

Lait. Le bio aussi dénonce les promotions

Frédérique Le Gall

Les producteurs conventionnels ne sont pas les seuls à déplorer la course aux prix bas que se livrent les distributeurs. Les producteurs de lait bio estiment aussi en faire les frais. Ils accusent les enseignes de brader leur produit. Cela, alors que le lait bio connaît une forte pénurie en raison d'une météo défavorable et que parallèlement la demande est en forte augmentation. Ce qui provoque des ruptures d'approvisionnement dans les magasins.

L'organisation de producteurs Lait bio Seine et Loire profite ainsi de la chandeleur pour mettre les pieds dans le plat, prévenant, non sans humour « que les éleveurs ne veulent pas se faire aplatir comme des crêpes ». « La chandeleur, poursuit-elle, est une belle occasion de mettre en avant cet ingrédient naturellement riche et de qualité... Mais le lait bio a un coût, une vraie valeur sociale économique et environnementale. Il ne peut être bradé et devenir une nouvelle victime

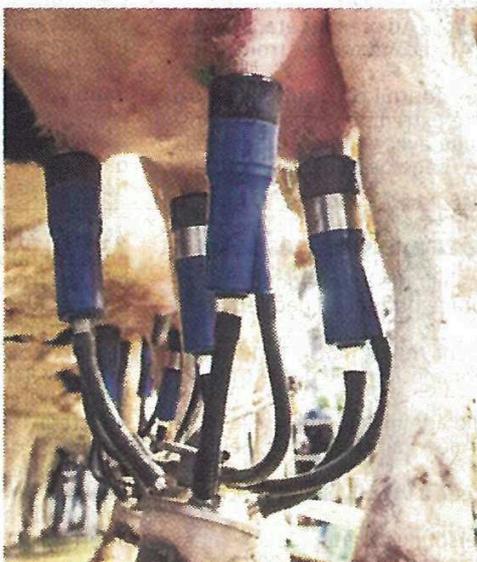


Photo Le Télégramme

des promotions commerciales et de la guerre des prix bas que se livrent les distributeurs ».

« Ne pas casser une filière en devenir »

Et d'ajouter que dans le contexte actuel de croissance forte du marché, « le lait bio a tendance à devenir un véritable produit d'appel pour les distributeurs qui souhaitent attirer des nouveaux consommateurs bio dans

leurs magasins ». Cette organisation de producteurs regroupe 285 fermes adhérentes qui livrent 85 millions de litres de lait bio annuellement à six laiteries privées (Danone, Lactalis, Montsûrs, Saint-Père, Sill et Triballat).

« On ne cherche pas à stigmatiser un distributeur plus qu'un autre. On dénonce un phénomène global. Proposer des offres promotionnelles dans une période où l'on manque de lait n'est pas raisonnable. Le bio est une filière en devenir avec beaucoup d'éleveurs en conversion. Il faut qu'on arrive à construire une filière équitable », analyse Yvan Sachet, animateur de l'organisation.

Selon cette même organisation, on trouve parfois dans les rayons du lait bio en marque distributeur moins cher que du lait conventionnel de marque.

« Ces stratégies commerciales détruisent la valeur du produit lait bio et également la rémunération des producteurs », déplore l'OP, en appelant tous les acteurs à travailler à la construction de filières biologiques « plus justes et plus transparentes du producteur au consommateur ».