



UNE ORGANISATION COLLECTIVE DES PRODUCTEURS  
INDISPENSABLE POUR MAINTENIR LA DYNAMIQUE ET  
LA TYPICITÉ DES AOP FROMAGÈRES

Mme Anne RICHARD,  
Ancienne Directrice de CNAOL, France  
Directrice de l'ITAVI, France

1er SÉMINAIRE MÉDITERRANÉEN LACTIMED  
BIZERTE, TUNISIE, 31 MARS 2014



# Une organisation collective des producteurs

Indispensable pour maintenir la  
dynamique et la typicité des AOP  
fromagères





**cnaol**   
CONSEIL NATIONAL  
DES APPELLATIONS  
D'ORIGINE LAITIÈRES

## Au Sommaire :

- **Filières AOP fromagères, un modèle de développement durable**
- **Régulation : une nécessité pour éviter les crises**
- **L'exemple du Comté**
- **L'interprofession**
- **Intervention des états : opportunités et contraintes**



# Filières fromagères AOP un modèle durable à développer

# Les AOP Laitières de France

Appellations d'Origine Protégées



[www.fromages-aop.com](http://www.fromages-aop.com)

## NORMANDIE

Beurre et Crème d'Isigny  
Camembert de Normandie  
Livarot  
Neufchâtel  
Pont-l'Évêque

## THIÉRACHE/BRIE

Brie de Meaux  
Brie de Melun  
Maroilles

## CENTRE/VAL-DE-LOIRE

Chavignol  
Pouilly-Saint-Pierre  
Sainte-Maure de Touraine  
Selles-sur-Cher  
Valençay

## POTOU-CHARENTES

Beurre Charentes-Poitou  
Chabichou du Poitou

## AUVERGNE

Bleu d'Auvergne  
Cantal  
Fourme d'Ambert  
Saint-Nectaire  
Salers

## AQUITAINE/MIDI-PYRÉNÉES

Bleu des Causses  
Laguiole  
Ossau-Iraty  
Rocamadour  
Roquefort

## FRANCHE-COMTÉ/ALSACE-LO

Bleu de Gex Haut-Jura  
Comté  
Mont d'Or  
Morbier  
Munster

## BOURGOGNE/CHAM

Chaource  
Époisses  
Langres  
Mâconnais

## SAVOIE

Abondance  
Beaufort  
Chevrotin  
Reblochon  
Tome des Bauges

## RHÔNE-ALPES

Bleu du Vercors-Sassenage  
Fourme de Montbrison  
Picodon

## MÉDITERRANÉE

Banon  
Brocciu  
Pélardon



# Une filière dynamique très implantée dans les zones difficiles



- Production AOC/AOP 2012  
**230 022 tonnes** : + 3,2% par rapport à 2010  
+ 2,0% par rapport à 2011
- 3/4 des tonnages de fromages AOP issus des zones de montagne

# Socialement fondamentale :



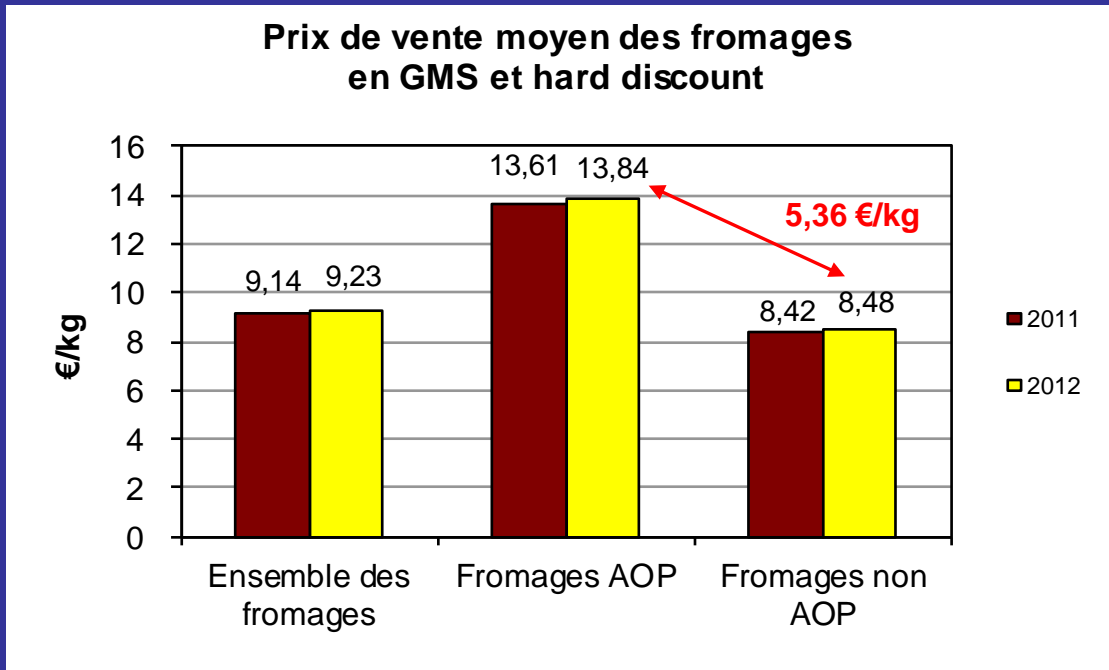
## 3 fois plus d'emplois dans les filières AOP

- **Emplois dans les filières :**
  - 45 000 emplois dans les exploitations (toutes espèces)
  - 13 000 emplois en transformation et affinage
- **Pour les filières AOP « vache » :**
  - 2,8 emplois / 100 000 litres de lait traités
  - filière laitière française : 1,0 emploi / 100 000 l

\* autres que frais et fondus, des entreprises laitières

# Prix à la consommation

## Prix en GMS et hard discount en 2012



Les fromages AOP sont 63% plus chers pour le consommateur que les fromages non AOP.



# Qui développe la biodiversité

- **Biodiversité floristique**

Place importante du pâturage et des prairies



- **Biodiversité animale**

33 AOP laitières ont un **critère racial** inscrit dans leur cahier des charges



- **Biodiversité microbienne**

74,5% des AOP fromagères sont fabriquées à partir de lait cru

En lait cru, maintien des souches microbiologiques

# Les filières AOP répondent aux attentes du développement durable



## Pour créer et développer une dynamique autour d'une AOP : éviter les crises

Chaque crise amène

- la fermeture de sites de fabrication : les plus petits et les plus typiques
- Perte de savoir faire
- Une désertification des territoires les plus fragiles

## Un système collectif de gestion d'une AOP:

- Une croissance régulière des ventes
- Une sécurisation des investissements
- Une installation des jeunes
- Une meilleure répartition de la valeur ajoutée sans aucun impact sur le prix payé par le consommateur



**Exemple du COMTE qui bénéficie  
d'un système de gestion collectif  
de l'AOP depuis 50 ans et d'un  
système de gestion de la  
croissance des volumes depuis le  
début des années 1990**

# Quelques éléments clefs du plan de campagne Comté

## Rappel historique : 3 phases

### 1ère phase: décennies 70 et 80 une période difficile.

La production et les prix connaissent une courbe sinusoïdale classique, avec une période de 5 ans. Les crises de 1980, 1985, 1991, ancrées dans les mémoires, alternaient avec des périodes de pénurie et de forte augmentation des cours.

### 2ème phase : forte embellie en 1992, 93, 94

Le Comté bénéficie d'une croissance concomitante des ventes et des prix, créant ainsi un très fort mouvement d'appel vers plus de production et s'accompagnant de l'arrivée dans la filière de la majeure partie des grands groupes laitiers français.

### 3ème phase: une croissance maîtrisée grâce au plan de campagne:

L'attractivité du Comté dépassait largement les capacités du marché et en 1995 le niveau élevé de stocks laissait présager une nouvelle crise. Aussi dès la campagne 95/96 et pour éviter le réamorçage de l'alternance crise-pénurie, la filière mit en place un dispositif d'encadrement<sup>12</sup> de la croissance de sa production, qui perdure jusqu'à nos jours.

# L'exemple du Comté

## Une augmentation des volumes Sans à-coup

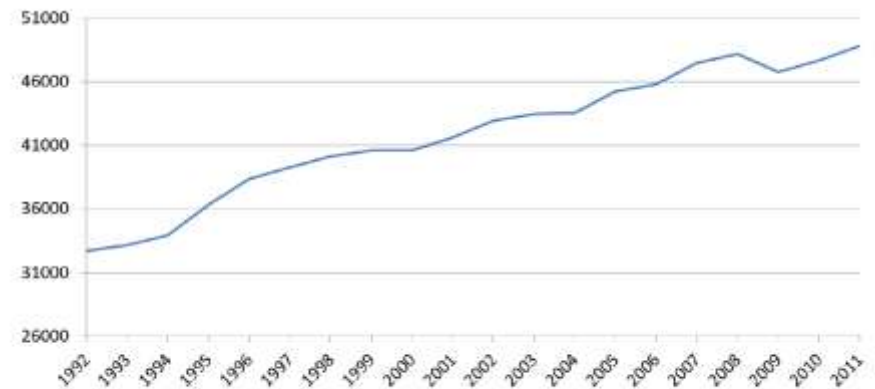
Exemple du Comté: la non prévention des crises  
bloque le dynamisme commercial

EVOLUTION DES VENTES DE COMTE (T)  
Période 1976-1991

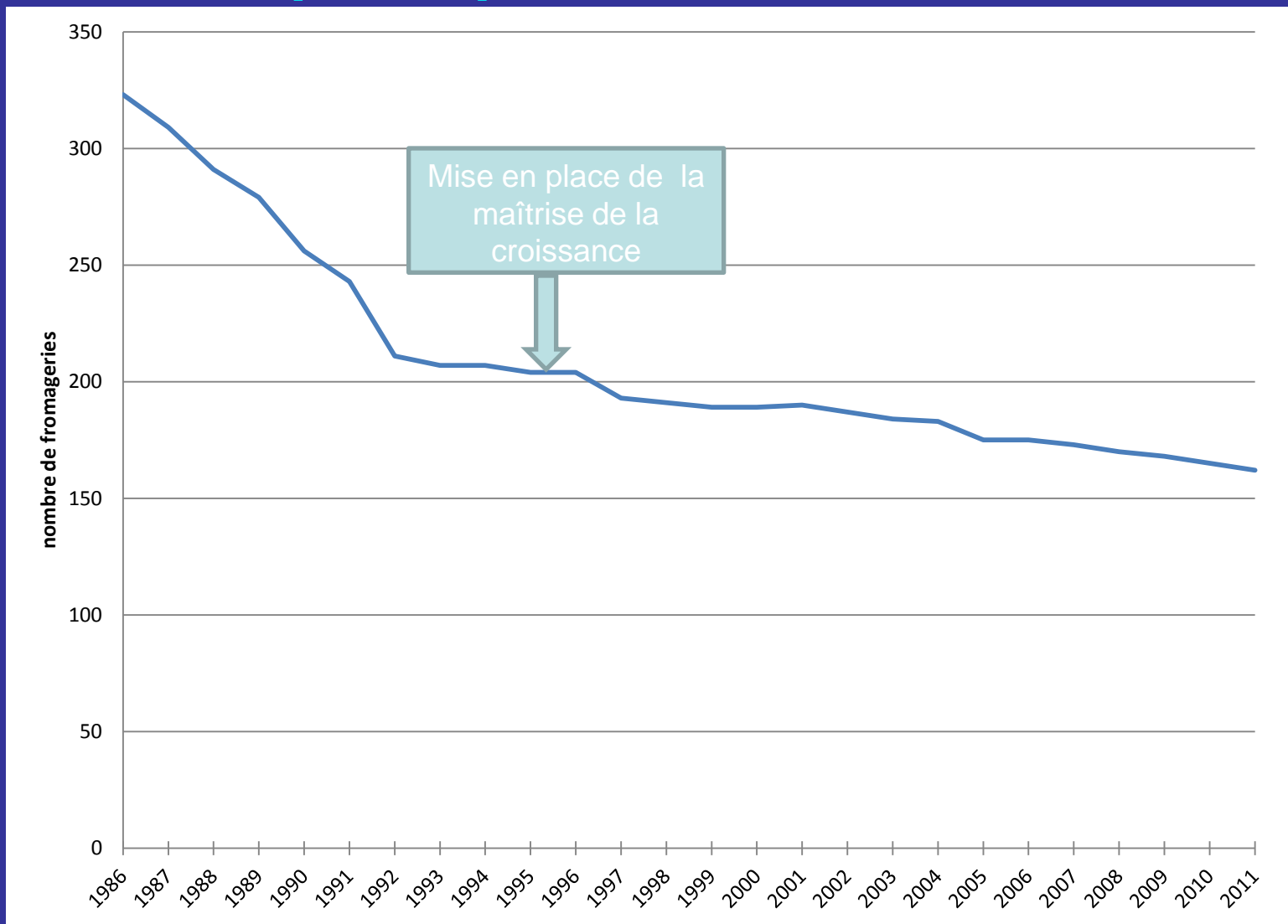


Deuxième temps: La prévention des crises permet  
une progression régulière des ventes

EVOLUTION DES VENTES DE COMTE (T)  
Période 1992-2011



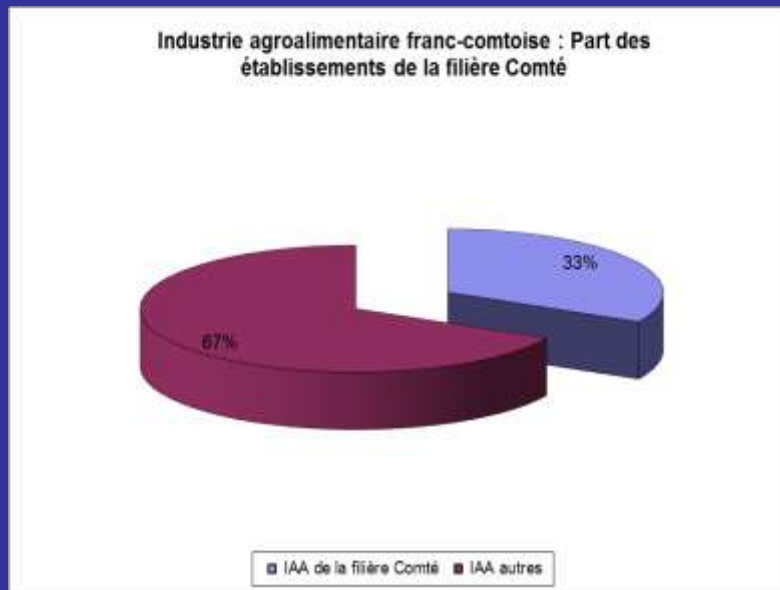
# la fermeture de fromageries a été ralentie par la prévention des crises



# L'exemple du Comté

## Des entreprises qui investissent

*Un éloignement des crises sécurise les entreprises et dynamise les investissements*



# L'exemple du Comté

## Des jeunes qui s'installent

de 250 m à 1200 m d'altitude 2750 exploitations agricoles produisent du lait à Comté. Grâce au Comté l'installation des jeunes est plus forte en zone de montagne





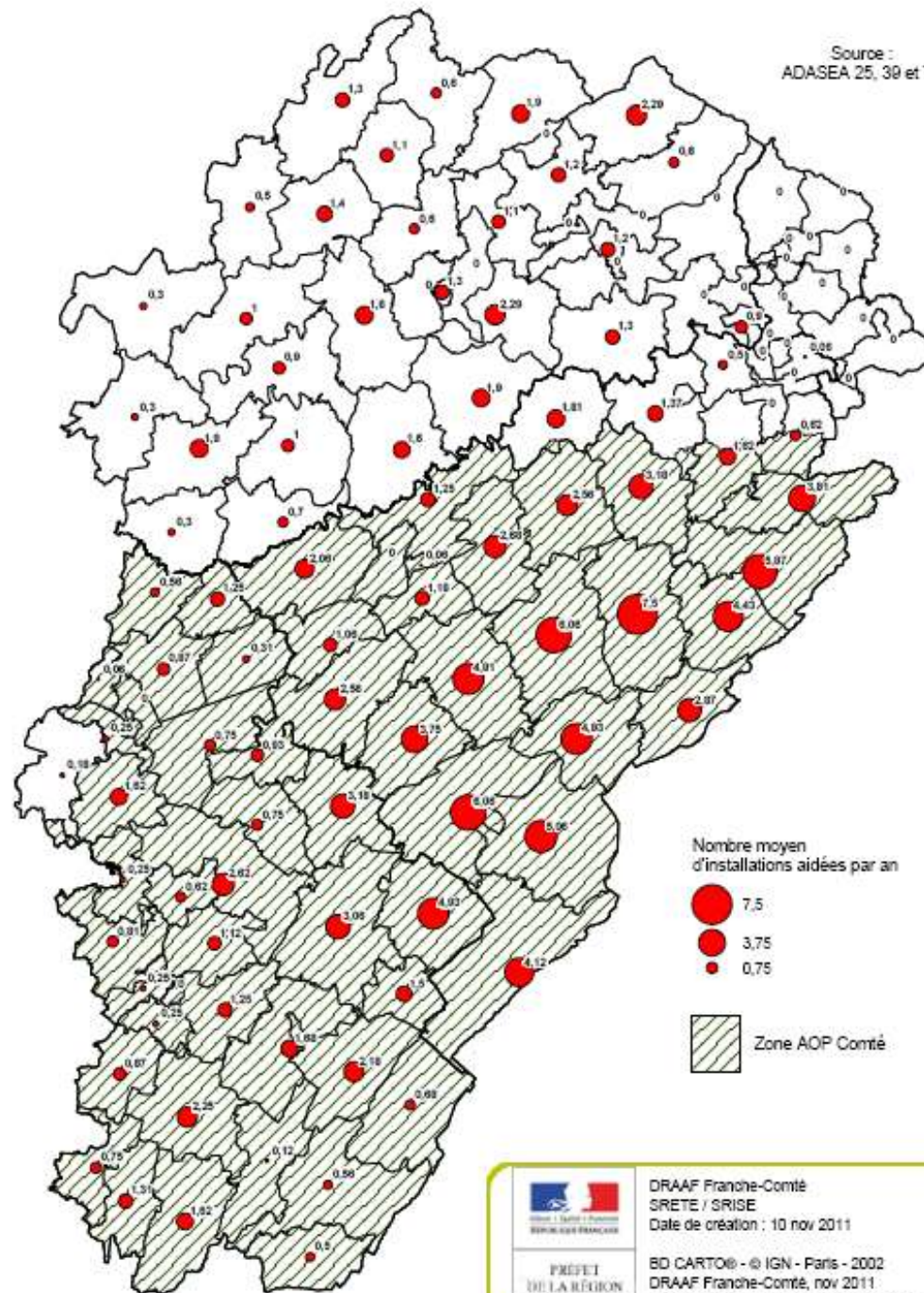
**Grâce au  
Comté  
l'installation  
des jeunes  
agriculteurs  
est même plus  
forte en zone  
d'altitude**

**Nouvelles habilitations  
en AOP COMTE :**

**2009 : 9 producteurs**

**2010 : 27 producteurs**

**2011 : 43 producteurs**



# L'exemple du Comté

## Une répartition équitable de la valeur ajoutée entre les acteurs de la filière

### Principales conclusions de l'étude de Pierre MEREL (économiste à l'université de Californie – USA) sur l'effet de la maîtrise de l'offre dans le Comté :

1. Le prix payé par le consommateur serait le même en l'absence de cette régulation (en d'autres termes le consommateur ne paierait pas son Comté moins cher si ce système n'existait pas),
2. Cette gestion permet une meilleure répartition de la valeur ajoutée entre les acteurs de la chaîne (producteurs de lait, fromagers, affineurs)

# Un système de gestion de la croissance des volumes



## Sous quelles conditions ?

- un système ouvert : qui accueille les nouveaux producteurs
- Des prix qui fluctuent au gré des marchés

## Pour quel bénéfice ?

Le maintien d'une dynamique et d'un développement harmonieux dans les zones difficiles sans aucun coût pour le budget communautaire



**Comment mettre en place une  
telle organisation ?  
En créant une interprofession**



# Conseil d'administration du COMTE

**Producteurs  
de lait**

**Fruitière : coopératives qui  
fabriquent le fromage**

**Transformateurs privés  
dont affineurs**

**Représentants du commerce**

**4 collèges : 1 voix par collège**

# Une interprofession pour traiter des dossiers en collectif

- Partager les mêmes données économiques et resituer en permanence la filière dans son environnement concurrentiel
- Organiser le lobbying filière pour lever les freins et faire évoluer les modèles de production
- Travailler sur l'image de la filière
- Mettre en place les projets de recherche aptes à faire progresser tous les acteurs pour les rendre plus compétitifs



## **Mais aussi ...**

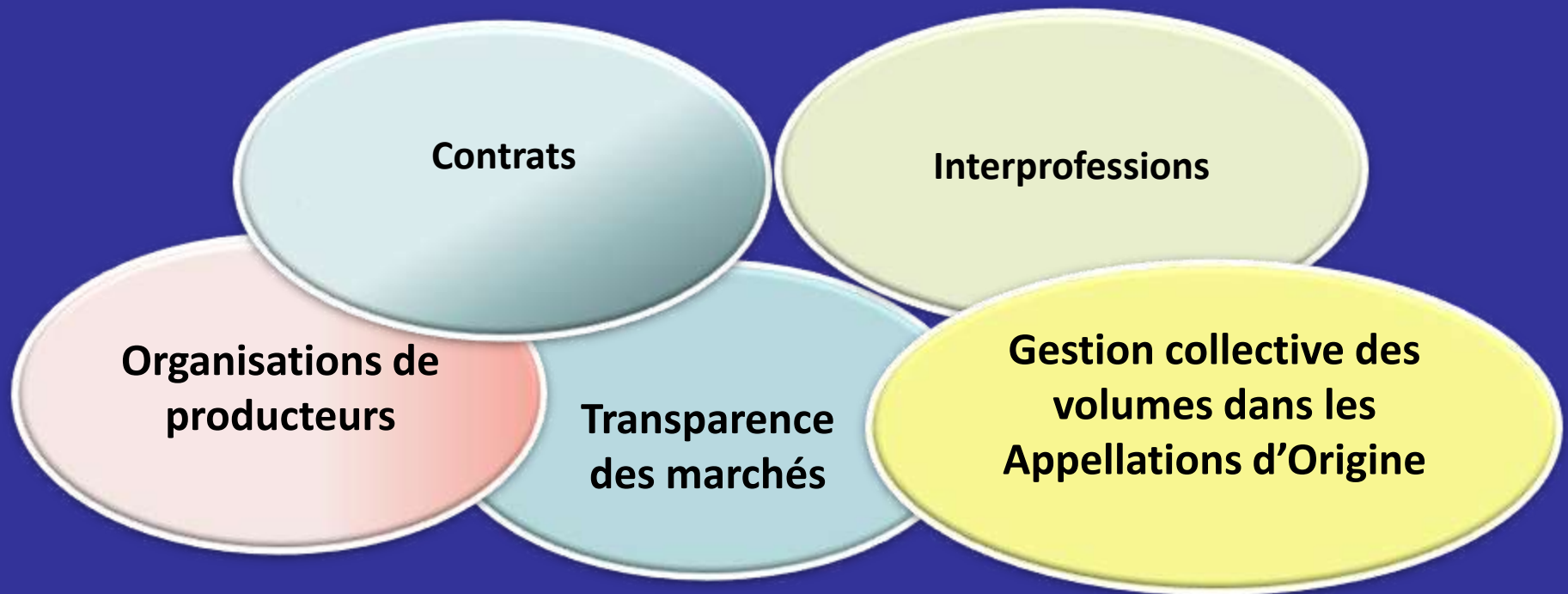
- **Définir le cahier des charges produits**
- **Effectuer des Contrôles internes**
- **Suivre la qualité**
- **Mettre en place des campagnes de Communication**
- **Gérer la filière dans la limite des règles de la concurrence**



# Evolution des politiques européennes



# Une nouvelle réglementation européenne : le Paquet lait



# **Le principe d'une gestion collective des volumes pour les AOP Fromagères et l'aide au stockage privé en cas de crise :**

**C'est un contrat entre l'Union Européenne, l'Etat Français et le  
fromage AOP:**

**Le fromage AOP est autorisé à limiter la croissance de ses volumes et à en gérer la répartition si pour chaque campagne laitière il se contraint à une croissance et à une répartition équitable de ses volumes et à une ouverture à de nouveaux acteurs  
Il peut en cas de crise bénéficier d'aides au stockage privé**

# Communication un programme collectif Cofinancé par l'UE – 2 millions d'euros par an pendant 3 ans

« Faire connaître les Appellations d'Origine laitières, en capitalisant sur les valeurs qui leur sont associées »

**On veut du vrai, du bon, du goût !**

**Unissons-nous pour les fromages AOP**

Cniel cnaol

Un visuel « choc » pour développer la notoriété du logo.



**Merci de votre attention !!!!!**