

Bilan positif des coopératives laitières dans leur adaptation aux marchés !

Exemples d'adaptation aux marchés
mis en avant lors de l'Assemblée générale 2014 de la FNCL



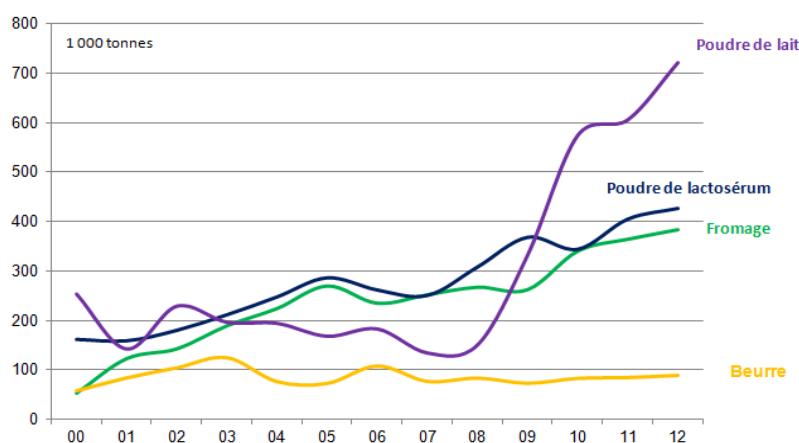
La FNCL - Fédération Nationale des Coopératives Laitières - décrypte les grandes tendances des marchés nationaux et internationaux dans lesquels évoluent les coopératives laitières. Au regard de ce contexte, la Fédération accompagne les coopératives laitières face à ces enjeux économiques et structurels. Pour ce faire, elle dresse le panorama des pistes et stratégies mises en place par les coopératives laitières au regard de la sortie des quotas : un bilan tourné vers l'export déjà positif et une volonté de se consolider sur le marché intérieur.

L'EXPORT : UNE OPPORTUNITE NOUVELLE POUR LES COOPERATIVES LAITIERES

A la conquête des marchés mondiaux

Depuis plus d'une décennie, **des opportunités commerciales croissantes naissent sur les marchés français, européens et internationaux, ces derniers connaissant depuis 2010 un regain visible de compétitivité.** De nouvelles opportunités se présentent pour l'industrie laitière française, avec, entre autres, l'émergence des classes moyennes dans les pays en développement, grandes consommatrices de produits laitiers. A titre d'exemple, les importations de poudres de lait des BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) ont atteint 110 000 tonnes début 2008 pour plafonner à 710 000 tonnes fin 2012. De la même manière, les importations de fromages, sous la barre des 100 000 tonnes en 2000, dépassent les 400 000 tonnes depuis 2012*.

Cumul des importations de produits laitiers des BRIC (Brésil + Russie + Inde + Chine)



Source : CNIEL / Comtrade

Cependant, si ces opportunités sont bien réelles, des écueils subsistent pour l'industrie laitière française. **En particulier, la volatilité du prix des produits laitiers s'est accrue** de manière forte comparé aux prix stables du lait institués par la politique des quotas : la poudre de lait écrémé a, par exemple, connu un prix mondial moyen de 2 500 € la tonne ces dernières années... avec des variations allant de 1 300 € à 4 200 € la tonne**. Par ailleurs, **de nombreux concurrents, déjà présents sur le marché**, cherchent eux aussi à gagner en part de marché à l'international, qu'il s'agisse de la Nouvelle-Zélande, l'Australie, les Etats-Unis ou encore de certains états des Balkans.

L'enjeu pour les coopératives laitières et les autres acteurs de la filière : saisir les opportunités

Les coopératives laitières françaises, qui représentent 56 % du lait collecté en France, sont, par nature, très variées tant par leur taille, leur territoire que par leurs activités, développant des gammes de produits très divers.

Comme le souligne Benoît Rouyer, Directeur du département Economie et Territoires du CNIEL : « *La taille et le mix-produit vont déterminer dans quelle mesure chaque entreprise laitière peut investir le marché intérieur et international. On sait par exemple que le lait infantile et le fromage fondu fabriqués en France auront un rayonnement commercial international, tandis que l'emmental et les pâtes molles seront destinés avant tout au marché européen, et les spécialités régionales, en priorité au marché français. Une seule certitude : s'il y a une véritable dynamique de croissance des exportations, qui représentent 6,9 milliards d'euros tous produits laitiers confondus, le marché de détail français reste incontournable avec un potentiel de 15,4 milliards d'euros chaque année.* »

ENTRE EXPORT ET MARCHÉ INTERIEUR : A CHAQUE COOPERATIVE, SA STRATEGIE !

Dominique Chargé, président de la FNCL, souligne : « ***Depuis plusieurs années, la FNCL mène un travail de fond auprès et avec les coopératives laitières pour les préparer aux nouveaux enjeux de 2015. Ces travaux sont bâtis autour de trois piliers : l'accompagnement de la dynamique sociétariat, la maîtrise de l'équation laitière et le travail sur la performance économique.*** »

L'accompagnement des associés-coopérateurs demeure essentiel à l'aune de la levée des quotas : chaque coopérative, qui dispose de ses propres caractéristiques de taille et d'activité, adopte une stratégie avec ses associés-coopérateurs et fait des choix pour profiter des différents débouchés à sa portée :

- **Sur quels marchés se développer ?**

- Le marché intérieur, à consolider nécessairement avec un potentiel en valeur avec l'innovation, la segmentation voire l'hyper-segmentation, la réponse aux nouvelles attentes des consommateurs (qualité des produits, traçabilité et proximité, environnement...)
- Les marchés aux différents exports : Europe et pays émergents, avec de fortes opportunités en volume comme en valeur.

Ces deux marchés, en fait complémentaires, sont cruciaux pour les coopératives laitières si elles veulent se consolider et moins dépendre du marché français miné par des relations industrie-commerce tendues.

- **Comment investir pour augmenter la production et/ou se diversifier ?**

- Augmenter sa capacité de production comme Eurial pour la mozzarella à Luçon, pour une capacité portée à 20 kilotonnes ;
- Faire le choix de développer des produits à haut potentiel à l'export, comme la poudre de lait. On peut citer en exemple la nouvelle tour d'Eurosérum à Pont-sur-Saône (70), pour un budget de 35 millions d'euros.
- Développer des produits à valeur ajoutée comme chez Laïta avec les pâtes pressées à hauteur de 18 millions d'euros (Ploudaniel).

- **Quels partenariats nouer ?**

Du partenariat industriel à la fusion, en passant par des alliances logistiques ou commerciales, les coopératives laitières ont opéré ces dernières années un travail important de restructuration et de consolidation, pour répondre aux enjeux de la nouvelle donne mondiale.

« L'un des nouveaux grands défis sera celui de la maîtrise de la volatilité qui va impacter l'ensemble des maillons de la chaîne laitière. Pour les producteurs, cela signifie redevenir entrepreneurs et piloter la gestion de leur exploitation ; pour chaque coopérative, c'est développer une stratégie gagnante, propre à ses produits et aux marchés pouvant être investis. Relever ce défi est possible grâce à l'essence même de la coopération laitière, « Ensemble, on est plus fort ! » » ajoute Dominique Chargé.

* Chiffres CNIEL / Comtrade

** Chiffres CNIEL / USDA

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. Elle fédère, défend et représente les intérêts de ces coopératives et de leurs associés-coopérateurs. 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, 50 groupes coopératifs et près de 200 coopératives « fruitières », collectent et valorisent le lait produit par 42 000 associés-coopérateurs et 20 000 salariés. La coopération laitière représente 56 % du lait produit et collecté, et 45 % du lait transformé pour un chiffre d'affaires de plus de 11,2 milliards d'euros en 2012. 50 % des producteurs de lait en France sont les associés d'une coopérative.

Contacts presse Hopscotch

Perrine Carriau – 01 58 65 10 30 – pcarriau@hopscotch.fr

Cécilia Derrien – 01 58 65 01 25 – cderrien@hopscotch.fr