

LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

En 2013, 57 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique (IG = AOP/AOC et IGP ; Appellation d'Origine Protégée/Contrôlée, Indication Géographique Protégée).

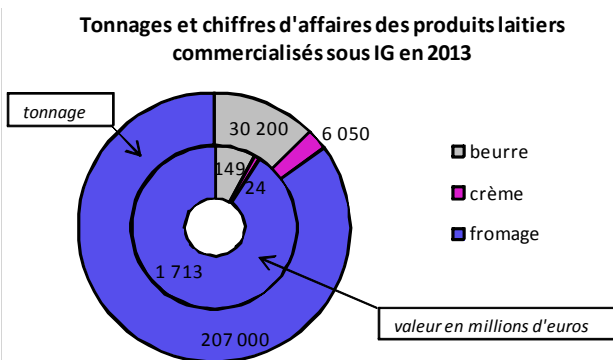
Les **50 Appellations d'Origine Contrôlées laitières sont toutes enregistrées en Appellations d'Origine Protégées** au niveau européen. En effet, depuis le 23 juin 2014, le Charolais, reconnu AOC en 2010, a rejoint le cercle des AOP laitières.

Avec l'enregistrement par la Commission européenne du Saint-Marcellin, **les IGP sont au nombre de 7** depuis novembre 2013.

	AOC/AOP	IGP
fromages	45	6
beurres	3	/
crèmes	2	1

Parmi les 51 fromages, 34 sont fabriqués avec du lait de vache, 14 avec du lait de chèvre et 3 avec du lait de brebis. En 2013, les volumes de produits laitiers

commercialisés sous Indication Géographique s'élevaient à 242 882 tonnes, pour un chiffre d'affaires estimé à 1,89 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage, soit près de 11% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises¹.



Environ **20 800 producteurs de lait, 1 350 producteurs fermiers et 430 établissements de transformation** sont habilités pour ces productions².

LES APPELLATIONS D'ORIGINE PROTÉGÉES

Parmi les 45 **fromages** reconnus en **AOP/AOC** en France, 28 sont fabriqués avec du lait de vache, 14 avec du lait de chèvre et 3 avec du lait de brebis.

Environ **20 000 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP/AOC**. Ainsi 22% des éleveurs de vaches laitières, 96% des éleveurs de brebis laitières et 46% des éleveurs de chèvres produisent du lait selon les conditions d'au moins un cahier des charges d'AOP/AOC. De même plus de 20% des producteurs fermiers fabriquent des fromages AOP/AOC³.

	Estimation du volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOC (millions de litres)	Part de la collecte française de lait ⁵
Lait de vache	2 234	9,6 %
Lait de chèvre	58	12,4 %
Lait de brebis	108	42,4 %



En 2013, les **volumes commercialisés de produits laitiers AOP/AOC s'élevaient à 225 618 tonnes**. Après trois années de croissance, la baisse des volumes commercialisés est de 1,4% en un an contre **3,8% de hausse en 10 ans**.

En 2013, le tonnage commercialisé de **fromages AOP/AOC a atteint 190 681 tonnes** (+0,1% par rapport à 2012 ; +1,2% par rapport à 2003).

74,4 % des volumes sont au **lait cru**

8,1 % sont des **fabrications fermières**. Elles sont réalisées par environ **1 300 producteurs fermiers**.

Le chiffre d'affaires des **produits laitiers AOP/AOC** atteint près de **1,8 milliard d'euros** sortie fabrication – affinage, soit 10,6% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises¹. Le montant est en très légère hausse par rapport à 2012.

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

15,2% des fabrications de fromages affinés,

77 % des fabrications de fromages au lait cru,

1,6 milliard d'euros de chiffre d'affaires, soit 25% du chiffre d'affaires « fromages », autres que frais et fondus, des entreprises laitières¹.

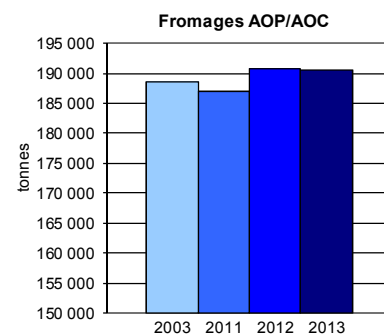
¹ SSP Enquête annuelle laitière 2013 (NAF 1051 A fabrication de lait liquide et produits frais, 1051 B fabrication de beurre, 1051 C fabrication de fromage), traitement INAO - CNAOL

² INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités 2013
³ Recensement agricole, 2010

Les volumes commercialisés en AOP (Sources : ODG, INAO/CNAOL)

Les volumes commercialisés des différents produits laitiers AOP/AOC et leur évolution

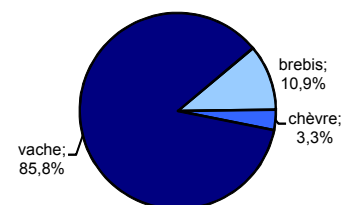
Fromages AOP/AOC au lait de vache	2003 (tonnes)	2011 (tonnes)	2012 (tonnes)	2013 (tonnes)	2013/2012	2013/2003
Bleu d'Auvergne ¹	6 434	5 561	5 207	5 083	-2,4%	-21,0%
Bleu de Gex-Haut-Jura	539	445	472	533	12,9%	-1,1%
Bleu des Causses	983	587	540	537	-0,6%	-45,4%
Bleu du Vercors-Sassenage <i>dont fermier</i>	158	214 41	249 46	287 51	15,3% 10,9%	81,6% nd
Fourme d'Ambert <i>dont fermier</i>	6250	5 307 32	5 307 38	5072 42	-4,4% 10,5%	-18,8% nd
Fourme de Montbrison ¹	504	476	447	498	11,4%	-1,2%
Total pâtes persillées	14 868	12 590	12 222	12 010	-1,7%	-19,2%
Abondance <i>dont fermier</i>	1 211	2 179 658	2 407 686	2512 734	4,4% 7,0%	107,4% nd
Beaufort	4 376	4 900	5 025	4 900	-2,5%	12,0%
Comté	43 479	48 711	52 204	52 764	1,1%	21,4%
Gruyère		1 683	1 632			
Total PPC	49 066	57 473	61 268	60 176	-1,8%	22,7%
Cantal <i>dont fermier</i>	17 974	13 858 159	13 519 149	13718 144	1,5% -3,4%	-23,7% nd
Laguiole ¹	770	715	722	664	-8,0%	-13,8%
Morbier ¹	5 519	8 045	8 528	9 054	6,2%	64,1%
Reblochon <i>dont fermier</i>	16 987	15 013 2066	15 162 2040	15538 2096	2,5% 2,7%	-8,5% nd
Saint-Nectaire <i>dont fermier</i>	12 079	13 285 6601	13 141 6560	13270 6650	1,0% 1,4%	9,9% 25,4%
Salers ²	1 335	1 266	1 325	1 399	5,6%	4,8%
Tome des Bauges <i>dont fermier</i>	550	920 140	960 120	907 120	-5,5% 0,0%	64,9% nd
Total PPNC	55 214	53 102	53 357	54 550	2,2%	-1,2%
Brie de Meaux ¹	6 774	6 173	6 148	6 173	-0,4%	-8,9%
Brie de Melun ¹	231	267	247	247	0,0%	6,9%
Camembert de Normandie ¹	12 541	4 617	4 951	5 112	3,3%	-59,2%
Chaource ¹	1 995	2 453	2 512	2 505	-0,3%	25,6%
Epoisses ¹	796	1 189	1 296	1 389	7,2%	74,5%
Langres ¹	335	465	482	534	10,8%	59,4%
Livarot ¹	1 269	1 053	1 051	1 059	0,8%	-16,5%
Maroilles <i>dont fermier</i>	2 346	4302 259	4 244 260	4132 265	-2,7% 1,6%	76,1% nd
Mont d'Or ¹	3 764	4 771	4 998	4 998	1,0%	34,2%
Munster <i>dont fermier</i>	7 239	6 967 823	6 742 783	6 573 816	-2,5% 4,2%	-6,9% nd
Neufchâtel <i>dont fermier</i>	1 014	1 456 451	1 515 480	1594 470	5,2% -2,1%	57,2% nd
Pont-l'Évêque <i>dont fermier</i>	3 195	2 481 63	2 361 74	2431 75	3,0% 1,4%	-23,9% nd
Total Pâtes molles	41 499	36 194	36 548	36 799	0,7%	-11,3%
Total fromages AOP/AOC au lait de vache	160 647	159 359	163 395	163 535	0,2%	1,8%



Les tonnages commercialisés de fromages AOP/AOC ont progressé de 0,1% entre 2012 et 2013. À noter que les tonnages du Gruyère étaient comptabilisés en 2012 puisque celui-ci était AOC mais pas en 2013 puisqu'enregistré en IGP. À périmètre constant, l'évolution est de +0,9%.

Les quantités commercialisées ont dépassé le niveau de 2009 sans toutefois atteindre celui de 2007-2008. Le taux d'évolution des tonnages commercialisés de fromages AOP/AOC est inférieur à celui des fabrications des fromages affinés français, positif entre 2012 et 2013 (+0,4%)⁴.

Part de chaque espèce dans la commercialisation de fromages AOP/AOC en 2013



En 2013, seuls les volumes commercialisés de fromages au lait de brebis diminuent (-1,2%) du fait du repli du Roquefort (-1,5%). Les volumes de fromages au lait de chèvre renouent avec la croissance (+1,5%) et les fromages au lait de vache augmentent, plus légèrement qu'en 2012 (+0,2% ou +1,2% hors Gruyère).

Sur les 10 dernières années, les tonnages de fromages au lait de chèvre ont progressé de près de 10%, en particulier grâce à la reconnaissance de 5 fromages sur cette période. Ceux des fromages au lait de vache on gagné près de 2% à effectif constant. Les fromages au lait de brebis ont perdu près de 6% de leurs volumes sur cette période.

PPC : Pâte Pressée Cuite ; PPNC : Pâte Pressée Non Cuite

Fromages AOP/AOC au lait de chèvre	2003 (tonnes)	2011 (tonnes)	2012 (tonnes)	2013 (tonnes)	2013/2012	2013/2003
Banon ¹		68	68	62	-8,8%	
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	555	370 34	363 33	378 36	4,1% 9,1%	-32% nd
Charolais ¹		56	53	46	-13,2%	
Chavignol <i>dont fermier</i>	1 160	874 254	848 242	809 229	-4,6% -5,4%	-30,3% nd
Chevrotin ²	76	70	67	65	0,0%	-11,8%
Mâconnais <i>dont fermier</i>		64 55	65 10	61 11	-6,2% 10%	
Pélardon <i>dont fermier</i>	207	218 136	216 138	218 138	-0,9% 0,0%	5,3% nd
Picodon <i>dont fermier</i>	500	471 93	482 92	482 98	0,0% 6,5%	-3,6% nd
Poulligny-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	311	284 95	251 102	310 109	23,5% 6,9%	-0,3%
Rigotte de Condrieu ¹		80	79	78	-1,3%	
Rocamadour <i>dont fermier</i>	808	1 060 349	1 090 353	1100 362	0,9% 2,5%	36,1% nd
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 065	1 350 410	1 334 420	1409 428	5,6% 1,9%	32,3% nd
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	788	997 170	982 177	963 183	-1,9% 3,4%	22,2% nd
Valençay <i>dont fermier</i>	326	377 125	377 124	386 120	2,4% -3,2%	18,4% nd
Total fromages AOP/AOC au lait de chèvre	5 796	6 340	6 275	6 367	1,5%	9,9%

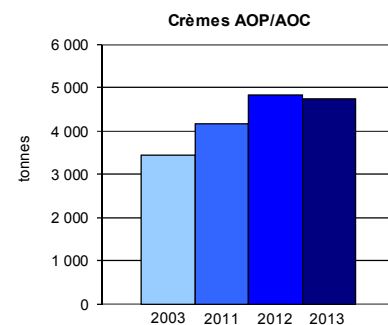
Fromages AOP/AOC au lait de brebis	2003 (tonnes)	2011 (tonnes)	2012 (tonnes)	2013 (tonnes)	2013/2012	2013/2003
Roquefort	18 510	17 482	17 158	16 898	-1,5%	-8,7%
Ossau-Iraty ³ <i>dont fermier</i>	3 067	3 478 327	3 466 311	3466 311	0,0% 0,0%	13,0% nd
Brocciu <i>dont fermier</i>	486	347 47	411 40	415 45	1,0% 12,5%	-14,6% nd
Total fromages AOP au lait de brebis	22 063	21 307	21 035	20 779	-1,3%	-5,8%

Total fromages AOP/AOC dont fermier	188 506	187 006 <i>15 149</i>	190 704 <i>15 110</i>	190 681 <i>15 493</i>	0,1% <i>2,5%</i>	1,2% <i>nd</i>
--	----------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------	--------------------------

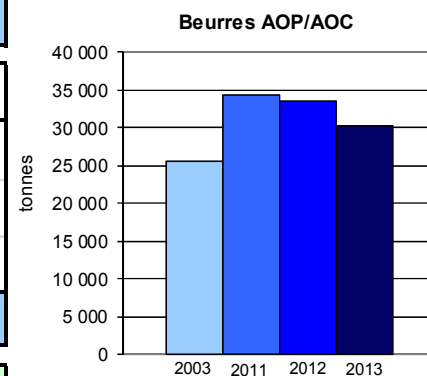
Beurres AOP/AOC	2003 (tonnes)	2011 (tonnes)	2012 (tonnes)	2013 (tonnes)	2013/2012	2013/2003
Bresse			970	970		
Charentes-Poitou	21 000	28 995	27 114	24 049	-11,3%	14,5%
Isigny	4 475	5 415	5 401	5 159	-4,5%	15,3%
Total beurres AOP/AOC	25 475	34 410	33 485	30 178	-9,9%	18,5%

Crèmes AOP/AOC	2003 (tonnes)	2011 (tonnes)	2012 (tonnes)	2013 (tonnes)	2013/2012	2013/2003
Bresse			113	300	165,5%	
Isigny	3 441	4 173	4 727	4 459	-5,7%	29,6%
Total Crèmes AOP/AOC	3 441	4 173	4 840	4 759	-1,7%	38,3%

Total AOP/AOC laitières	217 422	225 589	229 029	225 618	-1,4%	3,8%
--------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	--------------	-------------



Les tonnages de crème d'Isigny commercialisés régressent de 5,7% mais conservent un niveau supérieur à celui de l'année 2011. Le développement des volumes commercialisés de crème de Bresse ne compense pas la diminution des volumes de la crème d'Isigny. Au total les volumes de crèmes commercialisés en AOP baissent de 1,7%, tandis que les fabrications françaises de crème fraîche supérieure à 30% de matière grasse croissent de 2,2% entre 2012 et 2013⁴.



Les volumes de beurre commercialisés en AOP régressent pour la deuxième année consécutive et de manière plus marquée en 2013 qu'en 2012 (respectivement -9,9 et -2,7%).

Les fabrications françaises de beurre diminuent aussi depuis deux ans (-3,2% entre 2012 et 2013)⁴.

nd : non disponible

ss : secret statistique

¹ secret statistique sur les données de production fermière

² fabrications fermières uniquement

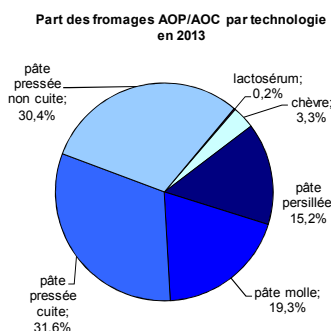
³ données 2012

⁴ Enquête mensuelle laitière 2013

Méthodologie

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 2013 ont été collectées auprès des ODG au printemps 2014. L'INAO et le CNAOL ont ensuite réalisé un travail commun de traitement et d'analyse, aboutissant à ce document.

Les fromages AOP/AOC par technologie



Deux familles de fromages totalisent plus de la moitié des volumes commercialisés : les pâtes pressées non cuites (PPNC : 30,4%) et les pâtes pressées cuites (PPC : 31,5%). La famille des PPC est la première depuis 2011. La part des pâtes persillées continue à s'effriter entre 2012 et 2013 (-0,3 point), celles des autres familles de fromages sont stables.

Les volumes de pâtes pressées cuites AOP commercialisés diminuent entre 2012 et 2013 (-1,8%) après une année de hausse conséquente (+6,6%). Cette diminution s'explique par la reconnaissance du Gruyère en IGP dont les tonnages ne sont donc plus comptabilisés. Hors effet Gruyère, les volumes progressent de 0,9%. Les volumes de Beaufort sont en baisse de 2,5%.

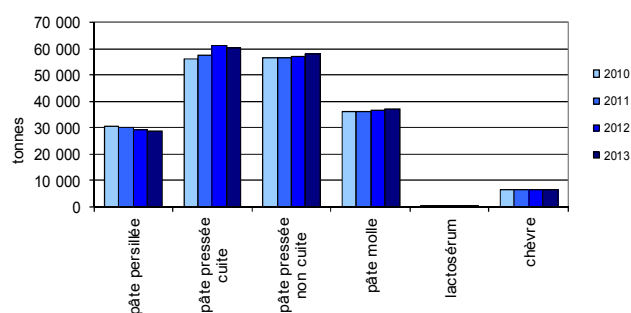
Après s'être stabilisés, les volumes commercialisés de pâtes pressées non cuites AOP s'inscrivent dans une tendance à la hausse (+2,2%). La plupart des fromages de cette famille sont en progression entre 2012 et 2013. Les fromages plus confidentiels sont les seuls à diminuer (-8% pour le Laguiole, -5,5% pour la Tome des Bauges).

La reprise amorcée en 2012 pour les pâtes molles AOP se poursuit à un rythme identique (+0,7% des volumes commercialisés entre 2012 et 2013). Les trois plus fortes hausses en pourcentage concernent le Langres (+10,8%), l'Époisses (+7,2%) et le Neufchâtel (+5,2%). Le Maroilles est en repli pour la deuxième année consécutive, de 2,7%.

Le recul des pâtes persillées AOP s'atténue entre 2012 et 2013 (-1,7%) grâce à la croissance des fromages à plus faible diffusion (Bleu de Gex-Haut-Jura +12,9%, Bleu du Vercors-Sassenage +15,3%, Fourme de Montbrison +11,4%), à la diminution moins forte du Bleu d'Auvergne (-2,4% entre 2012 et 2013 contre -6,4% entre 2011 et 2012) et à la stabilisation des volumes commercialisés en Bleu des Causses (-0,6%). Le Roquefort continue à perdre des volumes (-1,5%).

Les fromages de chèvre AOP/AOC voient leurs volumes commercialisés repartir à la hausse entre 2012 et 2013 (+1,5%). Trois fromages de chèvre du Centre sont en croissance : Pouligny-Saint-Pierre (+23,5%), Sainte-Maure de Touraine (+5,6%) et Valençay (+2,4%). Le Chavignol et le Selles-sur-Cher perdent respectivement 4,6% et 1,9% de leurs volumes. Les fromages de chèvre des autres régions maintiennent leurs volumes, sauf le Charolais (-13,2%). Le Chabichou du Poitou est le seul en hausse (+4,1%).

Evolution des volumes commercialisés par type de fromage AOP/AOC

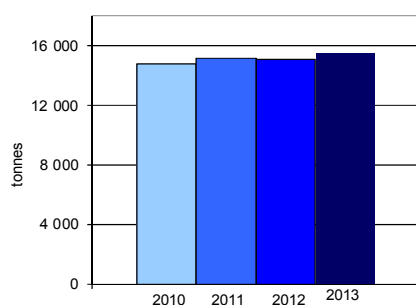


Évolution des volumes commercialisés en AOP/AOC au lait cru et fermiers

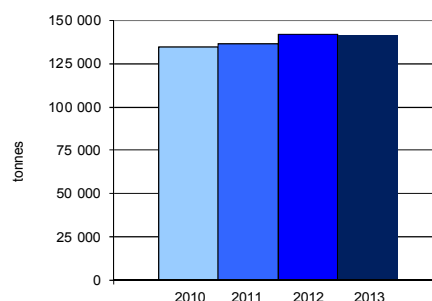
Les fromages AOP sont le plus souvent fabriqués avec du lait cru (141 909 tonnes, soit 74,4% du tonnage contre 14,6% pour l'ensemble des fromages affinés¹). Les volumes commercialisés de fromages AOP/AOC au lait cru ont légèrement régressé en 2013 par rapport à 2012 (-0,1%).

Les baisses de tonnages au lait cru viennent essentiellement de la diminution des tonnages de fromages obligatoirement au lait cru (Roquefort, Beaufort, Laguiole). Les principales hausses s'observent pour le Comté, le Morbier, le Reblochon et le Camembert de Normandie, systématiquement au lait cru. L'utilisation du lait cru progresse aussi pour plusieurs fromages non obligatoirement au lait cru (Chabichou du Poitou, Fourme de Montbrison, Langres, Livarot, Munster, Saint-Nectaire, Neufchâtel et Pont-l'Évêque). Pour ces fromages, excepté le Langres, le Munster et le Saint-Nectaire, le solde positif des volumes au lait cru provient des fabrications laitières.

Evolution des tonnages de fromages AOP/AOC fermiers commercialisés



Evolution des tonnages de fromages AOP/AOC au lait cru commercialisés



Les fabrications fermières progressent de 2,5% entre 2012 et 2013.

Les plus gros contributeurs en volume sont le Saint-Nectaire, le Salers, le Reblochon et l'Abondance. Il est à noter que le nombre de producteurs fermiers de fromages AOP/AOC semble se maintenir entre 2012 et 2013.

¹ Agreste, Enquête annuelle laitière 2013

Le marché des produits laitiers AOP

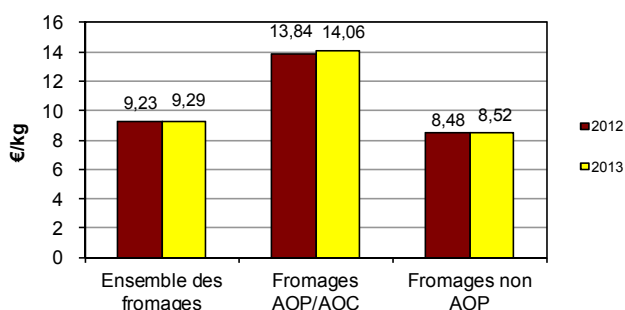
Évolution des ventes en volume et valeur des fromages en GMS et hard discount¹

	Ventes 2012		Ventes 2013		Évolution 2013/2012	
	en tonnes	en 1000€	en tonnes	en 1000€	des volumes	des valeurs
Fromages AOC/AOP	102 424	1 417 408	102 966	1 447 325	0,5%	2,1%
Fromages non AOC/AOP	631 491	5 355 557	632 567	5 388 730	0,2%	0,6%
TOTAL	733 915	6 772 965	735 533	6 836 054		
part des AOC/AOP	14,0%	20,9%	14,0%	21,2%		

Le retour de dynamisme en grandes et moyennes surfaces (GMS) et hard discount observé en 2012 s'atténue en 2013, La progression des ventes de fromages en volume est très modérée. Les fromages AOP/AOC sont néanmoins plus dynamiques que ceux ne bénéficiant pas d'appellation (+0,5% contre +0,2% entre 2012 et 2013). Les ventes en valeur évoluent à la hausse, trois fois plus rapidement pour les fromages AOP/AOC (+2,1% contre +0,6%). Les parts de marché des fromages AOP/AOC sont stables (14,0 % en volume) et progressent toujours en valeur (21,2% ; +0,3 point).

Prix de vente des fromages¹

Prix de vente moyen des fromages en GMS et hard discount

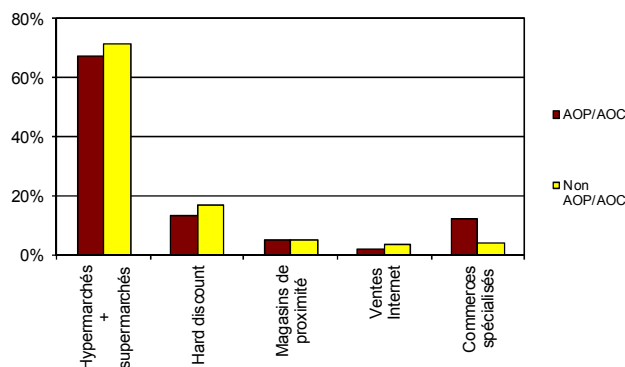


Le prix des fromages AOP/AOC en GMS et hard-discount poursuit sa croissance en 2013 (+1,6%) à un rythme identique aux années précédentes. Malgré la progression des prix des fromages non AOP (+0,7%), le différentiel AOP / non AOP s'accroît toujours. Il atteint 5,54 €/kg en 2013 contre 5,36 en 2012 et 5,20 en 2011.

Les fromages AOP/AOC sont en moyenne 65% plus chers pour le consommateur que les fromages non AOP.

Lieux d'achats des fromages²

Lieux d'achat des fromages en 2013



Les ventes de fromages AOP et non AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (67% pour les AOP/AOC et 71% pour les non AOP).

Après plusieurs années de diminution, la part des ventes dans ce circuit pour les fromages AOP a retrouvé son niveau de 2009. En 2013, les GMS sont à nouveau en repli, au profit de la vente en ligne qui multiplie par 2 ses parts de marché pour l'ensemble des fromages. En effet, le drive qui a connu un développement important en 2013 entre dans cette catégorie.

Le hard discount connaît un revers important avec une perte de 1,3 point et 1 point de part de marché pour les fromages AOP et les fromages non AOP respectivement. La part des ventes des fromages AOP en hard-discount reste moins élevée que celle des fromages non AOP (13,4% contre 16,6%).

Les commerces spécialisés regagnent des parts de marché qu'ils avaient perdues en 2012. Leur place est particulièrement développée pour les fromages AOP (12,3% des parts de marché).

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

	AOP/AOC					Non AOP/AOC				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Hypermarchés + supermarchés	67,7%	67,6%	66,9%	67,7%	67,2%	71,7%	71,7%	72,0%	72,1%	71,4%
Hard discount	14,2%	14,2%	14,6%	14,7%	13,4%	19,5%	19,0%	18,7%	17,6%	16,6%
Magasins de proximité	4,9%	5,2%	5,1%	4,9%	5,1%	4,7%	5,0%	4,8%	4,9%	4,9%
Ventes Internet	0,2%	0,3%	0,4%	0,8%	2,0%	0,2%	0,4%	0,8%	1,7%	3,3%
Commerces spécialisés	13,0%	12,7%	13,0%	11,9%	12,3%	3,9%	3,9%	3,7%	3,7%	3,8%

¹ Panel Symphony IRI/CNIEL

² Panel Kantar Worldpanel

Répartition des ventes de fromages par rayon¹

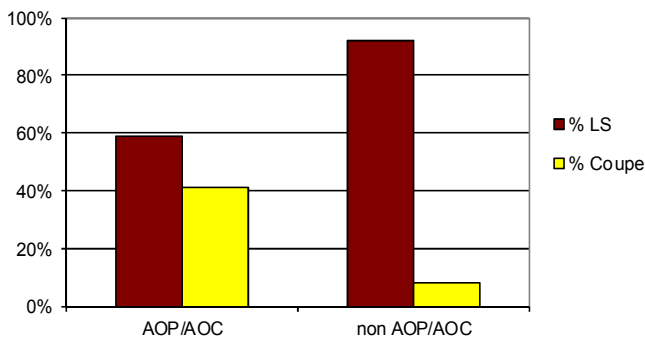
Les ventes réalisées en GMS et hard discount se répartissent entre libre-service (LS) et coupe.

Pour les fromages AOP/AOC, cette répartition est respectivement de 59% et 41%. Même si elle perd progressivement du terrain, la part de la coupe dans les ventes de fromages AOP/AOC est 5 fois plus importante que pour les fromages non AOP qui sont vendus à 92% en LS et à 8% à la coupe.

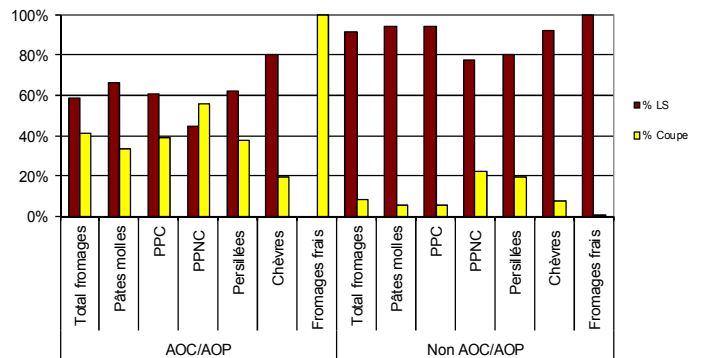
Entre 2012 et 2013, les ventes AOP/AOC en volume évoluent de manière similaire en LS et à la coupe. Les AOP/AOC font figure d'exception dans l'univers fromage, trois fois plus dynamique en LS.

Au sein des fromages AOP/AOC, une distinction peut être faite selon les types de produits. Les chèvres sont vendus pour 80% de leur volume en LS, suivis par les pâtes molles, les pâtes persillées et les PPC entre 60 et 65%. Les PPNC se démarquent par un niveau de vente plus élevé à la coupe qu'en LS (56-44% des volumes).

Répartition des ventes de fromages AOP/AOC et non AOP/AOC entre libre service et coupe en 2013



Répartition des ventes de fromages AOP/AOC et non AOP/AOC entre libre service et coupe en 2013



Caractérisation des consommateurs de produits laitiers AOP/AOC²

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

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

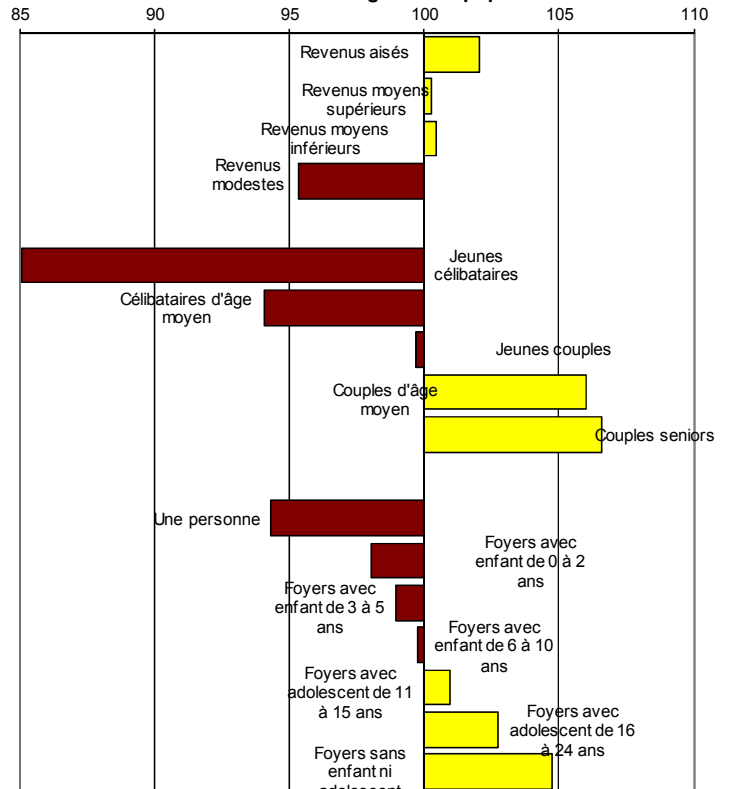
Si le critère de revenu s'était fortement érodé, il est à nouveau segmentant en 2013, la population aux revenus les plus élevés consommant davantage de fromages AOP.

De manière constante, les personnes plus âgées et en couple consomment davantage de fromages AOP.

Enfin, les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages. La présence d'enfants de plus en plus âgés amène à une plus forte pénétration des fromages AOP.

À noter que les foyers sans enfants ni adolescents qui se présentaient comme une classe peu consommatrice en 2009 (indice inférieur à 100) est en 2013 la catégorie dans laquelle l'indice de pénétration est le plus élevé.

Indices relatifs de pénétration des produits laitiers AOP/AOC selon les catégories de population



¹ Panel Symphony IRI/CNIEL

² Panel Kantar Worldpanel

Marché des beurres AOP/AOC¹

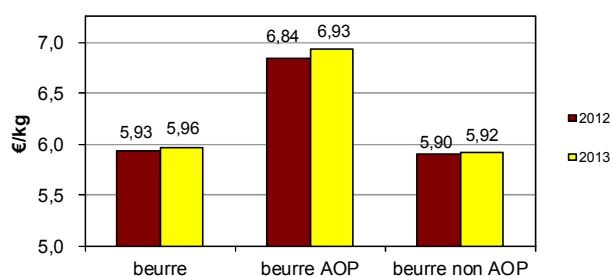
Dans un marché du beurre dynamique en 2013, les beurres AOP/AOC ont éprouvé davantage de difficulté à se positionner. Leurs ventes ont diminué de 2,4% en volume alors que dans le même temps, les ventes de beurre non AOP ont augmenté de 1,3%.

Ainsi, les beurres AOP/AOC représentent 3,4% du marché du beurre en GMS et hard discount, en repli de 0,2 point par rapport à 2012.

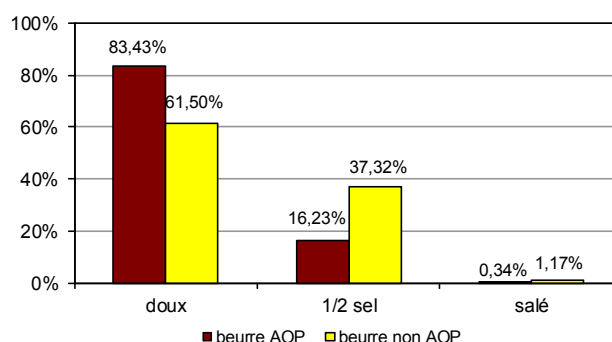
	Ventes 2012		Ventes 2013		Évolution 2013/2012	
	en tonnes	en 1000€	en tonnes	en 1000€	des volumes	des valeurs
Beurres AOP/AOC	5 420	37 082	5 288	36 657	-2,4%	-1,1%
Beurres non AOP	147 010	867 438	148 903	881 852	1,3%	1,7%

TOTAL	152 430	904 520	154 191	918 509
part des AOP/AOC	3,6%	4,1%	3,4%	4,0%

Prix de vente moyen du beurre en GMS et hard discount



Part des différents types de beurre



Le prix payé par le consommateur de beurre AOP/AOC a progressé de 1,3% en 2013, soit 3 fois plus que les beurres sans AOP (+0,4%). Le différentiel de prix s'accroît de 7 centimes et dépasse 1 € par kg. Les beurres AOP/AOC se vendent 17% plus cher que les beurres non AOP.

Si le beurre doux est toujours majoritaire, il représente plus de 80% des ventes pour les appellations mais n'atteint que 60% hors appellation. Le beurre salé reste un segment marginal.

Marché des crèmes AOP/AOC¹

	Ventes 2012		Ventes 2013		Évolution 2013/2012	
	en tonnes	en 1000€	en tonnes	en 1000€	des volumes	des valeurs
crèmes AOP/AOC	2 234	12 405	2 442	13 646	9,3%	10,0%
crèmes non AOP (nature épaisses)	93 152	248 944	93 789	250 003	0,7%	0,4%

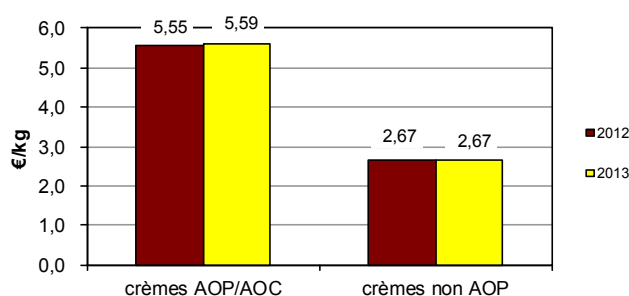
TOTAL	95 386	261 349	96 231	263 649
part des AOP/AOC	2,3%	4,7%	2,5%	5,2%

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Dans l'univers global de la crème, les crèmes AOP/AOC représentent 1,1% des parts de marché en 2013. Cette part monte en revanche à 2,5% parmi les crèmes fraîches nature épaisses.

Dans un secteur assez peu dynamique en hyper, supermarchés et hard discount (+0,7%), les crèmes AOP/AOC se distinguent avec une croissance de 9,3%.

Entre 2012 et 2013, les prix sont globalement restés stables. Néanmoins, les crèmes AOP/AOC sont plus de 2 fois plus chères pour le consommateur que les autres crèmes fraîches nature épaisses.

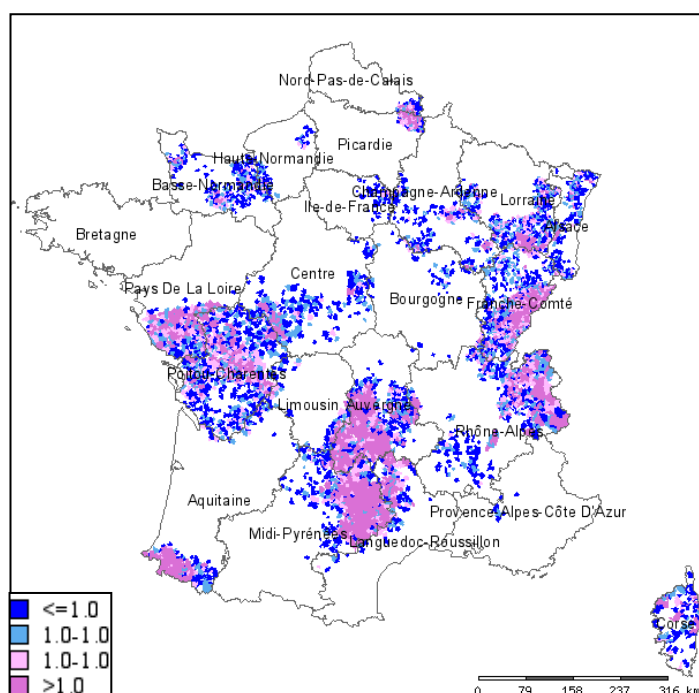
Prix de vente moyen de la crème en GMS et hard discount



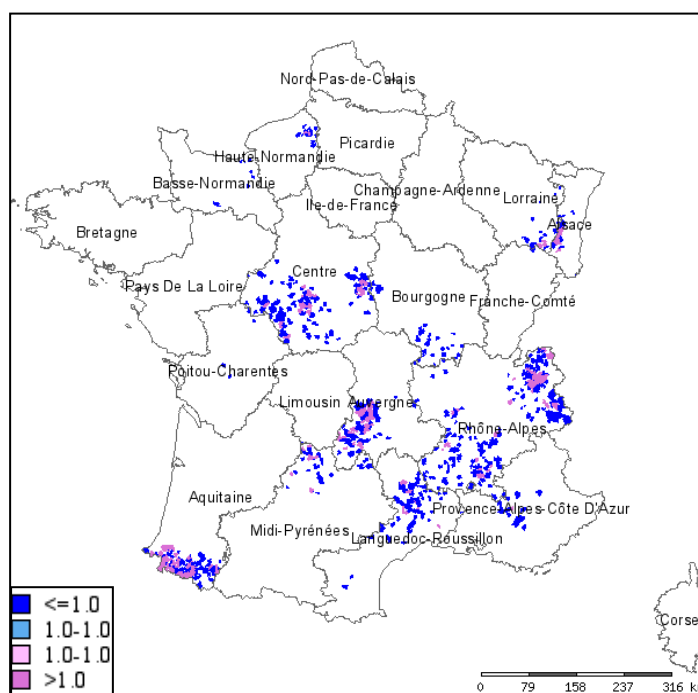
¹ Panel Symphony IRI/CNIEL

Répartition territoriale des opérateurs¹

Producteurs de lait habilités



Transformation à la ferme



Les différentes cartes représentent la densité par commune des opérateurs habilités par l'INAO pour la fabrication de produits laitiers commercialisés sous **Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)** hors bio. Les SIQO incluent les AOP/AOC, les IGP et le Label rouge.

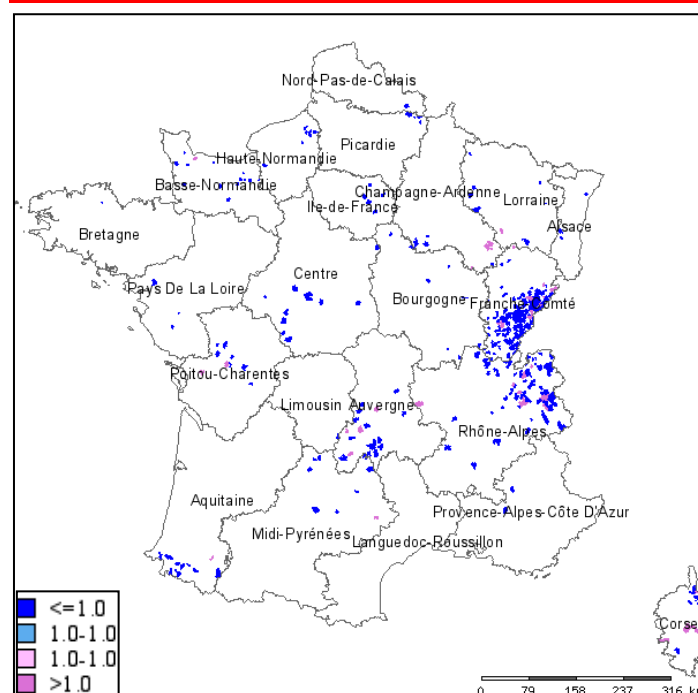
La première carte illustre la répartition des producteurs de lait de vache, de chèvre ou de brebis habilités pour un ou plusieurs cahiers des charges SIQO.

La seconde carte situe l'ensemble des producteurs fermiers et la troisième, les établissements de transformation et d'affinage.

À noter que les habilitations pour quatre produits ne sont à ce jour pas renseignées (Tomme des Pyrénées IGP, Saint-Marcellin IGP, beurre et crème d'Isigny AOP).

Environ 20 800 producteurs de lait, 1 350 producteurs fermiers et 430 établissements de transformation contribuent à la production des produits laitiers commercialisés sous SIQO.

Etablissements de transformation et d'affinage



¹ INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités 2013



CNAOL - 42 rue de Châteaudun, 75314 Paris Cedex 09
INAO - 12 rue Henri Rol-Tanguy, 93555 Montreuil Cedex
Contacts : forray@cniel.com ; c.creusat@inao.gouv.fr .



Document réalisé par Charlotte Creusat (INAO), Laurent Forray (CNAOL)
Avec la collaboration de Christine Bossu (CNAOL) et Bruno Roney (CNIEL)

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