

Décembre 2020

**Tableau de bord du suivi des exportations et des résultats à l'export  
des filières agricoles et agroalimentaires,  
du bois et dérivés, du biodiésel, du machinisme agricole et agroalimentaire  
et des engrais et produits phytosanitaires**

**Analyse sur la période juillet – juin 2019/20 par rapport à 2018/19**

Les produits agricoles et agroalimentaires constituent le troisième poste d'excédent commercial de notre pays avec 7,1 Md€ sur la période juillet – juin 2019/20, après les secteurs « Aéronautique et spatial » (31 Md€) et « Chimie, parfums, cosmétique » (15 Md€) mais devant le secteur « Pharmacie » (6 Md€). La période de 12 mois couverte dans cette édition du Tableau de bord est marquée dans son dernier tiers par les conséquences de la crise Covid-19 et des mesures de confinement décidées en France, à partir du mois de mars 2020, mais aussi dans de nombreux autres pays. Pour le secteur agroalimentaire, la fermeture partielle ou totale du circuit de restauration hors domicile partout dans le monde au cours du premier semestre 2020 a particulièrement impacté certaines filières, comme la filière vitivinicole déjà affectée par la mise en place de taxes additionnelles par les Etats-Unis dans le cadre du panel Airbus/Boeing.

<b>1) Analyse d'ensemble</b>	<b>2</b>
<i>1.1 Produits agricoles et agroalimentaires</i>	2
<i>1.2 Bois et dérivés et biodiésel</i>	3
<i>1.3 Machinisme agricole et agroalimentaire et engrais et produits phytosanitaires</i>	3
<b>2) Analyse par zones géographiques</b>	<b>4</b>
<b>3) Analyse par filières</b>	<b>4</b>
<i>Vins et spiritueux</i>	5
<i>Produits d'épicerie</i>	6
<i>Céréales</i>	6
<i>Produits laitiers</i>	7
<i>Fruits et légumes</i>	8
<i>Viandes et produits carnés</i>	8
<i>Animaux vivants</i>	9
<i>Oléagineux</i>	9
<i>Pêche et aquaculture</i>	10
<i>Autres produits agricoles et agroalimentaires : Semences et plants</i>	11

# 1) Analyse d'ensemble

(Pages 5 à 10 du Tableau de bord)

## 1.1 Produits agricoles et agroalimentaires

### Faits marquants :

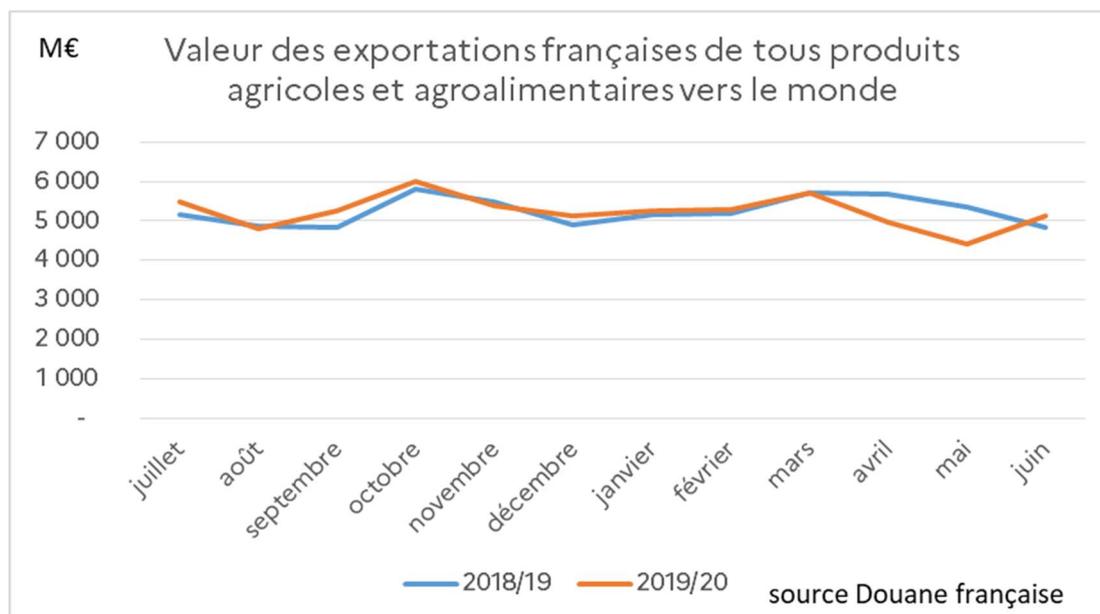
Stabilité de la valeur de nos exportations sur la période de juillet 2019 à juin 2020 par rapport à la précédente période de douze mois en dépit de la situation sanitaire du premier semestre de 2020, mais légère érosion de notre part de marché dans les exportations mondiales. Stabilité du solde positif de nos échanges de produits agricoles et agroalimentaires avec les pays tiers mais aggravation du déficit avec les pays de l'Union européenne à 28 due à une légère baisse de nos exportations. Baisse de la valeur des échanges en période de confinement (avril et mai 2020) plus marquée en France que dans le reste de l'Union européenne ou au niveau international.

Sur la période de juillet 2019 à juin 2020, les exportations françaises de produits agricoles et alimentaires ont baissé légèrement (-0,5%) par rapport à la période de douze mois précédente pour s'établir à 62,8 Md€.

La part de l'Union européenne (à 28 membres) dans les exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires se maintient à 62 % mais la valeur de ces exportations baisse de 1,4 % par rapport à la période 2018/19, pour descendre à 38,7 Md€. On note un recul de près de 7% de la valeur de nos exportations vers le Royaume-Uni, ce qui a un impact non négligeable sur la valeur totale de nos exportations car le Royaume-Uni a représenté près de 9% de nos débouchés sur la période juillet – juin 2019/20. En revanche, la valeur des exportations vers les pays tiers est de 24,1 Md€, en hausse de 1,2 %

Dans un contexte marqué par des mesures de confinement partout dans le monde au premier semestre 2020, la France s'est maintenue au 6<sup>ème</sup> rang des exportateurs au niveau mondial, mais avec une part de marché de 4,6 %, en baisse de 0,2 point.

La situation sanitaire particulière de 2020 n'a entraîné une baisse significative de la valeur des exportations françaises que sur les mois d'avril et mai comme le montre le graphique suivant :



Ainsi, la quasi stabilité de la valeur des exportations françaises sur la période de juillet 2019 à juin 2020 est la résultante d'une baisse de 15% au cours des mois d'avril et de mai, aussi bien vers l'Union européenne que les pays tiers, et d'une hausse de 3% le reste de la période, principalement vers les pays-tiers mais très peu vers l'Union européenne.

Du côté des importations dont la valeur a très légèrement augmenté (+0,2%) par rapport à la période 2018/19, la baisse pendant les mois d'avril et mai 2020 est de l'ordre de 10% seulement (baisse de 11% en provenance de l'Union européenne et de 8% en provenance des pays tiers). Au cours du reste de la période, on constate comme pour les exportations une légère hausse de l'ordre de 2%.

Il faut noter cependant que cette baisse de la valeur des échanges observée en avril et mai 2020 (période de confinement) par rapport à la même période de 2019 a été plus marquée en France que dans l'Union européenne où les exportations n'ont reculé que de 5% (contre 15% en France) et les importations de 4% (contre 10% en France). De même, la valeur des échanges mondiaux de produits agricoles et agroalimentaires n'a diminué que de 3% en avril/mai 2020 par rapport à avril/mai 2019. Cette baisse passagère n'a pas inversé la tendance à la hausse de la valeur des échanges mondiaux qui a atteint 3% sur la période juillet-juin 2019/20 par rapport à juillet-juin 2018/19.

La balance commerciale de la France reste donc largement excédentaire de 7,0 Md€, mais en baisse de 5 % par rapport à la précédente période de douze mois. Ce solde se décompose en un excédent de 8,0 Md€ avec les marchés pays tiers, stable par rapport à la période précédente, et un déficit de 1,0 Md€ avec les marchés UE, en hausse de 50 % par rapport à la période précédente. Etant donné que le solde de la valeur de nos échanges avec le Royaume-Uni est largement positif, il faut s'attendre à ce que notre déficit vis-à-vis de l'Union européenne à 27 soit encore plus important que celui vis-à-vis de l'Union européenne à 28.

L'accroissement du déficit vis-à-vis des autres pays de l'Union européenne est dû au fait que, pendant la période de confinement, les exportations françaises vers les pays de l'Union européenne ont été plus ralenties (-14%) que ne l'ont été les importations en provenance des pays de l'Union européenne (-11%).

Les exportations de produits bruts atteignent 15,8 Md€, en hausse de 5 % par rapport à la période précédente (- 2 % vers l'UE mais + 23 % vers les pays tiers). Les exportations de produits transformés (y compris vins et spiritueux) se sont élevées à 47,0 Md€, en baisse de 2 % par rapport à la période précédente (- 1 % vers l'UE et + 1 % vers les pays tiers). Ces résultats font reculer la France au 9<sup>ème</sup> rang pour les exportations de produits bruts au lieu du 8<sup>ème</sup> rang, derrière les Etats-Unis, le Brésil, les Pays-Bas, la Chine, l'Espagne, le Canada, l'Inde et le Mexique. En revanche, la France se maintient au 4<sup>ème</sup> rang pour les exportations de produits transformés, derrière les Etats-Unis, l'Allemagne et les Pays-Bas.

## 1.2 Bois et dérivés, biodiésel

En incluant le bois et dérivés et le biodiésel, les exportations agricoles et agroalimentaires de la France atteignent 72,1 Md€, en baisse de 2 % par rapport à la période précédente.

La France est :

- le 14<sup>ème</sup> exportateur (8,8 Md€, en baisse de 11 %) de bois et dérivés avec 2,6 % de parts de marché, en baisse de 0,1 point, et un solde commercial de -6,6 Md€ ;
- le 7<sup>ème</sup> exportateur (0,5 Md€, en hausse de 1 %) de biodiésel avec 3,7 % de parts de marché en baisse de 0,6 point et un solde commercial est de -0,5 Md€.

## 1.3 Machinisme agricole et agroalimentaire, engrais et produits phytosanitaires

La France est :

- le 7<sup>ème</sup> exportateur de machinisme agricole et agroalimentaire avec 4,6 % de part de marché en baisse de 0,2 point et un solde commercial de -1,8 Md€ ;
- le 6<sup>ème</sup> exportateur d'engrais et produits phytosanitaires avec 5,1 % de part de marché en hausse de 0,3 point et un solde commercial de 0,4 Md€.

## 2) Analyse par zones géographiques

(Pages 11 à 14 du Tableau de bord)

Sur la période de juillet 2019 à juin 2020, les quatre premiers clients de la France étaient l'Allemagne (8,2 Md€ d'exportations, -3 % par rapport à la période précédente), la Belgique (7,5 Md€, -3%), l'Italie (6,2 Md€, -5%) et l'Espagne (6,1 Md€, -3%), représentant près de 40 % des exportations françaises en incluant le bois et dérivés et le biodiésel.

Le Royaume-Uni qui a quitté l'Union Européenne le 31 janvier 2020, est le cinquième client de la France (5,8 Md€, -8%).

Les principaux marchés extérieurs à l'Union européenne sont l'Amérique du Nord (5,9 Md€, avec les États-Unis 5,1 Md€ en repli de -6%), l'Afrique du Nord (2,8 Md€, avec l'Algérie 1,7 Md€, +2% qui est de loin notre premier client pour le blé), la Chine (3,1 Md€, +19%), la Suisse (2,2 Md€, +2%), l'Afrique subsaharienne (1,8 Md€), le Moyen-Orient (1,4 Md€), le Japon (1,3 Md€, -2%) et Singapour (0,9 Md€, -7%).

## 3) Analyse par filières

(Pages 15 à 33 du Tableau de bord)

### *Faits marquants*

*Forte baisse de la valeur de nos exportations de vins et spiritueux (- 8%), en particulier vers les pays-tiers, entraînant une réduction de 10% de notre solde commercial.*

*Forte baisse de la valeur des exportations (-8%) pour la filière pêche et aquaculture, principalement pour les produits de la pêche fraîche et de l'ostréiculture.*

*Nette reprise des exportations de céréales suite à une très bonne campagne 2019/20, en particulier vers les pays tiers y compris en période de confinement.*

*Renforcement de notre solde commercial positif pour les produits laitiers.*

*Déficit commercial aggravé pour la filière fruits et légumes suite à la hausse de 5% de la valeur de nos importations qui n'ont pas été ralenties par le confinement.*

Sur la période juillet-juin 2019/20, la France est :

- le 1<sup>er</sup> exportateur mondial (14,2 Md€, en baisse de 8 %) de vins et spiritueux avec 17,7 % de part de marché, en baisse de 0,8 point. Le solde commercial est + 11,0 Md€ ;
- le 7<sup>ème</sup> exportateur (9,2 Md€, en baisse de 1 %) de produits d'épicerie avec 4,4 % de part de marché, en baisse de 0,2 point. Le solde commercial est de -3,9 Md€ ;
- le 5<sup>ème</sup> exportateur (7,8 Md€, en hausse de 9 %) de céréales avec 7,1 % de part de marché, en hausse de 0,3 point. Le solde commercial est de + 6,3 Md€ ;
- le 4<sup>ème</sup> exportateur (7,7 Md€, en hausse de 3 %) de lait et produits laitiers avec 8,4 % de part de marché, stable. Le solde commercial est de + 3,8 Md€ ;
- le 12<sup>ème</sup> exportateur (4,8 Md€, en hausse de 1 %) de fruits et légumes avec 2,3 % de part de marché, en baisse de 0,1 point et avec un recul de deux places au niveau international. Le solde commercial est de -6,2 Md€ ;
- le 11<sup>ème</sup> exportateur (4,4 Md€, en hausse de 4 %) de viande et produits carnés avec 2,8 % de part de marché, en baisse de 0,1 point et avec un recul d'une place au niveau international. Le solde commercial est de -1,3 Md€ ;
- le 2<sup>ème</sup> exportateur (2,3 Md€, stable) d'animaux vivants et de génétique animale avec 10,5 % de part de marché, en baisse de 0,5 point. La France cède de justesse en 2019/20 sa place de leader international aux Pays-Bas mais il faut noter qu'il s'agit pour moitié de réexportations dans le cas de ce pays. Le solde commercial est de +1,9 Md€ ;

- le 12<sup>ème</sup> exportateur (1,9 Md€, en hausse de 3 %) d'oléagineux avec 1,3 % de part de marché, en baisse de 0,1 point. Le solde commercial est de -1,4 Md€ ;
- le 23<sup>ème</sup> exportateur (1,4 Md€, en baisse de 8 %) de produits de la pêche et d'aquaculture, avec 1,2 % de part de marché, en baisse de 0,1 point. Le solde commercial est de -4,3 Md€ ;
- le 4<sup>ème</sup> exportateur (1,0 Md€, en baisse de 10 %) de sucre<sup>1</sup> avec 4,3 % de part de marché, en baisse de 0,9 point. Le solde commercial est de +0,6 Md€ ;
- le 5<sup>ème</sup> exportateur (8,2 Md€, en hausse de 1 %) d'autres produits agricoles et agroalimentaires avec 4,3 % de part de marché, stable. Le solde commercial est de +0,5 Md€. A noter le poste « Semences et plants » avec des exportations à hauteur de 1,9 Md€, en hausse de 12 %, et un solde commercial de 1,0 Md€.

L'évolution des performances de la France par rapport à ses principaux compétiteurs européens vers les marchés européens et des pays tiers est analysée filière par filière dans les pages suivantes en insistant particulièrement sur les raisons de nos gains ou de nos pertes de parts de marché par rapport à notre premier concurrent européen sur nos principaux marchés. Etant donné que l'analyse de la filière sucre se fait selon l'année commerciale octobre/septembre, les performances à l'export de cette filière n'ont pas été analysées dans cette édition du tableau du bord.

### Vins et spiritueux

Avec 14,2 Md€ de chiffre d'affaires, les exportations françaises de vins et spiritueux connaissent un net repli (- 8 %) sur la période juillet-juin 2019/20, par rapport à la période précédente, quand dans le même temps, les importations ne reculent que de 3 % (3,2 Md€). En conséquence, bien que la France conserve sa 1<sup>ère</sup> place dans les exportations mondiales de vins et spiritueux, sa balance commerciale se contracte (- 9 %), à 11 Md€. Après 10 ans de croissance continue, ce recul est historique. La pandémie mondiale de Covid19 explique une grande partie des pertes par la mise en place de mesures de confinement et la fermeture des circuits CHR (cafés, hôtels et restaurants). La consommation de boissons alcoolisées s'est réduite dans la plupart des pays du monde entraînant une baisse des échanges mondiaux, conduisant à un renforcement de la concurrence entre pays producteurs. Toutefois, les exportations de la France semblent davantage affectées que la plupart de ses concurrents européens, affichant ainsi une part de marché à 17,7 %, en baisse principalement au profit de l'Italie, des Etats-Unis et du Mexique.

La France domine toujours les exportations mondiales de vins et spiritueux : les vins tranquilles AOP bouteilles, le Cognac et le Champagne, produits à forte valeur ajoutée, représentent à eux trois 69 % du chiffre d'affaires global. Or ces produits, davantage consommés hors du domicile, ont été particulièrement touchés par la crise sanitaire, les consommateurs étant également plus vigilants sur les prix de leurs achats et s'orientant vers les produits de première nécessité, dont les boissons alcoolisées ne font pas partie. Par conséquent les pertes pour ces 3 catégories sur les 5 principaux marchés-clients de la France (États-Unis, Royaume-Uni, Allemagne, Chine et Singapour) expliquent 92 % du repli du chiffre d'affaires par rapport à juillet-juin 2018/19.

Mais, au-delà des seuls effets de la crise sanitaire, la compétitivité de la France est fragilisée plus généralement par le contexte économique et politique mondial : le chiffre d'affaires des exportations françaises accuse une forte baisse vers les pays tiers (- 10 %), en particulier vers les États-Unis (- 7 %), son premier marché client. Depuis le 18 octobre 2019, les États-Unis imposent des tarifs douaniers additionnels sur les exportations françaises de vin tranquille en bouteille < 14°, à hauteur de 25 %, *ad valorem*. Ces taxes ont nettement pénalisé les vins français sur la période, au profit des exportations des vins italiens, leurs principaux concurrents, qui n'y sont pas soumis. Mais, c'est vers la Chine et Singapour (respectivement 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> marché-client) que le recul du chiffre d'affaires des exportations françaises est le plus net (- 21 % et - 18 %), au profit du Royaume-Uni. Là encore, les vins AOP de Bordeaux et le Cognac sont responsables de la majorité des pertes quand les whiskies britanniques se portent bien en Chine et ont mieux résisté à Singapour. L'avantage compétitif des vins australiens, chiliens et néozélandais bénéficiant de droits de douanes nuls en Chine, pénalise les

1 Les données douanières de l'Australie relatives au sucre ne sont pas disponibles, les calculs de parts de marché et de rangs sont réalisés sans les données d'exportation australiennes. D'après l'International Sugar Organization (ISO), l'Australie est le 4<sup>ème</sup> exportateur en volume mondial, la France le 5<sup>ème</sup>.

exportations françaises de vin d'autant plus dans le contexte de ralentissement de la croissance économique sur le marché chinois.

Les pertes de chiffres d'affaires sont moins marquées vers les pays de l'UE28 (-5 %). Néanmoins, l'Italie ravit également des parts de marché à la France sur ses 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> débouchés : le Royaume-Uni et l'Allemagne. Les exportations françaises de vins de Bordeaux mais aussi de Cognac ont le plus souffert, quand dans le même temps, les IGP italiennes se portent bien. Les prévisions d'un hard Brexit au premier semestre 2019 ont également entraîné la constitution de stocks par les opérateurs au Royaume-Uni sur les produits les plus valorisés. Enfin, la France a également perdu des parts de marché vers la Belgique, au profit des Pays-Bas, avec des pertes concentrées essentiellement sur les vins tranquilles en bouteille. Cette évolution peut s'expliquer par le développement aux Pays-Bas d'une forte activité de mise en bouteille de vins d'importation. Malgré ce constat morose, les parts de marché de la France se sont développées sur certaines destinations : le Japon ou encore les Pays-Bas.

### **Produits d'épicerie**

Septième exportateur mondial de produits d'épicerie avec 9,2 Md€ (dont 2,0 Md€ de produits de la boulangerie/pâtisserie, 1,4 Md€ d'eau minérale, 1,1 Md€ de café et 1,1 Md€ de chocolat), en baisse de 1 % par rapport à 2018/19, la France a moins contribué que les autres pays à la croissance des échanges de ce secteur. En effet, la valeur des exportations de produits d'épicerie a augmenté de 3 % pour l'Union européenne et de 3 % également au niveau mondial entre 2018/19 et 2019/20. Ainsi, la France a rétrogradé d'un rang au niveau international au profit de la Chine et a perdu 0,1 point de part du marché mondial, principalement vers l'Union européenne.

Vers l'Union européenne, la France a perdu des parts de marché vers la Belgique, son premier client, par rapport aux Pays-Bas à cause d'un recul des ventes de produits de la boulangerie, de sodas et d'eaux minérales tandis que les ventes des Pays-Bas ont progressé sur ces mêmes produits. La France a également perdu des parts de marché vers l'Allemagne au bénéfice des Pays-Bas à cause d'un repli de ses exportations de chocolat et d'eaux minérales, en dépit d'une bonne performance sur les sodas. En revanche, la France a gagné des parts de marché vers le Royaume-Uni aux dépens de l'Allemagne grâce à une forte hausse des exportations de café et de chocolat.

En dépit de la progression de ses exportations de confitures, la France perd des parts de marché par rapport à l'Italie vers les Etats-Unis, principalement sur les produits de la boulangerie et les condiments, tandis que l'Italie y a fortement accru ses ventes de pâtes alimentaires. Les performances de la France vers la Suisse ont été meilleures en 2019/20 que celles de l'Allemagne grâce à une hausse de nos exportations de produits de la boulangerie/pâtisserie, de beurre de cacao et de condiments. La perte de part de marché de la France vers le Japon au profit de l'Italie est toujours due principalement à la forte croissance des ventes de pâtes alimentaires italiennes, mais aussi à notre effacement par rapport à l'Italie sur d'autres produits comme la boulangerie, les eaux minérales et les condiments.

### **Céréales**

La campagne céréalière 2019/20 est marquée par une production record de céréales à paille en France (blé tendre et orges notamment, respectivement 39,5 Mt et 13,7 Mt). Ainsi, les exportations totales de céréales enregistrent une progression de +9 % en valeur et de +16 % en volume par rapport à la campagne précédente. Contrairement à ce qui s'est passé pour les autres filières, les exportations de céréales ont été très peu impactées par le confinement. Au contraire, les exportations de céréales vers les pays-tiers se sont même envolées en avril, mai et juin 2020 par rapport aux mêmes mois de 2019 avec une augmentation de l'ordre de 50% sur cette période. Les importations de céréales sont stables en valeur (à 1,5 Md€), ce qui induit une hausse du solde positif de la balance commerciale de +11 % à 6,3 Md€.

Avec 673 000 tonnes de maïs importées (principalement d'Union européenne), la France enregistre une baisse de ses importations en 2019/20, en régression de 24 % en volume d'une campagne sur l'autre. Cette évolution est due principalement à la baisse des achats de maïs importé par les fabricants d'aliments du bétail. Ceci s'explique essentiellement par le fait que, suite à une récolte française record de céréales à paille leur ayant conféré une bonne compétitivité prix par rapport au maïs, ces dernières ont été largement incorporées par les fabricants d'aliments du bétail réduisant

d'autant leurs besoins en maïs. De plus, au regard de la bonne compétitivité prix du maïs français par rapport au maïs importé pendant la quasi-totalité de la campagne, les fabricants d'aliments du bétail se sont approvisionnés sur le marché domestique et ont moins eu recours à des importations.

En fin de campagne, la baisse des cours mondiaux du maïs, faute de transformation en éthanol aux États-Unis, est intervenue trop tard pour significativement changer les formulations des fabricants d'aliments du bétail français. Notons que le mécanisme de droits additionnels qui a été automatiquement déclenché en mai 2020 (il ne l'avait jamais été depuis 2003 du fait d'un niveau de déclenchement très bas) suite à une période prolongée de cours bas du maïs étatsunien n'a eu qu'un impact très limité sur le marché français puisque structurellement, moins de 10 % du maïs importé en France est d'origine pays tiers.

La campagne d'exportations française 2019/20 est marquée par la forte compétitivité du blé tendre, et dans une moindre mesure des orges françaises, sur la scène internationale, ce malgré une année commerciale multipliant les difficultés logistiques (grèves de l'hiver 2019/20 et confinement lié à la crise sanitaire de la Covid-19). Forte d'une production historique de céréales à paille, l'origine France s'est illustrée à l'international, regagnant des parts de marché sur des destinations historiques (notamment Afrique de l'Ouest), voire pénétrant des marchés sur lesquels elle était peu présente voire absente depuis plusieurs années, comme la Chine, le Mexique, les Philippines, les îles Marshall, le Monténégro ou la Libye. On note également une parité €/ \$ faible pendant une large partie de la campagne qui a également conféré aux origines UE un avantage compétitif. L'un des marqueurs le plus fort de cette compétitivité est l'importance des exportations de blé tendre vers l'Égypte, destination habituellement presque inaccessible pour la France, faute de compétitivité face aux origines mer Noire. Le Maroc a également été un client important de la France au cours de cette campagne suite à une sécheresse importante ayant impacté les récoltes du pays. Enfin, la Chine, au centre de plusieurs conflits commerciaux, notamment avec le Canada, les États-Unis et l'Australie a également été très présente au cours de la campagne 2019/20 avec 604 M€ importés depuis la France contre 165 M€ l'année précédente. Finalement, les exportations françaises de céréales à destination des pays-tiers s'affichent à 3,8 Md€, en progression en valeur de 31 % par rapport à la campagne précédente et de 41 % en volume. Les échanges vers l'Union européenne depuis la France s'affichent en retrait en valeur par rapport à la campagne 2018/19 (- 7 %) mais restent stables en volume. La France enregistre un léger retrait de ses échanges en valeur sur les pays du nord de l'Europe (notamment Belgique et Pays-Bas), du fait d'une bonne compétitivité des céréales roumaines et allemandes sur ces destinations. Elle regagne en revanche des parts de marché en Espagne suite à une sécheresse importante sur le pays ayant impacté les récoltes.

Enfin, nous noterons que la crise sanitaire mondiale a eu un impact non négligeable sur les décisions d'achat des pays structurellement importateurs tels que l'Algérie, le Maroc et l'Égypte au cours du dernier trimestre de la campagne. Ces derniers ont en effet procédé à des achats de précaution, voire ont procédé à des reconstitutions de stocks stratégiques.

## **Produits laitiers**

En cumul sur la période de juillet 2019 à juin 2020, les exportations françaises de produits laitiers d'un montant de 7,7 Md€ ont progressé en valeur de 3 %, malgré un repli de 1 % sur les fromages.

La France a gagné des parts de marché vers ses principaux clients de l'Union européenne. Ses exportations ont progressé de 10 % vers l'Allemagne, soutenues par les ventes de fromages (+ 10 %) qui représentent 77 % du total des exportations de produits laitiers en valeur. Les ventes de poudre grasse et de lactosérum, respectivement 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> postes d'exportation vers l'Allemagne, ont aussi augmenté de 20 % et 14 %. La France a également amélioré ses expéditions (+ 6 %) et sa part de marché vers la Belgique, là encore grâce à un renforcement des ventes de fromages (+ 5 %), qui comptent pour 56 % du total en valeur. Les ventes de yaourts et laits fermentés ont enregistré une décroissance en valeur (- 10 %), compensée toutefois par un regain sur les matières grasses solides (code douane 1405 : beurre et beurre concentré ou *butteroil*) et la poudre de lait écrémé. Vers ces deux destinations, la France a repris des parts de marché aux Pays-Bas, qui est leur premier fournisseur. Les Pays-Bas n'ont accru leurs exportations que de 5 % vers l'Allemagne, mais ont toujours une part de marché deux fois supérieure à celle de la France ; vers la Belgique, ils ont réduit leurs exportations de 12 % (notamment sur le lait liquide et les matières grasses solides).

La France et l'Irlande ont vu leurs exportations de produits laitiers reculer de façon équivalente vers le Royaume-Uni ; la France n'a donc pas perdu de parts de marché vers le Royaume-Uni par rapport à l'Irlande, qui y est son premier concurrent. Pour la France, ce repli est lié à la baisse de 7 % des ventes de fromages, atténuée par un développement des exportations de yaourts et laits fermentés (+ 2 %) et de poudre grasse (+ 4 %). L'Irlande a en revanche accru ses ventes de fromages, mais ralenti celles de matières grasses solides et de poudres infantiles.

La France a surtout perdu des parts de marché vers ses principaux clients pays tiers, et en premier lieu vers la Chine, même si la France a augmenté de 5 % la valeur de ses exportations de produits laitiers vers ce pays : les ventes ont été soutenues par la poudre infantile (+ 4 %) et dans une moindre mesure la poudre de lait écrémé, les matières grasses solides et les fromages. Néanmoins, en parallèle, les Pays-Bas ont enregistré une hausse de plus de 7 % de leurs expéditions vers la Chine, renforçant ainsi leur part de marché au détriment de la France. L'Irlande a renforcé sa position sur le marché étatsunien ainsi que la Belgique sur le marché algérien, toutes deux aux dépens de la France (- 2 % vers les Etats-Unis, 0 % vers l'Algérie).

### **Fruits et légumes**

Avec 4,8 Md€ (dont 550 millions d'€ de pommes de terre), la France a connu une légère croissance de ses exportations durant la période juillet 2019 à juin 2020 par rapport à la même période 2018/19. L'Union européenne représente plus de 80 % de ses exportations, aussi bien en volume qu'en valeur. Mais cette augmentation globale des exportations françaises de fruits et légumes en valeur masque une disparité importante entre produits. Ainsi, la pomme de terre fraîche (dont la France est le premier exportateur mondial) a vu ses exportations diminuer de 15 % en valeur, en raison d'une moins bonne valorisation, car les volumes exportés (2,2 millions de tonnes), eux, sont en hausse.

La pomme de table, premier produit exporté par la France (tant en volume qu'en valeur, au sein des fruits et légumes frais hors pomme de terre) a vu ses volumes exportés en augmentation (+ 11 %). En particulier, les exportations de la France ont progressé à destination du Royaume-Uni et de l'Espagne, ses premiers pays clients. Cette hausse est due à un marché européen moins tendu avec une offre globale en baisse par rapport à 2018. En effet, en 2018, la Pologne avait bénéficié d'une récolte record et plus de 4 millions de tonnes de pommes étaient venues perturber tous les marchés européens. Ainsi, si les exportations de la campagne juillet-juin 2019/20 sont bien meilleures que lors de la campagne précédente, elles demeurent inférieures à la moyenne quinquennale.

Egalement, pour l'ensemble des fruits et légumes frais (hors pomme de terre), la France a connu une croissance de ses exportations (+ 14 % en valeur) vers son premier client parmi les pays tiers : la Suisse (loin devant le second, les Etats-Unis). Cette bonne dynamique est principalement liée aux exports d'agrumes, de tomates et de fruits d'été (pêche, cerise, abricot, ...). Mais il faut toutefois préciser qu'il s'agit majoritairement (et même totalement pour les agrumes) de produits en transit (venant notamment d'Espagne ou du Maroc). Parmi ces produits, seules les exportations d'abricot sont essentiellement composées de produits français. Par ailleurs, cette bonne performance vers le marché suisse est essentiellement due à une meilleure valorisation des produits même si les volumes sont également en hausse (+ 5%).

### **Viandes et produits carnés**

La filière française viandes et produits carnés connaît, comme dans les autres pays européens, un recul de sa part de marché au niveau mondial. Cependant, les exportations ont progressé de 4 % (à 4,4 Md€), ce qui, conjugué à une baisse de 8 % des importations, améliore le solde commercial des viandes de 16 % en le ramenant à - 1,3 Md€.

Sur les pays tiers, les exportations de viandes sont en forte croissance vers l'Extrême Orient du fait de l'extension de la peste porcine africaine (PPA) dans ces pays et du déficit en produits carnés qui en découle. Vers la Chine, cette évolution porte pour l'essentiel sur la viande de porc (393 M€ exportés, + 84 % en 2019/2020 par rapport à 2018/2019). La viande de bœuf connaît également une forte progression mais à un niveau encore faible. Les exportations de produits carnés vers la Chine, longtemps constitués en majorité d'abats, comprennent par ailleurs une part de plus en plus importante de viandes. Vers Hong-Kong, les ventes de porc progressent également (+ 55 %) mais celles de poulet sont reparties à la baisse (- 4 %). Vers le Japon, les exports de canard (+ 5 %) restent de petits débouchés mais sur un marché créateur de valeur. En revanche, nos exportations de viande

de porc y sont en fort recul, au bénéfice du Brésil. En ce qui concerne le Proche et le Moyen Orient, les exportations françaises de poulet limitent leur recul : alors qu'elles étaient en baisse de 19 % vers l'Arabie Saoudite et de 8 % vers les Emirats Arabes Unis en 2018/19, la baisse enregistrée n'est que de 10 % vers l'Arabie Saoudite et 21 % vers les Émirats. Sur ces marchés, la France fait en effet face à la concurrence acérée du Brésil et de l'Ukraine, et au développement de la production de l'Arabie Saoudite. Les exportations de viande bovine vers Israël et vers l'Afrique diminuent de 10 %, et vers l'Afrique subsaharienne, les expéditions de volailles sont en baisse de 7 %.

En ce qui concerne les exportations vers l'Union européenne, les volumes sont généralement en retrait à l'exception du porc (+ 14%). Vers l'Italie, après des années très favorables, les envois de viande bovine reculent de 4 %, limités par la baisse du tourisme liée à la crise sanitaire. Les exportations de porc vers l'Italie restent en revanche quasi stables, malgré des cotations élevées et une très forte demande du marché chinois. Avec 40 % des exportations françaises (3 100 tec sur juillet 2019 - juin 2020), l'Italie constitue la première des destinations pour la viande ovine, mais pour des volumes marginaux et plutôt en recul.

Le deuxième marché à l'export est la Belgique, où les exportations de viande bovine sont stables, et celles de porc en légère progression. Pour le porc le marché des Pays-Bas est également favorable. Vers le Royaume-Uni, les ventes sont par contre en fort recul (- 19 % en porc, - 43 % en poulet). Vers les autres principaux partenaires, la situation est peu favorable : Espagne (- 7 % sur le porc, - 9 % sur le poulet, - 7 % en viande bovine), Allemagne (+ 2 % sur le porc mais - 15 % sur le poulet et - 3 % en viande bovine). Au total, 2019/20 témoigne d'un certain recul des filières viandes en termes de compétitivité. Il est à noter que le 1<sup>er</sup> semestre 2020 est marqué par un fort ralentissement des marchés européens des viandes du fait des mesures de confinement.

### **Animaux vivants**

Les exportations d'animaux vifs sont stables à 2,3 Md€. La part des bovins (69 % en valeur) est en recul, alors que celle des volailles (11 %) progresse. Les exportations de bovins ont diminué de 3 % en valeur mais de 1 % en nombre de têtes. Cette progression en nombre est soutenue par le marché des brouillards, tandis que la diminution en valeur est due au marché des petits veaux. D'une part, les envois de brouillards ont été dynamiques (+ 4 % en têtes, + 1 % en valeur), notamment vers l'Italie : 826 000 têtes exportées (+ 3 %) mais à des prix en retrait à cause de la concurrence accrue avec l'Espagne, dont les exportations de brouillards vers l'Italie ont crû de 31 % en valeur. Vers l'Espagne, les exportations françaises de brouillards ont diminué de 1 % en têtes et 6 % en valeur. D'autre part, les exportations de petits veaux, qui représentent 16 % des exportations de bovins en valeur, ont chuté de 19 % vers l'Espagne, à 144 M€. Cependant, les envois n'ont diminué que de 2 % en nombre de têtes, reflétant les difficultés de la France à valoriser les petits veaux laitiers pendant le confinement et après. Vers les pays tiers, le principal flux est celui des brouillards vers l'Algérie, qui a augmenté de 21 % à 60 M€, la demande y étant dynamique.

Sur la période de juillet 2019 à juin 2020, les exportations d'agneaux augmentent de 8 %, notamment vers l'Espagne, qui absorbe plus de 80 % des volumes, ainsi que vers l'Italie, 2<sup>ème</sup> destination pour les envois français. Les exportations d'ovins adultes se sont aussi renforcées (+ 73%), en lien avec des envois en hausse vers l'Italie (1<sup>ère</sup> destination avec plus de 50 % des volumes), les Pays-Bas et la Pologne.

Sur l'ensemble des exportations d'animaux vivants, le porc reste marginal (150 M€), mais progresse néanmoins fortement sur l'Espagne (dotée d'abattoirs modernes à forte capacité) ainsi que sur la Chine (envoi de reproducteurs pour reconstituer le cheptel mis à mal par la peste porcine africaine).

### **Oléagineux**

La France, structurellement déficitaire en produits « oléagineux », arrive au 12<sup>ème</sup> rang mondial des pays exportateurs avec une part de marché de 1 %, stable par rapport à la campagne précédente, pour un total exporté en valeur de 1,9 Md€. Avec des importations qui s'élèvent en valeur à 3,3 Md€, la balance commerciale de la France se dégrade de 19% par rapport à la campagne précédente pour atteindre -1,4 Md€.

Le complexe oléagineux se décompose en plusieurs produits : les graines d'une part et les produits issus de la trituration de ces graines, à savoir les tourteaux et les huiles. Alors que les huiles peuvent

être consommées en alimentation humaine ou animale ou transformées pour être incorporées à des biocarburants, les tourteaux sont uniquement destinés à l'alimentation animale et constituent un apport protéique important. En valeur, sur la période allant de juillet 2019 à juin 2020, les graines représentent 56 % des exportations françaises, les huiles 36% et les tourteaux 8% (essentiellement issus de graines de colza).

La campagne française 2019/20 a été marquée par une baisse importante de la production de graines oléagineuses et notamment de colza (première graine oléagineuse cultivée en France) : à 3,5 Mt (production totale de graines oléagineuses : 5,3 Mt), la production est en baisse de 32 % par rapport à la moyenne quinquennale. Ceci fait suite à une campagne culturale difficile, marquée par une sécheresse persistante au début du cycle de culture (semis et levée) et des attaques de ravageurs au cours du cycle. Aussi, les exportations françaises de colza reculent d'une campagne à l'autre et s'affichent à 1,2 Mt (pour 3,2 Mt de produits oléagineux exportés), en baisse de 32 % par rapport à la période précédente (- 8 % par rapport à la campagne précédente pour l'ensemble du complexe oléagineux). Pour compenser cette baisse de disponibilités, les importations de graines de colza s'inscrivent en hausse à 1,6 Mt (+ 62 %) avec une présence importante de canola canadien (1,1 Mt, importations multipliées par presque quatre par rapport à la période précédente). Le conflit commercial sino-canadien a, en effet, eu un impact important sur les flux de canola à destination de la Chine (en baisse de 50 % par rapport à la période précédente), libérant des volumes pour les exportations vers l'Union européenne qui a pu profiter de prix compétitifs (baisse importante des cours canadiens dans ce contexte de conflit commercial). Plus globalement, les importations de produits oléagineux s'inscrivent en hausse de 11 % à 8,2 Mt. Toutes les composantes du complexe oléagineux progressent en volume, + 31 % pour les graines, + 6 % pour les huiles et + 3 % pour les tourteaux. En valeur, les évolutions sont les mêmes, à l'exception des tourteaux de soja : en effet, suite à la crise sanitaire aux États-Unis et dans un contexte de conflit commercial sino-américain non résolu, les cours du tourteau de soja étatsunien (soit 2/3 des importations françaises de tourteaux en volume) ont été inférieurs aux cours de la période précédente.

Sur la période juillet-juin 2019/20, 90 % des volumes exportés sont à destination des pays de l'Union européenne : la France enregistre une baisse en volume et en valeur de ses exportations vers tous ses principaux clients communautaires (Allemagne, Espagne et Royaume-Uni), à l'exception de la Belgique, en raison de la faiblesse des volumes de graines disponibles à l'exportation.

Enfin, nous pouvons noter que si les exportations de graines oléagineuses en volume s'inscrivent en baisse (- 24 % par rapport à la période précédente), les importations ont en revanche permis de maintenir un bon niveau de transformation et les exportations de tourteaux et huiles en volume s'inscrivent en hausse (respectivement + 36 % et + 15 %).

### **Pêche et aquaculture**

La France est le 24ème exportateur mondial de produits de la pêche et de l'aquaculture, avec 1,2 % de parts de marché en juillet-juin 2019/20 (en baisse de 0,1 point par rapport à 2018/19). Tournées à 77 % vers l'Union européenne, les exportations (1,4 Md€) sont en baisse de 8% (en valeur) par rapport à 2018/19. La filière pêche et aquaculture est, avec la filière vins et spiritueux, la filière agroalimentaire qui a été le plus impactée par la crise sanitaire avec une baisse de la valeur des exportations de 27% au cours des mois d'avril et mai 2020 par rapport à 2019, et même de 34% vers les pays de l'Union européenne. Cette chute a concerné tout particulièrement les produits de la pêche fraîche vers l'Union européenne (produits destinés à la consommation en restauration hors domicile en Italie et en Espagne) et les produits de l'ostréiculture vers les pays asiatiques.

Dans ce contexte, bien que la valeur des exportations ait fortement chuté, l'Italie reste notre premier marché et la France y a gagné des parts de marché au détriment de l'Espagne encore plus pénalisée par la crise sanitaire. Ces meilleures performances par rapport à l'Espagne sont dues à de bonnes ventes de homards, crevettes cuites et seiches. En revanche, la France a perdu des parts de marché vers l'Espagne au profit du Portugal et vers la Belgique au profit des Pays-Bas à cause de la baisse de nos exportations de poissons frais entiers ou en filets. Grâce à de bonnes ventes de conserves et préparations de poissons et céphalopodes, la France a obtenu de meilleures performances que la Pologne vers l'Allemagne. La France a également gagné des parts de marché vers la Suisse au détriment de la Pologne grâce à des exportations d'huîtres mais aussi à des ré-exportations de saumon frais et de coquilles Saint-Jacques congelées.

## **Autres produits agricoles et agroalimentaires : Semences et plants**

La crise sanitaire liée au coronavirus n'a pas eu d'impact global sur l'activité import / export de la filière semences et plants. Certes, des difficultés sont intervenues au début de la phase de confinement. Des tensions sur la disponibilité et les prix des moyens de transport, sur l'organisation de la circulation des marchandises et sur l'obtention des certificats phytosanitaires ont pu ralentir le déroulement des premières opérations.

Au final, la campagne 2019/20 affiche des résultats hors normes puisque l'excédent de la balance commerciale passe pour la première fois la barre du milliard d'euros pour atteindre 1 024 M€ (+8%). Les exportations affichent une hausse de 12% à 1 859 M€ et les importations de 17% à 835 M€. La hausse des prix de marché participe fortement à ces évolutions.

Les filières maïs et oléagineux ont connu une campagne exceptionnelle et affichent de nouveaux records à l'export. En maïs, les exportations totalisent 502 M€ (+16%) et les semences oléagineuses, tournesol et colza, 418 M€ (+18%). Les semences potagères suivent la même tendance et enregistrent une croissance des exportations de 4% à 477 M€, alors que les plants de pommes de terre, après une campagne exceptionnelle l'année dernière, accusent un repli de 9% à 99 M€.

La part des exportations sur l'Union Européenne reste stable à 71%. En progression de 12%, elles totalisent 1 321 M€. L'Allemagne reste le premier partenaire de la France à l'export avec un total de 257 M€, suivie de l'Espagne (201 M€), l'Italie (135 M€) et les Pays-Bas (112 M€). Sur les pays tiers, les exportations repartent sensiblement à la hausse (+10%) sur la quasi-totalité des régions. La Russie et l'Ukraine restent la première destination des semences françaises, principalement de tournesol, en dépit de la complexité des procédures d'importations depuis 2019. Les exportations en hausse de 17% dépassent le record de 2017/18 avec 191 M€. Les pays du Proche et Moyen Orient deviennent le second marché de la France sur les pays tiers (71 M€ ; +22%) grâce à un essor remarquable des exportations vers la Turquie, l'Iraq, l'Iran, le Liban et la Jordanie. Il s'agit principalement de semences potagères, de maïs et de plants de pomme de terre. Vers l'Afrique du Nord, les exportations accusent un repli de 4% à 88 M€ qui affecte le Maroc (-3%) et l'Algérie (-25%). Vers l'Afrique Subsaharienne la tendance reste haussière avec 44 M€ (+10%) de semences exportées, essentiellement des potagères (70%).

Sur la période juillet-juin 2019/20, la France, présente dans 153 pays, reste le leader mondial des exportations de semences de grandes cultures devant les USA et les Pays-Bas.