

Le camembert AOP, caution d'une filière laitière dans l'impasse



LES AUTEURS :

- ▶ Elyne Etienne, Responsable Élevages, Fondation pour la Nature et l'Homme
- ▶ Thomas Uthayakumar, Directeur des programmes et du plaidoyer, Fondation pour la Nature et l'Homme
- ▶ Isis Bogino, Chargée de mission, Fondation pour la Nature et l'Homme
- ▶ Christophe Alliot, Directeur des études, Le BASIC
- ▶ Maylis Labusquière, Responsable pôle société civile, Le BASIC

REMERCIEMENTS :

- ▶ Thibault Leperlier, éleveur laitier biologique et AOP Camembert de Normandie
- ▶ Jocelyn Pesqueux, éleveur laitier normand, membre du bureau de la Fédération Nationale des Producteurs de Lait
- ▶ Florian Dereix, éleveur laitier biologique
- ▶ Benoit Duval, Président de l'ODG Camembert de Normandie
- ▶ Adrien Desplat, co-fondateur de l'Alterfixe
- ▶ Pascal Orvain, Président de l'Organisme de Sélection de la race normande
- ▶ Cédric Garnier, conseiller Inosys réseaux d'élevage bovins lait, Chambre régionale d'agriculture de Normandie
- ▶ Loïc Adam, Président de France OP Lait

Cette publication fait suite à la contribution de novembre 2023 « Filière laitière : mieux partager la valeur pour assurer un élevage durable en France » et à son rapport de recherche élaboré en collaboration avec

BASIC
Bureau d'Analyse Sociétale
d'Intérêt Collectif



PUBLICATION RÉALISÉE AVEC LE SOUTIEN FINANCIER DE :



- ▶ **Photos** : iStock ; P. Parchet ; publikhaus-Freepik ; Manuguf-Wikipedia ; BéatriceLouise-wikimedia
- ▶ **infographies** : Paula Torrente, Fondation pour la Nature et l'Homme

LA RESPONSABILITÉ DES INFORMATIONS ET DES POINTS DE VUE EXPOSÉS DANS CE RAPPORT INCOMBE AUX AUTEURS ET N'ENGAGE EN RIEN LES PARTENAIRES, NI LES PERSONNES INTERROGÉES DANS LE CADRE DE L'ÉTUDE.

SOMMAIRE

Introduction 4

Le modèle du Camembert AOP de Normandie : 6
un modèle minoritaire mais qui pose des jalons
pour tendre vers l'agroécologie

La bataille du camembert illustre les enjeux
d'une filière de plus en plus inéquitable. 9

- Le camembert industriel, majoritaire, tire sa valeur du marketing
- Le camembert industriel : un transfert de valeur au profit des acteurs de l'aval et au détriment des éleveurs

Terroir, gouvernance, environnement 13
enseignements à tirer et recommandations
pour un élevage laitier durable

Nos recommandations 14

- Recommandations générales
- Recommandations spécifiques aux AOPs

INTRODUCTION

La récente crise agricole en France a fait émerger de nombreuses revendications, dont celle de la juste rémunération des agriculteurs. Dans le secteur laitier, cet enjeu central a fait l'objet dernièrement de nombreuses manifestations d'éleveurs, dans le cadre de négociations commerciales tendues avec certains acteurs de l'agroalimentaire¹.

Pour tenter d'objectiver l'inégale répartition de la valeur dans ce secteur, la FNH a publié une étude en novembre 2023², dont les résultats sont édifiants. **Alors que les bénéfices nets des entreprises agroalimentaires et des enseignes de la grande distribution ont augmenté de 61 % entre 2018 et 2021, les éleveurs laitiers gagnent toujours moins d'un SMIC à l'heure, financé à 84 % par les subventions publiques³.**

À l'occasion du **prochain Salon international de l'agriculture, dont la vache laitière Oreillette est la nouvelle égérie**, la FNH souhaite :

- ▶ Rétérer son éclairage sur l'injuste répartition de la valeur et les **asymétries de pouvoir dans le secteur laitier**. Pour l'illustrer, elle met un coup de projecteur sur le produit phare de cette vache normande : le Camembert de Normandie sous Appellation d'Origine Protégée (AOP).
- ▶ Rappeler que le modèle fourrager **majoritairement herbager dans lequel s'inscrit Oreillette n'est pas représentatif du secteur laitier français**, et semble même menacé.

Alors qu'Oreillette contribue à l'image d'Épinal de l'élevage laitier, cette égérie n'est en effet pas représentative de tous les élevages laitiers français. Seulement **7,8 % des vaches laitières françaises sont de race normande** (28 % en Normandie) et **80 % du lait collecté en France est produit de manière conventionnelle** (c'est-à-dire hors labels officiels de type bio, AOP, label rouge, contrats tripartites, etc).

Ce modèle conventionnel dominant est marqué par 3 grandes tendances qui s'accroissent aujourd'hui (intensification des pratiques, spécialisation et agrandissement-concentration des exploitations⁴), et qui sont à l'origine d'impacts environnementaux et socio-économiques de plus en plus inquiétants. Ces grandes tendances sont également à l'œuvre en Normandie, pourtant traditionnellement caractérisée par ses bocages et ses vaches à l'herbe.

Le marché global du camembert (et la bataille qui se joue entre le camembert AOP et le camembert « industriel »⁵), illustre bien les enjeux de la filière laitière :















- ▶ Aujourd'hui, **plus de 9 camemberts vendus sur 10 ne sont pas sous Appellation d'Origine Protégée (AOP)**⁶. Ils sont fabriqués à partir de lait conventionnel (80 % du lait produit en France) dont les pratiques de production sont de plus en plus intensives : 10 % des vaches n'ont pas accès au pâturage et au moins la moitié des vaches sont élevées dans des systèmes maïs-soja déforestant⁷.
- ▶ **Ces camemberts, issus d'un lait conventionnel, et produits de manière industrielle, semblent faire l'objet d'une appropriation de l'aura du camembert AOP**. En effet, l'image positive des camemberts industriels est liée à un marketing qui promeut le terroir normand sans avoir les caractéristiques de l'AOP de Normandie, inscrites dans un cahier des charges (part de vaches normandes, processus de fabrication, etc.).



- Cette substitution d'attributs tangibles liés au terroir par des attributs liés au marketing se traduit par une **captation de la valeur économique du camembert par les acteurs de l'aval de la filière**. Entre 2001 et 2022, le coût de la matière première agricole (qui permet d'approximer la part reçue par l'éleveur sur le prix du produit final) a baissé de 11 %, alors que les marges brutes des industries de la transformation et de la distribution ont respectivement augmenté de 61 % et de 39 % sur la même période⁸.

La FNH reste convaincue qu'il existe des **modèles d'élevage - à soutenir - mêlant rémunération et durabilité environnementale** (conditionnés à des critères sur le terroir, l'environnement, et la gouvernance). Néanmoins, la situation actuelle nous incite à rester lucides : **sans rémunération digne des éleveurs et avec un marché oligopolistique, la transition agroécologique sera impossible**, et sauver l'élevage restera un vœu pieux.

Deux réalités derrière un « même » fromage

	 CAMEMBERT « INDUSTRIEL »	 CAMEMBERT AOP
% DE CAMEMBERT VENDU	90 %	10 %
% DE VACHES NORMANDES	< 28 %	82 %
ACCÈS À L'EXTÉRIEUR GARANTI		
PRIX DE VENTE DU LAIT	 Fluctuant	 Stable
CRÉATION D'EMPLOIS		
RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS		
ALIMENTATION	 Herbe + maïs + soja	 Herbe majoritaire
GOUVERNANCE	 Asymétrie de pouvoir	 Système démocratique

LE MODÈLE DU CAMEMBERT AOP DE NORMANDIE :

un modèle minoritaire mais qui pose des jalons pour tendre vers l'agroécologie

En France, seulement 20 % du lait est issu de démarches engagées (labels officiels de type bio, AOP, label rouge, contrats tripartites, etc) contre 80 % de lait conventionnel. Parmi ces 20 %, une part mineure permet la fabrication du Camembert de Normandie (AOP).

Si l'on s'attarde sur **le modèle de cette AOP, on peut en conclure qu'il englobe des pratiques en général plus durables** que la moyenne des pratiques agricoles conventionnelles, que ce soit au travers de son cahier des charges, des pratiques moyennes adoptées (plus exigeantes que les critères minimaux de son cahier des charges), ou encore des primes instaurées par les laiteries.

D'un point de vue socio-économique :

- ▶ **La rémunération du lait AOP est supérieure à celle du conventionnel. Il est surtout plus stable,** grâce à un prix de base majoritairement déconnecté du marché mondial auquel s'ajoutent des primes selon différents critères qualitatifs et environnementaux.
- ▶ **Le nombre d'emplois par ferme est supérieur :** les élevages bovins laitiers AOP comptent en moyenne 2,08 équivalent temps plein (ETP) contre 1,65 ETP en conventionnel⁹.
- ▶ **Le renouvellement des générations** semble mieux assuré, avec un âge moyen des associés d'exploitations de 47 ans¹⁰ contre 52 ans en conventionnel.
- ▶ **L'obligation du lait cru dans la production de Camembert de Normandie incite fortement les producteurs et les transformateurs à s'organiser en plus petites unités et à adopter des pratiques plus sobres et plus artisanales¹¹** (compte tenu des contraintes sanitaires liées au lait cru).
- ▶ **Le cahier des charges restreint cette AOP à une aire géographique circonscrite, l'AOP contribuant donc au développement économique** et à la création d'emplois non délocalisables. Pour cette AOP spécifique, ce sont 450 fermes mobilisées et 16 fabricants¹².



Délimitation géographique des exploitations et ateliers de production de AOP Camembert de Normandie.

Source : Agreste Normandie. (2018). Atlas agricole de la Normandie.

D'un point de vue environnemental, et malgré des disparités au sein des systèmes d'élevage engagés dans cette démarche, **la moyenne des indicateurs environnementaux de toutes les exploitations approvisionnant l'AOP est au global plus vertueuse** que la moyenne des pratiques des exploitations conventionnelles.¹³ En effet¹⁴ :

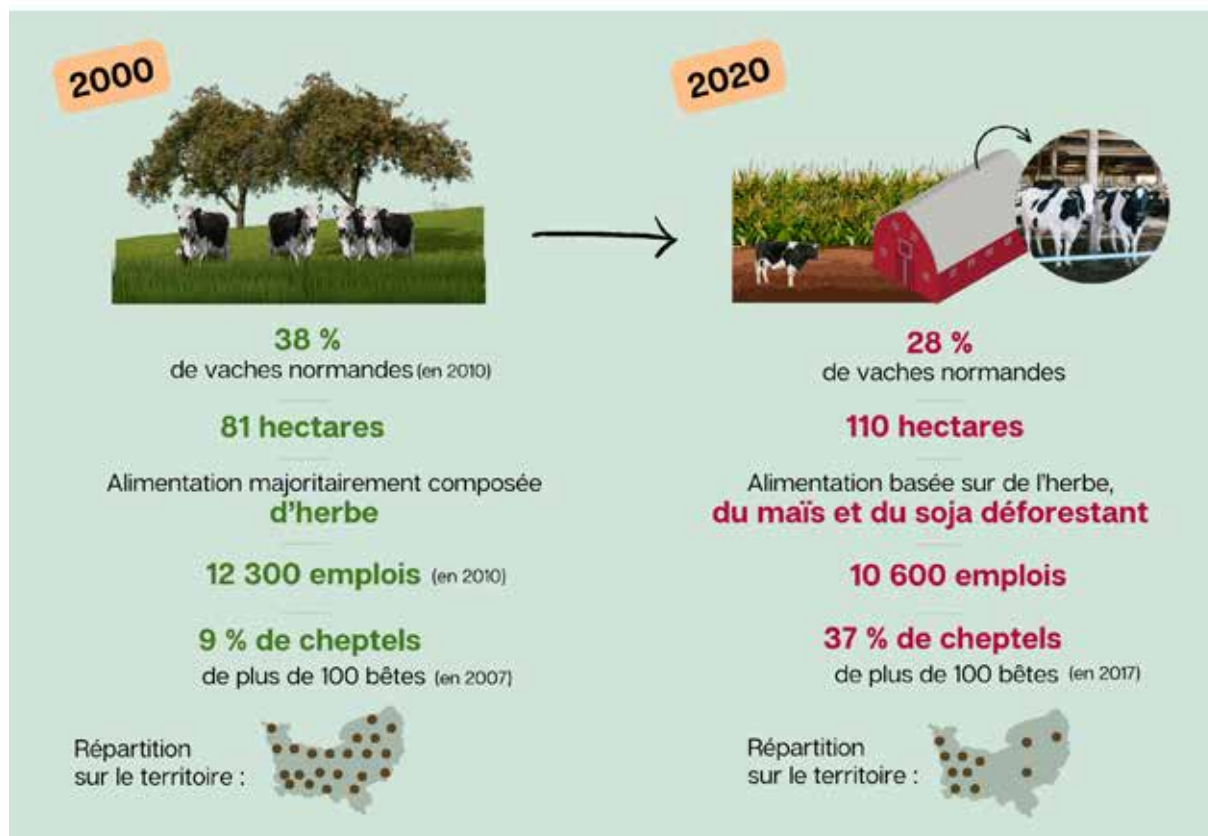
- ▶ **Sur la part de race normande dans le troupeau** : le cahier des charges exige un minimum de 50 %, le taux moyen est de 82 %, et les laiteries offrent des primes aux éleveurs à 100 %. Cette race est consubstantielle d'un mode de production qui valorise les fourrages de la ferme, majoritairement herbagers.
- ▶ **Sur l'alimentation** : le cahier des charges exige un minimum de 6 mois de pâturage mais la part d'herbe est finalement plus importante (74 % de la surface fourragère principale). Les laiteries ont aujourd'hui intégré dans leurs contrats avec les élevages AOP une alimentation sans OGM (donc sans soja OGM déforestant), qui devrait bientôt être imposé par le cahier des charges.

- ▶ **Sur les intrants de synthèse** : seule l'urée est interdite dans le cahier des charges. Ce point constitue selon nous un axe à renforcer dans l'AOP et justifie de privilégier le double label AOP et Agriculture Biologique, qui ne représente que moins de 3 % des volumes en AOP Camembert aujourd'hui.¹⁵

En moyenne, les systèmes laitiers engagés dans cette démarche se démarquent donc par des systèmes plus durables, plus sobres, et plus résilients. **Cela contraste avec l'intensification en cours du territoire normand dans son ensemble :**

- ▶ Le troupeau moyen est passé de 38 à 82 vaches entre 2000 et 2020, pendant que le nombre d'exploitations baissait de 59 %, et qu'entre 2001 et 2022, la production de lait augmentait de 18 %¹⁶.
- ▶ La part de vaches normandes est passée de 38 à 28 % entre 2010 et 2020, soit une baisse d'un tiers en 10 ans¹⁷.

Évolution des élevages laitiers normands en 20 ans : le constat est cru



En conclusion, **l'élevage laitier sous AOP normande permet de préserver le modèle herbager et bocager (caractérisé par la présence de nombreuses haies), traditionnel en Normandie, ainsi qu'un tissu socio-économique local.** Cet ensemble de pratiques et de savoir-faire locaux constitue ainsi des jalons intéressants pour tendre vers un modèle agroécologique ambitieux, avec un fort ancrage territorial, respectueux de l'environnement et plus rémunérateur pour les éleveurs. Même si la démarche d'amélioration continue sur le plan environnemental doit se poursuivre, l'AOP Camembert pose donc bien les jalons vers une agroécologie plus ambitieuse.

Quid des autres AOPs ? L'exemple du Comté et de sa gouvernance

Tous les fromages AOP ne se valent pas, mais certains d'entre eux s'inscrivent dans la transition agroécologique. Par exemple, le lait destiné à la fabrication du comté se distingue par un modèle plus vertueux que la production de lait conventionnel. Bien entendu, il existe des éléments à améliorer d'un point de vue environnemental¹⁸, mais cette AOP est parvenue à tirer son épingle du jeu en structurant une filière plus favorable aux éleveurs et à l'environnement que les filières fromagères conventionnelles.

L'AOP Comté se distingue ainsi par un usage exclusif de la marque permettant des négociations commerciales plus favorables aux éleveurs, une gouvernance où les

décisions sont prises à l'unanimité pour éviter la prédominance de certains acteurs dans les votes, des négociations entre producteurs et transformateurs à « livre ouvert » sur les coûts et prix de chacun, et enfin un système de régulation des volumes de production permettant de maintenir des prix rémunérateurs pour les éleveurs.

Tirer le secteur laitier vers le haut, c'est s'inspirer de ces démarches (notamment notamment sur les pratiques de gouvernance et de transparence) ou encore aller puiser dans d'autres labels plus exigeants sur le volet environnemental comme l'Agriculture Biologique (AB).



LA BATAILLE DU CAMEMBERT ILLUSTRE LES ENJEUX D'UNE FILIÈRE DE PLUS EN PLUS INÉQUITABLE

Aujourd'hui, dans un supermarché, plus de 9 camemberts sur 10 ne respectent pas le cahier des charges AOP, et sont donc des camemberts produits de manière industrielle. Ainsi, **l'image du camembert en tant que produit typique d'un terroir et d'un savoir-faire artisanal ne correspond plus à la réalité des fromages industriels disponibles en rayon** pour les consommateurs (qui achètent leurs produits laitiers à 95 % dans la grande distribution¹⁹).

LE CAMEMBERT INDUSTRIEL, MAJORITAIRE, TIRE SA VALEUR DU MARKETING

Le camembert industriel, quelle que soit la marque, est produit à partir d'un lait qui ne respecte pas de cahier des charges spécifique et pour lequel il n'y a pas de traçabilité. En effet, bien que 83 % des camemberts soient fabriqués en Normandie, cela n'assure pas de traçabilité ou de qualité précises puisque cette région est la deuxième région productrice de lait²² et qu'elle a justement tendance à s'intensifier pour produire des volumes de lait toujours plus conséquents²³.

Cette absence de traçabilité précise (due à un processus de collecte à grande échelle d'un lait ensuite mélangé, standardisé et homogénéisé) implique que les différences de prix entre camemberts industriels, observées en magasin, ne se justifient pas par des caractéristiques spécifiques du lait (composant pourtant le produit final à plus de 99 %) mais par le marketing utilisé dans chaque gamme de produits. Ces gammes sont détenues par 2-3 entreprises agroalimentaires très majoritaires sur ce marché, ainsi que des Marques De Distributeurs (MDD) :

- ▶ Le marché du camembert industriel est dominé par quelques géants économiques : Lactalis, Savencia et Sodiaal. Ils détiennent 63 % du marché des fromages à pâte molle (camemberts, bries, coulommiers)²⁴.
- ▶ Lactalis est de loin le leader du marché avec sa marque Président qui représente à elle seule plus d'un camembert sur 4 vendus chaque année en France (sans compter ses marques Lanquetot et Le Petit, également bien connues du grand public)²⁵.
- ▶ Savencia et Sodiaal se sont en partie unies dans la société Compagnie des fromages & RichesMonts (CF&R), issue d'une fusion partielle entre eux, et commercialisent ensemble les camemberts Coeur de Lion et Le Rustique.
- ▶ Les marques de distributeurs (MDD) représentent quant à elles 30 % du marché²⁶.

Comment expliquer les inégalités croissantes au sein de la filière laitière dans son ensemble ?

Les bénéfices des acteurs de l'aval ont augmenté de 61 % entre 2018 et 2021. Selon la FNH²⁰, cela s'explique par :

- ▶ Une augmentation historique de la consommation de produits laitiers (multipliée par 2,4 entre 1960 et 2021).²¹
- ▶ La concentration des acteurs de l'aval (structurés en oligopoles industriels et économiques).
- ▶ Le rôle grandissant du marketing qui déconnecte le prix des produits de la matière première agricole (le lait collecté). Cela signifie que quel que soit le prix du camembert au supermarché, un éleveur conventionnel est payé au même prix par l'industriel.

En parallèle, une bataille juridique est en cours (cf. encadré ci-après) concernant l'utilisation par des marques privées de la mention « Fabriqué en Normandie », associée à des symboles (présentés sur les paquets de fromage) renvoyant dans l'imaginaire collectif au Camembert de Normandie (AOP), pouvant ainsi potentiellement induire en erreur le consommateur²⁷. Il en est ainsi de la boîte en carton, des blason et village normands, de la race normande, de la nappe à carreaux, de la mention « moulé à la louche », ou encore du seau de lait cru.



Un camembert Marque de Distributeur.



Publicités pour trois camemberts de marque privée.

En effet, avec du lait conventionnel qui a été standardisé et sans respecter de cahier des charges spécifique, certains camemberts ont des prix - ramenés au kilo - similaires (voire supérieurs) à des camemberts AOP :

- ▶ Le camembert Lanquetot à 13 euros / kg.
- ▶ Le camembert Le Rustique « extra coulant » à 14,79 euros / kg.
- ▶ Le camembert AOP MDD à 13 euros / kg.
- ▶ Le camembert AOP de la laiterie Gillot à 16,60 euros / kg.

Finalement, grâce à ces stratégies de marketing, le secteur de la transformation imite la valeur que le terroir a dans l'imaginaire collectif, à savoir :

- ▶ Des pratiques agricoles plus vertueuses.
- ▶ Un territoire et savoir-faire artisanal spécifique (autour du lait cru).
- ▶ Un meilleur partage de la valeur.

Mais le camembert industriel n'a pas ces caractéristiques. Cette imitation des valeurs du terroir crée un transfert de valeur économique des éleveurs vers les industriels (cf. ci-après).

Le terroir : un attribut utilisé par l'industrie agroalimentaire au détriment de l'AOP



Bataille judiciaire sur le camembert entre géants agroalimentaires et représentants de l'AOP Camembert de Normandie

Après plus de trois ans de bataille judiciaire en défaveur des industriels qui utilisent la mention « fabriqué en Normandie » sans AOP, le Conseil d'État a affirmé en décembre 2023 la légalité de deux marques industrielles plus anciennes que l'AOP (il s'agit de *Le Père normand* (Savencia) et de *Le Fameux normand* (Lactalis)²⁸).

Pour les autres, elles peuvent faire référence à la Normandie, mais seulement à l'arrière de leur boîte. Ces marques devraient donc se mettre en conformité avec cette décision, même si d'autres démarches juridiques sont toujours en cours.

À noter que certaines laiteries fabriquant du camembert AOP sont détenues par des entreprises agroalimentaires, à l'image de Lactalis, premier vendeur de camemberts AOP. Si ce géant est majoritaire en volume au sein de cette filière, son nombre de voix est néanmoins plafonné au sein de l'Organisme de Défense et de Gestion (ODG) des fromages normands, règle fixée afin de conserver une pluralité dans la gouvernance du fromage.

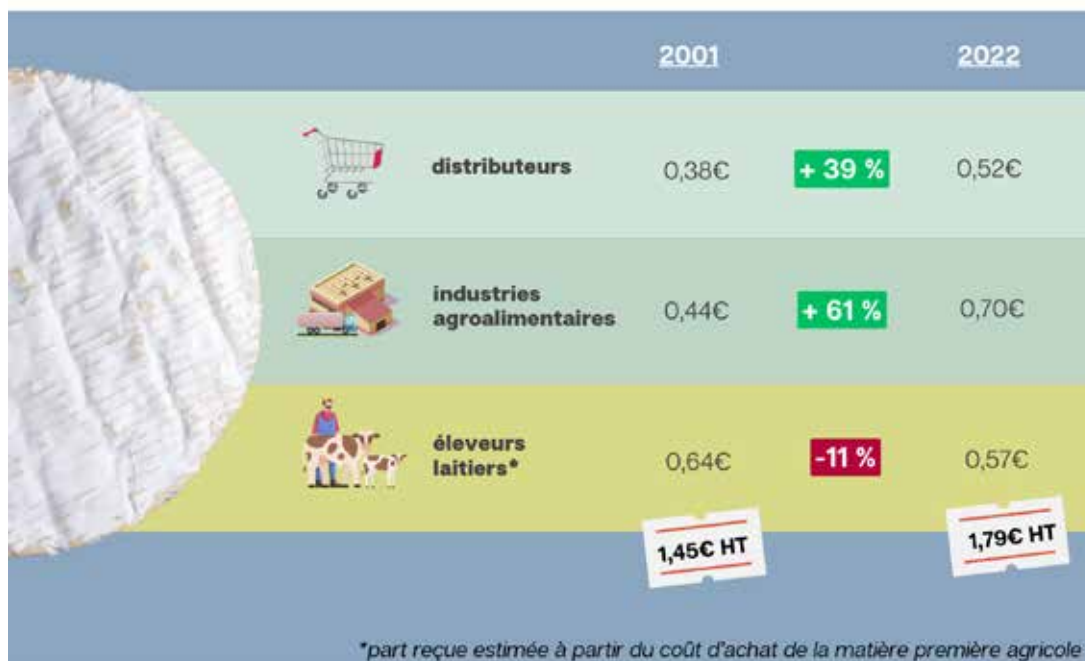
LE CAMEMBERT INDUSTRIEL : UN TRANSFERT DE VALEUR AU PROFIT DES ACTEURS DE L'AVAL ET AU DÉTRIMENT DES ÉLEVEURS

Le camembert industriel est devenu ultra dominant dans les ventes réalisées, la marge des acteurs de l'aval a donc augmenté au détriment des éleveurs :

- ▶ Alors qu'en 2001, sur un camembert moyen à 1,45 euro, le coût de la matière première agricole (que l'on peut désigner par « part reçue par l'éleveur sur le prix final d'un produit » pour simplifier la compréhension) était de 0,64 euro, elle est en 2022 de 0,57 euro, soit 11 % moins cher, sur un camembert à 1,79 euro hors taxe.
- ▶ En revanche, la marge brute dont bénéficie le secteur de la transformation a augmenté de 61 % (passant de 0,44 à 0,70 euro), et celle des enseignes de la grande distribution de 39 % (passant de 0,38 euro à 0,52 euro).

Éleveurs laitiers : grands perdants de l'industrialisation du camembert

Évolution sur 20 ans de la part perçue par chaque acteur de la filière sur la vente d'un camembert de 250g.



Bras de fer entre deux géants du camembert industriel et des associations d'organisations de producteurs laitiers

Lactalis et Savencia, deux géants du camembert industriel, sont en conflit avec les associations des organisations de leurs producteurs (OP) respectifs (L'Unell et Sunlait), en raison d'un prix du lait proposé aux éleveurs jugé insuffisamment élevé par rapport à leurs coûts de production.

Sur 8 entreprises dominantes sur le marché, Savencia et Lactalis font partie des 3 entreprises proposant les prix les plus bas (avec Agrial) en 2023 et en janvier 2024 (cf. graphique). Différentes actions juridiques, mobilisations, et des recours aux médiateurs sont en cours pour fixer le prix du lait proposé aux éleveurs en 2024. Ceux-ci font néanmoins état de pression de la part de Savencia, qui menaçait d'arrêter la collecte chez les producteurs adhérents aux organisations de producteurs de Sunlait s'ils ne quittent pas cette association d'ici le 8 mars²⁹. Une décision de justice récente prolonge le contrat en cours - initialement censé s'arrêter le 8 mars -, jusqu'au 31 octobre, en espérant que les deux parties trouvent une solution d'ici là³⁰.

Dans un très récent rapport sur l'élevage bovin, la Cour des comptes notait que la loi Egalim, censée sanctuariser les coûts de production de la matière première agricole, n'était pas respectée (en raison de la concentration des acteurs et asymétrie de pouvoirs qui en découle) et que cela devait désormais faire l'objet de sanctions³¹.



Comparaison du prix du lait fixé par différents géants agroalimentaires aux éleveurs, en 2023 et janvier 2024³².

TERROIR, GOUVERNANCE, ENVIRONNEMENT :

enseignements à tirer et recommandations pour un élevage laitier durable

Si tous les cahiers des charges des 51 AOPs laitiers existants en France n'offrent pas tous des garanties environnementales³³, socio-économiques, ou encore de gouvernance, ce mode d'organisation est en tout cas un bon outil pour permettre de faire contrepoids face aux fortes asymétries de pouvoir qui caractérisent la filière laitière. Combiné à des critères environnementaux exigeants, il est une des réponses à la crise que connaît actuellement le secteur.

La FNH plaide donc pour une transition de la filière laitière vers plus de durabilité en réorientant les subventions publiques (qui représente en moyenne 84 % des revenus des éleveurs) et au travers d'un meilleur partage de la valeur. Cela passe par la promotion de modes de production plus durables, qui répondent aux trois principes suivants :

- ▶ Des systèmes extensifs et herbagers, privilégiés par certaines AOP (dont le Camembert AOP fait partie) et surtout par l'Agriculture Biologique. Rappelons que cette dernière garantit le non-recours à des pesticides ou engrais de synthèse avec des critères plus stricts de bien-être animal ;
- ▶ Un ancrage territorial pour avoir une traçabilité du lait, mais aussi des savoir-faire artisanaux valorisés ;
- ▶ Une gouvernance démocratique renforcée, grâce notamment à un poids plus important accordé aux Organisations de Producteurs (OP), un meilleur contrôle des prix et des volumes afin de garantir des revenus aux éleveurs.



NOS RECOMMANDATIONS

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES

- ▶ **Une plus grande régulation des marchés au travers de :**
 - un prix plancher de la matière première agricole, prenant en compte les coûts de production ;
 - potentiels « programmes de responsabilisation face au marché » dont il faut étudier la pertinence et faisabilité³⁴ ;
 - un encadrement des marges (par exemple à partir d'un coefficient multiplicateur de la matière première agricole qui pourrait être basé sur la moyenne des marges des 10 dernières années) ;
 - une obligation de transparence sur les marges nettes des acteurs de la transformation et de la distribution.
- ▶ **D'ici 2030, atteindre respectivement un tiers des produits laitiers vendus sous marques MDD et marques nationales** qui répondent aux critères suivants : contrats tripartites, label biologique et commerce équitable.
- ▶ **La création d'un fonds mutualisé de transition agroécologique** qui soutient la conversion et le maintien en bio, l'augmentation de l'autonomie protéique et du pâturage et la structuration de filières territorialisées. Ce fonds peut être un levier pour pallier l'augmentation des coûts de production liée à l'utilisation d'intrants dont les prix ont fortement augmenté. **Abonder ce fonds par un pourcentage minimum des bénéfices et dividendes exceptionnels** des acteurs de la transformation et de la distribution.
- ▶ **L'augmentation des enveloppes des « programmes opérationnels » pour atteindre 3 % du premier pilier de la PAC afin de financer les organisations de producteurs** répondant à des critères sociaux, environnementaux et de gouvernance.

RECOMMANDATIONS SPÉCIFIQUES AUX AOPs

- ▶ **Accompagner toutes les AOP dans une démarche de progrès :**
 - en termes de gestion des volumes afin de sécuriser davantage les revenus des éleveurs et d'augmenter le différentiel entre leur prix du lait et le prix du lait conventionnel ;
 - en termes environnementaux (appui à une conversion d'une partie des éleveurs AOP en bio et appui à l'intégration de critères environnementaux supérieurs pour les autres sur la part d'herbe, de haies, sur l'augmentation des critères de bien-être animal sur les jeunes animaux, et sur l'augmentation de la part de races rustiques) ;
 - avec un périmètre maximal défini pour la collecte de lait afin de veiller à la non-industrialisation des laiteries.
- ▶ **Renforcer les budgets de communication** en faveur des produits laitiers bio et/ou AOP pour maintenir les débouchés de ces filières en rappelant leurs plus-values et **en rappelant la nécessité de les inscrire dans une consommation de moins et mieux de produits laitiers.**
- ▶ **Renforcer les obligations sur les contrats tripartites** et inclure les régions dans les discussions³⁵.
- ▶ **Veiller au respect des décisions de justice** concernant l'utilisation de certaines allégations renvoyant au Camembert AOP de Normandie.

- 1 La Chronique républicaine, « [Bretagne : ce géant agroalimentaire menace de ne plus collecter le lait de 550 agriculteurs](#) », 8 février 2024 ; Les Echos, « [Bras de fer entre Lactalis et les éleveurs sur le prix du lait](#) », 4 février 2024 ; France Info, « [Colère des agriculteurs : un camion de Lactalis intercepté et vidé en Haute-Saône](#) », 21 février 2024.
- 2 Fondation pour la Nature et l'Homme. (2023). [Filière laitière : mieux répartir la valeur pour assurer un élevage durable en France.](#)
- 3 Le montant total de ces subventions versées par les contribuables, soit 1,6 milliards d'euros en 2021, est bien supérieur aux bénéfices des industriels et distributeurs qui ont atteint 842 millions d'euros la même année.
- 4 Fondation pour la Nature et l'Homme. (2023). [Élevage bovin : comment sortir de l'impasse ?](#)
- 5 Ouest France, [Dans la guerre du camembert, ils rappellent l'interdiction de l'étiquetage « fabriqué en Normandie »](#), 13 février 2024.
- 6 Parmi ces 90 % de fromages non-AOP, la part de camemberts au lait cru, transformés de façon artisanale, mais ne respectant pas forcément l'ensemble du cahier des charges de l'AOP (par exemple sur la race des vaches) est très marginale. Par facilité de traitement des informations, nous ne distinguerons donc par la suite que les fromages AOP et les fromages industriels (issus de lait pasteurisé, et fabriqués selon des modes de production conventionnels). BASIC. (2023). La filière bovin lait française.
- 7 Pour plus d'informations : Fondation pour la Nature et l'Homme. (2023). [Filière laitière : mieux répartir la valeur pour assurer un élevage durable en France.](#)
- 8 BASIC. (2023). La filière bovin lait française.
- 9 CNAOL. (2023). [Chiffres clés 2022. Produits laitiers AOP et IGP.](#)
- 10 D'après les éléments recueillis auprès de l'Union des producteurs de lait AOP.
- 11 Par exemple, 80 % des fromages AOP de Normandie sont moulés à la louche de façon manuelle.
- 12 Au final, pour la production du lait et sa transformation en 3 des 4 fromages AOP normands, 1 626 emplois sont nécessaires, en sachant que le Camembert AOP de Normandie représente 70 % des volumes de fromages vendus.
- 13 Alors que la part de maïs dans la SFP des vaches de l'AOP est de 23 %, les vaches laitières en France sont 44 % à être dans des systèmes avec plus de 30 % de maïs dans leur surface fourragère principale d'après les travaux de la SNBC. Par ailleurs, celles-ci consomment en moyenne 40 % d'herbe (fraîche et/ou conservée), 35 % d'ensilage de maïs et 22 % de concentrés. Source : Idele (2023). [Les chiffres clés de l'alimentation des vaches laitières.](#)
- 14 Les éléments chiffrés sur l'AOP utilisés dans cette note sont issus d'éléments recueillis auprès de l'Union des producteurs de lait AOP normands. Ces chiffres sont une moyenne pour les fromages Camembert de Normandie, Pont-l'Évêque et Livarot, en sachant que le Camembert est le débouché majoritaire du lait collecté et que les cahiers des charges des différents fromages sont similaires.
- 15 Agriscopie (2023), [L'agriculture biologique en Normandie](#)
- 16 Agreste. (2023). [Filière bovin lait. Les chiffres clés en Normandie en 2021.](#)
- 17 Chambres d'agriculture de Normandie. (2018). [La Normandie laitière 3 ans après la fin des quotas.](#)
- 18 Basic, WWF, Greenpeace. (2021). [Étude de démarches de durabilité dans le domaine alimentaire.](#)
- 19 Proportion des achats en valeur (en euros), FranceAgriMer. (2022). La consommation des produits laitiers en 2021.
- 20 Fondation pour la Nature et l'Homme. (2023). [Filière laitière : mieux répartir la valeur pour assurer un élevage durable en France.](#)
- 21 INSEE. (2021). Consommation effective des ménages depuis 1959 (issu des comptes de la Nation).
- 22 Chambres d'agriculture de Normandie. (2018). [La Normandie laitière 3 ans après la fin des quotas.](#)
- 23 Agreste. (2023). [Filière bovin lait. Les chiffres clés en Normandie en 2021.](#)
- 24 BASIC. (2023). La filière bovin lait française.
- 25 LSA, [Le retour du Camembert, pas cher et toujours populaire](#), 1^{er} décembre 2023.
- 26 BASIC. (2023). La filière bovin lait française.
- 27 « Cette mention usurpe la notoriété du camembert de Normandie et crée la confusion dans l'esprit du consommateur », d'après Ouest France, « [Fabriqué en Normandie](#) », AOP... Toujours la guerre des étiquettes pour le Camembert, 16 février 2022.
- 28 Ouest-France, [Les industriels du camembert pourront-ils faire référence à la Normandie sur leurs boîtes ?](#), 5 décembre 2023.
- 29 La Chronique républicaine, « [Bretagne : ce géant agroalimentaire menace de ne plus collecter le lait de 550 agriculteurs](#) », 8 février 2024.
- 30 La Chronique républicaine, [Bretagne : des agriculteurs remportent une manche face à un géant agroalimentaire](#), 20 février 2024.
- 31 « Les éleveurs, très nombreux, négocient la vente de leurs productions avec un faible nombre d'acheteurs. En raison de cette asymétrie, les acheteurs bénéficient d'un rapport de force à leur avantage dans la négociation des prix » selon la Cour des comptes, p 11. (2024). [Le contrôle de la contractualisation dans le cadre des lois Egalim : premiers enseignements pour les éleveurs bovins.](#)
- 32 Linéaires, [Lactalis pointé du doigt pour son prix d'achat du lait](#), 18 janvier 2024. Graphique par Linéaires, d'après les chiffres de la FNPL.
- 33 Au moins 20 % des AOP serait fabriqué de manière industrielle, avec du lait pasteurisé, d'après les calculs du BASIC sur base de FranceAgriMer (2023), INAO (2022), Agence Bio (2022).
- 34 Proposition issue de l'European Milk Board, détaillée dans une synthèse intitulée « Programme de Responsabilisation face au Marché ».
- 35 A l'image du travail réalisé par la Normandie pour soutenir les races normandes, voir Ouest France, [En déclin, la vache de race normande veut miser sur ses atouts](#), 22 avril 2023.



FONDATION
POUR LA NATURE
ET L'HOMME

Dépasser les clivages, inspirer les courages

Reconnue d'utilité publique, apaisane et non-confessionnelle, la Fondation pour la Nature et l'Homme œuvre depuis 1990 pour que les solutions écologiques deviennent la norme de nos vies, sans laisser personne de côté. En plaçant l'humain au cœur de ses actions, elle lève les blocages économiques, politiques, psychologiques et sociaux qui entravent cet horizon, seul choix d'avenir.

Pour y parvenir, la Fondation démontre qu'agir pour le climat et la biodiversité est dans l'intérêt de tous. Avec son conseil scientifique et ses partenaires, elle propose à celles et ceux qui ont le pouvoir d'agir, des décideurs politiques aux acteurs économiques en passant par les citoyens, des solutions qui concilient les impératifs de la planète et les besoins humains. L'exigence dans l'action, la co-construction, la solidarité et le dialogue avec tous sont les fondamentaux de sa méthode.

www.fnh.org