



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

cnaol
CONSEIL NATIONAL
DES APPELLATIONS
D'ORIGINE LAITIÈRES

Chiffres clés 2016

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



Les Appellations d'Origine Protégées

45

FROMAGES

3

BEURRES

2

CRÈMES



Lait de vache
part collecte française

9,9 %

196 216 T (tonnage 2016)

75% au lait cru

+1%



CA 1,7 Mrd EUR

33 295 T (tonnage 2016)

+7%



CA 166 Mio EUR

6 177 T (tonnage 2016)

+9%



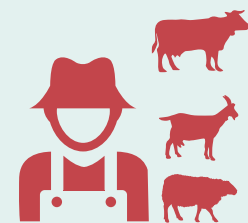
CA 26 Mio EUR



Lait de chèvre
part collecte française

13,4 %

27% du CA fromage des
entreprises laitières françaises

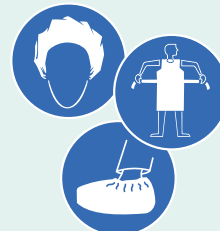


17 927 éleveurs



1 248 fermiers

382 ateliers



Lait de brebis
part collecte française

40,9 %



Les Indications Géographiques Protégées



Volume total des produits laitiers IGP :

21 256 T (tonnage 2016)

147 Mio EUR

1,5 % du CA produits grande
conso entreprises laitières

7

FROMAGES

1

CRÈME



Lait de vache
part collecte française

soit
0,8 %
de la
collecte
française

Chiffres clés 2016

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

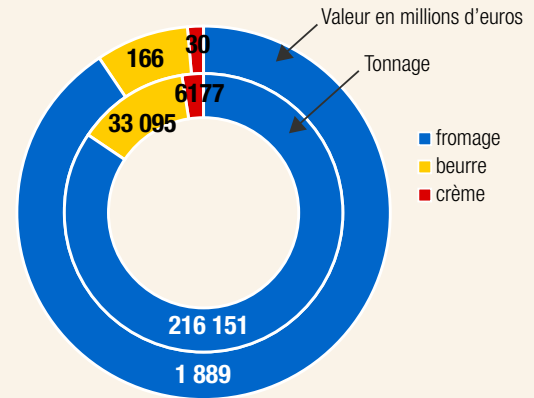
Les Indications Géographiques (IG)

En 2016, 58 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique : 50 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 8 d'une Indication Géographique Protégée (IGP).

	AOP	IGP
fromages	45	7
beurres	3	-
crèmes	2	1

Parmi les 52 fromages, 35 sont fabriqués avec du lait de vache, 14 avec du lait de chèvre et 3 avec du lait de brebis. En 2016, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élevaient à 255 424 tonnes, pour un chiffre d'affaires estimé à 2,084 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage¹, soit près de 13,5 % du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises².

Tonnage et chiffres d'affaires des produits laitiers commercialisés sous IG en 2016



19 343 producteurs de lait, 1 281 producteurs fermiers et 423 établissements de transformation.

Les Appellations d'Origines Protégées (AOP)

En 2016, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élevaient à **235 489 tonnes**, ils augmentent de 2 % par rapport à 2015. Le tonnage commercialisé de fromages AOP a atteint 196 217 tonnes (+1 % par rapport à 2015 ; - 1 % par rapport à 2006).

17 927 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP³. Parmi les producteurs livreurs, 24 % des éleveurs de vaches laitières, 88 % des éleveurs de brebis laitières et 34 % des éleveurs de chèvres produisent du lait selon les conditions d'au moins un cahier des charges AOP⁴. De même, plus de 20 % des producteurs fermiers fabriquent des fromages AOP.

Le chiffre d'affaires des produits laitiers AOP est de **1,94 milliard d'euros** sortie fabrication – affinage (+5 % par rapport à 2015), soit 12,5 % du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises¹.

En France, les fromages AOP représentent :

- 10 % des fabrications de fromages affinés,
- 75 % des fabrications de fromages au lait cru,
- 1,7 milliard d'euros de chiffre d'affaires, soit 27 % du chiffre d'affaires « fromages » autres que frais et fondus, des entreprises laitières¹.

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOP (millions de litres)	Part de la collecte française de lait
Lait de vache	2 367	9,9 %
Lait de chèvre	63	13,4 %
Lait de brebis	116	40,9%

Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

En 2016, le fromage Soumaintrain a été reconnu IGP. Il y a désormais 7 fromages et une crème IGP en France. Ces produits sont tous au lait de vache. 1 700 producteurs de laits sont engagés dans une ou plusieurs démarches IGP³.

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières IGP (millions de litres)	Part de la collecte française de lait
lait de vache	179	0,8 %

En 2016, les volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élevaient à **21 256 tonnes** (+2 % par rapport à 2015 et +1,5 % à nombre de produits équivalent). 61 % des volumes sont au lait cru, 3 % sont des fabrications fermières.

Le chiffre d'affaires des produits laitiers IGP est de **147 millions d'euros¹** sortie fabrication – affinage (1,5 % du CA des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises²).

¹ Données 2016 IRI, RNM, ODG, traitement CNAOL-INAO

² SSP Enquête annuelle laitière 2016 (Procom 1051 fabrication de lait liquide et produits frais, fabrication de beurre, fabrication de fromage), traitement CNAOL-INAO

³ INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités quatrième trimestre 2015 (AOP/IGP)

⁴ Agreste Enquête Annuelle Laitière 2016 (EAL 2016) et source 2, traitement CNAOL-INAO

Les volumes commercialisés des différents produits laitiers AOP et leur évolution

Fromages AOP au lait de vache	2006 (tonnes)	2014 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016/2015	2016/2006
Bleu d'Auvergne <i>dont fermier</i>	6 339 <i>nd</i>	5 146 <i>32</i>	4 965 <i>36</i>	4 920 <i>41</i>	-0,9% <i>13,9%</i>	-22,4% <i>nd</i>
Bleu de Gex-Haut-Jura	539	470	469	479	2,1%	-11,1%
Bleu des Causses	832	510	489	461	-5,7%	-44,6%
Bleu du Vercors-Sassenage <i>dont fermier</i>	172 <i>nd</i>	308 <i>nd</i>	346 <i>54</i>	366 <i>46</i>	5,8% <i>-14,8%</i>	112,8% <i>nd</i>
Fourme d'Ambert <i>dont fermier</i>	6 155 <i>nd</i>	5 118 <i>51</i>	5 197 <i>57</i>	5 392 <i>58</i>	3,7% <i>1,8%</i>	-12,4% <i>nd</i>
Fourme de Montbrison ¹	498	533	542	561	3,5%	12,7%
Total pâtes persillées	14 535	12 085	12 008	12 179	1,4%	-16,2%
Abondance <i>dont fermier</i>	1 760 <i>nd</i>	2 823 <i>777</i>	2 818 <i>818</i>	2 819 <i>904</i>	0,0% <i>10,5%</i>	60,2% <i>nd</i>
Beaufort	4 320	5 004	5 050	5 340	5,7%	23,6%
Comté	45 770	54 257	54 704	54 390	-0,6%	18,8%
Total PPC	51 850	62 084	62 572	62 549	0,0%	20,6%
Cantal <i>dont fermier</i>	17 298 <i>nd</i>	13 870 <i>190</i>	13 704 <i>226</i>	13 722 <i>319</i>	0,1% <i>41,2%</i>	-20,7% <i>nd</i>
Laguiole <i>dont fermier</i>	689 <i>nd</i>	667 <i>11</i>	666 <i>14</i>	668 <i>15</i>	0,2% <i>7,1%</i>	-3,1% <i>nd</i>
Morbier <i>dont fermier</i>	6 938 <i>nd</i>	9 187 <i>28</i>	9 554 <i>31</i>	9 732 <i>31</i>	1,9% <i>1,6%</i>	40,3% <i>nd</i>
Reblochon <i>dont fermier</i>	16 480 <i>nd</i>	15 140 <i>2 035</i>	15 658 <i>2 002</i>	15 972 <i>1 943</i>	2,0% <i>-2,9%</i>	-3,1% <i>nd</i>
Saint-Nectaire <i>dont fermier</i>	13 655 <i>nd</i>	13 858 <i>6 911</i>	13 532 <i>6 739</i>	13 763 <i>7070</i>	1,7% <i>4,9%</i>	0,8% <i>nd</i>
Salers ²	1 370	1 491	1 391	1 161	-16,5%	-15,3%
Tome des Bauges <i>dont fermier</i>	730 <i>nd</i>	906 <i>120</i>	924 <i>100</i>	869 <i>155</i>	-6,0% <i>55,0%</i>	19,0% <i>nd</i>
Total PPNC	57 160	55 119	55 429	55 887	0,8%	-2,2%
Brie de Meaux ¹	7 421	6 255	6 229	6 362	2,1%	-14,3%
Brie de Melun ¹	232	255	274	269	-1,8%	15,9%
Camembert de Normandie ¹	13 042	5 090	5 015	5 549	10,6%	-57,5%
Chaource ¹	2 445	2 500	2 448	2 453	0,2%	0,3%
Epoisses ¹	1 036	1 396	1 359	1 376	1,3%	32,8%
Langres ¹	418	552	597	606	1,4%	44,9%
Livarot ¹	1 250	966	984	966	-1,8%	-22,7%
Maroilles <i>dont fermier</i>	2 864 <i>nd</i>	4 166 <i>275</i>	4 059 <i>261</i>	4 147 <i>269</i>	2,2% <i>3,1%</i>	44,8% <i>nd</i>
Mont d'Or ¹	4 328	4 860	5 088	5 409	6,3%	25,0%
Munster <i>dont fermier</i>	8 250 <i>nd</i>	6 621 <i>832</i>	6 414 <i>804</i>	6 349 <i>784</i>	-1,0% <i>-2,5%</i>	-23,0% <i>nd</i>
Neufchâtel <i>dont fermier</i>	1 533 <i>nd</i>	1 660 <i>490</i>	1 702 <i>502</i>	1 703 <i>497</i>	0,0% <i>-1,0%</i>	11,1% <i>nd</i>
Pont-l'Évêque <i>dont fermier</i>	2 901 <i>nd</i>	2 332 <i>79</i>	2 228 <i>90</i>	2 217 <i>89</i>	-0,5% <i>-1,1%</i>	-23,6% <i>nd</i>
Total pâtes molles	45 720	36 653	36 397	37 405	2,8%	-18,2%
Total fromages AOP au lait de vache	169 265	165 941	166 406	168 020	1,0%	- 0,7%

Fromages AOP au lait de brebis	2006 (tonnes)	2014 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016/2015	2016/2006
Brocciu <i>dont fermier</i>	536 <i>nd</i>	323 <i>12</i>	380 <i>42</i>	406 <i>78</i>	6,9% <i>85,7%</i>	-24,2% <i>nd</i>
Ossau-Iraty <i>dont fermier</i>	3 297 <i>nd</i>	3 769 <i>412</i>	4 043 <i>422</i>	4 248 <i>458</i>	5,1% <i>8,5%</i>	28,8% <i>nd</i>
Roquefort	18 863	16 884	16 784	16 631	-0,9%	-11,8%
Total fromages AOP au lait de brebis	22 696	20 976	21 207	21 285	0,4%	- 6,2%

Fromages AOP au lait de chèvre	2006 (tonnes)	2014 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016/2015	2016/2006
Banon <i>dont fermier</i>	68 <i>nd</i>	67 13	75 14	75 14	-0,1% 3,7%	10,1% <i>nd</i>
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	515 <i>nd</i>	403 42	398 42	394 40	-1,0% -4,8	-23,5% <i>nd</i>
Charolais <i>dont fermier</i>		73 67	63 <i>nd</i>	62 54	-1,9% <i>nd</i>	
Chavignol <i>dont fermier</i>	1 106 <i>nd</i>	748 238	774 243	822 229	6,2% 5,8%	-25,7% <i>nd</i>
Chevrotin ²	98	74	66	56	-15,2%	-42,9%
Mâconnais <i>dont fermier</i>	15 <i>nd</i>	63 10	75 11	85 06	12,8% -41,8%	464,0% <i>nd</i>
Pélardon <i>dont fermier</i>	216 <i>nd</i>	210 149	225 155	228 157	1,3% 1,3%	5,6% <i>nd</i>
Picodon <i>dont fermier</i>	577 <i>nd</i>	470 120	487 92	516 86	6,0% 6,1%	-10,6% <i>nd</i>
Poulligny-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	298 <i>nd</i>	284 91	291 88	293 77	0,7% -12,5%	-1,6% <i>nd</i>
Rigotte de Condrieu <i>dont fermier</i>		86 22	93 24	100 24	7,5% 0,0%	
Rocamadour <i>dont fermier</i>	1 056 <i>nd</i>	1 123 362	1 182 384	1 275 371	7,9% 1,9%	20,7% <i>nd</i>
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 270 <i>nd</i>	1 523 416	1 606 431	1 618 422	0,7% 2,1%	27,4% <i>nd</i>
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	748 <i>nd</i>	973 185	1 007 190	1 031 187	2,4% -1,6%	37,8% <i>nd</i>
Valençay <i>dont fermier</i>	339 <i>nd</i>	347 120	367 125	357 117	-2,7% -6,4%	5,3% <i>nd</i>
Total fromages AOP au lait de chèvre	6 306	6 471	6 709	6 912	3,0%	9,6%

Total fromages AOP <i>dont fermier</i>	198 267 <i>nd</i>	193 338 16 020	194 322 15 825	196 217 16 188	1,0% 2,3%	- 1,0% <i>nd</i>
---	------------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------	-----------------------------

Beurre AOP / AOC	2006 (tonnes)	2014 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016/2015	2016/2006
Bresse		212	257	315	22,6%	
Charentes-Poitou	22 800	27 736	24 909	26 628	6,9%	16,8%
Isigny	4 286	5 462	5 804	6 152	6,0%	43,5%
Total beurres AOP	27 086	33 410	30 970	33 295	6,9%	22,2%

Crème AOP / AOC	2006 (tonnes)	2014 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016/2015	2016/2006
Bresse		428	449	504	12,2%	
Isigny	3 954	4828	5 227	5 673	8,5%	43,5%
Total crèmes AOP	3 954	5 276	5 676	6 177	8,8%	56,2%

Total AOP laitières	229 307	232 074	230 968	235 489	2,0%	2,7%
----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------	-------------

Les volumes commercialisés en IGP

fromage IGP	2011 (tonnes)	2015 (tonnes)	2016 (tonnes)	2016 / 2015	2016 / 2011
Emmental de Savoie	2 560	2 808	2 676	-4,7%	4,5%
Emmental français Est-Central	2 933	3 096	3 310	6,9%	12,9%
Gruyère	0	1 889	2 190	16,0%	100,0%
Saint-Marcellin <i>dont fermier</i>	0 <i>ss</i>	2 600 <i>ss</i>	2 600 50	0,0% <i>ss</i>	100,0% <i>ss</i>
Tomme de Savoie <i>dont fermier</i>	5 940 480	6 582 536	6 404 575	-2,7% 7,3%	7,8% 19,8%
Tomme des Pyrénées	2 372	2 584	2 662	3,0%	12,2%
Soumaintrain <i>dont fermier</i>			92 21		
Total fromages IGP	13 805	19 559	19 935	0,9%	44,4%

² fabrications fermières uniquement ; ss secret statistique

Les volumes commercialisés des différents produits laitiers AOP et leur évolution



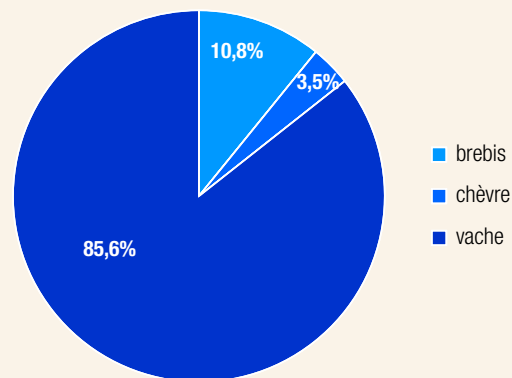
La commercialisation des produits laitiers d'appellation est dans une dynamique positive. Entre 2015 et 2016, le tonnage commercialisé a augmenté de 2 % avec une progression marquée des crèmes et beurres AOP.

Les fromages AOP

Les tonnages commercialisés de fromages AOP ont augmenté de 1 % entre 2015 et 2016. En revanche, ils restent inférieurs à leur niveau de 2006 (-1 %). En comparaison, l'ensemble des productions de fromages (sauf fondus) de l'industrie laitière a baissé de 1,6 % pendant la même période.

En 2016, les volumes commercialisés de fromages au lait de chèvre poursuivent leur croissance (+3 %). C'est le segment qui a la plus forte croissance depuis 10 ans (+9,6 %), en sachant que deux nouvelles AOP caprines ont été reconnues en 2009 et 2010. La commercialisation des fromages au lait de brebis reste stable depuis l'année dernière (+0,4 %) et celle des fromages au lait de vache est en légère progression (+1 %).

Part de chaque espèce dans la commercialisation de fromages AOP en 2016

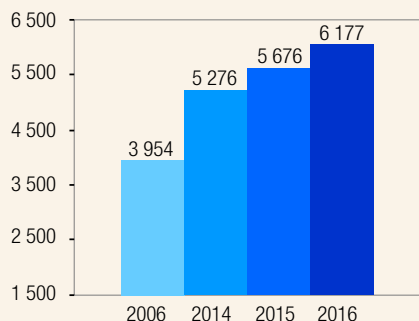


Les crèmes AOP

Les crèmes d'Isigny et de Bresse poursuivent leur croissance (+8,5 % et +12,2 % respectivement). Les volumes commercialisés de crème de Bresse ont dépassé les 500 tonnes.

Au total les **volumes de crèmes commercialisés en AOP progressent de 8,8 %**, dans un contexte où les fabrications françaises de crème fraîche supérieure à 30 % de matière grasse restent stables entre 2015 et 2016¹ et la commercialisation de crème fraîche épaisse régresse de 3 % dans les GMS.

Crème AOP

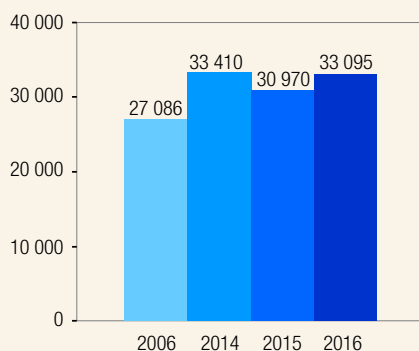


Les beurres AOP

Le beurre Charentes-Poitou renoue avec la croissance pour progresser de 6,9 % sans pour autant atteindre les tonnages commercialisés en 2014. Les beurres de Bresse et d'Isigny poursuivent leur croissance (respectivement +22,6 % et +6 % par rapport à 2015).

Les tonnages de **beurres AOP progressent au total de 6,9 %** pour atteindre 33 095 tonnes (+22,2 % depuis 2006). Les fabrications françaises de beurre régressent légèrement sur la même période (-1,1 %)¹.

Beurres AOP



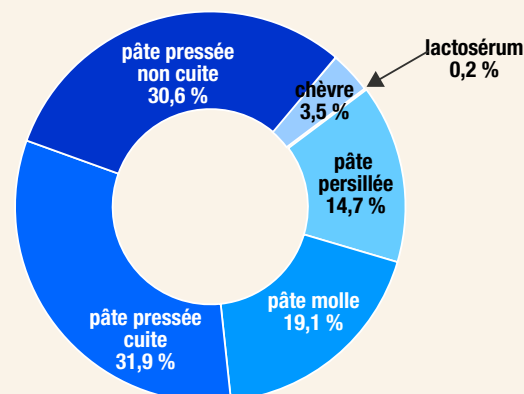
Les fromages AOP par technologie



Deux familles de fromages totalisent plus de la moitié des volumes commercialisés : les pâtes pressées non cuites (PPNC : 30,6 %) et les pâtes pressées cuites (PPC : 31,9 %). La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage depuis 2011, reste stable entre 2015 et 2016. La part des pâtes persillées ne varie pas, avec une érosion du tonnage des pâtes persillées au lait de brebis, compensée par une progression de 1,4 % des pâtes persillées au lait de vache. Depuis 2011, c'est la seule famille qui régresse en volume (-4,9 %). Après plusieurs années de stabilité, les pâtes molles progressent de 2,8 % entre 2015 et 2016 et dépassent pour la première fois leur tonnage de 2008, tirées par le Camembert de Normandie, le Mont d'Or et le Brie de Meaux (respectivement +10,6 %, +6,3 % et +2,1 %).

Les volumes commercialisés de PPNC AOP augmentent légèrement en 2016 (+1 %), tirés par la progression des PPNC au lait de brebis qui représentent le secteur le plus dynamique (+ 5 % depuis 2015 et + 22 % depuis 2011).

Part des fromages AOP par technologie en 2016

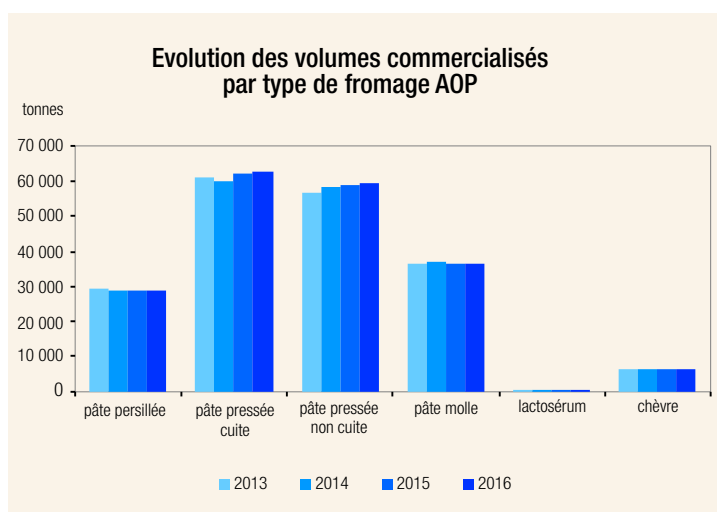


¹ Agreste EAL 2016

Pour les PPNC au lait de vache, les évolutions sont contrastées par rapport à 2015 : le reblochon, le Morbier et le Saint-Nectaire progressent (respectivement +2 %, +1,9 % et 1,7 %), le Cantal et le Laguiole restent stables alors que le Salers et la tome des Bauges reculent (-16,5 % et -6 %).

Dans les pâtes persillées AOP au lait de vache, le recul du bleu des Causses et du bleu d'Auvergne (-5,7 % et -0,9 %) est compensé et dépassé par la progression du bleu du Vercors Sassenage, de la fourme d'Ambert, de la fourme de Montbrison et du bleu de Gex (respectivement +5,8 %, +3,7 %, +3,5 % et +2,1 %).

La croissance des fromages de chèvre AOP repose principalement sur le fort dynamisme de quelques AOP (Mâconnais +12,8 %, Rocamadour +7,9 %, Rigotte de Condrieu +7,5 %, Chavignol +6,2 % et Picodon +6 %) qui compensent le fort repli de certaines appellations comme le Chevrotin (-15 %).



Évolution des volumes commercialisés en AOP au lait cru et fermier

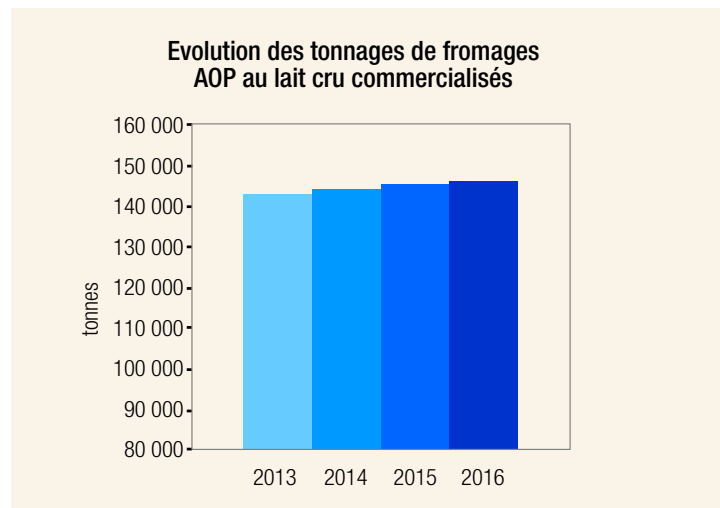
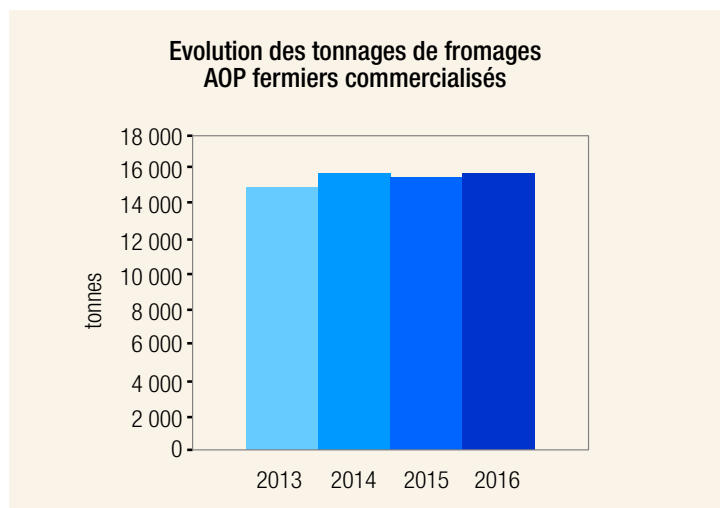


Les fabrications fermières AOP représentent 8,25 % des fromages AOP commercialisés. En 2016, elles reprennent leur progression et augmentent de 2,3 % par rapport à 2015. En 4 ans, elles ont augmenté de 6,8 %. Les plus gros contributeurs sont le Saint-Nectaire, le Reblochon, le Salers, l'Abondance et le Munster.

Les fromages AOP sont le plus souvent fabriqués avec du lait cru (147 995 tonnes, soit 75,4 % du tonnage contre 10 % pour l'ensemble des

fromages affinés!). Les volumes commercialisés de fromages AOP au lait cru sont en progression par rapport à 2015 (+1,3 %).

Les baisses de tonnages au lait cru accusées par le Comté (-314 t) et le Roquefort (-153 t) sont largement compensées par les principales hausses observées pour le camembert de Normandie (+534 t), le Saint-Nectaire (+331 t), le Mont d'Or (+321 t) et reblochon (+314 t).



Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP



Les pâtes pressées non cuites représentent 46 % des volumes de fromages IGP, les pâtes pressées cuites 41 % et les pâtes molles 13 %. Si le tonnage pâte molle et croûte fleurie est stable entre 2015 et 2016, les pâtes pressées cuites augmentent de +4,9 % mais avec des disparités fortes (-4,7 % pour l'Emmental de Savoie contre +16 % pour le Gruyère). Les pâtes pressées non cuites reperdent leur progression de l'année dernière, avec -1 % de croissance.

Avec 13 029 tonnes produites en 2016 (61,3 % des volumes de fromages IGP), la production de lait cru diminue légèrement, -0,4 % entre 2015 et 2016. Cela s'explique principalement par la baisse des volumes produits d'Emmental de Savoie et de Tomme de Savoie entre 2015 et 2016 ainsi qu'au retour de la part du lait cru dans la production de Tomme de Savoie à son niveau de 2014 (de 80 % en 2015 à 75 % en 2014 et 2016).

Le Soumaintrain, nouvelle indication géographique cette année, est produit pour environ 20 % au lait cru et fermier.

Cela fait de lui le fromage IGP avec la plus grande part de production fermière, même si les volumes correspondants restent inférieurs à ceux de la Tomme de Savoie (575 tonnes, +7 % par rapport à 2015 contre 21 tonnes pour le Soumaintrain).



DROITS PHOTO : ODG SOUMAINTRAIN

Évolution des ventes en volume et valeur des fromages en GMS et hard discount¹

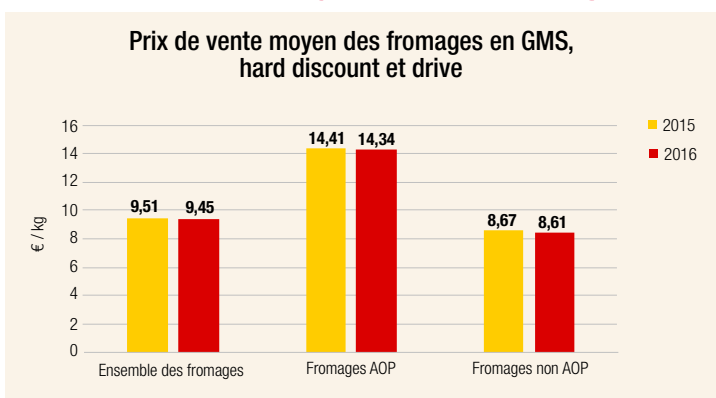
	Achats 2015		Achats 2016		Évolutions 2016/2015	
	en tonnes	en 1000 €	en tonnes	en 1000 €	en volume	en valeur
Fromages AOC/AOP	113 145	1 434 35	118 911	1 494 64	5,10 %	4,20 %
Fromages non AOC/AOP	682 442	5 941 419	689 826	5 963 358	1,08 %	0,37 %

TOTAL	795 587	7 375 770	808 736	7 458 006
Part des AOC/AOP	14,2 %	19,4 %	14,7 %	20,0 %

L'année 2016 est une année favorable à la commercialisation des fromages AOP en grandes et moyennes surfaces (GMS) et hard discount. Leurs ventes progressent en volume (+5,1 %) comme en valeur (+4,2 %) de manière plus marquée que pour les fromages non AOP.

La part de marché des fromages AOP augmente légèrement en valeur (+0,6 points) et en volume (+0,5 points) pour atteindre respectivement 20 % et 14,7 % du marché des fromages en GMS et hard discount.

Prix de vente moyen des fromages¹

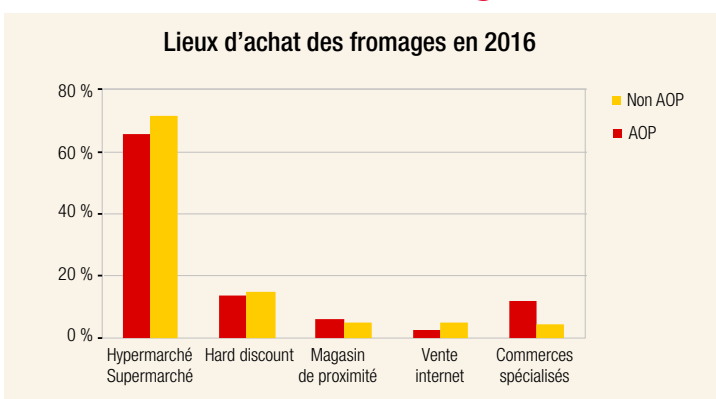


Le prix des fromages AOP en GMS et hard-discount régresse légèrement en 2016 par rapport à 2015 (- 0,5 %) suivant la tendance des fromages non AOP (-0,7 %).

Le différentiel entre les prix AOP et non AOP est stable. Il est de 5,73 €/kg en 2016 (-0,01 points par rapport à 2015).

Les fromages AOP ont des prix de ventes en moyenne 66 % plus élevés que ceux des fromages non AOP.

Lieux d'achats des fromages²



Les ventes de fromages AOP et non AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (66 % pour les AOP et 71 % pour les non AOP). Contrairement aux fromages non AOP, la part des ventes dans ce circuit pour les fromages AOP diminue par rapport à 2015 (-2,6 %) pour atteindre la part la plus faible jamais atteinte depuis 2012. Alors que la part des fromages non AOP régresse en 2016 en hard discount, elle augmente pour les fromages AOP (+6,9 %). Le segment le plus dynamique est celui de la vente en ligne, incluant le « drive », qui augmente de plus de 8 % pour les fromages AOP (équivalente à celle des fromages non AOP).

Les parts de marché des fromages AOP en magasins de proximité et commerces spécialisés restent supérieures à celles des fromages non AOP (respectivement 0,3 points et 7,3 points en 2016).

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

	AOP					Non AOP				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Hypermarché + Supermarché	67,7 %	67,2 %	68,0 %	67,5 %	65,8 %	72,1 %	71,3 %	71,1 %	70,4 %	71,2 %
Hard Discount	14,5 %	13,2 %	12,6 %	12,9 %	13,8 %	17,5 %	16,5 %	15,9 %	15,9 %	14,6 %
Magasins de proximité	5,0 %	5,3 %	5,5 %	5,5 %	5,8 %	5,0 %	5,0 %	5,3 %	5,1 %	5,2 %
Ventes Internet	0,8 %	2,0 %	2,1 %	2,5 %	2,7 %	1,7 %	3,3 %	3,7 %	4,4 %	4,7 %
Commerces spécialisés	11,9 %	12,3 %	11,9 %	11,6 %	11,9 %	3,8 %	3,9 %	4,0 %	4,2 %	4,3 %

¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL

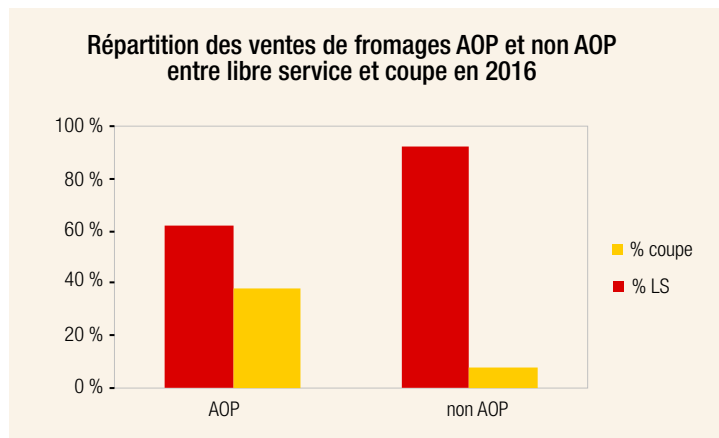
² Panel Kantar Worldpanel

Répartition des ventes de fromages par rayon¹

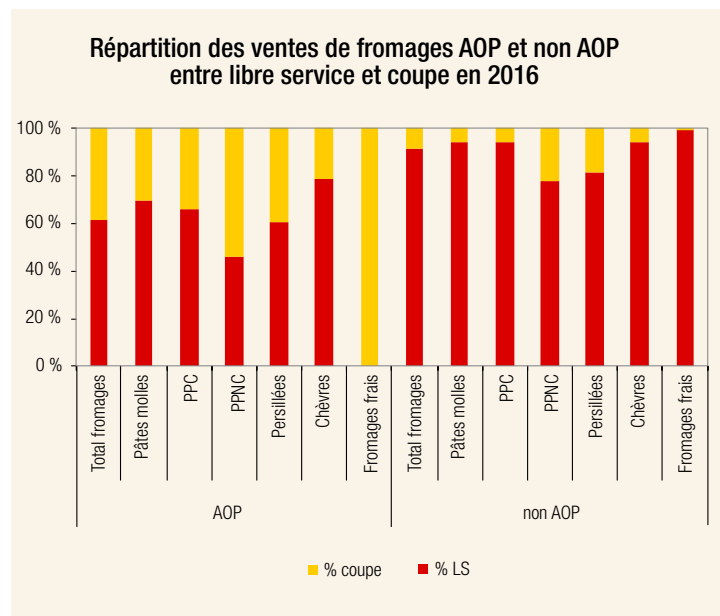
Les ventes réalisées en GMS et hard discount se répartissent entre libre-service (LS) et coupe.

Pour les fromages AOP, cette répartition est respectivement de 62 % et 38 %. La répartition entre les deux rayons semble se stabiliser depuis quelques années. La part de la coupe dans les ventes de fromages AOP est 5 fois plus importante que pour les fromages non AOP qui sont vendus à 92 % en LS et à 8 % à la coupe.

Entre 2015 et 2016, les ventes AOP en volume progressent davantage au rayon LS (+1,9 %) qu'au rayon coupe (+0,2 %) tandis que les fromages non AOP restent stables au rayon LS mais progressent plus fortement au rayon coupe (+0,6 %).



Au sein des fromages AOP, une distinction peut être faite selon les types de produits. Les fromages au lait de chèvre sont vendus pour 79 % de leur volume en LS, suivis par les pâtes molles (70 %), les PPC (66 %) et les pâtes persillées (60,5 %). Les PPNC font figure d'exception avec un niveau de vente plus élevé à la coupe qu'en LS (respectivement 54 % et 46 % des volumes).



Caractérisation des consommateurs de fromages AOP²

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

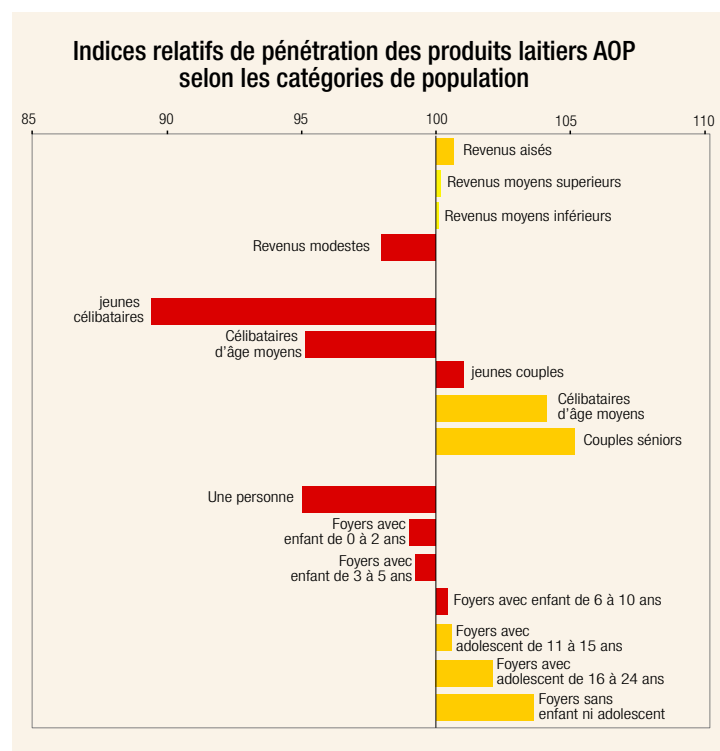
En revanche, la consommation de fromage AOP est le fait de profils de consommateurs plus spécifiques. Le graphique ci-contre illustre la pénétration de l'habitude de consommation du fromage AOP. L'approche est construite sur des indices relatifs.

Le **critère de revenu** n'est pas le plus déterminant. Cet indice se resserre encore un peu plus en 2016 par rapport à 2014 et 2015. Les revenus les plus élevés restent légèrement plus consommateurs.

La **consommation de fromages AOP augmente avec l'âge** : les taux de pénétration sont plus élevés chez les couples d'âge moyens et les seniors.

Enfin, **les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages**. La consommation de fromage AOP est la moins importante dans les foyers célibataires. Pour les foyers avec enfants, le taux de pénétration augmente avec l'âge de ces derniers.

À noter que la classe des foyers sans enfant ni adolescent qui se présentait comme une classe peu consommatrice en 2009 (indice < 100) continue sa progression et représente depuis 2014 la catégorie dans laquelle l'indice de pénétration est le plus élevé.



¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL

² Panel Kantar Worldpanel

Marché des beurres AOP¹

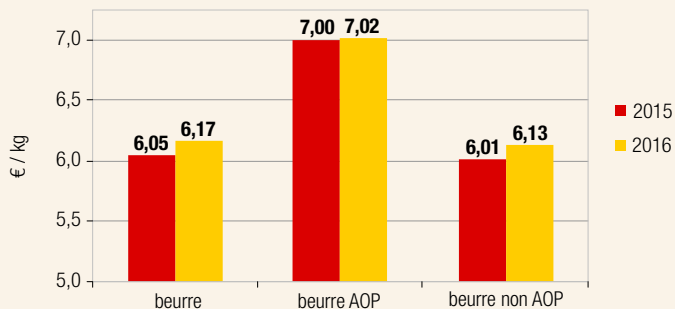


Le marché du **beurre AOP** reste **dynamique** en 2016 et progresse de 8 % en volume et de 8,3 % en valeur. En parallèle, le marché du beurre non AOP régresse légèrement en volume tout en restant stable en valeur.

Les beurres AOP ont gagné 0,4 point de parts de marché. Ils représentent 4,3 % des beurres commercialisés en GMS et hard discount.

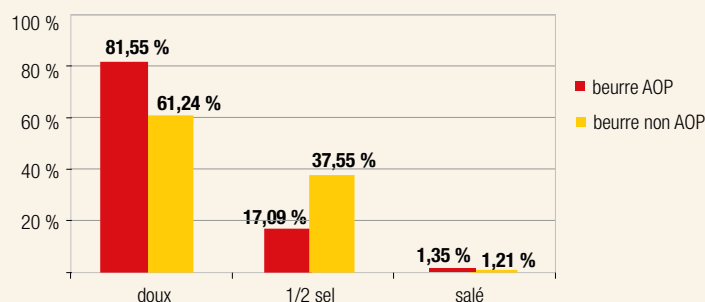
	Ventes 2015		Ventes 2016		Évolutions 2016/2015	
	en tonnes	en 1000 €	en tonnes	en 1000 €	en volume	en valeur
Beurres AOP	6 453	45 161	6 969	48 9164	8,0 %	8,3 %
Beurres non AOP	158 585	953 265	156 134	957 714	-1,5 %	0,5 %
TOTAL	165 039	998 426	163 103	1 006 630		
Part des AOP	3,9 %	4,5 %	4,3 %	4,9 %		

Prix de vente moyen du beurre en GMS et hard discount



Les beurres AOP sont commercialisés en moyenne 14,5 % plus chers que les beurres non AOP. L'écart de prix n'a jamais été aussi bas ces cinq dernières années. Le prix du beurre non AOP continue d'augmenter en 2016 (+2 %) tandis que celui du beurre AOP est stable depuis 2014. Le beurre doux est toujours majoritaire. Il représente plus de 81 % (-7%

Part des différents type de beurre



par rapport à 2015) des ventes pour les appellations mais n'atteint que 61 % hors appellation. La part de beurre demi-sel reste stable et est deux fois moins importante pour les beurres AOP que non AOP. Pour la première fois, la part de beurre salé est supérieure chez les beurres AOP. Cela reste pour autant un segment largement minoritaire.

Marché des crèmes AOP¹



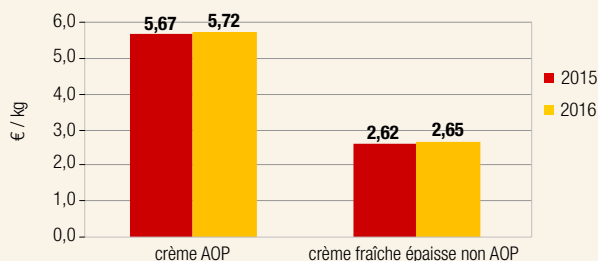
	Ventes 2015		Ventes 2016		Évolutions 2016/2015	
	en tonnes	en 1000 €	en tonnes	en 1000 €	en volume	en valeur
Crèmes AOP	3 131	17 762	3 328	19 053	6,3 %	7,3 %
Crèmes fraîches épaisses non AOP	97 346	255 339	93 862	248 928	-3,6 %	-2,5 %
TOTAL	100 477	273 101	97 100	267 981	-3,3 %	-1,9 %
Part des AOP	3,1 %	6,5 %	3,4 %	7,1 %		

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Dans l'univers global de la crème, les crèmes AOP représentent 1,4 % des parts de marché en volume en 2016. Cette part monte en revanche à 3,4 % parmi les crèmes fraîches nature épaisses.

Si les ventes de crème reculent globalement en hyper, supermarchés et hard discount (-1,6% pour le total crème), **les crèmes AOP se distinguent par leur dynamisme** (+6,3%).

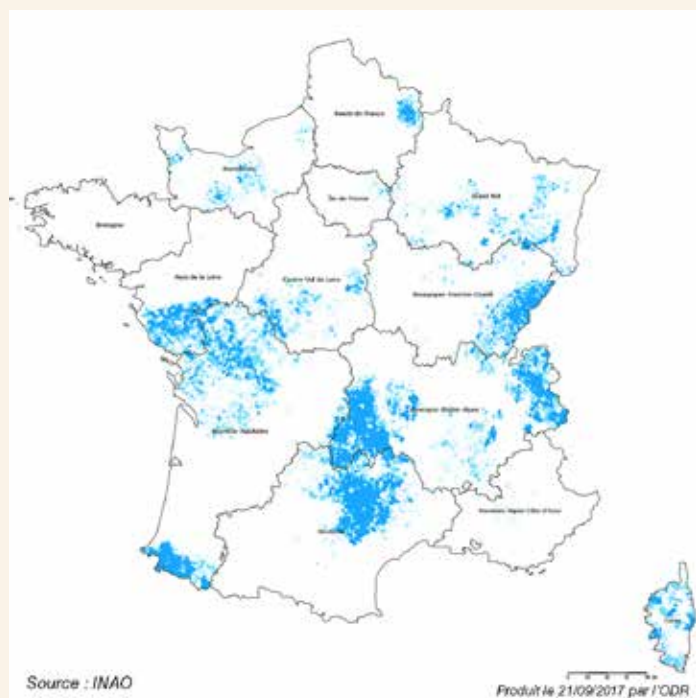
Entre 2015 et 2016, les prix de vente des crèmes augmentent légèrement (+1 %) pour les non AOP comme pour les AOP. Les crèmes AOP sont commercialisées à un prix en moyenne 2 fois supérieurs aux autres crèmes fraîches nature épaisses.

Prix de vente moyen de la crème en GMS et hard discount

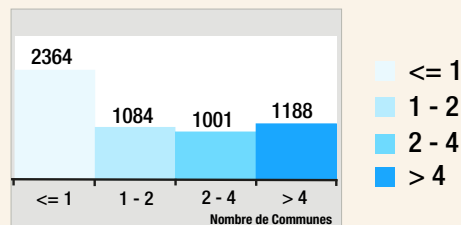


¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL

Répartition des opérateurs laitiers habilités en AOP¹



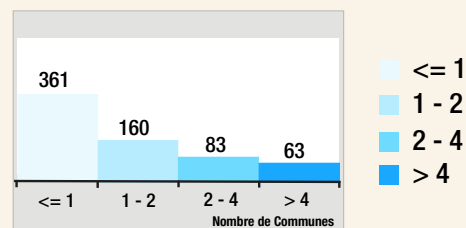
Nombre d'opérateurs habilités par commune



Répartition des opérateurs laitiers habilités en IGP²



Nombre d'opérateurs habilités par commune



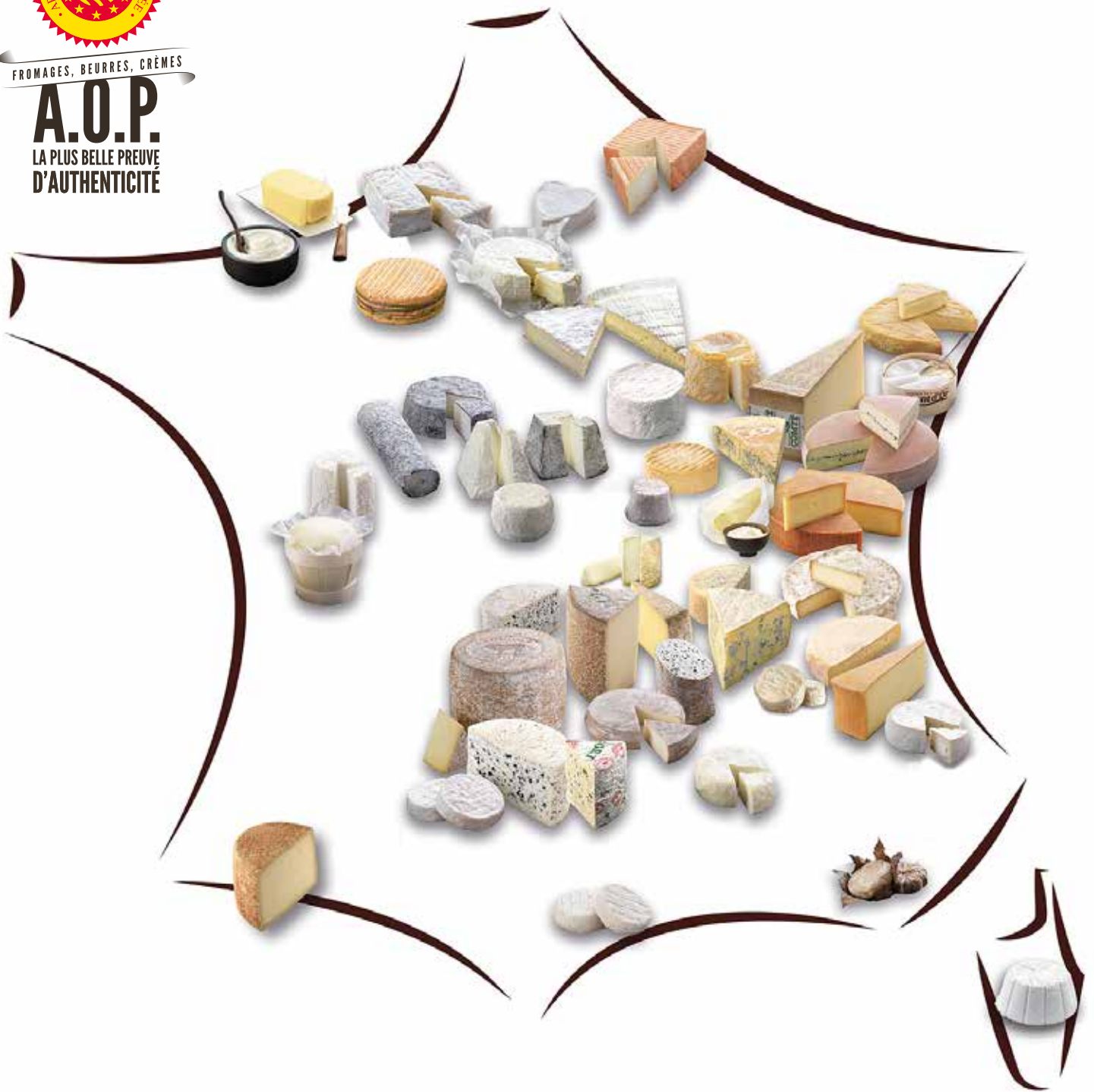
Les cartes permettent de visualiser la répartition géographique des opérateurs habilités en filières laitières AOP et IGP. 15 % des communes françaises ont des opérateurs impliqués en AOP.

La densité d'opérateurs par commune est plus forte en filière AOP (plus de 40 % des communes ont au moins 3 opérateurs habilités contre 21 % en filière IGP).



FROMAGES, BEURRES, CRÈMES

A.O.P.
LA PLUS BELLE PREUVE
D'AUTHENTICITÉ



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

www.fromages-aop.com

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

Contacts : cspelle@cniel.com ; j.regolo@inao.gouv.fr



CONSEIL NATIONAL
DES APPELLATIONS
D'ORIGINE LAITIÈRES

Depuis 2008, le CNAOL et l'INAO réalisent le recueil des données de production par une enquête statistique annuelle conjointe auprès des ODG laitiers.
Les données 2016 ont été collectées auprès des ODG au printemps 2017.

L'INAO et le CNAOL ont ensuite réalisé un travail commun de traitement et d'analyse, aboutissant à ce document.

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

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