A TASTY MESSAGE FROM EUROPE

Communiqué de presse – Bruxelles, 16 novembre 2021

L'impact de la crise du COVID-19 sur l'industrie laitière européenne et le secteur de la restauration : nouvelles tendances de consommation et changements à long terme

Faire face à la crise avec résilience et dynamisme

Au fil des ans, les acteurs du secteur laitier européen ont connu successivement des évolutions et des défis variés, les mettant à l'épreuve. Le fort impact de la crise du Covid-19 et de sa sur le secteur mondial de la restauration et, par conséquent, sur les ventes et la consommation de produits laitiers, a considérablement accéléré les tendances de consommation existantes.

Au cours des 18 derniers mois, le secteur laitier, avec l'aide de l'Union Européenne, a fait preuve de dynamisme et de réactivité pour soutenir les circuits de restauration. Il a ainsi permis de limiter les pertes, de faire face à la période post-confinement et de préparer les nouvelles tendances sur cinq marchés d'Europe : la France, la Belgique, le Danemark, le Royaume-Uni et l'Irlande.

Avec sa démarche de responsabilité sociétale France terre de lait, la filière laitière française s'engage à proposer des produits laitiers accessibles, de haute qualité tant organoleptique que sanitaire. Producteurs, laitiers et détaillants sont pleinement engagés dans cette démarche pour que chacun puisse bénéficier d'une alimentation saine et durable.

Du fait maison à la livraison à la demande - nouvelles tendances, nouvelles opportunités

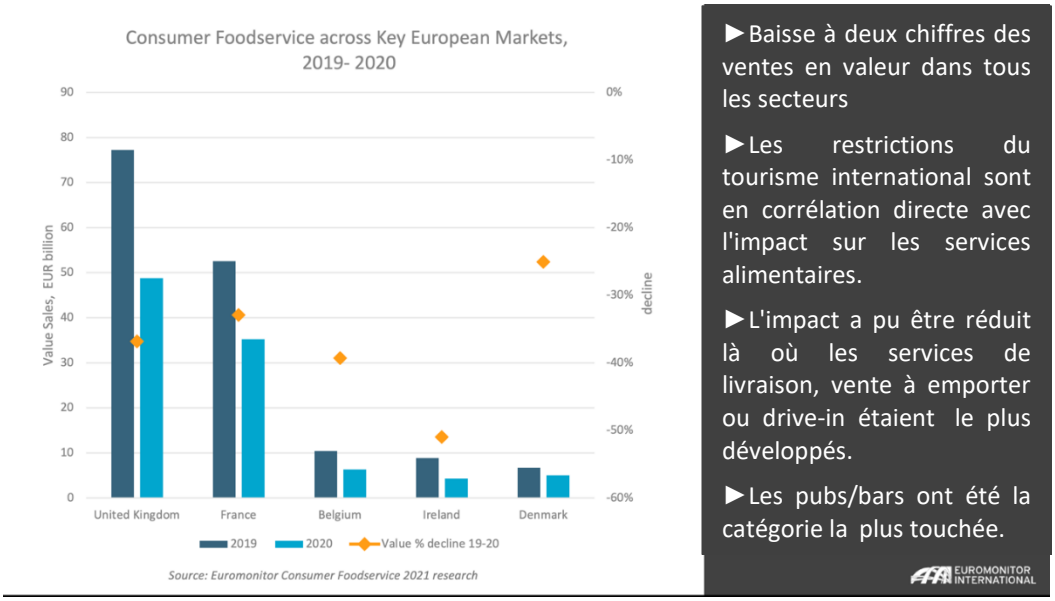
L'augmentation significative des activités liées à la cuisine à domicile en 2020 a eu un impact particulièrement positif sur les ventes de produits laitiers dans le commerce. Toutefois, la lassitude croissante à l'égard du fait maison a commencé à se manifester en Europe occidentale en 2021. Elle a ainsi conduit les consommateurs à rechercher de nouvelles façons de consommer à la maison sans avoir à cuisiner. Beaucoup d'entre eux hésitent encore à revenir aux habitudes de consommation qui prévalaient avant la pandémie. Le secteur de la restauration a également vu l'arrivée de nouveaux acteurs tels que les supermarchés et les fabricants de produits alimentaires et de boissons, marquant ainsi un changement stratégique important sur ce marché.

La livraison à la demande est devenue la norme pour tous les biens de consommation. Le concept de livraison en tant que service commence à devenir une composante nécessaire de la plupart des entreprises. Cela entraînera également de nombreux changements à long terme, quant à notre façon de manger mais également quant au fonctionnement des restaurants à l'avenir.

L'enquête d'Euromonitor montre que la crise du Covid-19 a également accentué l'influence, déjà croissante, de l'éthique et de la durabilité sur les habitudes alimentaires des européens, les consommateurs accordant plus d'attention à la provenance de leurs aliments.

"Tous ces changements offrent également aux acteurs du secteur de l'alimentation et des boissons la possibilité d'explorer de nouvelles offres directes aux consommateurs, étant donné que leur relation historique avec le circuit commercial évolue"

Laurent Damiens, président de l'EMF (European Milk Forum)



►Baisse à deux chiffres des ventes en valeur dans tous les secteurs

►Les restrictions du tourisme international sont en corrélation directe avec l'impact sur les services alimentaires.

►L'impact a pu être réduit là où les services de livraison, vente à emporter ou drive-in étaient le plus développés.

►Les pubs/bars ont été la catégorie la plus touchée.

EUROMONITOR INTERNATIONAL

Contact presse

Arifé Yildiz – Syntagnme – arife@syntagme.fr – 06 70 61 61 46

A propos

Cet événement est co-organisé par les interprofessions laitières suivantes dans le cadre de la campagne Dairy Covid Crisis financée par l'UE : L'Office flamand de commercialisation des produits agricoles (VLAM), l'Office danois des produits laitiers (Mejeriforeningen), le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (CNIEL), le Conseil national de l'industrie laitière de Grande-Bretagne (National Dairy Council - NDC) et le Conseil National de l'industrie laitière d'Irlande du Nord (Dairy Council for Northern Ireland - DCNI).

The content of this promotion campaign represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the European Research Executive Agency (REA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.

CAMPAIGN FINANCED WITH AID FROM THE EUROPEAN UNION

ENJOY IT'S FROM EUROPE