

# Le lait cru : créateur de valeurs ajoutées et partagées ?

**François Casabianca**, LRDE INRAE TERRA Corte

**Philippe Jeanneaux**, VetAgro Sup/UMR Territoires Lempdes

Colloque national  
Paris, 30 Janvier 2020

# Introduction – principaux messages

Le lait cru est approché comme

- un facteur de différenciation sur les marchés,
  - pour la création de richesses dans les territoires,
  - pour l'amélioration du bien-être des producteurs et des consommateurs
  - et pour la production de biens publics.
- 
- Valeur et valeurs / pas que monétaires,
  - A produire et à partager.

# Fromages au lait cru : une situation difficile à estimer

- **200 635 t** de fromage au lait cru par **372 établissements** (Agreste : Enquête annuelle laitière 2018)
- **154 567 t** de fromage au lait cru commercialisés sous AOP (INAO/CNAOL chiffres clés 2018)
- Un volume d'affaires estimé à **1,9 Mds€** (Estimation à partir des données Agreste et INAO/CNAOL)
- **75%** des fromages au lait cru sont des AOP
- **75%** des fromages AOP sont au lait cru
- Environ **6000** producteurs fermiers produisent environ **70 000 t**.
- Seulement **20%** de ces producteurs fermiers sont sous AOP
- Parmi les 46 AOP fromagères :
  - 19 autorisent la pasteurisation
  - 27 sont exclusivement au lait cru, dont les AOP aux plus forts volumes (Comté, Roquefort, Reblochon)



# Une dynamique de croissance

- **184 470 t** de fromage au lait cru en France en 2011  
Soit 14% de la production de fromage en France
- **200 635 t** de fromage au lait cru en France en 2018  
soit 10,5% de la production de fromage en France
- **+ 16 165 t soit 8,7%** de croissance en 8 ans dont 13 700 t par le lait de vache (Source Agreste 2011 et 2018 EAL)
- Toutes les spécialités fromagères sont concernées (Source : Agreste 2018)

Fromages de vache	
Fromages frais de vache	189
Fromages à pâte molle y.c. pâte filée	27 102
Fromages à pâte pressée non cuite	49 212
Fromages à pâte pressée cuite	91 003
Fromages à pâte persillée	1 173
Fromages de chèvre (yc frais)	10 638
Fromages de brebis (yc frais)	21 008
Autres fromages (notamment lait de mélange)	310
<b>Total des fromages</b>	<b>200 635</b>

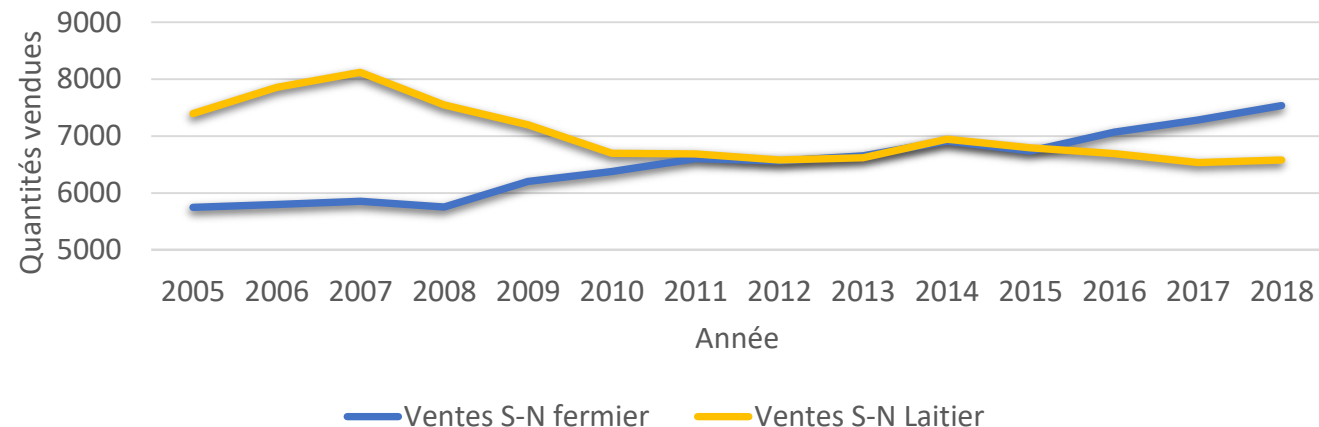
# Consentement positif à consommer et payer des consommateurs pour des fromages au lait cru

- Camembert au lait cru aurait un prix supérieur d'environ 80% au prix d'un camembert pasteurisé
  - Camembert au lait cru, en AOP et en AB aurait un prix 3 fois supérieur à celui d'un camembert pasteurisé
- (Recherche sur actes d'achats (réalisés en 2017 Kantar WorldPanel) Sylvette Monier, INRAE Toulouse)

Une majorité des 800 consommateurs invités à comparer des fromages a préféré les fromages au lait cru (Colonna et al. 2011) aussi bien en aveugle qu'avec l'information, sans ignorer les risques sanitaires potentiels.

Certains fromages au lait cru sont préférés à leur substitut produit avec du lait traité thermiquement  
Exemple : Saint Nectaire

Evolution ventes Saint-Nectaire  
Laitier/Fermier 2005-2018  
(Source CNAOL-INAO)



# Arbitrage entre coûts de production et de transaction

Produire des fromages au lait cru suppose de réduire les coûts de transaction =  
+ d'engagement + de responsabilité + de confiance + de cohésion

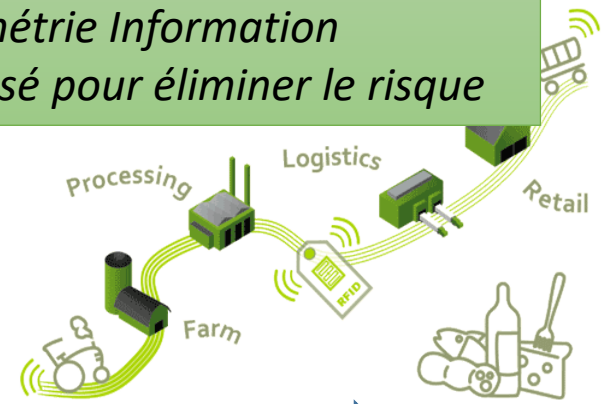


C  
o  
û  
t  
  
d  
e  
  
p  
r  
o  
d  
u  
c  
t  
i  
o  
n

**Filière intégrée**  
**Production fermière différenciée**  
*1 seule firme*  
*Pas de division des tâches*  
*Information complète*  
*Risque du fournisseur de lait défaillant plus faible*

**Fruitière ou PME fromagère**  
**Production artisanale différenciée**  
*Pas de division des tâches*  
*Contrôle social*  
*Risque du fournisseur de lait défaillant plus faible*

**La filière industrielle (baisse coût prod)**  
*Division des tâches*  
*Economie d'échelle*  
*Asymétrie Information*  
*Lait pasteurisé pour éliminer le risque*



Coûts de transaction



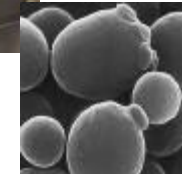
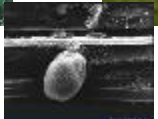
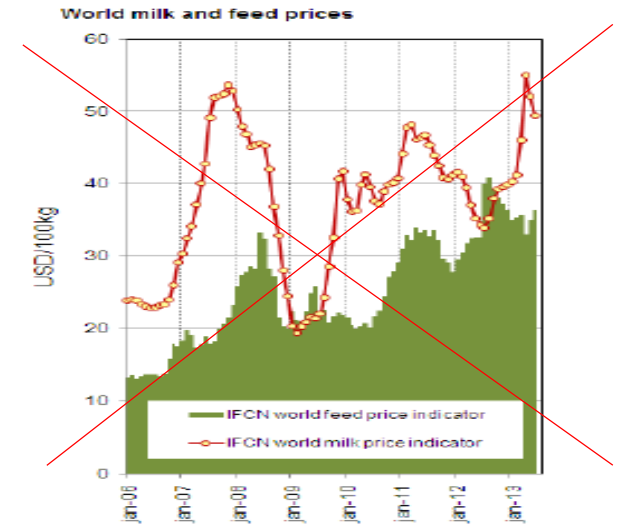
# Conditions de réussite pour produire la-les valeur-s

- Les fondements et conditions de réussite de la stratégie de différenciation basée sur le lait cru reposent sur

- ✓ la **maîtrise de l'offre** (pas de volatilité),

- ✓ la **gestion de la non-qualité** (destructions) et **du risque**,

- ✓ et la **valorisation agro-écologique des milieux** de production.



# Valeur et valeurs

- Produire au lait cru = élever des microbes et de respecter son terroir, suppose des savoir-faire et des **compétences**
- De ce point de vue, le contraste est fort entre
  - ✓ les producteurs fermiers qui disposent de vrais atouts des compétences pour mobiliser leurs réservoirs de flore utile, cultiver la diversité microbienne et la variété des goûts
  - ✓ et les producteurs laitiers qui sont fortement contraints des compétences de tri des laits, de stockage, de suivi et de conseil de « leurs » apporteurs
- **La relation aux milieux, aux paysages, à la culture des lieux... engendre une réputation.**





# Redistribution équitabile de la valeur : condition de base pour financer la prise de risque

- La redistribution équitabile de la valeur économique passe en grande partie par **le prix du lait**.

✓ Exemple du Mont d'Or :

Retour de valeur ajoutée pour l'effort,  
la prise de risque (2018) :

- ✓ lait standard conventionnel France = 32,4€/HL
- ✓ lait standard Franche-Comté = 36,3€/HL
- ✓ lait AOP massif du Jura = 54,5€/HL
- ✓ lait **Mont d'Or** = **57,0€/HL**



# Des régulations nécessaires et des enjeux de démocratie dans les territoires

- Travailler avec le lait cru
  - ✓ nécessite une régulation efficace à l'échelle des filières et des territoires,
  - ✓ et oriente les évolutions des **règles collectives**  
Le lien au terroir, le pâturage, les zones de couchage (le paillage en Brie de Meaux), l'interdiction de l'ensilage...
- La représentation des acteurs du lait cru dans les instances de décision
  - ✓ permet de nourrir les **délibérations**
  - ✓ accroît **l'attractivité du territoire**, par l'authenticité des aliments
  - ✓ et révèle les exigences de démocratie dans la **gouvernance** territoriale.

# Conclusion

La problématique du lait cru n'est pas que sanitaire ou biologique. C'est aussi une problématique de sciences sociales à la croisée de l'économie, la sociologie, les sciences politiques, les sciences de gestion...



Un ensemble de 3 leviers majeurs pour mettre à l'agenda le concept de valeur-s :

- **cultiver la différenciation permettant la création de valeur économique et son partage,**
- **repenser le rapport au vivant, à la nature, par l'observation, le respect.**
- **repenser le rapport entre les parties prenantes en stimulant la solidarité, la confiance, la cohésion.**