



La revue francophone sur les fourrages et les prairies

The French Journal on Grasslands and Forages

Cet article de la revue **Fourrages**,
est édité par l'Association Française pour la Production Fourragère

Pour toute recherche dans la base de données
et pour vous abonner :

www.afpf-asso.org



AFPF – Maison Nationale des Eleveurs – 149 rue de Bercy – 75595 Paris Cedex 12
Tel. : +33.(0)1.40.04.52.00 – Mail : contact@afpf-asso.fr

Association Française pour la Production Fourragère

Le « Lait de Pâturage » : quelles significations et incidences dans un groupe laitier comme Arla Foods ?

M. Nidercorn

Est-il possible d'apporter une plus-value pour du lait standard produit à l'herbe ? Le groupe coopératif Arla Foods Amba a mis en place en 2013 le «Lait de Pâturage». Présentation de la mise en œuvre de ce nouveau produit, répondant à une demande des consommateurs et dont le marché se développe progressivement.

RÉSUMÉ

Arla Foods est un opérateur clé sur le marché des produits laitiers et il cherche à améliorer la valeur ajoutée de ses produits dans l'intérêt des producteurs de ce groupe coopératif. Le Lait de Pâturage est une production contractuelle, pour du lait produit par des vaches qui pâturent au moins 6 heures par jour, pendant au moins 120 jours. Le Cahier des charges est présenté dans ses grandes lignes, ainsi que les contraintes industrielles de ce produit de niche. Pour les éleveurs, le gain économique est de 5 €/t de lait mais la plus-value est nettement plus large : leur image est positive, confortée. La production est passée de 25 millions de litres en 2013 à plus de 270 millions de litres, produits par 500 producteurs en 2017.

SUMMARY

Meadow Milk: the relevance and impact of a contract farming program undertaken by the Arla Foods cooperative

Is it possible for conventionally produced milk from grass-fed cows to be viewed as having added value? The international cooperative Arla Foods is a major player in the dairy industry, and it is looking to improve the added value of its products and thus benefit its members. For example, in 2013, it created the Stichting Weidegang, or Meadow Milk, program in response to consumer demand. In this contract farming program, participating farmers must allow their dairy cows to graze at least 6 hours a day for at least 120 days. Here, we present an overview of the program's requirements and the industry-related constraints faced by this niche product. Dairy farmers stand to earn 5€ more per ton of milk, but the added value goes beyond economics: their product is promoted and receives an image boost. Milk production climbed from 25 million litres in 2013 to 270 million litres in 2017. By 2017, 500 dairy farmers were participating.

La recherche et le développement des produits d'Arla suivent une vision établie de longue date. Il s'agit d'être acteur de l'avenir de l'économie laitière et d'offrir au consommateur, partout dans le monde, santé et inspiration, et cela, de la façon la plus naturelle possible ! C'est dans ce concept que s'inscrit la production de « Lait de Pâturage » d'Arla Foods. Mais tout cela n'est réalisable que si le producteur en tire aussi bénéfice, car ce dernier reste

la base du concept et le maître des décisions au sein d'une coopérative. Avant de lancer de tels projets, il convient de bien définir le cadre pratique, et les contraintes que cela impose à l'ensemble des acteurs de la filière. Cela doit d'abord rester praticable dans une exploitation laitière et en usine, mais aussi et surtout crédible pour le consommateur.

AUTEUR

Chargé de Mission, Arla Foods Deutschland GmbH, Im Scheid 1, Pronsfeld (Germany) ; marc.nidercorn@arlafoods.com

MOTS CLÉS : Allemagne, aspect économique, innovation, pâturage, prairie, production laitière, secteur agroindustriel.

KEY-WORDS : Agroindustry, dairying, economic aspect, Germany, grassland, grazing, innovation.

RÉFÉRENCE DE L'ARTICLE : Nidercorn M. (2016) : «Le «Lait de Pâturage» : quelles significations et incidences dans un groupe laitier comme Arla Foods ?», *Fourrages*, 230, 123-126

1. Présentation de Arla Foods

■ Son histoire...

L'histoire d'Arla Foods démarre, en 1881, avec la fondation des premières laiteries, au Danemark et en Suède. C'étaient de petites entités locales. A partir de 1970, l'histoire laitière s'accélère en Scandinavie, avec la coopération entre la Danoise MD Foods et la Suédoise Arla. Cela aboutit à la fusion des deux entreprises en 2000, créant ainsi un groupe coopératif : Arla Foods Amba.

Cette **coopérative** représente aujourd'hui 12500 adhérents, producteurs de lait, répartis dans 7 pays européens. Ils produisent, à ce jour, environ 14 milliards de litres de lait par an. Durant ces 30 années, les coopératives historiques se développent, en Scandinavie, au Royaume-Uni, mais aussi hors d'Europe. La stratégie visée : apporter de la valeur ajoutée au lait produit par les producteurs, au travers de produits de marque, de produits de niche, ou encore de produits avec appellation d'origine.

Le cœur de l'Europe était encore un marché à ouvrir. C'est ce qui va se passer à partir de 2011, au travers de nouvelles fusions avec des opérateurs majeurs et surtout complémentaires d'Arla Foods, comme MUH (Milch Union Hoheifel) ou Hansa Milch.

■ Que produit Arla Foods ?

Les produits lactés liquides représentent 42 % du chiffre d'affaires, les fromages, 25 %, le beurre et les matières grasses tartinables, 13 %, et les poudres de lait et de lactosérum, 12 % soit un total d'environ 10 milliards €.

Les produits Arla sont distribués dans plus de 100 pays dans le monde. Arla est un opérateur clé sur **l'ensemble des familles de produits laitiers**, avec 3 marques mondiales majeures : Castello pour le fromage, Lurpark pour le beurre et Arla en tant que marque propre pour la plupart des autres produits et produits de niche. C'est dans ce cadre qu'a été développé le Lait de Pâturage.

■ Pourquoi entrer dans une démarche de niche ?

La mission de Arla consiste à **assurer pour l'activité laitière des producteurs la valeur ajoutée la plus élevée possible afin de leur offrir des perspectives de croissance**. Arla s'inscrit dans un contexte où il faut *offrir ce qui se vend*, et le consommateur demande de la naturalité et des produits bons pour la santé...

2. Le Lait de Pâturage

■ Le cahier des charges...

Le lait provient exclusivement de vaches laitières qui, sur une période donnée de l'année, pâturent un temps

minimum. Ces exigences sont établies dans le **cahier des charges** « *Stichting Weidegang* ». C'est le programme hollandais de Lait de Pâturage. Il faut **que les vaches pâturent au moins 6 heures par jour, pendant au moins 120 jours**, entre mai et octobre. Il faut aussi **respecter une surface minimale disponible au pâturage**. Notre cahier des charges prescrit de ne pas dépasser en moyenne 10 vaches par hectare de surface totale pâturée sur l'année (chargement global sur la surface pâturée). **Le mode et la conduite du pâturage du troupeau** sont également à documenter dans le cahier de pâturage et à illustrer sur un plan parcellaire. La proportion en fourrages grossiers de la ration hivernale, mais également de la ration complémentaire estivale, est à prendre en compte. La part du maïs fourrage ne peut pas excéder 50 % de l'ensemble des fourrages grossiers.

Mais la désignation Lait de Pâturage n'est pas protégée et peut donc être adaptée selon les exigences d'une laiterie ou d'un client. Des régions à fort potentiel herbager sont privilégiées pour la production et la collecte de ce type de lait.

■ Un développement progressif

A l'automne **2013**, la grande distribution nous demande les premières quantités. De petits volumes ont été **mis sur le marché : 25 millions de litres** (volume annuel produit par les producteurs). Le Lait de Pâturage est positionné comme un produit de marché de niche, placé entre le lait de grande consommation et le lait biologique. Les consommateurs étaient en demande d'un **produit intermédiaire**. **Progressivement, les besoins se sont accrus**, passant de 25 à 35 millions de litres, puis 75, jusqu'à atteindre **120 millions de litres de lait fin 2016**. Le produit est destiné au marché intra-européen, et principalement l'Allemagne et les Pays-Bas. Des fabrications fromagères spécifiques sont aussi réalisées dans nos usines du sud de l'Allemagne, mais commercialisées surtout régionalement.

Fin 2016, la production de Lait de Pâturage s'est combinée avec l'obligation d'être reconnue sans OGM. En 2017, le besoin est de 270 millions de litres, produits par 500 producteurs et répartis sur trois de nos sites de production. La production se répartit en produits fromagers, en lait frais et UHT.

3. Mise en œuvre...

Deux niveaux d'organisations s'imposent : d'une part, chez le producteur et, d'autre part, à l'usine et pour la collecte de lait. Le Lait de Pâturage étant considéré comme un produit de niche, il convient d'adapter la collecte aux volumes demandés par le marché. C'est sur ce principe que les choses ont débuté. Mais il a fallu aussi **adapter la collecte de façon à disposer de la matière première en quantité suffisante pour la fabrication**. Le besoin en Lait de Pâturage était de 25 millions de litres par an, ce qui représentait un volume journalier de 40000 litres soit environ

2 camions par jour. Sur un site qui transforme environ 3,5 à 4 millions de litres par jour, les problèmes de séparation ont été un vrai casse-tête organisationnel pour l'usine.

Une fois les volumes à mettre en marché connus, il a fallu cibler une zone de collecte nous permettant d'être le plus dense possible, en termes de collecte, proche de l'usine, et où les producteurs étaient à même de respecter le cahier des charges. La zone germanophone de la Belgique répondait alors au mieux à ces critères.

■ Chez les producteurs

Une liste de candidats est établie après information des producteurs sur le projet et ce, jusqu'à concurrence des volumes à mettre en marché. Chaque producteur est alors audité par la laiterie, pour vérifier s'il remplit bien toutes les **conditions du cahier des charges Lait de Pâturage** :

- En matière documentaire :

- être en règle avec les obligations officielles administratives ;
- exploitation impérativement auditée Arlagaarden (programme qualité d'Arla) ;
- enregistrement du pâturage sur un cahier de pâturage ;
- illustration du parcellaire pâturé sur une carte annotée ;
- contrôle de la qualité du lait ;
- cahier d'enregistrement des médicaments et traitements vétérinaires impérativement tenu à jour ;
- bons de livraison des aliments achetés et des fourrages grossiers achetés doivent être documentés ;
- contrôle visuel du bon état des installations et des abords de l'exploitation ;
- contrôle de la présence/absence d'animaux dans les bâtiments durant la saison de pâture ;
- état des parcours entre bâtiments et prairies ;
- état de confection, de conservation et types de silos d'ensilage durant la saison de pâture (même approche pour les silos d'hiver) ;
- contrôle de l'état des animaux ;
- présence ou modèle de contention des animaux au pâturage ;
- alimentation en eau des animaux au pâturage.

- Les points à clarifier durant l'audit :

- quel modèle de pâturage est appliqué sur l'exploitation (tournant, full grazing, au fil) ? ;
- procédures en cas de fortes chaleurs (stress des animaux) ;
- procédures en cas d'épizootie ;
- rations complémentaires en été et ration d'hiver.

Si le cahier des charges est rempli, un contrat spécifique est signé avec les producteurs, spécifiant les droits et

devoirs de chacune des parties entre laiterie et producteurs, en matière de production de Lait de Pâturage. Le producteur perçoit alors un **complément de prix** sur sa paie de lait, et cela sur l'ensemble du lait produit sur l'année. Ce complément s'élève à **5 €/tonne de lait**.

Dès que les producteurs ont eu leur premier audit, une organisation de certification indépendante (Qlip B.V.-NL) audite 1/3 des exploitations sur le même schéma. Si ces exploitations passent l'audit avec succès, un certificat est établi pour l'ensemble du groupe. Toutes les exploitations sont auditées à périodicité fixe d'une fois tous les trois ans. Cette règle change, en 2016, avec une partie d'audits inopinés et une autre sur une évaluation du risque de non-respect des critères du cahier des charges.

■ A la collecte et en usine

Dès que la liste des producteurs participant au programme est définie, le service logistique met en place la collecte. C'est **une collecte spécifique** qui est organisée à partir de camions sortant du lavage. Il ne doit pas rester de matière résiduelle avant la collecte de laits crus spécifiques ! Une dénomination spécifique est apportée à l'entrée en usine. Avant toute opération de dépotage, un rinçage de l'unité complète est nécessaire, toujours dans l'esprit qu'il n'y ait pas de mélange avec des laits d'autres origines, ou destinés à d'autres fabrications. Le lait peut alors entrer en fabrication sur des unités spécifiques (notamment lors de l'embouteillage), assurant ainsi une traçabilité complète de l'origine et de la spécificité du produit. **Annuellement, un audit est réalisé par une organisation indépendante.** Dans notre cas, c'est la société néerlandaise Qlip B.V. qui conduit l'audit usine et collecte du lait. C'est cette même société qui administre d'une manière générale le programme Lait de Pâturage de *Stichting Weidegang*. A partir d'un carton de lait distribué dans une enseigne, il faut remonter la traçabilité jusqu'aux producteurs, en assurant la spécificité du produit. Chaque phase du processus est contrôlée durant l'audit, depuis la collecte en ferme jusqu'à la mise en stock des palettes avant expédition, en passant par les opérations de dépotage, de lavage des camions et des installations. Ces coûts supplémentaires de traitement du « Lait de Pâturage » sont couverts par le client final.

4. Quels intérêts pour les producteurs ?

Les éleveurs ressentent **une certaine fierté de participer**. Et leur ressenti s'exprime dans plusieurs registres :

- le pâturage est un facteur de bien-être animal ;
- l'image de l'élevage est améliorée, mais c'est aussi **leur propre image d'agriculteur qui s'en trouve confortée** : ils « véhiculent une image positive » ;
- le pâturage contribue à l'entretien de l'espace naturel, des surfaces herbagères ;
- la production de Lait de Pâturage n'exige pas d'investissement financier ;

- les coûts d'alimentation sont réduits... et parallèlement, la valeur ajoutée augmente et est reconnue
(le complément de prix pour l'éleveur est de 5 €/t de lait).

Conclusion

La mise en place de ce projet a fait ressortir plusieurs points clés : permettre un maintien des modèles existants d'exploitations en particulier herbagères dans les zones herbagères, leur donner une légère plus-value parce que leur lait se différencie du standard, maintenir une certaine activité laitière dans la région mais aussi, et parallèlement, se différencier à l'étalage, avec un produit au marketing bien spécifique.

Cependant, servir un marché de niche dans le cadre d'une entreprise de très grandes dimensions n'est pas chose aisée. Cela doit se réfléchir dans une logique de stratégie d'entreprise, intégrant les marchés de l'entreprise, les moyens humains et techniques permettant de répondre à la demande et d'assurer la crédibilité aux clients. Il a fallu plusieurs mois à Arla pour vérifier l'ensemble de ces paramètres avant de lancer le projet ! Plus généralement, la consommation est très segmentée et chacun doit pouvoir trouver des produits répondant à ses propres attentes, et cela toute l'année. Sans cela, le consommateur se détourne vers ce dont il est certain qu'il le trouvera tout au long de l'année. Cette segmentation de produit peut être locale, régionale, voire nationale ou internationale. C'est ce que l'on constate en Allemagne avec cette demande très forte de la grande distribution en produits laitiers garantis sans OGM. Aux Pays-Bas, c'est plutôt une demande en produits laitiers issus d'animaux pâturant une partie de l'année. Au final, il est essentiel de **rester à l'écoute du ou des marchés qui s'orientent en partie vers la « naturalité » des produits**, et c'est bien ce que recherche Arla Foods au travers de son slogan : « *der Natur ein Stück näher !* » (un peu plus proche de la Nature).

Intervention présentée aux Journées de l'A.F.P.F.,
«Le pâturage au cœur des systèmes d'élevage de demain»,
les 21 et 22 mars 2017