

# Valorisation filière lait

1 mars 2017

Analyse de trois initiatives collectives

# Valorisation filière lait

## Analyse de trois initiatives collectives



- « En direct des éleveurs »

Lait produit, transformé et commercialisé par des éleveurs en SAS



- « Les 30 fermes de Cant'Avey'Lot »

Lait de montagne produit en coopérative, avec sous-traitance de l'embouteillage



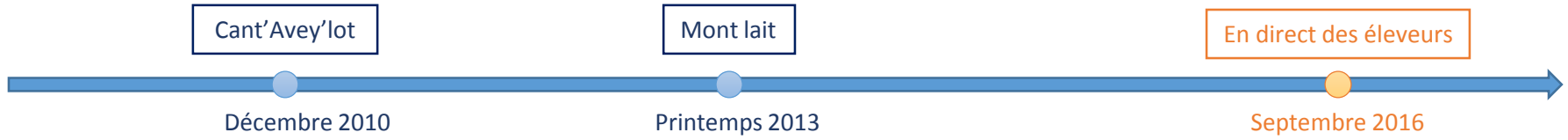
- « Mont Lait »

Marque de lait de montagne, propriété d'une association de producteurs, avec sous-traitance des différentes opérations

**Origine de la démarche, fonctionnement, retour producteur....**



# En direct des éleveurs



Cant'Avey'lot

Mont lait

En direct des éleveurs

Décembre 2010

Printemps 2013

Septembre 2016

Poitou Charente et Loire Atlantique

20 producteurs  
10 millions de Litres

SAS (société par action simplifiée)  
« de nous à vous »

Cahier des charges  
« bleu blanc cœur », sans OGM

## I. Origine et objectif

- 3 exploitations des Pays de la Loire, rejoints par 6 exploitations de Poitou-Charentes
- « *Produire, transformer et vendre nous même* »

## II. Structure et fonctionnement

- Exploitants regroupés en **SAS (Société par Action Simplifiée)** « de nous à vous »
- Construction d'une laiterie à Remouillé, propriété de la SAS, avec 7 salariés
- Comité de direction composé d'éleveurs : formés aux aspects juridiques, marketing, management
- Un seul prestataire : **Loralait**, assurant la collecte

## III. Produit

- Une marque de lait UHT « **en direct des éleveurs** » en circuit court
- Un lait sans OGM, sans huile de palme, enrichi en oméga 3 (cahier des charges **bleu blanc cœur**)
- Un **emballage écologique et innovant** (Ecolean), poche souple, 100% recyclable, traçable (QR code)

## IV. Commercialisation, communication

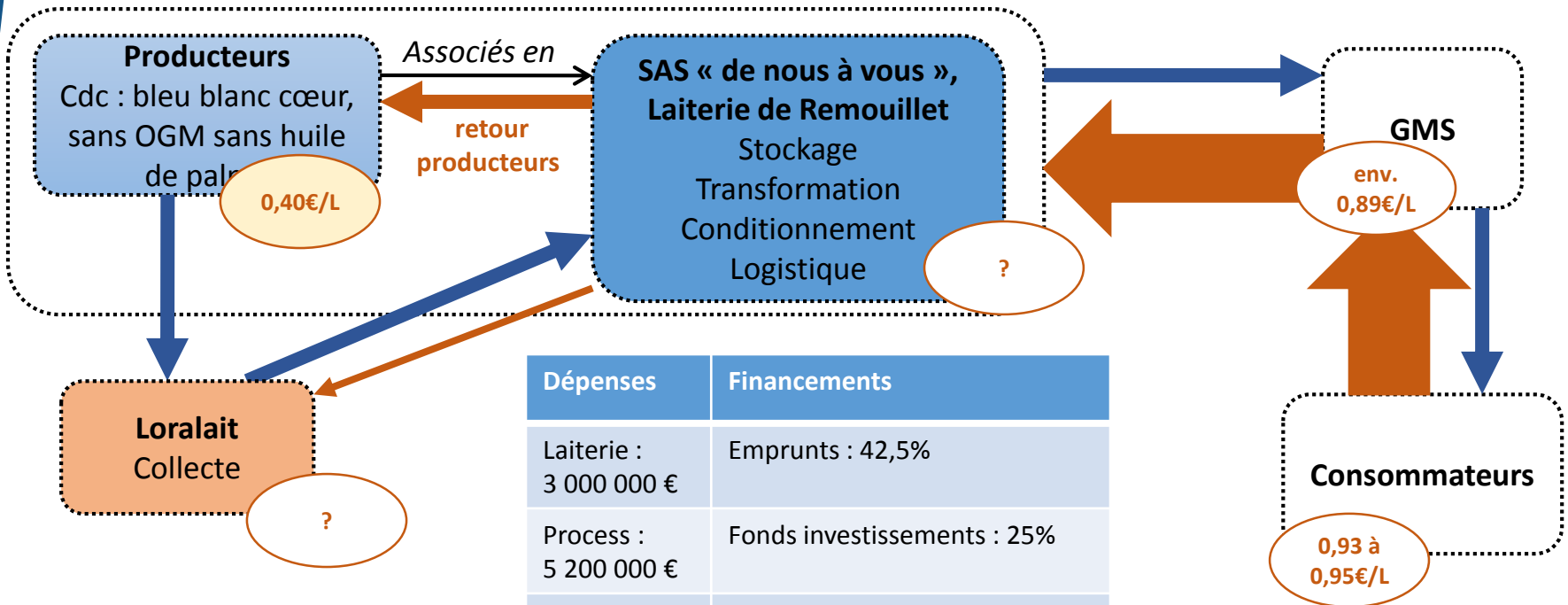
- 90% commercialisé en GMS (**partenariat E.Leclerc et Système U**)
- Lait vendu environ 0,94€/L
- Animation en GMS par les éleveurs 1 samedi par mois

## V. Retour de plus-value

- **0,40€/L** aux éleveurs



# En direct des éleveurs



Dépenses	Financements
Laiterie : 3 000 000 €	Emprunts : 42,5%
Process : 5 200 000 €	Fonds investissements : 25%
	Subventions Dép/Région : 14%
	Financement participatif : 11%
	Capital producteurs : 7,5%

Coût total projet : 8 200 000 €



# Cant'Avey'Lot

Cant'Avey'Lot

Mont lait

En direct des éleveurs

Décembre 2010

Printemps 2013

Septembre 2016

Cantal, Aveyron, Lot  
Zone montagne

30 producteurs  
10 millions de Litres

Au départ association, puis SAS...  
Aujourd'hui une Coopérative

Cahier des charges  
« bleu blanc cœur »

## I. Origine et objectif

- Départ définitif du collecteur (janv. 2010) : deux producteurs organisent une réunion pour lancer le projet
- 26 producteurs se regroupent en association, puis SAS, puis **coopérative**

## II. Structure et fonctionnement

- La coopérative assure la collecte à 72h (boucle de 85km), le stockage, la transformation
- **Prestataire** : La Laiterie Saint Denis l'Hôtel (LSDH) rachète le lait transformé (et les sous produits)
- LSDH assure le **conditionnement**. Coût embouteillage : 216€/tonnes (travail à façon)
- LSDH assure également la logistique et l'approvisionnement des GMS

## III. Produit

- Lait UHT de montagne... (et plus récemment, des yaourts et du fromage)
- Cahier des charges bleu blanc cœur (surcoût : 10 à 15€ supplémentaires par tonne d'aliment)

## IV. Commercialisation, communication

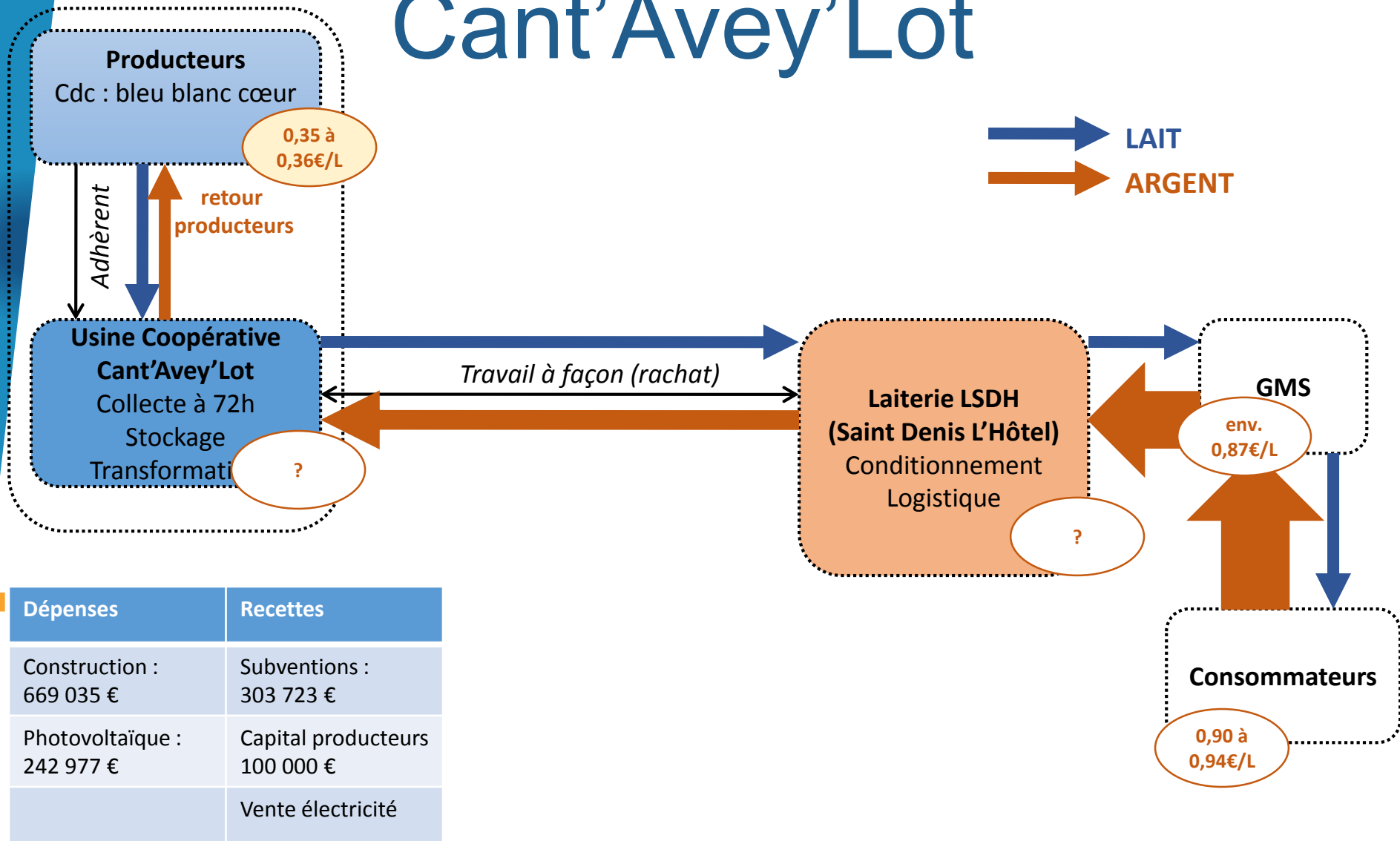
- La coopérative reste responsable de la stratégie commerciale (négociations GMS...)
- Vente principalement en GMS (centrales d'achat) : entre **0.90 à 0.94 €/L**
- Les producteurs se relaient pour l'animation. **En dehors des animations, peu d'achats**

## V. Retour de plus-value

- Les producteurs récupèrent environ 0.36€/L



# Cant'Avey'Lot



Dépenses	Recettes
Construction : 669 035 €	Subventions : 303 723 €
Photovoltaïque : 242 977 €	Capital producteurs 100 000 €
	Vente électricité

Coût total projet : 1 215 734 €



# Mont Lait

Cant'Avey'Lot

Mont Lait

En direct des éleveurs

Décembre 2010

Printemps 2013

Septembre 2016

7 départements du Massif Central, montagne

958 producteurs  
176 millions de L potentiels

APLM : Association de Producteurs de Lait

Pas de cahier des charges spécifique

## I. Origine et objectif

- **5 producteurs** à l'origine de la démarche -> objectif de plus-value sur leur lait de montagne
- Création de l'APLM : Association des Producteurs de Lait de Montagne

## II. Produit

- Création d'une **marque** : « **Mont Lait** », propriété de l'APLM
- Cahier des charges montagne (altitude, alimentation herbe...)
- **Production 2016 vendue en Mont Lait : 5 millions litre** (objectif pour la rentabilité : 10 millions de litres)

## III. Structure et fonctionnement

- Capital producteur : 1,5€/1000 L de quota
- 2 salariés animatrice de l'APLM (administratif, développement des ventes...)
- L'APLM gère la marque et sa promotion
- Elle est en **contrat de licence** avec les entreprises partenaires : **SLVA** (filiale Terra Lacta)/**Orlait**
- SLVA et Orlait assurent la collecte, la transformation, le conditionnement, la logistique...etc.

## IV. Commercialisation, communication

- Vente en GMS (centrales d'achat) : entre **0.85 et 0.89€/L**
- Les producteurs s'engagent à assurer l'animation en magasin : rémunérée 70€/jour

## V. Retour de plus-value

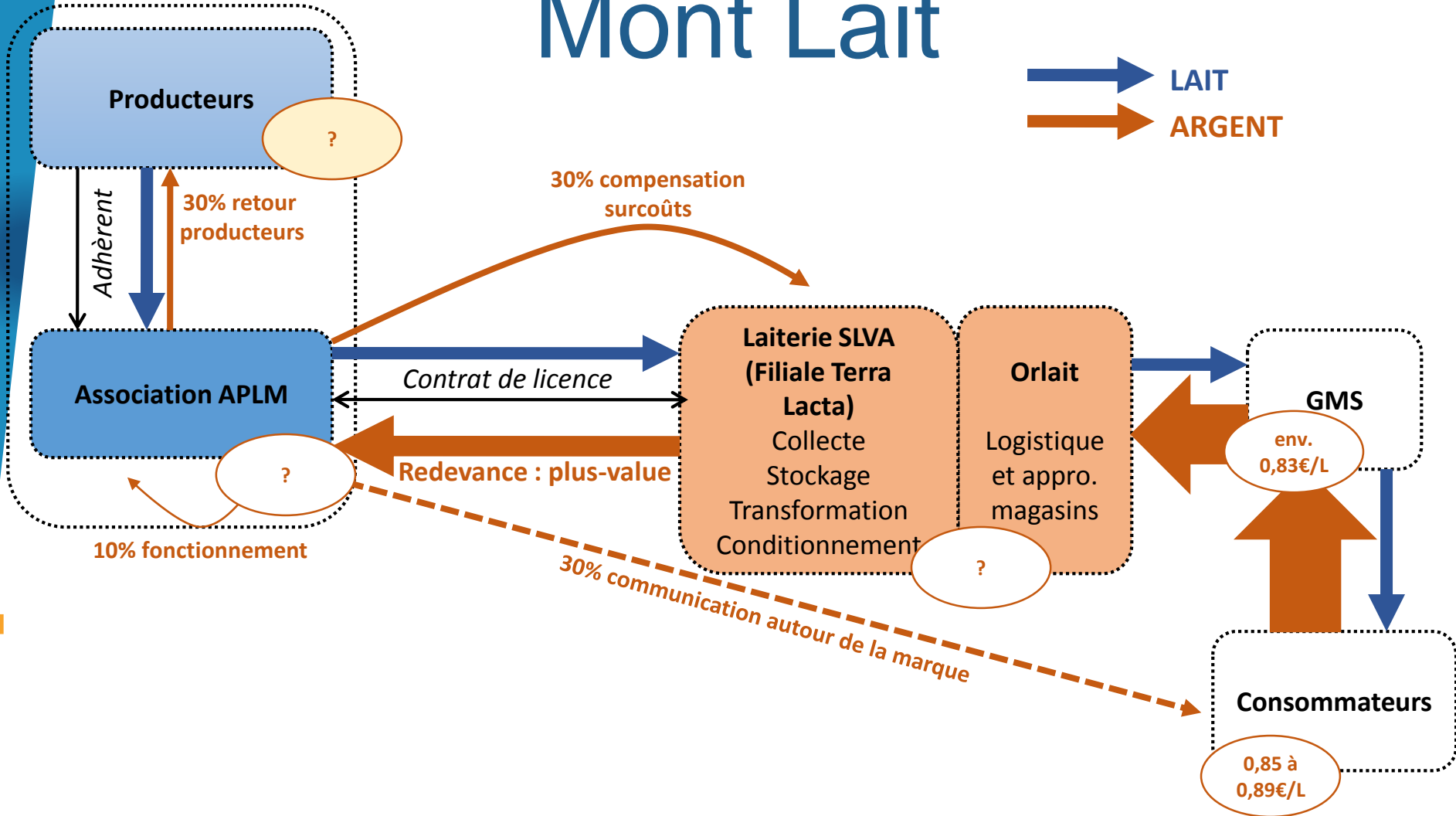
- La plus value est distribuée : 30% producteur / 30% collecteur / 30% communication / 10% association



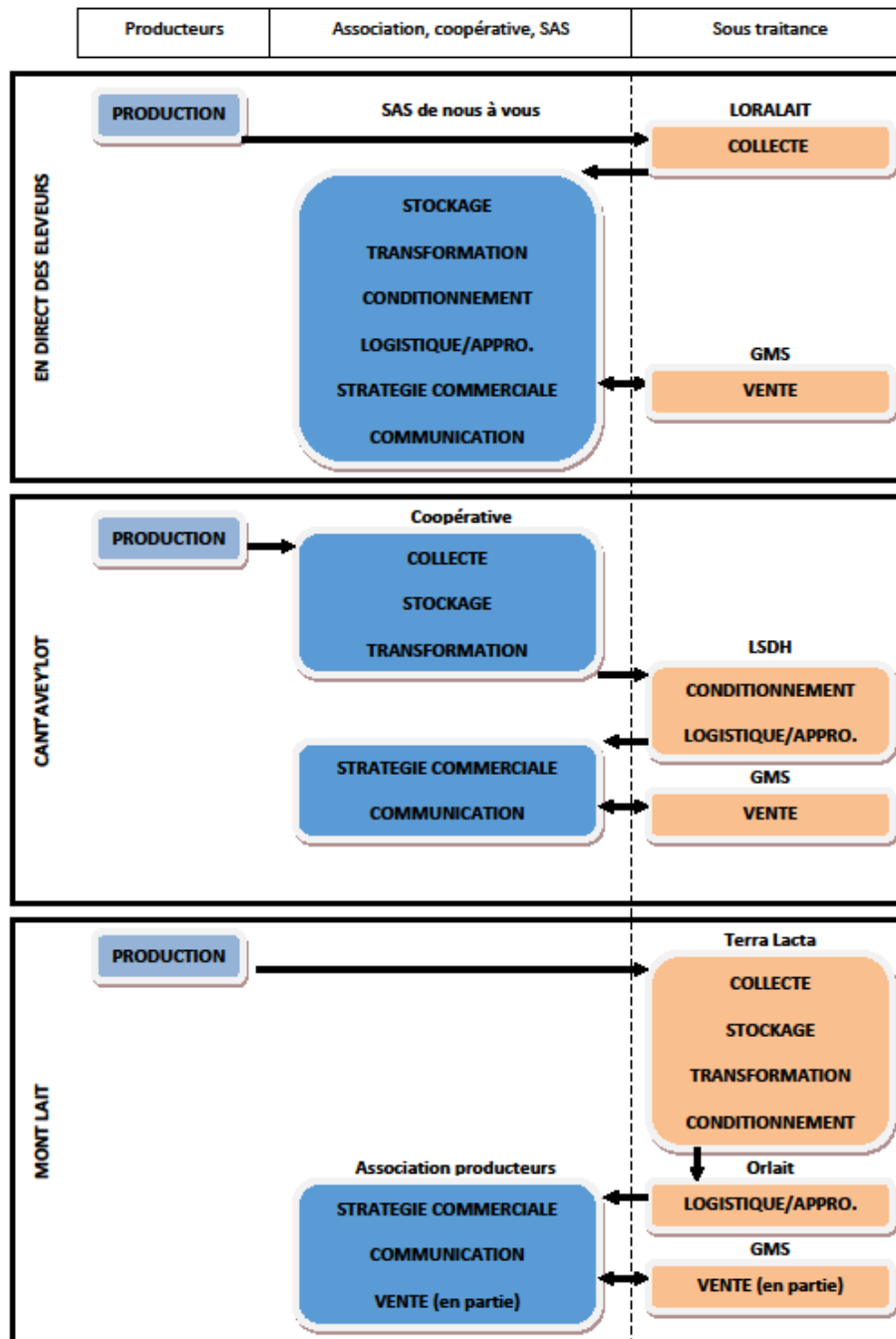
*aplm*  
Association des Producteurs de Lait de Montagne

Découvrez l'Association des **Producteurs de Lait de Montagne**.

# Mont Lait







## EDDE

- Très peu de sous-traitance
- Initiative de taille restreinte (20 producteurs)
- Cahier des charges contraignant : bleu blanc cœur, sans OGM, sans huile de palme, emballage innovant/écologique
- Investissement très élevé : 8,5 millions d'euros
- Lait haut de gamme : 0.93 à 0.95 €/L
- Retour exploitant : 0.40€/L environ

## Cant'avey'lot

- Sous-traitance limitée (conditionnement)
- Initiative de taille restreinte (30 producteurs)
- Cahier des charges contraignant : montagne + bleu blanc cœur
- Investissement conséquent : 1,2 millions d'euros
- Lait haut de gamme : 0.90 à 0.94 €/L
- Retour exploitant : 0.35 à 0.36 €/L environ

## Mont lait

- Sous-traitance de la majorité des opérations
- Initiative de taille importante (958 producteurs)
- Cahier des charges limité (montagne)
- Investissement modeste
- Lait entre MDD et marques nationales : 0.87 à 0.89 €/L
- Retour exploitant : sans valorisation pour le moment

## Éléments de réflexion autour de ces initiatives :

### Des leaders pour initier et porter les projets :

- **Mont Lait** : Dominique BARRAU, secrétaire FNSEA et concurrent de Xavier BELIN
  - **En direct des éleveurs** : Fabrice HEGRON, commercial pour le Groupe Arrivé (LDC) durant 8 ans et ayant des relations dans le commerce
  - **Cant'avey'lot** : Gilbert DOMERGUE, maire de sa commune durant 25 ans et Jean Philippe VAYRE, ayant des relations dans le commerce et l'agroalimentaire.
- Des éleveurs engagés, capables de mobiliser la profession et/ou ayant des relations

### Des soutiens de la part des collectivités

Subventions Département et Région pour EDDE , financement d'une campagne de communication pour Mont Lait, subventions et partenariat région Midi-Pyrénées pour la R&D pour Cant'avey'lot...

### Des campagnes de communication conséquentes... et continues

Les trois initiatives font intervenir les éleveurs à tour de rôle pour les animations en GMS.

Cant'Avey'lot : hors période d'animation, les ventes en GMS restent modestes, et les magasins de proximité sont plus rentables.



**MERCI**  
**pour votre attention**