



Période 4 – Épisode GéoConso – Annexe 4

## LA FILIÈRE DU LAIT

### 1. Les circuits

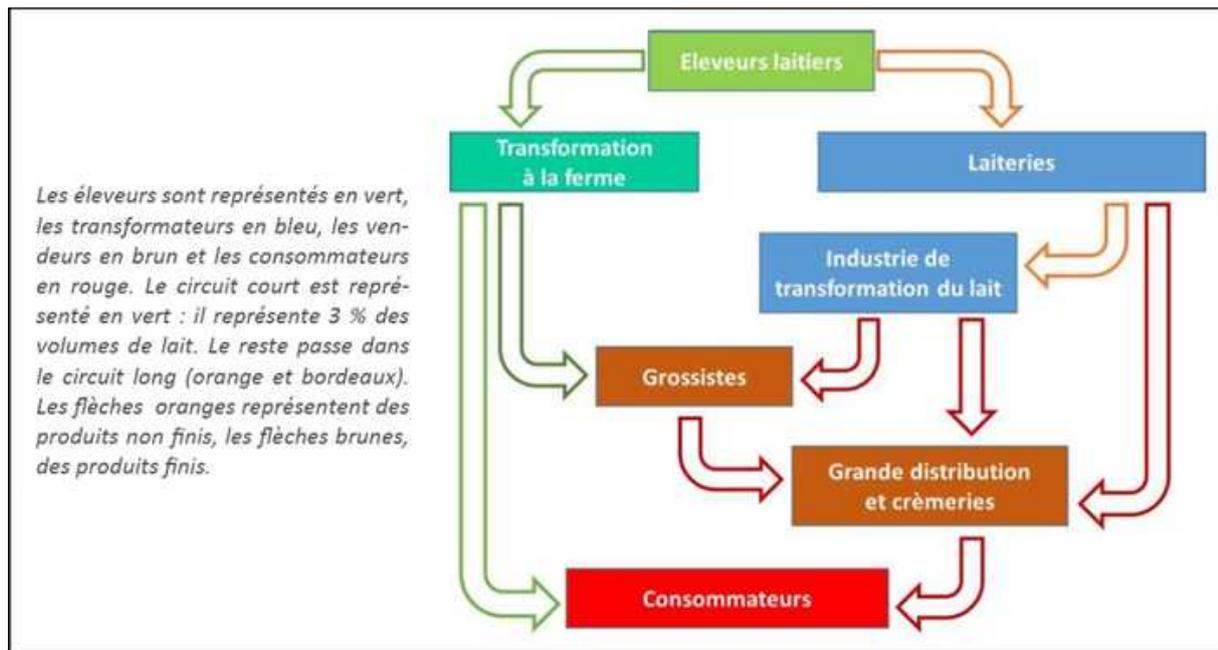


Figure 1 – Schéma de la filière laitière (source: NatPro « Pistes d'avenir pour le secteur laitier wallon : Conclusion des consultations citoyennes – Nov.2016 »)

Pour plus d'informations : <https://www.produits-laitiers.com/le-parcours-du-lait/#dans-les-laiteries>

Et : <http://www.filiere-laitiere.fr/fr/chiffres-cles/filiere-laitiere-francaise-en-chiffres>

#### Le schéma montre deux circuits :

- Producteurs (livreurs) → laiteries → industries → distributeurs → consommateurs : circuit majoritaire
- Producteurs → consommateurs : vente directe (aucun intermédiaire) : circuit minoritaire (7%) .

**On peut en ajouter un troisième appelé :** circuit court (1 intermédiaire maxi)

- Producteurs → transformateurs --> consommateurs (14%)

Pour plus d'informations sur la distinction entre vente directe et circuit court : <https://blog.marchedici.fr/14-vente-directe/68-difference-entre-vente-directe-et-circuits-courts.html>

## 2. La provenance

Le lait se garde peu de temps, il faut donc que les laiteries se situent à proximité des lieux de production. Il y a en donc partout dans la France.

# Le lait de consommation “Made in France” c’est : 24 000 emplois ancrés en régions

Les activités des laiteries sont ancrées en régions, pour être au plus près des producteurs de lait pour leur collecte. En France, une douzaine de sociétés conditionnent du lait de consommation sur une trentaine de sites répartis sur tout le territoire. Au total, la filière représente environ 24 000 emplois : 6 000 emplois directs et environ 18 000 emplois.



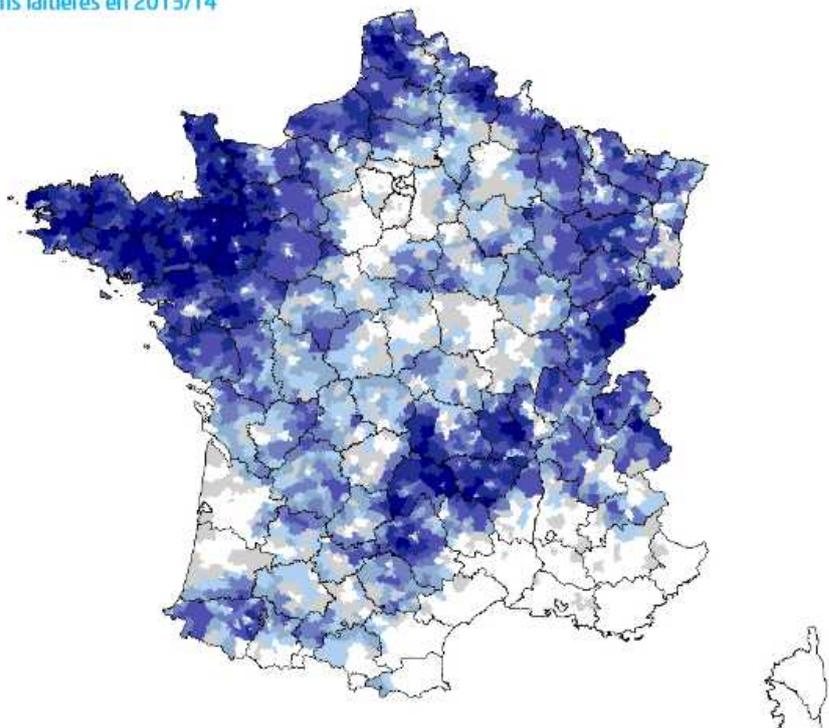
Numéros	Localisation	Groupe / Société
1	ST POL	CANDIA
2	CAMBRAI	CANDIA
3	PETIT FAYT	LACTALIS
4	ABBEVILLE	LACTINOV
5	CLERMONT	LACTALIS
6	BRAINE	LACTINOV
7	HOERDT	ALSACE LAIT
8	SOTTEVAST	MLC
9	ST DENIS DE L'HOTEL	LSDH
10	PLOUDANIEL	LAITA
11	L'HERMITAGE	LACTALIS
12	CESSON SEVIGNÉ	CORALIS
13	VITRE	LACTALIS
14	POINT SCORFF	UCA LORCO
15	CAMPBON	CANDIA
16	ST PERE EN RETZ	LAITERIE DE ST PERE
17	LE LUDE	CANDIA
18	LOCHES	LAITERIE DE VERNEUIL
19	VARENNES SUR FOUZON	LSDH
20	AUZANCES	TERRA LACTA
21	THEIX	CANDIA
22	VIENNE	CANDIA
23	SAINT ETIENNE	CANDIA
24	CLAIX	TERRA LACTA
25	RODEZ	LACTALIS
26	MONTAUBAN	LACTALIS
27	LONS	LACTALIS

Source Syndilait 2016

Carte 1 : Répartition des effectifs d'exploitations laitières en 2013/14

Nombre d'exploitation ayant livré du lait  
Campagne 2013/14, données par canton

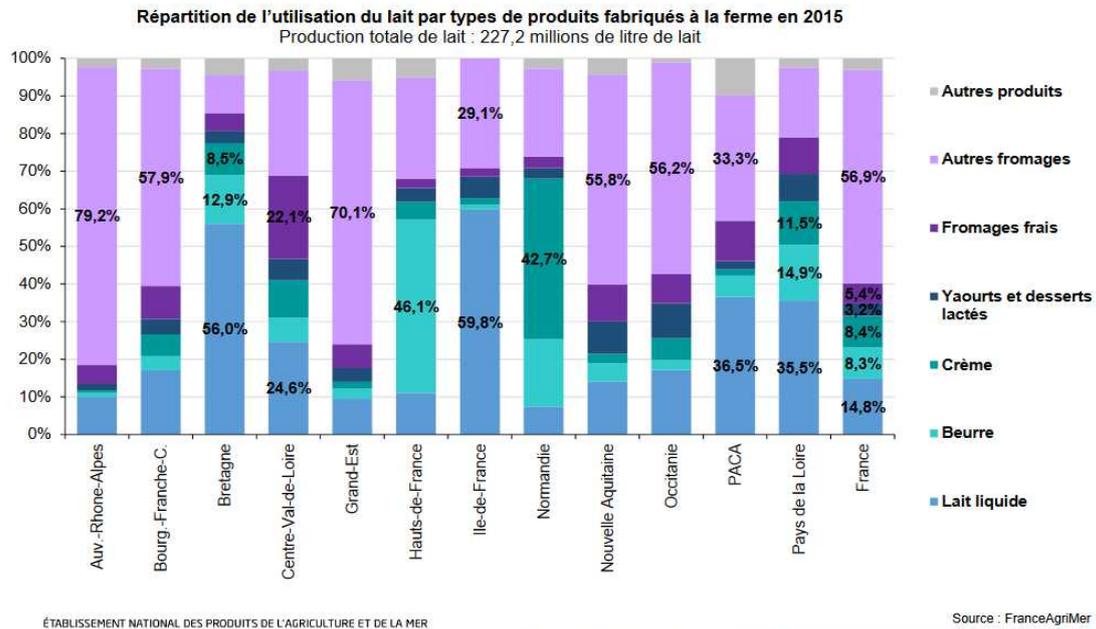
- plus de 100 exploitations
- de 51 à 100 exploitations
- de 21 à 50 exploitations
- de 11 à 20 exploitations
- de 6 à 10 exploitations
- de 3 à 5 exploitations
- Secret statistique
- Pas de livreurs



Source : FranceAgriMer

## Schéma 1 - les fermes qui livrent du lait qui sera conditionné en bouteilles

### Des informations sur l'utilisation du lait selon les régions



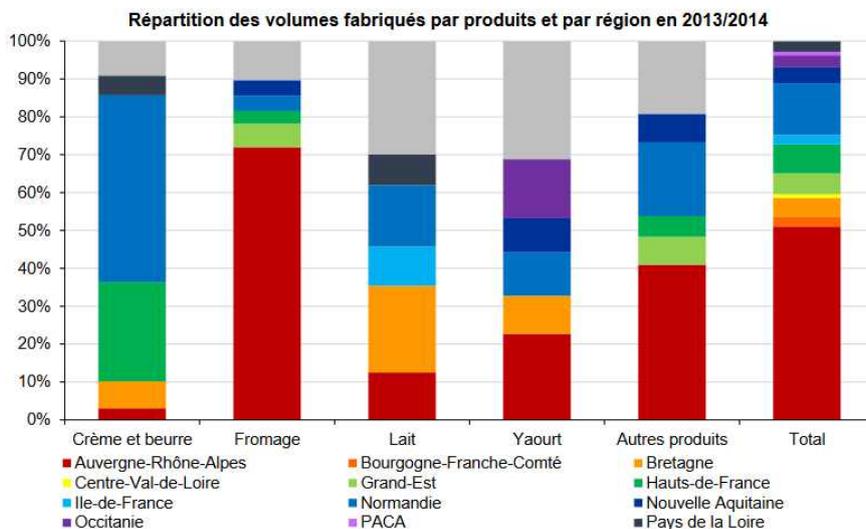
Si l'on compare les deux cartes, on comprend :

- Qu'une partie seulement des fermes produit du lait qui sera vendu en bouteilles, une autre partie sera transformée.
- Le lait en bouteilles provient essentiellement d'un arc ouest – nord – est, mais principalement de l'ouest.

→ Mettre en perspective les provenances trouvées sur les bouteilles à l'aide de l'estampille.

## Schéma 2 - Vente directe par région et par produit

### ... et une approche géographique des fabrications



La région Auvergne-Rhône-Alpes transforme 51% du lait de vache français produit dans les exploitations pour la vente directe.  
 -> Grâce notamment aux fromages AOP de cette région : Abondance, Beaufort, Bleu, Cantal, Fourme d'Ambert, Reblochon, Saint Marcellin, Saint Nectaire, Salers, Tomme de Savoie...

ÉTABLISSEMENT NATIONAL DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Source : FranceAgriMer

En étudiant ce graphique on comprend, même si le découpage fait référence aux régions et non aux bassins laitiers que la part de la vente directe de lait reste faible, sauf en Bretagne et en Normandie. Il semble que dans la partie Grand-Est, elle ne soit pas développée.



Par conséquent, la distribution se fait essentiellement dans les supermarchés ou assimilés, comme le montre ce tableau.

## 4. COMMERCIALISATION DES PRODUITS LAITIERS

### 4.1. UNE DISTRIBUTION QUASI EXCLUSIVE EN GMS

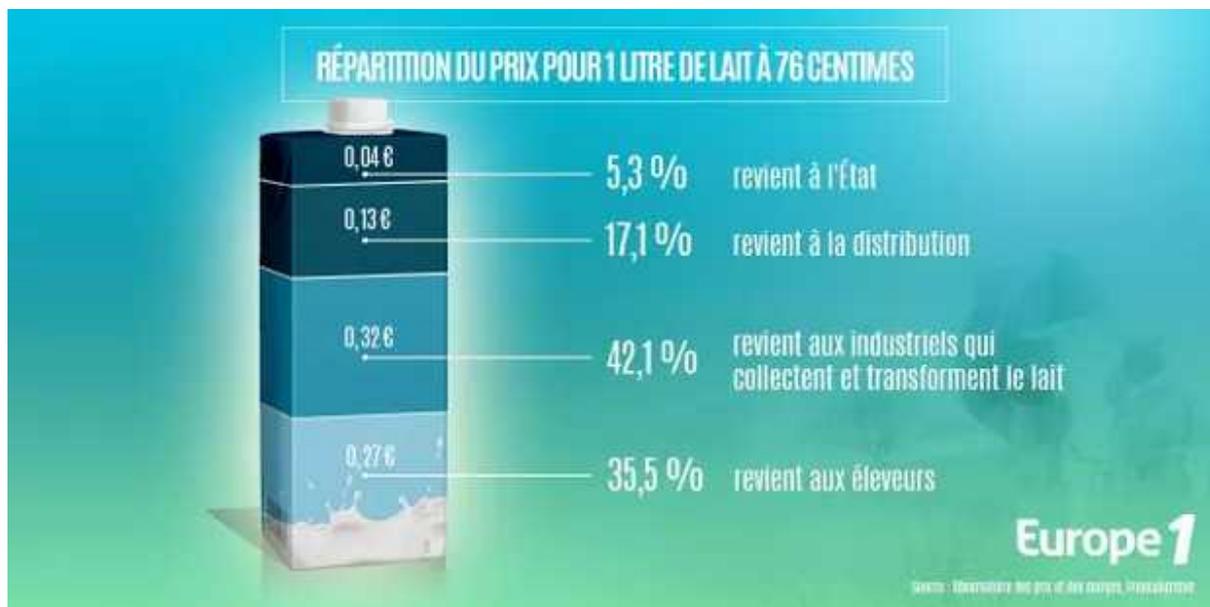
C'est bien évidemment la GMS (Grande et Moyenne Surface) qui concentre ce volet de la filière, mais de manière quasi monopolistique : 98% des produits laitiers sont achetés en GMS.

	Lait liquide	Ultra Frais	Beurre	Crème	Fromage
<b>Hypermarchés</b>	50%	51%	49%	48%	48%
<b>Supermarchés</b>	29%	31%	33%	32%	30%
<b>Hard Discount</b>	19%	16%	15%	18%	17%
<b>Autres</b>	2%	2%	3%	2%	5%

*Circuits de distribution des produits laitiers en France  
Source : BASIC d'après Nielsen, 2009*

### 3. Pour aller plus loin

**Infographie 1** – La part qui revient au producteur-livreur pour 1L de lait



## Infographie 2 – Évolution du prix du lait



*Extrait d'un article de La France Agricole du 05/09/2018*

**Une part qui varie selon les années.** Le porte-monnaie des éleveurs ne dépend donc pas que des fluctuations du prix du lait sur un marché mondialisé, mais aussi des négociations avec les industriels qui collectent et transforment le lait.

Source : <https://www.europe1.fr/economie/combien-les-agriculteurs-gagnent-ils-sur-une-bouteille-de-lait-2829988>

Le prix n'est pas anodin, car il faut bien voir que le nombre des exploitations agricoles tournées vers l'élevage diminue.