



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



L'Essentiel 2026

Où exporter ?

Agro



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Édito

Avant - Propos



Philippe Marrec

**Directeur du Département
Info-Conseil, Business France**

Après une année 2023 marquée par un ajustement post-inflation et une contraction des échanges mondiaux, 2024 a été synonyme de relative stabilité. Dans un contexte désormais marqué par des incertitudes climatiques, géopolitiques et économiques en passe de devenir la norme, les exportations agricoles et agroalimentaires mondiales ont progressé de 3 %, pour atteindre près de 2 000 Mds EUR.

La France, malgré un léger rebond de ses exportations (+1 %) voit son excédent commercial réduit à 3 Mds EUR, loin des sommets atteints en 2022 (année de reprise post-pandémie couplée à une forte inflation). Si les vins restent le produit le plus exporté, leur recul se confirme, tout comme celui des céréales, fortement impactées par la baisse des prix et le retour sur le marché des offres

russe et ukrainiennes. En revanche, les produits laitiers, la boulangerie-vienniserie-pâtisserie et les préparations alimentaires continuent de tirer la croissance et constituent des atouts solides pour l'export tricolore.

L'Union européenne demeure le premier débouché des exportations françaises, absorbant près de 70 % des flux, mais les États-Unis confirment leur rôle de relais de croissance (+6 % en 2024), tandis que la Chine poursuit sa chute (-20 %, notamment dû à la forte contraction des exportations de céréales et de cognac). Ces évolutions traduisent une recomposition des marchés, où l'Europe s'affirme plus que jamais comme un refuge, mais où des opportunités existent encore outre-Atlantique en dépit d'un climat incertain et de la menace croissante de barrières tarifaires, ainsi que sur certains marchés émergents.

Dans ce contexte mouvant, les entreprises françaises doivent s'adapter, identifier les niches porteuses et valoriser la qualité et la diversité de leurs savoir-faire. Le Livre Blanc Agro, Où Exporter, l'essentiel, a vocation à accompagner concrètement cette démarche, avec une analyse approfondie des échanges mondiaux agricoles et agroalimentaires et une mise en lumière des filières clés de l'offre française.

Je souhaite que ce guide permette à toutes les entreprises agricoles et agroalimentaires, quelle que soit leur taille, de consolider leur présence à l'international et de tirer parti des leviers que constituent l'Union européenne, les accords commerciaux existants, ainsi que

certaines marchés tiers en croissance. Cette édition prend la forme d'une version synthétique, conçue pour répondre aux besoins immédiats des entreprises en matière d'information stratégique sur leur filière. Le format complet, incluant les fiches pays, sera désormais publié les années paires.

Bonne lecture à toutes et à tous, et plein succès dans vos démarches à l'export !

Sommaire

L'essentiel 2026 • Où Exporter Agro

1

LES CLÉS :

Comprendre les échanges
agroalimentaires p. 4



2

FOCUS ZONES :

Zoom sur les échanges
par zones p. 12



3

FICHES SECTORIELLES :

Détails des exportations
& chiffres par pays p. 20



4

CONTACT

Nos contacts marchés p. 40

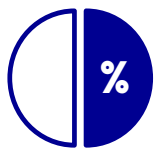
ANNEXES



LES **CLÉS**

Exportations mondiales

LES ÉCHANGES MONDIAUX DE PRODUITS AGRICOLES ET AGROALIMENTAIRES EN CHIFFRES



10
pays

ont réalisé 50 % des exportations en 2024



9 %

des exportations mondiales sont consacrées aux produits agricoles et agroalimentaires



75 %

de hausse des exportations de produits agricoles et agroalimentaires dans le monde entre 2014 et 2024



1 982
Mds EUR

de produits agricoles et agroalimentaires ont été exportés en 2024

* Produits agricoles : produits bruts

** Produits agroalimentaires : produits ayant subi une transformation (y compris découpe, congélation, etc.)

En 2024, les échanges agricoles et agroalimentaires mondiaux ont poursuivi leur phase de stabilisation amorcée en 2023, après un début de décennie marqué par la pandémie et l'inflation, et dans un contexte de tensions géopolitiques et de dérèglements climatiques persistants qui fait désormais figure de nouvelle normalité. Les exportations mondiales ont progressé de 3 % pour atteindre près de 2 000 Mds EUR. Le classement mondial des exportateurs reste stable, à l'exception notable du Brésil qui, après une année 2023 au plus haut, enregistre une baisse de 5 % de ses exportations et cède sa 2^e place, acquise en 2022, aux Pays-Bas.

Si la tendance parmi le top 10 des exportateurs est à la hausse en 2024, la France affiche un des taux de croissance parmi les plus faibles (+1 %), juste

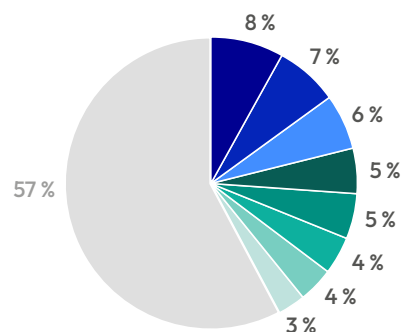
après le Canada (9^e, 0 %) et le géant sud-américain. Les autres pays européens ont tiré leur épingle du jeu et affichent les hausses les plus dynamiques, en particulier l'Italie qui se hisse pour la 1^{ère} fois au 8^e rang (+7 % en 2024), mais aussi les Pays-Bas (2^e), l'Allemagne (4^e) et l'Espagne (7^e), qui enregistrent chacun entre 4 % et 5 % de progression en 2024. Ces évolutions confirment une tendance de fond : dans les années à venir, de nouvelles puissances exportatrices pourraient venir défier le top 6 qui se dispute les premières places depuis 2009. La concurrence européenne est à surveiller de près : l'Italie, et surtout l'Espagne (désormais au coude à coude avec la France), sont en passe de devenir des acteurs de premier plan avec des croissances respectives de +53 % et +43 % de leurs exportations entre 2019 et 2024.

PRINCIPAUX ACTEURS DES ÉCHANGES MONDIAUX

FAITS MARQUANTS

- Les exportations mondiales de produits agricoles et agroalimentaires ont augmenté de 3 % en 2024. La tendance chez les principaux exportateurs est à une hausse lente mais stable, en volume et en valeur.
- L'inflation alimentaire a continué de diminuer, dans un contexte de hausse modérée, voire de baisse, des prix des principales matières premières agricoles (notamment céréales et oléagineux).
- Avec une hausse des importations de près de 9 % en 2024, les États-Unis ont repris à la Chine la position de 1^{er} marché pour les denrées agricoles et agroalimentaires. La première puissance mondiale a ainsi absorbé plus de 10 % des importations globales du secteur l'an passé.

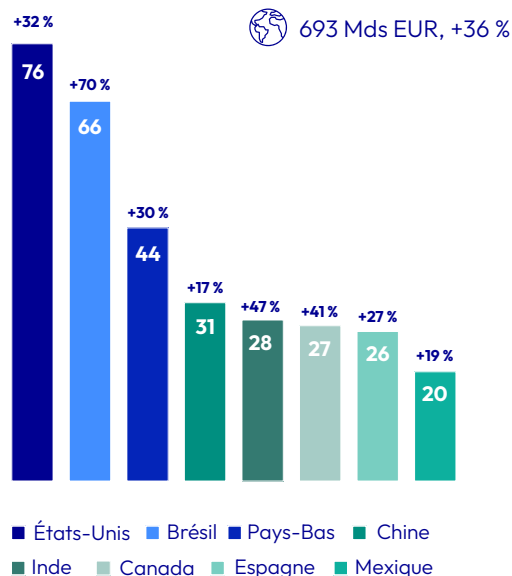
Top 8 des exportateurs mondiaux de produits agricoles et agroalimentaires (PDM en valeur, 2024)



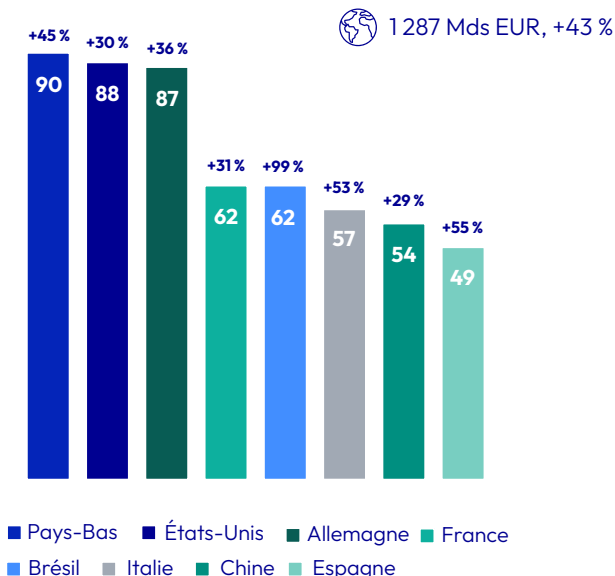
■ États-Unis ■ Pays-Bas ■ Brésil ■ Allemagne
■ Chine ■ France ■ Espagne ■ Canada ■ Autres

PRINCIPAUX EXPORTATEURS DE PRODUITS BRUTS ET DE PRODUITS TRANSFORMÉS

Top 8 des exportateurs de produits bruts en 2024
Mds EUR, évol. (2024 / 2019)



Top 8 des exportateurs de produits transformés en 2024
Mds EUR, évol. (2024 / 2019)



La part des produits transformés (65 % en 2024) dans les exportations de produits agricoles et agroalimentaires est en progression régulière. Sur l'année, la hausse des exportations est davantage portée par ce segment (+4 %) que par les produits agricoles (+1 %). Après une nouvelle baisse annuelle des prix et des volumes exportés stables, les céréales, produits phares de ces dernières années, chutent du 1^{er} au 4^e rang des principaux produits exportés en valeur. Si les viandes arrivent en tête, ce sont surtout les fruits qui se distinguent par une croissance annuelle au plus haut (+11 %) qui leur permet de s'emparer de la 2^e place du classement 2024.

L'écart se resserre entre les 3 premiers pays exportateurs de produits transformés avec les Pays-Bas devançant de peu les États-Unis et l'Allemagne.

La France se maintient en 4^e position (62 Mds EUR), avec des exportations en hausse de 1 %. L'Italie (+10 % entre 2023 et 2024) se hisse à la 6^e place, dépassant ainsi la Chine. La tendance globale est à la concentration : les 10 premiers exportateurs ont réalisé 51 % des exportations mondiales, contre 49 % en 2022.

La hausse est plus modérée pour les produits bruts (+1 %). La chute des exportations de céréales et de soja brésiliens vers la Chine permet aux États-Unis de creuser l'écart avec leur dauphin. Le classement des principaux exportateurs connaît par ailleurs un changement majeur : la France cède sa 8^e place historique et tombe au 10^e rang, devancée par le Mexique et le Vietnam qui bénéficient tous deux de l'envolée du segment des fruits en 2024.

TOP 6 DES PRODUITS EXPORTÉS (PDM EN VALEUR, 2024)

8 %



VIANDES

Brésil, +66 %
États-Unis, +33 %
Pays-Bas, +24 %

8 %



FRUITS

États-Unis, +13 %
Espagne, +19 %
Mexique, +36 %

7 %



**GRAISSES ET
HUILES**

Indonésie, +58 %
Malaisie, +66 %
Argentine, +83 %

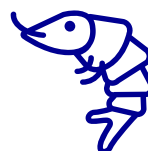
7 %



CÉRÉALES

États-Unis, +49 %
Argentine, +20 %
Inde, +77 %

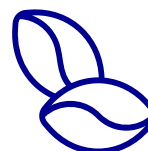
6 %



**PRODUITS DE
LA MER**

Norvège, +37 %
Chine, -14 %
Russie, -4 %

6 %



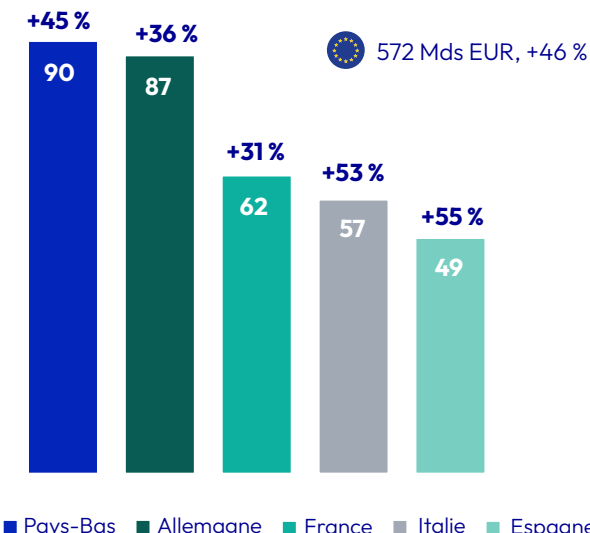
**GRAINES
ET FRUITS
OLÉAGINEUX**

États-Unis, +30 %
Brésil, +72 %
Canada, +48 %

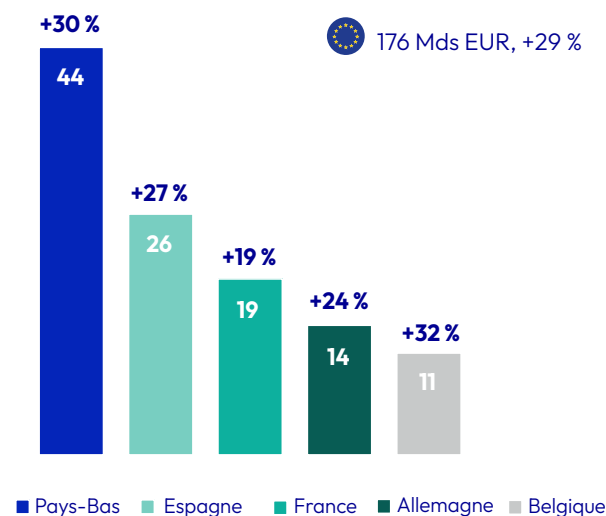
Top 3 Exportateurs (évolution 2024 / 2019)

Exportations de l'Union européenne

Top 5 des exportateurs de produits transformés de l'UE en 2024 (Mds EUR, + évol. 2024/2019)



Top 5 des exportateurs de produits bruts de l'UE en 2024 (Mds EUR, + évol. 2024/2019)



FOCUS EXPORTATIONS

En 2024, l'Union européenne a exporté 748 Mds EUR de produits agricoles et agroalimentaires (+3 % par rapport à 2023). Avec une part de marché mondiale de 38 % et 6 pays membres dans le top 10 des exportateurs mondiaux, l'UE fait plus que jamais figure de première zone exportatrice.

La part des produits transformés dans les exportations européennes n'a eu de cesse de s'accroître ces dernières années. En 2024, seules 23 % des exportations de l'UE étaient constituées de produits bruts, contre une moyenne de 26 % sur la décennie précédente. Cette même année, les exportations européennes de produits transformés ont atteint 572 Mds EUR (+4 % par rapport à 2023 et +46 % depuis 2019). La croissance annuelle est notamment tirée par les performances solides des produits laitiers (+5 % en 2024) et des préparations à base de céréales / lait (+4 %). La hausse des viandes (+2 %) permet également de compenser la baisse du segment des boissons, pénalisé par le recul des exportations d'alcool. Si les 4 principaux exportateurs restent inchangés et réalisent à eux seuls 50 % des exportations, l'Espagne fait une entrée remarquée à la 5^e place, notamment grâce à ses exportations d'huile d'olive.

Les exportations de produits bruts se sont élevées à 176 Mds EUR en 2024 et ont enregistré un repli pour la 2^e année consécutive (-0,7 %), même si la croissance reste positive sur les dernières années (+29,4 % / 2019). Ce recul est avant tout dû à la chute des céréales (-17 % en valeur en 2024) ainsi qu'à la nette baisse des graines et semences (-8 %), notamment colza et tournesol. Certains exportateurs clés tirent en revanche leur épingle du jeu, à l'image des Pays-Bas et de l'Espagne (respectivement +6 % et +4 % en 2024) qui tirent pleinement parti de la bonne santé du segment des fruits et légumes. Ces secteurs permettent également à la France de se maintenir en 3^e position et de limiter ses pertes (-2 % pour les exportations de produits bruts en 2024) en comparaison aux autres grands producteurs céréaliers européens, notamment la Pologne (8^e) et la Roumanie (9^e) qui accusent des baisses respectives de -15 % et -27 % en 2024.

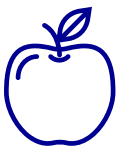
PRINCIPAUX PRODUITS EXPORTÉS PAR L'UNION EUROPÉENNE

PDM en valeur (2024), évol. 2019/2024

PRODUITS BRUTS

5 % / +28 %

FRUITS



Espagne +19 %
Pays-Bas +39 %
Italie +28 %

4 % / +35 %

LÉGUMES



Pays-Bas +38 %
Espagne +21 %
France +57 %

4 % / +28 %

CÉRÉALES

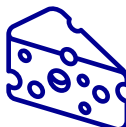


France +0,2 %
Roumanie +14 %
Allemagne +54 %

PRODUITS TRANSFORMÉS

9 % / +35 %

PRODUITS LAITIERS



Allemagne +35 %
Pays-Bas +48 %
France +31 %

8 % / +26 %

VIANDES



Pays-Bas +24 %
Espagne +43 %
Pologne +56 %

8 % / +51 %

PRÉP. À BASE DE CÉRÉALES / LAIT



Allemagne +48 %
Italie +69 %
Pays-Bas +30 %

top 3 exportateurs européens en 2024 (évol. 2024/2019)

RÉPARTITION DES EXPORTATIONS AGROALIMENTAIRES DE L'UNION EUROPÉENNE

(Mds EUR, évolution 2024 / 2023)

12%

des produits transformés européens exportés sont des produits laitiers

43%

des exportations de produits agricoles et agroalimentaires de l'Union européenne sont réalisées par les Pays-Bas, l'Allemagne et la France.

Intra UE

Total 234 (+2%)

PRODUITS TRANSFORMÉS

+4 %

380

191

+4 %

PRODUITS BRUTS

+1 %

133

43

-5 %

Total 513 (+3 %)

Pays tiers

UNE INSTABILITÉ ÉCONOMIQUE ET POLITIQUE QUI REDESSINE LES ÉCHANGES EUROPÉENS

Depuis 2020, les crises successives ont accéléré la progression des échanges intra-communautaires aux dépens des pays tiers, alors même que la part respective de ces deux blocs dans les exportations européennes était restée globalement stable sur la décennie précédente.

En dépit de sa sortie effective du marché commun, le Royaume-Uni reste, de loin, le 1^{er} débouché des exportations européennes de produits agricoles et agroalimentaires, avec un poids qui se renforce chaque année. En 2024, le pays a absorbé 23 % des exportations de l'UE vers les pays tiers, contre 21 % en 2022.

Deuxième marché extérieur pour le bloc européen (13 % des exportations du secteur vers les pays tiers en 2024), les États-Unis ont longtemps été perçus comme un eldorado pour les produits transformés. Le retour des barrières commerciales risque fort de remettre ce statut en question,

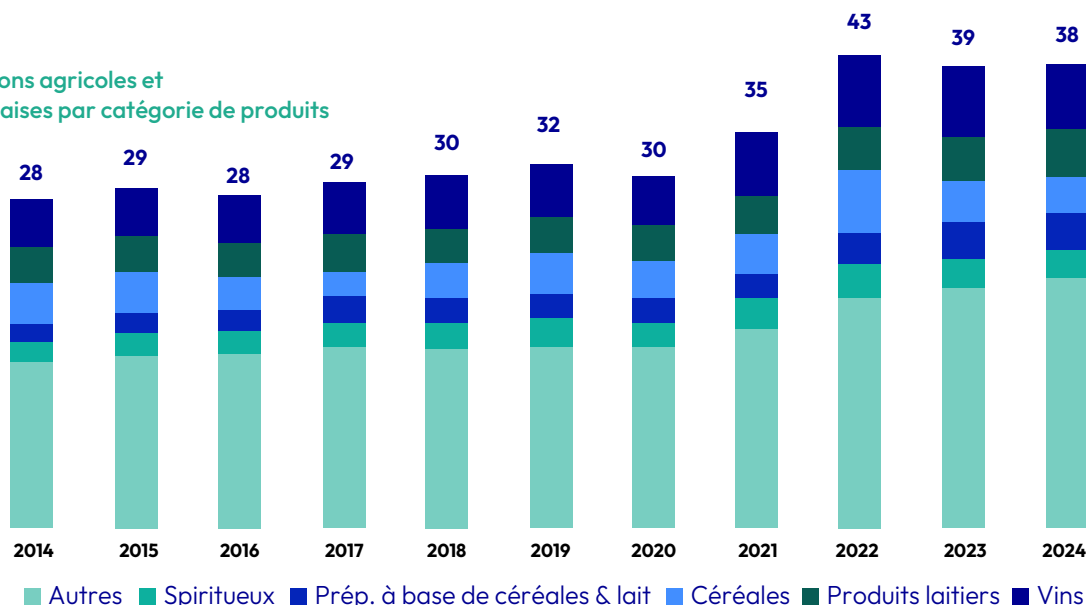
même si le début d'année est marqué par un phénomène de stockage significatif qui profite largement aux exportateurs européens. L'Italie (1^{er} fournisseur européen), la France (2^{ème}) et les Pays-Bas (3^{ème}), tirent particulièrement leur épingle du jeu avec des croissances d'exportations comprises entre +5 % et +9 % au premier trimestre 2025 par rapport à la même période l'an passé.

En 2024, les exportations de l'UE vers la Chine, 4^e partenaire parmi les pays tiers, ont atteint 12 Mds EUR, un recul de 30 % comparé à 2020. Cette chute brutale s'inscrit dans un contexte de tensions commerciales entre les deux blocs qui a, entre autres, conduit à diverses enquêtes anti-dumping contre des produits clés comme la viande de porc ou le cognac. Si certains secteurs limitent les pertes, la viande, les céréales et les boissons alcoolisées enregistrent des baisses marquées (respectivement -60 %, -37 % et -25 % entre 2021 et 2024).

Exportations de la France

PAR PRODUIT

Évolution des exportations agricoles et agroalimentaires françaises par catégorie de produits (Mds EUR)



REPRISE TIMIDE DES EXPORTATIONS

Le secteur agricole et agroalimentaire se positionne comme le 3^e poste excédentaire de la France, après l'aéronautique et spatial et les parfums et cosmétiques. Après le recul de 2023, qui s'expliquait par un ajustement post-inflation, les exportations françaises ont légèrement progressé en 2024 pour atteindre 82 Mds EUR. Les importations progressent également et l'excédent commercial s'amointrit pour atteindre 3 Mds EUR, près du tiers de l'excédent de 2022, en raison

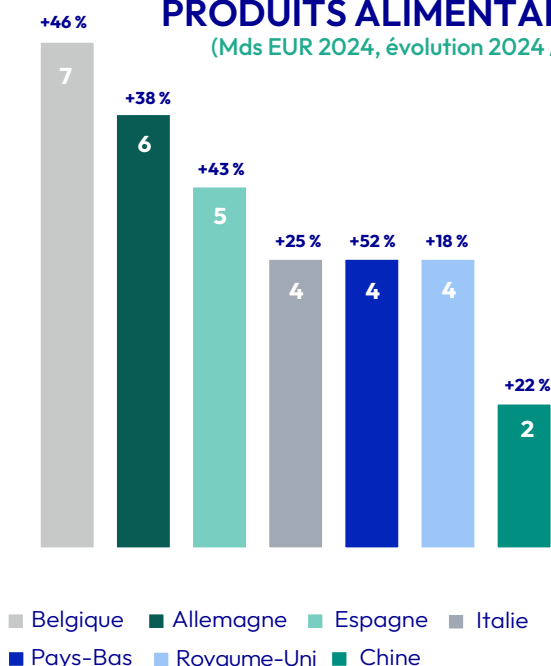
notamment de la dégradation des exportations de céréales et de vins et spiritueux, filières phares de l'export tricolore.

En dépit d'une nouvelle année de recul (-2,3 % par rapport à 2023), les vins restent les produits français les plus exportés et ont représenté 14 % du total des exportations agricoles et agroalimentaires en 2024. Ils sont suivis des produits laitiers (10 %) et des céréales (8 %), dont la chute se poursuit après une année 2022 de tous les

records. Sur ce segment, le retour de l'offre russe et ukrainienne et la baisse des prix a entraîné un brusque contre-coup et un retour à des niveaux en valeur comparables à l'année 2019. La hausse régulière et solide des produits alimentaires transformés (notamment produits laitiers, BVP et viande) permet toutefois de limiter les pertes et d'assurer une nouvelle année de croissance pour les exportations françaises agricoles et agroalimentaires.

PRINCIPALES DESTINATIONS DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE PRODUITS ALIMENTAIRES

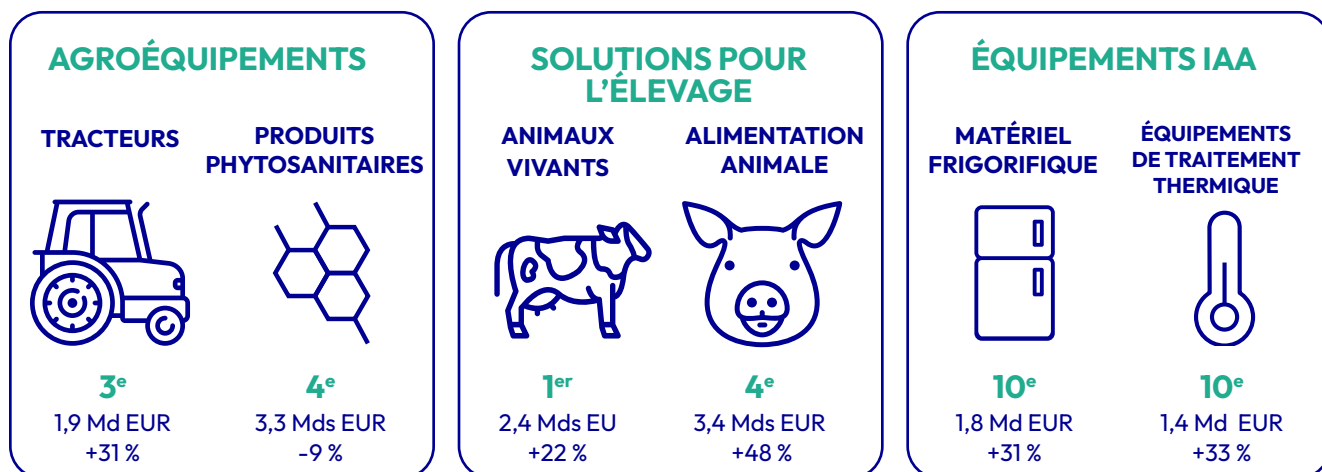
(Mds EUR 2024, évolution 2024 / 2019)



FOCUS PRODUITS ALIMENTAIRES

En 2024, les exportations françaises de produits alimentaires (alimentation hors boissons alcoolisées) ont atteint 52 Mds EUR, en progression de 33 % par rapport à 2019 et 2 % sur l'année. L'Union européenne absorbe une part croissante de ces exportations : 65 % en 2024 contre 58 % en 2019.

Si les exportations ont évolué à la hausse vers la majorité des principaux marchés clients de la France en 2024, la Chine fait figure d'exception notable avec un recul de 20 % qui s'explique par une baisse de la plupart des segments clés (céréales, mais aussi viandes, BVP et produits de la mer). L'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni sont les principaux moteurs des exportations françaises en 2024. Sur les dernières années, la Pologne (10^e, 1 Md EUR) se démarque avec un doublement des exportations françaises entre 2019 et 2024. Sur cette période, la croissance est également notable vers la Belgique, l'Espagne et les Pays-Bas, en dépit d'un ralentissement en 2024. Les viandes, produits laitiers et produits de BVP représentent une part croissante dans les exportations et les trois segments restent sur 4 années de hausse continue.



Rang de la France dans les exportations mondiales en 2024 (Mds EUR, évol. 2024 / 2019)

La France, acteur majeur sur la scène des équipements agricoles et agroalimentaires, a accusé en 2024 un recul de ses exportations (-5 %) après une hausse continue depuis 2020. Les exportations françaises d'agroéquipements et d'équipements pour les industries agroalimentaires ont représenté 30 Mds EUR en 2024, dont 60 % à destination de l'Union européenne, Allemagne et Italie en tête. En dépit d'exportations en recul vers la majorité des destinations en 2024, la tendance sur les dernières années reste dynamique, notamment à destination de l'Espagne, 3^e client (+29 % entre 2019 et 2024), de la Pologne, 9^e client (+42 %) mais surtout de la Turquie, 9^e client (+157 %).

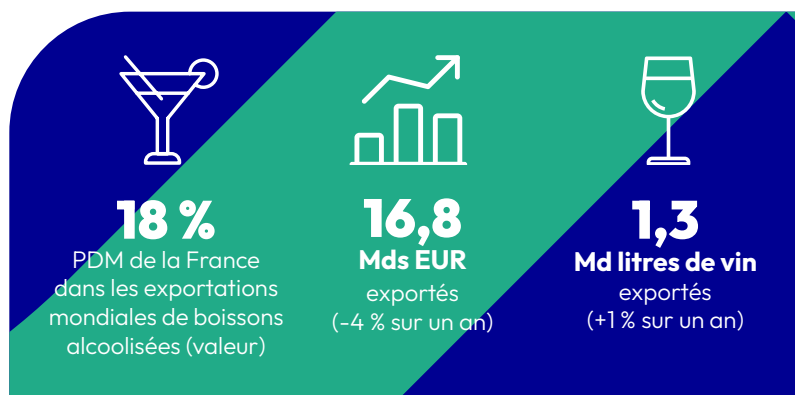
FOCUS - BOISSONS ALCOOLISÉES

Les exportations françaises de boissons alcoolisées enregistrent une chute de près d'1 Md EUR (-4 % en valeur par rapport à 2023) pour s'établir à 16,8 Mds EUR, et de près de 2 Mds EUR par rapport 2022. Les exportations de vins ont diminué de 2 % et celles de spiritueux de 7 %, marquant ainsi un ralentissement par rapport aux fortes baisses de 2023.

La filière reste le fer de lance des exportations tricolores agricoles et agroalimentaires, dont elle représentait près du quart en 2024.

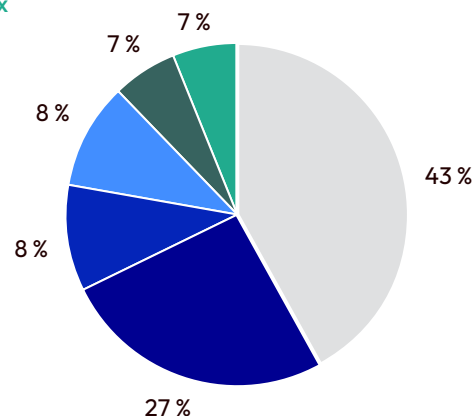
La France demeure le 1^{er} exportateur mondial de boissons alcoolisées, occupant la 1^{ère} place pour les vins et la 2^e derrière le Royaume-Uni pour les spiritueux.

Les 3 premiers clients de la France restent inchangés en 2024 : les États-Unis (23 % de part de marché) arrivent en tête, suivis du Royaume-Uni (11 %) et de la Chine (6 %). L'Allemagne remonte à la 4^e place et relègue Singapour en 5^e position, avec une part de marché de 5 %. Après une année 2023 marquée par un fort recul, les exportations de boissons alcoolisées françaises ont repris vers les États-Unis (+4 % en 2024), notamment tirées par les bonnes performances des vins (+8 %). A l'inverse, elles poursuivent leur chute vers la Chine (-17 % pour les vins et -22 % pour les spiritueux).



Destination des exportations françaises de vins et spiritueux en 2024 (valeur)

- Europe (y.c hors UE)
- Amérique du Nord
- Asean / Océanie
- Grande Chine
- Asie de l'Est
- Autres



Exportations de la France

FAITS MARQUANTS

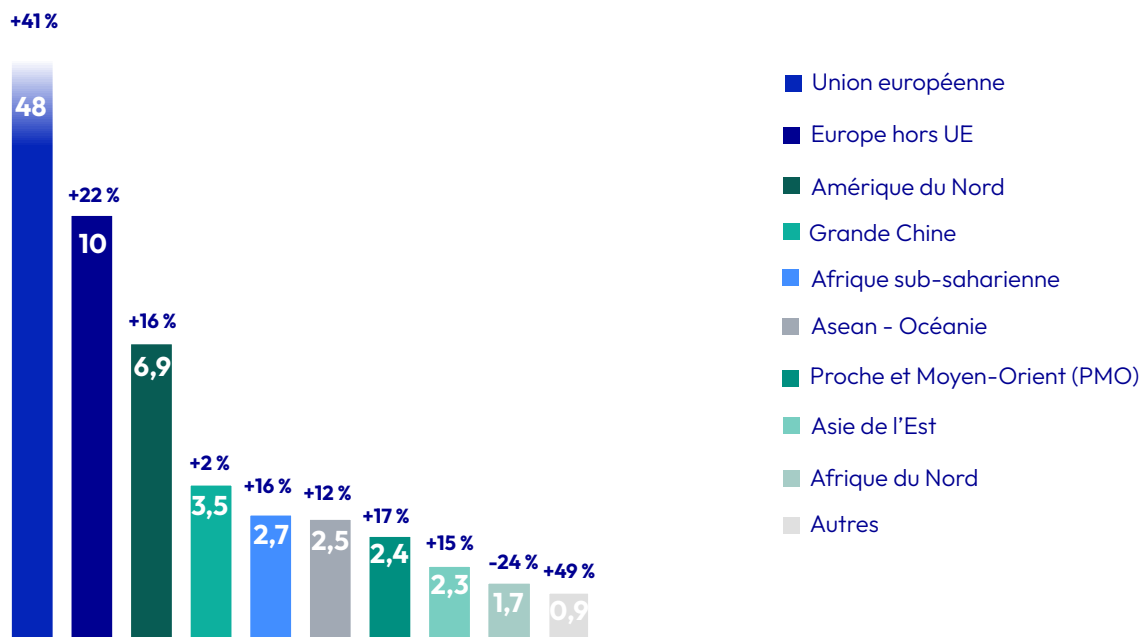
En dépit d'une reprise légère (+1 %) en 2024, les exportations françaises de produits agricoles et agroalimentaires demeurent inférieures au niveau historique atteint en 2022.

L'année 2024 a été marquée par une reprise dynamique des flux français vers les États-Unis (+6 %), portée non seulement par les vins (+8 %) mais également par les produits alimentaires avec des hausses à deux chiffres pour les produits laitiers (+17 %), les préparations à base de céréales / lait (+8 %), ou encore les préparations à base de fruits / légumes (+12 %).

La part de marché de la Chine, qui absorbait 6 % des exportations françaises en 2021, poursuit son recul pour atteindre 4 %. Le pays, 8^e client de la France, enregistre l'une des plus fortes baisses de l'année (-20 %), qui se traduit aussi par une baisse significative vers Singapour (-6 %) et Hong Kong (-7 %), toutes deux d'importantes plateformes de réexportation vers la 2^e puissance mondiale.

L'UNION EUROPÉENNE, PREMIÈRE ZONE DE DESTINATION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES

Exportations agricoles et agroalimentaires françaises par zone géographique en 2024, Mds EUR (+évolution 2024/2019)



L'EUROPE, PREMIÈRE DESTINATION DES EXPORTATIONS FRANÇAISES

Dans un monde de plus en plus instable, l'Europe (UE et hors UE) fait plus que jamais figure de marché refuge pour la France qui a dirigé en 2024 près de 70 % de ses exportations agri / agro vers la zone, contre 64 % en 2019. À l'exception des États-Unis (6^e) et de la Chine (8^e), les principaux clients de la France sont tous européens. Les 5 premiers clients de la France, également pays voisins, ont absorbé près de la moitié des exportations françaises en 2024 (11 % de PDM pour Belgique et Allemagne, 9 % pour Espagne et Italie et 8 % pour le Royaume-Uni).

Si le Royaume-Uni et la Suisse figurent parmi les dix principaux marchés, la part de l'Union européenne suit une progression quasi continue pour atteindre 59 % en 2024, soit 47,9 Mds EUR. La France y exporte principalement des produits laitiers (+5 % par rapport à 2023), des céréales (-10 %) et du vin (-2 %).

FOCUS **ZONES**

ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS DE LA FRANCE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE ENTRE 2023 ET 2024

AFRIQUE DU NORD

+4 %



Céréales

-15 %



Produits
laitiers

-33 %



Prép. à base
de céréales

AMÉRIQUE CENTRALE ET DU SUD

+14 %



Vins

+6 %



Spiritueux

+8 %



Alimentation
animale

AMÉRIQUE DU NORD

+6 %



Vins

-0,5 %



Spiritueux

+15 %



Produits
laitiers

ASIE DU SUD

+33 %



Alimentation
animale

-23 %



Produits
laitiers

-2 %



Prép. alimentaires
diverses

PROCHE ET MOYEN-ORIENT

+9 %



Produits
laitiers

+14 %



Vins

-1 %



Prép. à base
de céréales

+6 %

+2 %

-17 %

-2 %

+6 %

-1 %

-2 %

0 %

-3 %

-9 %

EUROPE

+4 %



Produits
laitiers

-3 %



Vins

+4 %



Prép. à base
de céréales

ASIE DE L'EST

-6 %



Vins

+10 %



Produits
laitiers

+12 %



Prép. à base de
céréales / lait

AFRIQUE SUBSAHARIENNE

-21 %



Céréales

-2 %



Prép. alimentaires
diverses

-4 %



Produits
laitiers

GRANDE CHINE

-35 %



Céréales

-13 %



Vins

-20 %



Spiritueux

ASEAN - OCÉANIE

15 %



Vins

-25 %



Spiritueux

-2 %



Produits
laitiers

top 3 des produits exportés par la France en 2024 (+évol. 2024/2023)

Principaux marchés et balance commerciale

Produits agricoles et agroalimentaires en 2024, évolution 2024 / 2023

Focus : Europe

Principaux importateurs

Allemagne : 132 Mds EUR (+5 %)
Pays-Bas : 92 Mds EUR (+6 %)
France : 79 Mds EUR (+6 %)

Principaux clients de la France

Belgique : 9 Mds EUR (+1 %)
Allemagne : 9 Mds EUR (-1 %)
Espagne : 7 Mds EUR (-1 %)

UNION EUROPÉENNE

447 M

d'habitants en 2022

60 %

poids dans les exportations françaises du secteur (2024)

47 Mds EUR

valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone en 2024

+1,3 %

croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Montant des **exportations / importations** de la France avec la zone (Mds EUR, 2024) et balance commerciale avec la France

47

52

-4,4 Mds EUR

+761 M EUR

10

9

EUROPE HORS UE

297 M

d'habitants en 2022

12 %

poids dans les exportations françaises du secteur (2024)

10 Mds EUR

valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone en 2024

+2,7 %

croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

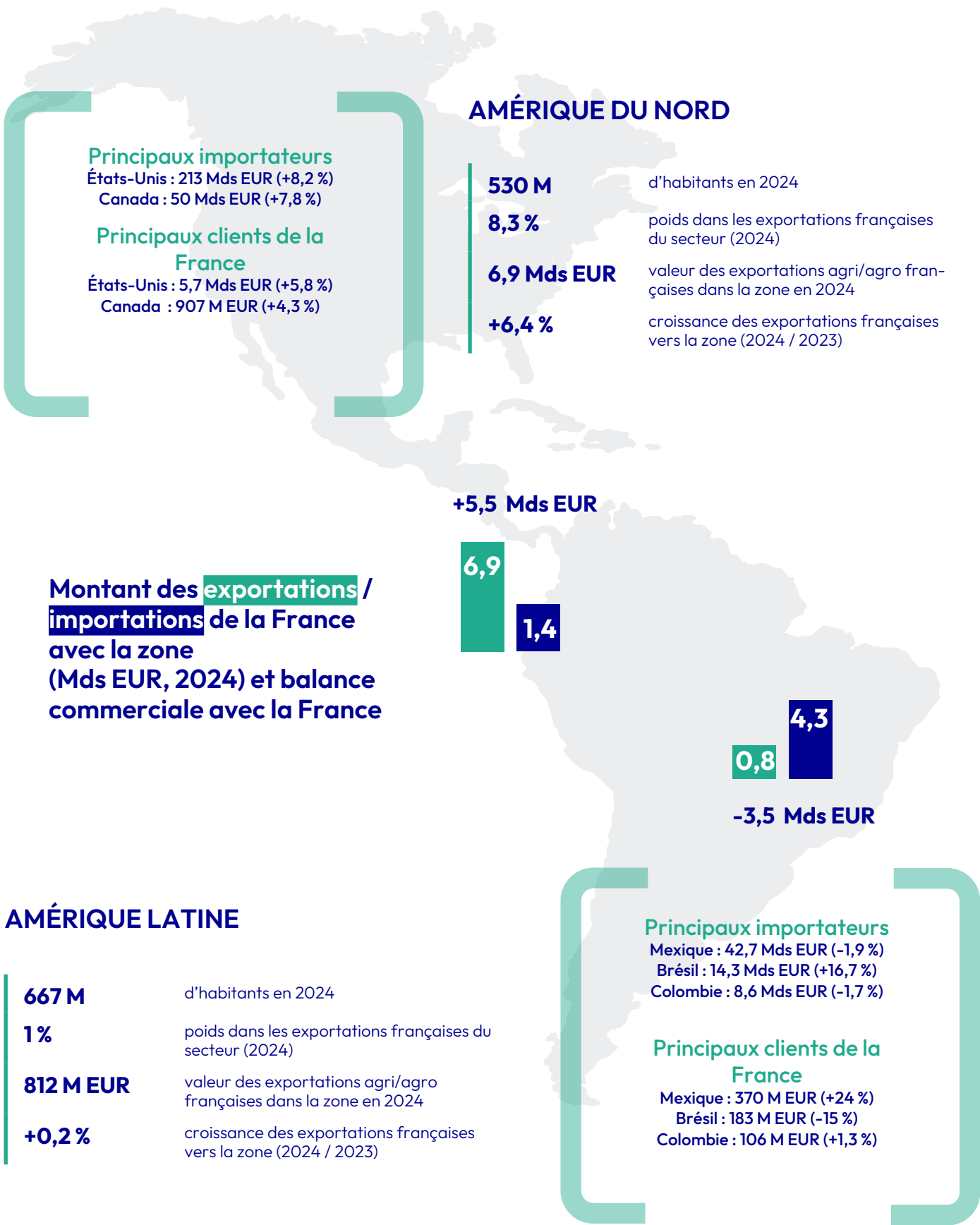
Principaux importateurs

Royaume-Uni : 81 Mds EUR (+7 %)
Russie : 22 Mds EUR (+5 %)
Suisse : 17 Mds EUR (+6 %)

Principaux clients de la France

Royaume-Uni : 6 Mds EUR (+2 %)
Suisse : 2 Mds EUR (-3 %)
Norvège : 450 M EUR (+16 %)

Focus : zone Amériques



Focus : zone Afrique

AFRIQUE DU NORD

Principaux importateurs

Maroc : 9,7 Mds EUR (+6 %)
Algérie : 8,4 Mds EUR (+2,2 %)
Libye : 3,8 Mds EUR (+15 %)

Principaux clients de la France

Maroc : 930 M EUR (+1,9 %)
Algérie : 628 M EUR (-6,7 %)
Tunisie : 136 M EUR (-7,8 %)

100 M

d'habitants en 2024

2,5 %

poids dans les exportations françaises du secteur (2024)

1,7 Md EUR

valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone en 2024

+0,7 %

croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Montant des exportations / importations de la France avec la zone (Mds EUR, 2024) et balance commerciale avec la France

-415 M EUR

1,7

2,1

2,5

3,6

-939 M EUR

AFRIQUE SUBSAHARIENNE

1273 M

d'habitants en 2024

3,2 %

poids dans les exportations françaises du secteur (2024)

2,5 Mds EUR

valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone en 2024

-3,7 %

croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Principaux importateurs

Afrique du Sud : 7 Mds EUR (+8 %)
Nigéria : 4,4 Mds EUR (-21 %)
Côte d'Ivoire : 3,3 Mds EUR (+10 %)

Principaux clients de la France

Côte d'Ivoire : 417 M EUR (+6,7 %)
Afrique du Sud : 301 M EUR (+2,3 %)
Sénégal : 264 M EUR (+16,7 %)

Focus : zone Asie du Nord-Est

Principaux importateurs

Chine : 188 Mds EUR (-9,7 %),
Hong Kong : 21,9 Mds EUR (-0,8 %)
Macao : 2,6 Mds EUR (-2,7 %).

Principaux clients de la France

Chine : 2,9 Mds EUR (-20 %),
Hong Kong : 522 M EUR (-6,7 %)
Macao : 53 M EUR (101 %)

GRANDE CHINE

1,4 Md

d'habitants en 2024

4,4 %

poids dans les exportations françaises
du secteur (2024)

3,5 Mds EUR

valeur des exportations agri/agro
françaises dans la zone

-17,4 %

croissance des exportations françaises
vers la zone (2024 / 2023)

+2,1 Mds EUR

2,3

0,2

+2,7 Mds EUR

3,5

0,8

**Montant des exportations /
importations de la France
avec la zone
(Mds EUR, 2024) et balance
commerciale avec la France**

ASIE DE L'EST

199 M

d'habitants en 2024

2,8 %

poids dans les exportations
françaises du secteur (2024)

2,3 Mds EUR

valeur des exportations agri/agro
françaises dans la zone

-0,6 %

croissance des exportations
françaises vers la zone (2024 /
2023)

Principaux importateurs

Japon : 68 Mds EUR (-2,3 %)
Corée du Sud : 37 Mds EUR (-2,8 %)
Taiwan : 15 Mds EUR (-4,3 %)

Principaux clients de la France

Japon : 1,4 Mds EUR (-1,6 %),
Corée du Sud : 603 M EUR (-1,2 %)
Taiwan : 324 M EUR (5,3 %)

Focus : zone Asie du Sud-Océanie

ASIE DU SUD

1,9 Md	d'habitants en 2024
0,2 %	poids dans les exportations françaises du secteur (2024)
175 M EUR	valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone
-3,3 %	croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Principaux importateurs

Inde : 33 Mds EUR (+13 %)
Bangladesh : 8,6 Mds EUR (-2,8 %)
Pakistan : 7,4 Mds EUR (-1,8 %)

Principaux clients de la France

Inde : 2,9 M EUR (-20 %)
Bangladesh : 36 M EUR (+30 %)
Pakistan : 16 M EUR (-25 %)

-562 M EUR

0,2 0,7

Montant des exportations / importations de la France avec la zone (Mds EUR, 2024) et balance commerciale avec la France

+644 M EUR

2,7 2

ASEAN-OCEANIE

704 M	d'habitants en 2024
3,4 %	poids dans les exportations françaises du secteur (2024)
2,7 Mds EUR	valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone
-8,7 %	croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Principaux importateurs

Vietnam : 38 Mds EUR (+20 %)
Indonésie : 26 Mds EUR (+6,5 %)
Thaïlande : 19 Mds EUR (+0,6 %)

Principaux clients de la France

Singapour : 1 Md EUR (-22 %)
Australie : 560 M EUR (-0,3 %)
Thaïlande : 271 M EUR (+30 %)

Focus : zone Proche et Moyen-Orient

Principaux importateurs

Turquie : 20 Mds EUR (-10 %)
EAU : 24 Mds EUR (+10 %)
Égypte : 18 Mds EUR (+8 %)

Principaux clients de la France

EAU : 638 M EUR (+15 %)
Turquie : 436 M EUR (-7 %)
Arabie saoudite : 422 M EUR (+12 %)

363 M

3 %

2,4 Mds EUR

+7,9 %

d'habitants en 2024

poids dans les exportations françaises du secteur (2024)

valeur des exportations agri/agro françaises dans la zone

croissance des exportations françaises vers la zone (2024 / 2023)

Montant des exportations / importations de la France avec la zone (Mds EUR) et balance commerciale avec la France

+1,3 M EUR

2,4

1,1

FICHES
SECTORIELLES



3,9 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-34 Mds EUR

Balance commerciale de la
France (2024)

7^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+40 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ESPAGNE **11,9 %**



BELGIQUE **9,5 %**



ITALIE **9,1 %**

Les marchés à potentiel



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



POLOGNE

Principaux concurrents de la France



ALLEMAGNE



BRÉSIL



PAYS-BAS

Alimentation animale

UN MARCHÉ TOUCHÉ PAR LES ÉPIDÉMIES

Après avoir bondi en 2022 et s'être tassé en 2023, le marché de l'alimentation animale s'est rétracté en 2024 avec une baisse des exportations mondiales de 2 % pour atteindre 100 Mds EUR. Si la France reste un acteur de premier plan, elle enregistre une baisse de 4 % de ses exportations et cède dans le même temps sa place de 6^e exportateur mondial à la Chine. Ce recul s'explique, entre autres, par les épidémies qui ont touché les animaux d'élevage (IAHP, PPA, fièvre catarrhale, fièvre aphteuse) et ont fait baisser la demande d'alimentation animale dans le monde. Si le secteur de la volaille est le plus dynamique, le segment des porcins a connu une nouvelle année difficile (-3,3 % ; -6,3 Mt).

La production d'aliments pour animaux de compagnie se démarque comme le segment le plus dynamique. Cette croissance continue s'explique par la prémiumisation du marché : dans de nombreux pays, les propriétaires accordent une importance croissante à leurs animaux domestiques et adoptent des standards élevés pour leur alimentation. Les gammes s'étoffent désormais avec des produits sans céréales / naturels / biologiques. Le Petfood (chiens et chats) représente à lui seul 54 % des exportations françaises du secteur.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Sur toutes les filières, il convient de rester prudents en anticipant les éventuelles baisses de la demande si des abattements sont nécessaires. Les clients recherchant des produits plus optimisés et limitant les risques, il est important d'innover et de démontrer sa plus-value. Attention à la concurrence locale croissante : en Asie-Pacifique, de nombreux pays structurent et modernisent leurs propres filières d'alimentation animale pour réduire la dépendance aux produits importés. Les plateformes de e-commerce spécialisées et généralistes sont en passe de devenir incontournables pour la distribution du Petfood.

Marchés à prospecter

→ L'Europe de l'Est (Pologne, République tchèque, Roumanie, Hongrie) est une zone d'opportunité au regard des défis de modernisation des élevages pour

augmenter la productivité. Sur ces marchés, le secteur le plus dynamique est celui des volailles, même si ce dernier se remet encore des épidémies d'IAHP. En Amérique du Nord et Asie-Pacifique, l'état sanitaire des volailles reste à surveiller et pourrait encore connaître des baisses subites du cheptel.

- La Turquie stabilise sa demande après une croissance exceptionnelle l'an passé et s'impose comme un marché d'intérêt pour les acteurs français.
- La demande australienne repart à la hausse après une année de sécheresse.
- Les pays asiatiques (notamment Chine, Corée du Sud et Japon) ainsi que l'Amérique du Nord font figure de débouchés privilégiés pour le Petfood avec un phénomène marqué d'humanisation des animaux de compagnie sur ces marchés.

FOCUS

LE SECTEUR DES ANTIOXYDANTS EN PLEIN ESSOR

Le marché des antioxydants pèse 1,32 Md EUR en 2024 et pourrait atteindre 1,73 Md EUR en 2029, soit une progression de 5,6 % par an en moyenne. La demande devrait notamment être tirée par la région Asie-Pacifique (la Chine représentant 44 % du marché de la zone), majoritairement pour la volaille. L'Amérique du Nord se montre également très dynamique.



8,6 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-2,3 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

6^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+0,3 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ALLEMAGNE 12 %



ROYAUME-UNI 7 %



ITALIE 7 %

Les marchés à potentiel



MAROC



INDE



VIETNAM

Principaux concurrents de la France



CHINE



ALLEMAGNE



ÉTATS-UNIS

Agroéquipements

UN AJUSTEMENT DU MARCHÉ À LA SUITE DE TROIS ANNÉES EXCEPTIONNELLES

La filière française des agroéquipements (engrais, phytosanitaires, machinisme et matériels agricoles et viticoles – hors semences) affiche un recul sensible à l'export en 2024 à la suite de plusieurs années exceptionnelles, pour atteindre 8,56 Mds EUR en 2024 (-17 % par rapport à 2023). Ce repli est en phase avec les exportations mondiales, qui ont chuté de près de 10 % entre 2023 et 2024, après plusieurs années de croissance et d'inflation élevées.

La France conserve son rang de 6^e exportateur mondial d'agroéquipements, derrière la Chine, l'Allemagne, les États-Unis, la Russie et le Canada. Les 3 premiers clients de la France représentent 26,5 % des exportations françaises d'agroéquipements : Allemagne, Royaume-Uni et Italie. Ils sont suivis des États-Unis (7 %), de l'Espagne (7 %) et de la Belgique (6 %).

Les engrais et les produits phytosanitaires représentent la première catégorie d'agroéquipements exportée (plus de 4 Mds EUR en 2024, -10% / 2023), suivis des tracteurs (1,9 Md EUR, - 29 % / 2023), des semences et plants (2,3 Mds EUR) et des autres machines et matériels agricoles.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Les équilibres restent fragiles et les incertitudes nombreuses entre conflits, prix des matières premières et de l'énergie, tarifs douaniers, etc. L'innovation reste primordiale pour répondre aux besoins des agriculteurs, dont beaucoup sont confrontés aux mêmes défis : sécheresse, pénurie de main-d'œuvre, environnement, amélioration des rendements, etc. Les solutions dans le domaine de la sélection variétale, des bio-solutions, de la robotique, de la captation d'informations sont toujours et de plus en plus recherchées, et la France possède de nombreux atouts dans ce domaine.

Marchés à prospecter

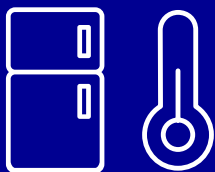
- Au sein des premiers clients de la France, l'Italie, la Suisse et les Pays-Bas sont les marchés qui ont le mieux résisté dans le contexte général de chute des exportations, avec des baisses de moins de 5 % en 2024 (contre 17 % au niveau global).
- Parmi les clients de second plan (représentant entre 15 et 120 M EUR d'exportations en 2024), la Grèce affiche de très bonnes performances avec des exportations françaises en hausse de plus de 21 % pour atteindre près de 88 M EUR, tout comme le Maroc (+16 % en 2024), ainsi que des pays comme l'Inde, le Vietnam, le Pakistan ou le Mali, qui affichent des croissances de plus de 40 % sur l'année.

FOCUS

SEMENCES ET PLANTS : L'EXCELLENCE FRANÇAISE

La France est le premier exportateur mondial de semences agricoles. En 2023/2024, les exportations françaises de semences et plants ont atteint 2,3 Mds EUR (soit près de 60 % du CA de la filière), apportant à la France un excédent commercial de 1,3 Md EUR.

Forte d'une expertise reconnue et d'une diversité géographique permettant la production de nombreuses variétés, la France exporte vers l'UE et vers de nombreux pays tiers (30 % des exportations en valeur), avec une progression continue (+6,3 % en 2023/2024 par rapport à 2022/2023).



12,3 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-3,2 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

7^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+21 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ALLEMAGNE **11 %**



ESPAGNE **10 %**



ÉTATS-UNIS **9 %**

Les 3 marchés à potentiel



ROYAUME-UNI



ÉTATS-UNIS



ESPAGNE

Principaux concurrents de la France



CHINE



ALLEMAGNE



ÉTATS-UNIS

Équipements IAA

AUTOMATISATION, DIGITALISATION, DÉCARBONATION : MOTEURS DU MARCHÉ MONDIAL

En 2024, le marché mondial des équipements industriels (IAA et hors IAA) a enregistré une légère croissance de +0,6 %, atteignant 367 Mds EUR. La Chine conforte sa position de leader avec une nette progression de ses exportations (+7,9 %, soit 73 Mds EUR), devant l'Allemagne (42 Mds EUR, -2,2 %) et les États-Unis (32 Mds EUR, +0,1 %). La France conserve sa 7^e place, bien que ses exportations aient reculé de 1,8 %, à 12,3 Mds EUR. Dans le secteur agroalimentaire (IAA), la demande reste dynamique, portée par la modernisation des équipements, la digitalisation et l'automatisation des procédés. Ces évolutions visent à renforcer la traçabilité, la qualité, l'hygiène et l'efficacité des systèmes de production.

En France, les machines destinées à la transformation des produits laitiers, au travail des viandes et à la boulangerie-pâtisserie industrielle dominent les ventes. Par ailleurs, la transition écologique stimule le secteur, avec une attention croissante portée à la décarbonation des procédés de production et au développement de la maintenance prédictive, devenus des leviers de compétitivité à l'échelle mondiale.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Pour réussir à l'export, les équipementiers français doivent adapter leur offre aux normes locales, valoriser les certifications françaises et renforcer leur présence sur les salons internationaux.

La mise en place d'un service de maintenance fiable et réactif constitue également un levier de différenciation. Les pays émergents ont un besoin de financement pour les équipements, sans oublier le soutien et la formation technique des équipes qui restent essentiels pour les clients.

Les réglementations européennes apportent une vraie orientation stratégique aux équipementiers. Enfin, l'intégration de solutions de cybersécurité dès la conception des

équipements permet de garantir la sécurisation des échanges entre machines (IoT industriel) et de proposer des protocoles de mise à jour et de surveillance continue.

Marchés à prospecter

→ Le marché européen reste très demandeur de solutions hautement technologiques, qui améliorent la performance et favorisent l'efficacité énergétique.

→ L'Inde, l'Asie du Sud-Est, l'Amérique latine et le Moyen-Orient émergent comme des zones à fort potentiel, notamment pour les équipements de transformation alimentaire carnés (les équipements de boulangerie-pâtisserie) et les machines d'emballage, du fait du dynamisme de leurs industries agroalimentaires.

FOCUS

TRAITEMENT THERMIQUE : UN SAVOIR-FAIRE RECONNU

Les équipements français de cuisson, pasteurisation et stérilisation sont reconnus pour leur robustesse et leur maîtrise des températures critiques. La demande est forte en Afrique du Nord, Asie du Sud-Est et Amérique latine, où les industriels recherchent des solutions fiables, simples à entretenir et adaptées aux contraintes locales.

Les PME françaises peuvent se démarquer par leur expertise technique, leur capacité à proposer des solutions sur mesure et leur adaptation aux contraintes locales : alimentation électrique, disponibilité en eau, normes sanitaires, etc.



6,8 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

6,3 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

9^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+0,8 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



BELGIQUE 17 %



CHINE 11 %



ESPAGNE 11 %

Les 3 marchés à potentiel



MEXIQUE



RÉPUBLIQUE
DÉMOCRATIQUE
DU CONGO



CHINE

Principaux concurrents de la France



UKRAINE



RUSSIE



AUSTRALIE

FICHE RÉDIGÉE PAR
INTERCÉRÉALES

Céréales

MALGRÉ UNE TRÈS FAIBLE RÉCOLTE 2024, LES EXPORTATIONS FRANÇAISES SONT RESTÉES STABLES

Malgré un contexte difficile, avec une récolte historiquement basse et des prix très défavorables qui sont venus pénaliser la seconde moitié de campagne, le solde commercial français est resté largement excédentaire. Les exportations vers l'Europe sont restées stables en 2024, avec comme principaux clients la Belgique, les Pays-Bas et l'Espagne.

Les céréales françaises sont toutefois confrontées à une concurrence intra-communautaire accrue sur l'Italie (blés hongrois et roumains) et une pression croissante des blés et maïs ukrainiens sur l'Espagne. Côté pays tiers, la Chine maintient sa position de premier client, malgré une baisse de ses importations d'orge. Le Maroc se maintient comme deuxième débouché des céréales françaises hors UE, en dépit d'une pression concurrentielle accrue des pays de la mer Noire. Le poids de ces acteurs est en revanche en forte progression sur le marché algérien, aux dépens du blé français. Les exportations françaises se maintiennent également en Afrique subsaharienne, malgré la faible récolte 2024.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

La traçabilité et le respect des normes européennes (notamment en matière de déforestation) favorisent naturellement les céréales françaises sur le marché européen face à la concurrence extra-communautaire. La qualité sanitaire constante est un bon argument à faire valoir sur le marché chinois. La consommation de baguettes et de beignets en Afrique de l'Ouest est également vecteur de consommation de blé français, bien adapté à ce type de produits. La chaîne logistique française à l'export est particulièrement bien organisée et en capacité d'adresser des marchés de gros volume (50-60 000 t).

Marchés à prospecter

→ La Chine reste un marché à fort potentiel où le développement de la BVP

occidentale dope la demande en blé tendre. L'augmentation des capacités de malterie et un cheptel d'élevage important devraient également maintenir une forte demande en orge.

- En Afrique de l'Ouest et en particulier en RDC, la hausse de la population associée au développement de l'élevage induit une croissance de la demande d'environ 5 % par an.
- Enfin, le Mexique nécessite de l'orge pour son industrie brassicole (1^{er} exportateur mondial de bière) et se tourne de plus en plus vers la France.
- Le rétablissement des quotas pour les exportations ukrainiennes vers l'UE pourrait constituer une opportunité de reconquête de parts de marché, notamment en Espagne.

FOCUS

ORGE : LA FRANCE CULTIVE SON AVANTAGE COMPÉTITIF

La France est le 2^e exportateur d'orge mondial derrière l'Australie, avec environ 6,3 M de tonnes exportées chaque année. Avec une demande brassicole en hausse en Chine et au Mexique (dont la France est le 2^e fournisseur) et des débouchés constants en alimentation animale, les orges dégagent un excédent commercial de 1,28 Md EUR. La sécurité sanitaire est particulièrement appréciée par les filières d'alimentation animale. La culture en 6 rangs, une spécificité française, permet d'obtenir des rendements supérieurs tout en maintenant une bonne qualité brassicole, favorisant la compétitivité sur les pays tiers.



21,4 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

893 M EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

5^e

Rang de la France dans
les exportations européennes
du secteur

+55 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



BELGIQUE 11 %



ALLEMAGNE 10 %



ESPAGNE 8,5 %

Les marchés à potentiel



ITALIE



PAYS-BAS



ROYAUME-UNI

Principaux concurrents européens de la France



IRLANDE



ALLEMAGNE



PAYS-BAS

Ingrédients

UNE ANNÉE MARQUÉE PAR LA SORTIE DU CYCLE INFLATIONNISTE

Après une année 2023 record en valeur sous l'effet de l'inflation, les marchés internationaux des ingrédients entrent dans une phase de rééquilibrage. Dans ce contexte, les exportations françaises enregistrent leur première baisse en valeur en cinq ans (-11 % par rapport à 2023), alors même que les volumes progressent de 11,6 %. Le pays conforte ainsi sa 5^e place des fournisseurs européens d'ingrédients alimentaires.

L'UE reste le principal débouché des ingrédients français à l'international, malgré le recul des importations de plusieurs partenaires clés.

Ainsi, la Belgique, premier client de la France, a réduit ses achats d'ingrédients français de 33,5 % en valeur, soit près de 1,2 Md EUR. Hors UE, le Royaume-Uni et les États-Unis restent deux marchés incontournables. Les tendances de fond, comme la recherche de produits de qualité et l'essor du clean label, portent la dynamique du secteur.

Pour les produits français, cela se traduit surtout par la progression des exportations d'ingrédients BVP (+10,4 % en valeur en 2024) et de légumes transformés (+9,1 %).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

→ Proposer des solutions clean label ou sans additifs en réponse aux attentes des consommateurs.

→ Mettre en avant les bénéfices de vos ingrédients dans les applications finales (boulangerie, boissons, produits laitiers, etc.).

→ Fournir des garanties sur la traçabilité des produits afin de rassurer sur la sécurité alimentaire.

Marchés à prospecter

→ Au niveau européen, nos grands voisins restent des débouchés incontournables pour les produits français malgré le phénomène déflationniste, que ce soit l'Allemagne (+18 % en volume sur un an),

l'Italie (+16,7 %), ou l'Irlande (+18,2 %). Parmi les marchés plus secondaires, la Grèce poursuit sa montée en puissance (+24 % en valeur et +58 % en volume pour les exportations françaises comparativement à 2023).

→ Côté grand export, deux marchés se distinguent par leur fort dynamisme : les États-Unis avec une progression en valeur de 12,5 % sur l'année écoulée et le Japon avec +14,7 %. Les besoins des deux pays devraient rester importants sur l'année à venir.

→ Principaux clients pour la filière ingrédients laitiers : Pays-Bas, Belgique, Italie, Allemagne, Espagne.

→ Principaux clients pour la filière ingrédients BVP : Belgique, Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie.

FOCUS

LES ADDITIFS, FERS DE LANCE DES INGRÉDIENTS FRANÇAIS À L'EXPORT

Les exportations françaises d'ingrédients sont portées par les additifs (30 % du total en 2024), et notamment par les édulcorants (52 % du total de la catégorie), texturants (19,5 %) et arômes (10,1 %). La France se démarque de ses concurrents pour la qualité des ingrédients proposés, avec une production qui est en phase avec les attentes des consommateurs pour des produits plus respectueux de l'environnement et de la santé humaine.



4,9 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-3,2 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

11^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

31,3 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ALLEMAGNE **15,3 %**



ITALIE **13,2 %**



BELGIQUE **12,8 %**

Les marchés à potentiel



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



BELGIQUE

Principaux concurrents de la France



ALLEMAGNE



BRÉSIL



POLOGNE

Produits **car**nés

UN MARCHÉ BOUSCULÉ

Les exportations françaises ont progressé de 3,1 % en 2024 mais la baisse des effectifs de bovins et la régression prévue de la production porcine laissent entrevoir des doutes quant à la poursuite de cette dynamique. Les conditions sanitaires posent notamment question : la peste porcine africaine, la fièvre catarrhale bovine, l'IAHP et les nombreux épisodes de grippe aviaire rendent difficiles les estimations de production pour l'année 2025. Si la hausse générale en 2024 s'explique par une croissance vers la majorité des clients de la France, la Chine accuse une nouvelle année de fort recul (-11 %), bien loin du pic atteint en 2020. La plupart des grands exportateurs mondiaux, après avoir essuyé des difficultés en 2023, ont retrouvé en 2024 des niveaux plus standards.

L'Australie (3^e exportateur mondial) se distingue en enregistrant une hausse spectaculaire de 19 % de ses exportations, dopée par les échanges vers le marché américain (+57 %). La Pologne tire également son épingle du jeu (+9 % en 2024) et renforce sa position de 6^e fournisseur mondial, tandis que le fort rebond du Brésil (+11 %) marque un retour aux niveaux de 2022 après la chute de 2023.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Les marchés sont instables : difficultés politiques et épizooties imposent de réfléchir à ses projets et de cibler ses marchés et canaux. Une bonne visibilité et l'accompagnement constant des partenaires sont essentiels.

La communication sur l'origine France et le bien-être animal, ainsi que l'organisation de dégustations, restent des clés pour

performer sur les marchés matures.

Marchés à prospecter

Les proches voisins s'imposent comme des cibles privilégiées : les 4 premiers clients de la France (Allemagne, Belgique, Italie et Pays-Bas) absorbent plus de la moitié des exportations tricolores.

→ Le marché néerlandais s'est montré

particulièrement dynamique avec une progression des exportations françaises de 13 % en 2024, due à un manque de veaux dans le pays depuis fin 2023.

→ L'Allemagne est également en progression (+3 % en 2024), la production de bovins ayant été affectée par la fièvre catarrhale.

→ L'Irlande enregistre par ailleurs des difficultés de production depuis 2023, ce qui a permis à la France d'y augmenter ses exportations de presque 40 % en 2024 (quasi exclusivement de la viande de poulet).

→ Les Philippines sont sur une dynamique très positive, avec une progression des exportations françaises de 23 % (principalement de la viande de porc).

FOCUS

REPRISE DU MARCHÉ DE LA **VO**LAILLE

Les efforts menés pour maîtriser l'IAHP ont permis de relancer la production de tous les types de volailles à partir de mai 2023, à l'exception de la pintade. Le statut indemne par rapport à ces épisodes de contamination a été retrouvé en décembre 2024, et les abattages, notamment de poulets et canards gras, sont repartis à la hausse. Cette hausse a permis une augmentation des exportations, à l'image de la viande de poulet (80 % des volumes d'exportation de volaille), qui a progressé de 7,7 % sur 2024. Sur le segment premium, le foie gras n'est pas en reste avec des volumes en hausse vers la majorité des marchés clés (Espagne, Suisse, Belgique), avec des opportunités de développement au grand export (notamment Hong Kong et Asie du Sud-Est).



2 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-4,9 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

21^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+33 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ESPAGNE 19,9 %



ITALIE 19,7 %



BELGIQUE 9,4 %

Les marchés à potentiel



ITALIE



ESPAGNE



PORTUGAL

Principaux concurrents de la France



ESPAGNE



PAYS-BAS



SUÈDE

FICHE RÉDIGÉE PAR
FRANCEAGRIMER

Produits aquatiques

DES PERFORMANCES À L'EXPORT DANS LA CONTINUITÉ ; TOUJOURS DES OPPORTUNITÉS

En 2024, les exportations françaises du secteur se sont stabilisées (+0,1 % par rapport à l'année précédente), après une année 2023 en légère baisse qui succédait à deux années de forte croissance. Les exportations se concentrent sur une poignée de marchés clés : en 2024, trois pays européens ont absorbé 75 % des exportations de produits de la mer français. L'export français de produits aquatiques comporte deux volets :

- D'un côté, une part importante de ces exportations est constituée de réexportations (souvent après transformation) de produits importés comme le saumon ou les crevettes ;
- D'un autre côté, les productions nationales (aquaculture et pêche) comportent des « champions » tels que les huîtres, les coquilles Saint-Jacques, la seiche et la langoustine, très prisés des circuits premium.

Si la croissance de ces dernières années concerne la majorité des produits de la mer, le saumon (frais et fumé) se démarque, de loin, comme le 1^{er} produit exporté par l'Hexagone et également l'un des plus dynamiques à l'export. Côté produits nationaux, les huîtres ne sont pas en reste (+20 % entre 2019 et 2024 pour atteindre 129 M EUR), devant les céphalopodes frais (+32 %, 79 M EUR). Parmi les produits de niche les plus dynamiques figurent par ailleurs les homards vivants (22 M EUR en 2024), les crabes (36 M EUR) ou encore les langoustines (53 M EUR), trois produits tricolores dont les exportations ont plus que doublé depuis 2019.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Se renseigner en amont : ouverture des marchés (règles sanitaires), tendances de consommation, valorisation des produits. Valoriser les démarches sous signes de qualité, communiquer sur les labels, etc. Dans certains pays européens, les labels MSC et ASC sont incontournables pour traiter avec la grande distribution. Profiter de la reprise du tourisme et de la restauration premium dans certaines régions du monde où la valorisation est intéressante.

Marchés à prospecter

- L'Europe au sens large (Union européenne, le Royaume-Uni et la Suisse), fait figure de destination

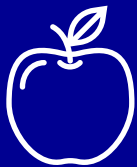
prioritaire et sûre (absence de barrières sanitaires, nombreux segments de marchés sur lesquels se positionner, etc.).

- Les différents produits de l'offre française en frais ainsi qu'en produits transformés (poissons fumés, préparations à base de poisson, de crustacés, de céphalopodes et de coquillages) peuvent y trouver leur place.
- Concernant le grand export, l'Asie de l'Est et le Moyen-Orient présentent des opportunités intéressantes pour des produits de restauration haut de gamme (huîtres, légine, poissons fins, etc.).

FOCUS

LES HUÎTRES FRANÇAISES GARDENT LA COTE

Les exportations françaises d'huîtres fraîches ont atteint 17 253 tonnes et 129 M EUR en 2024 (1^{er} rang mondial). Les huîtres françaises se destinent surtout à la restauration haut de gamme en Europe du Sud (Italie), au Moyen-Orient et en Asie (notamment en Chine). La qualité et la diversité de l'offre française, appuyée par des signes de qualité (le dernier à avoir été reconnu étant l'IGP Huître de Normandie) sont à mettre en avant pour permettre une meilleure valorisation à l'export.



1,7 Md EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-4,2 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

23^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+29 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ALLEMAGNE 16 %



SUISSE 14 %



ESPAGNE 12 %

Les marchés à potentiel



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



ROYAUME-UNI

Principaux concurrents de la France



ESPAGNE



ITALIE



PAYS-BAS

Fruits

LES POMMES, MOTEUR DES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE FRUITS

En 2024, dans un contexte inflationniste marqué par le manque de main-d'œuvre et des conditions météorologiques parfois défavorables, les exportations françaises de fruits ont progressé de 7 % en valeur par rapport à 2023 mais affichent un recul de 5 % en volume. Sur 5 ans, la valeur de nos exportations s'est distinguée par une hausse de 30 % qui contraste avec des volumes en baisse de 2 %.

La filière pomme affiche une belle performance, grâce à un moindre impact du gel en France et au recul de la production européenne globale en 2024. Les exportations de pommes tricolores ont particulièrement progressé vers le Vietnam, Israël ou encore l'Inde.

Les 5 premiers clients de la France en valeur en 2024 sont l'Allemagne (16 %), la Suisse (14 %), l'Espagne (12 %), les Pays-Bas (12 %) et le Royaume-Uni (10 %) ; ils représentent 64 % de la valeur totale de nos exportations. Les deux principaux fruits exportés sont les pommes, qui concentrent un tiers des volumes exportés, ainsi que les bananes (principalement issues de la réexportation).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Privilégier les canaux de distribution premium pour mieux valoriser votre offre et vous démarquer de vos concurrents. Mettre en avant durabilité, naturalité et agroécologie, atouts clés de la filière française. Renforcer la communication autour de l'origine France, les labels qualité (IGP, AOP, etc.), le terroir et les initiatives écoresponsables (vergers écoresponsables, zéro résidu, HVE). Assurer une réactivité rigoureuse aux demandes des importateurs étrangers. Étudier en amont les attentes du marché pour proposer des variétés en adéquation avec la demande (pommes très rouges / sucrées en Asie, etc.).

Marchés à prospecter

- Les marchés de proximité doivent demeurer au cœur de nos priorités en matière de réponse aux besoins, de tendances de consommation et de qualité de service.
- L'Europe du Nord, bien que très largement approvisionnée par l'Espagne et les Pays-Bas, offre des opportunités sur le secteur de la RHD haut de gamme à ne pas négliger.
- Les marchés les plus lointains tels que l'Asie (Thaïlande, Malaisie, Vietnam) et l'Amérique du Sud (Brésil, Colombie, Équateur, Guatemala), restent dynamiques pour nos exportations de pommes. L'année 2025 a été par ailleurs marquée par l'ouverture du marché mexicain à la pomme française.

FOCUS

FILIÈRE ABRICOT : LA FRANCE RESTE UN ACTEUR CLÉ EN EUROPE

La production européenne d'abricots en 2024 s'est élevée à 563 000 tonnes, tirée par l'Italie, 1^{er} producteur de l'UE, suivie de l'Espagne et de la Grèce. La France se positionne au rang de 4^e producteur européen avec près de 80 000 tonnes. Les principaux exportateurs et concurrents de la France sont l'Espagne, la Turquie (bien que sa production soit majoritairement tournée vers l'industrie) et l'Italie. La France reste le 5^e exportateur d'abricots en Europe, nos principaux clients étant la Suisse, l'Allemagne et la Belgique.



1,57 Md EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-1,56 Md EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

8^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+46 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ALLEMAGNE 24 %



PAYS-BAS 12 %



ITALIE 10 %

Les marchés à potentiel



PAYS-BAS



ITALIE



ALLEMAGNE

Principaux concurrents de la France



ESPAGNE



PAYS-BAS



ITALIE

Légumes

DYNAMIQUE DES EXPORTATIONS LÉGUMIÈRES FRANÇAISES : ENTRE CONSOLIDATION ET NOUVELLES OPPORTUNITÉS

La France est un acteur majeur de la production légumière en Europe, avec une offre diversifiée et un savoir-faire reconnu. En 2024, les exportations françaises de légumes ont augmenté en volume (+7,6 %) mais reculé en valeur (-1,8 %). Sur 5 ans, la progression cumulée des exportations atteint +46 % en valeur et +15 % en volume, confirmant ainsi une dynamique soutenue du secteur à l'export. L'Allemagne reste le 1^{er} client avec 24 % de part de marché dans la valeur de nos exportations, malgré un recul de 6 % en 2024. Elle est suivie par les Pays-Bas (12 %) et l'Italie (10 %), deux marchés en progression auxquels s'ajoutent l'Espagne (9,5 %) et la Suisse (9 %) qui complètent le top 5.

Tous affichent une croissance à 2 chiffres sur 5 ans. Ces 5 principaux clients absorbent 65 % de la valeur totale exportée avec une demande soutenue pour les légumes frais, notamment les tomates, oignons, choux, salades et carottes.

À noter également la dynamique des exportations vers certains marchés secondaires à l'image de la Pologne (+91 % en 5 ans) et de la Suède (+89 %). En Europe, les Pays-Bas, l'Espagne et l'Italie dominent les exportations grâce à des infrastructures logistiques performantes et une spécialisation par segment (serres, primeurs, bio).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

- Miser sur la qualité et la traçabilité (labels, origine France, blockchain, QR codes).
- Digitaliser votre prospection et vos actions de fidélisation (CRM, B2B, réseaux sociaux, marketplaces européennes).
- Optimiser la logistique et rester réactif (automatisation, robotisation, délais courts).
- Innover dans vos produits et votre communication (bio, durable, storytelling pour mettre en avant terroir

et qualité de production).

Marchés à prospecter

- Fidéliser et consolider notre présence dans les pays voisins : 70 % des exportations de légumes frais français sont destinées aux pays limitrophes.
- Étudier les marchés plus lointains pour les produits stockables (oignons, échalotes et autres légumes-racines) ou très valorisés, comme la truffe.
- Être attentif aux ouvertures de marchés et à l'évolution des barrières sanitaires, taxes et réglementations.

FOCUS

CAROTTE : UNE PRODUCTION RÉSILIENTE ET UN MOTEUR À L'EXPORT

Bénéficiant d'une production nationale stable estimée à 343 100 t (marché du frais) en 2024-2025, la carotte confirme son rôle de pilier de la filière légumière française, résistant aux aléas climatiques et économiques. Les principaux bassins de production, le Sud-Ouest et l'Ouest, se complètent : le Sud-Ouest reste le 1^{er} bassin (126 200 t), malgré un recul de 4 % lié aux intempéries, tandis que l'Ouest progresse de 10 % à 96 500 t grâce à des conditions favorables et une augmentation des surfaces. Cette diversité géographique contribue à sécuriser l'offre de carottes tout au long de l'année. Premier légume-racine exporté par la France, la carotte séduit par ses atouts : qualité, traçabilité et adaptabilité, qui soutiennent sa présence en Europe. Les principaux marchés de la carotte française sont la Belgique (carottes destinées à la transformation), l'Espagne et le Royaume-Uni.



1,1 Md EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

917 M EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

1^{er}

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+79 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ESPAGNE **28 %**



BELGIQUE **23 %**



ITALIE **12 %**

Les marchés à potentiel



PAYS-BAS



ROUMANIE



ROYAUME-UNI

Principaux concurrents de la France



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



ÉGYPTE

FICHE RÉALISÉE AVEC L'APPUI
DU CNIPT

Pommes de terre

L'EXPORT EN CROISSANCE CONTINUE

En 2024, la France a franchi un cap historique en dépassant le Md EUR d'exportation de pommes de terre, un record absolu. Les exportations ont progressé de 24 % par rapport à l'année 2023, tirées par la demande croissante des industriels de la transformation qui a encouragé la production, même si le secteur a fait face à une pénurie de plants et à des prix élevés. Les surfaces ont augmenté de 7,4 %, et un rendement conforme à la moyenne décennale a permis une hausse de 12 % de la production nationale. Les difficultés rencontrées par les pays voisins dans leur propre production, et leur dépendance aux importations, ont renforcé la position de la France sur le marché international. Les exportations vers certains pays ont explosé : +50 % en 2024 vers les Pays-Bas, la Roumanie, la République tchèque et la Pologne.

Des hausses encore plus spectaculaires ont été enregistrées vers le Royaume-Uni (+720 %, 15,7 M EUR), la Slovaquie (+169 %, 8,2 M EUR) et la Norvège (+1140 %, 3,1 M EUR). Les principaux clients de la France restent l'Espagne (+16,5 %, 309 M EUR), la Belgique* (+20 %, 263 M EUR) et l'Italie (+6,2 %, 132 M EUR), qui concentrent plus de 60 % de la valeur totale des exportations.

**À noter qu'après ajustement des chiffres des douanes en fin de campagne (en considérant les importations belges de pommes de terre françaises), la Belgique est le 1^{er} client de la France.*

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Malgré les défis croissants auxquels sont confrontées les expéditions vers les destinations lointaines, il convient de garder en tête :

- L'accord de libre-échange UE-Vietnam (marché ouvert depuis 8 ans)
- L'ouverture récente des marchés thaïlandais et néo-calédonien
- Les négociations en cours aux Philippines en vue de l'ouverture prochaine du marché à la pomme de terre française.

Marchés à prospecter

→ Les marchés cibles demeurent

principalement les pays frontaliers dont la demande affiche toujours une belle dynamique.

→ Parmi les principaux clients – ceux dont les importations françaises dépassent 10 M EUR – certaines destinations se distinguent par une croissance exceptionnelle sur l'année civile ; le Royaume-Uni enregistre ainsi une progression spectaculaire de +720 % (15,7 M EUR), suivi des Pays-Bas (+82 % ; 71,4 M EUR), de la Roumanie (+72,8 % ; 21,4 M EUR) et de la République tchèque (+59 % ; 18,7 M EUR).

→ La demande industrielle reste soutenue en 2025.

FOCUS

ENTRE CROISSANCE ET CONCURRENCE : LES ENJEUX DE LA POMME DE TERRE FRANÇAISE

La France, leader des exportations mondiales de pommes de terre, confirme sa première place avec près de la moitié de sa production destinée à l'export.

Toutefois, elle doit relever plusieurs défis :

- Maîtriser l'augmentation des surfaces cultivées, tirée par la demande croissante de l'industrie et de l'export, pour éviter un déséquilibre offre/demande à court terme ;
- Faire face à une concurrence croissante à l'international, notamment de l'Allemagne et de l'Égypte (avec les primeurs).

Elle conserve néanmoins un atout majeur grâce à la diversité de son offre, tant en matière de terroirs que de calendrier de mise en marché, et à la qualité reconnue de sa production.



9,2 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

3,2 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

4^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+27,4 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



BELGIQUE 12 %



ALLEMAGNE 12 %



ESPAGNE 8 %

Les marchés à potentiel



ESPAGNE



PAYS-BAS



CORÉE DU SUD

Principaux concurrents de la France



PAYS-BAS



ALLEMAGNE



NOUVELLE-ZÉLANDE

Produits laitiers

DES ÉCHANGES MONDIAUX CONTRASTÉS SELON LES PRODUITS

La production laitière est restée relativement stable dans les principaux bassins exportateurs : en conséquence, les échanges internationaux ont de nouveau été limités en 2024, bien qu'ils aient progressé en valeur à 107,7 Mds EUR (+3,5 % comparativement à 2023).

Les tendances par produit sont néanmoins contrastées : les échanges de fromages poursuivent leur croissance (+2,3 % par rapport à 2023), portés par une forte demande et la hausse des fabrications, tout comme les échanges de protéines laitières, à l'image des poudres de lactosérum en hausse de 8 % en 2024.

À l'inverse, le marché des ingrédients secs recule, sous l'effet d'une baisse des achats de poudre de lait écrémé parmi les principaux marchés importateurs - Chine et Mexique en tête. Les exportations françaises progressent en valeur (+2,5 % à 9,2 Mds EUR) comme en volume (+11,7 % à 3,1 Mt), permettant ainsi à la France de se maintenir au 4^e rang mondial. Quant aux importations, elles baissent légèrement en volume (-1,3 % à 1,48 Mt) mais montent en valeur (+5,2 % à 6 Mds EUR), dégradant la balance commerciale à 3,2 Mds EUR.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Miser prioritairement sur les produits à forte valeur ajoutée. Mettre en avant l'origine française pour capitaliser sur la réputation d'excellence du pays à l'international. Ne pas omettre le secteur HoReCa, fort pourvoyeur de croissance pour les produits laitiers français à l'export.

Marchés à prospecter

→ Europe de l'Ouest : malgré un ralentissement des exportations vers certains des clients historiques de la France, ceux-ci restent incontournables. La Belgique, l'Allemagne, l'Espagne, les Pays-Bas, l'Italie et le Royaume-Uni - nos six premiers marchés de destination - concentrent

ainsi à eux seuls plus de 50 % des exportations françaises du secteur. Parmi eux, l'Espagne et le Royaume-Uni se distinguent par un marché domestique très dynamique.

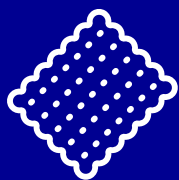
→ Europe centrale et orientale : des marchés comme la Roumanie, la République tchèque ou encore la Grèce apparaissent comme prometteurs.

→ Pays tiers : malgré un climat de tensions politiques entre l'UE et les États-Unis début 2025, le marché américain reste un marché clé, notamment porté par une forte demande en fromages. La péninsule arabique, le Canada, et l'Australie constituent également des relais de croissance intéressants.

FOCUS

LES PROTÉINES LAITIÈRES : UN RELAIS DE CROISSANCE

Portée par la recherche d'une vie saine et active, la tendance hyperprotéinée stimule le secteur des protéines laitières qui s'imposent naturellement comme des ingrédients privilégiés des aliments fonctionnels. En 2024, les échanges mondiaux de poudres de lactosérum et de caséines ont ainsi atteint leur deuxième niveau historique en valeur, portés par une demande soutenue à l'échelle mondiale : à titre d'exemple, les achats en WPC80 ont progressé de +10 % en Chine ou +11 % en Amérique du Sud en 2024. Ces produits constituent, à ce titre, des relais importants de croissance pour les producteurs français.



7,9 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-7,2 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

12^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+35 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ESPAGNE 13 %



BELGIQUE 12 %



ALLEMAGNE 11 %

Les marchés à potentiel



ÉTATS-UNIS



ALLEMAGNE



ROYAUME-UNI

Principaux concurrents de la France



ITALIE



ALLEMAGNE



ESPAGNE

Épicerie

RETOUR À LA NORMALE POUR LA CROISSANCE FRANÇAISE

En 2024, les exportations françaises de produits d'épicerie ont atteint 7,9 Mds EUR mais la croissance faiblit (+3 %) après deux années marquées par des hausses remarquables (+11 % en 2022 et +8 % en 2023) qui s'expliquaient avant tout par l'inflation des matières premières agricoles. Ce ralentissement s'explique par un recul vers certains de nos marchés clés, notamment la Belgique (944 M EUR, -6 %) et l'Allemagne (830 M EUR, -1 %), alors même que la croissance a été tirée par les pays tiers, Royaume-Uni (800 M EUR, +2 %) et États-Unis (380 M EUR, +6 %) en tête.

Le café et l'épicerie sucrée (notamment chocolat, glaces et biscuits) s'imposent comme nos produits phares à l'export. La France est également le 1^{er} exportateur mondial de confitures (495 M EUR exportés en 2024), près du quart des exportations tricolores étant destinées aux États-Unis. Par ailleurs, l'Hexagone n'est pas en reste sur l'épicerie salée et se positionne au 15^e rang des fournisseurs mondiaux d'épices et condiments (696 M EUR en 2024) avec une croissance solide (+6 % par rapport à 2023).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Les produits français se positionnent de fait sur le segment premium, et il est essentiel de se différencier (environnement, transparence, ancrage territorial) :

- Valoriser l'origine France : qualité, traçabilité, savoir-faire.

- Mettre en avant les procédés responsables : emballages durables, production raisonnée. Miser également largement sur le segment de la santé et du clean label, en vogue sur de très nombreux marchés.

- Renforcer la visibilité : les réseaux sociaux et les opérations de dégustation deviennent incontournables.

Marchés à prospecter

- Les voisins européens restent des valeurs sûres et renforcent leurs

positions sur les premières marches du podium. La zone ibérique se démarque particulièrement avec des dynamiques solides vers l'Espagne (1^{er} client avec 1,1 Md EUR d'exportations, +4 % en 2024) et le Portugal (8^e marché, 268 M EUR, +22 %). La Pologne (10^e client, 149 M EUR) s'impose également comme un marché d'intérêt avec une croissance de +8 % sur un an.

- Les produits d'épicerie sont pour la plupart adaptés à de longs temps de transport et les pays tiers à fort pouvoir d'achat sont par conséquent également des options à explorer. Parmi les destinations qui se sont démarquées l'an passé : les États-Unis restent un pays en demande même si le risque d'instabilité est réel, le Japon (notamment pour l'épicerie sucrée) ou encore la Chine, qui développe chaque année sa demande en glaces et en biscuiterie.

FOCUS

UNE PRÉSENCE À DÉVELOPPER SUR L'ÉPICERIE SALÉE

Si la France reste mondialement reconnue pour son offre en produits sucrés, le segment du salé (chips, en-cas, mais aussi épices et condiments) prend de l'importance avec la montée en puissance du snacking et l'internationalisation croissante de la restauration. De plus en plus d'importateurs sont à la recherche de produits différenciants à proposer en complément de gamme premium à leurs clients en restauration et certains produits innovants donnent lieu à d'importants effets de mode, à l'image du vinaigre de champagne sur le marché nord-américain. L'offre tricolore en sauces et condiments pourrait pleinement tirer parti de la qualité associée à l'origine France pour se présenter comme alternative premium aux produits italiens, largement plébiscités sur de nombreux marchés.



3,7 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

1,4 Md EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

3^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+62,2 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ROYAUME-UNI **18,4 %**



ALLEMAGNE **16,6 %**



BELGIQUE **11,9 %**

Les marchés à potentiel



ROYAUME-UNI



ÉTATS-UNIS



ALLEMAGNE

Principaux concurrents de la France



CANADA



ALLEMAGNE



ITALIE

Boulangerie Viennoiserie-Pâtisserie

ENTRE ANCRAGE EUROPÉEN ET AMBITIONS MONDIALES

Les exportations françaises du secteur BVP ont progressé de +5,5 % en 2024, prolongeant une dynamique engagée depuis 2019. Sur 5 ans, la hausse cumulée atteint +62 %, soutenue par une croissance régulière sur la majorité des marchés, notamment en Europe. L'Hexagone se maintient au 3^e rang mondial des exportateurs de BVP, derrière le Canada et l'Allemagne.

L'essor du marché mondial ne se tarit pas, avec des perspectives de croissance qui reposent sur plusieurs axes : les produits sains (sans gluten, bio, à faible indice glycémique, etc.), les nouveaux formats (snacking, formats individuels, etc.) ainsi que l'innovation (recettes, textures, goûts). La demande est avant tout tirée par les marchés asiatiques, européens et nord-américains. En dépit de la place majeure accordée à l'innovation, les produits traditionnels premium restent porteurs, comme en témoigne l'envolée des ventes de pain au levain sur les marchés les plus matures.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Les relais de croissance passent par :

- Des formats protéinés adaptés aux sportifs et des produits « bien-être » (énergie, relaxation, concentration).
- Des recettes co-développées avec des chefs ou des influenceurs food.
- Une valorisation du produit basée sur l'origine, la qualité gustative, et une distribution par des canaux en plein essor : dark kitchens, distributeurs connectés haut de gamme, plateformes de live commerce.
- Tenir compte des préférences locales en matière de goût et de format pour maximiser l'acceptation des produits (ex. : produits traditionnels français avec un goût de beurre prononcé très appréciés en Corée et au Japon).

Marchés à prospecter

- Le marché européen reste central pour

l'export BVP, avec des opportunités fortes sur des marchés matures. Avec quelques années de retard, les marchés nord-américains et asiatiques (notamment Japon, Corée et Chine) présentent également une solide croissance sur les années à venir.

- L'Allemagne se distingue par une demande stable et structurée, sensible à la qualité, à l'origine et aux produits sans additifs.
- Les Pays-Bas et la Belgique, marchés de proximité, sont ouverts à l'innovation, notamment en viennoiserie et snacking, avec une logistique facilitée.
- Les États-Unis offrent un fort potentiel sur les segments premium, bio et clean label, malgré une concurrence élevée et un contexte politique plus incertain.
- Le Royaume-Uni, malgré le Brexit, reste un marché stratégique, où les produits traditionnels français sont facilement valorisés.

FOCUS

BVP SURGELÉE, MAIS 100 % FRANÇAISE

La viennoiserie surgelée française allie savoir-faire artisanal, maîtrise industrielle et innovation. Leader mondial, la France est solidement implantée en Europe et progresse en Amérique du Nord et au Moyen-Orient. Les marchés porteurs incluent les États-Unis, le Royaume-Uni, le Canada et les Émirats arabes unis, des pays dans lesquels une offre qualitative surgelée permet de pallier le manque de main-d'œuvre qualifiée. Les produits premium, bio ou sans gluten y rencontrent une demande croissante, la France restant l'origine de référence pour des produits de qualité. Pour réussir, il est essentiel de cibler la restauration hors domicile, les grossistes spécialisés et les enseignes premium, garantir une logistique fiable et valoriser l'origine France.



40 Mds EUR

Taille du marché mondial

8,4 %

Croissance du marché en 2024

Principaux clients de la France



ALLEMAGNE



ROYAUME-UNI



ESPAGNE

Les marchés à potentiel



ESPAGNE



CANADA



ITALIE

Principaux concurrents de la France



ALLEMAGNE



PAYS-BAS



ROYAUME-UNI

Alternatives végétales

UNE CROISSANCE QUI NE FAIBLIT PAS

Le marché des alternatives végétales continue de progresser (+7,4 % entre 2023 et 2024), porté par la croissance du végétarisme et véganisme ainsi que de l'intolérance au lactose. Cette dynamique devrait se poursuivre dans les prochaines années : en 2030, la taille du marché est ainsi estimée à plus de 65 Mds EUR.

Si le prix élevé de ces produits reste une barrière pour les consommateurs les plus modestes, l'augmentation du revenu disponible, notamment dans les pays émergents, entraîne une consommation croissante des ménages de ces produits plus onéreux et/ou moins disponibles.

Par ailleurs, les acteurs publics adoptent souvent des politiques volontaristes en la matière, sur fond de lutte contre le changement climatique, favorisant la production comme la consommation. L'Europe continue d'être le continent le plus porteur, avec 46 % du marché mondial. En Asie, si la demande est moins ancrée, elle est tout de même croissante année après année. La zone est désormais le deuxième marché mondial (24 % de la demande). Enfin, l'Amérique du Nord reste un débouché important, représentant 21 % du marché mondial.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

- Soigner la composition des produits en limitant le nombre d'ingrédients, pour répondre aux attentes de naturalité et de transparence.
- Ne pas négliger le canal HoReCa : longtemps porté par le retail, le marché devrait bientôt voir l'hôtellerie et la restauration devenir les principaux moteurs de croissance.
- Investir dans l'innovation pour améliorer goût et texture, deux freins majeurs encore persistants chez de nombreux consommateurs.

Marchés à prospecter

- L'Europe reste le principal marché pour les alternatives végétales, portée notamment par l'essor des substituts à la viande et aux produits de la

mer. La zone rhénane se distingue particulièrement sur ces catégories : l'Allemagne affiche une hausse record de 226 % entre 2022 et 2024 et devient le premier marché mondial pour les substituts aux fruits de mer, quand l'Autriche progresse de 86 % sur la même période. En Europe de l'Est, la Roumanie enregistre une croissance de 154 %.

- En Espagne, le marché des alternatives aux produits laitiers poursuit sa croissance, notamment pour les substituts aux yaourts (+21,2 % en valeur entre 2023 et 2024) et aux fromages (+44,2 % entre 2022 et 2024). Même tendance en Italie, où les substituts aux fromages ont progressé de 45 % en 2024.

FOCUS

LES LÉGUMINEUSES, UNE FORCE FRANÇAISE

Les protéines végétales, essentielles à la fabrication des alternatives végétales, proviennent majoritairement des légumineuses : pois, lentilles, soja, haricots et lupins. En France, ces cultures se développent fortement grâce aux politiques incitatives de la PAC et à un marché de destination en pleine expansion. Hors soja, la France connaît ainsi une croissance constante de ses exportations de protéines végétales depuis 2020, ce qui lui permet d'afficher une balance commerciale positive sur ce segment depuis 2022.



2,1 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-272 M EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

8^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+24,4 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



BELGIQUE **17,9 %**



ALLEMAGNE **14,6 %**



ROYAUME-UNI **13,2 %**

Les marchés à potentiel



PAYS-BAS



ÉTATS-UNIS



ALLEMAGNE

Principaux concurrents de la France



PAYS-BAS



ALLEMAGNE



AUTRICHE

Boissons sans alcool

UNE CROISSANCE MONDIALE SOUTENUE, LA FRANCE MARQUE LE PAS

En 2024, les exportations mondiales de boissons sans alcool ont progressé de +8 %, portées par la vitalité des marchés émergents et la montée en puissance des segments bien-être. Dans ce contexte, la France conserve sa 8^e place d'exportateur mondial mais enregistre une croissance quasi nulle (+0,4 %), marquant un recul relatif par rapport à ses concurrents directs.

Le marché reste dominé par les grands pays exportateurs (États-Unis, Allemagne, Pays-Bas), mais le Brésil s'est démarqué par une forte dynamique (+30,4 %, +700 M EUR). Les exportations françaises souffrent du recul de la demande sur leurs principaux débouchés, à l'exception de l'Allemagne (+1,7 %). En revanche, plusieurs marchés secondaires montrent un réel potentiel (Espagne, Canada, Émirats, Japon, etc.), tirés par l'essor des boissons fonctionnelles, naturelles ou positionnées premium.

Le secteur reste très concurrentiel et sensible aux évolutions de consommation : formats pratiques, clean label, recettes peu sucrées et végétales. En 2024, les eaux et sodas représentaient 69 % des exportations françaises, devant les jus (10 %). Encore négligeables (1 % de PDM dans les exportations françaises du segment), les bières sans alcool affichent une solide croissance l'an passé (+11 %), tout comme le jus de pomme (26 M EUR, +22 %) et d'orange (38 M EUR, +11 %).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Pour renforcer leur position à l'international, les acteurs français peuvent activer plusieurs leviers :

- Cibler les segments porteurs : boissons fonctionnelles (adaptogènes, enrichies), fermentées (kombucha, kéfir), eaux infusées.

- Valoriser l'origine France : naturalité, savoir-faire, éco-conception. Un packaging soigné et un storytelling efficace font la différence.

- Adapter les circuits à chaque marché : retail premium et HoReCa en Europe, e-commerce en Asie et Amérique du Nord, réseaux bio spécialisés.

Marchés à prospecter

→ Le marché des boissons sans alcool s'est tassé en 2024 pour la France, malgré une progression observée à l'échelle mondiale.

→ Si l'Allemagne, 2^e marché du secteur, reste stable malgré un contexte mondial plus contrasté, il convient de renforcer nos positions sur les marchés affichant une dynamique plus favorable, tels que l'Espagne, l'Italie ou la Suède.

→ Parmi les pays tiers, les Émirats arabes unis et le Canada offrent un potentiel croissant sur les segments premium et bien-être.

FOCUS

BOISSONS FONCTIONNELLES ET FERMENTÉES

Le kombucha, les boissons fermentées, les eaux de coco ou florales, ainsi que les boissons enrichies en vitamines, minéraux ou probiotiques séduisent par leurs promesses de santé et de bien-être. La France bénéficie d'un positionnement crédible sur ces segments grâce à son savoir-faire, à la qualité de ses formulations et à son image premium. Pour se démarquer à l'international, les entreprises doivent adapter leurs offres aux attentes locales : ingrédients naturels, *clean labels*, recettes peu sucrées, sans additifs. Le packaging doit refléter ces valeurs.



11,7 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

+10,8 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

1^{er}

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

+19 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ÉTATS-UNIS **20,2 %**



ROYAUME-UNI **12,7 %**



ALLEMAGNE **6,6 %**

Les marchés à potentiel



CANADA



ÉMIRATS ARABES
UNIS



NORVÈGE

Principaux concurrents de la France



ITALIE



ESPAGNE



CHILI

Vins

2024 : UNE ANNÉE DE STABILITÉ POUR LE VIN, MALGRÉ UNE LÉGÈRE ÉROSION DE LA VALEUR

L'année 2024 a été marquée par une stabilisation des volumes exportés (-0,1 %), après une forte baisse de -9 % enregistrée en 2023 qui s'expliquait en partie par les politiques de déstockage mises en œuvre par les importateurs et les distributeurs. Les exportations en valeur ont enregistré une légère dégradation : le chiffre d'affaires des vins a reculé à 11,7 Mds EUR (-2,3 % par rapport à 2023), une baisse principalement liée au net repli des ventes de Champagne, tandis que les exportations de vins tranquilles demeurent stables.

Parmi les signaux positifs, les 2 principaux marchés à l'export — États-Unis et Royaume-Uni — montrent des signes encourageants de reprise, confirmant que les vins français conservent leur statut de valeur sûre dans un contexte politico-économique incertain. En revanche, la zone Chine/Hong Kong/Singapour, affectée par des difficultés économiques pesant sur le pouvoir d'achat des ménages, concentre à elle seule près des deux tiers de la baisse des exportations 2024.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

La conquête des marchés d'exportation du vin exige aujourd'hui une connaissance et une expertise approfondies dans un contexte mondial marqué par une complexité croissante. Les défis à relever sont nombreux : instabilité géopolitique, évolution des préférences des consommateurs, multiplication des barrières douanières et saturation d'une offre mondiale arrivée à maturité, sans véritable relais de croissance identifié. Les exportateurs français désireux de se développer à l'international doivent donc bien identifier leurs forces et capitaliser dessus, proposer des gammes segmentées adaptées aux spécificités des marchés, mettre en avant des caractéristiques différenciantes uniques et faire preuve de réactivité, flexibilité et patience.

Marchés à prospecter

→ Les États-Unis s'imposent comme la destination incontournable en absorbant 20 % des exportations françaises en valeur, malgré les

menaces de taxation. Ce marché se distingue par sa capacité à absorber les hausses de coûts et de prix liées à l'inflation, tout en maintenant une consommation stable. Dans ce contexte, il est crucial de proposer une offre diversifiée et adaptable aux évolutions de la demande.

→ Le Canada, bénéficiant de l'accord CETA et du renforcement des relations bilatérales avec l'UE, pourrait être amené à consolider sa position de marché clé au regard des tensions avec son voisin américain.

→ L'Europe rhénane, la Scandinavie et l'Asie du Nord-Est restent identifiées par les Interprofessions viticoles comme des marchés prioritaires à conquérir et à consolider.

→ Les exportateurs expérimentés peuvent diversifier leurs débouchés en explorant des marchés à potentiel comme la Norvège, le Brésil ou les Émirats arabes unis.

FOCUS

VINS À FAIBLE TENEUR EN ALCOOL, VINS LÉGERS ET FRAIS

Les tendances en matière de santé et de bien-être continuent d'influencer l'industrie du vin, avec une popularité croissante des vins à faible teneur en alcool. De plus en plus d'importateurs développent des gammes allégées en alcool pour répondre aux attentes des consommateurs soucieux de leur santé et en quête de modération, mais sans compromis sur le goût.



4,8 Mds EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

3,5 Mds EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

2^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

-1,8 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ÉTATS-UNIS **32 %**



CHINE **13 %**



SINGAPOUR **10 %**

Les marchés à potentiel



AFRIQUE DU SUD



ROYAUME-UNI



ITALIE

Principaux concurrents de la France



ROYAUME-UNI



MEXIQUE



SINGAPOUR

Spiritueux

DES EXPORTATIONS RÉSISTANTES, MALGRÉ UNE CONJONCTURE COMPLEXE

Après des chiffres record en 2022 (+3,5 % en volume et +13 % valeur), les exportations françaises de spiritueux ont poursuivi le repli amorcé en 2023 avec une baisse des volumes (-1,8 %) et une chute en valeur (-6,5 %) sur l'année 2024. Si la baisse de 2023 était portée par le marché américain, le recul 2024 s'explique principalement par l'impact de l'enquête anti-dumping déclenchée par la Chine à l'encontre des eaux-de-vie de vin produites dans l'UE, dont le cognac et l'armagnac.

Ces mesures commerciales ont entraîné une baisse de 24 % des exportations des eaux-de-vie de vin françaises vers la zone Chine / Hong Kong / Singapour (plateforme privilégiée de réexportation vers le marché chinois) qui concentrait près de 30 % des exportations de spiritueux français en 2023. En dehors de cette zone, les exportations ont résisté et se sont maintenues en valeur (+1 %), malgré un recul en volume (-5 %), notamment grâce à une normalisation des stocks aux États-Unis en 2024 ainsi qu'à de bonnes performances sur les marchés anglo-saxons et européens. L'identification de nouveaux relais de croissance a également confirmé la nécessité de diversifier les marchés face à un contexte économique et géopolitique de plus en plus volatile.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Avec des coûts d'entrée significatifs, une expérience solide à l'export est recommandée pour prospecter les marchés anglo-saxons. Tendance à suivre en 2026 : premiumisation des produits, avec un focus particulier sur la durabilité et la traçabilité. Grâce à sa bonne image et à une offre variée et qualitative, la France a un «storytelling» différenciant, facteur de succès.

Marchés à prospecter

- Royaume-Uni : exportations en nette hausse (+20 % en valeur), malgré des volumes en retrait, signe de premiumisation de la consommation.
- États-Unis : en dépit de l'incertitude politique, la stabilisation du marché

(-1 %) et la réduction de stocks chez les grossistes sont des signes encourageants.

- Panama : 1^{er} marché de la zone Amérique du Sud, le pays bénéficie du dynamisme des exportations de cognac et demeure un relais de croissance à considérer pour la zone (+109 % en valeur en 2024).
- L'Afrique du Sud, 7^e destination des spiritueux français, fait également partie des principales hausses enregistrées en 2024 (+17 % en valeur), notamment grâce aux exportations de cognac.
- En Asie, la Malaisie (13^e client, +11 % en valeur) et le Japon (15^e client) sont des marchés à considérer.

FOCUS

LES COCKTAILS «READY-TO-DRINK» EN PLEIN ESSOR

Les Ready-To-Drink poursuivent leur ascension, avec une croissance de 12 % attendue d'ici 2027 sur les 10 principaux marchés consommateurs de spiritueux, et ce malgré l'essoufflement des hard seltzers, pénalisés par une concurrence accrue. Cette dynamique, insufflée par l'essor de la consommation à domicile, résulte de la curiosité des consommateurs pour les cocktails et de la montée en gamme de la catégorie, avec des recettes de plus en plus sophistiquées (recettes originales aux saveurs et textures inédites, ainsi que des versions healthy qui répondent aux attentes d'expérimentation des millennials et de la Gen Z).



304 M EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

-747 M EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

10^e

Rang de la France dans
les exportations mondiales
du secteur

-3 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ESPAGNE **15,2 %**



ITALIE **12,7 %**



CHINE **9,3 %**

Les marchés à potentiel



ITALIE



ALLEMAGNE



DANEMARK

Principaux concurrents de la France



PAYS-BAS



BELGIQUE



ALLEMAGNE

Bières

BAISSE DES EXPORTATIONS DE BIÈRE EN 2024

Les exportations françaises de bières ont diminué entre 2023 et 2024 (4,1 M hL, -8,2 % par rapport à 2023) et restent loin des 7 M hL exportés en 2016. La bière est la seule boisson alcoolisée où la France présente un déficit commercial (304 M EUR et 4,1 M hL exportés pour 1,05 Md EUR et 8,5 M hL importés), signe d'une demande nationale très forte.

La consommation nationale française avoisine 2,1 Mds de litres en 2024, un chiffre plutôt stable depuis plusieurs années. L'Espagne demeure le premier client de la France en 2024 mais avec des exportations en baisse de -29 % entre 2023 et 2024 (46 M EUR) tandis que l'Italie occupe la 2^{ème} place avec 38 M EUR (+49 % par rapport à 2023). La Chine, le Royaume-Uni et les Pays-Bas complètent le top 5.

Ces cinq marchés absorbent plus de 50 % des exportations de bières françaises en valeur. Les 10 plus grosses brasseries françaises produisent plus de 90 % des volumes de bières en France.

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Dans les pays occidentaux, la montée du sans alcool / faible teneur en alcool pour des raisons de santé est en passe de devenir incontournable. Il est donc judicieux d'inclure des bières sans alcool ou à faible teneur en alcool dans sa gamme. Pour les brasseries de taille moyenne ou grande, le développement d'une politique RSE affirmée (durabilité, réduction de la consommation d'énergie, économies d'eau) est un atout majeur à mettre en avant auprès des importateurs. Le choix d'exporter moins loin est aussi un choix stratégique de certains brasseurs pour se positionner sur le sujet. Bien que la France soit reconnue à l'international comme un pays viticole, ses 2 500 brasseries offrent un potentiel d'exportation significatif. Ce chiffre lui permet par ailleurs d'être le premier pays européen en nombre d'établissements brassicoles.

Marchés à prospecter

- L'Allemagne et l'Espagne affichent une forte pénétration des bières sans alcool, avec des attentes élevées en matière de qualité et durabilité, et une importance croissante du circuit CHR.
- Les États-Unis et le Brésil offrent un potentiel via le e-commerce.
- En Asie, l'Inde et le Vietnam émergent grâce à une population jeune et une consommation en hausse, tandis que le Japon valorise les produits premium avec une consommation en légère baisse.
- Adapter les formats, miser sur le sans sucre, valoriser l'origine France et cibler les circuits spécialisés sont des leviers clés.

FOCUS

MONTÉE DES BIÈRES SANS ALCOOL

Le segment des bières sans alcool connaît une croissance soutenue, portée par les jeunes générations en quête de modération et de bien-être. L'offre s'est diversifiée avec des produits qualitatifs (IPA, stouts et sours désalcoolisées) grâce aux avancées technologiques. Ce sous-secteur s'inscrit dans une dynamique d'innovation et de différenciation, avec un fort potentiel à l'export. Il répond aussi aux attentes en matière de santé publique et de consommation responsable, tout en attirant de nouveaux profils de consommateurs.



14,9 M EUR

Exportations françaises
du secteur (2024)

10,9 M EUR

Balance commerciale
de la France (2024)

7^e

Rang de la France dans les
exportations mondiales du
secteur

33 %

Croissance des exportations
françaises 2024/2019

Principaux clients de la France (PDM en valeur)



ÉTATS-UNIS **31 %**



ALLEMAGNE **12 %**



ROYAUME-UNI **11 %**

Les marchés à potentiel



JAPON



BELGIQUE



PAYS-BAS

Principaux concurrents de la France



IRLANDE



ROYAUME-UNI



DANEMARK

Cidres

LES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE CIDRES EN BOUTEILLE REPARTENT À LA HAUSSE

Le marché mondial du cidre est estimé à 2,34 Mds L en 2024 et devrait atteindre 2,55 Mds L d'ici 2028, avec une croissance de 9 % entre 2024 et 2028. Les principaux exportateurs sont l'Irlande, l'Afrique du Sud, la Suède et le Royaume-Uni. Les ventes de cidre en France ont légèrement baissé en 2024, atteignant un peu moins de 603 000 hL (-1,5 % par rapport à 2023).

Les exportations françaises de cidre en bouteille ont atteint 11,1 M EUR en 2024 (+12,6 % / 2023) pour 6,7 M L (+22,7 %). Les cidres en bouteille représentent 40 % du volume, le reste étant du cidre tranquille en vrac à destination essentiellement des États-Unis pour la production de vinaigre de cidre ou le besoin de producteurs locaux. Le volume global de cidre exporté s'élève à 16,6 M L (+0 % / 2023) et 14,9 M EUR (+2,7 % / 2023), avec une contribution significative du vrac, bien que moins valorisé. En 20 ans, nos exportations de cidre en bouteille sont passées de 6,4 M EUR à 9,3 M EUR (+45 %) et de 9,2 M L à 7,5 M L (-18 %). Le prix au litre est donc passé de 0,7 à 1,65 EUR, soit +135 % en 20 ans (contre 40 % pour l'inflation sur la même période).

CONSEILS DE L'ÉQUIPE BUSINESS FRANCE

Recommandations pratiques

Il est nécessaire de mettre en avant la qualité des cidres français (majoritairement 100 % pur jus) ainsi que l'image France.

d'entrée de gamme sur lesquels les cidres français auront des difficultés à s'aligner.

→ Il est donc nécessaire de se démarquer avec une approche qualitative en soulignant le savoir-faire français. L'image France est une bonne carte à jouer dans des pays francophones comme la Belgique et la Suisse où le cidre est un produit bien connu.

→ Les Pays-Bas commencent à être intéressants pour le cidre avec une recherche croissante de boissons faiblement alcoolisées.

→ Au grand export, une stratégie marketing fera la différence sur des pays comme les États-Unis, le Canada et le Japon. Mais un investissement financier et un temps de prospection seront nécessaires.

Marchés à prospecter

→ Les marchés à privilégier sont ceux où la consommation de cidre est déjà implantée : il s'agit de pays déjà producteurs où le produit est connu des consommateurs. Le cidre français a l'avantage de se démarquer des cidres étrangers du fait qu'il est dans la majorité des cas 100 % pur jus.

→ En Europe, le Royaume-Uni, l'Irlande, l'Allemagne et les pays nordiques (Suède, Finlande, Danemark, Norvège) sont des marchés à considérer, bien que la concurrence y soit rude avec les cidres locaux qui affichent des prix

FOCUS

DÉCRET CIDRES ET POIRÉS DU 20 FÉVRIER 2025

Le dernier décret du cidre datant de 1953, la filière souhaitait le mettre à jour depuis plus de 10 ans afin de préciser les règles de production, d'étiquetage et de contrôle des cidres et poirés, et garantir une meilleure information des consommateurs. Parmi les avancées, le décret encadre des mentions courantes comme « brut », « demi-sec » ou « bouché » et apporte une définition à des termes jusqu'ici non réglementés, tels que « extra-brut », « rosé » ou « artisanal ».

Cette clarification intervient alors que l'UE envisage de nouvelles normes qui pourraient autoriser l'ajout de sucres ou des procédés de fermentation non basés à 100 % sur des goûts de pommes.

CONTACTS & ANNEXES

Business France

Nos experts en France
& dans le monde

VOS CONTACTS MARCHÉS

EUROPE

ALLEMAGNE • Christian HAMM
AUTRICHE • Jean-Denis MORICHON
BELGIQUE • Ruben PARTOUCHE
DANEMARK • Majbritt OVERGAARD
ESPAGNE • Astrid CHARPENTIER
GRÈCE • Thalia YANNOPOULOUS
IRLANDE • Jérôme HONEGGER
ITALIE • Luigina TRENTA
NORVÈGE • Mathilde WILLADSEN

PAYS-BAS • Laura COLIN
POLOGNE • Zaneta DRZAZGA
PORTUGAL • Sara GARCIA
REP. TCHÈQUE • Martina DUNDROVA
ROUMANIE • Idina IHORA
ROYAUME-UNI • Pauline GAUTHIER
SUÈDE • Cecilia EKFELDT
SUISSE • Lothaire HAAR

ASIE / OCÉANIE

AUSTRALIE • Matthieu GUILLAUME
CHINE • Bertrand QUEVREMONT
CORÉE DU SUD • Rosine DUTEIL
HONG KONG • Bertrand QUEVREMONT
INDE • Vianney MEYNIER
INDONÉSIE • Niels GUERIN

JAPON • Akiko HORI
MALAISIE • Jun LIM
TAÏWAN • Anne GUINAUDEAU
SINGAPOUR • Anne-Camille AUSCHITZKY
VIETNAM • Lan NGUYEN THI TUYET

AMÉRIQUE

BRÉSIL • André RIOS
CANADA • Manilay SAITO

ÉTATS-UNIS • Manilay SAITO
MEXIQUE • Guillaume CARVALHOS

AFRIQUE

AFRIQUE DU SUD • Maeva ROYO
ALGÉRIE • Sabrina BENBOUALI
ANGOLA • Benoît CATUSSE
CAMEROUN • Gihanne RAMATOUIDI
CÔTE D'IVOIRE • Constance TONDOH
MAROC • Maria MOUHSINE

NIGERIA • Valor IDUH
SÉNÉGAL • Souadou GUINDO
TUNISIE • Amira CHERIF

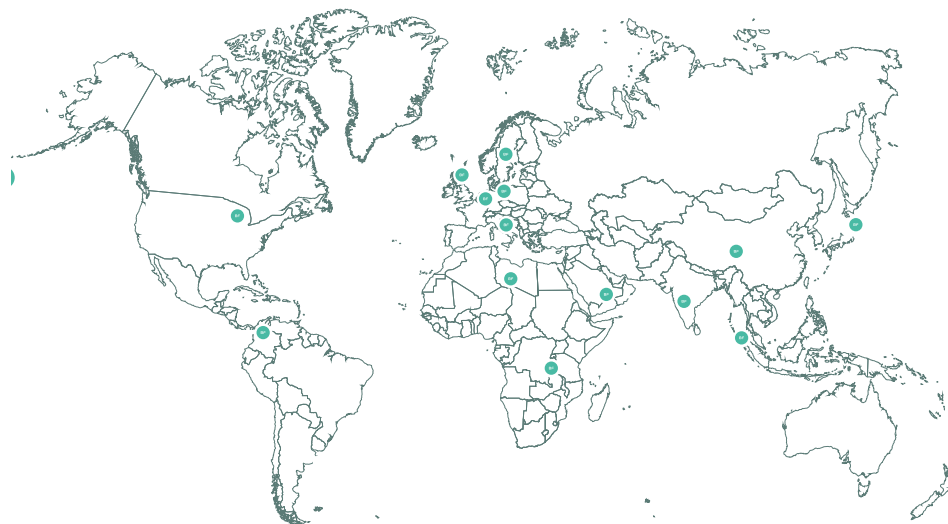
PROCHE & MOYEN ORIENT

ARABIE SAOUDITE • Julien BARLIER
ÉGYPTE • Islam ABOUKORAH
ÉMIRATS ARABES UNIS • Éléonore SAYAR

ISRAËL • Sophie MILLER
TURQUIE • Ilayda FIDAN

mail : prenom.nom@businessfrance.fr

UN RÉSEAU À VOTRE SERVICE



EUROPE

ALLEMAGNE
AUTRICHE
BELGIQUE
BULGARIE**
CROATIE**
DANEMARK + ISLANDE
ESPAGNE
ESTONIE**
FINLANDE
GRÈCE
HONGRIE*
ITALIE
IRLANDE
LITUANIE**
NORVÈGE*

PAYS-BAS + LUXEMBOURG
POLOGNE + LETTONIE
PORTUGAL
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
ROUMANIE + MOLDAVIE
ROYAUME-UNI
SERBIE**
SLOVAQUIE**
SLOVÉNIE
SUÈDE
SUISSE
TURQUIE + AZERBAIDJAN
UKRAINE

AFRIQUE

AFRIQUE DU SUD + ZAMBIE
+ BOTSWANA + NAMIBIE
ALGÉRIE
ANGOLA
BÉNIN**
CAMEROUN + CONGO
CÔTE D'IVOIRE + TOGO
ÉGYPTE
ÉTHIOPIE + DJIBOUTI
GABON**
GHANA**
KENYA + OUGANDA +
TANZANIE + RWANDA

MAROC*
MADAGASCAR**
MALI**
MAURICE**
MOZAMBIQUE**
NIGÉRIA
RÉP. DÉMOCRATIQUE
DU CONGO**
SÉNÉGAL + MAURITANIE
TUNISIE + LIBYE

ASIE / OCÉANIE

AUSTRALIE
CAMBODGE**
CHINE
CORÉE DU SUD
INDE + BANGLADESH
INDONÉSIE
JAPON
MALAISIE

NOUVELLE-ZÉLANDE**
PAKISTAN**
PHILIPPINES*
SINGAPOUR*
SRI LANKA**
TAÏWAN
THAÏLANDE
VIET NAM

PROCHE & MOYEN ORIENT

ARABIE SAOUDITE
BAHREÏN**
ÉMIRATS ARABES UNIS
+ IRAQ + OMAN
ISRAËL

JORDANIE**
KOWEÏT
LIBAN**
QATAR

AMÉRIQUE

ARGENTINE +
PARAGUAY +
URUGUAY
BRÉSIL
CANADA
CHILI
COLOMBIE
COSTA RICA**

ÉQUATEUR**
ÉTATS-UNIS
MEXIQUE +
GUATEMALA
PANAMA**
PÉROU**
RÉPUBLIQUE
DOMINICAINE**

* Pays en Concession de Service public
** Pays avec partenaire référencé

NOS EXPERTS EN FRANCE

SERVICE PAVILLONS FRANCE AGROTECH

CHEF DE SERVICE : Santiago DIAZ

RESPONSABLE DE PÔLE PAVILLONS VINS EUROPE : Christine MAYET

RESPONSABLE DE PÔLE PAVILLONS VINS GRAND EXPORT : Sandrine KRUMMENACHER

RESPONSABLE DE PÔLE PAVILLONS PRODUITS ALIMENTAIRES : Patricia TRANVOUEZ

RESPONSABLE DE PÔLE PAVILLONS ÉQUIPEMENTS AGRI-AGRO : Thierry Alain TRUONG

SERVICE OPÉRATIONS BTOB AGROTECH

CHEF DE SERVICE : Alexandre MILATOS

RESPONSABLE DE PÔLE BTOB VINS : Fabienne LE GOC

RESPONSABLE DE PÔLE BTOB PRODUITS ALIMENTAIRES :

Fabienne LE GOC / Johanna KERESZTES

RESPONSABLE DE PÔLE BTOB ÉQUIPEMENTS AGRI-AGRO : Johanna KERESZTES

SERVICE GRANDS COMPTES ET PARTENAIRES SECTORIELS AGROTECH

CHEFFE DE SERVICE : Laure ELSAESSER

RESPONSABLE DE PÔLE SECTORIEL VINS : Anna ACHARD

RESPONSABLE DE PÔLE SECTORIEL PRODUITS ALIMENTAIRES ET ÉQUIPEMENTS AGRI-AGRO :

Anne-Sophie JOSSA

DIRECTRICE DES RELATIONS INSTITUTIONNELLES ET DES PARTENARIATS RÉGIONAUX :

Christine FORTIN

SERVICE ÉTUDES SUR MESURE

CHEFFE DE SERVICE : Stéphanie LEO

RESTEZ CONNECTÉ(E)

Vos newsletters :

Indispensable pour recevoir les dernières informations sur votre secteur à l'international.

- Vins, Spiritueux et Bières
- Produits Gourmets et Épicerie
- Produits Laitiers et Ingrédients
- Fruits, Légumes et Pommes de Terre
- Viandes
- Machinisme Agricole et Équipements IAA

Abonnez-vous gratuitement sur :

<https://www.businessfrance.fr/export-formulaire-selection-newsletters>

Mes Infos Marchés

Accédez aux dernières actualités de votre secteur par pays ainsi qu'à une cartographie des marchés cibles :

www.teamfrance-export.fr/mes-infos-marches



RETROUVEZ TOUTES NOS OFFRES SUR

<https://www.businessfrance.fr/>
<https://www.teamfrance-export.fr/iledefrance>

Nos études de marché gratuites :

<https://events-export.businessfrance.fr/etudes-agro/>

MARKETPLACE BUSINESS FRANCE

Grâce à la programmation e-Export, rejoignez les showrooms France dédiés sur la Marketplace Business France et ne ratez aucune opportunités pour capter de nouvelles parts de marché. Bénéficiez d'une mise en lumière et d'une dynamique collective qui valorisent l'excellence de l'agroalimentaire français.

[\(https://www.marketplace.businessfrance.fr/\)](https://www.marketplace.businessfrance.fr/)

SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



@Business France – Food
@Business France – Vins & Spiritueux
@Business France – Équipements et Solutions
pour l'agriculture et l'agroalimentaire

ANNEXES

→ ÉTUDES PAYS MASA – BUSINESS FRANCE

Accédez à une cinquantaine d'études pays gratuites, réalisées par Business France en partenariat avec le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire. Ces études sont à destination des entreprises françaises souhaitant se développer à l'international. Elles ont pour vocation de réaliser un panorama du secteur agroalimentaire de chaque pays étudié en abordant les filières les plus pertinentes : des solutions et équipements agri/agro aux produits alimentaires en passant par les boissons alcoolisées.

→ POLITIQUES AGRICOLES À TRAVERS LE MONDE

Fiches pays réalisées par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

→ MARKET ENTRY HANDBOOKS

Etudes pays élaborées pour la Commission Européenne

INDEX

Sources exploitées dans le guide Agro, Où Exporter · l'Essentiel 2026 ?

Agence Française pour le Développement et la Promotion de l'Agriculture Biologique

Groupe de la Banque Mondiale

Coface

Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL)

Fonds Monétaire International

Euromonitor

Experts sectoriels de Business France

GTA (Global Trade Atlas) / IHS et Comtrade

Service Réglementation Internationale de Business France

Guide des affaires

EN PARTENARIAT AVEC



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Éditeur : Business france

Siège social : 77, boulevard Saint-Jacques 75014 Paris

Directeur de publication : Benoît Trivulce, Directeur Général par interim

Rédactrice en chef : Stéphanie LÉO, Cheffe de service DE-DPE-Information Conseil - Études sur mesure

Coordinatrice du projet :

Margot LE GUERNIGOU, Coordinatrice d'activité, DE-DPE-Information Conseil - Études sur mesure

Contributeurs : Marceau GOSSELIN, Ida ROUYER et Clotilde VALLETTE D'OSIA, Responsables d'études, DE-DPE-Information Conseil-Études sur mesure

Conception graphique : Élodie GIRAUD, Responsable de projets, Alix KUNG, Cheffe de projet

Studio graphique - Direction de la Communication et des Affaires publiques

Crédits photos & Illustrations : Adobe Stock

Business France est l'entreprise publique de conseil au service de l'internationalisation de l'économie française. Elle est chargée du développement international des entreprises et de leurs exportations, ainsi que de la prospection et de l'accueil des investissements étrangers en France. Elle promeut l'attractivité et l'image économique de la France, de ses entreprises et de ses territoires. Elle gère et développe le Volontariat International en Entreprise (V.I.E). Business France dispose de plus de 1 400 collaborateurs situés en France et dans 53 pays.

businessfrance.fr - © **Business France**



Pensez à protéger notre planète, n'imprimez ce document que si nécessaire.