



France +

## Des laits vraiment solidaires ?

Accueil

Dossier réalisé par Adeline Daboval

30 janvier 2017, 7h00 | MAJ : 30 janvier 2017, 5h17



**SUPERMARCHÉS.** Depuis la crise cet été, liée à la chute des prix du lait, les bouteilles dites « équitables » se multiplient dans les rayons. Nous avons voulu savoir lesquelles bénéficient le plus aux éleveurs.

Réelle volonté de sauver les élevages laitiers français à l'agonie ou simple coup marketing ? Ces derniers mois, chaque enseigne de supermarchés a sorti des briques et des bouteilles estampillées « lait équitable », « filière responsable »... Si le cahier des charges diffère selon les enseignes

(alimentation, bien-être animal, pâturage, territoire de collecte du lait...), tous ces laits ont un point commun : ils mettent en avant la production made in France et une meilleure rémunération des éleveurs. Pour comparaison, Lactalis achetait son lait en juillet 25,69 centimes le litre et les agriculteurs ont finalement obtenu de haute lutte 27,7 centimes. Aujourd'hui, la grande distribution met jusqu'à 39 centimes pour acheter son lait directement dans les campagnes de France. Quitte à facturer la brique un peu plus cher au consommateur. Mais pas forcément (voir notre comparatif).

« Il ne faut pas laisser faire les marchés sinon il n'y aura bientôt plus de producteurs de lait en France », clame Serge Papin, le PDG de Système U, qui a contractualisé 100 % de son lait de marque distributeur. Une partie en contrat bipartite avec Sodiaal et une partie en tripartite avec la Laiterie Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH). Cette petite laiterie familiale du Loiret est en train de révolutionner le modèle économique du lait. « C'est la seule qui accepte de signer des contrats tripartites entre distribution, industriel et éleveurs, regrette Michel Biero, directeur des achats chez Lidl. Quand le ministre de l'Agriculture a mis la grande distribution autour de la table en nous demandant de faire des efforts, nous nous sommes aperçus que l'argent que nous mettions ne parvenait pas jusqu'aux éleveurs. Nous réclamons une loi qui impose les contrats tripartites aux industriels. »

Le premier à les avoir lancés, c'est Auchan. « Ce contrat a été imaginé plus de deux ans avant la crise, se souvient Philippe Leseur, directeur des filières lait de LSDH. L'idée était de trouver un tarif médian profitable à tous et de lutter contre les fortes variations de prix. » « Ces initiatives vont dans le bon sens, juge André Bonnard, secrétaire général à la Fédération nationale des producteurs laitiers (FNPL). Elles inversent la logique habituelle : un distributeur dit : J'aimerais m'engager dans la durabilité, que pouvez-vous faire et à quel prix ? » Selon lui, un processus salutaire est enclenché. « On parle de quelques millions de litres alors que 2 milliards sont traités en lait de consommation en France, souligne André Bonnard. Mais ces initiatives installent un débat, une nouvelle référence. »

## 1 auchan, un des précurseurs

Auchan a signé un contrat tripartite dès février 2016 avec la laiterie Saint-Denis-de-l'Hôtel et l'association de producteurs de lait du bassin Centre pour 10 millions de litres de lait « responsable ». En échange d'une surprime de 15 € les 1 000 litres, les éleveurs s'engagent sur le bien-être animal et des exigences environnementales.

## 2 Système U, très engagé

Dans les magasins U, c'est la totalité du lait de la marque distributeur qui vient de passer sous pavillon « solidaire » il y a trois mois. Depuis 2011, 21 millions de litres de Biolait offraient déjà une rémunération de 0,45 € aux éleveurs. Les 60 millions de litres restants ont été contractualisés en octobre avec deux laiteries (LSDH et Sodiaal) et des groupements d'éleveurs. Le label choisi est Bleu

Blanc Coeur, qui promeut le bien-être animal et une alimentation à base de luzerne et de lin.

### 3 leclerc joue local

Leclerc a fait le choix de la proximité pour son lait. « En mai, nous avons déposé à l'Inpi le logo les Eleveurs des Hauts-de-France, du lait que nous avons lancé le 16 janvier, se félicite Bruno Trefouel, propriétaire de deux magasins dans le Nord. Nous avons mis en place un partenariat avec deux coopératives de 800 éleveurs à Saint-Paul-sur-Ternoise (Pas-de-Calais) et 650 éleveurs à Braisnes (Aisne) pour produire environ 12 millions de litres par an. Nous allons les rémunérer 340 EUR la tonne. » Soit 34 centimes le litre. « Nous sommes des chefs d'entreprise locaux, fait valoir Bruno Trefouel, et ces éleveurs sont nos voisins. Le consommateur ne paiera pas son lait des Hauts-de-France plus cher. » En l'occurrence environ 0,70 € la brique et 0,80 € la bouteille.

### 4 Carrefour, la Marque du Consommateur

L'initiative ne concerne « que » 10 millions de litres sur des ventes annuelles de 500 millions, mais c'est la plus rémunératrice pour les éleveurs. Le litre de lait de la Marque du consommateur, c'est qui le patron ?, vendu 0,99 EUR aux clients, leur assure 0,39 EUR de revenus.

### 5 intermarché a sa propre laiterie

« Notre laiterie à Saint-Père-en-Retz, en Loire-Atlantique, produit notre lait bio, s'enorgueillit Intermarché. Nous valorisons le travail de nos éleveurs et leur assurons une rémunération plus juste. » En septembre dernier, un autre dispositif est venu compléter l'offre dans 237 magasins de région parisienne : le Lait d'Ile-de-France. Trois fermes des Yvelines fourniront 230 000 litres la première année.

### 6 Lidl, pas discount avec les éleveurs

Comme Auchan et Super U, Lidl a lui aussi signé avec la laiterie LSDH et l'association APLBC. « LSDH peut nous fournir 30 millions de litres sur 300. Nous fixons le prix pour six mois en fonction du coût de production de l'éleveur, explique Michel Biero. Là, c'est 0,33 € versé à l'éleveur. La brique est vendue en moyenne 0,68 €, la bouteille 0,73 €. »

### 7 géant - supermarchés casino produit son lait

Une petite fromagerie AOP du Massif central qui dépose le bilan et voilà Casino qui la rachète en 2015 et se lance dans la production de lait de montagne. « Elle produit un fromage AOP la Fourne de Montbrion et le surplus de lait est vendu dans nos magasins, explique Casino. C'est une belle histoire, on a l'impression d'être utile. La survie d'une vingtaine d'éleveurs en dépend. » Concrètement, 1,5

million de litres par an sont vendus dans les magasins Géant et Supermarchés Casino sous le nom Lait des éleveurs des monts du Forez au prix de 0,85 EUR. Prix reversé aux éleveurs : 0,34 €.

---

## « 1 000 € à 1 500 € de plus par mois »

Éric gaudron, éleveur laitier en Indre-et-Loire

à Neuvy-le-Roi, en Indre-et-Loire, Eric Gaudron élève 72 vaches laitières. Ce producteur vit « le dernier tiers de sa carrière ». Une chance, à l'entendre, puisque ses investissements sont quasi amortis. En tant que vice-président de l'Association de producteurs de lait du bassin Centre, Eric Gaudron connaît bien les contrats tripartites signés entre la laiterie Saint-Denis-de-l'Hôtel, les éleveurs et la grande distribution. « Il en faudrait davantage », estime celui qui vend aujourd'hui son lait à Auchan. Grâce à de savants calculs tenant compte des cours mondiaux du lait, mais aussi d'indicateurs à long terme et des coûts réels de production à la ferme, ce contrat empêche le prix versé à l'agriculteur de tomber trop bas en période de crise, mais aussi de flamber en cas d'envolée des cours. En 2016, le prix moyen s'établit selon ce mécanisme à 310 € les 1 000 litres. « Pas énorme, juge l'éleveur. Quand je me suis installé en 1989, la tonne était à 300 €. Il faudrait 350 € la tonne pour pouvoir réinvestir. Mais par rapport aux laiteries classiques, ce n'est pas si mal. Pour mon volume de 620 000 litres par an, je perçois entre 1 000 € et 1 500 € de plus par mois par rapport à ce que je toucherais ailleurs. Pour notre trésorerie, ce qui est intéressant, c'est la durée sur trois ans. On a une visibilité qui rassure les banques. »

**Le Parisien**

France +

---

