

PERSPECTIVES AGRICOLES OCDE/FAO POUR 2020-2029 : CROISSANCE MONDIALE, SATURATION EUROPEENNE

RESUME

Comme chaque été, l'OCDE et la FAO ont publié leurs perspectives¹ le 16 juillet 2020 à propos des marchés agricoles pour la décennie à venir. Cette publication de 357 pages est une mine d'informations et d'analyses sur les marchés mondiaux des produits agricoles. Ce qui revient le plus souvent concernant l'Union européenne (UE) est la saturation de ce marché, tant pour les denrées alimentaires que non alimentaires, alors que la croissance de l'offre et de la demande se poursuit au niveau mondial. Les demandes des consommateurs européens en produits animaux (viandes et produits laitiers) semblent arrivées à un plateau, et par conséquent la demande en produits végétaux pour l'alimentation du bétail stagne, voire régresse, en particulier pour les tourteaux d'oléagineux. De même, la demande en produits végétaux pour la production de biocarburants est amenée à régresser, en particulier pour la production de biodiesel. Pour les opérateurs européens, deux options se présentent pour capter de la croissance : innover dans des produits de qualités correspondant aux demandes du marché européen et/ou exporter vers les marchés en croissance, notamment en Asie.

TABLE DES MATIERES

Résumé	1
Table des matières.....	1
Saturation du marché européen pour les produits animaux.....	2
Un marché saturé en viandes et produits laitiers.....	2
La demande en alimentation des animaux ralentit.....	2
Saturation du marché européen pour les biocarburants	3
Capter de la croissance par les innovations qualité et les exportations	4

¹ OCDE/FAO (2020), Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2020-2029, Éditions OCDE, Paris/FAO, Rome, <https://doi.org/10.1787/ccc6f09c-fr>

SATURATION DU MARCHÉ EUROPEEN POUR LES PRODUITS ANIMAUX

Un marché saturé en viandes et produits laitiers

Concernant les **viandes**, ce rapport souligne les différences entre les orientations de la demande des pays développés et des pays en développement. Pendant les dix prochaines années, « la hausse globale de la quantité de viande consommée (devrait être) cinq fois plus importante dans les pays en développement que dans les pays développés », souligne ce rapport, en raison de la saturation des marchés des pays à revenus élevés. La consommation de viande par habitant dans ces pays se tasse, les revenus et les prix sont des facteurs qui perdent de l'influence au profit des croyances religieuses, des normes culturelles, des préoccupations environnementales, éthiques et de santé. C'est la viande la moins onéreuse, c'est-à-dire la viande de volaille, qui « restera le principal moteur de la croissance de la production de viande, puisqu'elle représentera la moitié de la viande supplémentaire produite dans les dix ans qui viennent » dans l'ensemble des pays. Il semble que les consommateurs européens privilégient la qualité à la quantité dans leur consommation de viande de bœuf.

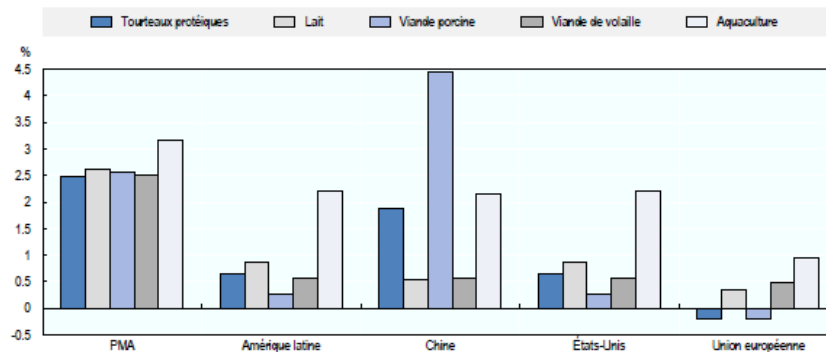
Du côté des **produits laitiers**, si au niveau mondial l'essentiel du lait produit est consommé sous forme de produits frais, et si cette part devrait encore progresser au cours de la prochaine décennie, l'Union européenne est à contre-courant : en effet, analysent l'OCDE et la FAO dans ce rapport, « en Europe comme en Amérique du Nord, la demande globale de produits laitiers frais par habitant est stable ou même en léger recul ». De plus, « sa composition évolue, les matières grasses du lait gagnent du terrain depuis quelques années ». L'évolution de la consommation se situe finalement davantage au niveau qualitatif car « on anticipe une forte poussée de la consommation de substituts végétaux² des produits laitiers en Asie de l'Est, en Europe et en Amérique du Nord ». D'autre part, l'Europe est une région qui concentre une grande part de la consommation mondiale de fromages et cette spécificité devrait s'intensifier dans les dix prochaines années, en particulier pour les fromages ingrédients (par exemple dans les plats préparés, les pizzas).

La demande en alimentation des animaux ralentit

Le ralentissement de la production de viande européenne (baisse de la production de viande bovine en particulier) se traduit par une moindre demande en **aliments pour animaux**, encore une fois à l'inverse de la tendance mondiale : le rapport de l'OCDE et de la FAO table sur une progression nette de la consommation mondiale des tourteaux d'oléagineux pendant la décennie à venir dans les pays les moins avancés (plus de 2,5 % par an) et en Chine (presque 2 % par an), alors qu'elle devrait être baissière dans UE. Ce sont à nouveau des facteurs qualitatifs qui expliquent la tendance européenne : demande croissante en produits non-OGM et préoccupations environnementales de plus en plus pressantes en particulier (déforestation).

² Boissons à base de soja, d'amande, de riz ou d'avoine par exemple

Graphique 4.7. Croissance annuelle moyenne de la consommation de tourteaux protéiques et de la production animale (2020-29)



Source : OCDE/FAO (2020), « Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO », Statistiques agricoles de l'OCDE (base de données), <http://dx.doi.org/10.1787/agr-outil-data-fr>.

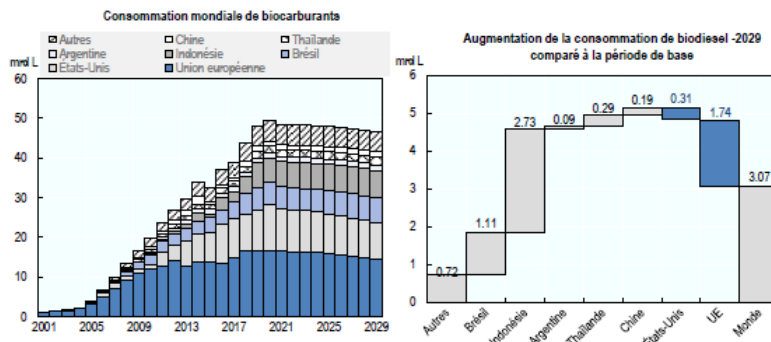
StatLink <https://doi.org/10.1787/888934142273>

SATURATION DU MARCHÉ EUROPEEN POUR LES BIOCARBURANTS

Fait nouveau, la demande de l'UE en produits végétaux pour produire des **biocarburants** devrait baisser au cours des dix prochaines années, une nouvelle fois à l'inverse de la tendance mondiale. Selon ce rapport, « la consommation mondiale de biocarburants devrait continuer de croître, dans les pays en développement essentiellement, en grande partie sous l'effet du réhaussement des objectifs d'incorporation. Dans les pays développés, l'expansion des biocarburants sera limitée compte tenu d'une baisse de la demande totale de combustibles et de la réduction des mesures d'incitation ». Notons que dans l'UE, la demande en carburants totaux est prévue à la baisse, en particulier pour le diesel et que la Directive européenne sur les énergies renouvelables (RED II) impose de réduire l'utilisation d'huile de palme pour produire du biodiesel en Europe. Mais les utilisations des autres huiles végétales (colza, soja, tournesol) devraient également baisser pour produire du biodiesel dans l'UE selon ce rapport.

Finalement, ce dernier conclut « qu'en 2029, même si l'Union européenne occupe toujours le premier rang dans le classement mondial des régions productrices de biodiesel, celle-ci ne représentera plus que 28 % de la production mondiale, contre 34 % actuellement ». Et d'ajouter que « la consommation totale de biocarburants de l'UE aura baissé de 0.7 % par an d'ici à 2029, mais la part des biocarburants avancés devrait s'élever à 24 %, contre 17 % à l'heure actuelle ».

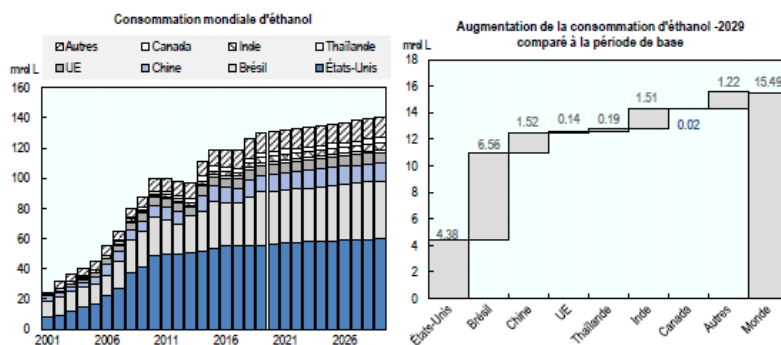
Graphique 9.6. Essor du marché mondial du biodiesel



Note : Les chiffres sur fond bleu correspondent à des réductions dans le graphique de droite.
 Source : OCDE/FAO (2020), « Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO », Statistiques agricoles de l'OCDE (base de données), <http://dx.doi.org/10.1787/agr-outl-data-fr>.

StatLink <https://doi.org/10.1787/888934142919>

Graphique 9.4. Évolution du marché mondial de l'éthanol



Note : Les chiffres sur fond bleu correspondent à des réductions dans le graphique de droite.
 Source : OCDE/FAO (2020), « Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO », Statistiques agricoles de l'OCDE (base de données), <http://dx.doi.org/10.1787/agr-outl-data-fr>.

StatLink <https://doi.org/10.1787/888934142900>

CAPTER DE LA CROISSANCE PAR LES INNOVATIONS QUALITE ET LES EXPORTATIONS

Quels enseignements tirer de ces perspectives internationales ? Au niveau mondial, c'est essentiellement la dynamique démographique qui tire la demande en produits agricoles, et en particulier la région Asie-Pacifique, la plus peuplée de la planète. L'UE n'est pas dans cette dynamique et le marché européen est donc saturé à la fois en produits alimentaires et non alimentaires dits « classiques ».

agriDées

RÉFLÉCHIR • PARTAGER • AVANCER

Pour développer leurs affaires, les opérateurs européens ont donc à leur disposition deux options de croissance : développer les exportations vers les régions du monde en croissance, notamment en Asie, ou innover dans la qualité des produits proposés pour le marché européen en diversifiant l'offre alimentaire et non alimentaire.

Marie-Cécile Damave
Responsable innovations et affaires internationales

