

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

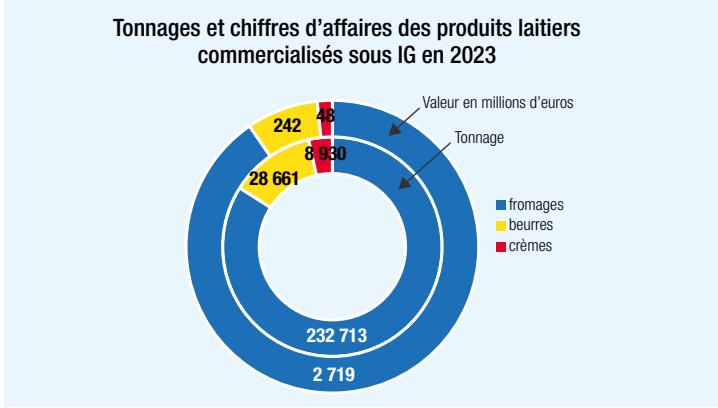
Produits laitiers AOP et IGP

Les Indications Géographiques (IG)

En 2023, 63 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique : 51 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 12 d'une Indication Géographique Protégée (IGP). **L'année 2023 a été marquée par l'enregistrement d'une nouvelle IGP : la Tome fraîche de l'Aubrac.**

AOP			IGP	
fromages	beurres	crèmes	fromages	crèmes
46	3	2	11	1

En 2023, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élèvent à 271 313 tonnes¹ pour un chiffre d'affaires estimé à 3 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage². Les volumes commercialisés sont en régression de 4% par rapport à 2022.



La filière des produits laitiers sous IG rassemble 15 369 producteurs de lait, 1 210 producteurs fermiers, 484 ateliers de transformation et 327 ateliers d'affinage⁴.

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

En 2023, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élèvent à **237 698 tonnes¹**. Ils sont en régression de 6% par rapport à 2022. Leur chiffre d'affaires est estimé à 2,67 milliards d'euros sortie fabrication-affinage².

13 964 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP³.

Parmi les producteurs livreurs, 22% des éleveurs de vaches laitières, 95% des éleveurs de brebis et 34% des éleveurs de chèvres produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une AOP⁴.

Le **tonnage commercialisé de fromages AOP s'élève à 201 176 tonnes** en 2023. Il régresse de 3% par rapport à 2022.

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

- **17,7% des fabrications de fromages** en volumes (hors fromages fondus, fromages frais, et fromages à pâtes filées)⁴ ,
- **2,38 milliards d'euros** de chiffre d'affaires².

	Volume de lait utilisé dans les fabrications laitières AOP en 2023 (en millions de litres) ¹ hors production fermière	Part de la collecte française de lait ⁴
Lait de vache	2 583	11%
Lait de chèvre	60,4	11%
Lait de brebis	96,4	33%

Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

Début 2023, 1 999 producteurs de lait et fermiers sont engagés dans une ou plusieurs démarches IGP³.

Volume de lait de vache utilisé dans des fabrications laitières IGP (millions de litres) sans la Cancoillotte ¹	Part de la collecte française de lait de vache ⁴
382	2%

En 2023, les **volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élèvent à 32 606 tonnes¹** (-3% par rapport à 2022 et +53% par rapport à 2016) dont **1,8%** sont des **fabrications fermières**.

Le chiffre d'affaires des **produits laitiers IGP** est estimé à **339 millions d'euros**.

ZOOM SUR LA TOME FRAICHE DE L'AUBRAC

La « Tome fraîche de l'Aubrac » a obtenu la labellisation IGP en octobre 2023. Elle est élaborée à partir de lait cru et entier, issu de vaches de deux races rustiques de moyenne montagne; la Simmental française et l'Aubrac. La zone de production s'étend sur les départements de l'Aveyron, du Cantal et de la Lozère. Les montagnes y constituent un plateau à une altitude moyenne de 1000 m. Les vaches pâturent pendant 170 jours minimum par an, ou consomment du foin produit sur la zone. La filière compte 77 exploitations productrices de lait, 5 producteurs fermiers et 2 transformateurs laitiers. Après fabrication, les tomes sont mises à maturer, sans être affinées ni salées. La « Tome fraîche de l'Aubrac » est principalement utilisée comme ingrédient pour les spécialités culinaires locales, comme l'Aligot.

¹ Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO ² Données IRI, RNM, ODG - traitement CNAOL ³ INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités (AOP/IGP) ⁴ EML – France Agrimer

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution¹



Fromages AOP au lait de vache	2013 (tonnes)	2021 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2013
Bleu d'Auvergne	5 083	4 905	5 073	5 277	4%	4%
dont fermier	23	127,14	127	134	6%	484%
Bleu de Gex Haut-Jura	533	502	459	466	2%	-13%
Bleu des Causses	537	435	434	391	-10%	-27%
dont fermier	0	0	0	12		
Bleu du Vercors-Sassenage	287	473	497	509	2%	77%
dont fermier	51	66	69	75	9%	47%
Fourme d'Ambert	5 072	5 685	5 863	5 568	-5%	10%
dont fermier	42	149	154	151	-2%	259%
Fourme de Montbrison	498	734	688	639	-7%	28%
dont fermier	10	23,67	31	29	-8%	186%
Total pâtes persillées	12 010	12 734,19	13 014	12 849	-1%	7%
Abondance	2 512	3 479	3 357	3 387	1%	35%
dont fermier	734	854	795	808	2%	10%
Beaufort	4 900	5 340	5 029	5 275	5%	8%
Comté	52 764	64 500	63 700	62 700	-2%	19%
Total pâtes pressées cuites	60 176	73 319	72 086	71 362	-1%	19%
Cantal	13 718	11 264	12 121	10 828	-11%	-21%
dont fermier	144	603	672	613	-9%	326%
Laguiole	664	689,1	668	623	-7%	-6%
dont fermier	10	32,8	33	31	-7%	207%
Morbier	9 054	11 871	11 261	11 185	-1%	24%
dont fermier	15	67	60	64	7%	327%
Reblochon	15 538	16 360	16 659	15 936	-4%	3%
dont fermier	2 096	2 011	2 490	2 490	0%	19%
Saint-Nectaire	13 270	14 448	14 039	13 834	-1%	4%
dont fermier	6 650	8 533	8 206	8 174	0%	23%
Salers**	1 399	1 237	1 046	1 064	2%	-24%
Tome des Bauges	907	970	983	949	-3%	5%
dont fermier	120	132	132	117	-11%	-3%
Total pâtes pressées non cuites	54 550	56 839	56 777	54 419	-4%	0%
Brie de Meaux	6 214	6 849	6 863	6 626	-3%	7%
dont fermier	92	77	95	120	26%	30%
Brie de Melun*	250	234	223	189	-15%	-24%
Camembert de Normandie	5 112	6 015	5 634	5 410	-4%	6%
dont fermier	44	127	154	171	11%	288%
Chaource	2 505	2 598	2 493	2 436	-2%	-3%
dont fermier	71	134	133	136	2%	92%
Epoisses	1 389	1 545	1 528	1 468	-4%	6%
dont fermier	18	28	31	32	2%	76%
Langres	534	688	668	614	-8%	15%
dont fermier	85	97	100	88	-12%	4%
Livarot	1 059	725	731	664	-9%	-37%
dont fermier	22	22,96	25	27	9%	24
Maroilles	4 132	4 424	4 595	4 502	-2%	9%
dont fermier	265	331	308	286	-7%	8%
Mont d'Or	5 050	5 992	5 414	5 141	-5%	2%
dont fermier	6	7	2	4	100%	-33
Munster	6 573	5 902	6 055	5 776	-5%	-12%
dont fermier	816	735	763	703	-8%	-14%
Neufchâtel	1 594	1 633	1 659	1 615	-3%	1%
dont fermier	470	399	393	395	1%	-16%
Pont-l'Évêque	2 431	2 195	2 259	2 238	-1%	-8%
dont fermier	75	83	79	43	-46%	-43%
Total pâtes molles	36 843	38 799,78	38 122	36 679	-4%	-0,4%
Total fromages AOP au lait de vache	163 579	181 692	179 999	175 309	-3%	7%

Fromages AOP au lait de brebis	2013 (tonnes)	2021 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2013
Brocciu	415	416	410	407	-1%	-1,8%
dont fermier	45	137	130	144	11%	221%
Ossau-Iraty	3 665	5 041	4 315	4 339	1%	18%
dont fermier	311	634	707	619	-12%	99%
Roquefort	16 898	15 885	15 006	14 436	-4%	-15%
Total fromages AOP au lait de brebis	20 978	21 343	19 731	19 182	-3%	-9%

¹ Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO ; PPC : Pâte Pressée Cuite ; PPNC : Pâte Pressée non cuite ; nc : non communiqué ; SS : secrets statistiques *secret statistique sur les données de production fermière ; **fabrications fermières uniquement

Fromages AOP au lait de chèvre	2013 (tonnes)	2021 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2013
Banon <i>dont fermier</i>	62 11	98 14,7	97 15	85 16	-13% 7%	36% 45%
Brousse du Rove**		16	16	16	-2%	
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	378 36	281 51	293 49	262 46	-11% -6%	-31% 28%
Charolais <i>dont fermier</i>	46 40	111 72	135 73	107 63	-21% -14%	133% 58%
Chavignol <i>dont fermier</i>	809 229	852 223	836 220	723 203	-14% -8%	-11% -11%
Chevrotin**	65	80	80	55	-31%	-15%
Mâconnais <i>dont fermier</i>	61 11	107 5	84 7	44 0	-48% -100%	-28% -100%
Pélardon <i>dont fermier</i>	218 138	293 176	282 166	254 157	-10% -6%	17% 14%
Picodon <i>dont fermier</i>	482 98	562 104	561 159	456 146	-19% -8%	-5% 49%
Poulligny-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	310 109	244 77	198 70	171 62	-14% -12%	-45% -43%
Rigotte de Condrieu <i>dont fermier</i>	78 21	62 29	57 30	41 30	-28% 1%	-47% 45%
Rocamadour <i>dont fermier</i>	1 100 354	1 357 413	1 308 407	1 312 421	0,3% 3%	19% 19%
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 409 428	1 940 400	1 922 372	1 829 349	-5% -6%	30% -18%
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	963 183	1 145 196	1 117 190	1 031 173	-8% -9%	7% -5%
Valençay <i>dont fermier</i>	386 120	329 85	322 75	300 59	-7% -21%	-22% -51%
Total fromages AOP au lait de chèvre	6 367	7 476	7 308	6 686	-9%	5%

Total fromages AOP <i>dont fermier</i>	190 924 15 485	210 511 18 589	207 038 18 664	201 176 18 226	-3% -2%	5% 18%
---	---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------	--------------------	-------------------

Beurres AOP	2013 (tonnes)	2021 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2013
Bresse	135	531	561	559	0%	314%
Charentes-Poitou	24 049	31 361	30 812	20 934	-32%	-13%
Isigny	5 159	7 553	7 463	7 168	-4%	39%
Total beurres AOP	29 343	39 445	38 836	28 661	-26%	-2%

Crèmes AOP	2013 (tonnes)	2021 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2013
Bresse	300	861	900	862	-4%	187%
Isigny	4 459	7 620	7 202	6 999	-3%	57%
Total crèmes AOP	4 759	8 481	8 102	7 861	-3%	65%

Total AOP laitières	225 026	258 437	253 976	237 698	-6%	6%
----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------------	-----------

Les volumes commercialisés en IGP¹



Fromages IGP	2016 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2016
Brillat-Savarin		2 037	1 874	-8%	
Cancoillotte <i>dont fermier</i>		5 788 20	5 874 23	+1,5%	
Emmental de Savoie	2 676	2 447	2 461	+1%	-8%
Emmental français Est-Central IGP-LR	3 310	2 960	2 657	-10%	
Gruyère	2 190	2 730	2 816	+3%	
Raclette de Savoie <i>dont fermier</i>		3 534 44	3 602 50	+2%	
Saint-Marcellin <i>dont fermier</i>	2 600 50	2 841 45	2 742 47	-3%	+5%
Soumaintrain <i>dont fermier</i>	92 21	194 47	180 46	-7%	+96%

Fromages IGP	2016 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2016
Tomme de Savoie <i>dont fermier</i>	6 404 575	6 451 480	6 099 447	-5%	-5%
Tomme des Pyrénées	2 662	3 551	3 232	-9%	+21%
Total fromages IGP	19 934	26 745	31 537	+18%	+58%

Crème IGP	2016 (tonnes)	2022 (tonnes)	2023 (tonnes)	Evolution 2023/2022	Evolution 2023/2016
Crème fraîche fluide d'Alsace	1 332	1 190	1 069	-10%	-20%
Total crème IGP	1 332	1 190	1 069	-10%	-20%

Total IGP laitières	21 266	33 724	32 606	-3%	+53%
----------------------------	---------------	---------------	---------------	------------	-------------

¹ Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO ; ** fabrications fermières uniquement ; SS : secret

statistique

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution¹



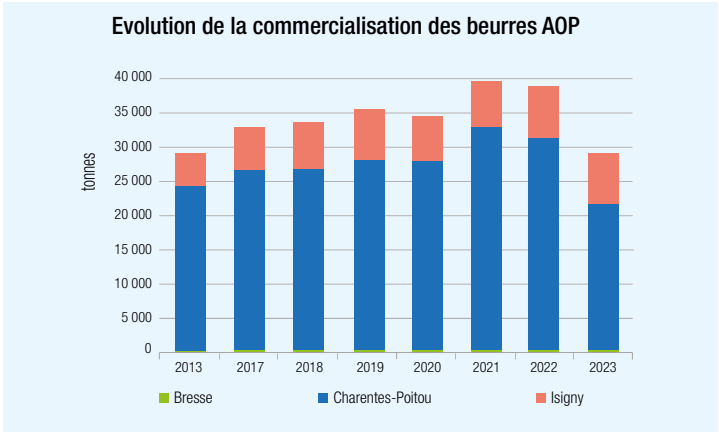
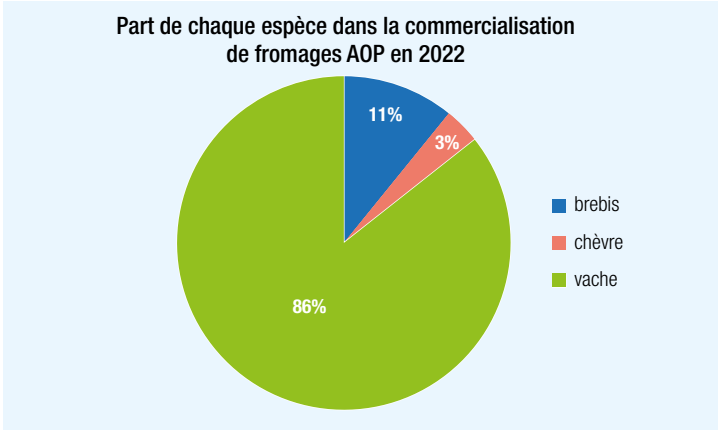
Après une année 2022 en légère baisse (-2%), les volumes commercialisés de produits laitiers AOP baissent à nouveau de 6% en 2023. Des écarts de dynamiques importants s'observent cependant selon les 3 grands types de produits (fromages, beurres et crèmes).

Les fromages AOP

Les tonnages commercialisés de fromages AOP baissent de 3% entre 2022 et 2023, avec au total **201 176 tonnes de fromages AOP** commercialisés en 2023. Ce sont les fromages AOP au lait de chèvre qui présentent la baisse la plus marquée (-9% de volumes commercialisés), les fromages AOP au lait de brebis et au lait de vache présentant des baisses plus modérées (-3% chacun).

Sur ces dix dernières années, les ventes de fromages AOP affichent une progression de 5%.

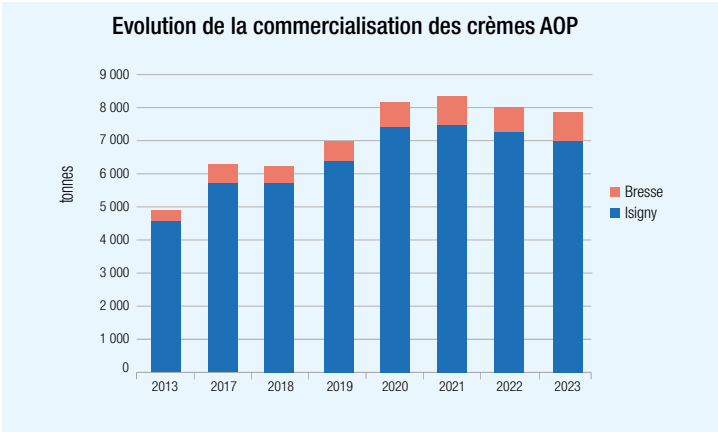
Les fromages AOP au lait de vache représentent 86% des volumes commercialisés, contre 11% pour les brebis et 3% pour les chèvres.



Les beurres AOP

La baisse engagée en 2022 sur la commercialisation de beurres AOP se poursuit et se renforce en 2023 : -26% en tonnages. **Les trois appellations totalisent 28 661 tonnes commercialisées, soit 8,2% de la production nationale de beurre.**

Entre 2022 et 2023, seule l'appellation Beurre de Bresse reste stable en volumes, tandis que le Beurre Charentes-Poitou et le Beurre d'Isigny régressent de respectivement 32% et 4%. Cette baisse substantielle observée en Beurre Charentes-Poitou s'explique par une période de transition suite à la mise en œuvre du nouveau cahier des charges de l'AOP. Cette AOP représente toujours près de 80% des volumes de beurre AOP.



Les crèmes AOP

La commercialisation de crèmes AOP continue de régresser en 2023 : -3% par rapport à 2022. Elle atteint **7 861 tonnes**. La crème d'Isigny compte pour près de 90% des volumes AOP commercialisés.

Ce segment a fortement progressé en volumes commercialisés sur ces dix dernières années (+65%).

Les fromages AOP par technologie¹

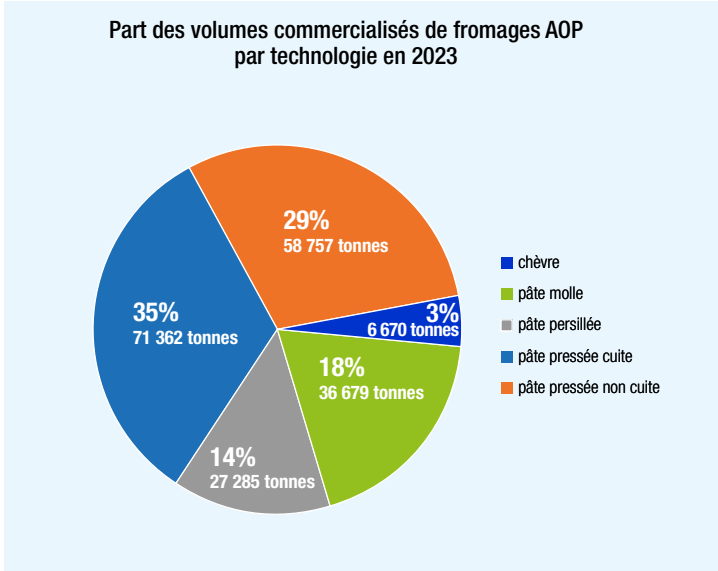


La répartition des différents types de pâtes dans la commercialisation totale des AOP reste stable.

Deux familles de fromages totalisent 2/3 des volumes commercialisés : les pâtes pressées cuites (PPC : 36%) et les pâtes pressées non cuites (PPNC : 29%).

La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage avec 71 362 t, présente une légère baisse de volumes de 1% entre 2022 et 2023. Le Comté totalise 88% des volumes de cette catégorie. En dix ans, la commercialisation de pâtes pressées cuites a progressé de 19%.

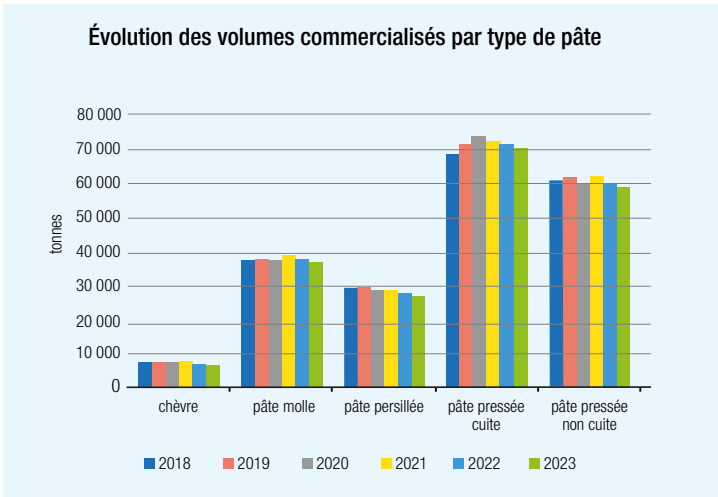
La commercialisation des PPNC baisse de 4% entre 2022 et 2023 et atteint 58 757 t. Tous les produits de la catégorie sont en régression. Le Cantal et le Laguiole présentent les baisses de volumes les plus significatives avec -11% et -7%. Au global, ce segment a progressé de 1% en dix ans.



¹ Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO

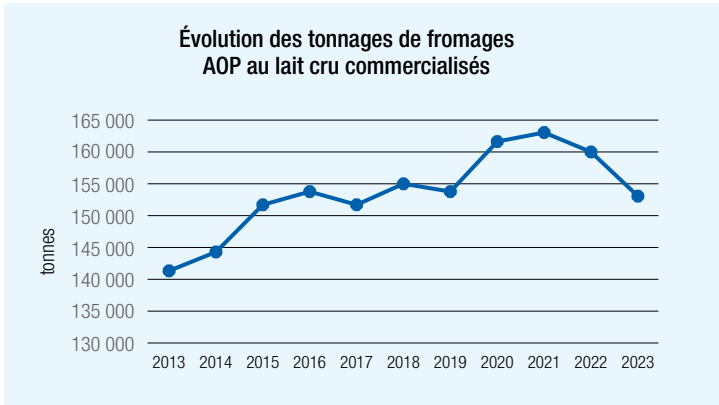
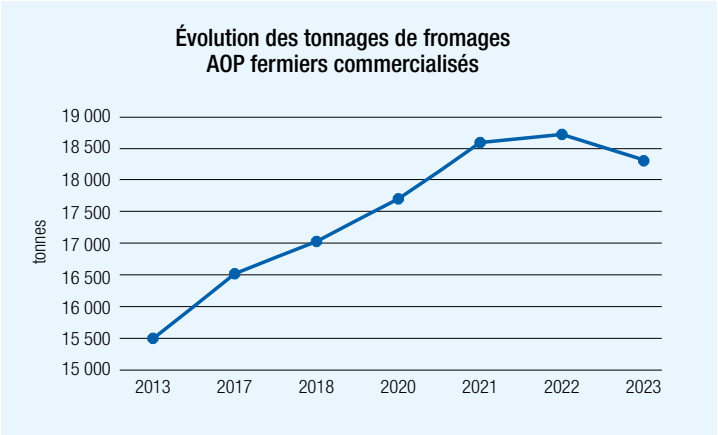
Les volumes de pâtes persillées, eux aussi, baissent en 2023 (-3%), poursuivant une dynamique de régression engagée depuis plusieurs années (-6% de volumes sur les 10 dernières années). Ils atteignent 27 285 tonnes. La baisse la plus marquée est observée sur le Bleu des Causses (-10%) et la Fourme de Montbrison (-7%). Cependant, on observe une reprise des volumes pour le Bleu d'Auvergne (+4%), le Bleu du Vercors-Sassenage (+2%) et le Bleu de Gex Haut-Jura (+2%).

Les volumes commercialisés de pâtes molles s'élèvent en 2023 à 33 279 t (-4% par rapport à 2022). La baisse concerne tous les fromages de la catégorie, mais elle est particulièrement marquée pour le Brie de Melun (-15%), le Livarot (-9%) et le Langres (-8%). Ce segment est au global resté stable sur les dix dernières années.



Évolution des volumes commercialisés en AOP de fromages au lait cru et de fromages fermiers¹

9,1% des fromages AOP sont des fromages fermiers. En 2023, le tonnage fermier commercialisé s'établit à 18 326 tonnes, en légère baisse par rapport à 2022 (-1,8%). Le segment fermier enregistre une progression de 18% sur ces dix dernières années. 41 des 46 appellations fromagères revendiquent une part de production fermière. A noter que depuis 2023, le Bleu des Causses enregistre à présent une production fermière. Trois appellations sont exclusivement fermières : le Salers, le Chevrotin et la Brousse du Rove. En tonnage, les trois premières appellations fermières sont le Saint-Nectaire (8 174 t), le Reblochon (2 490 t) et le Salers (1 064 t). La majorité des productions fermières sont en baisse en 2023 par rapport à 2022. Cependant, certaines AOP présentent une dynamique positive, en particulier le Brie de Meaux (+26%), le Camembert de Normandie (+11%), le Brocciu (+11%), le Livarot (+9%), le Bleu du Vercors Sassenage (+9%) et le Banon (+7%).



Les fromages AOP sont majoritairement fabriqués au lait cru. Les fromages AOP au lait cru totalisent une production de 152 834 tonnes et représentent **77,2%** de l'ensemble des fromages AOP.

Les tonnages de lait cru sont à nouveau en régression en 2023 (-4,4% par rapport à 2022). Cette baisse concerne principalement les pâtes pressées non cuites (-12,5%), les chèvres (-9,1%) et les pâtes persillées (-3,6%). Les fromages à pâte molle au lait cru sont eux en progression de 2,7% en 2023. Sur les dix dernières années, la dynamique des volumes au lait cru reste positive : +7,7%.

28 fromages AOP sont exclusivement au lait cru.

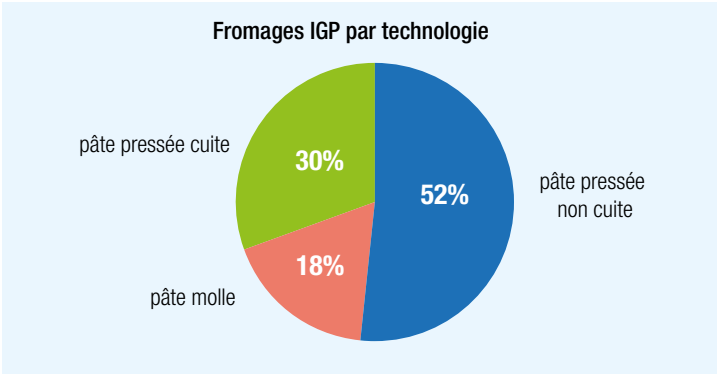
Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP¹

Les 12 IGP laitières sont exclusivement fabriquées avec du lait de vache.

En 2023, les pâtes pressées non cuites représentent presque la moitié des volumes de fromages IGP (44%, -7 points par rapport à 2022).

Avec 613 tonnes produites en 2023, la production fermière baisse de 3,6% entre 2022 et 2023. Cela s'explique par un recul de la production fermière de la Raclette de Savoie et de la Tomme de Savoie.

Le Soumaintrain est produit pour environ 26% au lait cru et fermier. C'est le fromage IGP avec la plus grande part de production fermière, même si, en valeur absolue, c'est la Tomme de Savoie qui domine la production fermière avec 447 tonnes en 2023.



¹ Données ODG, enquête annuelle INAO - traitement CNAOL/INAO



Marché des fromages AOP⁶

Evolution des ventes de fromages (hors fromages blancs) en GMS et Hard Discount entre 2022 et 2023

	Ventes 2022		Ventes 2023		Evolution 2023/2022	
	en tonnes	en 1000 €	en tonnes	en 1000 €	en volumes	en 1000 €
Fromages AOC/AOP	133 711	2 137 502	129 156	2 260 916	- 3,4%	+ 5,8%
Fromages non AOC/AOP	730 901	6 969 989	740 164	7 955 871	+ 1,3%	+ 14,1%
TOTAL	864 612	9 107 490	869 320	10 216 787		
Part des AOC/AOP	15%	23%	15%	22%		

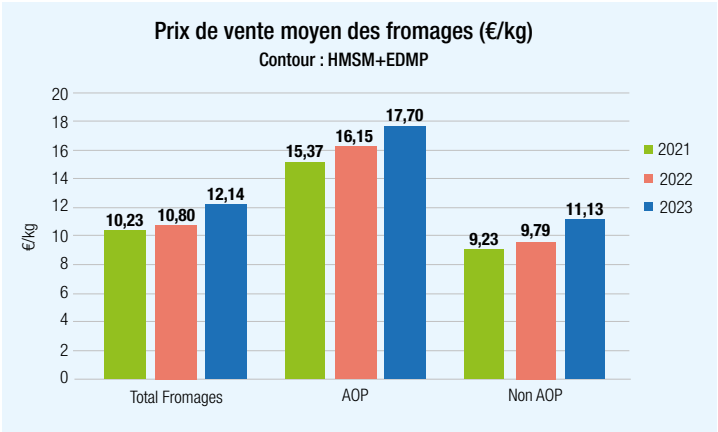
Les volumes de ventes de fromages AOP en GMS et hard-discount sont à nouveau en baisse sur l'année 2023 (-3,4%), contrairement aux fromages non-AOP, qui reprennent légèrement (+1,3%). En termes de valeur, le chiffre d'affaires des fromages AOP progresse de 5,8% en 2023, traduisant une hausse des prix moyens consommateurs.

La part de marché des fromages AOP au sein de la catégorie fromages représente 15% des fromages en volume et 22% en valeur.

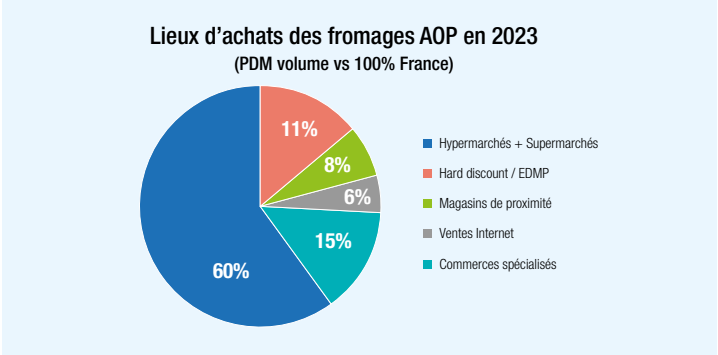
Prix de vente moyen des fromages AOP⁷

Les prix de vente des fromages AOP affichent à nouveau une hausse entre 2022 et 2023, de +9,6%, tandis que ceux des fromages non-AOP progressent de près de 14%.

En 2023, les fromages AOP se vendent en moyenne 6,57€/kg de plus que les non-AOP.

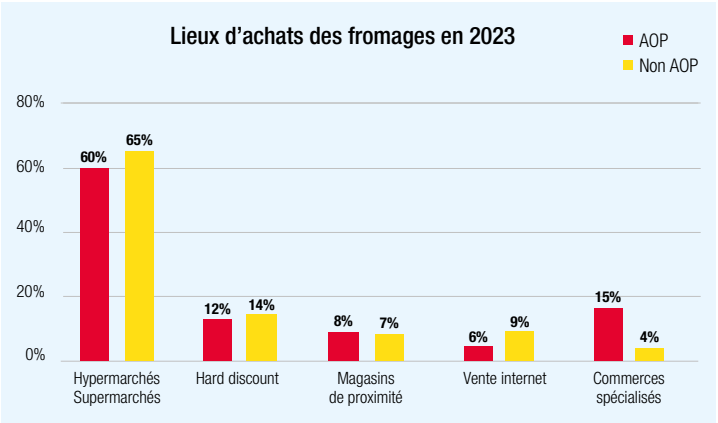


Lieux d'achats des fromages AOP⁶



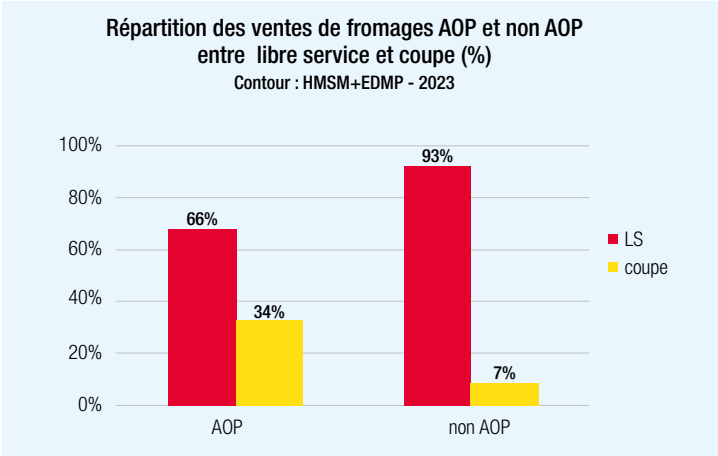
Les ventes de fromages AOP et non-AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (60% pour les AOP et 65% pour les non-AOP). Le secteur des fromages AOP se distingue par une proportion commercialisée en commerces spécialisés plus importante (15%) que pour les non-AOP (4%) et inversement une part plus faible commercialisée en hypermarchés et supermarchés.

Sur les quatre dernières années, pour les ventes de fromages AOP, la part de marché des Hyper et Super a diminué de 4 points, au profit des ventes internet (+2,3) et magasins spécialisés (+1,4).

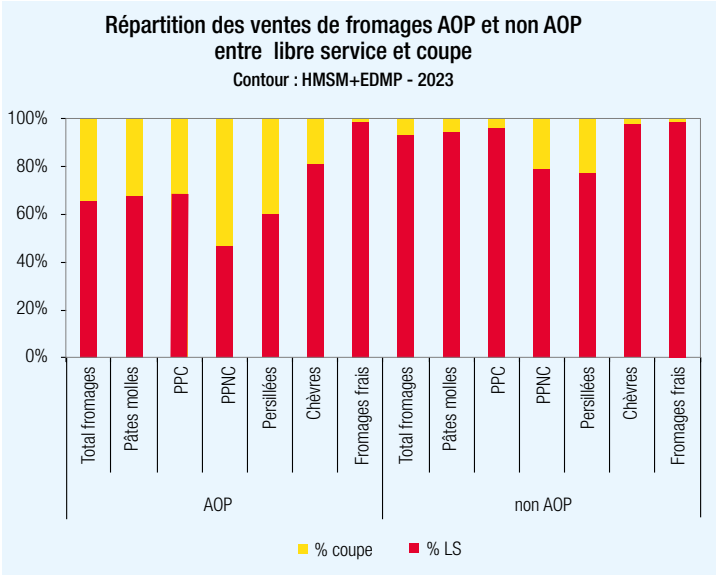


⁶ Panel Kantar Worldpanel 2023 ⁷ Panel CIRCANA / CNIEL 2023

Répartition des ventes de fromages AOP par rayon⁷



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 66% et 34%. La part de la coupe dans les ventes de fromages AOP est cinq fois plus importante que pour les fromages non-AOP, qui sont vendus à 93% en LS et à 7% seulement à la coupe.



Les tendances sont différentes d'une catégorie de produits à l'autre. Les fromages frais AOP et les fromages AOP au lait de chèvre sont les plus vendus en LS, à hauteur de 98% et 81% de leur volume. Les PPNC se distinguent avec des niveaux de vente équivalents entre LS et coupe (respectivement 47% et 53% des volumes).

Caractérisation des consommateurs de fromages AOP⁶

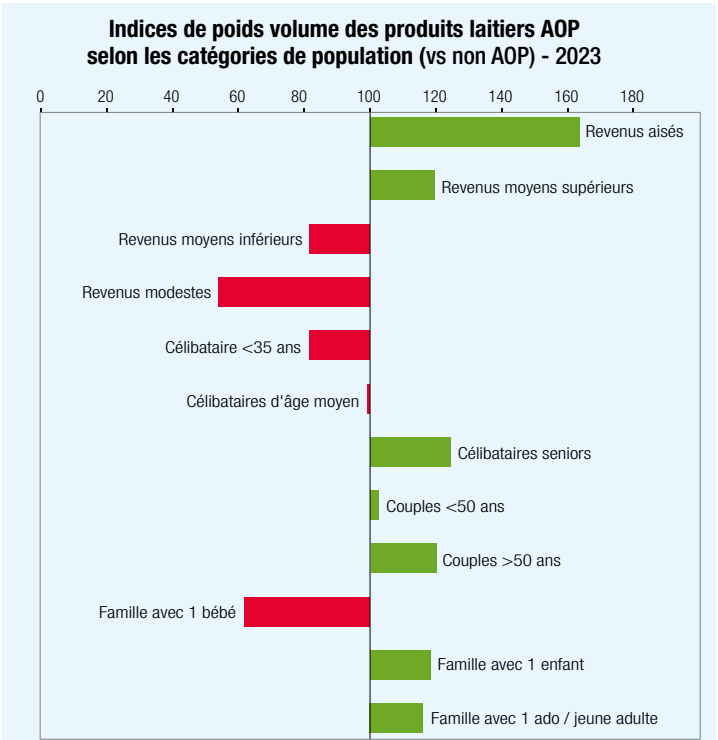
La consommation de fromages est une habitude assez transversale de la population française. Elle n'est pas caractéristique d'une catégorie de population.

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

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

L'âge apparaît également comme un facteur important. La consommation de fromages AOP est significativement plus forte chez les plus de 50 ans, tandis qu'elle est plus faible chez les célibataires de moins de 35 ans.

Enfin, les caractéristiques de la cellule familiale impactent les usages, en particulier pour les foyers avec enfants, la consommation de fromages AOP est significativement plus faible dans les premiers âges du bébé.



Lecture : Le graphique ci-contre illustre le poids volume d'une population en AOP vs son poids en France, tous circuits de distribution confondus. L'approche est construite sur des indices relatifs, si une catégorie sociale représente 10% de la population et consomme 10% de la consommation totale de fromages AOP alors son indice est de 100. Les clientèles qui surconsomment ont ainsi un indice supérieur à 100 et inversement.

⁶ Panel CIRCANA / CNIEL 2023 / ⁷ Panel Kantar Worldpanel 2023

Marché des beurres AOP⁶

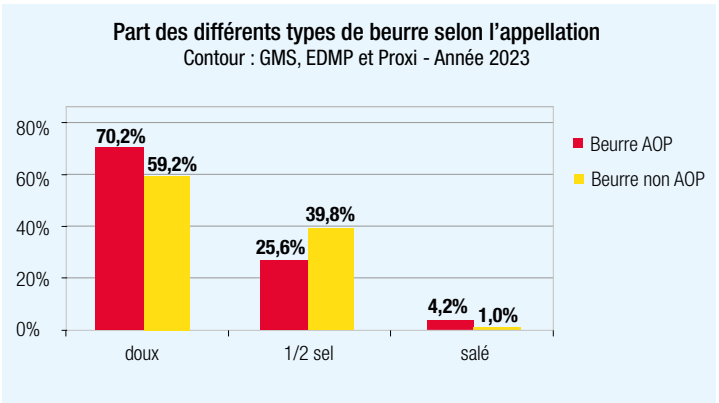
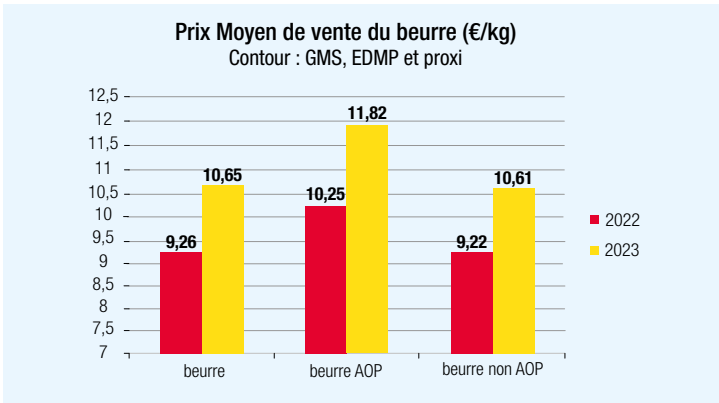
Les ventes de beurres AOP en GMS, HD et Drive continuent à baisser en volume en 2023, elles s'élèvent à 5 487 t (-3,5%), mais la baisse est moins marquée qu'en 2022. Les beurres non-AOP affichent également un retrait sur 2023 (-2,3% de ventes en volume). Les prix de vente ayant cependant continué à augmenter en 2023 (+1,57€ pour les beurres AOP, +1,39€ pour

les beurres non-AOP), les ventes en valeur progressent de 11,3% pour les beurres AOP et de 12,3% pour les beurres non-AOP.

La part de marché des beurres AOP reste stable entre 2022 et 2023 : 3,6% en volume et 3,9% en valeur.

Evolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2022 et 2023

	Ventes 2022		Ventes 2023		Évolution 2023/2022	
	en tonnes	en 1000€	en tonnes	en 1000€	en volumes	en valeur
Beurres AOP	5 686	58 251	5 487	64 847	-3,5%	+11,3%
Beurres non AOP	153 528	1 416 065	149 978	1 590 933	-2,3%	+12,3%
TOTAL	159 214	1 474 316	155 465	1 655 780		
Part des AOP	3,6%	4%	3,5%	3,9%		



Les beurres AOP sont principalement des beurres doux, cette catégorie représente 70% des ventes pour les appellations contre 60% hors appellation.

Marché des crèmes AOP⁶

Evolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2022 et 2023

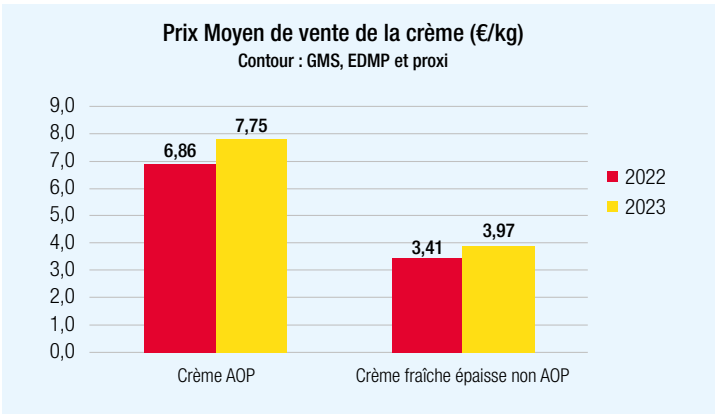
	Ventes 2022		Ventes 2023		Évolution 2023/2022	
	en tonnes	en 1 000€	en tonnes	en 1 000€	en volumes	en valeur
Crèmes AOP	5 155	35 374	5 029	38 954	-2,4%	+10,1%
Crèmes fraîches épaisses non AOP	93 019	317 301	97 146	385 400	+4,4%	+21,5%
TOTAL crèmes fraîches épaisses	98 174	352 675	102 175	424 354	4,1%	+20,3%
Part des AOP	5%	10%	5%	9%		

La dénomination crème couvre une large gamme de produits. Les crèmes sous appellations étant seulement des crèmes fraîches épaisses, c'est à cette catégorie que nous les comparons ici.

En 2023, la part des crèmes AOP dans le tonnage total de crèmes fraîches épaisses commercialisées est de 5%, comme en 2022.

Après une année 2022 en baisse, les ventes globales de crème fraîche épaisse en Hyper, Supermarchés, Drive et Hard-discount sont de nouveau en progression en 2023, en volume (+4,1%), et en valeur (+21,5%). Les crèmes AOP affichent une régression de -2,4% en volume, mais une progression de +10,1% en valeur.

Les prix de vente moyens des crèmes AOP et non AOP progressent entre 2022 et 2023. Les crèmes AOP restent commercialisées à un prix près de deux fois supérieur aux crèmes fraîches épaisses non-AOP.



⁶ Panel CIRCANA / CNIEL 2023

AOP ET INFLATION, QUELLES RÉACTIONS DES FRANÇAIS ?

Face à l'inflation, les AOP inspirent confiance

Contexte

Pour leurs produits de grande consommation, les Français ont dû composer avec **des prix qui ont fortement augmenté depuis 2 ans**. Ainsi sur les 12 derniers mois, les produits alimentaires ont connu une **inflation à +14,6%**. Et comme une majorité des Français anticipent que cette inflation reste forte jusqu'à la fin de l'année, ils ont **modifié leur manière de consommer et d'acheter**. D'autant que cette inflation alimentaire s'est conjuguée avec des hausses de tarifs d'autres secteurs, comme l'énergie.

Inflation des produits alimentaires à un an

+14,6%

Source : Circana, GMS, PGC-FLS, Juin 2024

65%

des Français connaissent le label AOP

80%

lui font confiance

Baromètre CNIEL-Kantar de notoriété du logo AOP - mars 2024

Les AOP inspirent confiance

Dans un contexte de multiplication de labels et de mentions, les **AOP sont un repère fort pour les consommateurs**. Car au-delà d'une forte notoriété (65% des Français connaissent le logo), l'AOP inspire confiance.

Cette confiance est un élément déterminant à l'heure où les Français perdent leurs repères sur les packagings. Ils comprennent plus difficilement les labels et les mentions, car ils sont exposés à un plus grand nombre et donc ils sont moins enclin à payer plus cher pour certaines cautions.

Pour les Français le label AOP est avant tout la **promesse d'une origine géographique** et la production dans un **territoire spécifique**. Viennent ensuite la connaissance d'un cahier des charges strict et un niveau de qualité supérieur. Autant d'atouts pour que les AOP restent au cœur des assiettes des Français.

Le goût

Le goût est le premier critère d'achat d'un produit AOP. Pour 97% des Français c'est en effet un critère important lors de l'achat, devant le prix et le fait que ce produit puisse convenir pour toute la famille.

Et séduisent une clientèle à plus fort pouvoir d'achat

Presque **tous les Français achètent des fromages AOP** au moins une fois par an. Et ils le font plus d'une fois par mois, preuve de l'habitude qu'ont les Français envers les AOP.

Cependant tous les Français n'en achètent pas autant ni aussi souvent. Et parmi les plus grands consommateurs, nous retrouvons une clientèle spécifique, avec **des foyers plus âgés, plus aisés et moins familiaux**. Ainsi les foyers aisés dépensent plus de 100€ par an pour leurs achats de produits AOP. Quand ce même budget est de 55€ par un foyer modeste.

95%

des Français achètent des fromages AOP

Aisés	Plus de 65 ans	Foyers 1-2 personnes
20% des volumes	35% des volumes	69% des volumes
Indice 150	Indice 136	

Panel Consommateur Kantar – Total France – Données 2023
Profil comparé vs la moyenne des acheteurs de fromage

Mais les Français ont tout de même arbitré

1^{ère} réaction : acheter moins

Depuis fin 2022, les Français ont légèrement augmenté leurs achats de fromages alors qu'ils réduisent leurs achats alimentaires de manière générale. Mais dans le même temps ils ont diminué leurs achats de fromages AOP de l'ordre de -2,9%. Les **AOP ont donc perdu en termes de poids-volume au sein du marché du fromage** (-0,6pt de part de marché volume en 18 mois). Cette baisse des achats est surtout le fruit d'une fréquence d'achat en baisse. Les Français ne sont pas moins nombreux à acheter de l'AOP (95% chaque année) mais **ils espacent leurs achats**. Ils sont ainsi passés de 18,2 achats par an en 2019 à 16,7 achats par an en 2023.

Volumes Fromages AOP depuis décembre 2022

-2,9%

Source : Circana, Hyper et Supermarchés + Hard-discount, Fromages AOP Coupe
+ Libre-service – Avril 2024

56,6%

Part des volumes de fromages AOP LS réalisés par des MDD

Source : Circana, Grandes et Moyennes surfaces, Fromages AOP LS – Avril 2024

2^{ème} réaction : privilégier les marques de distributeurs (MDD)

Depuis le début de la crise inflationniste, les marques de distributeurs (MDD) gagnent des parts de marché, en volume comme en valeur. Elles représentent pour les Français un moyen de **continuer à acheter certains produits tout en contrôlant leurs dépenses**. Ainsi au total des produits laitiers elles ont franchi l'an passé la barre des 50% : désormais c'est plus d'un produit laitier sur deux vendus qui l'est sous marque de distributeur.

Et les AOP n'échappent pas à ce mouvement. Les MDD représentent aujourd'hui 56,6% des volumes de fromages AOP LS, soit **1,2pts de plus qu'il y a 2 ans**.

3^{ème} réaction : changer de magasins

Face à l'inflation, **les Français ont choisi de davantage fréquenter des magasins avec une bonne image prix**. A ce jeu, les magasins indépendants ont été les plus performants. Ainsi **les trois indépendants ont gagné près de 2pts de part de marché valeur en fromages AOP** depuis 2 ans. Un gain inédit et favorisé par les recherches d'économie des Français face à la hausse des prix. Ces 3 magasins représentent désormais à eux seuls 48% des ventes valeurs de fromages AOP en GMS.

Evolution de la part de marché en valeur des 3 enseignes indépendantes en Fromages AOP entre 2020 et 2023

+2,3pts

Panel Consommateur Kantar – Total France – Données 2023
Profil comparé vs la moyenne des acheteurs de fromages

38%

Poids de la coupe dans les volumes de fromages AOP

Source : Circana, Hyper et Supermarchés + Hard-discount, Fromages AOP Coupe
+ Libre-service - 2023

4^{ème} réaction : délaisser la coupe, perçue comme chère

Le rayon coupe est crucial pour les fromages AOP. Il représente en effet 38% des volumes, soit 2,5 fois plus que le poids de la coupe au total fromage. La santé de ce rayon a donc un impact direct sur celle des fromages AOP.

Et malheureusement les Français se sont détournés de ce rayon. Que ce soit avec ou sans vendeur, la coupe est perçue comme plus chère. Et la tenue de ces rayons a également été perturbée par la crise Covid et les difficultés de recrutement.

Cela a pour résultat de freiner ce rayon et les produits qui y sont vendus. **Les volumes de ventes de fromages ont d'ailleurs baissé de 15% entre 2021 et 2023**

Carte de France des produits laitiers AOP



www.inao.gouv.fr - www.produits-laitiers-aop.fr

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

Contacts : jdecastro@cniel.com ; u.motti@inao.gouv.fr

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

Document réalisé par Julia De Castro (CNAOL), Ugo Motti (INAO) sur la base des données 2023 de l'enquête INAO conduite en mai 2024. Avec la collaboration de Romain Le Texier et Brian Gueugnon (CNIEL).

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



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

