



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



FranceAgriMer

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

2020

Catalogue

des publications



Édito

Chaque année, FranceAgriMer conduit un programme d'informations et études économiques, répondant aux besoins de l'Établissement et de ses partenaires institutionnels et professionnels afin d'améliorer la connaissance des marchés et des filières de valorisation des produits de l'agriculture et de la mer. La plupart des études donnent lieu à des publications concernant une ou plusieurs filières ou portant sur des problématiques transversales.

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

- La **Collection Conjoncture** regroupe les analyses de marché conjoncturelles (moins de 3 mois) sur une filière,
- La **Collection Données** présente un ensemble d'indicateurs économiques ou de statistiques illustrées et commentées portant le plus souvent sur une filière ou un secteur,
- La **Collection Études** restitue des résultats d'enquêtes, d'études ou analyses réalisées directement par FranceAgriMer ou par un prestataire mandaté par l'Établissement.

Le catalogue des publications de l'année 2020 récapitule la plupart des travaux produits du-

rant l'année écoulée. Il témoigne de la diversité des sujets, des filières et des approches mises en œuvre au service de l'information économique des filières : bilans quantifiés permettant de mettre en regard production et usages pour un secteur ; études d'un segment ou d'un mode de consommation ; évolution des prix à différents stades de commercialisation, compétitivité des productions françaises à l'international.

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

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

Bonne lecture.

Christine Avelin

Directrice générale de FranceAgriMer



LES DONNÉES

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



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



visionet.franceagrimer.fr



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

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



rnm.franceagrimer.fr

LES DONNÉES



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



cereobs.franceagrimer.fr

3



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

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


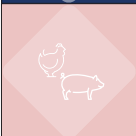











observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr

Sommaire

FILIÈRES

4

	MULTIFILIÈRES	p. 6
	VIANDES BLANCHES	p. 26
	FRUITS ET LÉGUMES	p. 30
	VIANDES ROUGES	p. 60
	HORTICULTURE	p. 68
	GRANDES CULTURES	p. 86

	PÊCHE ET AQUACULTURE	p. 94
	PLANTES À PARFUMS, AROMATIQUES ET MÉDICINALES	p. 108
	VIN ET CIDRE	p. 112
	APICULTURE	p. 130
	LAITS	p. 138

MULTIFILIÈRES





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2019, PERSPECTIVES 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2020, l'Unité Élevage de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2019, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte non seulement sur le marché français, mais également sur le marché européen, voire sur le marché mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2020.

Méthodologie

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

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

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

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

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2019 en France sont les suivants :

- en viande bovine, le marché français a été encombré par un afflux de vaches laitières et allaitantes, qui a entraîné un repli des cours. Les abattages de jeunes bovins ont en revanche diminué, ce qui a permis de soutenir les prix mais a limité les exportations. Le solde du commerce en a été dégradé d'autant plus que les importations ont progressé ;
- la filière veau de boucherie a connu une crise historique, en raison d'une hausse de la production aux Pays-Bas et en Belgique, faisant chuter les prix ;
- la production de viande ovine a légèrement augmenté, pesant sur les prix qui sont restés sous les niveaux de 2018 sur la majeure partie de l'année. À cela s'ajoutent les importations

de viande, notamment en provenance du Royaume-Uni, qui se sont elles aussi raffermies ;

- dans la filière porcine, la production a légèrement progressé malgré la contraction du cheptel. La demande asiatique a stimulé les exportations de viande porcine et conduit à une forte hausse du prix du porc ;
- dans les filières volailles, la production a affiché une baisse malgré des abattages de poulet dynamiques. Les exportations, en baisse globalement, ont poursuivi leur retrait des marchés du Proche et Moyen-Orient pour se repositionner sur le marché intra-communautaire ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable sur l'année, dans un contexte de prix du lait en augmentation. L'année a été caractérisée par une amélioration du solde des échanges de produits laitiers après plusieurs années de repli ;
- malgré une collecte de lait de brebis en légère baisse, les fabrications de fromages et de produits ultra-frais ont augmenté, suivant la tendance de la consommation ;
- dans la filière lait de chèvre, les fabrications se sont repliées, en raison d'une collecte stable mais d'importations de produits de report caprins en recul.

Conclusion

Le Brexit tant attendu n'a finalement pas eu lieu en 2019. La sortie du Royaume-Uni au 31 janvier 2020 ne devrait avoir que peu d'impact sur les échanges puisque les conditions restent inchangées jusqu'à la fin de l'année 2020. La fièvre porcine africaine ou les taxes additionnelles des États-Unis pourraient en revanche avoir plus de conséquences sur les marchés des produits animaux.

FLASHEZ
MOI





PANORAMA DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE HORS DOMICILE

10



RÉSUMÉ

Objectifs

L'étude a eu pour objectif de :

- dresser un panorama actuel du marché de la consommation hors domicile (CHD), décrivant sa structure, ses acteurs et les interactions entre eux, tout en quantifiant les flux de produits alimentaires entre les distributeurs et les opérateurs de la CHD ;
- recenser et étudier des outils existants de suivi de la CHD et proposer des moyens de mesure alternatifs, en vue de mettre en place un observatoire de la CHD.

Méthodologie

Le périmètre de l'étude concerne les données de l'année 2018 et englobe le secteur de la consommation hors domicile au sens large (restauration commerciale et collective, ainsi que circuits de vente alternatifs tels que les boulangeries et les magasins de proximité). Le marché et les approvisionnements ont été évalués à partir de sources multiples (données économiques publiques, enquêtes auprès des restaurateurs, analyse de bases de données de distributeurs et opérateurs de la CHD, extrapolation des résultats des études antérieures sur l'année 2018).

Résultats

Les principaux résultats à retenir sont les suivants :

- GIRA Foodservice évalue le marché de la CHD en 2018 à 87 milliards d'€ HT de chiffre d'affaires et 10 milliards de prestations (définies comme prise de repas d'une personne, boisson comprise, que ce soit le matin, le midi ou le soir, snacking compris) ;
- ce marché est porteur, avec une croissance estimée à 3 % entre 2017 et 2018 ;
- la restauration commerciale représente le segment le plus important, suivie de la restauration collective qui pèse 25 % du CA et 38 % des prestations du total de la CHD ;
- le poids des chaînes de restauration collective et commerciale est considérable (36 % du CA et 47 % des prestations), même si l'univers de la CHD est majoritairement composé des indépendants, contribuant à la complexité de l'analyse de ce marché ;
- les circuits de vente alternatifs (boulangeries, commerces de proximité, ambulants etc.) complètent cet univers, bien que leur quantification reste difficile en raison de leur forte diversité ;
- GIRA Foodservice évalue les approvisionnements de la CHD à 27 milliards d'€ en 2018,

réalisés à 2/3 auprès des grossistes et à 13 % dans les enseignes Cash & Carry. Les circuits directs représentent encore une part relativement limitée sauf pour les boissons ;

- les boissons représentent le premier poste des dépenses des structures de la CHD, suivies des produits carnés et des fruits et légumes ;
- en termes de technologies, les produits frais dominent, suivis des surgelés puis des produits d'épicerie.

Conclusion

Même si elle a permis d'avoir pour la première fois une quantification transversale des approvisionnements de la CHD, l'étude réalisée par GIRA Foodservice a en même temps mis en exergue la difficulté d'obtenir une vision exhaustive du marché et des phénomènes qui le constituent : le même niveau de détail et de fiabilité de données pour l'ensemble de secteurs ou maillons avec une approche méthodologique unique semble difficile à obtenir. Cette première approche exploratoire nécessite donc un approfondissement pour éclairer les zones d'ombre et pour inscrire l'évaluation dans la durée.





FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES BIOCARBURANTS VEILLE CONCURRENTIELLE 2019

12



RÉSUMÉ

Objectifs

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

Méthodologie

L'analyse de la compétitivité porte sur 6 axes de compétitivité : le potentiel de production, les conditions agro-climatiques, la capacité des opérateurs à conquérir les marchés, le portefeuille des marchés, la capacité d'organisation de la filière et les indicateurs macroéconomiques. Pour chacun de ces axes, des indicateurs de performances ont été définis pour lesquels chaque pays se voit attribuer une note en fonction de son positionnement par rapport à ses concurrents, ce qui permet d'établir un classement, par indicateur, par axe et total. Ce classement total renseigne donc sur la compétitivité de la filière d'un pays. Ces indicateurs s'appuient sur une multitude de sources biblio-

graphiques : FO Lichts, USDA, Eurostat, EIA, etc., ainsi que des entretiens avec des experts.

Résultats

Sur le marché du bioéthanol, les États-Unis arrivent en tête du classement de la veille concurrentielle. Le pays a l'avantage d'être un grand producteur de bioéthanol avec un taux d'incorporation élevé et un parc industriel développé, mais il bénéficie aussi de hauts rendements agricoles de matières premières, soutenus par la performance de la recherche et de la sélection variétale. Le Brésil est en 2^e place avec notamment un haut niveau de production et un taux d'incorporation élevé qui approvisionnent le marché intérieur développé grâce au parc de véhicules flex-fuel. La France atteint la 3^e place du classement ; le pays est autosuffisant en bioéthanol et dispose d'un mix de matières premières rentable grâce à l'utilisation de la betterave et d'une organisation agro-industrielle performante.

Sur le marché du biogazole, le Brésil est en tête du podium en 2018. Le pays voit ses capacités de production progresser au même

rythme que son marché intérieur. Il bénéficie également du soutien public et des investissements industriels pour développer la filière, facteurs essentiels qui garantissent son indépendance énergétique. L'Indonésie se place en 2^e position avec l'utilisation d'huile de palme, matière première favorable à la production de biogazole et garantissant un faible coût d'approvisionnement renforcé par des rendements huile/hectare élevés. Le podium est complété par les États-Unis dont le niveau de production élevé alimente le fort niveau de consommation domestique. La France, qui atteint la 5^e position, pâtit de rendements agricoles faibles en 2018. Le pays est également très dépendant énergétiquement et donc importateur net de biogazole.

Conclusion

La compétitivité de la filière biocarburants française est à deux vitesses. La France confirme les atouts de sa filière bioéthanol sans être leader sur un axe en particulier. Cependant, la situation de sa filière biogazole reste fragile dans un contexte international de plus en plus compétitif.



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

14



RÉSUMÉ

Objectifs

Le rapport 2020 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges a pour but de porter un éclairage sur la formation et la répartition de la valeur le long des chaînes de production, de transformation et de distribution alimentaires en 2019.

Méthodologie

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

Résultats

Des évolutions des prix et des marges contrastées en 2019 selon les filières

En 2019, la progression de l'ensemble des prix à la production agricole, initiée en 2017, se poursuit avec une hausse moyenne de 1,8 % par rapport à 2018. Ces variations sont à mettre en regard des évolutions des prix des moyens de production également en hausse depuis 2017 (+ 1,6 % entre 2018 et 2019). En moyenne, en 2019, les prix des produits des industries alimentaires repartent à la hausse (+ 1,1 % entre 2018 et 2019, selon l'indice des prix de production de l'industrie alimentaire de l'Insee). Les prix à la consommation des produits alimentaires ont également augmenté de 2,5 % en 2019, augmentation plus prononcée qu'entre 2017 et 2018. Cette hausse est supérieure à l'inflation globale des prix à la consommation en France mesurée par l'Insee. Ces évolutions de prix à chaque stade cachent cependant des dynamiques contrastées selon les filières, détaillées dans le rapport 2020 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires.

Les marges de la grande distribution en 2018

L'Observatoire de la formation des prix et des marges a calculé les charges moyennes et les marges nettes par rayon alimentaire frais des GMS pour l'année 2018, les données 2019 n'étant pas encore totalement disponibles. Pour l'ensemble des rayons alimentaires frais, après imputation des charges, la marge nette rapportée au chiffre d'affaires ressort à 1,8 % avant impôt et s'établit à 1,2 % après impôt.

Le rapport détaille les résultats pour les rayons volailles, charcuterie, boucherie, fruits et légumes, produits laitiers, boulangerie et marée.

Des travaux initiés sur la filière bio

En 2019, l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires a décidé d'étendre ses travaux aux produits issus de l'agriculture biologique. Si les données sont encore insuffisantes pour établir la décomposition des prix au détail et calculer les coûts de production, le rapport 2020 dresse un panorama général de cette filière, avec un focus spécifique sur le lait UHT ½ écrémé bio et les fruits et légumes bio.

Euro alimentaire : le recul du poids de l'agriculture dans la valeur de l'alimentation se confirme

L'agriculture représente aujourd'hui 10 % de la valeur ajoutée induite par la consommation alimentaire et 6,3 % de la valeur totale de cette dernière, importations et taxes comprises, pourcentage à rapprocher des 15 % d'ETP agricoles impliqués dans la formation de cette valeur ajoutée. Ces résultats confirment la tendance au recul du poids de l'agriculture dans la valeur de l'alimentation.

Premiers éclairages sur l'impact de la Covid-19

Le rapport 2020 de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires livre aussi, sous la plume de son président, une première analyse de l'impact de la crise de la Covid-19. La période de 55 jours de confinement a bouleversé les modes de consommation alimentaire en raison de la fermeture des restaurants principalement. Les circuits industriels et commerciaux ont su s'adapter pour continuer à assurer l'approvisionnement des populations. Cette crise sanitaire sans précédent a renforcé les efforts de coopération et de dialogue au sein des filières, dans la ligne des travaux conduits par l'Observatoire depuis sa création.





ÉTUDE SUR LA FORMATION DES PRIX DANS LA FILIÈRE FRANÇAISE DE PRODUCTION DU MISCANTHUS



RÉSUMÉ

Objectifs

Le Miscanthus est une plante graminée rhizomateuse pérenne (20 à 25 ans). En France, l'espèce cultivée est le Miscanthus Giganteus. Elle couvre aujourd'hui un peu plus de 6 400 hectares et fait preuve d'une importante dynamique de croissance, de l'ordre de + 10 % par an. Les acteurs impliqués dans la production, la transformation et la distribution du miscanthus se multiplient. FranceAgriMer a lancé en 2019 une étude ayant pour objectif, d'une part, de caractériser les volumes de miscanthus présents sur le marché et leurs flux selon les différents usages et circuits de distribution et, d'autre part, de comprendre quels sont les prix pratiqués aux différents niveaux de la filière et quels facteurs de différenciation contribuent à leur formation.

Méthodologie

Afin d'évaluer précisément les flux de l'offre de miscanthus, tant qualitativement que quantitativement, et de déterminer les mécanismes opérant dans la formation des prix pratiqués, des

entretiens ont été menés avec les trois catégories d'acteurs présents sur la filière du miscanthus : les producteurs, les transformateurs et les metteurs en marchés. À l'issue de la phase d'entretiens avec les professionnels de la filière, les données obtenues ont été traitées, statistiquement et qualitativement. L'analyse a permis de caractériser pour chacun des trois types d'opérateurs les volumes traités, les types de transformations et de conditionnements réalisés sur le produit, les prix pratiqués, les débouchés et les circuits de commercialisation utilisés. La synthèse des résultats de chaque strate de la filière a ensuite permis d'élaborer un panorama complet des flux de miscanthus en France et des niveaux de prix par type de débouché, ainsi que leur évolution entre chaque catégorie d'acteurs.

Résultats

La production totale française de miscanthus en 2019 est estimée à 57 440 tonnes. 27 550 tonnes sont vendues aux transformateurs, soit presque la moitié de la production annuelle. Le reste est soit auto-

consommé par les producteurs principalement pour une utilisation en litière animale (7 800 tonnes), soit vendu en direct aux agriculteurs et éleveurs (13 940 tonnes), aux collectivités (2 820 tonnes) ou aux particuliers (4 100 tonnes), soit vendu aux grossistes et jardinerias (1 600 tonnes). Ces derniers s'approvisionnent également auprès des transformateurs, pour environ 6 000 tonnes.

Sur la globalité de la production, la litière est le premier débouché du miscanthus (46 %), suivie de la combustion en déshydratation (22 %) et du paillage (20 %). Le débouché chauffage représente 8 %. Le coût de production est d'en moyenne 64 € par tonne ; le prix moyen en vente directe (en vrac) du producteur au consommateur final est de 142 € par tonne avec des écarts selon les différents usages. Les transformateurs vendent quant à eux en moyenne à 181 € par tonne dans le cadre de vente au client final ou 276 € par tonne dans la cadre de vente à des grossistes et jardinerias. Enfin les grossistes s'approvisionnent autour des 276 ou 315 € par tonne en fonction de la source (transformateur ou producteur en direct) mais présentent des prix de vente au client final bien plus élevé, de 2 000 € par tonne en moyenne, notamment car ils proposent des petits conditionnements en sac qui sont très bien valorisés.

Conclusion

Le caractère très local du marché du miscanthus explique les bons niveaux de valorisation et la disparité de prix que l'on observe actuellement, notamment dans le cas de la vente directe. Néanmoins, le développement rapide des surfaces, + 18 % entre 2018 et 2019, pourrait mener à une concurrence accrue entre les acteurs, ce qui impacterait les niveaux de prix et de marge. Avec 40 000 tonnes supplémentaires de miscanthus qui seront disponibles d'ici 2023, de nouveaux débouchés sont indispensables. Le travail de recherche et développement et les tests sont donc à poursuivre sur les débouchés écoconstruction et bioplastiques.





COMPOTEMENTS ALIMENTAIRES DÉCLARÉS VERSUS RÉELS : MESURER ET COMPRENDRE LES ÉCARTS POUR AMÉLIORER L'ACTION PUBLIQUE



RÉSUMÉ

Objectifs

Commandée par le MAA, FranceAgriMer et l'ADEME, l'étude a pour objectif de répertorier et d'analyser les écarts entre les comportements alimentaires déclarés et réels constatés dans les différentes sources d'information sur la consommation alimentaire, d'évaluer l'amplitude des décalages ou d'identifier leur origine, ainsi que de formuler des recommandations quant à la collecte, l'interprétation et l'utilisation de données en prenant en compte ces biais potentiels.

Méthodologie

Réalisée par le consortium constitué du CRÉDOC, de NutriPsy Consult, de Protéines et de Deloitte Développement Durable, l'étude a consisté en une revue de littérature suivie de 3 études de cas portant sur :

1. l'identification des omissions (aliments et boissons) associées aux déclarations des consommations par la méthode des carnets, à travers une expérimentation compa-

rant le remplissage des carnets alimentaires avec les images enregistrées sur les caméras emportées,

2. la mesure de l'effet de lassitude dans les enquêtes alimentaires via l'analyse des consommations journalières déclarées selon 2 méthodes d'enquête (par carnet de 7 jours et par rappel de 24 heures),

3. l'évaluation des écarts entre attentes exprimées sur les réseaux sociaux et les comportements d'achat, via une étude de corrélation entre l'évolution des achats et le suivi de l'activité sur les réseaux sociaux.

Résultats

Les principaux résultats à retenir sont les suivants :

- les biais identifiés dans la littérature résultent de différentes sources : ils peuvent être liés aux caractéristiques des répondants, au contexte de leurs réponses, à la méthode même de collecte de données ou encore à leurs modalités ultérieures de traitement ;
- concernant les quantités, la sous-déclaration est fréquente et liée notamment à l'incapacité des répondants à évaluer de ma-

nière exacte leurs consommations (en quantité, en fréquence...);

- mais de manière plus qualitative, un autre facteur est important mais difficile à mesurer : le décalage « attitude – comportement » ;
- dans l'étude de cas sur les omissions dans les carnets alimentaires, les oublis portaient avant tout sur les aliments « périphériques » ou ceux consommés hors repas ;
- l'étude de cas portant sur l'effet de lassitude quant au remplissage du carnet confirme cet effet systématique et continu pour les enquêtes sur 7 jours (INCA 2), alors qu'il est absent dans la méthode par 3 rappels de 24 heures (INCA 3) ;
- l'analyse de corrélation de l'activité des médias et des réseaux sociaux et de l'évolution des achats permet d'abord de distinguer le bruit médiatique des réactions du grand public, qui ne se recoupe pas nécessairement (faible niveau de reprise, réactions opposées...) ; la corrélation avec les achats est plus complexe à interpréter (non perceptible sur la consommation de viande, possiblement liée aux autres facteurs dans le cas du bio).

Conclusion

L'analyse des décalages entre les déclarations de consommateurs et la réalité de leurs consommations plaide avant tout pour la prise en compte systématique, dans la réalisation et l'analyse des enquêtes alimentaires, de leurs biais inhérents et leurs limites pour éviter la surinterprétation de résultats et de tendances. Elle met également en évidence l'utilité de compléter les études quantitatives qui dominent dans le champ par des méthodes alternatives de collecte d'informations (études qualitatives, analyse de l'offre, méthodes innovantes de collecte de données issues des nouveaux acteurs digitaux (applis smartphone)...).





L'IMPACT DE LA CRISE DE LA COVID-19 SUR LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE EN FRANCE : PARENTHÈSE, ACCÉLÉRATEUR OU ÉLÉMENT DE RUPTURE DE TENDANCES ?

20



RÉSUMÉ

Objectifs

L'étude a pour objectif de rassembler dans un seul document l'ensemble des informations pertinentes à l'analyse de l'effet potentiel de la crise de la Covid-19 sur la consommation alimentaire en France.

Méthodologie

L'étude repose sur l'analyse des données et publications issues des sources diverses : données du panel consommateur Kantar Worldpanel, données du panel distributeur IRI, relevés de prix du Réseau des Nouvelles de Marchés de FranceAgriMer, données de sondages publiés et des analyses de cabinets d'études spécialisés dans le comportement de consommateur.

Résultats

Les principaux résultats à retenir sont les suivants :

- la crise de la Covid-19, le confinement et la situation épidémique ont profondément modifié le comportement d'achat des Fran-

çais avant et pendant la phase de confinement, à la fois sur les pratiques d'achats et en ce qui concerne le choix de circuits et produits ; le retour « à la normale » ne se fait que progressivement au cours de l'été ;

- si la fermeture de la restauration fait exploser les dépenses pour la consommation à domicile, toutes les catégories de produits n'en bénéficient pas de la même manière : les produits conviviaux, le snacking et les produits jugés non essentiels (boissons) sont exclus de cette tendance positive ;

- à l'inverse, les produits non périssables (conserves, surgelés, pâtes...), les produits de base, les aides à la cuisine ou encore les produits pratiques ont le plus bénéficié de ce report vers le domicile et de la peur de manquer ;

- malgré les changements de pratiques, les Français maintiennent, au moins dans le déclaratif, leur volonté de consommer mieux et plus responsable ;

- parmi les tendances préexistantes, le localisme (circuits courts, priorité aux produits locaux et au « made in France ») semble ressortir renforcé de la crise ;

- le bio, malgré une croissance forte pendant le confinement, pourrait être davantage en difficulté par la suite face au ralentissement du développement de l'offre et au contexte économique dégradé ;
- le pouvoir d'achat semblerait en effet un facteur clé pour la poursuite de ces tendances à la consommation « qualitative » dans la mesure où la crise de la Covid-19 s'accompagne d'un sentiment de hausse de prix chez les consommateurs, qu'elle soit réelle ou perçue, liée au changement de circuit ou de composition de paniers ou à l'inflation elle-même.

Conclusion

Malgré le bouleversement du quotidien du consommateur, la crise semblerait conforter, dans l'esprit des Français, l'idée du besoin d'aller vers une consommation plus raisonnée. Loin de concentrer les préoccupations des Français en matière d'achat sur la question de prix et de santé, la crise semblerait renforcer, au moins dans les intentions, certaines tendances préexistantes qui auraient pu souffrir de ce changement d'optique provoqué par l'épidémie. Cependant, l'avenir de ces tendances dépendra tant des volontés que des capacités des consommateurs à modifier leurs habitudes, à intégrer leurs contraintes du quotidien et à payer pour la « qualité » recherchée.





CONSOMMATION ALIMENTAIRE POST-COVID EN FRANCE : CINQ SCÉNARIOS POSSIBLES



RÉSUMÉ

Objectifs

La mission Prospective de FranceAgriMer s'est saisie de la crise sanitaire de la Covid 19 pour tenter d'en imaginer les issues possibles à travers des scénarios.

Ces scénarios ne sont pas des prédictions. Ils ne visent pas à deviner ce que seront nos comportements alimentaires ces prochaines années. Leur visée est plutôt d'interroger les conditions d'une permanence de certaines tendances qui ont émergé ou se sont largement renforcées lors du confinement de la population (comme l'aspiration au « manger français »), d'appréhender conjointement, et de manière cohérente, les multiples incertitudes qui présideront à l'installation dans la durée ou non de ces nouvelles tendances ou le « retour à la normale » pour d'autres (ex : la dynamique de croissance de la consommation hors domicile, cassée par la crise Covid), etc. La crise laissera-t-elle des séquelles dans les habitudes alimentaires ? Affectera-t-elle les perceptions associées aux actes d'achat et de consommation, etc. ?

Prendre connaissance de ces informations et de ces scénarios et en débattre pourrait permettre aux décideurs des filières et aux acteurs publics d'identifier leurs marges de manœuvre pour infléchir le futur qui n'est jamais entièrement écrit.

Méthodologie

La méthode de prospective utilisée est une méthode morphologique qui consiste à combiner de façon cohérente les différentes modalités des variables identifiées comme déterminantes pour l'avenir.

Les variables de contexte socio-économique et sanitaire ont été élaborées à partir de dires d'experts et les variables d'évolution des tendances de consommations sont issues de l'étude prospective sur l'alimentation en 2025 réalisée en 2016 pour le Ministère de l'agriculture et FranceAgriMer.

Résultats

Les cinq scénarios contrastés sont les suivants :

- l'après-guerre,
- l'alimentation contrôlée,
- les produits nationaux sauf pour l'entrée de gamme,
- les feux verts,
- la précarité alimentaire.

Conclusion

Envisagés comme une « matière à réfléchir », ces scénarios ne détaillent pas le devenir de telle ou telle production agricole mais permettent à chacune de s'y projeter.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDE DE COMPÉTITIVITÉ SUR LES PRODUITS DE SECONDE TRANSFORMATION DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE FRANÇAISE



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude vise à faire un point de situation sur les forces et faiblesses des secteurs de la biscuiterie, de la boulangerie/pâtisserie industrielle et des fruits transformés qui en général, ne sont pas intégrés dans des inter-professions, qui ne font pas l'objet d'un suivi sectoriel spécifique et dont les structures de soutien à l'export sont dispersées. L'étude porte sur les produits et secteurs industriels suivants :

- fruits transformés : fruits surgelés, compotes, confitures, fruits en conserve au naturel ou au sirop,
- boulangerie/pâtisserie industrielle,
- boulangerie/viennoiserie/pâtisserie (BVP) artisanale.

Méthodologie

L'étude comporte trois parties :

- la première partie macroéconomique décrit le marché français et les principaux marchés européens pour les produits sélectionnés et compare la compétitivité de

l'industrie française à celle de ses principaux concurrents sur la base de facteurs représentatifs ;

- la deuxième partie décrit les forces et faiblesses de l'industrie française par l'étude de cas concrets suite à des entretiens d'acteurs du secteur de la transformation et de la distribution ;
- la troisième partie formule des recommandations pour améliorer la compétitivité des entreprises françaises concernées.

Résultats

- Pour les fruits transformés, les différents marchés cibles sont tous des marchés à potentiel, mais ne sont pas tous aussi faciles à conquérir. En Europe, la France est le principal producteur de compotes et purée. Le positionnement relativement haut de gamme des produits français à l'export les différencie de leurs concurrents. La filière française rayonne sur le marché australien, japonais et américain grâce à la réputation de ses industriels et à son savoir-faire. Les produits français, principalement la confi-

ture, se positionnent sur des circuits plutôt haut de gamme. Tout comme en France, les consommateurs du grand export sont préoccupés par la composition des produits achetés. Le marché américain fait l'objet d'une rude concurrence. Le grand export est bien adapté pour les confitures et compotes. En revanche, la production de fruits surgelés n'est pas assez importante pour lui permettre de s'implanter hors de France.

• Pour la production de biscuits, gâteaux et pâtisseries industrielles, le coût de production est un critère clé. Beaucoup d'entreprises du secteur réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires en GMS, avec une faible valorisation nécessitant de réduire ces coûts (automatisation, maîtrise des coûts de matières premières et de main d'œuvre). L'innovation apparaît comme l'un des moyens de monter en gamme en grande distribution. Les filières agricoles françaises peuvent approvisionner les filières en matières premières assez diverses : farine, sucre, œufs, beurre de manière assez constante. En 2018, le quart de la production de biscuits et gâteaux a été exporté, et 596 000 tonnes de produits de boulangerie. Les principaux clients sont les pays voisins : le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Espagne, et l'Italie. Le grand export en frais est assez limité du fait des contraintes de conservation. Le marché japonais du secteur biscuits, gâteaux et pâtisseries industrielles est assez dynamique. Les marchés australiens et américains, bien que dynamiques et demandeurs, sont très concurrentiels.

En Europe, c'est l'Allemagne qui est le premier producteur de BVP artisanale. Elle en produit environ 4,8 millions de tonnes, principalement du pain. C'est une filière majoritairement composée de petites structures, mais tirée par les plus grandes. L'Italie possède également une filière dynamique et pas moins de 31 000 points de vente. Les consommateurs recherchent des produits moins sucrés, moins gras, etc. Les viennoiseries et pâtisseries restent pour autant des produits plaisir. En Allemagne et en Espagne, les consommateurs se tournent vers le pain bio. Au niveau du grand export, les Australiens sont demandeurs de pain artisanal qui représente aujourd'hui seulement 15 % de leur consommation. La boulangerie française a une bonne image sur ce marché et les consommateurs sont de plus en plus avisés. Les Japonais sont quant à eux plus tournés vers la pâtisserie haut de gamme. Enfin, le marché américain de la BVP est très industrialisé, au détriment de la BVP artisanale qui revient à la mode, notamment en pâtisserie, mais reste encore assez marginale.

Synthèse : Biscuits, gâteaux et pâtisserie industrielle

FLASHEZ
MOI



Synthèse : Biscuits, gâteaux et pâtisserie artisanale

FLASHEZ
MOI

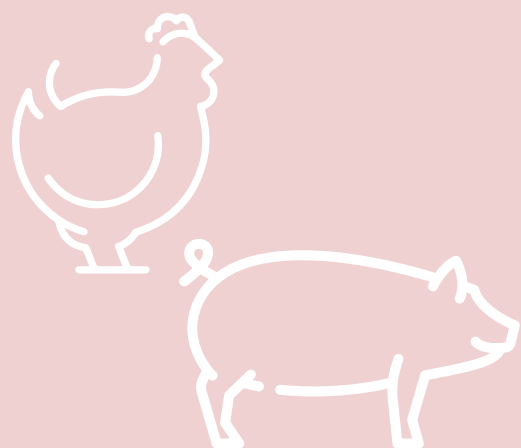


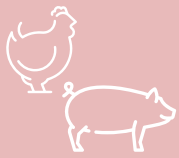
Synthèse : Fruits transformés

FLASHEZ
MOI



VIANDES BLANCHES





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2019, PERSPECTIVES 2020

28



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2020, l'Unité Élevage de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2019, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte non seulement sur le marché français, mais également sur le marché européen, voire sur le marché mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2020.

Méthodologie

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

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

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

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

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2019 en France sont les suivants :

- en viande bovine, le marché français a été encombré par un afflux de vaches laitières et allaitantes, qui a entraîné un repli des cours. Les abattages de jeunes bovins ont en revanche diminué, ce qui a permis de soutenir les prix mais a limité les exportations. Le solde du commerce en a été dégradé d'autant plus que les importations ont progressé ;
- la filière veau de boucherie a connu une crise historique, en raison d'une hausse de la production aux Pays-Bas et en Belgique, faisant chuter les prix ;
- la production de viande ovine a légèrement augmenté, pesant sur les prix qui sont restés sous les niveaux de 2018 sur la majeure partie de l'année. À cela s'ajoutent les importations

de viande, notamment en provenance du Royaume-Uni, qui se sont elles aussi raffermies ;

- dans la filière porcine, la production a légèrement progressé malgré la contraction du cheptel. La demande asiatique a stimulé les exportations de viande porcine et conduit à une forte hausse du prix du porc ;
- dans les filières volailles, la production a affiché une baisse malgré des abattages de poulet dynamiques. Les exportations, en baisse globalement, ont poursuivi leur retrait des marchés du Proche et Moyen-Orient pour se repositionner sur le marché intra-communautaire ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable sur l'année, dans un contexte de prix du lait en augmentation. L'année a été caractérisée par une amélioration du solde des échanges de produits laitiers après plusieurs années de repli ;
- malgré une collecte de lait de brebis en légère baisse, les fabrications de fromages et de produits ultra-frais ont augmenté, suivant la tendance de la consommation ;
- dans la filière lait de chèvre, les fabrications se sont repliées, en raison d'une collecte stable mais d'importations de produits de report caprins en recul.

Conclusion

Le Brexit tant attendu n'a finalement pas eu lieu en 2019. La sortie du Royaume-Uni au 31 janvier 2020 ne devrait avoir que peu d'impact sur les échanges puisque les conditions restent inchangées jusqu'à la fin de l'année 2020. La fièvre porcine africaine ou les taxes additionnelles des États-Unis pourraient en revanche avoir plus de conséquences sur les marchés des produits animaux.

FLASHEZ
MOI



FRUITS ET LÉGUMES





R|Nm
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS

**RNM
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS**



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan a pour objectif de décrire et d'analyser la dernière campagne d'un produit, de donner des informations économiques permettant de comprendre le marché et de situer la campagne par rapport aux campagnes précédentes ainsi que de positionner les produits origine France par rapport à des produits originaires d'autres pays de l'Union européenne et de pays tiers.

Méthodologie

Toute l'année les enquêteurs du RNM, répartis sur toute la France dans 13 centres RNM hébergés au sein des DRAAF, enquêtent afin de recueillir des informations économiques sur l'évolution des marchés des fruits et légumes frais. Les enquêtes se font auprès des opérateurs professionnels à différents stades de commercialisation : production, expédition, importation, sur les marchés de gros et au stade détail.

Les informations recueillies quotidiennement sur le terrain ou par téléphone auprès de leur panel permettent aux enquêteurs de publier quotidiennement des informations économiques sur les produits qu'ils en-

quêtent : cotations, prix au stade détail et conjonctures. Le recueil de ces informations au quotidien complétées par des données de commerce extérieur et de consommation permet de faire une analyse du déroulé de la campagne.

Contenu d'un bilan

La première partie recense les faits marquants qui ont émaillé la campagne de commercialisation. Ils peuvent porter, selon les produits, sur le niveau de l'offre, la disponibilité des variétés, l'évolution de la demande, les aléas climatiques, etc.

La deuxième partie décrit précisément le déroulement de la campagne mois par mois, avec des informations concernant les différents bassins de production.

Enfin en troisième partie, les données économiques importantes et les chiffres clés sont présentés sous forme de tableaux et de graphiques pour comprendre la situation des marchés et permettre de comparer le déroulé de la campagne à ceux des campagnes précédentes ou encore d'analyser la situation concurrentielle du produit origine France par rapport à d'autres origines. Sont ainsi présentés selon les produits : les vo-

lumes de production, le niveau des échanges à l'import ou à l'export, les cours à différents stades de commercialisation pour la France ainsi que pour d'autres pays de l'Union européenne et de pays tiers.

Produits concernés par l'étude

Fruits	Légumes
Abricot	Ail
Banane	Carotte de conservation
Cerise	Carotte primeur
Châtaigne et marron	Chou-fleur
Clémentine	Concombre
Fraise	Courgette
Kiwi	Echalote traditionnelle
Noix	Endive
Pêche et nectarine	Laitues d'été
Poire	Melon
Pomme	Oignon
Prune	Poireau
Raisin	Pomme de terre de conservation
	Salades d'hiver
	Tomate
	Truffe

FLASHEZ
MOI





ACHATS DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS PAR LES MÉNAGES FRANÇAIS EN 2019

34



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif général de ce bilan est de mettre à disposition des informations sur les achats de fruits et légumes frais (hors pommes de terre) par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2019. Il vise particulièrement à mesurer l'évolution du marché de la consommation des fruits et légumes frais et à réaliser un suivi des achats de fruits et légumes frais.

Méthodologie

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

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

Résultats

Les principales évolutions pour les fruits et légumes frais sont les suivantes:

- Après avoir connu une croissance continue depuis 2014, le prix moyen d'achat des fruits se stabilise en 2019. Ceci s'explique par une baisse du prix des fruits « métropolitains » (- 2,1 %) et des agrumes (- 2,4 %), contrebalancée par une hausse du prix des fruits exotiques (+ 3,7 %) par rapport à 2018. Dans ce contexte, les quantités achetées et les sommes dépensées en fruits par les ménages se maintiennent par rapport à 2018. En 2019, le volume d'achat en fruits « métropolitains » est en augmentation (+ 3,2 %), quand celui des fruits exotiques et des agrumes baisse (respectivement - 3,0 % et - 2,6 %).
- En légumes, les sommes dépensées connaissent une franche progression (+ 4,7 %), notamment en raison d'un prix en hausse pour la cinquième année consécutive (+ 3,1 %). Cela n'a pas empêché le rebond des quantités achetées (+ 1,5 %), sous l'effet conjoint de la hausse de la fréquence d'achat (+ 0,4 %) et des quantités achetées par acte (+ 1,1 %).
- Concernant les circuits de distribution,

l'étude montre peu d'évolutions dans la répartition des parts de marché (PDM). On note, concernant les circuits généralistes, une légère hausse de la PDM des hypermarchés quand les supermarchés voient leur PDM diminuer légèrement. Concernant les circuits spécialisés, on constate un léger rebond de la PDM des marchés alors que la progression des grandes surfaces frais marque une pause après plusieurs années de croissance.

- Le cœur de clientèle des fruits et légumes sont les sexagénaires et les septuagénaires (45 % du volume des achats). A l'inverse, les jeunes, les quadragénaires et les familles avec bébé ou enfants sont des ménages sous-acheteurs en fruits et légumes par rapport à leur poids dans la population. Les volumes d'achat évoluent de manières différentes selon les profils de ménages. Les jeunes et les quadragénaires sont ceux pour qui les volumes d'achat augmentent le plus (+ 5 %).

Conclusion

En 2019, les fruits et légumes frais suivent la tendance de l'ensemble des produits frais marquée par une progression des dépenses des ménages dans un contexte de prix en hausse. Cependant, le volume d'achat en fruits et légumes frais est en légère hausse. Cette progression des dépenses et des quantités achetées est guidée par celle des légumes frais. En effet, ces deux indicateurs sont stables pour les fruits frais. Enfin, les achats en fruits et légumes biologiques des ménages français sont en progression constante depuis 2015 et en augmentation de 6 % en volume et de 6,5 % en valeur par rapport à 2018, avec des prix d'achat stables depuis 2017.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Juin 2020

Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2019

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

Contexte et objectif :

Comme pour la plupart des produits frais, la consommation déclarée et la confiance envers les fruits et légumes sont deux indicateurs assez sensibles à la médiatisation.

Il a d'ailleurs été constaté en 2018, via ce baromètre, un effritement de la confiance envers cette catégorie, faisant suite à 2 années particulièrement marquées par les débats autour des traitements chimiques.

Pour suivre ces indicateurs dans le temps, Interfel et FranceAgriMer ont donc mis en place depuis 2014 cette mesure annuelle qui a également vocation à comprendre quels sont les leviers de la confiance et les craintes associées à la consommation de fruits et légumes frais.

Méthodologie :

CSA Research a donc reconduit ce baromètre en 2019 via une enquête en ligne menée du 26 novembre au 02 décembre 2019 auprès de 1 005 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus.

Principaux résultats :

Après un effritement en 2018, la confiance envers les fruits et légumes repart à la hausse.

Les Français accordent toujours une très forte confiance à cette catégorie de produits : 93 % des répondants indiquent avoir plutôt voire tout à fait confiance envers les légumes et 90 % envers les fruits. Ces deux scores progressent chacun de 4

points au cours des 12 derniers mois, permettant ainsi de revenir à des niveaux de confiance équivalents voire légèrement supérieurs à ceux de 2017.



Ce regain de confiance est principalement porté par les 50 ans et plus, qui étaient eux-mêmes à l'origine de l'érosion de ces indicateurs entre 2017 et 2018. On constate ainsi auprès de cette cible une hausse de 8 points du niveau de confiance envers les légumes (après un recul de 5 points entre 2017 et 2018) et de 6 points pour les fruits (après un recul de 6 points l'année précédente).

Cette hausse de la confiance est également confirmée par la progression de la part de Français qui déclarent avoir **généralement** confiance qu'avant dans les fruits et légumes qu'ils consomment : 17 % vs respectivement 14 % et 13 % en 2017 et en 2018. La consommation déclarée reste quant à elle toujours très stable dans le temps, avec 6 Français sur 10 indiquant consommer tous les jours des fruits et légumes.

Les traitements chimiques, moins présents à l'esprit, **gènèrent moins d'inquiétudes**.

Pour la 1^{ère} fois depuis 3 ans, on observe un recul de la part de Français citant spontanément les traitements chimiques lorsqu'on les interroge sur les événements ou actualités concernant les fruits et légumes.

BAROMÈTRE DE CONFIANCE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS EN 2019



RÉSUMÉ

36

Objectifs

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

Méthodologie

CSA Research a reconduit le baromètre de confiance en 2019 via une enquête en ligne menée du 26 novembre au 2 décembre 2019 auprès de 1 005 individus représentatifs de la population française de 18 ans et plus.

Résultats

Après un effritement en 2018, la confiance envers les fruits et légumes frais repart à la hausse en 2019. Les Français accordent toujours une très forte confiance à cette catégorie de produits : 93 % des répondants indiquent avoir plutôt voire tout à fait confiance envers les légumes et 90 % envers les fruits.

Les traitements chimiques, moins présents à l'esprit, génèrent moins d'inquiétude que l'année précédente. Pour la 1^{ère} fois depuis 3 ans,

on observe un recul de la part de Français citant spontanément les traitements chimiques lorsqu'on les interroge sur les événements ou actualités concernant les fruits et légumes dont ils se souviennent depuis un an : ils sont 24 % à mentionner ce sujet (- 5 points vs. 2018).

L'origine des produits est pour la 2^e année consécutive le 1^{er} facteur de réassurance. Plus d'un Français sur trois cite spontanément l'origine des produits comme un critère de confiance envers les fruits et légumes. Ce critère conforte ainsi sa 1^{ère} place, prise en 2018 au détriment de la maîtrise de l'approvisionnement et de l'aspect des produits.

Les labels sont certes rassurants mais pas toujours suffisamment connus. La catégorie Agriculture Biologique se positionne parmi les labels donnant le plus confiance envers les fruits et légumes (auprès des répondants qui l'ont déjà vu, 79 % d'entre eux indiquent qu'ils lui accordent davantage confiance), suivi de près par les logos garantissant l'origine des produits (AOP / AOC, Fruits et Légumes de France).

Conclusion

L'année 2019 a été marquée par la reprise de la confiance et la moindre résonance des traitements chimiques. Néanmoins, la communication autour des facteurs de réassurance (notamment la connaissance des labels et logos) et des modes de production des fruits et légumes est à poursuivre.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Juin 2020

Étude transversale sur le développement des SIQO (Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine)¹ fruits et légumes

Objectifs de l'étude

Le développement des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) est un axe stratégique pour la filière fruits et légumes. L'origine concernant les SIQO est double : il s'agit d'une part, de répondre aux engagements des professionnels établis dans le Plan Filière fruits et légumes, à savoir, doubler la part des fruits et légumes sous SIQO en valeur à horizon 2023 (pour atteindre 25 % en valeur des produits commercialisés) et se préparer aux exigences fixées par la loi EGALIM (atteindre 50 % de produits « de qualité et durables » en restauration collective).

La filière doit s'adapter à ces nouveaux enjeux d'une alimentation saine, sûre et durable.

Par ailleurs, les SIQO existants tendent à évoluer vers l'intégration de critères supplémentaires (environnementaux, sanitaires, sociaux) dans leurs cahiers des charges.

FranceAgriMer et les professionnels de la filière fruits et légumes réunis au sein d'Interfel ont ainsi souhaité réaliser un état des lieux des SIQO fruits et légumes, dans les différentes régions de France, pour identifier les freins qui, à ce jour, pénalisent le développement des SIQO et imaginer des leviers de croissance pour demain, en s'inspirant des retours observés dans certaines régions. Depuis début 2019, Interfel met en place des Comités Régionaux. À date, il en existe 4 : Auvergne-Rhône-Alpes, Île-de-France, Hauts-de-France et Nouvelle-Aquitaine. Ces Comités Régionaux d'Interfel auront

un rôle privilégié à mener pour accompagner la filière dans le développement de SIQO.

Méthodologie

Cette étude s'inscrit dans la suite d'une mission réalisée en 2016, qui portait sur l'analyse transversale des SIQO dans la filière fruits et légumes à un niveau national. Il s'agit, dans ce 2^{ème} volet, à partir de l'analyse comparée des filières sous SIQO dans les différentes régions, de proposer un plan d'action à destination d'Interfel et de ses Comités Régionaux, pour développer les filières sous SIQO.

Les 61 différents SIQO fruits et légumes en France métropolitaine



¹ SIQO hors Bio dans cette étude

1 / Synthèse étude SIQO 2019 - Édition juin 2020

ÉTUDE TRANSVERSALE SUR LE DÉVELOPPEMENT DES SIQO (SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE) FRUITS ET LÉGUMES



RÉSUMÉ

Objectifs

Le développement des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO), à savoir multiplier par deux la part des fruits et légumes sous SIQO, est un axe stratégique pour la filière fruits et légumes. L'enjeu concernant les SIQO est double : il s'agit d'une part de répondre aux engagements des professionnels établis dans le Plan de la filière fruits et légumes à horizon 2023 (atteindre 25 % en valeur des produits commercialisés) et, d'autre part, se préparer aux exigences fixées par la loi EGALIM (atteindre 50 % de produits « de qualité et durables » en restauration collective).

Méthodologie

Cette étude réalisée par le cabinet Dowel Stratégie et cofinancée par FranceAgriMer et Interfel s'inscrit dans la suite d'une mission réalisée en 2017 sur les SIQO dans la filière fruits et légumes à un niveau national. Il s'agit dans ce second volet d'étudier la dynamique économique des SIQO sous un angle régional à partir de données et d'entretiens avec les Régions, les ODG (organisme de Défense et de Gestion), les chambres d'agri-

culture, l'INAO, afin de proposer un plan d'action pour développer les filières fruits et légumes sous SIQO dans les régions.

Résultats

Plus du tiers des ODG (Organisme de Défense et de Gestion) interrogés a déposé un signe avant l'an 2000 et près de 30 % l'ont fait après 2010. Le plus ancien ODG est celui de l'ail rose de Lautrec (déposé en 1966). Le choix du signe ne semble pas toujours réfléchi en fonction des opportunités ou contraintes qui en découlent. Les Indications Géographiques (IG) sont par exemple peu enclines à la création variétale, alors que le Label Rouge peut le permettre sous certaines conditions (notamment d'accessibilité de la variété). L'appellation d'origine protégée (AOP) (22 % des signes de la filière fruits et légumes) semble de moins en moins choisie dans la création des nouvelles filières sous indication géographique. Le signe le plus utilisé reste l'IGP (indication géographique protégée) qui recouvre 43 % des signes de la filière fruits et légumes. Le Label Rouge, malgré son historicité, est moins présent en fruits et légumes (35 % des signes) et vient souvent en complément des IGP.

Conclusion

5 axes de travail ont été identifiés pour soutenir le développement des filières fruits et légumes sous SIQO :

1 : FAVORISER LE DIALOGUE INTERPROFESSIONNEL

Les cahiers des charges sous SIQO détaillent les conditions de production. Ils sont donc montés suite à des demandes de l'amont de la filière, notamment des producteurs.

2 CRÉER UN RELAIS DES FILIÈRES AU NIVEAU NATIONAL

Les fruits et légumes sous SIQO ne sont pas représentés au niveau national. Les acteurs de la filière fruits et légumes sous SIQO y voient un frein important à leur développement.

3 DIFFUSER / PARTAGER LES ÉTUDES ET LES DONNÉES ÉCONOMIQUES

Les ODG sont très peu armées en matière d'analyse économique (marchés, coût de production, prospective...). Or ces éléments sont essentiels.

4 : FACILITER L'ACCÈS AUX INFORMATIONS TECHNIQUES

Les évolutions des attentes des consommateurs et de la réglementation notamment environnementale impliquent que les ODG travaillent à l'adaptation de leurs cahiers des charges. Toutefois, l'évolution de ceux-ci est très complexe et chronophage.

5 GAGNER EN VISIBILITÉ

Les ODG ont peu de moyens financiers pour mener des opérations d'information et de communication sur leur produit au niveau national, voire international, en B to C comme en B to B (actions auprès des grossistes, de la RHD...).

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Juin 2020

Facteurs de compétitivité sur le marché international des pommes de terre

Veille concurrentielle 2019 (données 2018)

Pilotée et financée par FranceAgriMer / Réalisée par Dowel Stratégie

Depuis 8 ans, à la demande des principaux acteurs de la filière pomme de terre (rafiné, transformé, plant), FranceAgriMer réalise une veille concurrentielle internationale sur le marché de la pomme de terre. Cet outil a pour objectifs d'analyser le contexte concurrentiel international et de suivre son évolution. Pendant plus d'un an, FranceAgriMer a réuni l'ensemble des représentants de la filière pomme de terre afin de définir avec eux le périmètre, les objectifs, la méthodologie ainsi que les indicateurs de compétitivité sur lesquels repose cette étude. La veille concurrentielle pomme de terre a depuis évolué.

Objectifs

À partir d'informations annuellement collectées, l'analyse met en évidence les forces et les faiblesses des filières pomme de terre au sein des principaux marchés mondiaux et positionne la filière française par rapport à ses principaux concurrents. Le but est ainsi de renforcer la compétitivité globale de la filière française, en mettant à disposition des acteurs français un outil d'aide à la décision mis à jour annuellement, qui peut être utilisé par :

- des responsables professionnels en charge de choix collectifs
- des chefs d'entreprise pour le pilotage de leur société
- des pouvoirs publics pour éclairer leurs décisions

La veille 2019, présentée dans cette synthèse, repose sur les données 2018 et constitue la 8^e édition de ce travail.

Méthodologie

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

- 1- Le potentiel de production
- 2- La maîtrise de l'environnement
- 3- La capacité des opérateurs à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière, le soutien public et la réglementation
- 6- L'environnement macro-économique

1 / Veille concurrentielle 2019 - Édition juin 2020

La comparaison entre pays s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité de leur filière pomme de terre, en prenant en compte l'ensemble des maillons qui la composent (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction d'indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 950 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs a été confiée au cabinet Dowel Stratégie. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Dowel Stratégie. L'analyse est éclairée par un comité de pilotage composé de professionnels de chaque maillon des filières.

Dans la veille 2019, les pays suivants ont été étudiés :

- Pays de l'Union européenne : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni
- Pays tiers : Chine, Russie, États-Unis, Ukraine

Par ailleurs, pour cette édition 2019, le comité de pilotage a souhaité qu'un focus spécifique sur l'Inde soit établi. Un deuxième focus a porté sur la pomme de terre préimure, comme tous les deux ans. Chypre, l'Égypte, Israël et le Maroc ont été suivis dans le cadre de ce focus. Les résultats de ces focus ne sont pas présentés dans cette synthèse, mais sont disponibles dans le rapport d'étude, diffusable à la demande.

FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES POMMES DE TERRE



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cette étude est de définir la compétitivité de la filière pomme de terre française dans son ensemble par rapport à douze de ses principaux concurrents au niveau mondial. Elle permet d'effectuer un classement afin de situer chaque filière nationale au sein du marché international de la pomme de terre.

Méthodologie

L'analyse de la compétitivité s'articule autour de six axes : le potentiel de production, l'environnement pédo-climatique, la capacité des opérateurs à conquérir les marchés, le portefeuille des marchés, l'organisation de la filière/le soutien public et la réglementation, l'environnement macro-économique. Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de plusieurs indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 950 points. La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Dowel Stratégie. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe

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

Résultats

De cette analyse de compétitivité ressortent les résultats suivants :

- Les États-Unis occupent la première place du classement grâce à la forte spécialisation de leurs exploitations et aux surfaces en production très élevées. La production de pommes de terre de consommation a diminué, tandis que la production de pommes de terre destinées à la transformation a augmenté. Cela traduit, une orientation marquée vers la transformation, pour répondre à la demande du pays. Les exportations sont très majoritairement constituées de produits transformés.
- L'Allemagne remonte à la 2^e place. Malgré une diminution de ses volumes de production l'Allemagne reste le 1^{er} producteur européen de pommes de terre, tous segments confondus. 60 % de la production allemande est destinée au marché domestique. Les importantes capacités de transformation en

Belgique et aux Pays- Bas sont en partie approvisionnées en pommes de terre fraîches allemandes.

- Les Pays-Bas reculent à la 3^e place. Ils confirment leur stratégie de spécialisation tournée vers la production et l'exportation de plants, grâce à de grandes firmes productrices de plants qui contractualisent avec les producteurs. Les Pays-Bas se sont orientés vers la production de pommes de terre pour la transformation mais les volumes produits ne suffisent pas à alimenter les besoins des industriels néerlandais.
- La France conserve sa 5^e position et devient le 2^e producteur européen de pommes de terre, tous segments confondus, derrière l'Allemagne et devant la Pologne. La France conserve sa place de 3^e exportateur européen de pommes de terre, tous segments confondus, et demeure le premier exportateur mondial de pommes de terre fraîches. Une partie de ses exportations sert à l'approvisionnement des unités de transformation de ses pays limitrophes, notamment la Belgique.

Conclusion

L'analyse de compétitivité sur les données 2018 classe donc les États-Unis, l'Allemagne et les Pays-Bas aux trois premières places. Ils s'imposent tous les trois sur les marchés internationaux, principalement sur les produits transformés. L'organisation de leur filière, leur recherche et développement dynamique ou encore leurs paramètres de production élevés leur permettent de s'imposer sur le marché international de la pomme de terre. Cinquième du classement, la France s'impose tout de même dans la production et l'exportation de pomme de terre fraîche. Sa production à l'export est reconnue comme de qualité.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la filière carotte en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est élaborée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, réunis au sein d'un comité de pilotage, conduit par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille carotte > Édition septembre 2020

Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



Malgré une baisse de production pour la première fois depuis cinq ans, le Royaume-Uni devient leader des pays producteurs de carottes à l'échelle de l'Europe, devant la Pologne. La production s'établit à 749 100 tonnes de carottes en 2018, soit une baisse de 13,5 % par rapport à 2017. Cette évolution est en partie due à une légère baisse des surfaces (1 453 ha), mais surtout à une baisse du rendement de 9,5%. Le Royaume-Uni bénéficie, cependant, d'un rendement parmi les plus élevés des pays étudiés (65,7 t/ha), grâce à des conditions climatiques plutôt favorables. Le pays bénéficie de coûts de main-d'œuvre relativement faibles (moins de 27 €/heure), ainsi que d'une productivité de travail (66 heures/hectare) relativement élevée. La taille importante des exploitations de légumes de plein champ permet d'optimiser les coûts de mécanisation et les charges fixes. La filière est cependant peu tournée vers l'export (seuls 4 % des volumes produits sont exportés) et s'adresse largement au marché local. La balance commerciale est proche de l'équilibre et le pays importe également assez

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA FILIÈRE CAROTTE EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

42

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

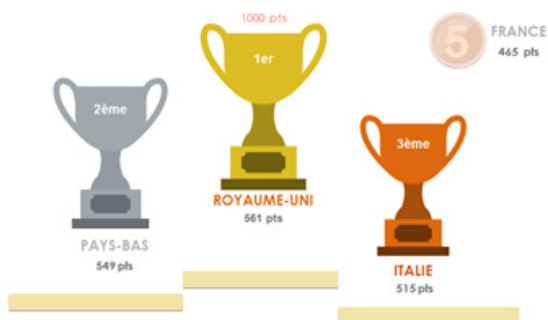
Malgré une baisse de production pour la première fois depuis cinq ans, le Royaume-Uni devient leader des producteurs de carottes à l'échelle de l'Europe, devant la Pologne. La production s'établit à 749 100 tonnes de

carottes en 2018, soit une baisse de 13,5 %. Les Pays-Bas perdent une place et se positionnent 2^e au classement 2018. Avec des surfaces de 9 200 ha et une production de 538 000 tonnes, la filière néerlandaise se caractérise surtout par son positionnement à l'export. Le pays a exporté en 2018 plus de 482 000 tonnes, soit l'équivalent de 89 % de sa production. Il est largement présent sur les principaux marchés importateurs européens (notamment l'Allemagne et la Belgique où il concentre respectivement 49 % et 77 % des parts de marché). L'Italie se classe 3^e. Comme le Royaume-Uni, elle dispose d'un coût de main-d'œuvre relativement modéré (27,80 €/personne/heure), un avantage compétitif non négligeable. Néanmoins, les exploitations de légumes de plein champ sont de petite taille, et le nombre d'heures travaillées par hectare en légumes de plein champ très élevé (436 heures/hectare en 2018). L'Espagne termine en 4^e position. Tout comme l'Italie, son coût horaire de la main-d'œuvre est compétitif (21,40 €). De plus, elle dispose d'un potentiel de production important, de bons rendements, d'un budget dédié à la recherche conséquent et d'un système d'irrigation bien développé. Les produits importés représentent moins

de 7 % de la consommation du pays et l'Espagne exporte un quart de sa production. En 2018, la France se retrouve à la 5^e place. La production française a connu une baisse significative de rendement, comme la plupart de ses concurrents, et s'établit à 518 000 tonnes. Les surfaces de production consacrées à la carotte sont stables en 2018, et comptent parmi les plus importantes d'Europe. La filière, très présente en hypermarchés répond à la demande du consommateur en diversifiant son offre, en développant des produits certifiés bio, ou avec indication géographique ou labels (ex : la carotte des sables). La part de la production biologique atteint 8,7 % en 2018. Cependant, son coût de main d'œuvre est parmi les plus élevés d'Europe et le pays exporte encore peu, que ce soit en valeur ou en volume : la balance commerciale est déficitaire.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la carotte - données 2018 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité sur le marché international des filières chou-fleur et brocoli en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, réunis au sein d'un comité de pilotage, conduit par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille chou-fleur et brocoli - Édition septembre 2020

Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



Le classement du podium de la veille 2019 est entièrement arrêté, puisque en 2018, sur les 1000 points totaux, séparant chacun des pays du trio de tête.

Après avoir largement dominé le classement en 2017, la France s'est faite rattraper par l'Italie d'une part, mais surtout par l'Espagne d'autre part qui prend la tête du classement cette année.

L'Espagne est en tête du classement en 2018, avec 60 points de plus qu'en 2017. Le premier producteur européen a en effet continué à développer ses surfaces de brocolis et enregistre donc une hausse de production de 17 %. Côté chou-fleur, la légère perte de surfaces est compensée par l'amélioration des rendements et permet également une hausse de la production. L'Espagne produit quatre fois plus que ses besoins nationaux, elle est donc largement autosuffisante et peut se concentrer sur les marchés d'export. Elle est le principal fournisseur du Royaume-Uni et de la France.

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES FILIÈRES CHOU-FLEUR ET BROCOLI EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

44

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

L'Espagne est en tête en 2018. Le premier producteur européen enregistre une hausse de production de brocolis de 17 %. Côté chou-fleur, la légère perte de surface

est compensée par l'amélioration des rendements et permet également une hausse de production. L'Espagne produit quatre fois plus que ses besoins nationaux ; elle est donc largement autosuffisante et peut se concentrer sur les marchés exports. Elle est le principal fournisseur du Royaume-Uni et de la France, respectivement les 1^{er} et 3^e importateurs de choux-fleurs et brocolis en Europe.

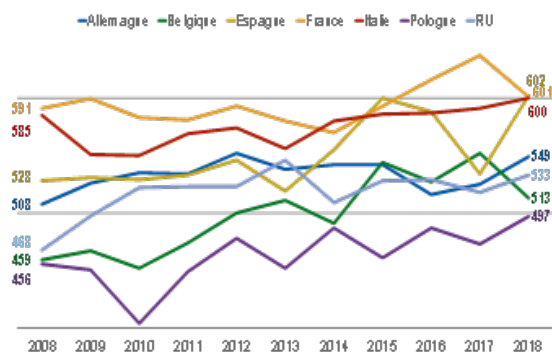
La France perd une place cette année et bien qu'elle talonne l'Espagne, elle a perdu des points par rapport à 2017. Ce recul provient principalement de la baisse importante de production et des exportations (- 28 %). Trois problématiques principales se dégagent quant à la compétitivité de la France. Premièrement, la production suit une tendance baissière depuis plusieurs années. Deuxièmement, le déséquilibre entre choux-fleurs et brocolis rend la France dépendante des importations pour le brocoli. Cependant, les surfaces de brocolis ont progressé en 2018 et la balance commerciale reste excédentaire. Troisièmement, la France a connu une année 2018 particulièrement difficile pour les exportations. Néanmoins, la France, 4^e producteur européen, reste un acteur majeur,

avec la 1^{ère} surface cultivée en choux-fleurs d'Europe, une segmentation tournée vers le cœur et le haut de gamme et une prédominance du marché du frais. La France profite également d'une filière forte et bien structurée autour d'organisation de producteurs et de marques puissantes. La part de bio reste toutefois modeste (5,8 %), mais progresse. Les conditions climatiques de ses deux principaux bassins de production, Bretagne et Hauts-de-France, sont très propices à la culture du chou-fleur et permettent à la France d'être l'un des seuls pays en mesure de produire 12 mois par an. La France a donc tous les atouts pour surmonter les difficultés rencontrées et renforcer sa compétitivité sur les prochaines années, si elle parvient à maintenir ses surfaces de production.

L'Italie est troisième mais talonne la France et l'Espagne. La filière italienne se positionne comme le 2^e producteur européen. Le pays est, par ailleurs, devenu depuis 2017, le 1^{er} producteur européen de choux-fleurs devant la France. Sa production est à 80 % tournée vers le frais et avant tout vers son marché domestique plutôt qu'à l'export. Auto-suffisante, elle importe relativement peu. Les italiens sont les plus gros consommateurs de choux-fleurs et brocolis des pays. Sa balance commerciale est positive et l'Italie est le premier bénéficiaire des aides OCM en fruits et légumes. Enfin, elle a largement développé l'agriculture biologique, qui représente 12,2 % des surfaces de choux-fleurs et brocolis. Comme pour l'Espagne, les facteurs agro-climatiques mais aussi la santé économique du pays restent des enjeux de taille.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour le chou-fleur et brocoli – données 2018 (sur 1 000 points) et historique des classements





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité du marché euro-méditerranéen de la fraise en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est éditée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, réuni au sein d'un comité de pilotage, piloté par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille fraise - Édition septembre 2020

Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



Malgré une baisse de production depuis trois ans, l'Espagne reste le leader incontesté des pays producteurs de fraises à l'échelle européenne. Avec 345 000 tonnes de fraises en 2018, l'Espagne devance largement ses concurrents, Belgique le 2^e pays, la Pologne, produit « seulement » 205 000 tonnes. La baisse de production en 2018 est imputable à une légère baisse des surfaces (soit 9 056 ha de fraises en 2018), mais surtout à une baisse des rendements (38 t/ha), qui restent cependant élevés par rapport aux concurrents. La segmentation espagnole reste centrée sur des variétés cœur de gamme (37 %), mais le segment haut de haut se développe. La variété Fortuna est la plus courante, mais on observe la progression de la variété Bodera, développée par la société FNIA. La majorité (78 %) des cultures sont sous abris, ce qui permet de s'affranchir du manque d'eau (via l'irrigation) et de mieux contrôler la pression pathogène, importante dans certaines régions. Le coût réduit de la main-d'œuvre contribue aux faibles coûts de production et favorise le positionnement des fraises espagnoles sur les marchés d'exportation. Le prix moyen à l'export

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA FRAISE EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

46

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

Malgré une baisse de production depuis trois ans, l'Espagne reste le leader incontesté des producteurs de fraises à l'échelle de l'Europe. Avec 345 000 tonnes de fraise en 2018, l'Espagne devance largement ses concurrents,

puisque le 2^e pays producteur, la Pologne produit « seulement » 205 000 tonnes. La baisse de production de 2018 est imputable à une légère baisse de surface (soit 9 056 ha de fraise en 2018), mais surtout à une baisse des rendements (38 t/ha).

Pour la troisième année consécutive, la Belgique confirme sa place de deuxième sur l'ensemble du classement au sein de cette étude. Avec des recherches qui sont axées sur la fertilisation, la lutte contre les pathogènes, l'utilisation de l'eau, et l'innovation en matière de mécanisation, la Belgique montre l'exemple d'une filière bien organisée et de plus investie. Cependant, la Belgique se positionne comme 3^e meilleur exportateur après l'Espagne et les Pays-Bas.

Les Pays-Bas se retrouvent au 3^e rang. Comme la Belgique, les Pays-Bas disposent d'un volume de production assez restreint (64 800 tonnes), mais ils disposent du rendement le plus élevé des pays étudiés (40 t/ha). Ils s'illustrent au sein de cette veille par leur positionnement à l'export (100 % de la production exportée).

L'Italie conserve la même place que l'an dernier (4^e). En 2018, le pays a accentué ses recherches vers les nouvelles technologies : automatisation des cultures grâce

à des drones notamment, intelligence artificielle, robots récolteurs. Cinquième au classement, la France présente une production de 54 000 tonnes, en léger recul, du fait d'une baisse de rendements. Les surfaces de production consacrées à la fraise sont stables en 2018. La filière s'est orientée vers un positionnement haut de gamme (59 %), avec le choix des variétés, mais également en répondant à la demande du consommateur sur des produits certifiés bio ou en IGP. La part de la production biologique atteint 7 % en 2018. Le calendrier de production est assez étendu mais la France doit recourir aux importations, surtout en début de saison, en s'approvisionnant auprès de ses voisins qui démarrent la récolte plus précocement (Espagne, Maroc). Seule 60 % de la consommation française est assurée par des fraises françaises.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la fraise – données 2018 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité du marché euro-méditerranéen des filières pêche-nectarine en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, réunis au sein d'un comité de pilotage, coordonné par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille pêche-nectarine - Édition septembre 2020



Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



L'Espagne conserve sa place de leader européen

Depuis la veille concurrentielle pêche-nectarine 2012, l'Espagne occupe la première place sur le podium. La veille 2019 ne fait pas exception. Toutefois, l'écart se réduit légèrement face à ses concurrents, mais il reste suffisant pour lui assurer une longueur d'avance.

La production espagnole monte à elle seule, 1/3 des pêches et des nectarines récoltées en Europe (y compris la Turquie). Elle croît régulièrement, ce qui n'est pas le cas de tous ses voisins. En 2018, elle a dépassé 1 450 000 tonnes, un volume encore jamais atteint. La force de la filière pêche-nectarine espagnole réside aussi dans sa diversité. La recherche espagnole a mis au point, depuis plusieurs années, des variétés précoces, permettant aux pêcheurs et aux nectariniers espagnols de se retrouver sur les marchés à l'export, mieux positionnés que ses concurrents. La pêche-pêche est aussi un cas d'école en matière de développement variétal : elle représente aujourd'hui la moitié de la production de pêche espagnole, et se vend très bien

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ DU MARCHÉ EURO-MÉDITERRANÉEN DES FILIÈRES PÊCHE-NECTARINE EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

Depuis 2011, l'Espagne occupe la première place sur le podium de la veille concurrentielle pêche-nectarine ; 2018

ne fait pas exception. L'écart se réduit légèrement face à ses concurrents mais il reste suffisant pour lui assurer une longueur d'avance.

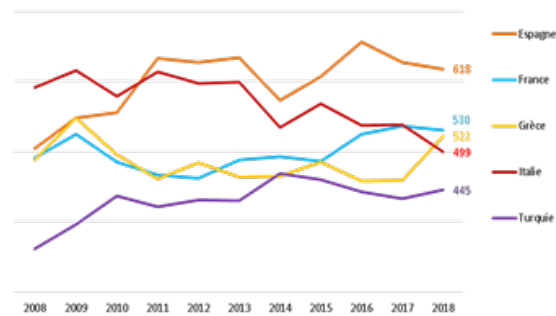
Le ralentissement du côté italien a profité à la France, qui monte pour cette année 2018 sur la 2^e place du podium, 2 points devant la Grèce. La production française est cependant plus limitée que celles de ses concurrents, à la fois sur les volumes et les surfaces : elle représente 4,1 % des volumes de l'UE + Turquie, soit un peu plus de 184 000 tonnes. Elle est presque 10 fois inférieure à la production espagnole. Et pourtant, elle se distingue par un positionnement plutôt qualitatif. Seulement 5 % des pêches-nectarines produites sont dédiées à la transformation. La part de pavies est réduite (2 %) et environ 3,5 % des surfaces sont certifiées en agriculture biologique, ce qui positionne la France au 2^e rang derrière l'Italie sur cet item.

Alors qu'elle se cantonnait depuis plusieurs années au pied du podium, la Grèce s'empare en 2018 de la 3^e place. En cause, la chute de l'Italie dans le classement. La production grecque a un profil assez particulier : elle couvre 17,8 % de la

production européenne + Turquie, soit 810 000 tonnes, ce qui la place au 3^e rang à l'échelle de l'UE. C'est une filière en progression constante depuis 2015 : les rendements sont passés de 12,3 t/ha en 2015 à 19,6 t/ha en 2018. La filière a la particularité d'être largement tournée vers la transformation. En effet, plus de la moitié des volumes produits sont destinés à l'industrie, essentiellement des pavies qui représentent 54 % des volumes de pêche-nectarine récoltés.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la pêche-nectarine – données 2018 (sur 1 000 points) et historique des classements





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité sur le marché international de la pomme en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, réunis au sein d'un comité de pilotage, piloté par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille fraise - Édition septembre 2020

Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



Comme les deux veilles précédentes, la Nouvelle-Zélande arrive en tête du classement des pays étudiés en 2019. Le pays dispose notamment de conditions agro-climatiques très favorables à la culture de la pomme. De plus, la filière pomme néo-zélandaise est largement tournée vers les marchés internationaux. Sa balance commerciale est excédentaire et plus de 84 % de la production destinée au frais est exportée. De plus, le pays a su développer une filière de qualité, avec des pommes produites en bio ou sous démarche club, ce qui lui permet ainsi de se démarquer de ses concurrents.

Malgré une surface de pommiers restreinte, le pays dispose également d'un bon potentiel de production, avec d'excellents rendements depuis plusieurs années.

Le Chili conserve quant à lui sa deuxième position grâce à une bonne organisation de sa filière pomme (plus de 80 % de sa production en OP) et une réglementation plutôt très favorable. De plus, le Chili dispose d'un environnement macroéconomique propice, avec une

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE LA POMME EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

Comme les deux veilles précédentes, la Nouvelle-Zélande arrive en tête du classement des pays étudiés. Le pays dispose notamment de conditions agro-climatiques très favorables à la culture de la pomme. De plus,

la filière néo-zélandaise est largement tournée vers les marchés internationaux. Sa balance commerciale est excédentaire et plus de 84 % de la production destinée au frais sont exportés. De plus, le pays a su développer une filière de qualité, avec des pommes produites en agriculture biologique ou sous démarche club, ce qui lui permet ainsi de se démarquer de ses concurrents. Malgré une surface de pommiers restreinte, le pays dispose également d'un bon potentiel de production, avec d'excellents rendements depuis plusieurs années.

Le Chili conserve quant à lui sa deuxième position grâce à une bonne organisation de sa filière (plus de 80 % de sa production en OP) et une réglementation très favorable. De plus, le Chili dispose d'un environnement macroéconomique propice, avec une parité monétaire intéressante ainsi qu'un PIB en forte croissance en 2018. Enfin, le pays dispose d'une bonne maîtrise des aspects agro-climatiques, ce qui lui permet notamment d'obtenir de bons rendements. Tout comme la Nouvelle-Zélande, il exporte une majeure partie de sa production et bénéficie d'un calendrier de production décalé par rapport aux producteurs de l'hémisphère nord.

L'Italie, 2^e producteur de pommes à l'échelle européenne, tire profit d'un niveau de rendement élevé, en forte hausse. La récolte de pommes italiennes s'établit ainsi à 2,5 millions de tonnes en 2018. La production est cependant basée sur des exploitations de petites tailles. Alors que l'Italie est habituellement très bien positionnée sur les marchés à l'export, la campagne 2018 a été moins fructueuse : les expéditions de pommes sont en baisse de 33 %. La balance commerciale reste cependant largement excédentaire et l'Italie est toujours le premier fournisseur de l'Allemagne, l'un des trois principaux importateurs mondiaux.

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

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la pomme – données 2018 (sur 1 000 points)



FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Fruits et Légumes

• Septembre 2020

Analyse de la compétitivité sur le marché euro-méditerranéen de la tomate en 2019 (données 2018)

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

Objectifs et méthodologie

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

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

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

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

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

L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières, ainsi qu'au sein d'un comité de pilotage, conduit par FranceAgriMer.

1/ Synthèse veille tomate > Édition septembre 2020

Principaux résultats de la veille 2019 (données 2018)

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



Les Pays-Bas conservent, une fois de plus, la tête du classement. Malgré une surface réduite, ils conservent un niveau de production de 910 000 tonnes, soit davantage que la France ou la Pologne, leur culture 100 % sous abris et leur maîtrise technologique permettent d'obtenir les rendements parmi les plus élevés au monde. Le climat est plutôt favorable, notamment en termes de recours en eau, même si l'ensoleillement est limité. Le secteur de la recherche, notamment l'Université de Waeningen, est un atout pour le pays et une source d'innovations.

Avec une production 16 fois supérieure à la consommation domestique, la filière néerlandaise se positionne comme le premier exportateur de la zone, avec 1 085 000 tonnes exportées en 2018. Les Pays-Bas sont leaders sur plusieurs marchés importateurs clés, notamment la France et le Royaume-Uni.

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ EURO-MÉDITERRANÉEN DE LA TOMATE EN 2019 (DONNÉES 2018)



RÉSUMÉ

52

Objectifs

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

Méthodologie

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

Résultats

Les Pays-Bas gardent, une fois de plus, la tête du classement. Malgré une surface réduite, ils conservent un niveau de production de 910 000 tonnes, soit davantage que la France ou la Pologne. Leur culture 100 % sous abri

et leur maîtrise technologique permettent d'obtenir les rendements parmi les plus élevés au monde. Le climat est plutôt favorable, notamment pour les ressources en eau, même si l'ensoleillement est limité. Le secteur de la recherche, notamment l'Université de Waeningen, est un atout pour le pays et une source d'innovations. Avec une production 16 fois supérieure à la consommation domestique, la filière néerlandaise se positionne comme le premier exportateur de la zone, avec 1,085 million de tonnes exportées en 2018. Les Pays-Bas sont leaders sur plusieurs marchés importateurs clés, notamment la France et le Royaume-Uni. Quatrième en 2017, la France se porte à la seconde place sur le podium, malgré une année difficile marquée par 66 jours de crise conjoncturelle entre mars et septembre 2018. Les surfaces développées en tomates sont stables par rapport à 2017, mais le rendement français est largement inférieur à celui de ses concurrents (Pays-Bas, Belgique ou Allemagne). La filière offre au consommateur une large diversité variétale, avec une part de tomates « cœur de gamme » ou haut de gamme importante, expliquant le niveau de rendement. Le développement des exploitations biologiques, dont les ren-

dements sont plus faibles qu'en culture conventionnelle, y contribue également. L'année 2018 est marquée par une augmentation importante des exportations (+ 24 %). Même si la consommation de tomates reste limitée (11 kg/an/habitant) et en baisse, la production française ne suffit pas à approvisionner le marché intérieur et le pays recourt aux importations, notamment entre novembre et avril. Bien que talonnée au niveau des scores par l'Espagne et la Belgique, la France semble avoir des arguments différenciants à faire valoir, grâce au développement du bio et aux recherches dynamiques qui y sont menées.

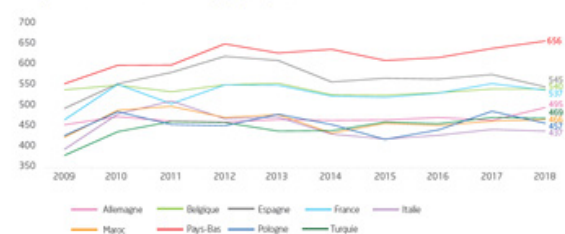
L'Espagne perd une place en 2018 et se retrouve sur la dernière marche du podium. C'est le seul pays dont les volumes de production de tomates pour le marché du frais baissent. L'ensoleillement et les fortes sécheresses subies récemment sont assez pénalisants, mais le développement continu des cultures sous abri pourrait aider à pallier en partie ce problème au cours des prochaines années. L'Espagne se positionne comme le 2^e producteur de la zone, après la Turquie, avec un volume de plus de 4,7 millions de tonnes. Deux tiers de la production est cependant destinée à la transformation. Malgré une main-d'œuvre parmi les moins coûteuses de l'UE, l'Espagne propose des prix de vente à l'export similaires à ceux de la France et de la Belgique.

Conclusion

Classement final des filières nationales pour la tomate – données 2018 (sur 1 000 points)



Historique des scores de la velle tomate par pays depuis 2009



FLASHEZ
MOI





LES CHIFFRES-CLÉS DE LA FILIÈRE FRUITS & LÉGUMES FRAIS



RÉSUMÉ

Objectifs

Afin de répondre aux besoins des acteurs de la filière fruits et légumes de disposer d'un document rassemblant l'ensemble des informations économiques essentielles en matière de production, de consommation et de commerce extérieur, en France ou dans l'union européenne, l'Unité Filières Spécialisées met à jour chaque année cette publication des chiffres-clés. Elle présente des données détaillées sous forme de tableaux, graphiques ou cartes pour les principales espèces de fruits, légumes et pommes de terre en frais et en transformés.

Méthodologie

Les données présentées couvrent la période 2015-2019. Les sources de données utilisées sont variées : les données du SSP et de l'Insee pour caractériser la structure de l'appareil de production en volume et en valeur, les données de FranceAgriMer et de la Commission européenne sur l'organisation économique et les aides, les données des Interprofessions pour les données en transformés, les données de l'Agence Bio pour les surfaces en bio, les données issues du panel Kantar

Worldpanel pour détailler les achats des ménages. Enfin, les données de la Douane française et de Trade Data Monitor (TDM) sont mobilisées pour le commerce extérieur et les données Eurostat pour les données de production dans l'Union européenne.

Résultats

Les données marquantes en 2019 pour la filière française fruits et légumes sont les suivantes :

- La valeur à la production (production au prix de base) de la filière fruits, légumes et pomme de terre frais et transformés est estimée à 10,1 milliards d'euros en hausse par rapport à 2018. Cela représente 22 % de la valeur des productions végétales et 14 % du total des productions agricoles.
- Les superficies certifiées en agriculture biologique représentent environ 16,7 milliers d'ha en fruits frais et 10,6 milliers d'ha en légumes frais, chiffres en hausse constante ces dernières années.
- L'ensemble des légumes frais représente une superficie de plus de 247 milliers d'ha pour un volume de 5,6 milliers de tonnes récoltées, en légère baisse par rapport à 2018 liée à un rendement en diminution. La to-

mate reste la première espèce cultivée en volume devant la carotte, l'oignon et les haricots verts. Les achats des ménages de légumes frais pour leur consommation à domicile ont été en croissance par rapport à 2018 en volume et en valeur. Au niveau des échanges, le déficit de la balance commerciale française s'est creusé en raison d'une augmentation significative des importations en valeur (+ 5,7 % vs moyenne 5 ans).

- L'ensemble des fruits frais couvrent une surface de plus de 143 milliers d'ha en 2019, stable par rapport à 2018. Les tonnages récoltés, quant à eux, sont en hausse pour atteindre 2,4 millions de tonnes. La pomme de table reste de très loin le principal fruit produit en France devant la pêche-nectarine, la prune (pruneau y compris) et l'abricot. Comme pour les légumes frais, les achats des ménages pour leur consommation à domicile ont été plus élevés en 2019 qu'en 2018. La balance commerciale de la France en matière d'échanges de fruits frais reste très déficitaire en 2019 (presque -3 milliards d'euros). Toutefois il est important de souligner que ce déficit a diminué en 2018 en raison d'une nette baisse du prix moyen à l'importation.

- La pomme de terre de consommation (conservation, primeur, nouvelle) à destination du frais et du transformé reste une production majeure pour la France avec une superficie de 162 milliers d'ha et un volume produit de plus de 6,8 millions de tonnes en 2019 (+ 14,7 % vs moyenne 5 ans). La France est exportatrice nette avec un excédent de 1,64 million de tonnes et 482 millions d'euros en 2019. Elle se maintient d'ailleurs comme leader mondial des exportations de pommes de terre à l'état frais.

FLASHEZ
MOI





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

FranceAgriMer
ÉVALUATION ÉCONOMIQUE
DES PRODUCTIONS AGRICOLES ET DU LARIN

ÉTUDES Fruits et Légumes

• Décembre 2020

Synthèse de l'Observatoire des exploitations fruitières Données 2019

Réalisation de l'étude
• Pilotage et financement : FranceAgriMer, FNPF et
CTIFL
• Réalisation : CERFRANCE

L'observation d'un échantillon constant d'exploitations donne des indicateurs sur la santé économique des exploitations. Cet échantillon vise à représenter la diversité des modèles d'exploitations à dominante fruitière. Les résultats de l'observatoire ne peuvent pas et ne doivent pas être extrapolés à l'ensemble de la production de fruits.

L'étude s'appuie sur trois types de données :
• des données comptables, qui permettent de suivre les charges, le produit brut et le revenu des exploitations,
• des données extra-comptables qui expliquent les différences et les variations de la structure des coûts, notamment la main d'œuvre,
• des données financières qui permettent de situer les exploitations vis-à-vis du risque financier et d'éclairer leurs choix stratégiques.

Méthodologie
Base de l'enquête
• 396 exploitations enquêtées en 2020 sur les données comptables 2019 et 2018
• 11 départements participants, cf. carte ci-dessous :



L'échantillon mis en place est national et constitué de 396 exploitations. Il a été choisi de manière à être le plus représentatif possible par rapport au dernier recensement agricole (surfaces, nombre d'UTA, répartition géographique, espèces cultivées...).

Les exploitations sont spécialisées en arboriculture, 60% au moins du produit brut total est issu du verger. Les résultats sont analysés selon une typologie qui prend en compte principalement, l'espèce fruitière dominante ainsi que la dimension de l'exploitation et son niveau de spécialisation fruitière. Ainsi l'analyse se décompose par typologie d'exploitations fruitières :

- Ensemble des exploitations
- Type 1 : spécialisées pêche
- Type 2 : spécialisées pomme
- Type 3 : spécialisées abricot
- Type 4 : spécialisées kiwi
- Type 5 : spécialisées cerise
- Type 6 : diversifiées et autres spécialisées

La typologie a été choisie comme outil de suivi technico-économique et comptable des exploitations fruitières, qui garantit une vision stable, claire et interprétable de la population. Elle sert de guide pour l'observation des résultats et permet l'interprétation et l'analyse des résultats, ainsi qu'un suivi historique des données. Malgré les variables interactives, elle permet de suivre l'évolution de différents types de producteurs, de comprendre leur stratégie de production ainsi que l'évolution de cette stratégie.

Données comptables
Les résultats (produit brut, charges, revenu) concernent l'ensemble des exploitations à dominante fruitière (entre 50 % et 100 % du chiffre d'affaires) mais dont le revenu peut être complété.

SYNTHÈSE DE L'OBSERVATOIRE DES EXPLOITATIONS FRUITIÈRES DONNÉES 2019



RÉSUMÉ

56

Objectifs

L'observation d'un échantillon constant d'exploitations donne des indicateurs sur l'évolution de leur santé économique. Cet échantillon vise à représenter la diversité des modèles d'exploitations à dominante fruitière. Pour autant, les résultats de l'observatoire ne peuvent pas et ne doivent pas être extrapolés à l'ensemble de la production de fruits.

Méthodologie

L'étude réalisée par Cerfrance, financée par FranceAgriMer, la FNPF et le CTIFL, s'appuie sur trois types de données :

- des données comptables, qui permettent de suivre les charges, le produit brut et le revenu des exploitations,
- des données extra-comptables qui expliquent les différences et les variations de la structure des coûts, notamment la main d'œuvre,
- des données financières qui permettent de situer les exploitations vis-à-vis du risque financier et d'éclairer leurs choix stratégiques.

Base de l'enquête

- 396 exploitations enquêtées en 2020 sur les données comptables 2019 et 2018
- 11 départements participants

L'échantillon mis en place est national et constitué de 396 exploitations. Il a été choisi de manière à être le plus représentatif possible par rapport au dernier recensement agricole (surfaces, nombre d'UTA, répartition géographique, espèces cultivées...).

Les exploitations sont spécialisées en arboriculture, 60 % au moins de leur produit brut total est issu du verger. Les résultats sont analysés selon une typologie qui prend en compte principalement, l'espèce fruitière dominante ainsi que la dimension de l'exploitation et son niveau de spécialisation fruitière. Ainsi, l'analyse se décompose par typologie d'exploitations fruitières :

- ensemble des exploitations
- type 1 : spécialisées pêche
- type 2 : spécialisées pomme
- type 3 : spécialisées abricot
- type 4 : spécialisées kiwi
- type 5 : spécialisées cerise
- type 6 : diversifiées et autres spécialisées

Résultats

En 2019, les résultats des arboriculteurs augmentent légèrement par rapport à 2018 grâce à des rendements supérieurs et ce malgré une année climatique encore atypique (vent et pluies de printemps, canicule de l'été). La conjoncture globale est favorable mais les producteurs de pommes subissent une baisse importante de résultat liée à une campagne de commercialisation longue et laborieuse. Les producteurs d'abricots sont encore dans la tourmente (aléas climatiques et concurrence des importations).

Pour toutes les productions la disparité des performances reste importante. Les exploitations présentant des difficultés semblent affectées par des problèmes plus structurels que conjoncturels car les résultats négatifs persistent d'une saison à l'autre.

Au niveau des équilibres financiers, les acquis des campagnes précédentes font que, en moyenne, les situations restent stables, avec 19 % d'exploitations en « risque financier moyen ou élevé ». L'analyse des comportements financiers sur trois ans montre que 66 % des exploitations étudiées ressortent en phase de « développement » et 15 % sont en « déclin ».

FLASHEZ
MOI



fois meilleure en 2019 et permet de rémunérer les exploitants, ce qui n'était pas le cas en légumes frais de plein champ sur 2018.

Les situations financières s'améliorent. Elles sont relativement saines avec peu d'exploitations en situation de risque financier moyen ou élevé.

Le poste main-d'œuvre constitue le premier poste de charges quel que soit le type d'exploitation.

La production biologique se fait sur des structures de taille plus réduite avec plus de main-d'œuvre en proportion.

FLASHEZ
MOI



VIANDES ROUGES





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2019, PERSPECTIVES 2020



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2020, l'Unité Élevage de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2019, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte non seulement sur le marché français, mais également sur le marché européen, voire sur le marché mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2020.

Méthodologie

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

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

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

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

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2019 en France sont les suivants :

- en viande bovine, le marché français a été encombré par un afflux de vaches laitières et allaitantes, qui a entraîné un repli des cours. Les abattages de jeunes bovins ont en revanche diminué, ce qui a permis de soutenir les prix mais a limité les exportations. Le solde du commerce en a été dégradé d'autant plus que les importations ont progressé ;
- la filière veau de boucherie a connu une crise historique, en raison d'une hausse de la production aux Pays-Bas et en Belgique, faisant chuter les prix ;
- la production de viande ovine a légèrement augmenté, pesant sur les prix qui sont restés sous les niveaux de 2018 sur la majeure partie de l'année. À cela s'ajoutent les importations

de viande, notamment en provenance du Royaume-Uni, qui se sont elles aussi raffermies ;

- dans la filière porcine, la production a légèrement progressé malgré la contraction du cheptel. La demande asiatique a stimulé les exportations de viande porcine et conduit à une forte hausse du prix du porc ;
- dans les filières volailles, la production a affiché une baisse malgré des abattages de poulet dynamiques. Les exportations, en baisse globalement, ont poursuivi leur retrait des marchés du Proche et Moyen-Orient pour se repositionner sur le marché intra-communautaire ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable sur l'année, dans un contexte de prix du lait en augmentation. L'année a été caractérisée par une amélioration du solde des échanges de produits laitiers après plusieurs années de repli ;
- malgré une collecte de lait de brebis en légère baisse, les fabrications de fromages et de produits ultra-frais ont augmenté, suivant la tendance de la consommation ;
- dans la filière lait de chèvre, les fabrications se sont repliées, en raison d'une collecte stable mais d'importations de produits de report caprins en recul.

Conclusion

Le Brexit tant attendu n'a finalement pas eu lieu en 2019. La sortie du Royaume-Uni au 31 janvier 2020 ne devrait avoir que peu d'impact sur les échanges puisque les conditions restent inchangées jusqu'à la fin de l'année 2020. La fièvre porcine africaine ou les taxes additionnelles des États-Unis pourraient en revanche avoir plus de conséquences sur les marchés des produits animaux.

**FLASHEZ
MOI**





CONSUMMATION

La consommation de viande en France en 2019

En 2019, la consommation de viande calculée par bilan se contracte globalement de 0,8 % sur un an et de 1 % par habitant. La consommation de volaille reste dynamique (+ 2 %), tirée principalement par celle de poulet, tandis que la consommation de viande de boucherie recule de 2,2 %. Les achats de viande par les ménages pour leur consommation à domicile se dégradent pour la cinquième année consécutive. Les viandes de boucherie (y compris jambons et charcuteries), fraîches et surgelées, enregistrent un repli prononcé (- 2,2 %), tout comme les viandes de volailles fraîches (- 1,5 %) et surgelées (- 2,0 %) ; seuls les élaborés de volailles affichent une hausse des volumes achetés (+ 1,6 %). Les achats des ménages sont complétés par la consommation hors domicile (CHD), dans laquelle les viandes représentent le premier poste d'achat sur le total alimentaire hors boissons, avec 3,8 milliards d'euros HT, correspondant à 606 800 tonnes de viandes achetées en 2019.

En 2019, la consommation totale de viande calculée par bilan recule

En 2019, la consommation de viande en France calculée par bilan (cf. Sources, définitions et méthodologie) recule sur un an (- 0,8 %), après une récession à 10,2 % depuis 2013 (graphique 1).

Graphique 1 En 2019, après un pic en 2018, recul de la consommation par bilan de viande



La situation est toutefois contrastée selon les types de viande. La consommation

de viande de boucherie recule de 2,2 % sur un an. Toutes les viandes contribuent à ce repli, à l'exception de celles d'oie, quasiment stable, et des autres viandes de boucherie (carrés, tangliers, certifi). La consommation de viande de chair continue quant à elle de progresser (+ 2,0 % sur un an).

	2019	2019/2018	Taux de croissance annuel moyen entre 2019 et 2018
Viande d'abattoir de boucherie	3 872	-2,2	-0,4
viande de bœuf	1 330	-1,5	-0,6
viande porcine	2 133	-3,1	-0,6
viande ovine	164	-0,2	-0,4
viande caprine	8	-15,3	-9,3
autres viandes de boucherie	20	17,8	7,2
Viande de volaille	1 903	2,0	2,5
viande de poulet	1 514	2,0	3,0
viande de dinde	293	0,9	0,4
viande d'oie	205	2,4	0,5
autres volailles	90	-7,2	-4,8
Total viande boucherie	5 775	-0,8	-0,6

Source : Agreste

LA CONSUMMATION DE VIANDE EN FRANCE EN 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette note de conjoncture, réalisée conjointement par FranceAgriMer et le SSP (Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation), a pour but d'expliciter les évolutions de la consommation de viande en France en 2019, en abordant les aspects consommation par bilan, achats des ménages pour leur consommation à domicile et consommation hors domicile (CHD).

Méthodologie

Il existe trois types d'informations concernant la consommation de viande : la consommation mesurée par bilan, les achats de consommation effectués auprès des ménages et la consommation hors domicile.

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

plats préparés ou à la restauration hors domicile. Elle est calculée à partir des abattages, desquels sont déduites les entrées en stocks et les exportations et sont additionnées les viandes importées et les sorties de stocks.

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

Les volumes et valeurs des achats concernant les produits carnés destinés à la CHD ont été récoltés par GIRA Foodservice pour FranceAgriMer, sur l'année 2018. GIRA Foodservice mesure les achats par les principaux grossistes, les chaînes de restauration, complétés par des enquêtes auprès des restaurateurs indépendants, et non la consommation

effective des clients.

Résultats

En 2019, la consommation de viande calculée par bilan se contracte globalement de 0,8 % sur un an après une tendance haussière depuis 2013, et recule de 1 % par habitant. La situation est toutefois contrastée selon les types de viande. La consommation de viande de boucherie diminue de 2,2 % sur un an ; les viandes bovine et porcine participent à ce repli quand la consommation de viande ovine est quasiment stable. La consommation de volaille de chair continue quant à elle de progresser (+ 2,0 % sur un an), tirée principalement par celle de poulet.

Les achats de viande par les ménages pour leur consommation à domicile se dégradent en 2019 (- 3,2 %) pour la cinquième année consécutive. Pour toutes les formes confondues (viande fraîche, élaborés y compris viande hachée, charcuterie, surgelés), les ménages réduisent leurs achats de viande en volume, dans un contexte de hausse globale des prix et de changement des habitudes alimentaires vers un régime moins carné à domicile. Toutes les viandes de boucherie sont concernées par la baisse de la consommation à domicile. En ce qui concerne la viande de volaille, le repli est plus limité (- 0,9 %) en raison du dynamisme des segments des découpes et élaborés.

D'après les estimations de Gira Foodservice, le marché de la CHD s'élèverait en 2018 à 87,2 milliards d'euros HT de chiffre d'affaires, en augmentation de 3 % par rapport à 2017. Les viandes représentent le premier poste (25 %) de l'ensemble alimentaire hors boisson (18 milliards d'euros HT), avec 3,8 milliards d'euros HT, correspondant à 606 800 tonnes de viandes achetées en 2018. Sur le total des achats de viandes réalisés par la CHD, le bœuf représente la première espèce, à la fois en volume et en valeur.

**FLASHEZ
MOI**





LA CONSOMMATION DE PRODUITS CARNÉS EN 2019

66



RÉSUMÉ

Objectifs

Le suivi de la consommation est stratégique pour évaluer l'équilibre offre-demande d'une filière, en particulier quand celle-ci est encore très centrée sur le marché français. Aussi, l'objectif de ce bilan est d'analyser les tendances de la consommation de produits carnés, alors que celle-ci fait par ailleurs l'objet d'interrogations croissantes dans les médias et chez certains consommateurs (santé, environnement, bien-être animal...).

Méthodologie

Sont suivis dans ce bilan les produits carnés consommés en France pour 2019 et les années antérieures, répartis en quatre grandes familles : viandes de boucherie fraîches ; volailles et lapin frais ; charcuterie ; viandes de boucherie et volailles surgelées.

Afin d'évaluer cette consommation, deux outils sont principalement utilisés :

- d'une part le calcul par bilan. Ce calcul est exprimé en équivalent carcasse (chaque type de produit partiellement ou totalement transformé est converti en volume équivalent carcasse par application d'un coefficient de conversion) et s'effectue se-

lon la formule : $\text{Consommation} = \text{abattages} + \text{importations de viande} - \text{exportations de viande} \pm \text{variations de stocks de viandes}$. Il permet d'évaluer la consommation globale ;

- d'autre part l'utilisation du panel consommateurs Kantar Worldpanel. Cet outil se limite aux achats des ménages pour leur consommation à domicile. Il ne couvre pas, par exemple, la consommation de viande dans le cadre de la restauration hors domicile ou les produits carnés incorporés dans les plats préparés. En revanche, il permet d'appréhender les évolutions suivant les produits (volume, valeur, taux de pénétration, fréquence d'achat), les circuits de distribution (généralistes et spécialisés) et les données sociodémographiques (régions, revenu des ménages, âge de la personne responsable des achats, présence d'enfants).

Enfin, des focus sont réalisés sur les produits les plus emblématiques parmi les grandes familles de produits.

Résultats

La consommation de viandes par bilan en 2019 s'est légèrement repliée par rapport à 2018 (- 0,9 %), malgré une hausse de la

consommation de volailles (+ 1,7 %). La viande de porc fraîche, qui est la viande la plus consommée en France en volume, a connu une nouvelle baisse en 2019 (- 2,9 %/2018). La consommation par bilan de viande bovine (veau inclus) s'est elle aussi repliée (- 1,1 %).

Les tendances observées au niveau des achats des ménages via les données du panel Kantar sont sensiblement les mêmes :

- la viande de porc (hors élaborés) a vu ses volumes diminuer de 5,8 % et son prix augmenter de 3,9 % en 2019 ;
- les quantités achetées par les ménages en viande de bœuf ont reculé de 3,4 % ;
- les achats en volailles fraîches ont diminué en volume. Les ménages ont de nouveau confirmé leur désaffection pour le poulet prêt à cuire, et se tournent toujours plus vers les découpes de poulet, dont les volumes progressent ;
- les produits élaborés ont de nouveau été dynamiques en 2019. La viande hachée a subi un léger repli, mais celui-ci a cependant été moins marqué que pour le total viande bœuf. En parallèle, les élaborés de volailles ont augmenté de 1,9 % ;
- le segment de la charcuterie constitue toujours le 1^{er} groupe de produits carnés consommé par les ménages. Il est en baisse depuis 2014 et 2019 n'a pas fait figure d'exception (- 1,4 % par rapport à 2018). Parmi les différents produits, le jambon est particulièrement touché par ce recul (- 2,8 %).

Conclusion

En 2019, les tendances observées par bilan et via le panel Kantar sont similaires. Les produits élaborés à base de viandes de boucherie et de volailles poursuivent leur croissance, faisant ressortir une évolution des modes de consommation au détriment des viandes non transformées.

**FLASHEZ
MOI**



HORTICULTURE





OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE ET FINANCIER DES EXPLOITATIONS HORTICOLES ET PÉPINIÈRES ORNEMENTALES RÉSULTATS 2018

70



RÉSUMÉ

Objectifs

Les objectifs de cette étude, réalisée par Cerfrance pour FranceAgriMer, sont :

- étudier un échantillon d'entreprises du secteur horticulture et pépinières, représentant la diversité du secteur,
- suivre dans la durée l'activité et la santé financière par les éléments du compte de résultat et du bilan,
- déceler des fragilités dans certains types de structure.

Méthodologie

L'étude se base sur un « panel » de 300 entreprises réparties sur l'ensemble du territoire avec un échantillon constant sur deux années (2018/2017). Les données sont issues des comptabilités des entreprises pour les clôtures de janvier à décembre 2018. Les entreprises sont spécialisées en horticulture et pépinière ornementales (+ 80 % du chiffre d'affaires) et segmentées en fonction de l'approche métier : pépinières de plein champ (PC), pépinières hors sol (HS), entreprises horticoles, exploitations de « fleurs coupées ». Elles sont également réparties selon leur mode de commercia-

lisation (dominante : 60 %). Cette étude exclut les producteurs de muguet et de sapins de Noël.

Résultats

L'année 2018 montre quelques évolutions notables par rapport à 2017

- Les pépinières de plein champ retrouvent une phase de développement d'activité : les charges, restées raisonnables, ont permis une amélioration de la rentabilité, signe peut-être de l'amorce d'un redémarrage de l'activité.
- Les pépinières hors sol profitent d'une petite amélioration de leur chiffre d'affaires mais pas de leur rentabilité comme c'était déjà le cas en 2017. L'année 2018 a montré des difficultés mais les investissements sont dynamiques ce qui témoigne de la confiance du secteur pour l'avenir.
- Les horticulteurs bénéficient d'une nouvelle amélioration de l'activité (chiffre d'affaires) et la gestion prudente évite les dérapages. Les investissements redémarrent.
- L'année 2018 ne confirme pas la bonne surprise de 2017 pour les entreprises des fleurs

coupées : le secteur reste convalescent. Quelques signes d'espoir apparaissent tout de même.

- En vente directe, le chiffre d'affaires est en hausse en 2018 : ce mode de commercialisation permet une plus grande régularité des résultats que les autres débouchés.
- Dans le secteur des ventes à distributeur final, les entreprises sont plus grandes par la taille en moyenne. Leur chiffre d'affaires 2018 augmente mais modérément. C'est là que l'on trouve les entreprises les plus dynamiques.
- Le secteur de la vente à grossistes semble enfin sortir des années difficiles. L'activité et la rentabilité repartent en hausse, ce qui se traduit par des ratios financiers meilleurs.

Conclusion

2018 est donc un millésime globalement en amélioration mais qui ne profite pas de la même manière à tous les métiers ni à tous les secteurs de commercialisation. Après 2 années de légère amélioration, 2018 marque une tendance plus nette, ce qui a entraîné un redémarrage des investissements.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Horticulture

• Mars 2020

Veille concurrentielle horticole 2018

1) Introduction

La filière française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage est constituée de 55 000 entreprises spécialisées qui exercent différents métiers pour répondre aux attentes des consommateurs et des collectivités. Son activité économique génère 170 000 emplois et se partage entre les producteurs, les détaillants spécialisés (fleuristes, jardinerie...) et les entreprises du paysage. Cette filière concentre son activité essentiellement sur le marché français, un des plus importants d'Europe en matière de débouchés, mais reste confrontée à une forte concurrence.

Le bilan des échanges extérieurs des produits de la filière horticole ornementale fait en effet apparaître un déficit récurrent qui atteint près de 900 millions d'euros en 2018.

Dans ce contexte, les professionnels de la filière horticole française et FranceAgriMer ont souhaité suivre les évolutions de la compétitivité de la filière française par rapport à ses principaux concurrents européens.

Une veille concurrentielle, véritable outil collectif d'observation et d'analyse, a ainsi été mise en place et permettra une étude des données pour les années 2016 à 2021.

2) Méthodologie

Les différents pays considérés dans le cadre de la veille concurrentielle 2018 sont : l'Espagne, l'Italie, la France, les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne et la Pologne.

Cette analyse de la compétitivité des différents pays s'appuie sur l'étude de 47 indicateurs-clés, eux-mêmes composés de données chiffrées et d'éléments qualitatifs issus de bibliographies ou d'entretiens réalisés auprès d'acteurs-clés des différents pays étudiés (174 données par pays). Pour chaque indicateur considéré, une note est attribuée à chacun des pays, afin de pouvoir les classer en fonction des différents indicateurs. Au total, chaque pays est noté sur 1000 points. Ces indicateurs sont ordonnés selon six axes de compétitivité :

- Axe 1 → Le potentiel de production (130 points)
- Axe 2 → La maîtrise environnementale et énergétique (150 points)
- Axe 3 → La capacité des entreprises à conquérir des marchés (220 points)
- Axe 4 → La performance de marché (135 points)
- Axe 5 → L'organisation de la filière (150 points)
- Axe 6 → L'environnement macro-économique (45 points)

1

VEILLE CONCURRENTIELLE HORTICOLE 2018



RÉSUMÉ

72

Objectifs

La veille concurrentielle internationale permet aux professionnels de la filière horticole française de suivre les évolutions de la compétitivité de la filière française par rapport à ses principaux concurrents européens à l'aide d'un outil collectif d'observation et d'analyse.

Méthodologie

Les différents pays considérés dans le cadre de la veille concurrentielle 2018 sont l'Espagne, l'Italie, la France, les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne et la Pologne.

Cette analyse de la compétitivité des différents pays s'appuie sur l'étude de 47 indicateurs-clés répartis en 6 axes de compétitivité, eux-mêmes composés de données chiffrées et d'éléments qualitatifs issus de bibliographies ou d'entretiens réalisés auprès d'acteurs-clés des différents pays étudiés.

Pour chaque indicateur considéré, une note est attribuée à chacun des pays, afin de pouvoir les classer entre eux. Au total, chaque pays est noté sur 1 000 points. Les 6 axes de compétitivités ordonnant ces indicateurs sont les suivants : le potentiel de production,

la maîtrise environnementale et énergétique, la capacité des entreprises à conquérir des marchés, le portefeuille de marché, l'organisation de la filière et l'environnement macroéconomique.

Résultats

Les Pays-Bas maintiennent leur hégémonie à la tête du classement de la veille concurrentielle. Cette avance de compétitivité est acquise sur 4 des 6 axes de l'étude.

L'Allemagne se place en 2^e position des pays les plus compétitifs, grâce à ses bonnes performances sur les axes « capacité des entreprises à conquérir des marchés », « portefeuille marché » et « organisation de la filière ». C'est sur ces trois mêmes axes que l'Allemagne perd en compétitivité face aux Pays-Bas.

Le podium est complété par la Belgique. La France se place en 4^e position. Ces deux pays ont des notes globales proches. La Belgique a un avantage compétitif sur la « capacité des entreprises à conquérir des marchés » et perd en revanche sur le « potentiel de production ». C'est l'inverse pour la France. L'Hexagone accumule un retard important sur l'axe « capacité des entreprises à conquérir des marchés ».

L'Espagne et l'Italie ont une compétitivité globale identique et relativement en retrait des quatre premiers pays. La Pologne est fortement détachée des autres pays, avec moins de 30 % des points attribués.

Conclusion

La compétitivité de la filière horticole ornementale française s'améliore depuis 2016 notamment grâce à des performances en progression en ce qui concerne « la capacité des entreprises à conquérir des marchés » et « l'organisation de la filière ». Cela reste toutefois les principales faiblesses de la filière en comparaison aux leaders néerlandais et allemands.

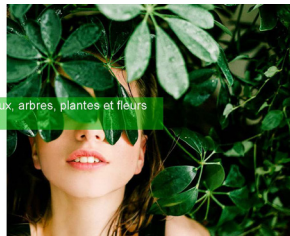




KANTAR

Les achats de végétaux, arbres, plantes et fleurs
des Français en 2019

Avril 2020



LES ACHATS DE VÉGÉTAUX, ARBRES, PLANTES ET FLEURS DES FRANÇAIS EN 2019

74



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette publication synthétise le bilan 2019 des achats d'arbres, plantes et fleurs des ménages français. Ce bilan vise à suivre les évolutions du marché français des végétaux et le comportement des consommateurs.

Méthodologie

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

Résultats

Parmi les principaux résultats, on note :

- un taux d'acheteurs stable (76 %), un budget moyen par foyer acheteur consacré aux végétaux en légère baisse (112,6 €, soit - 2,3 € vs 2018) mais un panier moyen en volume en hausse (31,9 végétaux, soit + 2 végétaux en moyenne par foyer acheteur vs 2018) ;
- au niveau des circuits d'achat, les parts de

marché en volume et en valeur sont stables mais les achats sur les marchés connaissent une baisse de fréquentation alors que le phénomène inverse s'observe pour les magasins de bricolage et décoration ;

- le marché des végétaux d'intérieur est stable. Même si leur poids reste minoritaire (14 % de part de marché -PDM - en valeur), la part des chefs de famille de moins de 35 ans est en hausse parmi les acheteurs de végétaux d'intérieur (+ 2 pts vs 2018). Les fleuristes restent le premier lieu d'achat en valeur mais leur part de marché tend à baisser (46 %, soit - 3 pts vs 2018). En volume, la grande distribution passe en 2019 devant les fleuristes avec 34 % de PDM contre 32 % pour les fleuristes ;

- sur le marché des végétaux d'extérieur, le panier moyen en volume est en progression, cette hausse étant portée exclusivement par celle des volumes d'achat des végétaux pour le potager. En effet, le panier moyen des foyers achetant des végétaux à destination du potager est de 29,7 végétaux en moyenne, soit + 5,7 par rapport à 2018. Concernant les circuits d'achat, la jardinerie reste le premier lieu d'achat en volume et en valeur même si sa part de marché baisse en volume (23 %, - 2 pts). En valeur, les parts de

marché sont stables ;

- le marché des végétaux pour le cimetière ou les obsèques est stable avec notamment un taux d'acheteurs inchangé par rapport à 2018 (36 % des foyers français).

Conclusion

Les grandes tendances 2019 témoignent de la stabilité du taux d'acheteurs (76 %) avec un budget moyen en légère baisse (112,6 € par foyer acheteur) mais un panier moyen en volume en augmentation (31,9 végétaux en moyenne par foyer acheteur). La fréquentation des lieux d'achat est stable. Le fleuriste reste le premier circuit d'achat en valeur alors que la grande distribution devient le premier circuit d'achat en volume.

FLASHEZ
MOI





COMMERCE EXTÉRIEUR DES PRODUITS DE L'HORTICULTURE ORNEMENTALE BILAN ANNUEL 2019

76



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cette étude est d'analyser l'évolution des échanges français en végétaux d'ornement en valeur et par grande famille de produits.

Méthodologie

Les données de commerce utilisées sont issues des déclarations de la douane française. Les produits ont été regroupés en cinq familles douanières (hormis les plantes et racines de chicorée, les boutures et plants de vigne, les plants d'ananas, le blanc de champignons, les plants de légumes ou de fraisiers, les arbres, arbustes, arbrisseaux à fruits comestibles, les plants forestiers, les fleurs ou feuillages autres que frais) : les végétaux d'ornement extérieur, les bulbes oignons, les plantes d'intérieur, les fleurs coupées fraîches et les feuillages frais.

Résultats

En 2019, l'essentiel des échanges français se fait dans le cadre intra-européen. Les échanges avec l'Union européenne à 28 ont représenté en 2019 95 % de la valeur des im-

portations et 76 % de la valeur des exportations françaises. Les Pays-Bas sont, de loin, le principal pays fournisseur avec 63 % de la valeur totale mais également le principal client avec 24 % de la valeur.

Le bilan des échanges extérieurs des produits de la filière horticole ornementale (bulbes, végétaux d'extérieur d'ornement, plantes d'intérieur, fleurs coupées fraîches, feuillages frais, hors fleurs séchées et feuillages séchés) fait apparaître un déficit récurrent qui atteint près de 912 millions d'euros.

En 2019, les importations françaises s'élèvent à 979,7 millions d'euros. Les principaux postes d'importations de végétaux d'ornement se répartissent entre les fleurs coupées (30 %) en baisse de 1,2 % par rapport à 2018, les plantes d'intérieur (29 %) en hausse de 6,7 % par rapport à 2018 et les végétaux d'extérieur (27 %) qui sont également en hausse de 7,1 %.

Compte tenu notamment de son marché à la consommation élevée, le niveau des exportations françaises en végétaux d'ornement reste faible et s'élève à 67,9 millions d'euros. Les végétaux d'extérieur d'ornement représentent 55 % de la valeur totale devant les fleurs coupées fraîches à 15 %.

Conclusion

Les mouvements d'exportations à la hausse en valeur ne sont pas de la même ampleur que les montants des importations, ce qui entraîne de nouveau un accroissement du déficit de la balance commerciale en 2019 : il a augmenté de 3 % par rapport à 2018. Tous les types de végétaux affichent un déficit avec des évolutions différentes selon les familles de végétaux.

FLASHEZ
MOI





KANTAR

L'entretien et
l'aménagement
des jardins et
terrasses en 2019

Rapport d'étude - juin 2020



FranceAgriMer
Val'hor

L'ENTRETIEN ET L'AMÉNAGEMENT DES JARDINS ET TERRASSES EN 2019

78



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette publication biannuelle synthétise le bilan 2019 des achats de prestations d'entretien et d'aménagement par les foyers français pour leurs jardins et terrasses. Cette étude vise à suivre les évolutions de ce marché et à analyser les comportements et besoins des particuliers.

Méthodologie

Cette étude a été réalisée à partir des données des panels consommateurs Kantar TNS (Metaskope & Profiles) co-achetées par FranceAgriMer et Val'hor, représentatifs des foyers français selon les critères sociodémographiques usuels. Les questionnaires ont été adressés par voie mixte (postale et online) à 12 065 foyers.

Résultats

Parmi les principaux résultats, on note que :

- le nombre de foyers français qui possèdent un jardin ou une terrasse reste stable (7/10 en possèdent dans leur résidence principale ou secondaire) ;
- le taux de recours à une entreprise ou une

personne extérieure par les particuliers reste stable (15 % des possesseurs de jardin ou terrasse) ;

- ce recours reste très répandu par les seniors (près de la moitié de ceux qui font appel à un professionnel du jardin ont 65 ans ou plus). Il est aussi plus fréquent au sein des foyers plus aisés et résidant en région parisienne ;
- le secteur de l'aménagement et de l'entretien du jardin tend à toujours plus se professionnaliser et se spécialiser. Les jardiniers professionnels (principaux prestataires auxquels les foyers ont eu recours, pour 46 %) et les entreprises de service à la personne spécialisées dans le jardin (13 %) sont de plus en plus sollicités tandis que le recours à une personne avec un autre mode de rémunération (8 %) ou à une personne non rémunérée (17 %) suit une tendance à la baisse ;
- le budget médian annuel a progressé sur le long terme pour atteindre près de 500 € pour l'ensemble des prestataires payants, alors que la moyenne se fixe à 1 100 € à l'année ;
- l'élagage des arbres ou haies reste la principale prestation et continue à être de plus en plus demandé par les foyers ayant recours à une personne extérieure. Viennent ensuite les autres prestations d'entretien (entretien de la pelouse, entretien et plantation de vé-

gétaux) qui sont également de plus en plus demandées ;

- l'arrosage automatique reste encore peu répandu auprès des foyers possesseurs de jardin ou de terrasse (1/10).

Conclusion

Le taux de recours à une personne extérieure pour l'aménagement et l'entretien du jardin par les particuliers reste stable sur le long terme. Le secteur de l'aménagement et de l'entretien du jardin tend à toujours plus se professionnaliser et se spécialiser. Les interventions sont le plus souvent multi-prestations.

FLASHEZ
MOI





KANTAR

Les Français et les plantations
d'automne

Août 2020



LES FRANÇAIS ET LES PLANTATIONS D'AUTOMNE

80



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette publication met en évidence les connaissances des acheteurs de végétaux sur les plantations d'automne.

Méthodologie

Cette étude a été réalisée du 24 juin au 7 juillet 2020 à partir d'un questionnaire en ligne envoyé aux acheteurs de végétaux (au cours des 12 mois précédents) du panel consommateurs de Kantar TNS (Metaskope), soit une base de 2 270 foyers acheteurs interrogés. Les données de ce panel sont achetées par FranceAgriMer et Val'hor.

Résultats

Parmi les principaux résultats, on note que :

- les acheteurs de végétaux ont une bonne connaissance des périodes de plantation. Une grande partie des végétaux peut être plantée dès l'automne ;
- l'adage de la Sainte Catherine bénéficie d'une forte notoriété. La majorité des acheteurs de végétaux le connaît, en particulier les seniors, les possesseurs de jardins ou encore les personnes résidant en milieu rural. Cet adage reste ancré dans les pratiques de jardinage d'aujourd'hui ;
- plus généralement, les acheteurs de végétaux sont sensibles au respect du cycle de la nature.

FLASHEZ
MOI





CONFINEMENT ET IMPACT POUR LES ACHETEURS DE VÉGÉTAUX



RÉSUMÉ

82

Objectifs

Cette publication a pour objectif de mettre en évidence les évolutions des habitudes de consommation des acheteurs de végétaux pendant le premier confinement au printemps 2020 lié à la crise de la Covid-19.

Méthodologie

Cette étude a été réalisée du 24 juin au 7 juillet 2020 à partir d'un questionnaire en ligne envoyé aux acheteurs de végétaux (au cours des 12 derniers mois) du panel consommateurs de Kantar TNS (Metaskope), soit une base de 2 270 foyers acheteurs interrogés. Les données de ce panel sont achetées par FranceAgriMer et Val'hor.

Résultats

Parmi les principaux résultats, on note que :

- une gêne tant dans l'accès aux espaces verts que dans l'achat de végétaux et services associés a été ressentie par les acheteurs de végétaux pendant la période de confinement ;
- près de 3 acheteurs de végétaux sur 10 ont utilisé un des nouveaux services proposés pour acheter des végétaux. Le retrait de commande a été le plus utilisé de ces services (23 %) alors que la livraison à domicile n'a été utilisée que par 9 % des acheteurs ;
- parmi les acheteurs ayant eu recours à un nouveau service, la satisfaction est dans l'ensemble élevée auprès de tous les lieux d'achats où un service a été proposé mais moins dans les commerces qui ne proposent habituellement pas de végétaux. Cette satisfaction s'est accompagnée de l'envie que ces services continuent d'exister ;
- cette période a renforcé l'importance accordée à l'origine française. De plus, les acheteurs de végétaux ont eu la volonté d'un comportement d'achat engagé pour soutenir les acteurs nationaux et surtout locaux.

Conclusion

Suite au premier confinement lié à la crise de la Covid-19, les acheteurs de végétaux se sont en partie tournés vers les nouveaux services développés (livraison à domicile, retrait de commande). De plus, l'importance donnée à l'origine France des végétaux s'est renforcée.

FLASHEZ
MOI





KANTAR

L'achat de sapins
pour les Fêtes de
Noël 2019

Bilan consommateurs

Avril 2020



FranceAgriMer Val'hor

L'ACHAT DE SAPINS POUR LES FÊTES DE NOËL 2019



RÉSUMÉ

84

Objectifs

Ces publications ont pour objectif de présenter les chiffres-clés qui caractérisent les achats de fleurs et plantes des Français à l'occasion des événements calendaires en 2019: la Saint Valentin (fleurs et plantes), la fête du travail (muguet), la fête des mères (fleurs et plantes), la Toussaint (fleurs et plantes), les fêtes de Noël (sapins), les fêtes de fin d'années (fleurs et plantes).

Méthodologie

Ces bilans sont basés sur des données du panel consommateur de Kantar TNS (Metaskope) achetées par FranceAgriMer et Val'hor, représentatif des foyers français selon les critères sociodémographiques usuels. Les interviews ont été réalisées par voie mixte (postale et en ligne) pour un retour de 5 500 foyers. Un questionnaire spécifique a été adressé dans le cadre de l'étude sur le suivi des sapins de Noël.

Résultats

Parmi les principaux résultats à retenir sont les suivants :

- Saint Valentin : la rose est l'espèce qui a majoritairement été achetée pour l'occasion (63 % en sommes dépensées). Le budget moyen alloué aux achats de végétaux était de 19,80 € par foyer acheteur avec des achats majoritairement réalisés chez les fleuristes (52 % en sommes dépensées) ;
- Fête du travail : les Français ont acheté autant de muguet en brins/bouquets (51 % en sommes dépensées) que de muguet en pot (49 %) pour un prix moyen d'achat de 7,20 €. Les principaux lieux d'achat en sommes dépensées sont les fleuristes (31 %), la grande distribution (25 %) et les autres lieux tels que les stands éphémères (20 %) ;
- Fête des mères : les fleurs (rose et pivoine notamment) avec 60 % en sommes dépensées sont les végétaux majoritairement achetés pour l'occasion avec un budget moyen de 16,60 € par foyer acheteur. Les fleuristes sont les principaux lieux d'achat (47 % en sommes dépensées) ;
- Toussaint : un quart des foyers français ont acheté des fleurs ou plantes pour cette occasion. Le chrysanthème (59 % en sommes

dépensées) est l'espèce la plus achetée. Le budget moyen alloué aux achats des végétaux était de 27 € ;

- Noël : près de 2 foyers sur 10 ont acheté un sapin de Noël naturel pour un prix moyen d'achat de 27,20 €. Les sapins Nordmanns continuent de gagner des parts de marché et représentent environ 80 % des quantités achetées et des sommes dépensées. La grande distribution reste le lieu d'achat le plus important.

Conclusion

À l'occasion des fêtes calendaires, les fleurs sont le type de végétaux les plus achetés, achat principalement fait chez les fleuristes.



GRANDES CULTURES





MARCHÉ DU BLÉ DUR - FRANCE, UNION EUROPÉENNE, MONDE (CAMPAGNE 2019- 2020)



RÉSUMÉ

Objectifs

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

Méthodologie

Les sources employées pour la réalisation de cette étude sont :

CIC : Conseil international des céréales

DG Agri : Direction générale de l'agriculture de la Commission européenne

Eurostat : Office des statistiques de l'Union européenne

SSP : Service de la statistique et de la prospective du Ministère de l'agriculture

Statcan : Office statistique canadien

UN Afpa : Union des associations de fabricants de pâtes alimentaires de l'Union européenne

Ipo : International pasta organization

Taxud : Direction générale fiscalité et union douanière

USDA : United States Department of Agriculture

Résultats

En France, les surfaces ensemencées en blé dur ont subi de fortes baisses une nouvelle fois en 2019. Avec moins de 250 000 ha, les superficies indiquaient un recul de 27 % par rapport à la récolte 2018. Cependant, les rendements de la récolte 2019 ont été globalement élevés. Fin décembre 2019, la collecte de blé dur s'établissait à 1,19 Mt soit 4 % en dessous de 2018.

En 2019/20, les importations de la France au 5e mois de la campagne indiquent une progression de 150 % par rapport à 2018, à la même période. La tendance 2019/20 suit celle des importations puisqu'en décembre 2019, elles montrent une croissance globale de 48 % (avec 540 000 t) dont 85 % à destinations de l'UE. En matière de prix, dès le début de la campagne, les cours du blé dur ont poursuivi une tendance haussière, l'éloignant peu à peu de ceux du blé tendre. Cette situation pourrait se poursuivre en raison du bilan tendu du marché : disponibilités

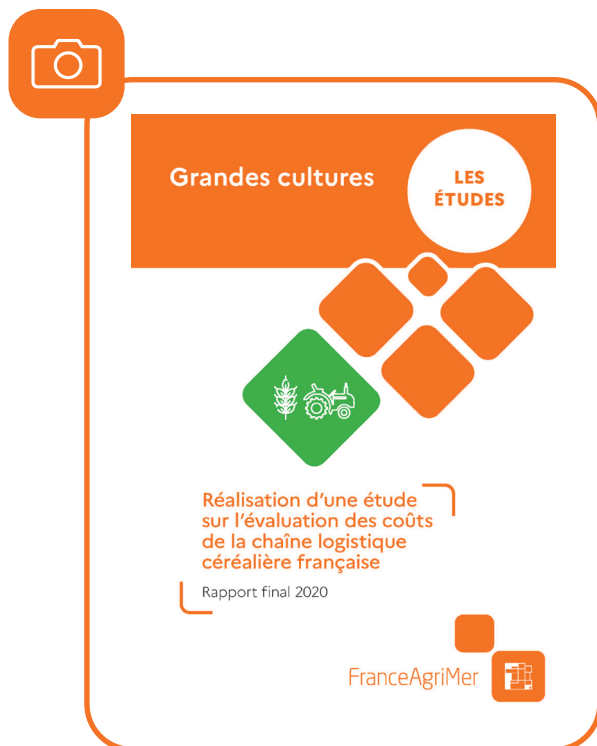
réduites en raison d'une production faible et de réserves de très bas niveau.

En ce qui concerne l'Union européenne, l'ensemble des surfaces de blé dur affiche une baisse globale de 10 % avec 2,22 M ha, d'ampleur différente selon les pays (Espagne : - 29 %, Italie et Grèce : - 2 %). En 2019, la production de l'UE accuse un recul de 10 % par rapport à 2018 avec moins de 8 Mt. L'Espagne a subi la plus forte baisse avec une production restée très en dessous de la barre du million de tonne (739 000 t). L'Italie a enregistré un repli de 4 % avec un peu plus de 4 Mt tandis que la Grèce a produit 768 000 t soit 6 % de moins qu'en 2018. Du fait d'une moindre disponibilité de blé dur européen et d'une baisse de la consommation animale, l'utilisation du blé dur en Europe devrait marquer un repli de 7 % par rapport à la campagne précédente. En raison de la baisse des disponibilités européennes en 2019/20, les prévisions d'importations font état de 2 Mt soit une hausse de plus de 50 % par rapport à la campagne précédente. Les principales origines des achats de l'UE sont le Canada et les USA qui représentent à eux seuls près de 90 % des importations. Du côté des exportations, les dernières données (fin décembre) de la campagne 2019/20, indiquent une progression de 48 % des ventes de blé dur de l'UE et les pays tiers notamment vers la Turquie, le Maroc, la Tunisie et la Mauritanie.

La récolte mondiale de blé dur 2019 de 35,6 Mt a été marquée par une forte baisse pour la plupart des pays producteurs et fournisseurs du marché mondial (excepté le Mexique) alors que la production des principaux pays consommateurs et acheteurs du marché a indiqué une hausse globale. La consommation humaine mondiale de la campagne 2019/20 atteindra 33,8 Mt (+ 0,5 Mt. Avec 8,7 Mt prévues, le commerce mondial du blé dur marquerait une croissance de 9 % par rapport à la dernière campagne. Malgré une qualité de blé dur fortement dégradée, le Canada et les USA envisagent d'exporter davantage que lors de la précédente campagne, soit respectivement 4,9 Mt et 0,6 Mt. Malgré une baisse de disponibilités, l'Union européenne est attendue à exporter davantage que lors de la campagne 2018/19. Une production mondiale en baisse conjuguée à un niveau d'utilisation identique aux dernières campagnes conduisent à une baisse conséquente des stocks mondiaux de fin de campagne prévus à 7,6 Mt (vs 10,4 Mt en 2018/19), leur plus bas niveau en cinq ans. Compte tenu de la diminution de l'offre de la part de l'ensemble des pays producteurs/fournisseurs du marché mondial, les prix du blé dur ont entamé une tendance haussière dès le début de la campagne 2019/20.

**FLASHEZ
MOI**





RÉALISATION D'UNE ÉTUDE SUR L'ÉVALUATION DES COÛTS DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE CÉRÉALIÈRE FRANÇAISE

90



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cette étude vise à décomposer et à estimer les coûts au niveau des différents maillons de la chaîne logistique de quatre espèces de céréales (blé dur, blé tendre, orge, maïs), depuis leur récolte jusqu'à leur destination commerciale, en vue d'identifier des leviers de compétitivité.

Méthodologie

L'essentiel de la méthodologie employée pour cette étude repose sur des entretiens conduits auprès des différents opérateurs intervenant sur la chaîne logistique de la commercialisation des céréales en France et l'analyse de ces entretiens.

Résultats

Cette étude vise à associer à la chaîne logistique française des coûts afin in fine d'identifier des facteurs d'optimisation de cette dernière. Ainsi, quatre postes de coûts unitaires de la chaîne logistique céréalière sont analysés : collecte, stockage et travail du grain, FOBing et transport (ferroviaire, fluvial et routier). À chaque fois les facteurs haus-

siers et baissiers de ces coûts sont analysés et des leviers internes (mobilisables par la filière céréalière) ou externes sont identifiés. Cette décomposition en coûts unitaires permet de reconstituer le coût logistique lié à des flux typiques pour un marché donné selon une modalité de transport définie (par exemple : transport de blé tendre originaire de la région Centre-Val de Loire et à destination de la Bretagne pour des fabricants d'aliments pour bétail - FAB - en train). Forte de ces reconstitutions de flux typiques et des coûts afférents, l'étude propose enfin de confronter certains de ces modèles de coûts mettant en concurrence différents modes de transport à trois scénarios à horizon 2030 : un scénario « au fil de l'eau », un scénario en défaveur du fret routier et un scénario en défaveur des modes alternatifs (et donc en faveur du fret routier). D'une manière générale, il est important de noter que l'évolution tendancielle des coûts d'exploitation joue plutôt en défaveur du mode routier sur le long terme, notamment du fait d'une augmentation importante à venir des coûts de l'énergie et de la main d'œuvre.

Conclusion

Force est de constater qu'une optimisation est de plus en plus nécessaire, dans un contexte de segmentation croissante et de durcissement des cahiers des charges. Ces évolutions doivent s'opérer alors que l'outil actuel, vieillissant et souvent amorti, sera sujet à des besoins de renouvellement, renchérissant ainsi les coûts de stockage à cause d'une hausse probable des amortissements. Les nouvelles demandes du marché peuvent être un facteur de hausse des coûts mais elles permettent souvent de meilleures diversification et valorisation et constituent une opportunité pour mieux planifier la chaîne logistique, par le développement de la contractualisation notamment.

Enfin, l'étude alerte sur une possible hausse des coûts de collecte, de stockage mais surtout d'expédition, avec un coût de transport qui sera significativement augmenté, peu importe le scénario choisi, notamment pour les modes de transport massifiés qui pourraient perdre un peu plus de compétitivité face au mode routier, alors que c'est justement vers eux que la nécessaire transition énergétique devrait pousser les opérateurs.

**FLASHEZ
MOI**





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



RÉSUMÉ

Objectifs

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

Méthodologie

Les sources employées pour la réalisation de cette étude sont :

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

CIC : Conseil International des Céréales

EUROSTAT : Office des statistiques de l'Union européenne

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

OSIRIZ : Observatoire de statistiques internationales sur le riz

SSP : Service de la statistique et de

la prospective du Ministère de l'Agriculture (France)

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

TDM : Trade Data Monitor

USDA : United States Department of Agriculture

Résultats

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

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

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

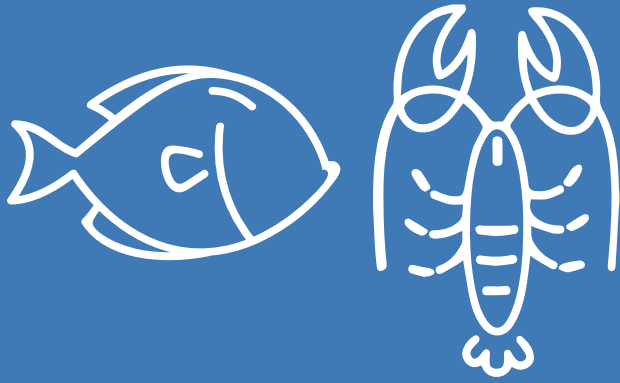
Sur le plan européen, les superficies rizicoles ont atteint 423 200 ha en 2021, une augmentation de 1,6 % par rapport à 2018. L'Italie représente 52 % des surfaces semées avec 221 000 ha. La production de riz paddy de l'Union européenne a atteint 2,84 Mt. L'utilisation de riz dans l'UE durant la campagne 2019/20 serait en augmentation et atteindrait quasiment le niveau record de 2017/18 (2,9 Mt). Les importations de riz de l'UE indiquent une hausse ralentie globalement (pour l'ensemble des types de riz). La plus grande part des riz importés par l'UE provient des pays d'Asie.

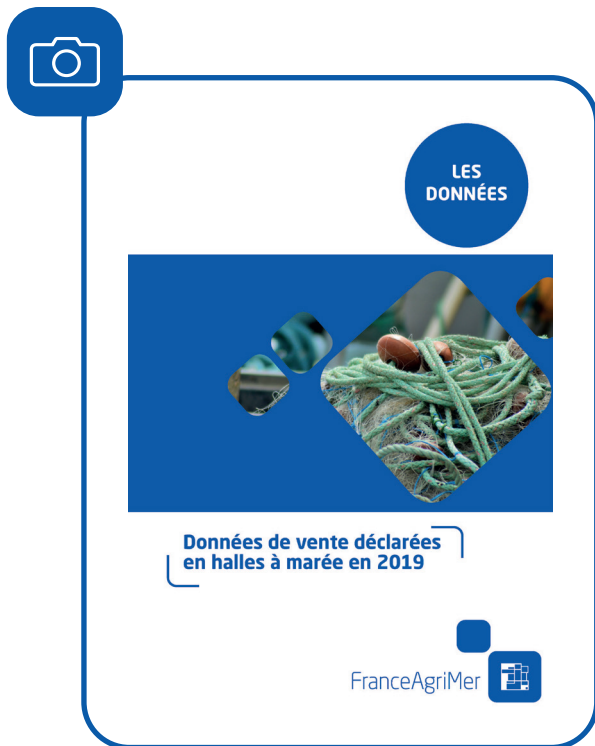
En France, les superficies sont en hausse de plus de 15 % par rapport à 2018 et s'établissent à 14 770 ha pour la métropole et 760 ha pour la Guyane. Les surfaces sous culture bio représentent, comme en 2018, 17 % de l'ensemble des superficies rizicoles (métropole), et celle sous IGP 84 % environ. Grâce à l'extension des surfaces, la production de la récolte 2019 a marqué une progression de 16 % avec près de 84 000 t de paddy. La collecte de riz pour la campagne 2019/20 est ainsi estimée à 76 500 tonnes dont 73 800 t de variétés Japonica. Les importations de la France restent stables, autour de 480 000 t (équivalent blanchi). Comme depuis plusieurs années, les achats de riz de la France ont été majoritairement d'origine pays tiers en 2019 (52 %), dont 28 % viennent du Cambodge. Liées à une production supérieure en 2019, les ventes ont marqué une progression de 4 % par rapport à l'année précédente, avec 47 500 t.

**FLASHEZ
MOI**



PÊCHE ET AQUACULTURE





DONNÉES DE VENTE DÉCLARÉES EN HALLES À MARÉE EN 2019

96



RÉSUMÉ

Objectifs

Chaque début d'année, l'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer analyse les chiffres clés des halles à marée françaises. Cette analyse porte non seulement sur les différentes façades que les différentes halles à marée ainsi que les multiples espèces mises en ventes.

Méthodologie

Les données utilisées sont de sources internes à FranceAgriMer pour les ventes par le biais du système de déclaration électronique et quotidien qu'est VISIOMer.

Résultats

173 812 tonnes ont été vendues dans les halles à marée françaises en 2019, soit une baisse de 6 % par rapport à 2018. Cela a généré un chiffre d'affaires de 599 millions d'€, en repli également de 4 %. Le prix moyen est en hausse (+ 2 %), passant de 3,39 €/kg à 3,45 €/kg, et retrouvant son niveau de 2017. La criée de Lorient a produit le plus gros chiffre d'affaires en 2019 avec

59 millions d'€, même s'il est en diminution de 1 % par rapport à 2018. Concernant les volumes, Boulogne-sur-Mer affiche les plus grosses ventes avec 19 052 tonnes, en baisse de 4 % par rapport à 2018 ; ensuite il s'agit de Lorient avec 15 713 tonnes vendues, en régression de 16 % par rapport à 2018 ; enfin il y a la criée du Guilvinec avec 13 786 tonnes, en baisse de 11 %. Les quantités débarquées invendues ont augmenté de 6 %, notamment sur la coquille Saint-Jacques en progression d'un tiers par rapport à l'année précédente, même si les volumes invendus ont moins grossi qu'en 2018.

Les 10 espèces qui représentent les plus gros volumes vendus en criée sont

- la coquille Saint-Jacques (19 307 tonnes),
- la sardine (16 736 tonnes),
- le merlu (13 559 tonnes),
- la baudroie (10 526 tonnes),
- la seiche (6 492 tonnes),
- le merlan (6 224 tonnes),
- le maquereau (5 790 tonnes),
- le lieu noir (5 573 tonnes),
- le bulot (5 498 tonnes) et
- le germon (4 735 tonnes).

Parmi les espèces en baisse de volumes par

rapport à 2018 figurent le lieu noir (- 26 %), le merlu (- 15 %), la baudroie (- 14 %), le merlan (- 13 %), le bulot (- 10 %), le maquereau (- 5 %) et la sardine (- 3 %) tandis que les espèces en hausse sont le germon (+ 37 %), la seiche (+ 19 %) et la coquille Saint-Jacques (+ 12 %).

Parmi les différents métiers de pêche vendant en criée, les chalutiers exclusifs sont ceux qui forment les volumes les plus massifs avec 46 % des apports totaux en 2019, en baisse de 6 % par rapport à 2018, et contribuant dans les mêmes proportions aux recettes totales, soit un recul de 6 % par rapport à l'année précédente. Ensuite, viennent les chalutiers non exclusifs, notamment les chalutiers dragueurs, qui représentent 11 % de la production et du chiffre d'affaires total des navires. Enfin, les fileyeurs ferment ce podium avec près de 16 % des volumes vendus en criée et du chiffre d'affaires national.

Parmi les catégories de produits de la mer, les poissons suivent la tendance nationale (- 6 % en volume), tout comme les crustacés (- 6 %). Les coquillages sont plus sévèrement touchés (- 10 %) alors que les céphalopodes affichent un rebond en 2019 (+ 6 %).

Sur neuf ans, la baisse des volumes vendus s'élève à 8 %. Les poissons et les crustacés sont à des niveaux historiquement bas (respectivement 126 159 tonnes et 5 643 tonnes). Pour les céphalopodes, les niveaux de volumes vendus annuels sont de 21 % inférieurs à ce qu'ils étaient en 2010 tandis que les coquillages maintiennent des niveaux de ventes annuelles au-dessus de 40 % de ce qu'ils étaient en 2010. Sur les prix moyens, les coquillages se sont appréciés de près de 6 % en 2019 par rapport à 2010. Le prix moyen des poissons et des crustacés est en hausse respective de 5 % et 2,5 % en neuf ans. La hausse la plus spectaculaire se trouve chez les céphalopodes dont le prix moyen a grimpé de 37 % entre 2010 et 2019.

Si on regarde les différentes façades maritimes françaises, les volumes sont les plus importants en Manche (34 % du total national), puis en Bretagne Sud (29 %) et enfin en façade Atlantique (21 %). En matière de recettes, la Bretagne Sud est en tête des ventes en valeur (30 %), suivie de près par la façade Atlantique (29 %) puis la Manche (28 %). Sur les neuf dernières années, les volumes ont régressé de plus d'un tiers sur la façade Nord, de 31 % en Méditerranée, de 16 % en Bretagne Sud, mais se sont élevés de 10 % sur la façade Manche et de près de 9 % en façade Atlantique.

Les ventes réalisées par les bateaux étrangers dans les criées françaises sont stables entre 2018 et 2019 après avoir réduit de près d'un quart entre 2017 et 2018. Leur chiffre d'affaires se détériore néanmoins de 7 % en 2019.

**FLASHEZ
MOI**





LA RÉDUCTION DE L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT DES PLASTIQUES UTILISÉS DANS LA FILIÈRE PÊCHE & AQUACULTURE



RÉSUMÉ

Objectifs

A travers cette étude, l'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer répond à la demande de la DPMA d'établir des pistes d'actions finançables dans le cadre du prochain FEAMP (2021-2027) portant sur les moyens pour la filière pêche et aquaculture de réduire l'impact des déchets plastiques sur le milieu marin.

Méthodologie

L'étude s'est appuyée sur une revue de la bibliographie ainsi que sur la réalisation de 84 entretiens tant à l'échelon national que local pour effectuer une estimation territorialisée des gisements de déchets plastiques par métier de pêche. Les résultats obtenus lors des enquêtes ont permis d'identifier les besoins et les attentes des professionnels de la filière en matière de gestion de leurs déchets plastiques. Ces besoins ont ensuite été regroupés par thématiques logiques, afin d'élaborer un plan d'actions qui présente, pour chaque action, les parties prenantes, les sources potentielles de financement ainsi que les indicateurs FEAMP auxquels raccro-

cher chaque action.

Résultats

Le gisement global de déchets plastiques est estimé à 4 606 tonnes par an : 2 394 tonnes de casiers, 1 130 tonnes de filets, 525 tonnes de dispositifs de concentration de poissons (DCP), 160 tonnes de bidons, 120 tonnes de pots à poulpe et 43 tonnes de vêtements. 34 % de ces déchets se situent dans les Direction Régionales de l'Outre-Mer – DROM - (issus des caseyeurs et des senneurs de thon), 32 % en Nord Atlantique – Manche Ouest (déchets mytilicoles, filets, casiers), 15 % en Sud-Atlantique (filets, déchets ostréicoles et mytilicoles), 11 % en Manche Est – Mer du Nord (dont 44 % issus de caseyeurs) et 8 % en Méditerranée (mytiliculture, ostréiculture et pots à poulpe). Un recensement des initiatives locales et nationales, tant privées que publiques, a également été fait.

Les entretiens de cadrage auprès des acteurs institutionnels ont fait ressortir des besoins différents des acteurs locaux. En effet, les institutionnels ont l'accent sur les besoins de stockage à bord, d'écoconception et de valorisation des engins de pêche, tandis que les acteurs locaux ont, eux, plus évoqué des

besoins en matières de collecte et de gestion à terre des déchets, de soutien financier d'initiatives locales et de réglementation, mais également, comme pour les entretiens de cadrage, d'écoconception et de valorisation.

Un plan comprenant 20 actions a ainsi pu être défini selon cinq axes :

- l'état des connaissances des flux et le diagnostic, afin d'améliorer l'analyse quantitative et qualitative des gisements, les risques physico-chimiques et l'amélioration de la connaissance des pratiques ;
- la prévention et la réduction des matières plastiques, avec le développement de l'écoconception, l'amélioration des usages et la réutilisation des engins de pêche et aquacoles ;
- le développement de solutions de précollecte en mer, à terre et le renforcement des dispositifs de collecte ;
- le recyclage et la valorisation des déchets, incluant le soutien à la création d'une filière dédiée ;
- enfin, le développement d'initiatives locales d'économie circulaire et le développement des connaissances et des bonnes pratiques.





ÉTUDE SUR LES MARCHÉS MONDIAUX DES PRODUITS AQUATIQUES ET SUR LES OPPORTUNITÉS DE POSITIONNEMENT POUR LES OPÉRATEURS FRANÇAIS

100



RÉSUMÉ

Objectifs

A travers cette étude, l'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer cherche à analyser les opportunités d'amélioration du positionnement déficitaire de la France dans le domaine des produits aquatiques, à la fois en améliorant la stratégie à l'export qu'en adoptant une stratégie de sécurisation des risques d'approvisionnement à l'import.

Méthodologie

L'étude a été découpée en deux sections distinctes : le volet importation et le volet exportation, celui-ci devant occuper la part la plus approfondie.

Pour le volet export, après une analyse globale des exportations de produits aquatiques, une sélection a été faite sur 25 couples pays-produits qui ont donné lieu à des fiches synthétiques mobilisables pour les opérateurs français, sur la base d'une présélection, qui s'est basée sur un score basé sur 8 critères : importance du pays dans l'export français du produit, évolution des exportations françaises vers ce pays, évolution de l'exportation française du

produit vers ce pays, importance du produit dans l'export français, importance du pays dans les importations mondiales de ce produit, importance de l'origine européenne dans l'import du produit du pays, importance de l'origine française dans l'import, intensité des importations de produits aquatiques dans le pays, importance des produits agroalimentaires français dans le pays. Dans ces fiches, étaient compris des éléments sur les concurrents de ces opérateurs français ainsi que des éléments qualitatifs issus d'entretiens avec ces opérateurs et les importateurs des pays sélectionnés.

Pour le volet import, les flux d'importation de la France entre 2010 et 2018 ont été analysés, ce qui a permis d'identifier les douze espèces correspondant aux flux les plus sensibles pour les importateurs et industriels français. Les espèces sélectionnées ont fait l'objet d'une analyse bibliographique et d'entretiens auprès de professionnels spécialistes, regroupés dans des fiches synthétiques. Une matrice des risques à l'import a pu ainsi être réalisée afin d'avoir une évaluation des menaces pesant sur les approvisionnements des importations de produits aquatiques en France.

Résultats

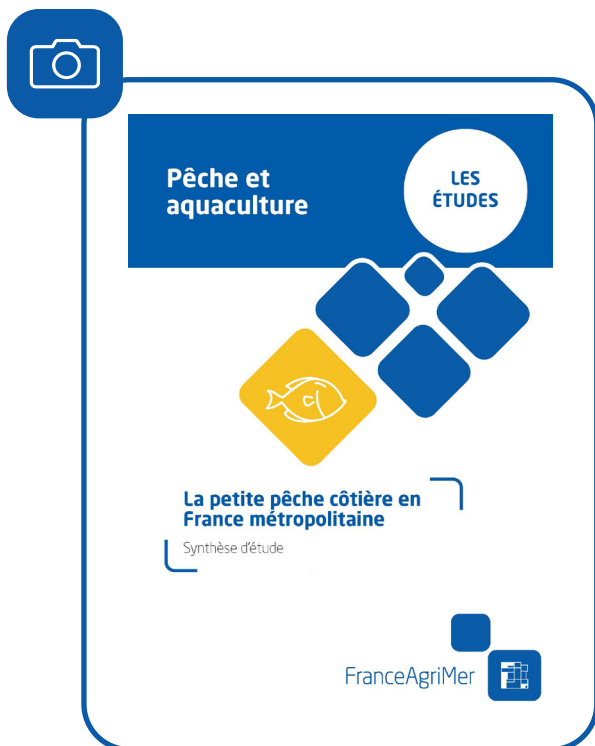
Au-delà des 25 fiches {pays ; produits}, quelques éléments généraux ont été apportés par l'étude, au travers d'une analyse AFOM (atouts – faiblesses – opportunités – menaces) ainsi que d'un tableau évoquant le potentiel export des produits aquatiques français par zone géographique.

Globalement, si la France a une renommée gastronomique mondiale, elle est peu connue pour ses produits aquatiques qui, malgré des forces certaines (logistique efficace vers les pays européens, force d'innovation), souffrent d'une offre peu visible dans un marché mondial de prix qui la dessert. Dans ce cadre, l'augmentation mondiale de la consommation de produits aquatiques peut soutenir les exportations françaises qui pourraient, pour certains produits, se positionner sur le haut de gamme dans le cadre de campagnes de communication groupées avec d'autres produits français, malgré les critiques récurrentes sur l'impact de la surpêche sur la biodiversité aquatique. Au niveau mondial, l'Europe de l'Ouest et du Sud restent les zones principales d'exportations de la France. Néanmoins, les perspectives semblent limitées en Europe de l'Est. L'Amérique du Nord et l'Asie de l'Est offrent des conditions de concurrence très peu favorables mais un marché gigantesque.

Sur le volet des importations, après une analyse portant sur 12 espèces principales, il a été relevé que les parades possibles aux points de vulnérabilité sont du ressort des entreprises dans le cadre d'une stratégie de gestion des risques. Le recours à l'import est globalement stable en volume, mais augmente en valeur. Près de la moitié des importations est utilisée en tant que matière première pour la transformation française. L'import français montre des points de vulnérabilité au niveau de la production, des aspects politiques et réglementaires, des relations commerciales, de la logistique et de l'image. Des stratégies de sécurisation des approvisionnements peuvent être mises en place pour lutter contre ces vulnérabilités. Ce sujet réclame peu d'intervention de l'État (sauf à développer l'aquaculture nationale), si ce n'est pour aider ces actions individuelles ou collectives et être à l'écoute des demandes des entreprises sur les aspects géopolitiques (autorisation d'importation de nouveaux pays/espèces).

FLASHEZ
MOI





LA PETITE PÊCHE CÔTIÈRE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

102



RÉSUMÉ

Objectifs

À travers cette étude, l'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer répond à la demande de la DPMA d'établir des pistes d'actions finançables dans le cadre du prochain Fond Européen pour les Affaires Maritimes et la Pêche (FEAMP 2021-2027) portant sur les petites pêches côtières (PPC) en France.

Méthodologie

L'étude s'est appuyée tout d'abord sur une analyse distincte des deux populations correspondant au segment de flotte de la petite pêche côtière, celle qui répond aux critères du FEAMP, et la population « proche » (navires de moins de 12 mètres ayant un art traînant comme engin principal, effectuant des marées de moins de 96 heures dans la bande des 12 milles, pêche à pied professionnelle et navires en conchyliculture-petite pêche). Après un état des lieux régionalisé, les enjeux spécifiques à ce segment ont été identifiés, une analyse avantages – faiblesses – opportunités – menaces a été produite pour déboucher sur des propositions d'actions. Ce

travail s'est basé sur des sources bibliographiques et surtout sur des consultations d'acteurs dans chaque région littorale française menées soit en atelier soit en entretien individuel.

Résultats

Les flottes des deux populations sont vieillissantes, avec un âge moyen des navires de plus de 30 ans. Ce constat est particulièrement marqué sur la façade méditerranéenne qui concentre la majorité des unités présentant un âge supérieur à 40 ans. La PPC constitue près de 60 % des navires dont l'âge est compris entre 0 et 10 ans. En 2018, 44 377 tonnes (6 % de la flotte française) ont été débarquées par la PPC selon les critères du FEAMP pour 199 millions d'€ (13 % de la flotte française).

Reconnue en 2001, la profession de pêcheur à pied s'est vue délivrer 1 283 permis par l'Etat en 2019. En France métropolitaine, 289 navires sont inscrits au genre de navigation « conchyliculture-petite pêche » (CPP) au titre de l'année 2019.

En France, la petite pêche côtière emploie 12 463 marins, dont 9 574 marins sur le territoire métropolitain.

Les navires de petite pêche côtière ont des productions à forte valeur commerciale, sont moins dépendants des prix du carburant, ont des pratiques (arts dormants) considérées comme ayant un faible impact sur l'environnement. Par ailleurs, leur contribution au tissu social du littoral complète la vision d'une activité qui répond aux attentes de la société. Toutefois, la très petite taille des entreprises limite leur capacité d'investissement (pécuniaire comme temporel) pour améliorer la valorisation des produits, et ces entreprises sont chacune très dépendantes de quelques espèces et de l'état écologique du milieu côtier en général. Les navires « proches de la petite pêche côtière » peuvent également subir la médiatisation des captures accidentelles de mammifères marins. Enfin, la pêche à pied souffre de sa faible visibilité auprès du grand public, et est vulnérable par sa concentration sur un très faible nombre d'espèces et de gisements.

Les entretiens auprès des acteurs ont fait ressortir des enjeux différents sur le plan économique, environnemental ou encore sur le plan de gouvernance, enjeux jugés majeurs ou secondaires selon les régions, ainsi que des problématiques communes comme la sécurité et l'ergonomie à bord.

Un plan d'actions a ainsi pu être défini selon six axes :

- la qualité des produits de la PPC, de leur mise en vente et de leur valorisation ;
- la gestion et assistance des entreprises de pêche ;
- les dynamiques collectives la cohésion de la filière et la représentativité ;
- l'amélioration des connaissances, la gestion de la pêche et des écosystèmes côtiers ;
- les conditions de pêche, la qualité des engins vis-à-vis de leur impact sur l'environnement, la santé et la sécurité des pêcheurs ;
- la diversité des activités de la PPC et économie de la mer, dite économie bleue.

**FLASHEZ
MOI**





CONSOMMATION DES PRODUITS DE LA PÊCHE ET DE L'AQUACULTURE EN 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

L'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer analyse les chiffres de la consommation de produits aquatiques en France en 2019. Cette analyse porte à la fois sur les produits frais, les produits traiteurs, les produits surgelés et les produits en conserves. En fin de publication, sont rappelés les derniers chiffres disponibles sur la restauration commerciale et collective.

Méthodologie

Les données utilisées sont issues du panel consommateur de Kantar Worldpanel pour la consommation des ménages et de Gira-Food Service pour la consommation en restauration hors domicile.

Le panel consommateur est caractérisé par :

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

clarent chaque semaine leurs achats pour leur consommation ordinaire à domicile, notamment des informations sur les lieux d'achat et le circuit de distribution choisi.

Résultats

En 2019, les ménages français ont, une fois encore, moins consommé de produits aquatiques. En effet, les volumes de produits aquatiques achetés par les ménages français pour leur consommation à domicile ont atteint 628 milliers de tonnes en 2019, en repli de 2,2 % par rapport à 2018. La valeur des achats marque le pas en 2019 avec une baisse de 0,3 %, à 7 442 millions d'euros.

Depuis 2015, les volumes achetés de produits aquatiques ont régressé de près de 5 %, tandis que leur valeur s'est accrue de plus de 4 %. Les catégories de produits n'évoluent pas de la même façon : les produits traiteur sont les seuls qui augmentent tant en volume (+ 0,2 %) qu'en valeur (+ 1,3 %). Les produits frais régressent de 2,2 % en volume par rapport à 2018, même si le chiffre d'affaires dégagé dans ce secteur reste en hausse de 1,6 %. Les conserves suivent la même tendance que les produits frais avec des volumes en baisse (- 3 %), et

des dépenses en hausse (+ 0,4 %) par rapport à 2018. Enfin, les produits surgelés ont régressé de 6,4 % en volume et de 5,5 % en valeur.

En 2019, les achats de produits aquatiques frais par les ménages se sont élevés à 204 milliers de tonnes. Pour les poissons frais, la catégorie principale, les quantités achetées sont en baisse de 0,8 %. Comme en 2018, le saumon, le poisson frais le plus consommé, progresse tant en volume (+ 8 %) qu'en valeur (+ 11 %). Le cabillaud poursuit le recul de 2018 (- 11 % en volume et - 6 % en valeur). Après 2 années dynamiques, le lieu noir, 3^e espèce consommée, marque le pas (- 2 % en volume et - 4 % en valeur). La dégradation observée en 2017 et 2018 sur les crustacés frais a été enrayée en 2019 avec une augmentation de 4 % en volume et de 10 % en valeur. Les achats de coquillages frais poursuivent, en revanche, leur recul en 2019 : (- 6 % en volume et - 5 % en valeur).

Les produits aquatiques traiteurs s'affichent de nouveau comme le seul secteur en croissance globale. Parmi les produits traiteurs emblématiques, les crevettes et gambas cuites sont en hausse de 11 % en volume et de 10 % en valeur, tout comme la truite fumée (+ 14 % en volume, + 16 % en valeur). A contrario, le saumon fumé est en décroissance (- 7 % en volume et - 10 % en valeur), tout comme le surimi (- 1 % en volume, - 2 % en valeur). La tendance baissière sur le rayon surgelé observée depuis plusieurs années s'amplifie en 2019, tant en volume (- 6 %) qu'en valeur (- 6 %). En 2019, les ménages acheteurs de conserves en ont acheté moins en volume (- 3 %) mais sous l'effet d'une hausse du prix moyen de 3 %, les dépenses des ménages ont été positives (+ 0,4 %).

Depuis 2010, le marché des produits aquatiques s'apprécie de manière continue avec un prix moyen en hausse constante, les quatre technologies de produits (produits frais, surgelés, conserves et traiteurs) étant unanimement concernées. Ainsi, entre 2018 et 2019, le prix moyen tous produits aquatiques confondus a encore augmenté de 1,7 %.

En ce qui concerne les différents circuits de distribution empruntés par les ménages, la consommation de produits frais a baissé plus fortement sur les marchés (- 4 % en volume) qu'en grande et moyenne surfaces (- 3 %) ou encore en poissonnerie (- 2 %). Sur les produits traiteurs, la hausse des volumes achetés s'est surtout produite dans les commerces traditionnels, dont les poissonneries (+ 7 %), suivies par le hard-discount (+ 2 %) et beaucoup plus légèrement dans les grandes et moyennes surfaces (+ 1 %). Pour les produits surgelés, la baisse des achats s'exprime surtout dans le hard-discount (- 17 %) et beaucoup moins dans les freezer-centers (- 1 %). Enfin, la baisse de consommation en volume pour les conserves s'exprime tant au niveau des grandes et moyennes surfaces (- 2 %) que du hard-discount (- 7 %).

**FLASHEZ
MOI**





>>> Pêche et aquaculture

Chiffres-clés de FranceAgriMer

> avril 2019

Les filières pêche et aquaculture en France



Production
Entreprises
Échanges
Consommation

LES FILIÈRES PÊCHE ET AQUACULTURE EN FRANCE

106



RÉSUMÉ

Objectifs

Chaque début d'année, l'Unité Pêche et aquaculture de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer analyse les chiffres clés de la filière pêche et aquaculture. Cette analyse porte non seulement sur le marché français, mais également sur le marché européen, voire sur le marché mondial pour ce qui est des données de production. Elle s'intéresse principalement au marché français pour ce qui est des ventes, des données clés d'entreprises de la filière ainsi que des échanges extérieurs et de la consommation de produits aquatiques.

Méthodologie

Les données utilisées sont de sources diverses : FranceAgriMer pour les ventes de produits de la pêche, les données d'entreprises, Kantar Worldpanel pour les données de consommation, la Direction des Pêches Maritimes et de l'Aquaculture (DPMA), l'European Market Observatory for Fisheries and Aquaculture products (Eumofa) et la FAO pour les données de captures, l'Institut français de recherche pour l'exploitation de la mer (Ifremer) pour les données liées aux

navires et la Douane française pour les données de commerce extérieur.

Résultats

En 2019, la France était le 4^e plus gros producteur de l'Union européenne avec 712 000 tonnes, soit 2,1 milliards d'€. Le thon, l'huître et la moule constituent les 3 premières espèces produites par les producteurs français. La pêche fraîche et congelée contribue en premier aux volumes produits en France, suivi de la conchyliculture puis de la pisciculture. Dans la part de la pêche fraîche et congelée, la Bretagne est la 1^{ère} région de production, tant en volume qu'en valeur, avec 127 700 tonnes (suivie de la Normandie avec 36 600 tonnes) pour une valeur de 375 millions d'€ (suivie des Pays de la Loire, avec 100 millions d'€).

En matière de pêche maritime, 178 900 tonnes de produits de la mer ont été vendues dans les 37 halles à marée françaises pour un total de 615 millions d'€. Les 4 criées qui se détachent en valeur de vente sont Lorient, Le Guilvinec, Les Sables d'Olonne et Boulogne-sur-Mer. Les 3 premières espèces en volumes passées en criée sont la coquille Saint-Jacques, la sardine et le merlu alors que les 3 premières espèces en valeur sont la baudroie, la sole

et la coquille Saint-Jacques. Parmi les 3 métiers de pêche dans les flottilles françaises, les 3 premiers sont dans l'ordre du chiffre d'affaires dégagé les chalutiers exclusifs, suivis des fileyeurs exclusifs et des chalutiers polyvalents. 4 400 navires de pêche sont répertoriés en métropole et environ 3 400 dans les DOM, pour un total de 13 500 emplois de marins. 75 % de la flotte en métropole est considérée comme de la petite pêche, c'est-à-dire des navires qui pêchent à la journée. Dans la conchyliculture, l'huître et la moule font 97 % des volumes produits et près de 97 % des recettes générées. Ce secteur regroupe plus de 2 600 entreprises. Enfin, dans la pisciculture, la truite et le saumon représentent 75 % des volumes et des valeurs. Ce secteur compte plus de 360 entreprises.

La poissonnerie représente en France 4 400 établissements, employant 9 700 personnes, pour un chiffre d'affaires de 1 milliard d'€. L'Île-de-France et la Nouvelle-Aquitaine sont les 2 premières régions concernant le nombre de poissonneries. Le mareyage compte 278 entreprises, générant un chiffre d'affaires de 2,3 milliards d'€ pour un effectif de 5 900 personnes. Les industries de transformation, enfin, cumulent plus de 200 entreprises pour une valeur d'activité de 4,4 milliards d'€, avec un effectif de plus de 14 700 employés.

Pour ce qui est des échanges extérieurs, la France exporte pour une valeur de 1,7 milliard d'€, importe près de 6 milliards d'€ et présente donc un déficit de 4,3 milliards d'€ dans les produits aquatiques. Tant sur le plan des importations que des exportations, les 3 premières espèces en valeur sont le saumon, la crevette et le thon, mais dont la forme au stade de production varie. Les 3 premiers fournisseurs de la France en valeur sont la Norvège, le Royaume-Uni et l'Espagne alors que les 3 premiers clients sont l'Italie, l'Espagne et la Belgique.

La France présente une consommation des ménages de 7,4 milliards d'€ avec une consommation moyenne annuelle par habitant de 34 kg. 32 % des dépenses des ménages se portent sur le frais, 36 % sur les produits traiteurs, 16 % sur le surgelé et 15 % sur les conserves.



**PLANTES À
PARFUMS,
AROMATIQUES ET
MÉDICINALES**





L'ESTIMATION DES EXTERNALITÉS PRODUITES PAR LA FILIÈRE DES PPAM SUR DES TERRITOIRES DONNÉS



RÉSUMÉ

Objectifs

L'objectif de cette étude est d'estimer le poids économique de la filière PPAM (Plantes à parfum, aromatiques et médicinales) dans les différentes régions à travers la production primaire mais également l'ensemble des externalités positives. Cette étude quantifie cet impact économique régional auprès des différents acteurs concernés en mesurant le nombre d'emplois associés à cette filière.

Méthodologie

La diversité de la filière PPAM a été couverte par un échantillonnage par strate selon 3 axes :

- les catégories des plantes (à parfum, médicinales, aromatiques) ;
- les statuts économiques des plantes (à volume, à valeur, en difficulté) ;
- les régions (PACA, AURA, Bretagne, Pays de la Loire – Centre, cueillette/montagne)

Les plantes issues de la cueillette n'ont pas été reliées à une région.

Le poids économique de la filière PPAM a été quantifié à travers l'emploi (en équivalent temps plein ETP), préféré à une estimation en euros (chiffres d'affaires ou valeurs ajou-

tées) afin d'éviter les doubles comptes. Trois types d'emploi ont été comptabilisés :

- emplois directs directement liés à la production de produits et services de la filière ;
- emplois indirects créés par les emplois directs des PPAM, dans les entreprises qui fournissent des biens et services à la filière PPAM ;
- emplois induits créés par la dépense des revenus des emplois directs et indirects dans l'économie en général pour acheter une variété de biens et services.

Pour chaque PPAM, les trois types d'emplois ont été estimés.

- Emploi direct :

Le nombre d'ETP sur une exploitation issu du recensement agricole (RA 2010) pondéré par les ratios PBS a permis d'estimer les ETP directs de la plante, régionalement, en 2010. L'extrapolation à l'année 2017 a été faite par l'évolution des surfaces (PAC 2010 et 2017). Pour les cueilleurs, une estimation à partir du recensement agricole et des données PAC n'a pas été possible, l'estimation a été réalisée à dire d'experts et d'enquêtes.

- Emploi indirect hors tourisme :

Parmi les acteurs économiques dépendants des PPAM, le nombre d'ETP a été estimé à

l'aide du nombre d'ETP dans les structures, de la part des ETP dans l'activité, de la part des PPAM origines France dans le total des PPAM et de la part de la plante étudiée dans le total des PPAM.

- Emploi indirect issu du tourisme :

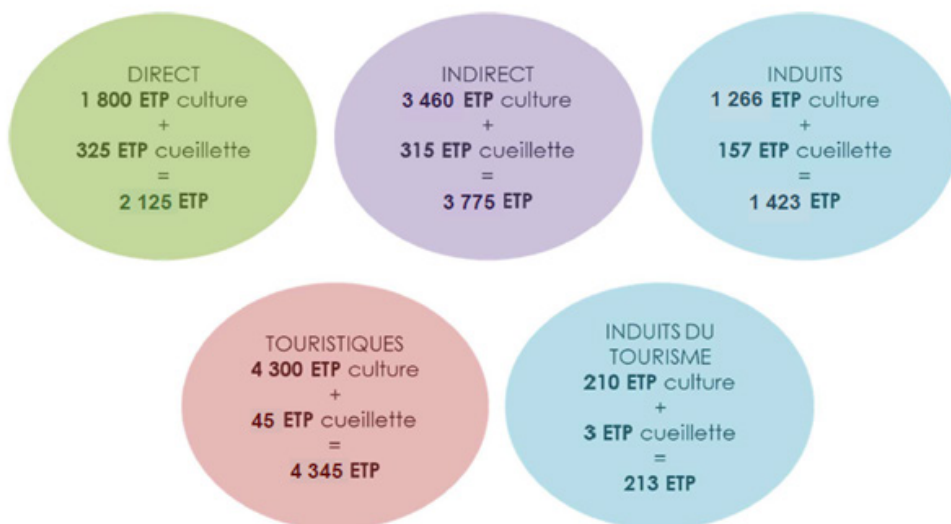
La méthodologie, dans le cadre de l'activité touristique, est celle des différences différenciantes : pour chaque région étudiée, deux bassins se distinguant par la présence ou l'absence de PPAM sont comparés pour estimer la part des emplois touristiques liés aux PPAM.

- Emploi induit :

À partir des dépenses liées aux ETP directs ou indirects de la plante (dépenses déduites du nombre de foyers), les données régionales des Chambres de commerce et d'industrie permettent d'estimer le nombre d'emplois induits.

Résultats

Emplois pour l'ensemble des filières PPAM



FLASHEZ
MOI



**VIN
ET CIDRE**





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



RÉSUMÉ

Objectifs

L'Observatoire mondial des vins rosés vise à suivre la production, la consommation et les flux de vins rosés dans le monde avec un historique depuis 2002, permettant de dégager des tendances sur le long terme. Des focus sont également réalisés chaque année, afin d'approfondir les connaissances sur certains marchés stratégiques ou porteurs. En 2018, ces focus ont porté sur l'ASEAN et sur l'équilibre des flux internationaux de vin rosé dans le monde.

Méthodologie

En 2018, ce sont 45 pays producteurs et consommateurs de vin rosé qui sont suivis. Leur consommation, en volume et valeur, est évaluée via des panels (distributeur et consommateur), des données des monopoles de distribution et des enquêtes auprès des consommateurs. La production est approchée par le biais de sources officielles, de données commerciales ou encore reconstituée à partir du niveau de la consommation intérieure. Enfin, les échanges sont déterminés à partir des statistiques douanières, reconstitués par matrices de croisement

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

Résultats

Le marché du vin rosé est historiquement tendu mais le solde offre/demande redevient positif en 2018, sous l'effet de la forte progression de la production de vin rosé en France et en Espagne. La production mondiale de vin rosé atteint 26,4 Mhl, soit 10 % de la production totale de vin tranquille, un record. La France affirme son statut de premier producteur de vin rosé (28 % de la production mondiale). Bien que le marché reste concentré, de nouveaux pays producteurs émergent (pays de l'hémisphère sud, du centre et de l'est de l'Europe). De plus, 15 % de la production mondiale de rosé est portée par des pays pesant moins de 1 % de la production mondiale, exportant vers les principaux marchés de consommation et d'importation de vin rosé : la France, l'Allemagne, les États-Unis et le Japon. En forte croissance depuis 15 ans, la consommation mondiale de rosé atteint 25,6 Mhl en 2018.

Les États-Unis et la France, très dynamiques ces dernières années, couvrent plus de la moitié de cette consommation. Au-delà du boom aux États-Unis (+ 93 % vs 2017), de nouvelles zones consommatrices, comme le marché asiatique, portent également la croissance de la consommation mondiale en 2018.

En 2018, 43 % des vins rosés consommés dans le monde sont importés, avec des volumes qui atteignent 10,9 Mhl. La France, qui souffre d'un déficit d'offre notamment en entrée de gamme, est le premier pays importateur de vin rosé en volume. L'Espagne, principal fournisseur de la France suite à une baisse de sa consommation intérieure de rosé, a réorienté sa production vers l'export. Elle occupe désormais une place forte sur l'entrée de gamme, faisant d'elle le 1^{er} pays exportateur en volume ; la France est son principal débouché. Les exportations mondiales de rosé représentent 10,6 Mhl et 2,2 Mds € en 2018, en forte progression. L'Espagne, l'Italie et la France représentent les 2/3 de ces exportations. Les vins français maintiennent un très haut niveau de valorisation ce qui place la France en leader des exportations de vin rosé en valeur, concurrencée par les États-Unis et l'Italie. Cette dernière a d'ailleurs une stratégie de repositionnement sur des vins de plus haute qualité, notamment au Royaume-Uni.

Conclusion

Les évolutions dans les échanges font apparaître des points de vigilance pour la France. Leader historique de la production de rosé, elle est de plus en plus concurrencée à l'export comme sur son propre marché. Désormais, ses exportations sont concurrencées sur tous les segments, y compris le haut de gamme sur lequel elle est historiquement positionnée. Par ailleurs, sur les marchés en devenir, la France prend difficilement des parts de marchés : le marché asiatique semble se tourner vers une offre australienne, voire sud-américaine, avec le Chili, alors que la Russie développe ses importations en provenance des pays d'Europe de l'Est. En parallèle sur son marché intérieur en forte hausse, la France garde également un positionnement haut de gamme et voit son entrée de gamme, voire son milieu de gamme, occupés par des rosés espagnols. L'enjeu pour la France est donc de reconquérir une part de son marché intérieur, de maintenir sa place sur ses marchés historiques et de renforcer sa présence sur les marchés d'avenir.

FLASHEZ
MOI





ÉTUDES Vin et Cidre

• Mai 2020

Connaissance statistique de la production de fruits à cidre

La filière cidricole française fait aujourd'hui face à plusieurs défis de taille qui concernent principalement le vieillissement de sa profession et les difficultés de la transmission de l'activité cidricole. En conséquence, les questions liées au vieillissement des vergers et à leur renouvellement sur le long terme, sont centrales. Ces questions sont à mettre en perspective avec le contexte de faible consommation de ces produits, qui sont également difficiles à valoriser. Face à ces constats, il paraît essentiel de pouvoir établir un état des lieux de la production cidricole en France. Cette synthèse présente les principales analyses issues d'une enquête réalisée en 2018 par le cabinet Agrex Consulting, auprès de 2 500 producteurs français de fruits à cidre.

Structure des exploitations en 2018

Parmi les 2 500 producteurs interrogés en 2018, 60 % étaient des agriculteurs actifs (spécialisés ou non), 33 % des retraités et 7 % des pluriactifs. Par ailleurs, près de la moitié des producteurs (interacts, actifs ou retraités) ont au moins 60 ans et l'âge moyen est de 57 ans au niveau national.

Répartition de l'âge des producteurs interrogés



Source: Agrex Consulting pour BionisAgriMétier

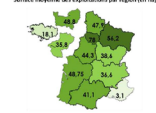
Dans le détail, l'âge moyen des actifs est compris entre 50 et 52 ans sur l'ensemble de la France. Par ailleurs, les trois quarts des surfaces sont exploitées par des producteurs dont l'âge est compris entre 40 et 70 ans. Le taux de retraite reste plus élevé dans les basses du Nord-Ouest français que dans les autres régions.

En 2018, 15 % des agriculteurs à temps complet (spécialisés ou non) étaient des femmes et 22 % des retraités. La part des productions est plus importante dans les bassins de production du Nord-Ouest français (Normandie, Bretagne, Pays de

la Loire), qu'ailleurs en France. Cependant, la profession demeure très masculine : les femmes représentent 19 % de la population des cidriculteurs, contre 34 % dans l'agriculture en général. Ce chiffre tombe à 15 % chez les jeunes agriculteurs de moins de 40 ans.

En 2018, 37 % des exploitations produisant des fruits à cidre sont des exploitations individuelles. Par conséquent, les exploitations sont de taille plutôt réduite en termes de surfaces et de capitaux, et l'âge des producteurs y est plus élevé. Après une forte progression dans les années 2000-09, les G&C ne représentent plus que 17 % des exploitations en 2018. Les E&C désignent 25 % des exploitations et les SCEA 8 %.

Surface moyenne des exploitations par régions (en ha)



Source: Agrex Consulting pour BionisAgriMétier

L'activité cidricole s'exerce le plus souvent au sein d'exploitations de taille réduite : 70 % des producteurs ayant un atelier pomme à cidre ont une exploitation de moins de 50 ha (surface totale de l'exploitation). La surface totale moyenne des exploitations enquêtées comprenant un atelier cidricole est estimée à 41,6 hectares en 2018. Elle

CONNAISSANCE STATISTIQUE DE LA PRODUCTION DE FRUITS À CIDRE



RÉSUMÉ

116

Objectifs

Cette étude a pour objectif de faire un état des lieux de la filière cidricole française. Elle permet de mieux appréhender les enjeux que connaît actuellement la filière notamment en lien avec le vieillissement de sa profession, les difficultés de transmission de l'activité cidricole et la baisse de la consommation de cidre.

Méthodologie

Dans cette étude réalisée par le cabinet Agrex Consulting, un échantillon représentatif de 2 500 producteurs a été interrogé en 2018 par le biais d'un questionnaire envoyé par mail puis par le biais d'entretiens téléphoniques. 20 entretiens en face à face ont également été réalisés avec des producteurs « référents » proposés par l'Unidic.

Résultats

- 60 % des 2 500 producteurs sont des agriculteurs actifs (spécialisés ou non), 33 % sont retraités et 7 % sont pluriactifs.
- Les agriculteurs actifs à temps complet assurent près de 93 % de la production nationale en 2018.

nationale en 2018.

- L'âge moyen est compris entre 50 et 52 ans et la profession demeure très masculine : les femmes ne représentent que 19 %.
- 37 % des exploitations produisant des fruits à cidre sont des exploitations individuelles.
- L'activité cidricole s'insère au sein d'exploitations de taille réduite : 70 % des producteurs ayant un atelier pomme à cidre ont une exploitation de moins de 50 ha.
- Seulement 11 % des agriculteurs actifs interrogés sont spécialisés en cidriculture. Dans la plupart des cas, cette dernière demeure une activité de complément aux autres ateliers, notamment aux grandes cultures et au maraîchage.
- La cidriculture emploie en moyenne 2,3 ETP pour 100 ha.
- En 2018, la tendance demeure aux petits vergers. La densité moyenne nationale est estimée à 285 arbres/hectare et le rendement moyen national est de 11,8 tonnes/ha.
- L'âge moyen des vergers français est estimé à 29 ans avec un écart de près de 10 ans entre vergers basses-tiges et hautes-tiges.
- Les vergers certifiés agriculture biologique sont en moyenne plus étendus (8,9 ha) qu'en conventionnel (4,3 ha) car plus souvent cultivés en exploitations spécialisées.

- La production en conventionnel assure malgré tout 71 % des volumes produits (contre 64 % des surfaces).
- La production sous label géographique (AOP, IGP...) représente 25 % des volumes, 30 % des surfaces et 19 % des exploitations.
- En 2018, 72 % des producteurs ne transforment pas leur production.
- Le cidre représente la moitié des produits transformés par les exploitations, suivi du jus de pomme (42 %), du poiré (15 %), du vinaigre (6 %) et des eaux de vie (8 %).
- Le chiffre d'affaires moyen de l'atelier cidricole déclaré par les producteurs-transformateurs est de 9 500 € en 2018. Un tiers des exploitations sont contractualisées.
- Les producteurs-transformateurs commercialisent leur production via la vente à la ferme (44 % des volumes), en GMS (13 %) et en magasins spécialisés (13 %).

Conclusion

La profession est vieillissante avec un âge moyen de 57 ans (tous producteurs confondus). Il en est de même pour les vergers dont l'âge moyen est de 29 ans. Cela traduit un manque de renouvellement à la fois de la population des producteurs, mais aussi des vergers.

FLASHEZ
MOI





VENTES ET ACHATS DE VINS EFFERVESCENTS BILAN 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan a pour objectif de présenter de manière détaillée les évolutions des ventes de vins effervescents en grande distribution et des achats de ces vins par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2019.

Méthodologie

Pour les ventes de vins effervescents, les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir des enregistrements des sorties de caisses en grande distribution (hypermarchés et supermarchés uniquement). Le parc total des magasins suivis comprend 2 279 hypermarchés et 5 637 supermarchés.

Pour les achats des ménages français, les données sont issues du panel CONSOSCAN de Kantar Worldpanel sur le marché des vins effervescents. Ce panel mesure les achats de 12 000 ménages, dits ordinaires, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (grandes surfaces alimentaires, hard discount, cavistes,

vente directe...). Ce panel ne prend pas en compte la consommation dans le circuit des CHR (cafés, hôtels, restaurants), ni celle réalisée par les ménages en vacances. Ce bilan permet d'appréhender les évolutions par différents indicateurs d'achat suivant les produits, les circuits de distribution (généralistes et spécialisés) et les catégories socio-démographiques.

Résultats

Pour les ventes de vins effervescents en grande distribution, les principaux résultats en 2019 à retenir sont :

- Un marché des vins effervescents qui s'effondre en 2019, après des années de stabilité, avec un repli de 5,9 % par rapport à 2018. Cette cassure est encore plus marquée en valeur, avec un recul de 13,5 % par rapport à 2018.
- Les pertes des ventes du marché des vins effervescents s'expliquent pour 60 % en volume et 95 % en valeur par les pertes sur le Champagne. En effet, le Champagne, vendu au prix moyen de 19,88 €/col (- 6,6 % vs 2018), enregistre un repli de 15,9 % en volume et de 21,4 % en valeur par rapport à 2018.
- Les vins effervescents AOP continuent à se

développer légèrement avec + 0,5 % en volume, + 0,7 % en valeur par rapport à 2018, et un prix moyen stable de 6,11 €/col.

- Seules les ventes de vins effervescents étrangers restent dynamiques. Elles progressent à la fois en volume (+ 4,6 % vs 2018) et en valeur (+ 6,9 %) avec un prix moyen de 5,42 €/col (+ 2,3 %).

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

- Les vins effervescents sont pénalisés par plusieurs facteurs. Avec une érosion constante de leur clientèle depuis 2015, le nombre de ménages acheteurs s'est nettement dégradé en 2019 avec 45,3 % de taux d'acheteurs, soit une baisse de - 6,2 % par rapport à 2018. Les vins effervescents sont aussi pénalisés par des acheteurs qui remplissent moins leurs paniers, avec des quantités achetées par acte en diminution de - 5,1 % pour 2,04 cols/acte/an achetés.

- La fuite d'acheteurs de Champagne s'accélère (21,7 % de pénétration, soit - 11,5 % vs 2018). De plus, les quantités de Champagne achetées par les foyers sont en diminution à cause d'une baisse des quantités achetées pour chaque acte d'achat.

- En revanche, les vins effervescents étrangers fidélisent leur clientèle qui en achète davantage et plus souvent.

Conclusion

On constate une baisse des ventes et des achats de vins effervescents, marché marqué par une perte de valorisation. En plus d'un fond de rayon déjà mal orienté, une importante partie des pertes des ventes de vins effervescents s'explique par des volumes vendus sous promotion en forte diminution cette année.

FLASHEZ
MOI





VENTES ET ACHATS DE VINS TRANQUILLES BILAN 2019



RÉSUMÉ

Objectifs

Ce bilan a pour objectif de présenter de manière détaillée les évolutions des ventes de vins tranquilles en grande distribution et des achats de ces vins par les ménages français pour leur consommation à domicile en 2019.

Méthodologie

Pour les ventes de vins tranquilles, les résultats sont issus du panel INFOSCAN réalisé par la société IRI, à partir des enregistrements des sorties de caisses en grande distribution (hypermarchés et supermarchés uniquement). Le parc total des magasins suivis comprend 2 279 hypermarchés et 5 637 supermarchés.

Pour les achats des ménages français, les données sont issues du panel CONSOSCAN de Kantar Worldpanel sur le marché des vins tranquilles. Ce panel mesure les achats de 12 000 ménages, dits ordinaires, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (grandes surfaces alimentaires, hard discount, cavistes, vente directe...). Ce panel ne prend pas en

compte la consommation dans le circuit des CHR (cafés, hôtels, restaurants), ni celle réalisée par les ménages en vacances. Ce bilan permet d'appréhender les évolutions par différents indicateurs d'achat suivant les produits, les circuits de distribution (généralistes et spécialisés) et les catégories socio-démographiques.

Résultats

Pour les ventes de vins tranquilles en grande distribution, les principaux résultats à retenir en 2019 sont :

- Un repli des ventes de vins tranquilles en grande distribution par rapport à 2018, de 5,2 % en volume et de 3,9 % en valeur. Ce recul en valeur, malgré des prix en hausse (+ 1,4 % vs 2018) est le signe d'une rupture historique dans l'évolution du marché des vins tranquilles. La chute des volumes a donc entraîné celle du chiffre d'affaires.
- Une baisse des ventes de vins rouges en volume (- 7,5 % vs 2018) mais aussi en valeur (- 6,2 %). Les ventes de vins rosés s'érodent également (- 4,5 % en volume et - 3,6 % en valeur) et ne compensent plus les pertes des vins rouges. Seuls les vins blancs se stabilisent en volume et progressent en valeur

(+ 1,1 % vs 2018).

- Les difficultés des AOP expliquent plus de 70 % des pertes du total vins tranquilles. En effet, les vins AOP enregistrent des pertes en volume (- 8 % vs 2018) et en valeur (- 5,4 %). On remarque, en revanche, que les IGP standard réussissent à se valoriser (+ 3,8 %) malgré les pertes en volume (- 1 %). Seuls les vins sans indication géographique des États membres de l'UE (VSIG EM) se stabilisent en volume mais sans se valoriser par rapport à 2018.

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

- Un pourcentage de foyers français acheteurs de vins tranquilles pour la consommation à domicile qui est au plus bas (82,9 %). De plus, les foyers continuent d'acheter moins de vins tranquilles (- 5,2 %, soit un niveau moyen d'achat de 42 cols/an), moins régulièrement (4,6 %, soit 13 actes d'achats annuels) et en moins grande quantité (- 0,6 %, soit 3,24 cols par acte d'achat).

- Sur 10 ans, la perte d'acheteurs concerne toutes les strates d'âge. Ainsi, au fil des ans, le marché des vins tranquilles se recentre sur les ménages de plus de 65 ans du fait du désengagement des 50-64 ans, qui ont diminué leurs achats (- 36 cols par acheteur en 12 ans).

Conclusion

On constate une baisse des ventes et des achats de vins tranquilles. Ce repli s'explique tant par des facteurs externes au marché (problèmes de disponibilités, contraintes promotionnelles) que par des facteurs intrinsèques au marché (problèmes de visibilité en rayon, hausses du prix de l'offre).

FLASHEZ
MOI





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE
Ministère
de l'Agriculture
et de la Pêche

FranceAgriMer
Établissement National
d'Administration
du Commerce et de la Mer

ÉTUDES Vin et Cidre



Octobre 2020

Synthèse des facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin – Veille concurrentielle vin 2019

En 2018, trois événements influencent de manière transversale les dynamiques comparatives des pays de la veille concurrentielle. Le premier d'entre eux est la récolte record dans l'hémisphère nord. Après une récolte 2017 très faible, en recul de près de 20 % par rapport à 2016, la France affiche une production de vin en hausse de 35,2 % en 2018, avec 46,2 millions d'hectolitres. Il faut remonter jusqu'en 2006 pour retrouver un tel niveau de production en France. Ce rebond de la production en 2018 est commun à l'ensemble des pays européens étudiés (excepté le Portugal) et tend à renforcer leur position. Le deuxième est la conséquence en matière commerciale de « la petite » récolte 2017, qui a limité les volumes disponibles à la commercialisation en 2018. Le troisième élément est le début de l'affaiblissement des échanges commerciaux par les tensions commerciales entre les États-Unis et la Chine. La Chine tend à augmenter les achats de vin auprès des producteurs de la zone Pacifique (Australie, Chili, Nouvelle-Zélande, tandis qu'en parallèle, le billet de dollar face à l'euro, au cours du 1^{er} trimestre 2018 a conduit à dévaluer le prix des vins en vente commerciale en dollars. Quelles sont les conséquences de ces évolutions dans le classement de la veille concurrentielle de taille à entraîner un bouleversement d'un classement, jusque-là plutôt stable ? Par ailleurs, dans un contexte toujours plus concurrentiel, les tensions commerciales pèsent-elles sur les exportations des pays concernés, quand dans le même temps, l'absence ou la réduction des droits de douane procure un avantage compétitif tel aux pays qui en bénéficient. En 2019, la perspective d'un « hard Brexit » et la crise douanière avec les États-Unis engendrent de fortes inquiétudes notamment pour la filière vitivinicole française, dont la compétitivité pourrait être affectée.

Méthodologie de la veille

Analyser le contexte concurrentiel international, comprendre les forces et faiblesses des 13 filières vitivinicoles mondiales les plus compétitives et anticiper leurs évolutions, tel est l'objet du travail de veille concurrentielle « Facteurs de compétitivité sur le marché mondial du vin », réalisé chaque année par FranceAgriMer, depuis 2000.

Les 13 pays producteurs de vin suivis dans la veille



Source : veille concurrentielle FranceAgriMer, 2019

La veille concurrentielle s'adresse avant tout aux professionnels, afin de les aider à mieux se positionner individuellement ou collectivement sur un marché de plus en plus ouvert et concurrentiel.

La démarche repose sur une approche globale et méthodique construite autour des six facteurs de compétitivité :

1. Le potentiel de production
 2. Le climat et l'environnement
 3. La capacité des opérateurs à conquérir des marchés
 4. Le portefeuille des marchés et l'équilibre des flux
 5. La dynamique de la filière et les investissements
 6. L'environnement macroéconomique
- L'identification de ces facteurs découle notamment des résultats de l'étude

11

SYNTHÈSE DES FACTEURS DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU VIN VEILLE CONCURRENTIELLE VIN 2019

122



RÉSUMÉ

Objectifs

La veille concurrentielle s'adresse aux professionnels, afin de les aider à mieux se positionner individuellement ou collectivement sur un marché de plus en plus ouvert et concurrentiel et d'anticiper ses évolutions. Pour cela, les 13 principales filières viti-vinicoles mondiales sont passées au crible et comparées.

Méthodologie

L'analyse de la compétitivité porte sur 6 facteurs de compétitivité : le potentiel de production, le climat et l'environnement, la capacité des opérateurs à conquérir les marchés, le portefeuille des marchés et l'équilibre des flux, la dynamique de la filière et les investissements, l'environnement macroéconomique. Pour chacun de ces axes, des indicateurs de performances ont été définis pour lesquels chaque pays se voit attribuer une note en fonction de son positionnement par rapport à ses concurrents, ce qui permet d'établir un classement. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points. Ces indicateurs s'appuient sur une multitude de sources bibliographiques :

données douanes, OMS, OIV, CatNat, Water-RiskAtlas... ainsi que des entretiens avec des experts.

Résultats

L'ensemble du classement général évolue peu. Le trio de tête se maintient mais les positions tendent à se rapprocher : l'année 2018 a été plus favorable à la France qui renforce sa position auprès de ses marchés clients et gagne des parts de marché en volume, alors que celles de ses concurrents italiens et espagnols reculent. De plus, la France a mieux résisté à l'érosion des volumes exportés en 2018. Par conséquent, la France consolide sa première place sur le podium, suivie par l'Italie (2^e), qui se rapproche. En 2018, les exportations françaises et italiennes ont dépassé les 6 Mds €. L'Italie a augmenté les ventes de vins effervescents en utilisant une partie de la faible récolte 2017 pour produire les mouls nécessaires à leur élaboration. Le volume des exportations italiennes a donc faibli en 2018. L'Espagne (3^e) a bien résisté mais a davantage souffert de la petite récolte de l'année précédente. Son avenir continue de dépendre de ses exportations, orientées sur les volumes. Le marché domestique ne lui

permet ni de financer ni d'amortir les investissements faits par sa filière viticole. Pour autant, l'Espagne conserve de solides atouts : son outil de production est efficace, ses coûts de main-d'œuvre sont très bas et ses entreprises commerciales sont très actives, ce qui lui assure une pénétration continue de nombreux marchés depuis plusieurs années. Derrière le trio de tête, l'Australie (4^e), l'Allemagne (5^e), les États-Unis (6^e), l'Afrique du Sud (7^e) et le Chili (8^e), aux profils à la fois producteur et commerçant, sont fidèles au poste. Pour ces pays, le classement est marqué par le fort recul conjoncturel du Chili, au profit de ses quatre concurrents. L'arrivée de l'Allemagne dans le top 5 du classement général est une surprise, bien que le pays cumule de nombreux atouts en développant notamment son rôle de logisticien de la filière et en confortant son modèle de « marketplace » du vin en 2018. L'Argentine (9^e), le Portugal (10^e), la Nouvelle-Zélande (11^e), le Brésil (12^e) et la Chine (13^e) complètent le classement sans changer leur position ; tous améliorent leur notation, sauf le Brésil qui avait connu une année exceptionnelle en 2017. Ces pays ne peuvent espérer concurrencer les pays leaders mais ils participent toutefois à la compétition sur des marchés spécifiques.

Conclusion

En 2018, les pays européens confirment la force et la maturité de leurs filières vitivinicoles mais doivent faire face, comme l'ensemble de la vitiviniculture mondiale à deux défis majeurs : l'anticipation et l'adaptation aux nouveaux modes de consommation du vin et la lutte contre le réchauffement climatique. Pour la France, les défis à relever sont également des opportunités à saisir : maintenir l'état phytosanitaire du vignoble à un bon niveau malgré le réchauffement atmosphérique et les aléas climatiques de plus en plus fréquents permettrait de porter les exportations françaises alors que le marché intérieur se contracte et la concurrence mondiale est toujours plus forte. Face à ces défis, le classement stable de l'année 2018 pourrait bien rétrospectivement apparaître comme l'un des derniers d'une phase de « mondialisation heureuse » de l'industrie du vin, à l'orée de bouleversements qui appelleront tous les pays viticoles à repenser en profondeur leur modèle.

FLASHEZ
MOI





RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Ministère de l'Agriculture, de la Pêche et de l'Alimentation

FranceAgriMer
Centre National de Recherche et de Coopération Technologique de l'Alimentation

ÉTUDES Vin et Cidre

Novembre 2020

Étude des achats de vin hors du domicile – Panel Out Of Home

En 2019, malgré un contexte socio-économique favorable à la consommation, les Français réduisent, comme l'an passé, leurs achats de boissons alcoolisées. Cette tendance est particulièrement marquée sur le marché des vins tranquilles : les achats de vin tranquille des ménages pour leur consommation à domicile baissent de 5,2 % en volume et de 2,3 % en valeur par rapport à 2018. Dans ce contexte de déconjonction croissante du vin au domicile, la filière vin cherche de nouveaux relais de croissance. Or, avec de plus en plus de repas ou d'apéros pris hors du domicile, ce secteur, au potentiel de développement important, pourrait constituer un circuit de choix pour contrer la baisse observée au domicile. Toutefois, la concurrence entre boissons alcoolisées y est d'autant plus importante et restreinte entre le vin et la bière, qui dispose d'une plus de clients. Par ailleurs, la crise sanitaire de la Covid-19 bouscule les perspectives de ce circuit. Si le vin souhaite développer son positionnement au sein de la restauration hors domicile, cela passe par une adaptation à ses spécificités et à celles des consommateurs.

Méthodologie de l'étude

En 2020, FranceAgriMer a acquis des données relatives aux achats de vin sur le circuit de la restauration hors du domicile (hors restauration collective), ainsi que des analyses sur les comportements des consommateurs de vin. Ces analyses viennent affiner la connaissance du marché du vin pour la filière, sur un circuit d'enjeu pour les professionnels du vin.

Les données sont issues du panel Out Of Home de Kantar Worldpanel qui s'appuie sur les déclarations de 7 000 consommateurs (de 15 à 75 ans) qui renseignent, via une application smartphone, tous leurs achats de repas, snacks et boissons. L'étude porte sur la période allant du 25/02/2019 au 29/12/2019 (CAM P2 2020). Pour simplifier la lecture des résultats de cette étude, nous ferons référence à l'année 2018. Les consommateurs déclarent ainsi, en continu, le lieu d'achat (restaurant, café, fast-food...), l'occasion de consommation (dîner, goûter, snacking nocturne...), le contenu des achats (sandwich, bière, vin...) et sa destination (pour soi, pour un enfant, pour partager à plusieurs...). En revanche, la restauration collective est exclue du périmètre de l'enquête menée par Kantar Worldpanel. Cette méthodologie permet d'avoir accès à de nombreuses informations sur les circuits de consommation, publicitaires, sur le profil des consommateurs, mais aussi sur leurs comportements.

CAM: Canal Alcool Mobilis

Dans le contexte de la pandémie de la Covid-19, le secteur de la restauration hors domicile est particulièrement touché par la mise en place de mesures de confinement, qui ont entraîné la fermeture de la plupart des enseignes. Un focus sur la situation post-confinement est présenté à la fin de cette synthèse.

Le hors-domicile : un secteur dynamique et à fort potentiel

La restauration hors domicile (Out Of Home - OOH) est un circuit en plein développement.

Schéma de la segmentation de la restauration hors domicile (hors restauration collective)



CMR: Café, Hôtel, Restaurants
CMR: Bière et Boissons
CMR: Vin à emporter
CMR: Fast Food
CMR: Négociants de gros

ÉTUDE DES ACHATS DE VIN HORS DU DOMICILE - PANEL OUT OF HOME



RÉSUMÉ

Objectifs

À la différence de la consommation de vin au domicile, pour laquelle FranceAgriMer dispose de plusieurs outils de suivi, il existe peu d'outils de suivi du vin dans le circuit de la restauration hors domicile, plus difficile à appréhender. L'étude Out Of Home de la société Kantar Worldpanel permet ainsi de préciser les spécificités de la consommation de vin des Français sur ce circuit au travers d'un panel de consommateurs qui déclarent en continu l'intégralité des achats réalisés pour une consommation hors de leur domicile.

Méthodologie

Les données étudiées sont issues d'un panel de 7 000 consommateurs (de 15 à 75 ans) qui déclarent, via une application smartphone, tous leurs achats de repas, snacks et boissons pour une consommation hors domicile (hors restauration collective). L'étude porte sur la période allant du 31/12/2018 au 29/12/2019 (CAM P2 2020). Les consommateurs déclarent ainsi, en continu, le lieu d'achat (restaurant, café, fast-food...), l'occasion de consommation (déjeuner, goûter,

snacking nuit...), le contenu des achats (sandwich, bière, vin...) et sa destination (pour soi, pour un enfant, pour partager à plusieurs...). Cette méthodologie permet d'avoir accès à de nombreuses informations sur les circuits de consommation plébiscités, sur le profil des consommateurs, mais aussi sur leurs attitudes.

Résultats

En 2019 plusieurs faits marquants sont à retenir :
- la restauration hors domicile représente 27 % de la consommation alimentaire, en croissance de 8 % par rapport à 2015, portée par la progression des achats du petit-déjeuner et du déjeuner ;
- un peu plus d'1/3 des consommations de boissons froides des Français hors de leur domicile sont des boissons alcoolisées mais cela représente la moitié de leurs dépenses, avec des comportements d'achat bien distincts en fonction de l'âge ;
- les hommes de plus de 50 ans représentent le cœur de clientèle des boissons alcoolisées : un peu plus de la moitié des Français de moins de 35 ans a acheté une boisson alcoolisée pour une consommation

hors domicile, principalement de la bière ou un cocktail, en bars et pubs, quand près des ¾ des plus de 65 ans sont acquis aux vins tranquilles, notamment au restaurant ;

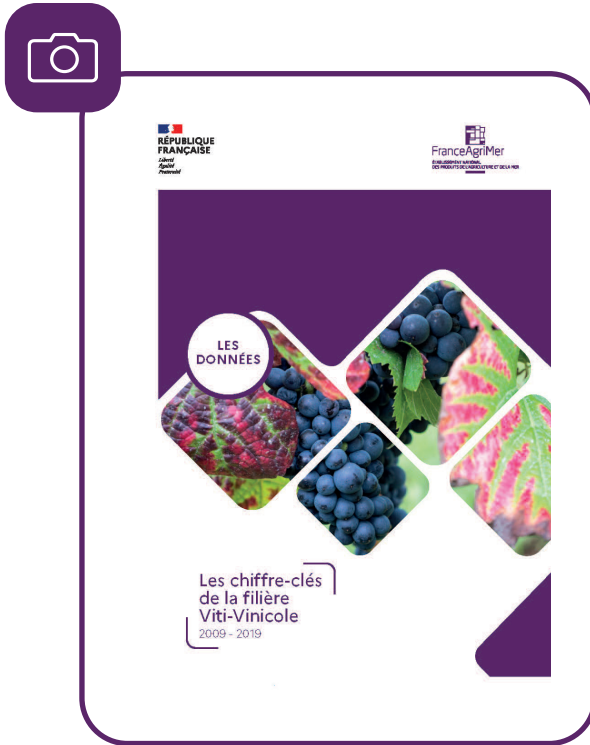
- le circuit hors domicile constitue un circuit clé pour toucher de plus jeunes acheteurs, avec des consommateurs de boissons alcoolisées plus jeunes qu'au domicile et une clientèle plus féminine ;
- 40 % des Français ont consommé du vin tranquille au moins une fois hors de leur domicile, 8 % du Champagne et 7 % du vin mousseux ;
- les vins tranquilles sont particulièrement attachés à l'accompagnement de repas (plus de 40 % des occasions de consommation de boissons alcoolisées) quand les vins effervescents sont davantage présents à l'apéritif (7 % des occasions de consommation de boissons alcoolisées). La bière, consommée tout au long de la journée, bénéficie d'un spectre plus large de consommateurs potentiels : les plus de 65 ans sont acquis à la pause de l'après-midi quand les plus jeunes sont davantage consommateurs de boissons alcoolisées à l'apéritif.

La crise sanitaire en 2020 a entraîné un repli des Français vers une consommation au domicile. Au sortir du confinement, ils gardent certaines réserves pour un retour à une consommation hors domicile. Ainsi, alors que l'on retrouve une pénétration similaire à 2019 sur les vins effervescents, on observe toujours un retard de pénétration sur les vins tranquilles en septembre 2020.

Conclusion

Dans un contexte de déconsommation structurelle du vin en France, la filière vin cherche de nouveaux relais de croissance. Avec son potentiel de développement, la restauration hors domicile pourrait porter le renouveau de la consommation de vin. Néanmoins, la concurrence entre boissons alcoolisées s'y renforce, notamment entre le vin et la bière, celle-ci bénéficiant d'un engouement croissant. Si le vin souhaite développer son attractivité, cela passera par une nécessaire adaptation aux spécificités de ce circuit et de ses consommateurs, dans un contexte d'incertitudes face à une crise sanitaire qui se poursuit et qui impacte toujours le hors domicile.





CHIFFRES-CLÉS DE LA FILIÈRE VITIVINICOLE 2009-2019



RÉSUMÉ

126

Objectifs

Conscient du besoin des différents intervenants de la filière de disposer d'un document rassemblant les informations relatives à la filière vitivinicole française en termes de production, de consommation et d'échanges, l'Unité Filières Spécialisées met à jour chaque année ce cahier statistique. Il présente également quelques données des principaux marchés étrangers. Quand cela est possible, les chiffres sont détaillés par régions et départements, par segments (AOP, IGP, Vins de France) et catégories de vins (rouges, rosés et blancs), avec un historique sur 10 ans (2009-2019).

Méthodologie

Les données présentées couvrent la période 2009-2019 lorsque cela est possible, sinon, ce sont les chiffres les plus récents qui sont réunis. Les sources de données utilisées sont variées : les données du SSP et du Casier Viticole Informatisé (CVI) de la Direction Générale des Douanes et Droits Indirects (DGDDI) pour caractériser la structure de l'appareil de production, comme la production elle-même ; les données des interpro-

fessions ou issues des contrats d'achats vrac suivis par FranceAgriMer, les données de panels (Kantar Worldpanel et IRI) et l'enquête quinquennale FranceAgriMer pour détailler la consommation du vin. Enfin, les données de la douane française, d'Agreste, de Trade Data Monitor (TDM) et les statistiques de l'OIV permettent de suivre le commerce extérieur de la France et les données concernant les marchés étrangers.

Résultats

Les données marquantes en 2019 pour la filière vitivinicole française sont les suivantes :

- La production viticole (hors subvention) est estimée, tous vins confondus, à près de 12 milliards d'euros, soit 27 % de la production des végétaux bruts et transformés et 16 % de la production agricole totale ;
- La production de vin se maintient à un niveau « moyen » et atteint 41,3 millions d'hl. Ils sont répartis entre une production de vins d'appellations d'origine protégée (AOP) de 19,4 millions d'hl, une production de vins à indications géographiques protégées (IGP) de 12,4 millions d'hl, une production de vins sans indication géographique

(VSI) de 1,7 million d'hl et une production de vins aptes à la production de Cognac de 7,7 millions d'hl ;

- Le suivi des transactions en vrac au 1^{er} stade de commercialisation sur la campagne 2019/20, montre un repli global de l'activité, par rapport à la campagne 2018/19. Le ralentissement de la dynamique des échanges s'est accentué lors des mois de mars et d'avril, marqués par la mise en place des mesures sanitaires de confinement, liées à la pandémie de la Covid-19 ;

- La France maintient sa 2^e place de plus grand pays consommateur de vin, derrière les États-Unis, avec 24,7 millions d'hectolitres, en diminution par rapport à 2018/19, soit environ 40 l/habitant/an. Les Français achètent l'essentiel des vins qu'ils consomment à domicile en grande distribution (70 % des achats de vin). Sur ce circuit, les ventes de vins baissent en volume et en valeur par rapport à 2018 ;

- Par rapport à l'année passée, les exportations françaises de vins en 2019 sont en hausse en volume (+ 1 %) à 14,3 millions d'hectolitres. Elles sont tirées par la bonne récolte 2018 qui a permis de disposer de fortes disponibilités en vin et par le dynamisme des exportations de vins effervescents. En parallèle, les exportations françaises poursuivent leur valorisation (+ 5 %), atteignant pour la 5^e année consécutive un chiffre d'affaires record de 9,8 milliards d'euros. Toutefois, on constate que les volumes exportés en 2019 restent en-deçà de la moyenne des 5 dernières années (- 1 %).

**FLASHEZ
MOI**





REPUBLIQUE
FRANÇAISE
Ministère
de l'Agriculture
et de la Pêche

FranceAgriMer
Établissement National
des Informations Statistiques et de Lutte

ÉTUDES Vin et Cidre

• Décembre 2020 (édition de janvier 2020)

La commercialisation du vin par internet en France : cadrage du circuit et relevé d'offre

La vente par internet de vins est une modalité de commercialisation en forte mutation ces dernières années. Au-delà de la croissance continue du chiffre d'affaires du secteur depuis plus de 10 ans, les acteurs et leurs modes de ventes évoluent, ce qui en fait un circuit mouvant et très dynamique. Dans ce contexte, le CNIV (Comité National des Interprofession des Vins à appellation d'origine et à indication géographique) et FranceAgriMer ont souhaité obtenir un éclairage précis du mode de commercialisation du vin en ligne, afin d'accompagner au mieux les entreprises de la filière vitivinicole dans leur réflexion stratégique de développement.

Étude de cadrage du circuit de la vente de vin en ligne

Méthodologie de l'étude

Cette étude fait suite à celle réalisée en 2016 par Wine Intelligence et XJ Analyse et Décisions. L'étude réalisée en 2019 par le cabinet Dowel Stratégie s'est appuyée sur l'ensemble des sources bibliographiques disponibles sur la commercialisation de vins par internet. Cette analyse bibliographique poussée a été complétée par 35 entretiens à la fois d'experts, d'acteurs-clés et de sites marchands. Ces enquêtes ont été réalisées afin d'obtenir une vision fine du marché en termes de taille et de dynamique. Ce travail a permis de mettre en évidence la taille du marché et la dynamique de croissance. Les informations de cadrage ont également été détaillées pour chaque catégorie de site.

Contexte de l'étude

Depuis 2005, la vente par internet est en forte croissance. Cette hausse des ventes est actuellement estimée à environ 11 % par an. Ce marché de plus de 80 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017 devrait dépasser les 100 milliards d'euros en 2019. Dans le même

temps, on remarque que le nombre de sites marchands augmente de 10 % annuellement. La croissance de l'e-commerce est facilitée par un accès à internet toujours plus aisé et des plateformes internet intuitives simplifiant les achats des consommateurs. On constate que le numérique augmente la présence dans les lieux de vente physiques et que les marques adaptent leur communication autour de cette modalité de commercialisation afin de toucher de nouveaux publics et de développer ce nouveau mode de consommation. Ainsi, le e-commerce touche 32 millions de Français soit 55 % de la population et représente 33 actes d'achats annuels par acheteur en e-commerce. Le e-commerce représente 9 % de la vente au détail en France.

La vente par internet de vins a également connu des taux de croissance très élevés, mais semble actuellement rentrer dans une phase de maturité. La croissance annuelle moyenne estimée lors de la période 2008 - 2015, à plus de 30 %, est aujourd'hui de 6,9 %. Le e-commerce de vins représente 9 à 10 % des ventes de vins (vins tranquilles et vins effervescents) pour un volume estimé à 500 millions d'euros HT (estimation comprenant les vins, bières et spiritueux avec les bières et

1

LA COMMERCIALISATION DU VIN PAR INTERNET EN FRANCE CADRAGE DU CIRCUIT ET RELEVÉ D'OFFRE



RÉSUMÉ

128

Objectifs

Le CNIV et FranceAgriMer ont souhaité obtenir un éclairage précis sur la commercialisation du vin en ligne, afin d'accompagner au mieux les entreprises de la filière vitivinicole dans leur réflexion stratégique de développement sur ce circuit de vente en plein essor.

Méthodologie

Cette étude fait suite à celle réalisée en 2016 par Wine Intelligence et XJ Analyse et Décisions. L'étude de cadrage du circuit réalisée en 2019 par le cabinet Dowel Stratégie s'est appuyée sur l'ensemble des sources bibliographiques disponibles sur la commercialisation de vins par internet. Cette analyse bibliographique poussée a été complétée par 35 entretiens à la fois d'experts, d'acteurs-clés et de sites marchands. Ces entretiens ont permis de préciser les données de cadrage du circuit mais également de mieux comprendre les tendances du marché, ainsi que les attentes des consommateurs. Ces enquêtes ont été réalisées afin d'obtenir une vision fine du marché en termes de taille et de dynamique. Le relevé d'offre en vin des

sites de e-commerce a été réalisé par le cabinet CSA avec la collaboration de l'entreprise STEFI. Dans ce cadre, l'analyse de 45 sites représentatifs du e-commerce a été menée, ce qui représente plus de 70 000 références françaises étudiées. Le relevé a été effectué de façon manuelle, entre mars et mai 2020.

Résultats

Les sites de ventes par internet ont été segmentés en sept catégories, établies sur la base du positionnement historique des sites, leur stratégie digitale et leur mode de commercialisation dominant.

Les pure players (179 sites, CA de 135 millions d'euros) regroupent l'ensemble des sites internet ne possédant aucun point de vente physique et spécialisés dans la vente par internet. Ils constituent la catégorie historique des sites de vente de vins par internet avec le plus grand nombre de sites marchands (35 % des sites référencés), ayant la plus grande variété de positionnement et possédant la plus grosse part de marché du secteur (35 % du CA du secteur hors drive soit 135 millions d'euros). Les sites de ventes privées (17 sites, CA de 65 millions d'euros) sont

ceux spécialisés dans le mode de vente de type « vente privée » : ventes événementielles et éphémères de produits déstockés à prix réduit. Ces opérateurs ont rencontré un fort succès en raison de la volonté des cyberacheteurs de trouver « la bonne affaire ». Les sites des cavistes (156 sites, CA de 14 millions d'euros) ont un poids très limité sur le marché du e-commerce, qui relègue au second plan le conseil « physique ». La concurrence des sites généralistes, l'arrivée de nouveaux acteurs et les récentes évolutions du marché ont pourtant contraint les cavistes à riposter par des stratégies adaptées. Les sites généralistes (15 sites, CA de plus de 45 millions d'euros) rassemble l'ensemble des pure player généralistes qui vendent exclusivement sur internet, mais différents types de produits. Les sites de box et abonnement (14 sites, CA de 22 millions d'euros) ont pour ambition de sélectionner des vins hors des sentiers battus et de surprendre le consommateur en le fidélisant. Les acteurs atypiques et innovants (17 sites, CA de plus de 15 millions d'euros) regroupent tous les sites de ventes en ligne de vins « innovants ». En termes d'offre, le secteur est caractérisé par une très forte présence des vins tranquilles (VT, 91 % des références) avec néanmoins une forte hétérogénéité en fonction des bassins : 39 % de l'offre en VT sont des AOP de Bordeaux. On note également des différences en fonction des circuits : les sites de la grande distribution se démarquent par une répartition plus équitable des références en termes de couleurs, à des prix globalement plus bas que les autres types de sites de ventes en ligne.

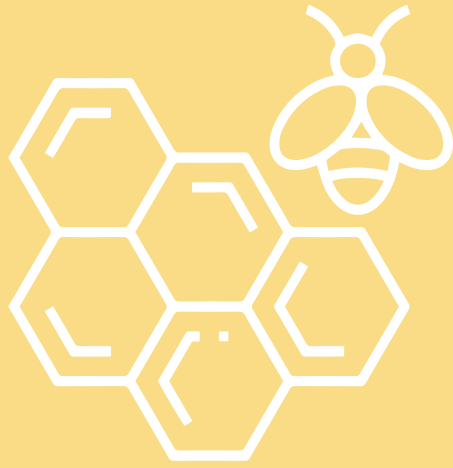
Conclusions

Les modèles économiques et marketing sont en évolution et les canaux du e-commerce du vin s'hybrident pour pallier aux faiblesses de leurs modèles économiques respectifs. Le coût et la qualité des livraisons restent des enjeux majeurs dans la vente du vin par internet. Quelles que soient les organisations logistiques mises en œuvre, cela explique la mise en place de modèles « hybrides » physique/numérique qui se développent depuis quelques années. Ces modèles permettent également de répondre aux attentes des clients, dont les achats de vin sont généralement des « achats passion » et que les seuls sites en ligne ne peuvent pas toujours accompagner, malgré les nouveaux outils déployés.

FLASHEZ
MOI



APICULTURE





ÉTUDES Apiculture

• Juillet 2020

Observatoire de la production de miel et de gelée royale

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

Objectifs et méthode

Cette étude a pour objectif d'évaluer les volumes de production de miel et de gelée royale en France en 2019. La production est évaluée grâce aux données recueillies à travers des enquêtes menées auprès d'apiculteurs (professionnels et amateurs), d'organisations de producteurs (OP) et des conditionneurs. Les réponses collectées sont ensuite analysées en statistique descriptive et comparées aux données de la DGAL.

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

Nombre de ruches	Nombre de répondants / nombre DGAL 2019	Représentativité volume
Moins de 50	76%	13,3%
50 à 149	6,4%	14,7%
150 à 399	12,2%	24,0%
400 à 699	2,9%	11,7%
700 et plus	4,3%	46,3%
Total	100%	100%

Source : Observatoire de la production de miel et de gelée royale FranceAgriMer 2020. D'après les données de la DGAL.

Les enquêtes ont permis de recueillir les réponses de 3 482 apiculteurs, soit 6,1 % des apiculteurs déclarés recensés dans la base de la DGAL en 2019 et 47 % de plus qu'en 2018.

Principaux résultats

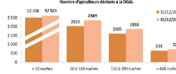
Le nombre total d'apiculteurs toujours en augmentation en 2019

Pour la cinquième année consécutive, l'Observatoire a mis en évidence une augmentation du nombre d'apiculteurs, avec une progression de près de 10% en un an. Ici en partie à l'accroissement du nombre d'apiculteurs se déclarant auprès de la DGAL (62 445 apiculteurs en 2019 contre 56 773 apiculteurs

en 2018) mais également à une croissance réelle du nombre d'apiculteurs.

Malgré une augmentation des déclarants en 2019, la proportion d'apiculteurs disposant de moins de 50 ruches reste identique à celle de 2018 et, aux années précédentes (92,1 %). Néanmoins, cette année, la catégorie qui connaît la plus forte croissance est celle des apiculteurs détenant de 50 à 149 ruches (+18,5 %), suivie par la catégorie entre 150 et 399 ruches (+13 %). Ces catégories regroupent principalement des apiculteurs professionnels, pluriactifs dans 67 % des cas dont les apiculteurs de 50 à 139 ruches et dans 29 % de 150 à 399 ruches.

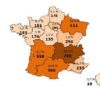
Nombre d'apiculteurs déclarés en 2018 et 2019



Source : Observatoire de la production de miel et de gelée royale FranceAgriMer 2020. D'après la déclaration de la DGAL.

Le nombre d'apiculteurs pluriactifs produisant du miel est en augmentation par rapport à 2018 : le taux de pluriactifs est de 87 % en 2019, contre 84 % en 2018.

Nombre d'apiculteurs répondants par région



Source : Observatoire de la production de miel et de gelée royale FranceAgriMer 2020.

Plus le nombre de ruches augmente, plus le taux de pluriactifs diminue. Les apiculteurs produisant de la gelée royale sont plus nombreux à être à temps

1 / Observatoire de la production de miel et de gelée royale - Edition juillet 2020 - © FranceAgriMer 2020

OBSERVATOIRE DE LA PRODUCTION DE MIEL ET DE GELÉE ROYALE



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude a pour objectif d'évaluer la production de miel et de gelée royale en France en 2019 conformément à la demande formulée par FranceAgriMer.

Méthodologie

La méthodologie mise en place pour cette étude se base sur un questionnaire ciblant prioritairement les apiculteurs détenant plus de 50 ruches. Trois supports de collecte ont été mobilisés : une enquête en ligne, une enquête postale et une relance téléphonique ciblée sur les détenteurs de plus de 150 ruches.

Les enquêtes ont permis de recueillir les réponses de 3 482 apiculteurs, soit 6,1 % des apiculteurs déclarés recensés dans la base de la DGAL en 2019.

Résultats

• Le nombre total d'apiculteurs a augmenté de 10 % entre 2018 et 2019 passant de 56 773 à 62 445 apiculteurs. Cette hausse est liée à un accroissement du nombre de déclarants auprès de la DGAL reflétant une progression

réelle du nombre d'apiculteurs. La population d'apiculteurs se concentre essentiellement dans les grandes régions du Sud de la France avec en tête la région Auvergne-Rhône-Alpes.

• En 2019, la production de miel est en baisse de 21 % par rapport à 2018. Elle est estimée à 21 636 tonnes. Cette baisse peut s'expliquer par des conditions météorologiques défavorables notamment un hiver doux, de fortes pluies au printemps puis un été caniculaire.

• La production de miel est principalement le fait d'apiculteurs possédant plus de 50 ruches et elle est majoritairement concentrée dans la moitié sud du pays. En 2019, la principale région productrice est l'Occitanie suivie de la région Nouvelle-Aquitaine.

• Le rendement moyen en miel issu de l'agriculture conventionnelle a chuté de 38 % entre 2018 et 2019 pour descendre à 18,7 kg de miel produit/ruche. Le rendement en bio est quant à lui de 18 kg de miel produit/ruche.

• Le miel polyfloral est la miellée la plus produite en France et représente 21 % du volume total.

• Les circuits de commercialisation du miel diffèrent en fonction du nombre de ruches.

- La production de gelée royale est en hausse en 2019 (+ 19 %). Elle a atteint 3 460 kg.
- Le miel certifié biologique représente environ 13,9 % du total du volume de miel produit en 2019 (2 957 tonnes). Ce type de miel est presque exclusivement produit par des apiculteurs professionnels.
- La diversification de l'activité apicole concerne surtout les apiculteurs à plein temps.
- Fin 2019, on estime le stock de miel à 8 700 tonnes.
- 15 % des apiculteurs français pratiquent la transhumance. Elle est plus fréquente chez les apiculteurs professionnels du Sud de la France (PACA, Occitanie, Corse).
- En 2019, on dénombre 826 apiculteurs dans les DOM. La production de miel dans ces départements a atteint 521 tonnes. Ce miel provient en majorité de la Réunion (330 tonnes). La vente directe est le principal canal de distribution (73 % des ventes).

Conclusion

En 2019, la filière apicole a connu une baisse significative de sa production de miel. La météo peu clémente a eu pour conséquence un recul de la production et une diminution des rendements. Mais dans le même temps, on note un accroissement du nombre d'apiculteurs se déclarant auprès de la DGAL.

FLASHEZ
MOI





BILAN DE CAMPAGNE MIEL 2019



RÉSUMÉ

134

Objectifs

Ce bilan compile des données issues de l'Observatoire de la production de miel et de gelée royale, actualisé chaque année notamment sur les volumes de production de miel et de gelée royale, des données annuelles issues du panel distributeur relatif aux ventes de miels en grande distribution ainsi que les données d'un panel consommateur afin de mieux appréhender le comportement des acheteurs de miel et enfin les données issues des douanes permettant une analyse des échanges mondiaux de miel (importations et exportations).

Méthodologie

Ce bilan réalisé en interne par la direction Marchés, études et prospective a été conçu à partir des résultats de l'Observatoire de la production de miel et de gelée royale réalisé par le cabinet Agrex Consulting pour la partie production, des résultats du panel distributeurs Nielsen pour les ventes de miel en grande distribution et d'un panel consommateurs pour les achats de miel réalisés par Nielsen, et à partir des données de la douane française extraites de Trade Data

Monitor pour les échanges mondiaux.

Résultats

- En 2019, la production de miel a atteint 21 637 tonnes. La production de miel biologique est évaluée à 13,9 % du total du volume de miel produit en 2019, soit 2 957 tonnes.
- Pour la cinquième année consécutive, le nombre d'apiculteurs officiellement déclarés auprès de la DGAL a augmenté (+ 10 %) pour atteindre 62 445 apiculteurs.
- La production de gelée royale a progressé en un an (+ 19 %) pour atteindre 3 460 kg. 69 % des volumes de gelée royale produite est certifiée Agriculture Biologique (2 387 kg).
- Certains apiculteurs (15 %) pratiquent la transhumance afin de diversifier leur production ; ainsi 40 % des volumes de miel produits le sont en transhumance (8 655 tonnes).
- En 2019, on dénombre 826 apiculteurs dans les DOM. La production de miel y a atteint 521 tonnes avec des différences notables entre département.
- Malgré des ventes en baisse en valeur et en volume, la grande distribution reste le principal circuit de distribution du miel. Les ventes en valeur de miel ont atteint 164 millions

d'euros et elles sont estimées à 14 600 tonnes. Avec 7 920 tonnes, le miel liquide demeure le principal type de miel vendu.

- En 2019, 39,7 % des foyers français ont acheté au moins une fois une référence de miel au cours de l'année, soit 11,2 millions de foyers.
- La production française de miel ne permet pas de couvrir la consommation nationale. Ainsi, les volumes importés ont augmenté de 28 % entre 2010 et 2019, et atteignent près de 32,8 milliers de tonnes de miel. Les exportations sont restées quasi stables entre 2018 et 2019 (+ 1 %), pour atteindre 4 437 tonnes.

Conclusion

La production de miel a chuté en 2019, notamment à cause de conditions météorologiques défavorables. La récolte a été impactée par un hiver doux, une pluie forte au printemps et un été caniculaire ou sec dans certaines régions de France. La grande distribution reste le principal circuit de distribution pour les ventes de miel. Pour faire face à sa demande intérieure, la France a dû importer d'avantage de miel. L'apiculture dans les DOM reste une activité peu pratiquée, la production reste assez confidentielle.

FLASHEZ
MOI





ÉVALUATION D'IMPACT DES AIDES DIRECTES DU PROGRAMME APICOLE EUROPÉEN



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette évaluation vient en complément de l'évaluation précédente du Programme Apicole Européen (PAE) 2017-2019. C'est un focus fait sur les deux aides directes à l'apiculture (aide au repeuplement et aide à la transhumance) au travers de trois questions évaluatives : la pertinence, l'efficacité et la cohérence. Des entretiens et une enquête ont été mobilisés lors de cette évaluation afin de recueillir des éléments sur l'utilisation que font les bénéficiaires de ces deux aides. Ce focus fait suite à celui sur l'organisation de l'accompagnement sanitaire qui avait été fait lors de l'évaluation du PAE 2017-2019.

Méthodologie

Les données utilisées sont les suivantes :

- données de gestion de ces aides (données de la direction des interventions),
- recensement apicole (DGAL).

La méthodologie utilisée combine :

- une enquête en ligne auprès de l'ensemble de la cible de l'aide,
- des entretiens avec des apiculteurs professionnels et des représentants ou experts de la filière.

Résultats

L'évaluation des aides directes du Programme Apicole Européen dans leur déclinaison française a permis de répondre aux trois principales questions évaluatives.

Ces aides sont pertinentes : elles correspondent aux besoins d'accompagnement des apiculteurs dans leur croissance de cheptel et en cas de mortalité importante et ces aides permettent de dynamiser l'innovation dans une petite filière.

Ces aides sont efficaces : les apiculteurs bénéficiaires améliorent leurs conditions de travail, peuvent transhumer un cheptel plus important et peuvent atteindre une taille satisfaisante pour professionnaliser l'exploitation.

Ces aides sont cohérentes avec l'ensemble des aides accessibles aux apiculteurs : elles permettent aux apiculteurs d'avoir accès à un ensemble de mesures pour accompagner leur activité, que ce soit en phase de croissance, en professionnalisation ou dans un rythme de croisière.

Conclusion

L'évaluation a permis d'éclairer l'utilisation par les bénéficiaires des deux aides directes du PAE et de rassembler des données plus qualitatives sur l'utilisation de ces aides.

FLASHEZ
MOI



LAITS





LES MARCHÉS DES PRODUITS LAITIERS, CARNÉS ET AVICOLES BILAN 2019, PERSPECTIVES 2020

140



RÉSUMÉ

Objectifs

En début d'année 2020, l'Unité Élevage de la Direction Marchés, études et prospective de FranceAgriMer a posé un regard sur l'année 2019, pour analyser les grands événements survenus dans chacune des filières animales terrestres. Cette analyse porte non seulement sur le marché français, mais également sur le marché européen, voire sur le marché mondial, ce qui permet de replacer chacune des filières dans son contexte global et d'envisager des perspectives pour l'année 2020.

Méthodologie

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

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

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

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

Résultats

Les faits marquants à retenir en 2019 en France sont les suivants :

- en viande bovine, le marché français a été encombré par un afflux de vaches laitières et allaitantes, qui a entraîné un repli des cours. Les abattages de jeunes bovins ont en revanche diminué, ce qui a permis de soutenir les prix mais a limité les exportations. Le solde du commerce en a été dégradé d'autant plus que les importations ont progressé ;
- la filière veau de boucherie a connu une crise historique, en raison d'une hausse de la production aux Pays-Bas et en Belgique, faisant chuter les prix ;
- la production de viande ovine a légèrement augmenté, pesant sur les prix qui sont restés sous les niveaux de 2018 sur la majeure partie de l'année. À cela s'ajoutent les importations

de viande, notamment en provenance du Royaume-Uni, qui se sont elles aussi raffermies ;

- dans la filière porcine, la production a légèrement progressé malgré la contraction du cheptel. La demande asiatique a stimulé les exportations de viande porcine et conduit à une forte hausse du prix du porc ;
- dans les filières volailles, la production a affiché une baisse malgré des abattages de poulet dynamiques. Les exportations, en baisse globalement, ont poursuivi leur retrait des marchés du Proche et Moyen-Orient pour se repositionner sur le marché intra-communautaire ;
- dans la filière lait de vache, la collecte est restée stable sur l'année, dans un contexte de prix du lait en augmentation. L'année a été caractérisée par une amélioration du solde des échanges de produits laitiers après plusieurs années de repli ;
- malgré une collecte de lait de brebis en légère baisse, les fabrications de fromages et de produits ultra-frais ont augmenté, suivant la tendance de la consommation ;
- dans la filière lait de chèvre, les fabrications se sont repliées, en raison d'une collecte stable mais d'importations de produits de report caprins en recul.

Conclusion

Le Brexit tant attendu n'a finalement pas eu lieu en 2019. La sortie du Royaume-Uni au 31 janvier 2020 ne devrait avoir que peu d'impact sur les échanges puisque les conditions restent inchangées jusqu'à la fin de l'année 2020. La fièvre porcine africaine ou les taxes additionnelles des États-Unis pourraient en revanche avoir plus de conséquences sur les marchés des produits animaux.

FLASHEZ
MOI





LA CONSOMMATION DE PRODUITS LAITIERS EN 2019

142



RÉSUMÉ

Objectifs

Le suivi de la consommation est stratégique pour évaluer l'équilibre offre-demande d'une filière, en particulier quand celle-ci est encore très centrée sur le marché français, comme c'est le cas en lait de brebis, lait de chèvre et lait biologique. Aussi, l'objectif de ce bilan est d'analyser les tendances de consommation de produits laitiers (vache, chèvre, brebis, bio) des ménages à domicile, sur l'année 2019. Quels sont les produits en perte de vitesse et ceux qui tirent le marché ? Quelles sont les marges de progression encore possibles, notamment pour les produits à base de lait de vache ? Qu'en est-il des produits sous signe de qualité (bio, AOP) à plus forte valeur ajoutée ?

Méthodologie

Sont suivis dans ce bilan les produits laitiers à base de lait de vache, de brebis, de chèvre et biologique, répartis en cinq grandes familles : lait conditionné, crème conditionnée, matières grasses solides, produits ultra-frais et fromages. Ces données sur le marché français sont issues du panel consommateur Kantar Worldpanel.

Les évolutions récentes sont dans un premier temps analysées pour tous les types de produits laitiers, avec un focus sur les produits sous signe de qualité. Les données sont ensuite présentées de manière exhaustive dans des tableaux et graphiques, soit avec un historique de 8 ans, soit pour l'année 2019. Ce bilan permet ainsi d'appréhender les évolutions suivant les produits (volume, valeur, taux de pénétration, fréquence d'achat), les circuits de distribution (généralistes et spécialisés) et les données sociodémographiques (régions, revenu des ménages, âge de la personne responsable des achats, présence d'enfants). Enfin, des focus sont réalisés sur les produits les plus emblématiques parmi les grandes familles de produits, y compris les produits biologiques.

Résultats

Sont à retenir parmi les principales évolutions pour les produits laitiers :

- Le recul des achats de lait conditionné a ralenti en 2019, avec une baisse de 1,5 % en volume, contre 3,4 % en 2018, alors que dans le même temps la croissance des achats de jus végétaux a été stoppée. Le lait standard UHT demi-écrémé, qui représente la majorité des

volumes achetés a plutôt bien résisté, avec un repli de 0,9 %.

- Les achats de crème en valeur ont continué à se développer, avec une hausse de 1,7 % en volume et 7,1 % en valeur. La croissance des volumes a été transversale à toutes les marques et tous les types de crème.

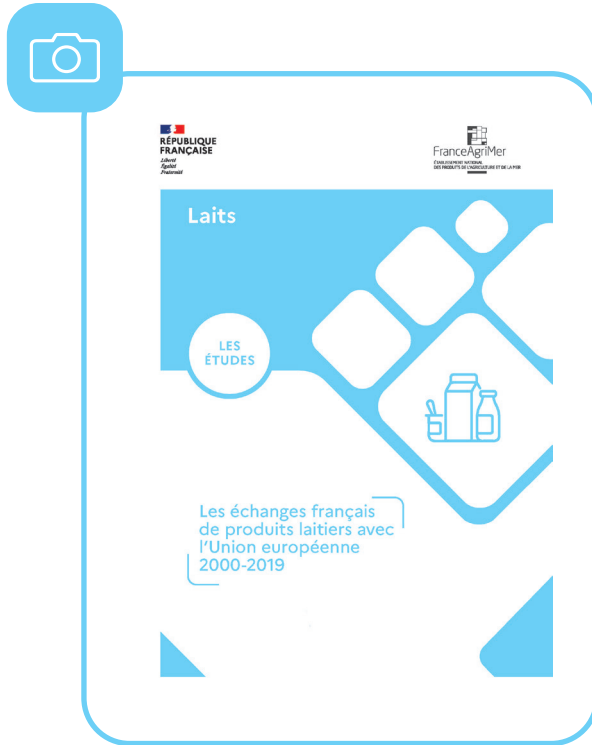
- La croissance des achats de matières grasses solides est passée quasi exclusivement par la revalorisation des prix, en moyenne de 7,0 %. Mais les tendances ont été différentes selon le type de produits : les volumes de margarine achetés ont reculé de 4,4 %, la croissance des achats de matières grasses allégées a ralenti (+ 0,5 %) et les volumes de beurre ont progressé de 1,8 %.

- Les achats des ménages en produits ultra-frais toutes catégories confondues sont restés stables en volume mais ils ont progressé de 3,2 % en valeur. Grâce à une hausse de la fréquence d'achat, trois segments ont affiché un développement de leurs ventes en volume : le végétal, la brebis et la chèvre.

- Quel que soit le type de lait, les achats de fromages ont tous progressé en volume en 2019. Certaines catégories de fromages ont cependant été moins dynamiques. Parmi les fromages de vache, ceux à pâte molle n'ont pas affiché de hausse. Pour les fromages de brebis, seuls les volumes de roquefort achetés sont restés stables. En lait de chèvre, les fromages frais ont enregistré un repli des volumes.

FLASHEZ
MOI





LES ÉCHANGES FRANÇAIS DE PRODUITS LAITIERS AVEC L'UNION EUROPÉENNE 2000-2019

144



RÉSUMÉ

Objectifs

Si les exportations françaises de produits laitiers ont globalement progressé depuis le début des années 2000, elles sont tirées par le débouché pays tiers, alors que les ventes vers les pays de l'Union européenne tendent à décroître, tant en valeur absolue qu'en part de marché. L'Union européenne représente toutefois le premier partenaire de la France dans son commerce de produits laitiers, avec 64 % des exportations et 98 % des importations en 2019.

Cette étude analyse de manière détaillée l'évolution du commerce de produits laitiers de la France avec les autres États membres de l'Union européenne au cours des années 2000, en valeur et en volume (matière sèche utile), par grande famille de produits, afin d'identifier les forces et les faiblesses de la France dans ces échanges.

Méthodologie

Les données de commerce utilisées sont issues du site Eurostat à partir des déclarations de la douane française. Elles ont été extraites et présentées en valeur brute (euro courant) et en volume brut (kilogramme),

converti en matière sèche utile.

Les produits ont été regroupés en quatre grandes familles : les fromages, les produits ultra-frais (lait conditionné, lait concentré, yaourts et laits fermentés, crème), les produits secs (poudre de lait écrémé, poudre grasse, poudre de lait infantile, lactosérum, caséines et caséinates, lactalbumine, lactose) et les matières grasses solides.

Afin de travailler à échelle constante sur l'ensemble de la période 2000-2019, le périmètre choisi est celui de l'Union européenne à 28.

Résultats

Les exportations de la France vers l'Union européenne sont caractérisées par un repli constant depuis 2014, qui se traduit par une contraction du débouché Union européenne aussi bien en valeur qu'en volume au profit des pays tiers. Cette dégradation des exportations est liée en premier lieu à de moins bonnes performances depuis le début des années 2010 sur les produits ultra-frais (et plus spécifiquement de la crème), mais également sur les produits secs.

En parallèle, les importations de produits laitiers de l'Union européenne se sont renfor-

cées depuis 10 ans, en raison d'un développement sur l'ensemble des familles de produits, mais plus particulièrement sur les fromages et les matières grasses solides.

La conséquence est une dégradation du solde des échanges de produits laitiers de la France avec l'Union européenne depuis le début des années 2010. En valeur, le solde est tombé sous la barre des 3 milliards d'euros en 2018, avant de se redresser l'année suivante. En volume, le solde est déficitaire depuis 2017 : la France est structurellement importatrice nette de matières grasses solides et les exportations de produits ultra-frais, en chute depuis 2012, ne permettent plus de compenser ce déficit.

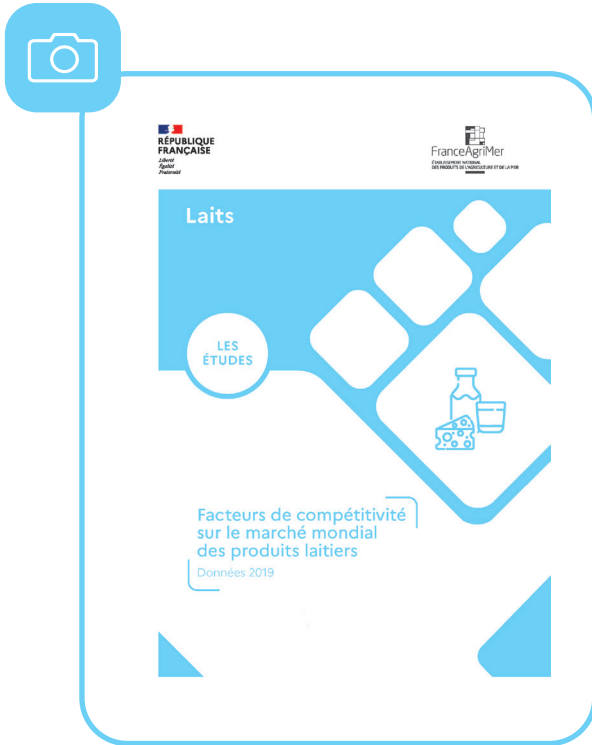
Quelles que soient les familles de produits, au moins 90 % des volumes importés par la France proviennent principalement de six pays. Le portefeuille des clients européens est en revanche un peu plus large, ce qui assure à la France une certaine sécurité dans ses débouchés.

Conclusion

Pénalisée par certains facteurs tels que l'évolution baissière de sa collecte de lait, une consommation intérieure atone, des coûts de production relativement élevés par rapport à certains de ses concurrents, la France compense grâce à un maillon aval fort : ses industries laitières bénéficient d'une R&D pointue, fabriquent une large gamme de produits laitiers, sont de dimension internationale, exportent vers de nombreux pays sur tous les continents et sont bien implantées à l'étranger. Mais il apparaît aussi que les investissements des industries laitières françaises se font aujourd'hui plus à l'étranger que sur le territoire national : s'ils assurent le rayonnement de la filière laitière française à l'international, ou peuvent faciliter l'accès à de nouveaux marchés, ils peuvent également faire concurrence aux produits laitiers français vers ces débouchés et être un frein à leurs exportations.

FLASHEZ
MOI





FACTEUR DE COMPÉTITIVITÉ SUR LE MARCHÉ MONDIAL DES PRODUITS LAIERS DONNÉES 2019

146



RÉSUMÉ

Objectifs

Cette étude présente les principales conclusions du 6^e volet de la veille internationale de compétitivité sur les produits au lait de vache. Elle a pour objectif de comparer les facteurs de compétitivité de la filière laitière de la France et de ses principaux concurrents en 2019 et met notamment l'accent sur les facteurs disruptifs et les changements fondamentaux par rapport aux précédentes veilles.

Cette analyse est complétée par deux focus : la RSE dans les treize pays de la veille et le marché des fromages en Australie.

Méthodologie

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

Treize marchés porteurs ont été identifiés comme des importateurs de première im-

portance ou émergents. Ils constituent à ce titre des axes de développement stratégiques pour les filières laitières des pays producteurs et assurent des débouchés importants sur le moyen ou long terme. Il s'agit du Nigéria, de la Côte d'Ivoire et de l'Algérie pour l'Afrique, des Émirats arabes unis pour le Proche et Moyen Orient, du Brésil, du Mexique et des États-Unis pour le continent américain, du Japon, de la Chine et de l'Indonésie pour l'Asie, de l'Union européenne (Royaume-Uni inclus) et de la Russie pour le continent européen.

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

Résultats

En 2019, la France conserve la 1^{ère} place du classement, bien qu'elle ne soit en tête sur aucun des 7 axes de compétitivité. La Nouvelle-Zélande retrouve la 2^e place aux dépens des Pays-Bas, qui descendent sur la 3^e marche du podium. Comme en 2018, l'Irlande est au pied du podium.

Les atouts de la France résident dans son maillon aval, des industries laitières bien développées à l'étranger, une bonne diversité et une haute qualité des produits laitiers commercialisés, un bon niveau de recherche, un large panel de clients sur le marché mondial... Néanmoins, le pays a été touché à plusieurs reprises ces dernières années par des épisodes de sécheresse qui ont affecté le maillon production. La France est également soumise à des pressions sociale et environnementale fortes.

La Nouvelle-Zélande s'affirme grâce à son haut niveau d'exportation, favorisé par une nouvelle dépréciation du dollar néo-zélandais en 2019. La filière laitière pèse pour plus de 50 % dans les exportations agroalimentaires du pays. En revanche, la filière s'appuie sur des structures d'exploitation de taille très importante, ce qui a ses limites : les éleveurs sont confrontés à un fort niveau d'endettement et à des difficultés pour transmettre leurs exploitations. Les Pays-Bas se positionnent dans le groupe des trois leaders mondiaux en matière d'exportations de produits laitiers. Les volumes exportés sont, par ailleurs, en constante augmentation depuis 2015. Le pays fait cependant face à des contraintes environnementales croissantes, ce qui a conduit la filière laitière néerlandaise à revoir son système d'élevage et à diminuer sa production depuis 2017.

Conclusion

Sans être leader sur un axe en particulier, la France confirme les forces de sa filière laitière en 2019, comparativement à douze de ses concurrents. Les exportations françaises de produits laitiers se sont d'ailleurs redressées en 2019. La situation reste toutefois fragile dans un contexte international de plus en plus volatil, notamment en période de crise (y compris sanitaire comme en 2020) et donc de plus en plus compétitif.

FLASHEZ
MOI



NOTES


NOTES



CATALOGUE DES PUBLICATIONS 2020
édition février 2021

Directrice de la publication : Christine Avelin
Conception et réalisation : Unité Documentation / Studio PAO
Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR