

# Présentation de la filière céréalière française



Conseil National de l'Alimentation  
le 1er juillet 2002

**CÉRÉALISTES**  
DE  
**FRANCE**

# **Présentation du groupe Céréaliers de France**

Le groupe Céréaliers de France a pour objectif l'expansion et la compétitivité de l'économie céréalière française. Afin d'assurer le développement de la production, son adaptation aux besoins du marché et de ses débouchés, Céréaliers de France, représente et défend les intérêts de l'ensemble de la filière céréalière auprès des instances décisionnaires à Paris, Bruxelles, Washington, Varsovie, au Caire, à Pékin, à Casablanca...

# 5 organisations au service de la filière céréalière

**l'AGPB**, syndicat des producteurs de céréales et  
structure fondatrice du groupe

**L'ITCF**, organisme de recherche appliquée

**Unigrains**, établissement financier du groupe

**France Export Céréales**, entité chargée de la promotion des céréales françaises à  
l'étranger

**Univers Céréales**, collective chargée d'informer le grand public sur tous les  
produits issus des céréales

# Création d' Intercéréales

Cette interprofession a été créée en juin 2001 par 14 organisations professionnelles du secteur céréalier.

3 collèges constituent Intercéréales  
pour les producteurs  
pour la collecte approvisionnement  
pour la première transformation

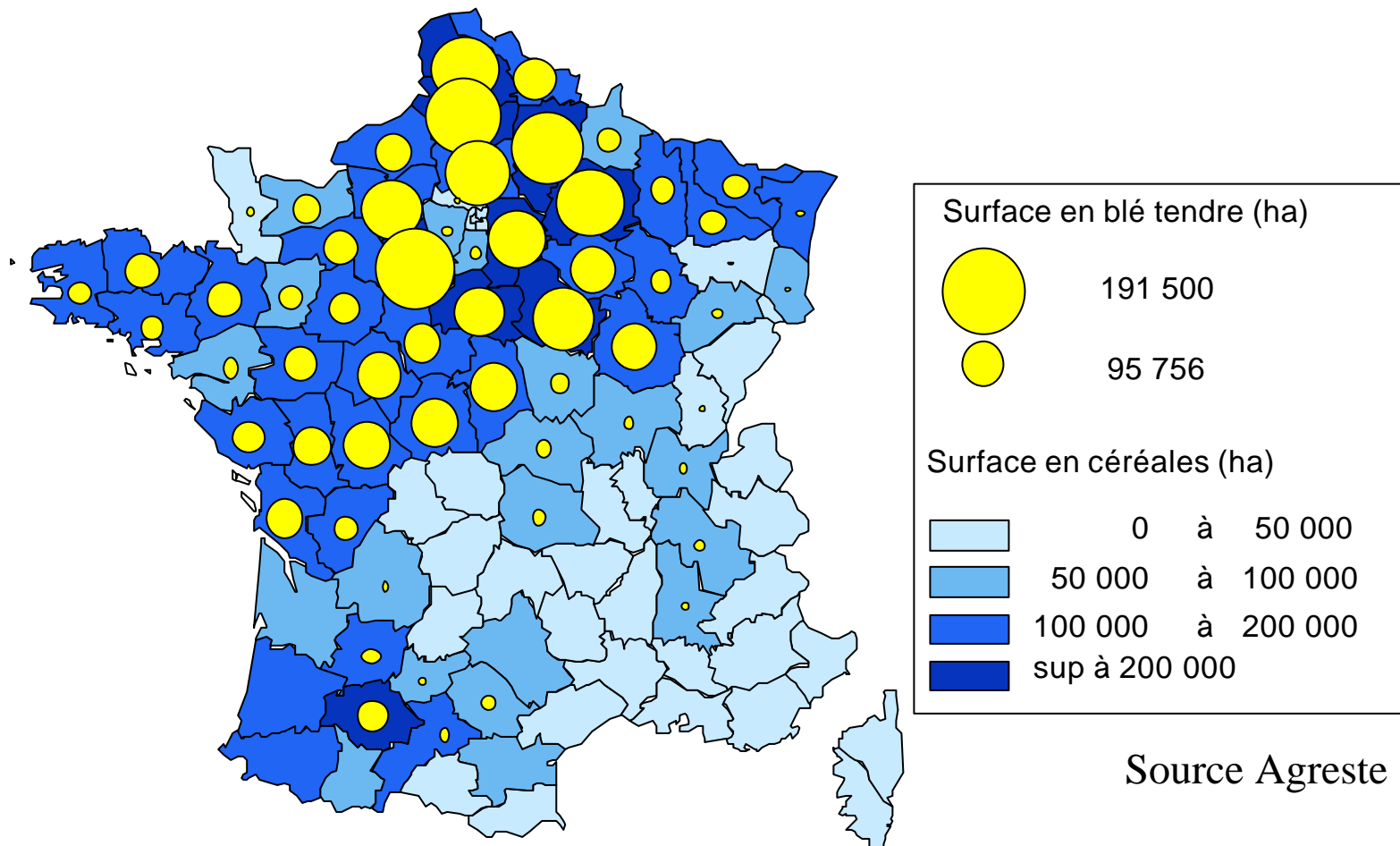
# **Place des céréales dans l'économie agricole française**

# Une production présente sur tout le territoire

✂ En France, les céréales occupent 9 millions d'hectares\* soit

✂ 32% de la Surface Agricole Utilisée

✂ 49% des terres arables



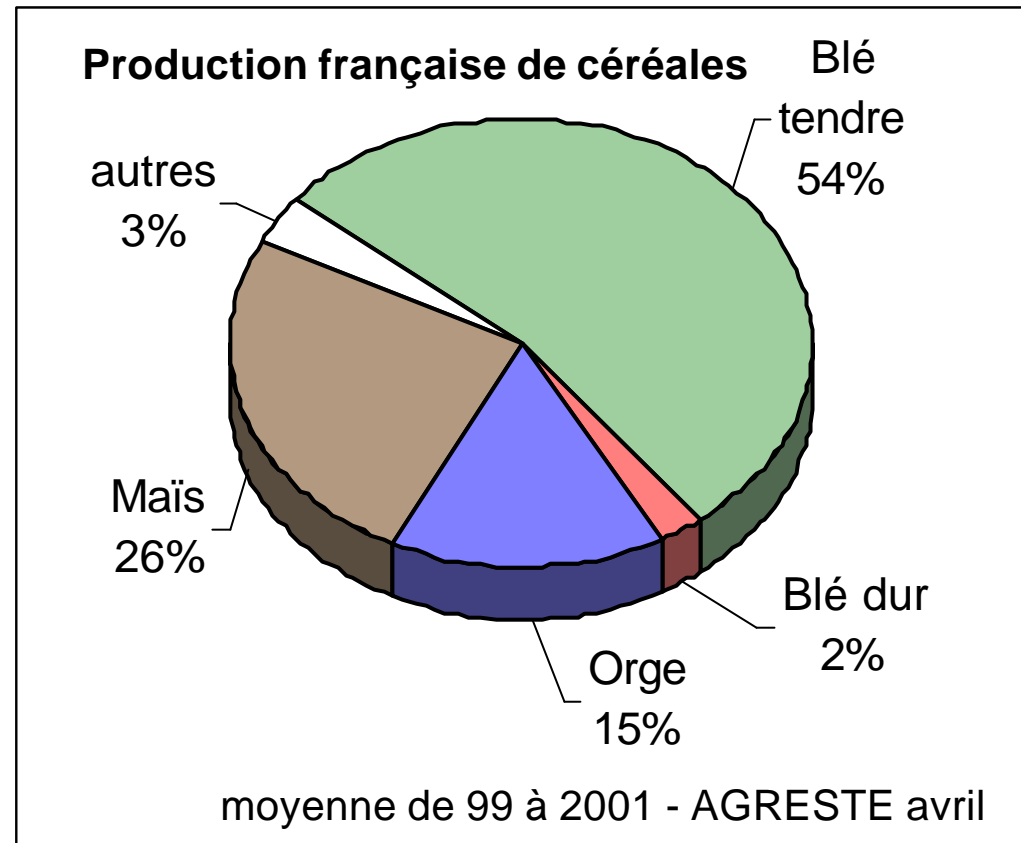
# La France produit 64 millions de tonnes de céréales,

## Production

moyenne 1999 à 2001

Blé tendre	33.8
Blé dur	1.5
Orge hiv	6.8
Orge print	2.8
Avoine	0.5
Seigle	0.2
Sorgho	0.4
Triticale	1.2
Maïs	16.1
total	63.5

en millions de tonnes



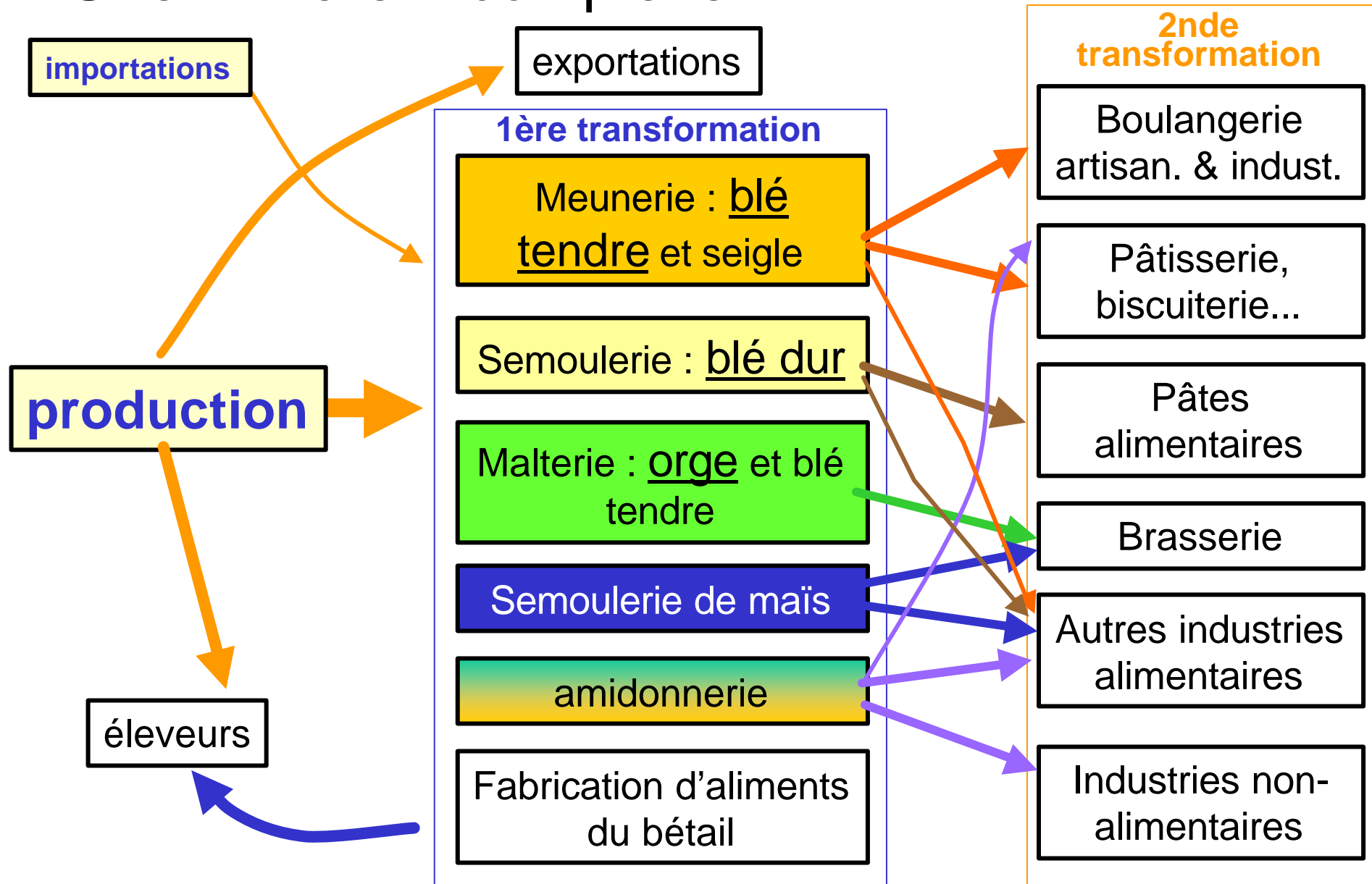
- ✂ Pour un chiffre d'affaires « sortie exploitation » de 6,7 milliards d'Euro représentant 12% du CA de l'agriculture (hors subventions)

## En conclusion:

- ✍ Les céréales occupent près 1/3 de la SAU
- ✍ La production représente 12% du CA de l'agriculture
- ✍ La France, avec 30% du total, est le premier pays producteur de céréales de l'Union Européenne.

Débouchés,  
bilan des utilisations

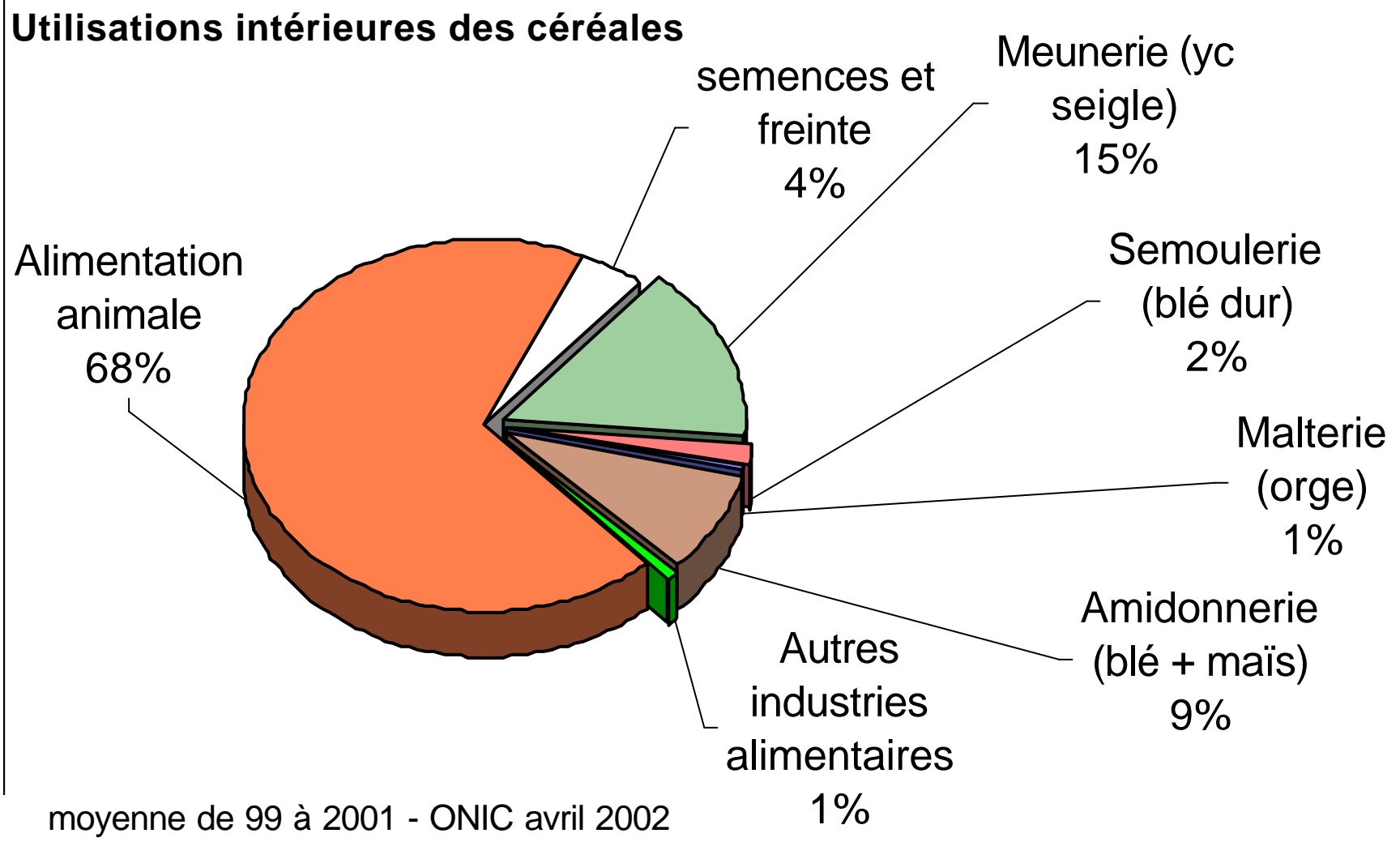
# Une « filière » complexe ...



# Les utilisations des céréales

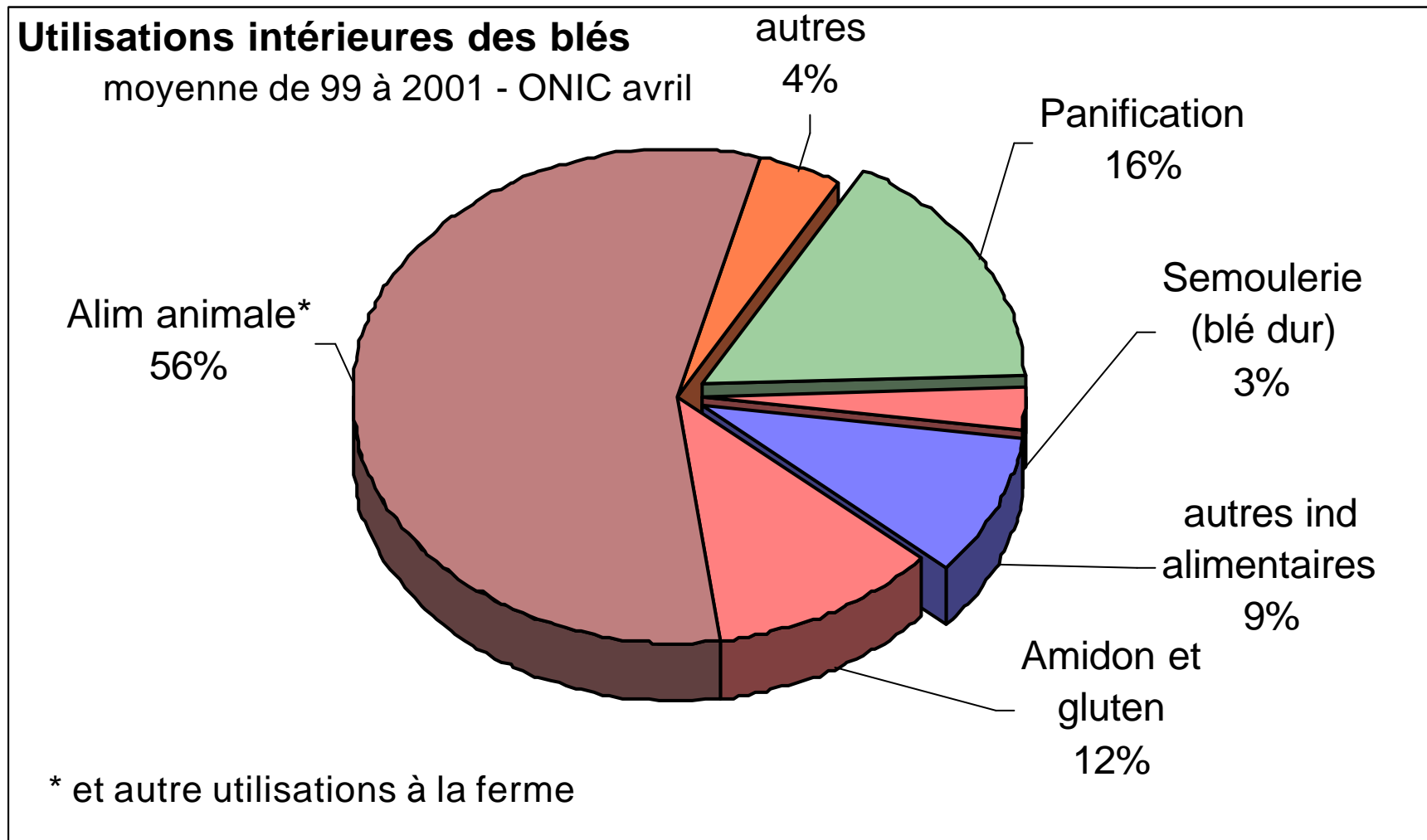
✎ Sur une production de 64 Mt, 34 sont exportées (y compris produits) et 31 sont consommées en France.

✎ Dont 23% en alimentation humaine



# Le blé : principale céréale en alimentation humaine

✍ sur 37 Mt, 51% sont utilisés en France et 49% sont exportés sous forme de grains ou de produits de première transformation.

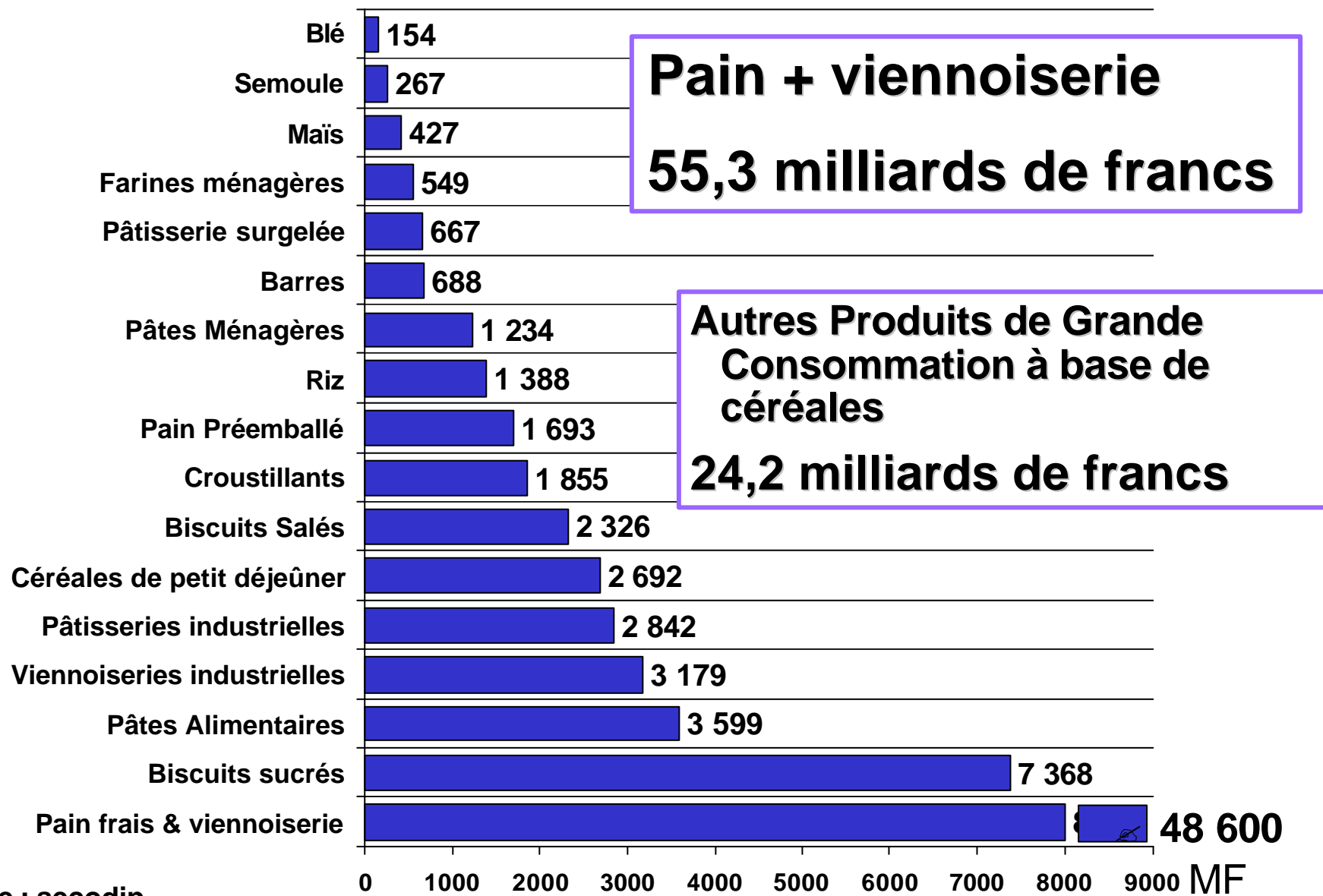


# Céréales & Alimentation humaine en France

# Consommation à domicile de pain et produits d'épicerie à base de céréales

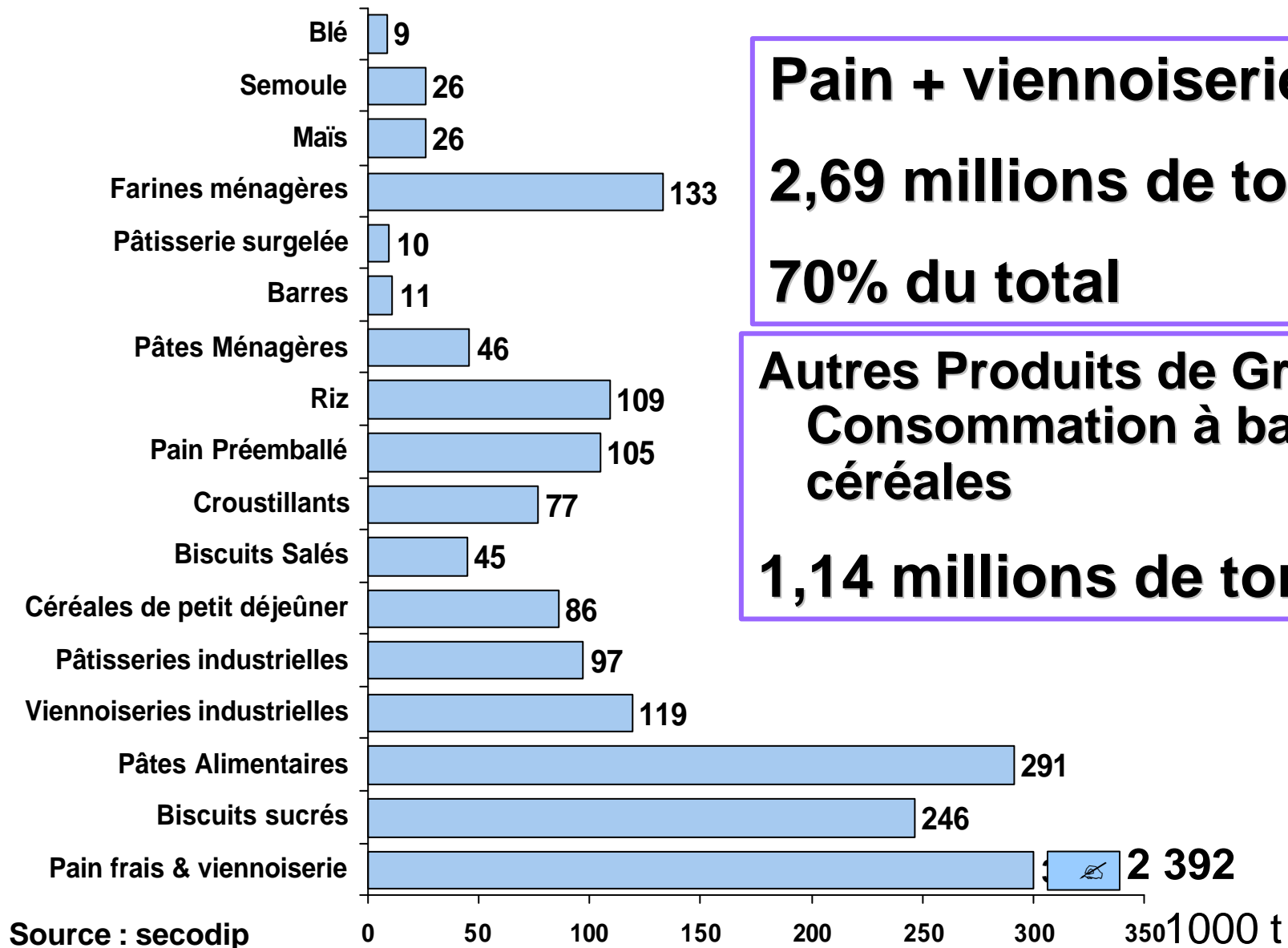
- ✍ D'après les panels « Produits de Grande Consommation à base de céréales » et « pain frais et viennoiserie fraîche » de SECODIP
- ✍ Les données recueillies mesurent
  - ✍ Les achats des ménages
  - ✍ Pour leur consommation à domicile

# Les ménages achètent pour près de 79,5 milliards de francs de pain et produits d'épicerie à base de céréales



Source : secodip

# Les ménages achètent pour près de 3,83 millions de tonnes de pain et produits d'épicerie à base de céréales



**Pain + viennoiserie**

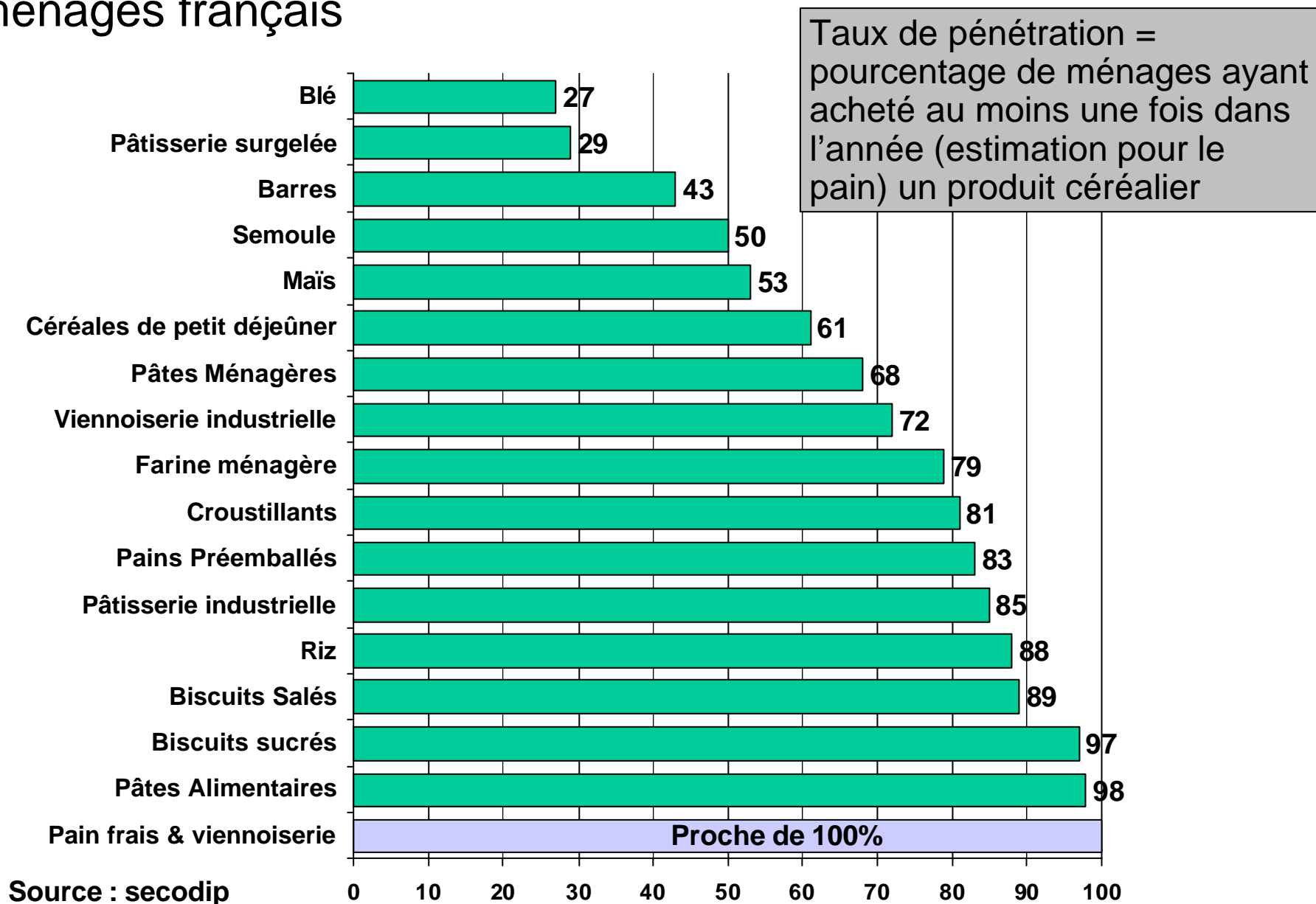
**2,69 millions de tonnes**

**70% du total**

**Autres Produits de Grande  
Consommation à base de  
céréales**

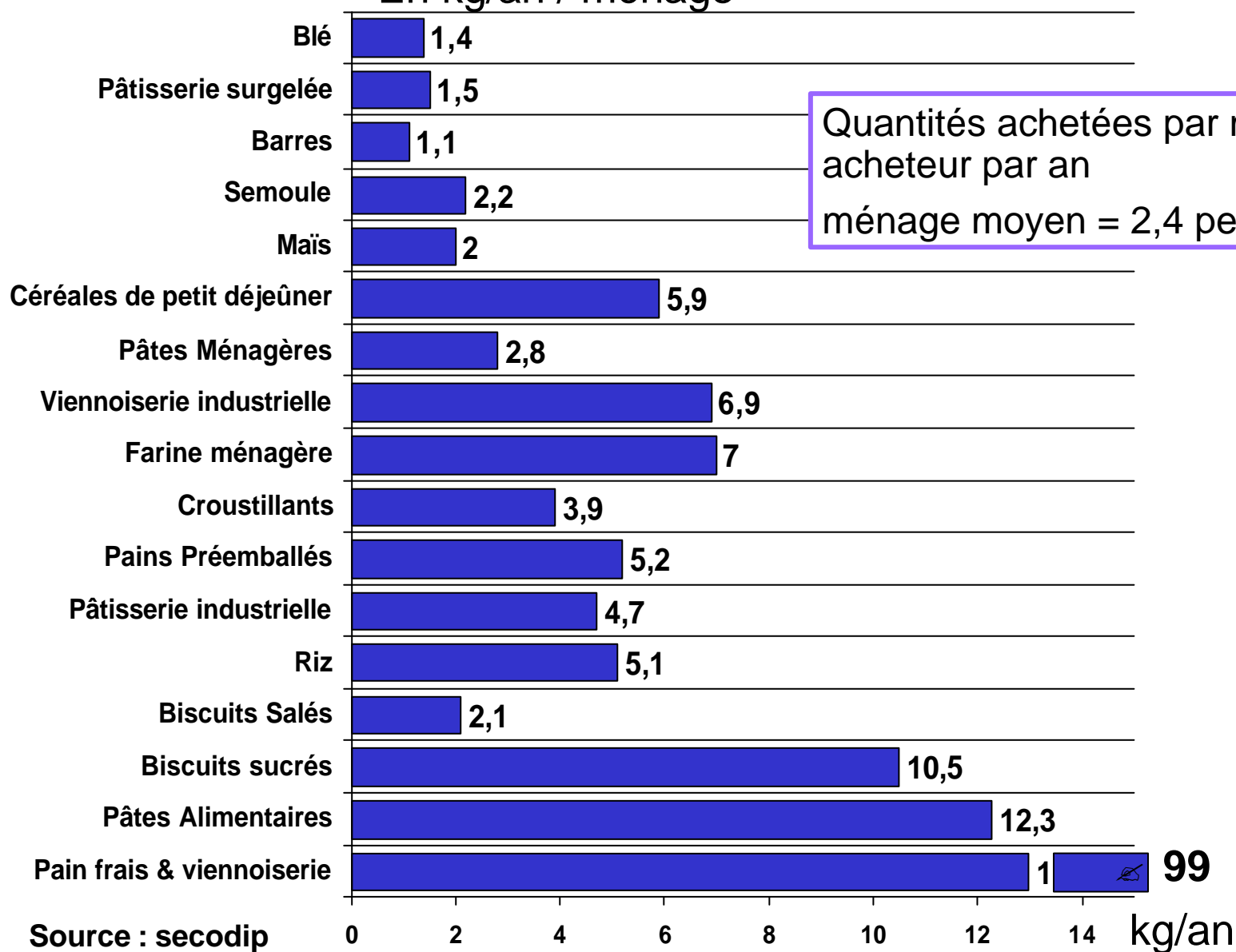
**1,14 millions de tonnes**

# Les produits céréaliers : des taux de pénétration élevés dans les ménages français



# Des niveaux très variés d'achats de produits céréaliers par ménage

En kg/an / ménage

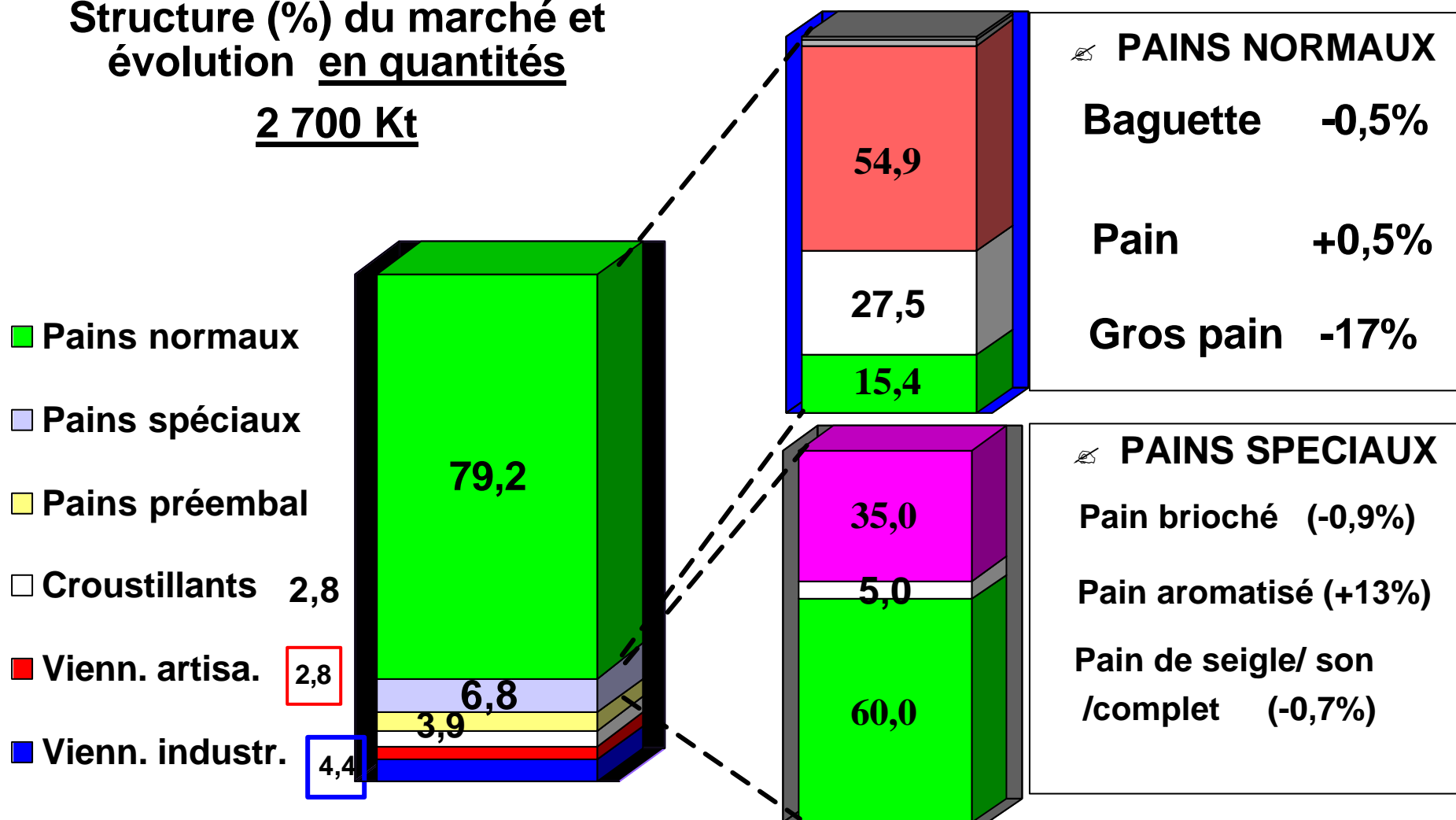


# Le marché des pains et viennoiseries en 2000

Le pain normal représente en volume 80% des achats totaux de pains et viennoiseries

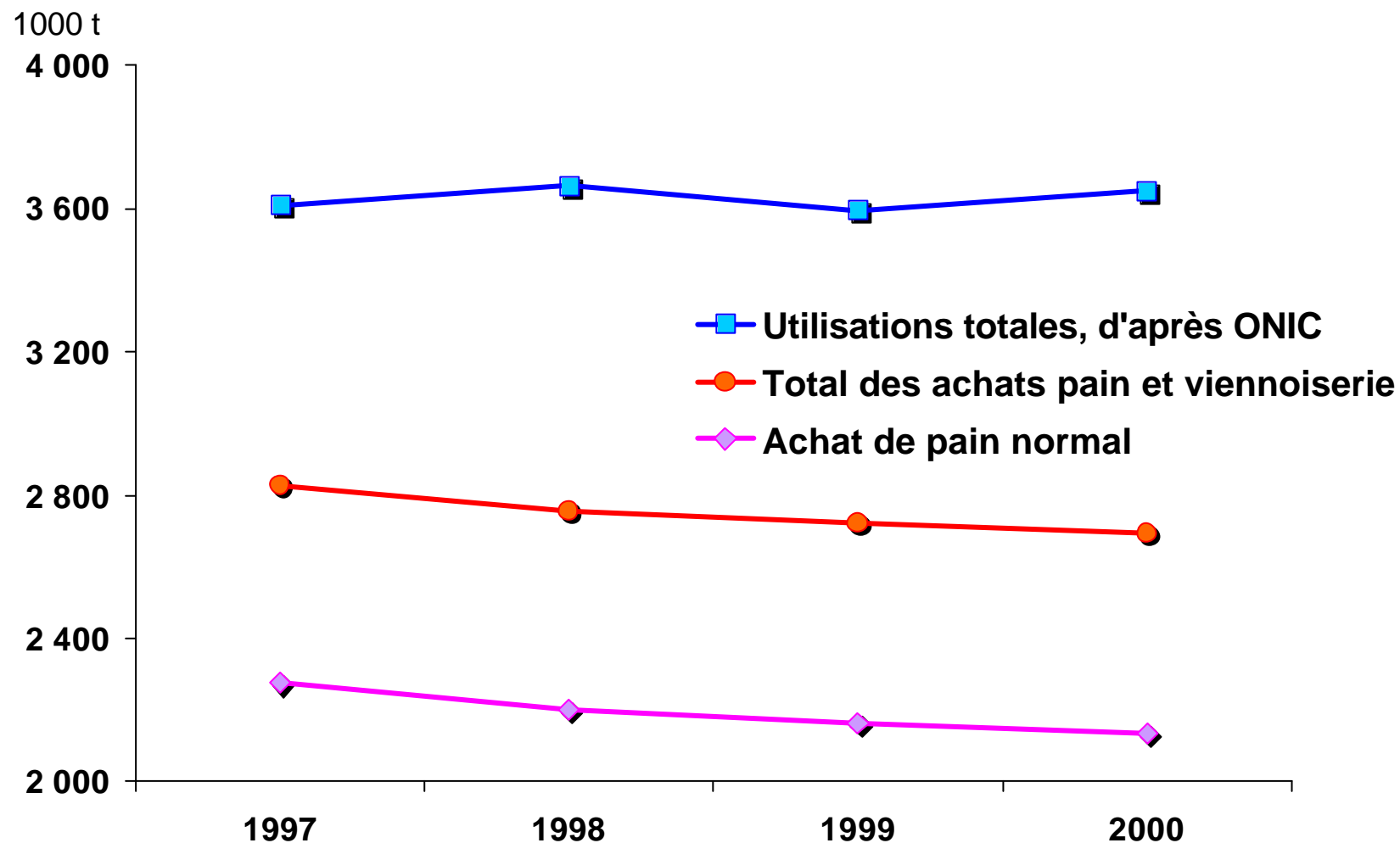
## Structure (%) du marché et évolution en quantités

2 700 Kt


































Source : secodip

Érosion des quantités de produits de panification et viennoiserie achetés pour la consommation à domicile mais relative stabilité des utilisations par bilan : croissance de la consommation hors domicile (sandwichs...)



Source : secodip, Onic

# Les céréales dans l'alimentation : des modes de consommation qui se complexifient

	AUJOURD'HUI ET DEMAIN
<h2 data-bbox="488 395 631 456">HIER</h2>	
 Pain	  Farine en sachet
 Biscottes...	  Pain et pâtisserie artisanale
 Pâtisserie artisanale	  Pâtes sèches
 Farine en sachet	  Biscuits
 Biscuits	  Céréales petit déj
 Pâtes sèches	  Sandwichs
 Riz, polenta, couscous	  Pizza, et autres Quiche, Tartes, Tourtes
 Céréales petit déj type corn flakes	  Pâtisserie industrielle
	  Pâtes fraîches
	  Pâtes ménagères
	  Plats cuisinés frais
	 etc...

Moins de produits strictement céréaliers, plus de produits élaborés

# Conclusions

- ✍ La part de la matière première infime dans le prix final de certains produits: le blé = 3 cts d '€ dans une baguette
- ✍ Une multitude de produits et d 'acteurs
- ✍ Une filière qui offre des produits de plus en plus élaborés
- ✍ Des produits innovants en pleine évolution (blé légumes, diverses céréales à cuire)
- ✍ Erosion de la consommation à domicile des produits dits « classiques et traditionnels »

# III / Céréales & Nutrition

- ✍ Le PNNS, rappel du contexte
- ✍ Constats généraux
- ✍ Atouts et faiblesses des produits céréaliers

# Le Programme National de Nutrition et de Santé

- ✍ Lancé en janvier 2001 suite aux Etats Généraux de l'Alimentation
- ✍ Associe l'ensemble des acteurs publics et privés
- ✍ Un objectif général : améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs qu'est la nutrition

## Constats Généraux (Extraits)

- ✍ Les maladies cardio-vasculaires sont aujourd'hui la 1<sup>ère</sup> cause de mortalité en France (32% des décès)
- ✍ L'obésité concerne 7 à 10% des adultes et 10 à 13% des enfants de 5 à 12 ans, en (augmentation dramatique depuis quelques années)
- ✍ La prévalence du diabète, tous âges confondus, estimée à 2/ 2,5%

# Extrait des conclusions du Rapport du Haut Comité de Santé Publique sur l'alimentation des français (juin 2000)

- ✍ Carence de la consommation de glucides complexes: 35% de l'apport énergétique journalier au lieu de 50/55%
- ✍ déficiences nutritionnelles en protéines végétales
- ✍ déficiences en nombreux minéraux, oligo - éléments et vitamines
- ✍ Carence de la consommation de fibres

# Objectifs nutritionnels prioritaires en terme de Santé Publique (Extraits)

- ✍ Augmenter l'apport glucidique à plus de 50%
- ✍ Augmenter l'apport en fibres de 50%
- ✍ Augmenter la consommation de fruits et légumes
- ✍ Augmenter la consommation de calcium
- ✍ Réduire de 20% la prévalence du surpoids et de l'obésité
- ✍ Réduire les apports lipidiques à moins de 35% de l'apport énergétique journalier

# Atouts des produits céréaliers

- ✍ La place privilégiée des céréales dans l'alimentation: la base de la pyramide alimentaire
- ✍ Des aliments très variés, faciles à préparer, accessibles à tous les palais
- ✍ Constituent des plats principaux ou des accompagnements
- ✍ Sucrés ou salés, ils s'adaptent à tous les styles de vie, à tous les moments de consommation, à toutes les situations

# Atouts des produits céréaliers

- ✍ **Les glucides complexes** = nutriment énergétique principal
  - ✍ - ils sont essentiels au fonctionnement du muscle et du cerveau
  - ✍ - absorbés lentement par l'organisme, ils régulent la sensation de faim et limitent donc le grignotage.
  - ✍ - ils limitent la constitution de réserve de graisse
  - ✍ - ils potentialisent l'assimilation des protéines
- 
- ✍ **Les protéines végétales** sont nécessaires à la structure de notre corps et régulent la quantité de glucides dans notre sang (glycémie)

# Atouts des produits céréaliers

- ✍ **Les fibres** régulent de nombreuses réactions internes et jouent un rôle important dans la prévention de certaines maladies (cancer, maladies cardiovasculaires, obésité, diabète...)
- ✍ **La vitamine B** contenue en quantité importante dans les céréales améliore le rendement énergétique du corps, **la vitamine E**, anti-oxydant ralentit le vieillissement des cellules
- ✍ Les minéraux (**magnésium** en particulier) et oligo-éléments (**fer, cuivre, zinc**)

# Atouts des produits céréaliers

- ✍ Pour **les enfants et adolescents** : les nutriments fondamentaux pour la croissance, les activités intellectuelles et les dépenses physiques
- ✍ Pour **les sportifs** : le carburant indispensable pendant et après l'effort
- ✍ Pour **les femmes enceintes** : les céréales « anti-fringale » pour manger « équilibré »
- ✍ Pour **les séniors** : un moyen de préserver son capital santé, un gage de longévité

# Atouts des produits céréaliers

- ✍ Les céréales pour **mieux maigrir** : la digestion lente et progressive des céréales permet de limiter le stockage des graisses
- ✍ Les céréales et **la prévention des maladies cardiovasculaires**. Les céréales de base (riz, pâtes...) pauvres en graisses mais riches en glucides complexes contribuent à une bonne répartition des apports énergétiques.
- ✍ Les céréales et **le diabète** : leur composition assure une distribution lente des glucides, favorable à une bonne régulation interne (sécrétion régulière de l'insuline)
- ✍ Les céréales pour lutter contre **les troubles intestinaux** : les fibres des céréales complètes améliorent le transit intestinal

# Les faiblesses des produits céréaliers

A la multiplicité des produits s'ajoutent une grande disparité dans la valeur nutritionnelle qu'ils offrent aux consommateurs

- ✍ Effet du raffinage
- ✍ Addition de sucre, de graisse ou de sel en trop grande quantité
- ✍ Allergies au gluten

# IV / Les axes stratégiques d'Univers Céréales en matière d'information « Nutrition & Santé »

- ✍ Présentation de la collective: ses membres, ses missions
- ✍ La logique interprofessionnelle
- ✍ Les objectifs de la communication nutritionnelle grand public
- ✍ Les actions déjà menées et à venir

# Les membres d 'Univers Céréales

## 1998 à 2001

- ✍ les producteurs de blé de maïs et de riz,
- ✍ les coopératives et négociants
- ✍ les meuniers, les semouliers, les pastiers
- ✍ l 'ONIC, le Ministère de l 'agriculture, la DGCCRF

## Depuis la création d 'Intercéréales

- ✍ tous les les producteurs de céréales françaises
- ✍ les coopératives et négociants
- ✍ les meuniers, les malteurs, les semouliers, les pastiers, les amidonniers

## Présentation de la collective

Créée en 1998 à l'initiative des producteurs de céréales, Univers Céréales a pour mission:

- d'informer le public sur les céréales cultivées en France et sur leurs modes de transformation
- de mieux faire connaître les produits de consommation qui en sont issus

Ceci afin de **recréer le lien entre l'univers du producteur et celui du consommateur.**

# La logique Interprofessionnelle

- La matière première comme élément commun et fondateur de l'ensemble de la filière et de ses produits
- des messages génériques et horizontaux au service de l'intérêt général
- Univers Céréales: un outils au service de l'interprofession

# Les 4 axes de promotion et de communication

- ✍ Un Observatoire de la consommation des produits céréaliers (panels et études scientifiques)
- ✍ Une cellule de veille et de sécurité alimentaire
- ✍ Un centre d 'information et de documentation
- ✍ Les salons et manifestations de relations publiques
- ✍ La communication santé et nutritionnelle

# Les objectifs de la communication nutritionnelle grand public

- ✍ Valoriser les atouts nutritionnels des produits céréaliers
- ✍ S'inscrire dans la démarche du PNNS en réhabilitant les produits céréaliers comme base de l'équilibre alimentaire, tout en tenant compte de l'impact du raffinage sur les produits finis
- ✍ Etablir un double niveau de communication : d'une part pour les professionnels de santé et d'autre part pour le consommateur

# Les actions déjà menées

- ✍ Soutien de la recherche nutritionnelle à travers le financement de thèse notamment sur les fibres et les protéines végétales
- ✍ Mise en place d'un Comité Scientifique au sein de la filière
- ✍ Réalisation d'études auprès des professionnels de santé afin de recueillir leurs appréciations et leurs attentes d'information et d'outils nécessaires pour réaliser des conseils personnalisés lors des consultations
- ✍ Participation au Medec sur l'espace Nutria en 2001 sur le thème « alimentation, Nutrition et Santé »

# Les actions déjà menées

- ✍ **Une rubrique nutrition dans un kit pédagogique** pour les 8 à 12 ans
- ✍ Réalisation d'une **brochure de 16 pages** « les céréales au cœur de la santé »
- ✍ Réalisation d'un **reportage** de 15 minutes sur la chaîne de Canalsatellite « **Santé Vie** » sur le thème « les céréales, bienfaits nutritionnels » avec comme exemple la filière blé tendre
- ✍ **Insertion** dans le N° spécial du magazine « **Cœur & Santé** » édité à 3 000 exemplaires par la Fédération Française de Cardiologie, sur le thème « Céréales et prévention des maladies cardio-vasculaires »

# Les actions à venir

- ✍ Une lettre d'information des médecins généralistes, pédiatres, nutritionnistes et diététiciennes
- ✍ un kit pédagogique spécial nutrition pour les restaurants et cantines scolaires en association avec le CIDIL, le CIV et Interfel
- ✍ Des brochures spécifiques en fonctions des types de vie et de consommation
- ✍ Des brochures en fonctions des pathologies
- ✍ Des publi-rédactionnels dans la presse féminines, santé et familiales