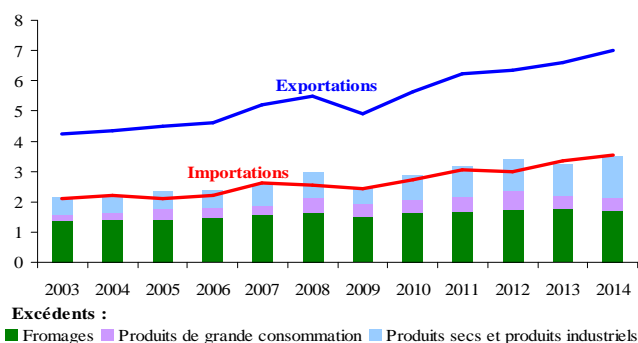




Les produits laitiers rapportent 3,5 milliards d'excédent commercial à la France

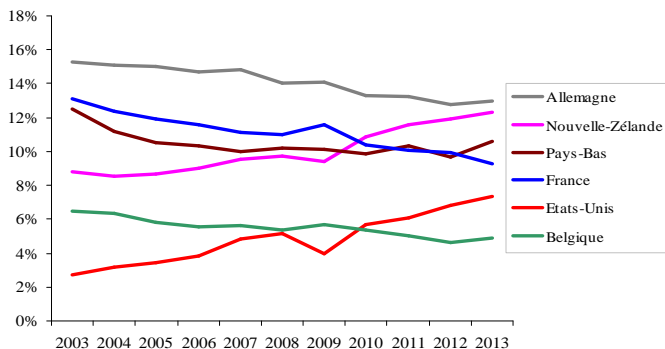
Les produits laitiers, notamment les fromages, constituent un point fort du commerce extérieur français avec un excédent structurel qui s'élève à 3,5 milliards en 2014. Toutefois, les ventes de produits périssables comme les fromages et les produits de grande consommation sont surtout destinées au marché européen de proximité, alors que la demande mondiale est tirée par les produits secs et industriels à destination des pays émergents. La France perd des parts de marché mondiales au profit des Etats-Unis et de la Nouvelle-Zélande. Ce constat pour les produits laitiers est toutefois à nuancer au regard du développement des filiales françaises implantées à l'étranger qui ont un chiffre d'affaires cinq fois supérieur au montant des exportations.

Graph.1 : Evolution des échanges de produits laitiers de la France (en milliards d'euros)



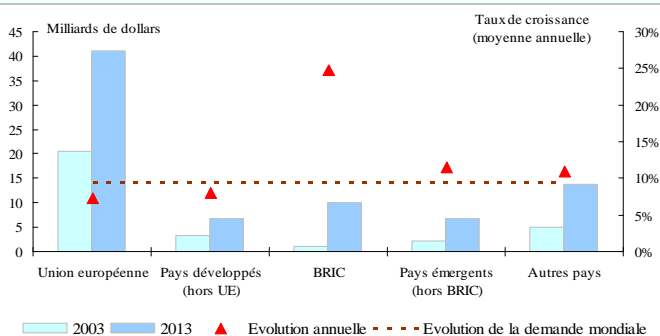
Source : Douane

Graph.2 : Parts de marché mondiales des principaux exportateurs de produits laitiers



Sources : OCDE - UN comtrade (ONU)

Graph.3 : Evolution des importations mondiales de produits laitiers entre 2003 et 2013



Guide de lecture : En 2013 les BRIC importent 10 milliards de dollars de produits laitiers, contre 1 milliard en 2003. Leurs importations progressent de 25% par an en moyenne sur 10 ans, contre 10% pour l'ensemble des zones.

Source : UN comtrade (ONU)

Excédent structurel français des échanges de produits laitiers

Les produits laitiers génèrent un excédent structurel qui passe de +2,1 milliards en 2003 à +3,5 milliards en 2014. C'est le deuxième point fort de l'industrie agroalimentaire française, derrière les boissons (+10,7 milliards en 2014). En effet, les ventes de produits laitiers s'avèrent relativement dynamiques puisqu'elles évoluent deux fois plus vite que celles de l'ensemble des exportations (5 % en moyenne annuelle sur les 10 dernières années, contre 2,4 %).

Cette croissance est toutefois moins soutenue que les importations mondiales qui augmentent de 10 % par an en moyenne sur 10 ans, tirées par les pays émergents (notamment les BRIC : Brésil, Russie, Inde et Chine). La France voit ainsi ses positions mondiales s'effriter. En 2013, elle se situe au 4ème rang des exportateurs mondiaux de produits laitiers et détient 9,3 % de parts de marché derrière l'Allemagne, la Nouvelle-Zélande et les Pays-Bas. Sa position se dégrade comme celle des autres fournisseurs européens (Allemagne et Pays-Bas), au bénéfice de la Nouvelle-Zélande et des Etats-Unis qui profitent davantage de la vigueur de la demande mondiale.

Les exportations françaises sont composées à hauteur de 43 % de fromages, de 31 % de produits de grande consommation (lait, beurre, yaourts...) et de 26 % de produits secs et industriels (lait en poudre, lactosérum, caséine...). Cette structure ressemble à celle de nos principaux concurrents européens, tels l'Allemagne et les Pays-Bas, à l'exception de l'Italie où le poids du fromage atteint 80 % des ventes de la filière. En revanche, les achats français sont constitués majoritairement de produits de grande consommation (50 %), suivis des fromages (37 %) et des produits secs et industriels (13 %).

Les fromages, un marché de proximité peu dynamique

En France, les fromages constituent le premier produit laitier à l'exportation avec 3 milliards de ventes en 2014 et génèrent la moitié de l'excédent de la filière, soit 1,7 milliard. Cependant, ce solde stagne depuis 3 ans, la croissance des exportations de fromages (+3,3 % l'an sur 10 ans) étant la moins dynamique de la filière laitière.

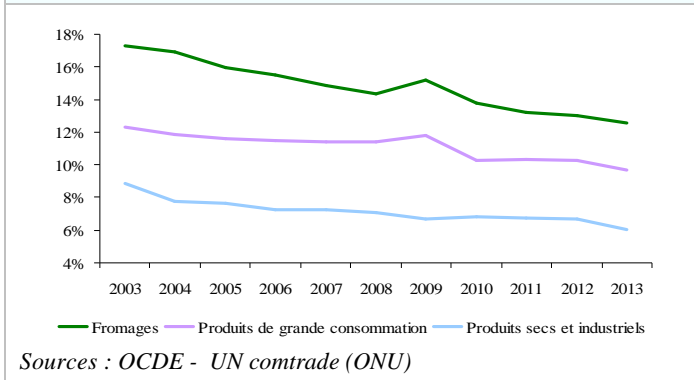
Cette moindre vigueur tient à la caractéristique intrinsèque du produit, périssable et difficile à transporter, qui s'exporte essentiellement vers le marché de proximité européen à faible croissance (79 % des ventes). En outre, la France est spécialisée dans les produits d'appellation d'origine protégée (soit 2/3 des ventes), contrairement aux pays concurrents plutôt positionnés sur des fromages d'entrée de gamme (sauf les italiens). Ces AOP françaises dont les prix sont deux fois plus élevés que les autres catégories (frais, râpés, fondus), sont également soumises à des contraintes sanitaires fortes.





En 2013, la France occupe la 3ème place mondiale parmi les exportateurs de fromages avec 12,5 % de parts de marché, derrière l'Allemagne (16,1 %) et les Pays-Bas (13,9 %). Elle perd toutefois 4,8 points de parts de marché depuis 2003 au profit des Etats-Unis, tandis que l'Allemagne voit ses positions se stabiliser.

Graphe 4 : Evolution des parts de marché mondiales de la France par type de produits

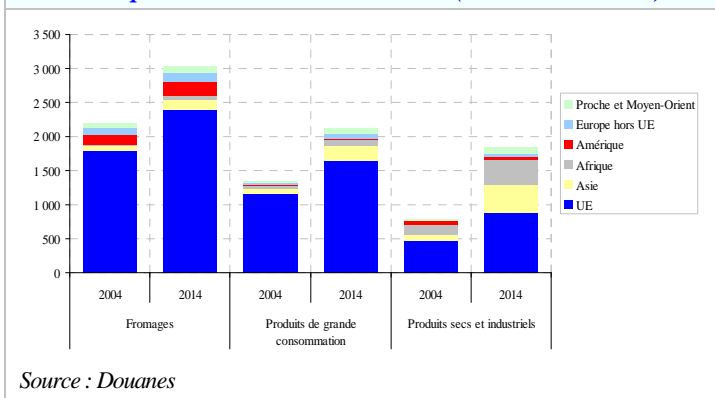


Les produits de grande consommation très légèrement excédentaires

L'excédent commercial des produits de grande consommation est le plus faible de la filière (+0,5 milliard), porté essentiellement par les yaourts (+0,5 milliard). Le déficit des matières grasses (-0,3 milliard), dont les achats proviennent à 90 % de l'UE, est compensé par l'excédent sur les autres produits. Les exportations de produits de grande consommation progressent de 4,7 % en moyenne annuelle sur 10 ans.

Les exportations (2,1 milliards en 2014) sont composées de lait et crème (36%), yaourts (28%), matières grasses (19%) et glaces (17%). La France est actuellement le quatrième fournisseur mondial, avec 9,7 % de parts de marché. L'UE, son principal débouché, absorbe 3/4 des ventes françaises en 2014. Cependant, l'Asie avec 1/10 des ventes, contribue quasi-exclusivement à la croissance des exportations de produits de grande consommation, notamment la Chine affectée par le scandale sanitaire du lait frelaté.

Graphe 5 : Structure géographique des exportations françaises de produits laitiers en 2004 et 2014 (en millions d'euros)



Cette catégorie représente l'essentiel des produits laitiers importés en France, soit 1,7 milliard (la moitié des achats de produits laitiers). Les matières grasses constituent l'essentiel des achats (44 %), la France étant le premier consommateur de beurre en Europe, avec 7,5 kg par personne et par an (contre 3,6 kg en moyenne pour l'UE).

Les produits secs profitent de la demande des pays émergents

Les produits secs et industriels représentent le quart des exportations de la filière laitière, soit 1,8 milliard en 2014. Le lait en poudre

constitue l'essentiel des ventes (62 %), suivi par le lactosérum (27 %) et la caséine (11 %). Les ventes sont particulièrement dynamiques avec une croissance annuelle moyenne de 11 % sur 10 ans. L'excédent commercial des produits secs et industriels s'établit à 1,3 milliard en 2014 (après 0,5 milliard en 2004), dont 850 millions pour les laits en poudre et 230 millions pour le lactosérum.

La France se positionne sur les marchés dynamiques des pays émergents. En effet, à l'inverse des autres produits de la filière, plus de la moitié des exportations de produits secs et industriels est destinée aux pays tiers (52 %, contre 48 % vers l'UE), car il s'agit d'une part, de produits de longue conservation et d'autre part, de marchés de volume. L'Asie est le principal débouché (1/4 des ventes), notamment la Chine, loin devant l'Indonésie et la Malaisie. L'Afrique absorbe 20 % des ventes, en particulier l'Algérie qui est le deuxième client de la France, derrière les Pays-Bas.

Comme pour les autres produits laitiers, la croissance des exportations françaises de produits secs et industriels (8 % par an en moyenne entre 2003 et 2013) est inférieure à celle des importations mondiales (12 %). Ainsi, les positions françaises (5ème rang mondial avec 6 % de parts de marché), comme celles de l'Allemagne et des Pays-Bas se tassent au profit de la Nouvelle-Zélande (24 %) et des Etats-Unis (14 %).

Des groupes français fortement internationalisés

La part des grandes entreprises dans les exportations est plus élevée pour les produits laitiers que pour l'ensemble des produits (61 %, contre 52 %). A contrario, celle des PME et micro-entreprises est plus faible (7 %, contre 14 %). Le poids des entreprises de taille intermédiaire est comparable dans les deux cas, environ un tiers des exportations.

Les firmes multinationales sous contrôle français (FMN françaises) réalisent trois quarts des exportations de produits laitiers, contre moins de la moitié pour l'ensemble des produits. Les cinq plus grands groupes laitiers français (Lactalis, Danone, Sodial, Bongrain et Bel) se placent aux premiers rangs mondiaux dans leurs spécialités respectives. Ils se développent également à l'international par la création de filiales dans d'autres pays ou l'acquisition d'entreprises locales.

L'ensemble des filiales des FMN françaises implantées à l'étranger génère un chiffre d'affaires de 32 milliards en 2011 (source Enquête OFATS de l'Insee), soit cinq fois le montant des exportations de produits laitiers. S'agissant de produits périssables, les implantations sont en effet préférées aux exportations directes. Ainsi la zone Amérique représente 18 % du chiffre d'affaires des filiales à l'étranger, contre seulement 4 % des exportations. Cependant, cette stratégie de desserte des marchés locaux paraît moins développée en Asie (6 % du chiffre d'affaires, contre 11 % des exportations).

Graphe 6 : Structure des exportations en 2014, selon le type de contrôle de l'entreprise

