est aussi très utilisée en Asie (8,94 % de part de marché).

Entre 2010 et 2015, l'HE qui a connu la plus forte croissance d'utilisation dans les produits du marché asiatique est celle du margousier (ou neem) (*Azadirachta indica seed Oil*) avec un taux de croissance global de 900 %. Cette essence, récoltée en grande majorité sur la partie haute de l'Australie et en Inde, est utilisée principalement comme antiseptique et/ou antifongique. On trouve ensuite le buruti (*Mauritia flexuosa fruit Oil*) (+ 525 %) aux propriétés hydratantes, le galbanum et le curcuma.

EUROPE

Malgré son importance en termes de volume et valeur, le marché européen tend à stagner et sa croissance est faible depuis 2010, principalement pour les pays d'Europe de l'Ouest (France, Allemagne...). A contrario, l'Europe de l'Est connaît une croissance modérée à forte.

Entre 2010 et 2015, l'HE la plus utilisée sur le marché européen est celle de lavande (*Lavandula angustifolia*) (9 % de part de marché). Elle est suivie par les essences d'écorce de citron (6,85 %) et d'écorce d'orange douce (5,9 %).

Marché français¹⁶

Cinquième marché mondial en 2015 et second européen derrière la Grande-Bretagne avec une valeur globale estimée à 11,2 milliards € tous secteurs confondus (estimation Euromonitor Int.), le marché français de la cosmétique et de la beauté se porte bien. Mintel estime le marché de la cosmétique à 9,36 milliards € hors maquillage (ce dernier chiffre est utilisé comme référence dans la suite de ce paragraphe sur le marché de la cosmétique en France). Selon la Febea¹⁷, 55 000 emplois directs sont concernés en France.

Le marché français représente environ 5,4 % du marché mondial de la cosmétique en 2015 et il est en augmentation. Depuis 2011, son taux de croissance est moins soutenu et amorce même une baisse en 2015.

¹⁶ Pôle PASS 2017. Étude de conjoncture France 2010-2015

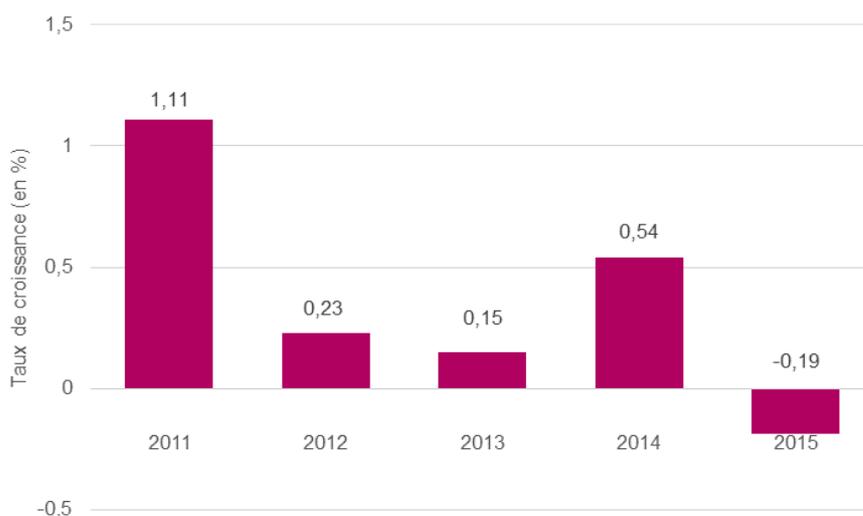
¹⁷ <http://www.febea.fr/fr/le-secteur-cosmetique/le-secteur-chiffres>

Illustration 33 : Évolution du marché français de la cosmétique entre 2010 et 2015 - en millions €



Source : Pôle Pass

Illustration 34 : Taux de croissance - Marché français de la cosmétique entre 2010 et 2015 - en %



Source : Pôle Pass

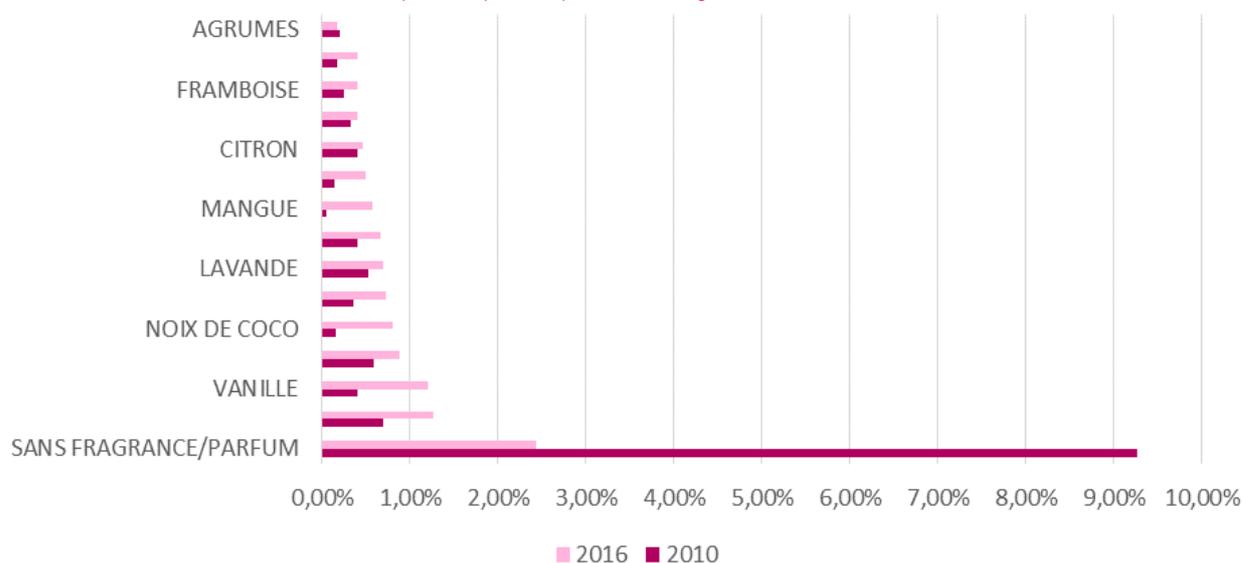
Le marché français est dominé par le segment des soins du visage, représentant en 2015, 25,8 % du chiffre d'affaires global du marché (2,35 milliards €). En seconde position, vient le secteur des parfums avec 2,13 milliards € (24,6 %), puis les cosmétiques couleurs (1,32 milliard €).

Les fragrances utilisées pour ces produits sont des atouts commerciaux sur lesquels les entreprises innovent fortement.

Aujourd'hui, on observe plusieurs tendances olfactives :

- les notes traditionnelles de type floral (rose, lavande, et surtout jasmin), de type fruitées (vanille, agrumes, pomme...) et « fraîches » (menthe, eucalyptus).
- de nouvelles tendances, pour attirer le consommateur friand de nouveautés et de diversités : les produits fruités de type « fruit rouge » (fraise, groseille, framboise, cerise, fleur de cerisier, bois de cerisier), des parfums « exotiques » : mange, pêche, noix de coco, et d'autres parfums évoquant de nouvelles sensations, des souvenirs d'enfance...

Illustration 35 : Évolution du nombre de produits par composition de fragrances entre 2010 et 2015



Source : Pôle Pass

En ce qui concerne les **soins du visage**, la part de marché la plus importante est celle « sans fragrances » (8 % des produits en 2016). L'actif présent dans le produit (et donc sa fonction et son efficacité) reste pour le consommateur le critère d'achat primordial, le principe olfactif œuvrant uniquement comme support. Parmi les senteurs tendances en 2015 et 2016, on retrouve notamment la rose, l'orange ou la cerise, mais aussi des senteurs de type fraîches, boisées, florales ou « mystérieuses ». L'allégation « naturel » est en forte croissance (+ 21,6 % entre 2014 et 2015). Plus de la moitié des produits lancés revendiquent l'aspect naturel de leur produit (54 %). La part de soins du visage biologiques n'est que de 2,8 %.

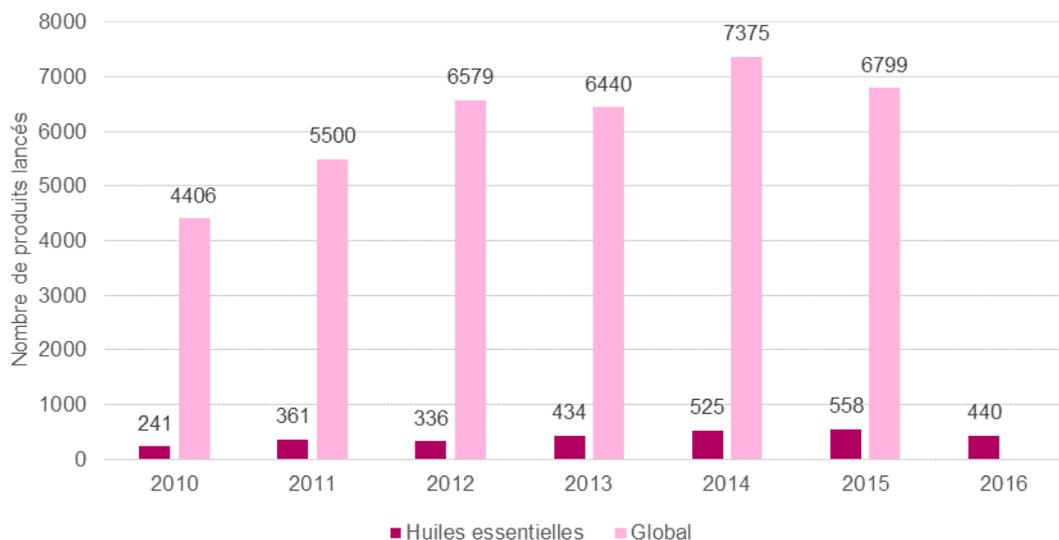
Pour les **soins du corps**, on retrouve la pomme en première position devant la Tiaré de Tahiti, le miel, le lotus, le pleplemousse et les fruits de la passion.

Très peu de fragrances sont utilisées dans les **soins solaires**. En 2015, 89 % des produits lancés sur 61 sont « sans fragrances », le reste des parts de marché (11 %) étant lié à l'utilisation de fleurs de Tiaré de Tahiti.

La tendance des **savons et gels douche** sont les saveurs gourmandes (tiramisu, cola, chocolat, champagne), évoquant l'évasion (odeur marine, vallée verte ou sable du Sahara) ou plus « fantaisistes » (bonbons, chewing-gum...). Toutefois les notes parfumantes les plus utilisées dans les gels douche et savons en 2015, sont « traditionnelles » : vanille, rose, citron, noix de coco, lavande, fraise, orange, ou encore « notes fraîches » (menthe, eucalyptus...). De nouvelles notes parfumantes sont apparues. Si leur augmentation respective est assez considérable (+ 1 240 % deancements pour le coquelicot, + 900 % pour le coton ou le lilas), leur volume deancements reste, en 2015, faible voire marginal.

Les huiles essentielles dans les cosmétiques

Illustration 36 : Nombre de produits cosmétiques lancés en France, contenant une ou plusieurs huiles essentielles entre 2010 et 2016 – comparatif global



Source : Pôle Pass

Les huiles essentielles sont très prisées en France, tant par les consommateurs que par les façonniers et cosméticiens. D'après l'IFRA, 149 HE sont présentes sur le marché mondial et elles entrent de plus en plus dans la composition des produits cosmétiques. Ainsi, entre 2010 et 2015, le nombre de lancements annuels a quasiment triplé, passant de 241 produits en 2010 à 558 en 2015 (soit une augmentation moyenne annuelle de 76 %).

Toutefois, la part des cosmétiques qui contiennent des HE reste minime : 5,5 % des produits lancés en 2010, 5,1 % en 2012, 6,7 % en 2014 et 8,2 % en 2015.¹⁸

Tableau 22 : Lancement de produits cosmétiques contenant des huiles essentielles par catégorie entre 2010 et 2016 – France

Catégorie	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Soins de la Peau	50,62 %	40,17 %	48,51 %	52,53 %	50,10 %	45,52 %	39,32 %
Savons & Produits pour le Bain	21,58 %	24,93 %	23,51 %	18,43 %	22,29 %	25,63 %	27,05 %
Soins des Cheveux	14,94 %	18,28 %	14,29 %	18,43 %	18,48 %	18,10 %	26,14 %
Déodorants	5,81 %	3,05 %	5,06 %	4,15 %	3,05 %	4,30 %	2,73 %
Maquillage	2,49 %	7,48 %	5,65 %	3,46 %	3,43 %	2,33 %	1,59 %
Parfums	1,24 %	4,43 %	0,89 %	1,38 %	0,95 %	3,41 %	1,82 %
Rasage & Épilation	3,32 %	1,66 %	2,08 %	1,61 %	1,71 %	0,72 %	1,36 %

Source : Pôle Pass

La catégorie des soins de la peau (corps et visage) représente la part d'utilisation la plus grande, mais diminue depuis 2013, au profit d'autres catégories telles que les produits pour la douche et le bain mais surtout les soins capillaires, qui ont connu une très forte croissance entre 2015 et 2016, passant de 18,10 % de part de marché à 26,14 %.

Part des produits naturels et bio

Selon l'association Cosmebio¹⁹, la cosmétique naturelle et biologique se porte toujours bien. Au niveau mondial, elle compte pour 8,8 milliards €, et même si elle ne représente qu'1 % de la part du marché global, elle est en croissance de 14 %.

¹⁸ Source Xerfi – Marché des huiles essentielles en France, juin 15. Dans le cadre de cette étude, 98 HE sont analysées (Source Mintel – octobre 2016).

¹⁹ <http://www.observeoiredescosmetiques.com/actualite/lactualite-des-cosmetiques/cosmebio-des-bons-chiffres-et-des-trophees-4578>

Les chiffres varient sensiblement selon les régions du monde. En France, le deuxième marché européen de la cosmétique certifiée avec 463 millions € en 2016, la cosmétique bio se prévaut d'une part du marché global de 4,3 %. La croissance est soutenue et s'accélère, portée par les jeunes générations qui achètent en moyenne plus de produits bio que les 50 ans et plus.

Cosmébio affiche aujourd'hui un nombre d'adhérents stable (347) représentant 438 marques et 9 073 produits labellisés. Ils ont enregistré une croissance de + 13 % de leur chiffre d'affaires en 2016. C'est toujours le label le plus reconnu par les Français : 44 % d'entre eux déclarent l'avoir déjà vu (pour 77 % des femmes de 25 à 54 ans) et 38 % lui associent des valeurs positives.

5.3.3 Le marché des matières premières aromatiques pour la parfumerie

Les « matières premières aromatiques pour la parfumerie » incluant les compositions parfumantes (ou « fragrances ») couvrent les secteurs des produits industriels, de ménage, pour la maison, les détergents, la savonnerie, et les produits cosmétiques dont les parfums alcooliques.

Les « fragrances » sont composées principalement de :

- **produits naturels,**
- **produits de synthèse,**
- **bases** (compositions pouvant contenir des produits naturels et de synthèse).

Le chiffre d'affaires des fragrances au niveau national représente plus de 2,6 milliards € pour l'année 2016, soit une progression de + 4,8 % entre 2015 et 2016 (source : Prodarom).

Pour les 17 sociétés participant à l'étude annuelle de Prodarom, le chiffre d'affaires des produits naturels atteint 164 millions € en 2016, soit une progression de + 15,4 % par rapport à l'année 2015.

Le graphique ci-dessous détaille ce chiffre d'affaires pour 17 sociétés sur 67 membres du syndicat Prodarom. **Attention, il ne s'agit pas de chiffres consolidés au niveau mondial et ces chiffres montrent simplement une tendance.**

Illustration 37 : Répartition du chiffre d'affaires des fragrances (k€) – Chiffres 17 entreprises

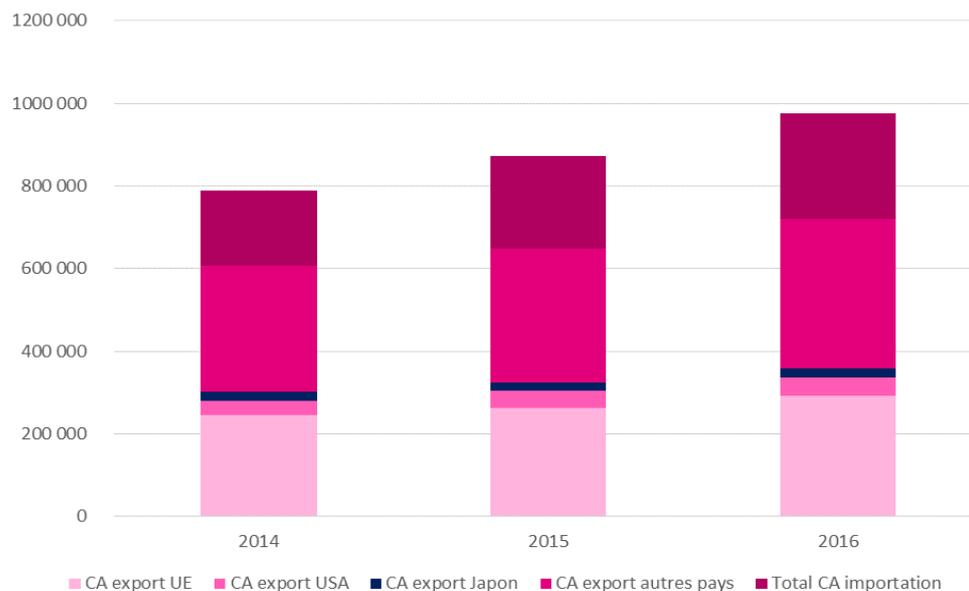


Source : Syndicat Prodarom

Au niveau international, suivant les statistiques du commerce extérieur de la France, la valeur des importations connaît une croissance de + 15,9 % entre 2015 et 2016, comme celle des exportations (+ 10,7 % entre 2015 et 2016). La balance commerciale est largement excédentaire avec une progression de 8 % entre 2015 et 2016.

Comme le montre le graphe ci-dessous, les exportations sont en croissance vers l'UE et les autres pays, elles sont plus stables vers le Japon et les USA.

Illustration 38 : Répartition des importations et des exportations – arômes et fragrances (k€) – Chiffres 17 entreprises



Source : Syndicat Prodarom

Le chiffre d'affaires consolidé au niveau mondial pour l'industrie des fragrances et des arômes est évalué à 24,5 milliards de dollars. Il est de plus de 19 milliards de dollars pour les 11 sociétés leaders au niveau mondial. Avec 2,2 milliards €, le chiffre d'affaires mondial des sociétés et des groupes dont le siège social est basé en France occupe une place importante de plus de 10 %.

Le chiffre d'affaires estimé mondial pour les produits naturels est de 5,5 milliard de dollars, et de 8,5 milliards de dollars pour les « fragrances ».

Illustration 39 : Ventes « fragrances et arômes » estimées en millions US\$ des 11 leaders



Source : http://www.leffingwell.com/top_10.htm

5.3.4 Le marché de la parfumerie

En 2015, le marché mondial de la parfumerie était estimé à 35,9 milliards € selon les données de Mintel Market Size. Il représentait 2,1 milliards € de chiffre d'affaires en France²⁰ soit 5,85 % du marché mondial.

Au 31 décembre 2016²¹, après plusieurs années de morosité, le secteur de la parfumerie national est reparti à la hausse, favorisé par l'augmentation de la consommation des ménages en parfums et produits de toilette tant en valeur qu'en volume, et la hausse des prix à la consommation qui résulte d'une montée en gamme de l'offre. Ces hausses reposent sur des évolutions sociologiques (recherche du bien-être, accès au « luxe », développement du segment de clientèle masculin) et démographiques (dynamisme du segment de clientèle seniors).

Côté tendance, selon le Pôle Pass, la part belle est faite aux parfums dit « unisexes » mais toutefois relative puisque ce secteur pèse très peu : 2,1 % des parts de marché en 2015, mais avec une croissance de 78 % entre 2013 et 2015. Les parfums féminins restent très largement majoritaires par rapport aux masculins (1,7 milliard € de CA soit 67 % contre 0,7 milliard € de CA pour les masculins).

Par ailleurs, le secteur poursuit sa mutation structurelle : face à la puissance des succursalistes, les commerçants isolés s'organisent autour de groupements d'indépendants et de réseaux franchisés. Les parfumeries sélectives sont concurrencées par les grandes surfaces alimentaires, les parapharmacies, les pharmacies et le e-commerce. Face à ces pressions concurrentielles, les réseaux de parfumerie renouvellent leurs concepts en développant une gamme de services personnalisés et en proposant des produits à plus forte valeur ajoutée (marque de distributeur, produits « bio »...).

²⁰ Pôle PASS 2017. Étude de conjoncture France 2010-2015

²¹ <https://www.jesuisentrepreneur.fr/informations-sectorielles/commerce/parfumerie/>

Le marché de la parfumerie est organisé en deux réseaux de distribution :

- **La distribution sélective** : il s'agit du premier circuit de distribution de la parfumerie (plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur). Le distributeur signe un contrat de distribution sélective avec une ou plusieurs marques. Les grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps, Le Bon Marché) et les parfumeurs traditionnels sont dominés par les grandes enseignes de la parfumerie qui captent près de 90 % du marché de la distribution sélective en valeur (Sephora, Douglas, Marionnaud).

Avec 2 570 points de vente, la parfumerie sélective²² représente 44 % de la distribution totale de parfumerie et de cosmétiques pour un chiffre d'affaires en 2015 de 2,9 milliards € (hors MDD, ventes Internet et parapharmacie). 77 % des parfumeries sont implantées dans des villes de plus de 15 000 habitants, villes qui ont attiré la majorité des créations de parfumerie en 2012 au détriment des villes de moins de 15 000 habitants (23 %). En 2015, les 4 grandes chaînes nationales représentaient 76,6 % des parts de marché, les groupements et franchises 12,3 %, les grands magasins 8,7 % et les parfumeurs traditionnels 2,4 %. La parfumerie sélective est le premier employeur du secteur avec un effectif de près de 17 000 salariés sur les 25 000 que compte le commerce de détail en parfumerie, produits de beauté, de toilette et d'hygiène et de cosmétiques dont relève la parfumerie sélective. Les femmes représentent 94 % des effectifs, proportion nettement supérieure à celle des salariés sur l'ensemble des secteurs du commerce (47 %). C'est également une profession très jeune : 87 % des salariés ont moins de 45 ans. On constate également un fort recours à l'apprentissage représentant 3,5 % des effectifs. Enfin, le recours à la formation professionnelle est important puisqu'en 2012, 36 % des salariés ont pu en bénéficier.

La vente par internet de parfums et de produits de beauté sélective représente 5 % des ventes totales ; cependant elle connaît une progression constante depuis 2014 avec une croissance de 21 % entre 2015 et 2016, pour atteindre 147 millions €²³.

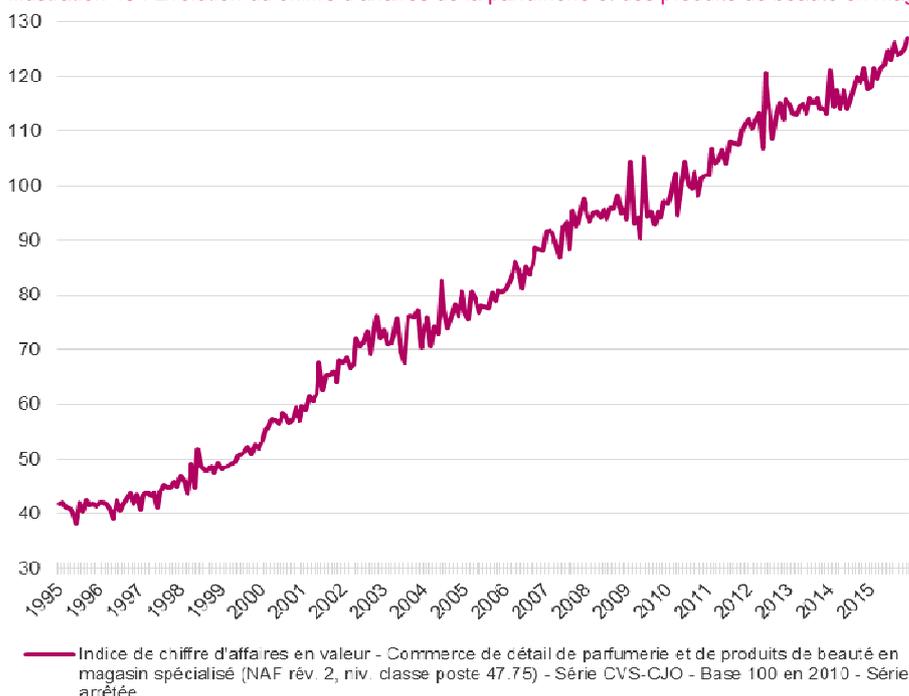
- **La distribution exclusive** : le parfumeur développe son propre réseau de distribution (Yves Rocher par exemple) ou signe un contrat de distribution exclusive avec une enseigne.

Alors que les parapharmacies et la grande distribution concurrencent les circuits spécialisés, les ventes sur internet se développent au détriment des parfumeurs traditionnels. En effet, seuls les réseaux sous enseigne ont la capacité d'investir ce canal de distribution.

²² <http://ffps-ffps.fr/la-parfumerie-selective/chiffres-cles/>

²³ <http://www.premiumbeautynews.com/fr/france-croissance-a-deux-chiffres,11459>

Illustration 40 : Évolution du chiffre d'affaires de la parfumerie et des produits de beauté en magasin spécialisé de 1995 à 2015



Source : Insee

Ce graphique²⁴ montre une hausse des ventes de parfums et produits cosmétiques en magasins spécialisés depuis 1995. Le taux de croissance annuel moyen (TCAM) entre 1995 et 2016 est de + 5,42 % par an.

Étude sur la consommation des produits cosmétiques²⁵

L'association Phytolia a réalisé en 2016 une étude sur la consommation française des produits cosmétiques naturels. Il en ressort les éléments suivants :

Pour le consommateur, la notion de cosmétique naturelle n'est pas facile à définir, elle est souvent rattachée au bio, au « sans produit chimique », à la santé, aux plantes... Cependant il ne sait pas réellement ce qu'il y a derrière cette notion.

La plante est un élément central et important dans le produit cosmétique naturel. Le consommateur attend que ses propriétés et bénéfices soient davantage mis en valeur sur les emballages. Les labels sont perçus positivement même si leur multitude incite aujourd'hui à la méfiance. Plus qu'un label ou une marque, sont davantage recherchés la garantie du « sans » (produit chimique, paraben, etc.) (59 %), l'efficacité décrite à travers le rôle explicite des ingrédients naturels (44 %), la traçabilité (40 %) et la certification Bio (33 %).

La motivation d'achat est essentiellement fondée sur le critère santé avec des déclencheurs différents : arrivée d'un enfant, discussion avec des proches, problèmes de peau ou de santé... Les professionnels de santé ont un rôle de prescription important (37 %) ainsi que les conseillers en magasin (34 %), mais le bouche à oreille (36 %) et la blogosphère (27 %) sont à surveiller attentivement. Le conseil de « pairs », plus neutre, semble de plus en plus recherché.

Les consommateurs sont en attente de produits à l'efficacité (29 %) et aux facultés sensorielles (odeur, texture) identiques aux produits traditionnels (30 %, 13 %). Surtout, ils sont en attente de transparence, de traçabilité et de clarté des informations leur garantissant des produits quasi 100 % naturels. Ils souhaitent avoir plus de choix dans les produits proposés et souhaitent les trouver plus facilement.

²⁴ http://www.bdm.insee.fr/bdm2/affichageSeries.action?idbank=001658548&request_locale=fr

²⁵ Phytolia, 2016. Perceptions, comportements d'achat et attentes en matière de produits cosmétiques naturels. Rapport complet disponible auprès de Phytolia.

> 5.4 Secteurs vétérinaire et phytosanitaire

5.4.1 Secteur vétérinaire

En raison d'une réglementation européenne de mise sur le marché stricte, très peu de médicaments vétérinaires à base de plantes sont disponibles. La plupart des médicaments vétérinaires sont répertoriés dans le dictionnaire des médicaments vétérinaires. À ce jour, une quinzaine de médicaments à base de plantes ont obtenu une autorisation de mise sur le marché (AMM). C'est la directive 2001/82/CE du 06/11/2001 qui régit ces médicaments.

Les plantes médicinales sont plutôt utilisées dans l'alimentation animale, dont la réglementation est beaucoup moins contraignante. Le registre communautaire des additifs pour l'alimentation animale dresse la liste des additifs et produits existants autorisés. C'est dans ce cadre que les plantes médicinales peuvent être employées. L'interdiction progressive des antibiotiques comme facteurs de croissance à partir de 2006 a permis l'essor, entre autres, des additifs naturels, utilisés comme alternatives. Le taux de croissance du marché des additifs à base d'extraits de plantes était de 15-20 % par an en 2008.

La phytothérapie, l'aromathérapie et l'homéopathie sont utilisées par certains éleveurs bios. Ce sont les propriétés anti-infectieuses, antiparasitaires, antispasmodiques, expectorantes, anti-inflammatoires et la stimulation de l'immunité et de l'appétit qui sont principalement recherchées.

Parmi les huiles essentielles et extraits de plantes utilisés, on peut citer le ravintsara, arbre à thé, eucalyptus citronné, mentholé, menthe poivrée, thym à thymol, laurier noble, cyprès, romarin officinal, clou de girofle, niaouli, cannelle, origan, girofle, ajowan, ail, basilic, origan.

Une étude sur les additifs animaux d'origine végétale, publiée en 2017 dans la revue *Science & solutions*²⁶, montre que ces huiles essentielles et extraits sont utilisés pour :

- Améliorer la digestibilité (54 %) ;
- Traiter les maladies classiques comme les mammites des vaches, la coccidiose des agneaux, etc. (50,8 %) ;
- Remplacer les antibiotiques promoteurs de croissance (42,1 %)
- Favoriser le gain de poids, la consommation d'aliments en restant à faible coûts (37 %) ;
- Leurs effets anti-inflammatoires (32,6 %) ;

Les grands groupes internationaux tels que Mc Donald's ou KFC commencent à imposer des viandes sans antibiotiques, d'autant plus que le plan Ecoantibio vise à réduire de 25 % l'utilisation des antibiotiques en élevage entre 2012 et 2017²⁷. Les éleveurs se tournent donc de plus en plus vers ce type de traitement²⁸. Ceci a et aura un impact notable sur la production de PPAM au niveau mondial. En effet, comme le relate l'entreprise Phytosynthèse²⁹, sur certaines plantes, 1/3 du sourcing mondial est utilisé, et les principales zones d'approvisionnement sont le bassin méditerranéen, l'Amérique du Sud, centrale et du Nord, et l'Asie.

En France, l'utilisation de ces méthodes alternatives pose problème du point de vue réglementaire, en effet la législation donne priorité aux médicaments vétérinaires autorisés. Ceci explique en partie que les entreprises françaises de ce domaine exportent de manière importante (exemple : l'entreprise Idena en Loire Atlantique qui exporte 45 % des ventes).

²⁶ <https://info.biomin.net/acton/form/14109/000b:d-pp-0013-f-048f/1/-/l-0009/l-0009:7365/index.html?sid=TV2%3A8m13wPRbt>

²⁷ Le plan EcoAntibio 2 a été lancé le 19 avril 2017 par Stéphane Le Foll, il couvre la période 2017 à 2021 et s'inscrit dans le cadre du premier plan EcoAntibio 2012-2015 sous l'approche « One health, une seule santé ». EcoAntibio 2 compte 20 actions et s'articule autour de quatre axes : 1. Développer les mesures de prévention des maladies infectieuses et faciliter le recours aux traitements alternatifs ; 2. Communiquer et former sur les enjeux de lutte contre l'antibiorésistance, sur la prescription raisonnée des antibiotiques et sur les autres moyens de maîtrise des maladies infectieuses ; 3. Mettre à disposition des outils d'évaluation et de suivi du recours aux antibiotiques, ainsi que des outils pour leur prescription et administration responsables ; 4. S'assurer de la bonne application des règles de bon usage au niveau national et favoriser leur adoption aux niveaux européen et international.

²⁸ <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/0211837351889-la-viande-sans-antibiotiques-fait-grossir-idena-2069007.php>

²⁹ <http://www.revue-alimentation-animale.fr/entreprisesmarches/huiles-essentielle-et-extraits-de-plantes-phytosynthese-explore-le-monde-vegetal/>

Ce marché, qui est en pleine évolution, est mal connu.

À noter que l'Institut de l'élevage lance un programme financé par le Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière pour tester des mélanges d'HE dans le traitement des mammites cliniques chez les vaches laitières, dans le but de standardiser un protocole d'application (quantité, concentration, durée, zone d'application, etc.). Ceci permettra certainement à terme de lancer un marché d'HE dans ce domaine.

5.4.2 Secteur phytosanitaire

De même que pour le secteur vétérinaire, ce marché, en pleine évolution, est encore insuffisamment connu.

L'Institut Technique pour l'Agriculture Biologique (ITAB)³⁰ travaille sur le plan réglementaire pour proposer des substances végétales, animales et organiques, qui sont soit des « substances de base », utiles à la protection des cultures, soit des « biostimulants ». Ces produits ne sont pas reconnus comme des produits phytopharmaceutiques.

15 substances de base³¹ sont actuellement approuvées par l'UE : Ortie, Charbon argileux, Peroxyde d'hydrogène (depuis 2017) ; phosphate diammonique, petit lait, huile de tournesol, prêle (*Equisetum arvense*) (depuis 2016) ; chitosan (carapace de crevette : chitine), saccharose, hydroxyde de calcium, saule (*Salix cortex*), vinaigre, fructose, bicarbonate de sodium, lécithines.

Plusieurs dossiers de PPAM n'ont pas été approuvés : *Rheum off* (racine de rhubarbe), *Artemisia vulgaris* (amoise), *Artemisia absinthium* (absinthe), *Tanacetum vulgare* (tanaisie), bardane, huiles essentielles de sarriette et d'origan.

Enfin, d'autres dossiers sont en cours de traitement : pulpe de citron, *Quassia amara*, bière, *Saponaria officinalis*, résine de pin des Landes, consoude, huile essentielle d'oignon.

Ces substances doivent recevoir un avis favorable de l'autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) avant d'obtenir une autorisation pour leur mise sur le marché et leur utilisation.

Récemment (en séance plénière du 15 février 2017), les députés européens ont appelé à l'approbation accélérée des pesticides à faible risque (dont ceux à base d'huiles essentielles et d'extraits végétaux). Une liste européenne d'extraits végétaux autorisés est en préparation.

L'organisme français qualifié de recherche pour le développement des plantes à parfum, médicinales et aromatiques (Iteipmai) a, de son côté, initié un programme d'émergence de produits innovants de protection des cultures à partir d'extraits végétaux : ce programme, GreenProtect 2012-2017, porté par la société Goëmar, a testé 500 extraits sur des cibles insecticides, fongicides, herbicides, acaricides. Après plusieurs cribles successifs, les meilleurs extraits retenus sur des cibles précises (plusieurs ravageurs, plusieurs champignons pathogènes...) font l'objet d'un fractionnement bioguidé destiné à identifier la partie de l'extrait responsable de l'activité enregistrée.

³⁰ <http://www.itab.asso.fr/activites/intrants.php>

³¹ <http://www.itab.asso.fr/activites/dossiers-substances.php>

6. Le commerce extérieur

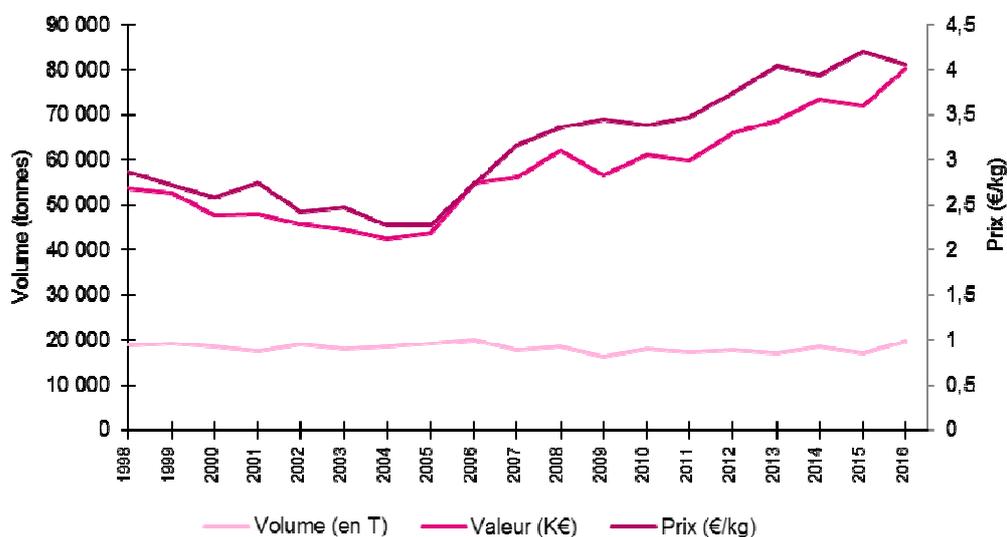
> 6.1 Les plantes médicinales en l'état

6.1.1 Importations

Tableau 23 : Évolution annuelle des importations françaises de plantes médicinales en volume, valeur et prix moyen/kg

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Prix moyen (€/kg)
1998	18 671	53,54	2,87
1999	19 398	52,72	2,72
2000	18 527	47,73	2,58
2001	17 500	48,03	2,74
2002	18 918	45,84	2,42
2003	18 037	44,53	2,47
2004	18 580	42,45	2,28
2005	19 205	43,66	2,27
2006	20 062	54,85	2,73
2007	17 782	56,16	3,16
2008	18 478	62,09	3,36
2009	16 436	56,70	3,45
2010	18 016	61,03	3,39
2011	17 199	59,72	3,47
2012	17 698	66,12	3,74
2013	16 984	68,64	4,04
2014	18 622	73,38	3,94
2015	17 132	72,01	4,20
2016	19 826	80,35	4,05

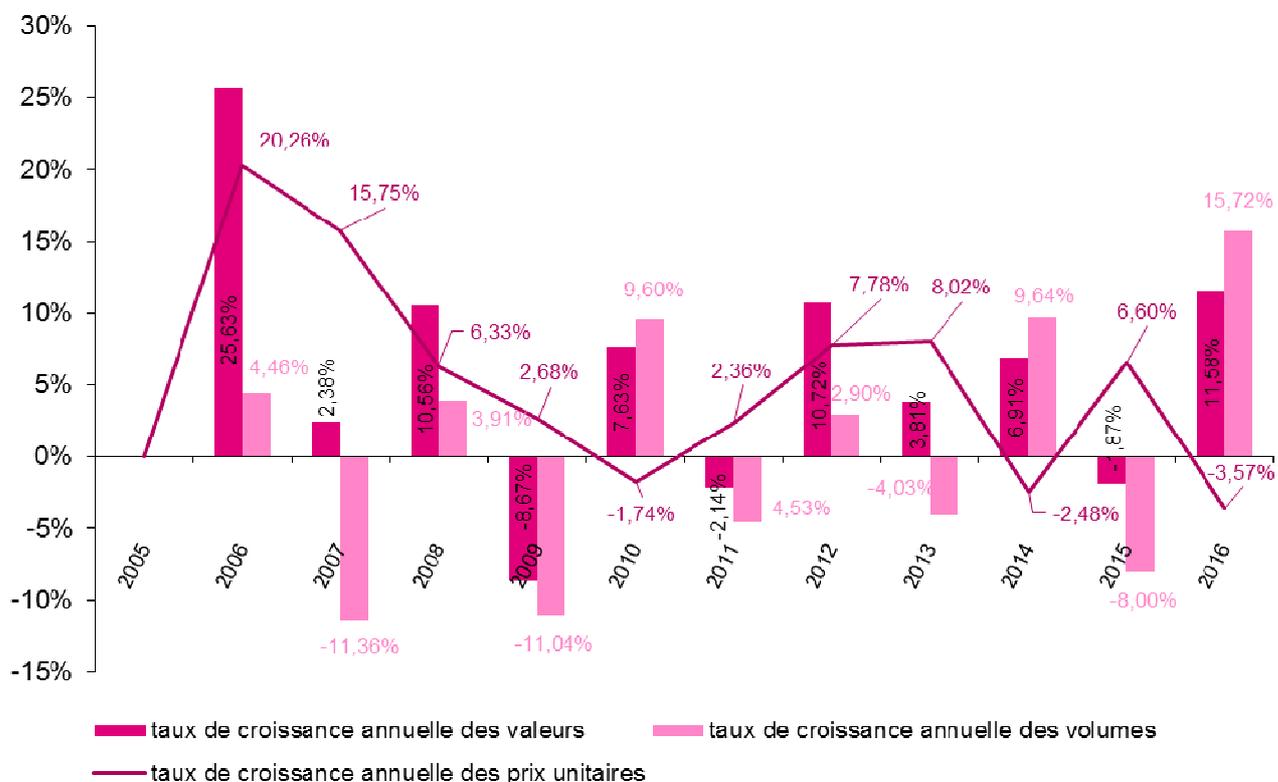
Illustration 41 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix moyen/kg



Depuis 2007, les volumes sont relativement stables tandis qu'on peut observer une hausse des valeurs traduisant une revalorisation des prix des plantes en l'état. Cette augmentation des prix a été également répercutée au niveau de la production française comme indiqué par les opérateurs installés sur ce marché.

Cependant, après une légère baisse des volumes importés en 2015, ceux-ci sont en hausse de près de 12 % en 2016. Probablement que la parité euro/dollar, quasi égale, a favorisé le volume d'activité à l'importation en 2016.

Illustration 42 : Évolution du taux de croissance annuel des importations françaises en volume, valeur et prix moyen/kg



Bien que le prix moyen soit en baisse, passant de 4,20 €/kg en 2015 à 4,05 €/kg en 2016, il se situe largement au-dessus des prix moyens observés au cours des vingt années précédentes. Depuis 2006, ce prix est régulièrement à la hausse, passant de 2,73 €/kg en 2006 à 4,05 €/kg en 2016, soit une croissance de plus de 48 %. Le volume global augmente plus fortement que la valeur globale.

Cet accroissement d'activité confirme l'évolution constatée sur le marché mondial des médicaments à base de plantes et celui des compléments alimentaires (voir la partie marché) depuis quelques années.

Cependant, au cours de la dernière décennie, la croissance annuelle moyenne tant pour les volumes, la valeur et les prix moyens, bien que positive, est modérée :

- + 1,09 % pour les volumes ;
- + 3,65 % pour la valeur ;
- + 2,51 % pour le prix moyen en euro/kg.

Au vu de l'illustration 42, on peut noter une alternance de baisse et de hausse des volumes indiquant probablement un approvisionnement en flux tendu des matières premières.

6.1.2 Exportations

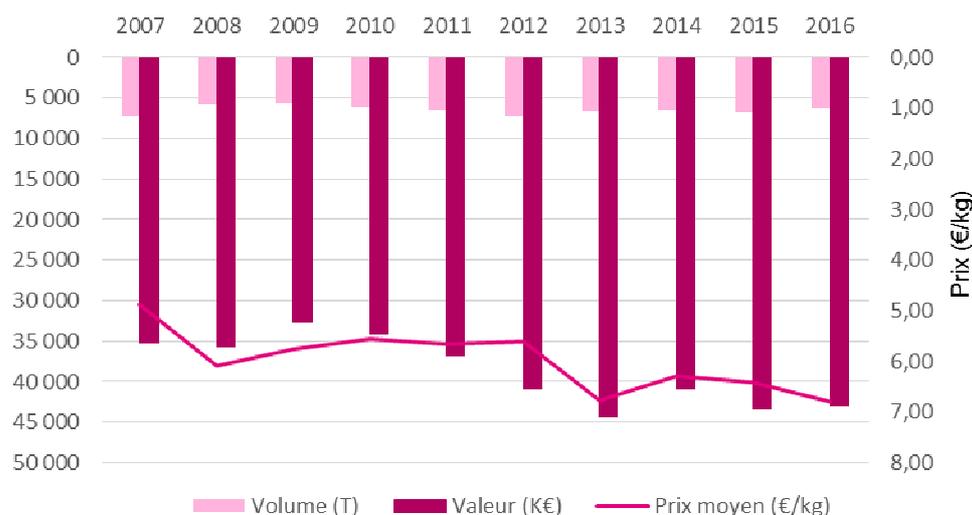
Les exportations françaises de plantes médicinales en l'état ont deux origines :

- Les importations qui seront éventuellement élaborées et qui doivent représenter la plus grande part des exportations ;
- La production française, dont on connaît mal la part exportée.

Tableau 24 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Variation (Année N/Année N-1)	
			Volume %	Valeur %
2007	7 246	35,27	-	-
2008	5 852	35,63	- 19,24	+ 1,02
2009	5 660	32,61	- 3,28	- 8,48
2010	6 121	34,06	+ 8,14	+ 4,45
2011	6 492	36,81	+ 6,06	+ 8,07
2012	7 290	40,92	+ 12,29	+ 11,17
2013	6 555	44,30	- 10,08	+ 8,26
2014	6 512	40,93	- 0,66	- 7,61
2015	6 772	43,36	+ 3,99	+ 5,94
2016	6 318	42,85	- 6,70	- 1,18

Illustration 43 : Évolution des volumes et du prix moyen annuel en €/kg



Nos principaux clients étant les pays membres de l'Union européenne, les fluctuations de la parité euro/dollar n'influent pas sur l'activité de la France à l'exportation.

6.1.3 Solde

Tableau 25 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur

Année	Solde (M€)	Variation Année N/Année N-1
2007	- 20,89	-
2008	- 26,46	+ 26,66
2009	- 24,09	- 8,98
2010	- 26,97	+ 11,96
2011	- 22,91	- 15,05
2012	- 25,20	+ 9,99
2013	- 24,34	- 3,42
2014	- 32,45	+ 33,32
2015	- 28,65	- 11,71
2016	- 37,50	+ 30,89

En 2016, le solde du commerce extérieur des plantes médicinales en l'état se détériore significativement (+ 9 M€ par rapport à 2015). Ce niveau du déficit très élevé n'a jamais été atteint depuis de nombreuses années.

L'activité soutenue à l'importation alors qu'elle est quasiment stable à l'exportation conjuguée à une forte baisse du prix moyen à l'exportation explique la dégradation du solde du commerce extérieur (voir tableau 26).

Tableau 26 : Détail du solde du commerce extérieur - 2015 et 2016

Année	Importation			Exportation			Solde Déficit
	Volume	Valeur	Prix moyen.	Volume	Valeur	Prix moyen	
2015	- 8,00 %	- 1,87 %	+ 6,60 %	+ 3,99 %	+ 5,94 %	+ 1,72 %	- 11,71 %
2016	+ 15,72 %	+ 11,58 %	- 3,57 %	- 6,70 %	- 1,18 %	+ 5,94 %	+ 30,89 %

> 6.2 Les plantes aromatiques en l'état

La tendance des consommateurs français, à savoir un retour vers la « cuisine maison » en raison de la crise économique impactant le pouvoir d'achat des ménages ainsi que l'intérêt croissant pour l'ethnic food stimule le marché des fines herbes et épices.

L'innovation et le développement de produits dans le secteur des sauces et des vinaigrettes ont toujours mis l'accent (et continueront de le faire) sur la reformulation et l'amélioration de produits, notamment l'ajout d'un plus grand nombre d'ingrédients en réponse à la demande des consommateurs en matière de produits exotiques épicés.

Comme l'indique un rapport d'Euromonitor International, la valeur marchande des fines herbes et épices atteignait 402,1 millions de dollars US en 2010 contre 381,5 millions de dollars US en 2009, soit une croissance de 5,4 %. La valeur des ventes devait atteindre 519,2 millions de dollars US en 2015.

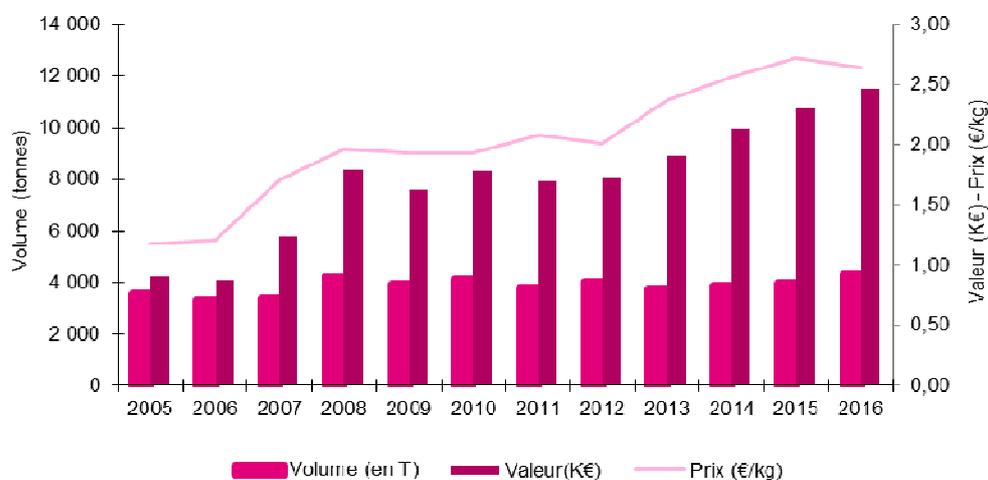
6.2.1 Importations

Chapitre 0909 : Graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin, de carvi ou de genièvre

Tableau 27 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix/kg

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Prix (€/kg)
2005	3 565	4,189	1,18
2006	3 354	4,073	1,21
2007	3 371	5,781	1,71
2008	4 256	8,353	1,96
2009	3 944	7,612	1,93
2010	4 125	8,328	1,93
2011	3 803	7,902	2,08
2012	4 015	8,062	2,01
2013	3 768	8,921	2,37
2014	3 865	9,958	2,57
2015	3 958	10,761	2,72
2016	4 352	11,494	2,64

Illustration 44 : Importations – Rubrique 0909 : Graines d'anis, badiane, fenouil, coriandre, cumin, carvi, genièvre



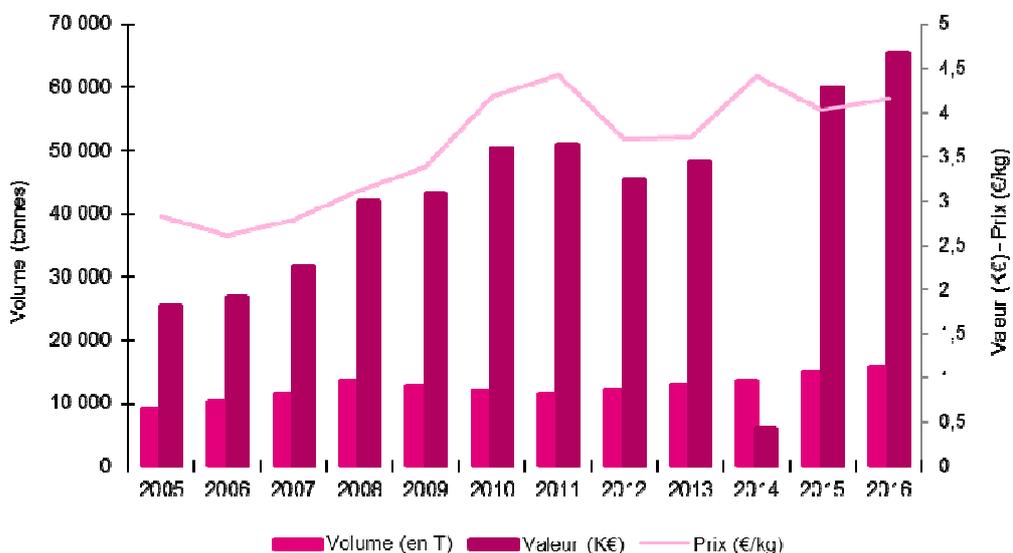
Comme on peut le constater, le volume des importations de graines aromatiques s'est stabilisé autour de 4 000 tonnes depuis 2008 contre 3 400 tonnes les années précédentes. Ces produits qui sont de faible valeur unitaire ont été revalorisés régulièrement. La France ne produit que des petits volumes de graines de fenouil et de coriandre et très accessoirement de carvi.

Chapitre 0910 : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices

Tableau 28 : Évolution annuelle des importations françaises en volume, valeur et prix/kg

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Prix (€/kg)
2005	8 993	25,373	2,82
2006	10 244	26,812	2,62
2007	11 406	31,736	2,78
2008	13 421	41,891	3,12
2009	12 691	43,019	3,39
2010	11 999	50,232	4,19
2011	11 516	50,872	4,42
2012	12 199	45,261	3,71
2013	12 969	48,183	3,72
2014	13 546	59,690	4,41
2015	14 900	60,021	4,03
2016	15 725	65,413	4,16

Illustration 45 : Importations – Rubrique 0910 : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices



2006 marque le début d'une période de croissance des volumes importés de plantes aromatiques et des épices. Entre 2006 et 2014, ceux-ci se situent dans une fourchette de 10 000 à 13 000 tonnes contre 9 000 tonnes précédemment. Depuis 2015, les volumes franchissent un nouveau palier, en se situant autour de 15 000 tonnes. Comme pour les graines, ces produits ont bénéficié d'un relèvement de leurs prix notamment depuis 2008.

Le thym entier, produit intéressant plus particulièrement la production française, va être développé ci-après :

Il existe plus de 300 espèces de thym. Dans les statistiques, aucune distinction n'est faite. Les usages définissent l'espèce du thym utilisé. Aussi, les prix pratiqués dépendront bien sûr de l'espèce mais aussi de la qualité visuelle (herboristerie), de la teneur en huile essentielle et du chémotype (composant du thym : linalol, carvacrol, thymol).

En France, c'est le thymus vulgaris (thym vulgaire) qui est le plus couramment cultivé tandis que l'Espagne produit du thymus zygis et mastichina, le Maroc du Thymus saturoïdes et la Turquie du thymus capitatus.

09104013 jusqu'en 2007 : thym non broyé ni pulvérisé (à l'exclusion du serpolet)

09109933 jusqu'à aujourd'hui : thym non broyé ni pulvérisé (à l'exclusion du serpolet)

Tableau 29 : Évolution des importations en volume et prix moyen par kilo

Année	Volume (en t)	Prix (€/kg)
1988	649	1,18
1990	436	1,32
1992	471	1,56
1994	400	1,69
1996	399	1,72
1998	496	1,51
2000	765	1,47
2002	570	1,37
2004	592	2,27
2006	417	1,54
2008	437	3,25
2010	562	2,62
2011	578	2,99
2012	541	2,93
2013	571	2,85
2014	591	3,19
2015	593	3,37
2016	652	3,58

Les importations françaises de thym entier depuis une vingtaine d'années se situent entre 400 et 600 tonnes à l'exception de l'année 2000 où elles avaient atteints un niveau record de 765 tonnes.

Illustration 46 : Importations – Rubrique 09109933 : thym non broyé, ni pulvérisé (à l'exclusion du serpolet) (n° 09104013 jusqu'en 2007)

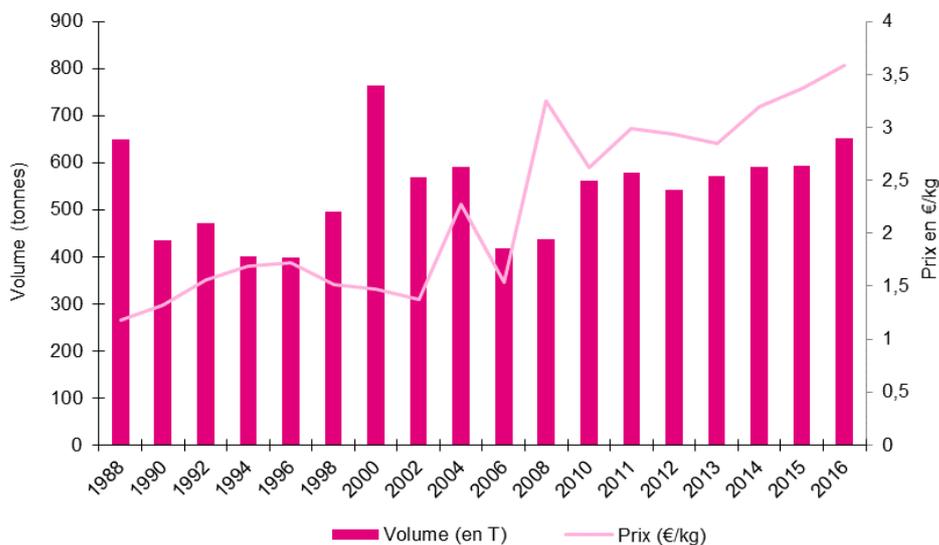


Tableau 30 : Évolution des importations en volume et en prix moyen/kg par pays producteur

Année	PAYS									
	Espagne		Maroc		Albanie		Pologne		Turquie	
	Volume (t)	Prix/kg (€)								
1988	342	1,61	251	0,55	19	1,59	1	3,42	0,5	1,13
1990	194	1,88	178	0,69	60	1,39	-	-	2	0,95
1992	117	1,89	149	0,87	108	1,76	90	1,82	-	-
1994	67	3,14	182	0,84	62	2,02	79	1,71	-	-
1996	140	1,85	132	0,80	58	1,94	40	2,69	-	-
1998	65	1,84	181	0,66	72	1,67	123	1,44	5	2,38
2000	50	2,33	199	0,98	39	0,96	419	1,46	7	2,04
2002	10	2,85	132	1,14	30	1,14	379	1,30	4	2,52
2004	26	4,32	147	0,96	7	1,43	309	2,29	3	3,17
2006	25	3,55	91	1,01	58	1,28	198	1,08	-	-
2008	12	4,84	51	1,71	20	2,04	203	2,26	1	3,72
2010	29	4,47	120	1,33	5	1,60	332	2,51	21	4,61
2011	21	4,67	99	1,44	1	2,10	367	2,50	23	4,33
2012	8	4,22	110	1,69	4	1,42	308	2,15	26	4,82
2013	19	3,98	77	1,95	4	1,92	353	1,90	25	4,69
2014	14	4,76	53	3,11	16	1,90	392	2,35	25	4,63
2015	16	5,31	83	2,98	8	1,90	285	2,55	27	6,04
2016	25	3,65	109	2,77	-	-	335	3,13	13	6,17

Parallèlement, à partir de 2004, le prix moyen toutes origines confondues a enregistré une hausse sensible, se situant entre 2,27 et 3,58 €/kg contre une fourchette allant de 1,18 à 1,72 €/kg les 15 précédentes années.

Cependant, les prix sont encore très inférieurs à ceux de la production française, de l'ordre de plus de 50 %. Ce maintien des prix relativement bas est dû principalement aux exportations de Pologne (3,13 €/kg) qui représentent entre 60 et 70 % des volumes importés depuis 2010 bien que depuis 2015, la part de ces exportations est tombée autour de 50 %.

Cette augmentation des volumes pourraient être mise en relation avec la diminution des volumes produits à la production française bien que le produit polonais soit, semble-t-il, d'une qualité différente.

Tableau 31 : Apports dans les organisations de producteurs de thym feuille sec

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Volumes (en t)	102	94	142	80	37	50

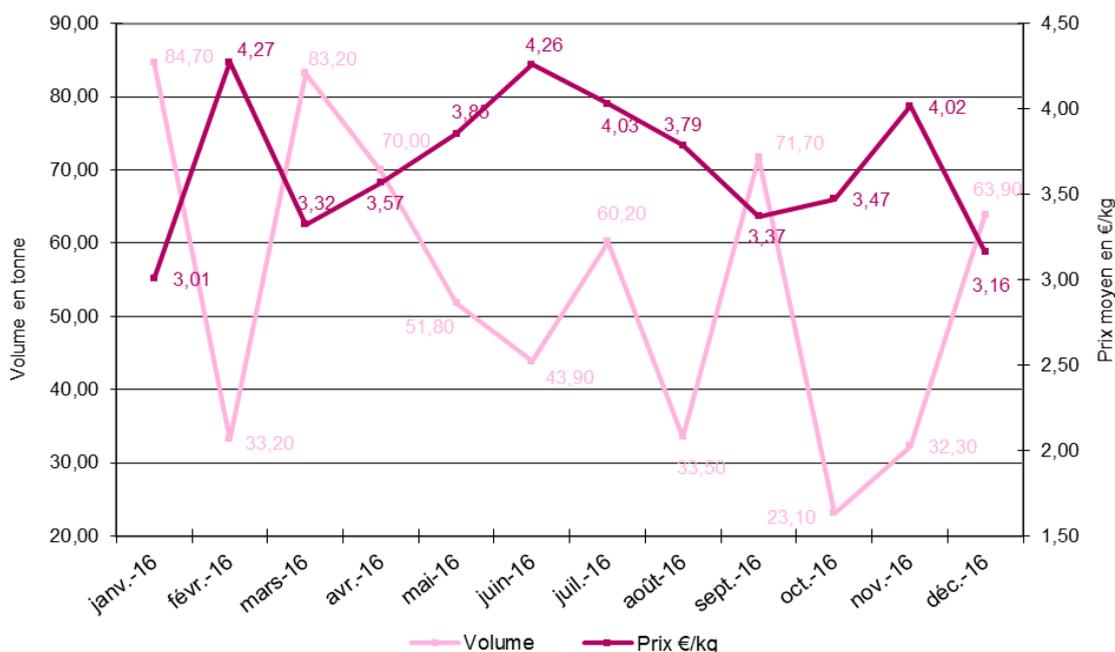
Source : Déclarations OP

Un nouveau fournisseur est apparu sur le marché français depuis 2015 : l'Égypte. Ses livraisons à destination de la France se situent autour de 100 t mais à des prix très bas : 2,12 €/kg en 2015 et 2,42 €/kg en 2016.

Le prix moyen toutes origines confondues revêt des variations de qualité et d'espèces dans les produits commercialisés.

Ce prix moyen cache en effet de grandes variations mensuelles par origine liées à une qualité très hétérogène des lots présentés.

Illustration 47 : Évolution des volumes et des prix moyens mensuels toutes origines confondues



On peut observer dans le graphique ci-dessus que les volumes et les prix, généralement, évoluent inversement.

Illustration 48 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels polonais



La Pologne est le principal fournisseur de la France en thym sec entier mais avec des prix allant de 2,76 €/kg à 3,09 €/kg, soit un niveau de prix assez bas, à l'exception des mois de juin et juillet où les prix moyens pratiqués atteignent respectivement 3,97 €/kg et 4,97 €/kg. Globalement, les prix continuent d'être revalorisés et ces hausses sont indépendantes des volumes de thym livrés. Les livraisons s'effectuent à un rythme assez irrégulier.

L'Espagne (thymus zygis également nommé thym rouge ainsi que thym mastichina) n'est quasiment plus présente sur le marché français depuis 10 ans. Les prix, cependant, sont doubles de ceux pratiqués par la Pologne. Une revalorisation des prix a eu lieu en 2004, enregistrant une hausse de l'ordre de 50 % et se maintiennent depuis à ce niveau.

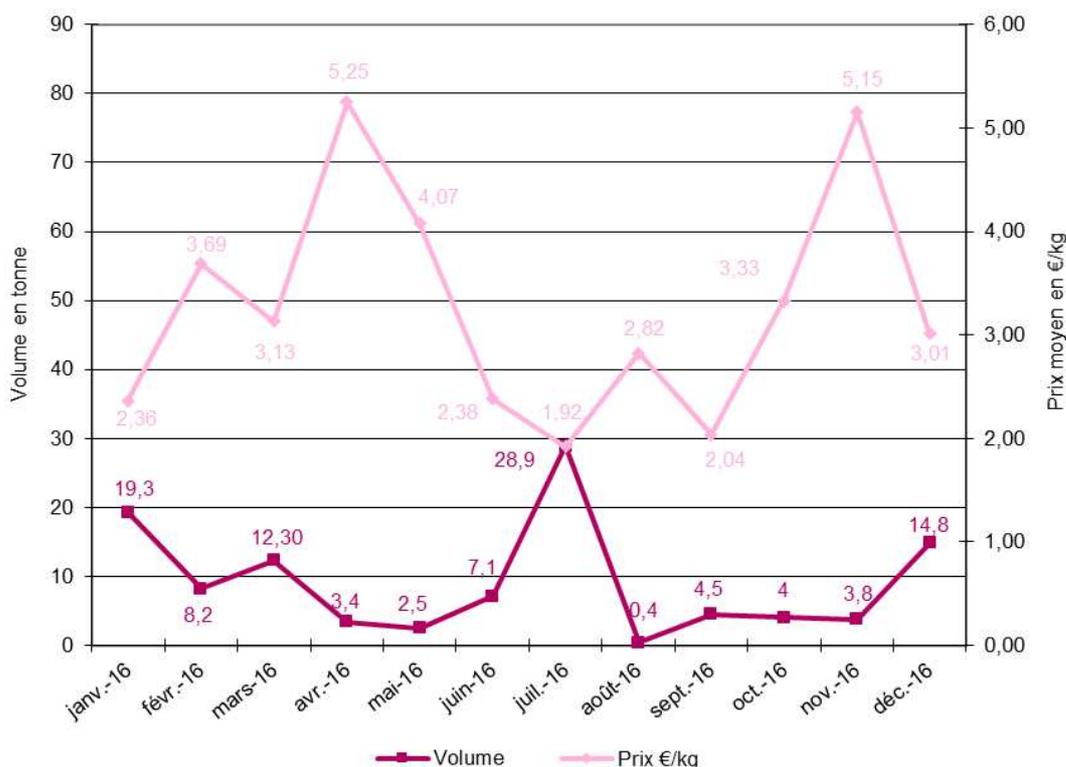
Toutefois, en 2016, les prix ont chuté, à 3,65 €/kg contre 5,31 €/kg en 2015.

L'Albanie comme l'Espagne est devenu un fournisseur très négligeable du marché français mais à des prix encore inférieurs à ceux de la Pologne. Ainsi, ce pays est absent du marché français en 2016 tout comme la Tunisie depuis 2015 après avoir réalisé des livraisons sporadiques au cours de l'année 2014.

Il semble que cette situation soit devenue structurelle et que l'Égypte ait pris le relais depuis 2015. Ses livraisons à destination de la France se situent autour de 100 t.

Le Maroc, est un fournisseur régulier de la France mais pour un thym d'une espèce différente (thymus satureoides également nommé thym blanc, thym à bornéol ou thym à feuilles de sarriette).

Illustration 49 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels marocains



Les prix marocains toujours très bas oscillent cependant entre 1,92 €/kg et 5,25 €/kg. Au vu de ces derniers prix pratiqués, ces livraisons concernent vraisemblablement du thym issu de l'agriculture biologique mais pour du thym blanc. Ces volumes représentent environ 7 tonnes.

Le Maroc a engagé une nouvelle politique commerciale, à savoir une meilleure valorisation de ses productions notamment en se tournant davantage vers l'agriculture biologique.

Néanmoins, depuis 3 ans, globalement, les prix ont été fortement à la hausse.

En 2016, ce pays a intensifié ses exportations vers la France (109 tonnes) après une période de livraisons modérées : moyenne de 85 tonnes entre 2006 et 2015 contre une moyenne de 165 tonnes entre 1990 et 2004.

Le prix le plus bas, 1,92 €/kg, a été pratiqué en juillet 2016 pour un volume de 29 tonnes, niveau de volume le plus élevé durant l'année 2016 et représentant 26 % des livraisons annuelles.

Les volumes exportés par l'Allemagne et la Belgique sont irréguliers bien que ces deux pays sont traditionnellement présents sur le marché français.

Comme pour le thym broyé, l'Allemagne exporte très probablement des produits issus de l'agriculture biologique et provenant sans doute de produits de réexportation.

Illustration 50 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels allemands



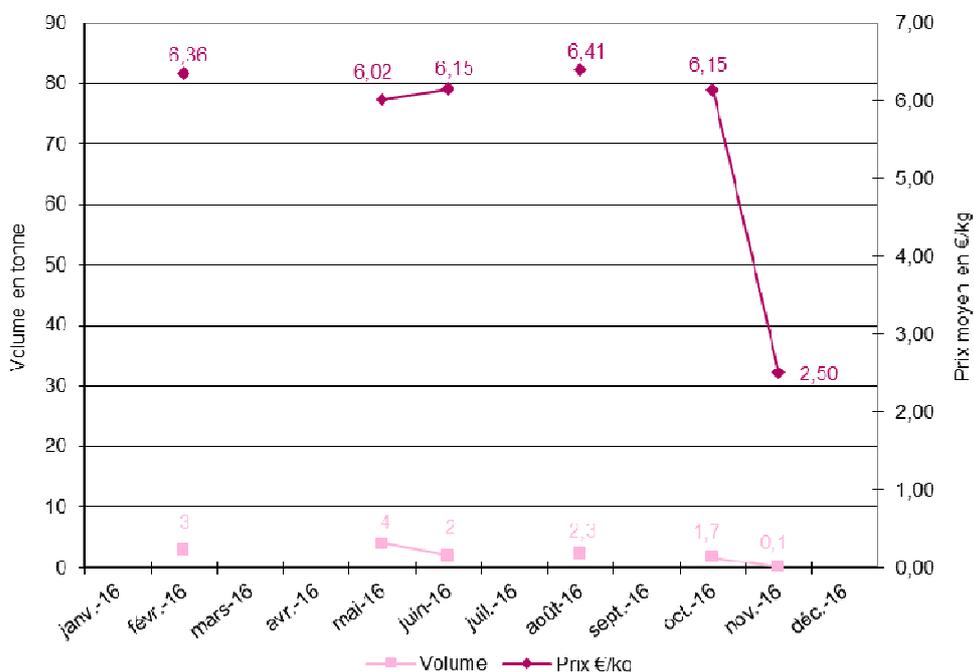
On peut observer que le volume des ventes a peu d'impact sur le niveau de prix, les importations en provenance d'Allemagne étant presque exclusivement composées de thym issu de l'agriculture biologique.

Les livraisons sont régulières et ne suivent donc pas de rythme de saisonnalité bien qu'une légère pointe soit constatée tous les 3 ou 4 mois.

En septembre, les prix enregistrent une forte baisse, de l'ordre de 21 %, se situant largement en dessous du prix moyen annuel de 9,83 €/kg.

La question se pose de savoir si ce thym provient uniquement de la production allemande (en 2011, l'Europam en recensait 175 hectares) ou s'il est l'objet d'opérations de négoce.

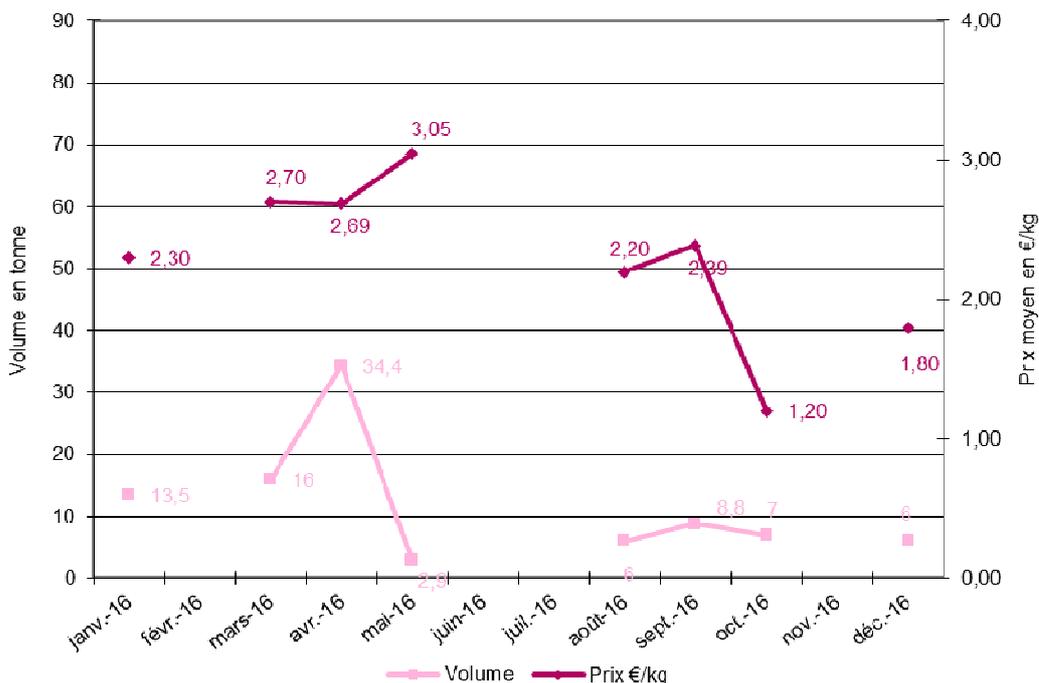
Illustration 51 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels turcs



En 2016, la Turquie (*thymus capitatus*) a approvisionné, de façon épisodique, le marché français à hauteur de 13 tonnes. Depuis 2010, ce fournisseur livrait vers la France une moyenne annuelle de 24 tonnes à un prix moyen allant de 4,33 à 4,82 €/kg selon les années, se situant largement au-dessus du prix moyen toutes origines confondues : 2,62 €/kg à 3,58 €/kg.

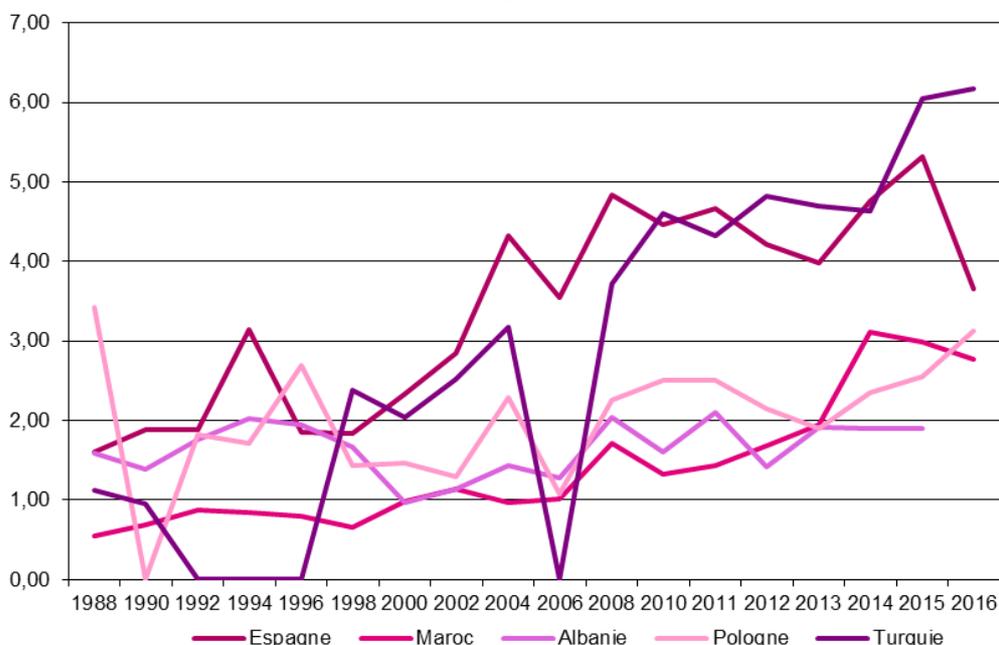
Cette situation s'accroît encore en 2016 car si les volumes enregistrent une baisse de près de 50 %, par contre, les prix, eux, sont en forte hausse ; le prix moyen pondéré est de 6,20 €/kg (les livraisons du mois de novembre n'ont pas été retenues du fait de la quantité très limitée et du prix très bas pratiqué). Comme pour l'Allemagne et le Maroc, une grande part de la production turque doit être issue de l'agriculture biologique ou d'une qualité supérieure.

Illustration 52 : Évolution des volumes et prix moyens mensuels égyptiens



Comme indiqué précédemment, l'Égypte est un nouvel opérateur sur le marché français depuis 2015. Ce pays fournit une centaine de tonnes à des prix très bas, inférieurs à ceux de la Pologne. Ils se situent dans une fourchette comprise entre 1,20 €/kg et 3,05 €/kg.

Illustration 53 : Évolution des prix moyens annuels/kg des pays producteurs



Au vu de la fourchette de prix pratiqués par l'Allemagne, la Turquie et dans une moindre mesure par le Maroc, la production française Bio reste compétitive dans la mesure où les prix de ventes actuellement pratiqués par les organisations de producteurs se situent entre 8 et 16 €/kg pour du thym feuille bio. Cette fourchette de prix relativement large regroupe du thym de culture et/ou de cueillette plus ou moins élaborés : bord champ, bruts de batteuse, triés, mondés et/ou d'espèces différentes....

En conclusion, face à la concurrence étrangère, la production française qui ne peut être compétitive sur le marché du « tout venant » doit continuer à se positionner sur des marchés sélectifs ou spécifiques qui correspondent aux qualités offertes par celle-ci et qui permettent de valoriser les produits à des prix supérieurs pour tenir compte des coûts de production et ainsi mieux rémunérer les producteurs.

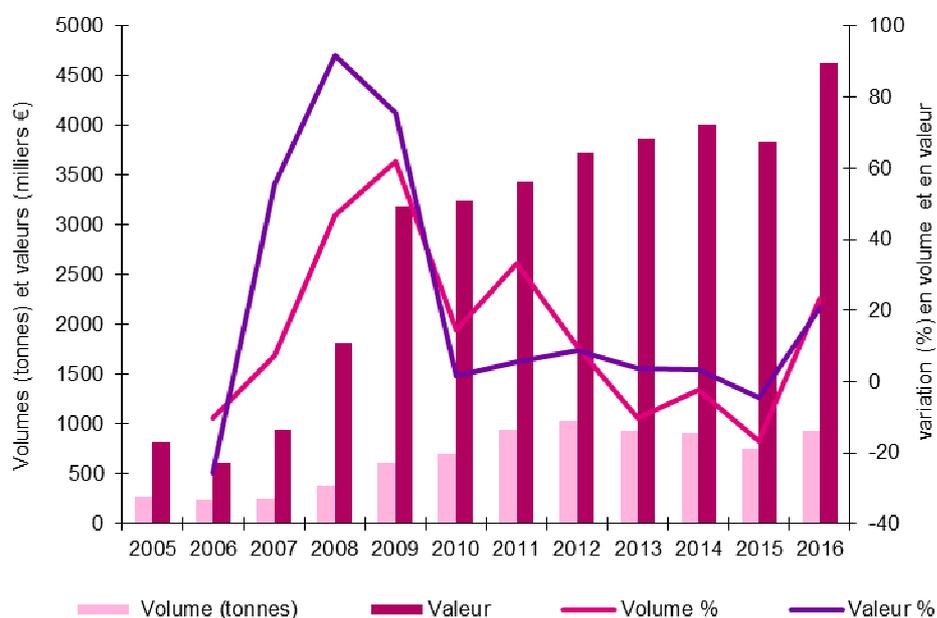
6.2.2 Exportations

Chapitre 0909 : Graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin, de carvi ou de genièvre

Tableau 32 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Variation (Année N/Année N-1)	
			Volume %	Valeur %
2005	270	0,820	-	-
2006	242	0,611	- 10,37	- 25,49
2007	260	0,949	+ 7,44	+ 55,32
2008	382	1,818	+ 46,92	+ 91,57
2009	618	3,195	+ 61,78	+ 75,74
2010	709	3,249	+ 14,72	+ 1,69
2011	944	3,435	+ 33,15	+ 5,72
2012	1 038	3,735	+ 9,95	+ 8,73
2013	931	3,876	- 10,31	+ 3,78
2014	909	4,009	- 2,36	+ 3,43
2015	757	3,828	- 16,72	- 4,51
2016	931	4,623	+ 22,98	+ 20,77

Illustration 54 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur



Comme indiqué pour les importations, la France n'est pas productrice de graines aromatiques à l'exception de graines de fenouil, de coriandre et de fenugrec. Les graines de carottes et de persil proviennent des écarts de triage et sont destinées à la distillation. Aussi, les graines importées sont destinées à l'industrie et font peu l'objet d'opérations de négoce.

En 2016, la consommation apparente est de l'ordre de 3 400 tonnes soit le même niveau qu'au cours des années 2000. Entre 2011 et 2014, cette consommation avait chuté à 2 900 tonnes.

Chapitre 0910 : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices

Tableau 33 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur

Année	Volume (t)	Valeur (M€)	Variation (Année N/Année N-1)	
			Volume %	Valeur %
2005	8 697	50,674	-	-
2006	10 676	58,812	+ 22,75	+ 16,06
2007	8 616	51,534	- 19,30	- 12,37
2008	7 206	43,095	- 16,36	- 16,38
2009	5 125	32,689	- 28,87	- 24,15
2010	5 382	34,633	+ 5,01	+ 5,95
2011	4 877	34,045	- 9,38	- 1,70
2012	5 107	32,734	+ 4,72	- 3,85
2013	4 632	33,644	- 9,30	+ 2,78
2014	5 099	39,873	+ 10,08	+ 18,51
2015	5 470	42,658	+ 7,28	+ 6,98
2016	4 958	38,636	- 9,36	- 9,43

Illustration 55 : Évolution annuelle des exportations françaises en volume et valeur



La consommation apparente est en nette progression depuis 2013 du fait notamment du niveau des importations conjugué à un recul des exportations quasi permanent depuis 2007. En 2005 et 2006, la balance des importations et des exportations était quasiment équilibrée.

Cette situation d'augmentation de la consommation apparente est davantage marquée en 2015 et 2016. En 2016, elle enregistre une hausse de plus de 14 %.

Tableau 34 : Évolution annuelle de la consommation apparente française

Année	Volume (t)
2005	+ 296
2006	- 432
2007	+ 2 790
2008	+ 6 215
2009	+ 7 566
2010	+ 6 617
2011	+ 6 639
2012	+ 7 092
2013	+ 8 337
2014	+ 8 447
2015	+ 9 430
2016	+ 10 767

Source : FranceAgriMer

Illustration 56 : Évolution annuelle de la consommation apparente française



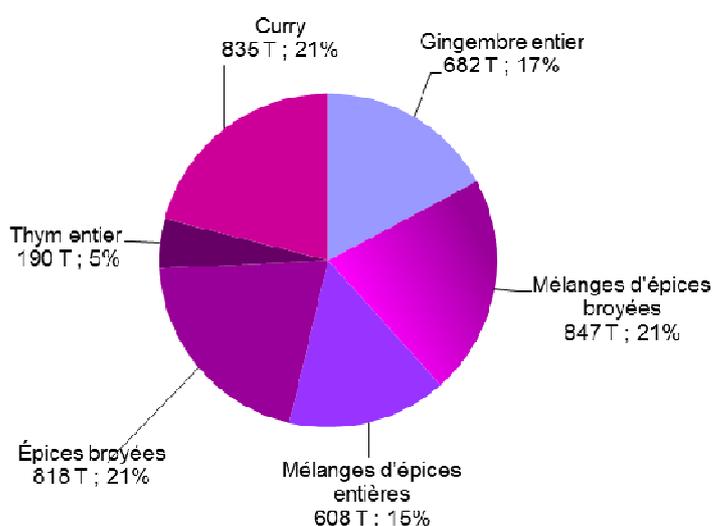
Source : FranceAgriMer

Les exportations en volume de plantes aromatiques se décomposent principalement comme suit :

Tableau 35 : Part des exportations de plantes aromatiques et épices

	Gingembre entier	Mélanges d'épices broyées	Mélanges d'épices entières	Épices broyées	Thym entier	Curry
Volume en tonne	682	847	608	818	190	835
Prix moyen annuel €/kg	2,26	5,98	5,78	8,62	8,47	7,63
Part sur les exportations totales en volume en %	13,78	17,11	12,27	16,52	3,83	16,87
Part sur les exportations totales en valeur en %	3,98	13,11	9,08	18,26	4,15	16,49

Illustration 57 : Répartition des volumes en tonne d'épices exportées - Année 2016



Très probablement que pour le thym, une part des exportations concernent des produits issus de l'agriculture biologique. Le marché à l'exportation est donc favorable à la production française qui est compétitive au vu des prix pratiqués. Les livraisons vers les pays de l'Union Européenne représentent plus de 67 % des exportations françaises à un prix moyen pondéré de 10,51 €/kg tandis que celles à destination des pays extra-communautaires se réalisent à un prix moyen pondéré de 4,38 €/kg.

6.2.3 Solde

Chapitre 0909 : Graines d'anis, de badiane, de fenouil, de coriandre, de cumin, de carvi ou de genièvre

Tableau 36 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur

Année	Valeur du solde (M€)	Variation en % (Année N/Année N-1)
2005	- 3,369	-
2006	- 3,462	+ 2,76
2007	- 4,832	+ 39,57
2008	- 6,535	+ 35,24
2009	- 4,417	- 32,41
2010	- 5,079	+ 14,99
2011	- 4,467	- 12,05
2012	- 4,327	- 3,13
2013	- 5,045	+ 16,59
2014	- 5,949	+ 17,92
2015	- 6,933	+ 16,54
2016	- 6,871	- 0,89

Chapitre 0910 : Gingembre, safran, curcuma, thym, feuilles de laurier, curry et autres épices

Tableau 37 : Évolution du solde du commerce extérieur en valeur

Année	Valeur du solde (M€)	Variation en % (Année N/Année N-1)
2005	+ 25,301	-
2006	+ 32,000	+ 26,48
2007	+ 19,798	- 38,13
2008	+ 1,204	- 93,92
2009	- 10,33	- 957,97
2010	- 15,599	+ 51,01
2011	- 16,827	+ 7,87
2012	- 12,527	- 25,55
2013	- 14,539	+ 16,06
2014	- 19,817	+ 36,30
2015	- 17,363	- 12,38
2016	- 26,777	+ 54,22

Le solde du commerce extérieur de la France pour les graines, plantes aromatiques et épices se détériorent du seul fait du chapitre 0910 (voir tableau 38).

Résultat global du solde du commerce extérieur des plantes aromatiques en l'état

Tableau 38 : Détail de l'évolution du solde du commerce extérieur de 2015 à 2016

Chapitre	Importation			Exportation			Solde
	Volume	Valeur	Prix moyen	Volume	Valeur	Prix moyen	Déficit
0909	+ 9,95 %	+ 6,81 %	- 3,03 %	+ 22,98 %	+ 20,77 %	- 1,81 %	- 0,89 %
0910	+ 4,54 %	+ 8,98 %	+ 3,23 %	- 9,36 %	- 9,43 %	0,00 %	+ 54,22 %

> 6.3 Ensemble des plantes en l'état

6.3.1 Résultat global du solde du commerce extérieur des plantes en l'état

Tableau 39 : Soldes du commerce extérieur 2015 et 2016

Rubrique	Volume (t)		Valeur (M€)	
	2016	2015	2016	2015
0909	- 3 421	- 3 201	- 6,871	- 6,933
0910	- 10 767	- 9 430	- 26,777	- 17,363
1211 9086	- 13 508	- 10 360	- 37,500	- 28,650
Total	- 27 696	- 22 991	- 71,148	- 52,946

En 2016, seul le solde du commerce extérieur des graines aromatiques est quasiment stable par rapport à celui de 2015. Par contre, le solde du commerce extérieur des plantes aromatiques et médicinales en l'état se dégrade fortement, respectivement (+ 9,41 M€ et + 8,85 M€).

Ainsi, le solde affiche un déficit de 71 millions d'euros soit une dégradation de plus de 34 % par rapport à 2015.

Si l'on compare l'évolution de la valeur, du volume global et du prix moyen des importations à celle des exportations,

- Importation ⇒ valeur : + 10,13 % pour un volume en hausse de 10,87 % soit un prix moyen en baisse de 0,76 %
- Exportation ⇒ valeur : - 4,04 % pour un volume en baisse de 6,09 % soit un prix moyen en hausse de 2,17 %

On constate que l'activité a été soutenue à l'importation alors qu'elle est net recul à l'exportation ce qui a entraîné un recul du solde du commerce extérieur qui a été encore davantage creusé par le fait de l'augmentation du prix moyen à l'importation contrairement à celui pratiqué à l'exportation.

En 2016, notamment dans le secteur des plantes médicinales, on observe une forte reprise de l'activité des secteurs du négoce à l'importation.

Tableau 40 : détail de l'évolution du solde du commerce extérieur de 2015 à 2016 des plantes en l'état

Rubrique	Importation			Exportation			Solde Déficit
	Volume	Valeur	Prix moyen	Volume	Valeur	Prix moyen	
0909	+ 9,95 %	+ 6,81 %	- 3,03 %	+ 23,98 %	+ 20,77 %	- 1,81 %	- 0,89 %
0910	+ 4,54 %	+ 8,98 %	+ 3,23 %	- 9,36 %	- 9,43 %	0,00 %	+ 54,22 %
1211 9086	+ 15,72 %	+ 11,58 %	- 3,57 %	- 6,70 %	- 1,18 %	+ 5,94 %	+ 30,89 %

Les exportations d'épices graines ont enregistré une forte hausse en 2016, bien supérieure à celle enregistrée à l'importation. Cette hausse malgré une baisse modérée des prix à l'exportation a entraîné un recul du déficit du solde du commerce extérieur.

Ce secteur est le seul à enregistrer un accroissement de son activité à l'exportation.

Le secteur des plantes aromatiques enregistre une forte dégradation de son solde en raison du net recul de l'activité à l'exportation tandis qu'à l'importation l'activité et les prix sont en hausse. L'industrie agro-alimentaire est une importante utilisatrice de plantes aromatiques.

La revalorisation des prix des produits importés peut bénéficier à la production française qui peu à peu devient plus compétitive.

Quant au secteur des plantes médicinales, l'implantation de firmes étrangères pharmaceutiques sur le territoire national favorise probablement l'accroissement des importations aux dires d'expert.

Aussi, on peut penser que l'industrie pharmaceutique fait preuve d'une activité soutenue en élaborant et fabricant de plus en plus de produits finis faisant appel à des plantes en l'état.

Cependant, selon les opérateurs installés sur ce marché, les industries utilisatrices se tournent de plus en plus vers la production française pour :

- son savoir-faire ;
- la traçabilité des produits mise en place au sein des exploitations ;
- la qualité ;
- la proximité des lieux de production ;
- la limitation de l'effet carbone ;

mais aussi la transparence de la production et la qualité des échanges commerciaux pratiqués.

6.3.2 Fournisseurs et clients de la France dans le commerce des PPAM

La provenance des importations française de plantes en l'état

Tableau 41 : Résultats et classement des principaux pays fournisseurs en volume - Année 2016

Place	Pays d'origine	Volume importé (t)	Part/volume total (%)
1	Espagne	5 135	12,87
2	Allemagne	3 955	9,91
3	Pays-Bas	3 711	9,30
4	Chine	3 419	8,57
5	Inde	3 112	7,80
6	Maroc	3 024	7,58
7	Belgique	2 272	5,69
8	Turquie	1 648	4,13
9	Pologne	1 441	3,61
10	Égypte	1 352	3,19
11	Italie	1 273	2,14
12	Royaume-Uni	855	2,03
13	Albanie	728	1,82
14	Tunisie	660	1,65
15	Cameroun	619	1,55
16	Madagascar	611	1,53
17	Syrie	495	1,24
18	Mexique	491	1,23
19	Bulgarie	463	1,16
20	Ukraine	324	0,81
21	États-Unis	290	0,73
	Autres pays	4 027	10,09
Total		39 903	100,00

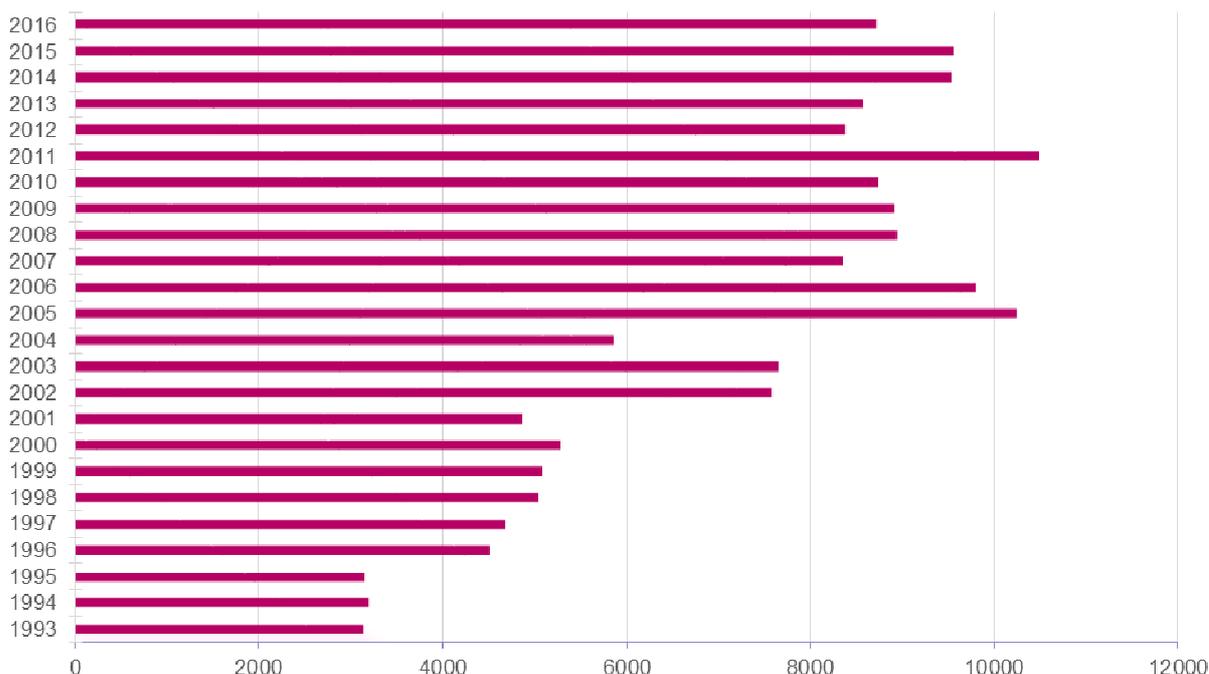
Tableau 42 : Résultats et classement des principaux pays fournisseurs en valeur - Année 2016

Place	Pays d'origine	Valeur importée (M€)	Part/valeur totale (%)
1	Allemagne	29,43	18,71
2	Espagne	18,12	11,52
3	Belgique	10,95	6,96
4	Chine	9,46	6,02
5	Inde	8,98	5,71
6	Pays-Bas	8,60	5,47
7	Maroc	8,23	5,23
8	Turquie	5,63	3,58
9	Pologne	5,20	3,31
10	Portugal	4,19	2,67
11	Italie	4,17	2,65
12	Royaume-Uni	3,98	2,53
13	Iran	3,85	2,45
14	États-Unis	3,01	1,91
15	Hongrie	2,84	1,80
16	Égypte	2,82	1,79
17	Madagascar	2,47	1,57
18	Cameroun	2,22	1,41
19	Bulgarie	1,84	1,17
20	Tunisie	1,70	1,08
21	Brésil	1,68	1,07
22	Albanie	1,62	1,03
	Autres pays	16,27	10,35
Total		157,26	100,00

Les **Pays-Bas**, l'**Allemagne** et la **Belgique** n'occupent pas une place primordiale en tant que pays producteurs de plantes mais disposent de sociétés de négoce ou de transformation justifiant d'une activité économique importante dans ce domaine.

L'Allemagne avait renforcé ses relations commerciales avec les pays de l'Est de l'Europe après l'éclatement de la Yougoslavie. Depuis, les relations se sont normalisées mais les exportations polonaises vers l'Allemagne sont soutenues au détriment du marché français en ce qui concerne les plantes médicinales en l'état.

Illustration 58 : Importations allemandes de plantes médicinales en l'état en provenance de Pologne en tonnes



L'**Inde** joue un rôle très important sur le marché de très nombreuses plantes aromatiques et médicinales, notamment pour certains produits : séné, ispaghul, pervenche tropicale...

Les importations en provenance de l'Inde ont augmenté de près de 2 % pour les plantes en l'état par rapport à 2015. Ce pays reste un de nos principaux fournisseurs, depuis plusieurs années oscillant entre la seconde et la troisième place. Cependant, en 2016 il se situe seulement à la 5ème position en termes de volume et de valeur.

L'Inde exporte habituellement des épices (curry : 193 t à un prix moyen de 2,38 €/kg et curcuma : 894 t à un prix moyen de 2,14 €/kg), des plantes médicinales (1 267 t à un prix moyen de 3,97 €/kg) et dans une moindre mesure des graines aromatiques ou d'épices.

La **Chine** rétrograde de la seconde à la quatrième place des fournisseurs de la France en volume de plantes médicinales avec 1 486 t exportées contre 1 773 t en 2015 mais à un prix moyen de 4,26 €/kg, certes en baisse par rapport à 2015 (6,86 €/kg), mais en constante progression : 3,26 €/kg en 2014 et 2,81 €/kg en 2013.

Traditionnellement, la part des exportations chinoises de plantes médicinales représente plus de la moitié des livraisons de plantes en l'état réalisées vers la France. Cependant, en 2016, ce ratio s'inverse au bénéfice des plantes aromatiques et épices : 1 867 tonnes contre 1 000 t à 1 300 t selon les années. En 2015, ce pays avait déjà accentué ses exportations de plantes aromatiques et épices : 1 572 tonnes. Les prix sont relativement bas : 1,60 €/kg en 2016 contre 1,83 €/kg en 2015, 2,56 €/kg en 2014 et 1,65 €/kg en 2013.

L'**Espagne** qui fournissait du thym issu principalement de la cueillette n'est quasiment plus présente sur le marché français depuis plus de 10 ans en raison du désintérêt pour cette activité estimée non assez rémunératrice. Par contre, elle fournit des épices et des mélanges d'épices pour un volume de l'ordre de 1 400 t ainsi que des plantes médicinales pour 1 100 t notamment de l'eucalyptus, du romarin...

Cependant, en 2016, elle a livré 3 291 tonnes de plantes médicinales soit 137 % d'augmentation de ses volumes (1 384 tonnes en 2015) mais à un prix peu élevé : 2,62 €/kg contre 6,84 €/kg en 2015. Elle a également approvisionné le marché français à hauteur de 1 655 tonnes de plantes aromatiques et épices à un prix moyen de 5,32 €/kg.

Elle devient notre premier fournisseur en plantes médicinales ainsi qu'en plantes en l'état en termes de volumes et notre deuxième fournisseur en termes de valeur.

Le **Maroc**, régulièrement un de nos premiers fournisseurs en volume de plantes en l'état depuis 1987, a perdu sa position dominante depuis 2013 mais avec un volume d'exportation stable. Cependant, il demeure l'un de nos principaux fournisseurs de plantes médicinales en l'état avec une moyenne de l'ordre de 2 500 tonnes durant la dernière décennie à l'exception de 2014 et 2015 où les volumes concernés sont d'environ 2 100 tonnes. La rubrique 1211 9086 représente 85 % des livraisons effectuées vers la France. Ce pays demeure un fournisseur important de menthe douce fraîche (entre 1 000 t et 1 700 t) et de verveine (entre 300 t et 400 t) mais aussi de diverses plantes aromatiques comme le thym, romarin, origan, serpolet, graines de coriandre, fenugrec, feuilles d'oranger...

La **Pologne** est le principal fournisseur de thym du marché français. Elle livre entre 300 tonnes et 400 t annuellement composées à 95 % de thym entier mais à des prix extrêmement bas. Ceux-ci s'établissent à un prix moyen de 3,13 € en 2015. Par ailleurs, ce sont entre 600 et 800 t de plantes médicinales qui sont exportées annuellement vers la France. Si le prix était relativement élevé jusqu'en 2014 et demeure supérieur au prix moyen toutes origines confondues, il est néanmoins en fort recul depuis cette année-là : 4,64 €/kg en 2016 contre 4,73 €/kg en 2015, 7,67 €/kg en 2014, 11,57 €/kg en 2013 et 10,10 €/kg en 2012. Les plantes sont principalement des plantes à infusion (tilleul, valériane...) mais aussi de la gentiane, camomille matricaire... en partie issues de l'agriculture biologique.

L'**Égypte** joue un rôle important sur les marchés du basilic, de la menthe poivrée (brisures et feuilles entières), du fenouil doux, du carvi blond, et de certaines plantes médicinales comme la camomille matricaire, le souci, le bouillon blanc, la jusquiame. L'Égypte occupe une situation de quasi-monopole pour la marjolaine. Les échanges de marjolaine ne figurent pas dans les chiffres car ils sont enregistrés dans le chapitre 7 de la nomenclature douanière. Par ailleurs, comme indiqué précédemment, ce pays livre environ une centaine de tonnes de thym entier vers la France depuis 2015.

La **Turquie** est un fournisseur régulier de « sauge de Turquie » utilisée comme condiment, mais aussi principalement de fenouil doux, de laurier, de petit houx, de cumin, d'anis et d'origan.

L'**Italie** est présente sur le marché des plantes médicinales en l'état du fait principalement de son activité de négoce ou de transactions avec ses filiales françaises. Elle ne fait plus partie de nos cinq premiers pays fournisseurs depuis 2012. De 1 800 t en 2007, elle est passée à 1 000 t en 2011 et à 500 t depuis 2013. Cependant, en 2016 elle a doublé ses livraisons vers la France (787 tonnes). Elle a également livré 467 tonnes de plantes aromatiques et épices dont 229 tonnes de gingembre entier.

L'**Albanie** fournit des quantités importantes de sauge officinale, et secondairement de basilic, de romarin, de camomille matricaire et de diverses plantes médicinales issues principalement de la cueillette. Depuis peu, la sauge fait l'objet d'opération de réexportation avec la Turquie qui produit de plus en plus de sauge tandis que les volumes cueillis en Albanie sont en régression.

Les pays du pourtour méditerranéen (Italie, Albanie, Turquie, Égypte, Tunisie, Maroc, Espagne et Syrie) fournissent environ 36 % des volumes importés.

La destination des exportations françaises de plantes en l'état

Tableau 43 : Résultat et classement des principaux pays acheteurs en volume - Année 2016

Place	Pays d'origine	Volume exporté (t)	Part/volume total (%)
1	Royaume-Uni	1 284	10,52
2	Espagne	1 271	10,42
3	Allemagne	1 191	9,76
4	Suisse	1 148	9,41
5	Italie	1 030	8,44
6	Belgique	980	8,03
7	Irlande	927	7,60
8	États-Unis	696	5,70
9	Pologne	457	3,74
10	Arabie Saoudite	434	3,56
11	Nigéria	396	3,25
12	Portugal	285	2,33
	Autres pays	2 102	17,23
Total		12 201	100,00

Tableau 44 : Résultat et classement des principaux pays acheteurs en valeur - Année 2016

Place	Pays d'origine	Valeur exporté (t)	Part/valeur totale (%)
1	Belgique	9,89	11,50
2	Suisse	8,57	9,96
3	Royaume-Uni	8,48	9,86
4	Espagne	7,74	9,00
5	Allemagne	7,02	8,16
6	États-Unis	6,45	7,50
7	Italie	5,88	6,84
8	Portugal	5,57	6,47
9	Arabie Saoudite	4,10	4,77
10	Pays-Bas	3,05	3,55
11	Irlande	2,83	3,28
12	Nigéria	2,67	3,10
	Autres pays	13,77	16,00
Total		86,02	100,00

Le marché à l'exportation est en perte de vitesse permanente. De 16 121 t en 2007, les livraisons sont passées à 12 201 t en 2016 soit un recul de près de 25 % en moins de dix ans. Cette situation est due principalement aux plantes aromatiques et épices qui enregistrent une chute de près de 43 % de ses volumes exportés.

Une douzaine de pays concentrent plus de 80 % des volumes et des valeurs de nos exportations, la barre des 50 % étant presque atteinte avec les 5 principaux clients : le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse et l'Italie.

Nos trois premiers clients en volume sont régulièrement : l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne.

Par contre, l'Espagne et l'Allemagne rétrograde respectivement à la quatrième et cinquième position de nos clients en valeur.

Le **Royaume-Uni** occupe la première place de nos clients en volume et la troisième en valeur en raison essentiellement des plantes aromatiques et épices bien que les volumes soient en très net recul : en 2006, les volumes étaient de 3 953 t puis sont passés à 2 646 t en 2007, à 1 519 t en 2008 et depuis 2009 ils oscillent entre 600 t et 800 t.

L'**Espagne** se positionne en volume et en valeur respectivement au 2nd et quatrième rang en important de France principalement des plantes médicinales. Elles pèsent pour 76 % (968 t) en volume et 71 % en valeur dans les importations globales espagnoles tandis que les plantes aromatiques et épices représentent près de 18 % des volumes et 24 % des valeurs.

L'**Allemagne**, depuis 2014, n'est plus notre premier client tant en volume qu'en valeur alors qu'il dominait le classement de nos clients depuis 2009 (volume et valeur).

Ce recul est dû principalement aux plantes médicinales qui représentent près de 67 % des importations allemandes (800 t en 2016 contre 935 t en 2015, 1 059 t en 2014 et 1 206 t en 2013). Le prix moyen pour ces dernières est à la hausse après avoir connu une baisse en 2014 et 2015 : 6,44 €/kg en 2016 contre 5,40 €/kg en 2015, 5,92 €/kg en 2014 et 7,67 €/kg en 2013. Ce pays est doté d'une industrie de transformation dans le secteur pharmaceutique assez imposante.

L'**Italie** continue de régresser dans le classement en valeur de nos clients. Ses importations sont constituées principalement par des plantes médicinales à hauteur de 78 %.

Le **Nigeria** importe presque exclusivement du curry en provenance de France à un prix moyen de 6,74 €/kg ce qui lui permet de se placer dans les premiers clients réguliers de la France.

Enfin, la **Suisse** reste un client privilégié de la France en se situant souvent dans les cinq premiers pays clients notamment en valeur. Ses importations en provenance de la France sont constituées principalement comme suit : 54 % de plantes médicinales à un prix moyen stable de 6,96 €/kg et 37 % de plantes aromatiques et épices à un prix moyen en nette hausse de 18 % à 9,41 €/kg.

Les exportations françaises privilégient les pays proches, puisque les membres de l'Union Européenne absorbent 68 % des exportations françaises en volume et 66 % en valeur. Avec la Suisse, ils constituent l'ossature stable des débouchés français.

Les graphiques ci-après en sont l'illustration.

Illustration 59 : Part des échanges intra et extra communautaire des exportations françaises

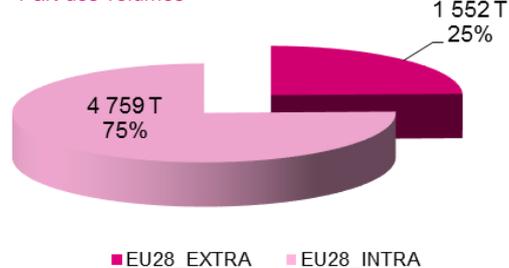
- **Plantes médicinales en l'état**

Année 2016

Part des valeurs

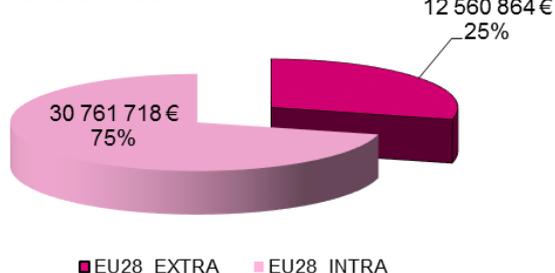


Part des volumes

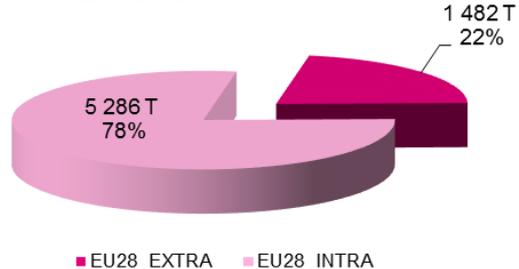


Année 2015

Part des valeurs



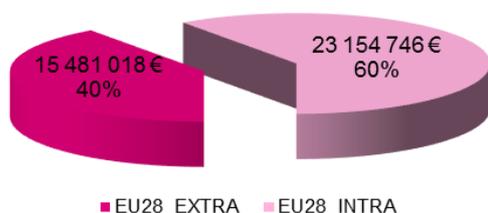
Part des volumes



• **Plantes aromatiques et épices en l'état**

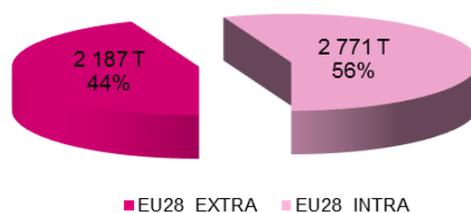
Année 2016

Part des valeurs



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

Part des volumes



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

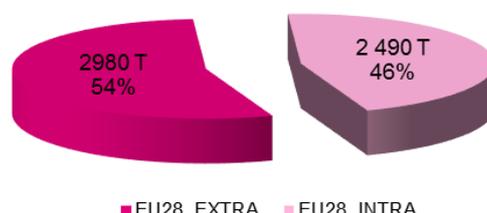
Année 2015

Part des valeurs



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

Part des volumes



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

• **Graines aromatiques**

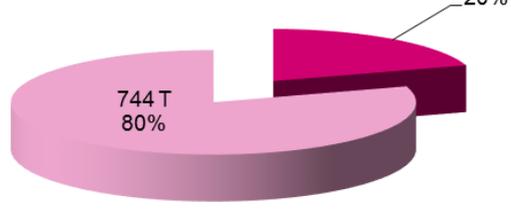
Année 2016

Part des valeurs



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

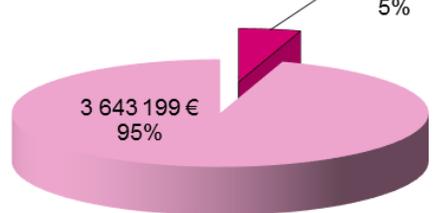
Part des volumes



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

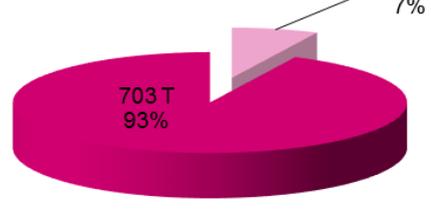
Année 2015

Part des valeurs



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

Part des volumes



■ EU28_EXTRA ■ EU28_INTRA

Les dix premiers destinataires sont des pays industrialisés dont le marché peut absorber des plantes de meilleure qualité et des mélanges de qualité à prix unitaire élevé.

> 6.4 Les huiles essentielles : les mélanges alimentaires et autres mélanges notamment pour la parfumerie

Tableau 45 : Résultats globaux des mélanges alimentaires et autres notamment pour la parfumerie

Année	Importations		Exportations		Solde Valeur
	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Volume (t)	Valeur (milliers €)	
2016	87 153	1 953 010	105 732	1 787 291	- 165 719
2015	89 527	1 968 737	99 786	1 648 695	- 320 043
2006 pour mémoire	85 395	1 233 963	76 165	1 105 894	- 128 069

6.4.1 Importations

En 2016, les mélanges pour l'industrie alimentaire et la parfumerie totalisent 1,953 milliard d'euros pour un volume de 87 153 tonnes contre 1,969 milliard d'euros pour un volume de 89 527 tonnes en 2015.

Ainsi, les importations de ce groupe enregistrent un léger recul de près de 1 % en valeur et de 2,65 % en volume traduisant une hausse du prix moyen d'environ 2 % soit 22,41 €/kg contre 21,99 €/kg en 2015.

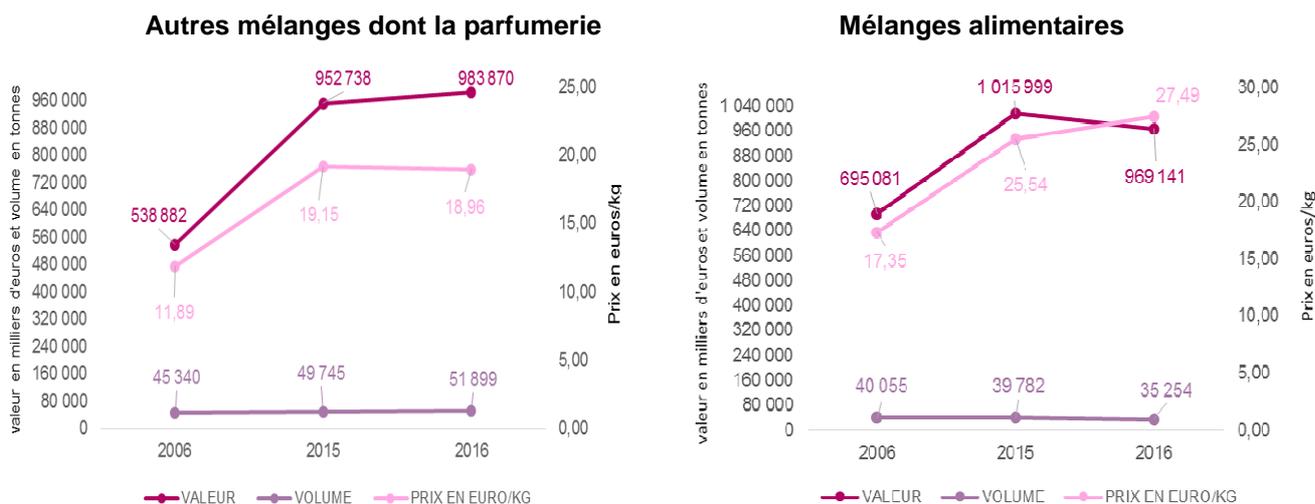
À noter, qu'en dix ans, les volumes importés ont peu progressé alors que la valeur et le prix moyen par kilo enregistrent une hausse supérieure à 50 %.

Cependant, les mélanges à destination alimentaire enregistrent une hausse de 7,64 % de leur prix unitaire, passant de 25,54 €/kg en 2015 à 27,49 €/kg en 2016 tandis que celui des autres mélanges dont la parfumerie, enregistre une baisse de 1 %, passant de 19,15 €/kg en 2015 à 18,96 €/kg en 2016.

Par contre, les mélanges alimentaires ont enregistré une baisse de leur volume (- 11,38 %) alors que ceux à destination notamment de la parfumerie voient leur volume augmenté de 4,33 %.

Cette situation s'inscrit dans l'évolution constatée au cours de la dernière décennie.

Illustration 60 : Évolution des importations en volume, valeur et prix moyens



La progression du chiffre d'affaires enregistrée dans le secteur des mélanges autres qu'alimentaires est due principalement à une forte revalorisation des prix puisqu'en 15 ans, la valeur a quasiment doublé pour une progression de seulement 46 % des volumes traduisant une hausse de 31 % du prix moyen.

Néanmoins, cette évolution non négligeable des volumes importés confirme l'accroissement d'activité constaté sur les marchés de la cosmétique et de la parfumerie.

Quant au secteur des mélanges alimentaires, si son activité semble moins soutenue (volumes : +19 % en 15 ans), par contre ces produits ont bénéficié d'une sensible revalorisation des prix puisque le prix moyen enregistre une hausse de 53 % entre 2002 et 2016.

Il est à noter que les États-Unis ont accru, en 2016, leurs livraisons vers la France d'autres mélanges dont la parfumerie d'environ 4 200 tonnes mais à un prix moyen largement inférieur soit 5,28 €/kg en 2016 contre 8,66 €/kg en 2015.

Pour les mélanges alimentaires, l'Espagne a fourni à la France près de 3 000 tonnes supplémentaires en 2016 à un prix moyen supérieur de près de 50 % soit 9,27 €/kg en 2016 contre 6,28 €/kg en 2015.

Les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Irlande et la Suisse occupent régulièrement les quatre premières places de nos fournisseurs.

Tableau 46 : Importations de mélanges alimentaires et autres mélanges dont la parfumerie par pays d'origine en 2016

Pays d'origine	Mélanges Alimentaires			Mélanges Parfumeries		
	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Prix (€/kg)	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Prix (€/kg)
Pays-Bas	9 893	110 503	11,17	2 516	80 746	32,10
Allemagne	5 607	50 517	9,01	10 884	150 877	13,87
Irlande	4 701	572 997	121,89	95	1 982	20,89
Suisse	3 990	132 589	33,23	26 920	628 749	23,36
Espagne	3 795	35 163	9,27	648	9 559	14,75
Belgique - Luxembourg	1 438	4 950	3,44	389	1 669	4,29
Hongrie	1 321	9 757	7,39	-	-	-
Royaume-Uni	1 287	15 900	12,35	2 287	64 301	28,11
États-Unis	1 189	20 106	16,91	6 002	31 707	5,28
Italie	527	5 135	9,75	293	3 140	10,73
Autres Pays	1 506	11 523		1 865	11 139	
Total	35 254	969 141	27,49	51 889	983 870	18,96

6.4.2 Exportations

Les exportations de mélanges sont passées de 1,649 milliard d'euros en 2015 à 1,787 milliard d'euros en 2016, soit une progression de plus de 8 %, pour un volume global de 105 732 tonnes, également en augmentation de + 6 %.

La progression de l'activité dans l'industrie utilisatrice d'arômes alimentaires est toujours soutenue.

En 15 ans, les exportations de mélanges alimentaires ont progressé de 65 % en volume et de 49 % en valeur traduisant une baisse du prix moyen d'environ 10 %.

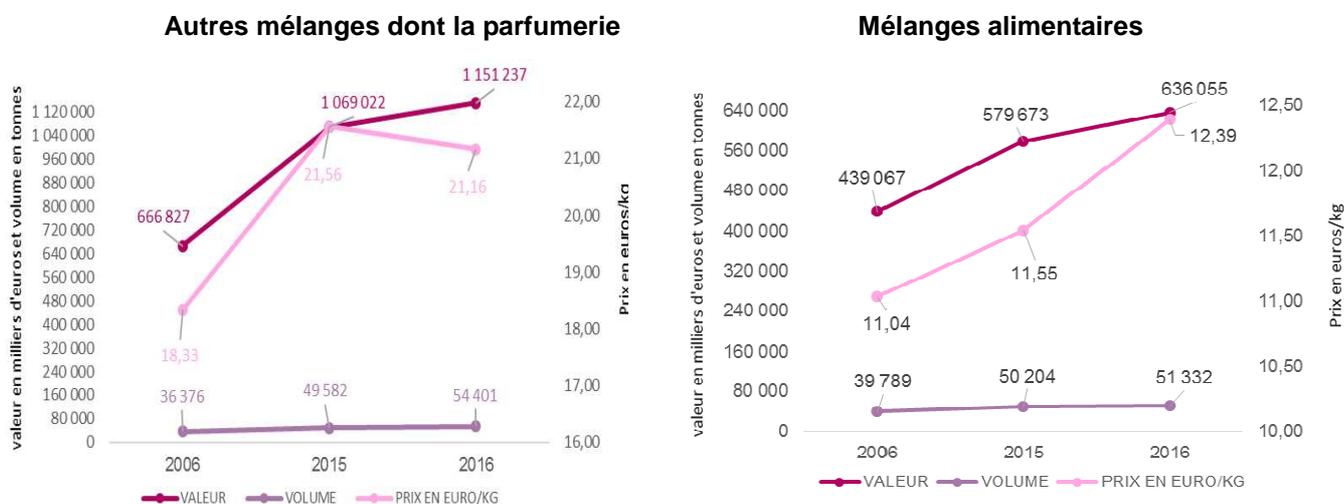
En 2004, le prix moyen a chuté de près de 18 % et est resté dans une moyenne de prix de 11 € entre 2004 et 2010.

Par contre, entre 2012 et 2016, la moyenne s'établit dans un ordre de prix de 12 €.

Probablement que la hausse des volumes exportés s'est opérée sur des mélanges à forte valeur ajoutée.

De 2015 à 2016, la progression a été beaucoup moins marquée : + 10 % pour la valeur, + 2,25 % pour les volumes, + 7 % pour le prix moyen.

Illustration 61 : Évolution des exportations en volume, valeur et prix moyens



Les exportations d'huiles essentielles à destination autre (c'est-à-dire non alimentaire), dont la parfumerie, sont en progression d'environ 8 % en valeur et 10 % en volume, de 1,069 milliard d'euros pour 49 582 tonnes à 1,151 milliard d'euros pour 54 401 tonnes. Le prix moyen est cependant en léger recul de près de 2 %.

Par contre, au cours de la dernière décennie, ces mélanges ont enregistré une hausse de 73 % de leur valeur et de 50 % de leur volume et leur prix moyen est en hausse de 15 %.

Comme pour les importations, l'activité depuis une dizaine d'années semble plus soutenue dans le secteur des mélanges non alimentaires que dans celui des mélanges alimentaires.

Pour les mélanges alimentaires qui sont, entre autres, destinés principalement à l'industrie des boissons, la Russie est notre premier client en valeur et le second en volume à l'inverse de la Turquie.

Les États-Unis, l'Allemagne, la Russie, le Royaume-Uni et l'Irlande (par ordre décroissant) sont les destinations les plus valorisantes pour les produits français.

Tableau 47 : Classement des dix premiers clients de la France en 2016 pour les mélanges alimentaires

Pays client	Valeur en milliers de tonnes	Volume en tonnes	Prix moyen en €/kg	Part du pays / exportations totales	
				Valeur	Volume
Russie	58 383	3 281	17,79	9,18 %	6,39 %
Turquie	50 559	6 137	8,24	7,95 %	11,96 %
Allemagne	47 440	2 126	22,31	7,46 %	4,14 %
Royaume-Uni	39 621	2 601	15,23	6,23 %	5,07 %
Pays-Bas	31 946	3 628	8,81	5,02 %	7,07 %
États-Unis	28 420	1 186	23,96	4,47 %	2,31 %
Espagne	27 669	3 232	8,56	4,35 %	6,30 %
Pologne	25 462	2 806	9,07	4,00 %	5,47 %
Irlande	22 401	1 425	15,72	3,52 %	2,78 %
Belgique	21 938	2 072	10,59	3,45 %	4,04 %
Sous-total	353 839	28 494	12,42	55,63 %	55,51 %
Autres pays	282 216	22 838	12,36	44,37 %	44,49 %
Total	636 055	51 332	12,39	100,00 %	100,00 %

Les principaux clients de la France sont des pays situés dans la zone intra-communautaire pour les mélanges non alimentaires.

Tableau 48 : Classement des dix premiers clients de la France en 2016 pour les mélanges non alimentaires

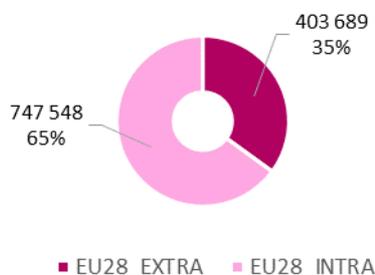
Pays client	Valeur en milliers de tonnes	Volume en tonnes	Prix moyen en €/kg	Valeur Part du pays / exportations totales	Volume Part du pays / exportations totales
Allemagne	255 643	13 946	18,33	22,21 %	25,63 %
Italie	151 201	6 972	21,69	13,13 %	12,82 %
Royaume-Uni	102 016	4 001	25,50	8,86 %	7,36 %
Espagne	83 208	3 519	23,65	7,23 %	6,47 %
Pologne	64 194	2 503	25,65	5,58 %	4,60 %
Émirats arabes unis	50 126	1 367	36,67	4,35 %	2,51 %
Pays-Bas	22 516	1 393	16,16	1,96 %	2,56 %
États-Unis	22 274	497	44,82	1,93 %	0,91 %
Algérie	22 034	1 677	13,14	1,91 %	3,08 %
Inde	17 903	604	29,64	1,56 %	1,11 %
Sous-total	791 115	36 478	21,69	68,72 %	67,06 %
Autres pays	360 122	17 922	20,09	31,28 %	32,94 %
Total	1 151 237	54 400	21,16	100,00 %	100,00 %

L'Allemagne, largement notre principal client en valeur et en volume, opère des achats en compositions parfumantes à des prix bien inférieurs à ceux pratiqués par nos autres clients. En effet, ils se situent en dessous de la moyenne des prix de nos dix premiers clients et même du prix moyen global de nos exportations.

Illustration 62 : Part des exportations intra-communautaires et extra-communautaires

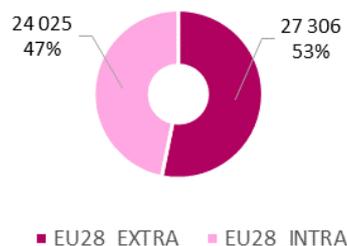
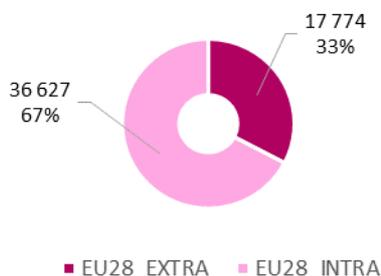
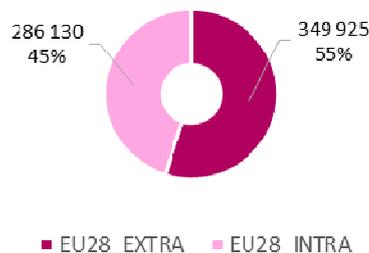
Autres mélanges dont la parfumerie

Valeur en milliers d'euros



Mélanges alimentaires

Valeur en milliers d'euros



6.4.3 Solde

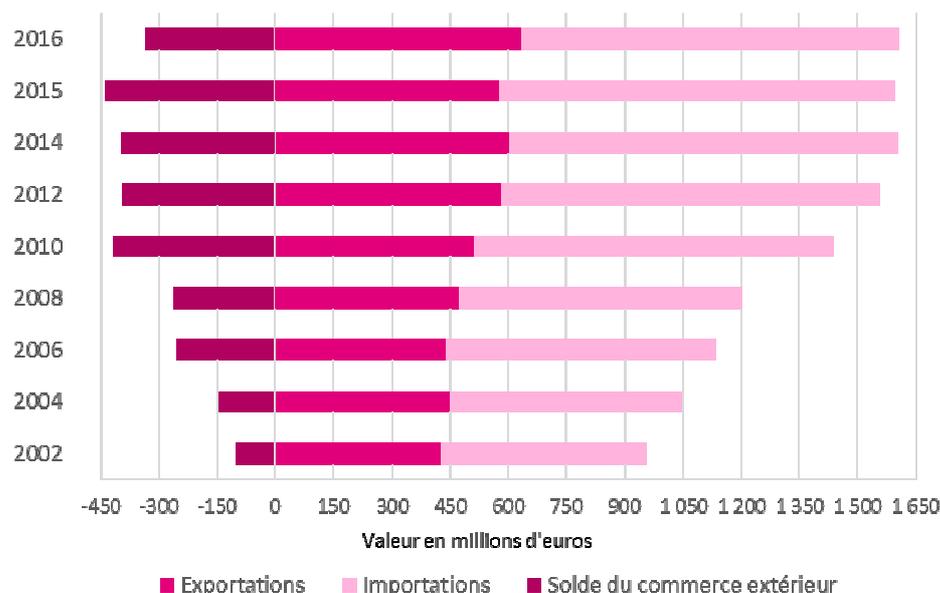
Le solde du commerce extérieur des mélanges s'établit en 2016 à -165,719 millions d'euros. Il s'améliore par rapport à celui de 2015 (-320,043 millions d'euros) puisqu'il se redresse de 48 %.

Ce recul du solde déficitaire tient plus à celui des compositions aromatiques qu'à celui des compositions parfumantes en valeur absolue.

En effet, les soldes de cette catégorie s'établissent de la façon suivante en millions d'euros :

- Compositions aromatiques : - 333,086 M€ soit une amélioration de 24 % par rapport à 2015 (- 436,326 M€),
- Compositions parfumantes : + 167,367 M€ soit une progression de 44 % par rapport à 2015 (+ 116,284 M€).

Illustration 63 : Évolution du solde du commerce extérieur des compositions aromatiques



Cette amélioration de l'excédent en 2016 s'explique par une activité de l'industrie aromatique *beaucoup plus* soutenue à l'exportation (+ 2,25 %) qu'à l'importation puisqu'en 2016, cette dernière est en recul (- 11,38 %). Cette situation peut laisser supposer que des stocks sont présents au stade du négoce et des utilisateurs. En effet, les prix moyens ont augmenté dans les mêmes proportions à l'exportation qu'à l'importation.

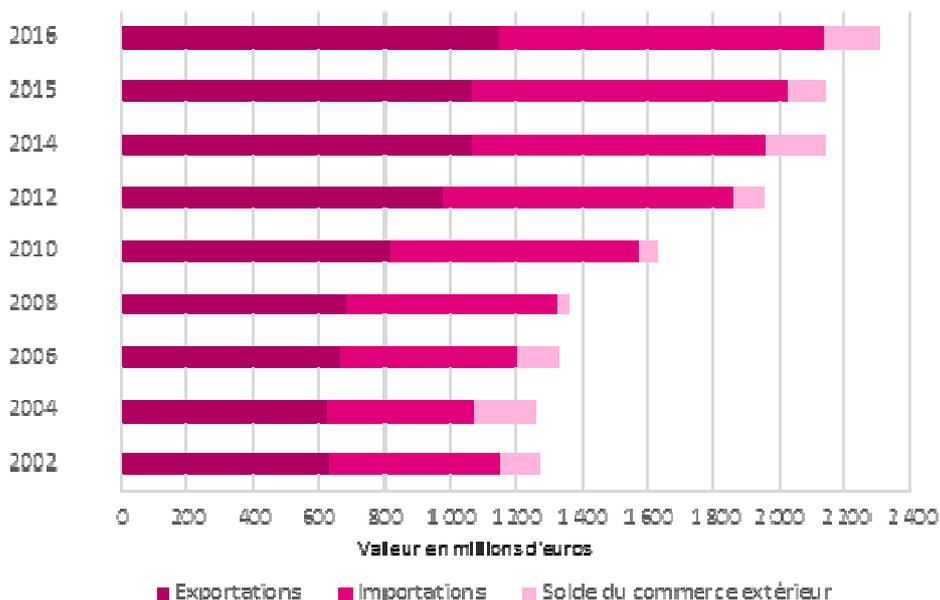
Ainsi, en 2016, le déficit du solde de ces compositions se redresse après, néanmoins, plusieurs années de dégradation. De 2002 à 2016, le solde de ces compositions s'est détérioré de 222 % passant de - 103,415 millions d'euros à - 336,086 millions d'euros.

Pour les compositions parfumantes, la situation est différente. En effet, bien que l'activité ait été plus soutenue à l'exportation (+ 9,72 %) qu'à l'importation (+ 4,33 %), cette dernière enregistre également un accroissement d'activité.

En 2016, l'accroissement de l'excédent du solde de ces compositions intervient après un recul de 35 % de l'excédent en 2015.

Ces compositions parfumantes alternent des périodes de progression et de détérioration de leur solde mais globalement il est en amélioration puisqu'entre 2002 et 2016, il augmente de 48 %, passant de 119,401 millions d'euros à 167 367 millions d'euros.

Illustration 64 : Évolution du solde du commerce extérieur des compositions parfumantes



> 6.5 Les huiles essentielles « brutes »

Tableau 49 : Résultats globaux des huiles essentielles « brutes »

Année	Importations		Exportations		Solde
	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Valeur (milliers €)
2016	9 344	348 896	6 416	357 452	+ 8 556
2015	9 037	342 055	6 102	319 408	- 22 647

6.5.1 Importations

Le volume global importé de ce groupe « huiles essentielles brutes » est en progression de 3,40 % (9 344 tonnes contre 9 037 tonnes). La valeur augmente également de 2 %, passant de 342,055 millions d’euros à 348,896 millions d’euros.

Illustration 65 : Évolution des importations en volume et en valeur des huiles essentielles brutes

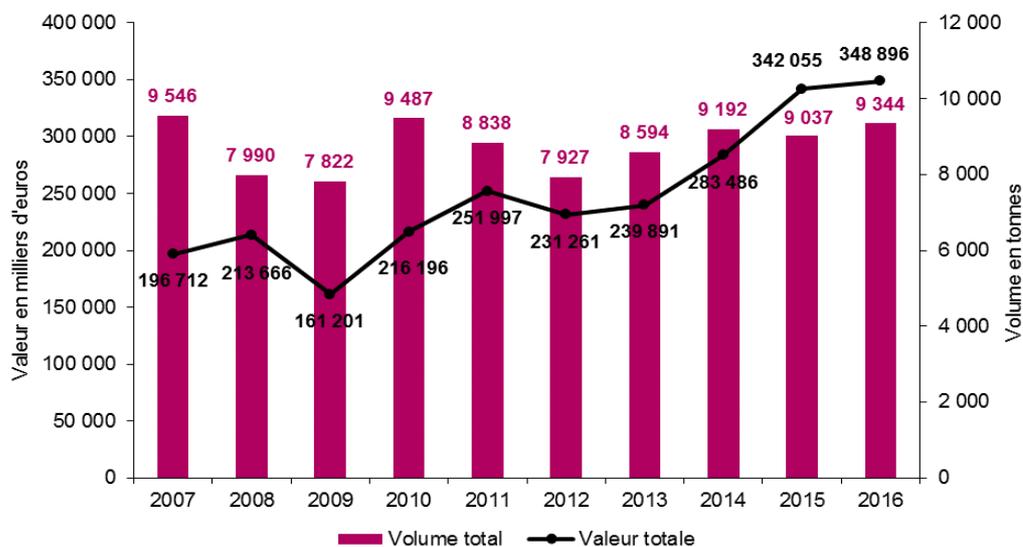


Illustration 66 : Évolution des prix moyens des importations d'huiles essentielles brutes

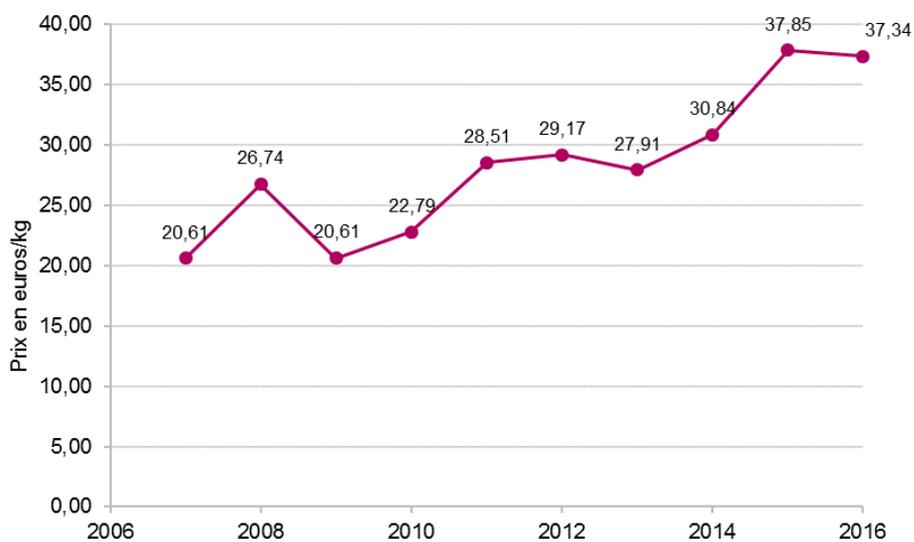


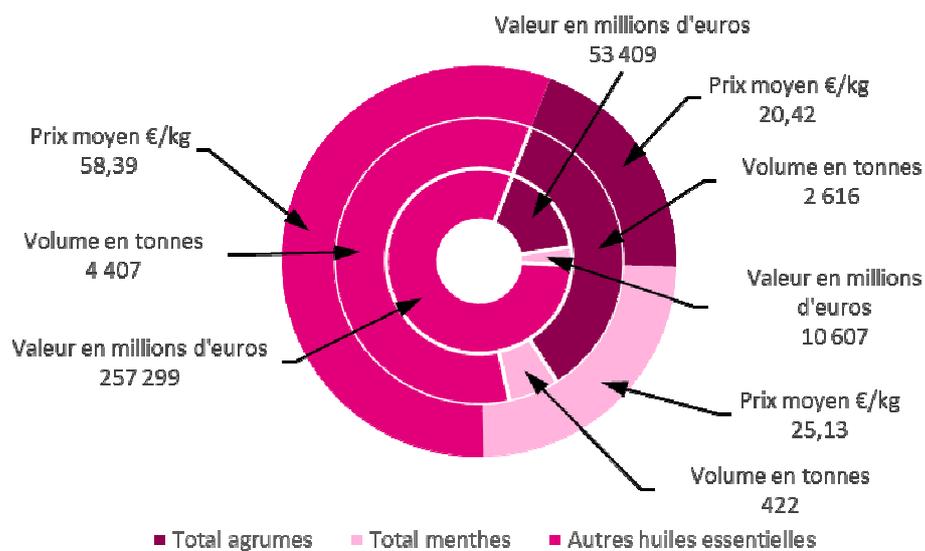
Tableau 50 : Évolution des volumes, des valeurs et des prix moyens unitaires, par catégorie en 2016

Catégorie	Volume	Valeur	Prix moyen
Agrumes	+ 3 %	+ 5 %	+ 2 %
Menthes	- 33 %	- 30 %	+ 6 %
Huiles essentielles diverses	+ 9 %	+ 6 %	- 3 %

Ainsi, on peut noter que seules les huiles essentielles de menthes enregistrent une baisse de leur volume et de leur valeur.

Par contre, seul le prix moyen unitaire des huiles essentielles diverses est en recul.

Illustration 67 : Importations : valeur, volume et prix moyen par catégorie de produits en 2016



Nos principaux fournisseurs en valeur et en volume d'huiles essentielles diverses sont listés ci-après.

Tableau 51 : Classement en valeur des principaux fournisseurs d'huiles essentielles diverses

Pays d'origine	Valeur en milliers d'euros	Part pays/valeur totale	Prix moyen €/kg
Inde	23 538	9,15 %	115,66
Turquie	22 898	8,90 %	390,09
Indonésie	21 246	8,26 %	42,68
Bulgarie	19 174	7,45 %	152,90
Chine	18 478	7,18 %	21,99
Espagne	17 024	6,62 %	26,40
Maroc	15 554	6,04 %	68,70
Égypte	13 622	5,29 %	216,22
Madagascar	11 899	4,62 %	25,09
Belgique	10 593	4,12 %	85,49
Haïti	9 417	3,66 %	166,96
Comores	7 630	2,97 %	176,20
Tunisie	7 243	2,82 %	131,93
Italie	6 095	2,37 %	87,57
Allemagne	4 667	1,81 %	30,71
Australie	4 596	1,79 %	90,12
Royaume-Uni	4 361	1,69 %	35,80
Autriche	4 154	1,61 %	56,28
Nouvelle-Calédonie	3 931	1,53 %	604,78
États-Unis	3 549	1,38 %	30,36

Au vu des prix moyens pratiqués, on peut supposer que les importations en provenance de Turquie et de Bulgarie sont composées en partie de concrètes de rose (*Rosa damascena*) et que les produits importés des Comores concernent quasi exclusivement des essences d'ylang-ylang. Ce pays est le premier producteur mondial suivi par Madagascar et Mayotte.

L'Égypte fournit essentiellement des huiles essentielles de géranium et de jasmin, produit à forte valeur ajoutée, mais aussi de cumin, d'oignon, de camomille bleue tandis qu'Haïti est le premier producteur et exportateur mondial de vétiver.

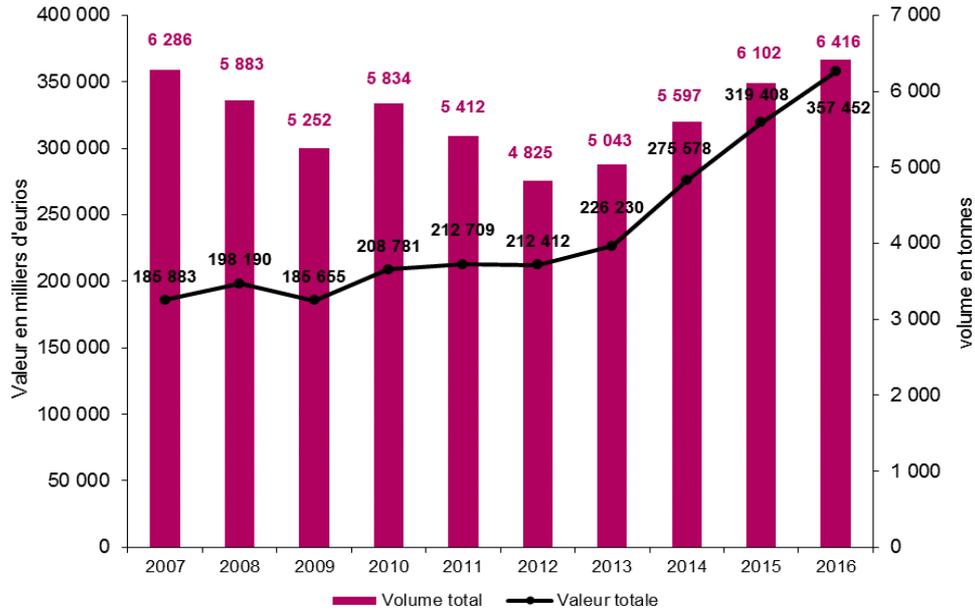
Tableau 52 : Classement en volume des principaux fournisseurs d'huiles essentielles diverses

Pays d'origine	Volume en tonnes	Part pays/volume total
Chine	840	19,07 %
Espagne	645	14,63 %
Indonésie	498	11,30 %
Madagascar	474	10,76 %
Maroc	226	5,14 %
Inde	204	4,62 %
Allemagne	152	3,45 %
Bulgarie	125	2,85 %
Belgique	124	2,81 %
Royaume-Uni	122	2,76 %
États-Unis	117	2,65 %
Autriche	74	1,67 %
Italie	70	1,58 %
Égypte	63	1,43 %
Russie	59	1,33 %
Turquie	59	1,33 %
Haïti	56	1,28 %
Tunisie	55	1,25 %
Australie	51	1,16 %
Pays-Bas	49	1,11 %

6.5.2 Exportations

Les exportations de ce groupe progressent de 12 % en valeur, soit 357,452 millions d'euros contre 319,408 millions d'euros. En volume, la progression constatée est moins importante (+ 5 %), soit 6 416 tonnes contre 6 102 tonnes.

Illustration 68 : Évolution des exportations en volume et en valeur des huiles essentielles brutes



Cette évolution du volume et de la valeur globale traduit une hausse du prix moyen unitaire de 6 %, soit 55,71 €/kg contre 52,35 €/kg.

Illustration 69 : Évolution des prix moyens des exportations d'huiles essentielles brutes

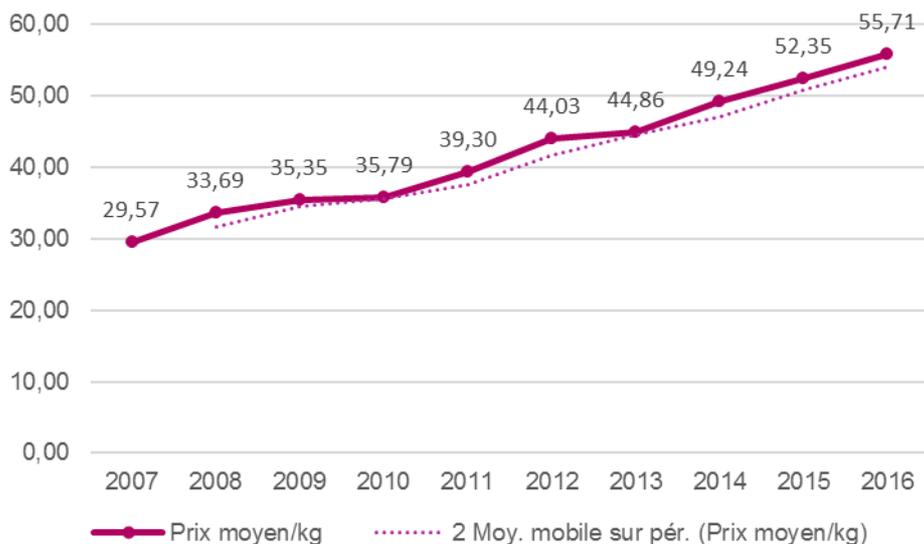


Illustration 70 : Évolution de la croissance des prix moyens des exportations d'huiles essentielles brutes



Cependant, la situation est contrastée selon les catégories de produits.

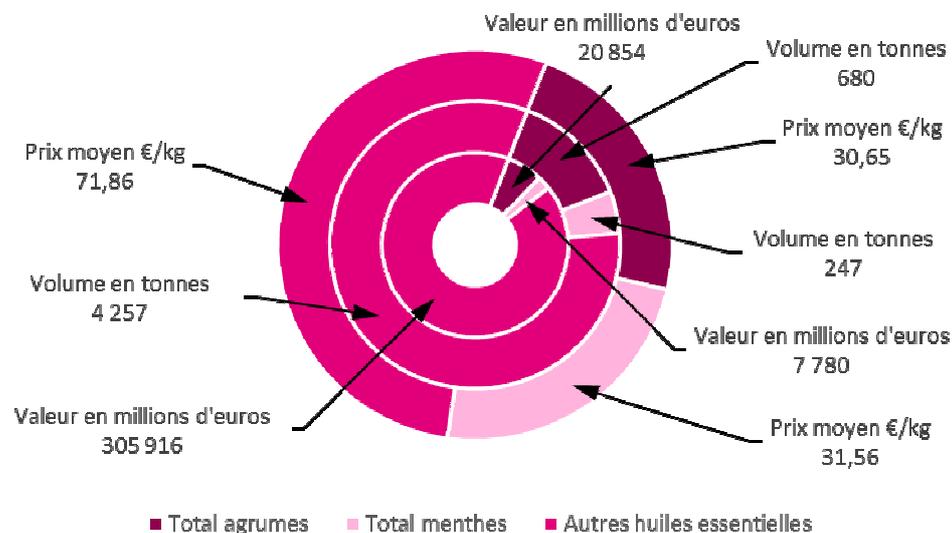
Tableau 53 : Évolution des volumes, des valeurs et des prix moyens unitaires, par catégorie en 2016

Catégorie	Volume	Valeur	Prix moyen
Agrumes	+ 16 %	+ 12 %	- 3 %
Menthes	- 9 %	- 11 %	- 3 %
Huiles essentielles diverses	+ 5 %	+ 13 %	+ 7 %

Seules les exportations d'huiles essentielles de menthes enregistrent un recul simultané de leur valeur (- 11 %), de leur volume (- 9 %) et de leur prix moyen (- 3 %).

Cependant, cette baisse de la valeur des huiles essentielles de menthes pèse très peu sur la hausse globale des exportations d'huiles essentielles brutes puisqu'elles ne représentent que 967 000 euros par rapport à une hausse d'environ 38 millions d'euros (M€) pour l'ensemble des huiles essentielles diverses et d'agrumes (respectivement + 36 M€ et 2 M€). Ceci explique la hausse significative de la valeur globale de ce groupe.

Illustration 71 : Exportations : valeur, volume et prix moyen par catégorie de produits en 2016



Nos principaux clients en valeur et en volume d'huiles essentielles diverses sont listés ci-après.

Tableau 54 : Classement en valeur des principaux clients d'huiles essentielles diverses

Pays de destination	Valeur en milliers d'euros	Part pays/valeur totale	Prix moyen €/kg
États-Unis	96 959	31,69 %	92,60
Allemagne	36 033	11,78 %	60,37
Royaume-Uni	23 751	7,76 %	97,46
Suisse	22 503	7,36 %	67,58
Pays-Bas	17 609	5,76 %	122,97
Japon	16 420	5,37 %	122,99
Espagne	12 915	4,22 %	70,54
Belgique	8 249	2,70 %	32,71
Brésil	7 885	2,58 %	52,78
Italie	7 733	2,53 %	48,03
Inde	6 746	2,21 %	79,84
Chine	6 562	2,15 %	51,35
Singapour	5 738	1,88 %	54,80
Mexique	5 566	1,82 %	70,10

Nos deux premiers clients que sont les États-Unis et l'Allemagne représentent 43 % de la valeur totale exportée et 39 % du volume total exporté d'huiles essentielles diverses.

On peut constater que parmi nos dix premiers clients, 7 sont des pays européens.

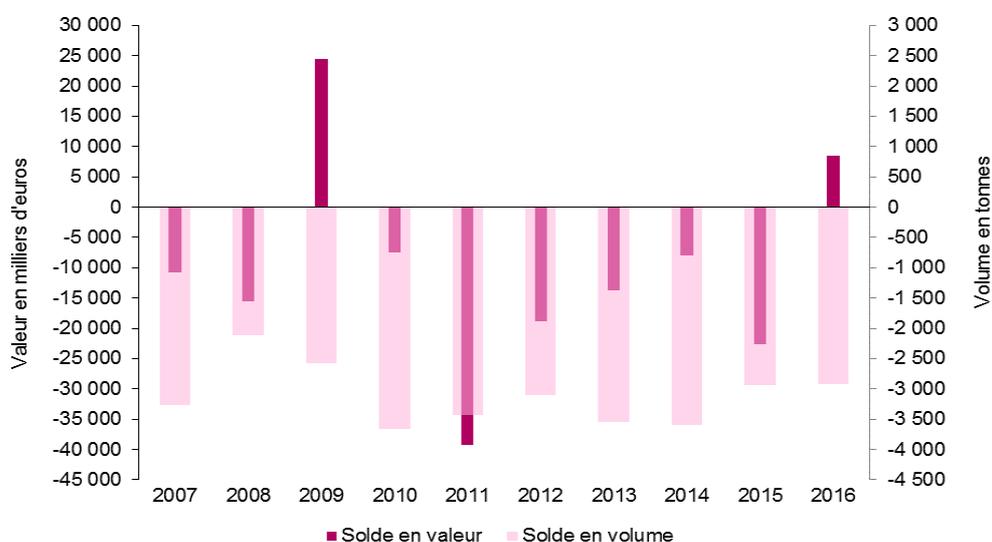
Tableau 55 : Classement en volume des principaux clients d'huiles essentielles diverses

Pays de destination	Valeur en tonnes	Part pays/volume total
États-Unis	1 047	24,60%
Allemagne	597	14,02%
Suisse	333	7,82%
Belgique	252	5,92%
Royaume-Uni	244	5,72%
Espagne	183	4,30%
Italie	161	3,78%
Brésil	149	3,51%
Pays-Bas	143	3,36%
Japon	134	3,14%
Chine	128	3,00%
Singapour	105	2,46%
Inde	85	1,98%
Australie	80	1,87%
Mexique	79	1,87%

6.5.3 Solde

Le solde positif pour ce groupe est en progression de 138 % par rapport à 2015, passant de - 22,647 millions d'euros à + 8,556 millions d'euros, soit une augmentation de 31,203 millions d'euros.

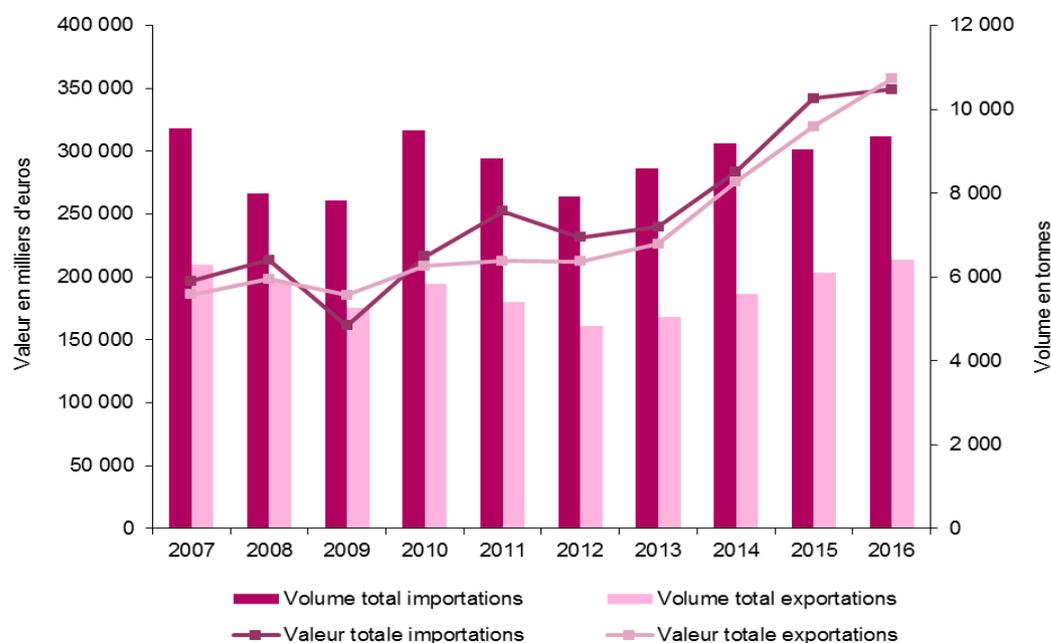
Illustration 72 : Évolution du solde en valeur et en volume des huiles essentielles brutes



Si ce résultat du commerce extérieur s'améliore, cela est dû à un dynamisme de l'activité beaucoup plus soutenue dans le domaine des exportations (+ 12 %) que des importations (+ 2 %).

Le solde des huiles essentielles brutes n'avait pas été positif depuis 2009.

Illustration 73 : Comparaison des valeurs et volumes importés et exportés



En 2016, le solde du commerce extérieur des volumes, des valeurs et des prix moyens unitaires et son évolution, comparativement à 2015, par catégorie, est présenté ci-après.

Tableau 56 : Évolution du solde du commerce extérieur par catégorie de produit

Catégorie	Année	Volume (t)	Évolution volume	Valeur (M€)	Évolution valeur	Prix moyen (€/kg)	Évolution prix moyen
Agrumes	2016	- 1 935	↗	- 32,554	↘	+ 10,20	↘
	2015	- 1 960		- 32,379		+ 11,69	
Menthes	2016	- 175	↗	- 2,827	↗	+ 6,36	↘
	2015	- 364		- 6,363		+ 8,56	
Huiles essentielles diverses	2016	- 308	↘	+ 55,170	↗	+ 13,18	↗
	2015	- 92		+ 34,286		+ 7,69	

L'amélioration du solde du commerce extérieur des huiles essentielles brutes est due presque exclusivement à la **progression notable** (+ 61 % soit + 20,884 millions d'euros) du solde des huiles essentielles diverses puisque la hausse du solde relative aux huiles essentielles de menthes ne représentent que 3,536 millions d'euros et les huiles essentielles d'agrumes sont en régression de 175 000 euros.

Il est à noter que le prix moyen des huiles essentielles diverses est en recul à l'importation et en progression à l'exportation à l'inverse des huiles essentielles d'agrumes et de menthes.

> 6.6 Ensemble des mélanges et des huiles essentielles « brutes »

Tableau 57 : Résultats globaux des mélanges et des huiles essentielles « brutes »

Année	Importations		Exportations		Solde Valeur
	Volume (t)	Valeur (milliers €)	Volume (t)	Valeur (milliers €)	
2016	96 497	2 301 906	112 148	2 144 743	- 157 163
2015	98 564	2 310 792	105 888	1 968 103	- 342 690

6.6.1 Importations

L'ensemble des produits importés régresse en 2016 d'environ 2 % en volume et de moins de 1 % en valeur, soit 96 497 tonnes pour une valeur de 2,302 milliards d'euros contre 98 564 tonnes pour une valeur de 2,311 milliards d'euros.

La baisse des volumes importés est exclusivement le fait des importations de mélanges qui représentent 90 % de l'ensemble des produits importés.

Parmi les mélanges, ceux à destination alimentaire représentent 36 % du volume global des importations et ceux à destination non alimentaire dont la parfumerie 54 %.

L'écart est moins important en ce qui concerne les valeurs puisque les mélanges à destination alimentaire représentent 42 % de la valeur globale des importations et ceux à destination non alimentaire dont la parfumerie en représentent 43 %.

Tableau 58 : Classement de nos principaux fournisseurs pour l'ensemble des produits importés

Pays d'origine	Total des produits Valeur (M€)	Total des Mélanges Valeur (M€)	Total HE Brutes Valeur (M€)
Suisse	764,404	761,338	3,066
Irlande	575,614	574,979	0,635
Allemagne	211,085	201,394	9,691
Pays-Bas	195,981	191,249	4,732
Royaume-Uni	89,010	80,201	8,809
Espagne	64,775	44,722	20,053
États-Unis	59,806	51.813	7.993
Italie	32,841	8,275	24,566
Inde	29,233	0,894	28.339
Turquie	23,758	0,860	22,898
Indonésie	21,367	0,121	21,246
Belgique - Luxembourg	20,866	6,619	14,247
Chine	20,427	1,271	19 156
Bulgarie	19,243	0,069	19,174
Maroc	18,637	1,758	16,879
Égypte	13,701	0,006	13,695
Madagascar	11,903	0	11,903
Haïti	9,417	0	9,417
Comores	9,417	0	9,417
Tunisie	9,541	0,115	9,426

La Suisse est largement en tête du classement en valeur des origines des importations françaises avec 764,404 millions d'euros. Depuis une quinzaine d'années, le trio de tête de nos fournisseurs est identique.

Par contre, les États-Unis ont rétrogradé ainsi que l'Allemagne tandis que les Pays-Bas se placent en quatrième position.

Nos deux premiers fournisseurs représentent 58 % de la valeur globale des importations, les trois premiers : 67 % et les quatre premiers : 76 %.

Les livraisons de nos cinq principaux fournisseurs sont composées quasi exclusivement de compositions alimentaires et parfumantes.

Par contre, nos cinq principaux approvisionneurs en huiles essentielles brutes sont par ordre décroissant : l'Inde, l'Italie, la Turquie, l'Indonésie et l'Espagne.

- L'Inde fournit des huiles essentielles ou oléorésines d'épices, des essences de jasmin, de bois de santal, de menthe arvensis et poivrée, de noix de muscade, de tagète, de tubéreuse, de verveine odorante, de patchouli... ;
- L'Italie, des essences de bergamote (premier producteur mondial), de camomille, de cédrat, de coriandre, d'estragon, de genêt, d'iris, de jonquille, de petit grain bergamotier et citronnier ainsi que des absolues et concrètes d'oranger et de violette... ;
- La Turquie, des absolues de jasmin, des oléorésines de styrax, des essences de feuille de laurier, d'agrumes, d'origan, de poireau, de romarin, de réglisse, de rose de Damas... ;
- L'Indonésie, des essences de baume de Gurjum, de cananga, de citronnelle, de gingembre (+ oléorésines), de giroflier, de macis, de massoïa écorce, de patchouli, d'ylang ylang, des résinoïdes de benjoin de Siam et de Sumatra... ;
- L'Espagne livre des essences de Cade pyrogénée, de ciste ladanifère, de clémentine, de cumin, de cyprès, d'eucalyptus, de fenouil amer et doux, de labdanum (+ résinoïdes), de lavande aspic, de lavandin super, de luiseri (lavande de Séville), de marjolaine sauvage, de mélisse, de menthe pouliot, d'origan, de romarin, de rue, de sauge d'Espagne et officinale, de thym, de verveine ainsi que des absolues de feuilles de figuier et d'immortelle (+ huile essentielle), des oléorésines de paprika...

Seules les huiles essentielles diverses et les compositions parfumantes enregistrent une baisse de leur prix moyen.

6.6.2 Exportations

Les exportations de l'ensemble de ces matières premières ont représenté 2,144 milliards d'euros en 2016 contre 1,968 milliard d'euros en 2015, soit une augmentation de 9 %.

En 2016, cette augmentation est le fait de l'ensemble des produits exportés :

- Compositions parfumantes : + 82 M€
- Compositions aromatiques : + 57 M€
- Huiles essentielles brutes : + 38 M€.

Par ailleurs, le prix moyen unitaire pour l'ensemble des produits est en hausse, passant de 18,59 €/kg à 19,12 €/kg alors que la majorité de ces produits voient leur prix moyen à l'exportation accusé un recul. Des compensations se sont sans aucun doute opérées entre ces produits.

Le volume global a progressé de 6 % en 2016, soit 112 148 tonnes contre 105 888 tonnes en 2015.

Les produits fournis par la France à ses principaux clients sont composés majoritairement de mélanges à l'exception de ceux à destination des États-Unis qui sont à 64 % des huiles essentielles diverses.

Tableau 59 : Classement de nos principaux clients pour l'ensemble des produits exportés

Pays de destination	Total des produits	Total des mélanges	Total HE Brutes
	Valeur (M€)	Valeur (M€)	Valeur (M€)
Allemagne	341,001	303,107	37,894
Italie	186,061	172,138	13,923
Royaume-Uni	166,903	141,639	25,264
États-Unis	151,574	50,694	100,880
Espagne	125,254	110,893	14,361
Pologne	90,648	89,647	1,001
Pays-Bas	73,403	54,630	18,773
Russie	71,714	71,548	0,166
Turquie	63,475	61,234	2,241
Suisse	55,034	31,593	23,442
Émirats arabes unis	53,549	51,172	2,377
Belgique - Luxembourg	44,890	35,523	9,368
Algérie	42,853	42,342	0,510
Japon	36,289	18,006	18,282
Inde	28,690	21,620	7,070
Irlande	25,228	22,756	2,472

Nos cinq premiers clients absorbent 45 % de la valeur de nos produits exportés, l'Allemagne représentant à elle seule 16 %.

Comme on peut le constater, nos principaux débouchés sont des pays européens.

6.6.3 Solde

Le solde du commerce extérieur de l'ensemble de ces matières premières s'établit à - 157,163 millions d'euros en 2016 contre - 342,690 millions d'euros en 2015. Il est largement déficitaire bien qu'il s'améliore de 54 % (+ 186 millions d'euros) par rapport à celui de 2015.

La progression de 9 % de nos exportations conjuguée à la régression de 1 % de nos importations en valeur engendre une amélioration du solde déficitaire.

Ce relèvement du résultat du commerce extérieur **est donc dû uniquement à un dynamisme de l'activité beaucoup plus soutenue dans le domaine des exportations que des importations** (solde du commerce extérieur en volume : + 15 651 tonnes soit une progression de 114 %).

En outre, cette progression du solde est surtout liée à l'augmentation enregistrée pour les mélanges destinés à l'industrie alimentaire aromatique qui ont amélioré leur solde (+ 103,240 millions d'euros), suivis des autres mélanges dont la parfumerie (+ 51,083 M€), des huiles essentielles diverses (+ 20,884 M€), des huiles essentielles de menthes (+ 3,536 M€). Seules les huiles essentielles d'agrumes enregistrent une dégradation de leur solde (- 0,175 M€).

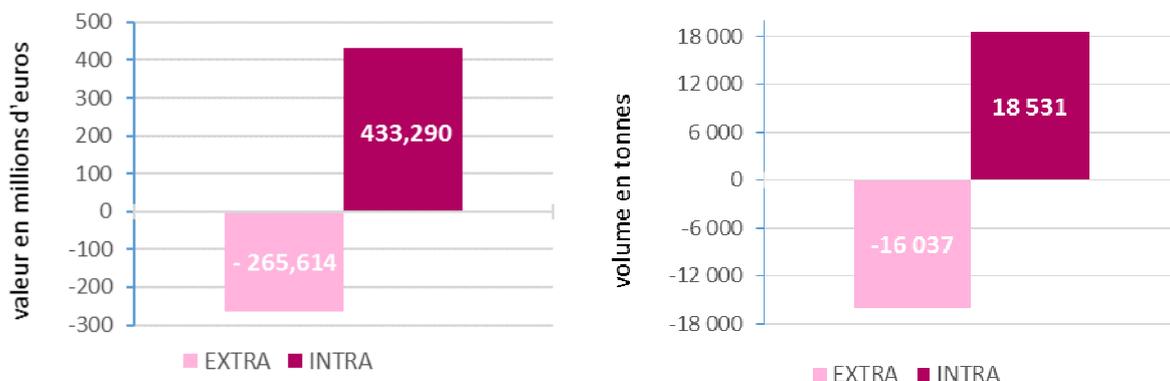
Le solde du commerce extérieur de la France est réparti comme suit pour chaque catégorie de produits :

Illustration 74 : Répartition du solde intra et extra communautaire

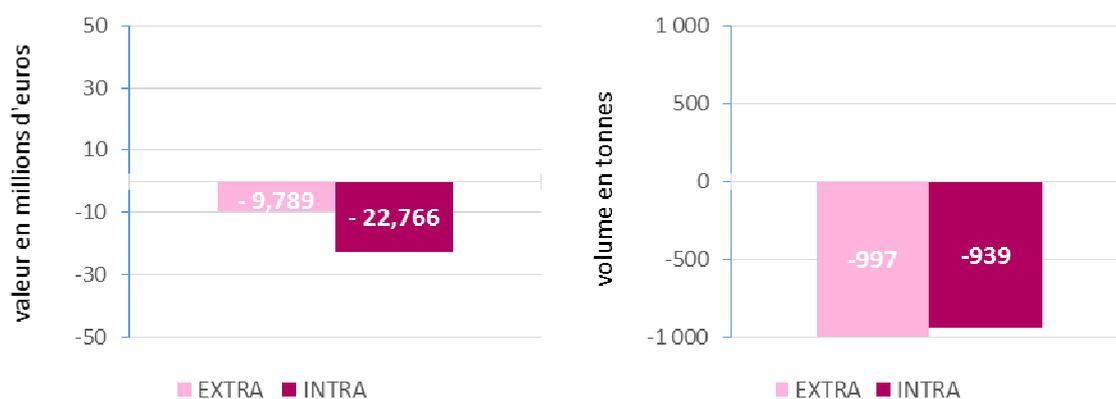
Solde des mélanges alimentaires



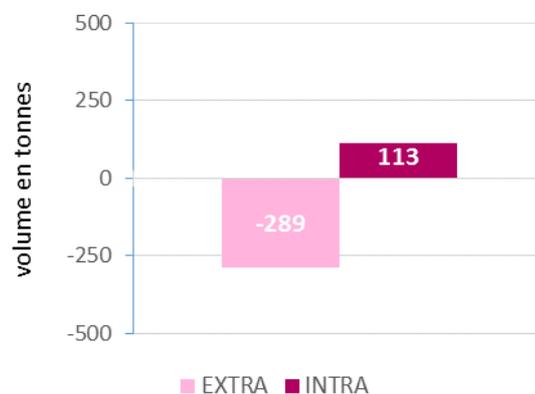
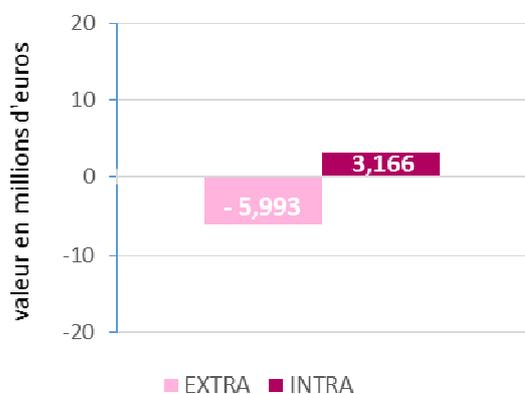
Solde des autres mélanges dont la parfumerie



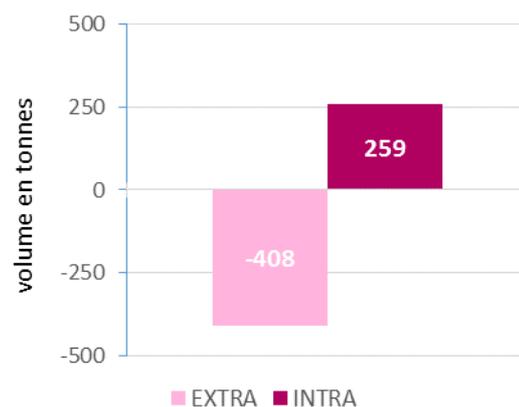
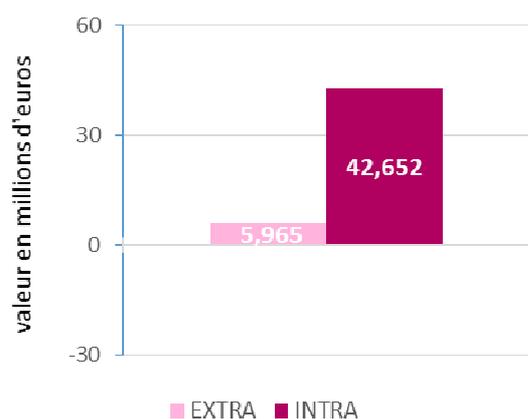
Solde des huiles essentielles d'oranges



Solde des huiles essentielles de menthes



Solde des huiles essentielles diverses



Globalement, la part de nos échanges avec les pays intra et extra-communautaires est quasiment identique. En revanche, cette situation est très contrastée selon les produits.

7. Annexes

Liste des cultures plantes à parfum, aromatiques et médicinales – nomenclature PAC 2016

Libellé de la culture	Code de la culture	Informations complémentaires à déclarer	Catégorie de surface agricole
Aneth	ANE		TA
Angélique	ANG		TA
Anis	ANI		TA
Bardane	BAR		TA
Basilic	BAS		TA
Bleuet	BLT		TA
Bugle rampant	BUR		TA
Camomille	CMM		TA
Carvi	CAV		TA
Cerfeuil	CRF		TA
Chardon Marie	CHR		TA
Ciboulette	CIB		TA
Coriandre	CRD		TA
Cumin	CUM		TA
Estragon	EST		TA
Fenouil	FNO		TA
Gaillet	GAI		TA
Lavande / Lavandin	LAV		CP
Marguerite	MIRG		TA
Marjolaine / Origan	MIRJ		TA

Libellé de la culture	Code de la culture	Informations complémentaires à déclarer	Catégorie de surface agricole
Mauve	MAV	Déclaration de la variété implantée (cf. paragraphe 2.16)	TA
Mélicise	MLI		TA
Menthe	MTH		TA
Millepertuis	MILP		TA
Oseille	OSE		TA
Pâquerette	PAQ		TA
Pensée	PSE		TA
Persil	PSL		TA
Plantain psyllium	PSY		TA
Primevère	PMV		TA
Psyllium noir de Provence	PSN		TA
Romarin	ROM		TA
Sarriette	SRI		TA
Sauge	SGE		TA
Thym	THY		TA
Valériane	VAL		TA
Véronique	VER		TA
Autre PPAM annuelle	PPA		TA
Autre PPAM pérenne *	PPP		CP

* Les autres PPAM pérennes sont les suivantes : cassis feuille, églantier, genêt des teinturiers, gentiane, ginkgo biloba, hamamelis, helichryse, jasmin, laurier, passiflore, rose, safran, sureau, tilleul, verveine, vigne rouge, violette.

Base de données des organisations de producteurs

Le premier traitement des données issues des OP a débuté en 2004. Celles-ci, relatives aux apports et ventes ont fait l'objet d'un traitement de codification et de saisie afin d'harmoniser progressivement une base de données.

Aujourd'hui, chaque produit est codifié selon un index à 6 positions :

- nom de la plante (nom vulgaire et nom botanique) ;
- qualité, variété (abrial, clonale, extra, vert broyé...) ;
- partie utilisée ou transformée (feuille, capitules, racines...) ;
- type de transformation (sec, frais, huile essentielle, hydrolat, bouquets secs...) ;
- mention (conventionnel, culture bio, cueillette...) ;
- spécialité (coupe infusette, branches, en poudre, mondée...).

Exemples :

	Nom de la plante	Qualité Variété	Partie utilisée	Type de transformation	Mention	Spécialité
	Lavande	Super	Sommité fleurie	Huile essentielle	Culture bio	-
Code	909	54	34	5	2	-
	Thym vulgaire	Chémotype thymol	Sommité	Sec	Conventionnel	Coupe herbes de Provence
Code	199	27	35	9	1	990
	Arnica des montagnes	-	Fleur	Frais	Cueillette bio	-
Code	10	-	15	3	7	-

Les données suivantes sont saisies selon chaque produit codifié :

- apports (volume, prix, prix mini, prix maxi) ;
- ventes (volume, prix, prix mini, prix maxi) ;
- volumes stock.

Liste des plantes de la base de données des OP (non exhaustive)

Plantes à parfum	Plantes aromatiques	Plantes médicinales
Cassis Bourgeons	Aneth	Absinthe
Iris racine	Anis vert	Achillée millefeuille
Jasmin	Basilic	Angélique
Lavande clonale	Carvi	Armoise
Lavande fine	Cerfeuil	Arnica
Lavandin Abrial	Ciboulette	Artichaut Feuille
Lavandin Grosso	Coriandre	Aurone
Lavandin Super	Estragon	Ballote
Lavandin Autres	Fenouil amer	Bardane
Monarde	Fenouil doux	Belladone
Oranger Bigaradier	Gentiane	Bleuet
Rose de Mai	Génépi	Bourrache
Sauge sclarée	Livèche	Calendula
Violette feuille	Marjolaine	Camomille Matricaire
	Menthe Douce	Camomille Romaine
	Menthe Poivrée	Capucine
	Origan	Cataire
	Persil	Chardon Marie
	Romarin	Chèvrefeuille
	Réglisse	Colchique
	Safran	Consoude
	Sarriette des jardins	Digitale Laineuse
	Sauge officinale	Échinacée
	Serpolet	Églantier
	Thym	Ergot de seigle
		Eschscholtzia - Pavot de Californie
		Fenugrec
		Fumeterre
		Ginseng
		Ginko Biloba
		Grindélia
		Guimauve
		Hamamélis
		Hysope
		Ispaghul-Psylium
		Jusquiame
		Marrube
		Mauve
		Millepertuis
		Mélilot
		Mélisse
		Passiflore
		Pastel
		Pensée Sauvage
		Piloselle
		Pissenlit
		Prêle
		Psylium noir Provence
		Reine des prés
		Saponaire
		Seringa
		Sureau
		Sysimbre
		Tagette
		Tanaisie
		Valériane
		Verveine
		Véronique

Lexique des termes utilisés

Allopathie

Le terme allopathie désigne la médecine classiquement employée dans les pays occidentaux. Cette façon de soigner se base sur l'administration de médicaments contenant des substances actives et destinées à contrer les troubles du fonctionnement de l'organisme. Il s'agit du mode habituel de traitement médical qui combat la maladie en utilisant des médicaments qui ont un effet opposé aux phénomènes pathologiques.

On estime que 75 % des médicaments ont une origine végétale dont aujourd'hui 25 % contiennent au moins une molécule active d'origine végétale.

Il existe plusieurs disciplines qui utilisent les plantes, éventuellement combinées entre elles.

Herboristerie

L'herboristerie correspond à la méthode de phytothérapie la plus classique et la plus ancienne. Après être tombée en désuétude, elle est de nos jours reprise en considération. L'herboristerie se sert de la plante fraîche ou séchée ; elle utilise soit la plante entière, soit une partie de celle-ci (écorce, feuille, fleur, fruit, racine). La préparation est réalisée par l'utilisateur et repose sur des méthodes simples, le plus souvent à base d'eau : décoction, infusion, macération. Ces préparations sont bues ou inhalées, appliquées sur la peau ou ajoutées à l'eau d'un bain.

Phytothérapie

La phytothérapie (ou phytothérapie pharmaceutique) utilise des produits exclusivement d'origine végétale obtenus par extraction et qui sont dilués dans de l'alcool ou un autre solvant. Ces extraits sont dosés en quantités suffisantes pour avoir une action soutenue et rapide. Ils sont présentés comme toute autre spécialité pharmaceutique sous forme de sirop, de gouttes, de suppositoires, de gélules, de lyophilisats, de nébulisats (extraits de plantes desséchées par la chaleur), etc.

Aromathérapie

L'aromathérapie est une thérapeutique qui utilise les huiles essentielles (ou essences) extraites par distillation. Ces huiles sont des produits très concentrés et complexes, à utiliser avec précaution et en respectant les doses prescrites car ils ne sont pas totalement sans danger. Les voies d'administration sont la voie percutanée (à travers la peau), la voie orale et la diffusion dans l'air.

Parfois l'aromathérapie est incluse dans la définition de l'allopathie, parfois de la phytothérapie, ou encore c'est une discipline à part entière.

La vente au public des huiles essentielles est libre, sauf pour 16 d'entre elles qui sont réservées aux pharmacies pour leur risque de toxicité (décret n° 2007-1198 du 3 août 2007). Il s'agit de la grande absinthe, petite absinthe, armoise commune, armoise blanche, armoise arborescente, thuya du Canada ou cèdre blanc et cèdre de Corée, hysope, sauge officinale, tanaisie, thuya, sassafras, sabine, rue, chénopode vermifuge, moutarde joniciforme.

Gemmothérapie

La gemmothérapie est fondée sur l'utilisation d'extraits alcooliques et glycerinés de tissus jeunes de végétaux tels que les bourgeons, jeunes pouces et les radicules. Environ 60 plantes différentes sont concernées. Les préparations sont présentées sous forme de « macérats-mères », c'est-à-dire d'extraits concentrés obtenus après macération pendant plusieurs semaines de bourgeons fraîchement cueillis et de macérats dilués au 1/10^e (D1).

Homéopathie

L'homéopathie a recours aux plantes d'une façon prépondérante, mais non exclusive : les trois quarts des 3 000 souches sont d'origine végétale, le reste étant d'origine animale et minérale. Sont utilisées les plantes fraîches en macération alcoolique. Ces alcoolats sont appelés teintures mères et c'est à partir de ces alcoolats que sont préparées les dilutions qui imbibent les granules ou qui peuvent être ingérées sous forme liquide.

Les médicaments homéopathiques bénéficient en France d'un statut officiel depuis 1965. Ils sont inscrits aux pharmacopées françaises et remboursables à hauteur de 30 % par la Sécurité sociale. Ils

font partie des médicaments les plus utilisés en automédication. La directive 92/73/CEE a admis qu'on ne pouvait pas imposer aux médicaments homéopathiques les mêmes exigences qu'aux médicaments allopathiques. Elle a institué un système d'enregistrement pour ces médicaments en dérogation à l'autorisation de mise sur le marché (AMM) avec, en contrepartie, une double contrainte : s'abstenir de la revendication d'indications thérapeutiques et éviter toute forme pharmaceutique pouvant comporter un risque pour le patient.

Phytothérapie chinoise

La phytothérapie chinoise fait partie d'un ensemble appelé « médecine traditionnelle chinoise » qui inclut l'acupuncture et la diététique chinoise. Cette phytothérapie vise à modifier « les quantités de différentes énergies ou le circuit de ces énergies dans l'organisme ».

Il existe encore d'autres phytothérapies utilisées à travers le monde, que l'on peut trouver de manière plus ou moins anecdotique en France comme l'Ayurveda, les médecines traditionnelles d'outre-mer, etc.

Compléments alimentaires

Le concept de complément alimentaire a été défini par la directive 2002/46/CE, transposée en droit français par le décret du 20 mars 2006 : « On entend par compléments alimentaires les denrées alimentaires dont le but est de compléter le régime alimentaire normal et qui constituent une source concentrée de nutriments ou d'autres substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique seuls ou combinés... ».

Les compléments alimentaires se présentent sous forme de gélules, comprimés, ampoules, sachets de poudre. Ils peuvent fournir vitamines, minéraux (calcium, magnésium...) ou oligoéléments (zinc, sélénium...), acides gras essentiels (oméga 3...), probiotiques, plantes ou extraits de plantes. Au préalable de la mise sur le marché, l'entreprise doit établir une déclaration de mise sur le marché d'un complément alimentaire, suivant le décret n° 2006-352 du 20 mars 2006).

546 plantes sont autorisées en tant que compléments alimentaires selon l'arrêté du 24 juin 2014 établissant la liste des plantes autorisées dans les compléments alimentaires et les conditions de leur emploi.

Détergents

Selon l'Insee, la fabrication de savons, détergents et produits d'entretien, regroupe :

- la fabrication d'agents de surface organiques,
- la fabrication de papier, d'ouate, de feutre, etc. enduit ou recouvert de savon ou de détergent,
- la fabrication de glycérine,
- la fabrication de savon,
- la fabrication de préparations tensioactives :
 - poudres pour lessives, sous formes solides ou liquides, et détergents,
 - préparations pour la vaisselle,
 - adoucissants pour textiles,
- la fabrication de produits d'entretien :
 - préparations pour parfumer ou désodoriser les locaux,
 - cires artificielles et cires préparées,
 - cirages et crèmes pour le cuir,
 - cires et encaustiques pour l'entretien du bois,
 - brillants pour les carrosseries, le verre et les métaux,
 - pâtes et poudres à recurer, y compris les articles en papier, ouate, feutre, etc. enduits ou recouverts de celles-ci.

Le secteur des savons, détergents et produits d'entretien utilise énormément de produits de synthèse. Les huiles essentielles sont encore utilisées, dans une moindre mesure, pour parfumer (voire désinfecter dans les produits biologiques). Les huiles essentielles utilisées dans ce domaine sont en majorité les huiles essentielles d'agrumes (citron, pamplemousse...), de lavandin (de lavande en moindre quantité) et à odeur boisée (eucalyptus radié, pin sylvestre, tea tree, laurier noble...).

Parfumerie

1ère définition : définition de l'Insee

Selon l'Insee, la fabrication de parfums et de produits pour la toilette comprend :

- la fabrication de parfums et de produits pour la toilette :
 - parfums et eaux de toilette,
 - produits de beauté ou de maquillage,
 - préparations de protection solaire et pour le bronzage,
 - préparations pour manucures et pédicures,
 - shampoings, laques pour cheveux, préparations pour l'ondulation ou le défrisage des cheveux,
 - dentifrices et produits pour l'hygiène buccale, y compris les préparations destinées à faciliter l'adhérence des dentiers,
 - préparations pour le rasage, y compris les préparations pour le pré-rasage et l'après-rasage,
 - désodorisants et sels pour le bain,
 - dépilatoires,
- la fabrication de savon cosmétique.

Cette définition est reprise par les professionnels de la parfumerie.

2ème définition : définition des professionnels de la cosmétique

Dans ce cas, la parfumerie désigne l'ensemble de produits de toilette à base de parfum, le parfum étant un produit odorant pour parfumer le corps, composé d'un mélange de produits aromatiques (concentré) et d'alcool éthylique, qui sert de support et d'amplificateur à l'odeur.

Cette définition est reprise par les professionnels de la cosmétique.

Selon les sources, les chiffres se rapportent à la première ou à la deuxième définition.

Cosmétique

La définition utilisée notamment par la Febea et Cosmed est basée sur le Code de la Santé publique, article L.5131- 1. Le terme « cosmétique » désigne tout produit destiné à être mis en contact avec les parties superficielles du corps humain (épiderme, systèmes pileux et capillaire, ongles, lèvres, organes génitaux externes, dents), en vue de les nettoyer, de les parfumer, d'en modifier l'aspect, de les protéger, de les maintenir en bon état ou de corriger les odeurs corporelles. Cette définition recouvre de très nombreux produits de la vie quotidienne tels que :

- la parfumerie (au sens strict) : parfums, eaux de toilette, eaux de Cologne...
- les produits de toilette : savons, gels douche, déodorants, dentifrices...
- les produits capillaires : shampoings, laques, gels, mousses coiffantes, colorations...
- les produits cosmétiques : maquillage, crèmes de soins, pour bébés, crèmes solaires...

Produits phytosanitaires

Les produits phytosanitaires sont les produits utilisés pour traiter les végétaux, par exemple contre des maladies ou des insectes. Ce sont des antiseptiques, herbicides, insecticides, certains engrais, etc. Les produits phytosanitaires font partie de la famille des pesticides, elle-même englobée dans la famille des biocides.

Biocides

Les biocides sont des substances ou des préparations destinées à détruire, repousser ou rendre inoffensifs les organismes nuisibles, à en prévenir l'action ou à les combattre de toute autre manière, par une action chimique ou biologique. Ces produits de la vie courante regroupent les désinfectants ménagers, les insecticides et les autres produits visant à éliminer, détruire ou repousser des organismes jugés nuisibles (champignons, bactéries, virus). La substance active présente dans le produit biocide peut être un composé chimique ou être issue d'un micro-organisme exerçant son action biocide sur ou contre les organismes nuisibles.

