

Chiffres clés 2017

Des produits sous signes de la qualité et de l'origine Produits laitiers AOP et IGP



Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

45

FROMAGES

3

BEURRES

2

CRÈMES



Lait de vache
pourcentage de lait
utilisé en AOP
dans la collecte française

10,3 %

195 264 T (tonnage 2017)

75% au lait cru



-0,5%



CA 1,7 Mrd EUR

32 752 T (tonnage 2017)



-1 %



CA 172 Mio EUR

6 341 T (tonnage 2017)



+2,7 %



CA 26 Mio EUR



Lait de chèvre
pourcentage de lait
utilisé en AOP
dans la collecte française

14,3 %

26,5% du CA fromage des
entreprises laitières françaises

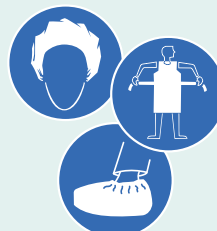


17 584 éleveurs



1 228 fermiers

378 ateliers



Lait de brebis
pourcentage de lait
utilisé en AOP
dans la collecte française

38,5 %



Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

9

FROMAGES

1

CRÈME



Volume total des produits laitiers IGP :

27 315 T (tonnage 2017)

203 Mio EUR

1,2 % du CA produits grande
conso entreprises laitières



Lait de vache
pourcentage de lait
utilisé en IGP
dans la collecte française

0,9 %

Chiffres clés 2017

Des produits sous signes de la qualité et de l'origine

Produits laitiers AOP et IGP

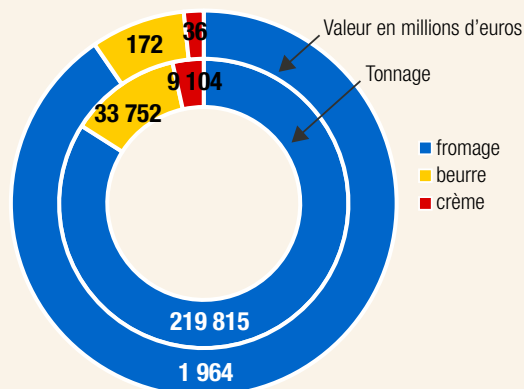
Les Indications Géographiques (IG)

En 2017, 60 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique : 50 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 10 d'une Indication Géographique Protégée (IGP).

	AOP	IGP
fromages	45	9
beurres	3	-
crèmes	2	1

Parmi les 54 fromages, 37 sont fabriqués avec du lait de vache, 14 avec du lait de chèvre et 3 avec du lait de brebis. En 2017, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élevaient à 261 671 tonnes, pour un chiffre d'affaires estimé à 2,175 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage¹, soit près de 13,3% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises².

Tonnage et chiffres d'affaires des produits laitiers commercialisés sous IG en 2017



La filière des produits laitiers sous IG rassemble 18 956 producteurs de lait, 1 260 producteurs fermiers et 420 établissements de transformation³.

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

En 2017, les **volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élevaient à 234 357 tonnes**. Ils régressent de 0,5% par rapport à 2016. Leur chiffre d'affaires est estimé à 1,97 milliard d'euros sortie fabrication-affinage¹ (+1,7% par rapport à 2016), soit 12,1% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises².

17 584 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP³. Parmi les producteurs livreurs, 24% des éleveurs de vaches laitières, 85% des éleveurs de brebis laitières et 36% des éleveurs de chèvres produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une AOP.

Le tonnage commercialisé de fromages AOP s'élève à 195 264 tonnes et diminue de 0,5% par rapport à 2016.

En France, les **fromages AOP** représentent :

- **10%** des fabrications de fromages affinés²,
- **75%** des fabrications de fromages au lait cru²,
- **1,77 milliard d'euros** de chiffre d'affaires¹, soit 26,5% du chiffre d'affaires « fromages » autres que frais et fondus, des entreprises laitières françaises².

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOP (millions de litres)	Part de la collecte française de lait
Lait de vache	2 455	10,3%
Lait de chèvre	67	14,3%
Lait de brebis	110	38,5%

Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

En 2017, deux nouveaux fromages ont obtenu la reconnaissance en IGP : la raclette de Savoie et le Brillat-Savarin. La France compte 9 fromages IGP et une crème IGP. L'ensemble de ces produits sont fabriqués au lait de vache.

1685 éleveurs sont engagés dans au moins une démarche IGP dont 35 sont des producteurs fermiers³.

En 2017, les **volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élevaient à 27 315 tonnes**. Cela représente une hausse de 28,5% par rapport à 2016 qui s'explique en partie par la reconnaissance de deux nouveaux fromages qui représentent 15% du tonnage total de produits laitiers IGP commercialisés. Leur chiffre d'affaire est de 203 millions d'euros HT sortie fabrication – affinage¹. Cela représente 1,2% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises².

Les **fromages IGP** représentent **24 552 tonnes** parmi lesquelles 60% sont au lait cru et 3% sont fermiers.

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières IGP (millions de litres)	Part de la collecte française de lait
lait de vache	213	0,9%

¹ Données 2017 IRI, RNM, ODG, traitement CNAOL

² Agreste Enquête Annuelle Laitière 2018 données 2017, traitement CNAOL

³ INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités quatrième semestre 2016 (AOP/IGP)

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

Fromages AOP au lait de vache	2007 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016	2017/2007
Bleu d'Auvergne <i>dont fermier</i>	6 197 5	4 965 36	4 920 41	5 047 36,3	2,6% -11,5%	-18,6% 626%
Bleu de Gex-Haut-Jura	508	469	479	455	-5,0%	-10,4%
Bleu des Causses	758	489	461	435	-5,6%	-42,6%
Bleu du Vercors-Sassenage <i>dont fermier</i>	186 40	346 54	366 46	382 52	4,4% 13%	105,4% 30%
Fourme d'Ambert <i>dont fermier</i>	6 068 5	5 197 57	5 392 58	5 837 39	8,3% -33,5%	-3,8% 672%
Fourme de Montbrison ¹	518	542	561	565	0,7%	9,0%
Total pâtes persillées	14 235	12 008	12 179	12 720	4,4%	-10,6%
Abondance <i>dont fermier</i>	1 540 541	2 818 818	2 819 904	2 975 854	5,5% -5,5%	93,2% 57,9%
Beaufort	4 330	5 050	5 340	5 100	-4,5%	17,8%
Comté	47 468	54 704	54 390	52 727	-3,1%	11,1%
Total PPC	53 373	62 572	62 549	60 802	-2,8%	13,9%
Cantal <i>dont fermier</i>	17 117 237	13 704 226	13 722 319	13 186 340	-3,9% 6,6%	-23% 43,5%
Laguiole <i>dont fermier</i>	709 8	666 14	668 15	621 16	-7% 6,7%	-12,4% 100%
Morbier <i>dont fermier</i>	7 575 8	9 554 31	9 732 31	10 530 53	8,2% 71%	39% 562,5%
Reblochon <i>dont fermier</i>	15 351 2 408	15 658 2 002	15 972 1 943	15 797 2 016	-1,1% 3,8%	2,9% -16,3%
Saint-Nectaire <i>dont fermier</i>	13 974,5 5 852,95	13 532 6 739	13 763 7 070	13 815 7 283	0,4% 3%	-1,1% 24,4%
Salers²	1 5780	1 391	1 161	1 299	11,9%	-17,7%
Tome des Bauges <i>dont fermier</i>	800 130	924 100	869 155	958 110	10,2% -29%	19,8% -15,4%
Total PPNC	57 104,5	55 429	55 887	56 206	0,6%	-1,6%
Brie de Meaux ¹	7 0961	6 229	6 362	6 318	-0,7%	-11,0%
Brie de Melun ¹	205	274	269	250	-7,1%	22,0%
Camembert de Normandie ¹	6 417	5 015	5 549	5 698	2,7%	-11,2%
Chaource ¹	2 446	2 448	2 453	2 421	-1,3%	-1,0%
Epoisses ¹	1 047	1 359	1 376	1 342	-2,5%	28,2%
Langres ¹	435	597	606	631	4,2%	45,1%
Livarot ¹	1 326	984	966	984	1,9%	-25,8%
Maroilles <i>dont fermier</i>	3 131 204	4 059 261	4 147 269	4 241 275	2,3% 2,3%	35,5% 34,8%
Mont d'Or ¹	4 321	5 088	5 409	5 503	1,7%	27,4%
Munster <i>dont fermier</i>	8 120 760	6 414 804	6 349 784	6 292 778	-0,9% -0,8%	-22,5% 2,4%
Neufchâtel <i>dont fermier</i>	1 526 434	1 702 502	1 703 497	1 715 482,4	0,7% -2,9%	12,4% 11,2%
Pont-l'Évêque <i>dont fermier</i>	2 902 70	2 228 90	2 217 89	2 214 86,89	-0,1% -2,4%	-23,7% 24,4
Total pâtes molles	38 972	36 397	37 405	37 609	0,5%	-3,5%
Total fromages AOP au lait de vache	163 685	166 406	168 020	167 338	-0,4%	2,2%

Fromages AOP au lait de brebis	2007 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016	2017/2007
Brocciu <i>dont fermier</i>	530 85	380 42	406 78	410 80	0,9% 2,6%	-22,6% -6%
Ossau-Iraty <i>dont fermier</i>	3 355 248	4 043 422	4 248 458	4 359 421	2,6% -8,1%	29,9% 70%
Roquefort	19 049	16 784	16 631	16 184	-2,7%	-15,0%
Total fromages AOP au lait de brebis	22 934	21 207	21 285	20 953	-1,6%	- 8,6%

Fromages AOP au lait de chèvre	2007 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016	2017/2007
Banon <i>dont fermier</i>	62 11	75 14	75 14	81 14,2	8,4% 1,4%	30% 29,1%
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	512 34	398 42	394 40	374 42	-5,1% 5%	-27% 23,5%
Charolais <i>dont fermier</i>		63 <i>nc</i>	62 54	81 73	31,1% 36,5%	
Chavignol <i>dont fermier</i>	1 072 320	774 243	822 229	809 229	-1,6% 0,2%	-24,5% -28,3%
Chevro²	95	66	56	58	3,6%	-38,9%
Mâconnais <i>dont fermier</i>	52 49	75 11	85 06	70 <i>ss</i>	-17,3% <i>ss</i>	34,6% <i>ss</i>
Pélardon <i>dont fermier</i>	220 105	225 155	228 157	225 156	-1,3% -0,6%	2,3% 48,6%
Picodon <i>dont fermier</i>	552 196	487 92	516 86	532 95	3,1% 10,4%	-3,7% -51,5%
Poulligny-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	290 120	291 88	293 77	289 67	-1,6% -13,3%	-0,5% -44,4%
Rigotte de Condrieu <i>dont fermier</i>		93 24	100 24	108 28	8% 16,7%	
Rocamadour <i>dont fermier</i>	1 055 350	1 182 384	1 275 371	1 265 382	-0,8% 2,9%	19,9% 9,1%
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 320 372	1 606 431	1 618 422	1 720 414	6,3% -1,9%	30,3% 11,3%
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	808 137	1 007 190	1 031 187	1 033 187	-0,2% 0%	27,8% 36,5%
Valençay <i>dont fermier</i>	335 110	367 125	357 117	328 104	-7,9% -11,3%	-1,9% -5,7%
Total fromages AOP au lait de chèvre	6 373	6 709	6 912	6 973	0,9%	9,4%

Total fromages AOP <i>dont fermier</i>	192 991,5 14 745	194 322 15 825	196 217 16 188	195 264 16 511	-0,5% 2%	1,2% 12%
---	-----------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------	---------------------

Beurre AOP / AOC	2007 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016	2017/2007
Bresse		257	315	357	13,3%	
Charentes-Poitou	24 147	24 909	26 628	26 135	-1,9%	8,2%
Isigny	4 751	5 804	6 152	6 260	1,8%	31,8%
Total beurres AOP	28 898	30 970	33 295	32 752	-1,0%	13,3%

Crème AOP / AOC	2007 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016	2017/2007
Bresse		449	504	575	14,1%	
Isigny	4 049	5 227	5 673	5 766	1,6%	42,4%
Total crèmes AOP	4 049	5 676	6 177	6 341	2,7%	56,6%

Total AOP laitières	225 939	230 968	235 489	234 357	-0,5%	3,7%
----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	--------------	-------------

Les volumes commercialisés des produits laitiers IGP et leur évolution

Fromage IGP	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016
Brillat-Savarin		1 560	
Emmental de Savoie	2 676	2 925	9,3%
Emmental français Est-Central	3 310	3 196	-3,4%
Gruyère	2 190	2 269	3,6%
Raclette de Savoie		2 458	
Saint-Marcellin	2 600	2 670	2,7%
Soumaintrain	92	177	92,4%
Tomme de Savoie	6 404	6 534	2,0%
Tomme des Pyrénées	2 662	2 763	3,8%
Total fromages IGP	19 934	24 552	23,2%

Crème IGP	2016 (tonnes)	2017 (tonnes)	2017/2016
Crème fraîche fluide d'Alsace	1 322	2 763	109,0%
Total crème IGP	1 322	2 763	109,0%

Total IGP laitières	21 256	27 315	29%
----------------------------	---------------	---------------	------------

² fabrications fermières uniquement ; ss secret statistique

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

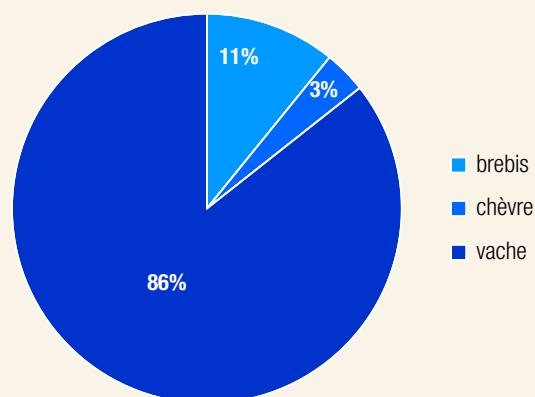
Entre 2016 et 2017, la commercialisation des produits laitiers d'appellation est relativement stable. Les tonnages de fromages AOP et de beurres AOP commercialisés sont en légère régression tandis que la commercialisation des crèmes AOP progresse de près de 3%.

Les fromages AOP

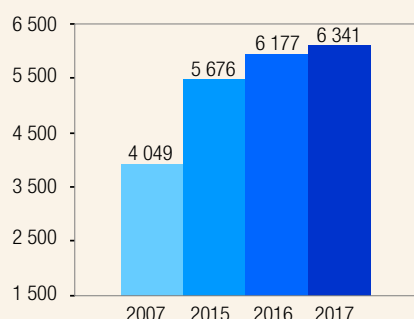
Les tonnages commercialisés de fromages AOP ont légèrement baissé entre 2016 et 2017, de -0,5%, pour atteindre 195 264 t. À noter qu'à l'échelle nationale, la production de fromages autres que frais et fondus a augmenté de 2,5%¹. En 10 ans, la commercialisation de fromages AOP a progressé de manière stable (+1%).

En 2017, les volumes commercialisés de fromages au lait de chèvre poursuivent leur croissance (+1%) par rapport à 2016. Ce segment a une forte croissance depuis 10 ans (+9%), en sachant que deux nouvelles AOP caprines ont été reconnues en 2009 et 2010. La commercialisation des fromages au lait de brebis est en recul de 1,6% en 2017 et celle des fromages au lait de vache est stable, la régression des fromages à pâtes pressées cuites (-2,8%) étant compensée par les autres catégories de fromages.

Part de chaque espèce dans la commercialisation de fromages AOP en 2017



Crème AOP



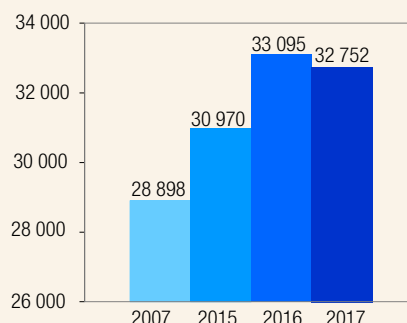
Les crèmes AOP

En 2017, les crèmes d'Isigny et de Bresse poursuivent leur croissance (+2% et +14% respectivement).

Au total les **volumes de crème commercialisés en AOP progressent de 3 %**, pour s'établir à plus de 6300 tonnes.

Les volumes de crème commercialisés en AOP suivent donc la tendance des fabrications françaises de crème fraîche (supérieure à 29% de matière grasse) qui progressent de 3,6% entre 2016 et 2017¹.

Beurres AOP



Les beurres AOP

Le beurre de Bresse qui a le plus petit tonnage commercialisé est celui dont la croissance est la plus forte (+13,3%).

Les **volumes commercialisés de beurre d'Isigny sont également en progression (+1,8%)**. Cela ne suffit pas à compenser la baisse des volumes commercialisés du Charentes Poitou, premier beurre en tonnage, en baisse de 1,9% entre 2016 et 2017. Les volumes de beurre AOP régressent donc légèrement sur la période (-1%). La tendance longue reste néanmoins très positive puisque sur les dix dernières années les volumes de beurre AOP commercialisés ont progressés de 13%.

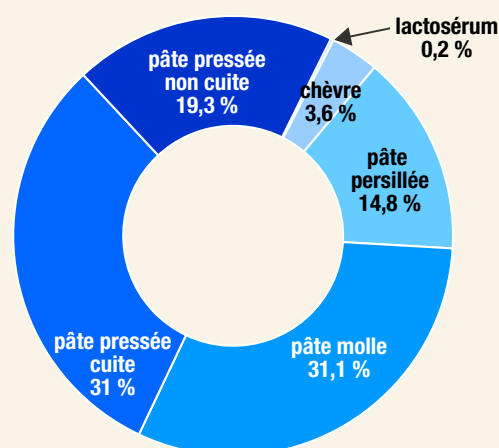
Les fromages AOP par technologie

Deux familles de fromages totalisent plus de la moitié des volumes commercialisés : les pâtes pressées non cuites (PPNC : 31%) et les pâtes pressées cuites (PPC : 31,1%). La répartition des différents types de pâtes dans la commercialisation totale des AOP reste stable en 2017.

La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage depuis 2011, régresse de 3% entre 2016 et 2017. Cela est principalement dû à la baisse des ventes de Comté, qui est la plus grosse AOP en tonnage commercialisé.

Les volumes commercialisés de PPNC AOP au lait de vache augmentent légèrement en 2017 (+0,6%). Les évolutions sont toutefois très contrastées d'une appellation à l'autre. Le Cantal, le Laguiole et le Reblochon accusent des baisses (respectivement -3,9%, -7% et -1,1%). Quant aux Morbier, Saint-Nectaire, Salers et Tome des Bauges, ils affichent un taux d'évolution positif entre 2016 et 2017 (respectivement 8,2%, 0,4%, 11,9% et 10,2%). L'Ossau Iraty, seul PPNC au lait de Brebis progresse de 2,6% restant comme les années précédentes dans une dynamique positive.

Part des fromages AOP par technologie en 2017



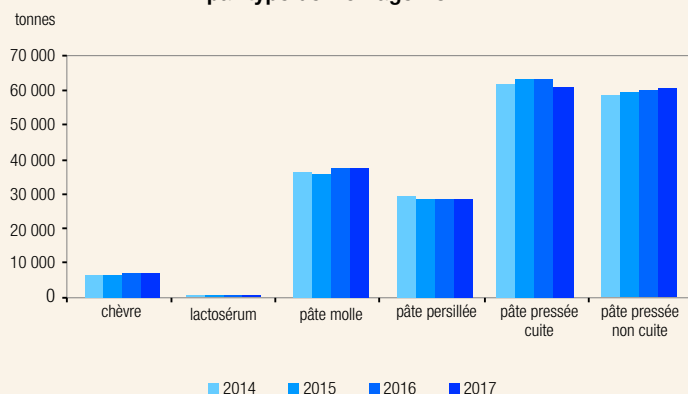
¹ Agreste EAL 2018

L'année 2017 est marquée par une érosion du tonnage des pâtes persillées au lait de brebis, compensée par une progression de 4,4% des pâtes persillées au lait de vache. Dans cette dernière catégorie, la fourme d'Ambert affiche la progression la plus forte (+8,3%) et le bleu d'Auvergne renoue avec la croissance (+2,6%).

Les volumes commercialisés de pâtes molles restent stables entre 2016 et 2017, à l'image du Brie de Meaux, du Munster, du Neufchâtel et du Pont l'Évêque. Certaines dynamiques sont par ailleurs plus marquées. C'est le cas du Langres qui affiche une progression de 4,2%, du Camembert de Normandie et du Maroilles avec des évolutions de 2,7 et 2,3%.

Enfin la commercialisation de fromages de chèvre reste stable en 2017. Le Maconnais et le Charolais, les 2 plus petites AOP en tonnage ont des évolutions marquées et divergentes : le premier régresse de 17,3% tandis que le second augmente de 31,1% en 2017. Le Banon et la Rigotte de Condrieu également parmi les plus petits tonnages commercialisés progressent de manière notable entre 2016 et 2017 (+8,4% et +8%).

Evolution des volumes commercialisés par type de fromage AOP



Évolution des volumes commercialisés en AOP au lait cru et fermier

8,5% des fromages AOP sont des fromages fermiers. En 2017, le tonnage commercialisé s'établit à 16 511 tonnes et est en augmentation de 2 % par rapport à 2016. Sur les cinq dernières années, le tonnage fermier AOP a progressé de 9,3%. On estime qu'il représente environ 1/4 de la production fermière fromagère nationale.

Deux appellations sont exclusivement fermières : le Salers et le Chevrotin. 39 des 45 appellations fromagères revendiquent une part de production fermière. Les plus grosses restent, comme en 2016, le Saint-Nectaire, le Reblochon, le Salers, l'Abondance et le Munster.

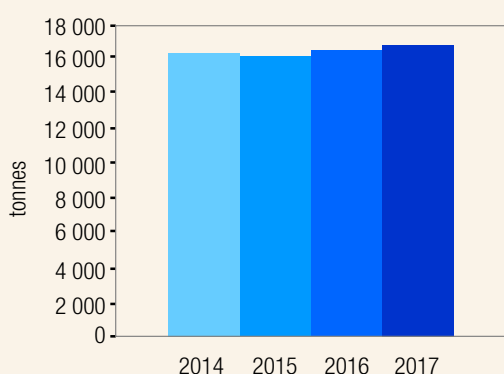
Cela n'empêche pas d'autres appellations d'avoir des productions fermières très dynamiques : c'est par exemple le cas du Pélardon dont la commercialisation de produits fermiers a augmenté de moitié en 10 ans pour représenter 70% des tonnages de l'appellation.

75,2% des fromages AOP sont au lait cru. Ils totalisent une production de 146 841 tonnes. Au niveau national 10,4% des fromages sont fabriqués à partir de lait cru¹.

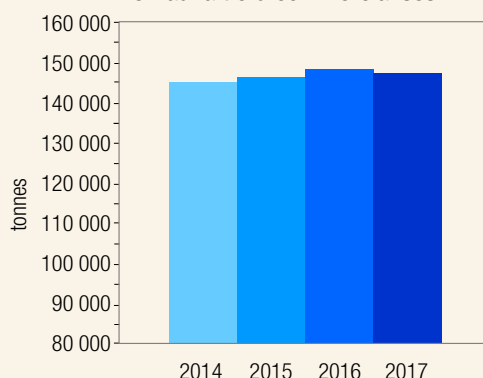
Les volumes commercialisés de fromages AOP au lait cru sont en légère régression par rapport à 2016 (-0,8%). Ce résultat couvre des disparités importantes.

Les appellations Charolais, Bleu du Vercors-Sassenage, Chabichou du Poitou, Fourme de Montbrison, Picodon, Salers et Tome des Bauges affichent ainsi des taux de croissance en lait cru à deux chiffres tandis que les trois plus gros contributeurs, Comté, Roquefort et Reblochon, accusent de légères baisses.

Evolution des tonnages de fromages AOP fermiers commercialisés



Evolution des tonnages de fromages AOP au lait cru commercialisés



Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP

Les IGP laitières sont exclusivement fabriquées au lait de vache.

En 2017, les PPNC représentent 47,9% des volumes de fromages IGP, les PPC 34,2% et les pâtes molles 18,0%. La part des pâtes molles, en progression de 5 points, est due à l'augmentation très importante des volumes de Soumaintrain entre 2016 -l'année de sa reconnaissance comme IGP- et 2017 (+92,4%) ainsi qu'à la reconnaissance en 2017 du Brillat-Savarin comme IGP.

En 2017 le tonnage de fromages IGP au lait cru est de 14 791 tonnes. Il augmente de 13,5% par rapport à 2016 et représente 60% de l'ensemble des fromages IGP fabriqués (contre 65% en 2016). Tous les fromages IGP voient leur tonnage au lait cru augmenter, à l'exception de l'Emmental français Est-Central dont le tonnage au lait cru recule de 3,4%.

Quatre filières IGP ont une production fermière et le **total des fromages IGP fermier commercialisés atteint 630 tonnes.** En 2017, cette production fermière de fromage IGP diminue de 2,4%.

L'intégration de la production fermière de la Raclette de Savoie et l'augmentation importante de production fermière du Soumaintrain, en adéquation avec l'augmentation de son tonnage total (+95,2%) ne parviennent pas à compenser la baisse des volumes fermiers de Saint-Marcellin (-35%) ni de Tomme de Savoie (-14,8%), premier fromage IGP en volume de production fermière avec 490 tonnes.



Raclette de Savoie



Brillat-Savarin

¹ Agreste EAL 2018

Évolution des ventes de fromages¹

Évolution des ventes de fromages (hors fromages blancs) en GMS et Hard Discount entre 2016 et 2017

	Achats 2016		Achats 2017		Évolutions 2017/2016	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Fromages AOC/AOP	119 237	1 499 201	118 911	1 492 345	-2,81%	-0,46%
Fromages non AOC/AOP	689 355	5 963 784	696 454	6 109 444	1,03%	2,44%

TOTAL	808 592	7 462 986	812 342	7 601 789
Part des AOC/AOP	14,7%	20,1%	14,3%	19,6%

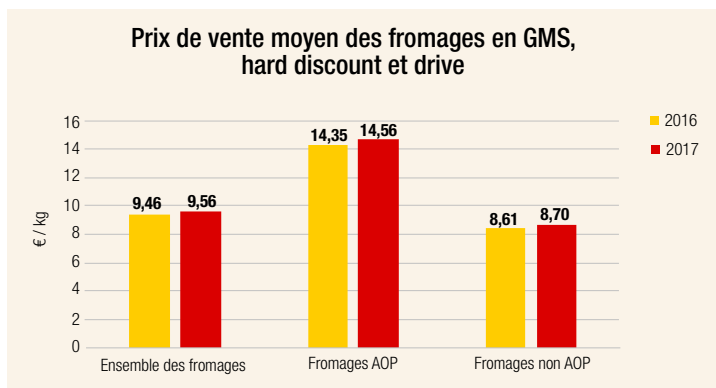
L'année 2017 est plus favorable aux fromages hors AOP puisque leur commercialisation est en hausse de 1,03% en volume et de 2,44% en valeur par rapport à 2016.

Les fromages AOP accusent eux un recul de leurs ventes en volume de 2,81% par rapport à 2016 dans le secteur GMS et hard discount, les

ventes en valeurs baissent de manière moins significative de 0,46%.

Ceci conduit donc logiquement à une légère baisse de la part de marché des AOP qui retrouve son niveau de 2015, c'est-à-dire 14,3% du marché en volume et 19,6% du marché en valeur.

Prix de vente moyen des fromages¹



Si les prix des fromages AOP avaient légèrement régressé en 2016, ils s'inscrivent de nouveau à la **hausse en 2017** (+1,5%) suivant la tendance de l'ensemble des fromages (+1,1%).

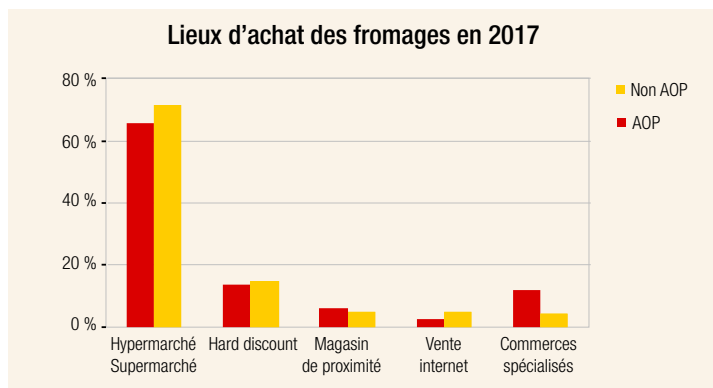
En 2017, les fromages AOP se vendent en moyenne 5,86 €/kg de plus que les non AOP soit un prix 1,6 fois plus élevé que les autres fromages. Ce différentiel est en hausse de 0,7 point par rapport à 2016.

En 2017, les ventes de fromages AOP et non AOP selon les lieux d'achats ont des niveaux similaires et suivent des tendances d'évolution comparables.

Les ventes de fromages AOP et non AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (65% pour les AOP et 71% pour les non AOP). Néanmoins la place de ce circuit de distribution est en légère baisse pour les deux catégories au profit des commerces spécialisés et de proximité.

Le hard discount, qui était un segment dynamique pour les AOP en 2016 est en perte de vitesse pour l'ensemble des fromages. Bien qu'étant

Lieux d'achats des fromages²



encore le second lieu d'achat de fromage, sa part dans la distribution totale diminue de 4,5% en AOP et de 3,8% en fromage non AOP.

Ces baisses sont compensées par une forte dynamique dans la vente en ligne qui bien qu'encore minoritaire voit sa part dans le circuit de distribution augmenter de 13,4% pour les fromages AOP et de 7,6% pour les non AOP.

Une hausse nette de la part des magasins de proximité dans le circuit de distribution du fromage est également à noter (+4% en AOP et +3% en non AOP).

Enfin, seule différence notable mais constante dans le temps entre distribution de fromages AOP et non AOP : la place privilégiée des magasins spécialisés pour l'achat de produits AOP. La part de ce circuit de distribution dans la distribution totale est près de 8 points supérieur en AOP. Ce pan de la distribution est également dans une dynamique positive en 2017 (+3 % pour les AOP et +4% pour les non AOP par rapport à 2016).

Évolution des parts de chaque circuit de distribution dans les achats en volume de fromages AOP et non AOP²

	AOP					Non AOP				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Hypermarché + Supermarché	67,2%	68,0%	67,5%	65,7%	65,3%	71,3%	71,0%	70,3%	71,0%	70,9%
Hard Discount	13,2%	12,6%	12,9%	13,8%	13,2%	16,5%	15,9%	15,9%	14,6%	14,0%
Magasins de proximité	5,3%	5,5%	5,5%	5,9%	6,1%	5,0%	5,3%	5,2%	5,2%	5,4%
Ventes Internet	2,0%	2,1%	2,5%	2,7%	3,0%	3,3%	3,7%	4,4%	4,7%	5,1%
Commerces spécialisés	12,3%	11,9%	11,7%	12,0%	12,4%	3,9%	4,0%	4,3%	4,5%	4,7%

¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL

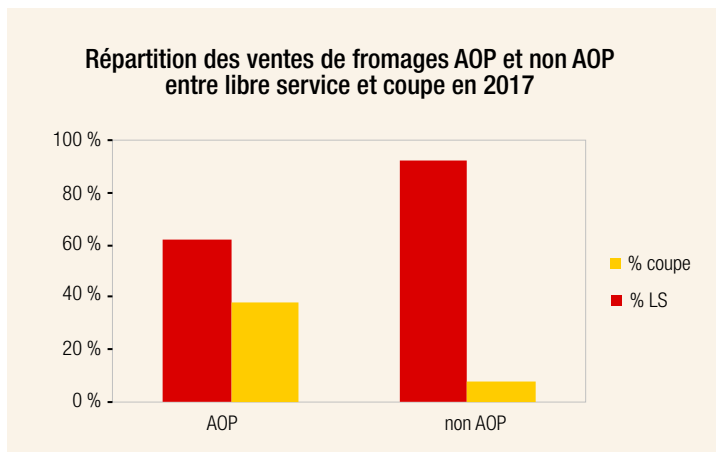
² Panel Kantar Worldpanel

Répartition des ventes de fromages par rayon¹

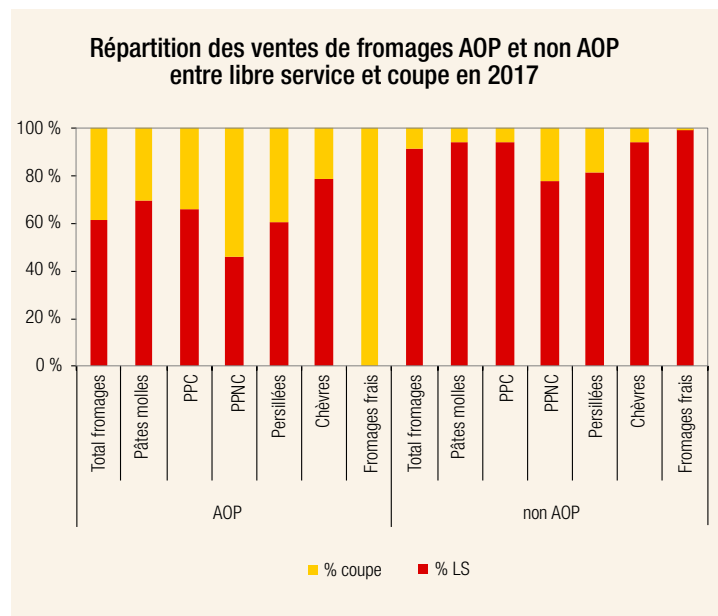
Les ventes réalisées en GMS et hard discount se répartissent entre libre-service (LS) et rayon coupe. Pour les fromages AOP, cette répartition est respectivement de 61% et 39% et semble stable depuis quelques années.

La part de la coupe dans les ventes de fromages AOP est près de 5 fois plus importante que pour les fromages non AOP, qui sont vendus à 92% en LS et à 8% à la coupe.

Entre 2016 et 2017, les quantités vendues sous signe AOP diminuent légèrement en LS (-1%) et augmente de 0,8% au rayon coupe tandis que les fromages non AOP restent stables au rayon LS mais progressent significativement au rayon coupe (+3,6%).



Au sein des fromages AOP, une distinction peut être faite selon les types de produits. Les fromages au lait de chèvre sont les plus vendus en LS, à plus de 80% de leur volume, suivis par les pâtes molles (70%), les PPC (66%) et les pâtes persillées (60%). Les PPNC se distinguent avec un niveau de vente plus élevé à la coupe qu'en LS (respectivement 54% et 46% des volumes).



Caractérisation des consommateurs de fromages AOP²

La consommation de fromage est une habitude assez transversale de la population française. Elle n'est pas caractéristique d'une catégorie de population.

En revanche, la consommation de fromages AOP est le fait de profils de consommateurs plus spécifiques.

Le **critère de revenu** est déterminant dans la consommation de fromages AOP. Les classes moyennes et aisées consomment significativement plus que les foyers à revenus plus modestes.

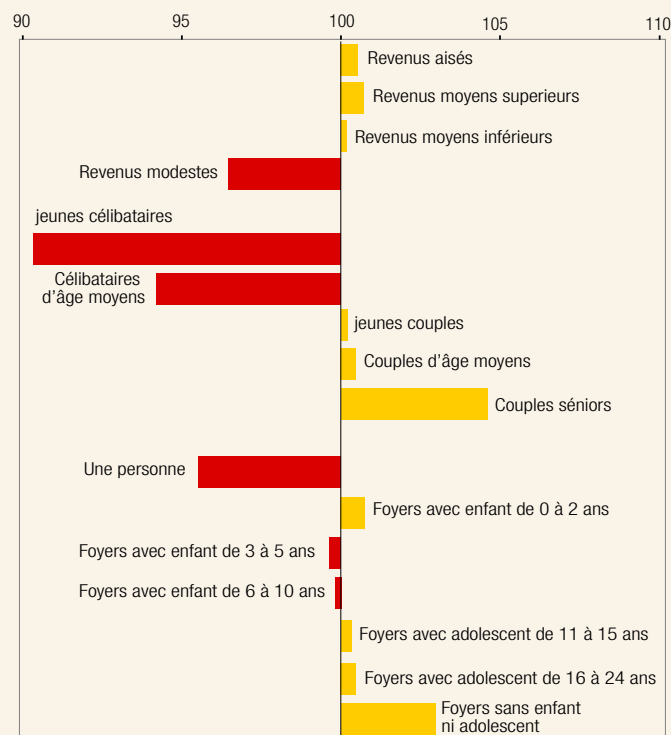
L'**âge apparaît également comme un facteur important**. La consommation de fromages AOP y est corrélée : les taux de pénétration sont plus élevés chez les couples d'âge moyens et les seniors.

Enfin, **les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages**. Les foyers célibataires ont la consommation de fromages AOP la plus faible. Pour les foyers avec enfants, le taux de pénétration augmente avec l'âge de ces derniers.

À noter que la classe des foyers sans enfant ni adolescent, qui se présentait comme une classe peu consommatrice en 2009 (indice < 100) représente aujourd'hui avec les couples seniors une catégorie dans laquelle l'indice relatif de pénétration est le plus élevé.

Le graphique illustre la pénétration de l'habitude de consommation du fromage AOP. L'approche est construite sur des indices relatifs, si une catégorie sociale représente 10 % de la population et consomme 10% de la consommation totale de fromage AOP alors son indice est 100. Les catégories qui surconsomment ont ainsi un indice supérieur à 100 et inversement.

Indices relatifs de pénétration des produits laitiers AOP selon les catégories de population en 2017



¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL 2017

² Panel Kantar Worldpanel 2017

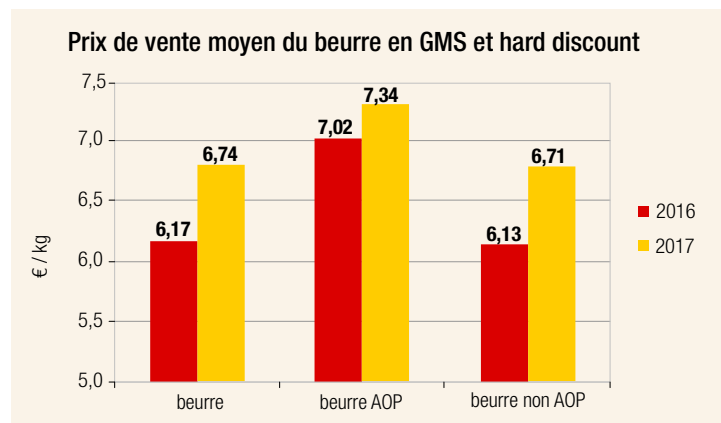
Marché des beurres AOP¹

Le marché des **beurres AOP** reste **très dynamique en 2017**, il progresse de 7,4% en volume et de plus de 12% en valeur par rapport à l'année précédente.

En parallèle, le marché du beurre non AOP continue de régresser en

volume mais connaît une hausse importante en valeur (+7%). Les beurres AOP **continuent donc de gagner des parts de marché** : ils représentent 4,7% des beurres commercialisés en GMS et hard discount en 2017 contre 4,3 % en 2016.

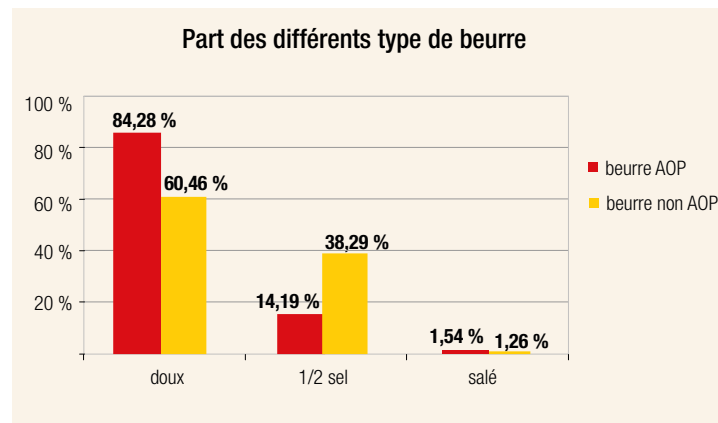
	Ventes 2016		Ventes 2017		Évolutions 2017/2016	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Beurres AOP	6 969	48 916	7 486	54 908	+7,4%	+12,2%
Beurres non AOP	156 134	957 714	152 687	1 024 890	-2,2%	+7%
TOTAL	1163 103	1 006 630	160 173	1 079 798		
Part des AOP	4,3%	4,9%	4,7%	5,1%		



Les beurres AOP sont commercialisés en moyenne à un prix plus élevé que les beurres non AOP (+9,4%). Cet écart ne cesse de diminuer depuis plusieurs années, il a reculé de 4 points entre 2016 et 2017.

Cela s'explique par l'augmentation des prix des beurres non AOP à un rythme plus élevé que celui des beurres AOP.

Les beurres AOP sont principalement des beurres doux, cette catégorie



représente plus de 84% (+3 points par rapport à 2016) des ventes pour les appellations mais n'atteint que 60% hors appellation.

La part de beurre demi-sel diminue en AOP et est deux fois moins importante pour les beurres AOP que non AOP.

La part des beurres salés, largement minoritaire, est en légère augmentation en et hors AOP.

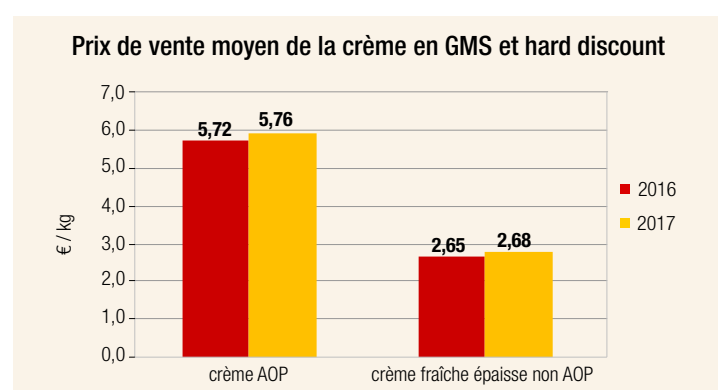
Marché des crèmes AOP¹

	Ventes 2016		Ventes 2017		Évolutions 2017/2016	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Crèmes AOP	3 328	19 053	3 451	19 867	3,7%	4,3%
Crèmes fraîches épaisses non AOP	93 897	249 128	89 937	241 305	-4,2%	-3,1%
TOTAL	97 225	268 181	93 387	261 173	-3,9%	-2,6%
Part des AOP	3,4%	7,1%	3,7%	7,6%		

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Les crèmes sous appellations étant seulement des crèmes fraîches épaisses, c'est à cette catégorie que nous les comparons ici. En 2017, la part des crèmes AOP dans le tonnage total de crèmes fraîches épaisses commercialisé est de 3,7%, **augmentant de 0,3 point par rapport à 2016**.

Si les ventes de crème reculent globalement en hyper, supermarchés et hard discount (-3,9% pour le total des crèmes fraîches épaisses), **les crèmes AOP se distinguent par leur dynamisme** (+3,7%) entre 2016 et 2017.

Entre 2016 et 2017, les prix de vente des crèmes restent stables pour les non AOP comme pour les AOP. Les crèmes AOP sont commercialisées en moyenne à un prix deux fois supérieur aux autres crèmes fraîches nature épaisses.



¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL 2017

² Panel Kantar Worldpanel 2017



Objectifs

Dans le cadre de sa mission de protection des dénominations à l'international, le CNAOL a conduit en 2018 un stage qui a entre-autre permis d'estimer la commercialisation des produits laitiers AOP à l'étranger.

En complément de l'enquête conduite annuellement par l'INAO auprès des ODG, Clémence Daudé a questionné les ODG et les opérateurs pour préciser la destination de leurs exports.

47 ODG, 13 de leurs opérateurs et 5 entreprises externes aux filières AOP ont participé à l'enquête au cours de l'été 2018. Cela permet de dégager des tendances représentatives et de préciser notre connaissance des pays d'export.

Le CNAOL remercie l'ensemble des participants pour leur contribution.

Les chiffres présentés ci-après sont à considérer avec précaution car sous-estimant la situation.

Résultats

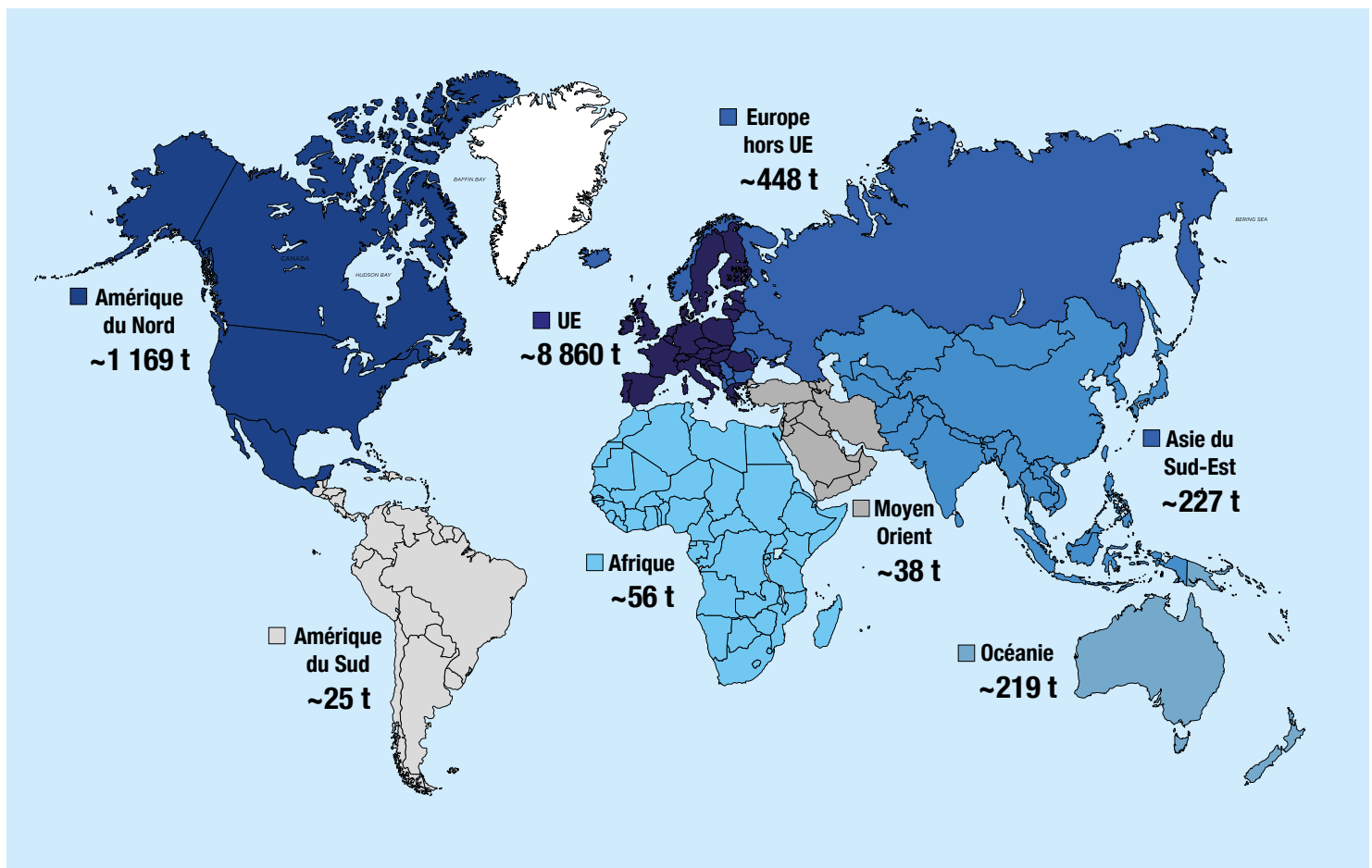
En 2017, au moins 42 AOP laitières ont été exportées vers au moins 73 pays (incluant l'Union Européenne). Le volume de produits laitiers AOP commercialisés en dehors de France est estimé à au moins 18 565 tonnes ce qui représente 8,5% de leur commercialisation totale.

Dans plus de la moitié des cas, la destination d'export a pu être identifiée. L'Union Européenne est la première destination des AOP françaises et représente 80% des volumes exportés. Parmi les pays tiers d'exportation, les principales destinations sont les zones à fort PIB/habitant : l'Amérique du Nord, l'Océanie et l'Asie du Sud-Est (dominée par le Japon).

Importance de l'export pour les filières AOP



Exportations de produits laitiers AOP par grande région du monde en 2017 (estimation)



~ : données sous-estimées reposant uniquement sur les déclarations des participants à l'enquête

Source : enquête CNAOL 2018, données 2017



FROMAGES, BEURRES, CRÈMES

A.O.P.

LA PLUS BELLE PREUVE
D'AUTHENTICITÉ



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

www.fromages-aop.com

CNAOL : 42 rue de Chateaudun, 75314 Paris Cedex 09
INAO : 12 rue Henri Rol-Tanguy, 93555 Montreuil Cedex

Contacts : cspelle@cniel.com ; o.catrou@inao.gouv.fr

cnaol
CONSEIL NATIONAL
DES APPELLATIONS
D'ORIGINE LAITIÈRES

Depuis 2008, le CNAOL et l'INAO réalisent le recueil des données de production par une enquête statistique annuelle conjointe auprès des ODG laitiers.
Les données 2017 ont été collectées auprès des ODG au printemps 2018 par l'INAO.
Le CNAOL a ensuite réalisé un travail de traitement et d'analyse, aboutissant à ce document.

Document réalisé par Céline Spelle (CNAOL) et Clémence Daudé (CNAOL) à partir des données de l'enquête INAO/CNAOL 2017
Avec la collaboration de Bruno Roney, Olivier Amy et Laurence Carillier (CNIEL)

Avec nos remerciements aux ODG laitiers qui ont fourni de nombreuses données.