



# Segmentation/démarcation dans la filière lait de vache



Pour + d'info : [gerard.you@idele.fr](mailto:gerard.you@idele.fr)

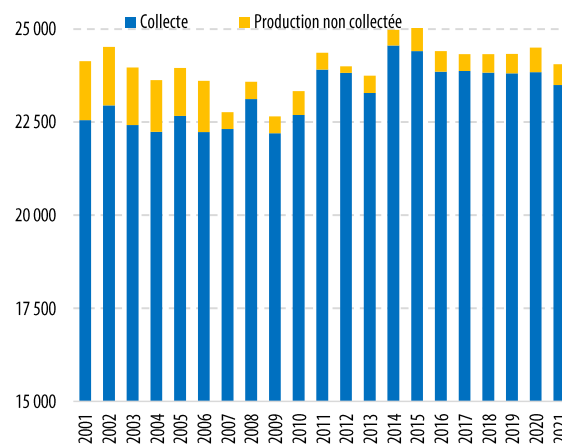
## Erosion de la production laitière depuis la fin des quotas laitiers

La production de lait de vache est massivement vendue sous forme de lait cru aux laiteries (97,7% en 2021). Estimée à 419 millions de litres en 2021, la production autoconsommée recouvre le lait consommé par les animaux et les éleveurs, le lait cru et/ou transformé à la ferme en produits laitiers et vendus aux ménages, en direct ou à des détaillants (crémeries, supérettes), ou à des affineurs pour les fromages en blancs fabriqués en zone AOP (surtout St Nectaire fermier).

La production de lait de vache avait progressé entre 2007 et 2015, dans la période de transition précédant la sortie des quotas laitiers. Les éleveurs avaient alors bénéficié d'un desserrement de l'encadrement de la collecte laitière qui incita la plupart d'entre eux à accroître leur production. Ensuite, elle a paradoxalement reflué de -4% entre 2014 et 2021 sous l'effet d'un nouvel encadrement de l'économie laitière française via les contrats laitiers qui se sont substitués à l'encadrement administratif par les quotas.

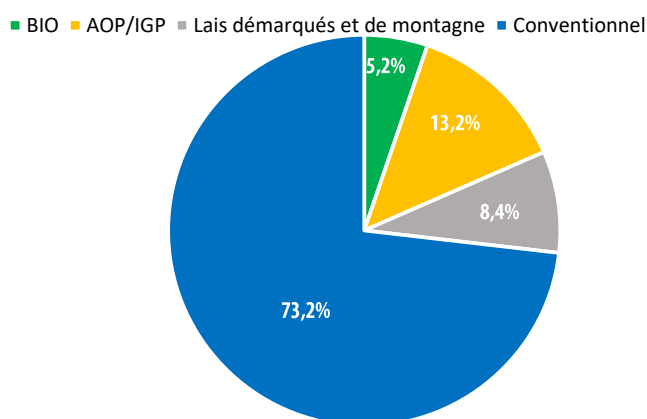
Puis, pour préparer les éleveurs à la fin des quotas laitiers, la puissance publique (ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation) a joué un rôle réglementaire majeur dans le but de renforcer le pouvoir de marché (structurellement faible) des éleveurs laitiers face à leur collecteur. Après avoir rendu obligatoire les contrats commerciaux au 1<sup>er</sup> niveau (entre producteurs et collecteurs) en 2011, soit 4 ans avant la fin des quotas laitiers, elle a accordé le droit aux éleveurs de négocier collectivement leur contrat via des organisations de producteurs reconnues (décret du 19 avril 2012). Ces évolutions réglementaires visaient à préparer en douceur le changement de paradigme : passer d'une économie administrée à une économie contractualisée. Cette transition a en fait permis aux collecteurs, notamment privés, de prendre le contrôle de la production laitière pour l'ajuster au plus près de leurs besoins et débouchés. Les coopératives sont obligées de prendre l'intégralité du lait produit par les associés coopérateurs, d'où la mise en place d'un prix B pour un volume B.

Production et collecte françaises de lait de vache (millions de litres)



Source : GEB-Idele d'après Eurostat et SSP

Répartition de la collecte française de lait de vache en 2021



Source : GEB-Idele d'après FAM-SSP

## Essor de la production laitière bio stoppé

La production de lait de vache « bio » a connu un net essor depuis 2010 : elle a été multipliée par quatre en dix ans à 1,22 milliard de litres en 2021, passant de 1,2% en 2010 à 5,1% de la collecte nationale en 2021. Les producteurs de lait de vache bio (4 200 en 2022 soit 9% des livreurs totaux de lait de vache) ont des élevages moins grands et moins

productifs que les éleveurs conventionnels de plaine.

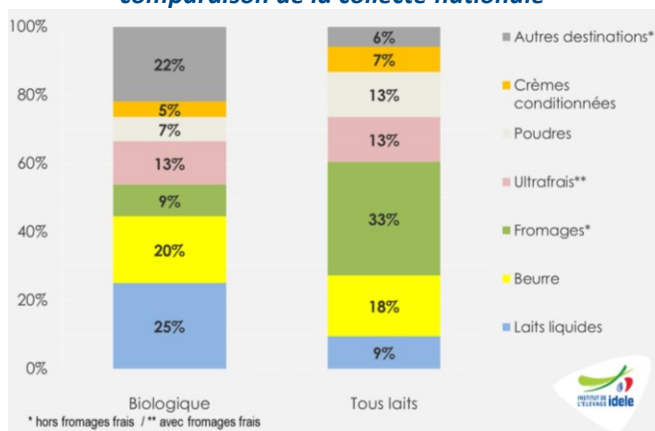
Sur longue période, le développement de la production de lait de vache biologique s'est fait par vagues successives : d'abord une phase de croissance qui génère un surplus d'offre suivie d'une phase de crise de surproduction progressivement résorbée par des arrêts de conversion voire de déconversions. La dernière vague, amorcée en 2017, a été animée par les principaux transformateurs laitiers français, notamment Eurial, Lactalis et Sodiaal, lesquels avec Biolait collectent les ¾ du lait de vache bio en France. Le Grand Ouest (Bretagne et Pays de la Loire) est de loin le premier bassin laitier bio avec 44% de la collecte nationale, devant AURA (14%), la Normandie (11%) et le Grand Est (11%). Après avoir permis et accompagné de nombreuses conversions, les principaux transformateurs ont en 2021 mis le pied sur le frein - arrêt des conversions - face au reflux de la demande en produits laitiers bio amorcée au second semestre 2020, pour tenter de contenir la part croissante de lait bio déclassé faute de débouché.

Evolution de la collecte française de lait de vache bio (millions de litres)



Source : GEB-Idele d'après FAM-SSP

Ventilation de la collecte de lait de vache biologique en comparaison de la collecte nationale



Source : GEB-Idele d'après FAM

Jusqu'en 2020, la production de lait bio suffisait à peine à satisfaire la demande intérieure alors très dynamique. Depuis la mi-2021, la filière lait bio traverse une nouvelle crise de surproduction conséquence de deux évolutions

contraires. D'un côté, la production laitière a poursuivi sa croissance sous l'effet de l'entrée de production de conversions et de l'autre les achats des ménages (débouché majeur) ont arrêté de croître au 2<sup>nd</sup> semestre 2020 et ont ensuite amorcé un mouvement inverse de décroissance depuis 2021.

Entre 2015 et 2020, les achats par les ménages de produits biologiques ont plus doublé (de 6,0 Mds € à 12,8 Mds €), puis ont amorcé un reflux en 2021 qui s'est accentué en 2022 (- 7% à -11% en volume selon les familles de produits d'une année sur l'autre). Cette déconsommation est plus marquée que celle des produits laitiers. En période de crise et d'inflation, les produits laitiers bio subissent la double peine d'être jugés chers et pas assez « local », critère fort et croissant dans les choix des consommateurs.

### Relative stabilité de la production de lait de vache AOP et IGP

La production de lait de vache AOP et IGP est en revanche relativement stable, estimée à 17% de la production nationale en 2021, soit 4,0 milliards de litres de lait de vache en 2021. Toutefois, tout le lait de vache issue d'exploitation en AOP n'est pas intégralement transformé en produits laitiers vendus en AOP. Les produits laitiers AOP sont essentiellement des fromages et secondairement du beurre et de la crème. Le CNAOL (Conseil national des appellations d'origine laitières) estime à 12,2% le volume de lait de vache réellement transformé en produits laitiers AOP auxquels on peut ajouter 1% du lait de vache transformé en produits IGP (Soit au total l'équivalent de 1 litre de lait sur 6 collectés en France).

Les producteurs de lait engagés dans des filières AOP & IGP, tous laits confondus, sont estimés à 16 200 en 2021 par l'INAO. Les 33 AOP en lait de vache concernent 28 fromages, 3 beurres (Charentes-Poitou, Bresse et Isigny) et 2 crèmes (Bresse et Isigny). La France laitière compte également 10 IGP dont 9 fromagères et une IGP crème. Elle compte par ailleurs 15 AOP fromages en lait de chèvre et 3 en lait de brebis.

La part de la production de lait de vache sous SIQO hors AB transformée en produits AOP & IGP tend à progresser sous l'effet de fabrications globalement dynamiques :

- Les fabrications de fromages ont progressé de +15% en dix ans à 181 700 t en 2021.
- Celles de beurre AOP ont bondi de +15% en un an à 39 445 t en 2021 après avoir plutôt plafonné entre 2010 et 2020. Elles représentent 11% de la production nationale de beurre, dont 80% d'appellation Beurre Charentes-Poitou.
- Les fabrications de crème AOP ont presque doublé en dix ans, à 8 480 t en 2021 dont 90% sont des crèmes d'Isigny.

Deux familles de fromages totalisent près des deux-tiers des volumes commercialisés : les pâtes pressées cuites (PPC : 35%) et les pâtes pressées non cuites (PPNC : 29%). En dix

ans, la famille des pâtes pressées cuites a été la plus dynamique (+31%, le double de la croissance totale), emmenée par le Comté qui avec 64 500 t en 2021 représente à lui seul 88% des fabrications nationales de PPC.

La commercialisation des PPNC a plus faiblement progressé (+7% en dix ans à 56 840 t), au même rythme que les pâtes molles (+7% à 38 800 t), tandis que les persillés sont demeurés quasi stables (+1% à 12 734 t). Au sein des PPNC, quatre fromages, le Reblochon, le ST Nectaire, le Morbier et le Cantal, fournissent l'essentiel des volumes. De même, sur la famille des pâtes molles, quelques fromages (Brie de Maux, Munster et Maroilles) fournissent à eux-seuls l'essentiel des volumes.

En dix ans, les fabrications de fromages au lait de vache valorisées sous AOP ont globalement évolué plus favorablement dans chacune des familles de fromages, que ceux au lait de vache conventionnel.

**Les fromages de vache sous appellation AOP sont essentiellement fabriqués en zone de montagne**

Fromages AOP (t en 2021)	Fabrications nationales en t	Part de la montagne dans AOP
Pâtes molles	38.800	33%
Pâtes persillées	12 734	100%
Pâtes pressées cuites	73 320	100%
Pâtes pressées non cuites	56 840	100%
<b>Total AOP lait de vache</b>	<b>176 500</b>	<b>85%</b>

Source : GEB-Idele d'après INAO-CNAOL et SSP

Ce sont des fabrications propices à de la valorisation et de la compétitivité hors prix pour le lait produit en montagne dont les coûts de production sont bien supérieurs à ceux des laits de plaine. Pour autant, une bonne part des fabrications est contrôlée par de grands opérateurs fromagers, en premier lieu Lactalis et Sodiaal. Ils sont implantés, comme fabricants ou comme affineurs dans la plupart des principales AOP.

Chaque AOP est régie par un cahier des charges, agréé par l'INAO, qui est géré par un ODG (Organisme de gestion et de défense). Ces organismes de gestion sont en quelque sorte des interprofessions dont le pouvoir est plus ou moins fort selon les AOP : fort en Comté, où il encadre l'offre et gère le plan de campagne, à plus faible dans d'autres où l'action de l'ODG se limite à la gestion du cahier des charges sans pouvoir économique significatif. En septembre 2021, les filières AOP laitières ont souhaité faire évoluer leur cahier des charges pour encore mieux s'inscrire dans la durabilité des filières agricoles.

Les fromageries sont de taille variée selon les AOP : petites fruitières à statut coopératif dans le Comté, petites fromageries dans les montagnes de l'Est, fromageries plus grandes dans le Massif central et dans les autres régions.

Les fromages AOP sont vendus essentiellement aux ménages et secondairement en RHD. Les beurres et crèmes sont vendus aussi à certaines IAA (biscuiterie, viennoiserie...) qui mettent en avant et en valeur cet ingrédient. Les fromages AOP sont davantage vendus dans les circuits spécialisés (14% des ventes contre 4,8% pour les fromages non-AOP), à l'inverse moins vendus en grande surface (61,6% contre 67,8%). Ils sont aussi davantage vendus au rayon à la coupe (33% des ventes, contre 8% seulement pour les fromages non-AOP).

Ils sont logiquement plus chers que les fromages conventionnels. Ils représentent 14% de part de marché en volume et 20,3% en valeur des ventes de fromages (hors fromages blancs) aux ménages en GMS et hard discount en 2021. Ils sont vendus en moyenne 14,54 €/kg contre 9,26 €/kg pour les non-AOP, avec toutefois de grands écarts selon les fromages.

Enfin l'export demeure un débouché secondaire, pour lequel nous ne disposons pas de données fiables et agrégées, faute de code douanier adapté. En revanche, il est dynamique, quoiqu'encore faible, pour les beurre et crèmes AOP, très demandés en Chine dans les circuits du *Food service*.

**Emergence des laits différenciés hors SIQO, cantonnés aux laits conditionnés**

Depuis une dizaine d'années, une multitude d'initiatives ont foisonné dans tout l'Hexagone pour produire et commercialiser des produits laitiers démarqués hors SIQO. Les initiateurs sont divers : groupes d'éleveurs, transformateurs, distributeurs, voire plateforme numérique (« c'est qui le patron ! »). Plusieurs initiatives ont émergé suite aux crises laitières de 2009 et de 2015, les producteurs cherchant des alternatives pour être mieux rémunérés. Toutefois, les volumes en jeu restent limités aux laits conditionnés et ne dépassent pas 8 à 10% des volumes de laits conditionnés.

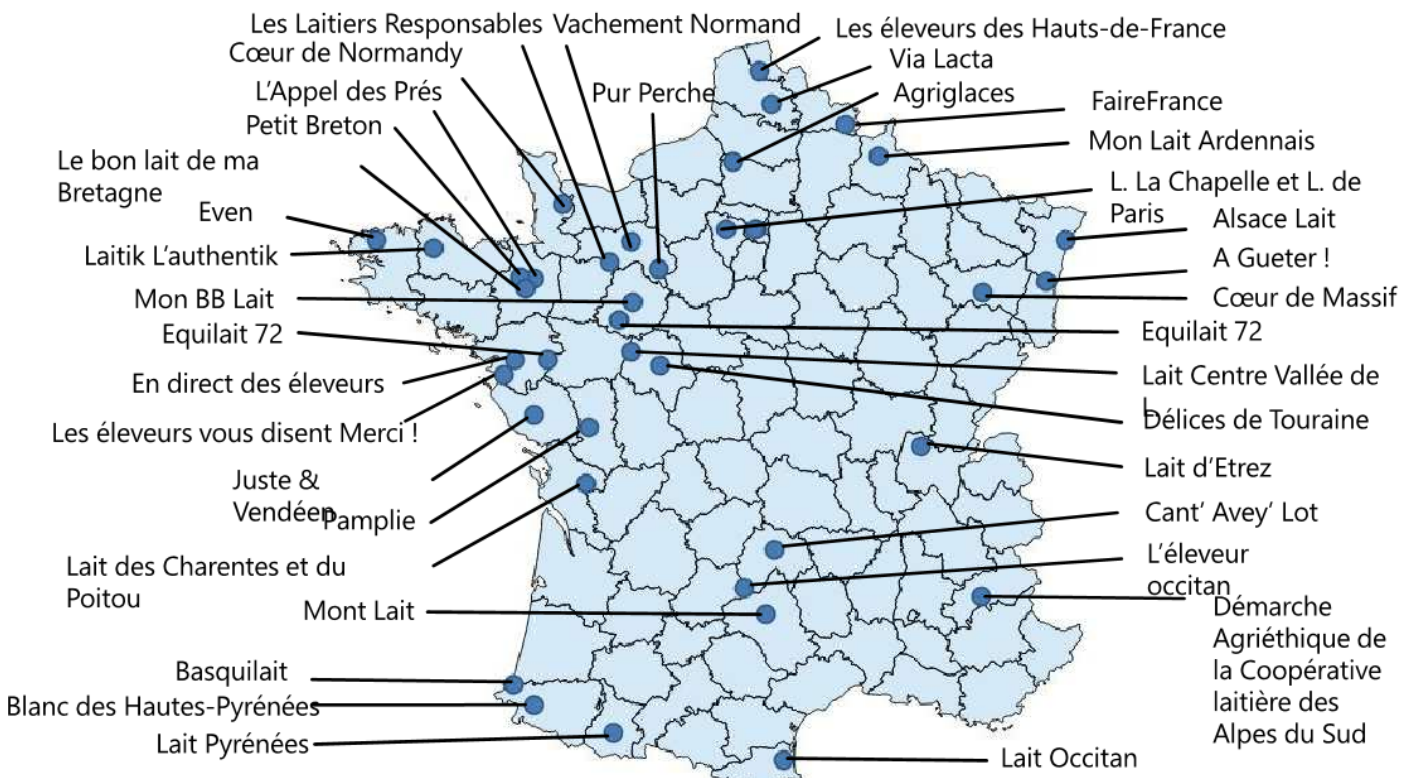
Les principales lignes de démarcation sont :

- Le soutien de la production laitière locale ou régionale avec comme marque bien connue : Paysan breton, le Petit vendéen, Agrilait,
- Le bien-être animal notamment la garantie d'une durée de pâturage,
- L'alimentation garantie sans OGM ou sans fourrage fermenté (lait de foin),
- La plus-value nutritionnelle avec l'apport de d'aliment riche en oméga 3,
- La juste rémunération des producteurs.

Les démarches les plus connues intègrent plusieurs engagements : par exemple l'emblématique « c'est qui le patron ! » garantit une « juste rémunération » du producteur et un lait issu de vaches alimentées sans OGM.

Les nombreuses initiatives ont connu des fortunes diverses. Les plus robustes sont celles qui valorisent le lait localement dans un territoire bien identifié, donc sur un marché géographiquement limité.

**Laits démarqués hors SIQO : un foisonnement d'initiatives**



De telles initiatives se sont surtout déployées sur les laits conditionnés. Elles ont ainsi permis de réanimer et de créer de la valeur sur un marché en déclin. Les ventes de laits conditionnés reculent structurellement sur longue période, à l'exception de 2020, année durant laquelle le confinement de la population française pour raison sanitaire (covid-19) a boosté les achats de produits laitiers par les ménages en premier lieu ceux de laits conditionnés. Les démarches de démarcation hors SIQO ont aussi secondairement porté sur des beurres et des crèmes conditionnés. En revanche, elles n'ont pas concerné les produits ultra-frais ni les fromages. Les premiers sont des produits transformés très marketés tandis que les seconds sont au cœur des AOP.

**Quelques marques emblématiques de produits démarqués hors SIQO**



Si on ajoute le lait de montagne, par définition produit en montagne et commercialisé essentiellement sous forme de laits conditionnés, la part de la collecte de lait de vache valorisée avec une démarcation amont hors SIQO se situait entre 8 et 10% en 2021.

**Des conditions d'élevage**

Les conditions d'élevage en AB sont les plus exigeantes (voir tableau ci-dessous), devant celles des AOP dont les cahiers des charges, en cours de révision par la plupart des ODG, visent à intégrer des exigences supplémentaires comme l'amélioration des conditions d'élevage (bien-être des animaux) et la réduction des empreintes sur l'environnement (GES, eau...). Les démarches de démarcation hors SIQO sont de fait moins contraignantes que les SIQO et génèrent en retour moins de coûts supplémentaires.

Cette démarcation se traduit par des différentiels de coûts de production et donc de prix de vente du lait de vache départ ferme.

**Prix du lait et prix de revient du lait de vache en 2021 selon les signes de qualité**

(€/1 000 l)	Prix du lait payé en 2021 (FAM)	Prix de revient du lait en 2021 plaine	Prix de revient du lait en 2021 montagne
Lait « AB »	483 €	528 €	624 €
Laits « AOP »	+17 à +300 € /prix conventionnel		
Laits Démarqués hors SIQO	+10 à +70 € /prix du conventionnel		
Lait Conventionnel	368 €	417 €	470 €



### Conditions d'élevage et démarcation amont

	Aliments (nature)	Fourrages (origine)	Pâturage	Aliments concentrés	Densité/ chargement	prophylaxie	Veaux
BIO	Sans OGM	>60% issue exploitation	Dès que possible	<40% dans ration totale	>0,25 are/vache	3 traitements antibiotiques/ VL/an	Lait naturel durant 3 mois
AOP		100% des fourrages issus de la région	>120 à 140 j par an	<volume/VL 1 800 kg dans Massif central	Sans contrainte	Réglementation	Sans contrainte
Démarcation hors SIQO		100% de l'exploitation ou région	Durée minimale de pâturage	Sans contrainte	Sans contrainte	Réglementation	Sans contrainte
Conventionnel	OGM autorisés	Sans contrainte	Sans contrainte	Sans contrainte	Sans contrainte	Réglementation	Sans contrainte

### La segmentation retardée très développée dans l'univers des produits frais

En France comme dans l'UE, les transformateurs laitiers sont confrontés à des marchés des produits laitiers globalement mûres. Depuis plus de trente ans, ils se sont engagés dans des démarches de segmentation retardée (selon des critères de qualité nutritionnelle, de praticité..., qui sont indépendants des conditions de production) et bien entendu dans une optique de création de valeur et de démarcation (compétitivité hors prix). Ils ont ainsi commercialisé de plus en plus de références de produits qui sont déclinées différemment selon les familles de produits.

L'offre de laits conditionnés se décline en fonction de sa composition : teneur en matière grasse (laits entiers, laits écrémés ou demi-écrémé), absence de lactose, ou de vitamines ajoutées, mais aussi du format (litre, demi-litre) et du type d'emballage (brique, bouteille). A cette structuration s'est ajoutée la démarcation amont selon les conditions de production.

L'offre de produits ultra-frais proposée en GMS est encore plus variée, probablement la plus diversifiée au Monde tant les références sont nombreuses. Les touristes étrangers qui visitent pour la première fois un hypermarché en France sont ébahis par la longueur des linaires dédiés aux ultra-frais. Les fabricants font preuve d'innovation produits : ils créent de nouvelles recettes, lancent de nombreux nouveaux produits dont la plupart ne survivent pas à la période de lancement faute de succès. Les fabricants de marques nationales investissent aussi massivement dans la publicité pour animer cet univers, mais aussi dans les campagnes de promotion des distributeurs. En dépit de tels efforts, le marché intérieur des ultra-frais décline, en volume comme en valeur jusqu'en 2021, sous l'effet d'une structurelle déconsommation (-15%/2010 à 25,2 kg/hab. en 2021). Dans un contexte désormais inflationniste, qui risque d'accélérer la baisse de consommation, les transformateurs d'ultra-frais vont devoir faire des choix majeurs : adapter/resserrer leur offre voire restructurer leurs capacités de fabrication, structurellement excédentaires depuis plus de dix ans.

### France Terre de lait

A l'issue des Etats généraux de l'alimentation, le CNIEL a élaboré un plan filière qui proposait une montée en gamme de la production et des produits laitiers selon la segmentation suivante :

- Le développement de la bio, avec une perspective de doublement de la production (+600 M l) à l'horizon 2022, notamment via la progression des ventes en RHD,
- La consolidation des AOP avec notamment des cahiers des charges renforcés qui intègrent les attentes sociétales,
- La pérennisation de la production laitière de montagne, avec le développement en plus des AOP, de développement de la production fermière et de circuits de distribution locaux,
- Le développement de démarches collectives de segmentation selon des modes de production (pâturages, sans OGM) créatrices de valeurs ajoutées sur la base de cahiers des charges interprofessionnels.

Le CNIEL promeut également la réduction de l'empreinte carbone de l'élevage laitier français. Il a pour cela initié la démarche « La Ferme laitière bas carbone » qui vise à réduire les émissions de gaz à effet de serre des élevages laitiers français. En s'engageant avec la Ferme laitière bas carbone, les éleveurs bénéficient d'un accompagnement et de solutions sur mesure, adaptées à leur exploitation et à leurs ambitions. La démarche « Ferme bas carbone » ne donne pas lieu à une démarcation particulière. Toutefois, elle permet aux laiteries engagées de valoriser la réduction de l'empreinte carbone dans leur dé-

L'offre de fromages a aussi fortement évolué selon une logique de diversification des formes de consommation. Les industries fromagères ont aussi diversifié l'offre de fromages pour l'adapter à de multiples usages et instants de consommation : snacking, apéritif, cuisine... Ainsi cet élargissement de l'offre et des formes de consommation a permis de compenser la déconsommation de fromages dits « plateau » de fin de repas. L'univers des fromages comporte une offre variée de fromages à démarcation retardée (selon l'usage) à côté d'une offre au moins aussi variée de fromages AOP.



### Débouchés différents selon types de lait de vache

La destination des laits et produits laitiers diffèrent très nettement selon les types de lait. Les laits démarqués, SIQO comme hors SIQO, sont essentiellement transformés en

produits finis commercialisés surtout sur le marché intérieur (ménages et la RHD) secondairement à l'export.

Les laits AOP sont essentiellement transformés en fromages, très secondairement en beurre ou crème. Les laits bio sont essentiellement transformés en produits de grande consommation destinés aux ménages français. Les ventes de produits laitiers bios en RHD demeurent faibles et les exportations sont encore négligeables. Toutefois, il est difficile de mesurer la part des fabrications exportées à base de lait bio faute de codes douaniers spécifiques selon les types de lait (brebis, chèvre, vache, SIQO et non SIQO) à l'exception de quelques fromages bien spécifiques.

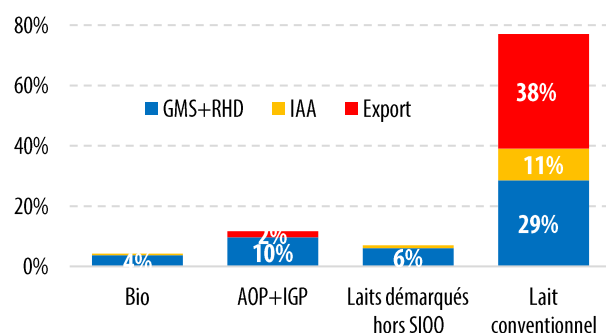
### Origine française du lait dans les produits finis vendus aux ménages

			Démarcation hors SIQO	CA en milliards €	Volume total vendu aux ménages
Laits liquides	10%	0%	15 à 20%	2,0	2,2 Mrds l
Crème	5%	8 à 10%		0,98	267 000 t
Beurre	3%	8 à 10%		1,95	276 000 t
Ultra-frais	5%	0%	négligeable	4,35	1675 000 t
Fromages	1 à 2% selon fromages	14% en volume 20% en valeur	négligeable	8,50	761 000 t

Source : GEB-Idele d'après diverses sources et estimations

Le mix produit des produits bio diffère nettement de celui des laits conventionnels. Les fabrications de laits conditionnés sont sur-représentées, comparées aux fabrications tous lait de vache. A l'inverse, celles de fromages sont sous-représentées tandis que celles de beurre et de crèmes conditionnés sont de même ampleur. En revanche, la part de la collecte transformée en poudres de lait bio est faible. Une part élevée et croissante de lait bio est toutefois déclassée et transformée en produits conventionnels.

### Destination des laits de vache selon les principaux débouchés en 2019



Source : GEB-Idele d'après SSP, Eurostat, IRI

Seule la moitié de la collecte nationale de lait conventionnel (73% de la collecte nationale en 2021) après 77% en 2019) est transformée en produits finis, l'autre moitié l'étant en divers ingrédients laitiers (beurre, crème, poudres de lait et de lactosérum) vendus aux industries agro-alimentaires et surtout

exportés. Les fabrications à base de lait conventionnel sont ainsi pour une petite moitié commercialisées sur le marché intérieur et pour l'autre exportées (mesurées en équivalent lait).

Le lait de vache bio est en revanche essentiellement transformé en produits finis vendus aux ménages et à la RHD, essentiellement en produits bio mais secondairement en produits non bio. Les fabrications de produits AOP & IGP sont essentiellement commercialisés en France et secondairement exportés. Les laits démarqués hors SIQO sont aussi massivement transformés en produits finis pour les ménages.

### Quel devenir pour la segmentation dans la filière laitière ?

Le retour de l'inflation et la perspective d'un nouveau ralentissement voire d'une récession économique vont-ils momentanément, ou plus durablement stopper la logique de segmentation de l'offre et de démarcation des produits qui étaient à l'œuvre dans la filière laitière ?

Bien avant cette fièvre inflationniste, la production de lait bio, qui était en plein essor, a subi un retournement de tendance dès la fin 2020. Le ralentissement des achats des ménages amorcé sera-t-il passager ou plus structurel ? Quoi qu'il en soit, le relais de croissance voulue et espérée dans la RHD s'avère compliquée voire difficile. Les collectivités locales, confrontées comme les ménages, à la flambée des coûts de l'énergie et des matières premières agricoles, vont devoir contenir leur budget alloué à la restauration scolaire.

Le retour de l'inflation, notamment provoquée par la flambée des prix de l'énergie puis de l'alimentation et désormais de tous les biens de consommation, va-t-il modifier conjoncturellement ou plus structurellement les comportements d'achats des ménages ? En 2022, ceux-ci ont déjà sensiblement réduit les volumes achetés et amorcé de sensibles changements dans leurs habitudes de consommation : descente en gamme vers des produits MDD voire premiers prix pour limiter la hausse des tickets de caisse ; déplacement des achats vers des produits moins transformés aux dépens des produits très élaborés ; changement de fréquentation de circuits de distribution....

Les ménages les plus pauvres sont logiquement les plus sensibles à la hausse des prix, mais l'inflation ne laisse pas indifférente les plus aisés. D'après une enquête menée par Harris Interactive en juillet 2022, près des 3/4 des consommateurs ont indiqué avoir modifié leurs habitudes d'achats alimentaires dès le printemps 2022. Parmi les changements majeurs : davantage de MDD (40%), changement de marque (29%) et changement de circuit de distribution (19%).

Après les produits laitiers, la déconsommation va-t-elle aussi affectée les fromages AOP plus chers que les fromages conventionnels, les produits démarqués hors SIQO ou les produits fermiers vendus en direct ? de même quelles conséquences sur la demande et l'offre de produits laitiers à démarcation retardée comme les ultra-frais et les spécialités fromagères ?