

Sodiaal vise 15 à 20 % de hausse des prix en 2023

Critiquée dans sa gestion par ses éleveurs, la coopérative Sodiaal, 2 800 producteurs en Bretagne, sort du silence. Jorge Boucas, son directeur général se veut rassurant.

Propos recueillis
par Jean Le Borgne

Quelle est la situation économique de Sodiaal ?

Nous avons subi des inflations énormes avec 500 M€ de hausses de charges, dont 300 M€ sur le prix du lait, pour 4,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires. À date, nous avons répercuté 460 M€ sur nos tarifs. Nous subissons un choc énorme sans pouvoir répercuter l'intégralité de cette inflation aujourd'hui. C'est principalement vrai auprès de la grande distribution qui représente, en France, une grande partie de nos débouchés. Elle a réussi à limiter et à retarder les hausses de tarifs. Nous en sommes à trois hausses de tarifs cette année et une quatrième est attendue pour le 1^{er} janvier 2023.

Pourquoi baisser le prix du lait payé au producteur ?

La coopérative est solide. Les fondamentaux sont bons mais nous devons gérer un équilibre économique en fin d'année : gérer ce décalage dans le temps entre l'obtention de tarifs et les hausses de coûts subies. Le décalage entre les différents opérateurs se fait selon leur capacité à absorber les chocs, selon leur exposition au marché de la grande distribution en France alors que l'inflation sur les produits alimentaires en France est de moitié inférieure à celle des Pays-Bas ou en Allemagne.

Les administrateurs sont dans une attitude prudente pour préserver la



Jorge Boucas, le directeur général de la coopérative Sodiaal. Photo Sodiaal

de 22-23 % par rapport à l'an dernier et ça va se poursuivre.

Êtes-vous dans les prévisions de votre plan de transformation ?

Pour l'instant, les effets des hausses de prix sur les produits alimentaires n'ont pas trop d'impact sur la consommation de produits laitiers. Nous enregistrons plutôt un report, parce qu'ils sont assez abordables et d'une bonne qualité nutritionnelle. C'est le cas notamment de nos produits de grande consommation à marques : Yoplait, Candia et Entremont gagnent des parts de marché.

Il y a un levier qui n'est pas au rendez-vous, c'est le développement de notre activité lait infantile, notamment en Chine, premier marché mondial, où le nombre de naissances a été divisé par deux. Certains acteurs comme Synutra à qui nous livrons des poudres à Carhaix (29), tirent leur épingle du jeu.

Travaillez-vous à adapter votre production à la descente en gamme de la consommation ?

Les chiffres sont clairs concernant le report de la consommation sur les

produits. Il faut adapter l'offre pour accompagner ce mouvement, par exemple en proposant des conditionnements qui coûtent moins cher pour le même produit de base. Les produits premium souffrent un peu, on les maintient, en abandonnant certaines références dans une logique de simplification pour réduire les coûts.

Vos producteurs pourront-ils bénéficier rapidement d'une hausse du prix du lait ?

La tendance est à la croissance du prix du lait. Nous avons quand même réussi à briser le tabou de l'augmentation du prix des produits laitiers, avec 10 points de hausse. Mais pas à briser le tabou de la brique de lait à 1 € en rayon. Elle est vendue 20 centimes de plus en Allemagne qu'en France. Des distributeurs se sont engagés mais nous n'y sommes pas encore. Nous visons entre 15 et 20 % de hausse, selon les produits, l'année prochaine, pour réduire cet écart et couvrir les coûts de production à la ferme et dans nos usines.

En Bretagne, Sodiaal compte 2 800 producteurs pour 1,5 milliard de litres de