



# La filière laitière française



## Un marché qui croît à l'export

Les produits laitiers français, champions de l'export ! Sur 10 litres de lait collectés, 4 sont exportés. L'excédent commercial s'élève à 3,6 milliards € en 2013. Cette vocation à l'export est soutenue par un contexte national et international favorable.

## Sommaire

- La France, une vocation à l'export
- Des stratégies à l'export variées

# LA FRANCE, UNE VOCATION À L'EXPORT



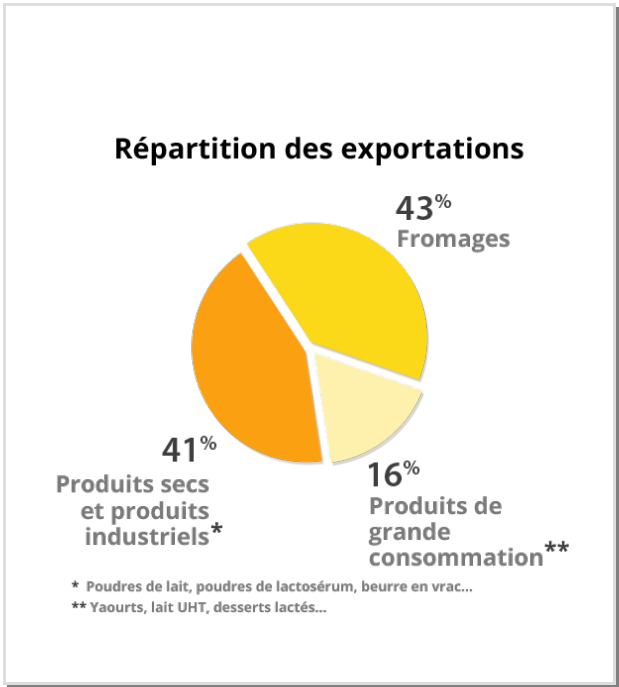
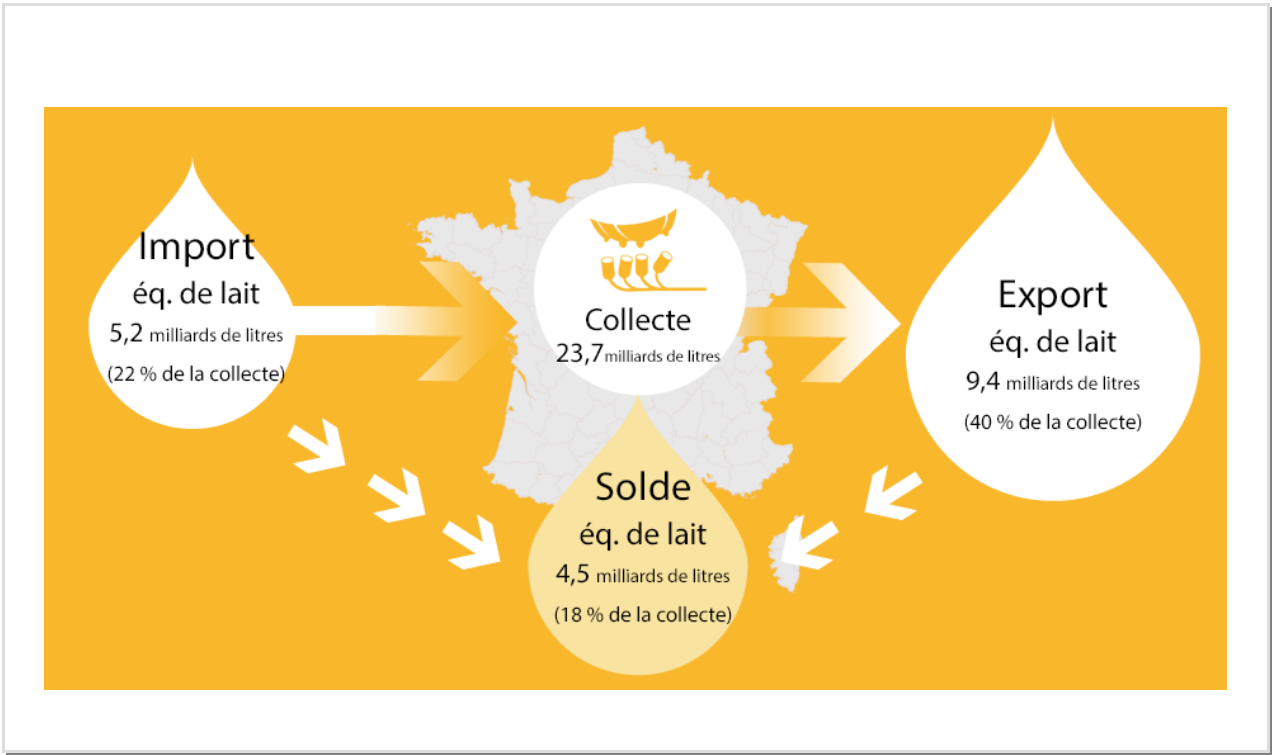
La France produit largement plus de lait qu'elle n'en consomme. Il est donc naturel qu'elle l'exporte !  
D'autant que la filière laitière française a de nombreux atouts qui lui permettent d'être performante sur les marchés internationaux : image, savoir-faire, qualité, ...

## Des chiffres éloquentes

- **4 litres de lait /10** sont exportés
- **7.3 milliards €** de produits laitiers français exportés (2014)
- **3,8 milliards €** d'excédent commercial (2014)

- **67 %** des **exportations de produits laitiers** destinées au marché européen
  - **64 %** des **exportations de fromage** hors marché européen
- 

[La filière lait française en 50 chiffres](#)



## Une filière taillée pour l'export dans un contexte favorable !



Qui, de par le monde, ne connaît pas le pays aux 1000 fromages ? La renommée dont bénéficient les produits laitiers français à l'étranger est le fruit d'un investissement constant de la filière dans la qualité, la sécurité sanitaire et... la communication !

**La qualité à la française**

Le "Made in France" laitier est gage de qualité, de goût, de raffinement.

Cette excellente réputation est le fruit d'un effort permanent de l'ensemble des acteurs de la filière pour garantir la qualité à toutes les étapes de la chaîne laitière : bonnes pratiques d'élevage, contrôles et analyses du lait, R&D, management de la qualité...

**La sécurité sanitaire : l'excellence française**

Face à des scandales sanitaires, comme celui de la mélamine dans le lait en Chine, la France fait figure d'exemple. Comme en témoigne la fabrication de produits au lait cru, la filière française a développé un savoir-faire rigoureux pour maîtriser les risques sanitaires et fournir aux consommateurs des produits laitiers sains, sûrs et bons.

**L'image des produits laitiers, entretenue par la communication**

Le marché mondial des produits laitiers est très concurrentiel. La filière doit donc communiquer pour valoriser ses produits et développer de nouveaux usages. C'est ce qu'elle a fait depuis 2007 à travers des campagnes de communication vers des pays où la croissance de la consommation est à deux chiffres : d'une part les pays riches : États-Unis, Japon, Corée et ceux que l'on a coutume d'appeler les BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine).



Les campagnes s'appuient sur des messages classiques (savoir-faire, qualité...), mais aussi sur la notion d'appropriation. Au Japon, à Kyoto, 1000 personnes ont par exemple pu participer à une dégustation associant fromages et thé dans un temple zen.



La sécurité sanitaire : l'excellence française



La qualité : au coeur de la filière



Les fromages français aux Etats-Unis



Les fromages français en Chine



Les fromages français au Japon

**Des produits à valeur ajoutée**

**Quand le goût et la qualité font la différence**

Le produit laitier français qui s'exporte le plus est le fromage : 44% des exportations de la filière lait française.

Produit à valeur ajoutée par excellence, c'est celui qui rapporte le plus, propulsant la France au 3ème rang des pays exportateurs de fromages en Europe, en termes de valeur. La France se situe au 1er rang pour les exportations de fromages à pâte molle et d'Emmental. Mais la France exporte aussi sur des pays plus lointains où la renommée des fromages français n'est plus à démontrer comme en Russie, en Chine, au Japon..

**La poudre de lait, un nouvel or blanc ?**

Le marché mondial de la poudre de lait est en pleine expansion. 56% de la poudre de lait fabriquée en France est exportée, principalement vers l'Union Européenne, l'Asie ou le Moyen Orient.



Le Camembert de Normandie, produit phare de la gastronomie française, nécessite un grand savoir-faire et une durée d'affinage de minimum 21 jours, bien plus longue que celle d'un produit industriel.

**Une large gamme de produits**

**Il existe plus de 1500 variétés de produits laitiers différents, dont 1200 fromages !**

Cette large gamme de produits permet aux exportateurs laitiers français de couvrir l'ensemble des segments de marché :



- fromages
- produits de grande consommation (yaourts, crème, beurre...)
- produits industriels (poudre de lait...).

## Des entreprises championnes à l'export



**5 groupes laitiers français figurent dans le top 25 mondial ! Bien implantés sur les 5 continents, ils ont une longue expérience des marchés étrangers et nous permettent de briller à l'export.**



- **Lactalis 1er**

Chiffre d'affaires en 2012 : 20,2 milliards \$

**N°1 mondial du lait**



- **Danone 4ème**

Chiffre d'affaires en 2012 : 15,0 milliards \$

**N°1 mondial des produits laitiers frais**



- **Sodiaal 17ème**

Chiffre d'affaires en 2012 : 5,6 milliards \$

**N°2 mondial des produits laitiers frais**



- **Bongrain 18ème**

Chiffre d'affaires en 2012 : 5,2 milliards \$

**N°1 mondial des spécialités fromagères**



- **Bel 24ème**

Chiffre d'affaires en 2011 : 3,4 milliards \$

**Produits commercialisés dans plus de 120 pays**

## Croissance de la population et de la consommation dans les pays émergents



### Un marché soutenu par une forte croissance de la population mondiale

De 1990 à 2020 la population mondiale va augmenter chaque année en moyenne de 80 millions de personnes. A partir de 2020, les démographes prévoient une croissance de 50 millions d'habitants par an, portant la population mondiale à 9 milliards d'humains en 2050 !

L'Afrique et l'Asie sont aujourd'hui largement déficitaires en produits laitiers. De plus, ces pays souffrent d'un accès limité à l'eau et à la terre, facteurs indispensables à la production laitière. Une opportunité pour la filière laitière française.

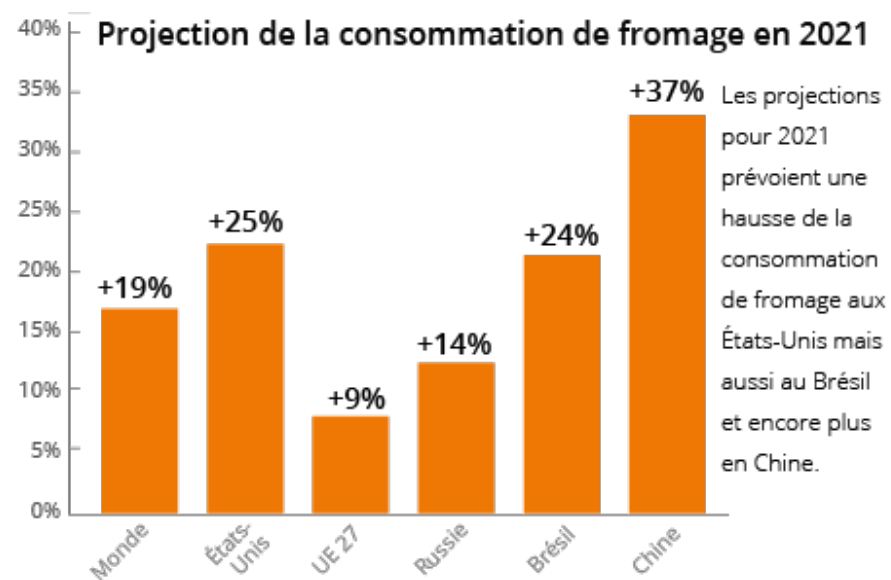
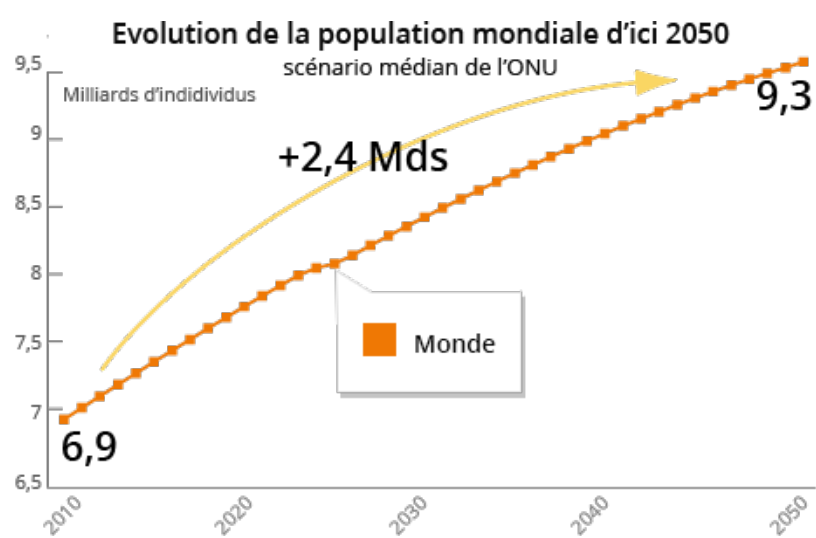
### Pays émergents : développement d'une classe moyenne consommatrice de produits laitiers

Entre 2000 et 2050, un doublement de la consommation de produits laitiers est attendu

- Soit une hausse de 45kg à 78kg par habitant et par an
- Soit +1,8% par an en moyenne dans le monde, contre +0,2% par an dans les seuls pays développés, qui sont des marchés matures

En 2050, les 2/3 de la consommation de produits laitiers seront le fait des pays émergents.

Ceci correspond à 680 millions de tonnes, contre 370 dans les pays développés.



La **France est bien positionnée** sur les segments en croissance : produits industriels et fromages.

Aujourd'hui les fromages représentent déjà 43% des exportations françaises de produits laitiers. Les produits industriels, comme par exemple les poudres de lait, en représentent 41%.

# DES STRATÉGIES À L'EXPORT VARIÉES









Grands groupes, petites ou moyennes structures, les entreprises adoptent des stratégies différentes pour développer leur activité à l'international selon leur taille, leur activité et leurs marchés. Le marché du grand export est un « marché de volume » avec des produits comme la poudre de lait. Le marché européen est davantage un marché de produits à haute valeur ajoutée où la filière laitière française exporte des produits comme le fromage ou les desserts lactés.

## Production made in France : partenariats à l'export ou implantation à l'étranger ?

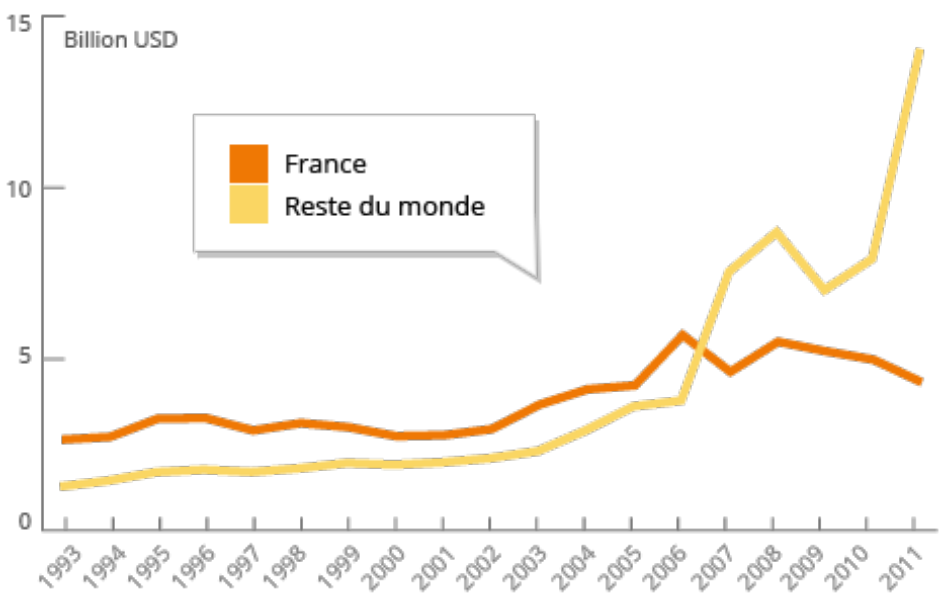
Certaines entreprises, le plus souvent des coopératives, abordent surtout l'international via une stratégie d'exportation et/ou de partenariats.

Elles produisent en France et se développent à l'étranger en nouant des alliances de distribution avec des partenaires locaux pour renforcer leur position sur leurs marchés.

	Poids de l'international dans le CA total en 2010	Poids du lait de vache transformé hors de France dans le volume de lait total
	29%	~5%
	35%	~0%
	17%	~0%
	22%	~0%
	17%	~0%
	60%	Restraint

D'autres entreprises, tout en maintenant des échanges d'exportations importants, se développent à l'étranger en s'y implantant notamment en acquérant des entreprises locales.

Ainsi, elles réalisent une part importante de leur chiffre d'affaires à l'étranger. Par exemple, Lactalis génère 70% de son chiffre d'affaires à l'étranger.



Progression du chiffre d'affaires de Lactalis à l'étranger

## Union Européenne ou Pays Tiers : des stratégies différentes selon les entreprises

Les entreprises exportent des gammes de produits différentes sur l'UE et sur les pays tiers selon les partenariats existants, les habitudes de consommation et le revenu par habitant de chaque pays mais aussi la conservation des produits, la législation en vigueur...




Les entreprises ont ainsi tendance à exporter plus de fromages et de produits frais (PGC, crèmerie) dans l'UE, où il est plus facile de transporter des produits périssables et où le niveau de vie est relativement élevé.

A l'inverse les poudres de lait et de lactosérum, produits secs faciles à transporter, sont exportées dans des pays lointains comme la Chine. Ce pays offre d'ailleurs de belles opportunités sur le marché de la poudre de lait infantile.

Répartition des exportations par zone géographique et par produits

Année 2013	Export / Fabrication (%)	Dont UE	Dont pays tiers
Yaourts et laits fermentés	29	28	1
Lait conditionné	10	8	2
Fromages	35	29	6
Camembert	21	18	3
Roquefort	19	16	3
Brie	65	58	7
Fondus	48	31	17
Matière grasse (ép. Beurre)	17	9	8
Crème conditionnée	17	6	11
Poudre de lactosérum	54	26*	29
Poudre de lait	56	31*	25

Répartition du chiffres d'affaires par produits laitiers

	UE à 28	Pays tiers
<div>PGC crèmerie</div> <div></div>	867 M€ (19%)	267 M€ (12%)
<div>Fromages</div> <div></div>	2 330 M€ (50%)	671 M€ (29%)
<div>PGC secs produits industriels</div> <div></div>	1 457 M€ (31%)	1 354 M€ (59%)
	4 653 M€	2 292 M€