



# La filière bovin lait française

Analyse de la création et de la répartition de la valeur tout au long de la chaîne de valeur du lait et lien avec ses enjeux de durabilité

**RAPPORT DE RECHERCHE**

Décembre 2023

un rapport  
du **BASIC**

# SOMMAIRE

<b>Table des figures</b> .....	<b>5</b>
<b>Table des tableaux</b> .....	<b>7</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Une consommation en masse de produits laitiers transformés et importés</b> .....	<b>9</b>
1.1 Une consommation de produits laitiers à domicile en forte croissance, sur le long terme .....	9
1.2 L'importance et l'essor de la consommation « invisibilisée » de produits laitiers.....	13
1.3 En France, jusqu'à 30% des produits laitiers consommés chaque année sont issus de l'importation	15
1.4 Un succès à l'export qui s'érode.....	17
1.5 Une balance commerciale en perte de vitesse et déficitaire en volume .....	19
<b>2. La grande distribution, acteur structurant des filières laitières françaises</b> .....	<b>22</b>
2.1 La grande distribution, lieu d'achat quasi exclusif des produits laitiers.....	22
2.2 Le rayon produits laitiers stratégique pour la GMS .....	24
2.3 La guerre des prix menée par la grande distribution, y compris sur les produits laitiers différenciés ..	25
2.4 Les marques distributeurs, nouvel instrument structurant de la grande distribution .....	28
<b>3. Une industrie laitière en oligopole, calibrée pour produire des volumes non différenciés</b> .....	<b>31</b>
3.1 Coopératives et industriels privés du lait ont les mêmes métiers.....	32
3.2 La déconnexion physique entre matière première agricole et produit laitier .....	33
3.3 Une déconnexion économique qui s'ajoute à la déconnexion physique .....	35
3.4 Un modèle économique qui repose sur la valorisation des co-produits .....	38
3.5 Le poids des sites industriels de grande taille, calibrés sur du flux tendu en raison de la pression économique exercée en aval .....	40
3.6 Un « oligopole à frange » pour tous les produits laitiers .....	43
<b>4. Le difficile maintien de la diversité de la production laitière en amont</b> .....	<b>50</b>
4.1 Une production laitière diversifiée en termes de systèmes d'élevage, mais aussi de coûts de production	50
4.2 La dépendance à l'aide des éleveurs et éleveuses .....	52
4.3 L'intensification des pratiques pour sauvegarder les revenus.....	55
4.4 Une déprise laitière qui s'amplifie et un avenir incertain pour la filière .....	59
<b>5. La richesse créée par les produits laitiers est captée par l'aval au détriment de l'élevage</b> .....	<b>62</b>
5.1 Vision d'ensemble .....	62
5.2 Répartition de la valeur pour quelques produits emblématiques.....	64
5.2.1 Le lait UHT : une captation de valeur sur le long terme par les acteurs de l'aval .....	64

5.2.2	Le beurre : un crantage des prix à la hausse par les acteurs de l'aval en cas de flambée des cours des matières premières.....	65
5.2.3	Le camembert : un cas similaire au lait UHT dans un contexte de guerre des prix.....	66
5.3	Les causes systémiques .....	67
<b>6.</b>	<b>Les initiatives qui rémunèrent autrement les éleveurs et les éleveuses .....</b>	<b>70</b>
6.1	Retour sur les « laits engagés » : quelle rémunération pour les éleveurs et éleveuses ? .....	70
6.1.1	Positionnement et parts de marché.....	70
6.1.2	Le principe des accords tripartites .....	71
6.1.3	L'exemple de C'est qui le Patron ?! (CQLP) .....	72
6.1.4	Des résultats mitigés sur la rémunération des éleveurs et éleveuses, et de faibles volumes .....	73
6.2	Un premier bilan des AOP pour la valorisation du lait.....	75
6.2.1	Le principe des AOP et sa traduction en France .....	75
6.2.2	La maîtrise de la marque par l'amont et la gouvernance équilibrée, éléments clés pour accroître la part de valeur au maillon agricole.....	76
6.2.3	Les limites des AOP .....	78
6.3	Une filière bio à l'essor rapide, non concurrencée par les imports, mais en difficulté depuis l'inflation	79
6.3.1	Le succès des produits laitiers bio .....	79
6.3.2	Quels impacts sur la répartition de valeur et la rémunération de l'élevage ? .....	80
6.3.3	Le retournement actuel de conjoncture et ses conséquences .....	82
6.4	Les circuits courts et le contrôle de l'amont sur la chaîne de valeur.....	83
6.5	Déterminer un prix qui rémunère les agriculteurs.....	85
6.5.1	EGAlim : revenir à l'esprit de la législation .....	85
6.5.2	Interpréter le droit de la concurrence pour permettre une régulation des prix et des volumes...	86
<b>8.</b>	<b>Annexes .....</b>	<b>88</b>
8.1	Annexe 1 : Utilisation des données OFPM des marges (agricoles, IAA, distribution).....	88
a.	Découpe de la valeur par maillon.....	88
b.	Maillon production agricole.....	89
c.	Maillon transformation.....	92
d.	Maillon distribution .....	93
8.2	Annexe 2 : Découpe de la valeur selon les maillons.....	94
a.	Revenu des agriculteurs et agricultrices et les soutiens financiers publics.....	94
b.	Valeur ajoutée du maillon agricole .....	96
c.	Valeur ajoutée des IAA laitières.....	97
d.	Valeur ajoutée de la distribution.....	98

8.3	Annexe 3 : Méthodologie sur le traitement des données de flux de volume de la filière lait de vache du projet Référentiel Flux (2023) .....	99
a.	Spécificités de la filière lait.....	99
b.	Choix de l'unité : tonnes équivalent lait cru .....	99
c.	Catégorisation et hypothèses .....	100
d.	Résultats de la modélisation de flux en éqmp.....	101
e.	Comparaison/différences avec des sources alternatives .....	105
8.4	Annexe 4 : Méthodologie sur la typologie des exploitations agricoles en bovin.....	108
8.5	Annexe 5 : Répartition des volumes de fromages exportés (2000 – 2021).....	113
8.6	Annexe 6 : Les exportations de produits laitiers en valeur (2000 – 2021).....	114
8.7	Annexe 7 : Chiffres clé de la filière lait en France .....	115
8.8	Annexe 8 : Bibliographie bovin lait.....	117

# Table des figures

Figure 1 : Évolution de la part du budget alimentaire des ménages consacré aux produits laitiers 1959 - 2021	9
Figure 2 : Évolution des achats de produits fabriqués à partir de lait de vache en France 2016-2021	10
Figure 3 : Fabrication française des principaux produits laitiers, exprimée en kT équ lait cru, 2019	12
Figure 4 : Consommation française des principaux produits laitiers, exprimée en kT équ lait cru, 2019	12
Figure 5 : Débouchés des produits principaux et coproduits issus du lait de vache en 2019 (kT produits transformés)	13
Figure 6 : Origine des produits et coproduits laitiers en fonction des débouchés en 2019 (kT de produits transformés)	15
Figure 7 : Importations françaises de produits laitiers exprimées en kT équ lait cru, 2019	16
Figure 8 : Quantités de produits laitiers consommées en France et exportées en 2019 (kT de produits transformés)	17
Figure 9 : Valeur des exportations de produits laitiers en 2021	17
Figure 10 : Quantités exportées de fromages par catégorie de produit (tonnes), 2021	18
Figure 11 : Evolution de la production laitière en Chine (1990-2022)	19
Figure 12 : Ratio entre la valeur des exportations et des importations françaises des produits laitiers 2002-2022	20
Figure 13 : Flux simplifié des volumes de produits laitiers fabriqués, consommés, importés, exportés en 2019	21
Figure 14 : Répartition des sommes dépensées par type de produit laitier et par circuit de distribution (2021)	22
Figure 15 : Parts de marché des principaux distributeurs français en alimentaire en 2023	23
Figure 16 : Contribution au chiffre d'affaires des rayons frais de la GMS en 2021, en pourcentage	24
Figure 17 : Marges brutes des principaux rayons des GMS en 2021, en pourcentage	24
Figure 18 : Marges nettes des principaux rayons des GMS en 2021, en pourcentage	25
Figure 19 : Prix moyen des produits laitiers selon leur vente en circuits spécialisés ou en circuits généralistes (2021)	26
Figure 20 : Prix moyen des produits laitiers, par circuit de vente hypermarché, supermarché ou discount (2021)	27
Figure 21 : Parts de marché des MDD sur les ventes de fromages (2021) et de beurre (2022)	28
Figure 22 : Découpe de la valeur de produits beurre et camembert chez Franprix, en 2017 (€/kg de produit fini)	29
Figure 23 : Schéma simplifié de l'écémage du lait	33
Figure 24 : Schéma de l'écémage du lait	34
Figure 25 : Schéma de la fabrication de fromage à pâte molle	34
Figure 26 : Relevé de prix de l'emmental râpé vendu en ligne par un leader de la grande distribution	36
Figure 27 : Principales marques des industries laitières françaises	37
Figure 28 : Débouchés des produits principaux et coproduits issus du lait de vache en 2019 (kT produits transformés)	39
Figure 29 : Cours mondiaux de poudre 0%, poudre 26% MG, poudre de lactosérum (2020-2023)	40
Figure 30 : Part de production des produits laitiers, selon la taille de l'usine de fabrication, en 2019	42
Figure 31 : Schéma-type des flux de matières dans un groupe laitier	44
Figure 32 : Indicateurs socio-économiques des fabricants de produits laitiers, par taille d'entreprise en 2020	44
Figure 33 : Taux de concentration de la production des industries laitières en 2019 (top 3 et top 10)	45

Figure 34 : Cartographie des systèmes laitiers en France .....	50
Figure 35 : Cartographie de l'évolution du cheptel de vaches laitières entre 2010 et 2020 en France.....	51
Figure 36 : Coûts de production du lait en France par région de production (2013) .....	51
Figure 37 : Évolution du prix du lait de vache conventionnel « sorti de ferme » en euros courants et constants en moyenne nationale annuelle entre 1999 et 2023.....	53
Figure 38 : Part des subventions d'exploitation dans le RCAI des exploitations laitières spécialisées par unité de travail non salarié (UTANS) entre 2011et 2021, et nombre de SMIC horaire équivalent au RCAI .....	54
Figure 39 : Revenu disponible moyen des ménages agricoles selon la production agricole en 2018 .....	55
Figure 40 : Évolution de la capacité des exploitations à générer un résultat entre 2000 et 2020.....	56
Figure 41 : Évolution de la production de lait et du revenu par 1 000 litres.....	56
Figure 42 : Répartition des exploitations laitières de plaine en fonction du système fourrager .....	57
Figure 43 : Taille du cheptel et part de maïs dans la surface fourragère principale, en 2020 .....	58
Figure 44 : Évolution du nombre de vaches laitières et allaitantes et projection 2030 .....	59
Figure 45 : Scénario d'évolution des systèmes de production en bovin lait par l'IDDRI .....	61
Figure 46 : Répartition de la valeur ajoutée et des bénéfiques créés par la filière lait, ainsi que des subventions versées .....	62
Figure 47 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, d'un litre de lait demi écrémé UHT « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution .....	64
Figure 48 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, du beurre plaquette 250 g « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution.....	65
Figure 49 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, du camembert « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution .....	66
Figure 50 : Schématisation des causes systémiques des principales dynamiques économiques de la filière lait .....	67
Figure 51 : Part de marché des intervenants du marché du lait conditionné sur 1,9 milliard d'euros (2021) ..	71
Figure 52 : Prix consommateurs et prix payés au maillon agricole pour les laits engagés (par litre, en 2016) ..	73
Figure 53 : Comparaison du prix du lait standard par région en France entre 1995 et 2015 (€/litre) .....	78
Figure 54 : Évolution des parts de marché du bio, par type de produit laitier (2015-2021).....	80
Figure 55 : Indice des prix à la consommation des produits laitiers entre janvier 2017 et juillet 2023 .....	82
Figure 56 : Évolution des ventes de produits laitiers bio et non bio en volume (2022 vs 2021).....	82
Figure 57 : Évolution du prix annuel du lait biologique et du lait standard (38/32), 2010-2022 .....	83
Figure 58 : Localisation des exploitations transformant du lait à la ferme (2010) .....	84
Figure 59 : Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution .....	89
Figure 60 : Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées .....	91
Figure 61 : Coût de production moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées .....	91
Figure 62 : Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution, avec détail des coûts de la matière première entre 2005 et 2022 .....	92
Figure 63 : Structure du compte de résultat moyen des exploitations laitières spécialisées .....	95
Figure 64 : Valeur ajoutée : coûts et bénéfiques (nuls) des élevages laitiers en million €.....	96
Figure 65 : Répartition de la valeur ajoutée créée par la filière lait en 2018, 2020 et 2021 (en millions €).....	97
Figure 66 : Répartition de la valeur ajoutée créée par les GMS de 2018 à 2021 (en millions €).....	98
Figure 67 : Exemple de diagrammes de décomposition de produits laitiers .....	100
Figure 68 : Produits laitiers (produits principaux et coproduits) en millions de tonnes éqmp.....	103
Figure 69 : Origine des débouchés des produits principaux (kT de produits finis) - 2019.....	104

Figure 70 : Modélisation simplifiée des flux de produits laitiers .....	104
Figure 71 : Production et importations des principaux produits laitiers (kt produits finis 2019) .....	107
Figure 72 : Origine des produits laitiers consommés en tonnes de produits finis (2019) .....	107

## Table des tableaux

Tableau 1 : Ratio du prix de vente en circuits spécialisés par rapport au circuit généralisé (2021).....	26
Tableau 2 : Volumes des co-produits fabriqués en France en 2019 .....	39
Tableau 3 : Part des aides publiques suivant les sous-filières bovines (2010 – 2019).....	54
Tableau 4 : Systèmes de production agricoles pour les OTEX produisant du lait de vache .....	60
Tableau 5 : Comparaison des volumes et des prix selon la qualité des laits collectés en France en 2020 .....	74
Tableau 6 : Volumes de lait collectés en France et parts de marchés des produits laitiers consommés en France en 2021, selon leur qualité (SIQO) .....	76
Tableau 7 : Parts de marché en biologique, selon les produits laitiers (2021) .....	79
Tableau 8 : Catégorisation des produits principaux et coproduits laitiers .....	100
Tableau 9 : Résultats de la modélisation des flux en volume des produits laitiers principaux (ktéqmp) .....	102
Tableau 10 : Résultats de la modélisation des flux en volume des coproduits laitiers (ktéqmp) .....	102
Tableau 11 : Typologies élaborées par l'IDDRI .....	108
Tableau 12 : Typologies d'exploitations agricoles en lien avec les enjeux économiques du secteur .....	110
Tableau 13 : Regroupement des systèmes de production agricoles par modèle. ....	112
Tableau 14 : Chiffres clés de la filière laitière .....	115

# Introduction

Alors que les prix des produits laitiers achetés en magasins ont connu une inflation de 27% depuis fin 2021 - en comparaison de 20% pour le reste des produits alimentaires - le nombre d'exploitations et de vaches laitières ne cesse de diminuer, avec sur l'année écoulée un rythme de baisse inégalé depuis plus de 20 ans. Comment expliquer qu'au moment où la filière laitière crée une valeur sans précédent, le métier d'éleveur soit en pleine désaffection ?

Face à ce constat, La Fondation pour la Nature et l'Homme a mandaté le BASIC pour investiguer les enjeux de répartition de la richesse au sein de la filière laitière française, de rémunération des éleveurs, et ainsi mieux comprendre les marges de manœuvre économiques qui existent pour la transition écologique du secteur.

La présente étude dresse un état des lieux socio-économique à chaque maillon : élevage bovin-lait, transformation (artisanale comme industrielle) et distribution des produits laitiers. Elle investigate les principales questions suivantes :

- **Quelle est la richesse créée par la filière** et à quels maillons bénéficie-t-elle en premier ?
- Quels types d'acteurs créent davantage de richesse que d'autres et à quel degré ces acteurs dépendent des financements publics ?
- **Y-a-t-il des sous filières ou des circuits distincts** qui permettent de créer plus de bénéfices, en particulier au niveau agricole ?
- Quels liens entre les modèles économiques le long de la filière et les tendances d'agrandissement, de spécialisation et d'intensification des pratiques au maillon agricole ?

Pour y répondre, le présent rapport présente successivement :

- **les flux physiques du lait français collecté jusqu'aux produits laitiers consommés par les Français**, y compris le degré d'intégration de la filière française aux échanges commerciaux internationaux ;
- **les canaux de distribution des produits laitiers** avec un focus plus particulier sur le rôle de la grande distribution en termes de produits laitiers vendus, de prix de vente et de bénéfices générés ;
- **les processus de transformation des produits et les résultats économiques associés des différents types d'acteurs au maillon intermédiaire de la chaîne**, y compris leur degré d'intégration et de concentration et ses conséquences sur le fonctionnement de la filière ;
- **la diversité des élevages laitiers français**, les débouchés existants pour valoriser leurs spécificités, le niveau de rémunération que les agriculteurs et agricultrices en retirent et les aides publiques dont ils bénéficient ;
- **à l'échelle macro, la répartition de valeur entre les trois maillons précédents**, avec un focus plus spécifiques sur trois produits laitiers emblématiques ;
- **enfin, les initiatives qui cherchent à mieux valoriser le prix du litre acheté aux élevages laitiers français**, et leurs effets sur la rémunération des agriculteurs et agricultrices.



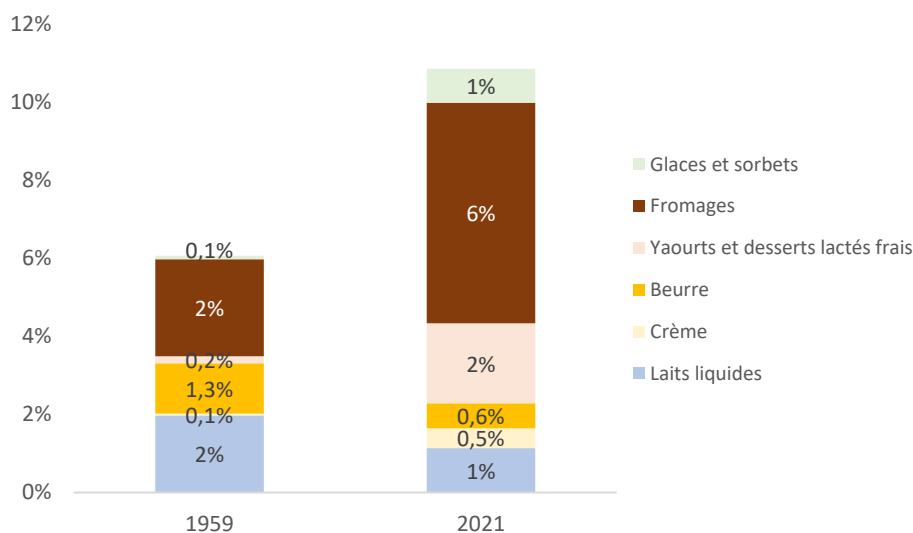
# 1. Une consommation en masse de produits laitiers transformés et importés

Les produits laitiers ont une place particulière dans le patrimoine culturel et culinaire français qui possède l'une des plus larges variétés de fromages au monde. Étroitement mêlés à l'histoire des territoires français, ces produits laitiers sont à l'origine associés à une aire géographique restreinte et des méthodes de production caractéristiques. Ils tirent souvent leur nom des lieux de production. Cet héritage culinaire est le reflet, au niveau agricole, de l'adaptation des différentes races de vaches à la variété des climats français et de l'aptitude des éleveurs et éleveuses à s'adapter à leur environnement naturel, social, comme économique<sup>1</sup>. En retour, de nombreux paysages ruraux ont été façonnés par l'élevage bovin ont fini par devenir des éléments essentiels de l'identité de nombreuses régions : bocages de Normandie, de Bretagne ou du Charolais, marais de l'ouest, alpages de Savoie, estives pyrénéennes, combes du Jura... Ces paysages d'élevage herbivore occupent le quart du territoire français et constituent un véritable capital culturel, économique et écologique.

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, la France a décidé de changer d'échelle sa production de lait de vache, afin de permettre la fabrication de produits laitiers en grandes quantités à des prix accessibles au plus grand nombre. Le beurre, le fromage et la crème, jusque-là plutôt réservés à une population aisée, sont ainsi devenus des produits consommés quotidiennement par la plupart des ménages, une tendance soutenue par des grandes campagnes de publicité pour promouvoir la consommation de produits laitiers. Cette évolution de la fabrication artisanale des produits laitiers vers une production industrielle est le point de départ pour comprendre la consommation actuelle des produits laitiers par les Français.

## 1.1 Une consommation de produits laitiers à domicile en forte croissance, sur le long terme

Figure 1 : Évolution de la part du budget alimentaire des ménages consacré aux produits laitiers 1959 - 2021



Source : INSEE, Enquête consommation des ménages, 2022

<sup>1</sup> Sénat (2008)

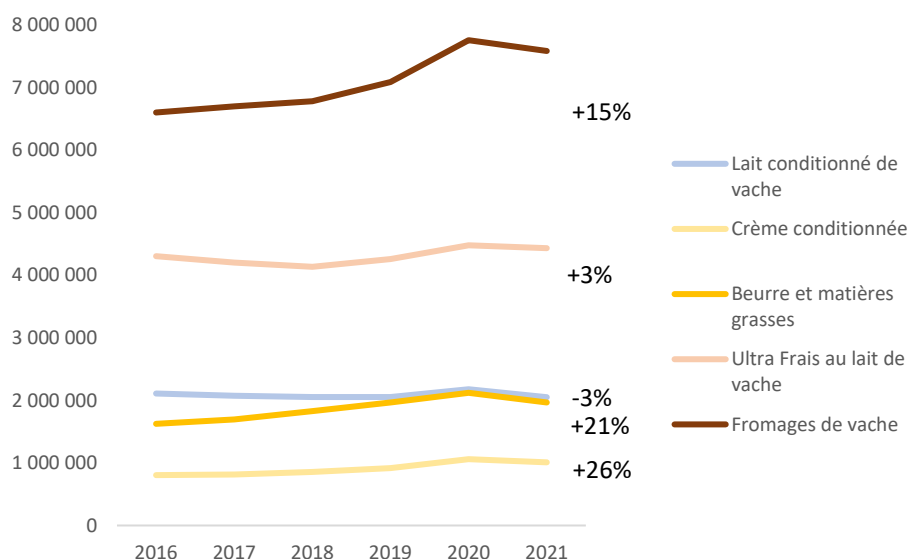
Depuis une soixantaine d'année, les Français ont augmenté leur consommation journalière de protéines, avec une substitution des produits végétaux par des produits animaux<sup>2</sup>. **Les produits laitiers en sont la principale illustration, la part du budget alimentaire que les Français leur consacrent ayant doublé depuis 1959, passant de 6% à 11%.**

Sur cette longue période, on constate :

- Une baisse de moitié de la part du budget consacré au lait conditionné (bouteille, tetrapack...)
- Une baisse de la part consacrée au beurre, qui est compensée par une hausse de celle de la crème
- **Une multiplication par 3** de la part du budget consacrée aux fromages
- **Une multiplication par 10** de la part consacrée aux glaces et sorbets, ainsi que de celle consacrée aux yaourts et desserts lactés, les Français étant devenus les plus gros consommateurs de yaourts au monde.

A noter que **cette forte progression des achats de produits laitiers s'est déroulée dans un contexte où la part de l'alimentation dans les dépenses totales des Français a notablement diminué en 60 ans** : alors que les ménages consacraient environ 35 % de leur budget à l'alimentation en 1959, ce taux est tombé à 20 % en 1990 et est resté stable depuis. Ce recul s'explique principalement par l'amélioration continue du pouvoir d'achat sur la période et par des arbitrages imposés (essentiellement la hausse du coût du logement et dans une moindre mesure de ceux liés à l'automobile).

Figure 2 : Évolution des achats de produits fabriqués à partir de lait de vache en France 2016-2021



Source : FranceAgriMer d'après des données Kantar, 2022

Comme illustré ci-dessus, **l'analyse des montants totaux d'achats de produits laitiers en France sur la période récente (2016-2021) montre la poursuite de la baisse des achats de lait conditionné (-3%), l'augmentation des achats de fromages (+15%), un tassement des achats de yaourts et desserts lactés (+3%) et une augmentation notable des achats de crème et de beurre (respectivement +26% et +21%). Au total, les achats de produits laitiers (lait de vache) par les particuliers sont estimés à 17 milliards d'euros en 2021, en progression de 10% depuis 2016.**

<sup>2</sup> Noziers et al. (2018) p. 70

La France se situe ainsi parmi les principaux pays de consommation au sein de l'Union européenne, cette dernière étant la 2<sup>ème</sup> zone de consommation au monde avec 288 Kg de produits laitiers par habitant et par an, juste derrière l'Australie (295 kg/hab/an), devant les États-Unis (272 kg/hab/an) et loin devant des pays comme l'Inde (avec seulement 98 kg/hab/an)<sup>3</sup>.

**Cette importante consommation de produits laitiers en France a été promue de longue date par les pouvoirs publics**, dans l'objectif d'améliorer l'équilibre alimentaire des Français et plus particulièrement d'augmenter la consommation de calcium d'origine laitier pour diminuer les risques d'ostéoporose et de fracture chez les personnes âgées<sup>4</sup>. Un exemple emblématique est la recommandation de « Manger 3 produits laitiers par jour » diffusée via le premier Plan National Nutrition Santé créé en 2001<sup>5</sup>. À noter que cette recommandation a été revue à la baisse depuis 2019, passant à 2 produits par jour<sup>6</sup>.

**De surcroît, les produits laitiers ont fait l'objet d'investissements élevés en publicité depuis de nombreuses décennies pour en promouvoir la consommation**, à l'image de la campagne intitulée « les produits laitiers, nos amis pour la vie » qui a été lancée dès 1981 et qui perdure encore aujourd'hui<sup>7</sup>. Récemment, une étude de Santé Publique France publiée en 2020 a montré que les produits laitiers sont la première catégorie de produits alimentaires promus par la publicité, représentant 16% des dépenses publicitaires tous canaux en 2018 (télévision, internet, radio...) devant le chocolat, la restauration et les boissons non alcoolisées, pour un montant avoisinant les 190 millions d'euros d'investissement par an<sup>8</sup>. À noter que certaines de ces dépenses font l'objet de soutiens publics de l'Union européenne pour plusieurs millions d'euros chaque année (qui financent notamment 80% de la prochaine campagne de l'industrie qui remet en avant le slogan des « produits laitiers, nos amis pour la vie »)<sup>9</sup>.

Au-delà des produits achetés, **ce sont aussi leurs lieux de distribution qui ont profondément changé** depuis les années 1960 : la grande distribution concentre désormais plus de 90% des achats de produits laitiers et a pris la place des circuits spécialisés qui se limitent aujourd'hui à la commercialisation de fromages (pour plus de détails, voir le chapitre 2).

Quant à la composition des produits, **56% des Français pensent que « les produits laitiers sont des aliments peu transformés » et 76% pensent que les produits laitiers sont des « produits traditionnels, dont ils ne pourraient se passer »**<sup>10</sup>. Pourtant, le lait cru n'est plus aujourd'hui utilisé que dans la fabrication de fromages AOP, et représente seulement 2% des volumes de lait français utilisés pour la fabrication de produits laitiers<sup>11</sup>.

---

<sup>3</sup> Ouest France, 22 mai 2013

<sup>4</sup> Plan National Nutrition Santé, 2013

<sup>5</sup> [https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/vrai-ou-fake-faut-il-vraiment-manger-trois-produits-laitiers-par-jour-pour-etre-en-bonne-sante\\_5885813.html](https://www.francetvinfo.fr/vrai-ou-fake/vrai-ou-fake-faut-il-vraiment-manger-trois-produits-laitiers-par-jour-pour-etre-en-bonne-sante_5885813.html)

<sup>6</sup> <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/alimentation-adulte/alimentation-adulte-types-aliments/produits-laitiers>

<sup>7</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=ukahnLT6n8A&ab\\_channel=ProduitsLaitiers](https://www.youtube.com/watch?v=ukahnLT6n8A&ab_channel=ProduitsLaitiers)

et LSA, L'Interprofession laitière sensibilise le grand public avec une campagne inédite, 2022

<sup>8</sup> Santé Publique France, Exposition des enfants et des adolescents à la publicité pour les produits gras, sucrés, salés, 2020

<sup>9</sup> LSA, L'Interprofession laitière sensibilise le grand public avec une campagne inédite, 2022

et Greenpeace, Marketing Meat, How EU Promotional Funds favour meat and dairy, 2021

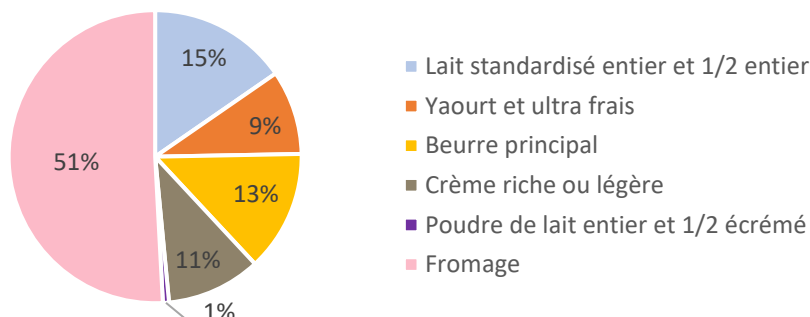
<sup>10</sup> CNIEL (2022b)

<sup>11</sup> D'après CNAOL (2021) : 28 fromages AOP sont exclusivement au lait cru, représentant 154 000 tonnes de l'utilisation du lait en France en 2019

Les 98% restant sont pasteurisés avant leur transformation en produits laitiers (cf. détails en chapitre 3).

À l'échelle française, ce sont environ 4,4 millions de tonnes de produits laitiers transformés qui sont consommés à domicile chaque année par les ménages (fromages, lait conditionné, crème, beurre, yaourts, poudres infantiles...), ces produits étant fabriqués à partir de 19 milliards de litres de lait « sorti de ferme ».

Figure 3 : Fabrication française des principaux produits laitiers, exprimée en kT éq lait cru, 2019

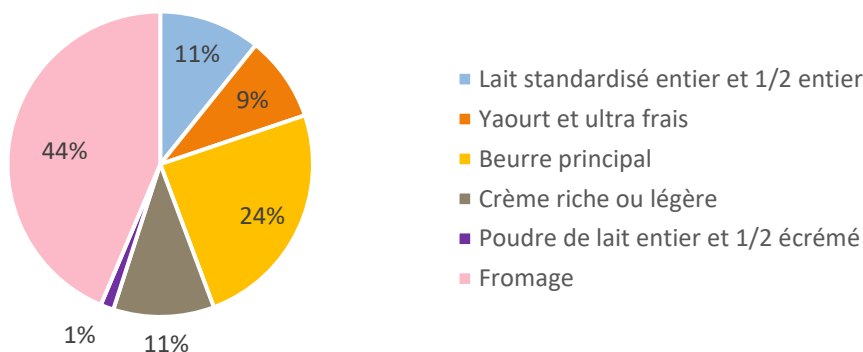


Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Plus en détail, les 19 milliards de litres de lait utilisés pour la fabrication des produits laitiers principaux se répartissent comme suit :

- un peu plus de la moitié sert à fabriquer les fromages consommés,
- 15% est utilisé pour le lait conditionné,
- concernant les matières grasses, 13% sert à fabriquer le beurre et 11% la crème,
- enfin, 9% est utilisé pour les yaourts et 1% pour la poudre de lait achetée par les consommateurs.

Figure 4 : Consommation française des principaux produits laitiers, exprimée en kT éq lait cru, 2019



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Au niveau de la consommation des ménages, les équilibres sont un peu différents si on l'estime elle aussi en litres de lait nécessaires à la composition des produits consommés (tous circuits confondus : à domicile, hors foyer et sous forme d'ingrédients dans des aliments plus élaborés – voir section 1.2 ci-après) :

- on observe une proportion plus faible pour les fromages (44% de la consommation contre 51% de la fabrication) et pour le lait conditionné (11% de la consommation contre 15% de la fabrication)
- en vis-à-vis, on observe une proportion plus importante pour le beurre (24% contre 13%)

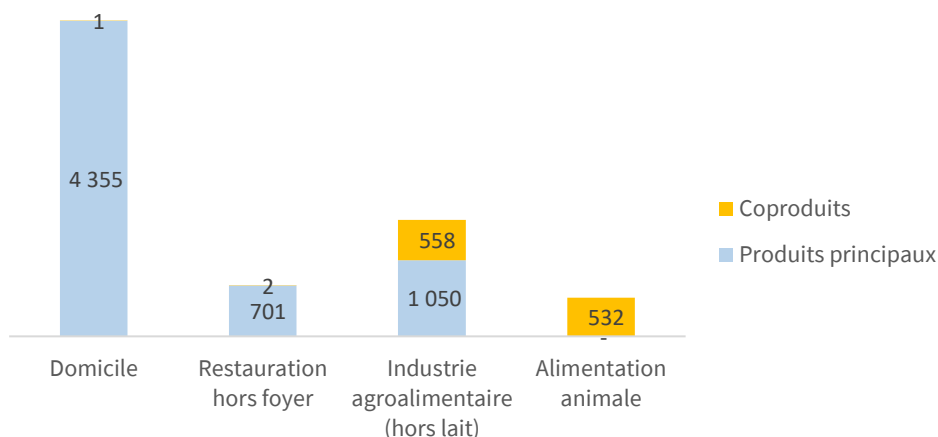
Ces différences entre la consommation et la fabrication sont la conséquence des flux d'imports et d'exports de produits laitiers

## 1.2 L'importance et l'essor de la consommation « invisibilisée » de produits laitiers

Au-delà de la consommation à domicile de produits laitiers par les ménages, une part importante des produits et coproduits issus du lait de vache sont consommés de manière « inapparente » :

- dispersés dans les repas pris en **restauration hors du foyer**,
- intégrés sous forme d'**ingrédients laitiers** dans la fabrication d'autres produits alimentaires **transformés** (boulangerie, viennoiseries, pâtisseries, glaces, plats cuisinés, charcuterie...),
- utilisés pour l'**alimentation des animaux d'élevage** qui approvisionnent ensuite la filière viandes.

Figure 5 : Débouchés des produits principaux et coproduits issus du lait de vache en 2019 (kT produits transformés)



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Ainsi, **les 4,4 millions de tonnes de produits laitiers consommés à domicile en 2019 ne représentent que 60% du total de 7,2 millions de tonnes de produits laitiers consommées au total en France la même année.**

Parmi les autres débouchés, les produits laitiers consommés **en restauration hors foyer représentent environ 700 000 tonnes soit 10% des volumes totaux de produits laitiers consommés en 2019.** Il s'agit principalement des produits consommés dans le cadre<sup>12</sup> :

- de la **restauration commerciale, traditionnelle et rapide**. Les produits laitiers y sont pour l'essentiel utilisés comme ingrédients : principalement des fromages (25% des fromages type cheddar vendus en France sont utilisés en restauration et 19% des fromages à pâte filée type mozzarella pour les pizzas), mais aussi du beurre et de la crème largement utilisés par les cuisiniers ;
- de la **restauration collective** (cantine scolaire, hospitalière, restaurants d'entreprise, etc.) dont les usages s'apparentent à ceux de la restauration commerciale avec une place plus importante des produits ultra-frais, tels que les yaourts ;
- de l'**hôtellerie**, en particulier pour la confection des petits-déjeuners (lait, crème, beurre, yaourts...);
- des **nouveaux lieux d'achat de sandwichs et plats préparés** pour la pause déjeuner (boulangeries, supérettes...), dont les produits intègrent une part notable d'ingrédients laitiers dans leur composition.

<sup>12</sup> IDELE (2020), p. 18.

Ce marché est d'autant plus important pour les produits laitiers qu'il est en forte progression, **les dépenses des Français en restauration ayant augmenté de 40% entre 2010 et 2019**, une hausse qui concerne toutes les catégories de revenus y compris les ménages modestes.

L'autre débouché encore moins apparent aux yeux des consommateurs, et pourtant plus important en volume, est celui des produits laitiers utilisés comme **ingrédients pour la fabrication d'autres produits transformés de l'agro-alimentaire**. Cet usage est invisibilisé aux yeux de la plupart des consommateurs, car les produits laitiers sont mélangés à de nombreux autres ingrédients, parfois sous une forme peu explicite.

Ce débouché a absorbé plus de **1,6 millions de tonnes de produits transformés issus du lait de vache en 2019, soit 22% du volume total de produits laitiers** consommés en France cette année-là. Les usages de ces ingrédients laitiers par l'industrie alimentaire sont très variés ; parmi les principaux produits utilisés :

- **Le beurre** (62% du volume total de beurre consommé en France en 2019 a été utilisé par les industries agroalimentaires pour la fabrication de produits transformés<sup>13</sup>) et la **crème** (31% de la crème consommée en France<sup>14</sup>). Ces deux ingrédients laitiers sont spécifiquement **fabriqués en format industriel** pour être facilement utilisés par d'autres usines agroalimentaires (on parle alors de « beurre vrac » et de « crème vrac »). Les principaux clients de ces produits sont la boulangerie industrielle (viennoiseries, pâtisseries), les acteurs de la biscuiterie, les glaciers, les fabricants de plats préparés...
- **Les poudres de lait** (90% de la consommation nationale de poudres de lait est réalisée par les industries agroalimentaires non-laitières<sup>15</sup>) qui sont très largement utilisées en boulangerie, biscuiterie, chocolaterie, charcuterie, ainsi que pour la fabrication des glaces, sauces, potages et plats préparés.
- **Les fromages ingrédients** (21% de la consommation nationale de fromages<sup>16</sup>) qui sont très utilisés dans les plats préparés, en particulier l'emmental et la mozzarella.

Au-delà de ces produits connus du grand public, la filière laitière produit également de **grandes quantités de coproduits qui sont également utilisés pour la fabrication de produits agroalimentaires transformés**, l'alimentation des animaux d'élevage (qui approvisionnent ensuite la filière viandes), mais aussi parfois les industries non alimentaires. Le tableau des principaux coproduits (section 3.4) en donne un premier aperçu.

Ces débouchés de produits alimentaires transformés connaissent une croissance au moins aussi importante que la restauration hors foyer. Ainsi, **entre 2010 et 2021**, les données de l'INSEE montrent que :

- les dépenses des ménages français pour les **plats préparés ont augmenté de presque 40%**,
- celles consacrées aux **produits de boulangerie-pâtisserie ont cru de plus de 50%**,
- et **les achats de sandwichs ont bondit de 60%**.

---

<sup>13</sup> IDELE (2020), p. 20.

<sup>14</sup> Ibid.

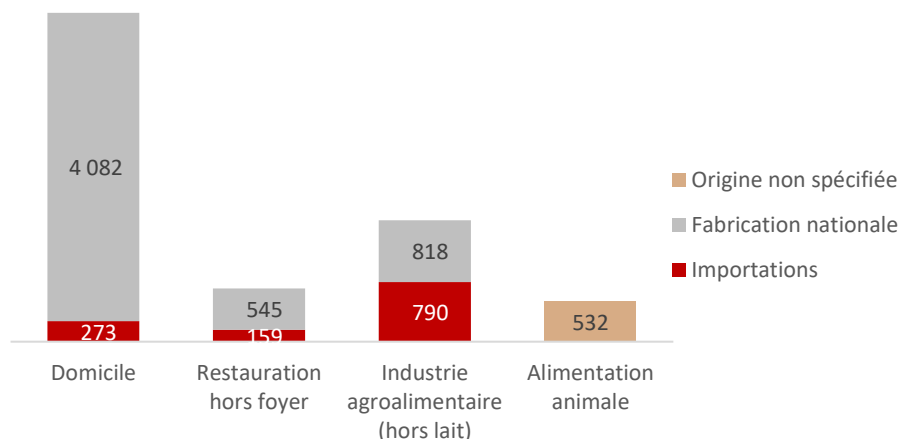
<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Ibid.

### 1.3 En France, jusqu'à 30% des produits laitiers consommés chaque année sont issus de l'importation

Une enquête réalisée en décembre 2002 auprès des français a montré que 60% d'entre eux pensaient que les produits laitiers sont des « produits locaux »<sup>17</sup>. Dans les faits, une part assez élevée de la consommation française est couverte grâce aux importations de produits laitiers issues pour l'essentiel des autres pays de l'Union européenne.

Figure 6 : Origine des produits et coproduits laitiers en fonction des débouchés en 2019 (kT de produits transformés)



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Comme illustré ci-dessus, les importations ont représenté en 2019 environ 20% des 7,2 millions de tonnes de produits laitiers qui ont été consommés cette année-là, avec des différences notables en fonction des débouchés :

- les importations représentent à peine **6% des produits laitiers consommés à domicile**,
- mais en **restauration hors foyer**, elles constituent **22% des approvisionnements** en ingrédients laitiers,
- et **pour les autres industries agroalimentaires**, les importations fournissent **49% des ingrédients laitiers** utilisés pour la fabrication de produits alimentaires transformés.

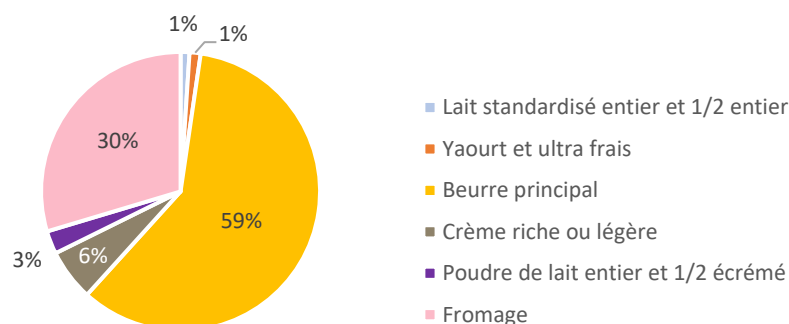
Si l'on fait une **estimation des quantités de lait collecté** (i.e. « sorties de ferme ») qui sont nécessaires à la fabrication de ces différents produits laitiers, le résultat est encore plus prononcé, en effet :

- **les produits laitiers importés ont nécessité environ 7 milliards de litres de lait cru** pour leur fabrication,
- alors qu'en vis-à-vis, **l'ensemble des produits laitiers consommés en France** (i.e. à domicile, en restauration, ainsi que les ingrédients utilisés par l'industrie agroalimentaire et pour l'alimentation animale) ont nécessité selon nos estimations presque **24 milliards de litres de lait cru**.

Ainsi mesurées en équivalent-lait collecté dans les fermes, les importations représentent donc près de 30% de la consommation totale française de produits laitiers, tous débouchés confondus. Ce résultat s'explique en grande partie par les types de produits importés : matières grasses et fromages.

<sup>17</sup> CNIEL (2022b).

Figure 7 : Importations françaises de produits laitiers exprimées en kT éq lait cru, 2019



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Comme illustré ci-dessus, **plus de la moitié des importations (exprimées en équivalent lait cru) sont constituées de beurre et près d'un tiers de fromages** ; et ces 2 produits nécessitent de grandes quantités de lait pour leur fabrication (environ 20 litres de lait pour 1kg de beurre, et 6 à 12 litres de lait pour 1kg de fromages en fonction de sa typologie).

Ces deux catégories de produits enregistrent les plus fortes progressions en valeur d'importation depuis 2010<sup>18</sup> en raison notamment du besoin de couvrir le déficit structurel de la France en termes de matière grasse, les Français ayant une consommation de beurre très supérieure aux autres pays européens (7,9 kg de beurre par personne et par an contre 3,6 kg en moyenne pour l'UE, et seulement 2,3 kg en Italie<sup>19</sup>). Comme détaillé précédemment, **62% de cette consommation française se fait à travers des aliments transformés dont le beurre est un ingrédient clé** (brioches, viennoiseries, pâtisseries, biscuits, confiseries chocolatées, sauces et plats cuisinés) et à peine 30% sous forme de plaquettes de beurre consommées à domicile.

Si l'on analyse la valeur des importations de produits laitiers, on s'aperçoit que les montants ont presque doublé entre 2001 et 2019, passant de 2,2 milliards d'euros à 4 milliards d'euros, à 98% en provenance des pays de l'Union européenne<sup>20</sup>.

D'après les experts du secteur, **cet essor des importations est avant tout tiré par la recherche d'ingrédients laitiers à bas prix** (crème, beurre, fromages, poudres...) à la fois de la part des acteurs de la restauration, mais aussi et surtout des industries agroalimentaires non laitières pour lesquelles l'origine du lait a peu d'importance pour la fabrication de leurs produits comme pour les consommateurs qui les achètent<sup>21</sup>.

Concernant les produits laitiers achetés par les Français pour consommer à domicile, les produits importés peuvent aussi bien correspondre à des produits d'entrée de gamme où la concurrence sur les prix est importante<sup>22</sup> qu'à des produits typiques issus de l'étranger (par exemple les fromages AOP type Burrata ou Mozzarella de bufflonne...).

<sup>18</sup> IDELE (2020), p. 7.

<sup>19</sup> CNIEL (2022a), p. 190 : <https://presse.filiere-laitiere.fr/download-pdf/62ab39f5b58ccf67f920937f> ; CGAAER (2016), p. 21.

<sup>20</sup> IDELE (2020), p. 7.

<sup>21</sup> IDELE (2020), p. 7.

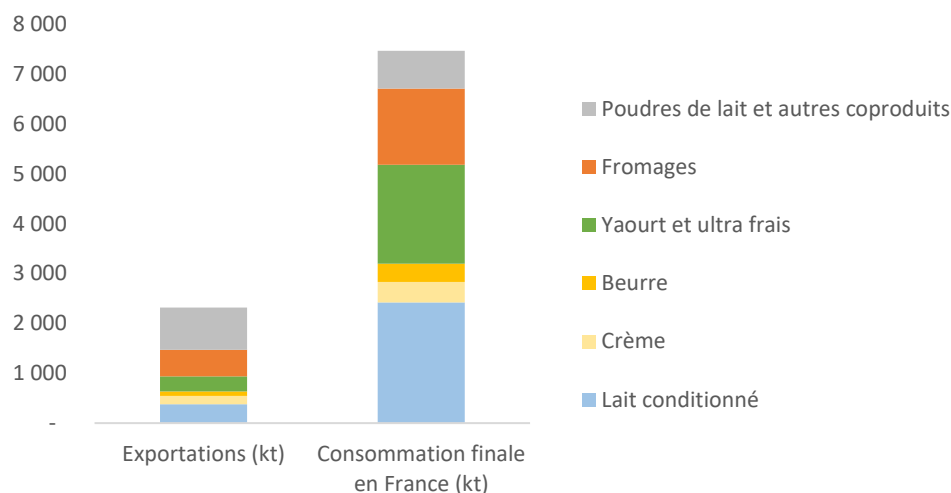
<sup>22</sup> Les entretiens réalisés dans le cadre de l'étude avec des acteurs industriels ont même évoqué des cas de mise en concurrence à l'intérieur de sociétés multinationales entre des sites industriels français et des sites implantés dans d'autres pays de l'Union Européenne à bas coût, dans l'objectif de produire des biens de consommation au plus bas coût de revient pour l'approvisionnement du marché français.



## 1.4 Un succès à l'export qui s'érode

Les produits laitiers sont l'un des fleurons des ventes à l'étranger de produits alimentaires et boissons d'origine française. Ils représentent une valeur de 7,6 milliards d'euros à l'export en 2021<sup>23</sup> et constituent le 2<sup>ème</sup> excédent commercial alimentaire français après le vin.

Figure 8 : Quantités de produits laitiers consommées en France et exportées en 2019 (kT de produits transformés)

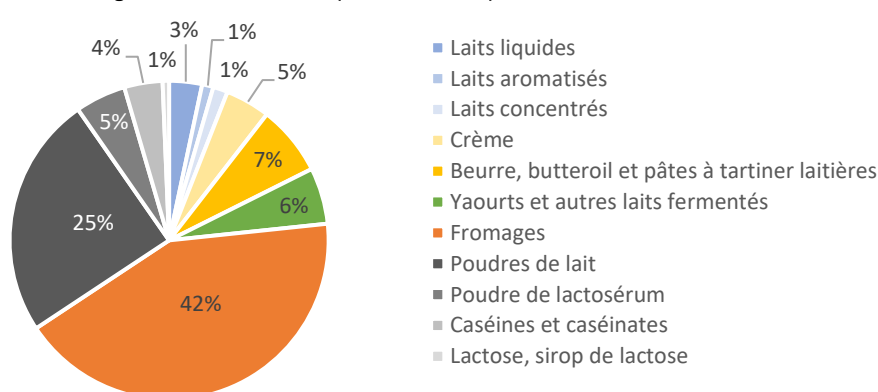


Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

En termes de quantités, ce sont près de 2,3 millions de tonnes de produits laitiers transformés à partir de lait de vache qui sont exportées chaque année, à comparer aux près de 7,2 millions de tonnes consommées en France. Autrement dit, les volumes exportés représentent environ 30% de la consommation française.

Comme illustré ci-dessus, bien que les fromages constituent une part importante des quantités exportées (environ 23%), ils sont de loin dépassés par les poudres de lait et autres coproduits (poudre de lactosérum et de babeurre, caséines, peptones...) qui ont représenté 37% des volumes exportés en 2019.

Figure 9 : Valeur des exportations de produits laitiers en 2021



Source : CNIEL, L'économie laitière en chiffres, édition 2022<sup>24</sup>

En termes de valeur économique des exportations (cf. graphique ci-dessus) :

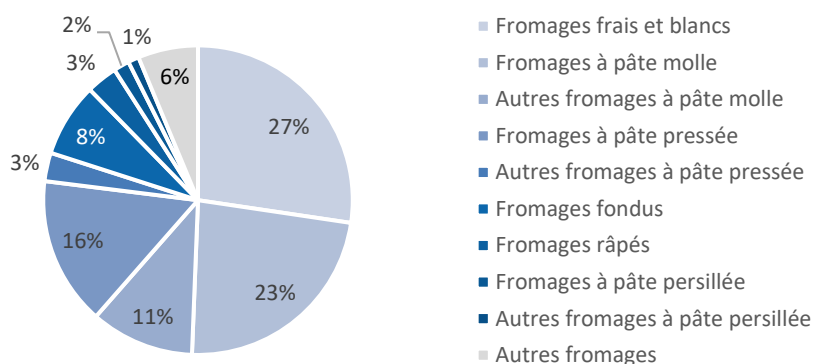
<sup>23</sup> Cour des comptes (2022), p. 220.

<sup>24</sup> Détails des chiffres en Annexe 6.

- **les fromages sont en tête** et ont représenté 42% des 7,6 milliards d’euros de ventes à l’étranger des produits laitiers français en 2021 ; ils sont pour en grande majorité à destination de pays européens ;
- **En 2<sup>ème</sup> position, les poudres de lait et coproduits** ont constitué 35% de la valeur d’export en 2021, un montant qui a plus que doublé depuis 2000. Ces produits sont majoritairement à destination des pays hors UE (la Chine est de loin le 1<sup>ère</sup> importateur, suivie des États-Unis, de l’Algérie et de l’Arabie Saoudite).

Bien que les quantités exportées de poudres et coproduits du lait soient largement supérieures à celles de fromages, leur valeur est significativement plus faible. Ce résultat illustre la **faible rentabilité des poudres et coproduits du lait par tonne exportée**, et la nécessité d’en commercialiser des volumes élevés pour générer des gains substantiels ; les experts qualifient souvent ce modèle économique de « compétitivité-prix » par opposition à celui des fromages qui créent plus de valeur par tonne exportée.

Figure 10 : Quantités exportées de fromages par catégorie de produit (tonnes), 2021



Source : CNIEL, *L'économie laitière en chiffres, édition 2022*.

Cependant, quand on analyse plus en détail les volumes de fromages exportés par la France (cf. graphique ci-dessus), il apparaît que la majorité correspond à des produits peu différenciés et donc moins bien valorisés.

- En effet, comme illustré ci-dessus, la **première catégorie exportée est celle des fromages frais** pour 27% des volumes en 2021 (en progression constante depuis 20 ans) : fromages blancs, faisselles, carré frais...
- Quant à la **deuxième plus grande catégorie** c’est celle des fromages à pâte molle où l’on trouve en majorité les **camemberts et bries** mais dont **seulement 5% et 7% sont labellisés AOP** (le reste des volumes étant fabriqués de manière industrielle à partir de lait pasteurisé) ;
- Et la **3<sup>ème</sup> catégorie par ordre d’importance** est celle des fromages à pâte pressée (16% des volumes en 2021), où l’on retrouve le comté, premier fromage français en volume, qui illustre la difficulté à exporter des produits à forte valeur ajoutée d’après les experts du secteur : « *Les exportations, qui ont représenté seulement 8,8% des ventes globales [de Comté] en 2018, ont été destinées d’abord aux pays européens voisins (Allemagne, Belgique, Royaume Uni) et à quelques pays tiers, dont les Etats-Unis et le Japon.* »<sup>25</sup>.

Les exportations de fromages français, hormis quelques niches, semblent ainsi avoir des difficultés à faire valoir des produits à forte valeur ajoutée et peu progresser en volume<sup>26</sup>.

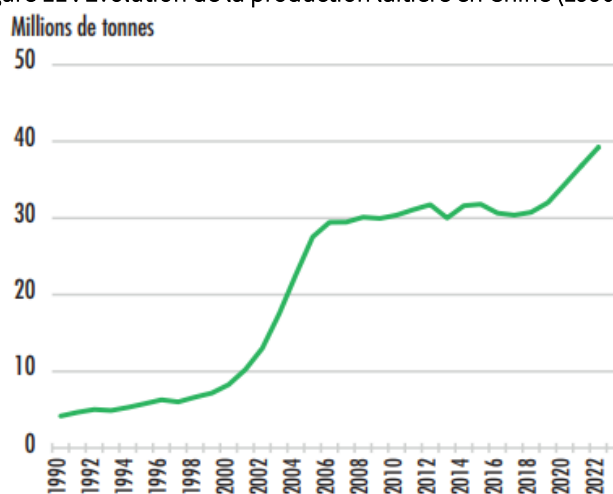
<sup>25</sup> Chatellier et al. (2020), p. 234.

<sup>26</sup> Chatellier et al. (2020).

Cette difficulté croissante à valoriser à l'export la qualité des produits laitiers français concerne également les poudres et coproduits du lait, que les fabricants français essaient de différencier sur le marché international pour compenser leur faible rentabilité par tonne produite. L'exemple le plus emblématique est celui de la poudre de lait infantile qui a donné lieu à de nombreux investissements au cours de la décennie écoulée pour exporter vers des pays hors Union européenne, et dont les perspectives de débouchés paraissent s'assombrir<sup>27</sup>. Tout d'abord, d'après les experts du secteur : « il ne semble pas que les poudres de lait françaises bénéficient d'une image de qualité supérieure à celle des pays européens concurrents ; il en résulte que l'essentiel du mouvement d'insertion dans les échanges repose sur la compétitivité-prix »<sup>28</sup>.

Phénomène aggravant, la demande internationale, en particulier asiatique, commence à ralentir depuis 2019 en raison du développement des capacités de production laitière dans la région (Chine, Inde, Pakistan...) : l'Asie a ainsi produit en 2021 davantage de lait qu'en Europe (238 milliards de litres contre 229 milliards de litres dans l'UE).

Figure 11 : Evolution de la production laitière en Chine (1990-2022)



Source : IDELE, *Marchés mondiaux des produits laitiers : des échanges contractés*, p.15, 2023

Principal débouché des exportations françaises hors Union européenne, la Chine a augmenté sa production de lait de plus de 30% en 3 ans (cf. ci-dessus) dans l'objectif d'atteindre la souveraineté alimentaire en la matière, ce qui laisse présager de baisses potentiellement importantes de ses importations de produits laitiers, à court terme.

## 1.5 Une balance commerciale en perte de vitesse et déficitaire en volume

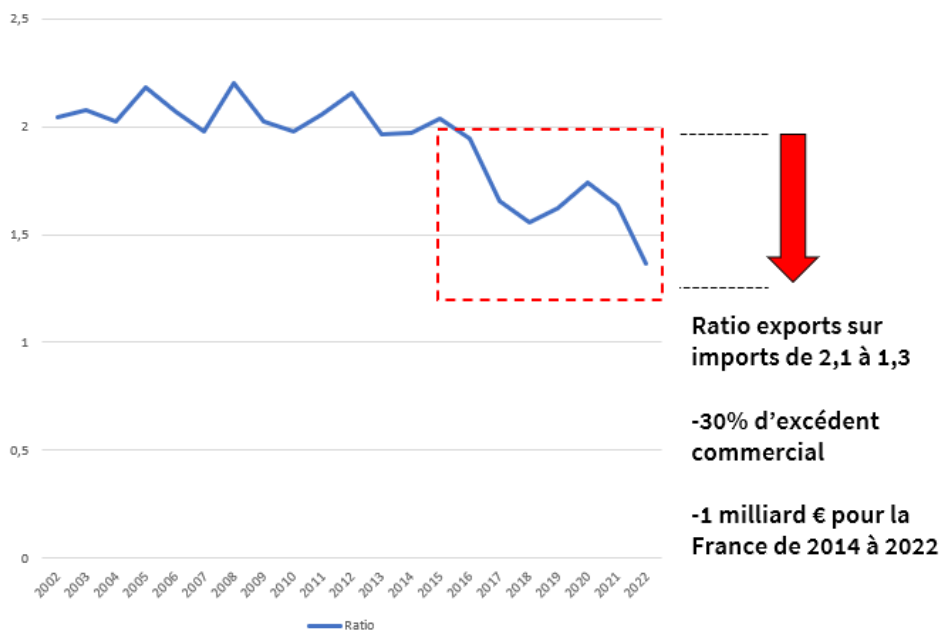
Résultante de la confrontation entre les dynamiques d'importation et d'exportation détaillées dans les sections précédentes, la balance commerciale de la France en produits laitiers a connu une phase de croissance importante entre 2004 et 2014, passant de 2,23 milliards d'euros à 3,80 milliards d'euros, grâce au développement des exportations (tout d'abord vers l'Union européenne, puis vers les pays tiers).

<sup>27</sup> Cour des comptes (2022), p. 220.

<sup>28</sup> Chatellier et al. (2020).

D'après la Cour des comptes, la situation s'est notablement dégradée ces dernières années : « Depuis 2014, la balance commerciale s'est contractée, retombant à 2,91 milliards d'euros en 2018. C'est avec l'UE à 27 en particulier que le solde s'est dégradé, jusqu'à devenir déficitaire en 2018, alors que la balance commerciale avec les pays tiers a continué à s'améliorer jusqu'en 2019. »<sup>29</sup>.

Figure 12 : Ratio entre la valeur des exportations et des importations françaises des produits laitiers 2002-2022



Source : données douanes françaises et Comtrade, traitement BASIC

Si l'on étend l'analyse jusqu'en 2022 (cf. graphique ci-dessus) on s'aperçoit que **le ratio entre la valeur totale des exportations françaises de produits laitiers et la valeur totale des importations s'est affaibli de 30% depuis 2014**. Cela correspond à une perte de quasiment 1 milliard d'euros par an d'excédent commercial pour le secteur, sous l'effet conjugué de :

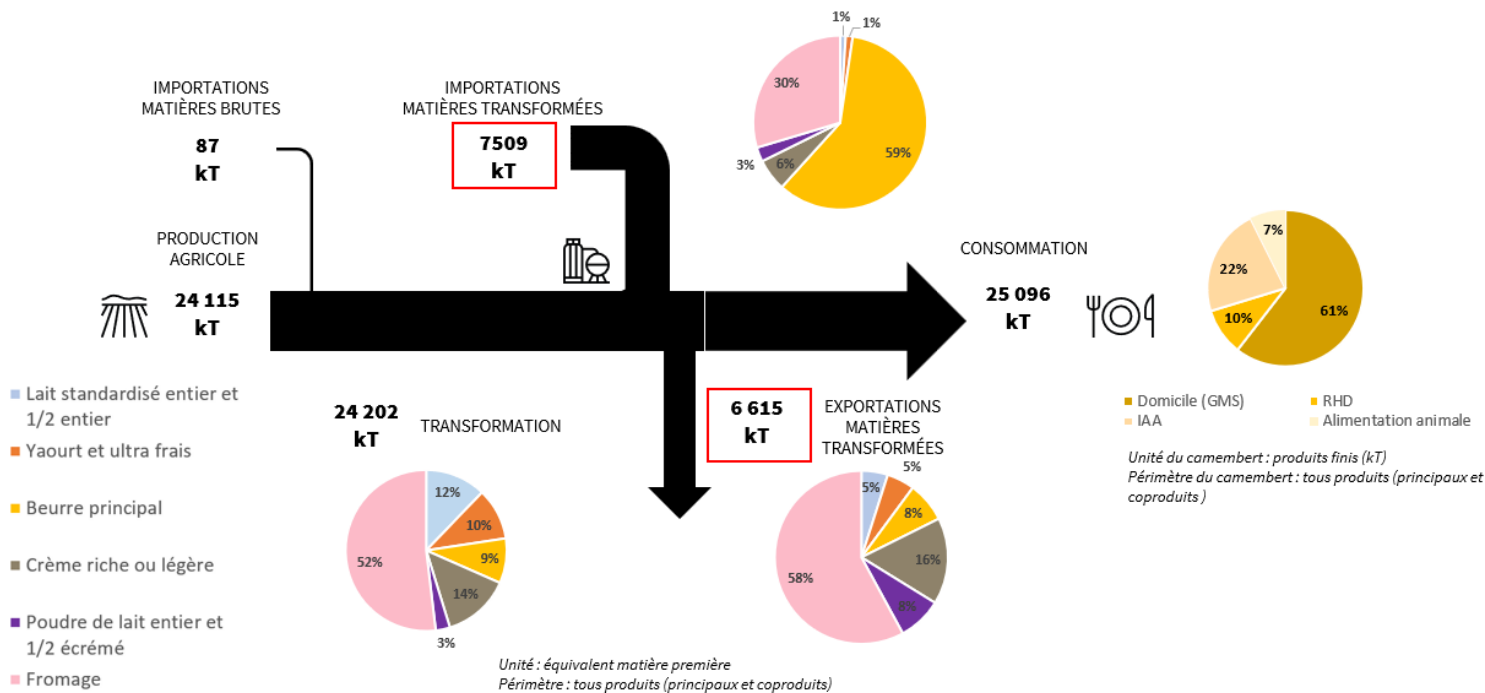
- l'augmentation des importations de produits laitiers (principalement à destination de l'industrie alimentaire pour la fabrication de produits transformés et à destination de la restauration hors foyer),
- l'érosion des exportations en raison des difficultés à valoriser les produits laitiers français, face à la concurrence étrangère.

**Dans ce contexte, bien que la balance commerciale de la France en produits laitiers reste positive en valeur, elle est devenue déficitaire en volume du fait de ces évolutions.**

Pour objectiver cette situation, nous avons assemblé les résultats décrits dans les sections précédentes sous forme d'un diagramme de flux des principaux produits laitiers (lait conditionné, crème, beurre, fromages, yaourts et desserts lactés, poudres infantiles) depuis le maillon de l'élevage jusqu'à la consommation finale. Ces flux sont exprimés en tonnes d'équivalent-lait « sorti de ferme », afin de conserver les quantités de produits aux différents maillons (les coproduits du lait n'y sont donc pas représentés car ils auraient pour conséquence de compter en double certains flux – pour plus de détails, voir la méthodologie en annexe).

<sup>29</sup> Cour des comptes (2022), p. 220.

Figure 13 : Flux simplifié des volumes de produits laitiers fabriqués, consommés, importés, exportés en 2019



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Comme illustré ci-dessus, l'élevage bovin français a théoriquement les capacités de fournir les quantités de lait cru nécessaires à la fabrication des produits consommés en France, tous débouchés confondus (domicile, restauration, industries agroalimentaires) : 24,1 millions de tonnes de lait sont ainsi collectées en « sortie de ferme » contre 25,1 millions de tonnes de lait nécessaires pour fabriquer les produits laitiers consommés chaque année. Cependant, avec 7,5 millions de tonnes de lait crues utilisées pour fabriquer les produits laitiers importés contre 6,6 millions de tonnes nécessaires à la fabrication des principaux produits laitiers exportés (hors co-produits pour éviter le double-comptage), la balance laitière physique de la France est déficitaire en volume.

De plus, l'économie laitière nationale apparaît de plus en plus dépendante des échanges internationaux :

- les importations sont devenues essentielles pour satisfaire la consommation intérieure en assurant un approvisionnement en ingrédients laitiers à bas prix pour les acteurs de la restauration et les industries agroalimentaires qui fabriquent des produits transformés,
- les exportations offrent aux industriels du secteur laitier des débouchés leur permettant de rentabiliser leurs usines, lesquelles nécessitent de fabriquer des quantités suffisantes de produits pour être profitables, même si la valorisation de ces derniers est de plus en plus difficile sur les marchés internationaux.

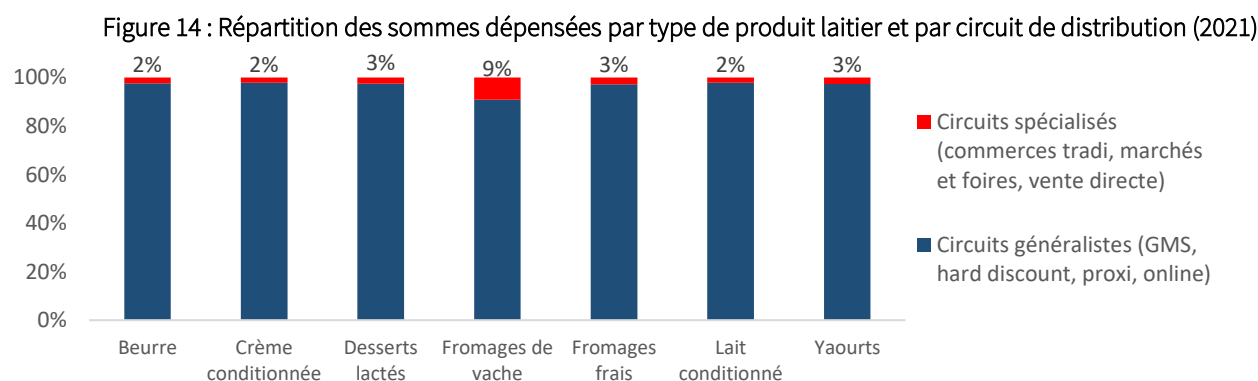
## 2. La grande distribution, acteur structurant des filières laitières françaises

### 2.1 La grande distribution, lieu d'achat quasi exclusif des produits laitiers

Les premiers hypermarchés et supermarchés français ont été créés à la fin des années 1950/début des années 1960, conjuguant le libre-service, des magasins occupant de grandes surfaces, et des effets d'échelle permettant de baisser les prix de vente aux consommateurs.

Depuis lors, leur capacité à proposer une gamme extrêmement large de produits à prix imbattables leur a permis de s'imposer face aux circuits traditionnels de vente (petits magasins indépendants, marchés de plein vent...). En 2021, la grande distribution a ainsi représenté 76% des ventes de produits alimentaires (réalisées en hypermarchés, supermarchés, supérettes, drives et magasins de proximité)<sup>30</sup>.

Cette évolution est encore plus marquée dans le cas des produits laitiers pour lesquels la grande distribution est devenue le lieu d'achat quasi exclusif, canalisant aujourd'hui 95% des sommes dépensées par les ménages français en 2021 pour les produits fabriqués à partir de lait de vache, pour un montant de 16,2 milliards d'euros cette année-là<sup>31</sup>.



Source : Traitement BASIC d'après FranceAgriMer, 2023

Comme illustré dans le diagramme ci-dessus, la part des ventes réalisées par la grande distribution s'élève même à 97%-98% pour la plupart des types de produits laitiers (lait conditionné, beurre, crème, fromages frais, yaourts, desserts lactés), la seule exception étant les fromages au lait de vache pour lesquels cette part n'est « que » de 91% en raison de la survivance de fromageries indépendantes sur ce créneau de marché. Même les produits, dont l'origine du lait et les procédés de fabrication sont différenciés et valorisent le terroir, sont essentiellement vendus en grande distribution : c'est notamment le cas de 86% des fromages AOP<sup>32</sup> et de 91% des produits laitiers bio vendus en 2021<sup>33</sup>.

<sup>30</sup> Estimations du BASIC réalisées à partir des données des comptes de commerce publiées par l'INSEE

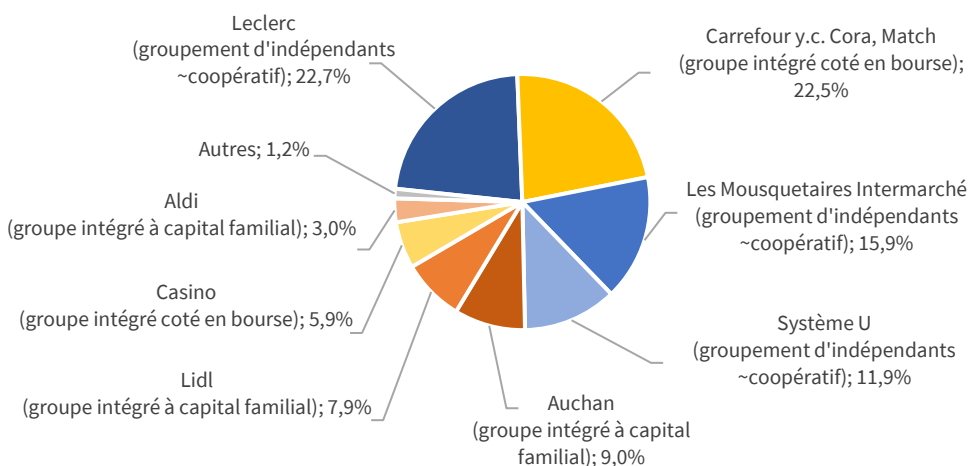
<sup>31</sup> FranceAgriMer (2022).

<sup>32</sup> INAO (2022). Notre calcul inclut les hypermarchés et supermarchés (61,6%), le hard discount (13,8%), les magasins de proximité (5,8%) et la vente par internet (4,9%), en vis-à-vis desquels les commerces spécialisés réalisent 14,1% des ventes.

<sup>33</sup> FranceAgriMer (2022).

L'importance de la part de marché de la grande distribution se double d'une **forte concentration du secteur autour d'un petit nombre d'acteurs**, qui n'a cessé de croître sur une longue période : entre 1980 et 2023, **les parts de marché combinées des 5 plus grands distributeurs sont ainsi passées de 28% à 82%** des ventes de produits alimentaires en grandes et moyennes surfaces (y compris les supérettes)<sup>34</sup>. Ce sont surtout les fusions et acquisitions qui ont permis aux distributeurs d'entretenir ce mouvement, de gagner de nouvelles parts de marché et de financer des campagnes de promotion publicitaire toujours plus coûteuses.

Figure 15 : Parts de marché des principaux distributeurs français en alimentaire en 2023



Source : BASIC, d'après les données de LSA (2023)

Parmi les plus grands acteurs, les groupements d'indépendants, occupent la 1<sup>ère</sup>, 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> place (Leclerc, Intermarché, Système U), suivis de près par les groupes intégrés cotés en bourse (Carrefour et Casino, après rachat partiel de magasins du second par le premier) et ceux à capital familial (Auchan). Quant aux hard discounters allemands, aussi à capital familial, ils ne cessent de monter en puissance (Lidl occupe désormais la 6<sup>ème</sup> place et Aldi la 8<sup>ème</sup>). Cette concentration de la grande distribution autour des 7 enseignes principales (dont 2 discounters) illustre la **position structurante de ces acteurs** sur le reste de la chaîne des produits laitiers. La concentration des industries laitières s'est aussi construite en réaction, afin d'équilibrer le rapport de force pour la valorisation des produits laitiers vendus aux consommateurs.

En vis-à-vis, les circuits traditionnels de vente des produits laitiers (fromageries indépendantes, foires et marchés, magasins de producteurs, ventes à la ferme...) n'ont eu de cesse de perdre du terrain depuis les années 1960 jusqu'à représenter une part minime des ventes. Depuis quelques années, les circuits courts semblent connaître un certain renouveau en raison du développement des AMAP et des ventes directes (internet, sites de vente en ligne, ventes de produits fabriqués à la ferme<sup>35</sup>...). Néanmoins, d'après la Statistique Agricole Annuelle, les volumes de lait de vache qui sont commercialisés par ce biais restent très faibles à l'échelle nationale (1,9% en 2018)<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> D'après les données de Daumas (2020), Conseil de la Concurrence (1997) et LSA (2023).

<sup>35</sup> L'IDEE a réalisé un travail de cartographie des exploitations laitières transformant à la ferme en 2010 : la carte des 6 267 exploitations concernées montre qu'elles sont situées dans les bassins traditionnels de produits laitiers en montagne (Nozières et al., 2018, p. 78).

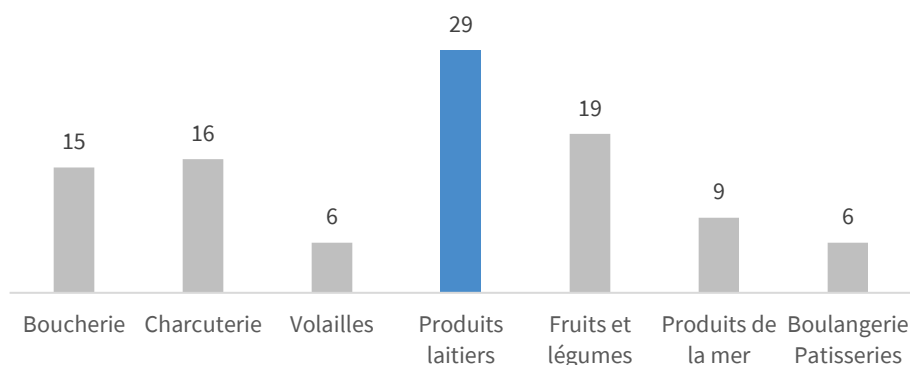
<sup>36</sup> Chatellier et al. (2020)

## 2.2 Le rayon produits laitiers stratégique pour la GMS

La grande distribution a fait du rayon des produits laitiers un élément clé pour attirer des clients dans ses magasins, à la fois via la diversité des gammes de produits laitiers proposées dans ses rayonnages réfrigérés et, à la fois, via le stand de découpe de fromages qui a souvent une place centrale dans les supermarchés et hypermarchés. Il permet de proposer des produits plus locaux et artisanaux, tout en renforçant l'image de marque de l'enseigne.

L'importance du rayon produits laitiers peut être objectivée via les résultats de l'Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (OFPM) qui mène depuis près de 20 ans une enquête annuelle sur différents rayons alimentaires frais de la grande distribution française<sup>37</sup> (voir Annexe 1). Ses données concernant le rayon des produits laitiers sont assez stables sur une longue période.

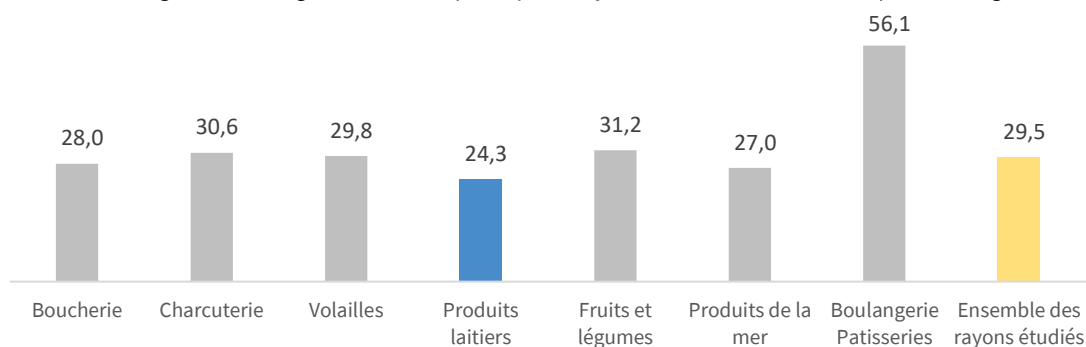
Figure 16 : Contribution au chiffre d'affaires des rayons frais de la GMS en 2021, en pourcentage



Source : BASIC, d'après les données de l'OFPM, 2022

Comme illustré ci-dessus, le rayon des produits laitiers constitue la 1<sup>ère</sup> contribution au chiffre d'affaires des ventes d'aliments frais en grande distribution (environ 29%), devant les fruits et légumes et la charcuterie.

Figure 17 : Marges brutes des principaux rayons des GMS en 2021, en pourcentage



Source : BASIC, d'après les données de l'OFPM, 2022

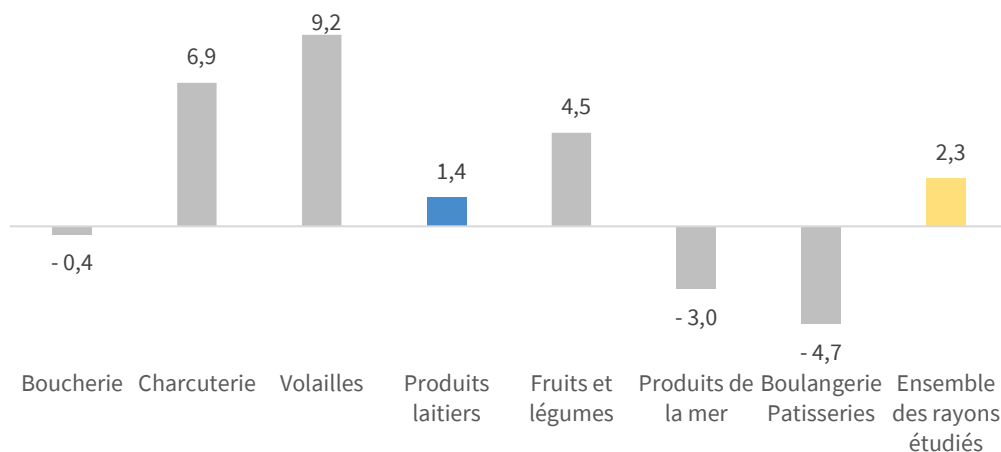
En revanche la marge brute – c'est-à-dire le pourcentage du prix final payé par le consommateur qui reste pour que l'enseigne puisse couvrir ses coûts internes (salaires, investissements, foncier, endettement...) – est plus faible pour le rayon des produits laitiers (24,3%) que la moyenne des autres rayons frais étudiés (29,5%).

<sup>37</sup> Auchan, Carrefour, Casino, Cora, E. Leclerc, Intermarché, Système U.



L'ensemble de ces 2 caractéristiques – une contribution importante au chiffre d'affaires des magasins et une rentabilité légèrement inférieure à la moyenne – permet de qualifier le rayon laitier de rayon d'appel, c'est-à-dire un secteur des magasins dont le rôle est d'attirer les clients grâce à la présence de produits bon marché, qui peuvent inciter une partie des consommateurs à changer d'enseigne pour faire leurs courses. Les prix attractifs proposés pour certains produits laitiers servant de signal pour faire penser que c'est l'ensemble du magasin qui est compétitif par rapport à ses concurrents.

Figure 18 : Marges nettes des principaux rayons des GMS en 2021, en pourcentage



Source : BASIC, d'après les données de l'OFPM, 2022

Conséquence du statut de rayon d'appel conféré aux produits laitiers, la marge nette dégagée par la grande distribution sur ces produits – c'est-à-dire les taux de bénéfice qui demeurent après avoir payé les frais de personnel, les frais de fonctionnement (énergie, manutention...) et les charges communes (centrale d'achat, siège...) – n'est que de 1,4%, à comparer au taux moyen de 2,3% observé sur l'ensemble des rayons frais des grandes surfaces.

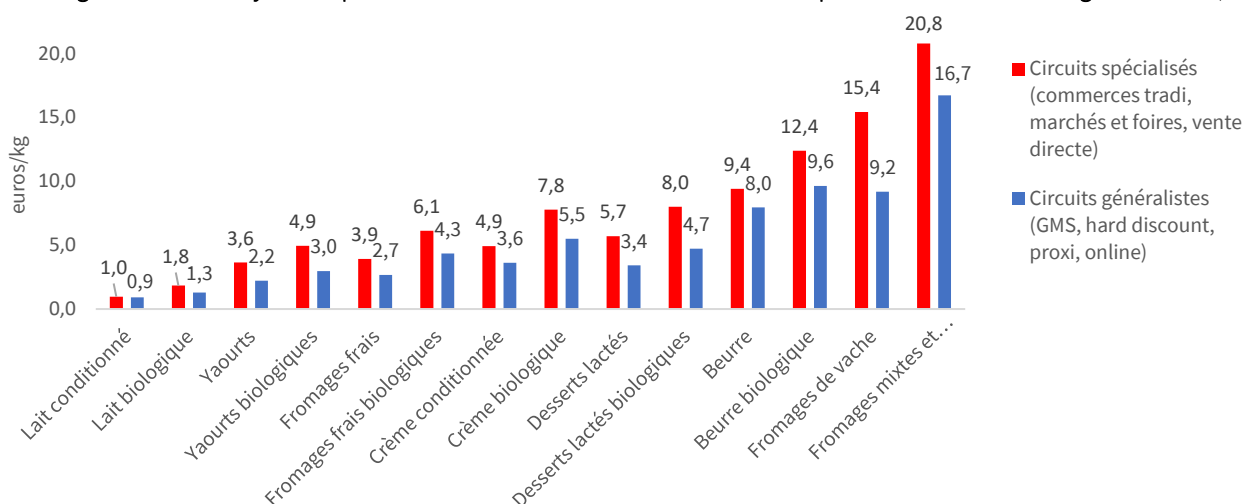
Le rayon produit laitier apparaît ainsi comme faiblement rentable, mais néanmoins bénéficiaire par contraste avec les rayons des produits de la mer, de boulangerie-pâtisserie et de boucherie qui sont grevés par les coûts importants de ressources humaines nécessaires aux ventes dans les magasins.

### 2.3 La guerre des prix menée par la grande distribution, y compris sur les produits laitiers différenciés

Dès le départ, la guerre des prix entre enseignes de la grande distribution a été au cœur de leur stratégie pour augmenter leurs parts de marché. C'est l'une de leurs caractéristiques les plus structurantes, à la fois pour leur organisation interne, comme pour l'univers de concurrence qu'ils génèrent.

Par voie de conséquence, les prix alimentaires aux consommateurs n'ont eu de cesse de baisser jusqu'au début des années 2000 (après correction de l'inflation), puis ont globalement suivi l'inflation jusqu'en 2021. Cette tendance s'observe pour les produits laitiers comme pour le reste des produits alimentaires. En effet, comme détaillé précédemment, les produits laitiers sont un marché significatif et un rayon d'appel pour la grande distribution, les enseignes y mènent donc une guerre des prix constante afin d'essayer de prendre le pas sur leurs concurrents.

Figure 19 : Prix moyen des produits laitiers selon leur vente en circuits spécialisés ou en circuits généralistes (2021)



Source : BASIC d'après FranceAgriMer, 2023

Comme illustré ci-dessus, **les prix pratiqués par la grande distribution** (hypermarchés, supermarchés, supérettes, discount, drives et magasins de proximité) **sont significativement plus faibles qu'en circuits traditionnels**. Ces résultats sont valables **quelle que soit la catégorie de produit laitier** (lait conditionné, crème, beurre, yaourts, fromages de tous types) **et quelle que soit la qualité/différenciation de ces produits**, les prix des produits biologiques étant eux aussi plus bas en grande distribution. Afin de mieux visualiser ces écarts de prix entre circuits de distribution, nous avons calculé le ratio entre les prix en magasins spécialisés traditionnels et ceux en grande distribution pour chaque catégorie de produit laitier (cf. tableau ci-dessous).

Tableau 1 : Ratio du prix de vente en circuits spécialisés par rapport au circuit généralisé (2021)

Type de produit	Ratio prix de vente entre circuit spécialisé / grande distribution
Lait conditionné	1,06
Yaourts	1,41
Fromage frais	1,46
Crème conditionnée	1,35
Desserts Lactés	1,66
Beurre	1,17
Fromage de vache	1,67
Fromages mixtes et indéterminés	1,24
Lait biologique	1,41
Yaourts biologiques	1,65
Fromages frais biologiques	1,41
Crème biologique	1,41
Desserts lactés biologiques	1,69
Beurre biologique	1,28

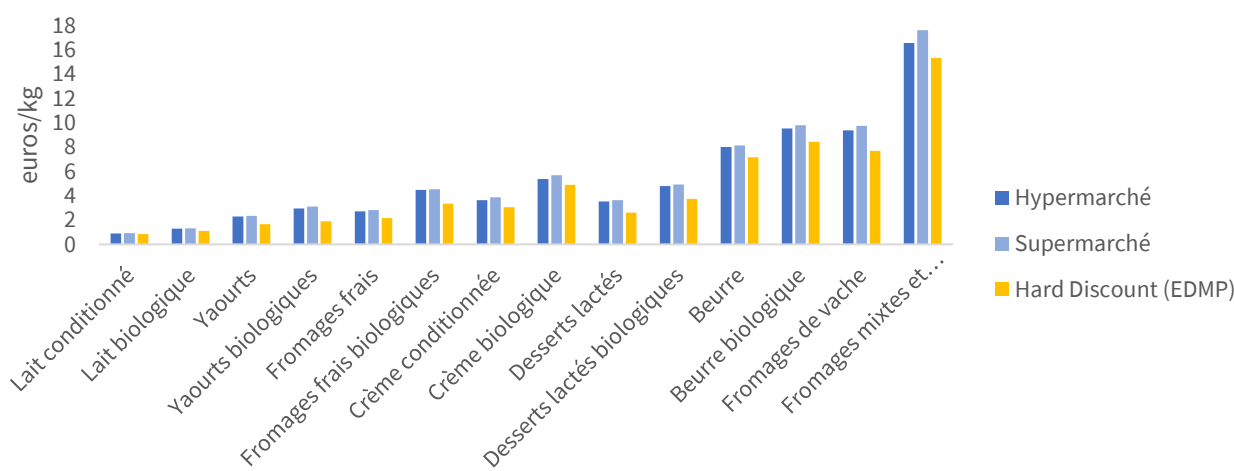
Source : BASIC d'après FranceAgriMer, 2023

Comme illustré ci-dessus, **les magasins spécialisés vendent les produits laitiers de 17% à 67% plus chers qu'en grande distribution** (à l'exception du lait qui est devenu un produit très standardisé à bas coût–cf. chapitre 3). Ce résultat est tout aussi vrai pour les produits différenciés, comme le montre l'exemple des produits biologiques vendus de 28% à 69% plus chers en circuits spécialisés.

La grande distribution a, ainsi, pu créer un référentiel de prix bas, y compris sur les produits différenciés, qui s'impose également aux autres circuits spécialisés, lesquels sont tenus de limiter leur différentiel de prix, au risque d'être considérés comme trop chers aux yeux des consommateurs.

Ces dernières années, l'essor des discounters est venu amplifier ce phénomène. La recette de leur succès est simple : entrepôts de moins de 1000 m<sup>2</sup> proches des villes, produits présentés dans des cartons, (quasi-) absence de grandes marques, suppression du service (sacs en sortie de caisses...), assortiment restreint (moins de 600 références contre plus de 100 000 en hypermarchés), réduction et polyvalence des effectifs, et prix inférieurs à ceux des enseignes classiques<sup>38</sup>. Face à ces nouveaux venus, les distributeurs français ont tout d'abord tenté sans succès de lancer leurs propres enseignes (Leader Price...), puis ont aligné leurs premiers prix sur les discounters<sup>39</sup>.

Figure 20 : Prix moyen des produits laitiers, par circuit de vente hypermarché, supermarché ou discount (2021)



Source : BASIC d'après FranceAgriMer, 2023

Comme illustré ci-dessus, les discounters réussissent à pratiquer des prix pour les produits laitiers qui sont en moyenne inférieurs de 10% à 30% par rapport aux hypermarchés et supermarchés de la grande distribution, quelle que soit la catégorie de produit ou son niveau de différenciation (bio, comme conventionnel). Si on compare les prix des discounters à ceux des circuits spécialisés, ils vont même jusqu'à être divisés par deux pour les produits à plus forte valeur ajoutée, comme les yaourts et les fromages de vache.

Pour faire face au modèle économique des discounters, la grande distribution est engagée dans une recherche permanente d'économies d'échelle, de baisse des prix aux fournisseurs et de renoncement aux marges<sup>40</sup>. Et comme le rayon produits laitiers est stratégique pour continuer d'attirer des clients en magasins, la guerre des prix agit comme un obstacle à la valorisation et la différenciation de produits laitiers, avec un risque que le prix de vente soit déconnecté des coûts de fabrication des produits<sup>41</sup>.

<sup>38</sup> Daumas (2020).

<sup>39</sup> Ibid

<sup>40</sup> « la guerre stérile sur les prix que se livrent les enseignes. Ces dernières continuent de vouloir afficher, coûte que coûte, et quitte à rogner sur leurs propres marges, un prix en rayon toujours plus bas que leurs concurrents. », CGAAER (2016), p. 32.

<sup>41</sup> « Les chaînes de la grande distribution se livrent une guerre des prix et la principale comparaison est le prix du concurrent, même si cette référence est déconnectée des prix de revient. », voir CGAAER (2016), p. 51.

Dans ce contexte, un levier majeur utilisé par les acteurs de la grande distribution, en particulier les discounters, pour baisser les prix aux consommateurs, tout en maintenant leur profitabilité, est celui du développement des produits à leur propre marque, aussi appelée « marque de distributeur » (MDD).

## 2.4 Les marques distributeurs, nouvel instrument structurant de la grande distribution

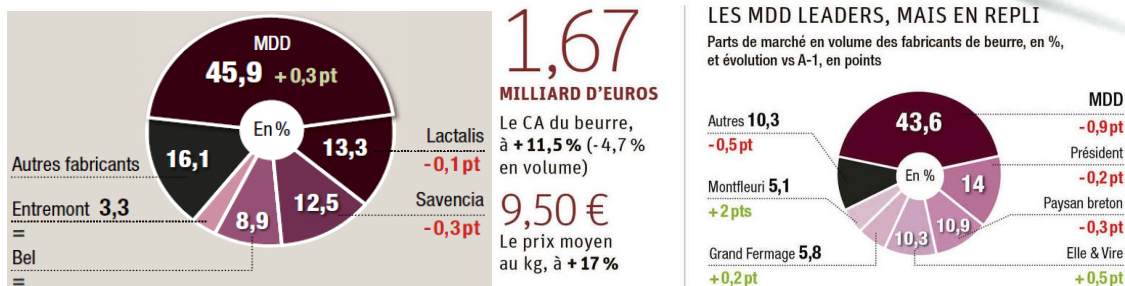
La grande distribution a lancé des produits de marques distributeurs (MDD) depuis les années 1970 pour diversifier son offre et relancer la consommation avec des produits au prix bas. Il s'agissait à l'origine de produits d'entrée de gamme, sans marque, au conditionnement sommaire, copies de produits de grandes marques et vendus au moins 20% moins chers<sup>42</sup>.

Dans les années 1990, les enseignes ont déployé de nouvelles stratégies de montée en gamme de leur offre MDD. Le marketing et la publicité ont été mis au cœur de leur stratégie commerciale, copiant les approches des grands industriels pour mieux les concurrencer. Cela leur a permis d'améliorer l'image de leurs MDD, dont ils ont élargi la gamme en créant des offres de qualité, bio et de terroir, en lien étroit avec leurs fabricants - souvent des PME n'ayant pas pu survivre à la guerre des prix entre industriels et distributeurs.

La démarche a porté ses fruits : les MDD sont passées de 18% des ventes alimentaires en 1997 à 30% aujourd'hui<sup>43</sup>. Elles ont eu encore plus de succès parmi les produits laitiers pour lesquels les MDD sont devenues quasiment majoritaires en part de marché, pour l'ensemble des catégories de produits. En effet, elles représentent :

- 50% de la valeur des ventes de lait de longue conservation en 2021<sup>44</sup> ;
- 46% de la valeur des ventes de fromage en 2021<sup>45</sup> ;
- 45% des yaourts et dessert lactés en 2022<sup>46</sup> ;
- 44% du beurre en 2022<sup>47</sup>.

Figure 21 : Parts de marché des MDD sur les ventes de fromages (2021) et de beurre (2022)



Source : IRI dans LSA (2021) et LSA (2022)

<sup>42</sup> Daumas (2006).

<sup>43</sup> Données de Nielsen ScanTrack reprises par LSA, 2012.

<sup>44</sup> 54,4% des ventes en volume aux MDD, voir LSA, Découvrez qui est le leader du marché du lait, 21 janvier 2022, <https://www.lsa-conso.fr/decouvrez-qui-est-le-leader-du-marche-du-lait.401651>

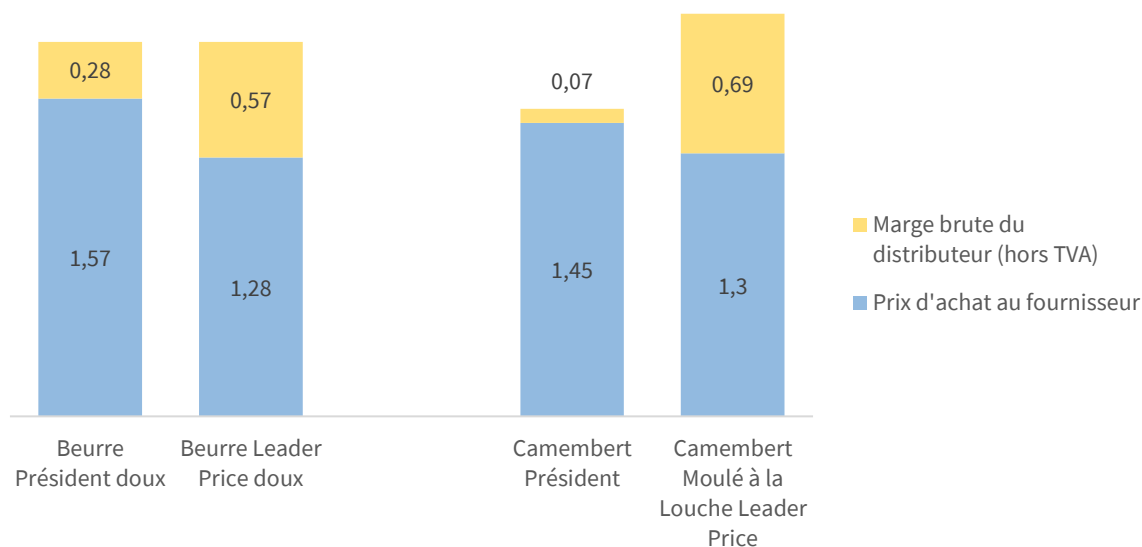
<sup>45</sup> LSA, Le fromage soigne son attractivité, 17 février 2021 : <https://www.lsa-conso.fr/dossier-le-fromage-soigne-son-attractivite.372973>

<sup>46</sup> LSA, L'ultra-frais se recentre sur l'essentiel, 07 juin 2023, <https://www.lsa-conso.fr/l-ultra-frais-se-recentre-sur-l-essentiel.438656>

<sup>47</sup> LSA, Le beurre sous l'emprise de l'inflation, 26 juin 2023, <https://www.lsa-conso.fr/le-beurre-sous-l-emprise-de-l-inflation.440031>

Au-delà de leur succès en termes de parts de marché, les produits MDD permettent aux acteurs de la grande distribution de dégager une marge brute plus intéressante que sur les produits phares des grandes marques, améliorant ainsi la rentabilité de leur rayon.

Figure 22 : Découpe de la valeur de produits beurre et camembert chez Franprix, en 2017 (€/kg de produit fini)



Source : BASIC, d'après les données du Parisien, 2019

Des données issues de l'enseigne Franprix, révélées par le Parisien en 2017, permettent **d'objectiver ce phénomène pour le cas des produits laitiers**. Le graphique ci-dessus en illustre les résultats :

- en bleu est indiqué le **prix d'achat du produit au fournisseur** (Lactalis dans le cas des produits à marque Président et un industriel anonyme dans le cas du produit de MDD Leader Price) ;
- en jaune est indiqué la **marge brute de Franprix**, c'est-à-dire la différence entre le prix payé par le consommateur (hors TVA) et le prix payé au fournisseur ; c'est avec cette marge que le distributeur doit couvrir ses coûts internes (salaires, énergie, logistique, foncier, investissements...).

**Le premier exemple emblématique est celui du beurre** pour lequel le prix de vente de la MDD de Franprix (appelée Leader Price) est similaire à celui du beurre de marque Président, best-seller du secteur. Comme le montrent les données ci-dessus, **à prix de vente équivalent (environ 1,85 €/kg), Franprix réalise une marge brute deux fois plus importante dans le cas de sa MDD Leader Price que dans celui du beurre de marque Président (0,57 €/kg contre 0,28 €/Kg).**

**Un autre exemple encore plus illustratif est celui du camembert.**

Dans le cas du **camembert Président, best-seller de la catégorie, le distributeur a presque totalement renoncé à sa marge brute (0,07 €/kg)**, car ce produit est positionné comme un **produit d'appel**, c'est-à-dire qu'il est utilisé pour attirer les consommateurs dans les magasins Franprix via un prix très attractif pour tenter de gagner des parts de marché sur les enseignes concurrentes.

**En vis-à-vis, le distributeur dégage une marge brute 10 fois supérieure (0,69 €/kg) sur le camembert de sa MDD Leader Price**, via une montée en gamme du produit (mention « camembert à la louche ») qui tente de s'appuyer sur l'image d'une fabrication plus artisanale.

Cette stratégie de montée en gamme des MDD, qui peut aller jusqu'à 3 niveaux de gamme différents pour certains produits, a permis à la grande distribution de compenser les pertes de revenus liées à la guerre des prix et de conserver un rayon laitier bénéficiaire, au fur et à mesure de l'augmentation des parts de marché des MDD. Via le développement de ces produits de MDD, **la grande distribution a réussi à prendre un rôle structurant pour toute la filière laitière**<sup>48</sup>.

**Au niveau de consommateurs**, les ventes de produits laitiers sous marques de distributeurs (MDD) ont représenté un chiffre d'affaires total de **7,34 milliards d'euros en 2021**, soit 43% des ventes pour la consommation à domicile cette année-là<sup>49</sup>. En amont, les experts estiment ainsi que **50% de la collecte de lait française est désormais utilisée pour fabriquer les produits de MDD** vendus par la grande distribution<sup>50</sup>.

En milieu de chaîne, la grande distribution a également acquis une influence majeure :

- **Chez certains industriels, les MDD constituent une part très importante de leur chiffre d'affaires** (jusqu'à 85% des produits ultra-frais en MDD pour Novandis ou 95% pour Danone),
- **Même dans les grands groupes, le débouché des MDD peut représenter jusqu'à la moitié de la production** (50% des produits ultra-frais chez Lactalis sont fabriqués pour des MDD<sup>51</sup> et 50 % de l'activité produits de grande consommation chez Danone<sup>52</sup>).
- **Certains acteurs se sont même faits racheter par la grande distribution** dans le cadre d'une stratégie d'intégration verticale, à l'image de la laiterie Saint Père en Retz rachetée par Intermarché<sup>53</sup> et qui fabrique une partie des 450 produits laitiers en MDD de l'enseigne (marque Pâturage).

---

<sup>48</sup> Nozies et al. (2018), p. 76.

<sup>49</sup> Selon les chiffres ci-dessus, dans lesquels la crème n'est pas incluse : 1,01 milliards pour le lait en 2021, 3,31 milliards pour les fromages en 2021, 2,29 milliards pour l'ultra-frais en 2022 et 0,73 milliards pour les beurres en 2022.

<sup>50</sup> LSA, Crèmerie : de multiples interrogations pour 2021, 14 janvier 2021, <https://www.lsa-conso.fr/cremerie-de-multiples-interrogations-pour-2021-dossier.369713>

<sup>51</sup> Agro Media, Après les cartels des endives, de la farine et des croquettes, celui des yaourts ? 21 mars 2012, <https://www.agro-media.fr/actualite/apres-les-cartels-des-endives-de-la-farine-et-des-croquettes-celui-des-6974.html>

<sup>52</sup> soit 100 000 tonnes de produits et 350 millions d'euros LSA, Crèmerie : les fabricants de MDD retrouvent des couleurs, 26 juin 2019 <https://www.lsa-conso.fr/dossier-cremerie-les-fabricants-de-mdd-retrouvent-des-couleurs.322821>

<sup>53</sup> Nozies et al. (2018), p. 74.

### 3. Une industrie laitière en oligopole, calibrée pour produire des volumes non différenciés

Depuis les années 1950, le secteur laitier français s'est progressivement industrialisé avec l'émergence des chaînes de distribution alimentaire et la promotion par les pouvoirs publics européens et français du lait comme produit de consommation de masse.

À partir des années 1950, en s'appuyant sur les inventions techniques du siècle précédent (pasteurisation, centrifugeuse...)<sup>54</sup>, l'industrie laitière s'est emparée **du modèle fordiste venu des États-Unis** pour baisser ses coûts de production via de lourds investissements **pour moderniser ses usines**<sup>55</sup>. La filière laitière est alors pensée comme une « industrie de flux », s'inspirant des procédés de fabrication qui se développaient à la même époque en chimie, en électricité et en métallurgie<sup>56</sup>. Un large consensus national s'est établi autour de la « fluidité laitière » et a permis à la logique d'industrialisation de s'imposer<sup>57</sup>. **Ce concept ne fut pas qu'un ensemble de procédés techniques, il s'agissait aussi d'une logique économique et sociale**, qui s'est imposée aussi bien en amont qu'en aval de l'usine<sup>58</sup>.

**Le lait est ainsi devenu une matière première de l'usine**, soumise à des contraintes strictes de qualité, pour permettre la **fabrication de produits standardisés en grandes quantités et à prix réduit**. Le beurre et le fromage, jusque-là plutôt réservés à une population aisée, deviennent des produits de grande consommation. L'apparition du lait UHT (Ultra Haute Température) a facilité sa commercialisation au moment où se sont développées les premières chaînes de supermarchés. Traditionnellement au lait cru pour un grand nombre d'entre eux, les fromages ont été de plus en plus fabriqués à base de lait pasteurisé, auquel sont rajoutés des ferments et bactéries, eux aussi produits de manière industrielle. En parallèle, de **lourds investissements publicitaires** ont été réalisés pour promouvoir de grandes marques, afin d'augmenter les volumes de consommation.

À partir des années 1970, de **grands groupes ont commencé à émerger** dans l'agroalimentaire français, parmi lesquels **BSN Gervais Danone et Nestlé-France dans le secteur laitier**<sup>59</sup>. À l'origine, ces sociétés ont mené des **stratégies de diversification d'activités** qui s'inspiraient de celles déjà à l'œuvre dans l'industrie textile. C'est ainsi que le groupe BSN Gervais Danone s'est retrouvé à l'époque leader français de la fabrication de yaourts et de glaces, mais aussi de biscuits, pâtes, eaux minérales et même de bières. À partir des années 1990, ces groupes ont opéré un **recentrage de leurs activités**, dans le but **d'améliorer leur rentabilité**. Il s'agit de palier le tassement de la croissance des quantités de produits laitiers achetées par les ménages et le ralentissement des gains de productivité, **en créant de la valeur immatérielle via le marketing et la publicité**, afin de différencier les produits de ceux des concurrents et, ainsi, augmenter le prix de vente aux consommateurs<sup>60</sup>.

---

<sup>54</sup> Dessaux (2017).

<sup>55</sup> Nozieres et al. (2018), p. 76.

<sup>56</sup> Fatica (2008).

<sup>57</sup> Vatin (1990).

<sup>58</sup> Fatica (2008).

<sup>59</sup> Rastoin (2000).

<sup>60</sup> Caron (1982).

### 3.1 Coopératives et industriels privés du lait ont les mêmes métiers

Historiquement, deux types d'acteurs distincts structuraient le secteur de la transformation laitière :

- en amont, les coopératives agricoles qui se dédiaient avant tout à la collecte de lait dans les fermes pour approvisionner les usines des industriels,
- plus en aval, les industriels privés (à capital familial ou cotés en bourse) qui se chargeaient de la transformation du lait en produits laitiers vendus sous leurs marques promues auprès du grand public.

Sur les dernières décennies, les coopératives agricoles laitières se sont progressivement tournées vers l'aval en développant leurs capacités de fabrication de produits laitiers transformés qui leur ont permis de constituer des ensembles industriels, ainsi que des marques fortes connues du grand public.

En miroir, les industriels privés de l'agro-alimentaire fabriquant des produits laitiers ont peu à peu développé une fonction de collecte de lait auprès des éleveurs et éleveuses, en s'appuyant notamment sur leurs systèmes de contractualisation avec ces derniers.

Résultat de cette dynamique croisée, la collecte et la transformation du lait en France est aujourd'hui effectuée quasiment à part égale par les deux types d'acteurs :

- 54% par des coopératives laitières, qui fabriquent 45% des produits laitiers français en volume<sup>61</sup>,
- 46% par des entreprises laitières privées qui fabriquent le reste des produits laitiers<sup>62</sup>.

Au-delà de leurs métiers opérationnels, groupes privés et coopératives développent aujourd'hui des stratégies économiques très similaires et développent leurs activités<sup>63</sup> :

- par le biais de rachats d'entreprises spécialisées dans certaines activités laitières, à l'image de la coopérative Agrial qui a très rapidement développé son pôle laitier entre 2011 et 2016 grâce à une vague d'acquisitions<sup>64</sup>,
- via la création de filiales de droit privé, parfois en joint-venture avec d'autres coopératives ou groupes privés afin de développer la fabrication de nouvelles gammes de produits<sup>65</sup>,
- en internationalisant leurs activités, ce qui est moins le cas des coopératives qui privilégient l'export à partir de la France plutôt que l'acquisition d'unités à l'étranger, afin de garder le lien avec la production de leurs adhérents (à l'exception notable de Sodiaal)<sup>66</sup>.

---

<sup>61</sup> CGAAER (2016), p. 33.

<sup>62</sup> Selon le Réseau national des Industries Laitières : <https://www.reseau-enil.fr/filiere-laitiere> (consulté le 4 octobre 2023).

<sup>63</sup> Nozieres et al. (2018), p. 75

<sup>64</sup> Selon FranceAgriMer (2021), p. 7 : « En 2011 - fusion avec la coopérative Elle & Vire, prise de participation dans Délicelait, entreprise spécialisée dans la fabrication d'ingrédients laitiers pour l'industrie agro-alimentaire. 2013 - reprise progressive de la participation de Senoble dans Senagral. 2014 - fusion avec la coopérative Coralys. 2016 - fusion avec Eurial, qui devient la branche laitière du groupe. 2016 - reprise du fromager Guilloteau (fromages à pâte molle) ».

<sup>65</sup> La Compagnie des Fromages et RichesMonts (CFR) nait ainsi en 2008 de la fusion de deux entités de Savencia et de la coopérative Sodiaal, chaque entreprise détenant 50% des parts de la nouvelle entité (marques Cœur de Lion, le Rustique, RichesMonts, etc), selon FranceAgriMer, *op. cit.*, 2021, p. 8.

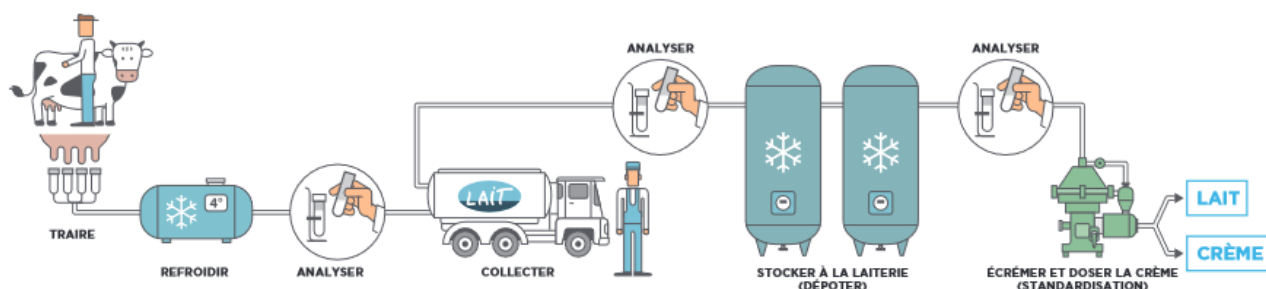
<sup>66</sup> CGAAER (2016), p. 45 et 49.



### 3.2 La déconnexion physique entre matière première agricole et produit laitier

Dans l'industrie laitière, la collecte de lait est une fonction stratégique pour assurer les approvisionnements, mais aussi et surtout en raison de la nature périssable du lait (le processus de collecte jusqu'à la première transformation devant se faire sous 24h ou 48h, sous peine de perdre le lait ou voir ses propriétés nutritives diminuer). Les usines de première transformation se situent donc généralement dans un périmètre géographique proche des exploitations laitières. A ce premier maillon de transformation, les processus industriels de séparation de la crème et du lait ont permis la fabrication d'une multitude de produits laitiers à partir du réassemblage de ces deux matières premières, sans dépendance vis-à-vis du bassin de production laitier.

Figure 23 : Schéma simplifié de l'écémage du lait



Source : CNIEL (Conseil National Interprofessionnel de l'économie laitière)<sup>67</sup>

La standardisation de la matière première se situe donc en début de chaîne : il s'agit d'homogénéiser les lots pour diluer la diversité des laits issus des fermes et obtenir les caractéristiques les plus standardisées possible, grâce au mélange des différents flux d'approvisionnement (cf. schéma ci-dessus).

Cette homogénéisation commence dès la ferme où le lait est stocké dans un tank qui est propriété du transformateur. Il y est réfrigéré et analysé. Les contrats d'achat aux éleveurs et éleveuses stipulent la plupart du temps des bonifications ou pénalisations du prix du lait en fonction de multiples critères (saison, taux butyreux et protéique, qualité sanitaire et technologique), afin d'inciter les élevages à produire le lait le plus standardisé possible et répondant aux cahiers des charges différents selon le type de transformation à réaliser (fabrication de beurre, de fromages...)<sup>68</sup>.

Puis les laits sont à nouveau mélangés à l'intérieur des camions-citernes lors de la collecte, et à une échelle encore plus grande à l'arrivée dans la laiterie qui réalise la première transformation en séparant le lait de la crème, selon ses besoins en transformation.

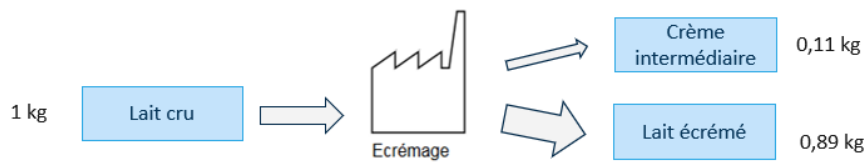
En raison de ces différentes phases d'homogénéisation, les lots de lait standardisé sont donc facilement substituables les uns aux autres, ce qui permet de diminuer les risques de variation de qualité, et d'uniformiser les prix payés aux éleveurs et éleveuses<sup>69</sup>.

<sup>67</sup> Affiche pédagogique consultée au lien suivant : <https://static.produits-laitiers.com/espace-pedagogique/wp-content/uploads/sites/2/2018/02/affiche-principaux-procedes-transformation-du-lait.pdf>

<sup>68</sup> CGAAER (2015).

<sup>69</sup> Rastoin et al. (2015).

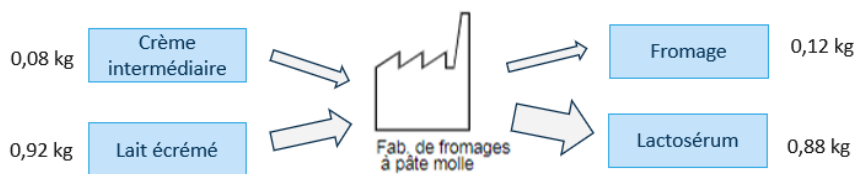
Figure 24 : Schéma de l'écémage du lait



Source : Courtonne (2016) et traitement BASIC

Arrivé en laiterie, le lait cru est tout d'abord **pasteurisé**, afin d'éliminer certains micro-organismes, par chauffage. Le lait est ensuite **écémé**, c'est-à-dire que le lait est séparé entre la **crème intermédiaire** (il ne s'agit pas de la crème conditionnée consommée *in fine*) et le **lait écrémé** à l'aide de séparateurs centrifuges. Comme illustré ci-dessus, l'écémage d'un kg de lait cru donne environ 0,11 kg de crème intermédiaire et 0,89 kg de lait écrémé.

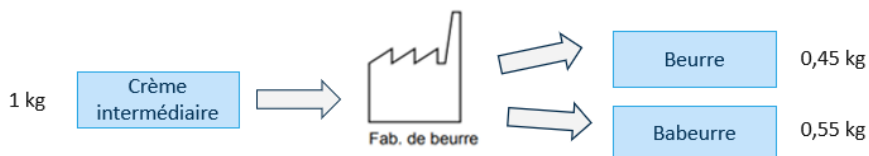
Figure 25 : Schéma de la fabrication de fromage à pâte molle



Source : Courtonne (2016) et traitement BASIC

Ces deux ingrédients sont ensuite **associés en proportions variables** pour obtenir un **mélange de base** spécifique à la fabrication de chaque type de produit laitier (essentiellement dans les grands groupes) : yaourt, fromage, etc. La figure ci-dessus donne l'exemple de reconstitution pour la fabrication du **fromage à pâte molle** (cas du maroilles). Environ 0,08 kg de crème intermédiaire et 0,92 kg de lait écrémé sont nécessaires pour l'obtention de 0,12 kg de fromage et 0,88 kg de **lactosérum**, produit dérivé de la fabrication de fromage.

Figure 16 : Schéma de la fabrication du beurre



Source : Courtonne (2016) et traitement BASIC

À noter que le **beurre** fait figure d'exception puisqu'il est produit en grande majorité à partir de crème intermédiaire, qui résulte elle-même de surplus de crème issus de la première transformation et non utilisée dans certains mélanges de base (cf. figure ci-dessus). 1 kg de crème intermédiaire produit environ 0,45 kg de beurre et 0,55 kg de babeurre.

Par ailleurs, les 2 cas précédent montrent qu'un même litre de lait donne lieu à la fois à la production de **produits principaux** (fromage, beurre), mais aussi de **coproduits** (babeurre, lactosérum) qui peuvent être à leur tour transformés en poudre ou en concentré avant d'être vendus comme ingrédients intermédiaires pour les industries agroalimentaires (boulangerie-pâtisserie, glaces, sauces, charcuterie, plats préparés...).

Les industries laitières ont ainsi structuré leurs opérations autour de 3 fonctions clés :

- **centralisation des flux** via la collecte de lait disséminé dans les élevages laitiers,
- **homogénéisation de la diversité de la matière première agricole** via le mélange des différents laits pour répondre aux attentes d'efficacité de la transformation,
- **décomposition de la matière première en ingrédients intermédiaires** (lait écrémé et crème intermédiaire) et produits dérivés (poudre de lait, babeurre, caséine, etc), **puis réassemblage de ces ingrédients** pour fabriquer une grande variété de produits laitiers à des coûts optimaux<sup>70</sup>.

La combinaison de ces trois fonctions engendre une **déconnexion physique entre la matière première agricole et le produit laitier final**, rendant très difficile, voire impossible, le traçage de la destination du lait de l'élevage jusqu'au produit fini quand il passe par ce type de longue chaîne industrielle.

Cette déconnexion est aujourd'hui prépondérante dans le secteur laitier français, car la grande majorité des volumes de produits est fabriquée en flux tendu par des sites industriels de grande taille (pour plus de détails, voir la section 3.5 ci-après).

### **3.3 Une déconnexion économique qui s'ajoute à la déconnexion physique**

À la déconnexion physique entre le lait produit par les élevages et les produits laitiers achetés par les consommateurs, s'ajoutent une seconde déconnexion, cette fois économique.

Comme évoqué dans l'introduction du présent chapitre, l'industrie laitière – comme plus globalement l'industrie agroalimentaire française – s'est engagée à partir des années 1980/1990 dans des **stratégies de différenciation des produits et de segmentation des marchés grâce à de lourds investissements en marketing et publicité**<sup>71</sup>.

Depuis cette époque, on constate un **phénomène d'entraînement** : la hausse de la valeur ajoutée de l'agroalimentaire générée grâce à l'image de marque des industriels de l'agroalimentaire permettent de financer en retour les dépenses de marketing et publicité qui à leur tour nourrissent l'augmentation de la valeur ajoutée.

Un exemple emblématique de cette logique est le cas de l'emmental, traditionnellement issu du Jura, et qui est aujourd'hui fabriqué à 85% en Bretagne et Pays de la Loire à partir de lait collecté dans ces 2 régions, et commercialisé en majorité sous forme de râpé et non de morceaux entiers<sup>72</sup>.

















---

<sup>70</sup> Rastoin, et al. (2015).

<sup>71</sup> CREDOC (1995).

<sup>72</sup> Agreste Bretagne (2019).

Figure 26 : Relevé de prix de l'emmental râpé vendu en ligne par un leader de la grande distribution

 1€ 55 7,75 € / kg Fromage Emmental Eco+ Râpé - 200g	 8€ 28 8,28 € / kg Fromage Emmental Les Croisés Râpé - 1kg	 Produits similaires 7,50 € / kg Emmental Râpé Les Croisés 750g	 2€ 71 8,34 € / kg Emmental râpé Les Croisés 29%mg 325g
 4€ 17 8,34 € / kg Fromage Emmental Les Croisés Râpé zip 29%mg 500g	 1€ 67 8,35 € / kg Fromage Emmental Les Croisés Râpé - 200g	 1€ 94 9,24 € / kg Fromage Emmental Les Croisés Râpé 3x70g	 1€ 99 9,95 € / kg Emmental râpé fondant Président 200g
 4€ 98 9,96 € / kg Emmental râpé fondant Président 500g	 2€ 01 10,05 € / kg Emmental râpé 29% MG Bio Bio village - 200g	 1€ 75 10,94 € / kg Emmental râpé Entremont français 160g	 4€ 40 11,00 € / kg Emmental râpé 31% MG Bio Bio village - 400g
 1€ 65 11,00 € / kg Fromage Emmental Paysan Berton Râpé lait pasteurisé 150g	 1€ 11 11,10 € / kg Fromage Emmental Les Croisés Râpé 29%mg 100g	 3€ 33 11,10 € / kg Fromage Emmental Entremont Râpé - 300g	 2€ 39 11,38 € / kg Emmental râpé Entremont 3x70g

Source : BASIC, à partir du site internet de vente en ligne d'un grand distributeur, novembre 2023

Comme illustré ci-dessus, bien que l'emmental soit fabriqué par de grandes usines à partir de lait homogénéisé et standardisé issu essentiellement de 2 régions de l'Ouest de la France, le prix de l'emmental râpé aux consommateurs peut aller de 7,75 euros/kg à 11,38 euros/kg, soit une différence de 50% entre le premier prix "eco" et le produit de la grande marque la plus emblématique du segment, les produits de MDD se situant sur toute la gamme de prix entre les 2 (de 8,28 euros/kg à 11,10 euros/kg).

Ces résultats confirment l'importance prépondérante du marketing sur le prix final et donc le consentement à payer des consommateurs, sans lien avec la qualité du lait à partir duquel est fabriqué le fromage (d'autant qu'il n'y a pas d'IGP dans les produits présentés ci-dessus et que l'emmental râpé MDD bio est vendu en-dessous des prix les plus chers de l'échantillon, à 10,05 euros/kg et 11,00 euros/kg).

Ce cas de l'emmental n'est pas isolé, mais au contraire représentatif de la plupart des produits laitiers vendus sous grandes marques et marques de distributeurs (hors AOP).

Figure 27 : Principales marques des industries laitières françaises



Source : BASIC, à partir des sites internet des entreprises

Ainsi, à partir d'une matière première homogénéisée et standardisée, les grands industriels du secteur laitier ont créé une multitude de marques (cf. schéma ci-dessus) qui leur ont permis de conquérir des parts de marché tout en créant des segments de produits toujours plus nombreux, afin de réduire le risque d'y être concurrencé<sup>73</sup>. Sur ces segments, la force de la marque est souvent plus déterminante que la typicité du produit (parmi les cas emblématiques, certaines marques du groupe Lactalis : Président, Lanquetot ou Le Petit sur le camembert ou Société sur le roquefort). Ainsi, la diversité des produits en grande distribution tient plus à la profusion de marques qu'à la matière première agricole qui les compose et qui a été standardisée.

Libéré des contraintes de l'agriculture (irrégularité d'approvisionnement, différences et variations de qualité...), les industriels ont une grande flexibilité pour s'ajuster aux évolutions du marché intérieur comme à l'export. De plus, leurs prix de vente reflète certes les investissements qu'ils réalisent pour fabriquer des produits laitiers aux normes sanitaires et de qualité égale toute l'année, mais aussi et surtout leurs investissements immatériels en marketing et publicité.

<sup>73</sup> Chatellier et al. (2020), p. 236.



## La marque du Camembert dépasse les frontières de la Normandie

La bataille autour de l'AOP du camembert est une illustration de cette déconnexion économique entre la qualité intrinsèque du lait et la **capacité à créer de la valeur immatérielle en communiquant sur la dimension terroir d'un produit emblématique de la France**. Certains industriels du lait ont souhaité assouplir le cahier des charges de l'AOP camembert pour pouvoir développer la production et les exports à l'international, dans un contexte où :

- l'AOP de camembert au lait cru fabriqué en Normandie représente environ 5 840 tonnes en 2019 - soit environ **10% de la production totale** de ce fromage<sup>74</sup> ;
- Le camembert industriel fabriqué au lait pasteurisé représente environ 60 000 tonnes de production chaque année, soit 90% des volumes totaux de camemberts<sup>75</sup>.

Cette asymétrie de la production se double d'une forte concentration de la transformation : l'entreprise **Lactalis produirait à elle seule près de 50% de la production nationale de camembert**<sup>76</sup>.

Faisant suite aux demandes d'industriels laitiers, l'INAO, organisme public en charge de suivre le bon fonctionnement des Signes officiels de qualités (SIQO), a proposé en 2018 une « labellisation élargie », à deux niveaux qui prévoyait :

- **L'autorisation du camembert au lait pasteurisé dans l'AOP**, afin de faciliter son exportation, en contrepartie de l'intégration de vache normandes dans les troupeaux et de plus d'herbe dans les rations <sup>77</sup>;
- En parallèle le maintien d'un label plus exigeant « camembert fabriqué en Normandie » au lait cru.

Au final, « l'AOP élargie » a été **rejetée** à 53% des voix en mars 2020 **par l'organisme de défense et de gestion** du camembert de Normandie<sup>78</sup>. Les industriels ont continué comme auparavant d'utiliser l'appellation camembert, sans lien avec le respect du cahier des charges de l'AOP. Certains ont même continué d'utiliser les termes « fabriqué en Normandie », jusqu'au jugement mi-2020 de la DGCCRF qui a donné raison aux producteurs AOP : l'indication « fabriqué en Normandie » n'est plus autorisée sur les boîtes de camemberts qui ne sont pas sous AOP depuis janvier 2021. La décision ne semble pas avoir été respectée par toutes les marques<sup>79</sup>, tandis que Lactalis s'est opposé publiquement à la décision et utilise le terme « fabriqué en Orne »<sup>80</sup>.

### 3.4 Un modèle économique qui repose sur la valorisation des co-produits

Autre élément moins connu du modèle économique des industries laitières, la **décomposition du lait génère une production importante de co-produits, dont la valorisation est devenue essentielle pour leur rentabilité**.

---

<sup>74</sup> Fiche produit de l'INAO en ligne (consultée le 5 octobre 2023) : <https://www.inao.gouv.fr/produit/4204>

<sup>75</sup> <https://www.ouest-france.fr/economie/agriculture/la-pasteurisation-du-camembert-aop-passe-mal-5594880>

<sup>76</sup> Ouest-France, *op. cit.*, 2018.

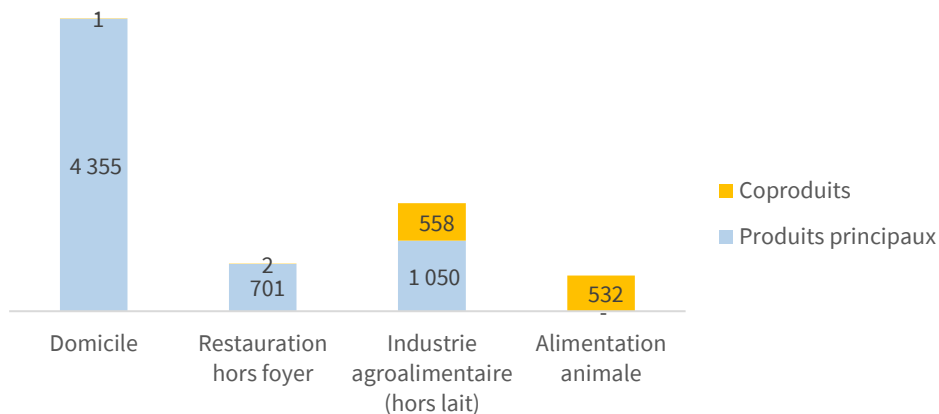
<sup>77</sup> Ouest-France, *op. cit.*, 2018.

<sup>78</sup> [https://www.bfmtv.com/economie/consommation/guerre-du-camembert-vers-la-fin-de-la-mention-fabrique-en-normandie-pour-les-fromages-non-aop\\_AN-202003040144.html](https://www.bfmtv.com/economie/consommation/guerre-du-camembert-vers-la-fin-de-la-mention-fabrique-en-normandie-pour-les-fromages-non-aop_AN-202003040144.html)

<sup>79</sup> <https://www.quechoisir.org/actualite-camembert-la-mention-fabrique-en-normandie-encore-largement-presente-n88570/>

<sup>80</sup> [https://www.bfmtv.com/cuisine/lactalis-relance-la-bataille-du-camembert-fabrique-du-normandie\\_AN-202102070166.html](https://www.bfmtv.com/cuisine/lactalis-relance-la-bataille-du-camembert-fabrique-du-normandie_AN-202102070166.html)

Figure 28 : Débouchés des produits principaux et coproduits issus du lait de vache en 2019 (kT produits transformés)



Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

Comme illustré ci-dessus (données 2019), environ **1,1 millions de tonnes de produits laitiers fabriqués à partir de co-produits sont consommés chaque année en France** (soit environ 15% du tonnage total de produits laitiers consommés dans le pays). Les **principaux débouchés** de ces co-produits sont à parts égales :

- **l'industrie agroalimentaire** pour la fabrication de produits transformés, en particulier les secteurs de la boulangerie-pâtisserie, biscuiterie, chocolaterie, charcuterie, fabrication de plats préparés...
- **l'alimentation des animaux d'élevage** (qui approvisionnent ensuite la filière viande)

Certains de ces co-produits sont aussi parfois les industries non alimentaires.

Le tableau ci-dessous donne un aperçu des principaux co-produits laitiers et de leurs usages.

Tableau 2 : Volumes des co-produits fabriqués en France en 2019

Produits dérivés du lait	Fabrication (kt)	Principaux usages
Poudres de lait	403	Lait infantile, boulangerie, biscuiterie, chocolaterie, charcuterie, fabrication des crèmes glacées, sauces, potages et plats préparés.
Poudres de lactosérum	437	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lait infantile, lait concentré sucré, chocolat, boulangerie, biscuiterie, crème glacée, fromages industriels</li> <li>• Alimentation animale</li> </ul>
Concentré de lactosérum	179	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisé pour améliorer la texture et l'onctuosité des produits alimentaires ou donner un goût « laiteux »</li> <li>• Alimentation animale</li> </ul>
Caséines et autres composants	110	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutrition sportive,</li> <li>• Colles utilisées dans les vins</li> <li>• Liant en peinture</li> </ul>
Babeurre concentré	244	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisé pour donner une texture pour moelleuse, légère et acidulée des produits de boulangerie-pâtisserie (muffins, crêpes...)</li> <li>• Alimentation animale</li> </ul>
Poudre de babeurre	281	Propriétés émulsifiantes, stabilisantes, de rétention d'eau, brunissement ; utilisée en boulangerie, pâtisserie, fromagerie, charcuterie ainsi que pour la fabrication de sauces et crèmes dessert

Source : BASIC d'après les données du projet « Référentiel Flux » mené avec les instituts techniques agricoles, 2023

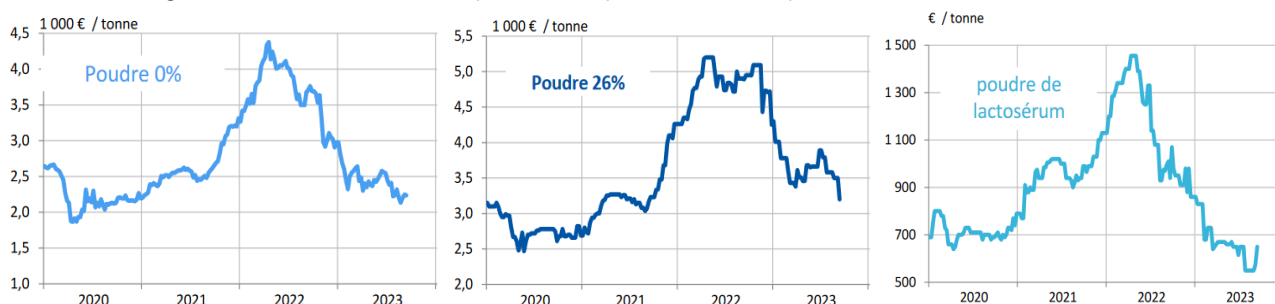
En termes économiques, la vente des co-produits laitiers en France s'est élevée à environ 2,7 milliards d'euros en 2020, soit 11% de la valeur des produits laitiers commercialisés cette année-là<sup>81</sup>, auxquels il faut rajouter 2,5 milliards d'euros de valeur à l'export (28% du montant total des exportations laitières).

Ainsi, les industries laitières résolvent grâce aux co-produits deux problématiques importantes :

- d'un côté **l'équilibre de l'équation matière première** qui est avant tout réalisé entre les différents sites industriels d'une même entreprise, même s'il n'est pas rare que les co-produits s'échangent entre concurrents en cas de besoin,
- de l'autre, **l'équilibre financier et la rentabilité de l'entreprise** qui sont permis par la valorisation des co-produits laitiers à la fois auprès des autres industries agroalimentaires et aussi via les marchés à l'export (en majorité hors Union européenne). Ces débouchés sont devenus des marchés à part entière, dont le prix est déterminé sur la base de cours mondiaux<sup>82</sup>.

Parmi les co-produits laitiers, les poudres de lait sont un cas emblématique. Ces « produits de report » qui se stockent plusieurs années génèrent une valeur ajoutée faible par tonne produite, mais significative quand les quantités commercialisées sont élevées.

Figure 29 : Cours mondiaux de poudre 0%, poudre 26% MG, poudre de lactosérum (2020-2023)



Source : CNIEL, Présentation de conjoncture du 26 septembre 2023, 2023

Le prix de vente des poudres et, ainsi, leur rentabilité est assez variable dans le temps en raison d'importantes fluctuations des cours mondiaux (cf. graphique ci-dessus). Pour les trois types de poudre, les prix ont ainsi été multipliés par deux de 2020 à 2022, l'année 2023 faisant revenir à des niveaux de prix de 2021 ou 2020.

### 3.5 Le poids des sites industriels de grande taille, calibrés sur du flux tendu en raison de la pression économique exercée en aval

Comme décrit dans les sections précédentes, le modèle économique des industries laitières s'est structuré autour de 3 principes clés :

1. **La déconnexion physique** entre la matière première agricole (lait) et les produits finis vendus aux consommateurs rendue possible par les processus de décomposition, puis recombinaison des ingrédients ;
2. **La déconnexion économique** grâce au marketing et à la publicité, l'image de marque des produits laitiers étant en général plus importante que l'origine du lait pour les décisions des consommateurs ;

<sup>81</sup> Il s'agit d'une estimation conservatrice car les professionnels du secteur n'ont pas donné les chiffres de vente années pour les produits suivants : Caséines, Laits concentrés non sucrés, Lactose et lactoprotéines, voir CNIEL (2022a), p.54.

<sup>82</sup> IDELE (2023a), p.7-8.



3. **La valorisation des co-produits** qui permet d'assurer l'équilibre matière entre les différents usages du lait, mais aussi et surtout l'équilibre financier et la rentabilité des sociétés laitières.

Cette structuration s'est faite dans un contexte où **les acteurs de la grande distribution – très concentrés – constituent le débouché incontournable** pour la commercialisation de l'ensemble des produits laitiers.

Or, ces acteurs créent une pression économique sur tous les maillons situés en amont des filières laitières en raison de la **guerre des prix permanente** qu'ils pratiquent (cf. chapitre 2) et de leur pratique de « **fixation de prix cibles** » aux consommateurs (« target pricing »).

Via cette pratique généralisée dans la grande distribution française, **le prix de vente des produits ne dépend pas de leurs coûts de fabrication** auxquels serait ajoutée une marge pour le magasin ; il est déterminé sur la base du consentement à payer des consommateurs et, surtout, des prix des magasins concurrents dans l'objectif d'attirer les clients avec des prix très attractifs sur des produits phares qui font une grande part du chiffre d'affaires, les autres produits étant commercialisés au prix le plus élevé possible en l'état de la concurrence entre les enseignes. **Une fois fixé le prix de vente aux consommateurs, les magasins retranchent la marge qui leur est nécessaire** pour couvrir leurs coûts internes (salaires, logistique, foncier, dépenses mutualisées...), afin de fixer un prix de négociation avec les marques, les plus grandes parvenant à faire baisser cette marge de la grande distribution grâce à la force de leur image de marque et au caractère indispensable de leurs produits phares.

Dans le cas des produits vendus sous marque distributeur, le fonctionnement est généralement différent : les prix payés aux fabricants sont alors fixés sur la base des coûts détaillés de fabrication révélés par le fournisseur, auxquels sont ajoutés une petite marge nette de 1% à 2%.

Au final, le pouvoir de négociation de la grande distribution conjugué à la guerre des prix entre enseignes et à la fixation de prix cibles crée une **pression économique importante sur le maillon de la transformation laitière qui est amplifiée par la recherche de profitabilité des industriels.**

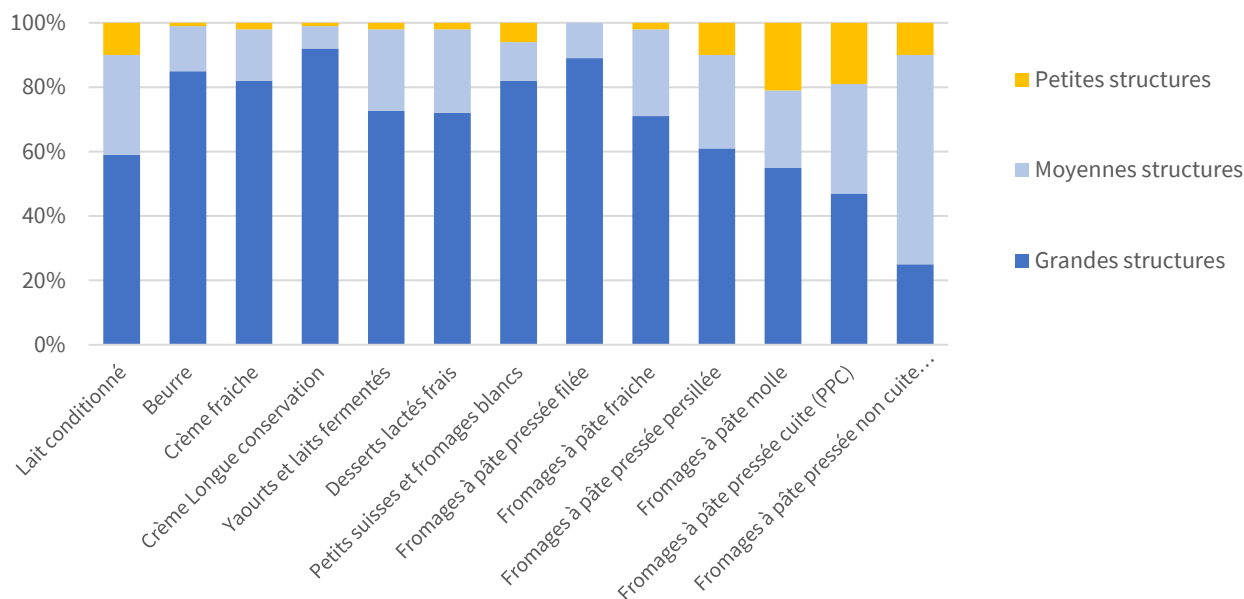
Pour y répondre, les acteurs de la transformation laitière sont pris dans une **recherche constante d'économies d'échelle qui a donné lieu à la création de sites industriels toujours plus grands qui réalisent aujourd'hui la grande majorité de la fabrication de produits laitiers en France.**

La création d'unités industrielles laitières de plus en plus grandes a parallèlement été encouragée par **la mise en place de normes d'hygiène et sanitaires de plus en plus rigoureuses à l'échelle européenne.** Le règlement dit « Paquet hygiène », adopté en 2002, a en effet transféré aux opérateurs, à chaque stade de la filière (élevages compris), la responsabilité juridique de la qualité sanitaire des produits, générant des règles sur la traçabilité des denrées alimentaires et des coûts importants de mise aux normes qui ont entraîné une recomposition des filières laitières avec des fermetures et/ou rachat de structures<sup>83</sup>.

---

<sup>83</sup> Nozieres et al. (2018), p. 72.

Figure 30 : Part de production des produits laitiers, selon la taille de l'usine de fabrication, en 2019



Source : BASIC d'après FranceAgriMer, Les mutations de la transformation laitière française de 2010 à 2019, 2021

Résultat de ces dynamiques, **la fabrication française de produits laitiers est assurée par des grandes unités pour 70% à 90% des volumes** (cf. diagramme ci-dessus), à l'exception du lait (59%) et de certains types de fromages pour lesquels la fabrication dans de grandes structures représente :

- 61% des fromages à pâte persillée (bleu d'auvergne, fourme d'Ambert...)
- 55% des fromages à pâte molle (camembert, brie, maroilles, munster, mont-d'or...),
- 47% des fromages à pâte pressée cuite (emmental, comté, parmesan...) en raison surtout de la production du Comté qui est réalisée dans 146 sites, ayant une capacité de moins de 1 000 tonnes.
- 25% des pâtes pressées non cuites (raclette, Ossau-Iraty, tomme des Pyrénées...).

Pour maximiser les économies d'échelle et assurer la rentabilité de ces grandes unités de transformation, les processus industriels y sont très automatisés et les stocks les plus limités possibles pour réduire les coûts associés (main d'œuvre, pertes, stockage), dans une **logique de flux tendus** qui fait écho au concept de « fluidité laitière » qui inspire la filière depuis les années 1960 (cf. début du chapitre 3).

De manière opérationnelle, l'organisation de ces usines se base sur des systèmes de **juste à temps** et de **lean management** qui ont été inventés dans l'industrie automobile dès les années 1970 (Toyota) et qui sont très adaptés aux activités d'assemblage d'une grande variété de composants, clé de voute des processus actuels de fabrication des produits laitiers.

Cependant, malgré la forte présence de ces grandes unités de transformation, les coûts de production des industriels laitiers français est plus élevée que celui des pays du Nord de l'Europe, du fait<sup>84</sup> :

- de coûts de collecte variables entre les différentes régions françaises,
- d'une moindre concentration industrielle que dans les autres pays (et de moins d'économies d'échelle),

<sup>84</sup> CGAAER (2016), p. 33.

- de coûts de fabrication supérieurs à produits identiques en raison de la proportion plus élevée de petites séries (AOP, bio..) dans les produits de grande consommation,
- et d'outils moins performants pour la fabrication des ingrédients laitiers.

Par ailleurs, la prépondérance des grandes unités conçues pour faire de gros volumes en flux tendu limite la possibilité de fabriquer des produits différenciés, car la nécessité de traçabilité de laits distincts (AOP, bio) entraîne des surcoûts élevés. En effet, les industriels n'ont que deux choix possibles pour les fabriquer :

- Soit ils dédient une journée de leurs grands sites industriels à la fabrication de produits à base de lait différencié, ce qui nécessite d'arrêter la ligne de production, de nettoyer le tank et les machines...
- Soit ils intègrent verticalement des plus petits sites de transformation dans leur groupe en rachetant de petites ou moyennes laiteries qui fabriquent ces produits différenciés en petites séries.

Dans les deux cas, l'investissement réalisé par les industriels pour ces produits différenciés doit être amorti par un seuil minimum de volumes à fabriquer et une forte valorisation sur le marché.

Quant aux petites unités de transformation qui sont plus naturellement structurées pour fabriquer des produits laitiers différenciés avec un fort lien au territoire, leur proportion est minime car elles représentent :

- moins de 2% de la fabrication de beurre, crème, yaourts, desserts lactés, fromages frais et fromages à pâte pressée filée (type Mozzarella) ;
- au maximum 20% de la fabrication de fromages à pâte molle (type camembert ou brie) et de fromages à pâte pressée cuite (type comté ou beaufort), seuls secteurs où elles sont largement présentes.

Dans ce domaine, l'Italie semble offrir un contrepoint intéressant par rapport au modèle français et plus encore des pays du Nord de l'Europe car il est structuré autour d'une plus grande proportion d'unités de taille moyenne et petite qui valorisent les origines et les terroirs italiens, couplé à une part bien plus faible de la grande distribution dans la commercialisation des produits laitiers dans ce pays.

### 3.6 Un « oligopole à frange » pour tous les produits laitiers

La prépondérance des grands sites industriels décrite précédemment se double d'une concentration du secteur laitier autour d'un petit nombre de grandes entreprises qui possèdent un ensemble de sites de toute taille dans un objectif de concentrer des parts de marché et de créer des synergies pour maximiser leur rentabilité. Cette situation est le résultat de nombreuses restructurations financières qui ont engendré depuis les années 1990 une forte concentration des structures de collecte et de transformation laitière<sup>85</sup>.

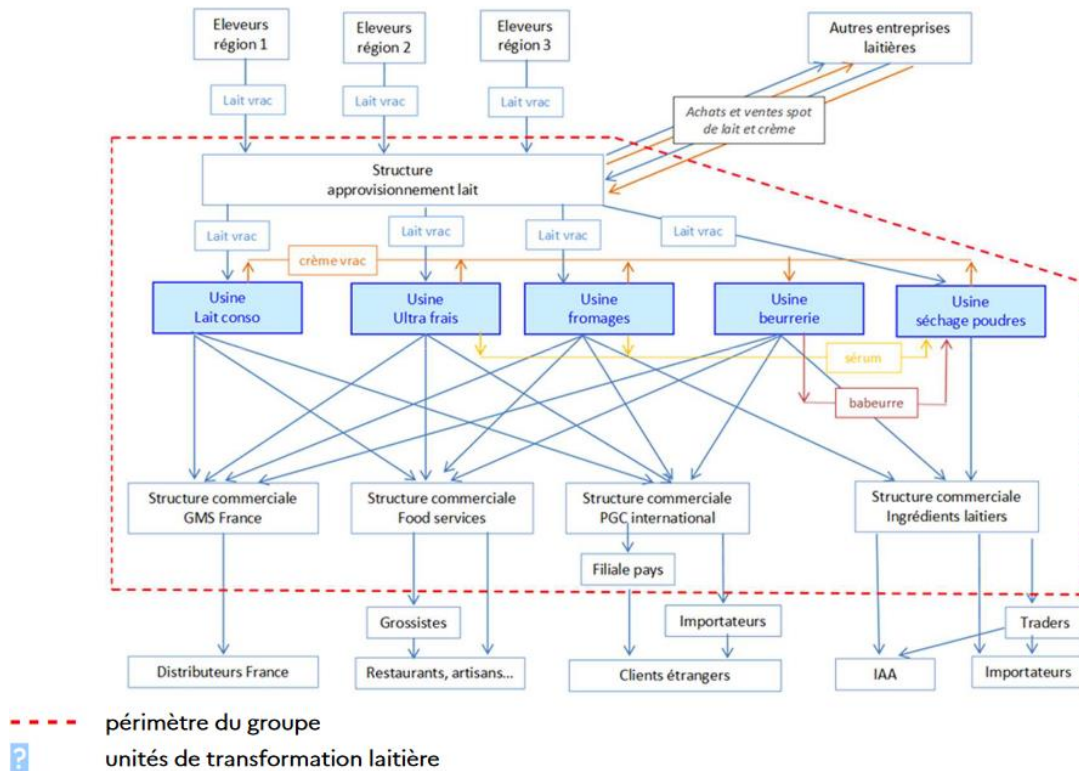
Les coopératives comme les sociétés privées (à capital familial ou cotées en bourse) ont contribué à ce mouvement d'intégration verticale et horizontale des différents métiers de l'industrie laitière (lait conditionné, beurre, crème, yaourts, fromages, poudres et co-produits)<sup>86</sup>.

---

<sup>85</sup> Nozieres et al. (2018), p. 72.

<sup>86</sup> Ibid.

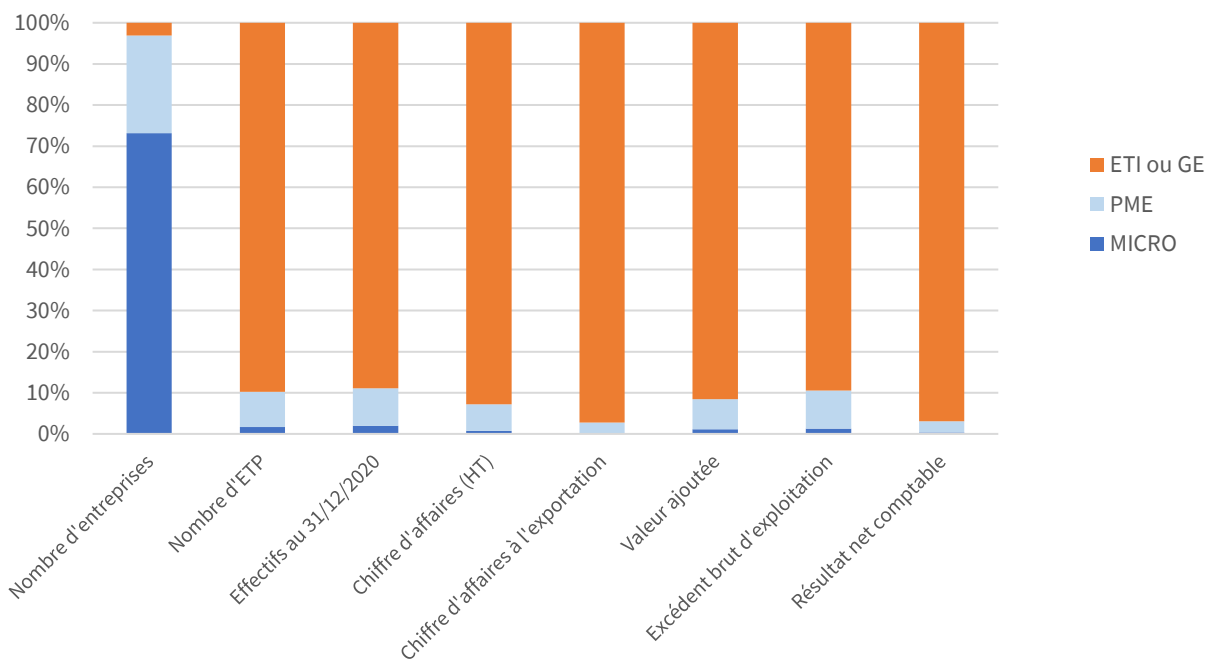
Figure 31 : Schéma-type des flux de matières dans un groupe laitier



Source : OFPM, Rapport au Parlement, 2022, p. 246, d'après ATLA

Cette dynamique a donné naissance à des **organisations internes complexes au sein des grands groupes** qui assurent leur équilibre matière et leur rentabilité globale via une interdépendance entre leurs différentes usines spécialisées qui rend très difficile la compréhension de leur fonctionnement depuis l'extérieur (cf. le diagramme ci-dessus qui schématise les flux matière au des groupes laitiers français).

Figure 32 : Indicateurs socio-économiques des fabricants de produits laitiers, par taille d'entreprise en 2020



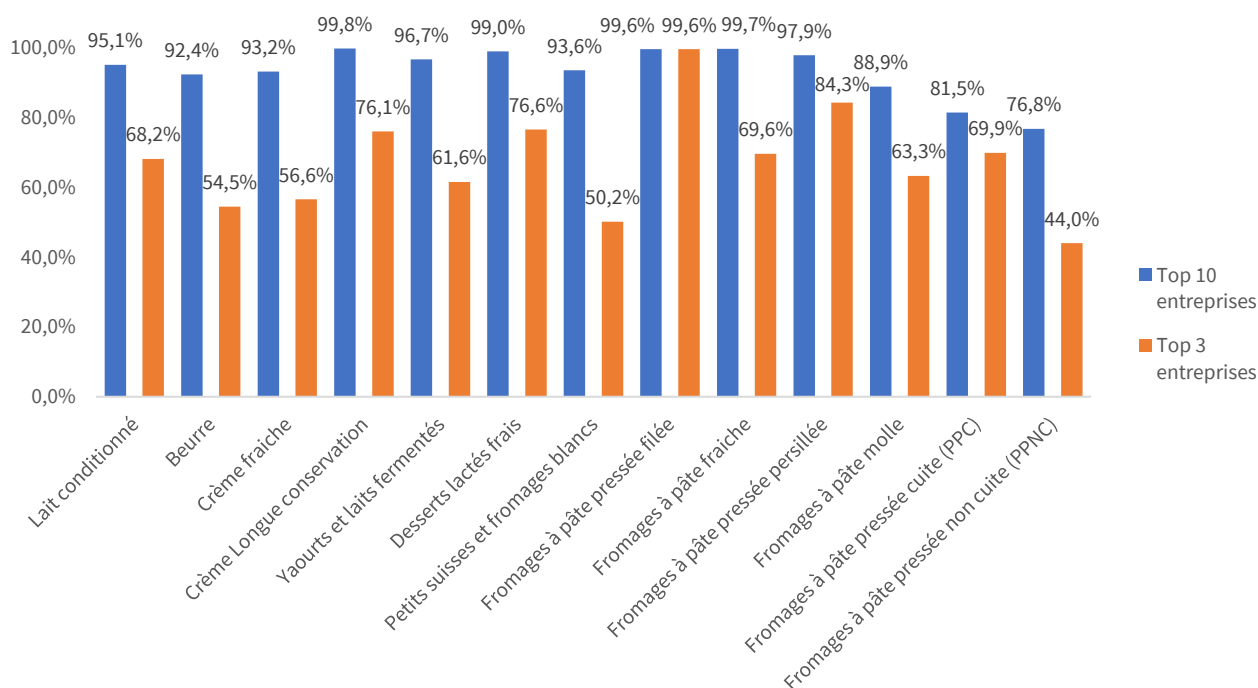
Source : Traitement BASIC d'après INSEE / ESANE

Résultat de cette évolution (cf. diagramme ci-dessus), parmi les 1292 entreprises des industries laitières :

- **Les grandes entreprises** (à partir de 5 000 salariés) et celles de taille intermédiaire (à partir de 250 salariés) ne forment que **3% du nombre de sociétés** qui fabriquent des produits laitiers en France, mais canalisent **90% des emplois et de la création de valeur** de la transformation laitière, et de manière encore plus marquante **97% du chiffre d'affaires à l'exportation et des bénéfices nets cumulés qui sont générés par le secteur**. Cette part dominante des grands groupes dans les bénéfices nets du secteur révèle leur très haut niveau de rentabilité, bien supérieure au reste des acteurs ;
- En vis-à-vis, **les PME (petites et moyennes entreprises)** ne représentent que 24% du nombre de sociétés laitières, seulement **7% de la création de valeur** de la transformation, environ 9% des emplois, et **à peine 3% de la valeur des exportations et des bénéfices cumulés** de la transformation laitière ;
- Quant aux **microentreprises** elles constituent certes **73% des acteurs de la transformation laitière, mais ne représentent même pas 2% des emplois** (équivalent ETP), **moins de 1% de la création de valeur ajoutée** et une part infinitésimale des bénéfices cumulés du secteur.

Concernant le **chiffre d'affaires à l'export**, il est intéressant de noter qu'il est concentré dans un petit nombre de **groupes privés, dont l'internationalisation a été au cœur de leur modèle économique**. Aujourd'hui, Lactalis, Danone et Bel transforment davantage de lait à l'étranger qu'en France<sup>87</sup> et leurs filiales implantées à l'étranger ont un chiffre d'affaires cinq fois supérieur au montant des exportations réalisées depuis la France<sup>88</sup>.

Figure 33 : Taux de concentration de la production des industries laitières en 2019 (top 3 et top 10)



Source : BASIC d'après FranceAgriMer, Les mutations de la transformation laitière française de 2010 à 2019, 2020.

<sup>87</sup> CGAAER (2016), p. 36.

<sup>88</sup> CGAAER (2016), p. 22.

En termes de flux physiques, **plus de 90% des volumes reviennent aux 10 plus grands acteurs pour chaque type de produits laitiers**, excepté pour 2 catégories de fromage où elle n'est « que » de 77% à 82% (les fromages à pâte molle, fromages à pâte pressée cuite et fromage à pâte pressée non cuite qui incluent une grande part de fromages AOP).

Sur plusieurs produits phares de l'industrie laitière, la concentration des parts de marché est même bien plus importante et se fait autour de 3 entreprises clés :

- C'est notamment le **cas de l'emmental** qui représente 75% des volumes de fromages à pâte pressée cuite et pour lequel les 3 principaux fabricants (Sodiaal, Lactalis, Laita) fabriquent 70% de la production nationale<sup>89</sup> ;
- C'est aussi le cas de la **crème longue conservation** dont 76,1% des volumes sont fabriqués par les 3 leaders du secteur : Lactalis, Savencia et Sodiaal<sup>90</sup> ;
- Parmi les autres produits laitiers concernés, on peut citer les **fromages à pâte filée type Mozzarella** (99,6% de la production réalisée par Eurial, Lactalis et Richesmonts)<sup>91</sup>, les **fromages frais** (69,6% de la production par Savencia, Bel et Laita)<sup>92</sup> et les **desserts lactés** (76,6% de la production par Lactalis, Novandie et Danone)<sup>93</sup>.

Concernant les fromages AOP, 70% des volumes seraient produits par de grands groupes industriels<sup>94</sup>. Lactalis, leader mondial du secteur laitier, est ainsi également le plus grand fabricant de fromages AOP avec plusieurs dizaines de produits dans son portefeuille. Pourtant les fromages AOP représentent moins de 5 % du chiffre d'affaires du groupe<sup>95</sup>. Au-delà de Lactalis, ce sont aussi de grandes coopératives qui ont investi cette production, à l'exemple de Sodiaal qui a racheté la coopérative Entremont Alliance, groupe spécialisé dans les fabrications d'Emmental, de Comté, et de Beaufort)<sup>96</sup>.

Cette dynamique est également à l'œuvre dans le segment de la bio. Ainsi, Lactalis est le 3<sup>ème</sup> plus grand fabricant de produits laitiers biologiques, même si la bio ne représente que 7% de son chiffre d'affaires<sup>97</sup>.

Dans ce contexte de forte concentration, l'Autorité de la concurrence a condamné 10 industriels du lait dans une décision du 12 mars 2015, avec des sanctions à hauteur de 192,7 millions d'euros, pour des faits de :

- **entente sur l'augmentation des prix** des produits laitiers en marque distributeurs ;
- **entente sur les volumes**, de nature à fausser les appels d'offre de la GMS.

Pour aller plus dans le détail, le tableau ci-après liste les 9 principaux groupes laitiers français, leurs principales productions et marques commerciales, et leur place parmi le top 3 des plus grands fabricants de chaque catégorie de produits laitiers.

---

<sup>89</sup> FranceAgriMer (2019), p. 39.

<sup>90</sup> FranceAgriMer (2019), p. 23.

<sup>91</sup> Fra FranceAgriMer (2019), p. 43.

<sup>92</sup> FranceAgriMer (2019), p. 33.



<sup>93</sup> FranceAgriMer (2019), p. 31.

<sup>94</sup> Selon une enquête d'Envoyé spécial diffusée le 3 mai 2018, 70% des fromages AOP sortent de chaînes de production industrielle.

<sup>95</sup> DNA, Fromages : le géant Lactalis menace-t-il les AOP ?, 23 avril 2023, <https://www.lalsace.fr/economie/2023/04/23/fromages-le-geant-lactalis-menace-t-il-les-aop>

<sup>96</sup> FranceAgriMer (2019), p. 39.

<sup>97</sup> Les données sur le marché de la bio publiées en 2019 dans la revue professionnelle Linéaires.






Entreprises Rang <sup>98</sup>	Chiffre d'affaires 2021 (€)	Statut	Place dans le top 3 des entreprises concentrant les volumes de production (2019) <sup>99</sup>	Marques
<b>Lactalis</b>  <i>(n°1 mondial secteur laitier)</i>	22 milliards € (monde) 4,4 milliards (France)	Entreprise privée Groupe familial	N°1 du top 3 - 79% de poudre de lactosérum N°1 du top 3 - 76% de crème longue conservation N°1 du top 3 - 63% des fromages à pâte molle / Camembert et brie N°1 du top 3 - 54% de la production de beurre N°2 du top 3 - 99% des fromages à pâte filée / Mozzarella N°2 du top 3 - 70% des fromages à pâte pressée cuite / Emmental N°2 du top 3 - 68% du volume de lait conditionné N°3 du top 3 - 84% des fromages à pâte persillée N°3 du top 3 - 62% des yaourts N°3 du top 3 - 44% des fromages à pâte pressée non cuite	
<b>Sodiaal<sup>100</sup></b>  <i>(n°8 européen secteur laitier)</i>	5,5 milliards € (monde) 4,2 milliards € (France)  <i>(dont 1 joint-venture avec Savencia : CF&amp;R, avec les marques Cœur de Lion, Le Rustique et Richesmont, 1 joint-venture avec Even (Laita : Régilait)</i>	Coopérative	N°1 du top 3 - 70% des fromages à pâte pressée cuite /Emmental N°1 du top 3 - 68% du volume de lait conditionné N°1 du top 3 - 44% des fromages à pâte pressée non cuite N°2 du top 3 - 84% des fromages à pâte persillée N°2 du top 3 - 79% de poudre de lactosérum N°2 du top 3 - 62% des yaourts N°3 du top 3 - 76% de crème longue conservation	

<sup>98</sup> IDELE (2023c).

<sup>99</sup> FranceAgriMer (2021).

<sup>100</sup> Yoplait est détenu à 100% par Sodiaal depuis fin 2021, mais était auparavant détenu à 49 % par Sodiaal et à 51 % par le groupe américain General Mills selon FranceAgriMer, *op. cit.*, 2021, p. 8.



<p>Savencia (ex-Bongrain)<sup>101</sup></p> <p>(n°5 européen secteur laitier)</p>	<p>5,6 milliards € (monde) 2 milliards € (France)</p> <p>(dont 1 joint-ventures avec Sodiaal : CF&amp;R, avec les marques Cœur de Lion, Le Rustique et Richemont)</p>	<p>Entreprise privée Groupe familial</p>	<p>N°1 du top 3 - 70% des fromages à pâte fraîche N°1 du top 3 - 84% des fromages à pâte persillée N°2 du top 3 - 76% de crème longue conservation N°2 du top 3 - 54% de la production de beurre N°3 du top 3 - 79% de poudre de lactosérum N°3 du top 3 - 63% des fromages à pâte molle / Camembert et brie</p>	
<p>Danone</p> <p>(n°2 européen secteur laitier)</p>	<p>13,1 milliards € (monde – produits laitiers) 1,8 milliards € (France)</p>	<p>Entreprise privée, cotée en bourse</p>	<p>N°1 du top 3 - 62% des yaourts</p>	
<p>Laïta</p> <p>(joint-venture Even, Terrena &amp; Triskalia)</p>	<p>2,3 milliards € (monde) 1 milliard € (France)</p>	<p>Coopérative</p>	<p>N°3 du top 3 - 70% des fromages à pâte fraîche N°3 du top 3 - 70% des fromages à pâte pressée cuite / Emmental N°3 du top 3 - 54% de la production de beurre</p>	
<p>Bel</p>	<p>3,4 milliards € (monde) 0,8 milliard € (France)</p>	<p>Entreprise privée Groupe familial</p>	<p>N°2 du top 3 - 70% des fromages à pâte fraîche N°2 du top 3 - 44% des fromages à pâte pressée non cuite</p>	
<p>Agrial (ex-Eurial)</p>	<p>6,2 milliards € (monde) dont 2,4 milliards € en produits laitiers<sup>102</sup> 1 milliard € (France)</p>	<p>Coopérative</p>	<p>N°1 du top 3 - 76% de crème fraîche conditionnée N°1 du top 3 - 99,6% des fromages à pâte filée / Mozzarella</p>	

<sup>101</sup> Savencia (anciennement Bongrain) détient 51% des parts de Terra Lacta, dont le premier métier est la collecte de lait, repris en 2013, voir FranceAgriMer, *op. cit.*, 2021, p. 7.

<sup>102</sup> 2,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour la branche lait sur les 4 branches, en 2020 d'après LSA, Résultats financiers : en 2020, Agrial a tenu bon, 12 avril 2021, <https://www.lsa-conso.fr/resultats-financiers-en-2020-agrial-a-tenu-bon,378658>



Face à ces entreprises « de tête » à envergure internationale qui réalisent de fortes économies d'échelle, accroissent leurs parts de marché par rachats externes, et investissent massivement dans la publicité, le marketing et la communication, **se maintient un tissu industriel avec de nombreuses PME qui fabriquent une grande diversité de produits laitiers en petites séries, sous signes de qualité ou des marques régionales**<sup>103</sup>.

N'ayant pas les moyens suffisants pour se battre avec les grands groupes sur le terrain de la promotion et de la publicité. Ces PME sont dans une situation concurrentielle défavorable. Dans ce contexte, nombre d'entre elles sont parvenues à maintenir leur activité et leur capacité industrielle en devenant sous-traitants des grands distributeurs pour fabriquer leurs produits de MDD<sup>104</sup>, tout en essayant de conserver des débouchés pour leurs propres marques<sup>105</sup>.

Toutefois, le modèle économique des PME reposant sur les MDD est précaire : « Le débouché des MDD, s'il reste important avec 43 % des ventes, implique souvent une érosion des marges et de la profitabilité des transformateurs et entraîne une dépendance commerciale. »<sup>106</sup>. Et le CGAAER, de préciser : « les PME, **en l'absence d'une diversification réussie**, s'exposent à être reprises que ce soit par des privés ou des coopératives [reprise récente de Graindorge (fabricant de Camembert de Normandie AOP) par Lactalis et de Senoble et Guilloteau par Agrial]. »<sup>107</sup>.

---

<sup>103</sup> Rastoin (2000).

<sup>104</sup> LSA, Crèmerie : les fabricants de MDD retrouvent des couleurs, <https://www.lsa-conso.fr/dossier-cremerie-les-fabricants-de-mdd-retrouvent-des-couleurs.322821>, 26 juin 2019.

<sup>105</sup> Rastoin et al. (2015)

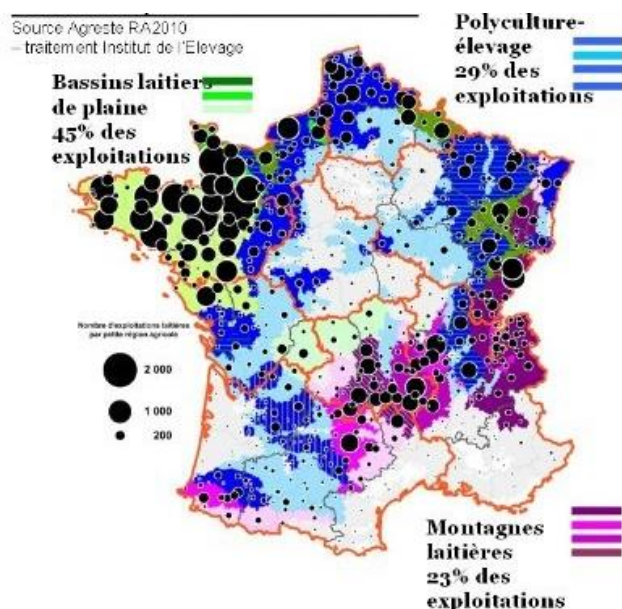
<sup>106</sup> CGAAER (2016), p. 45.

<sup>107</sup> CGAAER (2016), p. 47.

## 4. Le difficile maintien de la diversité de la production laitière en amont

### 4.1 Une production laitière diversifiée en termes de systèmes d'élevage, mais aussi de coûts de production

Figure 34 : Cartographie des systèmes laitiers en France



Source : Institut de l'élevage d'après les données du recensement agricole, 2010

Par rapport au reste de l'UE, la France a conservé des modes d'élevage laitiers diversifiés (cf. carte ci-dessus) :

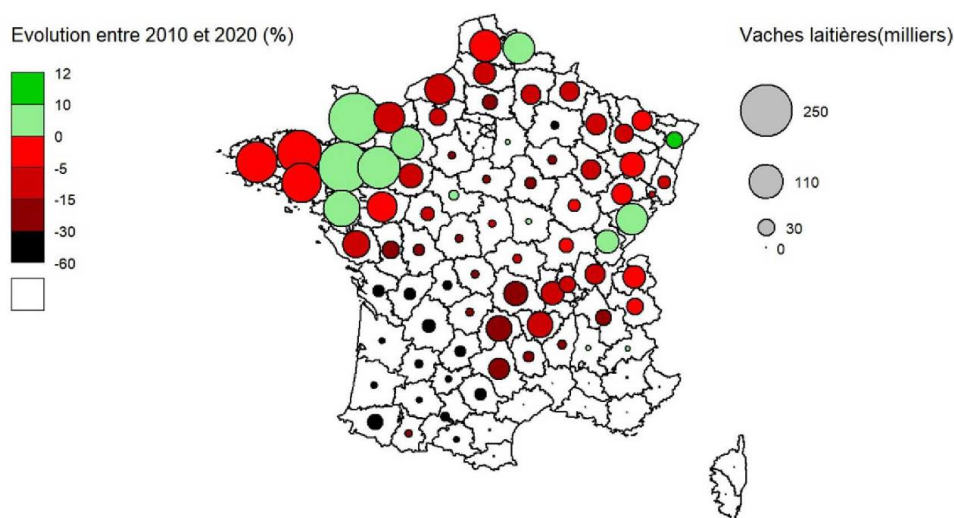
- En 2021, la Bretagne, les Pays de la Loire et la Normandie concentrent 52 % des effectifs de vaches laitières<sup>108</sup>. La plupart de ces fermes du Grand Ouest sont situées en plaine et spécialisées dans l'élevage laitier avec une alimentation du bétail basée sur une grande part de maïs et de tourteaux de soja en complément des fourrages.
- Les exploitations de polyculture élevage associent élevage laitier et production végétale diversifiée dans un ensemble cohérent. Elles sont situées dans un arc allant du Sud-Ouest à la Franche Comté en passant par le Poitou Charente, la Champagne Ardenne et la Lorraine.
- L'élevage laitier de montagne est caractérisé par des exploitations de plus petite taille et un modèle extensif et herbager, complété par des céréales issues souvent d'autres régions pour l'alimentation du bétail. Il est principalement implanté dans les Vosges, le Jura, le Nord des Alpes et le Massif central.

Cependant, cette diversité s'érode de plus en plus au fur et à mesure que les exploitations laitières se concentrent : ainsi, le nombre de fermes de plus de 100 vaches laitières a ainsi augmenté de 700 à 1 000 par an de 2013 à 2020. L'intensification des élevages français demeure cependant modérée par rapport aux autres pays européens : en France, 30% des vaches laitières appartiennent à des troupeaux de plus de cent vaches,

<sup>108</sup> Agreste (2022)

contre 95% au Danemark et 40% à 60% dans les autres pays de l'UE (à l'exception de la Pologne où ce taux n'est que de 10%, reflet de son modèle plus vivrier)<sup>109</sup>.

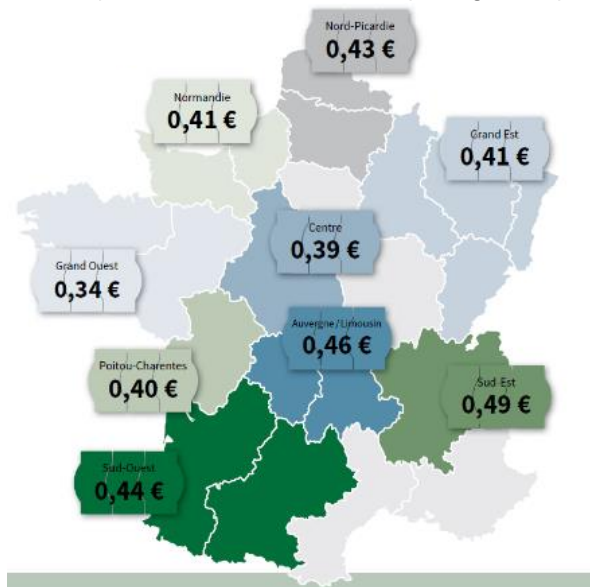
Figure 35 : Cartographie de l'évolution du cheptel de vaches laitières entre 2010 et 2020 en France



Source : Cour des comptes d'après les données du recensement agricole (SSP), 2022<sup>110</sup>

Comme illustré ci-dessus, on observe ainsi une concentration du cheptel de vaches laitières dans la zone du Grand Ouest déjà majoritaire dans la production française (sauf Finistère et Morbihan), ainsi que dans le nord des Hauts de France et de l'Alsace, et dans le Jura-Franche Comté.

Figure 36 : Coûts de production du lait en France par région de production (2013)



Source : European Milk Board Association

Cette dynamique de concentration du cheptel et d'agrandissement des exploitations se fait dans un contexte de fortes disparités économiques entre les différents bassins laitiers en raison des coûts de production qui

<sup>109</sup> Sénat (2022).

<sup>110</sup> Cour des comptes (2022), p. 15.

varient de 50% entre le Grand Ouest où la spécialisation et les pratiques intensives permettent de baisser fortement ces coûts par rapport aux régions du Massif central et des Alpes (cf. carte ci-avant).

Dans ce contexte, un peu moins de 20% de la collecte nationale de lait en 2021 est différencié par son origine, en lien avec des productions de qualité : 13% en AOP/IGP, 5% en Bio et moins de 2% en laits engagés (voir chapitre 6). Ces débouchés différenciés permettent une meilleure valorisation et donc de couvrir les coûts de production plus élevés de certaines régions, mais sont toutefois insuffisants par rapport aux volumes qui y sont produits.

## 4.2 La dépendance à l'aide des éleveurs et éleveuses

Le maintien de la diversité des systèmes d'exploitation laitière en France a été soutenue de longue date par les pouvoirs publics via la Politique Agricole Commune (PAC), dont les leviers d'action historique étaient<sup>111</sup> :

- **Des actions pour développer la demande de produits laitiers** en interne (distribution de lait aux écoles, aides à l'utilisation de beurre pâtisseries) comme à l'export (subventions aux exportations...).
- **Un mécanisme d'intervention** lorsque les prix du marché descendaient en dessous d'un certain seuil, la Commission était tenue de procéder à des achats de produits laitiers industriels (beurre et poudre de lait) qui étaient stockés dans l'attente d'une revente ultérieure.
- **Des prix indicatifs**, en particulier sur le beurre et la poudre de lait, qui étaient fixés par le Conseil et qui servaient de prix directeurs structurant le marché intérieur de l'Union.

Le succès de la PAC a été tel que les éleveurs et éleveuses laitiers européens ont rapidement produit plus que la demande des consommateurs, créant des excédents importants<sup>112</sup>. En 1984, des droits à produire ou quotas laitiers ont été instaurés en remplacement du soutien des prix par les stocks. Ils avaient pour objectifs de limiter les déséquilibres entre l'offre et la demande tout en garantissant un revenu aux agriculteurs et agricultrices quelle que soit la taille de leur exploitation<sup>113</sup>. Les quotas n'ayant pas été fixés à des niveaux suffisamment rigoureux, le système s'est emballé. Les crises des années 1980 (un million de tonnes de beurre stockées et livrées presque gratuitement à l'URSS) ont conduit à une refonte du système.

À partir du début des années 2000, le régime européen du secteur laitier s'est radicalement transformé :

- **Le système des prix administrés a été démantelé** : le prix indicatif a été réduit, puis supprimé<sup>114</sup>. La baisse de revenus des éleveurs et éleveuses a été compensée par des aides directes aux revenus, transformées en 2003 en droits de paiement unique (DPU) calculés sur des références historiques ;
- **Les actions ponctuelles sur la demande se sont raréfiées**, en particulier les subventions aux exportations de lait ont été supprimées car dénoncées par l'organisation mondiale du commerce (OMC).
- **La fin des quotas laitiers en 2015** sous l'argument de promouvoir une approche plus libérale pour permettre aux producteurs de lait européens de gagner des parts de marché à l'étranger.

---

<sup>111</sup> Fondation Schuman (2009).

<sup>112</sup> <http://www.fncl.coop/filiere-laitiere/politiques-laitieres-en-france-de-1984-2011>

<sup>113</sup> Ibid

<sup>114</sup> Jusqu'en 2009, le prix du lait payé en France était encadré par une recommandation d'évolution négociée au sein de l'interprofession laitière, le CNIEL (centre national de l'interprofession laitière réunissant éleveurs, coopératives et transformateurs). Cette singularité, qui pouvait apparaître comme un système d'entente illicite, a disparu en 2009.

Aujourd'hui le prix du lait payé aux éleveurs et aux éleveuses est en partie déterminé **en fonction des cours mondiaux du lait en poudre** qui sont fortement influencés par la Nouvelle-Zélande (leader mondial des exportations), **bien que seulement 9 % de la production mondiale de lait soit exportée**. Qu'il augmente ou qu'il diminue, le prix de la poudre sur le marché mondial entraîne celui des autres produits laitiers exportés, puis, par contagion, des produits de consommation (lait et produits frais). C'est ainsi que le prix des produits laitiers en Europe dépend désormais des conditions climatiques de la Nouvelle-Zélande ou bien encore de la consommation chinoise<sup>115</sup>.

Figure 37 : Évolution du prix du lait de vache conventionnel « sorti de ferme » en euros courants et constants en moyenne nationale annuelle entre 1999 et 2023



Source : Agreste

Résultat de cette évolution, **le prix du lait « sorti de ferme » est devenu volatil à partir de 2006** (cf. ci-dessus), en raison de la libéralisation du marché européen et de l'influence croissante de la bourse des commodities laitières (poudre, beurre...). Malgré la hausse significative de ce prix depuis 2020, **il a en fait seulement retrouvé son niveau de 2001 quand il est exprimé en euros constants** (c'est-à-dire après correction de l'inflation). Pour compenser cette stagnation des prix et l'exposition des éleveurs et des éleveuses à la volatilité des cours, les aides directes sont devenues le principal instrument des pouvoirs publics.

<sup>115</sup> Fondation Schuman (2009).

Tableau 3 : Part des aides publiques suivant les sous-filières bovines (2010 – 2019)

	Bovins lait	Bovins mixte	Bovins viande	Total bovins	Total général
<i>Part des paiements</i>	14 %	5 %	21 %	40 %	100 %
<i>Nb exploitations bénéficiaires</i>	34 652	10 239	51 138	96 029	319 036
<i>Part des exploitations</i>	11 %	3 %	16 %	30 %	100 %

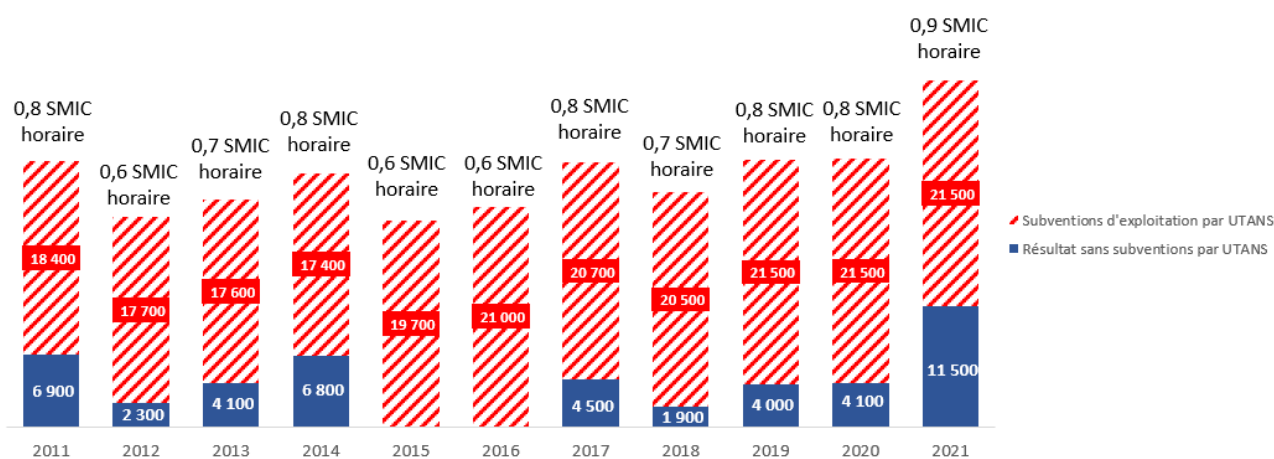
Source : Cour des comptes, 2023, p. 24

Comme illustré ci-dessus, les filières bovines (lait et viande) sont celles qui reçoivent le plus d'aides de la PAC : 3,3 milliards d'euros d'aides récurrentes en 2019, soit 40 % des financements de la PAC, hors aides aux investissements (en comparaison, les céréales-oléagineux-protéagineux ont reçu 2,5 milliards d'euros pour la même année)<sup>116</sup>.

Pour apprécier l'importance de ces soutiens financiers publics pour l'élevage laitier, nous avons calculé la part que représentent les subventions françaises et européennes dans le résultat courant avant impôt des exploitations agricoles spécialisées en bovin lait, considérant que ce résultat est l'un des indicateurs les plus proches du revenu disponible pour les éleveurs et éleveuses.

Par ailleurs, pour mettre en contexte ce revenu disponible, nous avons estimé à combien de SMIC horaire net il correspondait, après prise en compte des cotisations payées en agriculture et du nombre d'heures de travail effectif des éleveurs et éleveuses laitiers par comparaison avec la référence de 35 heures hebdomadaires (détail de la méthodologie en Annexe 2.a)<sup>117</sup>.

Figure 38 : Part des subventions d'exploitation dans le RCAI des exploitations laitières spécialisées par unité de travail non salarié (UTANS) entre 2011 et 2021, et nombre de SMIC horaire équivalent au RCAI



Source : RICA dans OFPM, 2022, traitement BASIC

<sup>116</sup> Cour des comptes (2022), p. 24.

<sup>117</sup> Selon l'IDELE, le temps de travail global annuel de l'atelier lait par Unité de Main d'œuvre (UMO) lait rémunérée est en moyenne de 3 022 heures, soit près de 58 heures /semaine, dans « Comprendre et caractériser les modes d'organisation du travail » (2022) de l'IDELE, page 3.

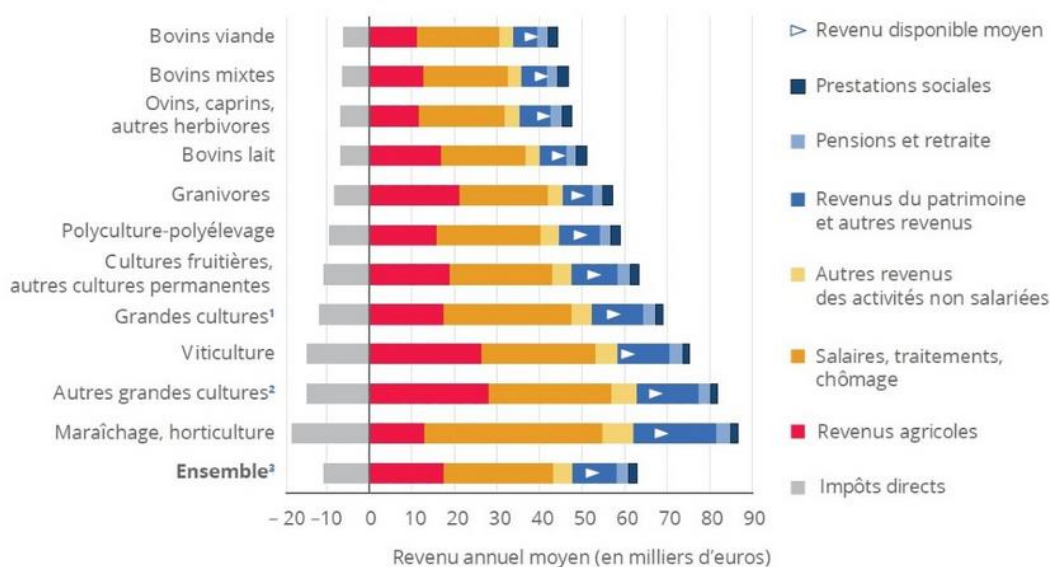


Comme illustré ci-dessus, il apparaît que les éleveurs et éleveuses laitiers français gagnent en moyenne à peine 0,6 à 1,1 SMIC horaire net par an<sup>118</sup>. À noter qu'1 ménage sur 4 en élevage laitier vit sous le seuil de pauvreté (25%), comparativement à un ménage agricole sur 5 pour les autres filières (18%)<sup>119</sup>.

De plus, sur l'ensemble de la période de 2011 à 2020, les subventions publiques ont financé en moyenne 85% de cette rémunération. Ainsi, sans cette aide, les éleveurs et éleveuses laitiers ne gagneraient que quelques milliers d'euros par an en raison du prix très faible qu'ils reçoivent pour le lait et qui leur permet tout juste de couvrir leurs coûts de production, mais pas de se verser une rémunération<sup>120</sup>.

Dans ce contexte, les exploitations laitières sont contraintes de compléter leurs revenus par d'autres sources financières pour s'en sortir.

Figure 39 : Revenu disponible moyen des ménages agricoles selon la production agricole en 2018



Source : Insee Première n° 1876, octobre 2021

Comme illustré ci-dessus, les revenus des élevages laitiers (qu'ils soient spécialisés bovin-lait, bovin-mixte ou en polyculture-élevage) sont minoritaires dans l'ensemble des revenus du ménage, autour de 30%, le reste des revenus étant apportés par le salaire du conjoint, les revenus du patrimoine (fermage...) ou ceux de l'activité non agricole (hébergement touristique...).

### 4.3 L'intensification des pratiques pour sauvegarder les revenus

Comme décrit dans les chapitres précédents, les prix faibles et stagnants du lait payé aux éleveurs et éleveuses français - qui ne leur permettent pas de générer un revenu décent - découlent du fait que l'essentiel du lait est transformé dans des circuits longs, dans lesquels la matière première est standardisée et substituable

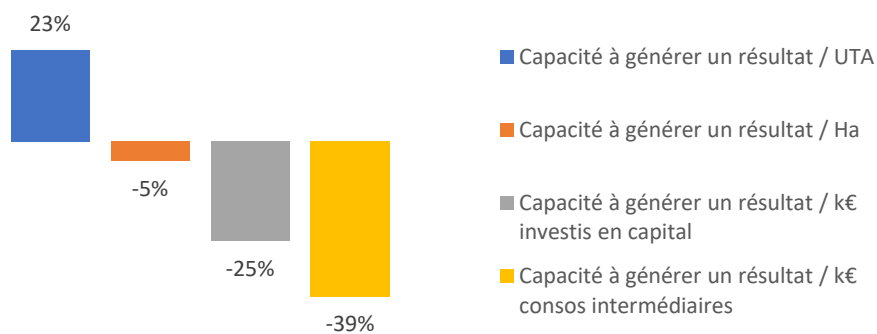
<sup>118</sup> Si ce résultat n'est pas corrigé du nombre d'heures de travail des éleveurs et éleveuses laitiers, la rémunération est de l'ordre de 1 à 1,5 SMIC en fonction des années, à comparer à la demande des organisations professionnelles que les éleveurs et éleveuses laitiers puissent générer une rémunération équivalente à 2 SMICs annuels.

<sup>119</sup> Le Figaro, « Agriculteurs : les éleveurs ont le niveau de vie le plus faible selon l'INSEE », 11 octobre 2021.

<sup>120</sup> La part de rémunération des éleveurs et éleveuses laitiers financée par les soutiens publics varie de 65% en 2021 à 100% en 2015 et 2016. Lors de la crise du lait de ces 2 années, le prix du lait ne leur permettait de dégager aucun revenu disponible.

quelle que soit son origine. Cette commoditisation de la matière première permet d’approvisionner en continu des flux de transformation avec des ingrédients à bas prix, et en bout de chaîne, la création de valeur repose principalement sur le marketing et la publicité sans lien avec l’origine du lait, ses spécificités ni ses coûts de production. **Seulement 20% du lait collecté échappe à cette tendance grâce à des filières différenciées** qui valorisent les particularités de la production laitière auprès des consommateurs : fromages AOP, produits laitiers bio et/ou équitables, laits d’origine...

Figure 40 : Évolution de la capacité des exploitations à générer un résultat entre 2000 et 2020

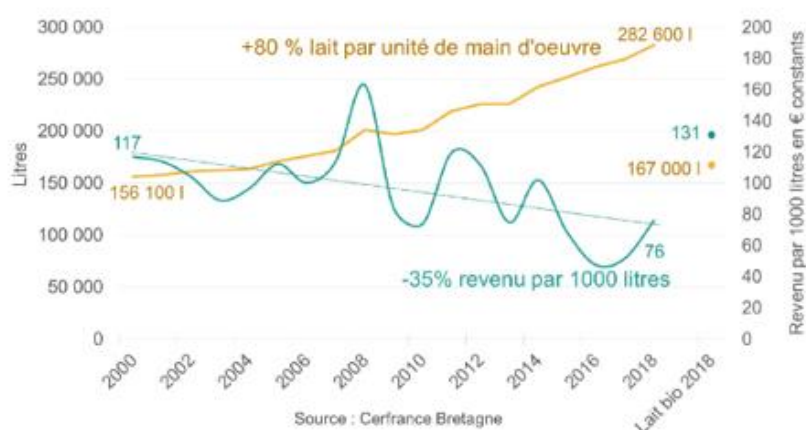


Source : Données RICA, traitement BASIC

Depuis 20 ans, les éleveurs et éleveuses bovin lait français qui vendent dans les circuits longs (80% du total) subissent une pression économique croissante et **une dégradation de leur capacité à générer un résultat**, et donc un revenu. Comme illustré ci-dessus, il faut en 2020 presque **2 fois plus de consommations intermédiaires, 30% de plus de capital** et **10% à 20% d’hectares en plus** pour générer un revenu équivalent à l’an 2000 (sans compter l’inflation sur cette période de 20 ans).

Par contraste, **la capacité par unité de travail s’est quant à elle améliorée**, grâce notamment à la dynamique d’agrandissement des exploitations et de mécanisation (robots de traite...) <sup>121</sup> qui ont permis de diminuer le besoin de main d’œuvre, à quantité de production égale.

Figure 41 : Évolution de la production de lait et du revenu par 1 000 litres



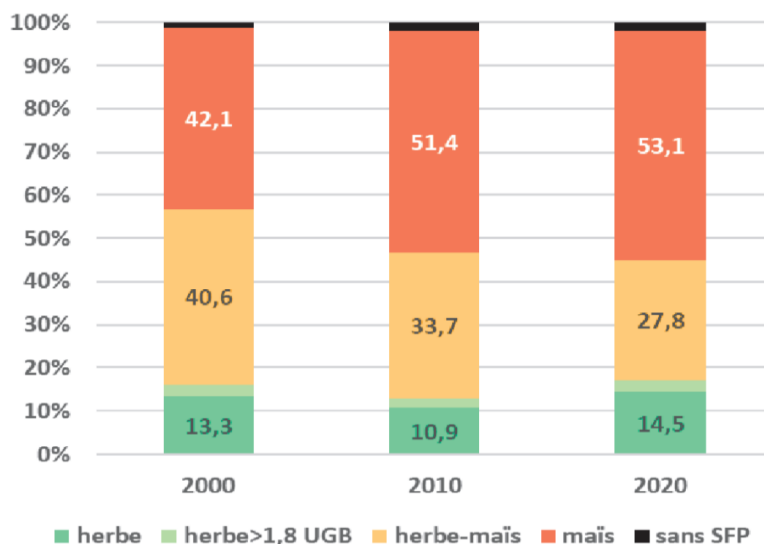
Source : [présentation IDELE](#), Rubin, 2021, selon Cerfrance Bretagne

<sup>121</sup> Et par l’amélioration des races comme le montre l’augmentation de la production de lait par vache Prim’Holstein passée d’environ 7400kg en 2003 à 9352kg en 2015 - Greenpeace, Industrialisation de l’élevage en France, 2020



Une étude publiée par CER France permet d'illustrer les déterminants de cette augmentation de la capacité à générer un revenu par unité de travail dans les élevages laitiers français (cf. ci-dessus) : **entre 2000 et 2018, le revenu unitaire créé par litre de lait a décliné de 35%, alors que la production de lait a augmenté de 80% par unité de main d'œuvre agricole.** Sur le temps long, cela a entraîné une division presque par deux du nombre de chefs d'exploitation dans les exploitations laitières en 24 ans : de 90 000 en 2019 contre 170 000 en 1995<sup>122</sup>.

Figure 42 : Répartition des exploitations laitières de plaine en fonction du système fourrager

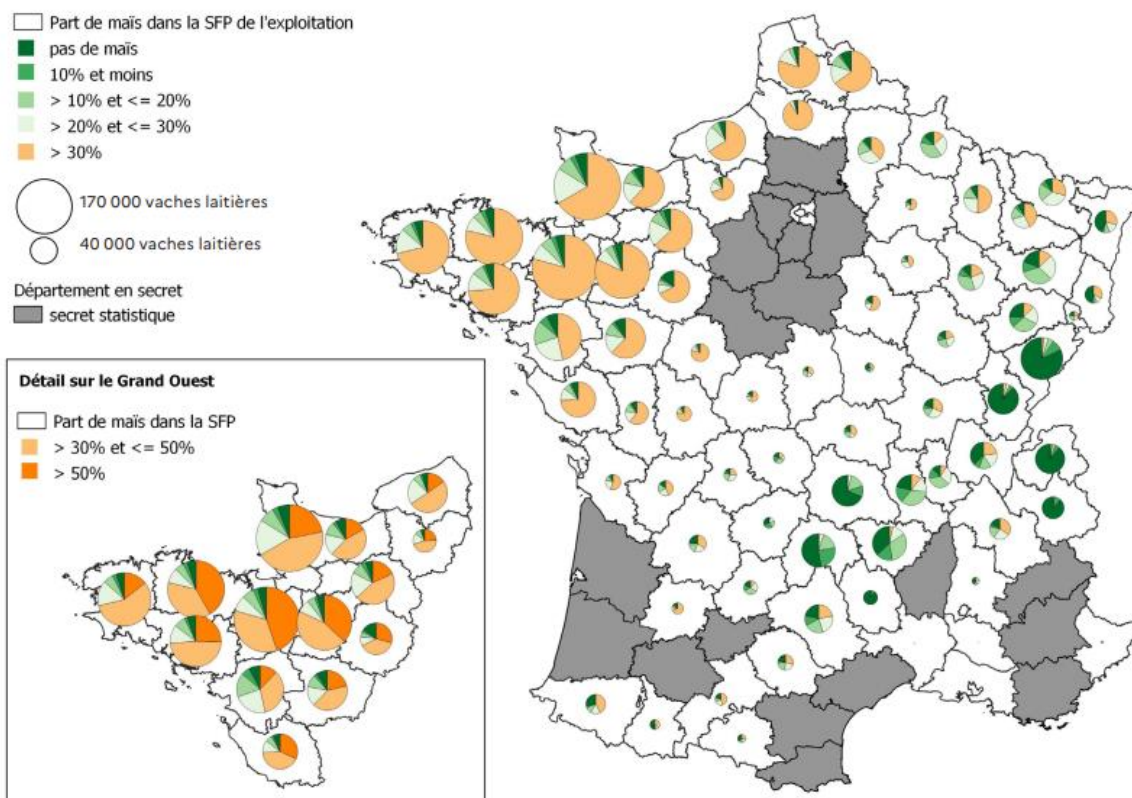


Source : Présentation « L'élevage bovin lait au recensement agricole 2020 et projet d'approfondissement pour exploitations laitières en AB » C. Perrot, 2022, basé sur Agreste RGA et traitement IDELE

Cette pression économique subie par les éleveurs et éleveuses laitiers est aussi l'une des principales raisons de la **dynamique d'intensification des pratiques**, comme en témoigne le passage de 42% à 53% des exploitations laitières de plaine utilisant le maïs/soja comme système fourrager principal entre 2000 et 2020 (cf. ci-dessus).

<sup>122</sup> Conférence Grand Angle Lait Appréhender les enjeux du secteur laitier pour préparer l'avenir 8e édition (2021), d'après données Agreste enquêtes structures et recensements agricoles – traitement IDELE

Figure 43 : Taille du cheptel et part de maïs dans la surface fourragère principale, en 2020



Source : Agreste - Recensement agricole 2020  
 Champ : exploitations détenant 10 vaches laitières ou plus

Source : Agreste Bretagne, *Les exploitations bovines laitières en Bretagne*, mars 2023

Cette tendance est particulièrement visible dans le Grand Ouest (notamment en Côtes d'Armor, Ille-et-Vilaine et Mayenne) où la part de maïs supérieure à 30% dans la surface fourragère principale (voire supérieure à 50%) est devenue une pratique très largement majoritaire parmi les exploitations laitières (cf. ci-dessus).

Ces différentes dynamiques d'intensification des pratiques, de robotisation et d'agrandissement des fermes, accélérées par la pression économique subie par les élevages laitiers, vont de pair avec la fragilisation d'une grande part des exploitations ; ainsi, **42 % des élevages laitiers paraissent en situation critique en raison de leur endettement et de leur manque voire absence de trésorerie**<sup>123</sup>. Depuis lors, la situation s'est encore aggravée à cause de la crise du Covid et de la guerre en Ukraine qui ont engendré une forte hausse du coût des consommations intermédiaires : **le prix des intrants (alimentation animale, énergie, engrais de synthèse) a ainsi augmenté de plus de 40 % entre 2020 et 2023**.

Conséquence de ces évolutions, **les exploitations laitières françaises apparaissent comme de moins en moins rémunératrices, mais aussi de moins en moins transmissibles**.

L'envers de cette équation économique est aussi le nombre d'heures de travail très élevé des éleveurs et éleveuses laitiers qui atteint une **durée moyenne hebdomadaire de l'ordre de 58 heures** (49 % supérieure à l'ensemble des personnes en emploi)<sup>124</sup>. Ce temps de travail intègre l'astreinte pour la traite en élevage laitier

<sup>123</sup> IDELE (2022).

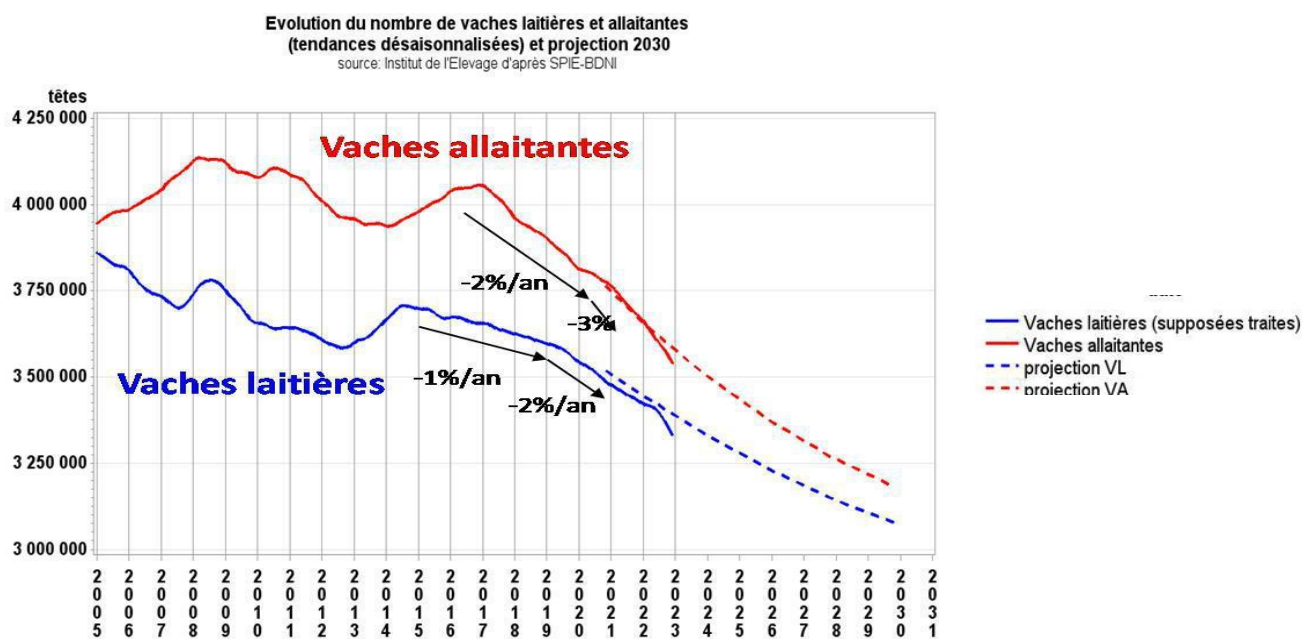
<sup>124</sup> INSEE (2020).

deux fois par jour, sans compter la charge mentale qui pèse sur le chef d'exploitation. L'ensemble de ces difficultés amène à **un taux de suicide élevé des éleveurs et éleveuses bovin lait**, leur surmortalité par suicide étant de 56 % supérieure à celle de la population générale selon un rapport du Sénat<sup>125</sup>.

#### 4.4 Une déprise laitière qui s'amplifie et un avenir incertain pour la filière

L'une des principales conséquences de l'ensemble des dynamiques socio-économiques décrites au chapitre précédent est l'accélération de la baisse du cheptel de vaches laitières, et plus globalement de la décapitalisation laitière.

Figure 44 : Évolution du nombre de vaches laitières et allaitantes et projection 2030



Source : IDELE<sup>126</sup>

Les statistiques compilées par l'IDELE (cf. ci-dessus) montrent ainsi que, **depuis 2016, la France a perdu 6 % de ses effectifs de vaches laitières, soit 300 000 vaches**. Quant au taux de disparition de ce cheptel, il est passé de 1% par an entre 2016 et 2019 à 2% par an entre 2019 et 2021, et plus de 3% depuis début 2022. Principale conséquence, la production nationale est en repli depuis 2021, de même que la part de la France dans la production laitière européenne, même si le pays est toujours le 2<sup>ème</sup> producteur-ice de lait en Europe après l'Allemagne avec **23 583 millions de litres**<sup>127</sup> de lait de vache collectés en 2021 en France métropolitaine.

Cette déprise laitière opère une **sélection des élevages laitiers au profit de celles dont les coûts de production sont les plus faibles**, et donc les économies d'échelles les plus grandes et les pratiques les plus intensives. Les perdants sont en premier lieu les exploitations dont le système n'est pas assez compétitif et qui ont une capacité très faible de valorisation de leur lait dans des circuits différenciés (AOP, bio, équitable...). Si les

<sup>125</sup> Sénat (2021).

<sup>126</sup> Agri71 (2023).

<sup>127</sup> Agreste (2021), page 6.

fermes insérées dans ces filières différenciées ont réussi dans un premier temps à surmonter la hausse des coûts de production, **une partie d'entre elles – en particulier les élevages laitiers bio – sont en forte difficulté depuis 2022** en raison de l'inflation des prix alimentaires et de la baisse associée des achats des consommateurs en bout de chaîne (pour plus de détails, voir le chapitre 6).

Pour investiguer ces dynamiques, nous nous sommes appuyés sur la typologie des exploitations laitières élaborée par l'IDDRI en collaboration avec Solagro dans le cadre d'un projet de recherche prospective publié conjointement en 2021<sup>128</sup>. Cette typologie a été construite à partir des bases de données du Recensement Agricole et du RICA (Réseau d'Information Comptable Agricole),

Tableau 4 : Systèmes de production agricoles pour les OTEX produisant du lait de vache

Modèle	Systèmes de production	Surface moyenne (ha)	Nb UTA moyen	Volume produit moyen (kL)	Nb têtes moyen
Modèle volume	Bovins Lait spécialisé plaine maïs (>30%)	92	2,1	503	69
	Polyculture élevage laitier intensif maïs	148	2,4	525	68
Modèle volume peu compétitif	Polyculture élevage laitier mixte / extensif	195	2,5	438	61
	Bovins Lait mixte	114	1,9	367	56
Modèle valeur	Bovin Lait Montagne Alpes & Est	101	1,9	326	51
	Bovin Lait Montagne Centre & Méditerranée	82	1,7	274	45
	Bovin Lait Bio	96	2,1	273	51

Source : BASIC sur la base des travaux de l'IDDRI et Solagro (2021)

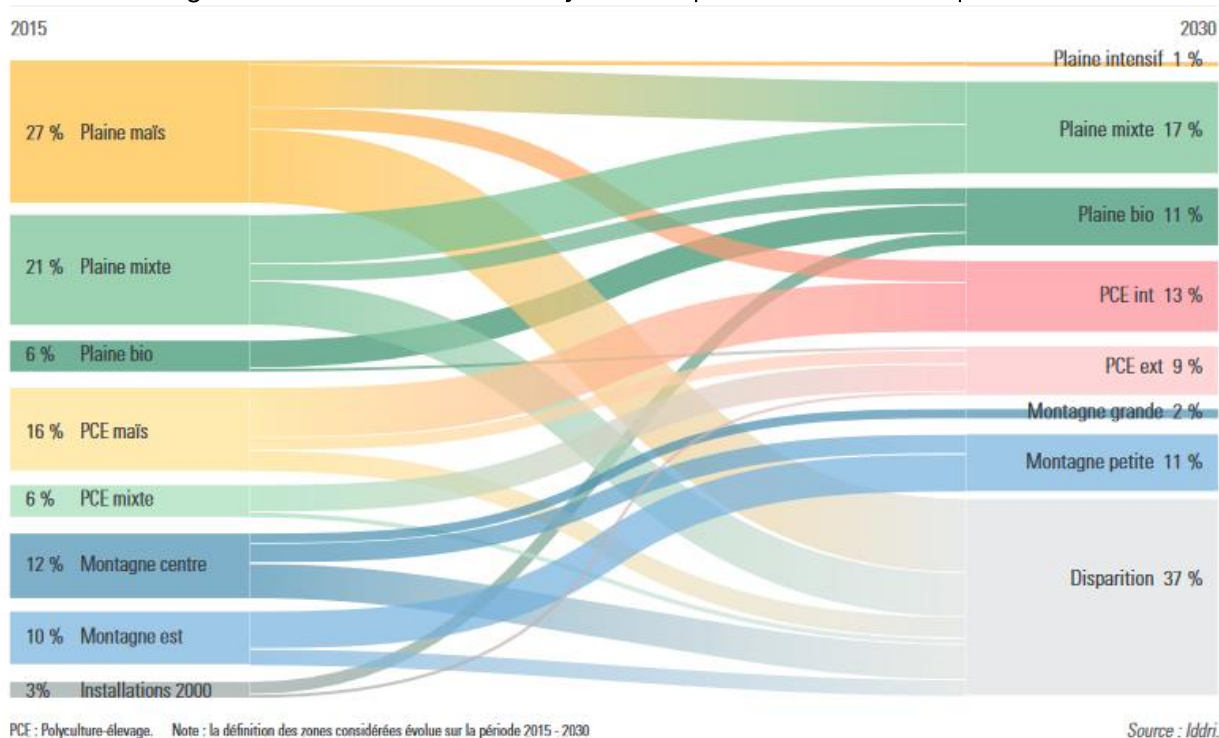
Ce projet a permis d'identifier 7 principaux systèmes de production des élevages bovin lait français qui peuvent être regroupés en 3 catégories (cf. tableau ci-dessus) :

1. **Les exploitations ayant opté pour un « modèle volume »** c'est-à-dire un système de production tourné vers la productivité et les effets d'échelle pour baisser les coûts de production par litre de lait produit, afin de nourrir le flux continu à destination des grands groupes industriels de la transformation. Ces élevages représentaient en 2020 environ 44% des exploitation produisant du lait de vache, 50% du cheptel et 54% de la production française.
2. **En miroir, les élevages ayant choisi un « modèle valeur »**, c'est-à-dire tournées vers la valorisation de leurs spécificités géographiques et des pratiques plus extensives et protectrices de l'environnement au lieu de la recherche constante productivité. Leur lait est valorisé dans des filières fromagères AOP/AOC, des filières laitières bio et équitables, et plus récemment des filières différenciées de lait conditionné (lait de montagne...). Elles représentaient en 2020 environ 29% des exploitations laitières, 23% du cheptel et 20% de la production de lait en France.
3. **Entre les deux, les exploitations dont on peut considérer qu'elles ont un « modèle volume peu compétitif »** qui sont insérées dans les filières longues des grands industriels laitiers, mais dont la productivité est insuffisante, et donc leurs coûts de production trop élevés par rapport à celles du premier groupe. La plupart du temps, leur système de production ne leur permet pas de valoriser leurs

<sup>128</sup> IDDRI, BASIC et Solagro (2021).

spécificités dans des filières différenciées. Du fait de leur faible rentabilité, leur proportion est en constante régression : elles représentaient en 2020 environ 27% des élevages laitiers, et 26% du cheptel comme de la production nationale de lait.

Figure 45 : Scénario d'évolution des systèmes de production en bovin lait par l'IDDRI



Source : IDDRI, *Vers une transition juste des systèmes alimentaires. Enjeux et leviers politiques pour la France, 2021*

Au-delà de la vision à date, l'analyse menée par l'IDDRI a également permis de porter un regard prospectif, en particulier si aucune mesure n'est prise pour modifier la trajectoire actuelle du secteur laitier français. Comme illustré ci-dessus, dans ce système « business as usual », la modélisation de l'IDDRI montre que 37% des exploitations laitières pourraient disparaître d'ici 2030, et que les systèmes ayant les pratiques les plus intensives pourraient alors représenter plus de la moitié de la production laitière française à cet horizon (correspondant aux systèmes « plaine intensif », « plaine mixte » et « polyculture élevage intensif »), avec des questions concernant l'impact de ces élevages sur l'environnement comme sur l'emploi agricole<sup>129</sup>.

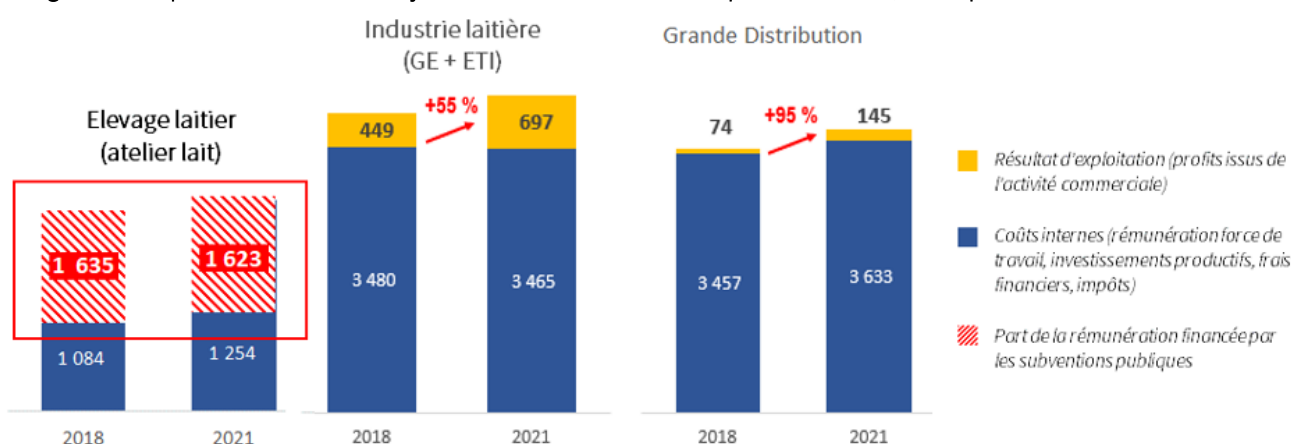
<sup>129</sup> IDDRI, BASIC et Solagro (2021).

# 5. La richesse créée par les produits laitiers est captée par l'aval au détriment de l'élevage

## 5.1 Vision d'ensemble

Afin d'objectiver les conséquences économiques des dynamiques structurantes de la filière lait décrites dans les chapitres précédents, nous nous sommes appuyés sur les données et statistiques publiques pour calculer la valeur ajoutée et les bénéfices cumulés aux 3 maillons clés : production agricole, transformation des produits laitiers (destinés au marché français, comme à l'export) et distribution de ces produits (pour consommation à domicile, hors produits transformés fabriqués à partir d'ingrédients laitiers). En complément, nous avons également calculé les soutiens financiers publics totaux qui irriguent le secteur laitier français.

Figure 46 : Répartition de la valeur ajoutée et des bénéfices créés par la filière lait, ainsi que des subventions versées



Source : BASIC d'après les données INSEE/ESANE, OFPM, FranceAgriMer, Agreste/Enquête annuelle laitière

Comme illustré ci-dessus, la valeur ajoutée - qui permet à chaque maillon de couvrir ses coûts internes (rémunération du travail y compris les agriculteurs et agricultrices, investissements, frais de fonctionnement, impôts...) - est répartie de manière assez similaire le long de la filière lait : 2,9 milliards d'euros pour l'élevage en 2021 contre 4,2 milliards pour la transformation et 3,8 milliards pour la distribution.

Par contraste, les bénéfices nets cumulés de la filière sont uniquement associés aux acteurs de l'aval :

- Au niveau de la transformation, les grandes entreprises (plus de 5000 salariés) et les entreprises de taille intermédiaire (250 à 5000 salariés) canalisent 97% des bénéfices cumulés du maillon avec 697 millions d'euros de bénéfices nets cumulés en 2021, en croissance de 55% par rapport à 2018. D'après les experts du secteur, ces bénéfices sont a priori générés à 80% par les grandes entreprises de

la transformation laitière qui sont détaillées à la section 3.6 (et plus particulièrement par les groupes privés qui auraient en moyenne des marges bénéficiaires supérieures aux groupes coopératifs)<sup>130</sup>.

- En bout de chaîne, **la grande distribution** canalise l'essentiel des bénéfices générés par la vente de produits laitiers aux consommateurs et consommatrices avec un total de **145 millions d'euros de bénéfices nets cumulés en 2021, en croissance de 95% par rapport à 2018**<sup>131</sup>.

Au final, les bénéfices de ces grands groupes sont pour partie versés à leurs actionnaires (y compris les sociétaires pour les coopératives) et pour le reste réinvestis dans le capital de l'entreprise.

Quant au **maillon de l'élevage laitier**, l'analyse détaillée au chapitre précédent montre que les éleveurs et éleveuses bovin lait gagnent en moyenne entre 0,6 et 1,1 SMIC horaire suivant les années, d'où l'on peut déduire **l'absence de bénéfices financiers générés au niveau agricole**.

Ainsi **la filière laitière française apparaît très profitable au global, à hauteur de 842 millions d'euros de bénéfices nets en 2021**, mais que ces bénéfices sont essentiellement **concentrés au maillon industriel**, et dans une moindre mesure de la **grande distribution**, alors que les **éleveurs et éleveuses laitiers tirent un revenu globalement toujours inférieur au SMIC horaire**, une faible rémunération financée à 85% par les soutiens publics.

Ainsi, au vu de ces résultats, **il ressort que la chaîne de valeur laitière française :**

- **rémunère très peu l'élevage laitier** (de l'ordre de quelques milliers d'euros par an) en raison des prix faibles du lait, ce qui est **compensé par des montants élevés de soutiens financiers publics à hauteur de 1,6 milliards d'euros par an** afin d'assurer un revenu agricole minimum,
- en vis-à-vis, **les industriels du maillon de la transformation et les acteurs de la grande distribution bénéficient des bas prix du lait**, ce qui leur permet de diminuer leurs coûts d'approvisionnement et de **générer des bénéfices nets cumulés de 842 millions d'euros en 2021**.

Pour que la filière laitière puisse rémunérer les éleveurs et éleveuses français sans être assistée par le **financement des pouvoirs publics**, il faudrait donc augmenter le montant total des achats de lait de 1,6 milliards d'euros par an, ce qui équivaldrait à une **augmentation de 15% du prix payé pour le lait « sorti de ferme » en 2022**.

S'il fallait en plus garantir un revenu au moins égal à **2 SMIC** (seuil demandé par les fédérations de producteurs et non corrigé du nombre d'heures de travail hebdomadaires sur la ferme qui est bien supérieur à 35 heures), il faudrait un montant supplémentaire de 341 millions d'euros et donc augmenter **le prix du lait « sorti de ferme » de 18% en 2022**.

---

<sup>130</sup> Les différents experts avec lesquels nous nous sommes entretenus ont indiqué que les grandes entreprises représentent environ 80% des 697 millions d'euros de bénéfices nets en 2021. Pour les calculer, un coefficient a été utilisé pour ne prendre en compte que les résultats liés à l'activité laitière, c'est à dire à l'exclusion des autres produits agroalimentaires que ces entreprises commercialisent également (à l'image d'Agrial, Danone ou Laïta). Plus de détails sur la méthodologie en annexe.

<sup>131</sup> Cette estimation a été réalisée sur le périmètre du rayon des produits laitiers en grande distribution, ce qui exclut les ventes hors grandes surfaces. À noter que le chiffre d'affaires hors grandes surfaces représente environ 30% de la consommation française de produits laitiers et correspond à la consommation Hors Domicile (restaurants, cantines, vente à emporter...), les achats d'ingrédients laitiers des autres industries agroalimentaires (pour la fabrication de viennoiseries, pâtisseries, plats préparés, sauces, charcuterie, potages, etc.) et pour finir les petits commerces et la vente directe (qui comptent pour moins de 5% des ventes).



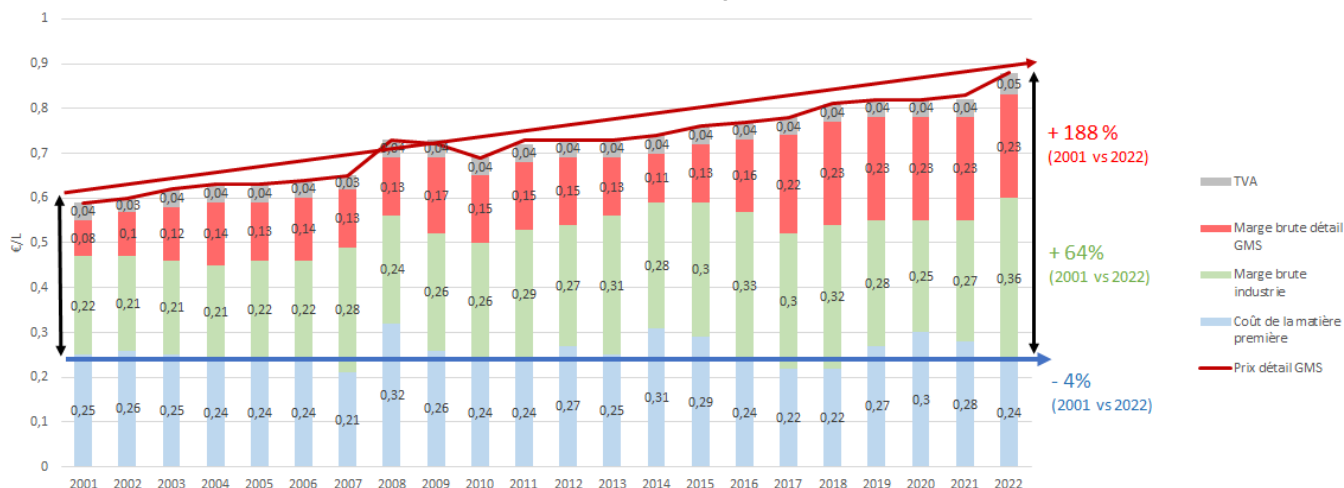
## 5.2 Répartition de la valeur pour quelques produits emblématiques

### 5.2.1 Le lait UHT : une captation de valeur sur le long terme par les acteurs de l'aval

Le lait conditionné est un cas emblématique de produit où l'industrie laitière et la grande distribution ont progressivement augmenté leur marge brute sur le long terme, sans lien avec les coûts de la matière première, comme le montrent les estimations publiées par l'Observatoire français des Prix et des Marges (OFPM) sur les produits alimentaires.

Les données ci-après sont issues des rapports annuels au Parlement réalisés depuis 2011 par l'Observatoire sur la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (OFPM). En préambule, rappelons qu'un litre de lait demi-écrémé acheté en magasin n'équivaut pas à 1 litre de lait collecté à la ferme puisqu'il est moins riche en matière grasse et que la crème non utilisée sert à d'autres usages, en particulier la fabrication de beurre qui est mieux valorisée. La part reçue par les éleveurs sur une brique de lait est donc inférieure au prix du lait collecté ; c'est pour cela que l'OFPM parle de « coût de la matière première » pour l'industriel et non pas de prix du lait.

Figure 47 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, d'un litre de lait demi écrémé UHT « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution



Source : OFPM, 2022, traitement BASIC

Comme illustré ci-dessus, la part de valeur qui est reçue par les éleveurs et les éleveuses sur la brique de lait est restée la même depuis 20 ans, de l'ordre de 25 centimes pour un litre de lait ½ écrémé vendu en moyenne à 88 centimes en 2022. Cette **stabilité de la part agricole** est le signe d'une forte dégradation économique puisque sur la période, l'indice des prix a augmenté de 37% en France.

Par contraste avec la situation au maillon de l'élevage laitier :

- la part de valeur reçue par les industriels laitiers a augmenté de 64% entre 2001 et 2022,
- et celle de la grande distribution a cru de 188% sur la même période.

Les résultats sont globalement similaires si l'on compare les données sur 2 périodes plus longues aux deux extrémités du spectre ; ainsi, entre 2001-2006 et 2016-2022 :

- la part de valeur reçue par les éleveurs et éleveuses a augmenté d'à peine 2%,
- celle reçue par les industriels a augmenté de 40%
- et celle des distributeurs a cru de 185%

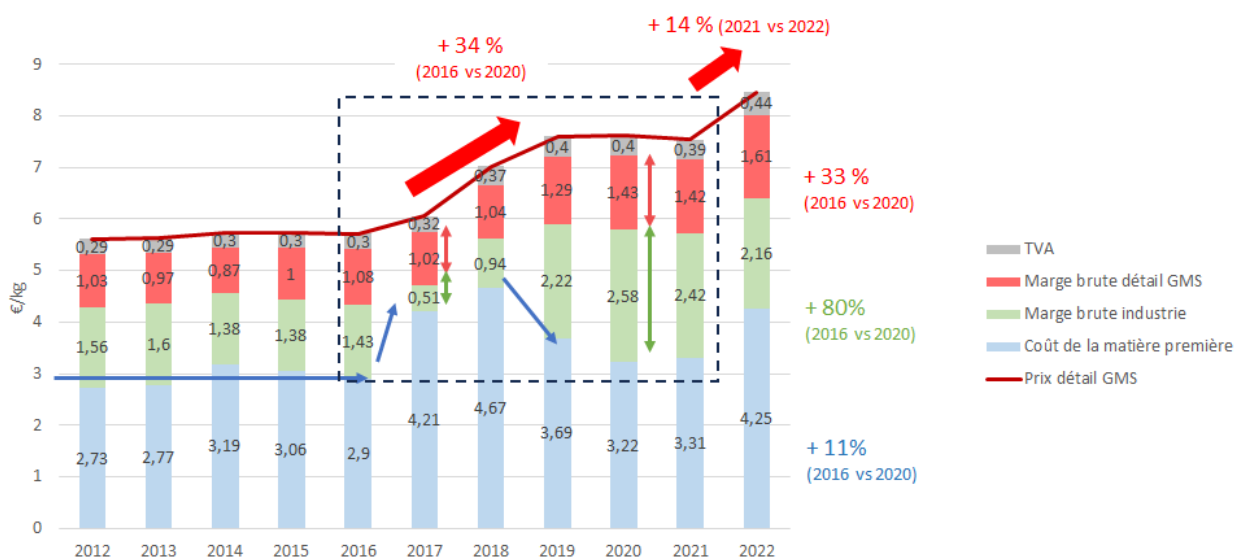


On assiste donc pour le lait conditionné à un **transfert de valeur croissante au détriment des éleveurs et éleveuses, et en direction des acteurs de l'aval** de la chaîne, en particulier les distributeurs. Ce mécanisme a été notamment rendu possible par la déconnexion économique et physique décrite au chapitre 3 qui a permis de valoriser le lait conditionné via le marketing et la publicité auprès des consommateurs sans augmenter le prix payé aux éleveurs (ou faiblement dans le cas des laits engagés – cf. chapitre 6).

## 5.2.2 Le beurre : un crantage des prix à la hausse par les acteurs de l'aval en cas de flambée des cours des matières premières

Parmi les produits laitiers, le beurre est un autre cas emblématique intéressant. Les estimations de l'Observatoire français des Prix et des Marges montrent la même tendance de long terme de transfert de valeur que pour la brique de lait.

Figure 48 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, du beurre plaquette 250 g « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution



Source : OFPM, 2022, traitement BASIC

Au-delà de cette similitude, la spécificité du beurre correspond à la présence de ruptures de tendance qui se sont produites à 2 reprises en 2017 et 2021 et qui ont permis un transfert rapide et important de valeur de l'amont vers l'aval de la chaîne.

Ainsi, en 2017, une pénurie de lait, et surtout de beurre, au niveau international a créé un appel d'air de débouchés vers l'exportation, en particulier vers la Chine. En a découlé un bras de fer entre les distributeurs et les industriels sur la négociation des prix dans un contexte de flambée des cours du lait qui a débouché sur une pénurie de beurre dans les rayons des grandes surfaces pendant plusieurs semaines, les industriels préférant vendre à l'export.

Dans ce contexte, le prix du beurre vendu aux consommateurs a bondi de 34% entre 2016 et 2020 et n'est jamais redescendu malgré la baisse de 30% de la part allouée au lait matière première en 2020. Cet « effet d'accordéon » a permis aux acteurs industriels et de la grande distribution d'augmenter leurs marges brutes respectivement de +80% et +33% en à peine 5 ans. Un nouvel épisode de cette nature a débuté, toujours pour le beurre, depuis 2022 et sans qu'on puisse encore en voir la fin (avec une augmentation de 14% du prix consommateur en un an seulement).

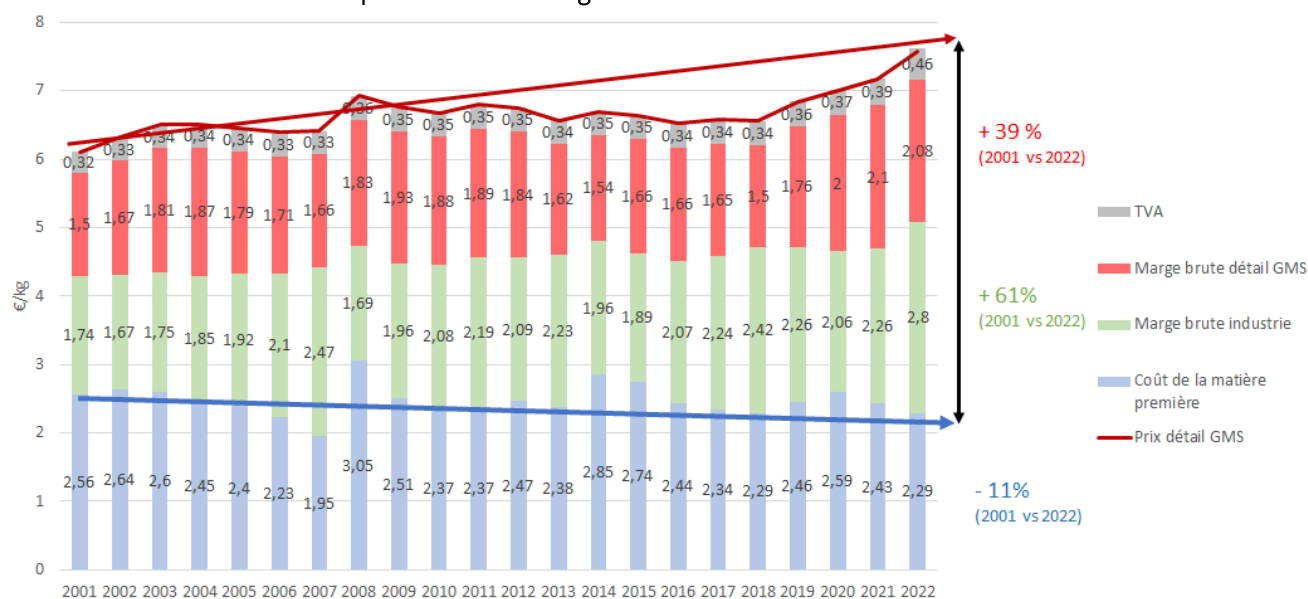
Les données de l'OFPM permettent ainsi d'objectiver les effets mécaniques de hausses rapides des cours du lait sur les prix des produits finis, lesquels se produisent plus généralement sur de nombreux produits alimentaires : les prix payés en caisse augmentent en période de hausse des cours agricoles, puis ne baissent pas quand ces cours se rétractent, les acteurs de la transformation et de la distribution augmentant leurs marges qui avaient été compressées momentanément pendant la hausse des cours afin de garder ce niveau élevé par la suite, captant ainsi un surcroît substantiel de valeur. Ce mécanisme semble être récurrent en cas de flambée des prix des matières premières agricoles d'après les analyses de l'OFPM<sup>132</sup>.

Ainsi, l'exemple du beurre montre la capacité des industriels et de la grande distribution à « cranter » les prix consommateurs à la hausse quand les cours des matières premières agricoles augmentent, sans les baisser quand les cours redescendent, afin de renforcer leurs marges et donc leur profitabilité.

### 5.2.3 Le camembert : un cas similaire au lait UHT dans un contexte de guerre des prix

Le camembert est un cas qui se rapproche de celui du lait conditionné détaillé précédemment, à la différence de son prix consommateur qui est plus stagnant et augmente moins vite que l'inflation, en raison notamment de l'influence des produits phares des grandes marques (Président, Lanquetot, Le Petit...) sur lesquels la grande distribution se livre la guerre des prix et d'une forte part de produits MDD (27% du marché<sup>133</sup>).

Figure 49 : Composition du prix moyen annuel au détail, en GMS, du camembert « moyen », en proportion du coût de matière première et des marges brutes de l'industrie et de la distribution



Source : OFPM, 2022, traitement BASIC

Ainsi, les données de l'Observatoire français des Prix et des Marges (OFPM) montrent sur le camembert une baisse de 11% de la marge brute allouée aux éleveurs et éleveuses entre 2001 et 2022, alors que sur la même période celle de l'industrie a augmenté de 61% et celle de la grande distribution de 39%, ce qui reflète

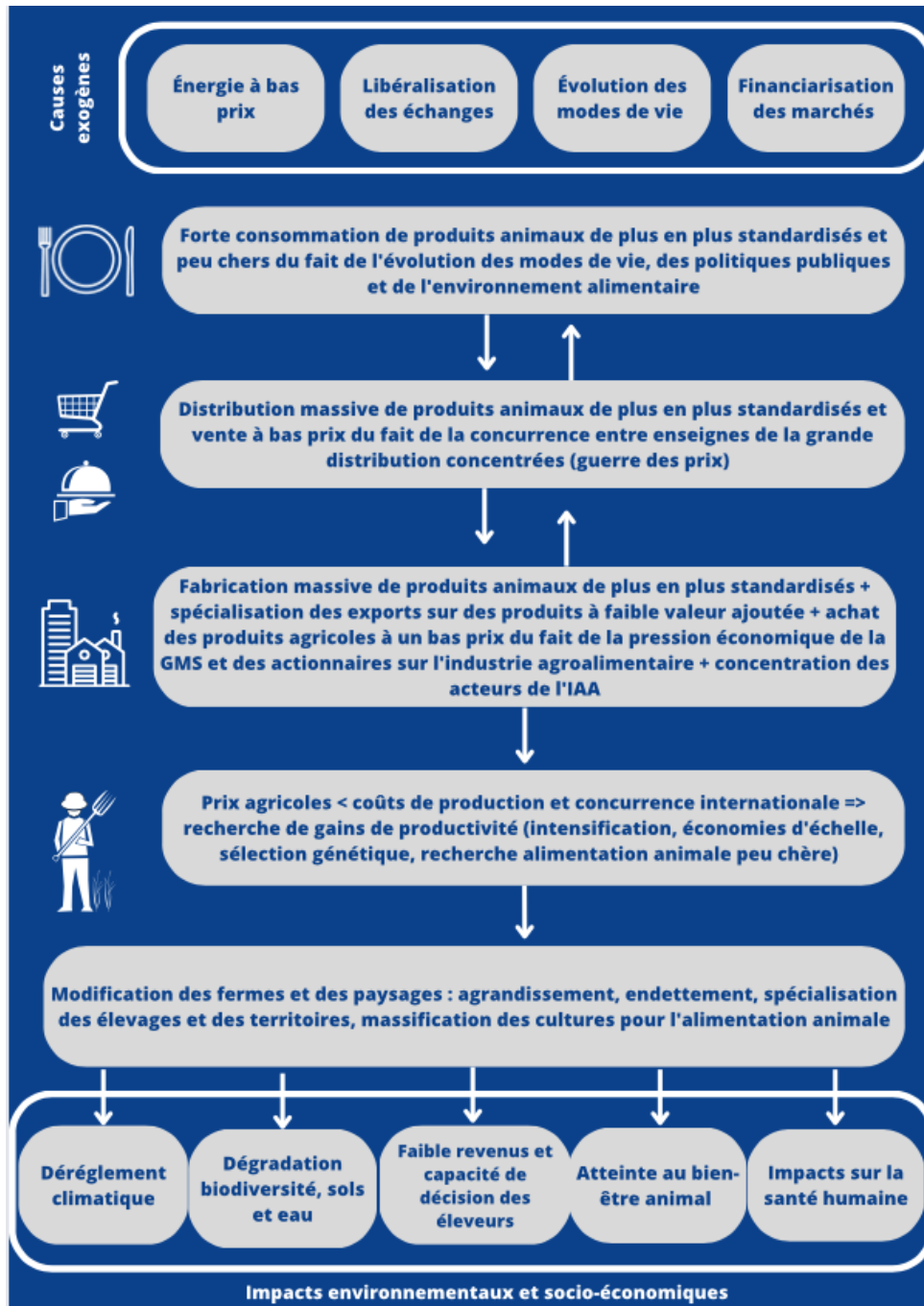
<sup>132</sup> OFPM (2022).

<sup>133</sup> Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, Rapport au Parlement, 2023, p. 177.

potentiellement la capacité de négociation des grandes marques du fait de leurs produits phares qui sont utilisés comme produits d'appel par les grandes surfaces.

### 5.3 Les causes systémiques

Figure 50 : Schématisation des causes systémiques des principales dynamiques économiques de la filière lait



Source : BASIC

En premier lieu, la baisse du budget des ménages alloué à l'alimentation et la recherche de bas prix pour les produits sont constamment alimentés par la guerre des prix que se livrent les enseignes de la grande distribution et par la croissance continue des dépenses contraintes des familles<sup>134</sup>.

Dans ce contexte, on observe un quasi doublement de la part du budget alimentaire dépensé pour des produits laitiers avec une croissance continue des ventes depuis plusieurs décennies, et une consommation qui augmente encore plus vite d'ingrédients laitiers utilisés pour fabriquer d'autres produits alimentaires transformés (brioche, pâtisseries, chocolats, sauces, plats préparés...).

Au niveau des lieux d'achat, la grande distribution conjugue offre surabondante, guerre des prix pour attirer les clients, et se concentre pour répondre aux exigences de rentabilité de ses actionnaires<sup>135</sup>. À titre d'illustration, les 7 plus grandes enseignes (Leclerc, Carrefour, Intermarché, Système U, Auchan, Lidl et Casino) concentraient 95,8% des ventes de produits alimentaires en distribution non spécialisée en mars 2023. Du fait de ces caractéristiques et de leur stratégie de « target pricing », les acteurs de la distribution créent à leur tour une forte pression économique qui retombe en milieu de chaîne sur les marques et transformateurs.

Au niveau de la transformation laitière, les grands acteurs ont développé un modèle de production en flux tendu et à grande échelle qui structure une **double déconnexion** :

- **Entre l'origine du lait cru et les produits laitiers vendus aux consommateurs**, en raison de l'homogénéisation de la matière première et de sa décomposition en crème et lait écrémé standardisés et substituables qui sont ensuite recomposés en un grand nombre de produits laitiers, eux-mêmes souvent ingrédients de produits alimentaires transformés.
- **Entre le prix payé aux éleveurs et éleveuses bovin lait, et ceux payés par les consommateurs**, du fait de la valorisation des produits qui repose en grande majorité sur le marketing et la publicité sans lien (ou presque) avec l'origine et les spécificités de la matière première.

A ces déconnexions se rajoutent la **valorisation des coproduits** (poudres de lait, lactosérum, caséines...) qui sont devenus incontournables pour assurer les taux de rentabilité attendus par les transformateurs.

De surcroît, dans ce contexte, les plus grands industriels ont tendance à se concentrer, comme la grande distribution, pour équilibrer le rapport de force avec cette dernière (à titre d'exemple, les 3 plus grands groupes laitiers français réalisent 68% des ventes de lait conditionné, 70% des fromages à pâte pressée cuite comme l'Emmental et 60% du beurre) ; et la grande majorité des industriels est soumise à une forte pression à la rentabilité, alimentée par les exigences de leurs propres actionnaires et par la concurrence internationale sur les prix, qui les amène à rechercher des économies d'échelle pour nourrir la demande de masse des consommateurs en produits standardisés, et à faire pression sur leurs fournisseurs agricoles pour dégager des marges suffisantes.

---

<sup>134</sup> Héroult et al. (2019).

ADEME, Le BASIC, ASCA, Analyse des enjeux économiques et sociaux d'une alimentation plus durable. Volet 1 « Analyse des valeurs sociales de l'alimentation », 2017

FranceAgriMer, Évolution des dépenses alimentaires des ménages dans les circuits de distribution de 2008 à 2017, 2018

<sup>135</sup> ADEME, Le BASIC, ASCA, Analyse des enjeux économiques et sociaux d'une alimentation plus durable. Volet 2 « Analyse de la valeur socio-économique de l'alimentation, et sa répartition ». 2017

Ces pressions et évolutions concernent tout autant les groupes privés (à capital familial ou cotés en bourse) que le secteur coopératif qui représente plus du tiers de la transformation des produits laitiers<sup>136</sup>.

En début de chaîne, les éleveurs et éleveuses bovin lait ont une (très) faible capacité de négociation face à ces acteurs concentrés (au niveau de la transformation comme de la distribution) dont ils sont souvent dépendants et qui leur imposent des systèmes de prix souvent rigides, complexes et soumis à la volatilité des cours mondiaux<sup>137</sup>.

Dans ce contexte, le prix payé au maillon agricole permet souvent à peine de couvrir les coûts de production et très rarement de dégager un revenu décent : en témoigne le fait que les éleveurs et éleveuses ne gagnent en moyenne que 0,6 à 0,9 SMIC horaire (voir section 4.2). Phénomènes aggravants, la massification et la standardisation de la production agricole à l'échelle internationale conjuguées avec la libre circulation des produits permet une mise en concurrence constante des systèmes d'élevage, considérés comme interchangeables quels que soient leurs coûts de fabrication<sup>138</sup>.

Comme décrit dans la partie 2, ces différentes pressions économiques engendrent une recherche constante de gains de productivité au niveau des élevages laitiers qui passe notamment par l'intensification de leur modèle agricole (densité d'animaux, robotisation, sélection génétique), l'agrandissement et la spécialisation de leur ferme pour maximiser les économies d'échelle et minimiser les coûts de leurs intrants (notamment l'alimentation animale, avec des impacts en chaîne sur les cultures végétales).

C'est ainsi la conjonction de ces différents facteurs au niveau du maillon agricole, qui eux-mêmes découlent des dynamiques en aval des filières (au niveau de la transformation, de la distribution et de la consommation), qui est à l'origine des nombreux impacts environnementaux et sociaux : érosion de la biodiversité, dégradation de la ressource en eau et des sols, émissions de gaz à effet de serre, problèmes de santé au niveau des producteurs et productrices, revenu agricole souvent indécent, inégalités économiques, atteintes au bien-être animal, etc.

---

<sup>136</sup> Nozieres et al. (2018).

<sup>137</sup> ADEME, BASIC, ASca (2017b).

<sup>138</sup> ADEME, BASIC, ASca (2017b).

# 6. Les initiatives qui rémunèrent autrement les éleveurs et les éleveuses

Le secteur laitier a récemment été marqué par deux crises du lait en 2009, puis en 2016. Elles ont posé avec acuité la question de la rémunération des éleveurs et des éleveuses laitiers, leur capacité à couvrir leurs coûts de production (cf. section 4.2), et plus largement la question de la répartition de la valeur le long de la filière. Dans un contexte de dérégulation de la filière laitière en Europe en cours depuis 3 décennies, dont la suppression des quotas est l'un des derniers épisodes clés, les entreprises comme les autorités publiques françaises et européennes ont multiplié les initiatives économiques et réglementaires avec pour objectif de valoriser la qualité du lait produit et, par conséquent, la rémunération des éleveurs et éleveuses : filières de qualité (AOP, IGP, bio, équitables, lait engagés...), contractualisation entre élevages et laiteries, accords tripartites, formation d'organisations de producteurs pour mieux négocier les prix, etc. Quelles premières leçons peuvent être tirées de ces initiatives de diverses natures ?

## 6.1 Retour sur les « laits engagés » : quelle rémunération pour les éleveurs et éleveuses ?

### 6.1.1 Positionnement et parts de marché

Suite aux deux crises du lait de 2009 et 2016, plusieurs initiatives économiques se sont développées pour créer des laits distincts du lait conventionnel qui puissent être vendus à un meilleur prix, permettant de couvrir les coûts de production (cf. section 4.1) et de revaloriser la rémunération des éleveurs et éleveuses laitiers. **Ces laits ne sont pas certifiés par un label officiel ou encadrés par la loi** (à la différence des AOP, du lait biologique ou encore du commerce équitable). Ils sont souvent qualifiés de « laits engagés ». Pour justifier un prix plus élevé auprès du consommateur, ils mettent en avant une ou plusieurs des caractéristiques suivantes :

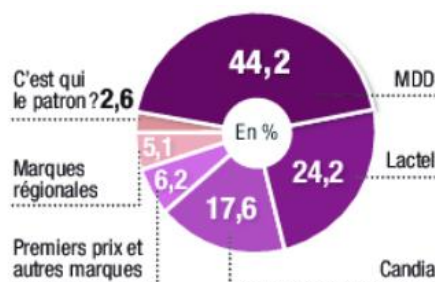
- **une meilleure rémunération des éleveurs et éleveuses** : C'est qui le Patron ?! (détaillé en section 6.1.2), FAIREFRANCE, etc.)...
- **la qualité du terroir ou la proximité géographique avec l'élevage laitier** à travers des marques créées tant par les transformateurs (« Le lait de ma région » de Sodial ; « J'aime le lait d'ici » d'Orlait ; « Le Bon Lait de ma Bretagne » d'AgriLait) que par les distributeurs (« Les éleveurs des Hauts-de-France » de Leclerc ; « Les éleveurs des Monts du Forez, du Lot, du Val de Loire, des Pyrénées Atlantique » de Casino ; « Saveur de nos régions » de Lidl),
- **le mode de production agricole** : « lait de foin », lait sans OGM, etc.

Après le lancement de C'est qui le Patron ?! en 2016, l'émergence de ces produits a rencontré un succès assez rapide, en s'appuyant sur les préoccupations grandissantes des consommateurs et consommatrices pour la rémunération des agriculteurs et agricultrices français qui a été amplifiée par la couverture médiatique de la fin des quotas laitiers et ses conséquences sur l'élevage bovin en France. Ces « laits engagés » ont ainsi installé un nouveau segment complet sur le marché des laits conditionnés. Ils représentent désormais **16% des ventes de brique de lait en 2022** (cf. ci-après)<sup>139</sup>.

---

<sup>139</sup> France 2, Agriculture le lait équitable profite-t-il vraiment aux éleveurs ?, 19 février 2023

Figure 51 : Part de marché des intervenants du marché du lait conditionné sur 1,9 milliard d'euros (2021)



Source : Iri, CAM à P4 2021, tous circuits, origine fabricants, traitement [LSA](#)

En 2021, les marques régionales de lait conditionné avaient 5% des parts de marché et C'est qui le Patron ?! 2,6%, le reste des briques de laits engagés représentant une part (encore minoritaire) des marques de distributeurs. Ces briques de laits engagés ont pour objectif de valoriser la diversité des élevages français et, ainsi, de couvrir leurs coûts de production qui varient selon le lieu d'implantation, le type de ration alimentaire, l'éloignement géographique des laiteries, etc. Or, la grande majeure partie de ces produits a été initiée par les acteurs de l'aval, dans le cadre de circuits longs, et sont distribués essentiellement en grandes surfaces dans un environnement de guerre des prix<sup>140</sup>. Dès lors, la question se pose de savoir si la meilleure valorisation des laits engagés est retransmise jusqu'aux éleveurs et éleveuses et si elle leur permet de générer une meilleure rémunération et d'assurer ainsi la pérennité des élevages laitiers ?

### 6.1.2 Le principe des accords tripartites

La grande majorité des initiatives de laits engagés développées par les acteurs de la filière, en particulier la grande distribution, s'appuient sur la signature d'accords tripartites entre les 3 maillons de la chaîne (élevage, transformation, distribution). Le pionnier en la matière est la coopérative Biolait qui a mis en place ces types de contrats il y a plus de 10 ans avec la laiterie LSDH, ainsi que les distributeurs Biocoop et Super U<sup>141</sup>.

La philosophie de ces contrats tripartites est de pouvoir faire se rencontrer les éleveurs et éleveuses, industriels et distributeurs autour de la négociation du contrat et de ses conditions, alors que de manière traditionnelle, chaque maillon négocie de manière totalement isolée. **Cette reconnexion entre les différents maillons de la chaîne permet une meilleure compréhension mutuelle des enjeux de chacun** et de poser les bases d'une relation de confiance pour les discussions sur la construction du prix.

Les accords tripartites représentent ainsi un **potentiel de transformation** du fonctionnement de la filière laitière via leurs engagements qui peuvent porter sur :

- des prix au maillon agricole, voire de transformation, qui couvrent les coûts de production et permettent un revenu décent,
- des volumes d'achat garantis,
- une visibilité sur plusieurs années,
- une qualité spécifique du lait (sans OGM, biologique, etc.).

[https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/agriculture/agriculture-le-lait-equitable-profite-t-il-vraiment-aux-eleveurs\\_5668121.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/agriculture/agriculture-le-lait-equitable-profite-t-il-vraiment-aux-eleveurs_5668121.html). Voir aussi [Syndilait](#) et IDELE, Conférence Grand Angle 2021

<sup>140</sup> Chatellier et al. (2020), p. 238.

<sup>141</sup> BASIC (2019), p. 36.

Cependant, ces différents engagements – y compris le prix – sont librement discutés et consentis entre les parties. Ils varient donc d'un contrat à l'autre, en fonction des acheteurs, et aucun texte réglementaire n'impose de minimum légal.

En particulier, **l'information sur le prix payé au maillon agricole n'est pas toujours facilement accessible, et le pourcentage du prix final consommateur qui revient aux éleveurs et aux éleveuses n'est pas toujours rendu transparent** (à la différence des labels de commerce équitable ou de l'initiative « C'est qui le Patron ?! »).

Les lois EGAlim 1 & 2 ont introduit la possibilité de spécifier un niveau de prix qui couvre les coûts de production via des contrats bilatéraux, en particulier entre l'élevage laitier et le premier acheteur, ce qui a permis de sécuriser juridiquement les contrats tripartites. Mais aucun niveau de prix n'est imposé par la puissance publique à date.

### 6.1.3 L'exemple de C'est qui le Patron ?! (CQLP)

C'est qui le Patron ?! a été la première brique de lait revendiquée « équitable » à obtenir une forte visibilité médiatique, lors de son lancement en 2016, dans la foulée des reportages sur les conséquences de la fin des quotas laitiers. Il s'agit d'une marque qui développe des produits et les commercialise avec un fonctionnement qui s'apparente à un label.

Les critères des cahiers des charges sont fixés sur la base d'un sondage auprès de consommateurs et consommatrices internautes qui rend visible l'impact de chaque engagement sur le prix final en magasin. Pour les éleveurs et éleveuses laitiers, le cahier des charges mentionne six points ayant fait l'objet du vote : prix du lait plus élevé, gestion du pâturage, garanties alimentaires hors pâturage sans OGM et favorisant les OMEGA 3, origine des fourrages, bien-être animal. Ainsi, la portée sociale (rémunération de l'éleveur ou l'éleveuse) et environnementale du cahier des charges est laissée à l'appréciation des consommateurs et consommatrices qui votent et varie selon les produits. Les critères et engagements sont audités indépendamment par l'entreprise Bureau Veritas depuis 2021.

L'initiative a connu un rapide succès : C'est qui le Patron ?! a ainsi représenté 2,6% des parts de marché du lait conditionné vendu en grandes surfaces en 2021 (cf. section 6.1.1).

Comme les autres « laits engagés », l'initiative a un rôle très intéressant de reconnexion entre les différents maillons de la chaîne, afin de favoriser la compréhension des enjeux de chacun et la discussion sur les enjeux de la construction du prix et de la rémunération de chacun. Elle a montré que par le biais de la **transparence vis-à-vis du consommateur et de la consommatrice, il a été possible de ne pas rester contraint par le verrou du prix consommateur qui peut augmenter, à condition qu'il y ait une forme de garantie de la retransmission de la valeur aux agriculteurs et agricultrices.**

C'est qui le Patron ?! gère actuellement une trentaine de produits alimentaires (produits laitiers essentiellement). Environ 3 000 producteurs fournissent la marque et 10 000 consommateurs et consommatrices impliqués dans les sondages et le développement de la marque sont sociétaires de la coopérative CQLP. Dans les faits<sup>142</sup> :

---

<sup>142</sup> Le Canard Enchaîné, Laiterie équitable : c'est lui le patron !, Décembre 2021

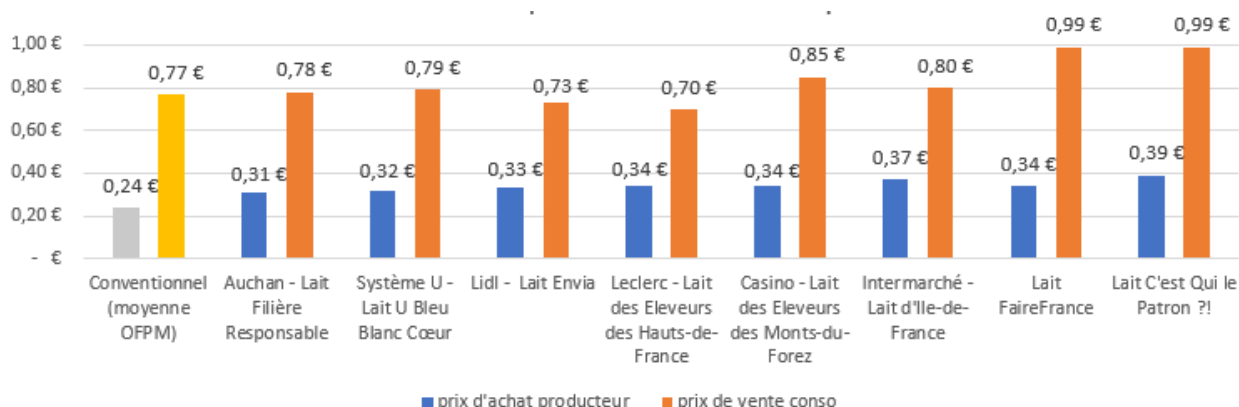


- une première entreprise privée appartenant en majorité au fondateur, Nicolas Chabanne, gère la commercialisation, possède la marque C'est qui le Patron ?! (dans plusieurs pays), et touche les royalties liées à la marque (environ 5% du prix final, soit plus de 5 millions d'euros en 2020),
- une seconde entreprise, toujours propriété de Nicolas Chabanne, possède la plateforme en ligne de sondages,
- et la société coopérative « CQLP » gère la participation des consommateurs et consommatrices (notamment aux sondages) et la gestion d'une part des bénéfices de la marque. Pour réaliser ses missions, la coopérative touche entre 20% et 25% des royalties.

#### 6.1.4 Des résultats mitigés sur la rémunération des éleveurs et éleveuses, et de faibles volumes

Le prix supplémentaire consenti par le consommateur ou la consommatrice pour les « laits engagés » rémunère l'ensemble de la chaîne de valeur dans le cadre de circuits classiques avec a minima une laiterie et un distributeur. Il est toutefois difficile de tirer un bilan sur la rémunération que les éleveurs et éleveuses ont pu dégager de ces initiatives tant **ils et elles sont devenus nombreux avec des situations très différentes en termes de modalités de rémunérations supplémentaires** (cf. illustration ci-après). Comme pour les AOP, « le potentiel de valorisation varie d'une démarche à l'autre, entre la stabilisation d'un prix rémunérateur et une simple prime. »<sup>143</sup>.

Figure 52 : Prix consommateurs et prix payés au maillon agricole pour les laits engagés (par litre, en 2016)



Source : BASIC (d'après Le Parisien, Grande distribution : du lait vraiment équitable ?, 30 janvier 2017<sup>144</sup>)

Comme illustré ci-dessus, lors du lancement de beaucoup d'initiatives de laits engagés dans le sillage de la crise de 2015, le prix du lait était si bas que les laits engagés offraient un différentiel de rémunération assez important qui pouvait aller jusqu'à 40% en moyenne au-dessus du lait conventionnel.



Avec la remontée du prix du lait payé aux éleveurs et éleveuses à partir de 2018<sup>145</sup>, le différentiel de rémunération avec le conventionnel devient moins intéressant. Pour l'année 2020, l'Institut de l'élevage (IDELE) a calculé que **les laits engagés étaient payés de 1 à 7 centimes/litre au-dessus du prix du lait conventionnel, soit une augmentation en moyenne de 12% par rapport aux 40% constatés en 2016.**

<sup>143</sup> Nozieres et al. (2018), p. 79.

<sup>144</sup> ADEME, BASIC, ASca (2018), p. 55

<sup>145</sup> Qui est revenu en 2023 au prix payé en 2000 quand on le calcule en euros constants, voir section 4.2

Tableau 5 : Comparaison des volumes et des prix selon la qualité des laits collectés en France en 2020

Mode d'élevage	Part estimée production 2020	Evolution récente	Prix du lait standard en 2020
<b>Lait AB</b> 	4,6%	++	<b>+132 €</b> soit 461 €/1 000 l
<b>Laits et produits laitiers AOP</b> 	10%	=	<b>+17 à +300 €</b> <b>M = 245 €</b> /conventionnel
<b>Laits différenciés hors SIQO et équitables</b> : Montagne, proximité et mode de production (pâturage, sans OGM, foin...)	10 à 15%	++	<b>+10 à +70 €</b> /conventionnel
<b>Lait conventionnel ou réglementaire</b>	75 à 70%	--	329 €/1 000 l

Source : IDELE, Conférence Grand Angle, 2021

Comme en témoignent les chiffres ci-dessus, les laits engagés étaient ainsi pour les éleveurs et les éleveuses en 2020 :

- de 44% à 69% moins rémunérateurs que les produits AOP, qui proposaient en moyenne un prix supérieur de 245 euros par rapport au lait conventionnel, **soit un différentiel de prix de 3 à 24 fois plus élevé en AOP que pour les laits engagés**,
- de 15% à 36% moins rémunérateurs que les produits biologiques qui proposaient en moyenne un prix supérieur de 132 euros par rapport au lait conventionnel, **soit un différentiel de prix de 2 à 13 fois plus élevé en bio que pour les laits engagés**.

De plus, pour certaines initiatives, seulement une partie de la valorisation faite au nom des éleveurs et éleveuses leur est retournée. C'est notamment le cas de C'est qui le patron ?! pour lequel :

- le prix payé par les consommateurs de la brique de lait est en moyenne supérieur de 20 centimes,
- le prix payé aux éleveurs et éleveuses est de 7 à 8 centimes supérieur au conventionnel,
- la différence, soit 12 ou 13 centimes par brique, est partagé entre la marque C'est qui le Patron ?!, le transformateur et le distributeur<sup>146</sup>.

Se pose ainsi toujours la question de la juste redistribution entre les différents maillons de la chaîne de valeur pour les laits engagés.

Et les volumes associés restent faibles : puisque le lait conditionné ne représente que 11% de la consommation de produits laitiers tous circuits confondus (exprimée en équivalent lait matière première - cf. section 1.1), les laits engagés ne représentent qu'environ 1,7% de la collecte laitière française, et sur ce total, C'est qui le Patron ?! ne représente que 3 millièmes de la collecte. Ces résultats sont bien en-dessous des pourcentages de lait collecté en bio (5%) et en AOP/IGP (13%).

<sup>146</sup> France 2, Agriculture le lait équitable profite-t-il vraiment aux éleveurs ?, 19 février 2023

[https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/agriculture/agriculture-le-lait-equitable-profite-t-il-vraiment-aux-eleveurs\\_5668121.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/agriculture/agriculture-le-lait-equitable-profite-t-il-vraiment-aux-eleveurs_5668121.html)

Malgré la faiblesse de ces volumes, la multiplication des « laits engagés » a entraîné une certaine forme de confusion chez les consommateurs par rapport aux labels officiels ou encadrés par la loi qui garantissent un mode de production agricole différencié (AOP, agriculture biologique) et/ou une rémunération équitable des éleveurs et éleveuses (commerce équitable). Du point de vue de ces derniers, le développement par la grande distribution et la transformation de « laits engagés » en lien avec le terroir ou la solidarité avec les éleveurs et éleveuses, dans le cadre de circuits longs, a contribué à diluer leur différenciation<sup>147</sup>.

## 6.2 Un premier bilan des AOP pour la valorisation du lait

### 6.2.1 Le principe des AOP et sa traduction en France

L'OCDE dénombre pas moins de 10 000 Indications Géographiques<sup>148</sup> dans le monde, dont plus de 6000 en Europe, chacune représentant une expérience concrète de terrain et d'innovation entre acteurs d'une filière. Elles regroupent un panel assez large de produits alimentaires, même si la majeure partie concerne les vins et les fromages.

Au-delà des particularismes locaux, ce « caléidoscope » d'initiatives forme un cadre plus global de référence avec des principes partagés. À l'origine d'une Indication Géographique, il y a souvent une volonté collective des producteurs et productrices locaux et autres opérateurs économiques d'une filière de **se rassembler autour d'un projet et d'objectifs communs, notamment pour trouver les moyens d'échapper à la spirale de pression sur les coûts, et d'assurer la durabilité et l'authenticité de leur production.**

Cette approche collective et volontaire permet de structurer et de dynamiser une filière en faisant converger les stratégies individuelles et en favorisant la coopération au sein du territoire. Outil de dialogue et de négociation entre les parties-prenantes, **le cahier des charges constitue la pierre angulaire de l'action collective**, et son respect est essentiel pour assurer sa durabilité. La plate-forme constituée des producteurs et productrices et des autres acteurs locaux, garante du cahier des charges et des règles de gouvernance de la filière, est le principal interlocuteur des autorités. Ce modèle est fortement promu par la France, et plus largement par l'Union Européenne, pour préserver diverses traditions agricoles et gastronomiques (il a ainsi constitué l'un des principaux thèmes de désaccord entre l'Europe et les Etats-Unis dans la négociation sur le traité transatlantique de libre-échange).

En France, les pouvoirs publics ont soutenu, de manière réglementaire et financière, le développement de filières d'indication géographique dans le secteur laitier. Elles représentent aujourd'hui :

- en termes d'AOP laitières : 45 fromages (dont 28 au lait de vache), 3 beurres et 2 crèmes,
- en termes d'IGP au lait de vache : 9 fromages et 1 crème<sup>149</sup>.

Les règles de gouvernance, de rémunération et qualité de chaque AOP et de chaque IGP sont très variables d'un cahier des charges à un autre.

---

<sup>147</sup> Nozies et al. (2018), p. 79.

<sup>148</sup> Les indications géographiques (IG) sont « des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique ».

<sup>149</sup> INAO (2022).

Tableau 6 : Volumes de lait collectés en France et parts de marchés des produits laitiers consommés en France en 2021, selon leur qualité (SIQO) <sup>150</sup>

DIVERSITÉ DU LAIT FRANÇAIS	PART DU VOLUME DE LAIT COLLECTÉ EN 2021	PRODUITS LAITIERS SELON LA QUALITÉ / SIQO (EUROS)	PART DE MARCHÉ EN 2021
LE LAIT AOP	12%	1 865 millions	14 %
LE LAIT IGP	1%	249 millions	
LE LAIT BIO	5 %	745 millions	5 %
LE LAIT CONVENTIONNEL	82%	12 096 millions	81 %

Source : traitement BASIC, d'après FranceAgriMer (2023a), INAO (2022), Agence Bio (2022)

Les produits laitiers sous sigle AOP/ IGP représentent en volume et en valeur le plus important marché non conventionnel, en dépit de la très rapide progression des produits biologiques depuis 2015 (cf. ci-dessus) :

- les produits laitiers AOP et IGP nécessitent environ 13% de la collecte de lait français pour leur fabrication, et les ventes de produits finis constituent environ **14% des parts de marché en 2021**,
- alors que les produits laitiers biologiques nécessitent 5% de la collecte de lait français pour leur fabrication, et leurs ventes représentent **5% des parts de marché des produits laitiers en 2021**.

## 6.2.2 La maîtrise de la marque par l'amont et la gouvernance équilibrée, éléments clés pour accroître la part de valeur au maillon agricole

Parmi les différents fromages AOP au lait de vache, le Comté semble un exemple très intéressant de filière ayant réussi à fortement valoriser son produit auprès des consommateurs et consommatrices, et dont le prix supérieur « ruisselle » jusqu'au maillon agricole. Plusieurs facteurs expliquent ce phénomène.

En premier lieu, la filière AOP Comté a construit une relation forte avec les consommateurs et consommatrices qui génère un consentement à payer supérieur, et a gardé le contrôle de la communication de son image de marque :

- Les acteurs de l'AOP Comté contrôlent depuis longtemps l'usage exclusif de la marque Comté, à la différence du Camembert dont le terme peut être utilisé par des industriels qui fabriquent des produits au lait pasteurisé sans correspondance avec le cahier des charges, la zone géographique ou les races de vaches laitières de l'AOP Camembert (section 3.3),
- Les coûts de communication autour de « la marque » AOP sont mutualisés au sein de la filière Comté et le cahier des charges spécifie que chaque fromage doit porter le logo commun de la filière pour être identifié par les consommateurs, quel que soit le fabricant ou le circuit de distribution.

<sup>150</sup> Le BASIC a réalisé ses calculs à partir de différentes sources de données. Pour les ventes de produits bio et non bio (hors fromage) : FranceAgriMer, [La consommation de produits laitiers en 2021](#), 2023. Pour la part de marché des fromages bio : Agence bio, [Le marché alimentaire bio en 2021](#), 2022. Pour les ventes des produits sous IGP/AOP : INAO, [Chiffres clés. Produits laitiers sous AOP et IGP](#), 2022. Nous avons fait l'hypothèse que les produits laitiers fabriqués avec du lait AOP ne sont pas issus d'un lait respectant également le cahier des charges de la labellisation biologique, ce cas de figure étant assez rare (Nozieres et al., 2018, p. 78).

Les acteurs de la filière AOP assurent ainsi le contrôle de l'image et de la qualité du fromage produit, avec un marketing identique pour tous, quel que soit l'acteur économique concerné. Résultat, il n'est pas possible de créer des marchés qui bénéficieraient de la notoriété de l'AOP Comté (comme cela a été le cas dans le Camembert) et qui pourraient à terme entraîner une confusion chez le consommateur ou la consommatrice.

Autre facteur déterminant, le fonctionnement spécifique de la filière Comté qui se distingue de la plupart des autres chaînes de valeur fromagères et qui explique sa capacité à rémunérer l'ensemble des acteurs de la chaîne. Parmi les points structurants de la chaîne de valeur du Comté :

- **L'amont de la filière s'est doté d'une gouvernance ouverte** : un Comité interprofessionnel de Gestion du Comté (CIGC) qui prend ses décisions à l'unanimité, en associant producteurs et productrices, transformateurs et affineurs, sans acteur prédominant dans les votes.
- Les acteurs de la chaîne (hors distribution) **fonctionnent à livre ouvert, c'est à dire que chaque maillon communique de manière transparente ses prix de vente moyens** aux autres.
- Le CIGC s'est doté de **contrat-cadres et quotas** qui permettent de contrôler et de limiter la quantité de fromage produite chaque année afin de maintenir les prix à un niveau suffisamment élevé pour permettre à chacun et chacune de vivre de son travail.

Ces quatre principes de fonctionnement (usage exclusif de la marque Comté, gouvernance forte, système de régulation de la production et transparence sur les prix) ont permis d'assurer une bonne répartition de la valeur tout au long de la chaîne avec des impacts positifs importants.

C'est ce qu'a montré une étude d'impact comparative menée par le ministère de l'Agriculture entre la filière du Comté et celle de l'Emmental (dont l'essentiel de la production est sans AOP) qui remonte à la période 1993-2003. La comparaison des chaînes de valeur associées à ces deux fromages est d'autant plus pertinente qu'ils sont originaires de la même région et ont des caractéristiques de production assez similaires. En revanche, leurs logiques de développement économique sont très différentes : multi-acteur, participatif et orienté vers le développement territorial pour le Comté, Industriel et commercial pour l'Emmental.

Les différences d'impacts entre ces deux organisations de filière sont très significatives :

- Au niveau des consommateurs et consommatrices : le Comté s'est positionné sur un marché à haute valeur ajoutée et **son prix a constamment augmenté depuis les années 1990**, alors que l'Emmental est devenu un produit banal (vendu à 55% sous forme de gruyère râpé) dont le prix a stagné sur la même période. En 2003, le prix du Comté était de 46% supérieur à celui de l'Emmental.
- Les affineurs de Comté bénéficient **d'un plus grand pouvoir de négociation avec la grande distribution que les transformateurs d'Emmental grâce à une forte valorisation du terroir et l'existence d'un lien plus étroit avec les consommateurs**. En témoigne le fait que les distributeurs n'ont récupéré que 50% de l'augmentation du prix du Comté contre 100% de celle de l'Emmental entre 1993 et 2003, et que les affineurs de Comté vendaient en 2003 leur fromage à un prix 24% plus élevé que ceux d'Emmental.
- Les producteurs et productrices de lait connaissent également des situations très différentes : **l'augmentation de la valeur du Comté s'est diffusée dans la chaîne jusqu'au maillon de l'élevage qui vend le lait à un prix 14% supérieur à celui pratiqué par les fabricants d'Emmental**.
- **La production de Comté n'a pas été délocalisée, en dépit des conditions géographiques difficiles**. Par contraste, la production d'Emmental a été massivement délocalisée dans les régions de l'ouest de la France (86% de l'Emmental ayant été produit en Bretagne et Pays de la Loire en 2021).
- **L'emploi rural est 5 fois plus élevé dans la chaîne de valeur Comté que dans celle de l'Emmental pour chaque litre de lait collecté**, et l'exode rural est deux fois plus faible dans la zone AOC Comté que partout ailleurs dans la région.

En complément du rôle clé des acteurs locaux de l'AOP Comté, l'État a également joué un rôle pour la filière en reconnaissant le cahier des charges, en contrôlant les fraudes éventuelles, et surtout **en laissant la possibilité aux acteurs de discuter des enjeux de prix et de limitation de volumes** sans être sujets à sanction de la part des autorités de la concurrence.

### 6.2.3 Les limites des AOP

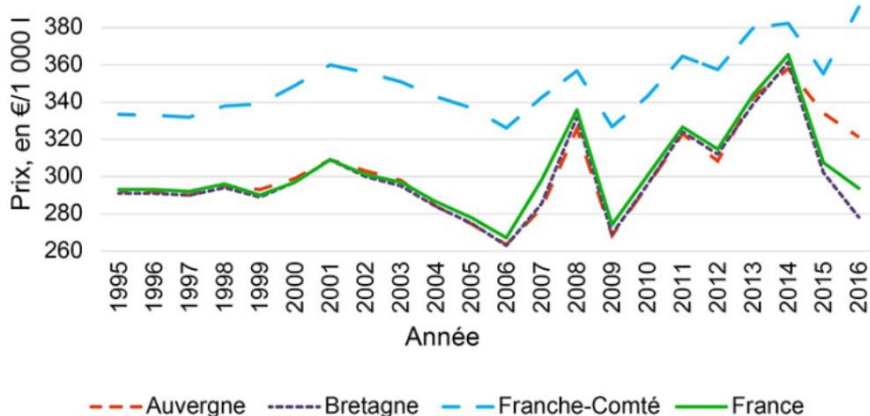
Les filières d'Indication Géographique ne sont pas exemptes de limites. En premier lieu, la généralisation de ses principes à l'ensemble de la production agricole paraît très hypothétique, du seul fait de **la limite de la demande et surtout du goulet d'étranglement de l'industrie laitière dont les grandes usines de fabrication constituent le premier frein au développement de produits dont la région d'origine du lait est traçable physiquement.**

Même si les ventes de fromages AOP au lait de vache ont progressé de 6% de 2008 à 2018, les perspectives de croissance sont faibles à court et moyen terme pour plusieurs raisons :

- Le plafonnement à un niveau déjà élevé de la consommation de fromages des ménages<sup>151</sup> ;
- La faible dynamique des fromages AOP français à l'étranger. À titre d'exemple, **le Comté, premier fromage AOP, n'a représenté que 9% des volumes de fromages exportés en 2018**. Ces volumes sont essentiellement destinés aux voisins européens (Allemagne, Belgique et Royaume-Uni) et très modestement à d'autres pays comme les Etats-Unis et le Japon<sup>152</sup>.
- La restauration commerciale qui donne la préférence aux produits laitiers à bas prix<sup>153</sup>.

Plus structurellement, les cahiers des charges AOP ne modifient pas toujours la répartition de la valeur le long de la chaîne. Si le cas du Comté est souvent montré en exemple pour l'équilibre des relations entre les différents maillons (élevage, fabricants et affineurs), l'asymétrie des rapports de force perdure dans de nombreuses autres filières de fromages AOP, souvent au profit des fabricants industriels qui ont le plus d'influence sur les cahiers des charges, et donc sur la répartition de la valeur.

Figure 53 : Comparaison du prix du lait standard par région en France entre 1995 et 2015 (€/litre)



Source : P. Jeanneaux, *Stratégies des filières fromagères sous AOP en Europe*, 2018

<sup>151</sup> Chatellier et al. (2020), p. 5.

<sup>152</sup> Chatellier et al., (2020), p. 2.

<sup>153</sup> Chatellier et al., (2020), p. 5.

Le graphique ci-dessus témoigne de cette situation : alors que les filières AOP de Franche-Comté, marquées par la production d'AOP Comté sont liées à un prix du lait « sorti de ferme » significativement au-dessus de la moyenne française (de 20 à 50 euros supérieur pour 100 litres de lait collecté entre 1995 et 2016), les AOP auvergnates, marquées par la production d'AOP Cantal, pratiquent un prix du lait tout juste équivalent à la moyenne nationale<sup>154</sup>. En cause, les critères cahiers des charges des fromages comme le Cantal où les procédés sont essentiellement industriels et standardisés, et les produits vendus dans les mêmes gammes de prix que ceux sans appellation du fait de l'absence d'un savoir-faire local valorisable auprès des consommateurs et consommatrices.

## 6.3 Une filière bio à l'essor rapide, non concurrencée par les imports, mais en difficulté depuis l'inflation

### 6.3.1 Le succès des produits laitiers bio

Les pouvoirs publics ont soutenu le développement de la filière lait biologique depuis plusieurs décennies, avec le concours de nombreux acteurs économiques. **Le développement du marché laitier bio a connu une accélération depuis les années 2010** : la production de lait de vache bio a doublé entre 2014 et 2020 et la part de collecte de lait en bio est passée de 1% en 2008 à 5% en 2021. En amont, le lait bio regroupe 7% des vaches laitières pour 4 560 exploitations (certifiées ou en conversion) et la France est devenue le 2ème producteur de lait biologique, derrière l'Allemagne<sup>155</sup>. Au niveau des consommateurs et consommatrices, les ventes de produits laitiers bio représentent désormais 5% des parts de marché au niveau national en 2021<sup>156</sup>.

Tableau 7 : Parts de marché en biologique, selon les produits laitiers (2021)

Type de produits laitiers	Production en 2021 (tonne)	Part du bio
Laits liquides conditionnés	352 533	12 %
Beurre	19 262	5,5 %
Yaourts et laits fermentés	66 764	5,2 %
Desserts lactés frais	19 262	2,5 %
Crème conditionnée	9 459	2,2 %
Ensemble des fromages	43 664	2,2 %

Source : Agreste, Graph'Agri, 2022, p. 124<sup>157</sup>

<sup>154</sup> Jeanneaux (2018), p. 12

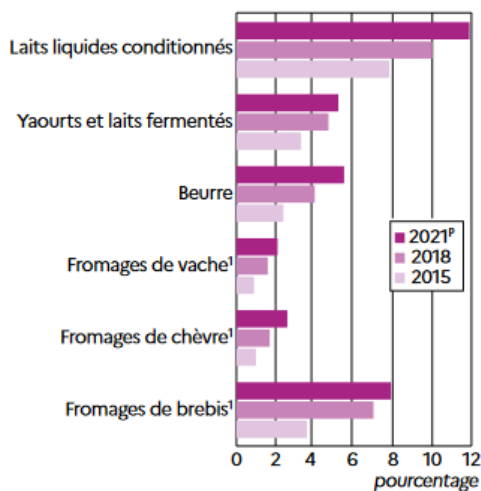
<sup>155</sup> Chatellier et al. (2020), p. 5.

<sup>156</sup> Le BASIC a réalisé ses calculs à partir de différentes sources de données. Pour les ventes de produits bio et non bio (hors fromage) : FranceAgriMer, [La consommation de produits laitiers en 2021](#), 2023. Pour la part de marché des fromages bio : Agence bio, [Le marché alimentaire bio en 2021](#), 2022. Pour les ventes des produits sous IGP/AOP : INAO, [Chiffres clés. Produits laitiers sous AOP et IGP](#), 2022. Afin de considérer la diversité des signes de qualité de la production de lait français, nous faisons l'hypothèse que les produits laitiers fabriqués avec du lait AOP ne sont pas également issus d'un lait respectant le cahier des charges de la labellisation biologique, ce cas de figure étant assez rare (Nozieres et al., 2018, p. 78).

<sup>157</sup> [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap10.3/GraFra2022\\_signes-de-qualite.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap10.3/GraFra2022_signes-de-qualite.pdf)

Comme illustré ci-dessus, les produits laitiers avec la plus forte part de marché en bio sont **le lait conditionné, les yaourts et le beurre**. La part reste faible pour les fromages de vache (2%), dont la fabrication se fait souvent sous signe de qualité AOP ou IGP (la part est plus importante pour les fromages de brebis avec 8% des ventes nationales, contre 2,6% pour les fromages de chèvre bio).

Figure 54 : Évolution des parts de marché du bio, par type de produit laitier (2015-2021)



Source : Agreste, Graph'Agri, 2022, p. 124<sup>158</sup>

Au-delà des parts de marché, ce sont leurs taux de progression qui sont significatifs pour l'ensemble des produits laitiers bio sur la période 2015-2021 (cf. ci-dessus) :

- doublement pour le beurre et le fromage au lait de vache biologique,
- augmentation de 50% pour le lait conditionné et les yaourts.

Le marché est particulièrement dynamique pour la matière grasse bio, suite notamment à un manque en 2016-2017 auquel les industries laitières ont répondu en encourageant la progression de la collecte<sup>159</sup>.

### 6.3.2 Quels impacts sur la répartition de valeur et la rémunération de l'élevage ?

Entre 2015 et 2020, la différence de rémunération entre le lait biologique et le lait conventionnel s'était stabilisée à environ 100 euros pour 1000 litres, d'après les données de l'Institut de l'élevage. Est-ce que cette différence de prix payé aux éleveurs et éleveuses laitiers s'est retranscrite par une meilleure répartition de la valeur et une meilleure rémunération au maillon agricole ?

Des premiers éléments de réponse ont été documentés par l'étude menée par le BASIC en 2019 sur les chaînes de valeur laitières biologiques et équitables en France<sup>160</sup>. Les analyses menées sur la vente des bouteilles de lait demi-écrémé montrent que la répartition de la valeur pour l'aval (distribution et transformation) est de 71% et 72% pour le conventionnel et pour le bio respectivement. Cette similitude des résultats peut s'expliquer par le fait que la très grande majorité des produits laitiers bio sont transformés et distribués en circuits longs traditionnels et plus de 90% des produits laitiers bio sont vendus en GMS (cf. section 2).

<sup>158</sup> [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap10.3/GraFra2022\\_signes-de-qualite.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap10.3/GraFra2022_signes-de-qualite.pdf)

<sup>159</sup> IDELE (2020), p. 6.

<sup>160</sup> BASIC (2019), p. 36.



En revanche, en amont, les témoignages d'éleveurs et éleveuses laitiers recueillis dans le cadre d'autres études convergent vers **une meilleure rémunération agricole avec le passage en bio jusqu'en 2021** (cf. section 6.3.3). Le niveau d'augmentation de la rémunération dépend du contexte géographique, du type d'élevage bio et des choix du chef ou de la cheffe d'exploitation, en particulier au regard de son autonomie protéique.

Au-delà, l'élevage en biologique a des atouts qu'il est par ailleurs difficile de monétiser :

- Préservation de la biodiversité et des autres capitaux naturels sur l'exploitation <sup>161</sup>;
- Bien-être animal ;
- Résilience de l'exploitation aux aléas climatiques et aux fluctuations des cours internationaux, en développant une autonomie sur les rations alimentaires des animaux ;
- une qualité de vie au travail différente et la fierté de la production en bio<sup>162</sup>.

**Dans le cas de la filière de lait biologique et équitable** (contrats tripartites de Biolait avec Système U et le réseau Biocoop), la répartition de la valeur est plus favorable à l'amont de la chaîne, auquel revient 38% du prix final consommateur - au lieu de 28% dans les cas précédents - quand on prend en compte les 8% de la valeur revenant à Biolait qui crée des bénéfices de mutualisation (cf. ci-après).

#### Le cas de l'organisation de producteurs et productrices Biolait :

- **Gouvernance démocratique** par les agriculteurs et agricultrices qui sont au centre des décisions : tous les administrateurs et administratrices sont issus des fermes sociétaires, par rapport à l'équipe salariée de Biolait.
- **Construction du prix à partir des coûts** : reprise des éléments de l'IDELE sur le coût d'un litre de lait bio.
- **Prévisibilité des revenus** : le prix à la ferme pour les acheteurs est calculé au début de chaque année, détaillé par mois, et communiqué aux éleveurs et éleveuses laitiers lors de réunions qui ont lieu tous les trimestres, ce qui constitue une grande différence avec le fonctionnement traditionnel des chaînes de valeur. Dans le secteur conventionnel, les producteurs et productrices ne sont informés de l'achat qu'une fois que le lait a été collecté et que sa qualité a été contrôlée par l'usine laitière, et il en va de même dans le secteur biologique, malgré le prix plus élevé.
- **Propriété du tank situé sur la ferme** : au sein de Biolait, il appartient à l'agriculteur ou l'agricultrice, et la collecte du lait est effectuée par l'OP. Il s'agit là d'une autre rupture majeure avec les pratiques traditionnelles. En effet, dans le fonctionnement classique, le lait qui est stocké dans le tank dès l'étape de la traite n'appartient plus à l'agriculteur, mais est déjà considéré comme étant la propriété de l'usine laitière. Ce transfert automatique de propriété oblitère la capacité de négociation. Des agriculteurs et agricultrices. En étant propriétaires de leur tank à lait, les éleveurs et éleveuses de Biolait ont réussi à reprendre le contrôle de leur produit, améliorer leur capacité de négociation et développer leur autonomie.
- **Mutualisation des coûts de collecte**, y compris dans les zones les plus reculées, avec rémunération équivalente.

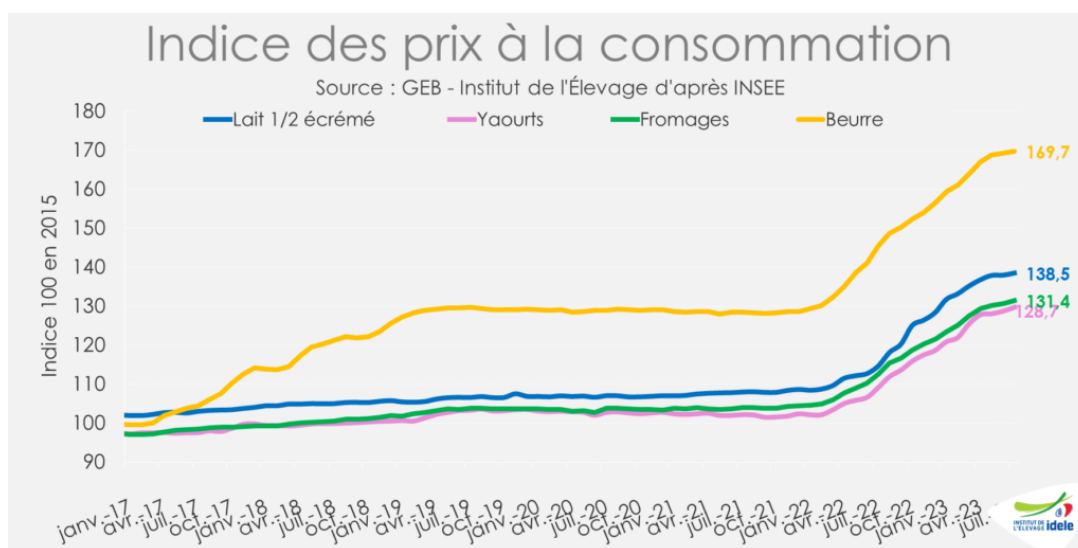
<sup>161</sup> BASIC, Greenpeace, WWF (2021).

<sup>162</sup> BASIC (2019), p. 36.

### 6.3.3 Le retournement actuel de conjoncture et ses conséquences

La forte inflation des produits alimentaires observée depuis 2021 a particulièrement touché les produits laitiers, avec des conséquences importantes en termes de baisse de la consommation en volume.

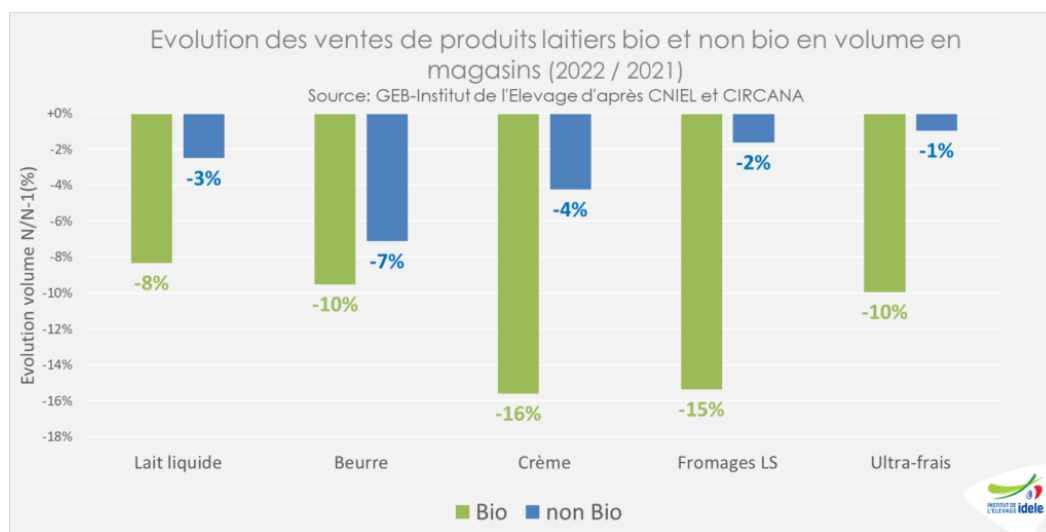
Figure 55 : Indice des prix à la consommation des produits laitiers entre janvier 2017 et juillet 2023



Source : Institut de l'élevage, 2023

Comme illustré ci-dessus, les prix des produits laitiers ont augmenté en France de 27% entre novembre 2021 et juillet 2023 (et jusqu'à 32% pour le beurre), alors que le reste de l'alimentation augmentait de 20% sur la même période<sup>163</sup>.

Figure 56 : Évolution des ventes de produits laitiers bio et non bio en volume (2022 vs 2021)

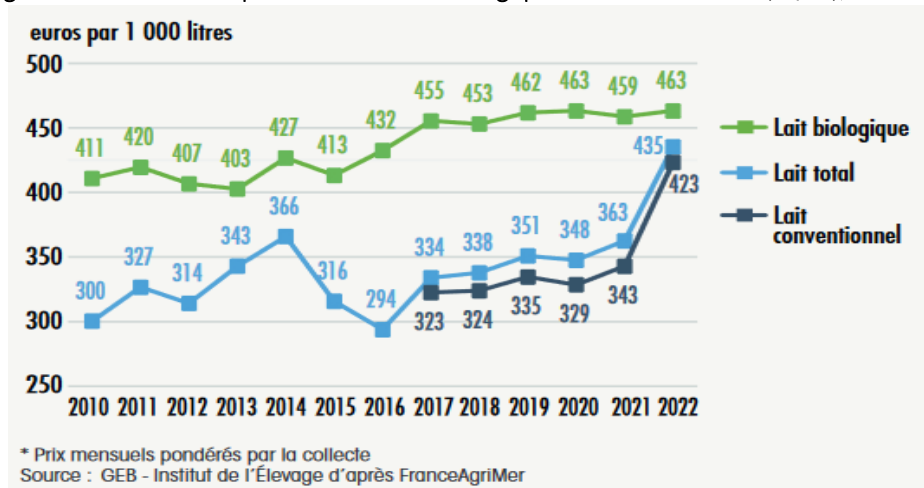


Source : Institut de l'élevage, 2023

<sup>163</sup><https://www.tendances-lait-viande.fr/linflation-affecte-la-consommation-de-produits-laitiers-bio-et-aop/#:~:text=Les%20prix%20des%20produits%20laitiers%20montrent%20d%C3%A9normes%20signes%20de%20novembre%202021%20et%20juillet%202023.>

Dans ce contexte, la consommation de produits laitiers biologiques a baissé plus rapidement que les produits non bio<sup>164</sup>, avec des réductions de -8% à -16% entre 2021 et 2022 selon les gammes de produits (cf. graphique ci-dessus). Ce recul semble se prolonger sur le premier semestre 2023. **Les déclassements du lait biologique ont ainsi fortement augmenté** selon les entretiens menés avec les acteurs de la filière, passant de 15% à 30% au niveau national (tous acteurs confondus).

Figure 57 : Évolution du prix annuel du lait biologique et du lait standard (38/32), 2010-2022



Source : IDELE, 2023

Conséquence de ce retournement de conjoncture, les courbes de prix du lait biologique (courbe verte) et du lait conventionnel (courbe bleu foncé) se sont mises à converger depuis 2021, réduisant fortement l'écart de prix payé au maillon de l'élevage à seulement 40 euros pour 1000 litres en 2022. Cette situation conjoncturelle depuis 2021 est liée à la prise en compte de l'augmentation du coût des intrants pour les exploitations conventionnelles (+40% entre janvier 2020 et janvier 2023, selon l'indice des prix d'achat des moyens de production agricole).

Avant ce retournement, la différence de rémunération entre le lait biologique et le lait conventionnel s'était stabilisée à environ 100 euros pour 1000 litres entre 2015 et 2020.

Ces évolutions rapides et brutales ont d'importantes conséquences sur le terrain, où certains observent le début d'un phénomène de retour au conventionnel de certaines exploitations converties en bio sur la période récente. Les différents bénéfices objectivés au niveau des élevages depuis une décennie, et qui avaient créé un engouement pour la conversion en bio, sont en risque si le marché ne reprend pas au niveau des consommateurs et consommatrices.

## 6.4 Les circuits courts et le contrôle de l'amont sur la chaîne de valeur

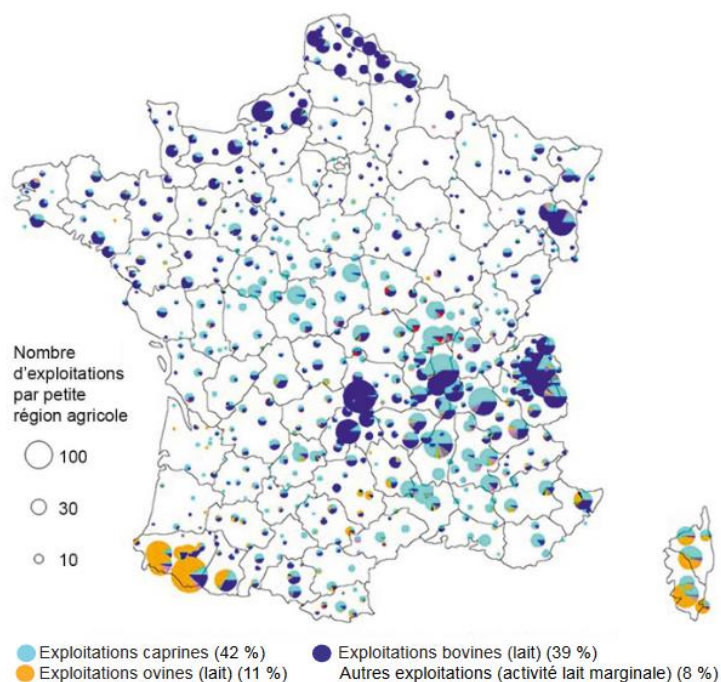
Face au débouché quasi exclusif que représente la grande distribution, environ 5% des produits laitiers de vache ont été achetés dans des réseaux spécialisés en 2021, à savoir :

- Les commerces traditionnels et fromageries ;
- Les marchés et foires ;
- Les ventes directes par les éleveurs et éleveuses.

<sup>164</sup> FranceAgriMer (2023a), p15

Ce dernier circuit connaît un renouveau avec les AMAP, la vente en ligne, etc.<sup>165</sup>. Toutefois, les chiffres exacts de volumes transformés et vendus à la ferme sont incertains.

Figure 58 : Localisation des exploitations transformant du lait à la ferme (2010)



Source : Agreste, Traitement IDELE repris par Nozieres et al., 2018

La carte ci-dessus des 6 267 exploitations agricoles qui transforment le lait à la ferme en 2010 montre que ce sont les bassins traditionnels de produits laitiers de montagne qui semblent concentrer les fermes engagées dans les circuits courts. En 2010, les fermes associées à ces circuits représentaient :

- 22% vendent des produits laitiers AOP ;
- 11% vendent des produits laitiers bio (rarement cumulé à AOP)<sup>166</sup>.

Les éleveurs et éleveuses engagés dans la transformation de leur lait à la ferme ont 3 ou 4 fois plus de recours aux signes de qualité que ceux insérés dans des filières longues. Cette **synergie entre labels de qualité et transformation/distribution intégrées par les fermes maximisent les chances d'une meilleure rémunération, grâce à la maîtrise des coûts de fabrication et de l'ensemble de la chaîne de valeur.**

Cependant, ces types de filières restent cantonnées à des marchés de niche. D'après la Statistique Agricole Annuelle, **les volumes de lait de vache transformés et commercialisés à la ferme ne dépasseraient pas 2,4% de la collecte nationale**, essentiellement des fromages<sup>167</sup>.

<sup>165</sup> Chatellier et al. (2020), p. 237.

<sup>166</sup> Nozieres et al. (2018), p. 78

<sup>167</sup> Chatellier et al. (2020), p. 237.

## 6.5 Déterminer un prix qui rémunère les agriculteurs

### 6.5.1 EGAlim : revenir à l'esprit de la législation

Avec l'objectif d'un meilleur partage de la valeur dans les filières agricoles, différentes lois ont été promulguées ces dernières années. En 2018, la loi EGAlim 1 a été adoptée, puis la loi EGAlim 2 en 2021, et la loi Descrozailles en 2023. Dans la filière lait, l'obligation de contractualisation (pour 5 ans) avait commencé dès 2015 pour palier la dérégulation de la filière au niveau européen avec la suppression des quotas laitiers (voir section 4.2)<sup>168</sup>. En particulier, la loi française EGAlim 2, promulguée le 18 octobre 2021, s'appuie sur les leçons tirées d'EGAlim 1 et sur l'expérience des accords tripartites expérimentés en France (cf. section 6.1.2), afin de développer des outils de régulation innovants qui ambitionnent de changer la façon dont les prix sont fixés le long des chaînes de valeur alimentaires.

Les principales exigences de la loi EGAlim 2 sont les suivantes :

- **Des contrats de vente écrits et pluriannuels d'une durée minimale de 3 ans (EGAlim 1) passée à 5 ans (EGAlim 2) pour le lait** sont généralisés entre le maillon agricole et le premier acheteur. L'objectif est de faciliter la construction d'un prix qui protège mieux la rémunération du maillon agricole en concluant un document écrit, traçable et vérifiable qui prend en compte différents indicateurs, notamment les coûts de production, dans la détermination du prix. Le prix de vente est fixe avec un mécanisme de révision automatique qui s'appuie sur différents coûts de production. Autre option d'un prix déterminable (calcul pondéré par différents indicateurs).
- Une **expérimentation sur cinq ans d'un "tunnel de prix"** est mise en place dans les contrats de vente écrits. Ce tunnel fixe des limites minimales et maximales dans lesquelles le prix convenu peut varier pour tenir compte des prix de production. Une amende administrative est introduite lorsqu'un vendeur ou un acheteur d'un produit agricole couvert par l'expérience ne respecte pas ses obligations. Le montant de cette amende ne peut excéder 2 % du chiffre d'affaires hors taxes du dernier exercice.
- Les fournisseurs doivent indiquer dans leurs conditions générales de vente **la part des matières premières agricoles dans le volume du produit alimentaire concerné** et leur part dans le prix du fournisseur. Dans tous les cas, la loi interdit les négociations commerciales sur la part du fournisseur dans le prix d'achat des matières premières agricoles. Elle entend ainsi "protéger" cette part et la soustraire à des négociations souvent déflationnistes.
- **Pour les produits sous marque de distributeur, une clause de révision automatique des prix en fonction de la variation du prix des matières premières agricoles** ou des produits transformés supportée par le fournisseur devrait être présente dans les contrats. Compte tenu des faibles marges des fabricants produisant des produits sous marque de distributeur, "aucune dépense liée aux opérations de promotion d'un produit sous marque de distributeur ne peut être mise à la charge du fabricant".

Il est encore tôt pour réaliser un bilan qui démontre l'impact des mesures EGAlim dans le secteur laitier français. Néanmoins, certains acteurs de la filière font ressortir que :

- L'obligation de contractualisation ne serait pas toujours respectée ;
- La sanctuarisation de la matière première agricole ne serait pas toujours appliquée ;

---

<sup>168</sup> IDELE, Contrats laitiers : Etats des lieux en 2016, décembre 2016.

- Les coûts de production ne seraient pas la seule variable prise en compte dans la négociation, mais aussi les tendances de marché ;
- Les industries laitières ne sont pas transparentes sur la valorisation des co-produits et matières premières industrielles ;
- La mise en place d'une contractualisation ne signifie pas toujours qu'elle comportera une bonne rémunération pour les éleveurs et les éleveuses, et d'ailleurs, le niveau de rémunération n'est pas la seule variable à prendre en compte dans un accord entre parties prenantes pour s'assurer que les éleveurs ne sont pas lésés, le rapport de force sera toujours asymétrique en situation d'oligopole.

## 6.5.2 Interpréter le droit de la concurrence pour permettre une régulation des prix et des volumes

La réglementation antitrust actuelle n'accorde d'exception à la fixation de quotas de production agricole et de prix minimums que dans le cas des AOP, et dans une certaine mesure du commerce équitable, même si les acteurs de la chaîne sont disposés à créer collectivement leur propre cadre pour garantir une plus grande durabilité sociale comme environnementale.

Dans le cas spécifique du secteur laitier, la possibilité d'accords tripartites intégrant une régulation des prix et des volumes dépend donc principalement de l'interprétation de l'Autorité française de la concurrence, qui a considéré jusqu'à présent qu'il était conforme au droit européen de la concurrence. Bien qu'il s'agisse d'un pas dans la direction d'une sécurisation juridique, il s'agit toujours d'une interprétation et non d'une reconnaissance juridique formelle de leur existence.

Par conséquent, l'une des questions essentielles pour construire de nouveaux systèmes de formation des prix moins dommageables pour les acteurs des chaînes de valeur - en particulier les éleveurs et les éleveuses - semble résider dans l'évolution du droit de la concurrence. Une telle évolution ne signifie pas nécessairement une renégociation des traités européens, car il s'agit avant tout d'une question d'interprétation du système antitrust actuel<sup>169</sup>.

Il s'agirait principalement de **ne plus limiter le « bien-être du consommateur » à son pouvoir d'achat**. L'application des règles de concurrence européennes devrait ainsi **répondre aux préoccupations légitimes des consommateurs et consommatrices en termes de durabilité** sociale et environnementale, de qualité, et de liberté de choix. Tous ces critères devraient être intégrés dans la notion de "bien-être du consommateur".

Par ailleurs, la réglementation européenne se concentre sur la protection des consommateurs contre les monopoles et les risques de collusion sur les prix, sans tenir compte des intérêts des fournisseurs, des agriculteurs et agricultrices et des travailleurs et travailleuses, voire en jouant contre eux. **Elle se focalise sur le pouvoir excessif des vendeurs, alors qu'un pouvoir excessif des acheteurs peut être tout aussi préjudiciable**, voire plus, au bien-être social et à celui des consommateurs dans l'UE. Le cadre de la politique de concurrence devrait donc également réaffirmer le principe de neutralité et, par conséquent, s'abstenir de toute discrimination entre les questions liées à l'offre et celles liées à l'acheteur dans le cadre de l'application de la législation et de l'établissement des priorités.

Un règlement récent du Parlement européen et du Conseil constitue un premier pas important dans cette direction. Le règlement (UE) 2021/2117 publié le 2 décembre 2021 permet pour la première fois des initiatives

---

<sup>169</sup> BASIC (2014a).

verticales et horizontales en faveur de la durabilité, afin de soutenir les objectifs de la future politique agricole commune en matière de "durabilité économique, sociale, environnementale et climatique des zones agricoles, forestières et rurales". Ce règlement stipule que les accords, décisions et pratiques concertées définis entre agriculteurs, agricultrices et opérateurs à différents niveaux de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, y compris les distributeurs, ne sont pas interdits pour autant qu'ils visent à contribuer 1/à l'atténuation du changement climatique et à l'adaptation à celui-ci, 2/à la protection des paysages, de l'eau, des sols, de la biodiversité et des écosystèmes, 3/à la prévention de la pollution, 4/à la transition vers une économie circulaire, 5/à la réduction de l'utilisation des pesticides et du danger de résistance aux antimicrobiens dans l'agriculture et 5/à la santé et au bien-être des animaux.

# 8. Annexes

## 8.1 Annexe 1 : Utilisation des données OFPM des marges (agricoles, IAA, distribution)

### a. Découpe de la valeur par maillon

Nous proposons une découpe de valeur en s'appuyant sur des données et graphes fournis par les rapports annuels de l'OFPM<sup>170</sup>, afin de détailler la valeur revenant à chacun des maillons (production, transformation, distribution) sur la période 2001-2021.

L'OFPM présente une découpe du prix de vente pour 5 produits laitiers (ou PGC : produits de grande consommation) :

- Lait ½ écrémé UHT ;
- Yaourt ;
- Emmental ;
- Camembert ;
- Beurre plaquette 250 g ;
- Panier des 5 PGC précédents.

Le prix final est ainsi décomposé en :

- TVA ;
- Marge brute détail GMS ;
- Marge brute industrie ;
- Coût de la matière première.

Le prix des différentes catégories est exprimé en euros / litre pour le lait UHT, et en euros / kg pour les autres produits. Il s'agit de prix nominaux.

Nous nous basons sur le rapport OFPM de 2023<sup>171</sup> qui propose la découpe pour les années :

- 2018 à 2022 pour le camembert et le panier des 5 PGC précédents ;
- 2017 à 2022 pour le lait ½ écrémé UHT ;
- 2012 à 2022 pour le yaourt, l'emmental, le beurre plaquette 250 g.

Nous mobilisons plusieurs rapports OFPM (de différentes années) pour reconstituer l'évolution sur le temps long (2001-2022 quand c'est possible). Attention, 2022 est le fruit d'estimations, ce qui signifie qu'il faut être prudent sur l'analyse et l'interprétation de cette dernière année.

En plus de la découpe de la valeur, nous ajoutons, sur le même graphique :

- Le prix payé aux producteurs et productrices en euros / litre de lait cru pour les produits laitiers (attention, l'échelle verticale est donc différente pour cet item ;
- Le prix annuel s'il avait suivi strictement l'inflation, afin de comparer l'évolution du prix final avec l'inflation. Les données d'inflation proviennent de l'INSEE.

Voici l'exemple ci-dessous du lait ½ écrémé :

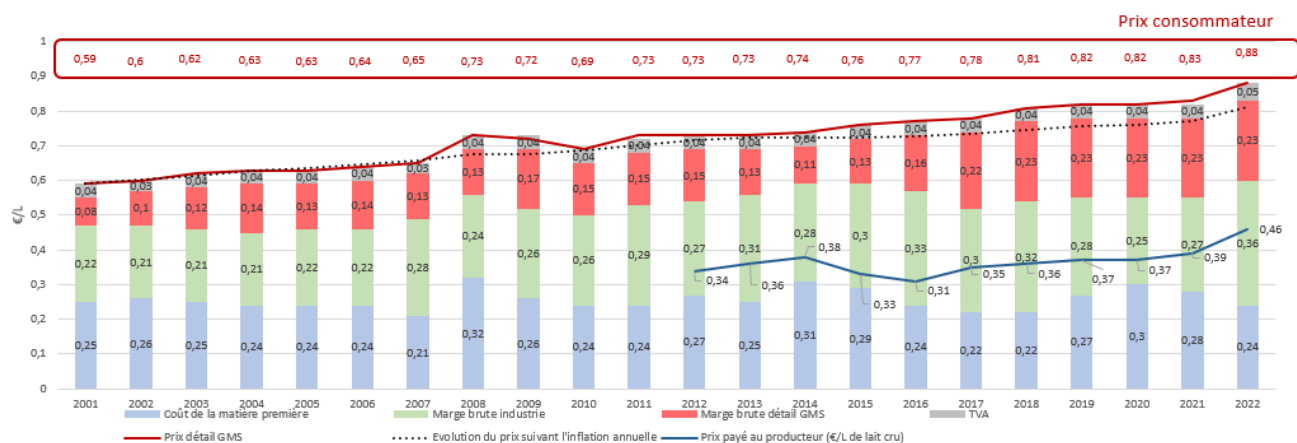
---

<sup>170</sup> <https://observatoire-prixmarges.FranceAgriMer.fr/>

<sup>171</sup> OFPM (2023).



Figure 59 : Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution



Source : OFPM, INSEE et traitement BASIC

## b. Maillon production agricole

### Méthode de calcul de la décomposition des prix au détail des PGC laitiers

L'OFPM décrit sa méthode de calcul de la décomposition des prix au détail des PGC laitiers en détails<sup>172</sup>, dont voici quelques extraits ci-dessous. On s'intéresse ici en particulier à la partie détaillant l'indicateur du coût de la matière première des PGC<sup>173</sup>. Ainsi, la **méthode de calcul de l'indicateur du coût de la matière première des PGC** tient compte :

- **Des coproduits** : la fabrication de chaque produit de grande consommation entraîne la production de coproduits non destinés en l'état à la consommation et vendus à d'autres secteurs de l'industrie alimentaire ou de l'alimentation du bétail. La valorisation nette (produit de la vente – coût de fabrication) de ces coproduits est intégrée dans le coût de la matière première utilisée par l'industriel pour élaborer les PGC ;
- **Des excédents saisonniers** : le déphasage entre la saisonnalité de la production laitière et celle des fabrications de produits laitiers entraîne des excédents saisonniers ;
- **Des excédents annuels** : la collecte de lait de vache et le marché des produits de grande consommation n'évoluent pas forcément de façon parallèle. L'écart entre les deux est comblé par un volume de lait transformé en produits industriels stockables, assurant le tampon entre la collecte laitière et le marché des PGC. Cet excédent annuel, d'ampleur variable, est lui aussi intégré dans l'analyse.

Dans la suite de leur analyse, il est retenu l'hypothèse selon laquelle la totalité des coproduits fabriqués et des excédents calculés, est **valorisée en produits industriels** (beurre vac, poudre de babeurre, poudre de lait écrémé et / ou poudre de lactosérum suivant les PGC) et que cette valorisation correspond à la valorisation réelle sur le marché ou à l'équivalent d'une cession intra-entreprise.

<sup>172</sup> Page 171 de OFPM (2023).

<sup>173</sup> NB : la méthode exposée ne concerne pas le beurre plaquette, qui est analysé via une approche différente, cf. Rapport OFPM (2023).

Dans les entreprises laitières, ces produits induits peuvent en fait être transformés en d'autres produits, **mieux valorisés**, comme la crème, le beurre consommateur, les caséines, la poudre grasse, la poudre de lactosérum pour l'alimentation humaine (notamment déminéralisée pour les poudres infantiles), etc. **La valorisation des produits induits pour les industriels est donc sous-estimée dans les modèles construits pour le lait UHT demi-écrémé, le yaourt nature, le camembert et l'emmental.**

Pour les PGC issus de l'industrie laitière, l'indicateur de coût de la matière première doit prendre en compte l'ensemble du lait dont la collecte est nécessaire pour fabriquer 1 litre ou 1 kg du PGC, y compris la fraction valorisée en coproduits, les excédents saisonniers liés aux PGC et les excédents annuels. Le coût total du lait est calculé à partir du prix du lait réel payé au producteur-ice. À ce coût du lait vient ensuite se retrancher la valorisation nette des coproduits. Celle-ci correspond à la différence entre le produit de la vente de ces coproduits et le coût de leur transformation (qui inclut la collecte du lait correspondant). Si le produit de la vente des coproduits est supérieur à leur coût, la valorisation nette est positive, ce qui réduit le coût de la matière première du PGC pour l'industriel. Mieux les produits industriels sont valorisés sur le marché, plus la valorisation nette diminue l'indicateur du coût de la matière première des PGC. Si le produit est inférieur au coût, et la valorisation nette est négative, ces coproduits représentent un coût supplémentaire pour l'industriel, en addition au coût du lait collecté. **Ainsi est obtenu l'indicateur de coût de la matière première, qui correspond donc à un coût d'achat pour l'industriel et non pas à un prix de vente du lait pour les éleveurs et éleveuses laitiers.**

## Détail des coûts de production et rémunération au maillon agricole

Nous souhaitons **détailler ce coût de la matière première**. Pour cela, nous nous appuyons sur les deux graphes ci-dessous, issus des rapports OFPM 2023 et 2015, afin de pouvoir remonter jusqu'en 2005.

Ces deux graphes se basent sur les données RICA des exploitations spécialisée bovins-lait, ce qui exclut de fait les exploitations bovins mixte et polyculture-polyélevage, alors que certaines d'entre elles produisent du lait. Nous faisons ainsi le proxy, pour la suite, que la structure de coûts est identique pour toutes les exploitations produisant du lait (et concernant la partie laitière uniquement).

Après réconciliation et simplification des deux nomenclatures utilisées, nous choisissons les catégories ci-dessous pour le **détail du coût de la matière première**, pour la production de 1000 L de lait cru :

- Aliments du bétail achetés ;
- Amortissement (notamment mécanisation) ;
- Autres charges (fermages, charges financières, impôts et taxes, assurances et frais de personnel salarié) ;
- Rémunération du producteur-ice<sup>174</sup>.

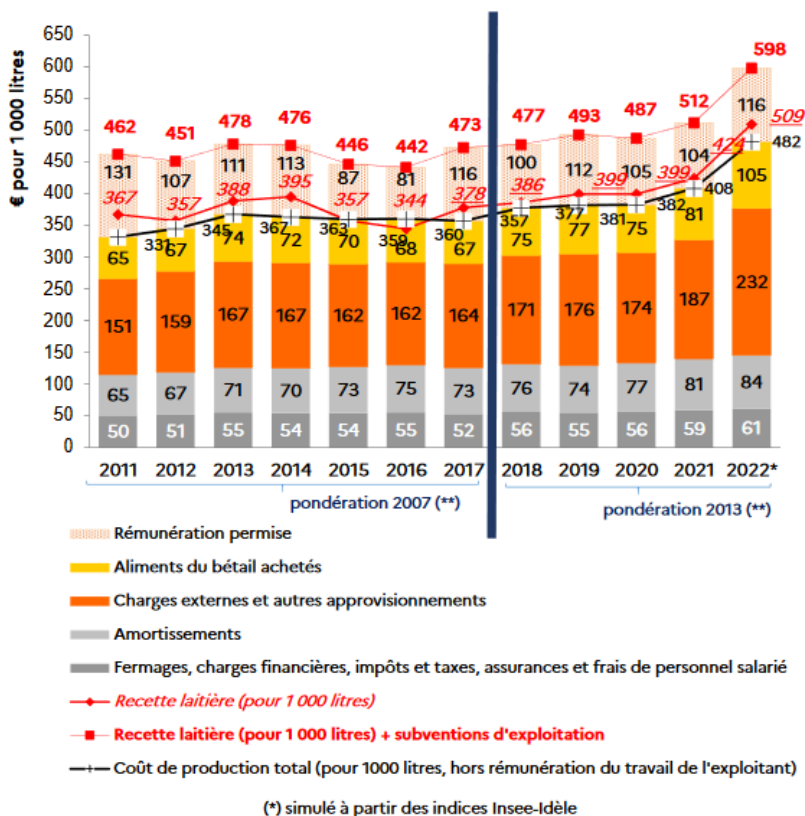
Nous faisons le choix de ne prendre en compte que les recettes issues de la vente des produits laitiers (pas de recettes « annexes ») et hors subventions (PAC notamment). En conséquence, notre calcul de rémunération possible est différent de la catégorie « Rémunération permise » sur les graphes ci-dessus, qui justement prennent pour référence la somme des recettes laitières et des subventions.

Nous reprenons cette **structure de coûts** que nous appliquons à la catégorie bleue de notre graphe de découpe de valeur, qui est la catégorie « coût de la matière première ». **On transpose ainsi les coûts pour une recette laitière au litre de lait cru, à des coûts de la matière première nécessaire à la fabrication d'un litre de lait UHT en bouteille.**

---

<sup>174</sup> La rémunération des producteurs et productrices peut être négative, si les coûts sont supérieurs aux recettes.

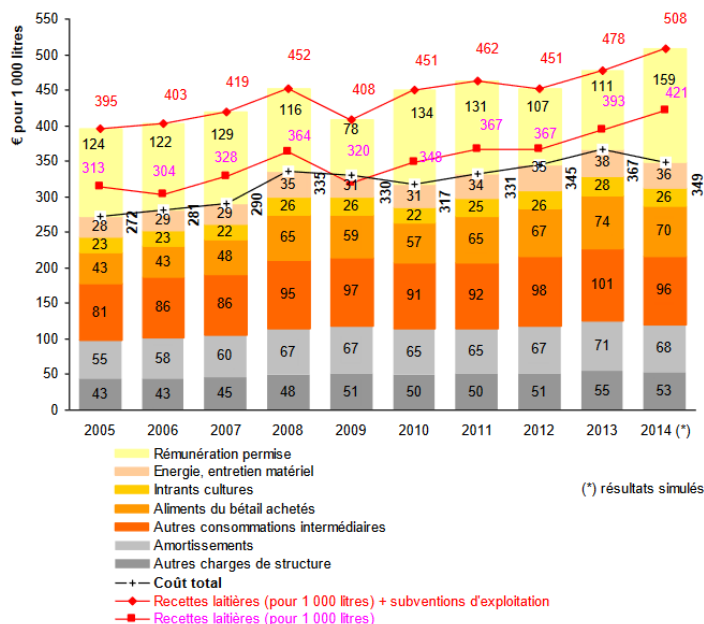
Figure 60 : Coût de production comptable moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées



(\*) simulé à partir des indices Insee-Idèle  
 (\*\*) L'échantillon Rica a connu un changement de pondération : les données à partir de 2018 sont en pondération 2013 ; celles de 2010-17 en pondération 2007. Ces évolutions ont pour but de mieux représenter la réalité des exploitations, bien que cela entraîne des ruptures historiques, impactant les comparaisons.

Source : OFPM (2023), d'après RICA (SSP) et indices Insee-Idèle pour simulation 2022

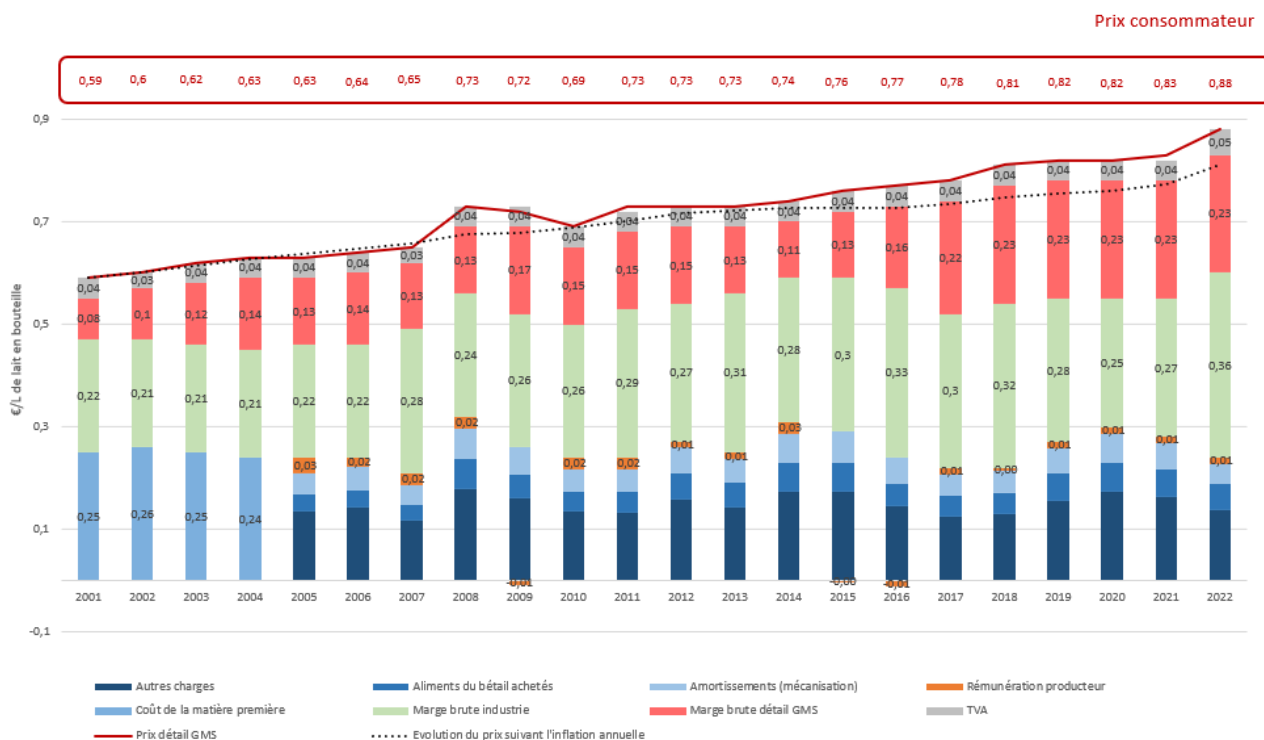
Figure 61 : Coût de production moyen du lait de vache dans les exploitations spécialisées



Source : OFPM (2015), d'après RICA (SSP)

Voici l'exemple ci-dessous du lait ½ écrémé UHT. Ce graphe nous permet ainsi de comparer les coûts des éleveurs et éleveuses à leur recette laitière : quelle proportion de la recette laitière représentent ces coûts ? Et une fois que l'on retire ces coûts, que reste-t-il au maillon agricole pour se rémunérer ?

Figure 62 : Composition du prix moyen annuel au détail en GMS du lait ½ écrémé UHT « moyen » en matière première et indicateurs de marges brutes de l'industrie et de la distribution, avec détail des coûts de la matière première entre 2005 et 2022



Source : OFPM, INSEE et traitement BASIC

### c. Maillon transformation

La marge brute de l'industrie laitière correspond à la partie verte du schéma de découpe de valeur ci-dessus. L'indicateur de marge brute sur un produit PGC élaboré par l'industrie est la différence entre le prix de vente de ce produit (prix sortie industrie) et l'indicateur de coût de sa matière première.

Les prix des produits industriels sont des données enquêtées de façon hebdomadaire auprès d'une vingtaine d'industriels par FranceAgriMer. À partir de cette enquête sont calculées des moyennes nationales pondérées par les volumes. Les prix des principaux PGC sortie industrie sont calculés à partir d'indices fournis mensuellement à l'Observatoire par l'Insee dans le cadre d'une convention avec FranceAgriMer. Ces derniers sont relevés chez les principaux opérateurs industriels, parallèlement à l'enquête conduite par l'Insee pour l'établissement des indices de prix de production de l'industrie. Ces prix moyens sont calculés sur des produits de qualité constante durant 5 ans.

En plus de la sous-estimation de valorisation des produits induits, les modèles par PGC, en fonctionnant comme une laiterie monoproduit qui utiliserait du lait de collecte pour fabriquer un seul PGC et transformerait le reste du lait entièrement en produits industriels, surestiment le poids des produits industriels (par exemple la crème restant pour une usine de lait UHT demi-écrémé entièrement transformée en beurre vrac). La réalité de l'équation laitière est plus complexe, au sein d'un site ou d'une entreprise, avec un mixte produit plus varié

et des objectifs d'optimisation des flux physiques (coûts logistiques) et de la valorisation (prix). Il n'est pas possible de rendre compte de la complexité et surtout de la diversité de la réalité des équations laitières des différentes entreprises.

#### d. Maillon distribution

La marge brute de la GMS correspond à la partie rouge du schéma de découpe de valeur ci-dessus.

L'indicateur de marge brute sur un produit PGC pour la distribution est la différence entre le prix de vente de ce produit (prix au détail) et le prix de vente de ce produit sortie industrie.

Les prix payés par le consommateur au détail en GMS<sup>175</sup> (hyper et supermarchés) sont issus depuis 2008 du panel consommateur Kantar Worldpanel qui mesure les achats des ménages français pour leur consommation à leur domicile principal. Ce prix moyen des achats, par catégorie de produit, pondéré par les volumes achetés, présente l'avantage de refléter au mieux les évolutions de consommation des produits, y compris les évolutions de gamme et les effets des promotions. Pour chaque produit, l'ensemble des qualités sont prises en compte, c'est-à-dire à la fois les articles issus de lait de vache conventionnel mais également ceux issus de l'agriculture biologique (les cinq PGC laitiers suivis par l'Observatoire sont concernés) ou des productions d'AOP/IGP (pour le camembert, l'emmental et le beurre). En ce sens, les prix au détail utilisés sont homogènes avec la série du prix du lait sélectionnée. En outre, les différentes gammes de produits (marques nationales, marques de distributeur et marques de distributeur économiques) sont intégrées au calcul du prix moyen de chacun des produits laitiers suivis, via une moyenne pondérée par les quantités achetées étudiée dans chaque gamme.

Pour le calcul du prix GMS dans l'hypothèse où le prix aurait suivi l'inflation, nous nous basons sur le prix GMS de 2001, et nous appliquons ensuite l'inflation annuelle sur ce prix, pour chaque année. Cette évolution est représentée en pointillés sur le graphe de découpe de valeur.

---

<sup>175</sup> À partir de l'année 2015, les données de quantités achetées et sommes dépensées à partir desquelles sont calculés les prix moyens sont fournies mensuellement par Kantar Worldpanel. Sur les années antérieures, elles ont été fournies par période de 4 semaines et mensualisées par l'Observatoire.

## 8.2 Annexe 2 : Découpe de la valeur selon les maillons

Nous proposons dans cette annexe un travail spécifique sur la valeur ajoutée des maillons agricole, IAA et distribution, en s'appuyant sur plusieurs sources. Contrairement à l'annexe ci-dessus, nous n'adoptons plus une logique par produit, nous nous intéressons à l'ensemble du lait / des produits laitiers.

Pour la partie agricole, avant l'analyse de la valeur ajoutée, on commence par s'intéresser aux revenus des agriculteurs et agricultrices et à la part des subventions dans ces revenus.

### a. Revenu des agriculteurs et agricultrices et les soutiens financiers publics

#### Les revenus nets des éleveurs et éleveuses sont inférieurs à 1 SMIC horaire net

Les résultats de cette sous partie sont présentés en **Figure 36**, dans le corps du texte, sous forme de graphe.

Pour évaluer le revenu disponible pour les agriculteurs et agricultrices (chef d'exploitation) et le comparer à la valeur du SMIC horaire ces dernières années.

Le RCAI et l'EBE sont deux indicateurs régulièrement utilisés comme proxy du revenu de l'exploitant agricole. En général on regarde plus précisément l'EBE ou le RCAI divisé par le nombre d'équivalents temps plein (ETP) non-salariés, pour ramener à un revenu par personne et non par ménage ou par ferme. Les deux montants mesurent la richesse créée par une entreprise avant impôt. Le RCAI se distingue de l'EBE principalement parce qu'il tient compte des charges non décaissables (notamment les dotations aux amortissements). Nous faisons ici le choix du RCAI, qui est ainsi plutôt comparable à un **revenu brut** qu'à un revenu net. Piet et al. (2020) exposent les difficultés méthodologiques de comparaison des revenus de l'activité agricole aux autres secteurs et les proxy couramment utilisés. Nous utilisons les données suivantes :

- Les rapports OFPM fournissent les données de RCAI/UTANS, avec et sans subventions, pour l'OTEX Bovins lait<sup>176</sup> basées sur les données RICA ;
- L'INSEE<sup>177</sup> fournit le SMIC brut (horaire, mensuel, annuel) d'année en année, en valeur nominale ;
- Le temps de travail global annuel de l'atelier lait / Unité de main d'œuvre (UMO) lait rémunérés est de 3022 en moyenne<sup>178</sup>.

Pour passer du RCAI/UTANS (proxy du revenu brut) à un **proxy de revenu net annuel**, nous appliquons un facteur de 2/3 au RCAI/UTANS<sup>179</sup>. Nous passons ensuite à un **proxy de revenu net horaire** en appliquant le

---

<sup>176</sup> Pour lesquelles la production brute standard (PBS) vache laitière représente plus de 80 % de la PBS total, soit 43% de l'OTEX Bovins lait

<sup>177</sup> <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/000883657>

<sup>178</sup> [https://idele.fr/orgue/?eID=cmis\\_download&olD=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2Ff630e35c-9202-45eb-aec2-2c2c6560b749&cHash=e15469d2463e942326274890a0f1f93a](https://idele.fr/orgue/?eID=cmis_download&olD=workspace%3A%2F%2FSpacesStore%2Ff630e35c-9202-45eb-aec2-2c2c6560b749&cHash=e15469d2463e942326274890a0f1f93a)

<sup>179</sup> Si l'on additionne : Cotisation Assurance Vieillesse Individuelle, Cotisation Assurance Vieillesse Agricole, Cotisation Retraite Complémentaire Obligatoire, Cotisations d'allocations familiale, CSG, CRDS, et Contribution VIVEA, alors la somme de ces charges sociales des entreprises agricoles représente 30,02 % - Source : <https://www.lesclesdelabanque.com/entreprise/les-charges-sociales-des-entreprises-agricoles/>

temps de travail moyen des éleveurs et éleveuses laitiers. Nous comparons finalement ce montant au SMIC horaire net moyen.

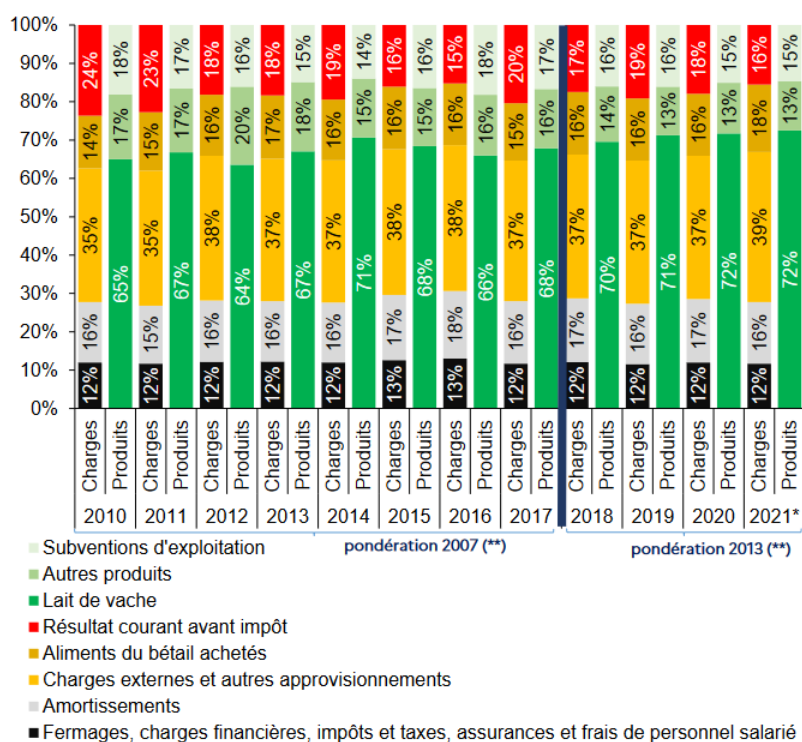
Le RCAI contient une partie des subventions perçues par le maillon agricole. En particulier, les subventions considérées proviennent du rapport OFPM 2023, basé lui-même sur les données RICA. Les exploitations retenues sont celles de l’OTEX Bovins lait pour lesquelles la production brute standard (PBS) vache laitière représente plus de 80 % de la PBS totale. En 2020, 862 exploitations commercialisant du lait sont incluses dans cet OTEX. 567 autres ne le sont pas et proviennent des OTEX Polyculture-poly-élevage et Bovins mixte (lait et viande). Elles ne sont donc pas prises en compte dans cette analyse.

## Les subventions constituent la part majoritaire du revenu des éleveurs et éleveuses

Afin de compléter des chiffres, nous intéressons aux **subventions**, mais sur un **autre périmètre** que dans le paragraphe ci-dessus. EN effet, nous souhaitons isoler le montant des subventions d’exploitation **spécifiques à la production du lait de vache** (toutes OTEX, y compris Bovins lait, Bovins mixte, Polyculture-polyélevage). Dans le paragraphe précédent, nous nous intéressions à l’OTEX Bovin lait uniquement, et aux subventions de cette OTEX, et pour tous les produits agricoles issus de la ferme (notamment la viande issue des vaches de réforme). Les deux périmètres sont donc bien différents.

Nous utilisons les proportions du graphe ci-dessous :

Figure 63 : Structure du compte de résultat moyen des exploitations laitières spécialisées



Source : OFPM 2022

Nous faisons l’hypothèse, pour notre calcul, que la structure des produits (i.e. la répartition entre les ventes de lait, ventes des autres produits et subventions d’exploitation) pour l’OTEX Bovins lait est la même que celle des autres OTEX produisant du lait.

Ainsi, le montant des subventions spécifiques au lait est calculé ainsi :

### *Subventions lait*

$$= \text{ventes de lait FR} * \frac{\% \text{ de subvention}}{\% \text{ de vente de lait}} * \frac{\% \text{ de vente de lait}}{\% \text{ de vente de lait et des autres produits}}$$

Soit, de façon simplifiée :

$$\text{Subventions lait} = \text{ventes de lait FR} * \frac{\% \text{ de subvention}}{\% \text{ de vente de lait et des autres produits}}$$

Les % sont issus du graphe ci-dessus et se rapportent à la totalité des produits (i.e. ventes de lait, ventes des autres produits et subventions d'exploitation).

Par ce calcul, les montants des subventions calculés sont les suivants :

- 1,64 milliards d'euros en 2018 ;
- 1,68 milliards d'euros en 2019 ;
- 1,56 milliards d'euros en 2020 ;
- 1,62 milliards d'euros en 2021.

### **b. Valeur ajoutée du maillon agricole**

Nous calculons la **valeur ajoutée agricole** à partir de données de l'OFPM et Agreste :

- La valeur générée en sortie de ferme (livraison en milliers de litres) au niveau national est donnée par l'Enquête annuelle laitière 2018 d'Agreste ;
- Le prix du lait (€/litre) et le coût du lait sont donnés par l'OFPM ;
- Pour les **consommations intermédiaires**, nous reprenons les deux graphes de l'OFPM des coûts de production moyens du lait de vache dans les exploitations spécialisées de la partie « Détail des coûts de production et rémunération du/de la producteur-ice » (Annexe 1). Les consommations intermédiaires incluent les Aliments du bétail achetés et les Charges externes et autres approvisionnements.

La valeur ajoutée du maillon agricole est obtenue via le calcul suivant : **Valeur générée en sortie de ferme - Consommations intermédiaires**. Elle correspond à la richesse produite lors du processus de production. La valeur ajoutée se répartit entre les revenus du travail, du capital, et les prélèvements par l'Etat.

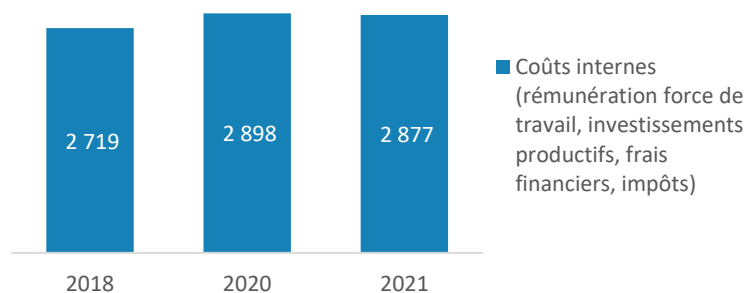
Le calcul de la valeur ajoutée agricole nous donne les résultats suivants :

- 2,7 milliards € en 2018 ;
- 2,8 milliards € en 2019 ;
- 2,9 milliards € en 2020 ;
- 2,9 milliards € en 2021.

Le **profit, ou résultat net**, est la capacité d'une entreprise à générer de la rentabilité. C'est ce qui reste de la valeur ajoutée quand l'entreprise a payé toutes ses charges. Dans le cas des éleveurs et éleveuses laitiers, ce profit est nul.

Figure 64 : Valeur ajoutée : coûts et bénéfices (nuls) des élevages laitiers en million €





Source : OFPM, calcul BASIC

### c. Valeur ajoutée des IAA laitières

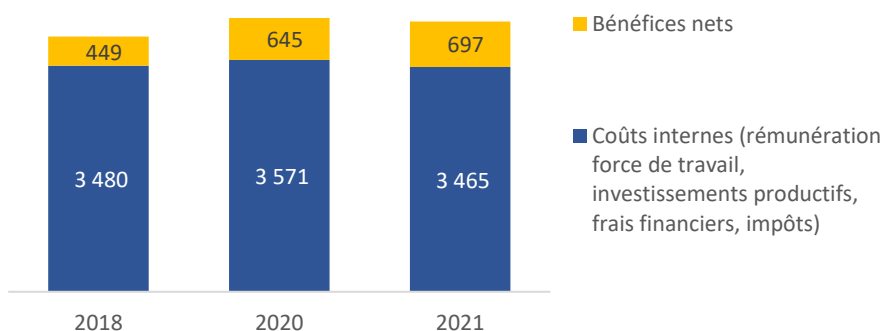
Nous proposons ici la méthodologie de traitement des données d'exploitation des IAA laitières (données ESANE) ainsi que des pistes d'analyse. Nous souhaitons analyser l'évolution de la **valeur ajoutée des IAA laitières** à partir de la base de données ESANE<sup>180</sup>. Nous nous intéressons ainsi au code NAF 10.5 : « Fabrication de produits laitiers ». Les chiffres présentés dans la figure ci-dessous, concernent uniquement la branche laitière, au prorata du chiffre d'affaires de la branche dans l'ensemble des activités des entreprises concernées.

ESANE nous donne directement la **valeur ajoutée** des industries de fabrication de produits laitiers :

- 3 929 Millions € en 2018 ;
- 4 216 Millions € en 2020 ;
- 4 162 Millions € en 2021.

Cette valeur ajoutée peut se décomposer en coûts interne (en bleu) et en bénéfices nets (en jaune).

Figure 65 : Répartition de la valeur ajoutée créée par la filière lait en 2018, 2020 et 2021 (en millions €)



Source : ESANE, traitement BASIC

<sup>180</sup> Base de données ESANE récupérée sur le site internet de l'INSEE : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/serie/s1188>

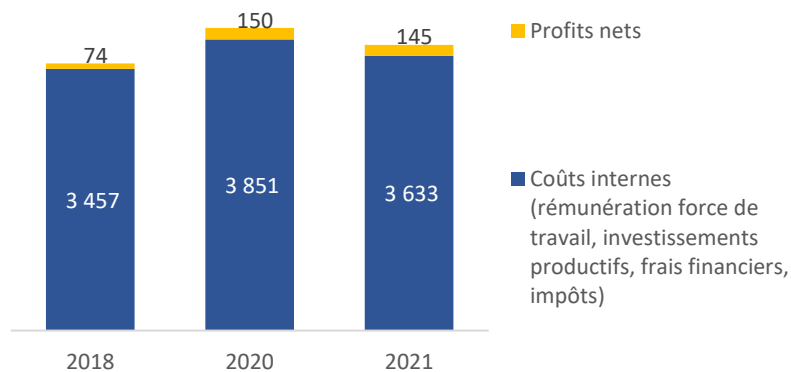
#### d. Valeur ajoutée de la distribution

De façon similaire, nous nous intéressons à la **valeur ajoutée (ou marge brute)** de la grande distribution. Plus précisément, nous calculons les **bénéfices nets** des GMS concernant le rayon des produits laitiers (en jaune), ainsi que **les coûts internes correspondant**, en soustrayant les bénéfices à la valeur ajoutée (en bleu).

Nous utilisons les données suivantes :

- Marge brute du rayon des produits laitiers données par l'OFPM ;
- CA du rayon laitier (M€) : donnée par OFPM mais nous le corrigeons avec des données France Agrimer<sup>181</sup>, car ce dernier ne couvre pas l'ensemble des ventes de distribution, mais uniquement les supermarchés et hypermarchés. Avec les données France Agrimer on reconstitue ainsi le total des ventes GMS, y compris supérettes, proxi, etc.

Figure 66 : Répartition de la valeur ajoutée créée par les GMS de 2018 à 2021 (en millions €)



Source : OFPM et FAM, traitement BASIC

<sup>181</sup> Source : <https://www.FranceAgriMer.fr/Actualite/Filieres/Lait/2022/NOUVELLE-PUBLICATION-La-consommation-de-produits-laitiers-en-2021> basé sur une enquête Kantar

### 8.3 Annexe 3 : Méthodologie sur le traitement des données de flux de volume de la filière lait de vache du projet Référentiel Flux (2023)

Nous avons cherché à calculer les flux de produits agricoles et agro-alimentaires entre les différents maillons de la chaîne de production : élevage laitier, transformation et distribution. Les flux sont modélisés en volume.

Les données de base pour le calcul et la **modélisation des flux en volume des produits laitiers** proviennent du projet Référentiel Flux en 2023, mené par Terriflux et le BASIC, en collaboration avec les principaux Instituts Techniques Agricoles (IDELE, ARVALIS, IFCE, CTIFL, ITAVI, Terres Univia, et IFIP). Dans le cadre de ce projet, les données ont été collectées directement auprès des ITA. Il s'agit d'un travail inédit, d'une part de **collecte de données** de volumes directement auprès des ITA, et d'autre part d'**harmonisation** entre les différentes filières. Le diagramme de Sankey bovin lait est consultable ici : [https://dev.open-sankey.fr/fm/userfiles/Fili%C3%A8res/Agricole/Lait/artefacts/sankeysuite\\_0.1.0.Fili%C3%A8resAgricoleLait/index.html](https://dev.open-sankey.fr/fm/userfiles/Fili%C3%A8res/Agricole/Lait/artefacts/sankeysuite_0.1.0.Fili%C3%A8resAgricoleLait/index.html)

Ces données concernent l'année 2019. Plusieurs unités sont utilisées : les **kT** de produits finis, mais aussi, dans le cas du lait, les **kT d'équivalents matière première** (éqmp – ou équivalent lait cru pour la filière lait).

#### a. Spécificités de la filière lait

Dans la filière bovin lait, avec un même litre de lait cru on fabrique, d'une part, des **produits principaux**, et d'autres part, des **coproduits** (ou « produits dérivés »). C'est aussi le cas, dans une moindre mesure, pour d'autres filières, mais la grande spécificité de la filière lait est la **difficulté de catégorisation** des produits (entre produit principal et coproduit), puisqu'un produit très valorisé peut être coproduit, et inversement. Par ailleurs, l'organisation très complexe de la filière, les échanges de lait et les procédés de fabrication très spécifiques (écrémage, puis recombinaison des produits laitiers à partir de la crème intermédiaire et du lait écrémé) rendent la **compréhension, la simplification et la représentation des flux de matière assez complexes**.

#### b. Choix de l'unité : tonnes équivalent lait cru

Ainsi, à partir du même litre de lait cru, on fabrique plusieurs produits principaux et coproduits. On peut choisir de raisonner en **volume de produits finis** (X kt de fromage) ou en **volume d'équivalents lait cru** (Y kt de lait cru qui servent à produire du fromage).

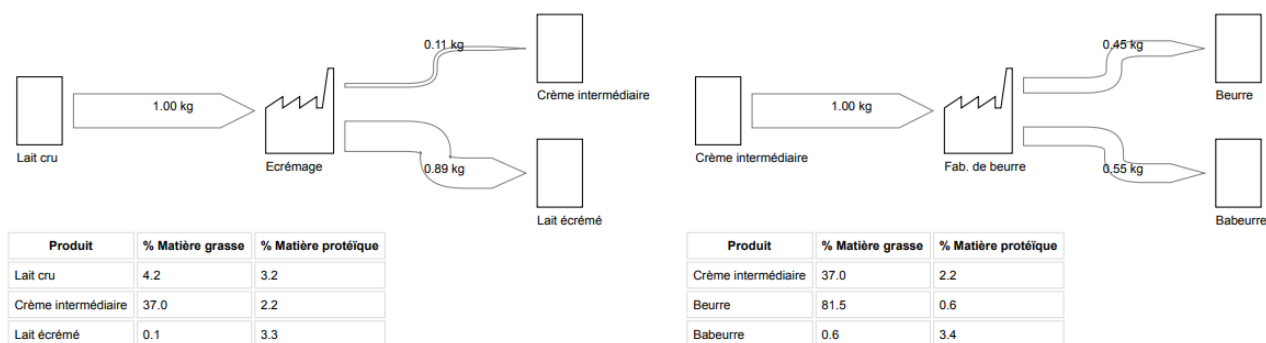
Les flux du projet Référentiel Flux sont exprimés en **kt de produits finis**. Or, on choisit de raisonner dans cette étude en volume d'équivalent lait cru, ou équivalent matière première (éqmp), car il nous semblait plus parlant de raisonner en termes de kg de lait cru nécessaires à la fabrication des produits, ce qui donne une unité commune et cohérente à tous les produits<sup>182</sup>. Les données doivent donc être **converties en tonnes équivalent lait cru**. On utilise pour cela les coefficients de conversion mis à disposition dans le cadre du projet Référentiel Flux par le chercheur Jean-Yves Courtonne.

Dans le projet Référentiel Flux (2023), ces coefficients de conversion avaient servi à la création de diagrammes permettant une meilleure compréhension des procédés de fabrication, exemples ci-dessous :

---

<sup>182</sup> Il nous paraît moins pertinent de comparer les produits finis, par ex : 1 kg de fromage vs. 1 kg de lait en bouteille, plutôt que les 10 kg de lait cru nécessaires à la fabrication d'1 kg de fromage vs. environ 1 kg de lait cru nécessaire à la fabrication d'1 kg de lait en bouteille.

Figure 67 : Exemple de diagrammes de décomposition de produits laitiers



Source : *Projet Référentiel Flux (2023) & Jean-Yves Courtonne*

Ces diagrammes décomposent un élément en produit principal et coproduit, en donnant les poids respectifs de chacun.

Si l'on garde l'exemple ci-dessus, et que l'on cherche à calculer l'équivalent lait cru du beurre (convertir X kg de beurre en kg équivalent lait cru), alors pour calculer notre coefficient de conversion, il suffit de diviser X par 0,45 kg pour obtenir la quantité de crème intermédiaire nécessaire à l'obtention de X kg de beurre. On peut ensuite faire le même raisonnement pour savoir quelle est la quantité de lait cru nécessaire à l'obtention de cette quantité de crème intermédiaire Y, en divisant Y par 0,11.

Avec ces calculs de conversion on peut donc remonter aux équivalents lait cru pour chacun des produits.

### c. Catégorisation et hypothèses

Mais ce choix de raisonner en équivalent matière première amène nécessairement à des **doubles comptes**, puisqu'avec 1L de lait on fabrique plusieurs produits et coproduits. Par exemple, la fabrication de fromage à partir de lait cru donne lieu au produit principal « fromage », mais aussi aux coproduits « lactosérum et caséines » ainsi que « beurre ». Afin d'éviter ce double compte, il convient d'analyser séparément les **produits principaux** et les **coproduits**.

Comme évoqué plus haut, cette catégorisation n'est pas universelle, nous avons fait des choix et des hypothèses. Nous avons procédé à des simplifications, en omettant parfois un coproduit lorsque la quantité était négligeable au regard des autres catégories. Notre proposition de catégorisation est résumée dans le tableau ci-dessous :

Tableau 8 : Catégorisation des produits principaux et coproduits laitiers

Produit principal	Coproduit
Lait conditionné	Beurre puis babeurre
Yaourt et desserts lactés	Beurre puis babeurre
Beurre	-
Crème conditionnée	Poudre de lait écrémé
	Lactosérum et caséines
Fromage	Beurre puis babeurre
	Lactosérum et caséines

Source : *Le BASIC, 2023*

Les principales **hypothèses relatives à cette catégorisation** sont listées ci-dessous. Elles sont toutes en lien avec le beurre. Cela est dû au fait que le **beurre** est un produit particulier puisqu'il peut être à la fois produit principal et coproduit :

- Le **beurre coproduit** est issu du surplus de crème de la fabrication du lait conditionné, des yaourts et des fromages. On pourrait choisir de rassembler le beurre produit et coproduit sous une même catégorie « beurre », mais on choisit de séparer les deux<sup>183</sup> ;
- On prend en compte les importations/exportations de **beurre produit principal** uniquement<sup>184</sup> ;
- Le **babeurre** est un coproduit issu du beurre principal et coproduit, mais pour éviter les doubles comptes on ne garde que le babeurre issu du beurre coproduit ;
- La catégorie **beurre** recouvre : beurre, beurre anhydre, et pâte à tartiner.

Les **hypothèses supplémentaires** sont listées ci-dessous :

- Les importations de lait concentré en vrac sont négligées (car faibles) ;
- Nous évoquons les coproduits « **babeurre** » et « **lactosérum** », mais il ne s'agit pas exactement des produits finaux. En effet :
  - Le babeurre est ensuite transformé en poudre de babeurre ou babeurre concentré ;
  - Le lactosérum est ensuite transformé en poudre de lactosérum ou lactosérum concentré.

#### d. Résultats de la modélisation de flux en éqmp

Les tableaux ci-dessous présentent les résultats de notre modélisation :

---

<sup>183</sup> Ce choix peut être à l'origine de différences par rapport à d'autres sources.

<sup>184</sup> Ce choix amène d'ailleurs à des chiffres légèrement différents de ceux du projet Référentiel Flux (2023).

Tableau 9 : Résultats de la modélisation des flux en volume des produits laitiers principaux (ktéqmp)

	Production FR	Importations	Exportations	Consommation FR*
Lait cru	24 115	87	-	-
Lait standardisé entier et 1/2 entier	2 950	77	326	2 701
Yaourt et ultra frais	2 517	97	343	2 271
Beurre principal	2 180	4 460	497	6 144
Crème riche ou légère	3 302	449	1 070	2 681
Poudre de lait entier et 1/2 écrémé	694	201	546	349
Fromage	12 559	2 225	3 832	10 951
Total éqmp (sauf lait cru)	24 202	7 509	6 615	25 096

Source : Le BASIC, 2023

Tableau 10 : Résultats de la modélisation des flux en volume des coproduits laitiers (ktéqmp)

	Production FR	Importations	Exportations	Consommation FR*
Babeurre (issu du beurre coproduit)	5 995	132	564	5 563
Poudre de lait écrémé	3 827	654	3 845	636
Lactosérum et caséines	13 097	3 778	6 439	10 436
Total éqmp	22 919	4 564	10 849	16 634

Source : Le BASIC, 2023

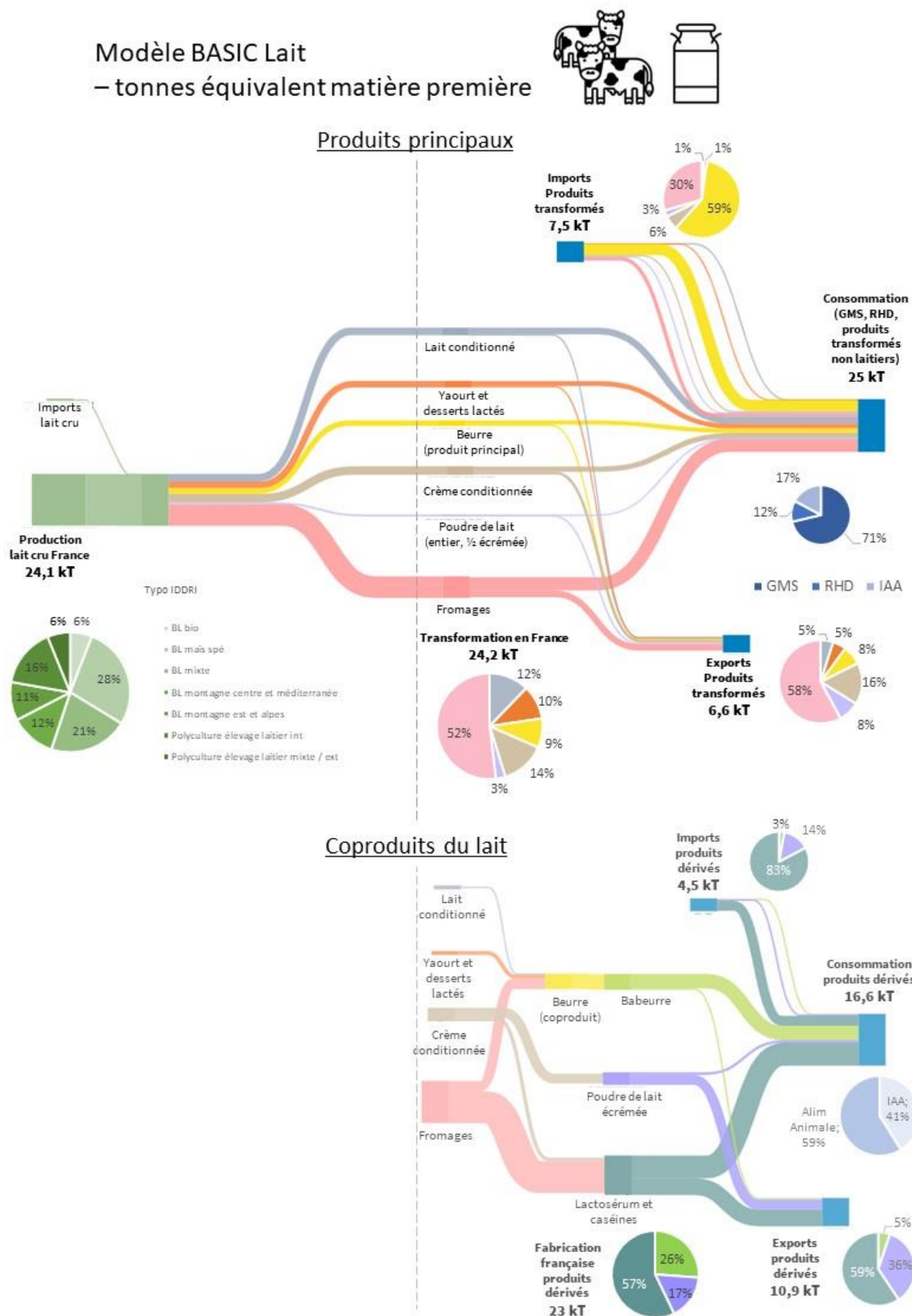
\*Consommation FR = Production - Exportations + Importations

Le total de la fabrication française des **produits laitiers (en produit principal)** s'élève à **24 202 ktéqmp**.

Le total de la fabrication française des **coproduits** s'élève à **16 634 ktéqmp**.

Le schéma ci-dessous résume les résultats et les liens entre les différents produits :

Figure 68 : Produits laitiers (produits principaux et coproduits) en millions de tonnes éqmp



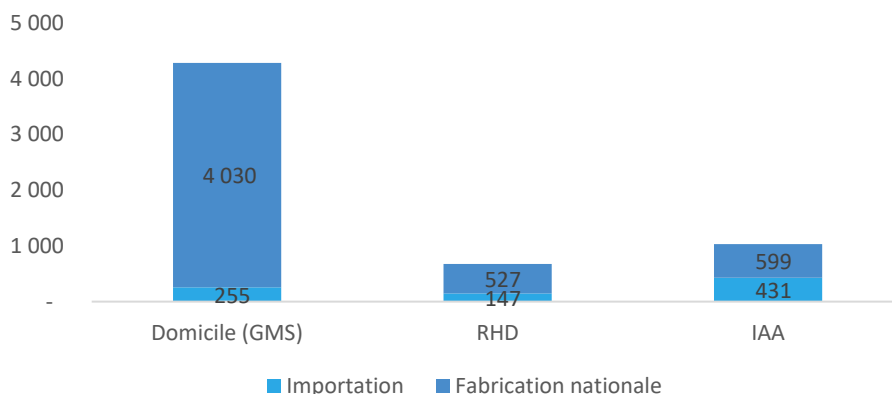
Source : Le BASIC, 2023

Le schéma ci-dessus présente également la répartition, en **équivalent matière première**, entre les différents débouchés :

- Pour les produits principaux : RHD, GMS et IAA ;
- Pour les coproduits : Alimentation animale et IAA.

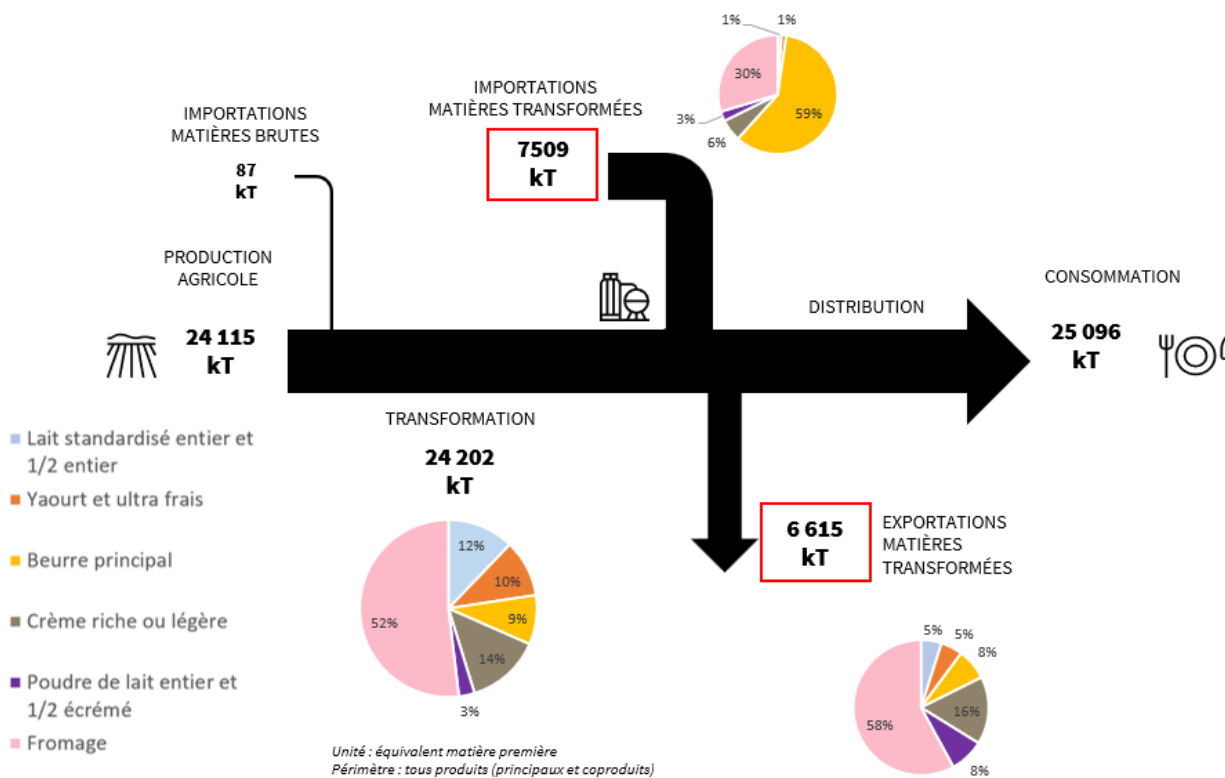
Le graphe ci-dessous présente les différents débouchés des produits principaux, ainsi que leur origine (importation ou fabrication nationale) en **tonne de produits finis**. Il s'agit des données directes de Référentiel Flux (2023). Concernant les débouchés donc, nous évitons de calculer l'équivalence en équivalent lait cru car les données seraient moins fiables, mais aussi moins parlantes, que ces données première main.

Figure 69 : Origine des débouchés des produits principaux (kT de produits finis) - 2019



Source : Données IDELE, Projet Référentiel Flux, Traitement BASIC, 2023

Figure 70 : Modélisation simplifiée des flux de produits laitiers



Source : Données IDELE, Projet Référentiel Flux, Traitement BASIC, 2023



## e. Comparaison/différences avec des sources alternatives

Nos choix et hypothèses pour cette modélisation peuvent mener à des **différences** plus ou moins importantes avec certaines sources de données qui font référence. Notons, comme principales causes potentielles de différence :

- La catégorisation en produits principaux et coproduits ;
- Le choix de l'unité : tonnes équivalent matière première ;
- Les coefficients de conversion utilisés ;
- L'année de référence.

Les choix en lien avec ces paramètres peuvent amener à considérer des périmètres différents et ainsi biaiser les comparaisons.

Nous détaillons ci-dessous 3 sources de données qui proposent des résultats différents des nôtres, et nous proposons des explications.

### **Bilans d'approvisionnement du Joint Research Center (JRC)**

Une étude du JRC<sup>185</sup> agrège les bilans d'approvisionnement des Etats Membres. Ainsi, les importations et exportations de produits laitiers diffèrent significativement des nôtres. Voici les potentielles sources de différences avec notre étude :

- Le JRC utilise des données FAO, utilisant elle-même des coefficients datés (les plus vieux datent de 1988). Les coefficients utilisés dans le projet Référentiel Flux pourraient servir à la mise à jour de ces dits coefficients. Future référence, **les coefficients que nous avons utilisés sont plus récents et plus fiables que ceux de la FAM/JRC/FAO ;**
- Par ailleurs, l'étude ne fait pas mention de la prise en compte (ou non) des coproduits, nous ne pouvons donc pas nous exprimer sur d'éventuels doubles comptes dans leurs calculs.

### **Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles de FranceAgriMer (FAM)**

Une étude FranceAgriMer<sup>186</sup> présente également des chiffres différents des nôtres. Les données de FAM sont basées sur les chiffres des douanes, qui suit le concept communautaire (chaque flux d'importation/exportation est comptabilisé y compris les réexpéditions par les entreprises non-résidentes), tandis que nos données d'importations/exportations sont issues pour grande partie de COMTRADE, qui suit le concept national (ce concept ne tient pas compte des réexpéditions, car elles ne donnent pas lieu à des contacts directs avec les filières nationales). Ainsi, les valeurs que l'on utilise sont bien inférieures à celles des douanes, par définition.

---

<sup>185</sup> European Commission (2018).

<sup>186</sup> FranceAgriMer (2023b)

## Où va le lait ? de l'IDELE<sup>187</sup>

Selon cette étude, la répartition des débouchés des produits laitiers, en équivalent litres de lait cru, est la suivante :

- 9,6% pour la RHD
- 39% en IAA
- 52% pour les ménages

Avec les arrondis la somme est légèrement supérieure à 100%. Par ailleurs, le périmètre précis n'est pas explicité dans la publication : s'agit-il des produits principaux ou la totalité des produits ? Nous exprimons les débouchés de produits laitiers en tonnes de produits finis, ci-dessous, les périmètres sont donc forcément différents.

Notre répartition des débouchés des produits laitiers (basée sur Référentiel flux) est la suivante, en tonnes de produits (principaux et coproduits) finis :

- 7% pour l'alimentation animale
- 10% pour la RHD
- 22% en IAA
- 61% pour les ménages

Notre répartition des débouchés des produits laitiers (basée sur Référentiel flux) est la suivante, en tonnes de produits principaux finis :

- 12% pour la RHD
- 17% en IAA
- 71% pour les ménages

Selon cette étude **la part des produits importés (au sein des débouchés), en équivalent litres de lait cru**, est de :

- 27% en RHD ;
- 65% en IAA ;
- 10% en GMS.

Or, nos données Référentiel Flux (issues aussi de l'IDELE) indiquent, **en termes de tonnes de produits finis**, et si l'on considère **uniquement les produits principaux** : 12% pour la RHD et 17 % pour l'IAA.

Par ailleurs, il semble que dans ces chiffres IDELE ci-dessus, les produits laitiers que l'on a catégorisés comme principaux sont bien pris en compte (lait conditionné, crème, beurre, yaourts, fromage, lait en poudre), mais également les « autres ingrédients » que nous avons plutôt catégorisés comme coproduits et donc que l'on n'a pas pris en compte (dans nos 11% pour la RHD et nos 17 % pour l'IAA). Les deux périmètres sont donc différents.

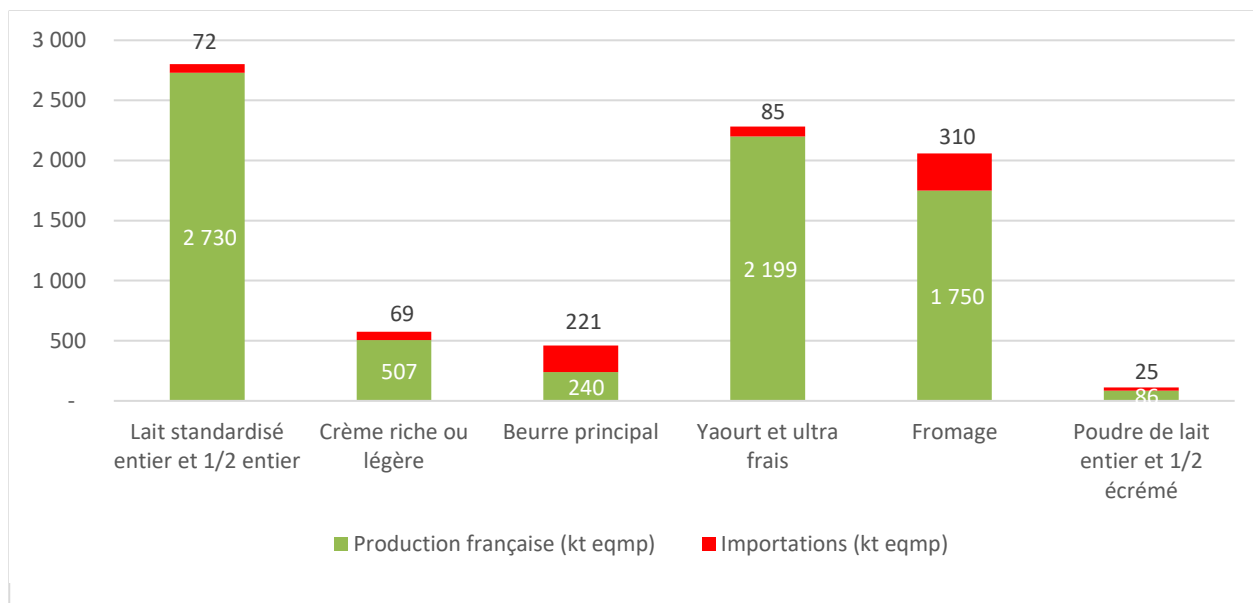
De plus, pour chacun des produits laitiers, **la part importée et la part fabriquée nationalement** diffèrent, entre cette publication et nos résultats (cf figures ci-dessous). On relève notamment une différence très marquée concernant la **crème** (la publication IDELE indique une proportion de crème importée beaucoup plus élevée) et la poudre de lait. Les deux graphes résumant ces données (de production nationale et d'importations), un pour chaque étude, sont présentés ci-dessous. Il s'agit dans les deux cas des produits principaux finis en kt. Une explication possible est que, sur ces données, les périmètres sont légèrement différents :

---

<sup>187</sup> IDELE (2020).

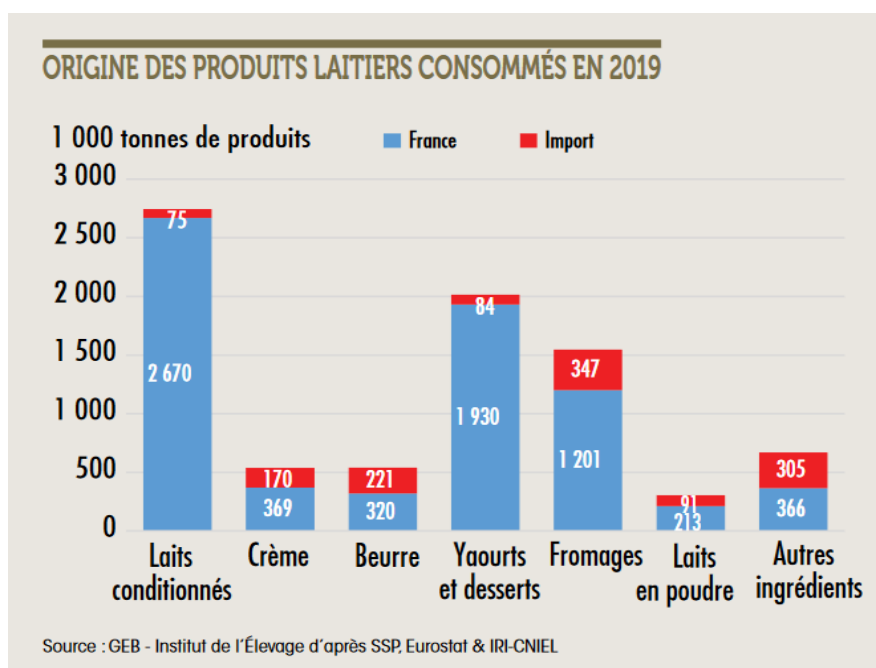
- Sur la publication de l'IDELE, ils s'intéressent à l'origine des produits laitiers consommés. Or, de notre côté nous regardons l'origine des produits laitiers qui sont **consommés ou exportés** ;
- Dans la poudre de lait nous considérons le lait entier et demi écrémé, tandis que nous faisons l'hypothèse que l'IDELE considère tous les laits, y compris le lait écrémé (ce n'est pas explicité dans la publication).

Figure 71 : Production et importations des principaux produits laitiers (kt produits finis 2019)



Source : Données IDELE, Projet Référentiel Flux, Traitement BASIC, 2023

Figure 72 : Origine des produits laitiers consommés en tonnes de produits finis (2019)



Source : Où va le lait - IDELE - 2020

## 8.4 Annexe 4 : Méthodologie sur la typologie des exploitations agricoles en bovin

Pour élaborer une typologie des exploitations agricoles françaises, nous nous sommes appuyés sur le travail de modélisation mené depuis 2018 par l'IDDRI (Institut du Développement Durable et des Relations Internationales) en collaboration avec Solagro, et non encore publié.

Leur modélisation est fondée sur le concept de « système de production » qui est issu de l'approche d'agriculture comparée mise au point par la recherche française (Cochet & Devienne, 2004, 2006).

Pour identifier les différents systèmes de production, il s'agit d'analyser la manière dont les agriculteurs et agricultrices combinent sur leurs exploitations les activités productives (itinéraires techniques, affectation de ressources entre les ateliers...) avec des facteurs de production (terre, capital, travail). Le point de départ est la classification des exploitations en fonction de leur orientation technico-économique (OTEX), qu'il est nécessaire d'approfondir pour prendre en compte les différents ateliers présents dans les exploitations, au-delà de leur première spécialisation (OTEX). En complément, il est également nécessaire de prendre en compte les contextes pédoclimatiques liés aux régions d'implantation des exploitations (zone de montagne, zone océanique, zone méditerranéenne...).

Sur cette base, ils ont construit un catalogue de systèmes de productions pour chacune des principales filières agricoles françaises, dans l'objectif d'informer quantitativement un travail prospectif sur l'évolution de l'agriculture à 2050 dans le contexte des engagements climatiques et plus largement environnementaux pris par les pouvoirs publics français à cette échéance.

Le catalogue qu'ils ont mis au point est le fruit d'un arbitrage entre d'un côté une quantification fine des caractéristiques socio-économiques des exploitations à partir des bases de données disponibles publiquement (Recensement Agricole et RICA, le Réseau d'information comptable agricole), et de l'autre un modèle qualitatif de classification schématique élaboré à dire d'experts.

Tableau 11 : Typologies élaborées par l'IDDRI

Filière	Systèmes de production	Taille moyenne	Nb UTA moyen	Volume produit moyen (T ou kL)	Nb têtes moyen
Bovins Lait	Bovins Lait plaine maïs spécialisé (>30%)	92	2,1	503	69
	Polyculture élevage laitier intensif	148	2,4	525	68
	Polyculture élevage laitier mixte / extensif	195	2,5	438	61
	Bovins Lait mixte	114	1,9	367	56
	Bovin Lait Montagne Alpes & Est	101	1,9	326	51
	Bovin Lait Montagne Centre & Méditerranée	82	1,7	274	45
	Bovin Lait Bio	96	2,1	273	51
Bovins Viande	Bovins Viande Naisseur	80	1,2	40	108
	Bovins Viande Naisseur engraisseur	127	1,7	78	210
	Bovins Viande Engraisseur	31	0,8		45
	Bovins Viande Engraisseur veau	73	1,5	59	160

	Bovins Viande Polyculture élevage	113	1,7	62	168
	Bovins Viande Naisseur bio	99	1,4	38	102
	Bovins Viande Engraisseur bio	110	1,6	45	121
Ovins	Ovins spécialisé	106	1,5		
Caprins	Caprins spécialisé	71	2,2		
Porcs	Porcs spécialisé - grande structure	92	3,8	9 683	6190
	Porcs spécialisé - moyenne structure	68	2,4	3 726	3 320
	Porcs spécialisé Label (SIQO)	84	2,4	2 959	2 890
	Porcs non spécialisé Polyculture élevage	184	2,9	854	785
	Porcs spécialisé Bio Plein Air	70	2,3	1 207	2 335
Volailles Chair	Volailles spécialisé - grande structure	70	2,2	854	77 883
	Volailles spécialisé - moyenne structure	44	1,7	223	22 000
	Volailles non spécialisé Polyculture élevage	113	2,2	59	7 651
	Volailles spécialisé Label Rouge	69	1,4	92	12 760
	Volailles spécialisé Bio	51	1,5	95	11 216
Volailles Œufs	Volaille: poule pondeuse spécialisé	42	2,6		
Grandes Cultures	Grandes Cultures Céréales Oléagineux Protéagineux - grande structure	181	1,6	216 073	
	Grandes Cultures industrielles - grande structure	179	2,6	264 509	
	Grandes Cultures Céréales Oléagineux Protéagineux - moyenne structure	62	1,1	74 736	
	Grandes Cultures Bio	103	2,2	117 948	
Grandes Cultures & Légumes	Grandes Cultures Légumes pleins champs - moyenne structure	57	1,6	117 948	
Légumes	Maraichage exclusif	12	4,6		
Horticulture	Floriculture et horticulture diverse	8	4,2		
Arboriculture	Arboriculture fruit à coque et prunes	42	4,5		
	Arboriculture spécialisée	28	4,7		

Sur cette base méthodologique, l'IDDRI et Solagro ont élaboré **36 systèmes de production qui sont décrits dans le tableau ci-dessus**. Ces systèmes permettent non seulement de rendre visibles les principaux modèles technico-économiques des exploitations dans chaque filière, mais aussi leurs caractéristiques clés chiffrées : surface moyenne, nombre moyen d'équivalents temps plein (ou UTA en agriculture), volume moyen de production et nombre moyen de têtes pour les élevages.

Les filières d'élevage bovin, porcs et volailles ainsi que les grandes cultures ont pu être affinées et détaillées pour représenter la diversité des systèmes de production qui y coexistent. Ensemble, elles représentent plus de 80% de la surface agricole et de la production françaises (en volume comme en valeur). Par contre, les filières ovins, caprins et les autres filières végétales (fruits, légumes, viticulture, horticulture) sont pour l'instant très simplifiées et nécessiteraient un approfondissement supplémentaire pour mieux identifier la diversité des systèmes au sein de ces filières.

Partant de ces 36 systèmes de production, nous avons mis au point une classification permettant de les regrouper en 3 familles en fonction de la manière dont chaque système interagit avec les enjeux économiques qui pèsent sur l'agriculture française.

**Tableau 12 : Typologies d'exploitations agricoles en lien avec les enjeux économiques du secteur**

	Modèle volume	Modèle volume peu compétitif	Modèle valeur
Modèle économique	Recherche de compétitivité par les coûts Production de denrées agricoles en masse, standardisées et substituables, qui génèrent de faibles marges par unité produite. La rentabilité dépend des rendements et des économies d'échelle. Ces types d'exploitations sont dépendantes à la fois des grandes industries clientes en aval et des grands fabricants d'intrants en amont.	Recherche de compétitivité par les coûts mais manque de moyens pour y parvenir Incertitude sur l'évolution de ces types d'exploitations qui ne sont pas assez compétitives pour entrer dans la catégorie « modèle volume » et trop grandes, intensives ou spécialisées pour être dans la catégorie « modèle valeur ». Face aux enjeux de non-renouvellement, risque qu'elles soient rachetées/intégrées dans la catégorie « modèle volume » à moins qu'elles ne s'en affranchissent pour basculer en « modèle valeur ».	Recherche de compétitivité par la différenciation permettant de valoriser la production Production sobre en intrants et en investissements, faibles rendements, peu d'économie d'échelle, lien au territoire, travail majoritairement familial On y retrouve des exploitations en agriculture biologique, autres SIQO, vente majoritaire en circuits courts et des modèles (plus) diversifiés
Coûts internes	Forts investissements, notamment pour la mécanisation et la numérisation afin de contenir voire réduire les dépenses de main d'œuvre et de consommations intermédiaires	Investissements et consommations intermédiaires qui restent importants même s'ils sont insuffisants pour générer des gains de compétitivité suffisants.	Recherche de sobriété dans les investissements comme dans les consommations intermédiaires. Poids des dépenses de personnel supérieures à la moyenne.
Taille et modes de gouvernance	Exploitations de taille a priori supérieure à la moyenne et spécialisées, plutôt à statuts EARL avec investisseurs (céréales), sociétaires ou agriculture de firme	Exploitations de taille a priori moyenne et spécialisées, plutôt à statut individuel	Exploitations de taille a priori moyenne, plus diversifiées que la moyenne, plutôt à statut individuel ou GAEC

Source : BASIC

Les 3 familles d'exploitations que nous avons ainsi pu identifier – modèle volume, modèle volume peu compétitif et modèle valeur - sont détaillées dans le tableau ci-dessus.

Elles illustrent 3 voies d'adaptation des exploitations agricoles aux enjeux économiques du maillon agricole qui ont été décrit dans les sections précédentes (2.1.1 à 2.1.3) :

- D'un côté le « modèle volume » correspond aux systèmes de production qui se donnent pour objectif de compenser la pression à la baisse des prix agricoles par une recherche de maximisation des rendements et des volumes produits, dans le but de se positionner comme fournisseurs naturels des grands industriels de la transformation et des grands distributeurs qui veulent approvisionner en continu leurs flux de produits vendus aux consommateurs, et à moindre coût. Ce modèle a donc pour corollaire le besoin d'investir des montants importants et croissants pour atteindre la taille critique nécessaire, répondre aux exigences de standardisation et de technicité des grands acheteurs et rester compétitifs dans un marché ouvert à la concurrence des pays étrangers (en particulier de ceux qui ont de forts avantages comparatifs comme l'Espagne sur les fruits et légumes, l'Allemagne, le Danemark ou l'Irlande sur l'élevage bovin, l'Ukraine sur le blé...).
- De l'autre, le « modèle valeur » se positionne en miroir du précédent. Les systèmes de production correspondants ont fait le choix de s'extraire autant que possible de l'exigence combinée de prix toujours plus bas et de volumes toujours plus importants qui est imposée par les achats indifférenciés des grands acteurs de la transformation et de la distribution. Ils sont d'abord en quête de se démarquer de leurs concurrents en différenciant leurs productions agricoles afin qu'elles soient le moins possible substituables. Ils cherchent ainsi à pouvoir vendre leurs productions à des prix plus élevés que la moyenne et sur des marchés qui sont plus à l'abri de la guerre des prix constamment pratiquée par les acteurs de l'aval ; ils ont ainsi tendance à travailler de manière privilégiée avec des transformateurs et distributeurs qui eux aussi partagent cette recherche de différenciation en s'appuyant sur les spécificités des produits agricoles qu'ils achètent, mais sur des marchés le plus souvent « de niche » et donc limités en taille (cf. typologies associées dans les 2 sections qui suivent).
- Entre les deux, le « modèle volume peu compétitif » correspond aux systèmes de production des exploitations qui sont dans une situation intermédiaire inconfortable et précaire. Ils sont à la fois trop spécialisés, avec des pratiques trop intensives et des produits trop peu diversifiés pour pouvoir trouver leur place sur des marchés de niche déjà investis par les exploitations ayant un « modèle valeur » ; en même temps, ils manquent de capacités clés pour pouvoir être compétitifs face aux exploitations ayant opté pour un « modèle volume » : volumes de production pas assez élevés, de même que les rendements des cultures et/ou des animaux, moyens financiers insuffisants pour investir dans les équipements et technologies qui pourraient permettre d'atteindre une plus grande échelle... Résultat, ces systèmes de production sont a priori les plus menacés du fait des tendances de marché, avec 2 évolutions possibles : soit elles finissent par être rachetées par les exploitations ayant un « modèle valeur » plus performant, notamment à l'occasion du départ en retraite de l'exploitant (cas le plus probable), soit elles parviennent à être reprises par des agriculteurs ou agricultrices faisant le choix d'une réorientation totale de leur système de production, pour adopter un « modèle valeur » en rupture avec le passé, à condition que des débouchés suffisants permettent de financer leur transition.

De manière intéressante, ces trois familles font écho aux « 3 agricultures » conceptualisées dans les années 1960 (cf. section 1.1.2), mais avec une redéfinition totale de la troisième agriculture en « modèle valeur », ce qui reflète la transformation de fond du secteur et des dynamiques de marché des produits agricoles depuis cette époque.

Tableau 13 : Regroupement des systèmes de production agricoles par modèle.

Modèle	Filières	Systèmes de production
Modèle volume	Bovins Lait	Bovins Lait plaine maïs spécialisé (>30%) Polyculture élevage laitier intensif
	Bovins Viande	Bovins Viande Polyculture élevage
	Porcs	Porcs spécialisé - grande structure
	Volailles Chair	Volailles spécialisé - grande structure
	Grandes Cultures	Grandes Cultures Céréales Oléagineux Protéagineux - grande structure Grandes Cultures industrielles - grande structure
Modèle volume peu compétitif	Bovins Lait	Polyculture élevage laitier mixte / extensif Bovins Lait mixte
	Bovins Viande	Bovins Viande Naisseur Bovins Viande Naisseur engraisseur Bovins Viande Engraisseur Bovins Viande Engraisseur veau
	Ovins	Ovins spécialisé
	Caprins	Caprins spécialisé
	Porcs	Porcs spécialisé - moyenne structure Porcs spécialisé Label (SIQO) Porcs non spécialisé Polyculture élevage
	Volailles Chair	Volailles spécialisé - moyenne structure Volailles non spécialisé Polyculture élevage
	Volailles Œufs	Volaille : poule pondeuse spécialisé
	Grandes Cultures	Grandes Cultures Céréales Oléagineux Protéagineux - moyenne structure Grandes Cultures Légumes pleins champs - moyenne structure
Arboriculture	Arboriculture fruit à coque et prunes Arboriculture spécialisée	
Modèle valeur	Bovins Lait	Bovin Lait Montagne Alpes & Est Bovin Lait Montagne Centre & Méditerranée Bovin Lait Bio
	Bovins Viande	Bovins Viande Naisseur bio Bovins Viande Engraisseur bio
	Porcs	Porcs spécialisé Bio Plein Air
	Volailles Chair	Volailles spécialisé Label Rouge Volailles spécialisé Bio
	Grandes Cultures	Grandes Cultures Bio
	Légumes	Maraichage exclusif
	Horticulture	Floriculture et horticulture diverse

Source : BASIC



## 8.5 Annexe 5 : Répartition des volumes de fromages exportés (2000 – 2021)

Tonnes	2000	2010	2019	2020	2021	% 2000	% 2010	% 2019	% 2020	% 2021
Fromages frais et blancs	132 050	214 961	236 623	226 412	214 467	26%	34%	35%	34%	32%
Fromages à pâte molle	150 151	175 630	184 113	179 609	182 524	29%	27%	27%	27%	27%
Brie	63 515	65 341	75 212	71 726	72 408	12%	10%	11%	11%	11%
Camembert	17 679	20 423	24 188	25 290	25 103	3%	3%	4%	4%	4%
Autres fromages à pâte molle	68 957	89 866	84 713	82 593	85 013	13%	14%	12%	13%	13%
Fromages à pâte pressée	90 324	120 167	108 241	107 026	121 640	18%	19%	16%	16%	18%
Emmental et similaires	19 468	37 849	37 538	36 432	36 400	4%	6%	6%	6%	5%
Saint-Paulin, Saint-Nectaire	21 722	29 751	24 433	24 607	25 967	4%	5%	4%	4%	4%
Fromages destinés à la transformation	892	9 591	11 999	11 295	11 841	0%	1%	2%	2%	2%
Cheddar et similaires	11 873	9 327	11 241	10 714	22 034	2%	1%	2%	2%	3%
Edam, gouda, fontal	3 809	2 784	1 233	1 650	2 059	1%	0%	0%	0%	0%
Autres fromages à pâte pressée	32 560	30 865	21 797	22 328	23 339	6%	5%	3%	3%	3%
Fromages fondus	80 687	58 751	64 189	61 932	60 555	16%	9%	9%	9%	9%
Fromages râpés	20 935	21 938	23 855	22 715	25 562	4%	3%	4%	3%	4%
Fromages à pâte persillée	9 971	10 995	13 538	12 387	12 908	2%	2%	2%	2%	2%
Roquefort	2 936	3 492	3 708	3 799	3 984	1%	1%	1%	1%	1%
Autres fromages à pâte persillée	7 035	7 503	9 830	8 588	8 924	1%	1%	1%	1%	1%
Autres fromages	30 586	37 001	49 625	46 982	49 247	6%	6%	7%	7%	7%
Total fromages	514 703	639 442	680 184	657 062	666 904					

## 8.6 Annexe 6 : Les exportations de produits laitiers en valeur (2000 – 2021)

	2000	2019	2020	2021	2000	2019	2020	2021
Laits liquides	278 842	311 798	312 369	251 857	7%	4%	4%	3%
Laits aromatisés	16 442	75 016	77 095	86 311	0%	1%	1%	1%
Yaourts et autres laits fermentés	236 120	419 513	427 991	431 375	6%	6%	6%	6%
Laits concentrés	64 585	71 739	93 280	112 287	2%	1%	1%	1%
Laits secs	808 767	1 765 991	1 829 356	1 858 700	19%	24%	25%	24%
Lait écrémé en poudre	191 095	546 436	614 029	686 952	5%	7%	8%	9%
Lait entier en poudre	490 021	228 823	254 674	287 082	12%	3%	3%	4%
Lait infantile	113 947	938 187	901 089	820 890	3%	13%	12%	11%
Crème	151 725	315 144	305 352	342 676	4%	4%	4%	4%
Beurre, butteroil et pâtes à tartiner laitières	194 347	507 045	462 562	536 622	5%	7%	6%	7%
Fromages	1 939 794	3 126 832	3 064 384	3 197 255	47%	43%	42%	42%
Poudre de lactosérum	212 816	357 472	345 177	388 021	5%	5%	5%	5%
Caséines et caséinates	183 103	205 583	260 632	293 032	4%	3%	4%	4%
Lactose, sirop de lactose	10 069	34 733	46 116	49 198	0%	0%	1%	1%
Total produits laitiers	4 155 517	7 299 613	7 336 264	7 694 327	99%	99%	98%	98%

## 8.7 Annexe 7 : Chiffres clé de la filière lait en France

Tableau 14 : Chiffres clés de la filière laitière

Cheptel bovin laitier	3,3 millions de têtes en 2021 <sup>188</sup>
Cheptel bovin total	17,3 millions de têtes en 2021 (dont 3,9 millions de vaches allaitantes) <sup>189</sup>
Rang européen	2 <sup>ème</sup> producteur européen de lait après l'Allemagne en 2020 <sup>190</sup> (avec 24,6 Milliards en litres en 2020)
Production	23 583 millions de litres <sup>191</sup> de lait de vache ont été collectés en 2021 en France métropolitaine
Nombre d'exploitations laitières	107 000 en 2011, pour 74 000 en 2020, et 71 000 en 2021 <sup>192</sup>
Zones de production	En 2021, la Bretagne, les Pays de la Loire et la Normandie concentrent 52 % des effectifs de vaches laitières <sup>193</sup>
Transformation <sup>194</sup>	<p>En 2020, les 40 grandes entreprises et entreprises de taille intermédiaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3% du nombre de sociétés qui fabriquent des produits laitiers en France, mais canalisent 90% des emplois (76 490 ETP),</li> <li>• 90% de la création de valeur (6 726 millions €) de la transformation laitière, et de manière encore plus marquante 97% du chiffre d'affaires à l'exportation (9 318 millions €) et des bénéfices nets cumulés (2 615 millions €) qui sont générés par le secteur.</li> </ul> <p>En 2020, les 307 petites et moyennes entreprises (PME) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 24% du nombre de sociétés qui fabriquent des produits laitiers en France, mais canalisent 9% des emplois (7 295 ETP),</li> <li>• 7% de la création de valeur (535 millions €) de la transformation laitière, et seulement 3% du chiffre d'affaires à l'exportation (264 millions €) et des bénéfices nets cumulés (72 millions €) qui sont générés par le secteur.</li> </ul> <p>En 2020, les 945 microentreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 73% du nombre de sociétés qui fabriquent des produits laitiers en France, mais canalisent 2% des emplois (1 446 ETP),</li> <li>• 1% de la création de valeur (85 millions €) de la transformation laitière, et seulement 0,03% du chiffre d'affaires à l'exportation (3 millions €) et 0,4% des bénéfices nets cumulés (10 millions €) qui sont générés par le secteur.</li> </ul>

<sup>188</sup> Agreste (2022).

<sup>189</sup> Agreste (2022).

<sup>190</sup> Cour des comptes (2022), page 12.

<sup>191</sup> Agreste (2021), page 6.

<sup>192</sup> Agreste (2022).

<sup>193</sup> Agreste (2022).

<sup>194</sup> Données ESANE 2020 et traitement BASIC.

<b>Débouchés</b>	En 2019, les débouchés du lait collecté et transformé : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 61% en produits de grande consommation (PGC) pour les ménages,</li> <li>• 22% est à destination des IAA (industries agro-alimentaires),</li> <li>• 10 % part en restauration hors domicile (RHD),</li> <li>• 7% en alimentation animale<sup>195</sup></li> </ul>
<b>Production différenciée</b>	En 2021 <sup>196</sup> : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lait AOP : 12% du lait collecté.</li> <li>• Lait IGP : 1% du lait collecté.</li> <li>• Les laits AOP et IGP représentent 14% des parts de marché.</li> <li>• Lait bio : 5% du lait collecté, 5% des parts de marché.</li> <li>• Lait conventionnel : 82% du lait collecté, 81% des parts de marché.</li> </ul>
<b>Consommation</b>	En 2012, environ 300 L d'équivalent lait par habitant par an (lait liquide : 54 kg, beurre : 7,4 kg, fromages : 26 kg) soit 20,7 Mt éq lait Marché des produits laitiers de consommation de 17 millions € en 2021 <sup>197</sup> : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 95% des ventes 2021 en circuits généralistes (GMS, Hard discount, proximité et online) ;</li> <li>• 5% en circuits spécialisés (fromagers et crémiers, marchés et foires, vente directe).</li> </ul> Produits différenciés : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 86% des fromages AOP en 2021 sont vendus en GMS<sup>198</sup> ;</li> <li>• 91% des produits laitiers bio en 2021 sont vendus en GMS<sup>199</sup>.</li> </ul>
<b>Exportations</b>	6,6 kT d'éq lait cru exportées en 2019 soit l'équivalent de 27% de la production française de lait cru (bien que les produits exportés soient issus à la fois de la production française et de l'importation) <sup>200</sup> . Principaux clients (en valeur) : Allemagne (12%), Belgique (10%), Chine (9%), Royaume-Uni (8%), Italie, (8%), Espagne (7%) <sup>201</sup>
<b>Importations</b>	7,9 kT d'éq lait cru importées en 2019, soit l'équivalent d'environ 30% de la production française de lait cru (2019) <sup>202</sup> . Les principaux fournisseurs sont les pays d'Europe du Nord : les Pays-Bas (847 M€ en 2019), devant la Belgique (703 M€), l'Allemagne (692 M€). Suivent l'Italie (610 M€), l'Espagne (266 M€ de produits laitiers dont une part importante mais impossible à quantifier à base de lait de chèvre) et l'Irlande (252 M€) <sup>203</sup>

Sources : explicitées dans les notes de bas de pages

<sup>195</sup> Référentiel Flux, 2023, sur base de données 2019 de l'IDELE.

<sup>196</sup> Traitement BASIC, d'après FranceAgriMer (2023a), INAO (2022), Agence Bio (2022).

<sup>197</sup> FranceAgriMer (2022).

<sup>198</sup> Notre calcul inclue les hypermarchés et supermarchés (61,6%), le hard discount (13,77%), les magasins de proximité (5,8%) et la vente par internet (4,9%), en vis-à-vis desquels les commerces spécialisés réalisent 14,1% des ventes en 2021, INAO, Chiffres clés 2021 des produits laitiers AOP et IGP, 2022.

<sup>199</sup> Selon les chiffres de FranceAgriMer, 91% des produits laitiers bio sont vendus en circuit généraliste. Comme FranceAgriMer ne donne pas le détail bio/conventionnel pour la catégorie des fromages, nous formulons l'hypothèse que la catégorie du fromage est 100% conventionnelle. La part du bio dans la production nationale des fromages de vache est dans tous les cas faible, à hauteur de 2,1% (Ageste, 2022). FranceAgriMer (2022).

<sup>200</sup> Référentiel Flux, 2023, sur base de données 2019 de l'IDELE

<sup>201</sup> IDELE (2020).

<sup>202</sup> Référentiel Flux (2023) sur base de données 2019 de l'IDELE

<sup>203</sup> IDELE (2020).

## 8.8 Annexe 8 : Bibliographie bovin lait

ADEME, BASIC, ASca, Analyse des enjeux économiques et sociaux d'une alimentation plus durable. Volet 1, 2017a.

ADEME, BASIC, ASca, Analyse des enjeux économiques et sociaux d'une alimentation plus durable. Volet 2, 2017b.

ADEME, BASIC, ASca, Analyse des enjeux économiques et sociaux d'une alimentation plus durable : Volet 3, 2018 : [https://lebasic.com/wp-content/uploads/2018/04/BASIC\\_Valeur-Socio-Eco-Alimentation-Francaise\\_Volet-3\\_Avril-2018.pdf](https://lebasic.com/wp-content/uploads/2018/04/BASIC_Valeur-Socio-Eco-Alimentation-Francaise_Volet-3_Avril-2018.pdf)

Agence bio, Le marché alimentaire bio en 2021, 2022 : <https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2023/03/Marche-alimentaire-BIO-en-2021.pdf>

Agreste Bretagne, la filière laitière en Bretagne, 2018 et Chambre d'Agriculture des Pays de la Loire, La filière laitière en Pays de la Loire : Contexte et enjeux, 2019

Agreste, Enquête laitière, page 6, 2021, [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Chd2302/cd2023-02\\_EAL2021.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/Chd2302/cd2023-02_EAL2021.pdf)

Agreste, Graph'Agri, 2022 [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap12.6/GraFra2022\\_bovins-productions-laitieres.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/GraFra2022Chap12.6/GraFra2022_bovins-productions-laitieres.pdf)

Agri71, Décryptage bovins viande : décapitalisation, de quoi es-tu le nom ?, mai 2023, <https://www.agri71.fr/articles/19/05/2023/Decryptage-bovins-viande-decapitalisation-de-quoi-es-tu-le-nom-91811/>

BASIC, Qui a le Pouvoir?, 2014a, [https://lebasic.com/wp-content/uploads/2015/11/PFCE\\_Qui-a-le-pouvoir\\_Rapport\\_vf.pdf](https://lebasic.com/wp-content/uploads/2015/11/PFCE_Qui-a-le-pouvoir_Rapport_vf.pdf)

BASIC, Evaluation des impacts sociétaux de la filière lait française, juillet 2014b : [https://lebasic.com/wp-content/uploads/2015/11/BASIC\\_Rapport-Lait\\_20140724\\_Final.pdf](https://lebasic.com/wp-content/uploads/2015/11/BASIC_Rapport-Lait_20140724_Final.pdf)

BASIC, Commerce Equitable France, Rémunération des producteurs et transition agroécologique : quelles contributions du commerce équitable origine France ?, janvier 2019 : <https://lebasic.com/remuneration-des-producteurs-et-transition-agroecologique-queelles-contributions-du-commerce-equitable-origine-france/>

BASIC, Greenpeace, WWF, Etude de démarches de durabilité dans le domaine alimentaire, juin 2021 : [https://lebasic.com/wp-content/uploads/2021/09/GREENPEACE\\_WWF\\_BASIC\\_RAPPORT\\_TRANSVERSE\\_20220209.pdf](https://lebasic.com/wp-content/uploads/2021/09/GREENPEACE_WWF_BASIC_RAPPORT_TRANSVERSE_20220209.pdf)

Billows S., Melot R., L'agriculture sous contrat : quelles perspectives sociologiques ?, Revue française de socio-économie, 2023/1 (n°30)

Caron, F. L'État et le capitalisme. Nouvelles structures. Nouveaux problèmes. 1949-années 1970, 1982 op. cit.

CGAAER, Mise en œuvre de la contractualisation dans la filière laitière française, rapport n°15053, 2015 : [https://agriculture.gouv.fr/sites/default/files/cgaaer\\_15053\\_2015\\_rapport-2.pdf](https://agriculture.gouv.fr/sites/default/files/cgaaer_15053_2015_rapport-2.pdf)

CGAAER, Compétitivité de la filière laitière française : stratégies d'acteurs et politiques publiques, décembre 2016, Rapport n°15053-2 : [https://medias.vie-publique.fr/data\\_storage\\_s3/rapport/pdf/174000379.pdf](https://medias.vie-publique.fr/data_storage_s3/rapport/pdf/174000379.pdf)

Chatellier V., Perrot C., Beguin E., Moraine M., Veysset P., La compétitivité et l'attractivité du secteur bovin en France, 2020

CNAOL, Chiffres clés 2020 des produits laitiers AOP et IGP, 2021

CNIEL, L'économie laitière en chiffres, édition 2022, 2022a, <https://presse.filiere-laitiere.fr/assets/leconomie-laitiere-en-chiffres-edition-2022-f33b-ef05e.html?lang=fr>

CNIEL, Baromètre des produits laitiers 2022, décembre 2022b

Cour des comptes, Les soutiens publics aux éleveurs de bovins, novembre 2022

Courtonne, J. Y. (2016). Evaluation environnementale de territoires à travers l'analyse de filières: la comptabilité biophysique pour l'aide à la décision délibérative (Doctoral dissertation, Université Grenoble Alpes (ComUE)).

CREDOC, Contrat d'étude prospective commerce de gros - Première phase : analyse économique du secteur, 1995

Daumas, J.C., Les grandes surfaces : de l'invention du discount à l'essor du e-commerce (France, 1945-2019), 2020.

Daumas, J-C. Consommation de masse et grande distribution, une révolution permanente (1957-2005), 2006.

Dessaux, P-A. Naissance et triomphe de l'industrie agro-alimentaire (xixe-xxie siècle), dans l'Alimentation à découvert, 2017.

European Commission, Joint Research Centre (JRC), 2018: EU estimated agricultural balance sheets - <https://data.jrc.ec.europa.eu/dataset/33243e5e-44a1-4b43-9444-31d64dc7921f>

Fanica, P-O. Le lait, la vache et le citadin. Du XVIIIe au XXe siècle, Éditions Quæ, 2008.

Fondation Schuman, L'Europe et la crise du lait : quelles régulations pour le secteur laitier ?, 2009

FranceAgriMer, Transformation laitière française. Etat des lieux et restructuration. Edition 2016 : <http://www.produire-bio.fr/wp-content/uploads/2017/02/ETU-LAI-Evolution-des-structures-de-production-laiti%C3%A8re-2016.pdf>

FranceAgriMer, Évolution des dépenses alimentaires des ménages dans les circuits de distribution de 2008 à 2017, 2018

FranceAgriMer, Les mutations de la transformation laitière française de 2010 à 2019. Analyse croisée des dynamiques régionales et des évolutions par famille de produits, 2021, [https://www.FranceAgriMer.fr/fam/content/download/66780/document/ETU-LAI-Mutations\\_transformation\\_laitiere\\_francaise\\_2010\\_2019.pdf?version=2](https://www.FranceAgriMer.fr/fam/content/download/66780/document/ETU-LAI-Mutations_transformation_laitiere_francaise_2010_2019.pdf?version=2)

FranceAgriMer, La consommation de produits laitiers en 2021, 2022, <https://www.FranceAgriMer.fr/Actualite/Filieres/Lait/2022/NOUVELLE-PUBLICATION-La-consommation-de-produits-laitiers-en-2021>

FranceAgriMer, L'évolution des achats de produits issus de l'agriculture biologique par les ménages français depuis 2015, 2023a, [https://www.FranceAgriMer.fr/fam/content/download/71396/document/Conso\\_Bio\\_2022.pdf?version=2](https://www.FranceAgriMer.fr/fam/content/download/71396/document/Conso_Bio_2022.pdf?version=2)

FranceAgriMer, Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles, Bilan 2022, Perspectives 2023 édition février 2023b, <https://www.FranceAgriMer.fr/content/download/70627/document/BIL-VIA-LAI-Bilan2022-Perspectives2023.pdf>

Greenpeace, Industrialisation de l'élevage en France, 2020.

Hérault et al., Transformations sociétales et grandes tendances alimentaires. Centre d'Études et de Prospective du Ministère de l'Agriculture, 2019.

IDELE, Contrats laitiers : Etats des lieux en 2016, décembre 2016.

IDELE, Où va le lait ?, 2020 <https://idele.fr/detail-article/ou-va-le-lait-de-vache-collecte-et-transforme-en-france>

IDELE, Observatoire de l'endettement et des trésoreries des élevages bovins lait et viande - été 2021, 2022.

IDELE, Marchés mondiaux des produits laitiers : des échanges contractés, 2023a.

IDELE, L'autonomie protéique en élevage c'est possible, 2023b : [https://afpf-asso.fr/objects/tao\\_medias/file/cap-proteines-freins-et-motivations-vf-7453.pdf](https://afpf-asso.fr/objects/tao_medias/file/cap-proteines-freins-et-motivations-vf-7453.pdf)

IDELE, dossier annuel Bovin lait, février 2023c.

IDDR, BASIC et Solagro, Vers une transition juste des systèmes alimentaires : enjeux et leviers politiques pour la France, 2021.

INAO, Chiffres clés : Produits laitiers sous AOP et IGP, 2022 : <https://www.inao.gouv.fr/Nos-actualites/chiffres-cles-produits-laitiers-2021>

INSEE, Les agriculteurs : de moins en moins nombreux et de plus en plus d'hommes, 2020

Jeanneaux P., Stratégies des filières fromagères sous AOP en Europe. Modes de régulation et performance économique, 2018

Legendre Nicolas, Silence dans les champs, avril 2023

Ministère de l'Agriculture et de l'alimentation, Panorama des industries alimentaires. Chiffres et indicateurs clé, 2022 : <https://agriculture.gouv.fr/industries-agroalimentaires-les-chiffres-et-indicateurs-cles-2022>

Nozieres-Petit M.-O., Baritoux V., Couzy C., Dervillé M., Perrot C., Sans P., You G.; Transformations des filières françaises de produits carnés et laitiers : la place des éleveurs en question, 2018, INRA Prod. Anim., 31, 69-82.

Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des produits alimentaires (OFPM), Rapport au Parlement 2022, 2022, <https://observatoire-prixmarges.FranceAgriMer.fr/rapports-au-parlement-et-lettres>

Rastoin, J-L . Une brève histoire économique de l'industrie alimentaire, Économie Rurale, 2000.

Rastoin, J-L . et Bouquery, J-M. (coord.), Les Industries Agroalimentaires en France, La Documentation Française, Paris, 2015.

Sénat, Rapport d'information sur l'inscription de la gastronomie au patrimoine immatériel de l'UNESCO, 2008.

Sénat, Suicides en agriculture : mieux prévenir, identifier et accompagner les situations de détresse, 2021.

Sénat, Compétitivité de la Ferme France, Rapport d'Information n° 905 (2021-2022), déposé le 28 septembre 2022

Solagro, La place de l'élevage face aux enjeux actuels. Eléments de réflexion, juin 2021  
[https://solagro.org/medias/publications/f112\\_note-elevage\\_solagro\\_2021.pdf](https://solagro.org/medias/publications/f112_note-elevage_solagro_2021.pdf)

Vatin, F. L'industrie du Lait : essai d'histoire économique, Éditions l'Harmattan, 1990.



