



Communiqué de presse

Paris, le 13 avril 2017

Assemblée générale FNCL 2017

LES ATOUTS DES COOPERATIVES LAITIERES FACE AUX NOUVELLES ATTENTES SOCIETALES

Les études le confirment davantage chaque fois. Les consommateurs et les citoyens sont de plus en plus attentifs à la qualité des produits qu'ils consomment, leur mode de production et de fabrication, le respect de l'environnement ou encore du bien-être animal. Ils se tournent de plus en plus vers une alimentation saine et naturelle, tout en cherchant à se faire plaisir. A l'occasion de son assemblée générale 2017, la FNCL a choisi de mettre en lumière les atouts des coopératives laitières pour répondre à ces nouvelles attentes, illustrés par le modèle d'entreprise lui-même et par la présentation de différentes initiatives d'entreprises.

Selon une récente enquête du Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), la fabrication française est devenue en 2016 le premier critère d'achat des consommateurs, avec comme motivation, la préservation des emplois et la garantie d'une plus grande qualité du produit et du respect de l'environnement. Face à la montée des inquiétudes sur l'alimentation, les Français ont besoin de rassurance sur les conditions de production et d'élevage, la garantie du bien-être animal, la non présence d'OGM ou d'antibiotiques. Selon le Credoc, le critère prix est en léger recul dans leurs préoccupations tandis que les garanties écologiques et le mode de production biologique sont logiquement en hausse.

Dans ce contexte, les coopératives laitières mettent en place différentes initiatives pour faire connaître aux consommateurs les spécificités et les atouts de leur modèle : lien direct des producteurs aux consommateurs, proximité et pérennité de l'activité économique et des emplois sur les territoires (de la production à la commercialisation, en passant par la fabrication), engagements en matière de traçabilité et de qualité...

La FNCL a choisi de présenter quatre démarches de coopératives qui s'engagent à répondre aux attentes des clients (grande distribution, restauration hors-domicile...) et, in fine, à celles des consommateurs :

- **Agrial** a lancé depuis deux ans une démarche d'innovation multi-filières baptisée « Grandeur nature ». Elle est chargée d'aider les associés-coopérateurs à développer des systèmes de production innovants, répondant aux attentes sociétales (moins de produits phytosanitaires, bien-être animal), qui pourront être partagés demain.
- **Candia (groupe Sodiaal Union)** a décidé de mettre en avant son modèle coopératif, avec une campagne de communication inédite sur les spécificités de ses produits, le bien-être animal, les

contrôles pour assurer la qualité, la collecte de lait sur l'ensemble du territoire, un approvisionnement 100 % français, des exploitations familiales...

- **Les Maîtres Laitiers du Cotentin** développent depuis un an une nouvelle marque baptisée « Campagne de France » permettant de valoriser les producteurs de la coopérative et la maîtrise de la filière de l'amont jusqu'à la transformation et la distribution via son réseau France Frais, avec des engagements de qualité et de proximité sur le territoire.
- **Terrena** déploie progressivement sa démarche globale « La Nouvelle agriculture », avec des critères qualitatifs et de productions spécifiques pour chacune de ses filières (moins d'intrants, sans OGM...), de l'amont (production) jusqu'aux produits finis vers les consommateurs, avec une marque dédiée.

« Les coopératives sont le prolongement des exploitations laitières de leurs adhérents, représentant ainsi un maillon unique entre la production et la transformation : bref, un circuit court. Elles permettent de mieux valoriser la production des éleveurs et de mieux répondre aux attentes des consommateurs et des citoyens, en matière de qualité, de traçabilité et de lien avec les territoires. Leur modèle de fonctionnement est un atout qu'elles mettent aujourd'hui en avant auprès des différents clients, et notamment les consommateurs », souligne Dominique Chargé, Président de la FNCL.

A propos de la FNCL

La Fédération Nationale des Coopératives Laitières (FNCL) a pour mission de représenter l'ensemble des coopératives laitières dont les métiers sont la collecte du lait et, pour la plupart d'entre elles, sa transformation en produits laitiers. La FNCL s'engage en faveur de la promotion de ce modèle économique performant, équitable et durable, qui permet l'existence d'une grande diversité de coopératives de tailles, de pratiques et de statuts différents. En France, au sein de la FNCL, 40 groupes coopératifs et près de 200 coopératives « fruitières », collectent et valorisent le lait produit par leurs associés-coopérateurs. La coopération laitière représente 55 % du lait produit et collecté, et 45 % du lait transformé pour un chiffre d'affaires de 11 milliards d'euros en 2015. Plus de 50 % des producteurs de lait en France sont les associés d'une coopérative.

Contact presse – Agence Pressario :

Hortense Grégoire : 01 46 24 19 80 - hortense.gregoire@pressario.fr

Amandine Millot : 01 46 24 92 93 – amandine@pressario.fr