



INSTITUT NATIONAL  
DE L'ORIGINE ET DE  
LA QUALITÉ

**cnaol**

CONSEIL NATIONAL  
DES APPELLATIONS  
D'ORIGINE LAITIÈRES

# Chiffres clés 2019

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

Décembre 2020



### 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



206 765 T (tonnage  
commercialisé 2019)



+1,9%

CA 1,941 Mrd EUR

35 256 T (tonnage  
commercialisé 2019)



+5,5%

CA 223 Mio EUR

7 109 T (tonnage  
commercialisé 2019)



+12,5%

CA 33 Mio EUR



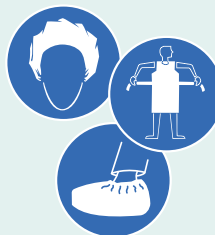
Lait de chèvre  
pourcentage de lait  
utilisé en AOP  
dans la collecte française



### 77% au lait cru



### 318 ateliers



15 761 éleveurs



1 250 fermiers



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



### Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

# 9

## FROMAGES

# 1

## CRÈME



Volume total des produits laitiers IGP :

27 210 T (tonnage 2019)

+4,7% (entre 2018 et 2019)

CA 206 Mio EUR



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





# Chiffres clés 2019

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

### Produits laitiers AOP et IGP

### Les Indications Géographiques (IG)

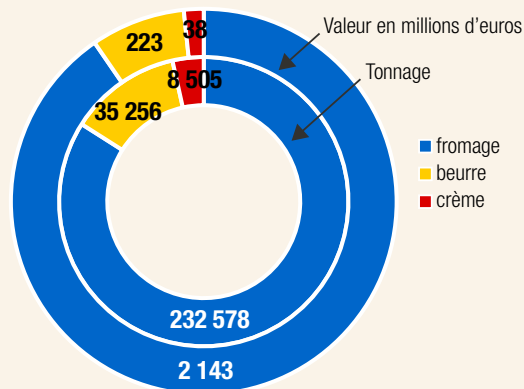
En 2019, 60 produits laitiers bénéficient d'une indication géographique : 50 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 10 d'une Indication Géographique Protégée (IGP).

AOP			IGP	
fromages	beurres	crèmes	fromages	crème
45	3	2	9	1

En 2019, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élèvent à 276 339 tonnes pour un chiffre d'affaires estimé à 2,403 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage<sup>1</sup>, soit 13,9% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises<sup>2</sup>.

Ils sont en progression, aussi bien au niveau des volumes commercialisés (+3,1% par rapport à 2018) qu'au niveau du chiffre d'affaire (+5,2% par rapport à 2018).

Tonnages et chiffres d'affaires des produits laitiers commercialisés sous IG en 2019



La filière des produits laitiers sous IG rassemble 16 276 producteurs de lait, 1307 producteurs fermiers et 363 établissements de transformation<sup>3</sup>.

### Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

En 2019, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élèvent à 249 130 tonnes. Ils progressent de 2,9 % par rapport à 2018. Leur chiffre d'affaires est estimé à 2,197 milliards d'euros sortie fabrication-affinage (+5,2 % par rapport à 2018)<sup>1</sup>.

15 761 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP<sup>3</sup>. Parmi les producteurs livreurs, 22 % des éleveurs de vaches laitières, 87 % des éleveurs de brebis et 31 % des éleveurs de chèvres produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une AOP<sup>2</sup>.

Le tonnage commercialisé de fromages AOP s'élève à 206 765 tonnes et progresse de 2,2 % par rapport à 2018.

En France, les fromages AOP représentent :

- 15,8% des fabrications de fromages affinés<sup>2</sup>,
- 70 % des fromages au lait cru (hors fromages fermiers)<sup>2</sup>,
- 1,92 milliard d'euros de chiffre d'affaires<sup>1</sup>, soit 27,4 % du chiffre d'affaires 'fromages autres que frais et fondus' des entreprises laitières françaises<sup>2</sup>.

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOP <sup>1</sup> (millions de litres)	Part de la collecte française de lait <sup>2</sup>
Lait de vache	2 500	10,5%
Lait de chèvre	65	13,5%
Lait de brebis	112	38,8%

### Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

Les 9 fromages et la crème IGP sont fabriqués avec du lait de vache. Début 2019, 2004 producteurs de lait et fermiers sont engagés dans une ou plusieurs démarches IGP<sup>3</sup>.

	Volume de lait de vache utilisé dans des fabrications laitières IGP (millions de litres)	Part de la collecte française de lait de vache (%)
lait de vache	255	1,1

En 2019, les volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élevaient à 27 210 tonnes (+4,7% par rapport à 2018 et +31,2% par rapport à 2013) dont 2,1% sont des fabrications fermières<sup>1</sup>.

Le chiffre d'affaires des produits laitiers IGP est de 206,4 millions d'euros sortie fabrication – affinage<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Données 2019 IRI, RNM, ODG, traitement INAO-CNAOL <sup>2</sup> EAL 2020, données 2019 <sup>3</sup> INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités quatrième trimestre 2018 (AOP/IGP)

## Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

Fromages AOP au lait de vache	2009 (tonnes)	2017 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2009
Bleu d'Auvergne <i>dont fermier</i>	6 409 9	5 047 36	5 174 46	5 240 75	1,3% 62,1%	-18,2% 728,7%
Bleu de Gex Haut-Jura	558	455	438	477	8,9%	-14,5%
Bleu des Causses	649	435	433	436	0,6%	-32,8%
Bleu du Vercors-Sassenage <i>dont fermier</i>	194 40	382 52	402 61	431 62	7,2% 1,6%	122,2% 55,0%
Fourme d'Ambert <i>dont fermier</i>	5 599 19	5 837 39	5 813 65	5 900 108	1,1% 66,7%	5,4% 468,4%
Fourme de Montbrison <sup>1</sup> <i>dont fermier</i>	464 6	565 NC	577 NC	643 5	11,5%	38,6% -17,2%
<b>Total pâtes persillées</b>	<b>13 873</b>	<b>12 720</b>	<b>12 857</b>	<b>13 127</b>	<b>2,1%</b>	<b>-5,4%</b>
Abondance <i>dont fermier</i>	1 958 612	2 975 854	3 093 938	3 244 805	4,9% -14,2%	65,7% 31,5%
Beaufort	4 512	5 100	5 350	5 160	-3,6%	14,4%
Comté	46 738	57 894	59 920	62 220	3,8%	33,1%
<b>Total PPC</b>	<b>53 208</b>	<b>65 969</b>	<b>68 323</b>	<b>70 624</b>	<b>3,3%</b>	<b>32,7%</b>
Cantal <i>dont fermier</i>	14 786 240	13 166 340	13 092 574	12 623 480	-3,6% -16,4%	-14,6% 100%
Laguiole <i>dont fermier</i>	737 8	621 16	598 21	664 29	11,2% 35,7%	-9,9% 261,3%
Morbier <i>dont fermier</i>	7 638 10	10 530 53	10 505 59	10 768 50	2,5% -15,3%	41,0% 400,0%
Reblochon <i>dont fermier</i>	15 206 2 390	15 797 2 016	15 598 2 023	15 934 2 061	2,2% 1,9%	4,8% -13,8%
Saint-Nectaire <i>dont fermier</i>	13 122 6 129	13 815 7 283	14 115 7 537	14 367 7 971	1,8% 5,8%	9,5% 30,1%
<i>Salers</i> <sup>2</sup>	1 622	1 299	1 075	1 244	15,7%	-23,3%
Tome des Bauges <i>dont fermier</i>	861 136	958 110	962 122	948 127	-1,5% 4,1%	10,1% -6,6%
<b>Total PPNC</b>	<b>53 972</b>	<b>56 206</b>	<b>55 947</b>	<b>56 548</b>	<b>1,1%</b>	<b>4,8%</b>
Brie de Meaux <sup>1</sup>	6 475	6 318	6 465	6 499	0,5%	0,4%
Brie de Melun <sup>1</sup>	215	250	242	232	-4,1%	7,9%
Camembert de Normandie <sup>1</sup>	4 464	5 698	5 840	5 994	2,6%	34,3%
Chaource <sup>1</sup>	2 445	2 421	2 477	2 541	2,6%	3,9%
Epoisses <sup>1</sup>	1 094	1 342	1 299	1 404	8,1%	28,3%
Langres <sup>1</sup>	435	631	661	691	4,5%	58,9%
Livarot <sup>1</sup>	1 122	984	882	865	-1,9%	-22,9%
Maroilles <i>dont fermier</i>	4 024 246	4 241 275	4 160 282	4 196 295	0,9% 4,6%	4,3% 19,9%
Mont d'Or <sup>1</sup>	4 341	5 503	5 513	5 707	3,5%	31,5%
Munster <i>dont fermier</i>	7 462 590	6 292 778	5 915 762	5 842 809	-1,2% 6,2%	-21,7% 37,1%
Neufchâtel <i>dont fermier</i>	1 512 468	1 715 482	1 614 445	1 645 415	1,9% -6,7%	8,8% -11,3%
Pont-l'Évêque <i>dont fermier</i>	2 641 72	2 214 87	2 163 87	2 232 89	3,2% 2,6%	-15,5% 23,6%
<b>Total pâtes molles</b>	<b>36 230</b>	<b>37 609</b>	<b>37 231</b>	<b>37 849</b>	<b>1,7%</b>	<b>4,5%</b>
<b>Total fromages AOP au lait de vache</b>	<b>157 283</b>	<b>172 505</b>	<b>174 369</b>	<b>178 148</b>	<b>2,2%</b>	<b>13,3%</b>

Fromages AOP au lait de brebis	2009 (tonnes)	2017 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2009
Brocciu <i>dont fermier</i>	525 90	313 80	380 80	269 69	-29,2% -13,8%	-48,8% -23,3%
Ossau-Iraty <i>dont fermier</i>	3 260 133	4 359 421	4 763 544	4 984 591	4,6% 8,6%	52,9% 344,4%
Roquefort	18 113	16 184	16 149	16 212	0,4%	-10,5%
<b>Total fromages AOP au lait de brebis</b>	<b>21 898</b>	<b>20 856</b>	<b>21 290</b>	<b>21 465</b>	<b>0,8%</b>	<b>- 2,0%</b>

PPC : Pâte Pressée Cuite ; PPNC : Pâte Pressée non cuite ; nc : non communiqué

<sup>1</sup>secret statistique sur les données de production fermière ; <sup>2</sup> fabrications fermières uniquement

Fromages AOP au lait de chèvre	2009 (tonnes)	2017 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2009
Banon <i>dont fermier</i>	67 10	81 14	86 15	95 14	11,2% -5,4%	42,2% 39,0%
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	468 33	374 42	366 45	351 47	-4,1% 4,4%	-25,0% 42,4%
Charolais <i>dont fermier</i>		81 73	82 72	89 72	8,5% 0,6%	
Chavignol <i>dont fermier</i>	951 270	809 229	859 227	868 234	1,0% 3,3%	-8,7% -13,2%
<b>Chevroitin<sup>2</sup></b>	90	58	56	65	16,1%	-27,8%
Mâconnais <i>dont fermier</i>	63 55	70 ss	77 ss	84 ss	9,1%	33,3%
Pélardon <i>dont fermier</i>	220 120	225 156	229 155	260 164	13,5% 5,8%	18,2% 36,7%
Picodon <i>dont fermier</i>	522 196	532 95	527 88	534 92	1,3% 5,4%	2,4% -52,9%
Poulligny-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	292 117	289 67	287 77	277 84	-3,3% 9,0%	-5,0% -28,6%
Rigotte de Condrieu <i>dont fermier</i>	80 30	108 28	91 30	74 25	-18,3% -17,1%	-7,1% -17,1%
Rocamadour <i>dont fermier</i>	1 074 347	1 265 382	1 288 386	1 261 394	-2,1% 2,1%	17,4% 13,5%
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 325 238	1 720 414	1 847 418	1 867 417	1,1% -0,2%	40,9% 75,2%
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	941 155	1 033 187	996 179	1 007 175	1,1% -2,4%	7,0% 12,9%
Valençay <i>dont fermier</i>	350 108	329 104	335 98	319 86	-4,9% -12,5%	-9,0% -20,8%
<b>Total fromages AOP au lait de chèvre</b>	<b>6 443</b>	<b>6 973</b>	<b>7 126</b>	<b>7 152</b>	<b>0,4%</b>	<b>11,0%</b>

<b>Total fromages AOP <i>dont fermier</i></b>	<b>185 624 14 853</b>	<b>200 431 16 511</b>	<b>202 814 17 024</b>	<b>206 765 17 626</b>	<b>1,9% 3,5%</b>	<b>11,4% 19%</b>
---	---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------	----------------------

Beurre AOP / AOC	2009 (tonnes)	2017 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2009
Beurre de Bresse		357	373	418	12,1%	
Beurre de Charentes-Poitou	23 800	26 135	26 207	27 510	5,0%	15,6%
Beurre d'Isigny	4 366	6 260	6 823	7 328	7,4%	67,8%
<b>Total beurres AOP</b>	<b>28 166</b>	<b>32 752</b>	<b>33 403</b>	<b>35 256</b>	<b>5,5%</b>	<b>25,2%</b>

Crème AOP / AOC	2009 (tonnes)	2017 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2009
Crème de Bresse		575	516	636	23,3%	
Crème d'Isigny	3 895	5 766	5 803	6 473	11,5%	66,2%
<b>Total crèmes AOP</b>	<b>3 895</b>	<b>6 341</b>	<b>6 319</b>	<b>7 109</b>	<b>12,5%</b>	<b>82,5%</b>

<b>Total AOP laitières</b>	<b>217 685</b>	<b>239 524</b>	<b>242 039</b>	<b>249 130</b>	<b>2,7%</b>	<b>14,4%</b>
----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------	--------------

## Les volumes commercialisés des produits laitiers IGP et leur évolution

Fromage IGP	2014 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2014
Brillat-Savarin		1 669	1 844	10,5%	
Emmental de Savoie	2 667	2 878	2 812	-2,3%	5,4%
Emmental français Est-Central IGP-LR	ss	3 173	3 100	-2,3%	ss
Gruyère	ss	ss	ss	ss	ss
Raclette de Savoie <i>dont fermier</i>		2 853 18	3 257 19	14,2% 5,6%	
Saint-Marcellin <i>dont fermier</i>	2 600 41	2 593 33	2 618 35	1,0% 6,0%	0,7% -14,6%
Soumaintrain <i>dont fermier</i>		184 48%	192 52%	4,3% 8,3%	

Fromage IGP	2014 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2014
Tomme de Savoie <i>dont fermier</i>	6 555 533	6 279 477	6 393 467	1,8% -2,1%	-2,5% -12,4%
Tomme des Pyrénées	2 530	3 072	3 280	6,8%	29,6%
<b>Total fromages IGP</b>	<b>19 375</b>	<b>24 639</b>	<b>25 814</b>	<b>4,8%</b>	<b>32,2%</b>

Crème IGP	2014 (tonnes)	2018 (tonnes)	2019 (tonnes)	2019/2018	2019/2014
Crème fraîche fluide d'Alsace	1 364	1 350	1 396	3,4%	2,3%
<b>Total crème IGP</b>	<b>1 364</b>	<b>1 350</b>	<b>1 396</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,3%</b>

<b>Total IGP laitières</b>	<b>20 739</b>	<b>25 989</b>	<b>27 210</b>	<b>4,7%</b>	<b>31,2%</b>
----------------------------	---------------	---------------	---------------	-------------	--------------

<sup>2</sup> fabrications fermières uniquement ; ss secret statistique

# Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

Entre 2018 et 2019, la commercialisation des produits laitiers d'appellation augmente (+5,2%). Cette hausse concerne les trois types de produits mais est particulièrement marquée pour le segment des crèmes.

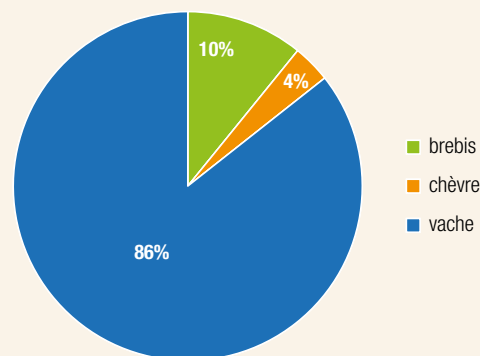
## Les fromages AOP

Les tonnages commercialisés de fromages AOP progressent entre 2018 et 2019 (+1,9%). Ils totalisent 206 765 tonnes de produits commercialisés en 2019.

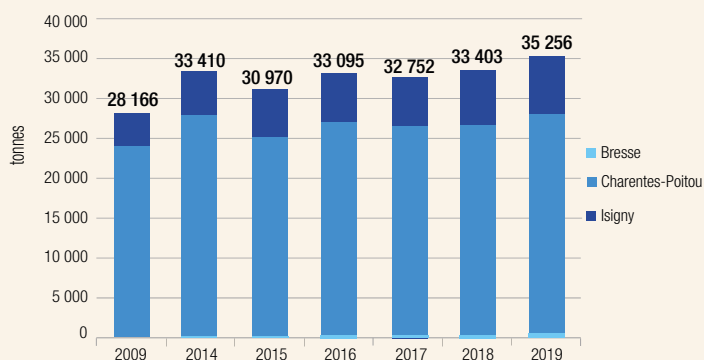
**En 10 ans, on enregistre une progression de 11,4% des ventes de fromages AOP.**

En 2019, l'évolution des volumes commercialisés est restée stable au sein de chaque type de lait. Sur les dix dernières années, ce sont les fromages au lait de vache qui enregistrent la plus forte progression (+13,3%) suivi des fromages au lait de chèvre (+11,0%). La commercialisation de fromages au lait de brebis a régressé de 2,0% depuis 2009.

Part de chaque espèce dans la commercialisation de fromages AOP en 2019



Beurres AOP

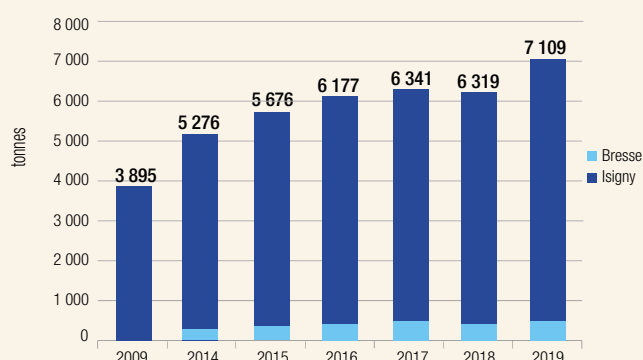


## Les beurres AOP

La commercialisation des beurres AOP continue sa progression en 2019 (+5,5%). Les 3 appellations beurre d'Isigny, beurre de Bresse et beurre Charentes-Poitou progressent respectivement de 7,4%, 12,1% et 5,0% entre 2018 et 2019 et totalisent une production de 35 256 tonnes. Cela représente 10% de la production nationale de beurre qui régresse de -0,7% entre 2018 et 2019<sup>1</sup>.

**En cinq ans, ce segment a enregistré une hausse des ventes de 5,5%.**

Crèmes AOP



## Les crèmes AOP

La commercialisation des crèmes AOP progresse de 12,5% en 2019 par rapport à 2018 pour atteindre 7 109 tonnes.

La crème d'Isigny compte pour 91% des volumes commercialisés.

**Ce segment a augmenté de 34,7% ces cinq dernières années.**

# Les fromages AOP par technologie

Deux familles de fromages totalisent près des deux-tiers des volumes commercialisés : les pâtes pressées cuites (PPC : 34,2%) et les pâtes pressées non cuites (PPNC : 29,8%).

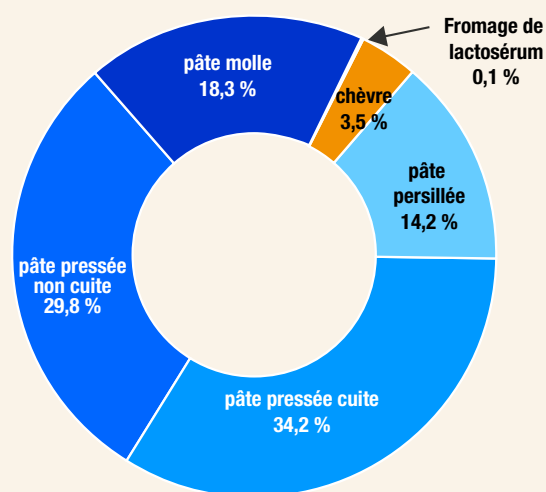
La répartition des différents types de pâtes dans la commercialisation totale des AOP reste stable.

La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage avec 70 624 t, augmente entre 2018 et 2019 de 3,3%. Le Comté totalise 88% des volumes de cette catégorie. En dix ans, la commercialisation de pâte pressée cuite a progressé de plus de 30%, c'est la plus forte évolution parmi les catégories de fromages AOP.

La commercialisation des PPNC augmente de 1,4% entre 2018 et 2019. La progression de l'Ossau-Iraty, du Salers et du Laguiole étant particulièrement dynamique. Ce segment a progressé de 7,5% en dix ans, tiré par les hausses de volumes commercialisés en Morbier, Ossau Iraty et Saint-Nectaire qui compensent les volumes en baisse en Cantal et Salers.

Les ventes de pâtes persillées progressent à nouveau en 2019 (+1,1%). Tous les fromages à pâte persillée connaissent une progression en 2019.

Part des fromages AOP par technologie en 2019

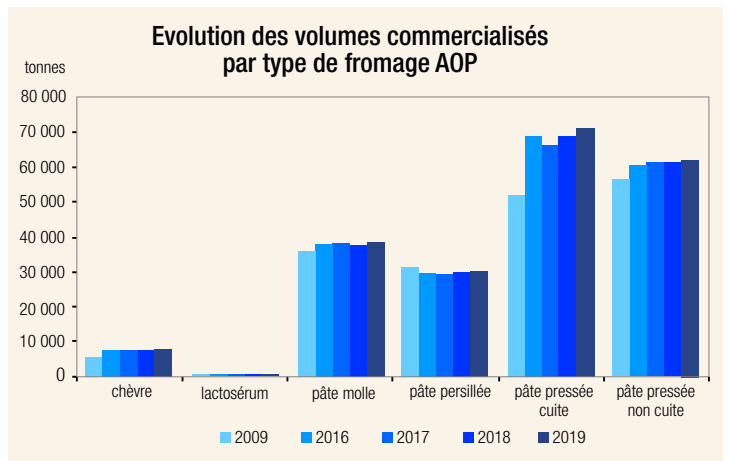


<sup>1</sup> EAL 2020, données 2019

Cette augmentation est particulièrement dynamique chez les bleus doux au lait de vache (Bleu du Vercors-Sassenage, Bleu de Gex Haut-Jura et Fourme de Montbrison). Les ventes de Roquefort repartent à la hausse pour la première fois au cours des dix dernières années, freinant légèrement la chute des ventes enregistrées depuis 10 ans (-8,3%).

Les volumes commercialisés de pâtes molles progressent entre 2018 et 2019 de 1,7%. Ce segment a progressé de 4,5% en dix ans. Seuls le Livarot, le Pont-l'Évêque et le Munster ont régressé.

La commercialisation de fromages de chèvre se stabilise (+0,4%) entre 2018 et 2019 pour atteindre 7 152 tonnes. Le Pélardon enregistre la progression en volume la plus importante (+31 tonnes). Ce segment a progressé de 11% en 10 ans, recouvrant des tendances contrastées entre des fromages à la progression constante (Sainte-Maure de Touraine, Banon, Mâconnais, Pélardon) et d'autres n'ayant pas retrouvé leur niveau de 2009 (Valençay, Pouligny-Saint-Pierre, Chabichou du Poitou et Chavignol).



## Évolution des volumes commercialisés de fromages AOP au lait cru et fermier

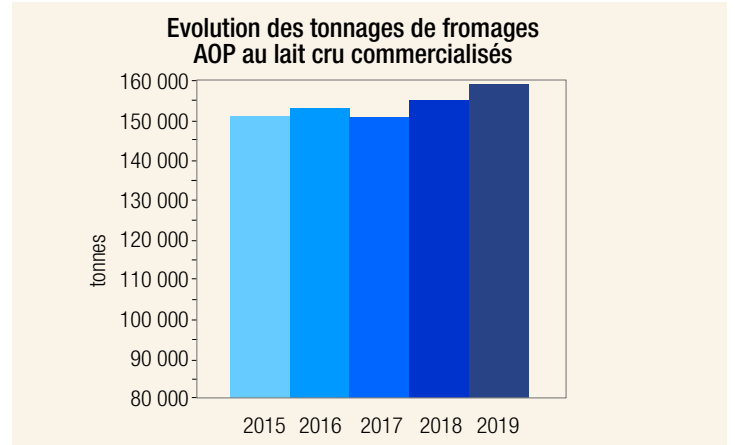
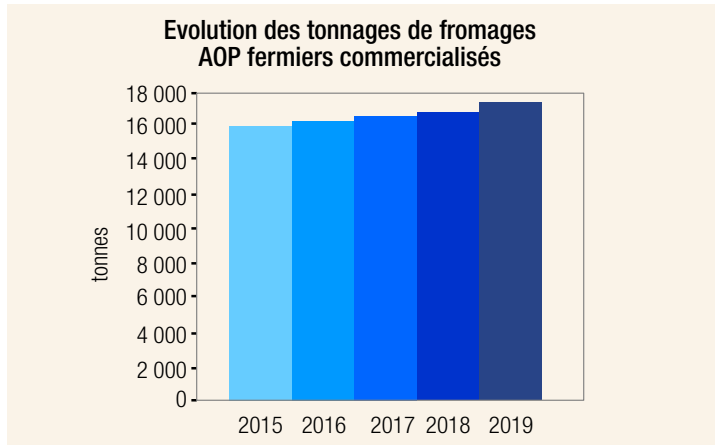
**8,5% des fromages AOP sont des fromages fermiers.** En 2019, le tonnage commercialisé s'établit à 17 626 tonnes et est en augmentation de 3,5% par rapport à 2018 avec 600 tonnes de produits fermiers en plus. Cette production continue de progresser, avec une hausse de près de 20% ces dix dernières années. 39 des 45 appellations fromagères revendiquent une part de production fermière et deux appellations sont exclusivement fermières : le Salers et le Chevrotin.

Les fromages AOP en Auvergne connaissent une progression de leur production fermière particulièrement importante : Bleu d'Auvergne, Fourme d'Ambert, Salers, Laguiole enregistrent des croissances à deux chiffres. Première AOP fermière avec 7 971 tonnes, les ventes de Saint-Nectaire fermier sont en hausse de 5,8% en 2019 par rapport à 2018. Il est suivi par le Reblochon, dont la production fermière annuelle est de 2 061 tonnes.

**Les fromages AOP sont majoritairement fabriqués au lait cru.** Ils totalisent une production de **159 074 tonnes, soit 76,9% de l'ensemble des fromages AOP.** Cette part a augmenté de 1 point en cinq ans. 27 fromages AOP sont exclusivement au lait cru.

Les ventes de fromages AOP au lait cru ont progressé en 2019 (+2,6% par rapport à 2018). Toutes les technologies de fromages AOP au lait cru connaissent une progression entre 2018 et 2019. La plus importante est celle des PPC (+3,3%).

Au niveau national, les ventes de fromages au lait cru représentent 10,5% des ventes de fromages autres que fondus. Elles augmentent de 1,0% entre 2018 et 2019<sup>1</sup>.



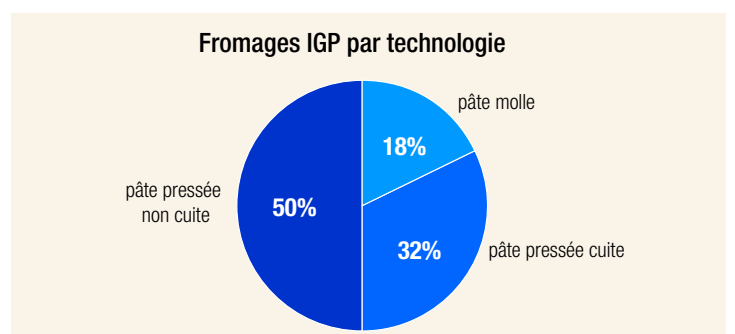
## Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP

**Les IGP laitières sont exclusivement fabriquées au lait de vache.**

En 2019, les pâtes pressées non cuites représentent 50% des volumes de fromages IGP, les pâtes pressées cuites 32% et les pâtes molles 18%, comme en 2018.

Avec 573 tonnes produites en 2019, la production fermière reste stable entre 2018 et 2019.

Le Soumaintrain, est produit pour environ 30% au lait cru et fermier. Cela fait de lui le fromage IGP avec la plus grande part de production fermière, même si c'est la Tomme de Savoie qui domine la production fermière avec 467 tonnes en 2019 (7,3% du volume commercialisé).



<sup>1</sup> EAL 2020, données 2019

## Évolution des achats de fromages<sup>1</sup>

Achats de fromages (hors fromages blancs) par les ménages français entre 2018 et 2019

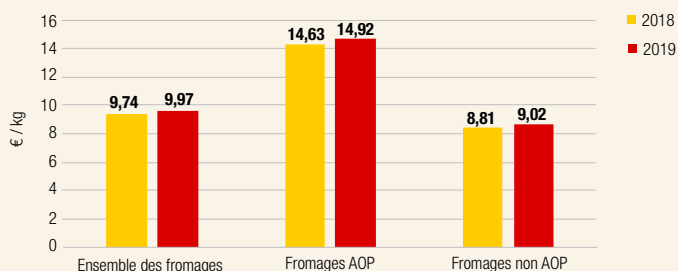
	Achats 2018		Achats 2019		Évolution 2019/2018	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Fromages AOC/AOP	113 773	1 522 498	117 943	1 597 473	3,66%	4,92%
Fromages non AOC/AOP	690 584	6 163 545	700 431	6 385 108	1,43%	3,59%
<b>TOTAL</b>	<b>804 357</b>	<b>7 686 043</b>	<b>818 374</b>	<b>7 962 581</b>		
Part des AOC/AOP	14,1%	19,8%	14,4%	20,0%		

L'année 2019 marque un retour à la hausse des volumes commercialisés de fromages AOP en GMS et hard-discount, de manière plus marquée que les volumes de fromages non AOP. Leur valorisation a augmenté de manière plus importante que les volumes, traduisant une hausse des prix à la consommation.

La part de marché des fromages AOP au sein de la catégorie fromages représente 14,4 % des fromages en volume et 20,0 % en valeur en 2019.

## Prix de vente moyen des fromages<sup>2</sup>

Prix de vente moyen des fromages en Grande et Moyenne Surface, Hard Discount et drive

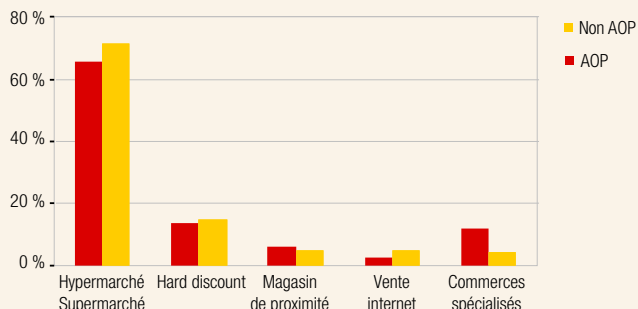


Les prix de vente des fromages poursuivent leur progression. Elle est plus importante dans la catégorie des fromages non AOP (+2,4 %) que dans celle des fromages AOP (+ 2,0%).

En 2019, les fromages AOP se vendent en moyenne 5,89 €/kg de plus que les non AOP soit un prix 1,7 fois plus élevé que les autres fromages. Ce différentiel est en baisse de 0,7 point par rapport à 2018 du fait de la progression plus rapide des prix des fromages non AOP.

## Lieux d'achats des fromages<sup>1</sup>

Lieux d'achat des fromages en 2019



La répartition des ventes des fromages AOP et non AOP entre les différents lieux d'achat est relativement similaire, avec pour principal point d'achat les hyper et supermarchés.

Le secteur des fromages AOP se distingue par une proportion de vente en commerces spécialisés plus importante (11,8% vs 4,6% pour les non AOP) et une part plus faible commercialisée en hypermarché et supermarché (66,1%), en Hard Discount (12,9%) et via internet (3,2 %) par rapport au secteur des fromages non AOP pour lesquels ces segments représentent respectivement 70,5%, 14,2% et 5,4%.

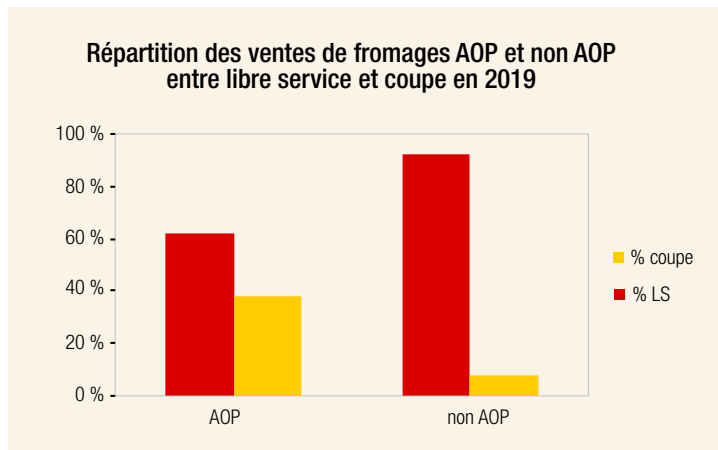
Ces cinq dernières années, on peut constater que la part de vente de fromages AOP en Hyper et Super ont diminué (-2,81%) au profit de la commercialisation via internet (+53%) et via les magasins de proximité (+10%). Dans la catégorie des fromages non AOP, ce sont surtout les parts de marché en Hard Discount qui ont reculé (-10%) au profit de la vente en ligne, des magasins de proximité mais aussi des magasins spécialisés dont la part de marché augmente de 12% en cinq ans.

<sup>1</sup> Panel Kantar Worldpanel 2019

<sup>2</sup> Panel Symphony IRI/ CNIEL 2019

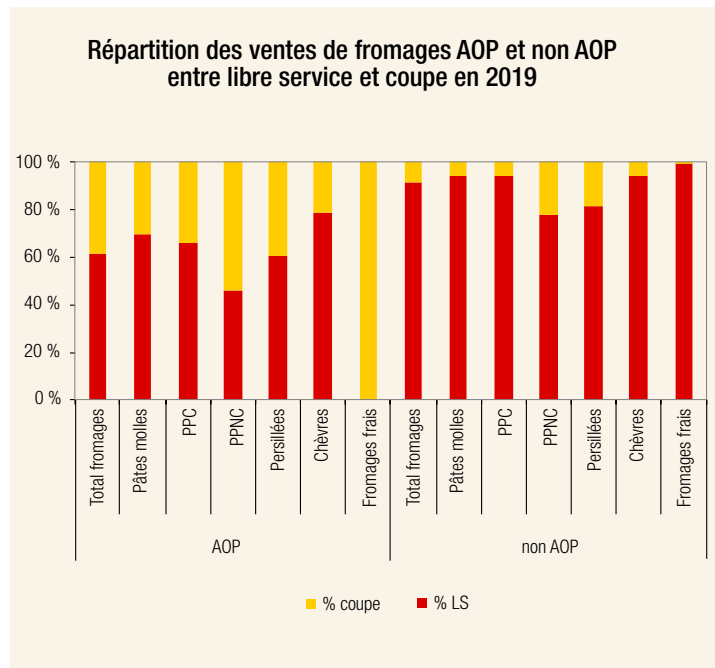


# Répartition des ventes de fromages par rayon<sup>1</sup>



Les ventes réalisées en GMS et Hard Discount se répartissent entre libre-service (LS) et coupe. Pour les fromages AOP, cette répartition, relativement stable depuis plusieurs années est respectivement de 62% et 38%. 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.

Au sein des fromages AOP, les tendances sont différentes d'une catégorie de produits à l'autre. Les fromages au lait de chèvre sont les plus vendus en LS, à près de 80% de leur volume, suivis par les pâtes molles (69%), les PPC (67%) et les pâtes persillées (60%).



Les PPNC se distinguent avec un niveau de vente plus élevé à la coupe qu'en LS (respectivement 51% et 49% des volumes). Les fromages frais AOP sont consommés quasi exclusivement au rayon coupe.

## Caractérisation des consommateurs de fromages AOP<sup>2</sup>

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 un déterminant de la consommation de fromages AOP. Les classes moyennes et aisées consomment significativement plus que les foyers à revenus plus modestes.

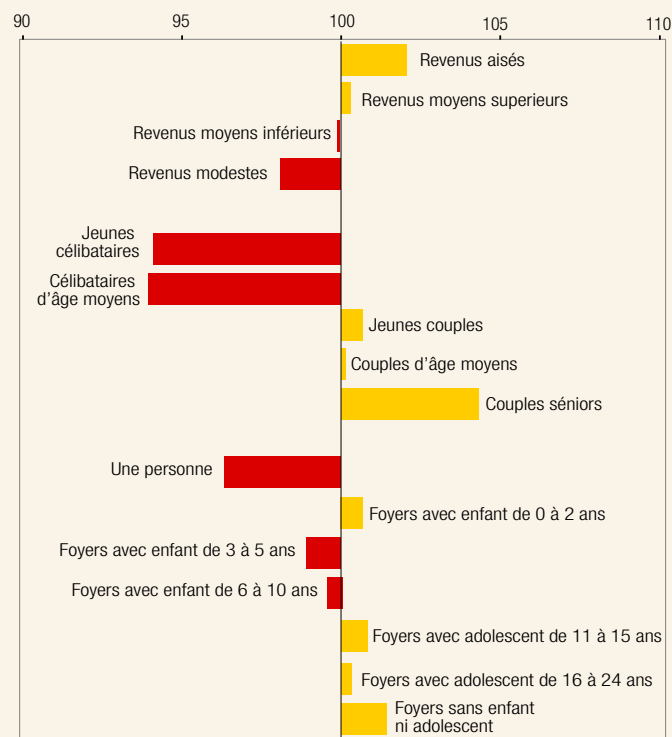
L'âge apparaît également comme un facteur important. La consommation de fromages AOP y est corrélée : les taux de pénétration sont plus élevés chez les couples seniors.

Enfin, les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages. La consommation de fromages AOP est la plus faible dans les foyers célibataires. Pour les foyers avec enfants, le taux de pénétration augmente avec l'âge de ces derniers. Ce qui pourrait expliquer que les couples d'âge moyen ont une moins forte consommation de fromages AOP, correspondant à un stade de leur vie où les enfants sont jeunes.

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 ci-contre 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 fromages AOP selon les catégories de population en 2019



<sup>1</sup> Panel Symphony IRI/ CNIEL 2019

<sup>2</sup> Panel Kantar Worldpanel 2019

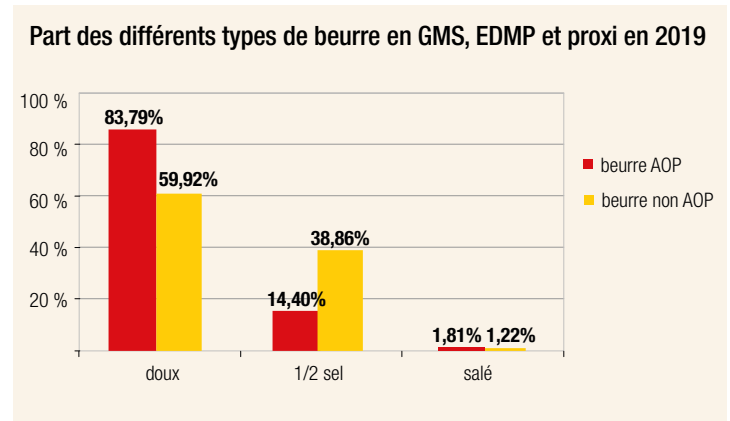
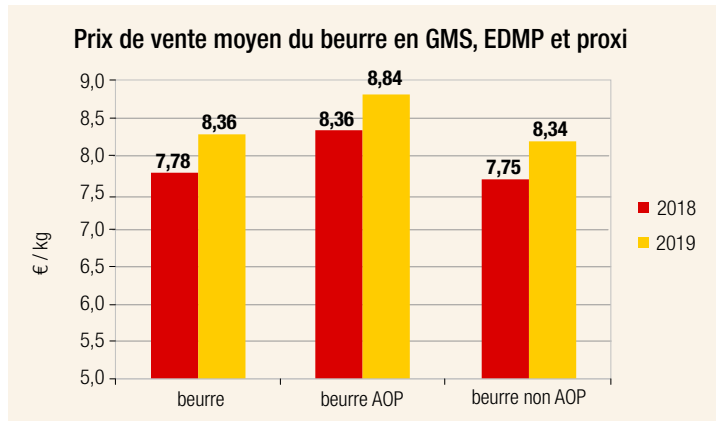
# Marché des beurres AOP<sup>1</sup>

Après une baisse des ventes en 2018, la vente de beurre AOP repart à la hausse en 2019 pour atteindre 8 160 t (+5,9% par rapport à 2018), dépassant le niveau de 2017. Ce segment se détache donc des beurres non AOP qui voient leurs volumes de vente stagner en 2019 (-0,4%). Le

chiffre d'affaires lié à ces segments augmenté de 11,9% pour les beurres AOP et de 7,2% pour les beurres non AOP. La part de marché des beurres AOP reste stable, aussi bien en valeur qu'en volume, et représente respectivement 5,3% et 5,0%.

## Évolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2018 et 2019

	Ventes 2018		Ventes 2019		Évolution 2019/2018	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
<b>Beurres AOP</b>	7 704	64 403	8 160	72 090	5,9%	11,9%
<b>Beurres non AOP</b>	155 095	1 201 976	154 523	1 288 507	-0,4%	7,2%
<b>TOTAL</b>	162 800	1 266 379	162 683	1 360 598		
<b>Part des AOP</b>	4,7%	5,1%	5,0%	5,3%		



Les beurres AOP sont commercialisés à un prix en moyenne plus élevé que les beurres non AOP (+6%). Cet écart ne cesse de diminuer depuis plusieurs années. 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

représentent près de 84% des ventes pour les appellations tandis qu'elle n'atteint que 60% hors appellation. La part de beurre demi-sel est, elle, deux fois moins importante pour les beurres AOP que non AOP. Après une forte progression entre 2017 et 2018 des ventes de beurres salés AOP, celles-ci diminuent légèrement en 2019 (-3,2%)

# Marché des crèmes AOP<sup>1</sup>

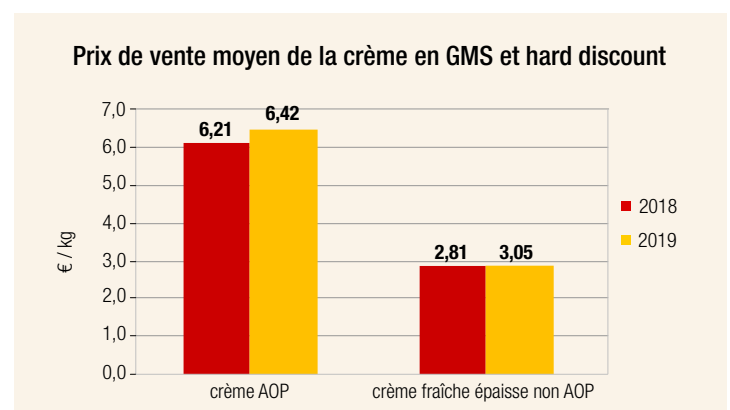
## Évolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2018 et 2019

	Ventes 2018		Ventes 2018		Évolution 2019/2018	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
<b>Crèmes AOP</b>	3 712	23 053	4 279	27 471	15,2%	19,2%
<b>Crèmes fraîches épaisses non AOP</b>	88 497	248 633	88 195	269 080	-0,3%	8,2%
<b>TOTAL</b>	92 210	271 686	92 474	296 552	0,3%	9,2%
<b>Part des AOP</b>	4,0%	8,5%	4,6%	9,3%		

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Les crèmes sous appellations étant essentiellement des crèmes fraîches épaisses, c'est à cette catégorie que nous les comparons ici. En 2019, la part des crèmes AOP dans le tonnage total de crèmes fraîches épaisses commercialisé est de 4,6%, en légère progression par rapport à 2018.

Les ventes en volume de crème sont globalement stables en Hyper, Supermarchés, Drive et Hard Discount, mais les crèmes AOP enregistrent une belle progression des ventes en volume (+15,2%) et en valeur (+19,2%) entre 2018 et 2019.

Le prix de vente des crèmes AOP progressent moins fortement (+3,4%) que les crèmes non AOP (+8,6%) entre 2018 et 2019. Les crèmes AOP sont commercialisées en moyenne à un prix plus de deux fois supérieur aux autres crèmes fraîches natures épaisses.



<sup>1</sup> Panel Symphony IRI CNIEL 2019

# LES FROMAGES SOUS INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES (IG) ET SPÉCIALITÉS TRADITIONNELLES GARANTIES (STG) EN UNION EUROPÉENNE (UE)



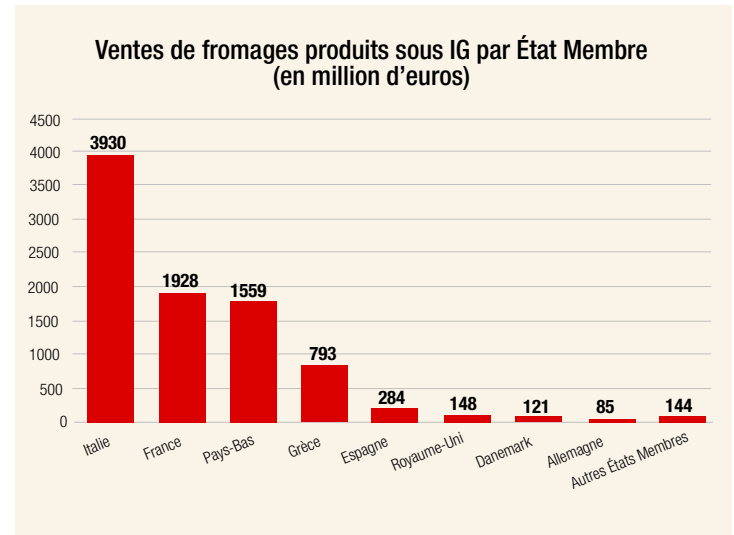
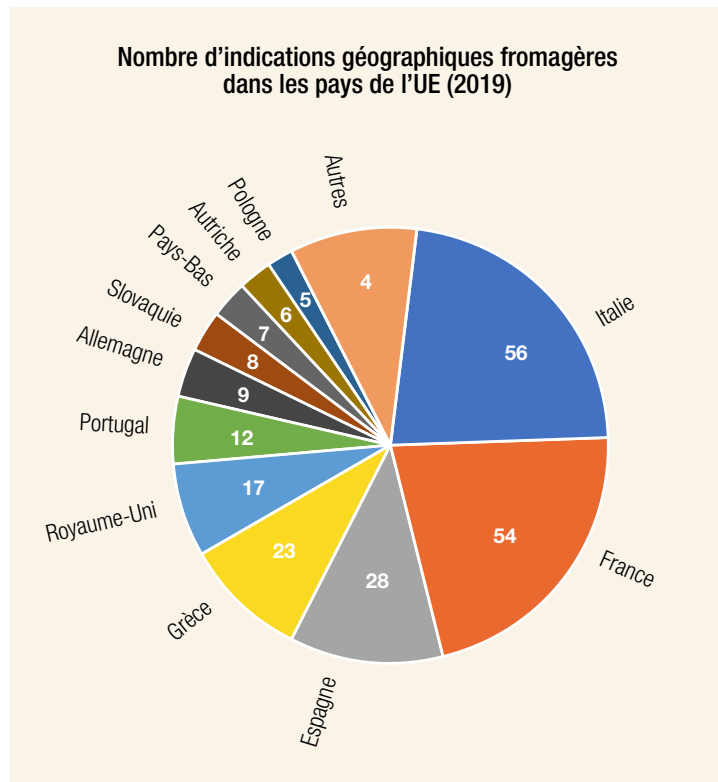
L'Union Européenne (UE) comptabilise 248 indications géographiques (IG) fromagères produites sur son territoire. Cela représente une production de 1,243 millions de tonnes de fromages en 2017.

L'Italie, la France, l'Espagne et la Grèce sont respectivement les pays dans lesquels le plus d'AOP et IGP fromagères sont enregistrées.

La Commission Européenne a publié en octobre 2019 une étude sur la valeur économique des produits sous indications géographiques (IG) et Spécialité Traditionnelle Garantie (STG) de l'Union Européenne (UE)<sup>2</sup>. Une partie est dédiée aux produits laitiers.

La France, avec 1,93 milliard d'euros en 2017 représente 21% des ventes de fromages sous IG de l'Union Européenne et contribue à hauteur de 13% à la croissance européenne.

Les Pays-Bas, avec 1,56 milliard d'euros, représentent 17% des ventes et plus de la moitié de la croissance observée. Le secteur a prospéré grâce à l'enregistrement du « Gouda Holland IGP » en 2010 et du « Hollandse geitenkaas IGP » en 2015.



## Ventes en valeur de fromages sous IG en UE



En 2017, la production totale de fromage sous IG ou STG dans l'UE s'élève à 1 243 161 millions de tonnes et représente 9,03 milliards d'euros de ventes. Il s'agit de fromages AOP à plus de 80% (7,38 milliards d'euros), les IGP représentant quant à elles un peu moins de 20% du chiffre d'affaires des produits laitiers sous IG (1,61 milliard d'euros). Les ventes de fromages ont progressé de 43% en valeur sur la période 2010-2017.

Derrière l'Italie et devant les Pays Bas, la France fait partie des trois plus gros producteurs de fromages sous IG de l'UE. Ces trois pays représentent en 2017 82% des ventes en valeur de fromages sous IG de l'Union.

L'Italie avec 3,93 milliards d'euros représente 44% des ventes de fromages sous IG de l'UE et 19% de la croissance européenne. Ses principales indications géographiques sont « Grana Padano AOP », « Parmigiano Reggiano AOP » et « mozzarella di Bufala Campana AOP ».

## Part des fromages sous IG dans la production nationale des principaux États Membres

La part des SIQO dans la production nationale varie d'un pays à l'autre.

En Italie, les fromages sous IG représentent 22% de la production nationale des fromages en 2016. Le taux de croissance annuel des fromages sous IG (1,4% par an) est plus faible que le taux de croissance annuel des fromages (2,8 % par an).

En France, les fromages sous IG représentent 7% de la production nationale de fromages. Le taux de croissance annuel pour les fromages sous IG est plus important que le taux de de croissance annuel pour les fromages (3,0% par an vs 2,3% par an) sur la période 2010-2016.

Le secteur des fromages sous IG grec est le plus important en termes de part de marché, il représente 36% de la production nationale de fromage. Alors que le taux de croissance annuel pour les fromages est de -0,3%, le taux de croissance pour les fromages sous IG est de 2,0 % par an.

En Espagne, comme pour la Grèce, le secteur des fromages sous IG croît plus vite (6,5 % par an) que le secteur des fromages (-0,1% par an).

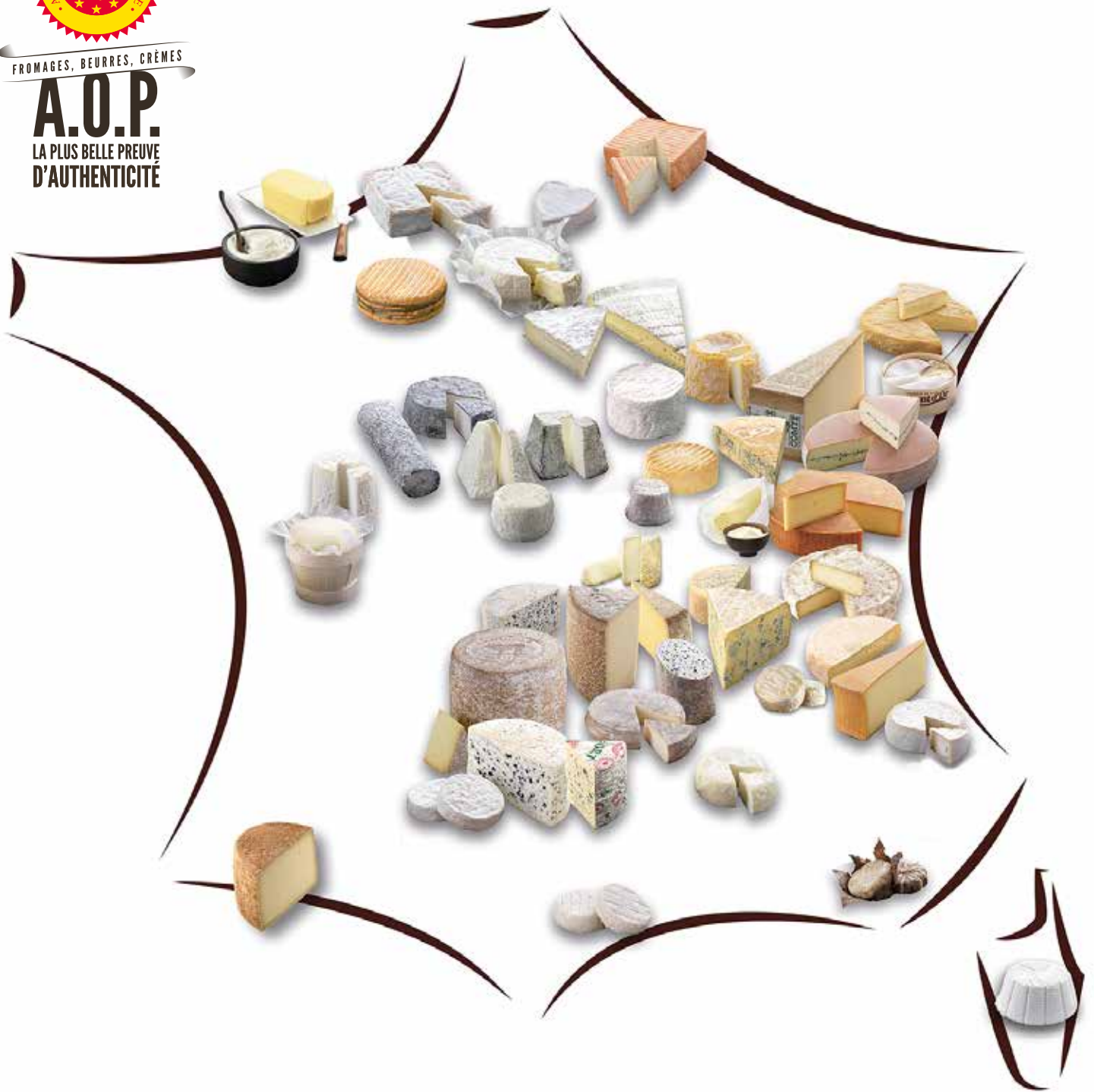
<sup>1</sup>Plateforme DOOR - Commission Européenne

<sup>2</sup>Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs), AND-International, Directorate-General for Agriculture and Rural Development (European Commission), ECORYS, april 2020



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](http://www.fromages-aop.com) - [www.inao.gouv.fr](http://www.inao.gouv.fr)

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

Contacts : [cspelle@cniel.com](mailto:cspelle@cniel.com) ; [s.vaslet@inao.gouv.fr](mailto:s.vaslet@inao.gouv.fr)

Tous les ans au printemps, l'INAO conduit auprès des ODG laitiers une enquête sur leurs statistiques de production. Le CNAOL et l'INAO assurent le traitement de ces données ainsi que leur analyse en les croisant avec celles de l'Observatoire des Données du milieu Rural de l'INRAE, de l'enquête annuelle laitière du SSP, et des données issues des Panel IRI et Kantar Worldpanel suivies par le CNIEL.

Document réalisé par Céline Spelle (CNAOL), Séverine Vaslet (INAO) sur la base des données 2019 de l'enquête INAO conduite en mai 2020. Avec la collaboration de Raphaël Guyet, Antoine Auvray, Bruno Roney, Laurence Carillier (CNIEL) et Lucile Roussel (INAO).

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

**cnaol**  
CONSEIL NATIONAL  
DES APPELLATIONS  
D'ORIGINE LAITIÈRES