



Les Laits de Consommation

Bilan 2016

- Bilan annuel
- Collecte et fabrications
- Consommation
- Ventes en RHF
- Evolution des prix
- Commerce extérieur France
- Innovations en France
- Images et attitudes

Assemblée Générale
16 mai 2017

Syndilait, le Syndicat National des fabricants de lait de consommation

- **Syndilait** est le syndicat professionnel français qui regroupe les industriels des secteurs privé et coopératif fabriquant du lait de consommation.
- Au total, le secteur traite environ **13% de la collecte laitière française**.
- Ce secteur représente près de 6 000 emplois directs.
- Le chiffre d'affaire de la profession sur la partie « lait de consommation » est de l'ordre de 2,2 milliards d'euros sur le marché des PGC.

Syndilait

42, rue de Châteaudun
75314 PARIS Cedex 09
tél. 01 49 70 72 80
syndilait@syndilait.org

SOMMAIRE

□ Bilan annuel	5
□ Collecte et fabrications	
- Collecte européenne.....	7 & 8
- Fabrication de lait de consommation en UE et hors UE.....	9
- Fabrications françaises.....	10 à 12
□ Consommation	
- Ventes en valeur et en volumes.....	14 à 23
- Les profils des consommateurs français.....	24 à 29
- Consommation	30 à 33
- La consommation de laits liquides et de produits laitiers en Europe et dans le monde...	34 à 36
□ Ventes en RHF	
- Données Girafodservice.....	38

SOMMAIRE

□	Evolution des prix	
	- Prix du lait départ ferme.....	40
	- Indices des prix de vente sortie usine	41 & 42
	- Indices des prix à la consommation	43 à 48
□	Commerce extérieur France	
	- Commerce extérieur en volume	50 & 51
	- Principales destinations des exportations	52 à 54
	- Principales origines des importations	55 & 56
□	Innovations en France	58 à 62
□	Images et attitudes	63 à 70

BILAN LAITS DE CONSOMMATION – Données 2016

PRODUCTION DE LAITS LIQUIDES CONDITIONNES

3,3 milliards de litres

EXPORTATIONS⁽¹⁾ DE LAITS CONDITIONNES < 2 L (monde)

0,35 milliards de litres
(soit 363 805 tonnes⁽¹⁾)

IMPORTATIONS DE LAITS CONDITIONNES < 2 L (monde)

0,17 milliards de litres
(soit 174 221 tonnes⁽¹⁾)

COMMERCIALISATION DU LAIT LIQUIDE

Ventes en magasins : 2,5 milliards de litres
Achats RHF : 0,2 milliards de litres (année 2015)

CONSOMMATION APPARENTE⁽²⁾ DE LAITS LIQUIDES CONDITIONNES France métropolitaine - (kg par habitant)

1987 : 67,7
2002 : 65,2
2008 : 59,6
2016 : 50,3

2016/1987 = -26%
2016/2015 = - 4%

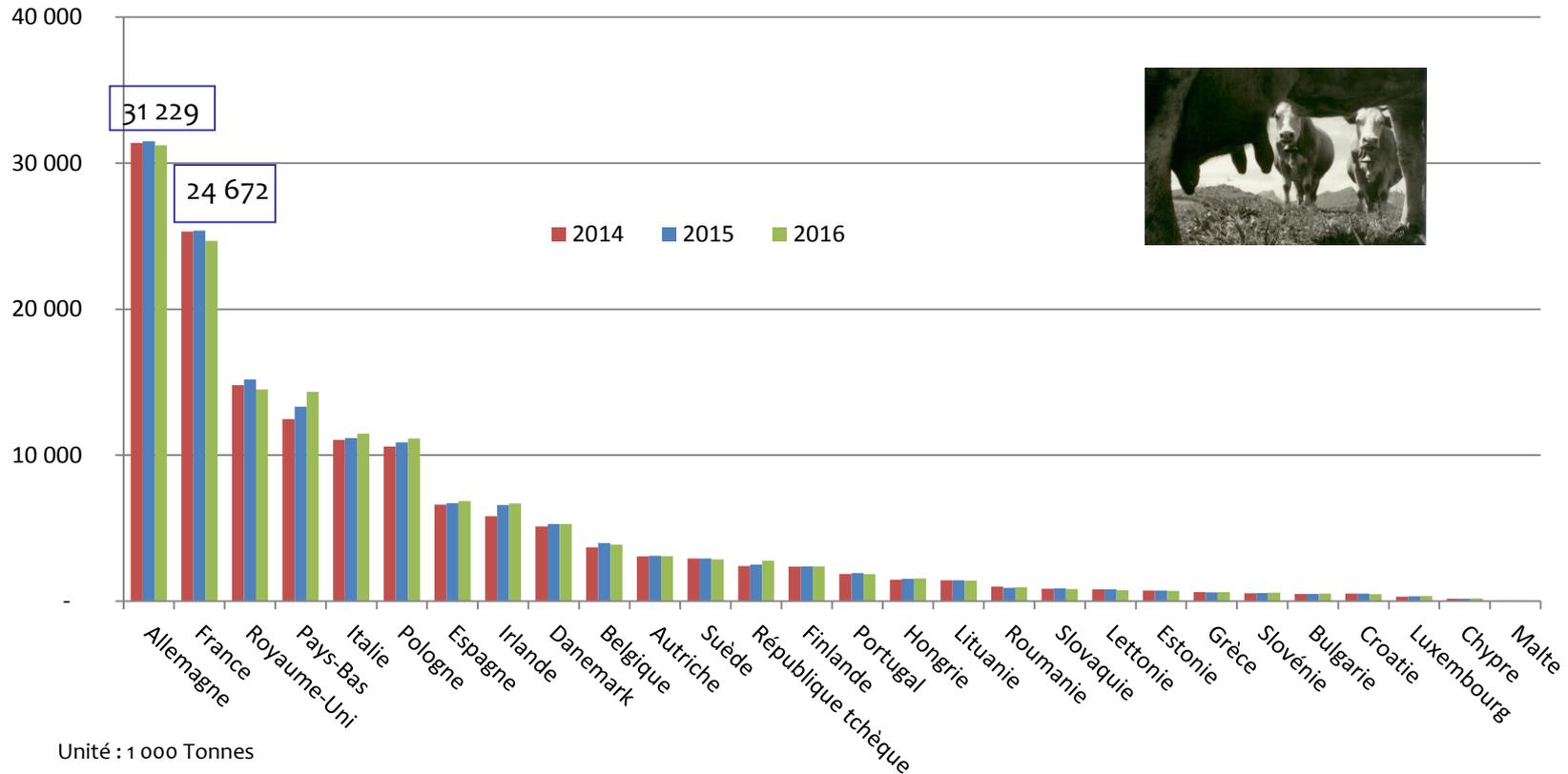
Sources : CNIEL/Douanes/BUSINESSFRANCE/SSP/IRI/GIRAFOODSERVICE

(1) 1 litre = 1030 grammes

(2) Fabrication + importation - exportation

Collecte et fabrications

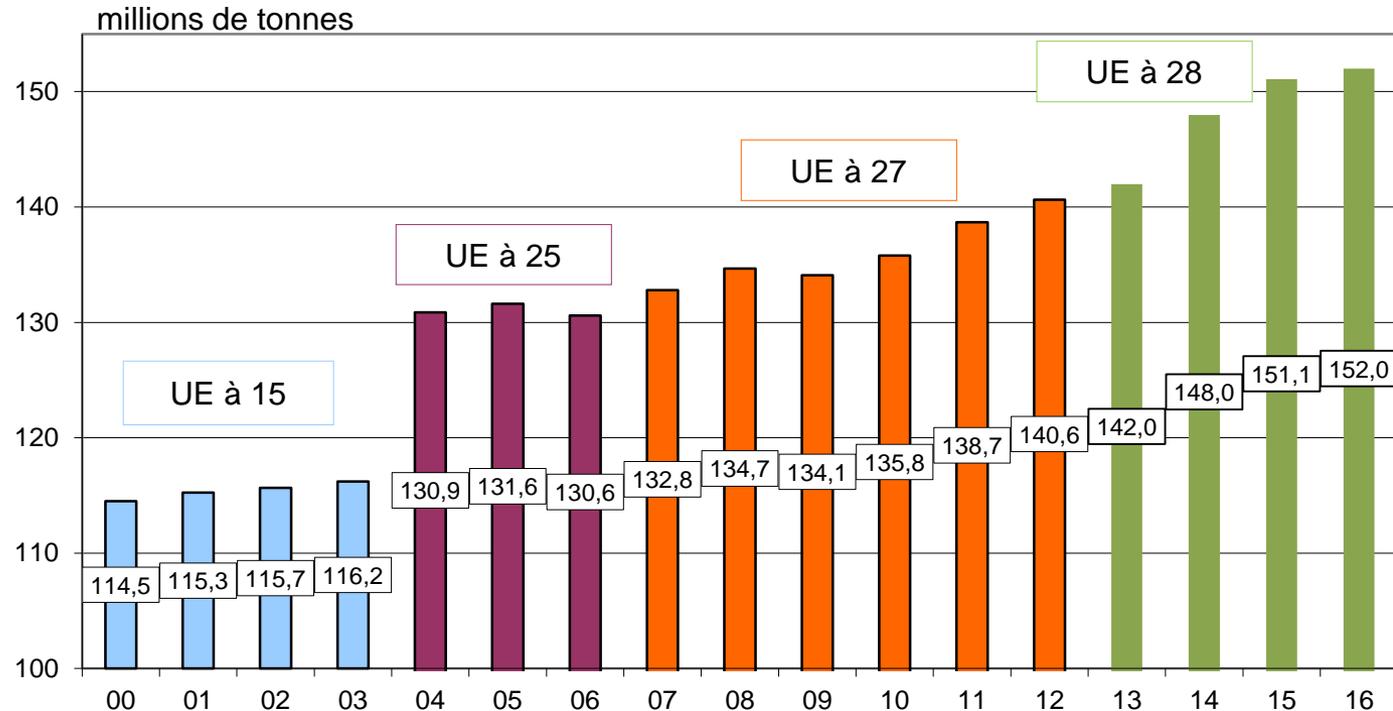
La France occupe la deuxième place pour la collecte de lait en Europe, après l'Allemagne et représente 16% de la collecte européenne.



Total UE : 151,6 millions de tonnes
2016/2015 : + 4,5%

Source : ZMP- Eurostat

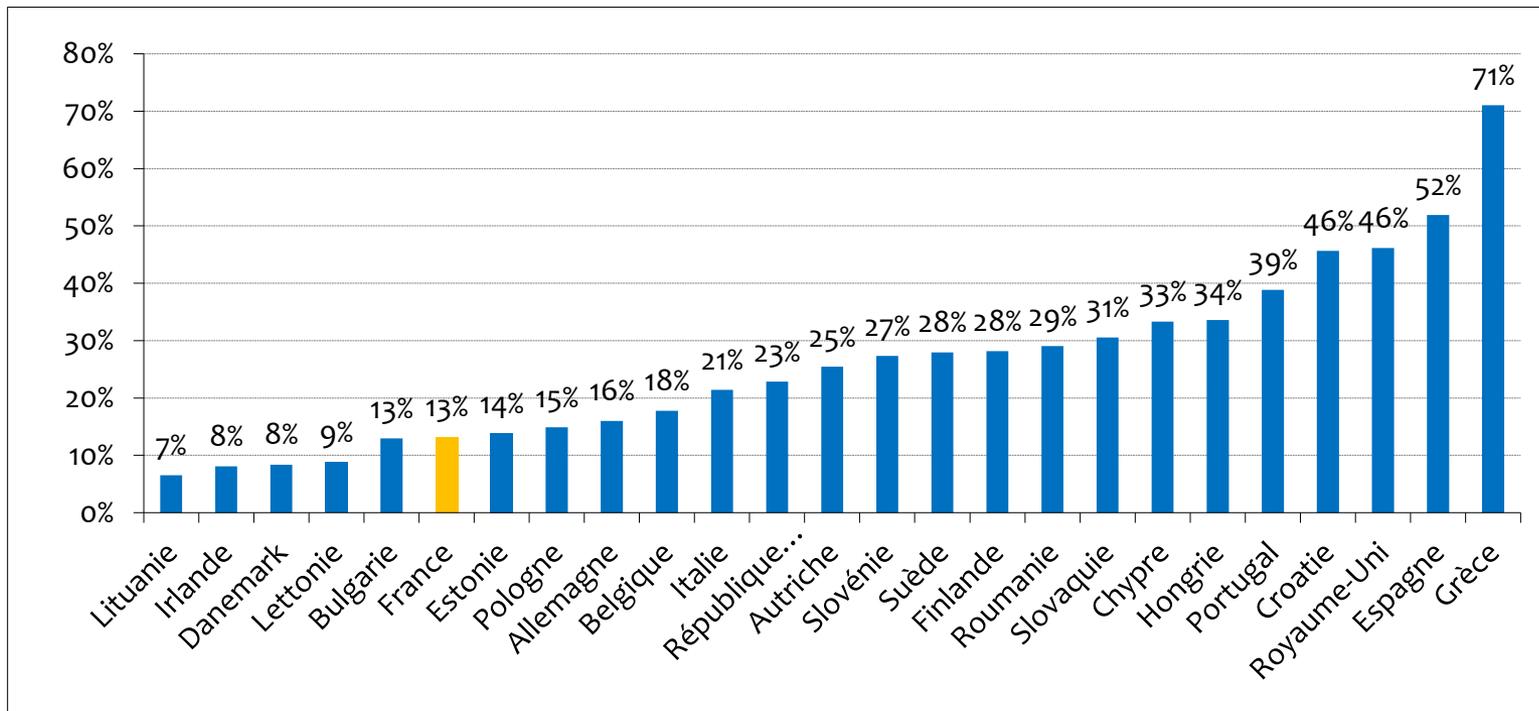
La collecte de lait européenne en fort déclin depuis le printemps et termine quasi au même niveau que 2015. Cette baisse concerne la plupart des pays européens.



Source : ZMP- Eurostat

La part de lait de consommation dans la production nationale est très variable d'un pays européen à l'autre.

Part du lait collecté pour la fabrication industrielle de lait conditionné (lait de vache) en 2016



CNIEL / Eurostat, ZMB

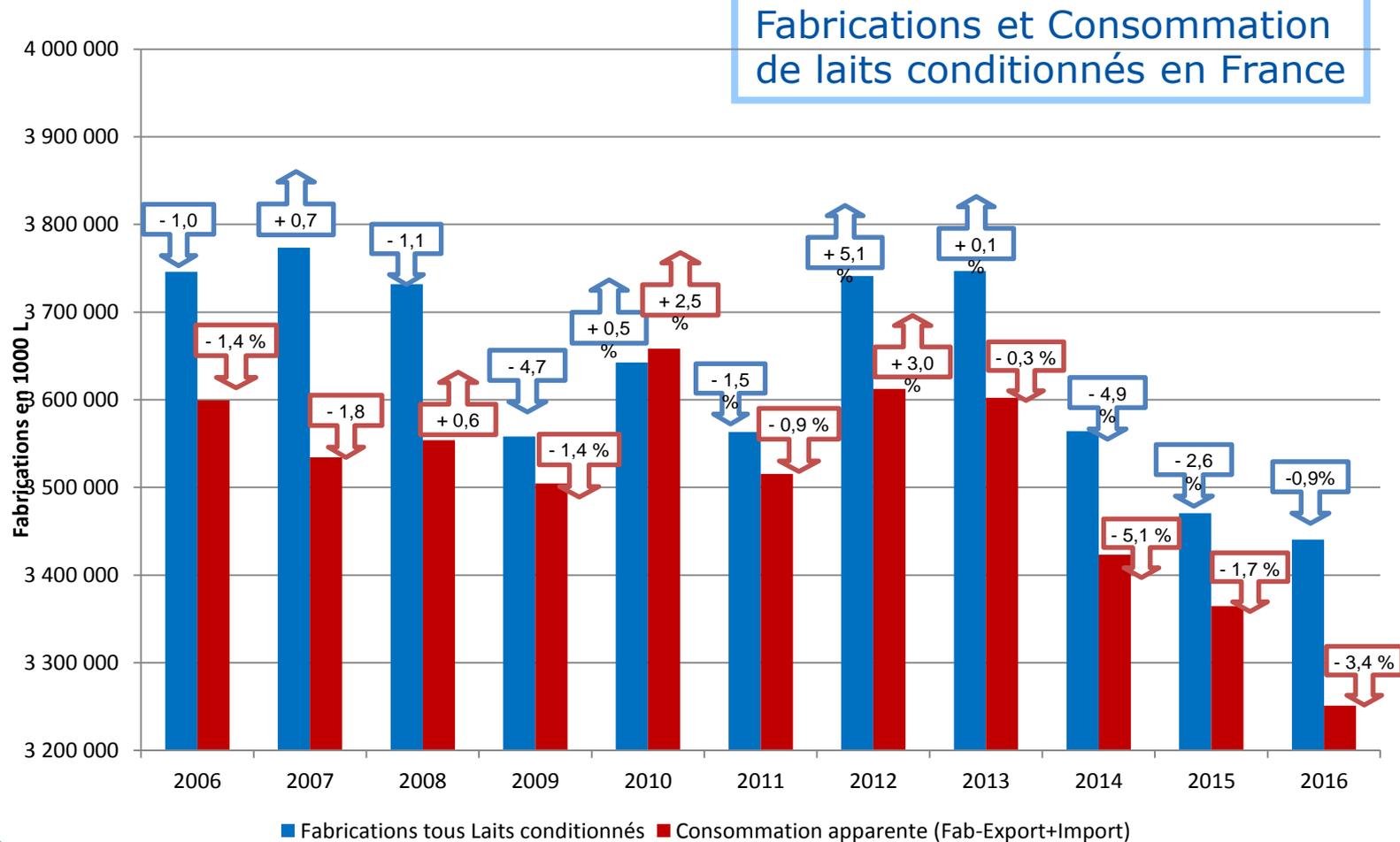
Avec 3 440 milliers de tonnes de lait en 2016, la fabrication a diminué de 0,9 % cette année par rapport à 2015.

La consommation apparente en France a quant à elle baissé de 3,4%.

PRODUITS En tonnes	ANNÉE 2015	ANNÉE 2016	%
LAITS PASTEURISÉS (y compris Vrac, Bidons & Outres)	75 647	76 185	0,7
LAITS U.H.T.	3 219 412	3 190 591	- 0,9
TOTAL FABRICATIONS TOUS LAITS CONDITIONNÉS	3 470 650	3 440 741	- 0,9
- EXPORT* LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ (Ue et Pays Tiers)	338 903	363 805	+ 7,3
- IMPORT LAIT LIQUIDE CONDITIONNÉ (Ue et Pays Tiers)	232 865	174 221	- 25,2
SOLDE EXPORT/IMPORT	106 038	189 584	+ 78,8
- Consommation apparente de lait conditionné	3 364 612	3 251 157	- 3,4

Source: FranceAgrimer

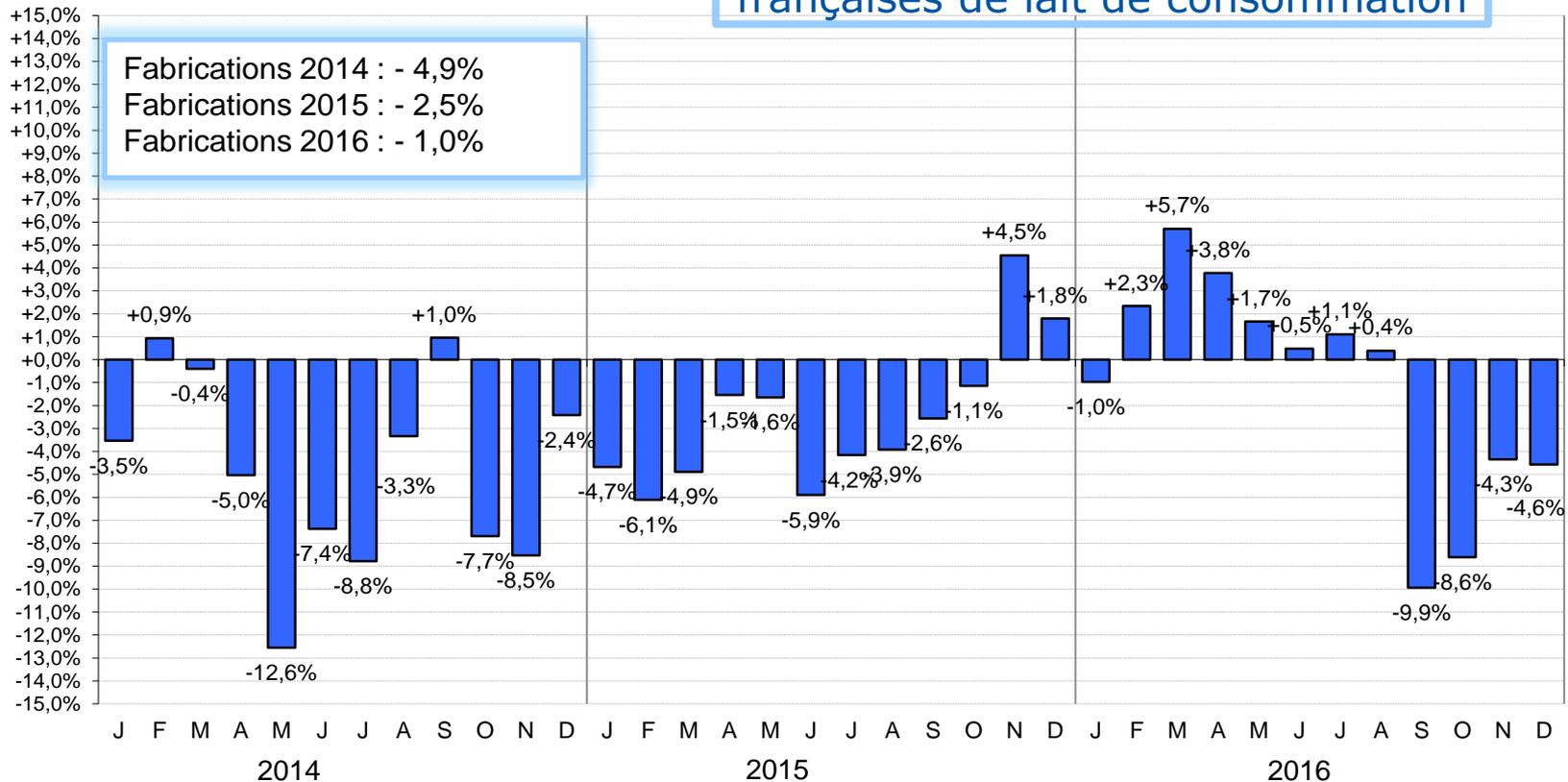
La consommation apparente de laits conditionnés serait en baisse en 2016 de -3,4 %.



En 2016, après un début d'année positif, les fabrications de lait ralentissent fortement.

Evolution mensuelle des fabrications françaises de lait de consommation

évolution mensuelle
/ année précédente



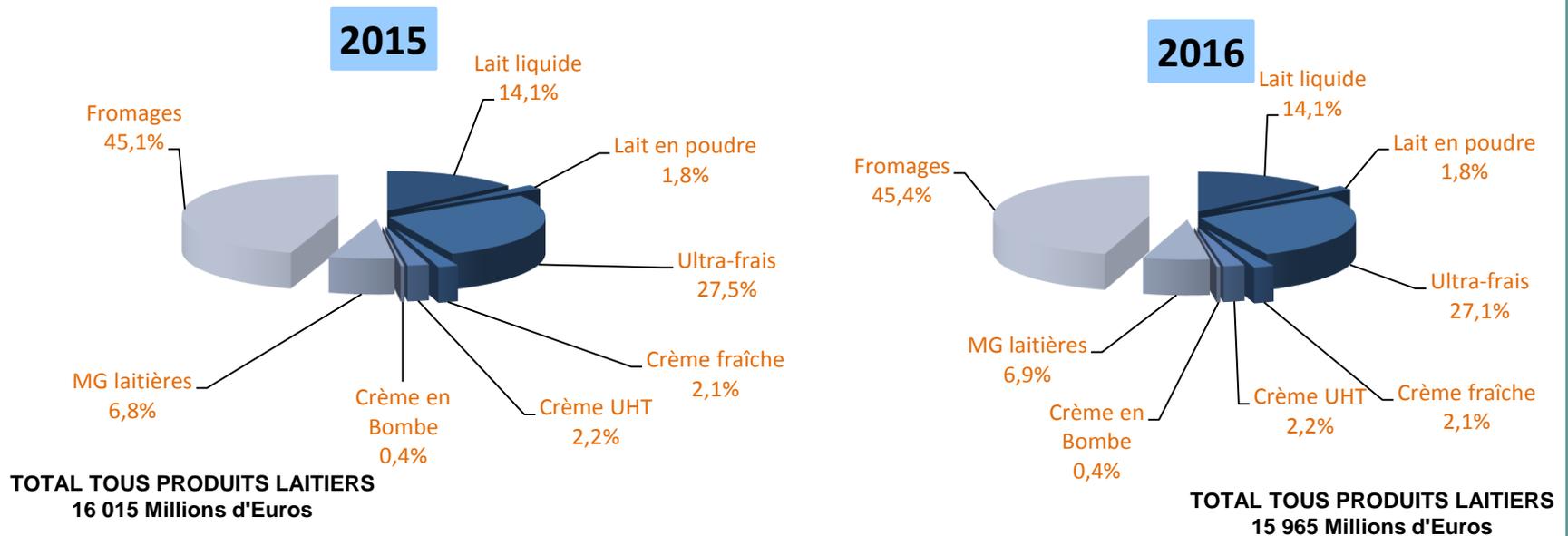
Source : FranceAgrimer - Enquête mensuelle

Consommation

En 2016, le marché du lait liquide représente en valeur 14,1% du total produits laitiers soit 2,2 milliards d'euros ⁽¹⁾

(1) TTC, valorisation prix de vente magasin

VENTES DE PRODUITS LAITIERS (Valeur) Hypers + Supers + EDMP + Drive



Marché produits laitiers en valeur 2016 / 2015: - 1,1%
Marché lait liquide en valeur 2016 / 2015 : - 1,4%

Les ventes en volume de lait de consommation ont diminué sur tous les segments, à l'exception de ceux des laits vitaminés, dé lactosés, de chèvre et Bio.

VENTES EN VOLUMES DE LAITS LIQUIDES CONDITIONNÉS

1000 litres	2015	2016	Evolution 2016/2015
Ensemble lait	2 581 848	2 481 401	-3,9%
Lait frais	70 435	70 901	+0,7%
<i>dont bio</i>	3 583	4 157	+16,0%
Lait longue conservation	2 511 413	2 410 500	-4,0%
<i>dont bio</i>	219 779	230 913	+5,1%
➤ Lait standard UHT	1 963 049	1 833 095	-6,6%
. Lait standard entier	130 616	125 986	-3,5%
. Lait standard 1/2 écrémé	1 699 905	1 592 346	-6,3%
. Lait standard écrémé	132 528	114 763	-13,4%
➤ Laits spécifiques UHT	548 364	577 405	+5,3%
. laits enrichis	4 356	4 104	-5,8%
. laits vitaminés	139 710	149 182	+6,8%
. laits aromatisés	40 223	40 471	+0,6%
. lait de croissance	65 808	61 261	-6,9%
. lait liquide pour enfants	3 537	3 120	-11,8%
. lait dé lactosé	66 528	79 008	+18,8%
. lait de chèvre	8 436	9 423	+11,7%
. lait bio	219 766	230 836	+5,0%

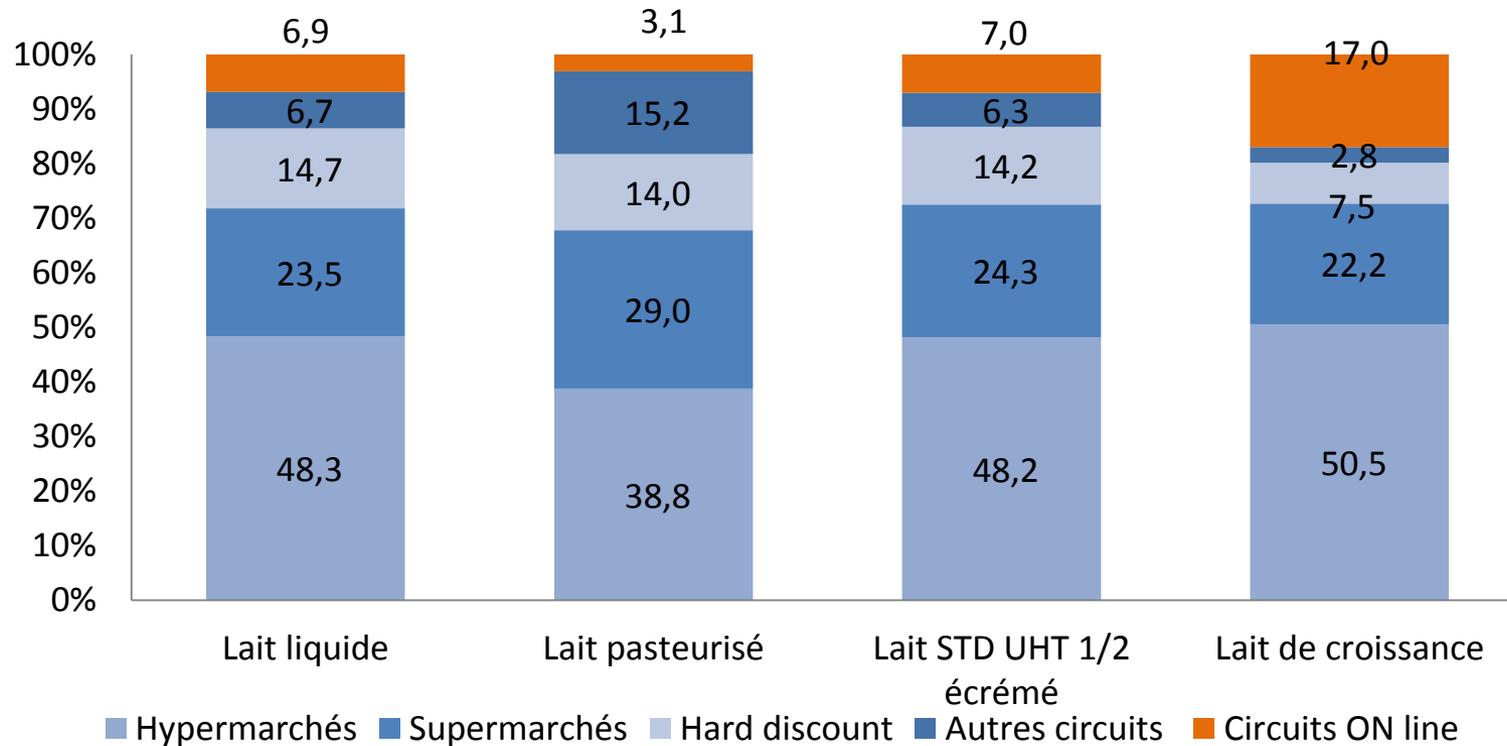
Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census

Hypers + Supers + EDMP + Drive

Les ventes réalisées en 2016 via le drive représentent désormais 6,9 % des ventes du secteur.

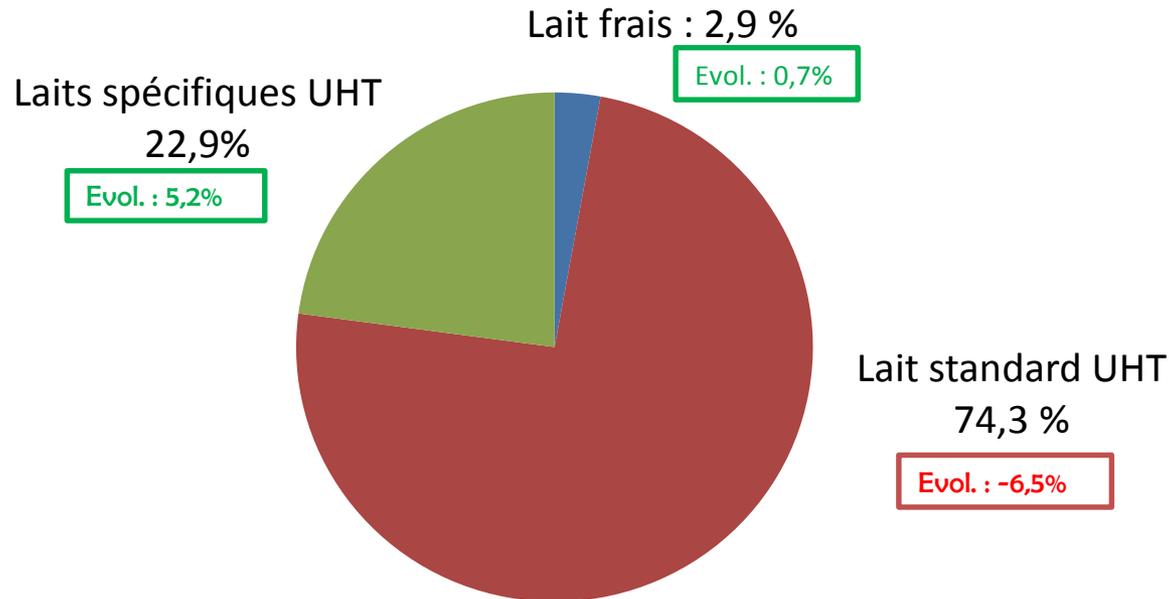
LIEUX D'ACHAT DES LAITS LIQUIDES DE CONSOMMATION

Données 2016



Les laits spécifiques représentent 22,9% du marché du lait de consommation en volume. Leurs ventes en 2016 progressent sous l'impulsion notamment du lait bio.

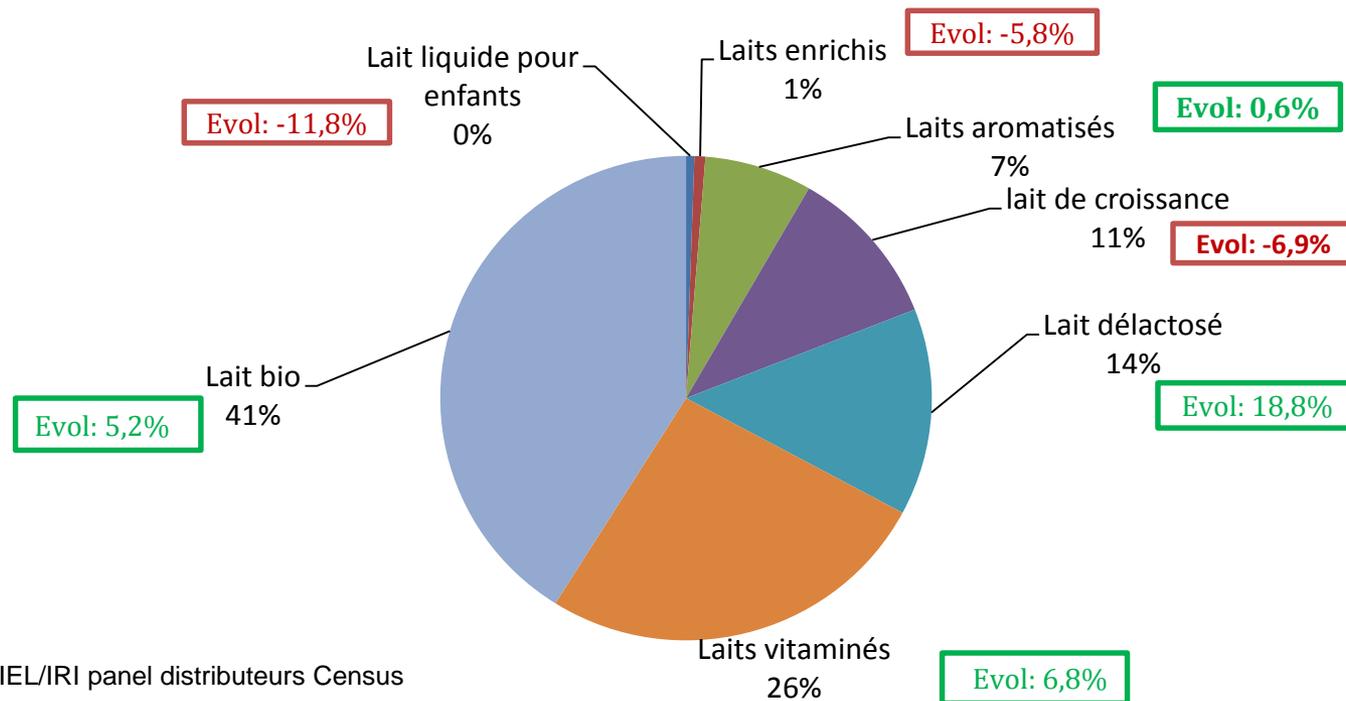
Part de marché des catégories de laits dans le total des ventes de lait de consommation - Données 2016
Evolution en volumes par rapport à 2015



Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census

Quand les ventes de laits aromatisés, dé lactosés, vitaminés et bio ont augmenté en 2016, celle du lait de croissance au contraire a diminué de 6,9%.

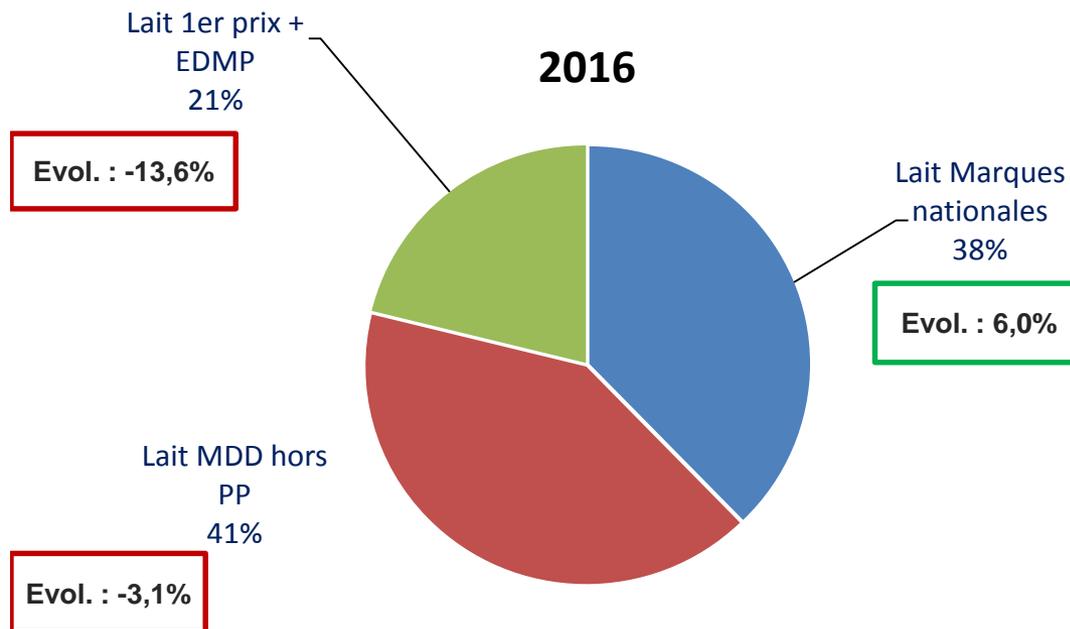
Part de marché des laits spécifiques dans le total des ventes de lait de consommation - Données 2016
Evolution en volumes par rapport à 2015



Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census

Les marques nationales progressent au détriment des 1^{er} prix et MDD.

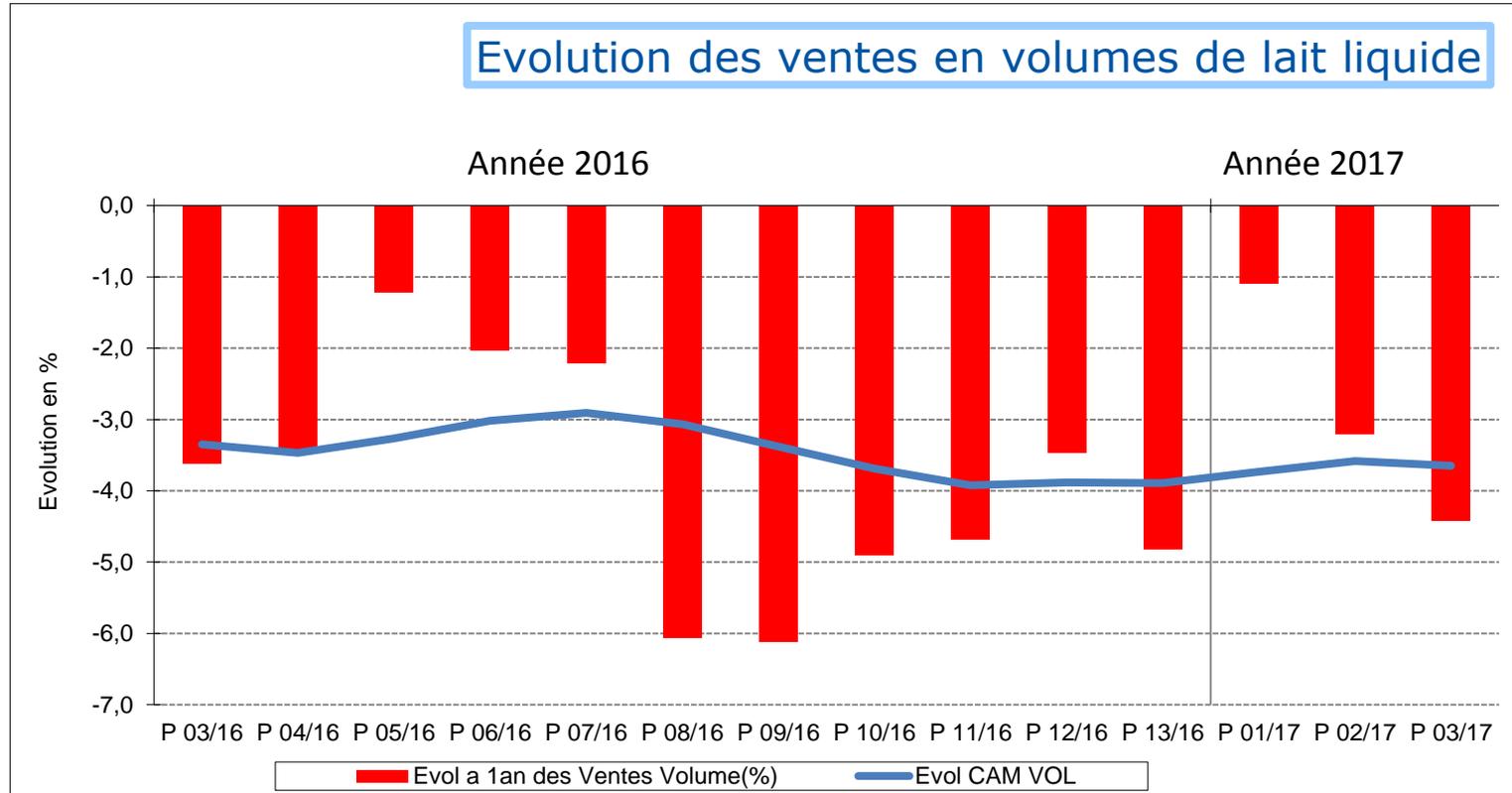
Répartition des ventes et évolution en volume (2015/2016) Marques nationales – MDD – 1er prix



Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census

Hypers + Supers + HD (hors drive)

Les ventes de lait liquide ont diminué en 2016 et poursuivent leur baisse au 1^{er} trimestre 2017.



Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census
HM + SM + HD + e-commerce GSA

Bilan annuel 2016 / 2015

Volume : - 3,9%

Valeur : - 1,3 %

En ce début d'année 2017, les baisses observées en 2016 sur le cœur de marché se poursuivent. Les références avec des croissances positives en 2016 continuent leur développement.

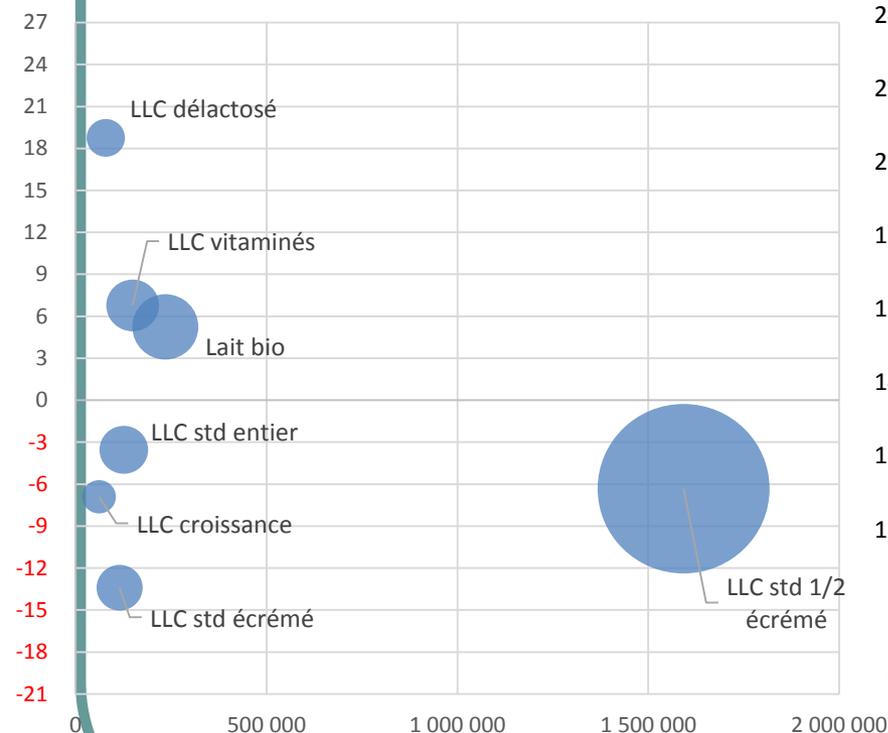
Tendance des ventes GMS (y compris drive) de laits de consommation début 2017

VENTES EN MAGASINS (HM+SM+EDMP+ drive)		Année 2016	P 01/17	P 02/17	P 03/17
Evol 2013/2012 des Ventes en Volume (%)					
<i>Poids du segment en 2016</i>					
100	Total lait de consommation	-3,9	-1,1	-3,2	-4,4
2,9	Lait frais	0,7	5,0	3,8	7,0
0,2	Dt laits frais bio	16,0	38,4	38,2	37,9
73,9	Lait longue conservation standard (LLC)	-6,6	-2,1	-1,5	-3,2
64,2	Lait UHT 1/2 écrémé	-6,3	-2,4	-1,3	-2,9
4,6	Lait UHT écrémé	-13,4	-3,8	-3,2	-7,3
5,1	Lait UHT entier	-3,5	2,5	-2,8	-3,2
22,9	Laits spécifiques	5,2	1,4	-10,1	-9,5
0,2	Dt laits enrichis	-5,8	-87,4	-50,6	-46,6
6,0	Dt laits vitaminés	6,8	21,0	-17,1	-9,0
1,6	Dt laits aromatisés	0,6	13,0	-2,7	15,5
2,5	Dt lait de croissance	-6,9	-9,8	3,1	-11,5
0,1	Dt lait 1er/2ème âge	-11,8	-13,1	-14,6	-15,1
3,2	Dt lait dé lactosé	18,8	24,4	27,9	24,0
9,3	Dt lait bio	5,1	-12,3	-20,9	-22,8
0,4	Laits de chèvres	11,7	14,0	11,4	6,7

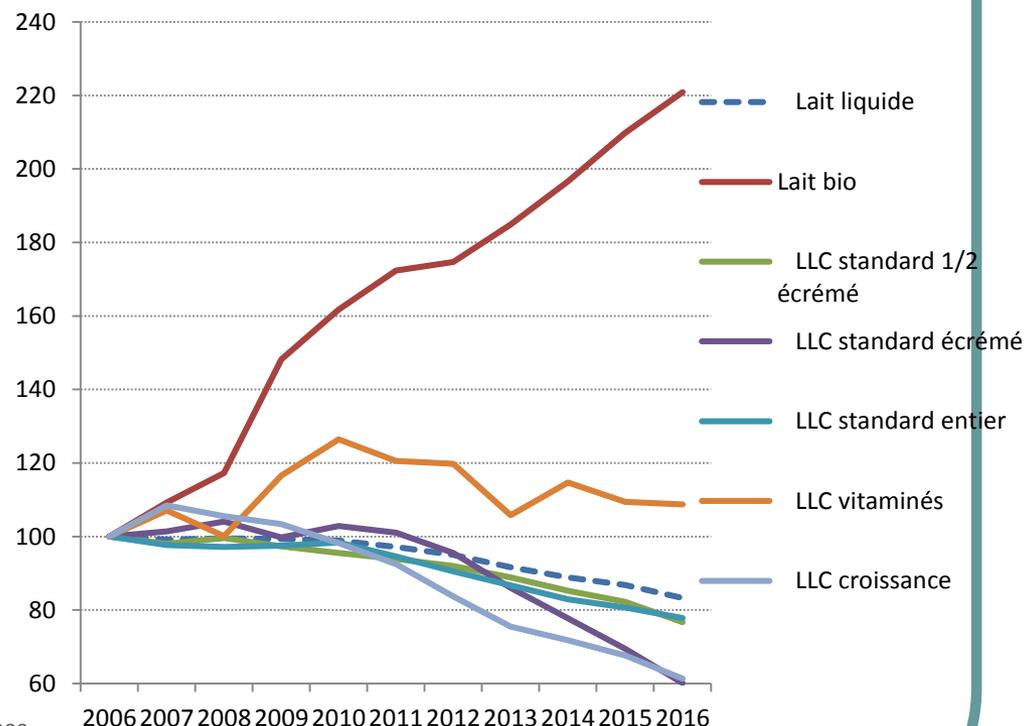
Les ventes de lait sont en repli continu depuis 6 ans malgré des propositions de laits spécifiques qui rencontrent un réel succès mais ne permettent pas de compenser la baisse des ventes du lait standard UHT 1/2 écrémé.

Structure du marché du lait liquide en 2016

2 481,4 millions de litres, evolution vs 2015 : -3,9 %



Evolution des ventes annuelles en volume indice 100 pour l'année 2006

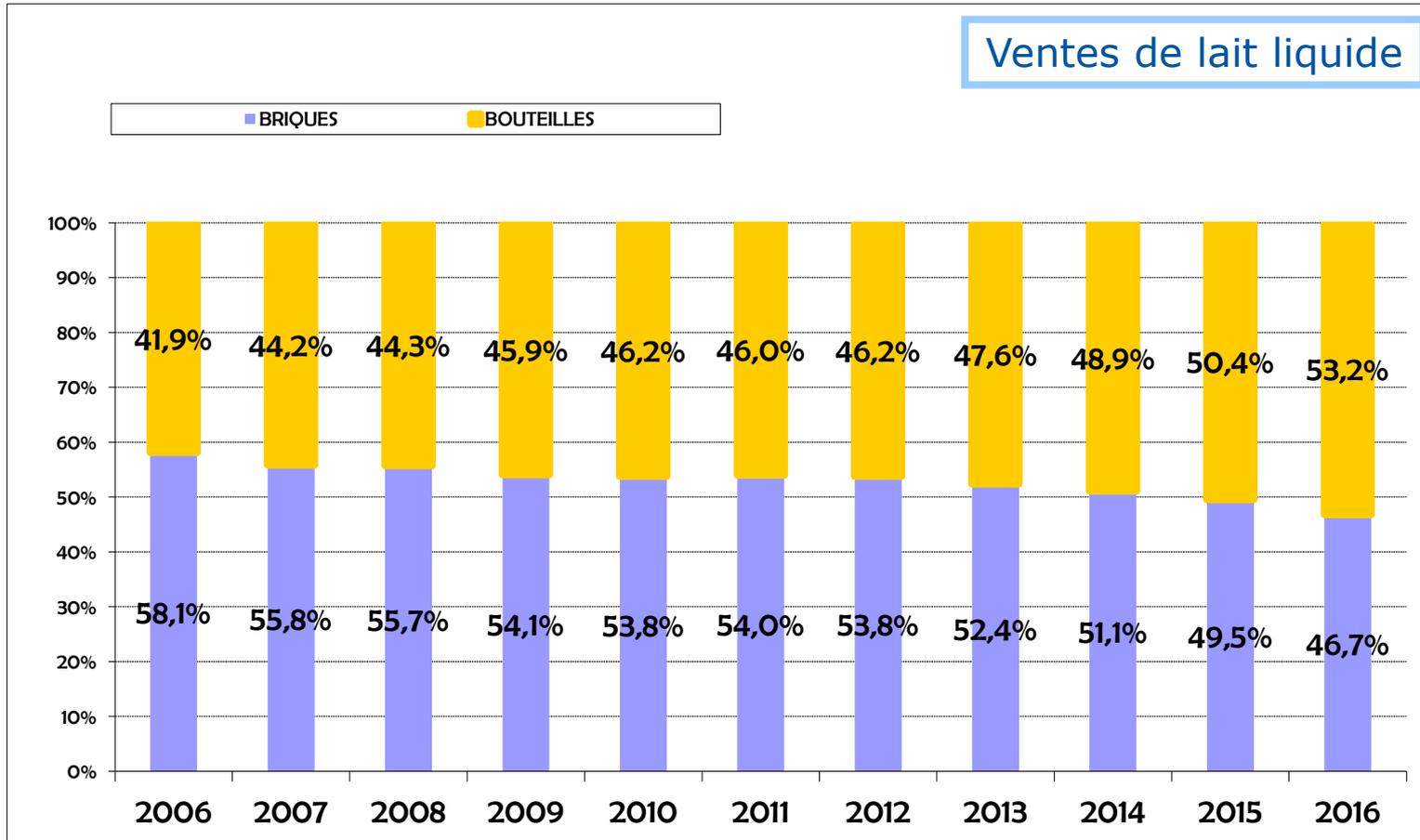


Univers : Hypermarchés, supermarchés, EDMP & drive

En abscisse la taille du marché en 2016 en volume, en ordonnée l'évolution du marché entre 2015 et 2016. La taille des bulles est proportionnelle à la taille du marché.

Source :  

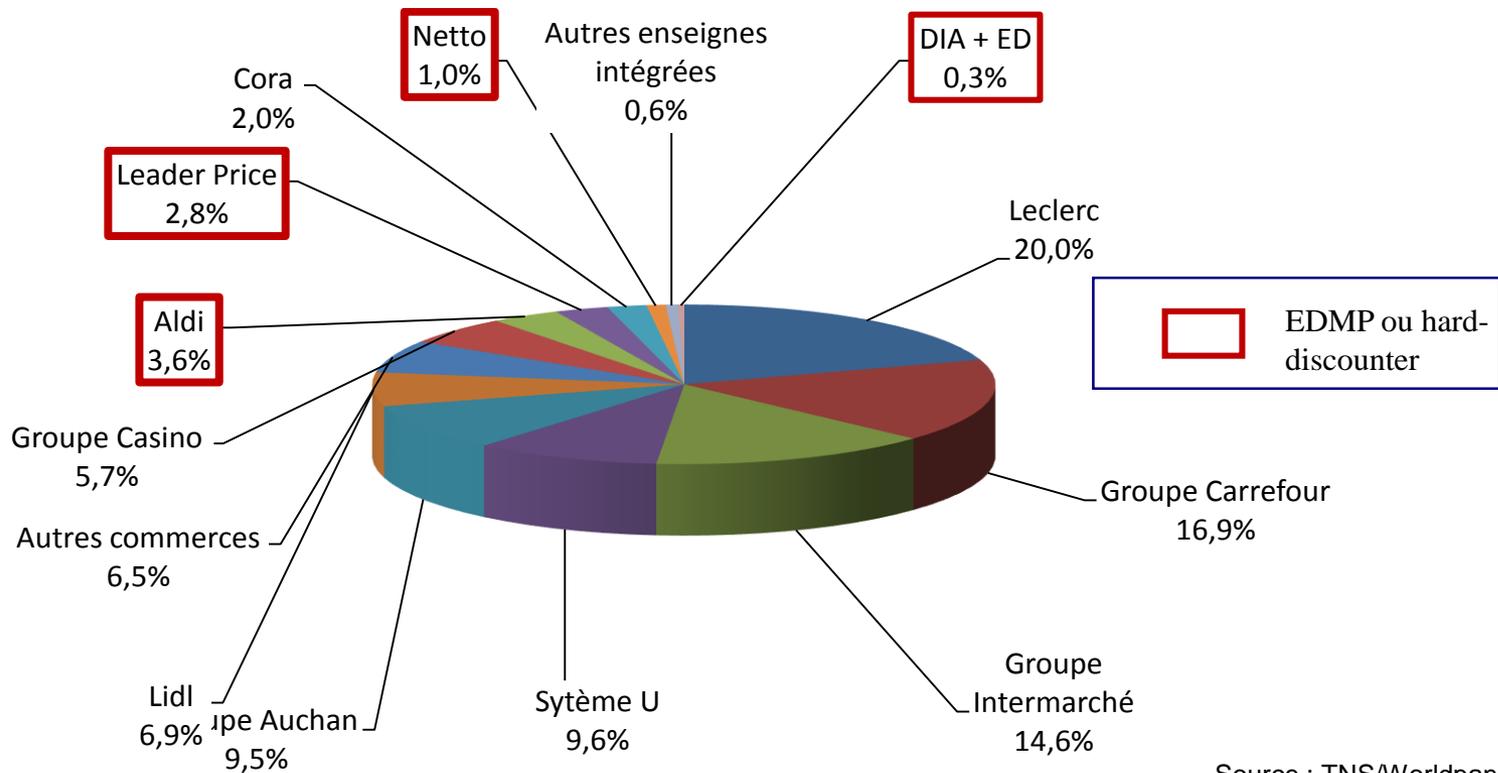
Le format brique voit sa part de marché diminuer année après année. Ceci s'explique notamment par le recul des ventes en HD, un circuit où la brique est fortement représentée. La bouteille est désormais majoritaire.



Source Symphony IRI

Leclerc est leader du marché des laits de consommation en 2016, suivi par le groupe Carrefour et Intermarché. Les hard-discounters concentrent 14,5% des volumes d'achat de lait des ménages.

Ventes par enseignes des laits liquides de consommation Données 2016



Source : TNS/Worldpanel

Le profil des ménages acheteurs des différents types de lait :
des spécificités entre lait standard et les autres (1/3).

Cas du LLC standard demi-écrémé

Indices de consommation en volume (Moyenne France = 100)			
Les ménages sur consommateurs		Les ménages sous consommateurs	
LLC standard demi-écrémé			
Indice Volume	2016	Indice Volume	2016
Quatre personnes et plus	201	Jeunes célibataires	37
Foyers avec enfant en collège - lycée	182	Célibataires d'âge moyen	43
Foyers avec enfant en primaire	170	Une personne	45
Foyers avec enfant majeur	152	Célibataires seniors	51
Agriculteurs	152	Revenus aisés	57
Revenus modestes	148	65 ans et plus	71
Ouvriers	146	Retraités	78
35 à 49 ans	140	Jeunes couples	79
Foyers avec enfant en maternelle	129	Plus de 100 000 hab.	80
Dominante rurale	129	Revenus moyens supérieurs	85
Multipolarisées	122	Pôles urbains	85
Trois personnes	121	Deux personnes	89
Artisans - Commerçants	121	50 à 64 ans	90
Couronnes périurbaines	118	Cadre - Professions intellectuelles	91
Revenus moyens inférieurs	109	Moins de 35 ans	95

Source : KANTARWorldpanel

Le profil des ménages acheteurs des différents types de lait : des spécificités entre lait standard et les autres (2/3).

Cas du lait Biologique

Indices de consommation en volume (Moyenne France = 100)			
Les ménages sur consommateurs		Les ménages sous consommateurs	
Lait liquide biologique			
Indice Volume	2016	Indice Volume	2016
Cadre - Professions intellectuelles	186	Jeunes célibataires	34
Quatre personnes et plus	185	Une personne	53
Foyers avec enfant en maternelle	183	Célibataires d'âge moyen	57
Foyers avec enfant en primaire	173	Agriculteurs	59
35 à 49 ans	137	Célibataires seniors	60
Foyers avec enfant en collège - lycée	134	De 20 000 à 99 999 hab.	65
Artisans - Commerçants	126	Revenus modestes	68
Profession intermédiaire	122	Jeunes couples	69
Couples d'âge moyen	117	65 ans et plus	70
Foyers avec enfant majeur	115	Couples seniors	81
Revenus aisés	115	Ouvriers	81
Trois personnes	113	Retraités	82
Revenus moyens supérieurs	110	Inactifs	84
Moins de 19 999hab.	109	Employés	87
Plus de 100 000 hab.	108	Moins de 35 ans	87

Source : KANTARWorldpanel

Le profil des ménages acheteurs des différents types de lait : des spécificités entre lait standard et les autres (3/3).

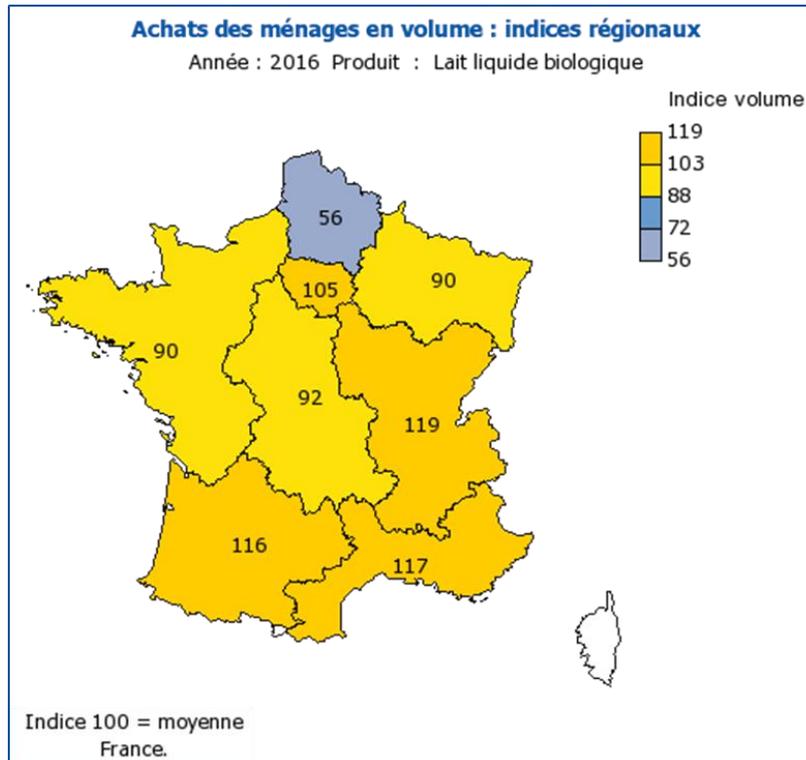
Cas du lait dé lactosé

Indices de consommation en volume (Moyenne France = 100)			
Les ménages sur consommateurs		Les ménages sous consommateurs	
Lait dé lactosé			
Indice Volume	<i>2016</i>	Indice Volume	<i>2016</i>
Multipolarisées	141	Agriculteurs	
Foyers avec enfant en collège - lycée	137	Jeunes célibataires	51
35 à 49 ans	132	Célibataires d'âge moyen	64
Foyers avec enfant majeur	129	Dominante rurale	72
Quatre personnes et plus	127	Moins de 35 ans	76
Couples d'âge moyen	123	Une personne	76
Foyers avec enfant en primaire	116	Artisans - Commerçants	83
Trois personnes	114	Jeunes couples	84
Employés	114	Revenus aisés	84
Revenus moyens supérieurs	112	Revenus modestes	85
De 20 000 à 99 999 hab.	111	Couples seniors	85
Pôles urbains	107	Foyers avec enfant en maternelle	91
Plus de 100 000 hab.	106	50 à 64 ans	91
Revenus moyens inférieurs	103	Couronnes périurbaines	93
Ouvriers	102	65 ans et plus	94

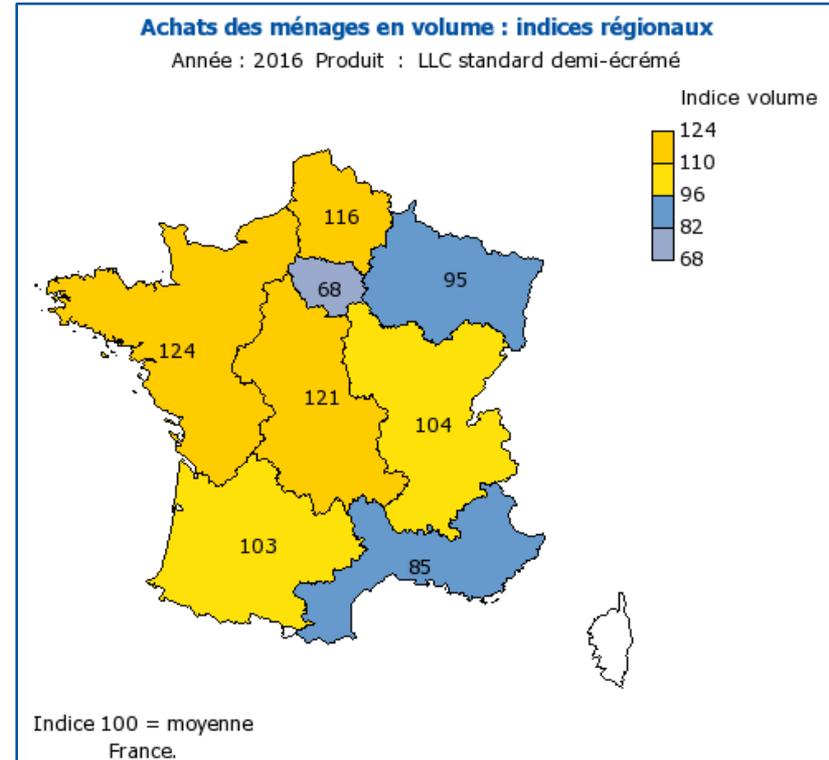
Source : KANTARWorldpanel

Le profil des ménages acheteurs des différents types de lait : des différences régionales marquées (1/2).

Lait Bio

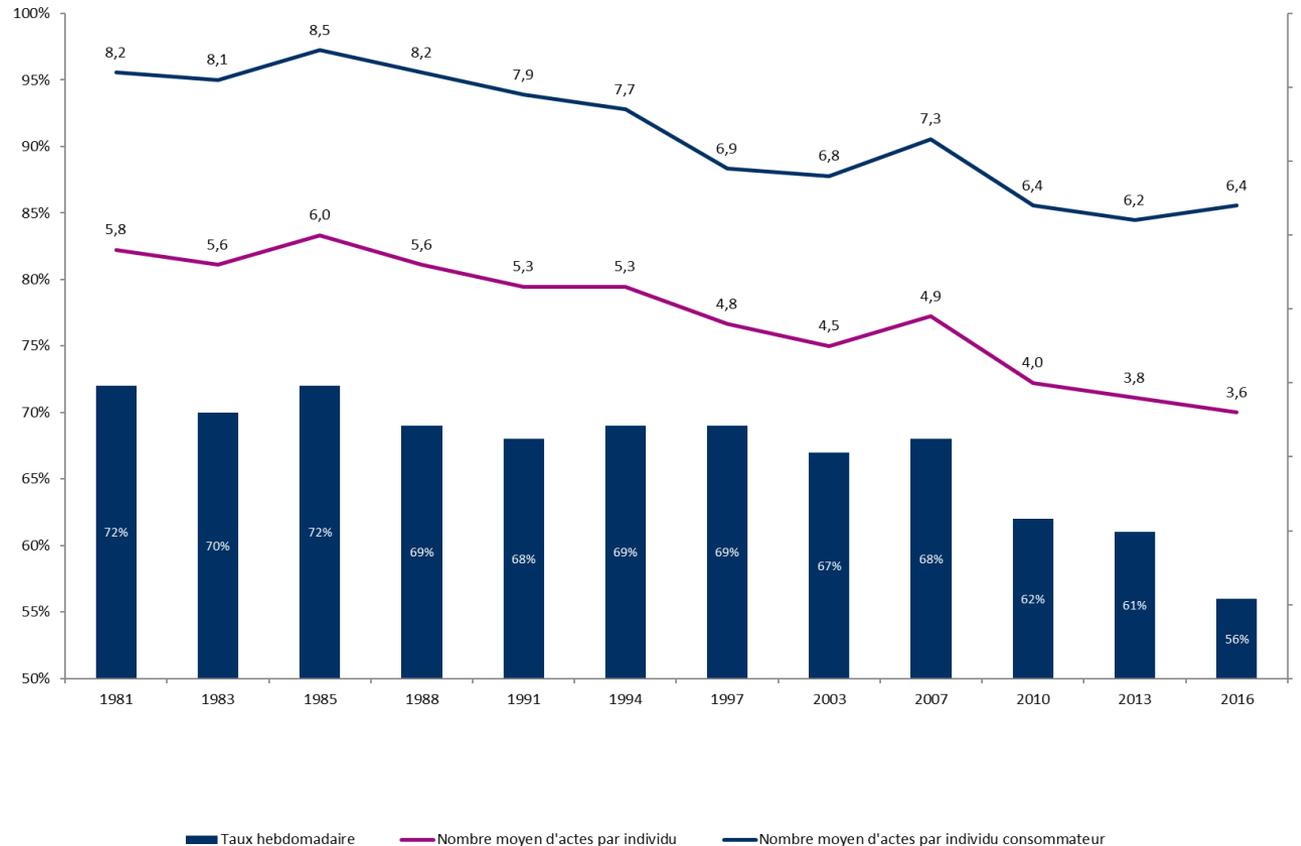


Lait Standard UHT ½ écrémé



Source : KANTARWorldpanel

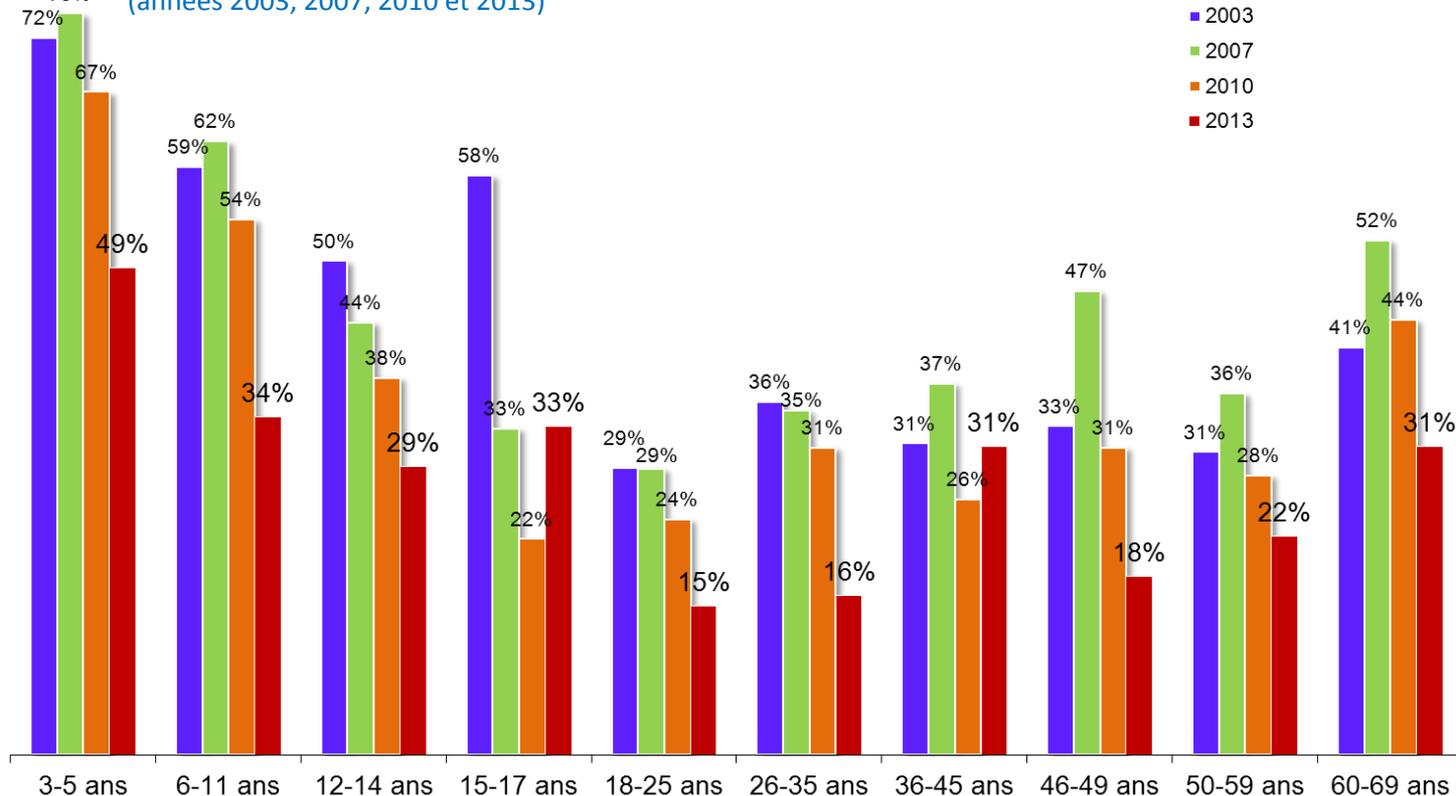
Poursuite de la baisse du nombre de consommateurs pour atteindre 56% en 2016. Par contre, la fréquence de consommation se maintient chez les consommateurs de lait.
(Hors lait ingrédients)



* 81% de consommateurs chez les enfants : **-4pts**
 * 49% de consommateurs chez les adultes : **-6pts**

Une baisse de la consommation quotidienne de lait. En 2013, 27% des français consomment du lait de manière quotidienne

>> Évolution de la proportion d'individus ayant bu du lait tous les jours sur une semaine d'enquête selon l'âge
(années 2003, 2007, 2010 et 2013)



Source : CREDOC, Enquêtes CCAF 2007, 2010 et 2013

Le petit déjeuner occupe une place centrale dans la consommation du lait.

Une baisse des quantités consommées chez les adultes et les enfants (chez les consommateurs)

Occasions de consommation	Enfants (3-14 ans)						Adultes (15-75 ans)					
	Petit-déjeuner			Goûter			Petit-déjeuner			Goûter		
	2007	2010	2013	2007	2010	2013	2007	2010	2013	2007	2010	2013
Taux de pénétration du lait sur 7 jours	89%	84%	81%	38%	33%	33%	58%	53%	49%	16%	12%	15%
Répartition des actes de consommation sur l'ensemble des repas	78%	81%	80%	16%	15%	15%	78%	82%	74%	9%	8%	9%
Quantités moyennes consommées (mL/j) Populations : 3-17 ans / 18 ans et plus	-	163	160	-	26	26	-	86	74	-	7	7

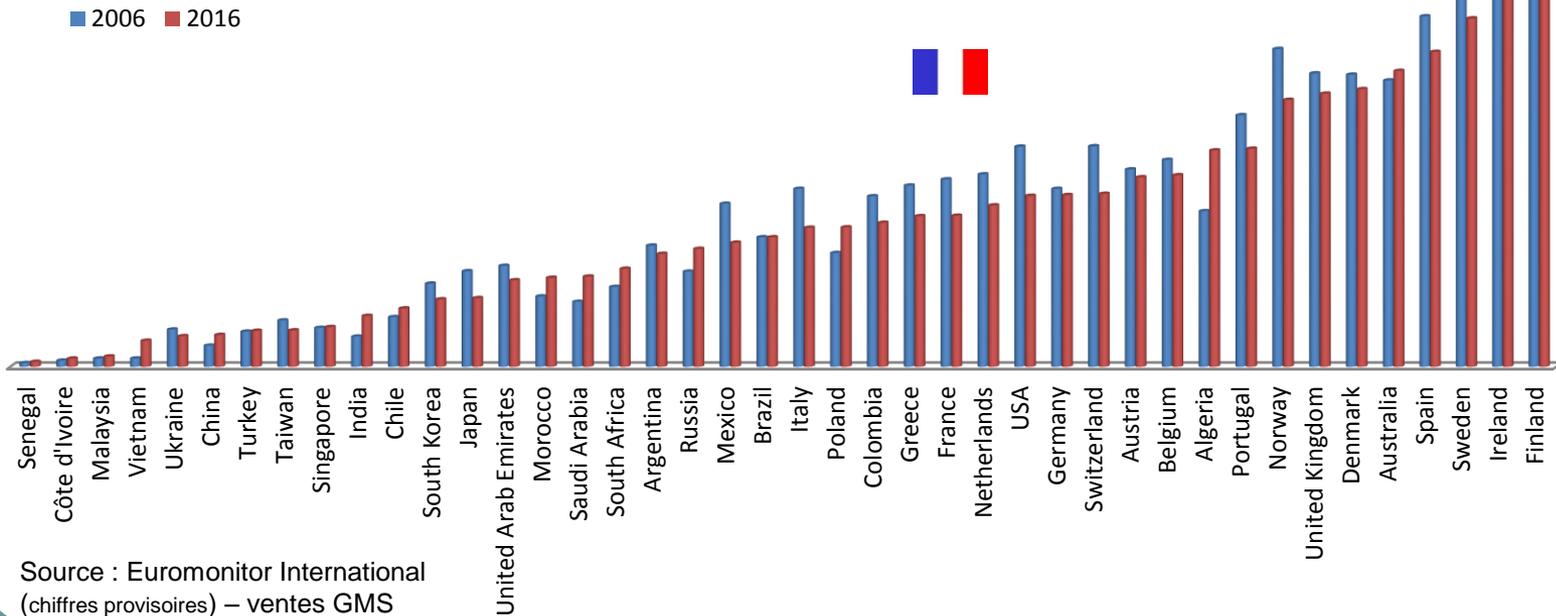
Quantité de lait consommées (mL/j)

Enfants				Adultes				3-75 ans			
2007	2010	2013	2016	2007	2010	2013	2016	2007	2010	2013	2016
201	195	197	177	108	101	95	77	132	117	117	100

Source : Credoc, Enquêtes CCAF 2007, 2010, 2013 et 2016

Au niveau mondial, la consommation de lait diminue à de rares exceptions. La consommation de lait en France reste dans la moyenne basse des pays européens.

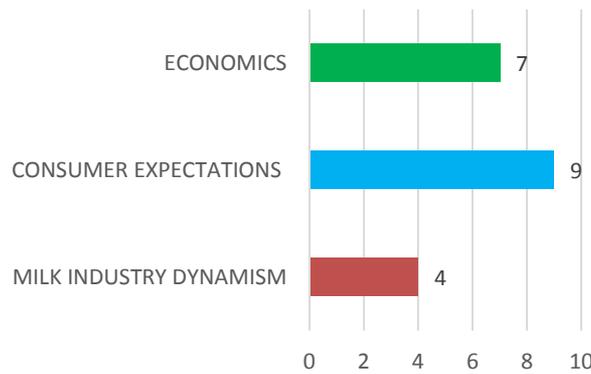
Marché PGC des laits liquides à travers le monde 2006 et 2016



Source : Euromonitor International
(chiffres provisoires) – ventes GMS

A travers le monde, quels sont les leviers ou les freins à la consommation de lait ?

Leviers



Purchasing power 5

++ Africa and some European countries

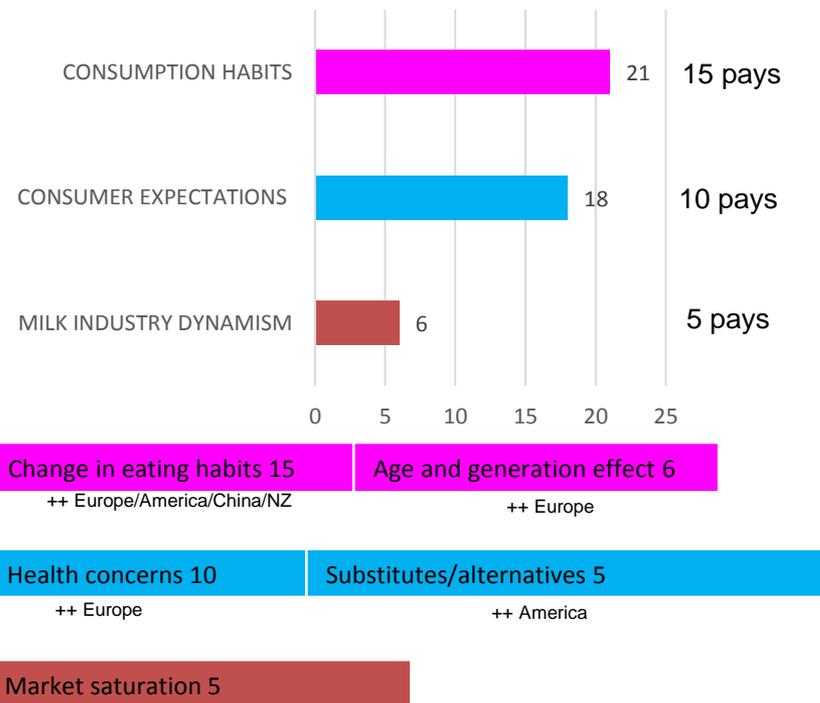
Health benefits 5

++ Asia/ Zimbabwe/Cyprus/Ireland

Milk industry dynamism 4

++ China/Chile/Zimbabwe/Lithuania

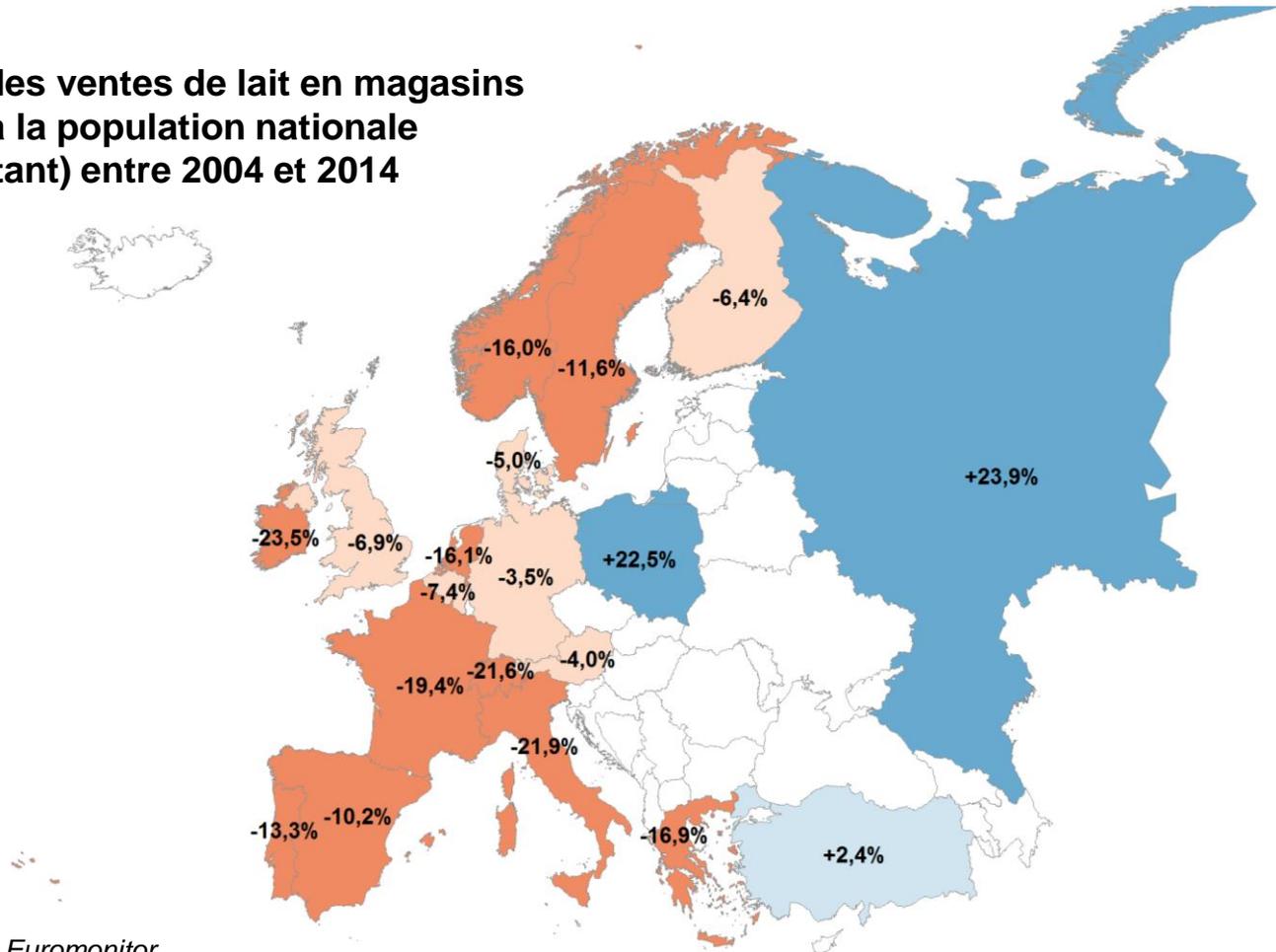
Freins



Source : Global marketing trend, FIL 2016

La plupart des pays de l'Europe de l'Ouest sont concernés par la baisse de la consommation, que ce soit dans des pays à dominante UHT ou pasteurisée, à forte consommation initiale ou pas.

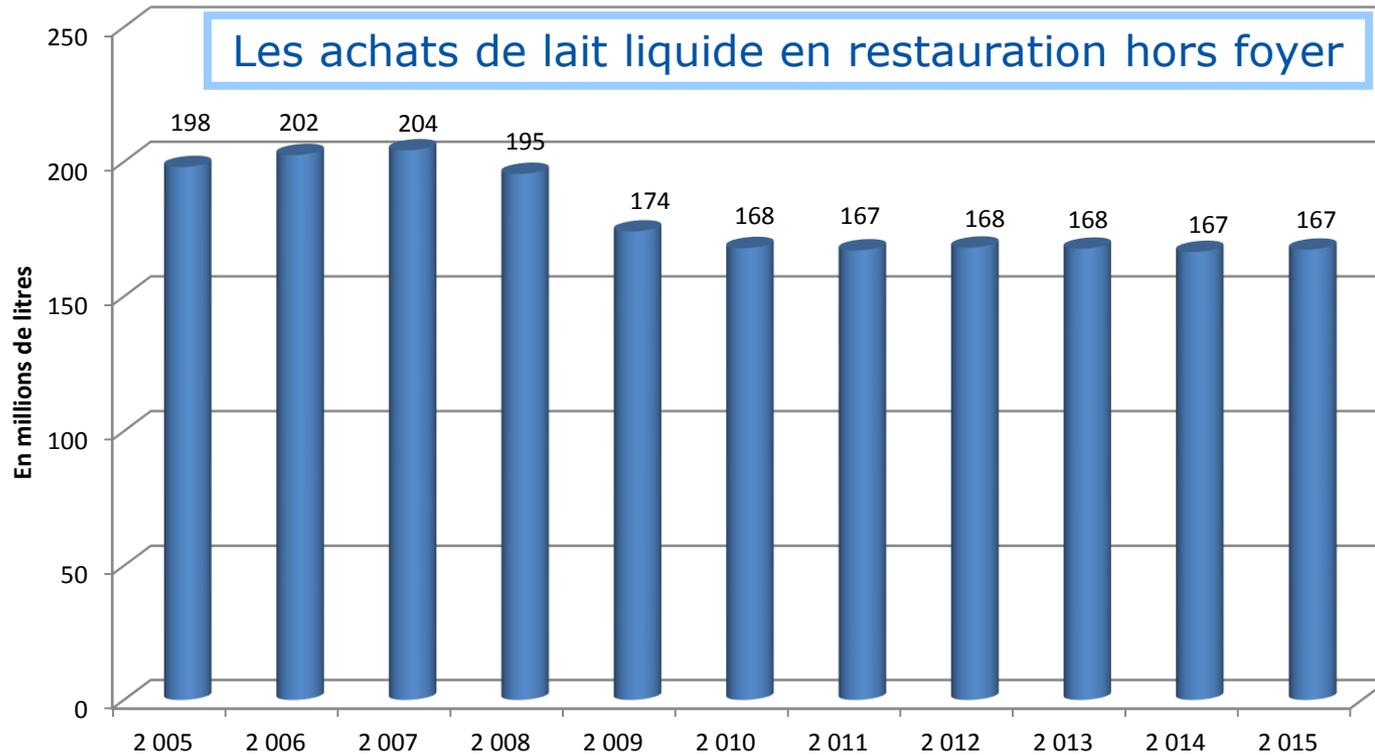
Evolution des ventes de lait en magasins rapportée à la population nationale (litres/habitant) entre 2004 et 2014



Source : Euromonitor

Ventes en RHF

Les achats de lait en RHF de 2005 à 2015 : un débouché stable ces dernières années.

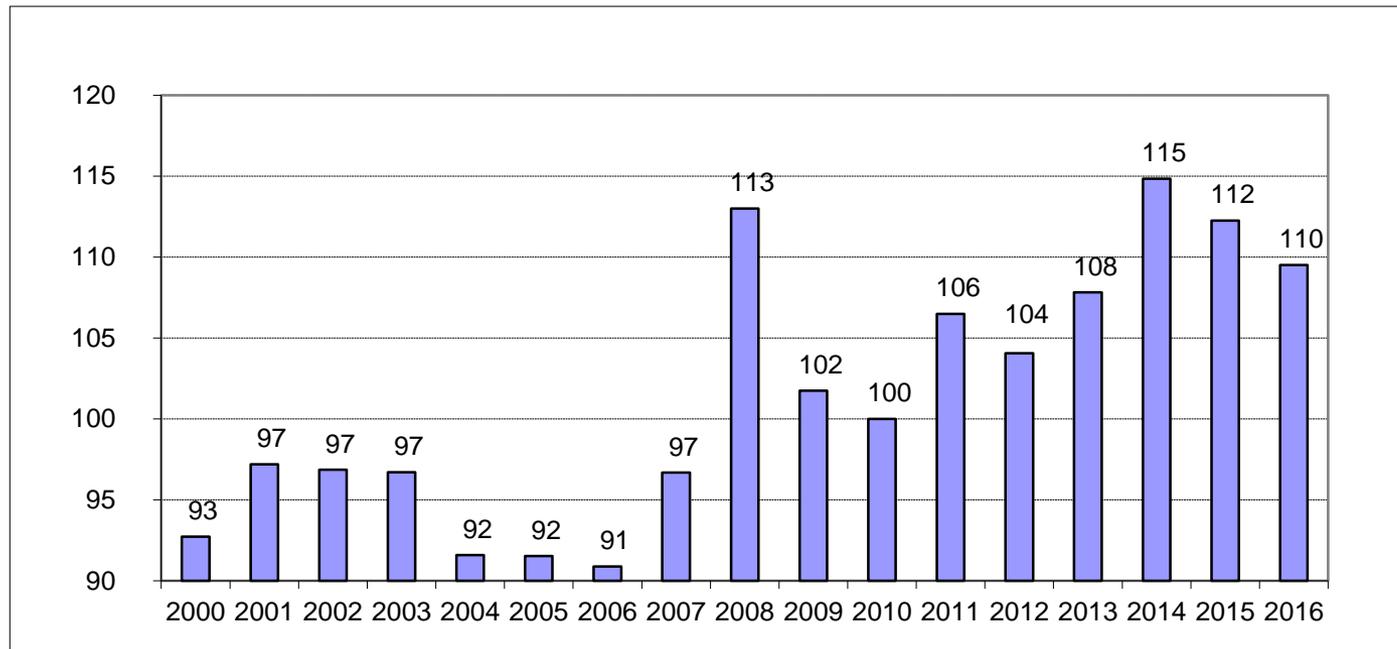


Source : Girafoodservice

Evolution des prix

Le décrochage des PVI en 2012 a été rattrapé depuis 2013.
Il a dépassé en 2014 celui de 2008.
A partir de 2015, on note un nouveau repli.

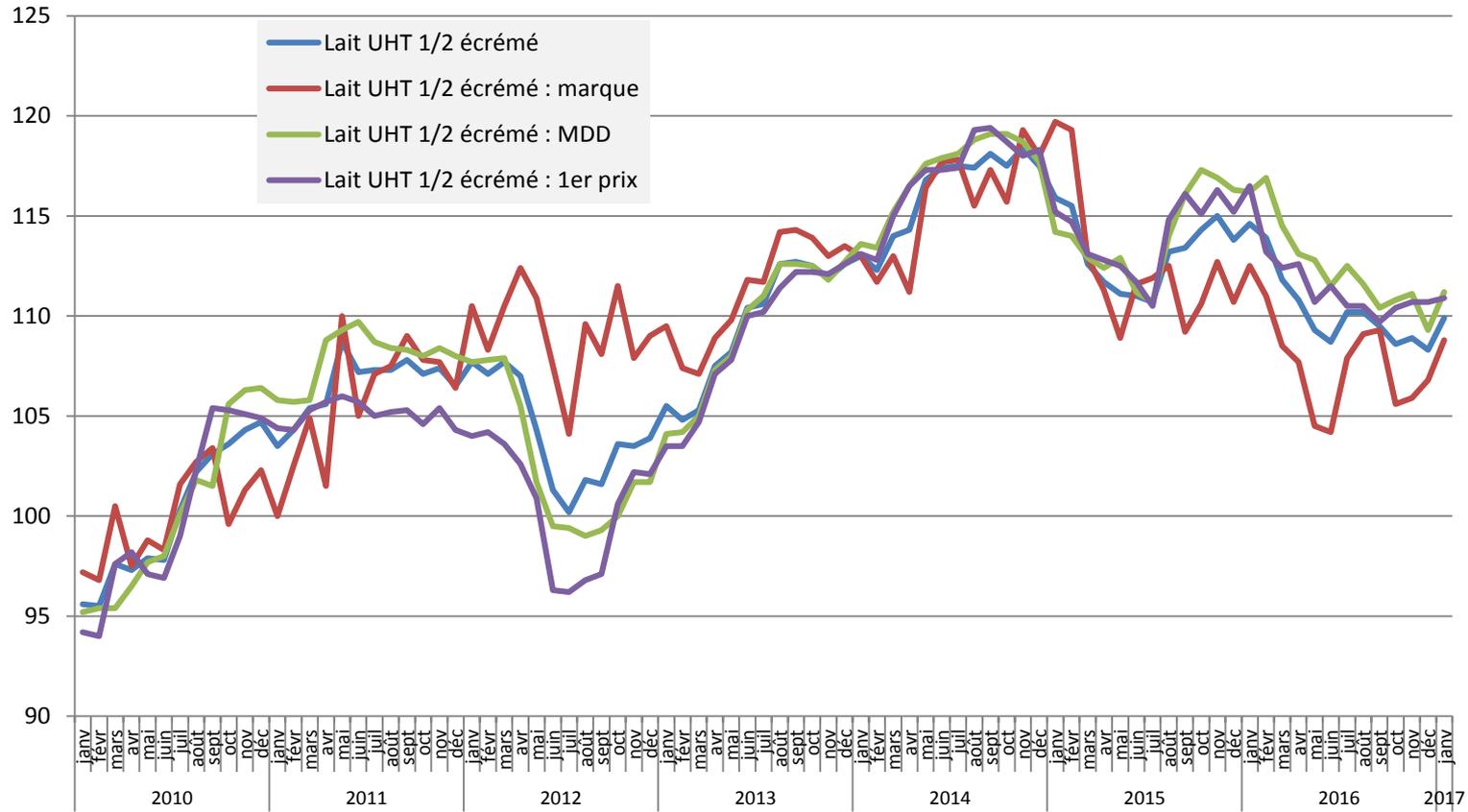
ÉVOLUTION MOYENNE ANNUELLE DES INDICES DU PRIX DE VENTE SORTIE USINE DU LAIT LIQUIDE SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS



Source : INSEE

Année de référence : 2010 (base 100)

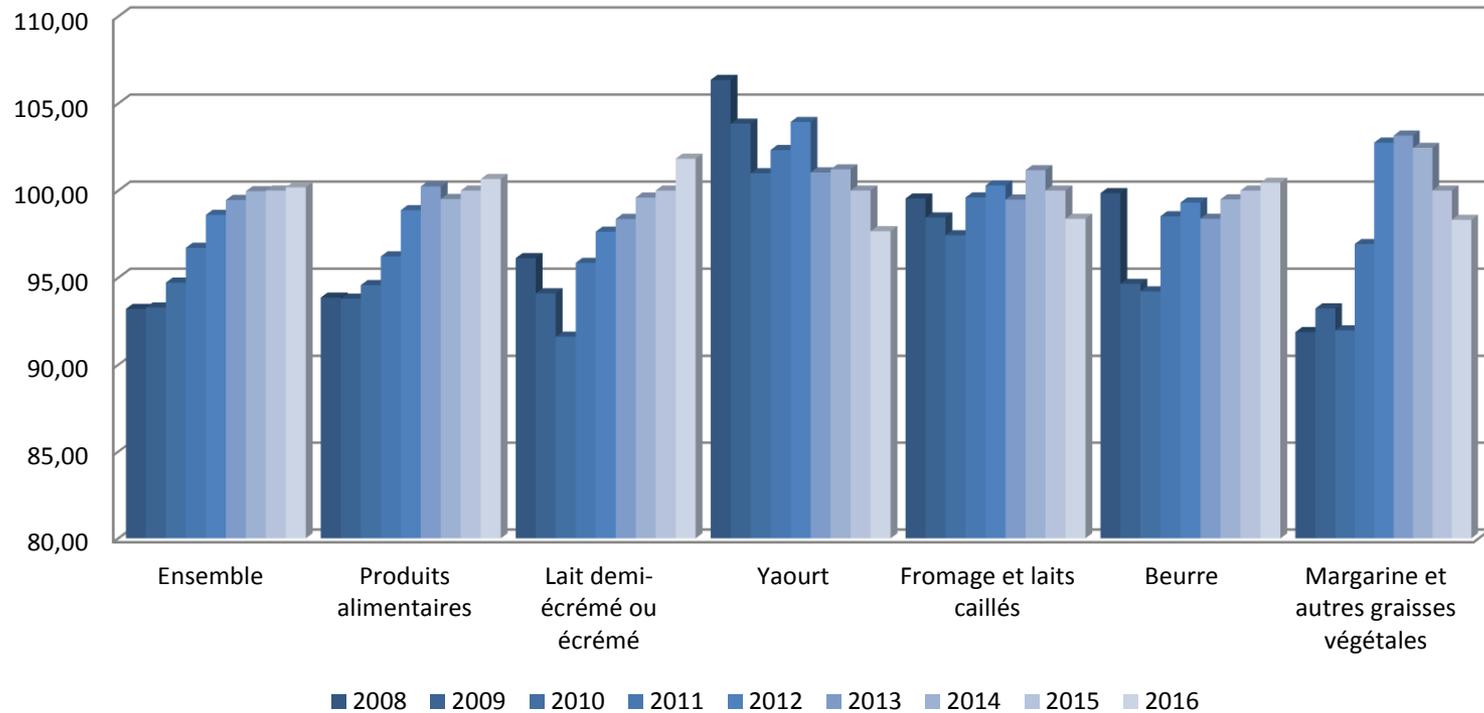
Les courbes des PVI se suivent entre les MN, les MDD et les 1^{er} prix.



Source : INSEE

Année de référence : 2005 (base 100)

L'indice de 2016 du prix moyen à la consommation de la catégorie lait est en hausse par rapport à 2015 ce qui n'est pas le cas des autres produits laitiers, exceptés le beurre.



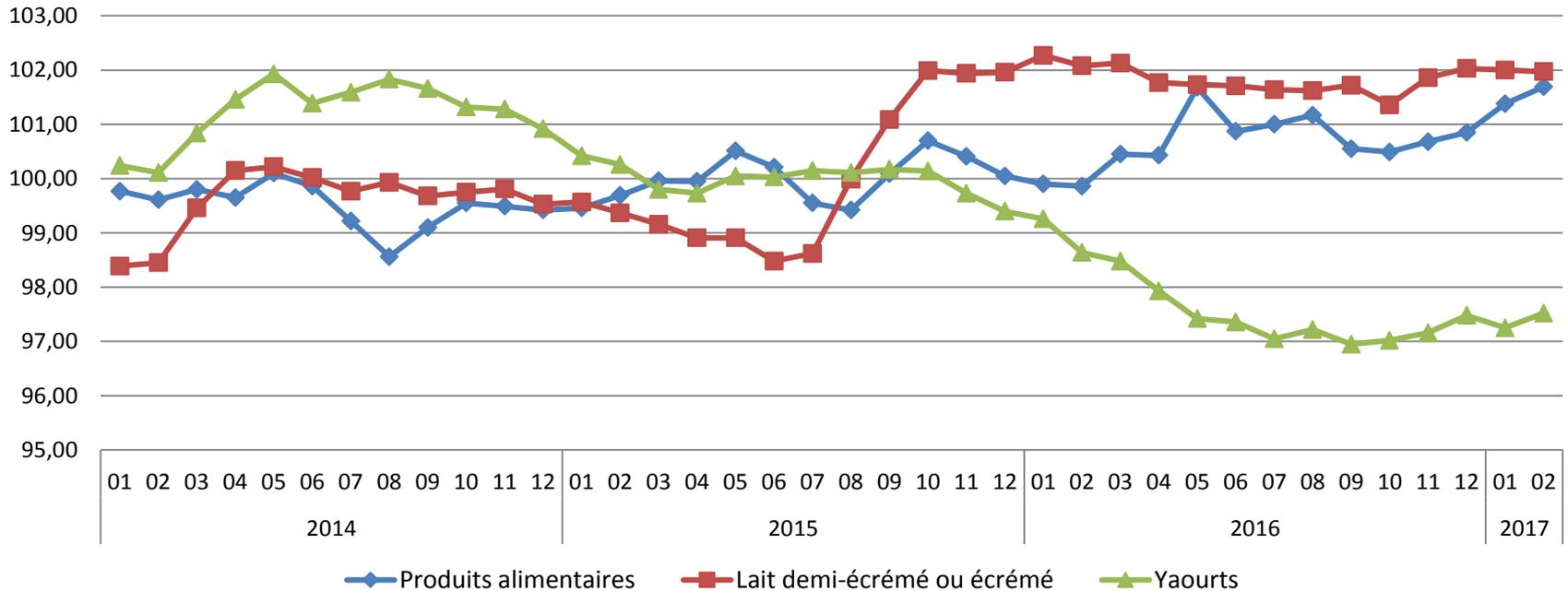
Source : INSEE (base 100 : 2015)

* Les boissons non comprises

L'indice des prix à la consommation de la catégorie lait reste stable en 2016.

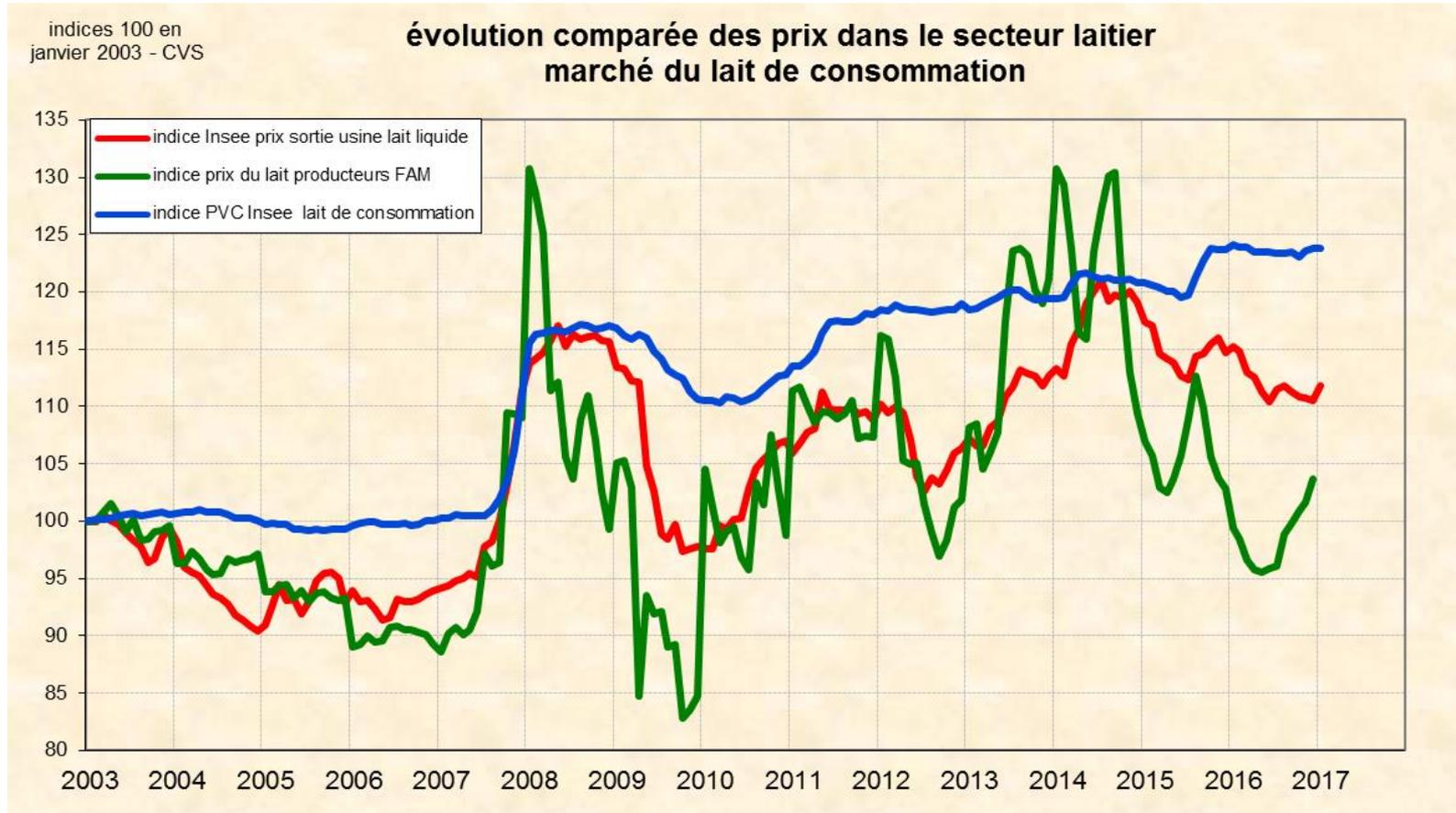
L'augmentation 2015 des PVC résulte de l'effet « table ronde » avec le ministère de l'agriculture.

Prix à la consommation : évolution mensuelle France entière - Années 2014-2017



Source : INSEE (base 100 : 2015)

La hausse du prix du lait payé aux producteurs en 2013 et 2014 a été en partie répercutée sur les prix sortie usine mais peu sur les prix consommateurs.



Source : ATLA

Le prix moyen consommateur des laits liquides en GMS s'établit à 0,90€/litre en moyenne 2016. Il est stable depuis le second semestre 2015.

EVOLUTION DU PRIX MOYEN DE VENTE CONSOMMATEUR (*)



(*) Hypers + Supers + EDMP + Drive

Source : Cniel/Iri Panel distributeurs Census

Prix moyen 2016 : **0,90 €/litre**

Le prix moyen consommateur en GMS du lait pasteurisé s'établit à 1,39 €/litre en 2016.

EVOLUTION DU PRIX MOYEN DE VENTE CONSOMMATEUR (*)
LAIT PASTEURISE

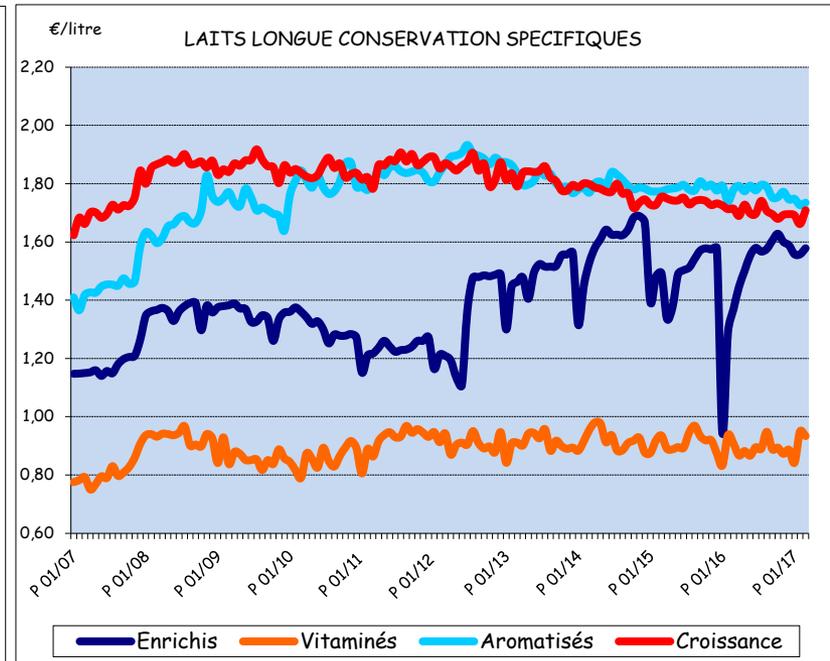
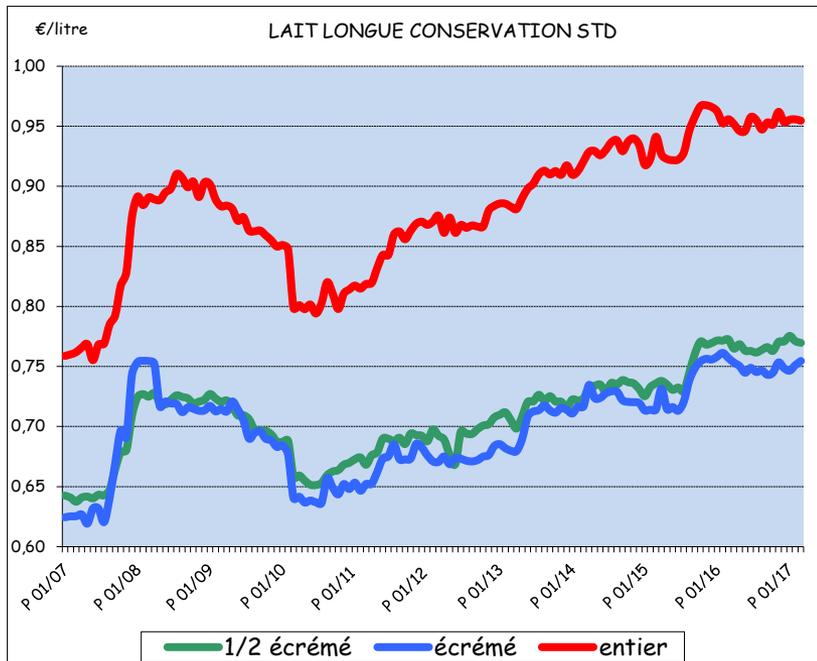


(*) Hypers + Supers + EDMP + Drive

Prix moyen 2016 : **1,39 €/litre**

Le prix moyen consommateur des laits de longue conservation est de 0,88 €/litre soit +2,7% par rapport à 2015.

EVOLUTION DU PRIX MOYEN DE VENTE CONSOMMATEUR (*) LAITS DE LONGUE CONSERVATION

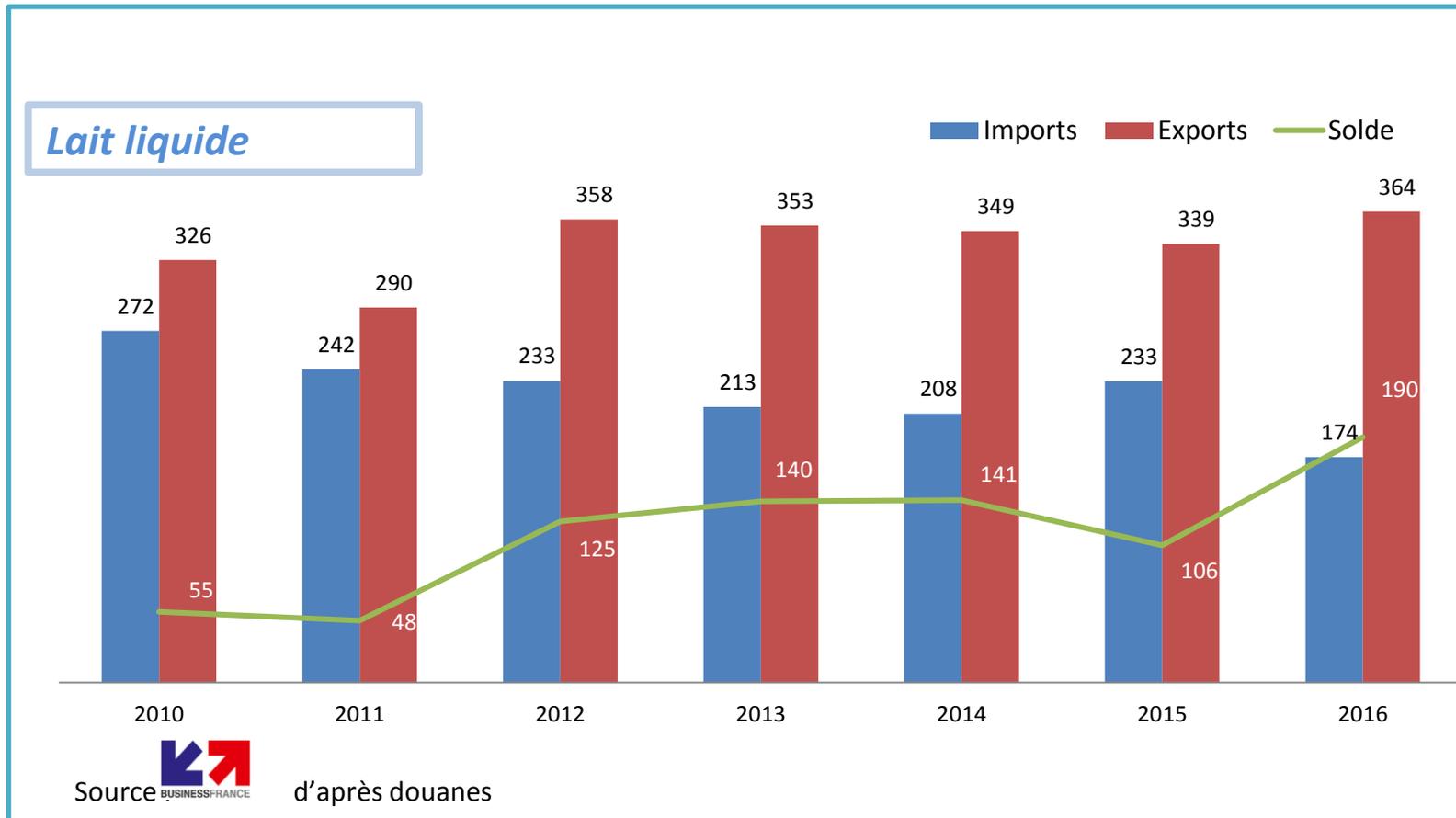


Prix moyen 2016 : ½ écrémé..... **0,77 €/litre**
 écrémé..... **0,75 €/litre**
 entier..... **0,95 €/litre**

(*) Hypers + Supers + EDMP + Drive

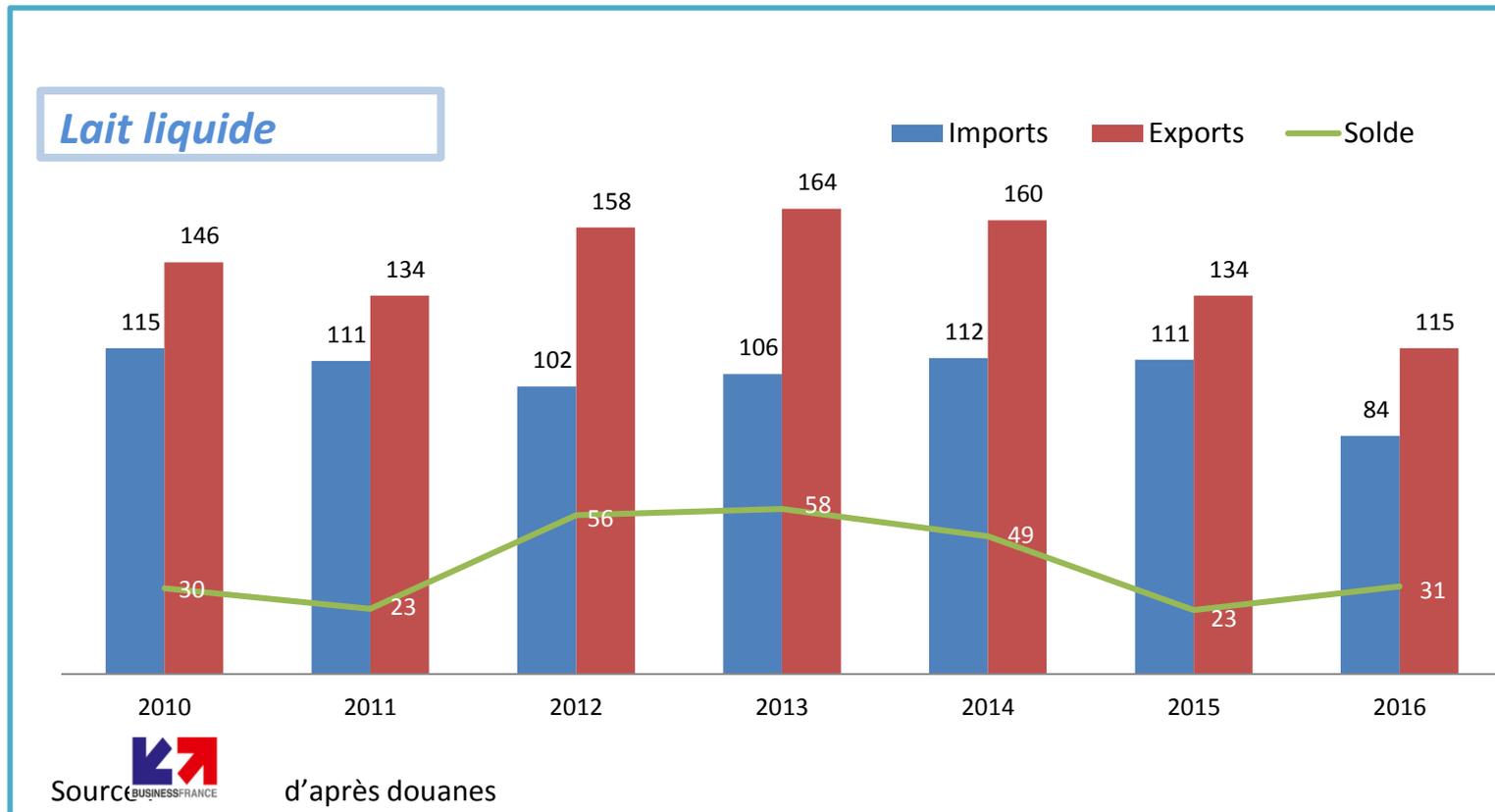
Commerce extérieur France

Commerce extérieur français du lait liquide conditionné en volume.



Solde 2016 / 2015 : + 190 millions litres

Commerce extérieur français du lait liquide conditionné en valeur.



Solde 2016 / 2015 : + 31 millions euros

Les laits liquides conditionnés représentent 10,6% des exportations et 10,4% des importations de produits laitiers en volume en 2016.

TONNES	EXPORTATIONS		IMPORTATIONS	
		Répartition en %		Répartition en %
Lait liquide conditionné	363 805	10,6%	174 222	10,4%
Crème conditionnée	90 353	2,6%	86 263	5,1%
Beurre conditionné	43 242	1,3%	6 975	0,4%
Spécialités laitières à tartiner	2 661	0,1%	3 315	0,2%
Yaourt	228 762	6,7%	46 736	2,8%
Autres laits fermentés	160 849	4,7%	32 898	2,0%
Total fromages	670 828	19,6%	330 377	19,6%
Poudre de lait entier	85 325	2,5%	35 737	2,1%
Poudre de lait écrémé	234 400	6,8%	34 035	2,0%
Lait infantile	148 113	4,3%	41 635	2,5%
Lait liquide vrac	601 963	17,6%	114 464	6,8%
Crème vrac	110 879	3,2%	74 242	4,4%
Beurre vrac	28 822	0,8%	164 367	9,8%
Mgla et butteroil	22 084	0,6%	28 630	1,7%
Lactosérum liquide	10 836	0,3%	277 748	16,5%
Poudre de lactosérum	336 217	9,8%	70 767	4,2%
Poudre de babeurre	27 829	0,8%	3 187	0,2%
Lait concentré	72 523	2,1%	66 314	3,9%
Lactose	32 516	0,9%	29 989	1,8%
Composants naturels du lait	83 842	2,4%	54 093	3,2%
Caséines et caséinates	73 934	2,2%	6 098	0,4%

Source : CNIEL-Eurostat

Les exportations françaises de laits liquides conditionnés sont toujours essentiellement dirigées vers l'UE (principalement l'Espagne et l'Italie) mais la Chine est le 3^{ème} pays client.

Principales destinations des exportations françaises de laits liquides conditionnés en 2016

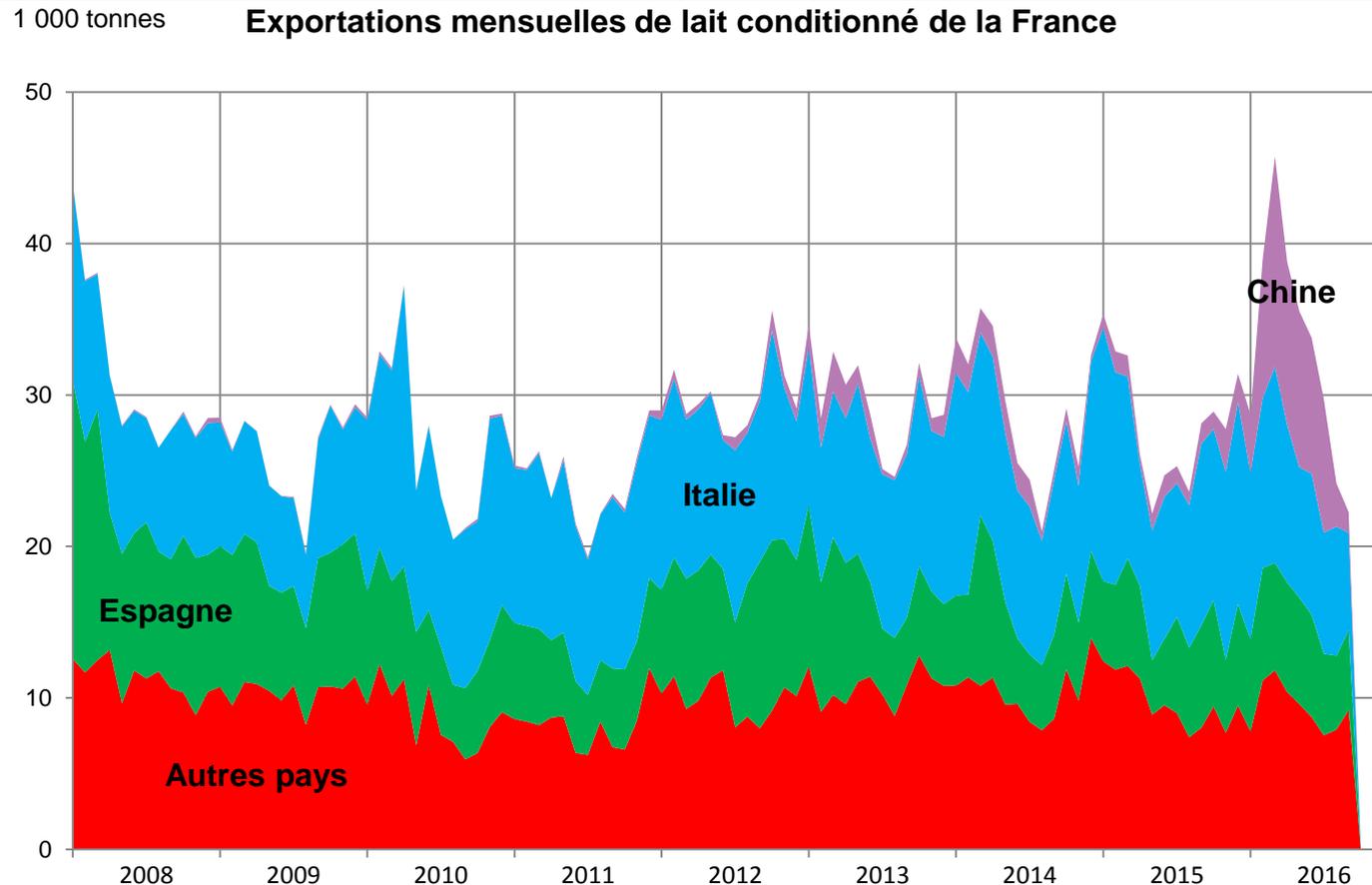
Exportations totales : 363 805 T
dont UE : 245 068 T

Principaux clients (% du volume global)

Italie : 30,0 %
Espagne : 20,3 %
Chine : 19,7%

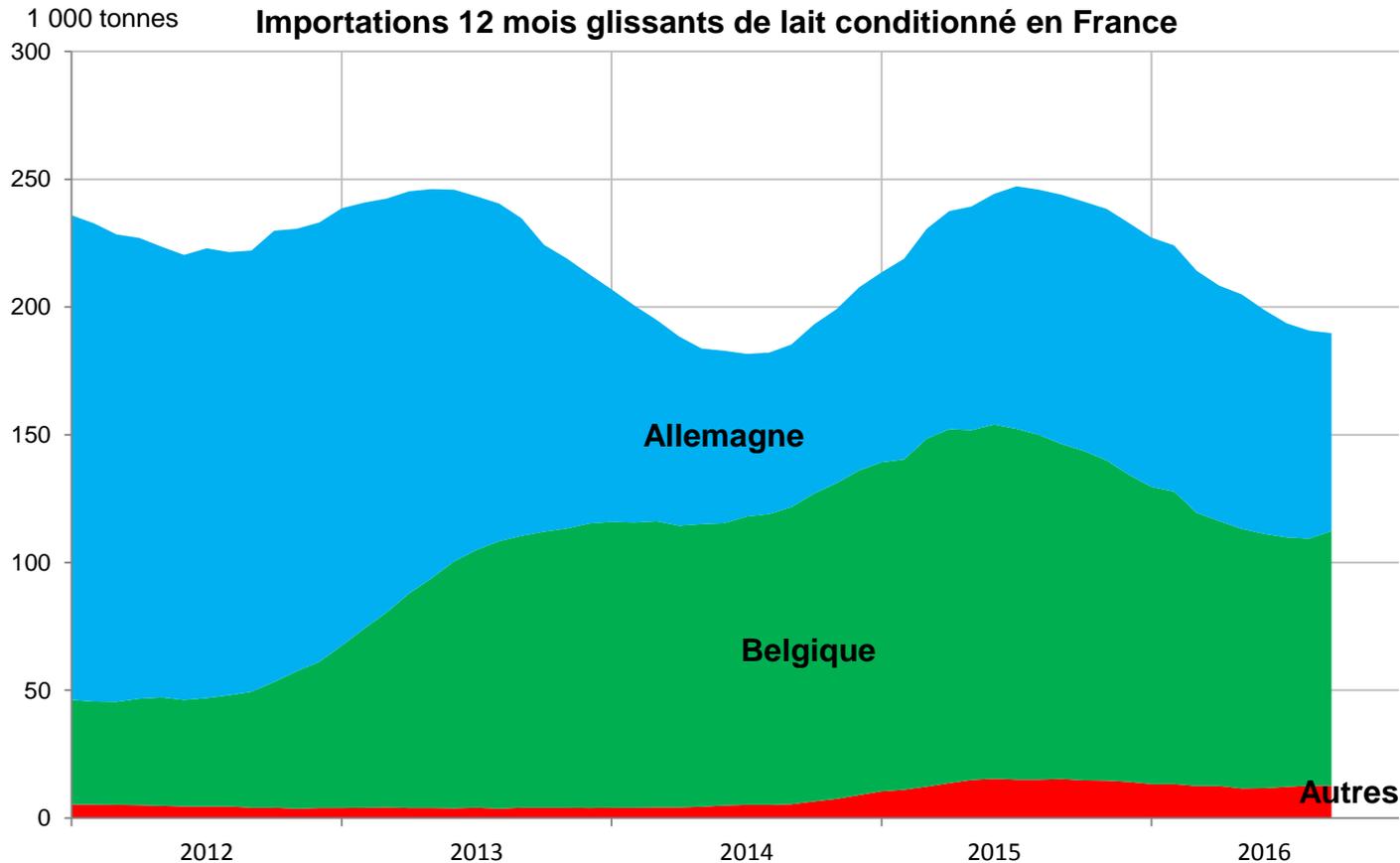


Les exportations françaises de lait liquide conditionné vers la Chine, en 2016, représente en 19,7%.



Source : CNIEL-Eurostat

Les importations françaises de lait liquide conditionné ont été freiné à partir de l'été 2015. La Belgique représente près de 60% de ces importations.



Source : CNIEL-Eurostat

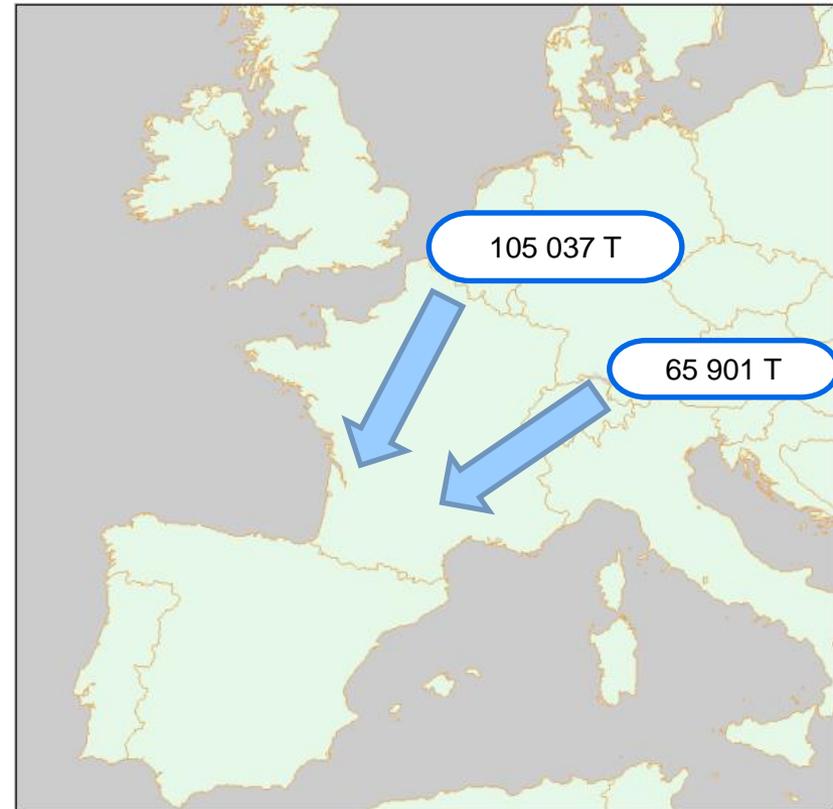
Les importations de laits liquides conditionnés proviennent quasi-exclusivement d'Allemagne et de Belgique.

Importations françaises de laits liquides conditionnés en 2016

Importations totales : **174 221 T**

Fournisseurs
(% du volume global)

Belgique : 60,9 %
Allemagne : 38,2 %

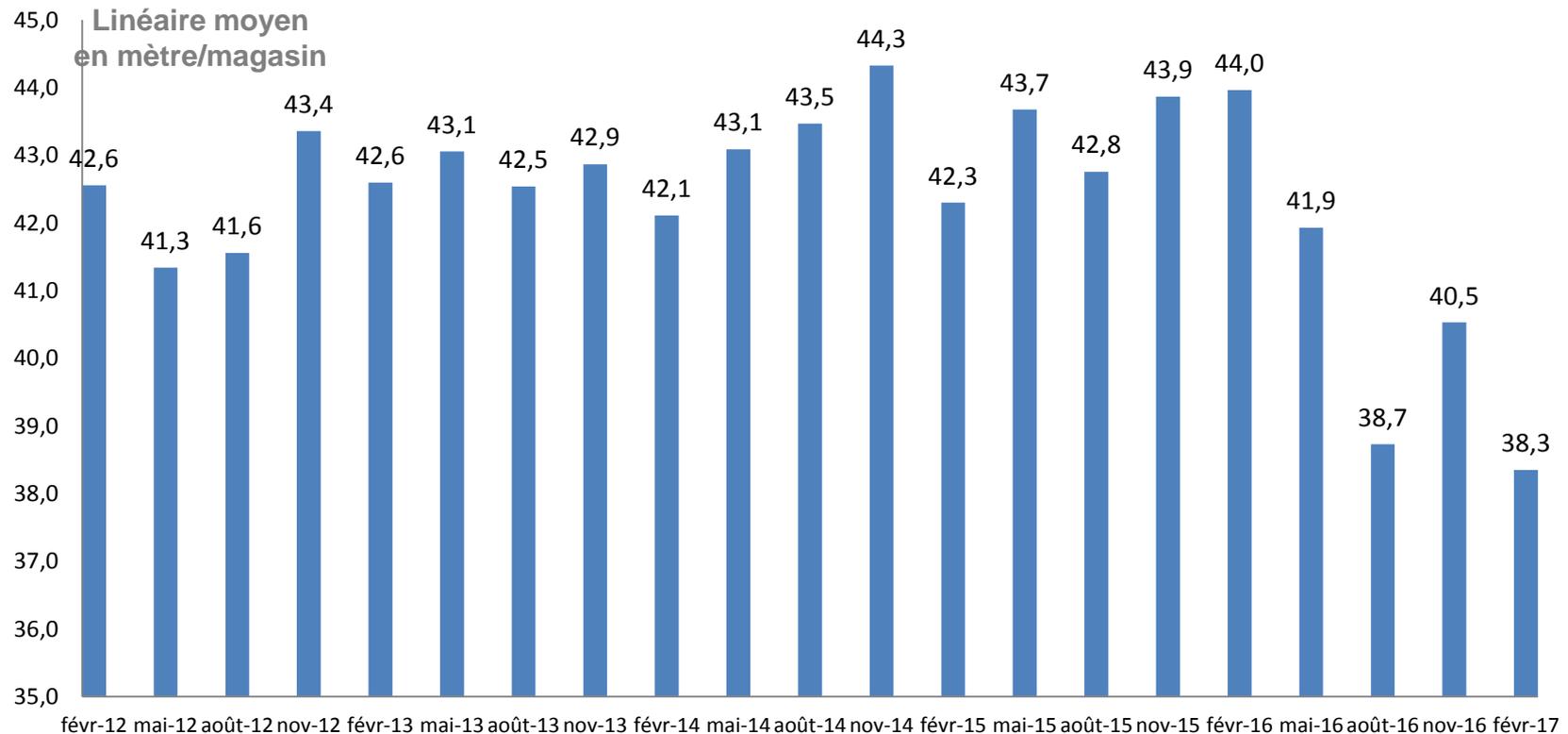


Source : douanes

Innovations en France

En moyenne, le linéaire développé du lait en hypermarchés et supermarchés tourne autour de 38 mètres.

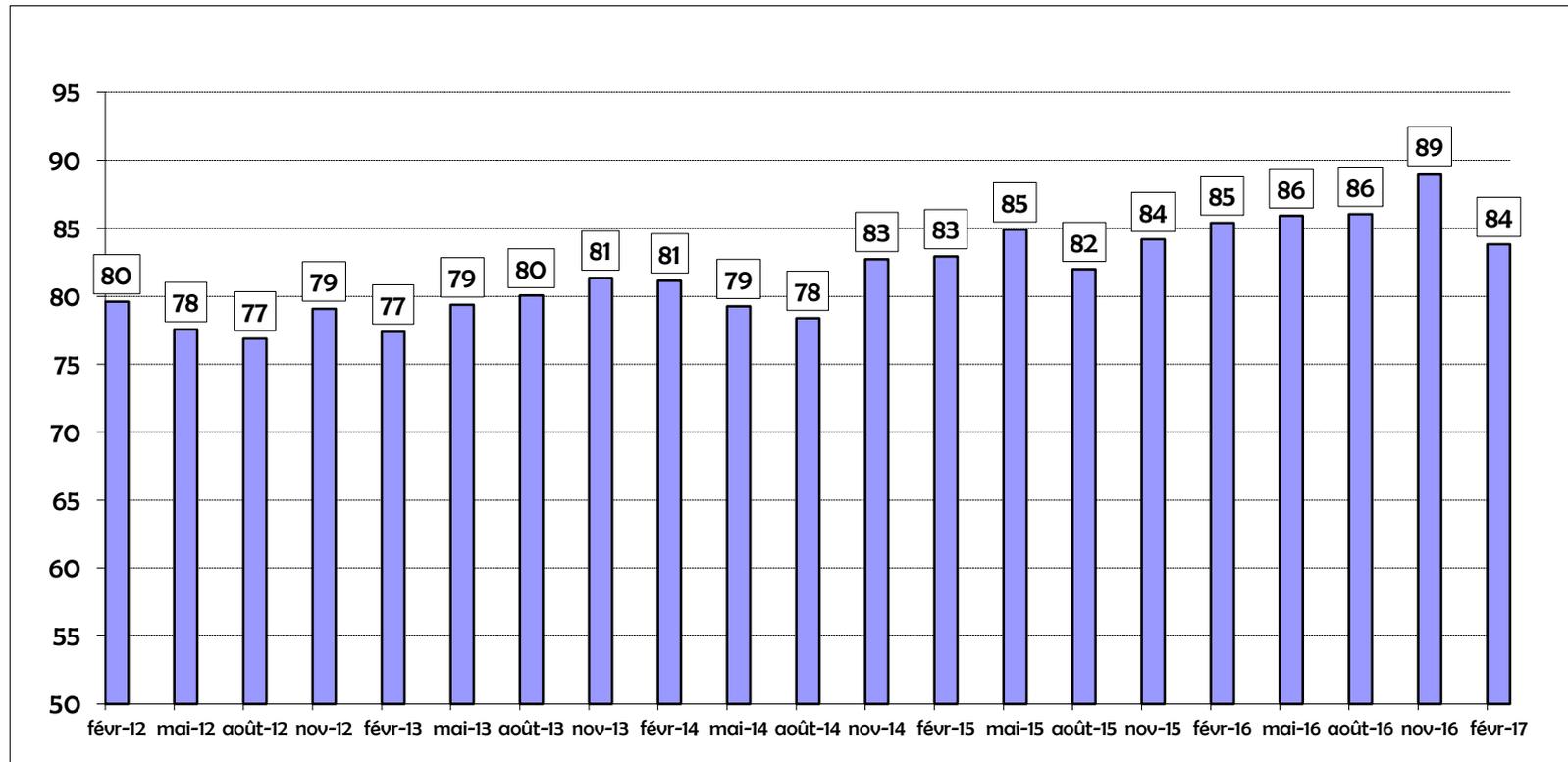
LE LINEAIRE DU LAIT LIQUIDE (Hypers + Supers)



Source : CNIEL/IRI

Pour la première fois depuis 6 ans, le nombre moyen de références de laits liquides en linéaire est en léger repli.

**EVOLUTION DU NOMBRE MOYEN DE REFERENCES
DE LAITS LIQUIDES EN LINEAIRE
(Hypers + Supers)**

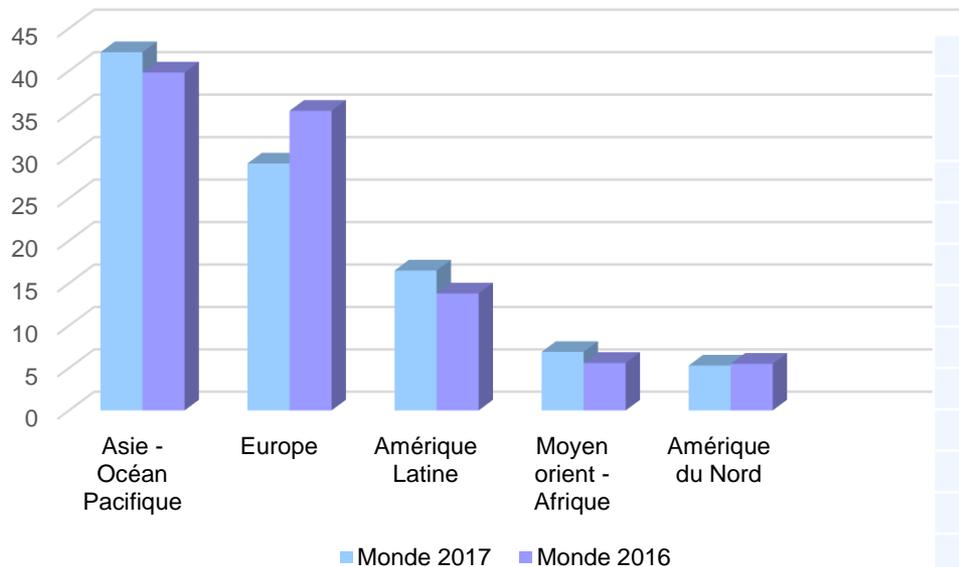


Source : CNIEL/IRI

La région Asie/Océan Pacifique est la plus dynamique avec la Chine. L'Europe est tirée par l'Allemagne et l'Amérique latine par le Mexique.

Source: Mintel

Dynamiques des innovations (%) par grandes régions du monde



Innovation par pays, 2017 (en nombre)

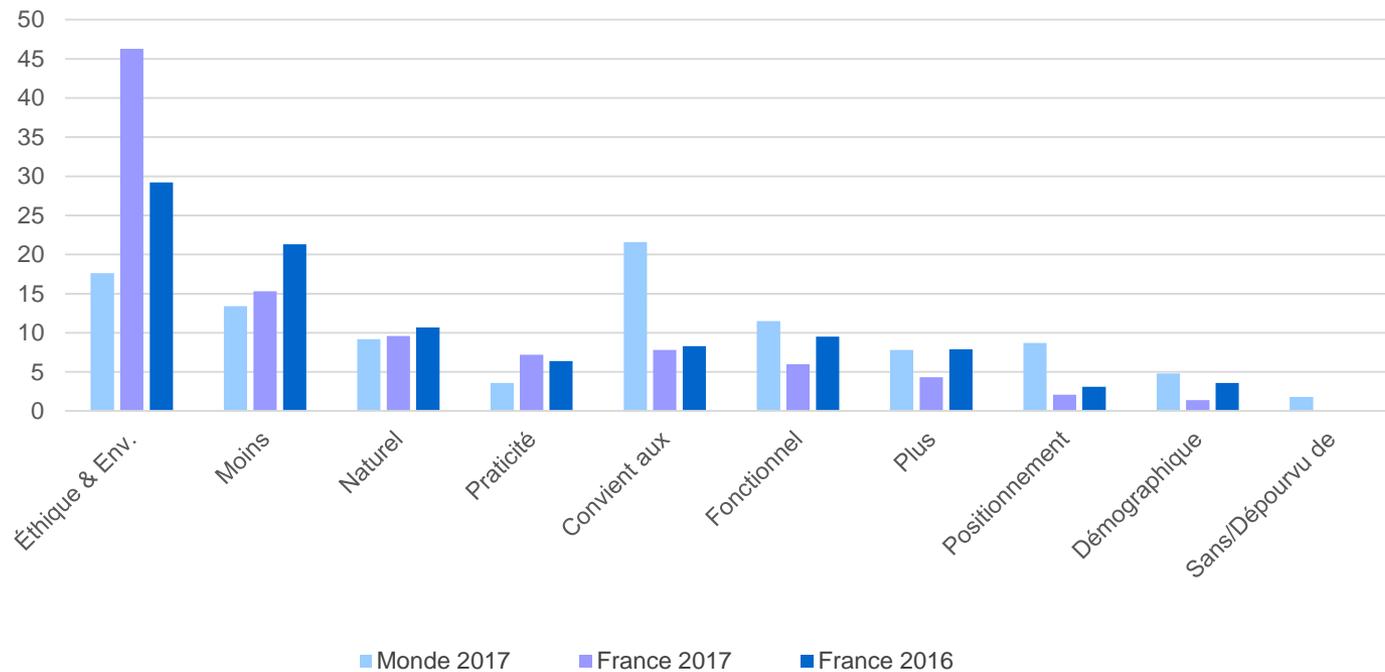
Chine	258
Mexique	171
Allemagne	120
Brésil	119
Corée du sud	109
Etats Unis	109
Inde	106
Indonésie	104
Vietnam	101
Thaïlande	77
Japon	74
Angleterre	74
France	69
Afrique du sud	66

Dans le monde, la catégorie "Convient aux" (halal, gluten, allergène) est la mieux représentée.

En France, le positionnement "Ethique et environnement" représente 45% des nouveautés.

Répartition* par type de positionnement (%)

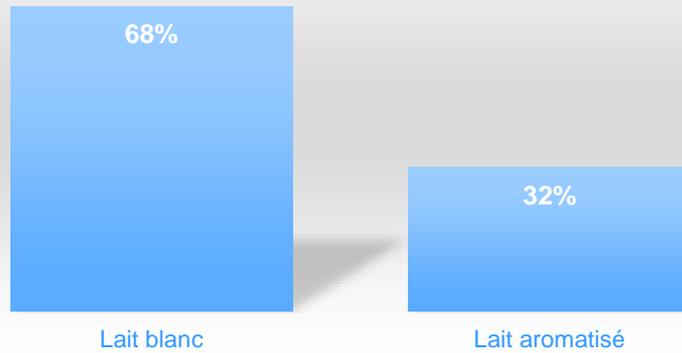
Source: Mintel



* Un même produit peut être dans plusieurs tendances

Les innovations en France, en 2016, ont essentiellement porté sur le lait blanc.

Innovation 2016



Lait blanc

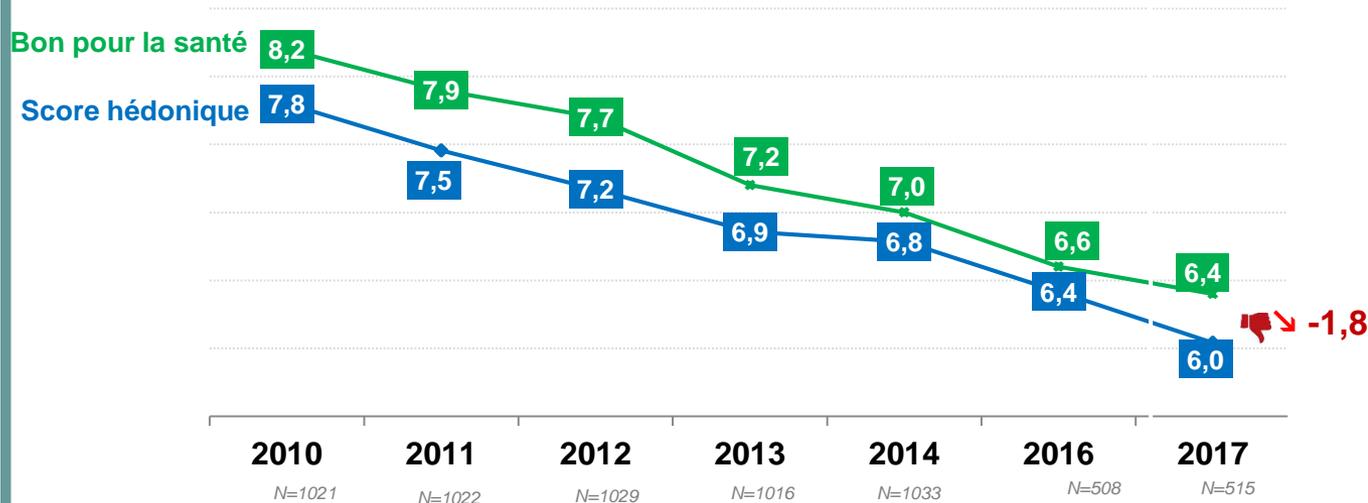
Lait aromatisé



Images et attitudes

La note globale accordée par les consommateurs au lait s'effrite au fil du temps, en particulier sur ses bienfaits pour la santé.

Score d'appréciation du lait depuis 2010

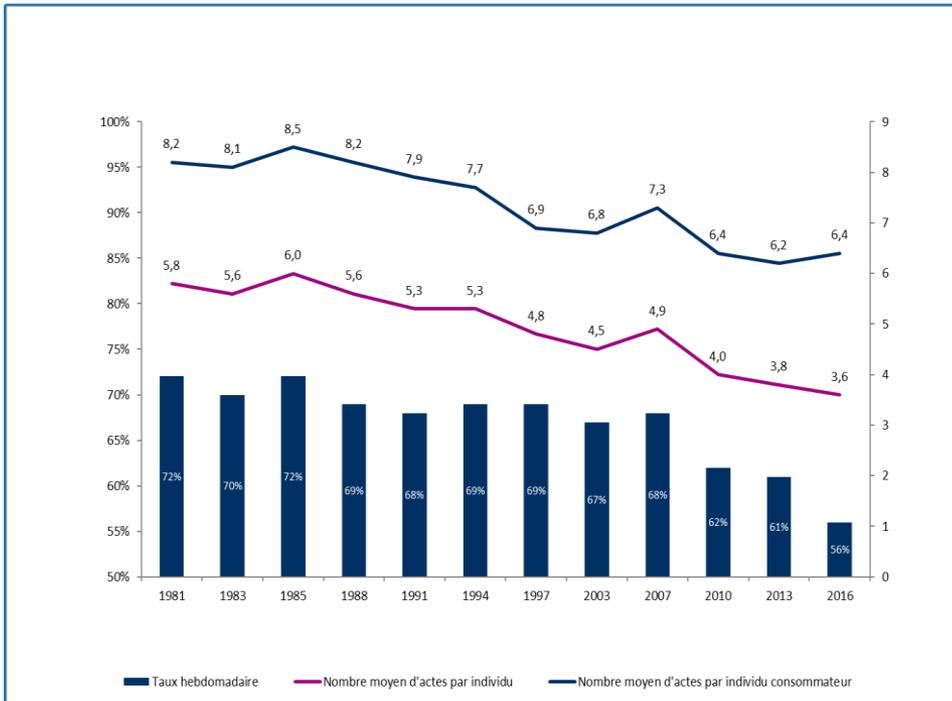


Q8d – Voici à présent une liste de produits laitiers. J'aimerais que vous me donniez une note de 0 à 10. 0 signifie que vous avez une très mauvaise opinion de ce produit, 10 signifie que vous en avez une très bonne opinion, les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

  Différences entre 2017 et 2009

Baromètre des produits laitiers (2017)

Le lait garde une image santé forte que l'on consomme avec plaisir mais dont la présence au petit déjeuner diminue.



81 % des enfants
49 % des adultes

Un capital image santé fort mais en érosion un aliment perçu comme naturel, de qualité, la meilleur source de calcium.

Un produit que l'on consomme avec plaisir mais de plus en plus de gens qui pensent mal le digérer.

Un produit dont la présence au petit déjeuner diminue lié à la baisse de prise du petit déjeuner, à la concurrence d'autres produits, à une fragilisation de l'image et à des débats sur les bénéfices pour la santé

- Il est important de connaître l'origine du lait 83%
- C'est un produit naturel 79%
- C'est vraiment bon 72%
- C'est la meilleure source naturelle de calcium 67%
- J'ai plaisir à le consommer 65%
- Il est nécessaire d'en consommer toute la vie 58%
- Je le digère mal 34%

Le lait reste auprès des consommateurs un produit lié à la santé et à la naturalité mais avec des érosions.

Éléments les plus fortement cités									
Scores supérieurs ou égaux à 75%	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016	2017	
Produit naturel	90%	86% ↘	86%	84%	85%	85%	85%	79%	
Origine du lait que je consomme	NA	(63%)	(72%)	76%	(69%) ↘	84% ↗	82%	83%	
Adapté aux modes de vie actuels	NA	NA	89%	84% ↘	85%	82%	85%	80%	
Plutôt du bien dans les médias	NA	NA	81%	84%	80% ↘	81%	79%	75%	
Origine française garantie qualité	79%	81%	80%	82%	84%	80%	77%	78%	
Apporte vitamines et minéraux	NA	NA	NA	84%	83%	79% ↘	81%	77%	
Peut provoquer des allergies	NA	NA	74%	78% ↗	77%	78%	78%	74%	
Meilleure source de calcium	88%	84% ↘	83%	81%	78%	74%	71% ↘	67%	
Aliment indispensable	83%	79% ↘	79%	77%	75%	72%	67% ↘	62%	
Facile à digérer	61%	59%	60%	61%	57%	51%	56%	54%	
Il est nécessaire d'en consommer tout au long de sa vie	78%						67%	58% ↘	

 Perte sur le long terme

Source : Enquête réalisée par CSA pour le CNIEL en janvier 2017

Si vous souhaitez aller plus loin :

<http://sinaps.maisondulait.fr>

L'extranet Sinaps accessible aux entreprises laitières permet d'approfondir les analyses : résultats sur l'ensemble de la catégorie « lait »



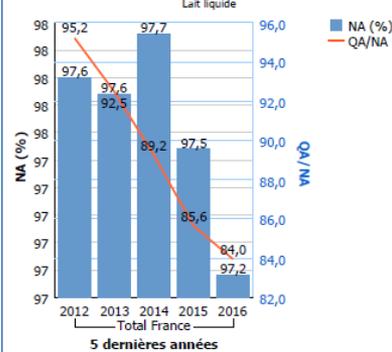
703 - Synthèse sur un marché multi produits

Chiffres clés sur la consommation

	Lait liquide				
	2012	2013	2014	2015	2016
Volume	2 509 313	2 452 645	2 385 378	2 300 739	2 263 734
Evol. Volume	0,9	-2,3	-2,7	-3,6	-1,6
Dépenses	1 969 712	1 941 109	1 922 452	1 883 758	1 904 717
Evol. Dépenses	1,3	-1,4	-1,0	-2,0	1,1
NA (%)	97,60	97,57	97,68	97,47	97,24
Evol. NA	-0,1	0,0	0,1	-0,2	-0,2
QA/NA	95,22	92,49	89,25	85,65	83,95
Evol. QA/NA	0,2	-2,9	-3,5	-4,0	-2,0
Prix	0,78	0,79	0,81	0,82	0,84
Evol. Prix	0,4	0,8	1,8	1,6	2,8

N.B. : Les volumes sont exprimés en tonnes (ou milliers de litres), les dépenses en milliers d'euros, les NA (nombre de ménages acheteurs) en %, les QA/NA (Quantités Achetées par Ménage Acheteur) en kg/ménage, les prix (prix d'achat consommateurs) en euros/kg.

Ménages acheteurs et quantités achetées par ménage



Indices de consommation en volume (Moyenne France = 100)

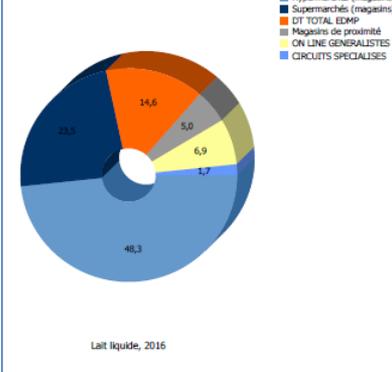
Les ménages sur consommateurs Les ménages sous consommateurs

Lait liquide		Lait liquide	
Indice Volume	2016	Indice Volume	2016
Quatre personnes et plus	195	Jeunes célibataires	39
Foyers avec enfant en collège - lycée	171	Célibataires d'âge moyen	46
Foyers avec enfant en primaire	167	Une personne	47
Foyers avec enfant majeur	147	Célibataires seniors	52
Foyers avec enfant en maternelle	144	Revenus élevés	65
Agriculteurs	140	Jeunes couples	73
Ouvriers	140	65 ans et plus	74
Revenus modestes	139	Retraités	80
35 à 49 ans	135	Plus de 100 000 hab.	84
Dominante rurale	122	Pôles urbains	87
Trois personnes	121	Revenus moyens supérieurs	87
Multipolarisées	121	Deux personnes	90
Artisans - Commerçants	119	50 à 64 ans	91
Couronnes périurbaines	116	Inactifs	93
Revenus moyens inférieurs	108	Couples d'âge moyen	96

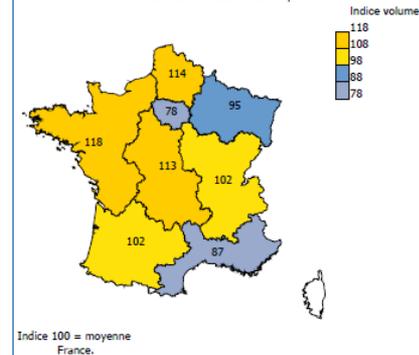
Part de marché des enseignes

Lait liquide	2016		Evol. Volume
	Répartition Vol	Répartition Val	
Leclerc (magasins)	16,5	16,9	1,4
Intermarché	14,6	14,6	-2,0
Carrefour (magasins)	10,0	10,0	3,4
U	9,6	9,6	-4,2
Carrefour Market (magasins)	7,1	6,8	3,3
Auchan (magasins)	6,4	6,4	-3,6
Lidl	5,9	6,9	-4,4
Autre magasins de proximité	4,1	3,7	1,0
Aldi	3,1	3,6	-9,9
Internet Leclerc	3,0	3,1	8,7
Lauder Price	2,5	2,8	-6,3
Géant Casino (magasins)	2,1	2,1	2,1
Simply Market + J'ATAC	2,1	1,9	-2,0
Cora	2,0	2,0	-1,3
AUTRES ENSEIGNES	1,9	1,8	9,7

Lieux d'achat, répartition volume



Achats des ménages en volume : indices régionaux



KANTAR WULFRUM / CNIEL High definition expertise

Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière
© - CNIEL - 42 rue de Châteaudun 75314 Paris cedex 09



Source: CNIEL

<http://sinaps.maisondulait.fr>

J'AI UN COMPTE EXISTANT

- ① Je me rends sur <https://sinaps.maisondulait.fr>
- ② Je saisis mes identifiants grâce aux champs Login et Mot de passe
- ③ Un oubli ? J'utilise la fonctionnalité « J'ai oublié mon identifiant et mon mot de passe »

JE DEMANDE UNE CRÉATION DE COMPTE

- ① Je me rends sur <https://sinaps.maisondulait.fr>
- ② Le lien « Inscrivez-vous dès maintenant » me permet d'accéder au formulaire d'inscription sur Agil (Annuaire Général de l'Interprofession laitière)
- ③ Je remplis le formulaire d'inscription, en précisant que je souhaite bénéficier d'un compte Sinaps
- ④ Une fois ma demande validée et mon compte créé, un e-mail contenant mes codes d'accès me sera envoyé

Contacts

sinaps@cniel.com
 cdelayen@cniel.com
 ckarsenti@cniel.com
 broney@cniel.com

<http://sinaps.maisondulait.fr>

Sinaps est un portail d'informations statistiques dédié à la filière laitière. Réservée aux membres de la filière, cette plateforme centralise des données multiples et actualisées sur la filière laitière en France et dans le monde.

UN ESPACE UNIQUE POUR CONSULTER DES DONNÉES SUR ...

LA CONSO. DES MÉNAGES

Cet univers vous propose de retrouver des données chiffrées, issues du panel d'acheteurs KantarWorldPanel, sur la consommation des ménages pour les marchés des fromages, **des ultra-frais, du lait, du beurre et de la crème.**

 Accessible à tous les membres

LES VENTES EN MAGASIN

Présentées au sein d'une vingtaine de rapports, les données issues du panel infoscans Censur Iri France permettent de **suivre les ventes des produits alimentaires en grande distribution.**

 Accessible à tous les membres

LA RESTAURATION HORS FOYER

Y sont présentées des données collectées auprès des principaux acteurs de la restauration collective et de la restauration commerciale. Publiées annuellement, ces données permettent de quantifier en valeur, prix et volumes les achats des produits laitiers par le marché foodservices en France.

 Accessible à tous les membres

L'ÉCONOMIE DE LA FILIÈRE

Riche d'une centaine de rapports, cette thématique présente des **informations économiques sur la filière en France et dans le Monde.** Vous pourrez y retrouver une mine d'informations sur la structure de la production, la production et la collecte, les prix, le commerce extérieur.

 Accessible à tous les membres

LA QUALITÉ DU LAIT

Cette base décisionnelle présente des **données agrégées issues d'Infolabo** au travers d'une dizaine de rapports différents. Vous pourrez ainsi consulter des statistiques sur la qualité du lait en France selon 3 axes d'études : **l'activité, la qualité et le paiement du lait.**

 Accessible aux CRIEL et laboratoires interprofessionnels

Sinaps - Système Interprofessionnel d'Analyses et Productions Statistiques

Accueil | Economie | Ventes en magasin | Consommation des ménages | Qualité du lait | Restauration

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES
Données chiffrées, issues du panel d'acheteurs Kantar-WorldPanel, sur la consommation des ménages pour les marchés des fromages, des ultra-frais, du lait, du beurre et de la crème.
Accessible à tous les membres

L'ÉCONOMIE DE LA FILIÈRE
Présente des informations économiques sur la filière en France et dans le Monde : structure de la production, production et collecte, prix, commerce extérieur.
Accessible à tous les membres

LES VENTES EN MAGASIN
Présentation des données issues du panel infocscan Censat Iri France permettant de suivre les ventes des produits alimentaires en grande distribution.
Accessible à tous les membres

LA RESTAURATION HORS FOYER
Présentation des données collectées par GiraFoodService permettant de suivre la consommation des produits laitiers en restauration hors foyer.
Accessible à tous les membres

LA QUALITÉ DU LAIT
Données agrégées issues d'Infolabo permettant de consulter des statistiques sur la qualité du lait en France selon 3 axes d'études : activité, qualité et paiement du lait.
Accessible aux CRIEL et laboratoires interprofessionnels

Quelques liens utiles:
 - Le site de la Filière laitière française: www.maison-du-lait.com
 - Pour tout savoir sur les produits laitiers: <http://www.produits-laitiers.com>
 - Toutes les actions de Cniel au service de la filière: <http://infoc.cniel.com/>
 - Accéder au portail de l'interprofession laitière: <https://portail.maisondulait.fr/>

Les différents onglets présents dans le menu haut permettent de naviguer d'un univers de données à l'autre.

Il vous suffit de cliquer sur le domaine qui vous intéresse pour retrouver les informations le concernant.

Pour faciliter la navigation chaque univers est construit selon la même structure :

- un volet gauche d'aide à la navigation
- un volet droit donnant accès à des informations complémentaires
- une zone centrale permettant la consultation des données (édition de rapports et tableau de bord)

L'édition des données est permise par le lancement des différents rapports. En quelques clics, retrouvez les données souhaitées sous différentes formes.

Les résultats de la requête peuvent ensuite s'afficher sous forme de tableaux, graphiques ou cartes

Restauration hors foyer - Synthèse multicritères

1. Choix du ou des produit(s)
 Lait liquide
 Lait en poudre
 Beurre
 Crème
 Fromages
 Ultra-frais

2. Choix du ou des circuit(s)
 Hors

3. Choix de la ou des année(s)
 2008
 2011
 2012
 2013

Une page dite « d'invites » permet, pour un rapport donné, de construire simplement la requête souhaitée

Différents visuels de données : tableaux de bord, graphiques à barres, diagrammes circulaires, cartes géographiques.

Les données sont téléchargeables au format excel et/ou pdf



	Volume (tonnes)	Evol. Volume		Evol. Prix		Evol. Valeur	
		2013	2013	2013	2013	2013	2013
Lait liquide	RHF	167 702	-0,2 %	9,59	1,9 %	98 178	1,7 %
Lait en poudre	RHF	6 468	22,8 %	9,64	9,0 %	30 820	22,8 %
Beurre	RHF	35 120	0,4 %	4,99	5,3 %	351 045	5,7 %
Crème	RHF	100 744	-2,3 %	2,54	4,5 %	270 901	2,2 %
Fromages	RHF	138 383	0,7 %	6,83	1,6 %	946 533	2,3 %
Ultra-frais	RHF	102 050	0,4 %	1,05	3,5 %	316 951	4,0 %