



Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)

46
FROMAGES

210 511 T (tonnage commercialisé 2021)

+2,8%



77,5% au lait cru



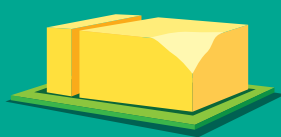
CA 2,3 Md €

3

BEURRES

39 445 T (tonnage commercialisé 2021)

+14,6%



CA 249 M €

2
CRÈMES

8 481 T (tonnage commercialisé 2021)

+2,4%



CA 43,9 M €



Lait de vache
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française



12,2%



Lait de chèvre
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française



13,4%



Lait de brebis
pourcentage de lait utilisé en AOP dans la collecte française



37,4%



Les Indications Géographiques Protégées (IGP)

9

FROMAGES

1

CRÈME



Volume total des produits laitiers IGP :

28 621 T (tonnage 2021)

+4,7%

CA 249 M €



Lait de vache
pourcentage de lait utilisé en IGP dans la collecte française



1%

Opérateurs engagés dans les filières AOP et IGP



16 186
producteurs de lait



1 314
fermiers



384 ateliers
de transformation

et 238 ateliers d'affinage

Chiffres clés 2021

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



Les Indications Géographiques (IG)



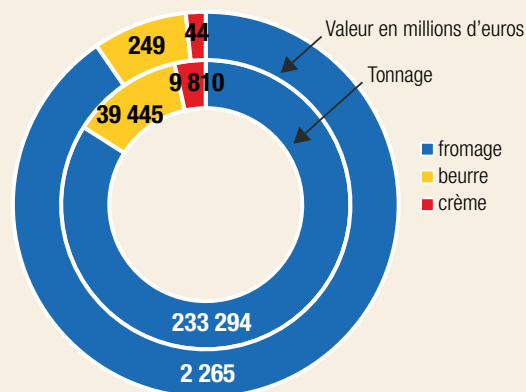
En 2021, 61 produits laitiers bénéficient d'une Indication Géographique : 51 d'une Appellation d'Origine Protégée (AOP) et 10 d'une Indication Géographique Protégée (IGP).

AOP			IGP	
fromages	beurres	crèmes	fromages	crème
46	3	2	9	1

En 2021, les volumes de produits laitiers commercialisés sous Indication Géographique s'élevaient à 287 058 tonnes pour un chiffre d'affaires estimé à 2,6 milliards d'euros HT sortie fabrication – affinage¹, soit près d'1/6 du chiffre d'affaires des produits de grande consommation des entreprises laitières françaises².

Les volumes commercialisés sont en progression par rapport à 2020 (+4,5%).

Tonnages et chiffres d'affaires des produits laitiers commercialisés sous IG en 2021



La filière des produits laitiers sous IG rassemble 16 186 producteurs de lait, 1 314 producteurs fermiers, 384 ateliers de transformation et 238 ateliers d'affinage³.

Les Appellations d'Origine Protégées (AOP)



En 2021, les volumes commercialisés de produits laitiers AOP s'élevaient à 258 437 tonnes. Ils sont en progression par rapport à 2020 (+4,4%). Leur chiffre d'affaires est estimé à 2,35 milliards d'euros sortie fabrication-affinage¹.

14 277 producteurs de lait sont engagés dans une ou plusieurs démarches AOP³.

Parmi les producteurs livreurs, 22% des éleveurs de vaches laitières, 88% des éleveurs de brebis et 26 % des éleveurs de chèvres produisent du lait selon le cahier des charges d'au moins une AOP².

Le tonnage commercialisé de fromages AOP s'élève à 210 511 tonnes en 2021. Il progresse de 2,8% par rapport à 2020.

En France, les fromages AOP représentent :

- 25 % des fabrications de fromages en 2021 (hors fromages fondus, fromages frais, et fromages à pâtes filées)²,
- 2,06 milliards d'euros de chiffre d'affaires¹, soit environ 1/3 du chiffre d'affaires 'fromages' autres que frais et fondus des entreprises laitières françaises².

	Volume de lait utilisé dans des fabrications laitières AOP (millions de litres) ¹	Part de la collecte française de lait ²
Lait de vache	2 860	12,2 %
Lait de chèvre	67,6	13,4 %
Lait de brebis	112,7	37,4 %

Les Indications Géographiques Protégées (IGP)



Les 9 fromages et la crème IGP sont principalement fabriqués avec du lait de vache. Début 2021, 1917 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) ¹	Part de la collecte française de lait de vache ²
lait de vache	232	1%

En 2021, les volumes commercialisés de produits laitiers IGP s'élevaient à 28 621 tonnes (+4,7% par rapport à 2020 et +37% par rapport à 2016) dont 2,4% sont des fabrications fermières¹.

Le chiffre d'affaires des produits laitiers IGP est de 249 millions d'euros sortie fabrication – affinage¹.

¹ Données 2021 IRI, RNM, ODG - traitement CNAOL ² EAL 2021 – données 2020 ³ INAO / INRA-ODR base opérateurs habilités quatrième semestre 2020 (AOP/IGP)

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

Fromages AOP au lait de vache	2011 (tonnes)	2019 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2011
Bleu d'Auvergne	5 561	5 240	4 762	4 905	3%	-12%
<i>dont fermier</i>	18	74	103	127	23%	606%
Bleu de Gex Haut-Jura	445	477	440	502	14%	13%
Bleu des Causses	587	436	429	435	1%	-26%
Bleu du Vercors-Sassenage	214	431	424	473	12%	121%
<i>dont fermier</i>	41	62	64	66	3%	61%
Fourme d'Ambert	5 307	5 900	5 429	5 685	5%	7%
<i>dont fermier</i>	32	108	145	149	3%	366%
Fourme de Montbrison ¹	476	643	668	734	10%	54%
<i>dont fermier</i>	8	5	12	24	90%	196%
Total pâtes persillées	12 590	13 127	12 152	12 734	5%	1%
Abondance	2 179	3 244	3 497	3 479	-0,5%	60%
<i>dont fermier</i>	658	805	877	854	-3%	30%
Beaufort	4 900	5 160	5 040	5 340	6%	9%
Comté	48 711	62 220	64 256	64 500	0,4%	32%
Total PPC	55 790	70 624	72 793	73 319	0,7%	31%
Cantal	13 858	12 623	10 538	11 264	7%	-19%
<i>dont fermier</i>	159	480	610	603	-1%	279%
Laguiole	715	664	630	689	9%	-4%
<i>dont fermier</i>	8	29	31	33	5%	310%
Morbier	8 045	10 768	11 084	11 871	7%	48%
<i>dont fermier</i>	17	50	62	67	8%	294%
Reblochon	15 033	15 934	16 391	16 360	-0,2%	9%
<i>dont fermier</i>	2 066	2 061	2 031	2 011	-1%	-3%
Saint-Nectaire	13 285	14 367	13 658	14 448	6%	9%
<i>dont fermier</i>	6 601	7 971	8 042	8 533	6%	29%
Salers²	1 266	1 244	1 064	1 237	16%	-2%
Tome des Bauges	920	948	916	970	6%	5%
<i>dont fermier</i>	140	127	128	132	3%	-6%
Total PPNC	53 102	56 548	54 282	56 839	5%	7%
Brie de Meaux	6 173	6 499	6 227	6 849	10%	11%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Brie de Melun ¹	267	232	179	234	31%	-12%
Camembert de Normandie	4 617	5 994	6 070	6 015	-0,9%	30%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Chaource	2 453	2 541	2 496	2 598	4%	6%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Epoisses	1 189	1 404	1 409	1 545	10%	30%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Langres	465	691	622	688	11%	48%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Livarot	1 053	865	734	725	-1%	-31%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Maroilles	4 302	4 196	4 286	4 424	3%	3%
<i>dont fermier</i>	259	295	321	331	3%	28%
Mont d'Or	4 771	5 707	5 991	5 992	0%	26%
<i>dont fermier</i>	ss	ss	ss	ss		
Munster	6 967	5 842	5 552	5 902	6%	-15%
<i>dont fermier</i>	823	809	713	735	3%	-11%
Neufchâtel	1 456	1 645	1 576	1 633	4%	12%
<i>dont fermier</i>	451	415	394	399	1%	-12%
Pont-l'Évêque	2 481	2 232	1 941	2 195	13%	12%
<i>dont fermier</i>	63	89	79	83	5%	32%
Total pâtes molles	36 194	37 849	37 084	38 800	4,6%	7%
Total fromages AOP au lait de vache	157 676	178 148	176 310	181 692	3%	15%

Fromages AOP au lait de brebis	2011 (tonnes)	2019 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2011
Brocciu	347	269	358	416	16%	20%
<i>dont fermier</i>	47	69	83	137	65%	192%
Ossau-Iraty	3 478	4 984	4 986	5 041	1%	45%
<i>dont fermier</i>	327	591	670	634	-5%	95%
Roquefort	17 482	16 212	16 012	15 885	-0,8%	-9%
Total fromages AOP au lait de brebis	21 307	21 465	21 356	21 342	-0,1%	0,2%

PPC : Pâte Pressée Cuite ; PPNC : Pâte Pressée non cuite ; nc : non communiqué ; SS : secrets statistiques ¹secret statistique sur les données de production fromagère ; ² fabrications fermières uniquement

Fromages AOP au lait de chèvre	2011 (tonnes)	2019 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2011
Banon <i>dont fermier</i>	68 9	95 14	87 12	98 15	13% 20%	44% 63%
Brousse du Rove²			17	16	-6%	
Chabichou du Poitou <i>dont fermier</i>	370 34	351 47	282 47	281 51	-0,4% 8%	-24% 50%
Charolais <i>dont fermier</i>	56 47	89 72	97 78	111 72	15% -7%	98% 53%
Chavignol <i>dont fermier</i>	874 254	868 234	897 212	852 223	-5% 5%	-2% -12%
Chevrotrin²	70	65	68	80	18%	14%
Mâconnais	64	84	98	107	9%	67%
Pélardon <i>dont fermier</i>	218 136	260 164	263 160	293 176	11% 10%	34% 29%
Picodon <i>dont fermier</i>	472 93	534 92	538 102	562 104	4% 2%	19% 12%
Pouilly-Saint-Pierre <i>dont fermier</i>	284 95	277 83	235 68	244 77	4% 14%	-14% -19%
Rigotte de Condrieu <i>dont fermier</i>	80 20	74 25	71 28	62 29	-13% 2%	-22% 45%
Rocamadour <i>dont fermier</i>	1 060 349	1 261 394	1 296 377	1 357 413	5% 9%	28% 18%
Sainte-Maure de Touraine <i>dont fermier</i>	1 350 410	1 867 417	1 825 372	1 940 400	6% 7%	44% -2%
Selles-sur-Cher <i>dont fermier</i>	997 170	1 007 175	1 066 157	1 145 196	7% 25%	15% 15%
Valençay <i>dont fermier</i>	377 125	318 86	298 83	329 85	2% 5%	-32% 18%
Total fromages AOP au lait de chèvre	6 340	7 152	7 121	7 460	5%	18%

Total fromages AOP <i>dont fermier</i>	185 323 15 149	206 765 17 625	204 805 17 694	210 511 18 589	3% 5%	14% 23%
---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-----------------	-------------------

Beurre AOP / AOC	2011 (tonnes)	2019 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2011
Bresse		418	517	531	3%	
Charentes-Poitou	28 995	27 510	27 124	31 361	16%	8%
Isigny	5 415	7 328	6 771	7 553	11%	39%
Total beurres AOP	34 410	35 256	34 412	39 445	15%	15%

Crème AOP / AOC	2011 (tonnes)	2019 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2011
Bresse		636	761	861	13%	
Isigny	4 173	6 473	7 525	7 620	1%	83%
Total crèmes AOP	4 173	7 109	8 286	8 481	2%	103%

Total AOP laitières	223 906	249 130	247 503	258 437	4%	15%
----------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------	------------

Les volumes commercialisés des produits laitiers IGP et leur évolution

Fromage IGP	2016 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2016
Brillat-Savarin		1821	1907	5%	
Emmental de Savoie	2676	2857	2798	-2%	5%
Emmental français Est-Central IGP-LR	3310	3157	ss		
Gruyère	2190	ss	ss		
Raclette de Savoie <i>dont fermier</i>		3 406 32	3 579 33	5% 3%	
Saint-Marcellin <i>dont fermier</i>	2 600 50	ss ss	2 714 42		4% -16%
Soumaintrain <i>dont fermier</i>	92 21	185 46	191 51	3% 11%	110% 143%

Fromage IGP	2016 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2016
Tomme de Savoie <i>dont fermier</i>	6 404 575	6 184 467	6 618 471	7% 1%	3% -18%
Tomme des Pyrénées	2 662	ss	ss		
Total fromages IGP	19 934	25 962	27 292	5%	37%

Crème IGP	2016 (tonnes)	2020 (tonnes)	2021 (tonnes)	2021/2020	2021/2016
Crème fraîche fluide d'Alsace	1 332	ss	ss		
Total crème IGP	1 292	ss	ss		

Total IGP laitières	21 226	ss	ss		
----------------------------	---------------	-----------	-----------	--	--

² fabrications fermières uniquement ; ss secret statistique

Les volumes commercialisés des produits laitiers AOP et leur évolution

Entre 2020 et 2021, la commercialisation des produits laitiers d'appellation progresse (+4,4%). Des écarts de dynamiques importants s'observent cependant entre les 3 grands types de produits (fromages, beurres et crèmes).

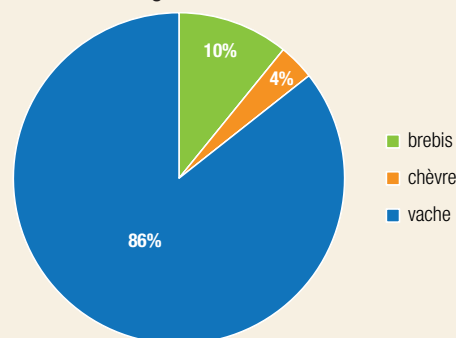
Les fromages AOP

Les tonnages commercialisés de fromages AOP progressent de 4,3% entre 2020 et 2021 avec un total de **210 511 tonnes de fromages AOP** en 2021.

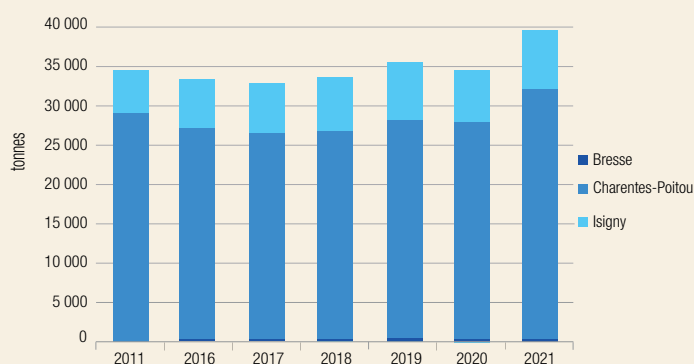
En 10 ans, les ventes de fromages AOP ont progressé de 14%.

Sur les dix dernières années, les fromages au lait de chèvre enregistrent la plus forte progression (+18%), suivis des fromages au lait de vache (+15%). La commercialisation de fromages au lait de brebis reste globalement stable depuis 2011.

Part de chaque espèce dans la commercialisation de fromages AOP en 2021



Volumes commercialisés de Beurres AOP



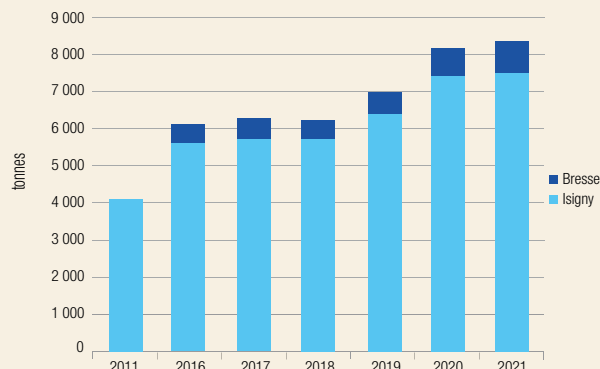
Les beurres AOP

La commercialisation des beurres AOP connaît une importante progression en 2021 (+15%), après une année 2020 stable. Les trois appellations totalisent **39 445 tonnes** commercialisées, soit 11% de la production nationale de beurre. L'appellation Beurre Charentes-Poitou représente 80% des volumes commercialisés.

Entre 2020 et 2021, les appellations Beurre Charentes-Poitou et Beurre d'Isigny progressent respectivement de 16 et 12%, tandis que l'appellation Beurre de Bresse progresse de 3%².

En dix ans, ce segment a enregistré une hausse des ventes de 15%.

Volumes commercialisés de Crèmes AOP



Les crèmes AOP

La commercialisation des crèmes AOP progresse de 2,4% en 2021 pour atteindre **8 481 tonnes**.

La crème d'Isigny compte pour 90% des volumes commercialisés.

Ce segment a plus que doublé en volumes commercialisés sur ces dix dernières années.

Les fromages AOP par technologie

Deux familles de fromages totalisent deux-tiers des volumes commercialisés : les pâtes pressées cuites (PPC : 35%) et les pâtes pressées non cuites (PPNC : 29%).

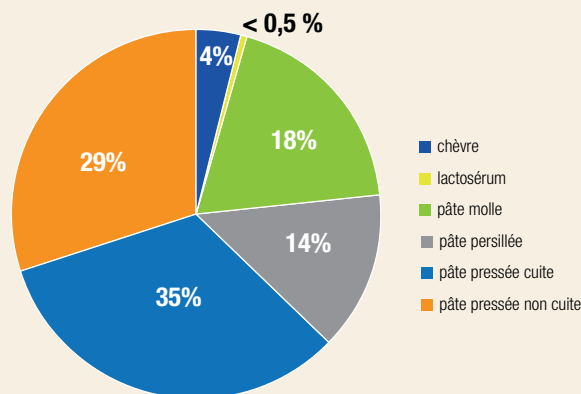
La répartition des différents types de pâtes dans la commercialisation totale des AOP reste stable.

La famille des PPC, qui représente le plus gros tonnage avec 73 319 t, reste stable entre 2020 et 2021. Le Comté totalise 88% des volumes de cette catégorie. En dix ans, la commercialisation de pâtes pressées cuites a progressé de plus de 31%, c'est la plus forte évolution parmi les catégories de fromages AOP.

La commercialisation des PPNC a progressé de 4,4% entre 2020 et 2021. Tous les produits de la catégorie sont en progression ou stables, contrairement à 2020 où certains présentaient des baisses de tonnages. Le Salers et le Laguiole sont particulièrement dynamiques sur 2021 (+16,3% et +9,3%), ainsi que le Morbier, la Tome des Bauges et le Saint-Nectaire. Ce segment a progressé de 7% en dix ans.

Les ventes de pâtes persillées se redressent légèrement en 2021 (+1,6%) après une année 2020 en baisse (-4%). Elles atteignent 28 619 tonnes.

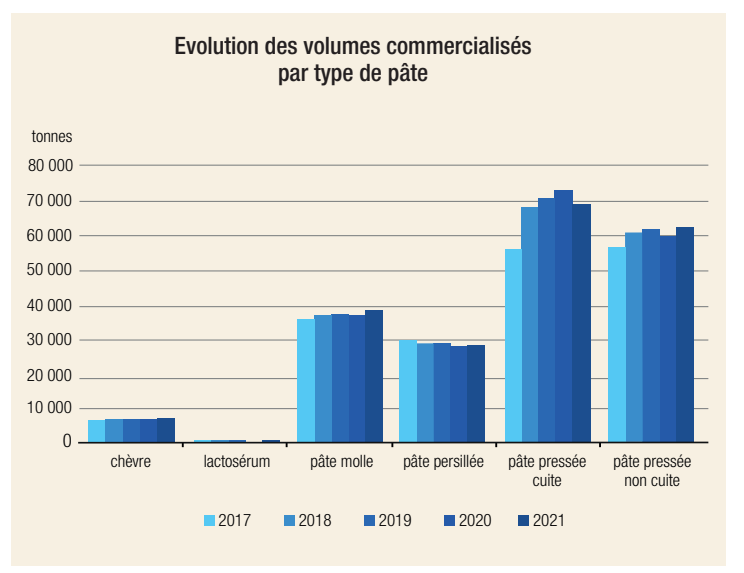
Part des volumes commercialisés de fromage AOP par technologie en 2021



Le Bleu de Gex Haut-Jura, le Bleu du Vercors-Sassenage et la Fourme de Montbrison présentent des taux de progression importants sur 2021 (respectivement +14,1%, +11,6% et +9,9%), tandis que les ventes de Roquefort sont restées stables. En dix ans, ce segment enregistre une légère hausse de 1% des ventes.

Les volumes commercialisés de pâtes molles progressent de 4,6% entre 2020 et 2021 et atteignent 38 800 t. A l'exception du Livarot et du Camembert de Normandie, tous les produits de la catégorie sont en progression sur 2021, atteignant +30,7% pour le Brie de Melun, +13,1% pour le Pont-l'Évêque, ou encore +10,6% pour le Langres et +10% pour le Brie de Meaux. Ce segment enregistre une progression de 7% en dix ans.

Après plusieurs années stables, la commercialisation de fromages de chèvre AOP est en progression sur 2021 (+4,8%) et atteint 7 460 tonnes, avec des situations contrastées selon les fromages. La Rigotte de Condrieu et le Chavignol sont en baisse en 2021, les autres sont soit stables (Chabichou du Poitou), soit en progression, atteignant +17,6% pour le Chevrotin, +14,8% pour le Charolais ou encore +11,4% pour le Pélardon. Ce segment enregistre une progression de 18% en 10 ans.



Évolution des volumes commercialisés AOP de fromages au lait cru et fermier

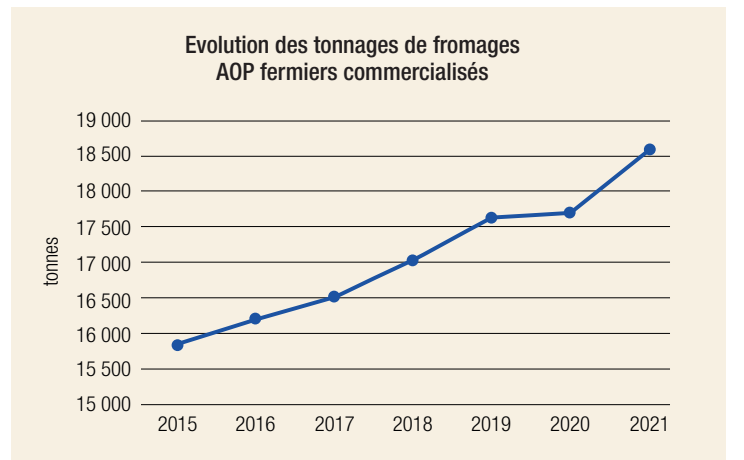
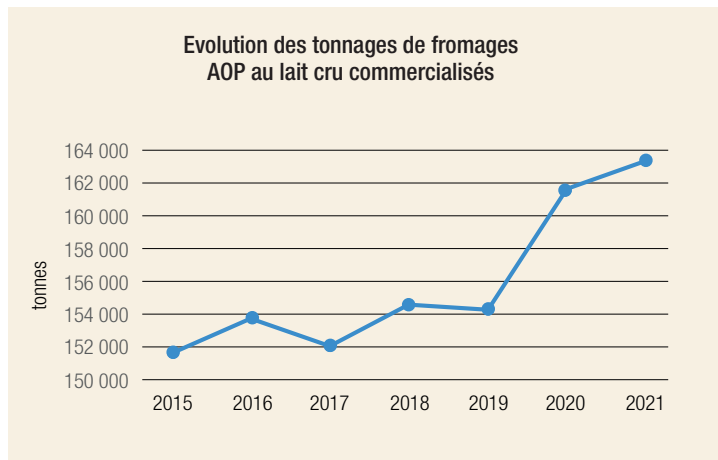
Les fromages AOP sont majoritairement fabriqués au lait cru. Ils totalisent une production de 163 167 tonnes (+1,1% par rapport à 2020) et représentent **77,5% de l'ensemble des fromages AOP**. Les tonnages au lait cru ont augmenté de 21,2% en 10 ans.

28 fromages AOP sont exclusivement au lait cru.

La production au lait cru des pâtes molles est en baisse en 2021 (-3,3%).

A l'inverse, la production au lait cru des chèvres AOP progresse de 5,3%. Celles des pâtes persillées et des pâtes pressées cuites restent stables sur 2021.

9% des fromages AOP sont des fromages fermiers. En 2021, le tonnage fermier commercialisé s'établit à 18 589 tonnes, il est en progression de 5,1% par rapport à 2020. Le segment fermier est en progression constante sur ces dix dernières années avec une hausse globale de 22,7%. 40 des 46 appellations fromagères revendiquent une part de production fermière et 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 (8533t), le Reblochon (2011t) et le Salers (1237t). Parmi les appellations les plus dynamiques en 2021 figurent la Fourme de Montbrison (+90,1% de production fermière), le Brocciu (+65,3%) et le Selles-sur-Cher (+24,7%).



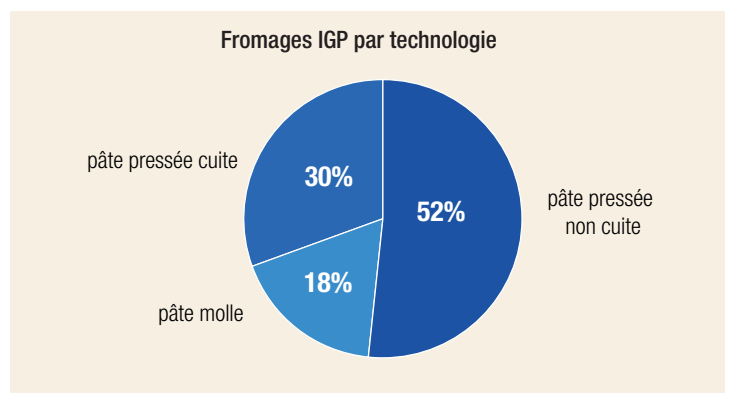
Technologie, lait cru et production fermière dans les fromages IGP

Les 10 IGP laitières sont principalement fabriquées au lait de vache.

En 2021, les pâtes pressées non cuites représentent plus de la moitié des volumes de fromages IGP (51,9%, +1,9 points par rapport à 2020).

Avec 597 tonnes produites en 2021, la production fermière augmente légèrement +2,1% entre 2020 et 2021. Cela s'explique par une augmentation de la production fermière du Soumaintrain et de la Tomme de Savoie.

Le Soumaintrain est produit pour environ 27% au lait cru et fermier. Il s'agit du fromage IGP avec la plus grande part de production fermière, même si, en valeur absolue, la Tomme de Savoie domine la production fermière avec 471 tonnes en 2021. 7% du volume total commercialisé de Tomme de Savoie est de production fermière.





Évolution des ventes de fromages¹

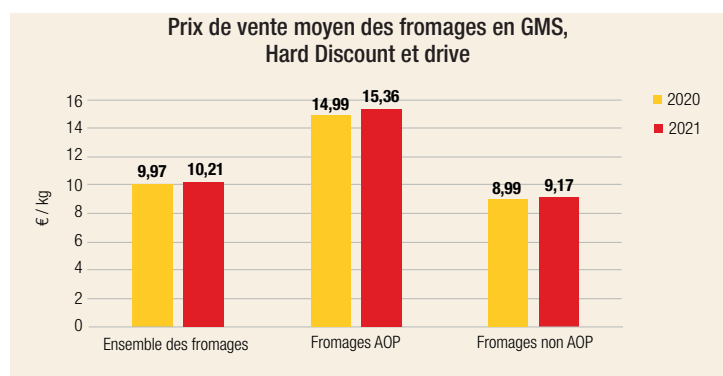
Ventes de fromages (hors fromages blancs) en GMS et Hard Discount entre 2020 et 2021

	Ventes 2020		Ventes 2021		Évolution 2021/2020	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Fromages AOC/AOP	124 863	1 755 389	120 122	1 746 070	-3,8%	-0,5%
Fromages non AOC/AOP	766 263	6 993 220	738 892	6 841 660	-3,6%	-2,2%
TOTAL	891 126	8 748 609	859 014	8 587 729		
Part des AOC/AOP	14%	20,1%	14%	20,3%		

Les volumes de ventes de fromages AOP en GMS et hard-discount sont en baisse sur l'année 2021 (-3,8%), de même que les fromages non AOP (-3,6%). En valeur, les fromages AOP maintiennent un chiffre d'affaires stable malgré la baisse de volumes de ventes, traduisant une hausse des prix moyens consommateurs.

La part de marché des fromages AOP au sein de la catégorie fromages représente 14% des fromages en volume et 20,3% en valeur.

Prix de vente moyen des fromages¹



Les prix de vente des fromages AOP affichent une progression de +2,5% entre 2020 et 2021, tandis que les prix de vente des fromages non AOP progressent de 1,9%.

En 2021, les fromages AOP se vendent en moyenne 6,20€/kg de plus que les non AOP. Ce différentiel est en hausse de 20 centimes par rapport à 2020.

Lieux d'achats des fromages²

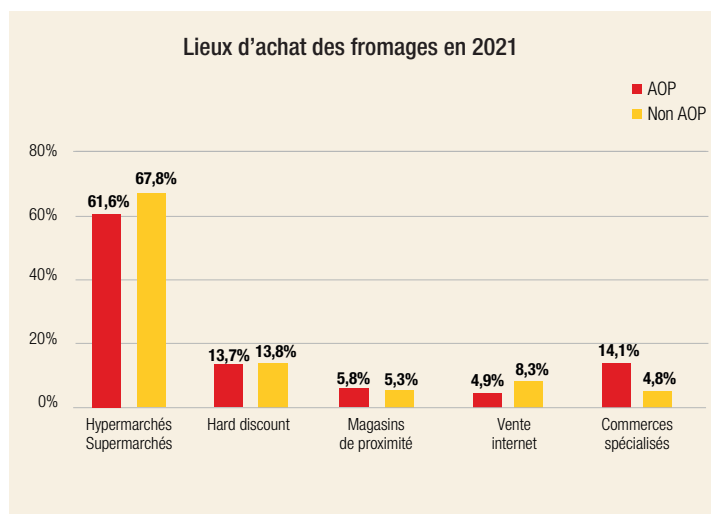
La répartition des ventes des fromages AOP et non AOP entre les différents lieux d'achat est relativement similaire.

Les ventes de fromages AOP et non AOP sont majoritairement réalisées en hyper et supermarchés (61,6% pour les AOP et 67,8% pour les non AOP).

Le secteur des fromages AOP se distingue par une proportion commercialisée en commerces spécialisés plus importante (14,1%) que pour les non AOP (4,8%) et inversement une part plus faible commercialisée en hyper et supermarchés et via internet (4,9%) pour les AOP contre 8,3% pour les non AOP.

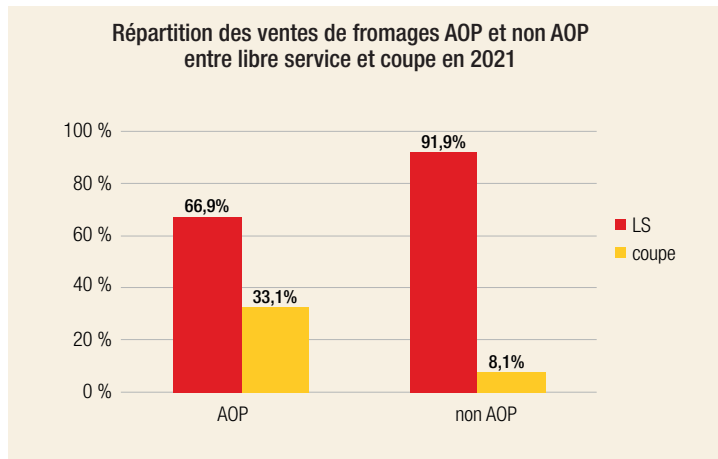
En 2021, les parts de marché des hyper et super (61,6% des ventes) et des magasins de proximité (5,8% des ventes) diminuent au profit des commerces spécialisés (14,1% des ventes en 2021 contre 13,2% en 2020).

Dans la catégorie des fromages non AOP, ce sont surtout les parts de marché de la vente en ligne qui progressent en 2021.



¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL 2021 / ² Panel Kantar Worldpanel 2021

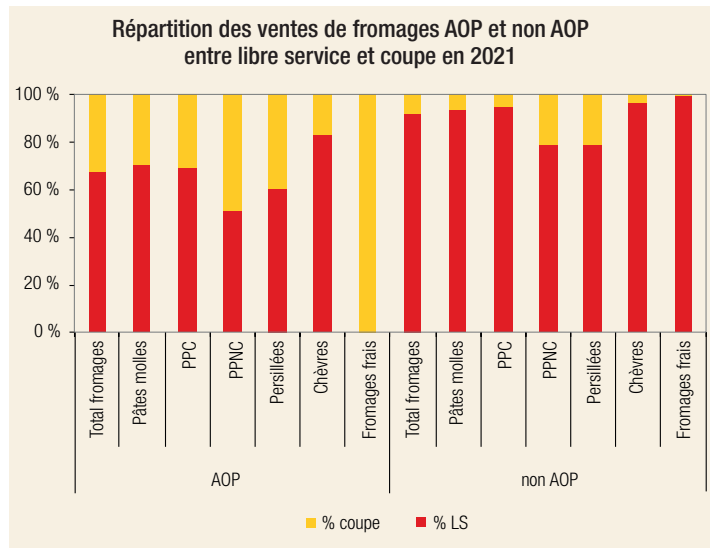
Répartition des ventes de fromages par rayon¹



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 67% et 33%. La part de la coupe dans les ventes de fromages AOP est 4 fois plus importante que pour les fromages non AOP qui sont vendus à 92% en LS et à 8% à la coupe.

En 2021, un léger regain de la coupe est observé pour les fromages AOP, (+1 point de part de marché,) comme pour les non AOP (+2 points), sans doute en rééquilibrage suite aux perturbations connues en 2020 avec les mesures sanitaires.



Les tendances sont différentes d'une catégorie de produits à l'autre.

Les fromages AOP au lait de chèvre sont les plus vendus en LS, à hauteur de 82,5% de leur volume, suivis par les pâtes molles (70%), les PPC (68,6%) et les pâtes persillées (60%).

Les PPNC se distinguent avec des niveaux de vente équivalents entre LS et coupe (respectivement 50,5% et 49,5% des volumes). Les fromages frais AOP sont exclusivement achetés au rayon coupe.

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.

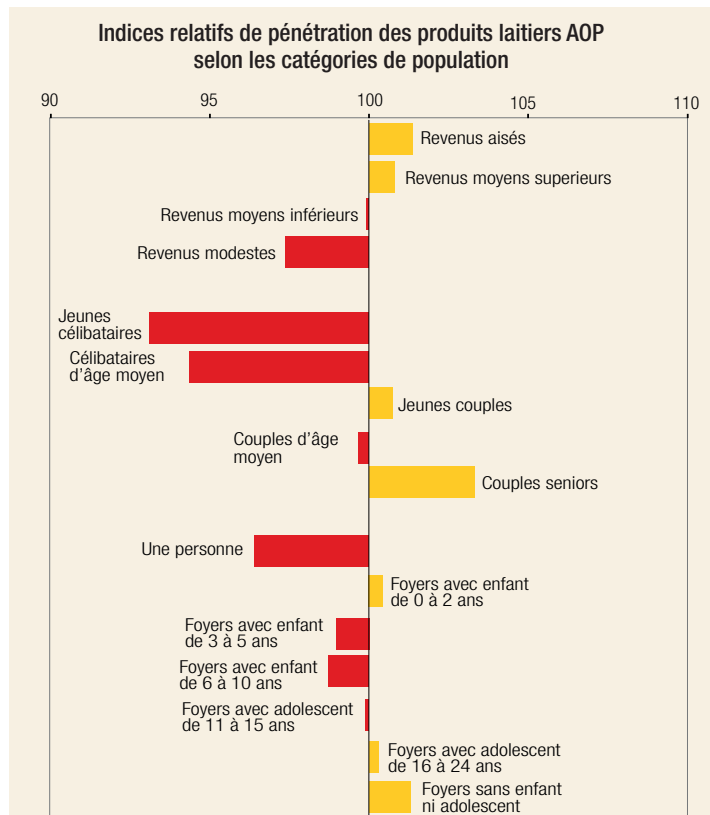
En revanche, la consommation de fromage AOP est le fait de profils de consommateurs plus spécifiques.

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

L'âge apparaît également comme un facteur important. La consommation de fromages AOP y est corrélée : les taux de pénétration sont plus élevés chez les couples seniors que chez les couples d'âge moyen et les jeunes couples.

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 enfant, le taux de pénétration varie en fonction de l'âge de ces derniers, avec une consommation plus importante lorsque les enfants dépassent 15 ans. Ce qui pourrait expliquer que les couples d'âge moyen ont une moins forte consommation de fromages AOP, correspondant à un stade de leur vie où les enfants sont jeunes. En 2021, on constate que les foyers avec enfant de 3 à 10 ans consomment moins d'AOP qu'en 2020.

À noter que la classe des foyers sans enfant ni adolescent qui se présentait comme une classe peu consommatrice en 2009 (indice < 100) représente aujourd'hui avec les couples seniors et les revenus aisés une catégorie dans laquelle l'indice relatif de pénétration est le plus élevé.



Le graphique illustre la pénétration de l'habitude de consommation du fromage AOP. 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 fromage AOP alors son indice est 100. Les catégories qui surconsomment ont ainsi un indice supérieur à 100 et inversement.

¹ Panel Symphony IRI/ CNIEL 2021

² Panel Kantar Worldpanel 2021

Marché des beurres AOP¹

Après une année 2020 très positive, les ventes de beurre AOP continuent leur progression en 2021 pour atteindre 9 347 t (+2% de ventes en volume et +1% en valeur par rapport à 2020).

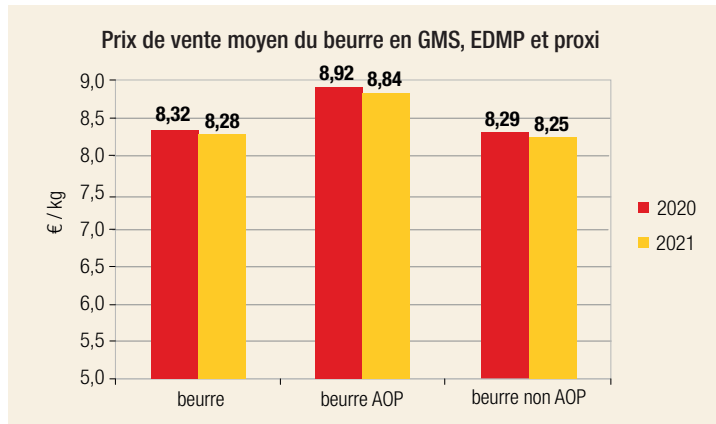
Les beurres non AOP affichent, quant à eux, un retrait sur 2021 (-5%

de ventes en volume, -5,5% en valeur).

La part de marché des beurres AOP augmente légèrement aussi bien en valeur qu'en volume et représente respectivement 5,9% et 5,5%.

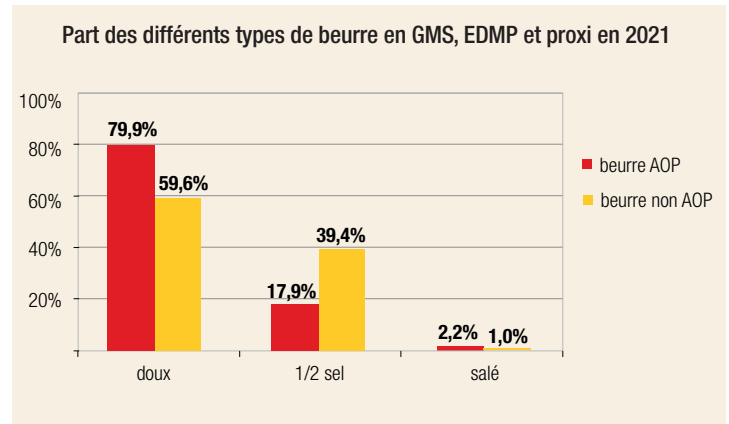
Évolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2020 et 2021

	Ventes 2020		Ventes 2021		Évolution 2021/2020	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Beurres AOP	9 167	81 803	9 347	82 594	2,0%	1,0%
Beurres non AOP	168 420	1 396 383	159 979	1 319 513	-5,0%	-5,5%
TOTAL	177 587	1 478 187	169 326	1 402 107		
Part des AOP	5,2%	5,5%	5,5%	5,9%		



Les beurres AOP sont commercialisés à un prix en moyenne plus élevé que les beurres non AOP (+56 centimes/kilo). Les prix moyens des beurres AOP et non AOP sont en légère baisse en 2021 (respectivement -0,9% et -0,5%).

Les beurres AOP sont principalement des beurres doux. Cette catégorie



représente 80% des ventes pour les appellations; tandis qu'elle n'atteint que 60% hors appellation. La part de beurre demi-sel est en progression en 2021 (18% des ventes contre 14,5% en 2020), mais reste deux fois moins importante pour les beurres AOP que non AOP (le demi-sel représente 39% des ventes).

Marché des crèmes AOP¹

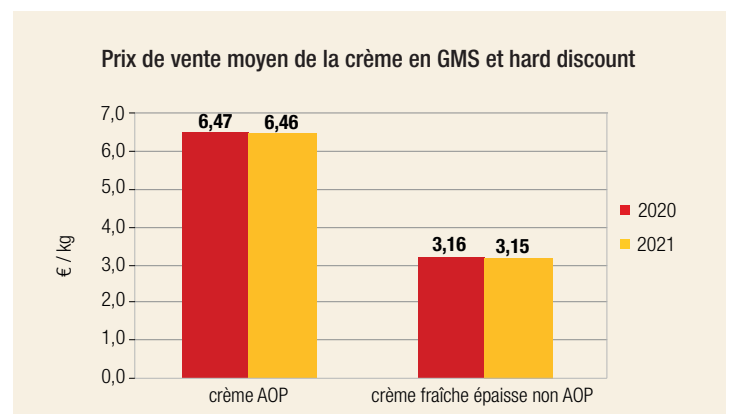
Évolution des ventes en GMS, Hard Discount et Drive entre 2020 et 2021

	Ventes 2020		Ventes 2021		Évolution 2021/2020	
	en tonnes	en 1 000 €	en tonnes	en 1 000 €	en volume	en valeur
Crèmes AOP	5 484	35 486	5 589	36 099	1,9%	1,7%
Crèmes fraîches épaisses non AOP	100 044	315 818	94 206	296 822	-5,8%	-6,0%
TOTAL	105 528	351 304	99 795	332 921	-5,4%	-5,2%
Part des AOP	5,2%	10,1%	5,6%	10,8%		

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 2021, la part des crèmes AOP dans le tonnage total de crèmes fraîches épaisses commercialisées est de 5,6%, en légère progression par rapport à 2020.

Les ventes globales de crème fraîche épaisse sont en régression en 2021 en hyper, supermarchés, drive et hard discount (-5,4% en volume et -5,2% en valeur), mais au sein de cette catégorie, les crèmes AOP affichent une légère progression sur 2021 (+1,9% en volume et +1,7% en valeur).

Les prix de vente moyens des crèmes AOP et non AOP baissent très légèrement entre 2020 et 2021. Les crèmes AOP restent commercialisées à un prix moyen deux fois supérieur aux crèmes fraîches épaisses non AOP.

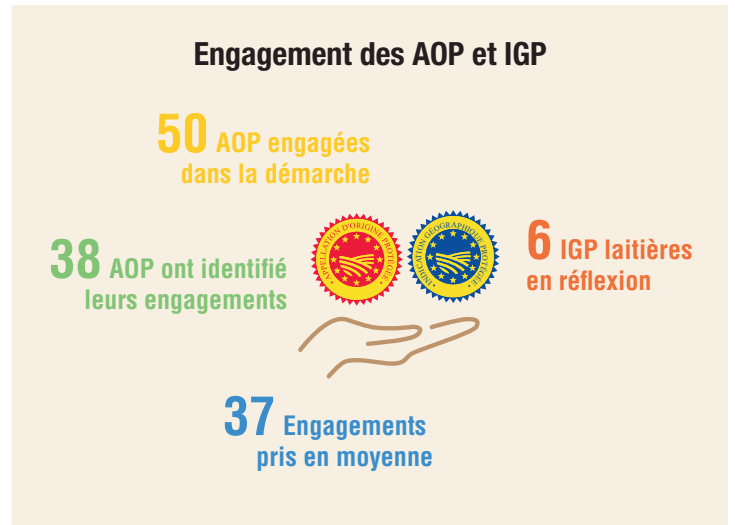
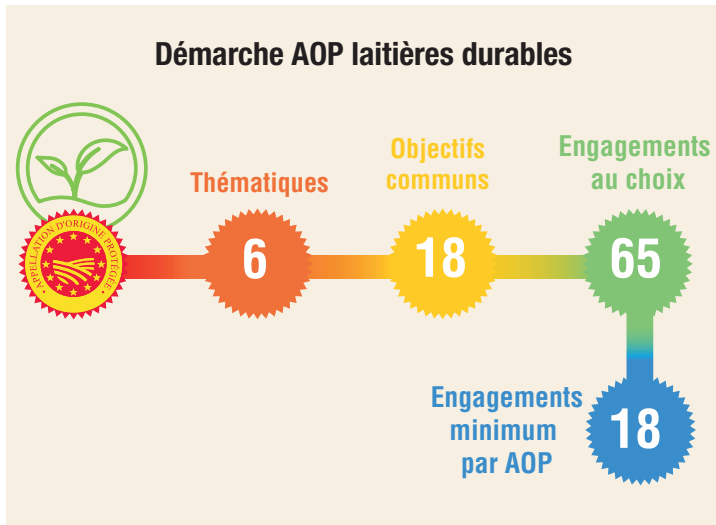


¹ Panel Symphony IRI CNIEL 2021

LA DURABILITE DES FILIERES LAITIERES AOP



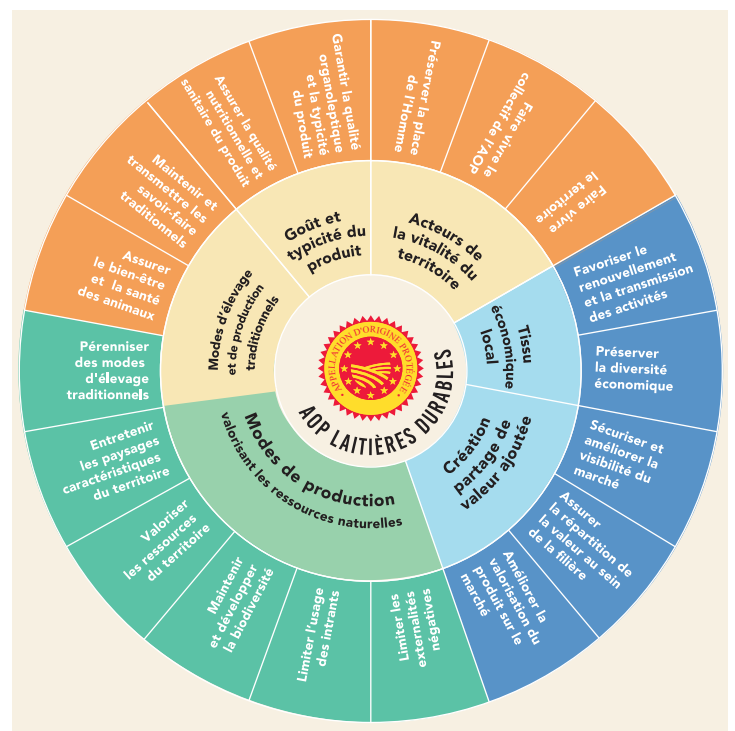
CHIFFRES CLÉS



Depuis l'été 2020, après la crise sanitaire et dans le prolongement de la loi EGalim, le **CNAOL a lancé une réflexion collective sur la durabilité** de son modèle agricole et alimentaire, en lien avec les attentes sociétales. Durant l'hiver 2021, les Organismes de Défense et de Gestion (ODG) de chaque AOP laitière ont travaillé ensemble à qualifier la notion de durabilité appliquée à leurs produits.

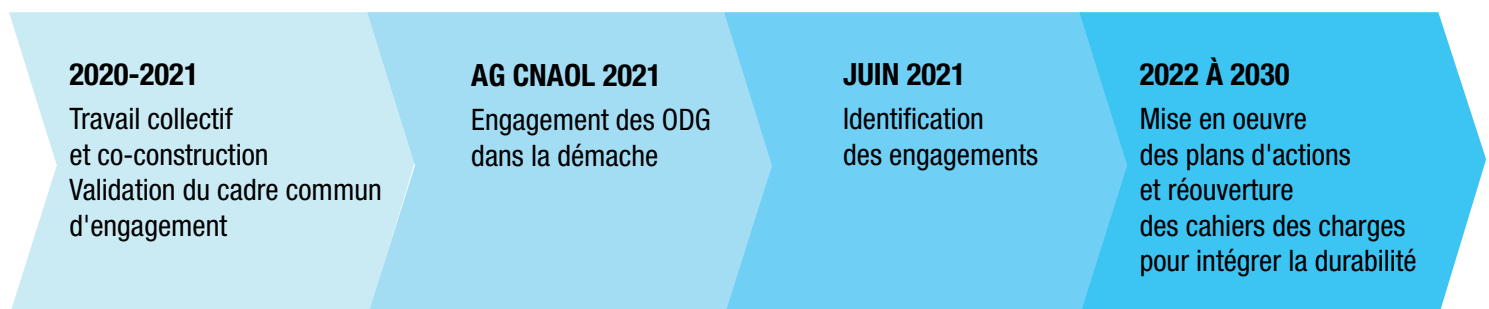
La démarche **AOP laitières durables** vise à apporter encore plus de transparence sur les pratiques et des réponses globales sur les trois piliers du développement durable : social, environnemental et économique. Cette démarche a pour socle les plans de filière signés, à la suite des Etats Généraux de l'Alimentation en 2017, par les différentes interprofessions des espèces représentées au sein du CNAOL : France Terre de Lait pour la filière laitière bovine (Cniel), Plan de la filière caprine (Anicap), Plan de la filière ovine (France brebis laitière).

En phase avec les plans de filière et relevant des 3 piliers du développement durable, 6 thématiques propres aux indications géographiques ont été définies. 18 objectifs transversaux et communs à l'ensemble des AOP laitières leur ont également été associés. Afin de couvrir la diversité des situations et de préserver les spécificités de chaque appellation, 65 engagements ont été identifiés pour correspondre aux attentes sociétales. En septembre 2021, chaque ODG s'est engagé à prendre un minimum de 18 engagements et à préciser un plan d'actions pour les mettre en œuvre.



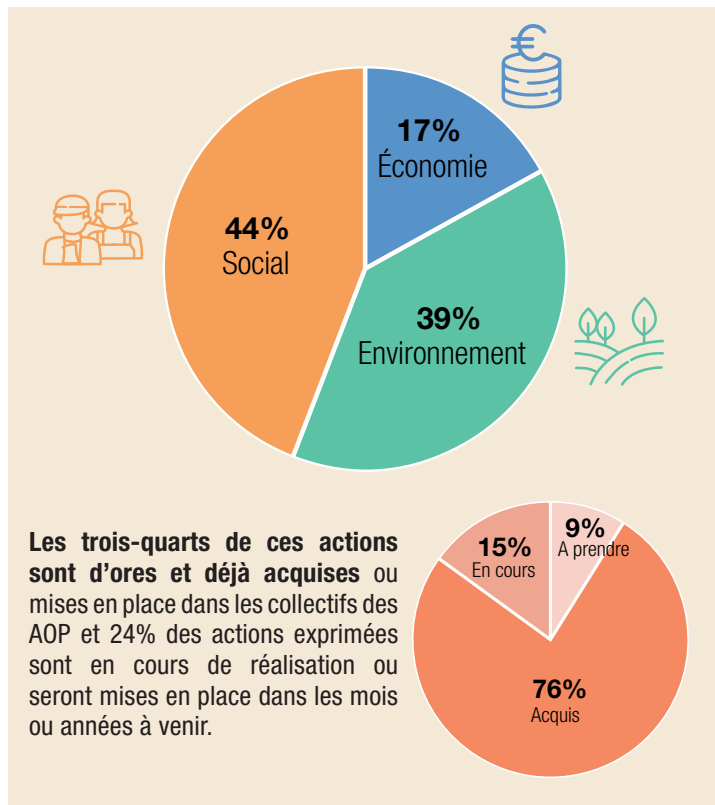
Par cette démarche, il s'agit de mettre en évidence la durabilité des AOP laitières et d'aller au-delà des cahiers des charges qui régissent les AOP pour dépasser leur promesse d'origine et de

qualité organoleptique. Dès 2025, les éléments de durabilité travaillés pourront être inscrits dans les cahiers des charges, et d'ici 2030, les AOP laitières représenteront un modèle agro-alimentaire durable.



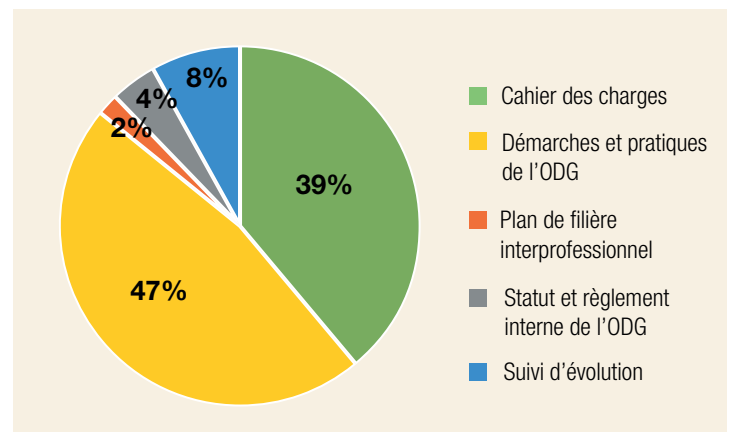
En juin 2022, 38 AOP ont identifié leurs engagements et établi le plan d'actions pour renforcer la durabilité de leur filière.

Ces actions relèvent principalement des piliers social (44%) et environnemental (39%); les mesures économiques représentant 17% de l'ensemble des actions proposées par ces 38 AOP.



Parmi tous ces engagements, on distingue plusieurs types d'actions et de mesures.

Il s'avère que 39% des engagements durabilité des AOP laitières se retrouvent dans leur cahier des charges respectif.



Par ailleurs, la démarche AOP laitières durables met en évidence que les pratiques des collectifs participent également à la durabilité de ces filières, à hauteur de 47%.

Cela passe par les travaux collectifs réalisés par les ODG sur la communication, le contrôle, la recherche et développement, l'accompagnement des opérateurs, mais aussi par le fonctionnement et la gouvernance de ces collectifs.

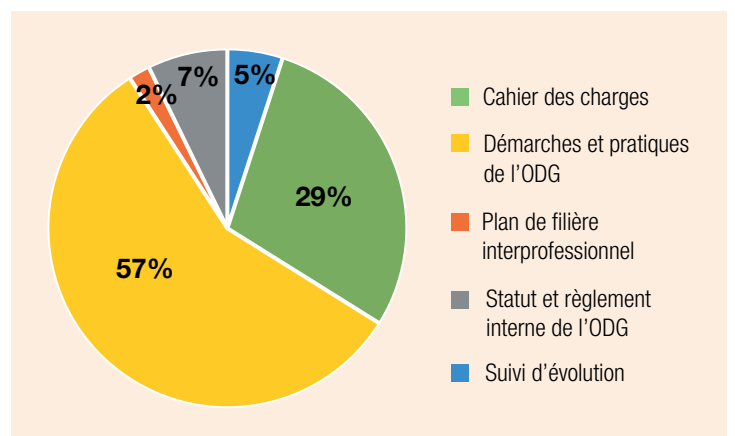
PILIER SOCIAL

7 objectifs de la démarche AOP laitières durables sont rattachés au pilier social et pour répondre à ces derniers, 83% des actions identifiées sont déjà mises en place. 57% d'entre elles relèvent des pratiques et des démarches mises en place par les ODG et seulement 29% sont inscrites dans les cahiers des charges.

On observe, plus particulièrement, que sur le volet social, 7% des engagements sont liés aux statuts de l'ODG et à sa gouvernance. En effet, les AOP laitières sont engagées sur le dynamisme d'une gouvernance qui représente l'ensemble des opérateurs : producteurs de lait, producteurs fermiers, collecteurs de lait, transformateurs et affineurs.

Dans le cahier des charges se retrouvent des engagements sur la surveillance de la qualité des produits avec, par exemple, les Commissions d'Examen Organoleptique organisées par l'ODG au cours desquelles des dégustateurs s'assurent que les produits respectent les caractéristiques de l'AOP (aspect, texture, format, goût).

Enfin, la contribution au tourisme local est un autre engagement fort des AOP, avec notamment la participation ou l'organisation d'événements territoriaux et l'interaction avec les autres filières agroalimentaires du territoire. Ce dernier traduit l'ancrage territorial de ces filières et a été identifié par plus des 3/4 des 38 AOP.



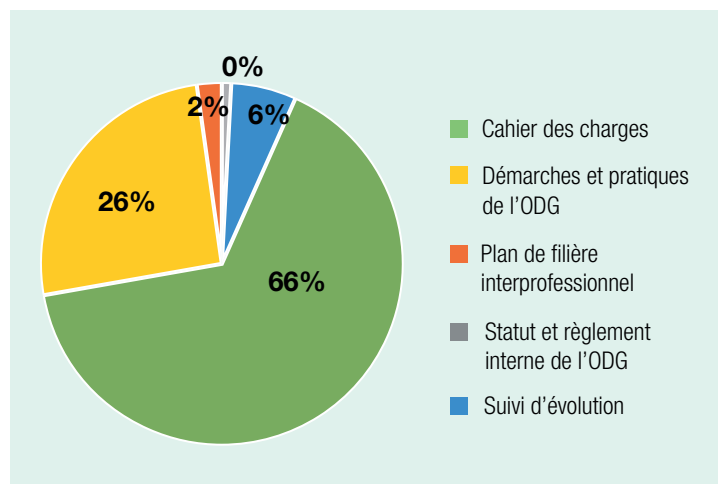
PILIER ENVIRONNEMENT

Pour le pilier environnemental, 66% des mesures prises par les AOP relèvent des cahiers des charges, 26% de démarches conduites par l'ODG, comme, par exemple, la réalisation d'études d'impact, d'évaluations, de diagnostics ou de partenariats avec des associations environnementales.

Ces mesures sont déjà acquises à 74%, 26% des actions proposées par les ODG sont en cours ou restent à mettre en œuvre.

Ces mesures auront pour but de répondre aux 6 objectifs définis pour le volet environnemental.

Les trois engagements les plus plébiscités pour répondre à ces objectifs sont l'origine locale des aliments et des fourrages avec une alimentation composée à base d'herbe ou d'aliments produits sur la zone d'appellation, voire l'exploitation, mais aussi la limitation des concentrés alimentaires en quantité, ainsi que la préservation de la diversité microbienne notamment liée à la fabrication de fromages au lait cru.



PILIER ÉCONOMIE

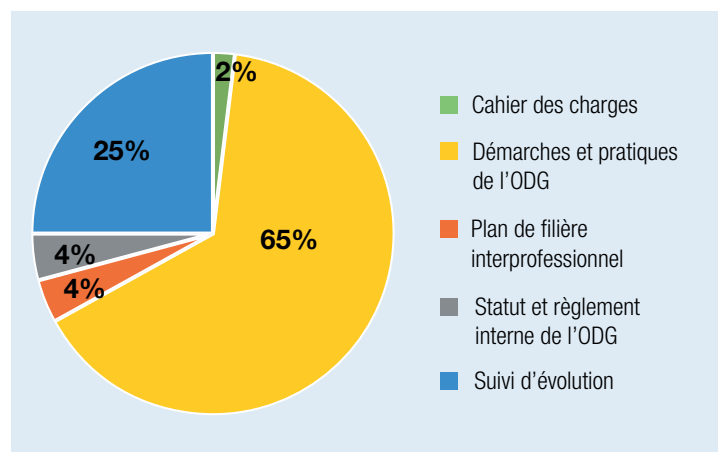
Sur le pilier économique, on observe que 18% des actions identifiées sont en cours de réalisation, et 16% seront prises dans les mois ou années à venir.

Par ailleurs, c'est **le pilier pour lequel on compte le moins d'actions déjà réalisées**, seulement 66%. Ceci s'explique par le cadre réglementaire imposé aux IG qui limite les actions de l'ODG sur ce volet.

Contrairement aux deux autres piliers, le cahier des charges n'est pas un support permettant de répondre aux enjeux économiques. En effet, seulement 2% des mesures économiques sont inscrites dans les cahiers des charges. C'est pourquoi, ces actions relèvent principalement du suivi de l'évolution d'indicateurs (25%) ou de pratiques des ODG (63%).

Les actions identifiées par les 38 AOP participent à répondre aux 5 objectifs définis dans la démarche AOP laitières durables.

Plus de 80% des AOP souhaitent s'investir sur le renouvellement des opérateurs, autant dans les exploitations agricoles que dans les entreprises de transformation, sur la diversification des circuits de production et de commercialisation avec le maintien de la production fermière et laitière, la présence des fromages, beurres et crèmes sur les marchés, en GMS, en restauration ou en crèmerie-fromagerie et enfin sur la valorisation des produits auprès des acteurs du marché.





INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

www.inao.gov.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 ; f.morel@inao.gov.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 Panel IRI et Kantar Worldpanel suivies par le CNIEL.

Document réalisé par Julia De Castro et Guylène Tillard (CNAOL), Fanny Morel (INAO) sur la base des données 2021 de l'enquête INAO conduite en mai 2022. Avec la collaboration de Corentin Puvilland, Bruno Roney, Laurence Carillier (CNIEL).

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