

DOSSIER  
MONTAGNE  
FRANCE-UE

FILIERE  
LAIÈRE

N° 494  
Décembre 2018  
18 €

# Économie de l'élevage



## Production laitière dans les montagnes de l'UE : quelles stratégies après les quotas laitiers ?

- La filière lait de montagne française : À la croisée des chemins
- Lait de montagne dans l'UE : Quelles différenciations possibles ? Quelles politiques publiques ?
- *Südtirol* : Entre tradition, adaptation et innovation
- Piémonts herbagers et montagnes alpines : Une image de marque pour la Bavière laitière

## LES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE

sont une publication mensuelle du Département Économie de l'Institut de l'Élevage. Ils traitent de l'analyse des marchés du lait et des viandes, de l'évolution des structures et des résultats des exploitations d'élevage, de perspectives démographiques, territoriales ou de filières... en France, en UE ou dans les principaux pays concurrents ou partenaires.

### RÉDACTEURS :

Département Économie de l'Institut de l'Élevage : Benoît BARON, Yannick PECHUZAL, Christophe PERROT  
Avec la collaboration d'André PFLIMLIN et de Mathilde BLANC.

### RÉVISION :

Département Économie de l'Institut de l'Élevage : Baptiste BUCZINSKI, Philippe CHOTTEAU.

### FINANCEURS :

Ministère de l'Agriculture - Confédération Nationale de l'Élevage - FranceAgrimer - Cniel

# Production laitière dans les montagnes de l'UE : quelles stratégies après les quotas laitiers ?

Avec la sortie du régime des quotas laitiers et le basculement dans un régime de concurrence, la production laitière a vécu un changement majeur qui s'est notamment traduit par une augmentation des écarts de valorisation et de prix du lait payés aux producteurs. C'est dans ce contexte qu'ont été portées plusieurs réflexions sur l'avenir de la production laitière en zone de montagne pour le compte de FranceAgriMer et du CNIEL. Dans ces zones qui pèsent pour plus de 20% des exploitations et près de 15% des volumes laitiers nationaux, les coûts de production élevés laissent craindre une sensibilité accrue à la volatilité des prix des intrants et du lait en comparaison des zones de plaine dont les coûts de production sont inférieurs. La montagne se retrouve sous la menace d'une migration du lait vers les zones les plus compétitives alors même que la production laitière participe fortement à la dynamique économique des territoires d'altitude au travers de la préservation des paysages et de la biodiversité, des emplois directs et indirects et des produits laitiers spécifiques à leur patrimoine.

L'étude « La filière lait de montagne et ses dynamiques pour les années à venir », réalisée pour le compte de FranceAgriMer a ainsi permis de faire un état des lieux de la dynamique laitière dans les différents massifs montagneux français. Si de nombreux défis comme par exemple celui du renouvellement des générations d'éleveurs ou la préservation de l'accès au foncier agricole sont communs aux acteurs de tous les massifs, les situations restent disparates. Ainsi, si les massifs de l'Est (Jura et Savoie) ont su, grâce à la montée en puissance de leurs AOP et IGP, concilier volume, prix du lait et donc revenu des éleveurs, plus des 2/3 du lait de montagne français restent insuffisamment valorisés et subissent de plein fouet la concurrence avec la plaine sur des produits de grande consommation.

En parallèle, l'interprofession laitière (CNIEL) a souhaité que soient aussi étudiées d'autres régions laitières montagneuses européennes. Les filières laitières sud-tyrolienne et bavaroise ont été sélectionnées. Dans ces deux régions alpines, des démarches de valorisation spécifiques autres que les démarches AOP ont permis de créer de la valeur ajoutée en rencontrant certaines attentes des consommateurs et d'apporter des prix du lait plus élevés et plus stables aux producteurs. Les solutions élaborées, les rapports de force entre acteurs, les soutiens politiques régionaux voire nationaux, sont autant de sources de réflexion pour la filière française.

## SOMMAIRE

**2/** LA FILIÈRE LAIT DE MONTAGNE  
FRANÇAISE :  
À la croisée des chemins

**12/** SÜDTIROL : Entre tradition,  
adaptation et innovation

**10/** LAIT DE MONTAGNE DANS L'UE :  
Quelles différenciations possibles ?  
Quelles politiques publiques ?

**28/** PIÉMONTIS HERBAGERS ET  
MONTAGNES ALPINES :  
Une image de marque pour  
la Bavière laitière

1

# LA FILIÈRE LAIT DE MONTAGNE FRANÇAISE

## À la croisée des chemins



Contingentée à l'échelle des départements jusque 2011, puis à l'échelle de 9 bassins laitiers jusqu'à la disparition des quotas au 1er avril 2015, la production laitière française est restée relativement dispersée sur le territoire national. La fin de la régulation administrative des volumes laisse craindre une accentuation de la concentration laitière dans les zones les plus favorables (plaines du Grand Ouest et du Nord) au détriment d'autres zones, et notamment celles de montagne où cette production reste pourtant très structurante pour les territoires.

Ce premier chapitre constitue une synthèse et actualisation quantitative partielle de l'étude « La filière lait de montagne et ses dynamiques pour les années à venir » réalisée pour FranceAgriMer en septembre 2018.

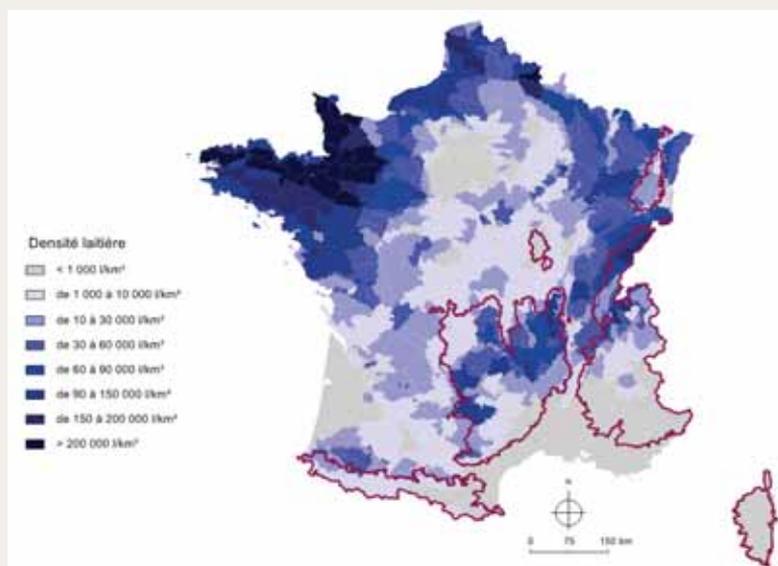
## Des territoires laitiers de montagne globalement dynamiques

**Zones de contraintes où l'élevage d'herbivores et notamment de vaches laitières a su faire sa place, les montagnes françaises présentent des situations contrastées ces dernières années.**

### Des zones à fortes contraintes...

Apparue dans les réflexions de politique d'aménagement du territoire dès les années 60 et précisée par une directive de la CEE en 1975, la notion de « zone de montagne » est définie dans la législation nationale par la loi montagne du 9 janvier 1985. Il y est stipulé que « ces zones se caractérisent par des handicaps spécifiques liés à l'altitude, à la pente et/ou au climat qui ont pour conséquences de restreindre les possibilités d'utilisation des terres et d'augmenter de manière générale le coût des travaux qui y sont liés ». Cela se traduit donc directement par une faible compétitivité de la plupart des productions agricoles en comparaison des zones de plaines. Ces contraintes spécifiques sont prises en compte dans les politiques

### DENSITÉ LAITIÈRE (LIVRAISONS) PAR PETITE RÉGION AGRICOLE EN 2018



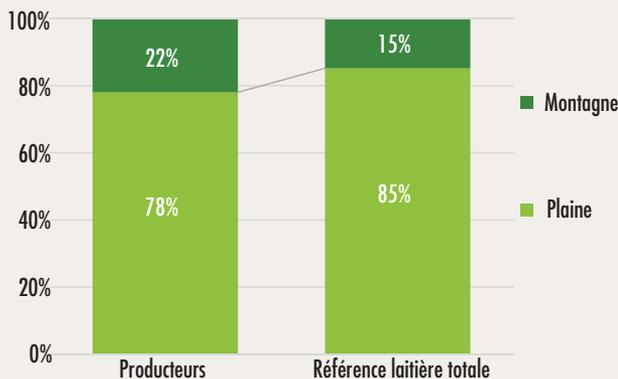
Carte réalisée avec Cartes & Données - © Artique  
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer

agricoles et d'aménagement du territoire. Ainsi, les exploitations agricoles situées en zone de montagne (1 exploitation sur 6 au niveau national toutes productions confondues au recensement agricole 2010) peuvent bénéficier d'aides spécifiques au titre du 2nd pilier de la Politique Agricole Commune : les Indemnités Compensatoires de Handicaps Naturels (ICHN).

### ... qui font partie intégrante du « croissant laitier »

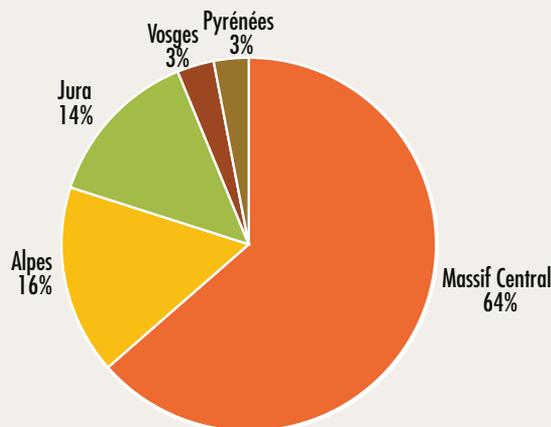
La densité laitière des massifs montagneux français est bien supérieure à celle de certaines régions de plaine : 14 des 79 petites régions agricoles qui présentent des densités laitières supérieures à 100 000 litres /km<sup>2</sup> sont montagnardes (moyenne nationale à 43 000 l/km<sup>2</sup>). De fait, elles s'inscrivent parfaitement dans ce qu'il est de coutume d'appeler le « croissant laitier français » allant des Pays de la Loire au sud du Massif Central en passant par la Bretagne, la Normandie, les Hauts de France et les plaines et montagnes de l'Est.

### RÉPARTITION DU NOMBRE DE PRODUCTEURS ET DES RÉFÉRENCES ENTRE PLAINE ET MONTAGNE À LA SORTIE DES QUOTAS



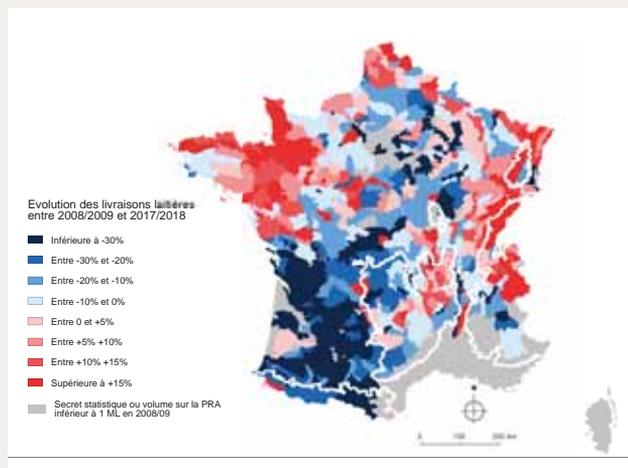
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer Fichier Quota 2015

### RÉPARTITION DES PRODUCTEURS LAITIERS DE MONTAGNE PAR MASSIFS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer livraisons 2017-2018

### ÉVOLUTION DES LIVRAISONS LAITIÈRES ENTRE LES CAMPAGNES 2008/09 ET 2017/18 PAR PETITE RÉGION AGRICOLE



Carte réalisée avec Cartes & Données - © Artique  
Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer

### Plus d'une exploitation laitière française sur cinq en 2015

À la sortie des quotas en 2015, les zones de montagnes françaises concentraient 22% des exploitations laitières (environ 15 000), 17% du cheptel bovin laitier et détenaient 15% de la référence nationale, soit environ 3,8 milliards de litres (source fichier quota 2015). La majorité de ces élevages de montagne livrent leur lait à un collecteur, mais un peu plus de 2 000 d'entre eux disposent de références de vente directe pour tout ou partie de leur production. Ainsi la part élevée des élevages engagés dans la vente directe ou disposant de références est une caractéristique forte des zones de montagne (14% des élevages) liée entre autres à des AOP fermières de montagne à forts tonnages : Reblochon en Savoie, Saint Neactaire et Salers dans le Massif Central, Munster fermier dans les Vosges, etc. Pour certains massifs comme les Vosges ou les Pyrénées, le poids des exploitations disposant de références de vente directe dépasse 30%, voire 40%. À titre de comparaison, moins de 5% des producteurs laitiers de plaine se trouvent dans cette même situation.

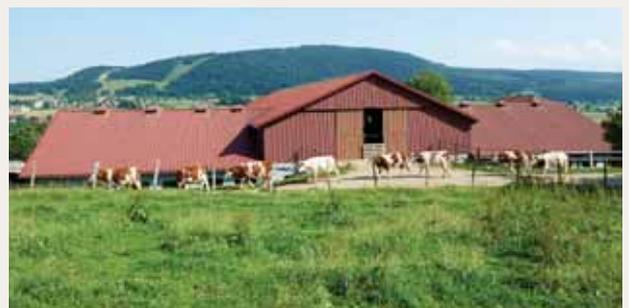
### Trois massifs regroupent 94% des exploitations laitières et 95% des volumes

À eux seuls, le Massif Central, le Jura et les Alpes regroupent 94% des exploitations laitières de montagne pour 95% des références (laiterie et/ou vente directe). Le Massif Central, plus étendu, concentre ainsi près des 2/3 des élevages laitiers livreurs (un peu moins de 8 000 en 2018) et 62% des volumes livrés (2 milliards de litres) auxquels viennent s'ajouter les producteurs transformateurs. Les Alpes occupent le second rang avec 16% des livreurs (1 900) pour 14% des volumes (un peu plus de 460 MI) et compte également des producteurs transformateurs. Le Jura, avec à peine moins de livreurs que les Alpes (14% du total) pèse pour 19% des volumes (près de 610 MI) et se caractérise par la quasi-absence de vendeurs directs. Les montagnes des Vosges et Pyrénées ne comptent chacune que 300 producteurs livreurs pour respectivement 86 et 78 MI livrés en 2018.

Au sein du massif alpin, les départements de Savoie et Haute-Savoie pèsent à eux deux pour environ 75% des producteurs et de la production.

### Des massifs globalement dynamiques jusqu'en 2014

La désaffection de certains bassins de production pour le lait et leur réorientation vers les cultures de ventes, notamment dans le Sud-Ouest, a entraîné la migration de droits à produire vers d'autres bassins en demande. Au même titre que l'Ouest de la France, les zones de montagnes en ont été les bénéficiaires. Ainsi en a-t-il été entre 2008/2009 et 2013/2014 sur un croissant laitier recoupant le sud et l'est du Massif Central, de l'Aveyron à la Loire et aux Monts du Lyonnais en passant par le nord de la Lozère et la Haute Loire. Les Vosges, la Franche Comté, les Savoie et une petite partie montagnaise des Pyrénées-Atlantiques ont également vu s'opérer une hausse des volumes livrés sur cette période. Quelques années plus tard, en 2017/2018, de nombreuses zones de montagne restent dynamiques même si une partie du Massif Central n'a plus réatteint ses hauts niveaux de collecte de 2013/2014.



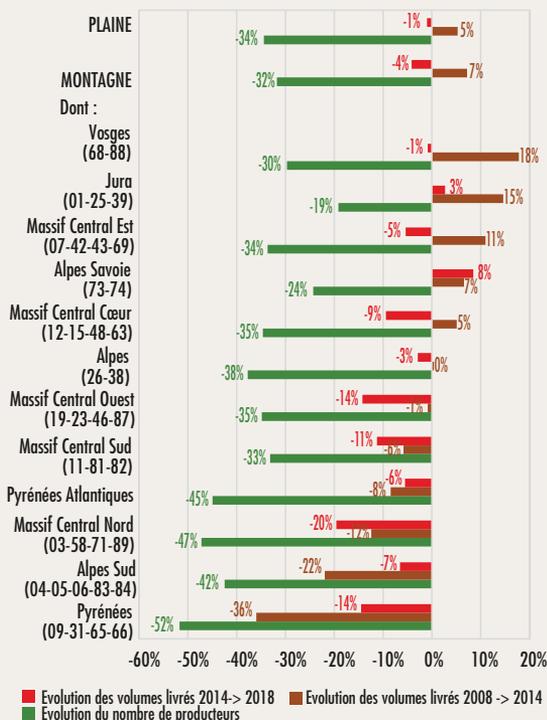
Troupeau de vaches Montbéliarde sur les hauts plateaux jurassiens ©F. Joly\_CNIEL

# 1 LA FILIERE LAIT DE MONTAGNE FRANCAISE ; A LA CROISEE DES CHEMINS

## Des filières laitières de montagne aux spécificités fortes

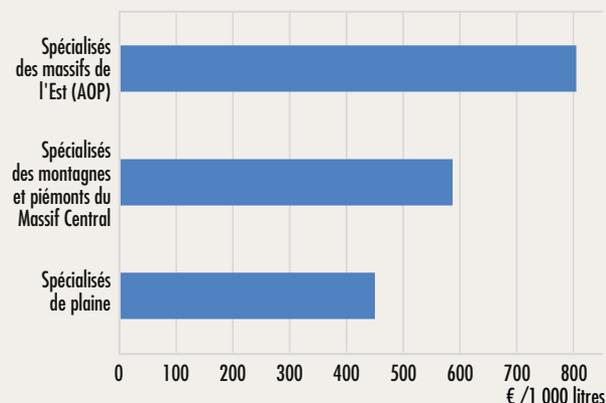
Que ce soit par la taille des fermes ou la destination du lait, la filière laitière de montagne se différencie assez nettement de celles de plaine.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE LIVREURS ET DES VOLUMES LIVRÉS PAR SOUS-MASSIFS ENTRE 2008/2009 ET 2017/2018



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer

## DES COÛTS DE PRODUCTION MAJORÉS EN MONTAGNE



Source : Inosys Réseaux d'Élevage - traitement IDELE

### Des rythmes de restructuration différents au sein de chaque massif

Entre 2008/2009 et 2017/2018, la production laitière livrée issue des zones de montagne s'est accrue de près de 3% contre un peu plus de 4% pour les zones de plaine. Cette croissance a essentiellement eu lieu entre 2008/2009 et 2013/2014 où un pic des livraisons a été constaté. À l'exception du Jura et des Savoies, peu de zones ont vu leurs volumes augmenter entre 2013/2014 et 2017/2018.

Dans le même temps, le nombre d'exploitations livrant du lait s'est réduit au même rythme (respectivement -23% et -24%). On observe une diversité des dynamiques entre et au sein des différents massifs. Ainsi, il ressort une diversité de situations :

- Des zones avec une relative résistance en nombre d'exploitations laitières que sont le Jura, les Savoies et les Vosges avec une érosion réduite en comparaison de la moyenne nationale ;
- Des zones avec un rythme de réduction du nombre d'exploitations semblable à celui du plan national et avec un accroissement des volumes dans les deux principales zones laitières du Massif Central que sont le « Massif Central Est » et le « Massif Central cœur » (qui représentent 94% des livreurs du Massif Central) ;
- Des zones avec un fort recul du nombre d'exploitations et une perte de volumes à l'échelle de la zone, l'agrandissement des structures ne suffisant pas à compenser les cessations d'activité.

### Des écarts de niveaux de production ...

Malgré une hausse de 88 000 litres (+51%) par exploitation entre 2008/09 et 2017/18, le volume de livraison moyen par exploitation située en montagne n'atteint que 260 000 l/an en 2018. Quel que soit le massif concerné, il est inférieur à la moyenne de plaine (468 000 l/an) qui a elle gagné 174 000 litres (+59%) sur la même période.

### Et des surcoûts de production non compensés .....

À la moindre productivité de la main d'œuvre s'ajoutent des charges de production majorées (surcoûts des approvisionnements, des bâtiments, du matériel...) qui génèrent des coûts de production bien supérieurs pour les élevages laitiers de montagne.

Sur les échantillons Inosys Réseaux d'élevage, ils atteignent en moyenne 610 €/1 000 l (pour 2 SMIC par UMO) dans le Massif Central et 778 €/1 000 l dans les montagnes de l'Est (ils dépassent même 1 000 €/1 000 l pour certaines exploitations du Beaufortain). Ce différentiel de coût de production avec les zones de plaine (aux environs de 120 € pour le Massif Central et proche de 300 €/1 000 litres pour les montagnes de l'Est) n'est que très partiellement compensé par des niveaux d'aides directes supérieures. En effet, les aides totales représentent en moyenne sur 5 années, 110 €/1 000 litres dans le Massif Central et 147 €/1 000 litres dans le Jura et les Alpes tandis qu'elles atteignent 58 €/1 000 litres en plaine. Les ICHN, à qui est dévolu le rôle de compensation des handicaps naturels représentent environ 50 €/1 000 litres dans les exploitations laitières du Massif Central, un niveau qui ne permet donc pas de jouer pleinement leur rôle.

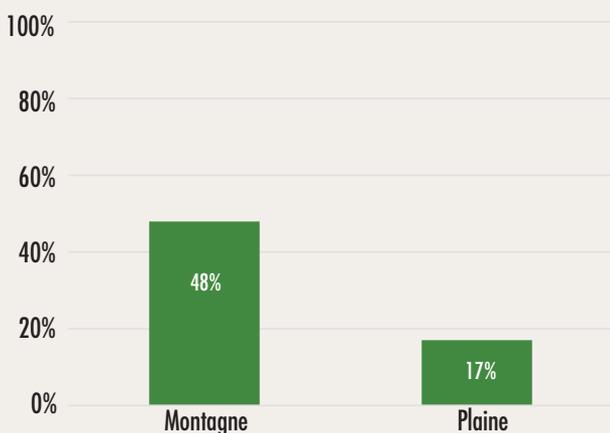


Conditions climatiques et reliefs sont à l'origine d'un coût de collecte élevés ©Volcalis Groupe Altitude



La tradition fromagère : un argument touristique ©AdobeStock

### PART DES PRODUCTEURS LAITIERS ENGAGÉS DANS DES DÉMARCHES DE SIGNES OFFICIELS DE QUALITÉ - EN 2010



Source : Agreste recensements agricoles

### Des surcoûts qui pèsent également sur l'aval de la filière

Pour les entreprises de collecte du lait, les coûts de collecte sont également majorés en zone de montagne. Une densité laitière plus faible, des conditions de circulations difficiles (relief, météo), du matériel parfois spécifique, conduisent à des surcoûts de l'ordre de 10-15 €/1 000 litres entre régions de plaine (10-15 €/1 000 l de coût de collecte) et de montagne (20-25 €/1 000 l) comme l'ont montré des travaux de la Coop de France-Métiers du lait. Dans certaines zones particulièrement difficiles, les coûts de collecte peuvent dépasser 60 €/1 000 litres (Mont Blanc Beaufort – Source Fermiers Savoyard).

Ces surcoûts s'ajoutent à ceux constatés sur les fermes en amont et sont autant de facteurs nuisant à la compétitivité de la production laitière de montagne sur les produits de grande consommation. À titre d'illustration, pour un produit standard d'envergure nationale comme l'emmental, un écart de coût de collecte de 10 €/1 000 l se traduit par un surcoût industriel de 10 €/meule soit aux environs de 0,12 €/kg de produit fini. Cet écart se révèle particulièrement handicapant lors de négociations avec les distributeurs sur des produits de grande consommation.

### Une tradition fromagère marquée

Les conditions d'élevage difficiles rencontrées dans les massifs montagneux sont à l'origine de la forte tradition fromagère qui continue de les caractériser aujourd'hui. Plus encore que dans les zones de plaine, l'impérieuse nécessité de reporter la consommation du lait, denrée périssable mais source de protéine majeure dans ces zones où les surfaces cultivables sont rares, a conduit au développement de savoir-faire qui se sont transmis au fil des générations. Le nombre d'ateliers de transformation du lait localisés dans ou à proximité directe des massifs est ainsi élevé en comparaison du poids des massifs dans la collecte. Petits ateliers artisanaux, PME et grands groupes se côtoient.

### Une forte présence d'indications géographiques en montagne

Du Comté à la tomme des Pyrénées en passant par la raclette IGP de Savoie ou les nombreuses pâtes persillées auvergnates, les fromages constituent un incontournable de la gastronomie d'altitude. Sur 37 fromages au lait de vache sous indications géographiques, qu'il s'agisse d'AOP (28) ou d'IGP (9), ceux réalisés dans ou à proximité des massifs à partir de lait essentiellement produit sur des exploitations de montagne sont majoritaires. Le top 5 des fromages d'appellation en volumes commercialisés en 2017 est d'ailleurs trusté par des fromages issus de zones de montagne : Comté, Reblochon, Saint-Nectaire, Cantal et Morbier.

En termes de nombres d'exploitations laitières impliquées dans des productions sous SIQO, les filières laitières de montagne pouvaient ainsi compter sur une proportion 2 à 3 fois plus élevée que ce qui était constaté en plaine d'après le dernier Recensement agricole.

Selon les massifs concernés, le poids occupé par les fromages sous SIQO peut être considérable. Ainsi, plus de 85 % du lait produit en Savoie et Haute-Savoie est valorisé au travers de ces fromages labellisés, idem pour le Jura (plus élevé pour la partie réellement classée montagne de la zone) mais loin d'être atteint sur le reste du massif alpin ou dans le Massif Central (20-25 %).

**En reconnaissant et en protégeant le savoir-faire local, les indications géographiques rendent possible l'ancrage durable de la production laitière sur des territoires de montagne sans que ce lait ne se trouve en compétition frontale avec le lait de plaine. Certaines démarches d'indications géographiques des montagnes du Jura ou de Savoie constituent d'ailleurs des exemples types de la compétitivité hors prix, offrant des prix du lait élevés aux producteurs (une nécessité au regard des coûts de production plus élevés) et participant de la dynamique des territoires. Aussi, sans pour autant nier l'existence de difficultés et menaces pesant sur les filières laitières savoyardes et jurassiennes, celles-ci se trouvent aujourd'hui moins « au pied du mur » que ne le sont les filières laitières des autres massifs laitiers, et notamment du premier d'entre eux : le Massif Central.**

1

## LA FILIERE LAIT DE MONTAGNE FRANCAISE ; A LA CROISEE DES CHEMINS

### Une marque montagne encore balbutiante et peu fédératrice

Bien que les productions sous signes officiels de qualité soient bien représentées dans la production laitière de montagne, il n'en demeure pas moins que les 2/3 du lait produit dans ces zones n'entrent pas dans les circuits spécifiques liés par exemple aux appellations d'origine. Par conséquent, ils entrent dans des circuits de transformation de produits de grande consommation indifférenciés de ceux produits avec du lait de plaine produit et collecté à des coûts inférieurs. Ce lait de montagne, pour l'essentiel issu du Massif Central et des départements alpins hors Savoie et Haute-Savoie, souffre ainsi d'une valorisation relativement faible, bien que produit sur des exploitations aux caractéristiques parfois peu éloignées de leurs « voisines » entrant dans les circuits AOP: siège d'exploitation en altitude rendant difficiles les cultures fourragères et céréalières, rations principalement herbagères, recours à des races rustiques, etc.

Dans l'imaginaire collectif, ces exploitations renvoient aussi une image d'authenticité et de naturalité. De nombreux industriels de la filière n'ont d'ailleurs pas hésité à jouer la carte « montagne » pour mettre en avant leurs produits laitiers.

Fort de ce constat, certains opérateurs des filières agricoles ont œuvré à la mise en place d'une reconnaissance de la mention valorisante « montagne » permettant d'identifier les produits qui en sont réellement issus. Si le potentiel de marché reste a priori élevé (86% des consommateurs se déclareraient favorables à un étiquetage spécifique des produits de montagne selon l'association *Euromontana*), cette démarche demeure peu fédératrice en ce qui concerne la production laitière et ne suscite pas encore l'engouement espéré.

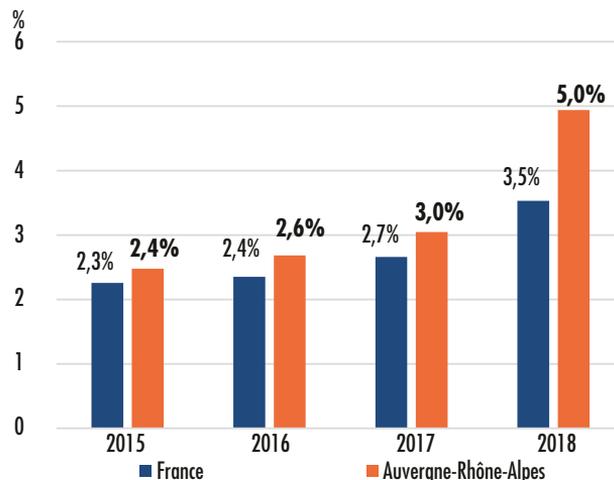
### Le « boom » du lait biologique sur le Massif Central

Une demande croissante de certaines entreprises de collecte, des soutiens financiers incitatifs et une crise majeure traversée par la filière laitière conventionnelle ont généré une vague de conversions à la production biologique sans précédent en 2016. Du fait du délai de conversion généralement de deux ans, les effets de conversions se sont pleinement traduits à partir de fin 2017 et tout au long de l'année 2018. Certains départements ont ainsi connu des évolutions de la collecte de lait biologique particulièrement prononcées sur la période récente et la part du lait bio dépasse désormais 5% dans presque tous les départements appartenant pour tout ou partie au Massif Central: Loire (7,6%), Haute-Loire (5,9%), Cantal (5,3%), Puy de Dôme (5,4%), Rhône (5,8%) et Ardèche (17,5%). La collecte biologique ne devrait que peu évoluer à court terme, le nombre de conversions s'étant fortement sur les derniers mois. La remontée du prix du lait conventionnel et la menace pesant sur les aides spécifiques bio n'y sont sans doute pas étrangères !

Malgré des prix du lait biologique supérieurs à ceux du lait conventionnels, la question du différentiel de coûts de production vis-à-vis des exploitations de plaine engagées dans cette même démarche reste entière alors que le lait biologique de montagne n'est pas valorisé différemment de celui de plaine.



#### ÉVOLUTION DE LA PART DU LAIT BIOLOGIQUE DANS LA COLLECTE LAITIÈRE

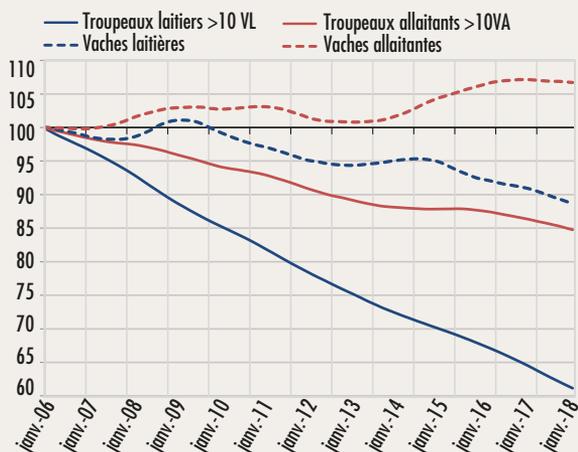


Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après DRAAF Auvergne-Rhône-Alpes

## Des enjeux territoriaux importants liés à la filière laitière

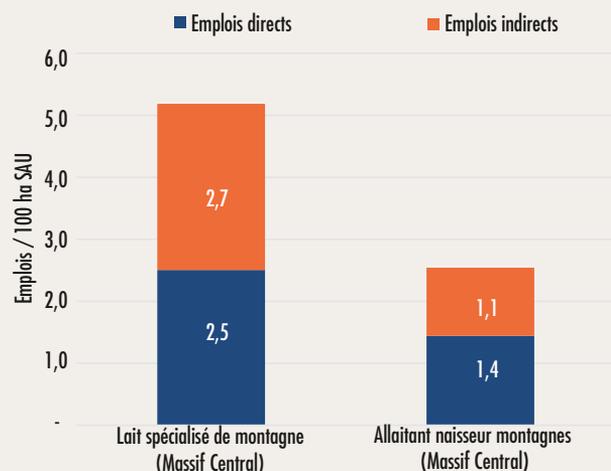
L'élevage laitier est au cœur de nombreux enjeux territoriaux dans les massifs par l'entretien des espaces qu'il permet et les emplois qu'il crée. La substitution de l'élevage laitier par l'élevage allaitant, sur le Massif Central plus qu'ailleurs, ne va pas sans poser question quant à l'équilibre du territoire dans les années à venir.

**ÉVOLUTION COMPARÉE DES TROUPEAUX LAITIERS ET ALLAITANTS MASSIF CENTRAL (ZONE DE MONTAGNE) moyenne mobile des 12 derniers mois, indice 100 en 2005**



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après SPIE-Normabev

### DES SYSTÈMES LAITIERS GÉNÉRATEURS D'EMPLOIS



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Inosys réseaux d'élevage et GIS Élevage Demain



Troupeau allaitant de race Aubrac en Lozère ©Aurore Lhotte Photographies

### Le Massif Central attiré par l'élevage allaitant

Dans certaines zones du Massif Central, l'Ouest notamment, la mixité des élevages bovins (lait et allaitant) est très présente au sein même des exploitations. Or, pour différentes raisons, on assiste ces dernières années à des réorientations de systèmes de production : des systèmes mixtes se spécialisent en allaitant et des systèmes laitiers spécialisés s'y convertissent. On note ainsi une diminution du nombre de troupeaux laitiers bien plus significative depuis 12 ans que celle des troupeaux allaitants dans les montagnes du Massif Central. Les évolutions du nombre de vaches semblent même opposées entre les deux cheptels, avec depuis quelques années, une substitution des vaches laitières par des vaches allaitantes.

Même si la collecte ne semble pas avoir été trop impactée jusqu'à présent (la hausse de rendement laitier ayant compensé la diminution du nombre de vaches), l'accentuation d'une telle tendance pourrait se révéler préjudiciable à plusieurs titres par la création de déséquilibres à l'échelle du territoire mais aussi des filières.

### Un élevage laitier pourvoyeur d'emplois et créateur de richesse

En permettant une production de richesse à l'hectare nettement supérieure à celle de l'élevage allaitant de type naisseur présent sur le Massif Central, l'élevage laitier est aussi une activité fortement génératrice d'emplois. Les travaux du **GIS Élevage Demain** évaluent ainsi les emplois liés à la production laitière à 9,8 ETP (emplois directs en ferme et indirects) par million de litres de lait de vache produits, soit 1,07 ETP induit par ETP en ferme. À l'échelle des zones de montagnes françaises on pourrait donc tabler sur plus de 35 000 emplois liés à l'activité laitière.

Pour presque la moitié il s'agit des actifs (chefs d'exploitation et salariés) présents dans les élevages. Pour le reste il s'agit des emplois indirects liés à l'activité laitière dans les secteurs de l'approvisionnement, des services, de la collecte, de la transformation et de la commercialisation des produits laitiers.

Ce ratio, qui représente une moyenne nationale, cache des disparités régionales et ne tient pas compte des spécificités des filières laitières de montagne. Une étude réalisée sur les filières AOP et IGP de Savoie établit ainsi que le ratio en local est supérieur de 70 % au ratio national. La part de lait en transformation fromagère et une plus faible productivité de la main-d'œuvre à tous les échelons de la filière (exemple des écarts de temps de collecte de lait/1 000 l entre plaine et montagne) en sont des facteurs explicatifs.

Concernant l'élevage allaitant, les travaux du **GIS Élevage Demain** évoquent un ratio de 0,76 ETP induit par ETP présente en élevage. Une substitution entre les deux élevages serait donc aussi très impactante du point de vue du nombre d'emplois proposés sur ces territoires déjà en proie pour nombre d'entre eux au risque de désertification (écoles fermées, manque de médecins...).

# 1 LA FILIÈRE LAIT DE MONTAGNE FRANÇAISE ; A LA CROISÉE DES CHEMINS

## Des recommandations pour favoriser le maintien d'une dynamique

Qu'il s'agisse de conquérir la valeur ajoutée, de préserver et renforcer les actions collectives ou encore de se prémunir face aux risques extérieurs à la filière, un certain nombre de recommandations émanant du terrain (producteurs, collecteurs/transformateurs, conseillers agricoles, etc.) ont été recensées.

### Une activité agricole qui doit être soutenue

Avec des coûts de production dépassant largement ceux des exploitations de plaine, de l'ordre de +100 à +150 €/1 000 litres selon les massifs d'après les travaux menés par Inosys Réseaux d'élevage, le maintien d'aides spécifiques (ICHN, PMBE, PCAE), ou avec des taux et des compléments (Dotation Jeune Agriculteur par exemple) en faveur des exploitations de montagne apparaît comme une absolue nécessité pour pérenniser l'activité laitière dans les territoires de montagne. Quel que soit le massif, les acteurs réunis lors des focus groupes n'ont pas manqué de rappeler que sans ces aides, l'activité aurait d'ores et déjà disparu. Ainsi, il s'agit bien de compenser des handicaps, des surcoûts de production ou d'équipements par rapport à d'autres bassins de production, sans qu'aucune remise en cause ne puisse être faite en lien avec le niveau de valorisation du produit.

### Mettre en place un soutien différencié à l'élevage laitier de montagne

Dans certains bassins, le cheptel de vaches laitières est en forte diminution, parfois au profit d'autres élevages comme dans le Massif Central. La création d'une aide spécifique « Prime au Maintien du Troupeau de Vaches Laitières » (en référence à l'ancienne Prime au Maintien du Troupeau de Vaches Allaitantes) telle que proposée lors d'un focus groupe pourrait venir contrecarrer cette évolution. Cette aide pourrait aussi être une évolution du dispositif d'Aide Bovine Laitière dans le sens d'une différenciation plus grande en faveur de la montagne (actuellement le différentiel d'aide par animal en faveur de la montagne est de 36 €/VL mais avec un plafond d'animaux éligibles par exploitation est fixé à 30 VL en montagne contre 40 VL en plaine).

Des différentiels de montants lait/allaitant pourraient aussi être instaurés au sein des ICHN comme c'est le cas pour d'autres espèces avec des ICHN spécifiques aux ovins par exemple.

### Compenser les surcoûts de collecte en zone de montagne

Les conditions climatiques, le relief, le besoin en équipement spécifique dans des collectes intégrant des laits différenciés (AOP, Bio, etc) ou le simple fait que les livraisons par point de production soient plus faibles qu'en plaine entraînent un quasi-doublement des coûts de collecte laitière en zone de montagne. De nombreuses demandes de prise en compte financière de ce différentiel ont déjà été déposées par les acteurs de la filière, dont une qui devait conduire à une détaxation des carburants utilisés pour la collecte en 2016. Mais une réponse favorable de l'État français sur ce dossier aurait été jugée non-conforme aux principes de la libre concurrence par l'Union européenne. Le dossier n'a donc pas avancé depuis cette date. Cependant une aide de ce type existe dans le Tyrol du Sud (Italie), financée sur crédits régionaux. Une telle initiative pourrait

apporter du crédit à une demande française, ou de l'ensemble des régions de montagnes européennes.

### Encourager l'emploi de main-d'œuvre sur les fermes et entreprises

De nombreux acteurs de la filière et en premier lieu les producteurs s'accordent sur le manque d'attractivité de leurs métiers. L'astreinte liée à la production laitière et les difficultés à recruter de la main-d'œuvre salariée peuvent constituer des freins importants au développement voire au maintien de l'activité laitière dans certaines exploitations. Si cette astreinte peut parfois être automatisée (robotisation de certaines tâches), cela ne pourra être le cas dans la majorité de situations (coûts d'équipements importants, respect des cahiers des charges, structures d'exploitation incompatibles...). Le recours à de la main-d'œuvre salariée pourrait donc constituer une solution à condition de trouver un compromis entre le coût pour l'éleveur et le niveau de rémunération pour le salarié qui se doit d'être suffisamment attractif. La question de l'emploi se pose de la même façon dans les entreprises de transformation en aval de la filière.

Au-delà d'une communication positive sur ces métiers afin de susciter des vocations, l'allègement des cotisations patronales en territoire de montagne est évoqué.

Des mesures d'accompagnement à l'accès au logement pour les salariés de l'agriculture et de l'agroalimentaire se révéleraient également opportunes pour certains territoires frontaliers avec la Suisse.



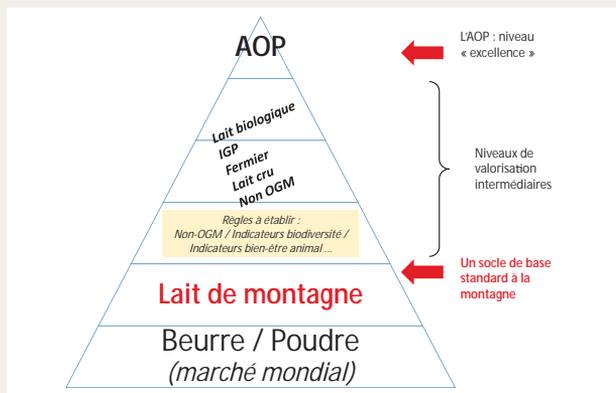
Un exemple de campagne de communication sur les métiers de l'agriculture réalisée par l'ANEFA Vendée

## Conforter les productions sous signes de qualité...

Si les productions sous signes de qualité sont globalement bien représentées dans les massifs du Jura et des Alpes Savoyardes, notamment au travers de fromages d'appellation, ces produits doivent rester les fleurons de la production laitière de montagne et les locomotives de l'ensemble de la filière. Pour cela, la communication doit permettre la mise en avant des savoir-faire fromagers et du caractère « montagnard » de ces produits. Leur authenticité, leur typicité et les réponses qu'ils apportent à de nombreuses attentes sociétales sont autant de gages auprès des consommateurs qu'il faut garantir au travers des cahiers des charges et qui doivent permettre en retour une juste rémunération de l'ensemble des maillons de la filière.

Le label biologique, autre signe officiel de qualité bien connu des consommateurs et qui trouve aujourd'hui un certain écho auprès des producteurs (voir pages précédentes) doit être mis à profit pour valoriser le savoir-faire fromager montagnard, alors même que le marché du fromage biologique était jusque-là très réduit pour ne pas dire quasi-inexistant.

### PARVENIR À UN SOCLE MONTAGNE QUI DISTINGUE LE LAIT QUI Y EST PRODUIT SELON CERTAINS STANDARDS



## ... et valoriser l'origine montagne !

L'absence de valeur ajoutée ou son insuffisance pour la majeure partie du lait produit dans le Massif Central et dans les territoires de montagne hors Jura et Savoie ressort comme un talon d'Achille pour la production laitière de montagne qui ne peut faire jeu égal avec la plaine sur des produits de grande consommation non démarqués en termes de prix des produits. L'image portée par la montagne et ses produits aux yeux du consommateur est néanmoins une piste de réflexion sérieuse. L'objectif serait ainsi de transformer cette image (et les contraintes à la production qui y sont liées !) en plus-value pour la filière et notamment ses premiers acteurs que sont les producteurs de lait.

Certains éléments de différenciation tels que la part d'herbe, la part des prairies permanentes, le nombre de vaches, l'altitude, le bilan carbone, la biodiversité, la composition intrinsèque du lait, le bien-être animal... sont ainsi des éléments qui doivent faire l'objet de réflexion et pourraient venir s'ajouter au « simple critère de provenance » que peut apporter l'utilisation de la mention montagne déjà existante mais apportant trop peu de garanties pouvant motiver l'achat à des prix supérieurs selon la plupart des opérateurs.



Des signes officiels de qualité à encourager

## Renouvellement des générations et accès au foncier : les autres enjeux de la filière

### Renouveler les générations en les formant aux nouveaux enjeux

Partout en France, y compris dans le Jura où la restructuration est parmi les plus faibles, le renouvellement des générations dans les exploitations laitières est un défi majeur. Les candidats à l'installation se trouvent en effet confrontés à de nombreux obstacles (accès au foncier, capital initial à engager) et de nombreuses questions relatives à l'astreinte, la faiblesse des revenus voire au célibat constituent évidemment des freins au désir d'installation.

Face à ces multiples questions, il devient urgent d'adopter des mesures facilitant la transmission aussi bien pour les cédants que pour les nouveaux arrivants. L'adoption de mesures fiscales incitatives (exonérations, aides à la transmission...) ou la mobilisation de formes alternatives de transmission du foncier (GFA familiaux ou mutuels, financements participatifs...) sont autant de pistes à creuser.

Enfin, les nouveaux installés évoluent désormais dans un monde laitier bien différent de celui de leurs prédécesseurs, allant de la production dans un marché libéralisé aux incertitudes climatiques. Il convient que les formations en tiennent compte et mettent en avant la nécessité de « réfléchir filière » et rappelle les risques que fait peser une approche individualiste sur la profession.

### Préserver le foncier et favoriser sa vocation agricole

Face au détournement du foncier agricole au profit d'autres utilisations (infrastructures, tourisme, habitat...) ou à sa non-libération par certains éleveurs en fin d'activité mais préférant maintenir une activité a minima permettant de bénéficier de primes ICHN plus avantageuses que des retraites très faibles, l'accès à un foncier fonctionnel (le plus groupé possible) est un véritable enjeu pour la filière. La sanctuarisation du foncier agricole et la mise en place de dispositifs d'encouragement à la restructuration des parcelles (remembrements-échanges) sont des pistes à activer notamment avec les collectivités territoriales, les SAFER et dans le cadre de mise en œuvre des PLU ou SCOT.

La revalorisation des retraites les plus faibles en lien avec une restriction de l'accès aux primes ICHN après le franchissement de l'âge de la retraite doit encourager les cédants à « rompre » avec l'activité agricole et libérer le foncier qui fait défaut notamment pour des installations.

# 2

## LAIT DE MONTAGNE DANS L'UE : Quelles différenciations possibles ? Quelles politiques publiques ?

Introduction aux deux études de cas dans le *Südtirol* italien et les montagnes de Bavière.



### Production de lait de vache dans les montagnes de l'Union européenne

En 2016, les zones de montagne sont à l'origine de **11% de la production de lait de vache de l'UE-28** en volume (-0,5% en 10 ans) et de 13% en valeur. Si l'on met de côté la zone nordique de Finlande à fortes contraintes naturelles (13%) assimilée à la montagne, et l'Espagne (12%) qui ne distingue pas ou peu la production de montagne au niveau de la filière ni des politiques publiques, les principaux pays producteurs sont : la France (23% des volumes produits en montagne), l'Autriche (16%), l'Italie (16%) et l'Allemagne (6%).

**La production de lait de vache en montagne concerne donc avant tout les Alpes (5,3 Mt de lait commercialisés dont 1 Mt en Suisse hors UE) et le Massif Central (2,5 Mt)** dont le poids relatif apparaît donc important aussi bien au niveau français (2/3 de la production de lait en montagne), qu'europpéen.

Certaines zones de montagne appuient leurs stratégies de développement sur les signes d'identification gérés dans le cadre de la Politique de la Qualité de l'UE : AOP, IGP, AB, STG - Lait de foin, et plus rarement l'appellation facultative « Produit de montagne » (règlement CE). Dans d'autres zones, divers types d'acteurs (producteurs, coopératives, transformateurs privés, distributeurs) commercialisent des produits laitiers issus de la montagne en mettant en avant une origine régionale particulière, ou des valeurs (authenticité/tradition, naturalité/harmonie) recherchées par les consommateurs et spontanément associées à la montagne.

Du côté des **politiques publiques**, si elle n'est pas absente de la PAC, la montagne relève clairement du domaine de la subsidiarité. Dans la boîte à outils de la PAC, des possibilités de couplages spécifiques existent dans le 1<sup>er</sup> pilier tandis que les ICHN, MAEc et aides aux investissements (dans les étables et les laiteries) peuvent s'avérer de

puissants outils de soutien et d'orientation quand ils sont déclinés et financés avec ambition. Au-delà de la PAC, des politiques régionales d'aménagement du territoire peuvent aussi favoriser le maintien et l'adaptation d'une production et transformation laitière dans des zones à fortes contraintes.

### Deux études de cas dans les zones de montagne d'Allemagne et en Italie

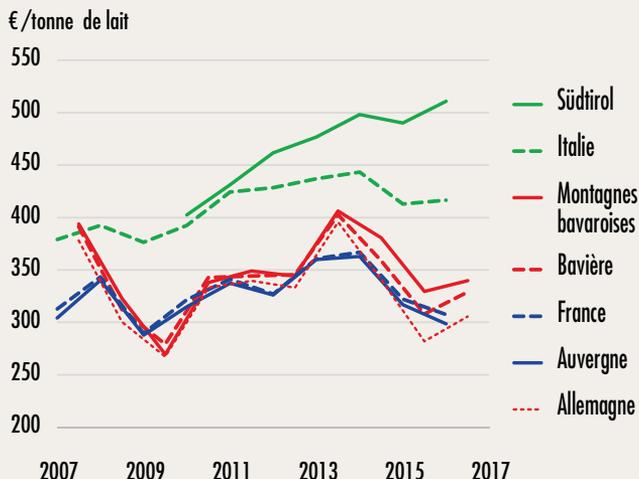
L'étude synthétisée dans les chapitres suivants fait suite à une demande du **groupe Montagne du CNIEL**. Elle a pour objectif d'analyser, à partir de quelques études de cas en Europe, des stratégies de valorisation du lait produit en montagne qui ne passent pas par la production de fromages sous SIQO mais qui permettent d'éviter une concurrence frontale avec les productions des zones de plaine. Elles s'appuient alors sur les caractéristiques de la production en zone de montagne en bénéficiant d'actions coordonnées de différents acteurs (producteurs, filières, pouvoirs publics, collectivités locales, ...).

Deux massifs européens (**Südtirol italien et montagnes bavaroises en Allemagne**) ont été sélectionnés pour réaliser des études de cas basés sur une revue bibliographique et des voyages d'étude. Dans les **montagnes bavaroises**, environ 4 000 exploitations de 25-30 vaches de moyenne produisent 600 à 700 millions de litres de lait transformés par de nombreuses coopératives et industriels privés de tailles et stratégies variées. Dans le **Südtirol italien** (aussi appelé Haut-Adige, Province autonome de Bolzano), 4 800 exploitations de 15 vaches de moyenne produisent 400 millions de litres transformés par 9 coopératives de tailles variées qui partagent des éléments clés de leurs stratégies dans une fédération provinciale. À titre de comparaison, le département français de la Savoie (73) compte à peu près le même nombre d'habitants (500 000) que le *Südtirol* pour une superficie totale très comparable et un milieu naturel assez voisin,

mais produit trois fois moins de lait avec 8 fois moins d'exploitations que celui-ci. La faible dimension des élevages du *Südtirol* et des montagnes bavaroises y est souvent complétée par d'autres activités (agrotourisme, salariat, bioénergie) dans le cadre d'exploitations en propriété, familiales, pluriactives et souvent multigénérationnelles.

En l'absence de SIQO, ces deux zones affichent sur la période récente un prix plus élevé que leurs moyennes nationales et sensiblement plus élevé que le prix du lait livré dans les montagnes auvergnates (graphique ci-dessous). Une condition jugée absolument nécessaire pour le maintien de ces petites exploitations.

### ÉVOLUTION DU PRIX DU LAIT LIVRÉ DANS QUELQUES ZONES DE MONTAGNE (TRAIT PLEIN), AVEC AOP, HORS AB



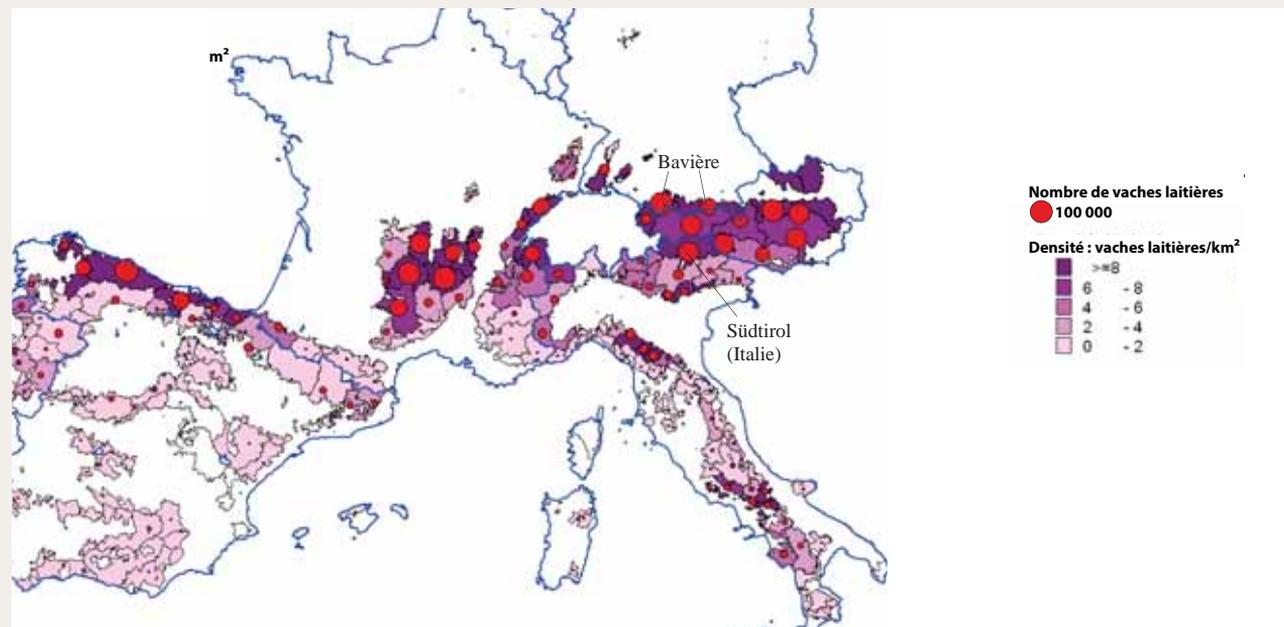
Source : DG AGRI RICA UE - traitement GEB - Institut de l'Élevage

Ce **prix du lait** est homogène et issu de stratégies concertées dans le *Südtirol*, tandis qu'il est hétérogène dans les montagnes bavaroises dans lesquelles des stratégies concurrentes d'opérateurs (coopératives, transformateurs, distributeurs) s'affrontent pour capter l'intérêt des consommateurs pour la montagne par des voies très diverses.

Ces deux zones qui n'ont pas ou peu d'AOP, ont également perdu leurs produits traditionnels typés (fromages à pâte pressée cuite au lait cru en Bavière, Graukäse dans le *Südtirol*). Force est de constater que la réussite actuelle du *Südtirol* (sur le prix du lait) doit beaucoup aux yaourts et produits frais. La stratégie la plus convaincante des montagnes bavaroises qui permet à la coopérative de *Berchtesgaden* de servir le prix du lait le plus élevé d'Allemagne sur 5 ans est également basée sur le lait frais et les produits frais. Ces réussites sur les produits frais sont révélatrices d'une des principales vertus accordées par les consommateurs aux produits laitiers de montagne : leur naturalité et finalement leur fraîcheur. Des valeurs excellemment résumées dans le slogan de la filière laitière sudtirolienne « **la Pure Fraîcheur est dans notre Nature** ».

L'accompagnement politique dont bénéficient ces deux secteurs laitiers est particulièrement frappant dans le *Südtirol* dans lequel le soutien au modèle agricole très spécifique est finalement un des piliers d'une politique globale d'aménagement du territoire. En Bavière, le soutien apporté, très conséquent également, semble plus défensif et vise à donner du temps mais aussi des moyens aux exploitations pour évoluer dans le sens des attentes sociétales puissamment relayées par diverses ONG et associations, et parfois instrumentalisées par les distributeurs.

### VACHES LAITIÈRES EN ZONE DE MONTAGNE



Source : Eurostat FSS 2000 - Traitement GEB - Institut de l'Élevage

# 3

## SÜDTIROL : Entre tradition, adaptation et innovation

Province montagneuse du nord de l'Italie à la frontière avec l'Autriche et la Suisse, le Tyrol du Sud se caractérise par son statut administratif largement autonome. L'élevage laitier est assuré par un réseau de 5 000 fermes de petites tailles livrant leur lait à 9 coopératives locales.

Au travers de démarches de valorisation spécifiques, les prix du lait payés aux producteurs y sont parmi les plus élevés d'Europe alors même que les filières de démarcation classiques que sont les indications géographiques ou l'agriculture biologique y sont peu développées.



### Une région riche, touristique et agricole à l'identité marquée

Fêtant son centenaire de rattachement à l'Italie en 2019, la Province autonome de Bolzano (également connue sous les noms de Haut-Adige ou Tyrol du Sud) se trouve être la région la plus riche d'Italie. L'agriculture y occupe un poids important bien qu'elle repose sur des structures familiales de petite taille avec des exploitants souvent pluriactifs.

#### Une province autonome germanophone, italienne depuis un siècle

La province autonome de Bolzano est une région montagneuse située au nord-est de l'Italie, à la frontière avec l'Autriche et la Suisse. Après avoir fait partie intégrante du Tyrol autrichien de 1802 à 1918, ce n'est qu'à l'issue de la première guerre mondiale que la province se trouve rattachée à l'Italie suite à la ratification du Traité de Saint-Germain-en-Laye qui consacre la dislocation de l'Empire austro-hongrois.

Avec la province de Trente, elle forme la région autonome du Trentin-Haut-Adige, l'une des cinq régions italiennes à statut spécial. Dans les faits, le Conseil Régional du Trentin-Haut-Adige ne dispose de pouvoirs très limités, l'autonomie régionale ayant été largement transférée aux deux Provinces (celle du Trentin d'un côté, celle du Haut-Adige/Südtirol de l'autre) au début des années 70 suite à plusieurs décennies de pression de la population germanophone du Haut-Adige sur le gouvernement italien. Ces provinces disposent de compétences très étendues et d'une grande autonomie financière.

#### LOCALISATION DU TYROL DU SUD



Source : <http://www.italien-sehenswerthes.de/karte/> © Fotolia.com, 91942212 pbardocx

#### Une région montagneuse dynamique

Bien que très montagneuse (plus de 350 pics dépassant les 3 000 mètres, plus de 80% de la superficie située à plus de 1 000 mètres d'altitude et les 2/3 à plus de 1500m), elle ne se trouve pas pour autant isolée et est même une voie de communication majeure au sein de l'espace européen. Le col de Brenner (1 372m), qui marque la frontière avec l'Autriche, est en effet l'un des passages les plus bas et les plus fréquentés entre pays du nord et du sud de la crête principale des Alpes (plus de 2,2 millions de poids lourds en 2017). Cette situation participe à la dynamique économique de ce territoire de 520 000 habitants, à 70% germanophones (plus de 90% en zone rurale), et qui se trouve être la région la plus riche d'Italie avec un PIB/habitant de plus 40 000 € et le plein-emploi. Le secteur tertiaire participe pour 70% à la création de richesse et pour 74% de l'emploi provincial, notamment au travers du tourisme (12% du PIB, 14% des emplois), du commerce et des transports. Il est suivi par le secteur secondaire (25% du PIB pour 21% de l'emploi).

## Pommes, vignes et production laitière : le tryptique agricole régional

Le secteur primaire n'est pas pour autant en reste : il pèse 4,5% du PIB provincial (un poids qui est bien supérieur à celui occupé à l'échelle de l'Italie à 1,9% ou de l'Autriche à 1,1%) pour un peu plus de 5% de l'emploi.

L'agriculture repose essentiellement sur trois productions. La production de pommes, sur près de 7 000 exploitations et 18 500 ha, représente environ 55% de production agricole brute standard de la Province et 10% de la production européenne de pommes (et même 40% des pommes biologiques) ! 5 000 fermes sont engagées dans la production viticole, essentiellement cantonnée au sud de la Province, avec 8 vins d'appellations.

Avec un peu plus de 9 000 exploitations, l'élevage, dominé par les bovins laitiers (5 000 exploitations), se retrouve sur les zones pentues et en altitude. Cette activité permet de valoriser près de 90% de la surface agricole utile du territoire composée de prés de fauche et d'estives et participe à l'attractivité touristique du territoire largement basée sur ses paysages majestueux.

Il convient également de signaler l'importance de la forêt (41% du territoire) souvent adossée aux activités d'élevage. Composée de conifères majestueux, elle est la base d'une activité sylvicole importante qui permet à nombre d'éleveurs de produire leur propre bois de charpente.

## COMPARAISON TYROL DU SUD, SAVOIE, AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

	Tyrol du Sud	Savoie	Ensemble AURA
Nombre d'habitants (2016)	490 792	428 204	7 695 000
PIB / hab.	42 500	33 000	30 988
Nombre de nuitées touristiques (en millions)	31,3	32	178
	<i>Soit nuitées/hab.</i>	<i>64 nuitées / hab.</i>	<i>75 nuitées / hab.</i>
Superficie totale (km <sup>2</sup> )	7 400	6 028	69 700
	<i>Dont % &gt; 1000 m d'altitude</i>	<i>86%</i>	<i>71%</i>
	<i>SAU (km<sup>2</sup>)</i>	<i>2 279</i>	<i>1 400</i>
	<i>Surfaces boisées</i>	<i>3 341</i>	<i>2 215</i>
	<i>Surfaces artificialisées</i>	<i>210</i>	<i>350</i>
	<i>Autres surfaces</i>	<i>1 570</i>	<i>2 063</i>
Nombre d'exploitations	18 500	2 700	62 800
	<i>Nombre d'actifs agricoles (UTA)</i>	<i>20 500</i>	<i>3 895</i>
	<i>SAU moy. / exploitation</i>	<i>12,3</i>	<i>44</i>
Aides du 1 <sup>er</sup> pilier PAC /an (sur programmation 2014-2020)	20 M€	15,8 M€	690,7 M€
Aides du 2 <sup>nd</sup> pilier PAC (sur programmation 2014-2020)	52,3 M€	18,3 M€	295,8 M€
<b>AIDES €/ ha SAU</b>	<b>317 €/ha</b>	<b>244 €/ha</b>	<b>349 €/ha</b>
Nombre de bovins	131 000	70 570	2 636 700
	<i>Dont vaches laitières</i>	<i>68 000</i>	<i>29 115</i>
Nombre d'exploitations ayant des VL	5 200	662	14 297
Nombre de VL/détenteur	15	34	35
Nombre de livreurs de lait	4 800	604	9 338
	<i>Volume de lait produit (MI)</i>	<i>400</i>	<i>146</i>
	<i>Volume moyen / livreur</i>	<i>83 333</i>	<i>241 722</i>
	<i>Volume annuel moyen / VL</i>	<i>5 880</i>	<i>5 015</i>
	<i>Dont volume collecté (MI)</i>	<i>397</i>	<i>112</i>
% Volume sous AOP	3%	85%	25%
Prix du lait (€/1 000 l en 2017)	522	576	376
Nombre de salariés laïteries (ETP)	940	481	8 877
ETP laïteries / 1 MI de lait	2,4	4,3	3,6
Fabrications de fromages (t)	21 000	18 538	204 337

## 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

### Une organisation politique et collective très structurante

**Pluriactivité des agriculteurs, coopératives nombreuses et structurantes et politique d'aménagement du territoire volontariste de la part de la Province sont des caractéristiques majeures de la société sud-tyrolienne.**

#### Pluriactivité des exploitations

Si le chiffre de 5% de l'emploi a été évoqué pour le secteur primaire, les autorités provinciales estiment la part de l'agriculture à 7,8% des ETP (en cumulant les temps partiels) et la force de travail familiale dans ce secteur à plus de 54 000 personnes, soit plus de 10% de la population globale (et donc beaucoup plus dans les villages !). 70% des éleveurs laitiers ont également une activité salariée et/ou une activité d'agrotourisme. Au-delà d'un fort ancrage social lié à l'histoire de la région, la pluriactivité est également largement encouragée par les autorités provinciales.

#### Des coopératives nombreuses et structurantes

Le système coopératif est très présent dans le Tyrol du Sud. Ainsi, 93% de la production de pommes du territoire est mise en marché par une vingtaine de coopératives, tandis qu'une quinzaine de caves coopératives assurent une large part de la vinification. La collecte laitière est quant à elle coopérative à plus de 94%, autour de 9 coopératives.

Quelques fromageries artisanales de petite dimension et quelques chalets d'alpage pratiquent également la transformation, mais celle-ci reste très marginale (<1,5%).

Les organisations coopératives et/ou associatives ne se limitent pas au monde agricole mais sont également présentes dans le secteur bancaire, du tourisme, du commerce ou encore de l'énergie. Cette organisation tout à fait spécifique de la société sud-tyrolienne repose sur une identité culturelle forte et participe à renforcer la cohésion et la solidarité entre acteurs.

#### Une politique d'aménagement du territoire volontaire et stable

La politique d'aménagement du territoire a, dès l'après-guerre et avec davantage de moyens depuis les années 1970, favorisé le maintien d'un tissu rural et agricole dense basé sur l'existence d'un grand nombre de petites exploitations pluriactives. Aussi, les infrastructures routières comme celles des nouvelles technologies de l'information et des communications font l'objet de réinvestissements réguliers



Les composantes essentielles du paysage: montagne, forêt, prairies, bâti traditionnel.

des recettes touristiques afin de préserver l'attrait de l'habitat rural et d'empêcher toute fracture sociale ou territoriale (aux dépens de fermes dispersées et accrochées à de fortes pentes). Le développement de l'agritourisme constitue une source de revenu supplémentaire peu taxée pour les familles, leur permettant d'entretenir le bâti exceptionnel à moindre frais. Des aides aux investissements sont ainsi prévues pour les travaux d'aménagement de l'habitat rural et participent à maintenir son attractivité. À cela s'ajoute une répartition spatiale des activités économiques pilotée de longue date par une politique d'aménagement du territoire ambitieuse qui permet à chaque habitant de rencontrer travail et services à moins de 30 minutes de chez lui (1 000 micro zones artisanales ou industrielles ont été planifiées dès l'après-guerre), ce qui favorise la pluriactivité.

#### **Le tourisme : une activité de premier plan en lien avec l'agriculture**

Avec environ 7 millions de touristes accueillis sur le territoire et plus de 30 millions de nuitées en 2016, le Tyrol du Sud s'affirme comme une région touristique de premier plan au sein de l'espace européen. Ce niveau est en effet comparable au département de la Savoie qui compte 32 millions de nuitées pour 430 000 habitants sur une superficie presque équivalente, ce grâce à un tourisme hivernal très développé. L'offre touristique sud-tyrolienne repose plus sur un « tourisme doux » avec un accueil à la ferme très développé (environ 5% des visiteurs concernés pour près de 7% des nuitées). Cet accueil à la ferme se répartit entre près de 3 000 fermes relativement bien réparties sur le territoire et qui bénéficient d'aides aux investissements et d'avantages fiscaux importants.

L'Allemagne est le premier pourvoyeur de touristes pour la région, présentant environ 42% des visiteurs et près de 49% des nuitées. L'Italie suit avec 35% des effectifs et 31% des nuitées. La destination est aussi prisée des Suisses et Autrichiens, représentant 5% chacun. Le nombre de nuitées par habitant résidant à l'année sur le territoire atteint des sommets (> 55 nuitées/hab. contre une moyenne italienne à 6,5).

Le développement de l'agritourisme fait partie intégrante de la politique d'organisation du territoire, qui vise à maintenir une présence forte des activités humaines. Les paysages mêlant forêts et prairies constituent l'un des premiers facteurs d'attractivité touristique. Aussi, la politique de développement du tourisme reconnaît pleinement le rôle de l'activité agricole qui a largement contribué à façonner ces paysages par l'entretien des prairies et la construction d'un bâti remarquable s'intégrant dans des paysages très pentus.



Cette photographie de paysages féériques est largement mise en avant dans la promotion touristique de la région.

# 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

## Un secteur laitier qui s'est réinventé

Après avoir failli disparaître dans les années 60, la production laitière s'est peu à peu affirmée sur ce territoire montagneux au point que la Province regroupe désormais près d'une exploitation laitière transalpine sur six avec seulement 3,5% de la collecte laitière nationale.

### Un modèle agricole traditionnel préservé

La relative spécialisation de l'agriculture sud-tyrolienne pour les trois productions évoquées précédemment reste relativement récente. En effet, jusqu'au milieu du XX<sup>ème</sup> siècle, l'agriculture en zone de montagne reposait sur un modèle familial largement autarcique, basé sur des céréales (seigle) autoconsommées et un élevage domestique (porc, bovins) avec vente des surplus (beurre, *Graukäse* – fromage très maigre élaboré à partir du lait écrémé –, speck...).

Le modèle de succession des fermes qui s'est mis en place répondait alors à la nécessité de disposer d'un parcellaire suffisant pour subvenir aux besoins d'une famille. Aussi, le foncier agricole dans le Sud-Tyrol (terres et bâti) ne relève pas vraiment de la propriété à la disposition d'un individu, mais plus d'une propriété familiale transmise de génération en génération (trois générations cohabitent encore souvent dans des chalets de grande

taille). Chaque ferme (*Hof*) a un nom, souvent depuis des siècles, et est associée à une famille qui y vit et qui l'entretient pendant des générations à structure constante car la ferme est indivisible (encadré ci-contre).

### Un fort développement de la collecte à partir des années 80

La modernisation du secteur laitier que souhaitaient insuffler les gouvernements italiens successifs n'a pas rencontré de réel succès dans un premier temps du fait d'une certaine résistance des populations germanophones à se voir imposer un modèle. A l'aube de la seconde guerre mondiale, seulement un tiers du lait produit sur le territoire était collecté et transformé par ces coopératives. Quelques décennies plus tard, dans les années 60, la filière a même failli périr. C'est à cette période que l'importation de savoir-faire d'autres contrées alpines (essentiellement germanophones) où la production et la transformation laitières étaient plus structurées, en particulier depuis la Suisse et la Bavière, rencontre enfin un succès

Quelques années plus tard, les coopératives du territoire gagnent en importance et, au milieu des années 70, s'orientent vers de nouveaux produits de grande consommation en rupture avec leurs traditionnels produits laitiers alpins. Les premiers yaourts du *Südtirol* voient ainsi le jour en 1976 à *Vipiteno*, au nord de la Province, en sous-traitance pour l'allemand *Bayemland*. Quelques années plus tard (1978), la mozzarella fait également son entrée sur le territoire à la laiterie *Brimi*, située à *Brixen*.

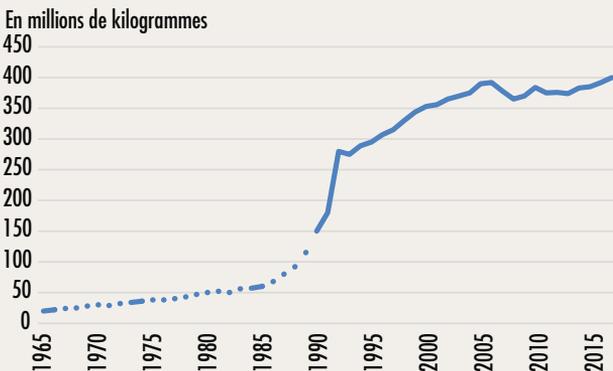
Au cours des années 80, les coopératives se structurent donc essentiellement autour de nouveaux produits issus du savoir-faire allemand ou italien, délaissant les savoir-faire fromagers plus anciens pour la plupart d'entre elles. Ce revirement stratégique marque l'essor de la filière laitière locale qui voit ses volumes de collecte augmenter de façon exponentielle jusqu'à atteindre 400 millions de litres sous le régime des quotas, à la faveur d'une répartition des références à l'avantage des zones de montagne chez nos voisins transalpins.

### Et une restructuration parmi les plus faibles !

Bien que le nombre d'exploitations livrant du lait de vache soit passé sous la barre des 5 000 pour la 1<sup>ère</sup> fois en 2016, témoignant d'une restructuration, cette dernière apparaît comme relativement peu prononcée en comparaison de la plupart des territoires italiens comme européens. Ainsi, le nombre d'exploitations actives dans la livraison de lait sur la Province ne s'est réduit que de 21 % entre la campagne laitière de 2004/2005 et celle de 2015/2016, une baisse particulièrement faible en comparaison de celle connue en Italie (-40%), en France (-40%) ou dans l'Union Européenne à 25 (-48%) sur la même période. La filière laitière sud-tyrolienne s'articule autour d'un grand nombre de petites exploitations. Elles étaient encore 4 800 en 2017 avec une livraison moyenne de 83 000 kg (15 vaches laitières) contre plus de 400 000 litres de moyenne sur l'ensemble de l'Italie.

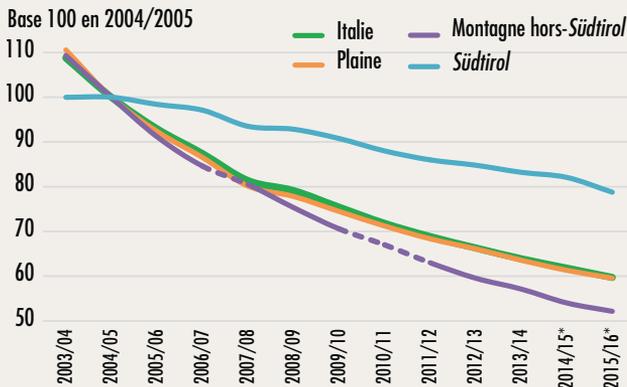
En 2015/16, une exploitation laitière italienne sur 6 était dans le *Südtirol* contre 1/8 dix ans avant. Le poids de la Province s'accroît aussi au sein de la zone de montagne (37% des livreurs de montagne) alors que le reste des zones de montagne vit une restructuration accélérée (-48% sur la période 2004/05 à 2015/16).

### ÉVOLUTION DE LA COLLECTE DE LAIT DE VACHE SUR LE SÜDTIROL



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Senneveverband Südtirol

### ÉVOLUTION DE LA COLLECTE DE LAIT DE VACHE SUR LE SÜDTIROL



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Il Mercato del Latte et Senneveverband Südtirol

## Propriété et transmission agricole : des spécificités très fortes héritées du modèle traditionnel

Le régime de transmission agricole sud-tyrolien, présent aussi dans le reste du Tyrol et la Carinthie, est unique en Europe. Il repose sur le modèle du *Geschlossener Hof* (qui peut se traduire par « mas fermé » en français). Dans ce système, la propriété de la terre n'est pas considérée comme la propriété de l'individu mais comme une propriété familiale ayant pour fonction première de nourrir celle-ci. Elle se transmet au fil des générations sans que le parcellaire ne puisse être divisé. Un unique héritier se voit donc confier le domaine familial dont la valeur à la reprise est estimée sur la base du revenu dégagé par la structure, et donc à un prix bien inférieur à celui du marché.

Les fermes entrant dans ce schéma de succession sont inscrites sur un registre de la Province. Sur les quelques 20 200 fermes que comptait la Province au recensement agricole de 2010, environ 13 300 étaient inscrites au registre des *Geschlossener Hof*. Ce statut a toutefois perdu du sens dans les zones très arboricoles ou viticoles.

Au-delà de constituer un outil permettant de lutter contre le démembrement des exploitations, le *Geschlossener Hof* a aussi une signification sociale forte et est l'héritage direct au travers des siècles d'une tradition médiévale qui avait été interdite il y a un siècle lorsque le Tyrol du Sud a rejoint l'Italie. Il n'a été rétabli que lorsque la Province a retrouvé son autonomie.

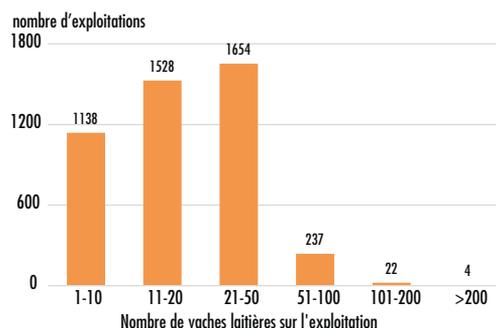
Illustrant cet attachement fort à la propriété familiale, une loi provinciale de 1982 a même institué une distinction, l'*Erbhof* ou « mas ancestral ». Ce titre prestigieux est délivré au propriétaire d'un *Geschlossenen Hof* resté en possession dans la même famille, en ligne directe ou collatérale depuis au moins 200 ans. Celui-ci se voit alors remettre un diplôme fièrement affiché dans les fermes et une enseigne portant l'écusson du Tyrol du Sud et le titre d'*Erbhof* lors d'une manifestation officielle. Titre honorifique, il exprime bien la fierté des habitants de la Province pour leur terre et leur enracinement et met en évidence l'importance du monde paysan dans la société sud-tyrolienne. Même si tout est fait pour faciliter la reproduction de ce « modèle social » par les jeunes éleveurs, il en dit long sur la pression sociale qui s'exerce sur eux.



## De petites fermes économiquement performantes

De tailles relativement modestes avec par exemple une forte représentation des cheptels de moins de 20 vaches laitières (près de 60% des fermes laitières pour 28% du cheptel) et des surfaces agricoles utiles souvent inférieures à 15 ha, les fermes sud-tyroliennes s'appuient pour beaucoup sur la double activité d'au moins un des membres de la famille. Si la forte identité agricole du territoire et l'attachement au patrimoine familial constituent des facteurs explicatifs du bon maintien de l'activité d'élevage (la région compte l'une des plus faibles restructurations au sein de l'espace européen, l'efficacité économique des structures y participe aussi largement.

### RÉPARTITION DES EXPLOITATIONS LAITIÈRES SUD-TYROLIENNES PAR CLASSE DE TAILLE (2017)



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Sennereiverband Südtirol

D'après les travaux réalisés par le syndicat des producteurs agricoles du Sud-Tyrol (*Südtiroler Bauernbund*) basés sur un réseau de 103 exploitations comptant en moyenne 22 vaches laitières et 15 ha de SAU (productivité moyenne de 7550 l/VL, soit près de 10 450 l/ha), les structures dégageraient en moyenne plus de 37 000 €/an de revenu agricole. Alors qu'elles pesaient de façon importante dans le revenu des exploitations jusque 2013 (souvent plus de 60% du revenu), les subventions n'y participent plus qu'à hauteur de 40% sur les derniers exercices analysés (2015-2016), le prix du lait ayant connu une forte augmentation en 2014.

### EXEMPLE DE FERME N°1. Un couple d'éleveurs très techniques et satisfaits

À 1200 mètres d'altitude, la ferme de Werner et Stefanie répond tout à fait à l'image de ferme familiale jeune et moderne et s'inscrivant en même temps dans la tradition agricole sud-tyrolienne. Le couple de jeunes agriculteurs installé en 2012 s'est d'ailleurs vu décerner un prix début 2018 : le « Raiffeisen-Jungbergbauerpreis » qui récompense de jeunes éleveurs.

L'exploitation se caractérise par sa localisation sur des pentes très escarpées. Elle compte 8 ha de prairie dont une partie est irrigable, permettant de réaliser jusqu'à 4 coupes / an (2 en foin + 2 en ensilage) ainsi que 3 ha d'estives situées entre 1600 et 2000 m d'altitude et sur lesquelles paissent les génisses et vaches.

Lors de la transmission de la ferme en 2012, Werner est passé à mi-temps sur son emploi précédent de menuisier. Des frais conséquents ont rapidement été engagés afin de moderniser l'exploitation. Ainsi, un bâtiment d'élevage neuf intégrant notamment le séchage en grange a été construit dans les deux années qui ont suivi l'installation pour un coût d'environ 500 000 € ! Le troupeau qui s'appuyait auparavant sur 8 vaches laitières a alors pu monter à 12 vaches, toutes de race Brune, et la production laitière a plus que doublé, passant de 45 000 litres / an à un peu plus de 100 000 litres. L'éleveur attribue cette hausse notamment à l'augmentation de la productivité par animal permise par l'amélioration des conditions de logement, mais un travail de génétique important a également été réalisé (l'éleveur insémine lui-même ses bêtes avec recours au sexage).

L'intégralité du lait produit est livrée à la laiterie Brimi. L'élevage se situe d'ailleurs parmi les 10 meilleurs de la laiterie en termes de qualité sanitaire du lait (cellules et germes). Éleveur très impliqué dans le tissu agricole local, prenant part à la section locale « jeunes éleveurs » du syndicat Südtiroler Bauernbund, Werner est également adhérent à BRING, une structure de conseil technico-économique qui lui permet notamment d'analyser ses coûts de production et d'optimiser sa fertilisation (réalisée uniquement avec le lisier de l'exploitation).



## EXEMPLE DE FERME N°2. Une ferme à la croisée des chemins

Installée en altitude (1400 m) sur des terres peu pentues, la famille Hintner poursuit l'histoire familiale sur la ferme dont elle est propriétaire depuis 1805. A ce titre, elle s'est vue décerner le titre honorifique de Erbhof (cf. encadré page 17) en 2005. Aujourd'hui, la ferme comprend 12 ha de prairies et 10 ha de forêt et repose sur un élevage d'une trentaine de vaches Fleckvieh dont le lait est livré à la coopérative Mila.

Martin, âgé d'une trentaine d'années, est à la tête de la structure mais est aussi très engagé en tant que pompier, c'est donc sa mère qui assure l'essentiel des traites en plus de s'occuper des gîtes présents sur la ferme (5 appartements hauts de gamme loués environ 120 jours / an).

Si le troupeau est conséquent au regard de la moyenne des fermes sud-tyroliennes, le bâtiment d'élevage reste pourtant vétuste puisqu'il s'agit d'un système d'étable entravée avec lactoduc dont l'aménagement remonte déjà à plusieurs décennies. L'exploitation se trouve en un certain sens prisonnière de son système : avec un chargement proche de 3 UGB / ha, elle dépasse le seuil d'accès aux aides à l'investissement (qui est de 2 UGB / ha), le choix a alors porté sur l'intensification plus que l'investissement. L'un des avantages qui en est retiré est une économie de temps du fait d'être collecté par le camion sans avoir à « approcher le lait » (ce que permet le dépassement du seuil de 600 litres quotidiens). Pourtant, le vote lors de l'Assemblée Générale de la laiterie en faveur d'une limitation du chargement plonge la famille Hintner dans une situation inconfortable, la pérennité de leur structure passant désormais par la réduction des effectifs et une nécessaire réorganisation du travail, le marché foncier ne permettant pas de jouer sur les surfaces vu le prix prohibitif (location de 1000 à 1200 €/ha/an !) qu'il faudrait accepter pour trouver les quelques hectares nécessaire à la baisse du chargement.



# 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

## De la quantité à la qualité : une deuxième révolution laitière

Avec une restructuration faible et en misant sur des fermes de petite taille, la filière laitière sud-tyrolienne n'est pas pour autant restée figée dans le passé et a su relever le défi de la quête de valeur ajoutée par le dynamisme des laiteries et avec le soutien des autorités provinciales.

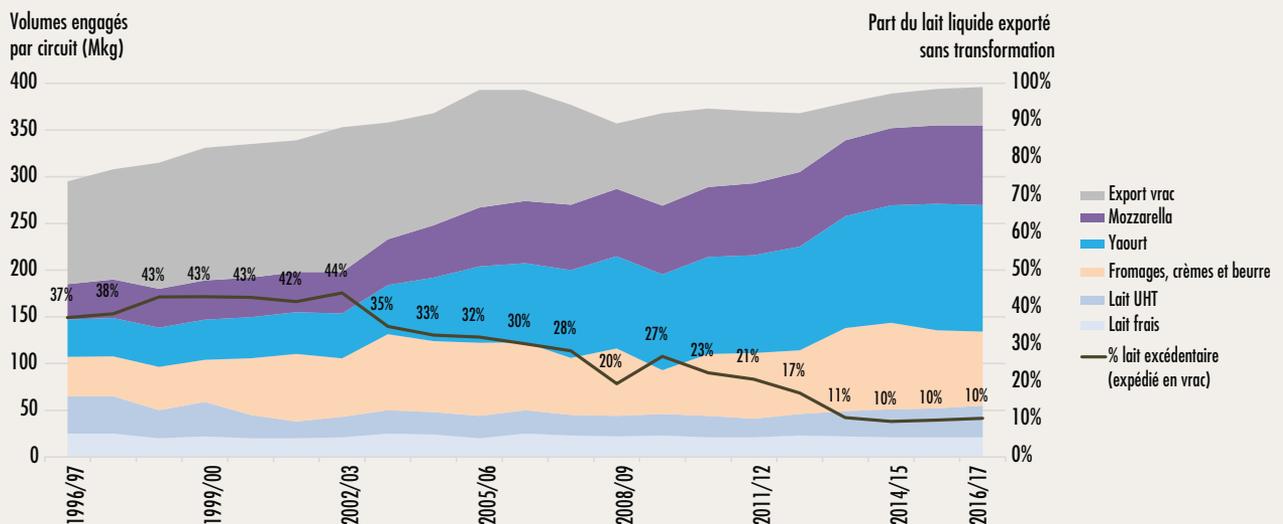
### La reconquête de la transformation du lait

Dans les années 90, la croissance exceptionnelle de la collecte sur le territoire a entraîné un certain déséquilibre dans la filière. Jusqu'à 45% du lait collecté sur le territoire était ainsi expédié en lait vrac sans avoir fait l'objet d'une première transformation au début des années 2000. Ce lait partait notamment vers l'Italie du Sud où il était transformé en mozzarella, constituant un manque à gagner évident pour l'ensemble de la filière laitière sud-tyrolienne. L'abolition du régime des quotas apparaissant comme une menace importante pour la filière laitière locale, ses acteurs ont repensé leur modèle en misant sur les fabrications de produits frais comme le yaourt ou la mozzarella qui avaient débuté sur le territoire dans les années 80 mais restaient relativement confidentiels. Le développement de ces produits a été tel que la Province est devenue un acteur essentiel de ces productions au sein de l'Italie laitière, pesant par exemple pour plus d'un yaourt fabriqué sur deux dans le pays et un yaourt consommé sur trois (le reste étant importé d'Allemagne principalement).

### Un prix du lait qui devient progressivement parmi les plus élevés d'Europe...

Alors que le prix du lait payé aux producteurs sud-tyroliens a connu une relative stabilité sur la première moitié de la décennie 2000, oscillant autour de 380 €/1 000 litres, il a pris son envol à partir de 2007 en passant pour la première fois au-dessus de la barre des 400 €, emporté par l'augmentation générale des prix en Europe. La grande crise laitière de 2009 a joué comme un nouveau catalyseur pour que se mettent en place des actions collectives permettant à la filière d'échapper aux fortes baisses de prix, jugées insupportables tant pour les producteurs que les transformateurs (lait UHT importé à 55cts/litre en GMS). Au sein de l'Italie laitière, une crise de confiance sans précédent est traversée avec les rachats de *Parmalat* et *Galbani* mais aussi au travers d'un scandale sur le beurre frelaté. La différenciation régionale et l'affichage de contrôles réguliers et stricts semblent avoir porté leurs fruits : l'image de montagnes vertes et vivantes mises en valeur par une agriculture traditionnelle semble trouver son public sur

### DESTINATION DU LAIT PRODUIT DANS LE SÜDTIROL



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après Sennereiverband Südtirol

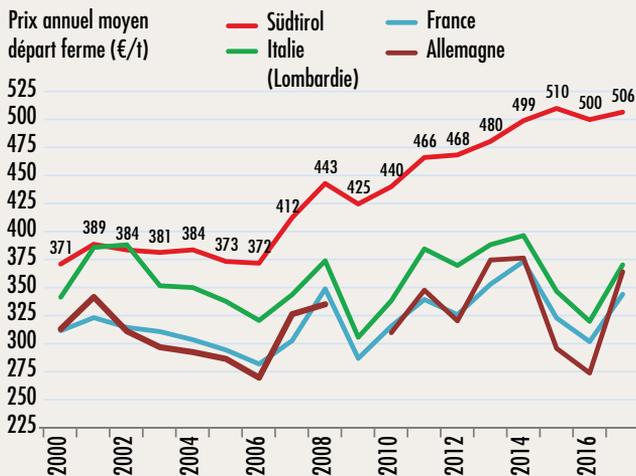
le marché italien. Elle se traduit par une franche déconnexion vis-à-vis des prix moyens italiens (Lombardie) et européens (allemand).

### Des coopératives laitières relativement spécialisées

La filière laitière sud-tyrolienne se structure autour de neuf coopératives aux dimensions variables. *Mila*, la plus importante, compte plus de 2400 livreurs pour 190 millions de litres tandis que *Psairer Bergkäserei*, la plus petite repose sur une petite vingtaine de producteurs pour moins de 2 millions de litres. Si l'ensemble de la filière présente un mix-produit relativement diversifié, le poids des yaourts est à signaler puisque ces fabrications absorbent plus du tiers de la collecte laitière. Par ailleurs, il apparaît une spécialisation relativement forte de chaque coopérative sur un type de produit déterminé. Les plus petites fabriquent essentiellement des fromages à pâtes pressées cuites (très rarement au lait cru) tandis que *Brimi*, *Sterzing* ou *Meran*, pesant entre 30 et 100 MI sont hyper-spécialisées sur la mozzarella pour la première et sur les yaourts pour les deux autres. *Mila*, de par ses volumes importants présente un mix-produit plus diversifié. Cette spécialisation est à la fois le résultat de choix stratégiques portés par chaque coopérative, mais également le fruit d'accords entre celles-ci sur certains produits. *Brimi* est ainsi l'unique productrice de mozzarella alors que *Mila* souhaitait initialement en produire. Pour éviter le conflit, les deux coopératives ont conclu un contrat de livraison de lait pendant d'assez nombreuses années, avant une réorganisation des zones de collecte entre les deux entités.

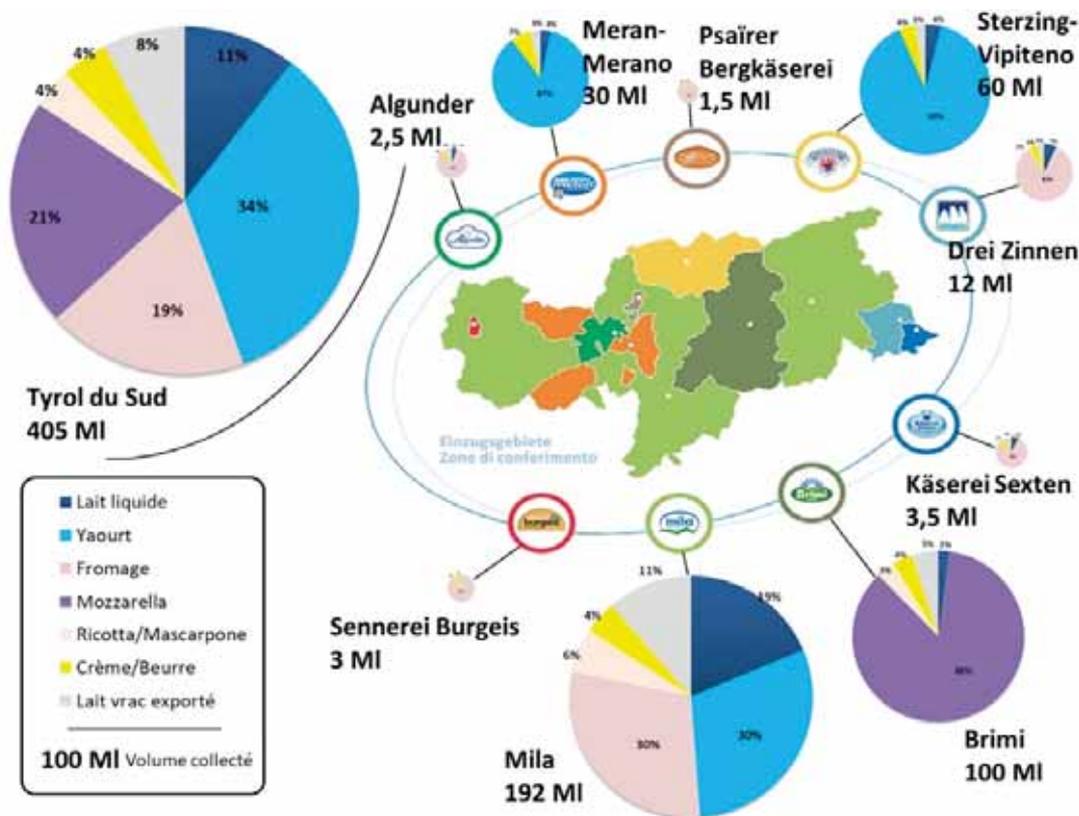
Dans l'ensemble, les coopératives écoulent leur production préférentiellement sur le marché italien (environ 95%) avec un poids important (30%) occupé par la région Trentin - Haut-Adige, son million d'habitants et ses touristes, même si les laiteries déplorent un manque de coopération des acteurs touristiques et un taux de pénétration

### ÉVOLUTIONS COMPARÉES DES PRIX DU LAIT DANS LE SÜDTIROL, EN ITALIE, FRANCE ET ALLEMAGNE



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après CLAL, Observatoire européen du lait et Rapport d'Activité Sennereiverband Südtirol

insuffisant de leurs produits laitiers locaux sur les hôtels par exemple. Les 5% restants font l'objet d'export, notamment vers les pays voisins : Autriche, Allemagne, etc. surtout de la part de *Mila* et *Brimi*, les deux poids lourds locaux. Les productions de yaourts des coopératives spécialisées ou de fromages assez peu typés des petites coopératives se révèlent quant à elles moins compétitives à l'export.



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après laiteries et Sennereiverband Südtirol

### 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

#### Yaourts et mozzarella : des produits devenus emblématiques de la Province

Le développement des yaourts par les laiteries sud-tyroliennes a été particulièrement prononcé ces dernières années dans un marché italien pourtant légèrement déclinant, et assez peu développé (consommation moyenne d'à peine 8 kg/hab./an contre 21 en France). La faible concurrence observée sur ce produit est une des explications de ce développement des parts de marché. Le marché italien semble quelque peu délaissé par *Danone* qui y propose des produits à prix jugés élevés tandis que *Müller* offre des produits très sucrés, en décalage avec la culture alimentaire d'une partie des italiens. Le positionnement de l'offre en yaourt du Tyrol du Sud, visiblement en phase avec le marché, ainsi que le niveau des prix du yaourt sur le marché italien (deux fois plus cher qu'en France à gamme équivalente) ont nettement contribué à la bonne valorisation du lait et aux prix rémunérateurs payés aux producteurs sur la période récente.

La laiterie *Brimi*, deuxième plus importante en volume a quant à elle misé sur la mozzarella dès 1978 avant de connaître un développement marqué au cours de la décennie 2000.

Ces produits correspondent tous deux à une image « fraîcheur » habilement associée aux montagnes du Tyrol du Sud par les acteurs de la filière. Ces derniers mettent notamment en avant la collecte quotidienne du lait et leur attachement à fournir le marché en produits frais de qualité à l'aide du slogan « La pure fraîcheur est dans notre nature ».

#### Des garanties consommateurs fortes dès 2001 avec le sans-OGM

En parallèle de la reconquête de la valeur ajoutée via celle de la transformation, la filière laitière sud-tyrolienne a impulsé une stratégie de développement de garanties auprès des consommateurs, réorientant ainsi son modèle de développement « de la quantité vers la qualité ». Depuis 2001, l'ensemble du lait produit sur le territoire est issu d'animaux nourris sans OGM, alors une première en Europe, avant que l'Autriche ne lui emboîte le pas quelques années plus tard. Dès 2005, une marque ombrelle mettant en avant les différentes productions locales a vu le jour à l'initiative des autorités provinciales et en étroite concertation avec l'ensemble des acteurs. Au-delà de l'adoption d'une identité visuelle commune à un ensemble de produits et services du territoire qui participe à renforcer les liens entre activités et construction des paysages, ce travail a conduit à l'élaboration d'un cahier des charges spécifique à chaque filière posant des règles relatives à l'alimentation des animaux et à leur bien-être, à la collecte du lait (qui est quotidienne), ou encore à des garanties sanitaires allant au-delà de la réglementation italienne. Aujourd'hui, la question des effluents est au cœur de nouvelles réflexions avec la mise en place récente de plafonds de chargement imposés aux producteurs, qui ont eux même voté en ce sens dans les AG des différentes laiteries.



Yaourt de la laiterie Sterzing et mozzarella de la laiterie Brimi., des produits devenus emblématiques de la filière laitière sud-tyrolienne, garantis 100% sans OGM.



« La pure fraîcheur est dans notre nature », slogan phare de la filière laitière sud-tyrolienne

## Une marque ombrelle large et fédératrice

Protégée dès 1978, la marque « *Südtirol - Alto Adige* », propriété de la Province, était utilisée par de nombreux produits agricoles issus du territoire (pommes, produits laitiers, pain, miel...). Dans le secteur touristique, un logo connaissant une certaine notoriété qui faisait référence à la région était également utilisé, sans toutefois disposer d'une marque protégée.

Derrière le grand nombre de marques s'appuyant sur le nom *Südtirol*, une certaine unité manquait, ce qui a conduit les acteurs du territoire à réunir leurs forces à partir de 2003. La réflexion qui a été menée s'est appuyée sur la réalisation d'un inventaire des marques les plus importantes du territoire, une analyse du marché (et notamment des concurrences entre les marques) et une mise en relation des différents opérateurs afin de trouver un positionnement satisfaisant le plus grand nombre. Dès 2004, la marque ombrelle est activée. Des règles d'attribution et d'utilisation ainsi qu'un système de contrôle multi-étapes sont définis. Pour chaque production, un cahier des charges doit être respecté. Les contrôles sont réalisés par un organisme indépendant. Les marques ayant leurs cycles de vie, un processus de révision est réalisé entre 2013 et 2015.

*« Découvrons les trésors du Südtirol -  
Lait origine garantie et qualité contrôlée »*

Comme de nombreux autres produits alimentaires, les produits laitiers bénéficient d'un label permettant d'identifier leur origine sudtyrolienne.



Le cahier des charges pour les produits laitiers repose sur les piliers suivants :

- Lait originaire des fermes de montagne du Tyrol du Sud
- Aliments destinés au bétail sans OGM
- Aliments sélectionnés au travers d'une liste positive d'aliments\* qui se révèle cependant relativement large et ne semble éliminer aucune matière dès lors que celle-ci n'est pas issue de cultures OGM
- Bien-être et santé animale contrôlés
- Collecte quotidienne et circuits de collecte courts garantissant une fraîcheur absolue (« De l'étable à la table en 24h ») comme mise en avant des produits frais
- Contrôles de la qualité des produits avec des seuils et des fréquences allant au-delà de la réglementation italienne

\* [http://lexbrowser.provinz.bz.it/doc/de/6501/beschluss\\_nr\\_932\\_vom\\_20\\_06\\_2011.aspx?q=futtermittel&a=&n=&in=&no](http://lexbrowser.provinz.bz.it/doc/de/6501/beschluss_nr_932_vom_20_06_2011.aspx?q=futtermittel&a=&n=&in=&no)

## 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

### Une aide à la collecte unique en Europe, en deux parties

#### La partie B de l'ICHN versée aux éleveurs laitiers pour le préacheminement du lait

Si leur production est inférieure à 600 l/jour, les éleveurs doivent descendre leur tank à la route principale la plus proche qui est parcourue par le camion de la laiterie. Pour cela, les éleveurs obtiennent une compensation issue du 2<sup>nd</sup> pilier de la PAC. Une partie B de l'ICHN permet de compenser les handicaps logistiques que supporte chaque ferme. L'aide est basée sur la distance de la ferme jusqu'à la route principale la plus proche et tient compte des jours au cours desquels la ferme laitière livre du lait avec la formule suivante : 0,75€/jour (minimum 60 jours) et par 1000m (minimum 1000m, maximum 10 000m; distance par la route même en cas d'utilisation de câbles, assez fréquents). Cette aide est plafonnée à 2700€/an, et est en moyenne de quelques centaines d'euros/an. Au total le coût de cette composante sectorielle de l'ICHN, ciblée sur la production laitière, est de 1,1 million €/an (7% de l'ICHN).

#### Une aide « d'État » (de la Province) versée à certaines laiteries selon des modalités très particulières :

- Il s'agit d'une aide d'Etat (de fait payée par la Province), non cofinancée mais agréée par l'UE.
- L'argumentaire développé est complexe et ne vise pas une amélioration ou un rétablissement de la compétitivité. Les objectifs sont d'abord environnementaux et territoriaux (y compris socio-économiques) et présentés comme analogues à ceux de l'ICHN (effets induits bénéfiques sur le territoire de l'activité laitière traditionnelle décrite dans ce chapitre).
- En aucun cas, il ne peut s'agir d'une compensation totale de l'écart de coût de collecte avec les zones de plaine. La garantie de ne viser qu'une compensation partielle est assurée par le fait que seuls les collecteurs prouvant un coût de collecte supérieur à la moyenne de la zone, entièrement en montagne, sont éligibles.
- Cette aide à la collecte n'est pas fixe mais proportionnée aux handicaps logistiques supportés par chaque collecteur (comme pour la partie B de l'ICHN en ce qui concerne les producteurs). Chaque collecteur présentant un coût supérieur à la moyenne reçoit la différence avec cette moyenne. Concrètement l'aide budgétée et acceptée par l'UE était pour les 4 coopératives concernées respectivement de 3,4 (pour la principale coopérative qui collecte 50% du lait), 5,9, 26,8 et 81,2 €/1000l.
- Formellement l'aide est réputée transiter par les collecteurs mais est destinée aux agriculteurs actifs (sauf s'ils sont en difficulté pour des raisons de conformité juridique). Les modalités de calcul sont complexes car elles tiennent compte du coût de collecte de chaque opérateur (collecteur de lait) mais aussi des surfaces des exploitations collectées (fourchette d'aide par ha à respecter) et même de la surface de chaque exploitation collectée (l'aide à la collecte par ha est dégressive).
- Elle est versée pour 67% du lait du Südtirol ce qui ne représente que 2,47% du lait italien, le marché pertinent pour estimer le risque de distorsion, jugé faible.

5,5 millions d'euros avaient été budgétés pour 2016-2020 (1,1 million € par an). L'application, qui demande des calculs annuels, entraîne un dépassement significatif par rapport aux dépenses initialement prévues en 1<sup>ère</sup> année (900 millions €) avec 1,2 million € versés en 2016 puis 1,3 en 2017. Ceci fait évoluer les versements pour la première coopérative de la zone de 3,4 prévus à 5 €/1000 l. Elle bénéficie ainsi d'une aide annuelle proche de 1 million d'euros par an au titre de cette aide à la collecte.

Le coût de collecte moyen de la zone, qui sert de référence, est estimé à 21 €/1000 l, une valeur finalement modérée compte tenu de la zone et du nombre de points de collecte. De plus la collecte est réalisée toutes les 24 heures pour être en phase avec l'argument fraîcheur abondamment développé, mais aussi pour des raisons logistiques – aller jusqu'au bout de la vallée avec un seul camion sans avoir à retourner le vider à mi-chemin à la laiterie et peut être pour des raisons d'équipement dans les fermes de taille très réduite. Mais il ne faut pas oublier la participation très visible des éleveurs avec le préacheminement à la route principale la plus proche. Si on estime cette participation à sa valeur prise en charge par la partie B de l'ICHN, il faut ajouter près de 3€/1000l ce qui porte le coût de collecte à 24€/1000l pour le comparer à la situation française.



De nombreux producteurs acheminent chaque jour leur tank à lait à proximité des axes empruntés par les camions. – Crédit photo : C. Perrot.

## Province, syndicats et laiteries : une cogestion étroite au service d'une politique ambitieuse

**Très présentes aux cotés des institutions agricoles et des opérateurs économiques, les autorités provinciales jouent un rôle clé dans l'accompagnement et le développement des filières agricoles, et particulièrement de la filière laitière.**

### Une gestion active, autonome et audacieuse des aides

Si globalement le budget consacré au soutien à l'agriculture dans le *Südtirol* (500 Millions d'euros sur 2014-2020 pour le total du 1<sup>er</sup> et du 2<sup>nd</sup> pilier) n'est pas si différent de celui d'un département comme la Savoie (par rapport à la SAU), c'est sa répartition (72% de second pilier, contre 53% en Savoie et 30% en AURA) et l'utilisation avec une grande autonomie des outils de la PAC qui sont frappants. La Province revendique fortement cette autonomie de gestion et s'élève contre la tentative de renationalisation de la PAC dans les projets 2020-2027 (notamment une éventuelle définition des plans stratégiques par l'Etat italien depuis Rome).

### PAC : un lobbying actif sur le 1<sup>er</sup> pilier...

Concernant le 1<sup>er</sup> pilier, le *Südtirol* a bénéficié progressivement de la convergence partielle des DPB (au niveau italien), avec une aide qui devrait passer de 70 (2013) à 160 €/ha (2019) environ.

Ses exploitations laitières touchent l'aide nationale couplée à la vache laitière sous condition de qualité du lait (germes, cellules, TP). Cette prime a été augmentée en 2017 par rapport aux choix initiaux pour 2014/2020, avec une hausse du taux global de couplage : 80 €/NL +78 €/NL de supplément en montagne.

### ...et une utilisation des moyens du second pilier au service d'une politique d'orientation ambitieuse

C'est dans le domaine du 2<sup>nd</sup> pilier et même au-delà avec des aides d'État aux investissements et à la collecte, que le *Südtirol* a exercé une pleine subsidiarité.

Sur les 366 M€ de budget disponible pour le 2<sup>nd</sup> pilier de la PAC (43% UE, et pour le reste 70% Italie et 30% Province):

- 117 M€ (32%) sont consacrées à l'ICHN (qui est régionalisée et très différente d'une région à l'autre en Italie). Dans le *Südtirol*, elle ressemble au modèle autrichien avec, pour la partie A de l'ICHN, un ajustement très fin au handicap spécifique de chaque ferme en termes d'altitude et de pente, et une partie B réservée à la production laitière, qui correspond à une première aide à la collecte, car celle-ci est partiellement assurée par les éleveurs dans le *Südtirol* (voir encadré ci-contre).
- 100 M€ (27%) sont consacrées aux MAEC et mesures connexes, essentiellement ciblées sur les prairies, les alpages et la sauvegarde des races menacées.
- 48 M€ (13%) soutiennent les investissements dans les fermes mais aussi dans les laiteries. Ces aides sont complétées par un programme purement provincial pour les projets immobiliers ou agritouristiques des fermes. Pour ce qui est de l'aval, les laiteries bénéficient également d'un supplément régional qui a permis à la Province de prendre en charge 30% des 150 M€ investis dans les établissements depuis 7 ans.
- 25 M€ (7%) pour les dotations aux jeunes agriculteurs, avec un ciblage volontaire sur les éleveurs laitiers afin de permettre à 6% des exploitations/an de bénéficier d'une aide à la reprise. Sans oublier

le supplément de 25% sur les aides annuelles pour les JA, qui vient d'être porté à 50% sur les DPB en 2018 (mesure nationale italienne). Le maintien du modèle d'exploitation, explicitement recherché dans le *Südtirol*, passe aussi par le renouvellement des chefs d'exploitation.

Au total, avec ces différentes possibilités, les aides versées peuvent s'éloigner de la moyenne provinciale (317€/ha), surtout pour le secteur laitier et surtout pour les JA comme le prouve cet exemple visité avec 1000€/ha ... sur 8 ha (et 12 vaches laitières).

### Une aide à la collecte unique en Europe

L'aide à la collecte constitue probablement la mesure la plus originale déployée à l'échelle de la filière laitière et constitue pour l'instant un cas unique en Europe. Basée sur des modalités de calcul complexes tenant compte des handicaps logistiques, cette aide bénéficie à 4 des 9 coopératives collectant le lait et permet de compenser l'écart supporté par ces collecteurs avec la moyenne provinciale. Elle est prise en charge directement par la Province et ne fait pas partie de la PAC (hors PDR et 2<sup>nd</sup> pilier donc). Sa justification s'appuie sur un argumentaire développé qui ne vise pas un rétablissement de la compétitivité vis-à-vis du lait de plaine mais se base sur des objectifs environnementaux et territoriaux, y compris d'ordre socio-économique.

Ce dispositif d'aide à la collecte en 2 parties (cf. encadré), de même que le subventionnement des treuils permettant de rendre possible cette collecte dans les fréquents cas les plus extrêmes, participe, avec les aides aux investissements dans les laiteries, et avec la prime vache laitière renforcée en montagne, à un ensemble de mesures directement ciblées sur la production laitière.

Ces mesures dont l'ordre de grandeur est de 50€/1000l (dont la moitié pour la prime vache laitière) ont permis, avec les autres programmes de soutien (notamment aux constructions dans les fermes) et les actions collectives de la filière, de garder une production laitière accrochée à des pentes souvent très fortes et qui préserve l'identité du territoire grâce des éleveurs nombreux dans un milieu naturel entretenu et valorisé, avec un bâti agricole remarquable.



La Province apporte sa contribution aux entreprises ayant les coûts de collecte les plus élevés selon des modalités bien spécifiques. - Crédit photo : Mila

## 3 SÜDTIROL : ENTRE TRADITION, ADAPTATION ET INNOVATION

### Une filière porteuse de valeur ajoutée mais qui continue de se questionner

Avec des prix du lait élevés, le risque d'une intensification de la production qui se ferait en rupture avec les images véhiculées par la filière sont prises très au sérieux par l'ensemble des acteurs.

#### « Un or blanc » porteur de valeur ajoutée

Alors qu'en France le lait n'acquiert complètement sa valeur ajoutée que lors de la phase de transformation, particulièrement en produits présentant une certaine typicité (fromages d'appellation notamment) ou uniquement pendant cette phase pour les produits sous marque à forte identité ou innovants, le lait sud-tyrolien est déjà porteur de valeur ajoutée dès sa sortie de la ferme, la notion de « d'or blanc » renvoyant à des images de pureté et de naturalité. Ainsi, même vendu sous forme de produits frais à faible typicité (yaourts –parfois aromatisés-, lait UHT...), sa production est liée dans l'imaginaire collectif à l'entretien de zones de montagne à fortes contraintes qu'elle participe à mettre en valeur. La communication adoptée par la filière est d'ailleurs largement axée sur la mise en valeur des paysages et des hommes et femmes qui participent à les modeler.

#### Maintenir les garanties vis-à-vis des consommateurs

Bien que les nombreuses démarches portées ces dernières années aient connu un certain succès, apportant une véritable valeur ajoutée au lait produit sur le territoire qui se traduit notamment par des prix du lait élevés et des éleveurs satisfaits (les 3/4 sont satisfaits de leur situation économique et 70% souhaitent conserver le même nombre de vaches à l'avenir), la filière continue de se remettre en question. Ainsi, alors que le chargement par hectare (dépassant souvent 2 UGB/ha) apparaît relativement élevé et que se pose la question de la gestion des effluents (plus encore que celle de l'autonomie alimentaire), les éleveurs adhérents des différentes coopératives ont été amenés à se positionner sur la limitation du chargement animal à la surface fourragère début 2018. Approuvée à plus de 90%, les éleveurs ont jusqu'à 2023 pour se conformer aux plafonds retenus qui dépendent de l'altitude : de 1,8 UGB/ha maximum à plus de 1 800 mètres jusqu'à 2,5 UGB/ha en-dessous de 1 250 m.



**Maintenir une activité agricole productive sur des pentes fortes**

La communication adoptée par la filière laitière n'hésite pas à mettre en avant les liens forts entre paysages d'exceptions et produits laitiers : « Découvrir les trésors du Tyrol du Sud – Lait origine garantie et qualité contrôlée »

## Une filière forte mais encore perfectible

**Forte de ses succès et de la capacité à mobiliser un collectif large, la filière laitière sud-tyrolienne reste perfectible. Le développement des laits différenciés apparaît ainsi comme une opportunité à saisir, ce d'autant plus que les filières laitières italiennes d'autres régions s'engagent d'ores et déjà sur la voie d'une dénomination montagne.**

### La course aux laits différenciés...

Si l'absence d'OGM dans l'alimentation des animaux et la marque ombrelle développée à partir de 2005 ont contribué à différencier le lait issu des montagnes du Tyrol du Sud au travers d'une communication habile et maîtrisée, la montée en gamme des laits dans beaucoup de régions européennes (l'intégralité du lait allemand standard va passer sans OGM, montée du lait biologique, etc) oblige la filière à se mobiliser pour maintenir une longueur d'avance du point de vue qualitatif. Cela se traduit notamment par le développement récent des « laits de foin » (12% de la collecte) et biologique (3% de la collecte).

### ...face à la pression du lait de montagne italien ?

Alors qu'un décret italien basé sur le règlement européen UE 665/2014 a été adopté concernant l'utilisation de la mention « *prodotto da montagna* » pour lequel un logo a même été créé, les consommateurs pourraient s'interroger sur l'absence d'engagement de la Province dans cette démarche, elle qui revendique pourtant clairement ses origines montagnardes. Pour l'heure, la question de l'autonomie des fermes reste le principal frein pour les systèmes laitiers Sud-tyroliens : le niveau d'autonomie des fermes à 60% de la matière sèche ingérée par vache reste loin d'être respecté actuellement pour bon nombre d'exploitations.



Depuis l'été 2018, la dénomination montagne est utilisée par des opérateurs d'autres régions montagneuses italiennes

### ANALYSE AFOM DE LA FILIÈRE LAITIÈRE SUD-TYROLIENNE

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un <b>accès privilégié au marché italien</b> (déficientaire en production laitière).</li> <li>• Une <b>réussite économique, sociale, culturelle et paysagère</b>. Des acteurs locaux fiers de leur « modèle » régional.</li> <li>• Interactions positives entre <b>agriculture et tourisme</b>.</li> <li>• Une image « <b>montagne &amp; fraîcheur</b> » dans une zone frontalière avec le monde méditerranéen.</li> <li>• Une <b>filière gérée collectivement</b> sur l'essentiel, y compris désormais sur la maîtrise (indirecte) de l'offre (plafonds UGB/ha).</li> <li>• Une <b>cogestion étroite</b> entre la Province et les opérateurs économiques.</li> <li>• Une <b>politique de long terme</b> qui privilégie les <b>investissements et la qualité</b>.</li> <li>• Des capacités d'<b>adaptation</b> et d'<b>innovation</b> certaines.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des <b>systèmes peu autonomes</b> (achats de concentrés mais aussi de fourrages) basés sur un mode de production intensif importé de la plaine du Pô.</li> <li>• Des produits à <b>faible typicité</b>.</li> <li>• Une forte <b>dépendance aux subventions</b> (fermes et laiteries).</li> <li>• Une <b>pression sociale forte</b> pour reproduire un <b>modèle uniforme</b>.</li> <li>• Des systèmes de production <b>exigeants en travail</b> pour mettre en valeur des surfaces très pentues.</li> <li>• Saisonnalité de la production / demande.</li> </ul>
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gagner des parts de marché pour la consommation locale (habitants et touristes) au travers du canal <b>hôtellerie/restauration</b> notamment.</li> <li>• Des parts de marchés toujours croissantes sur le marché italien du <b>yaourt</b>.</li> <li>• Possibilités de développer l'<b>export</b> ? (en lien avec tourisme).</li> <li>• Après la croissance quantitative, la <b>différenciation : lait de foin, AB...</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Remontée des cultures arboricoles et fourragères en altitude, quelle <b>place de l'herbe</b> demain dans l'alimentation des animaux et les paysages ?</li> <li>• Accroissement de la <b>pression foncière</b> suite à la limitation des chargements</li> <li>• <b>Pression environnementale</b> liée à l'intensification (lisier, épandu dans les pentes au canon au ras des habitations) ou pesticides (pommes)</li> <li>• <b>Pression sociétale sur le BEA</b> (vaches à l'attache, zéro-pâturage...)</li> <li>• En dehors des alpages <b>peu d'animaux visibles</b> ce qui limite l'association territoire/élevage à la gestion de l'herbe (fauche, récolte,...)</li> <li>• Une <b>marque collective</b> pas totalement partagée (Sterzing) ou peu exigeante sur certains produits néanmoins associés au territoire (Speck IGP)</li> <li>• Non-participation à l'essor de l'appellation « <i>prodotto di montagna</i> » dans les autres régions italiennes</li> </ul>

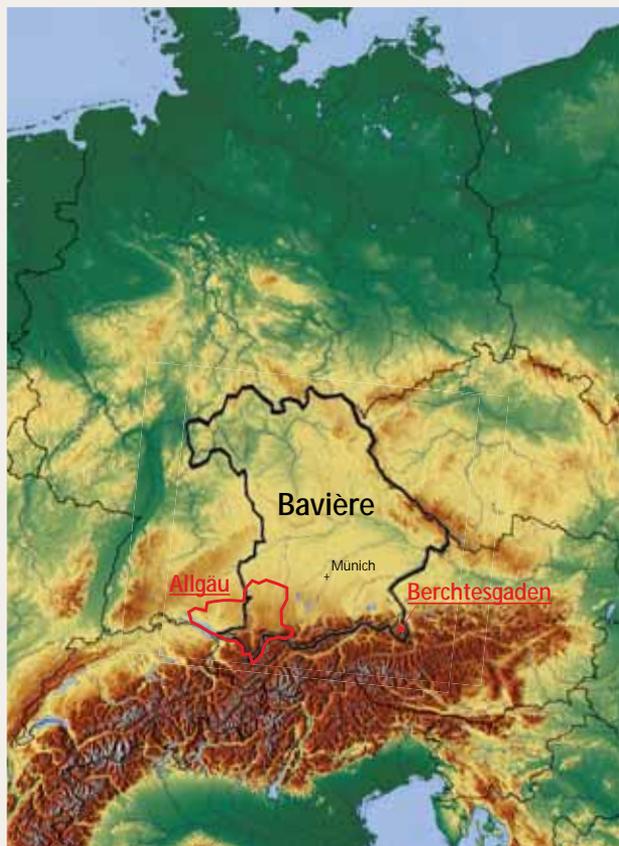
# 4

## PIÉMONTS HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES :

### Une image de marque pour la Bavière laitière



## Une composante emblématique du secteur laitier bavarois



Carte du relief (carte de gauche) et lieux d'intérêt pour la Bavière.

**Bien que le poids relatif de la zone de montagne soit relativement faible dans la production laitière bavaroise, elle est un des vecteurs importants de la différenciation globale du lait de cette région au sein d'une Allemagne laitière dominée par les productions de masse et les coopératives de grande taille.** Avec la moitié des producteurs allemands et le tiers de la production laitière, la Bavière laitière est caractérisée par ses exploitations familiales pluri-actives souvent multi-générationnelles, ses laiteries nombreuses et variées souvent de statut privé, une gamme de produits faisant la part belle aux fromages et produits frais, un prix du lait un peu plus élevé et plus stable du fait de débouchés orientés plutôt vers les marchés allemand et européen que mondial.

Comme dans de nombreux pays ou régions européens, la production laitière se relocalise dans les zones laitières déjà les plus denses, avec moins d'alternatives agricoles. Au premier rang desquels les piémonts herbagers (notamment l'*Allgäu*) qui comptent parmi les zones les plus denses d'Allemagne en production, en exploitations, et surtout en usines de transformation. En fond de tableau, souvent représentées sur les étiquettes, surgissent les Alpes bavaroises dans lesquelles la production laitière *sensu stricto* est rare en dehors de quelques chalets d'alpage avec transformation ; l'essentiel des alpages étant valorisé par les génisses en estive. Cet agroécosystème alpestre particulier, étroitement associé à une forte activité touristique, dispose de ce fait d'un soutien public quasiment sans limites pour assurer son renouvellement, sur une superficie limitée au regard de la région. C'est une des composantes du fort soutien politique et public apporté par l'Etat libre de Bavière (*Freistaat Bayern*, son nom officiel) à son secteur agricole en général et laitier en particulier. Etre situé dans une région dans laquelle le gouvernement régional tout comme les consommateurs sont parmi les plus riches d'Europe présente bien des avantages mais aussi quelques inconvénients. Ainsi l'attraction exercée par le haut niveau des salaires hors agriculture et le plein emploi expliquent le rythme annuel désormais assez élevé de réduction du nombre d'exploitations laitières, comparable à la moyenne fédérale.



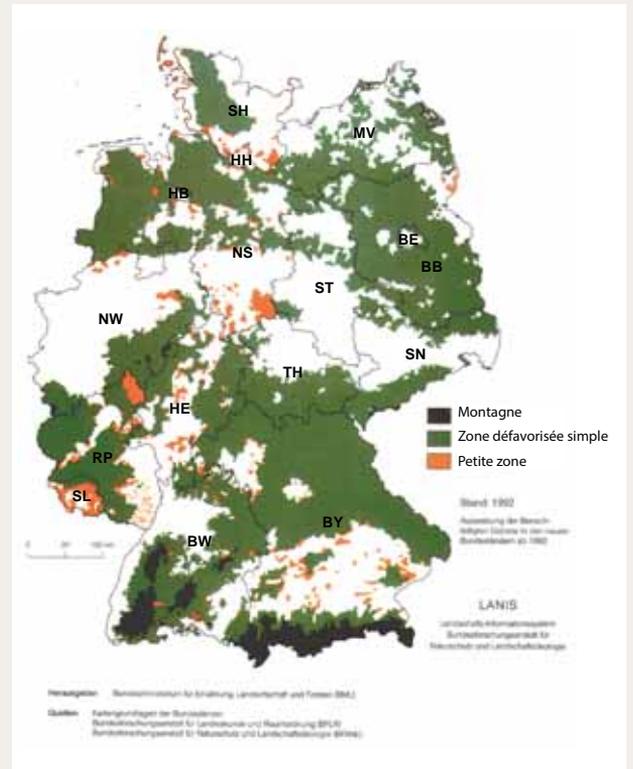
A l'Ouest un piémont herbager fertile, l'Allgäu (ci-dessus et ci-dessous), qui monte en pente douce vers la mince bande de montagnes alpines allemandes frontalières avec l'Autriche



A l'Est, des vallées encaissées voire enclavées (ci-dessus Berchtesgaden) et moins d'espace agricole disponible

La Bavière laitière est aussi depuis quelques années un terreau très fertile pour les démarches de différenciation des laits. Initié par *Greenpeace*, le mouvement vers le « lait sans OGM » (produit sans aliments contenant des OGM) a été accéléré de façon irrésistible par les distributeurs, en particulier Lidl et ALDI. Ceux-ci ont profité d'un rapport offre/demande de lait qui leur était favorable pour intégrer sans surcoût cette première différenciation, avant de rivaliser d'initiatives concurrentielles vers d'autres différenciations (lait bio, lait de montagne, lait de foin, lait de pâturage, ...). Le dernier mouvement en date vers un lait porteur de davantage de bien-être animal, jugé incompatible avec les étables entravées, accentue la pression sur de nombreuses fermes de petite dimension. La différenciation « montagne » présente sous des formes diverses depuis des décennies progresse en parts de marché en se conjuguant avec les valeurs traditionnelles, paysagères voire nostalgiques de la production laitière bavaroise. Cette différenciation « montagne » ne bénéficie pas de protection officielle, mais les opérateurs concernés dans la filière sont désormais amenés à afficher davantage de transparence sur l'origine des produits et à mettre en place des cahiers des charges sous le regard attentif de puissantes ONG et associations de consommateurs.

### ZONES DE MONTAGNE ET AUTRES ZONES DÉFAVORISÉES AGRICOLES



## 4 PIÉMONTS HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

### La Bavière

#### Un état riche, industriel, densément peuplé, en situation de plein emploi

Le secteur industriel bavarois est mondialement connu pour la puissance et le positionnement haut de gamme de ses productions manufacturières (automobile et machines outils en particulier). Le secteur automobile (BMW, Audi, MAN, ...) est même un exemple type de la compétitivité dite hors-prix. Il offre des produits chers mais très compétitifs car très demandés en raison de leurs qualités spécifiques (fiabilité, performance, innovations technologiques) et de l'image de marque qui leur est associée par les consommateurs.

C'est le dynamisme exceptionnel de ce secteur industriel, regroupant un emploi sur trois, qui explique la **faiblesse du taux de chômage** (2,9%) et la facilité avec laquelle il est possible de trouver un emploi en quittant le secteur agricole. Ce secteur industriel exerce une forte attraction sur les jeunes actifs et bien que le prix du lait soit plus élevé et plus stable qu'ailleurs en Allemagne, son niveau et le revenu qu'il procure sont comparés au salaire offert par *Bosch* (140 000 employés en Allemagne dont plus de 3 000 dans une usine d'électronique automobile qui est le premier employeur industriel de l'*Allgäu*).

C'est également ce secteur industriel qui est à l'origine de la prospérité économique de la zone, la plus riche de l'Allemagne et **une des plus riches de l'UE** en PIB/habitant (46 000 €/habitant), et même la plus riche de l'UE pour le revenu par habitant (jusqu'à 182% de la moyenne de l'UE-28 pour la Haute-Bavière, grande région autour de Munich). Par rapport à la moyenne régionale, l'*Allgäu* (une des zones laitières les plus denses d'Allemagne) affiche un PIB/habitant légèrement inférieur. La composition de son PIB, est très proche de la moyenne bavaroise : 0,9% agriculture et forêts contre 0,7%, 32% d'industrie contre 29%.

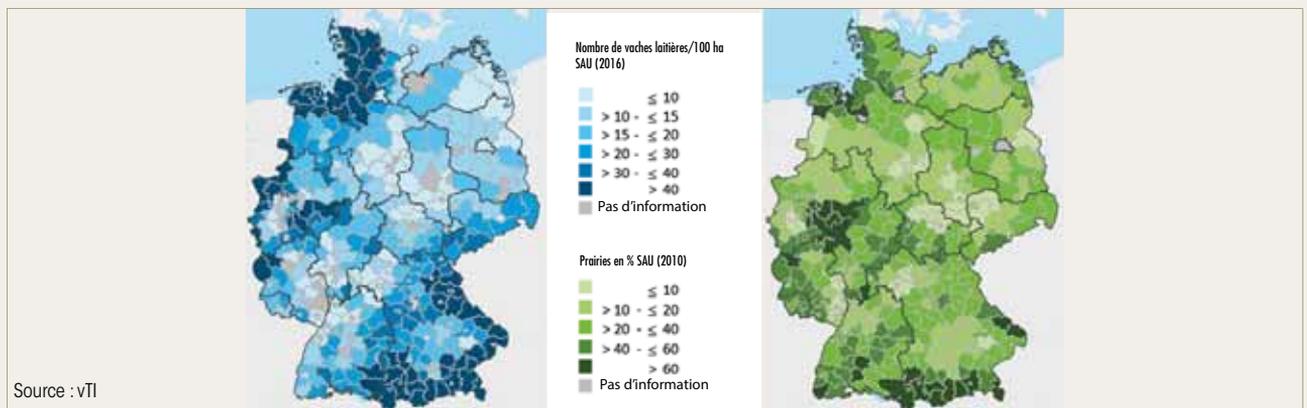
**Avec ses 13 millions d'habitants, la région est densément peuplée** (182 hab./km<sup>2</sup> contre 146 pour la région Rhône-Alpes). Les infrastructures routières sont excellentes. L'habitat est majoritairement groupé au sein de villages assez importants qui mêlent, notamment en piémonts, des bâtiments et installations agricoles (silos et biodigesteurs) aux habitations. Il existe aussi des fermes isolées, réparties dans le paysage mais qui ne

pratiquent pas plus le pâturage pour les vaches que les premières. Malgré les incitations **au pâturage, il semble toujours aussi rarement pratiqué** (à peine plus de 15% des vaches, surtout en agriculture biologique), aujourd'hui plus pour des raisons d'efficacité du travail et de productivité des surfaces et des animaux, que pour des raisons d'accessibilité. Au final, les normes ou pratiques de construction et d'utilisation des installations agricoles et para-agricoles, mais aussi d'épandage de déjections (souvent réalisées avant les pluies qui sont fréquentes) semblent particulièrement bien acceptées par la population locale.

**L'emploi agricole (0,6% des emplois en Bavière) est rare, même en milieu rural** (avec un maximum de 5% en *Allgäu*, 12 000 actifs agricoles) en raison de l'abondante population non agricole bien que les fermes de petite taille en moyenne soient encore nombreuses dans les zones d'élevage. Dans les zones de piémont, elles valorisent l'espace avec des surfaces en herbe fauchées régulièrement et embellissent le paysage avec un bâti de qualité réparti de façon harmonieuse.

**De la pression à la bulle foncière ?** Du fait de la densité de population, du dynamisme des activités économiques et de l'expansion urbaine (même si la croissance y est moins gourmande en foncier qu'en France), de la rentabilité des productions végétales, de la méthanisation de surfaces en herbe et en maïs, de la concentration des productions animales associée à une certaine réglementation environnementale, le prix du foncier agricole a très fortement augmenté. Il était en moyenne en 2016 de 52 000 €/ha, en hausse de 10 000€ en 2 ans. Il a doublé en 7 ans et le prix n'est pas moins cher dans les zones de montagne : de 40 à 50 000 €/ha en *Allgäu* et de 50 à 150 000 €/ha dans les zones où le foncier agricole est plus rare. Cette inflation est forte car les tensions inflationnistes s'expriment sur un marché foncier étroit, les successions non familiales étant très rares. En piémont, dans les zones d'élevage, les surfaces agricoles sont jugées plus limitantes que dans le Nord de l'Allemagne ce qui peut expliquer, avec le potentiel pédo-climatique, la conduite technique des exploitations laitières avec des chargements élevés.

#### DENSITÉ LAITIÈRE ET ZONES HERBAGÈRES



## Une grande région laitière et fromagère européenne

Avec **8,8 Mt de lait collectés dont 1 million en dehors de la Bavière** (issu d'autres régions allemandes, d'Autriche, de Tchéquie), la production laitière est très importante. La transformation l'est encore plus. A l'issue de flux multiples en provenance d'autres centres de collecte allemands (notamment opérés par Müller) ou d'achats, **11,6Mt sont traités par les laiteries bavaroises** (l'équivalent de la moitié de la production française et 35% du volume traité en Allemagne). Néanmoins près de 2Mt sont encore réexpédiés en vrac sous une forme peu ou pas transformée, notamment vers l'Italie toute proche et déficitaire en produits laitiers.

**Les livraisons** de lait effectuées par les éleveurs situés en Bavière sont encore un peu inférieures à leur maximum de 1983 (comme en France) mais sont en hausse de 10% depuis 2008. Cette croissance résulte également d'un déplacement et d'une concentration au profit des zones périphériques déjà les plus denses, herbagères et pour partie situées en zone de montagne.

**Ces livraisons sont réalisées par 30 500 petites fermes, en moyenne de 37 vaches laitières (46% des fermes allemandes pour 25% des livraisons). 31% de ces fermes ont moins de 20 vaches. 5% seulement ont plus de 100 vaches. Mais parmi les 95 exploitations bavaroises qui ont plus de 200 vaches, quelques unes ont plus de 1000 vaches et même 2000 vaches, notamment en Allgäu !**

**66% du lait est transformé en fromages** (près de 1Mt), dont 8% en fromages frais et 15% en pâte filée, les deux segments qui tirent la croissance. **Le lait de consommation pèse pour 10% des volumes, les produits frais pour 15%**, les poudres et concentrés 6% (selon une méthode locale qui comptabilise séparément le beurre et la crème).

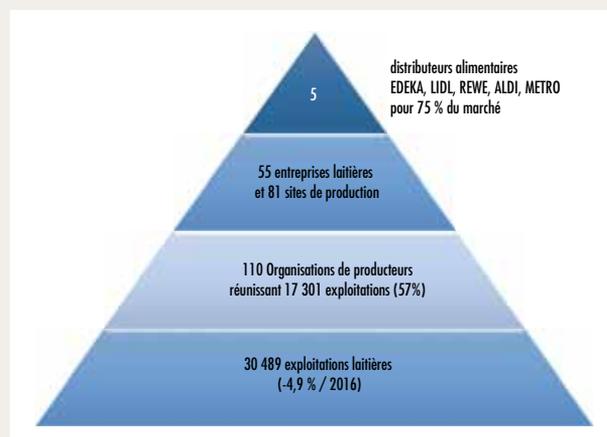
**Environ 50% des fromages** sont exportés (500 000 t à comparer aux 700 000 t exportés par la France). 8% des fromages sont exportés vers la France (en forte croissance), 3ème client après l'Italie (31%) et l'Autriche (10%).

**Malgré une forte tradition fromagère et même l'existence d'AOP (Allgäuer Emmentaler et Bergkäse), la production est dominée, à quelques exceptions près, par des produits standardisés aux goûts souvent peu typés** (affinage 3 mois) qui font appel à de fréquentes innovations (aromatisation) et imitations (camembert et brie, par exemple). La Bourse de Kempten (Allgäu) est la référence européenne pour les prix de l'emmental et la référence allemande pour le beurre.

**Les coopératives ont moins de poids dans la transformation laitière** que dans le reste de l'Allemagne (50% contre 70% en moyenne pour l'Allemagne et beaucoup plus dans le Nord-Ouest). De nombreuses **laiteries privées** de tailles variées (de Müller à des PME) coexistent parfois avec des liens internationaux (notamment avec des opérateurs français) et fondent leur stratégie sur la valorisation et la communication **autour de marques souvent anciennes**. 17 300 producteurs de lait sont regroupés en **110 organisations de producteurs, elles mêmes adhérentes à la célèbre Bayem-MEG (AssOP)**. Avec ses 5,2 milliards de kg de lait, Bayem-MEG, victime de son succès qui s'étend désormais bien au-delà de la Bavière, s'approche désormais du plafond autorisé au niveau européen (3,5%) pour la gestion des volumes par ce type de structure ou l'atteindrait après le Brexit, et ne peut donc plus accepter de nouvel adhérent.

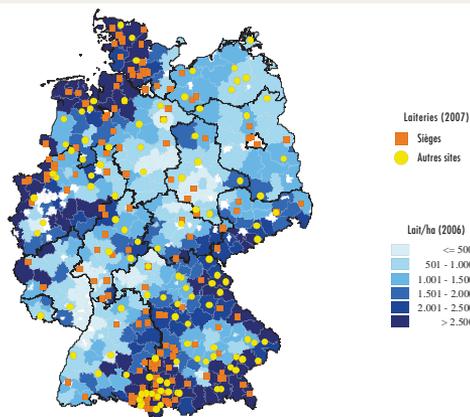
Compte tenu des différences de mix produit (faible poids des produits industriels), du poids des marques et du moindre poids de l'export sur pays tiers, **le prix du lait a été supérieur de 20 €/1000l** (en 2015 comme en 2016) et **moins volatil** que dans le Nord et l'Est de l'Allemagne.

### LA FILIÈRE LAITIÈRE BAVAROISE EN 2017



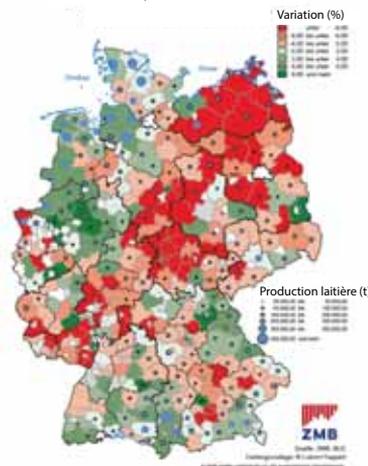
Source : LfL (Centre de recherche sur l'agriculture de l'État de Bavière)

### UNE DENSITÉ EXCEPTIONNELLE DE SITES DANS L'ALLGÄU (COOPÉRATIVES DE TAILLES VARIÉES ET TRANSFORMATEURS PRIVÉS).



\* Zweigstellen von Konzernen sind auch eigenständige Tochterunternehmen. Zentralen ohne Molkerei am Standort werden auch ausgewiesen.  
 \*\* Für Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen liegen keine Milchproduktionsdaten auf Kreisebene vor. Datengrundlage 2003; Berechnung: Milchüb (Kreis) \* 9 Milchleistung (Bundesland) / ha LP (Kreis).  
 Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung; Datengrundlage: Statistisches Bundesamt (2006); Statistische Landesämter (2003).

Variation de la production entre 2015 et 2017



# 4 PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

## La production laitière en montagne, une longue histoire

### Un repère identitaire malgré une limite naturelle peu marquée et une délimitation évolutive

Même si la superficie effectivement en montagne est limitée, les montagnes bavaroises, les seules « véritables » montagnes allemandes<sup>1</sup>, sont indissociables de l'image et de l'identité de la Bavière.

Au sud du Danube, le plateau bavarois est une grande zone de débris glaciaires arrachés par les glaciers puis par les cours d'eau aux Alpes toutes proches. Il s'élève progressivement du Nord au Sud. L'extrême sud de l'Allemagne est formé par une étroite lisière de montagnes, les Alpes qui culminent à 2968 mètres au Zugspitze qui est le point de plus élevé d'Allemagne.

Ces montagnes jouent un très grand rôle historique et patrimonial et constituent un véritable moteur de l'activité touristique pour la Bavière (la principale région touristique d'Allemagne). La position de Munich, capitale régionale, au pied des Alpes, visibles par beau temps, achève d'installer les montagnes dans le cœur des Bavarois.

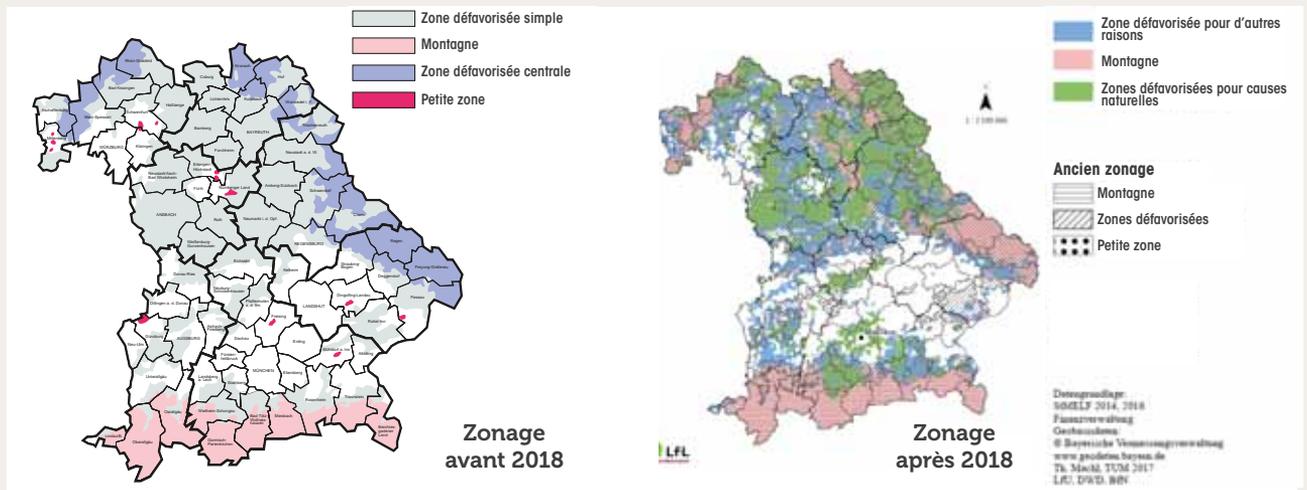
Si la partie alpine est particulièrement identifiable (pentes fortes et sommets à plus de 2000 m), les limites de la zone de piémont/montagne au sein de la zone de glacis qui la longe d'Est en Ouest l'est beaucoup moins. Il s'agit en effet d'un plateau qui monte lentement en altitude du

Nord vers le Sud, en devenant progressivement de plus en plus herbager avec un relief alpin qui surgit presque sans transition.

Jusqu'en 2018, la définition agricole utilisée en Allemagne pour l'ICHN classait en zone de montagne toutes les communes ou parties de communes à plus 800 m ou à plus de 600 m et plus de 18 % de pentes sur au moins 50 % de la surface. Dans le cadre de la redéfinition récemment ouverte par la Commission européenne sur les zones défavorisées simples, la zone de montagne utilisée en agriculture vient de plus que doubler (de 213 000 à 460 000 ha) suite à l'alignement des règles de sélection allemandes sur celles de l'Autriche : plus de 700 m, ou plus de 500 m et pente moyenne >15%, ou pente moyenne >18% (20% en Autriche). Finalement l'extension de la zone concerne un peu le piémont alpin (notamment en *Allgäu*) mais surtout d'autres zones nouvellement classées en montagne (Monts de Bohême à la frontière tchèque, autres petits massifs dans le nord de la Bavière). Néanmoins l'extension de la zone classe désormais en montagne une commune à 718 m d'altitude qui comprend les deux exploitations laitières de 1 500 à 2000 vaches de l'*Allgäu*, bien loin de la moyenne locale (50 fois supérieure).

### ÉVOLUTION DE LA ZONE DE MONTAGNE EN BAVIÈRE

En 2018, suite à la réforme européenne des zones défavorisées simples, la zone de montagne en Bavière (en rose clair ci-dessous) a été étendue à des zones non alpines et la surface totale de la zone classée en montagne a doublé



<sup>1</sup> D'autres massifs existent (Forêt noire, Monts de Bohême et Monts métallifères, Massif schisteux Rhénan et Harz) mais il s'agit de massifs anciens érodés qui avaient rarement le statut de montagne au sens agricole (ICHN) sauf la Forêt noire.

## Une production laitière dont l'image est appréciée et convoitée

La production laitière **en zone de montagne** était par le passé assez mal connue car elle était jugée peu différente du reste de la production laitière bavaroise réalisée partout par de petites exploitations laitières souvent pluriactives.

La réflexion engagée au moment de la définition de l'appellation européenne « produits de montagne », finalement facultative (et non appliquée ni en Allemagne, ni en Autriche, ni dans le *Südtirol* italien mais germanophone après réflexion commune) a nécessité une estimation. En 2010, 4 773 exploitations étaient localisées en zone ICHN montagne et réalisaient une production laitière de 637 millions de t (8,2 % de la production de Bavière), avec une différence marquée entre les très petites exploitations de la zone alpine et les exploitations des piémonts herbagers, plus grandes que la moyenne bavaroise (38 vaches contre 31 en 2010).

Cette zone au pied des Alpes, tout particulièrement l'*Allgäu*, a une très longue tradition laitière. C'est aujourd'hui la zone allemande la plus dense en exploitations laitières et une des plus denses en production laitière. Elle présente également une densité exceptionnelle de sites et d'entreprises de transformation laitières, privées et coopératives.

La production et la transformation laitière sont ancrées de longue date dans ces zones « de montagne » et la commercialisation des produits laitiers locaux a de tout temps mis en avant cette origine ou cette proximité (avec des ambiguïtés liées à l'absence de limite naturelle vers le bas de la zone). En effet, bien que cela ne soit probablement pas propre aux consommateurs allemands, toutes les études montrent que les images représentant des montagnes et des alpages, associées à des produits agricoles, suscitent des émotions particulièrement fortes et positives : *Gemütlichkeit* (intraduisible, caractérise une atmosphère et un environnement chaleureux, qui procure une impression de bien-être), *Heimat* (intraduisible, un « chez-soi » marqué de souvenirs et d'un peu de nostalgie), la pureté, la qualité des produits, des méthodes de production naturelles et l'authenticité.

De tous temps ces « images » et les mots qui les suggèrent le plus (*BergKäse, AlpenMilch, AlpenButter, Alm- alpage, Senn-* petite fromagerie

souvent d'alpage) ont été utilisés par les laiteries, désormais rarement situées en zones de montagne mais plutôt à proximité.

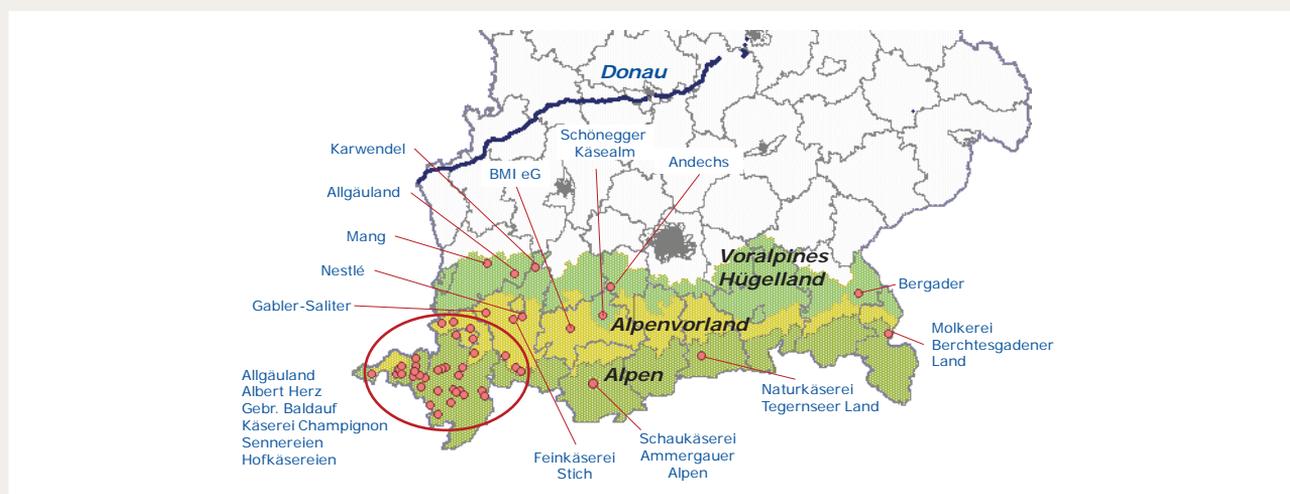
Cette utilisation historique et traditionnelle des termes et des images liés à la montagne semble avoir inspiré des recommandations conservatrices lors des consultations préalables à la réglementation européenne optionnelle « produits de montagne » (« *Bergerzeugnis* », règls UE 1151/2012 et 665/2014). L'étude réalisée localement à cette occasion mettait en avant les risques de surcoûts liés à de nouvelles réglementations et certification, en particulier compte tenu de l'offre en lait de montagne jugée limitée par rapport à celles de l'Autriche, de la France et de l'Italie. Toute mesure visant à restreindre cette offre, par exemple avec des exigences sur l'origine de l'alimentation était jugée négativement « *étant donné que les difficultés de gestion qui existent dans la région montagneuse ne doivent pas être exacerbées* ». Compte tenu du potentiel limité des cultures sur la zone, une réduction du rendement laitier de 6 000/6 600 kg/vache à 4 500/5 000 était attendue en cas d'exigence d'autonomie alimentaire totale à partir d'aliments produits sur la zone.

### ESTIMATION DE L'ACTIVITÉ LAITIÈRE DANS LES MONTAGNES BAVAROISES EN 2010

	Nombre d'exploitations	Production laitière (en Mt et % de la production de Bavière)	Nombre moyen de vaches laitières par exploitation
Zone alpine <i>sensu stricto</i> (Alpen carte ci-dessous)	3 341	348 +/-18 (4,5%)	16,5
Autres zones (piémont au pied des Alpes)	1 432	89 +/-14 (3,7%)	38
<b>Total zone ICHN montagne</b>	<b>4 773</b>	<b>637 +/-32 (8,2%)</b>	<b>21</b>

Source : Huber et Jantke, 2013

### LAITIÈRES DANS LA RÉGION ALPINE BAVAROISE



Source : Huber et Jantke, 2013.  
 Bergprodukte: Marktvolumen und Potentialabschätzung in Bayern. IFL -Information, 36 pages.

## PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

### Le lait de montagne, une différenciation parmi d'autres

Sur la base d'une situation antérieure faiblement évolutive (lente progression du lait dit « sans OGM » ou plus exactement « sans OGM dans l'alimentation animale », et du lait bio), la crise laitière de 2015-2016 s'est traduite par une brusque accélération et un foisonnement des démarches de différenciation des laits de consommation, produits frais et fromages, animé notamment par les distributeurs Lidl et ALDI.

#### « Lait sans OGM », un nouveau standard pour l'offre de PGC en Allemagne

C'est *Greenpeace* qui a lancé en 2004 le mouvement qui va conduire fin 2018 la Bavière à produire environ 90% de lait sans OGM. Initialement, l'ONG avait ciblé deux entreprises : *Weihenstephan* (laiterie reprise par *Müller* à l'État libre de Bavière en 2000) célèbre pour la mention *AlpenMilch* et le blason de la Bavière apposés sur son lait de consommation et *Campina* avec sa marque haut de gamme *Landliebe*. Les deux entreprises ont d'abord été accusées de collecter du lait de vaches alimentées au maïs transgénique MON810 cultivé en Allemagne, une question rapidement élargie à l'utilisation de soja transgénique. En 2008, suite à cette pression et à de nombreuses attaques et contre-attaques judiciaires, *Campina* a exclu l'utilisation d'aliments contenant des OGM pour les vaches laitières produisant pour sa marque *Landliebe*. Tandis que *Weihenstephan* ne les exclut toujours pas pour l'instant mais a retiré la mention *AlpenMilch* de ses étiquettes car l'examen des pratiques de l'entreprise, initialement sur l'alimentation des vaches, avait été élargi à sa zone de collecte de plus en plus éloignée des Alpes suite au succès commercial de la marque.

Ce mouvement initié par *Greenpeace* en faveur de la production de lait sans OGM, avec un certain succès ou écho auprès des consommateurs et des citoyens, a été relayé de façon déterminante par les distributeurs (Lidl puis ALDI notamment) pendant la crise laitière de 2015-2016. Dans un contexte d'excès d'offre laitière, la différenciation du lait a été l'objet de compétition entre distributeurs pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs tout en négociant une montée en gamme de la part des producteurs et transformateurs en échange d'un maintien des prix dans un contexte baissier.

Ce basculement est très avancé sur le marché allemand des PGC (56% de la consommation en valeur en 2017). Il a d'abord concerné les MDD et les coopératives, y compris les MDD 1<sup>er</sup> prix : le lait UHT demi-écrémé aujourd'hui à 0,61 €/l, le yaourt à 1,20 €/kg, l'emmental à 6,73 €/kg sont aujourd'hui sans OGM chez les distributeurs. Lorsque Lidl a basculé son lait UHT MDD au sans OGM en septembre 2016, il a accepté de ne pas baisser son prix de vente de ... 46 cts/l au consommateur tout en souhaitant qu'un bonus de 1 ct soit versé au producteur.

Les coopératives, premières concernées par la production de ces MDD, sont même pour la plupart passées à une collecte exclusivement de lait sans OGM pour des raisons de coût logistique, achevant d'intégrer cette spécification au nouveau standard de production. Le mouvement gagne, malgré elles, les laiteries privées dont la stratégie est basée sur la valorisation de marques à forte notoriété (groupes *Müller*, *Danone* et d'autres marques régionales) et dont l'image de marque est censée se suffire à elle-même en tant qu'assurance qualité pour les consommateurs (par opposition aux produits couverts de logo et labels les plus divers).

#### « Lait bio », l'offre dépasse la demande pourtant en forte croissance

L'autre différenciation croissante pour la production laitière concerne la production en agriculture biologique (avec une certification privée éclatée en 9 labels différents). Cette production concerne surtout le sud de l'Allemagne avec environ 7% du lait du *Bade-Wurtemberg* ou de Bavière (qui produit 50% du lait bio allemand), contre à peine plus d'1% du lait du nord-ouest de l'Allemagne. Elle s'est beaucoup développée également pendant la crise laitière de 2015-2016 compte tenu d'une demande croissante (tant en lait de consommation avec 13 % de part de marché, qu'en beurre avec 7%, ou en fromages avec près de 4%) d'un soutien public affirmé et d'un différentiel de revenu désormais très marqué. À partir de 2014/15, le revenu agricole par actif a progressé en lait bio à la faveur de la croissance laitière sur la période et du bon maintien du prix du lait bio, alors qu'il a régressé en conventionnel du fait de la baisse du prix malgré la croissance (voir graphique). La dynamique de croissance de la production continue sur 2018, le lait bio assurant à lui seul 45 % de la hausse des livraisons bavaroises (+2,4 % sur 11 mois 2018). Néanmoins, l'offre potentielle de lait bio est encore plus forte puisqu'une partie des éleveurs récemment convertis ne trouve pas d'acheteurs et vendent leur lait au prix conventionnel.

#### Une gamme de différenciations de plus en plus large

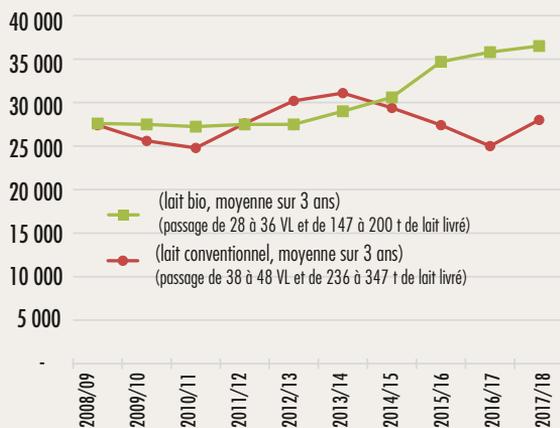
La généralisation du lait sans OGM a ouvert la porte à de nouvelles modalités qui se développent rapidement : le lait de montagne (*BergbauernMilch*, produit dans la zone de montagne au sens ICHN) et le « lait de foin » (arborant parfois le logo de la STG européenne *HeuMilch*).

Les recouvrements entre les différenciations bio, lait de montagne et « lait de foin » existent puisque 80 à 90% du « lait de foin » bavarois sont probablement produits en zone de montagne, et que la proportion d'élevages bio en montagne atteint 30%. Les petites exploitations de montagne, herbagères et plus faciles à reconverter, ont été particulièrement promptes à réagir aux baisses du prix du lait en 2015/16. Les collecteurs de lait en montagne sont donc le plus souvent concernés par des collectes multiples séparées et ont été les premiers à exclure l'alimentation avec OGM à des fins de simplification. Leurs stratégies de différenciation et de communication sont variées : la coopérative pionnière de *Berchtesgaden* valorise son antériorité sur les appellations lait de montagne et lait bio ; les innovations de rupture font appel au lait de foin (*Hof-Milch*) tandis que d'autres produisent à la demande des produits bio, de montagne ou au « lait de foin » (coopérative *AllgäuMilchKäse*).

D'autres différenciations sont proposées au marché (lait sans glyphosate, lait de pâturage, lait de vaches avec cornes, lait associé à un niveau plus élevé de bien-être animal, lait A2 destiné aux personnes intolérantes au lactose, ...) du fait d'un terrain qui semble propice à ce type d'initiative. En effet, l'offre de produits laitiers est très peu diversifiée en termes de typicité. Pour les fromages, l'essentiel du marché (64 % des fromages affinés) correspond à du fromage jaune en tranche peu affiné (à 70% en MDD). Mais on le trouve désormais en MDD sans OGM ou en marque nationale, nature ou aromatisé, en bio, en lait de montagne, en lait de foin, ou en lait de foin de montagne et bio !

À ces différenciations peuvent s'ajouter une origine régionale : Bavière, *Allgäu*, - ces deux mentions avec possibilité de certification externe ou « Alpes ». La dénomination « équitable » (« fair ») est mentionnée mais semble plus rare.

### ÉVOLUTION DES REVENUS AGRICOLES DANS LES FERMES LAITIÈRES SPÉCIALISÉES BAVAROISES.



Source : LfL

### ÉVOLUTION DE LA TRANSFORMATION DE LAITS DIFFÉRENCIÉS EN BAVIÈRE

	Lait « sans OGM »	Lait bio	Lait de montagne	Lait de foin	AOP
<b>Volume en tonnes de lait transformé en Bavière en 2017</b>	5 376 000	562 600	418 400	89 700	Entre 15 000 et 50 000 suivant les sources
<b>En % du lait collecté en Bavière</b>	60,2% (90% estimé fin 2018)	6,3%	4,7%	1,0%	0,5% ou moins
<b>Évolution 2017/2016</b>	+79%	+19%	+12%	+17%	
<b>Évolution 2017/2014</b>	x 2,8	+ 34%	+ 28%	+24%	Au mieux stable

Source LfL : Centre de recherche sur l'agriculture de l'État de Bavière

### AlpenMilch, une dénomination ancienne, en déclin, relancée par le hard-discount ?

L'utilisation du mot *Alpen* (Alpes) accolé au lait liquide, à la crème ou au beurre est très ancienne, non réglementée, soutenue par des valeurs positives auprès des consommateurs, mais semble sur le déclin. Le cas des produits de laiterie *Weihenstephan* auxquels le groupe *Müller*, nouveau propriétaire, a dû retirer la dénomination alpine pour éviter toute nouvelle polémique et pour ne mettre en avant que ses propres marques, a déjà été évoqué. La marque historique et à forte notoriété *Bären (Ours) Marke* (initialement production de lait concentré réalisée au pied des Alpes, puis de lait liquide, crème, beurre) est en train d'en faire autant après son rachat (2004) par la coopérative *Hochwald* d'Allemagne du Nord au groupe *Nestlé*. Le site industriel bavarois est cédé progressivement et la marque qui est valorisée à partir de lait produit en Allemagne du nord ou aux Pays-Bas, abandonne le terme *AlpenMilch* utilisé depuis 100 ans.

La dénomination *Alpenbutter* utilisée par l'entreprise privée *Meggle* depuis des décennies avec une bonne notoriété semble se maintenir. Elle n'est toujours pas certifiée sans OGM comme de nombreuses marques privées qui cherchent à gérer leur image en toute indépendance et la dernière innovation en date à consister à ajouter un trait d'huile de colza pour rendre le produit plus tartinable (*Alpenzart*). La livraison de lait à cette laiterie est assurée par une organisation de producteurs alpins qui s'est opposée à la dernière « surenchère » de la coopérative de *Berchtesgaden* (lait sans glyphosate). Cette OP livre aussi la laiterie *Bergader*.

En septembre 2016, Lidl suivi par ALDI a néanmoins lancé sous sa marque de distributeur (*Milbona*) un *AlpenMilch* fabriqué par la laiterie *Gropper* qui se présente comme le spécialiste des MDD. La zone de collecte située en *Allgäu* mais partiellement en montagne explique probablement l'utilisation d'*AlpenMilch* et non de *BergbauernMilch*. De plus comme cette MDD inclut des exigences accrues de bien-être animal qui excluent les étables entravées traditionnelles, l'exemple type d'élevage présenté par ALDI sur son site compte 94 vaches (près de 3 fois la moyenne) en logettes, sans pâturage mais disposant d'une place conséquente à l'intérieur du bâtiment.



Source : www.meggle.de



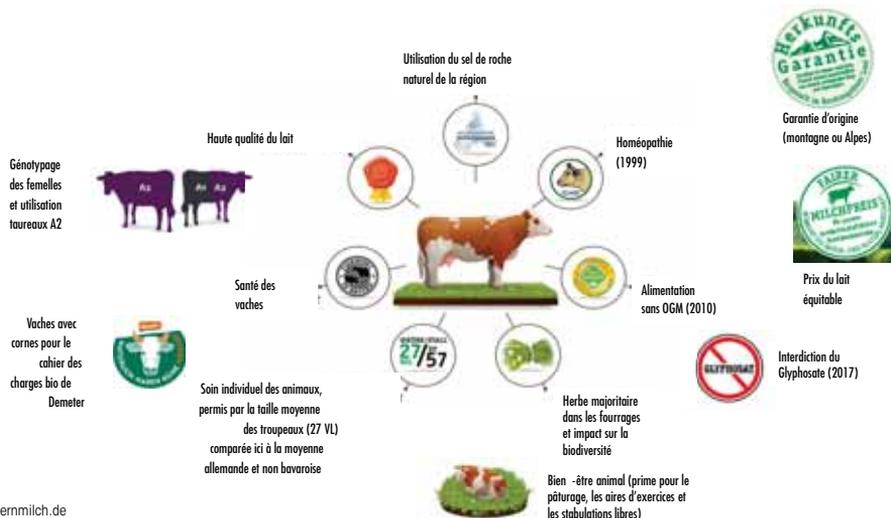
Source : www.lidl.de

# 4 PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

La coopérative de *Berchtesgaden* vend avec succès à toute l'Allemagne, puissance industrielle fortement urbanisée, ces laits de consommation (leader fédéral en frais) et produits frais de montagne (gamme verte), Bio des Alpes (gamme bleue) ou des Alpes (gamme blanche, en UHT).



Elle promeut ses produits en mettant en avant leurs valeurs d'authenticité/tradition et de naturalité. Néanmoins dans la liste évolutive des conditions de production, seul le « sans OGM » (et les logos Naturland ou Demeter) fait l'objet d'une certification externe.



Source : [www.bergbauernmilch.de](http://www.bergbauernmilch.de)

## Différentes stratégies d'acteurs par rapport au lait de montagne

### Coopérative de *Berchtesgaden* : la pionnière

En 1988, la **coopérative de *Berchtesgaden*** (extrême Sud-Est de la Bavière à la frontière autrichienne, une zone enclavée bien plus proche de Salzburg que de München) a commencé à collecter séparément le lait des producteurs de montagne et à le commercialiser, sous forme de lait et produits frais, en tant que « *BergbauernMilch* » (lait des paysans de montagne, aujourd'hui 800 fermes). Dès 1973, cette laiterie avait par ailleurs développé la production de lait en agriculture biologique, notamment avec Demeter. Il s'agit toujours des deux axes de développement stratégique de cette coopérative pour pouvoir offrir à ses producteurs un prix du lait élevé et stable, jugé indispensable à la pérennité d'exploitations laitières particulièrement petites (27 vaches de moyenne en 2016) même pour la Bavière. Cette stratégie a été payante puisque ces dernières années le prix du lait, hors bio, a été en moyenne le plus élevé de tous les transformateurs allemands (37,9 cts/kg pour 2013-2017, juste devant *Friesland Campina* pour le lait sans OGM hors prime liée au volume) et n'est pas descendu en dessous de 35 cts en 2016.

La coopérative est réputée obtenir ces prix avec la recherche d'une maîtrise de la production mais l'autodiscipline est difficile à obtenir. À la fin des quotas 10% des exploitations ont beaucoup augmenté leur production et entre 2015 et 2017 la collecte globale a augmenté de 10% à 315 millions de kg, soit davantage qu'en Bavière (+1%). À côté de 800 fermes de montagne et de 500 bio, 400 fermes « conventionnelles » (en zone de plaine) sont également collectées.

La stratégie de commercialisation est de vendre les produits sous sa marque propre (et en dehors des *hard discounters* Lidl et ALDI) et de continuer à innover pour répondre précocement voire anticiper les nouvelles attentes des consommateurs et être en phase avec le *Zeitgeist* (esprit du temps/de l'époque; un précepte donc très différent de « l'esprit des lieux » mis en avant dans les AOP françaises). C'est ainsi que les aliments OGM ont été exclus en 2010 et le glyphosate banni en 2017, que l'utilisation de taureaux par les éleveurs pour produire du lait A2 est souhaitée, l'utilisation de l'homéopathie et du sel de roche de la région est promue et la production de lait de vaches avec cornes est mise en avant, en tant qu'option (cahier des charges Demeter). La communication

est intense, le marketing est soigné, avec visiblement le souhait de rester une entreprise pionnière, mais il s'agit presque toujours d'encouragement aux producteurs car seul le caractère « sans OGM » est certifié par un organisme externe (en dehors des sigles bio).

Face à la percée du lait de foin, la coopérative prend même le soin d'expliquer pourquoi l'ensilage (comparé à la choucroute en alimentation humaine) ne lui pose pas de problème pour ses fabrications (lait et produits frais), contrairement aux entreprises fromagères. Elle oublie cependant de préciser que d'autres acteurs cherchent néanmoins avec un certain succès à démarquer leur lait de consommation et produits frais avec le « lait de foin ». Les tout derniers thèmes explorés concerne aussi le bien être animal et la sortie progressive des étables entravées toute l'année, avec une bonification de certaines pratiques (1,5 cts/kg de lait pour 6h de pâturage pendant 120 j, 1 ct pour 5m<sup>2</sup> d'aire d'exercice, 1ct pour les stabulations libres dans lesquelles les vaches sont libres plus de 50% du temps).

Globalement, la réussite de la coopérative est attestée par les prix du lait servis à ces producteurs et aux récompenses obtenues (prix allemand de la durabilité 2019 dans la catégorie des moyennes entreprises). Début 2019, elle communique sur ces prix **avec 10,7% TVA** (le plus souvent perçue avec profit par les agriculteurs en Allemagne sur les produits et payée sur les charges) :

- **43,73 cts/kg en « conventionnel » (sans OGM),**
- **44,83 cts pour le lait de montagne (+1 cts HT/kg),**
- 56,46 cts en lait biologique *Naturland*,
- 58,1 cts en lait biologique Demeter (qui semble le dernier cahier des charges bio à recruter encore).

*NB : Les prix du lait donnés ailleurs dans ce document sont hors taxes.*

Le remerciement pour le prix de durabilité indique que ce n'est pas la coopérative qui a gagné mais les hommes, les animaux et la nature.

La communication met souvent en scène des « clichés » sur l'élevage en montagne.



Source : [www.bergbauernmilch.de](http://www.bergbauernmilch.de)

Il a la main verte.

## 4 PIÉMONTS HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

### Une stratégie déclinée sur les fromages par la laiterie privée *Bergader*

Ce leader incontesté du « *BergbauernMilch* » a été imité avec succès par la laiterie privée *Bergader* qui occupe une place importante dans les linéaires (y compris chez ALDI). Elle commercialise depuis 2011 du fromage (5600 t en 2015 après une forte hausse) fabriqué à partir d'une collecte de lait de montagne (450 fermes sur 1350), issue des mêmes zones que la coopérative précédente et qui met notamment en avant jusque sur l'étiquette des produits la petite taille des fermes (25 vaches) et un éleveur âgé fauchant son pré à la faux. Elle commercialise aussi du lait (liquide) des « Alpes » ou du *Almkäse* (fromage « d'alpage », 6500t en 2015) issu d'une zone qui inclut la plaine jusqu'au nord-est de Munich. Mais cette laiterie est historiquement connue comme le leader allemand des pâtes persillées et exporte plus de 30% de sa production. C'est une des raisons avancées pour expliquer un moindre prix du lait (34,5 cts/kg sur 2012-2016, avec OGM, le passage au sans OGM a commencé en 2015). Néanmoins le bonus accordé aux éleveurs de montagne était élevé en 2015 (38 cts/kg contre 31,1).

La stratégie marketing, axée sur la valorisation de l'élevage traditionnel, emprunte beaucoup à la coopérative précédente, avec une attitude nettement moins proactive (passage tardif au sans OGM ; protestation des producteurs organisés en OP contre la surenchère de la coopérative concurrente sur l'interdiction du glyphosate).

Ce n'est sans doute pas un hasard si les deux acteurs qui ont mis en avant le plus tôt le *BergbauernMilch* sont localisés dans la partie Est de la zone alpine et de ses piémonts, donc loin de l'*Allgäu*, situé à l'Ouest. Il s'agit d'une zone à moindre densité laitière et à plus fortes contraintes dont la vocation laitière est moins évidente et qui a perçu plus tôt la nécessité de stabiliser la production avec une stratégie spécifique. Ce diagnostic a sans doute été partagé par les 120 producteurs de la zone centrale (*Garmish Partenkirchen*), également caractérisée par ses petites exploitations, qui ont rejoint en 2014 la coopérative de *Berchtesgaden* dont la réussite est indéniable.

Mit den guten Geschmack echter Bergbauernmilch= Avec le bon goût du vrai lait de paysan de montagne



Les fromages de montagne (BergBauern : des paysans de montagne) sont déclinés en différents types de fromages en tranches (doux, fort, fumé, épicé, ...) et de pâtes molles.



Source : [www.bergader.de](http://www.bergader.de)

### Des stratégies plus variées en Allgäu

La situation des acteurs laitiers de l'**Allgäu** est différente. Il s'agit d'une zone extrêmement dense en exploitations laitières et établissements de transformation (trop dense pour certains analystes sur ce dernier point). Et il s'agit probablement, avec la bordure maritime plus herbagère de Basse-Saxe et du Schleswig-Holstein, d'une des deux zones allemandes à la vocation laitière la plus nette. Le déclin de la production dans cette zone est très improbable. Compte tenu de cette vocation établie de longue date, le mot clé « *Allgäu* », apposé seul sur de très nombreux produits laitiers dont il en souligne l'origine, est jugé déjà très efficace en tant que signe de démarcation.

**Avec le quart de la production laitière de la Bavière, le 1/3 de la production de fromages à pâte molle et la moitié de la production de fromages à pâte pressée cuite, l'*Allgäu* est face à un défi de taille pour valoriser des volumes de produits très importants.** L'industrialisation de la fabrication de l'emmental dans les années 1970 a provoqué une restructuration très forte des coopératives qui cherchent depuis à s'adapter aux évolutions du marché à côté d'entreprises privées qui ont depuis des décennies développé des stratégies de valorisation de fromages de spécialité notamment à pâte molle.

L'*Allgäu* n'étant que partiellement en zone de montagne, une partie de la production est de tout temps dénommée « *Bergkäse* » (fromage de montagne), y compris pour 2 des très rares AOP allemandes dont le volume n'est que symbolique. Plusieurs coopératives de l'*Allgäu* cherchent à compléter l'affichage de leur localisation réputée par une mise en avant de la dimension « montagne ».

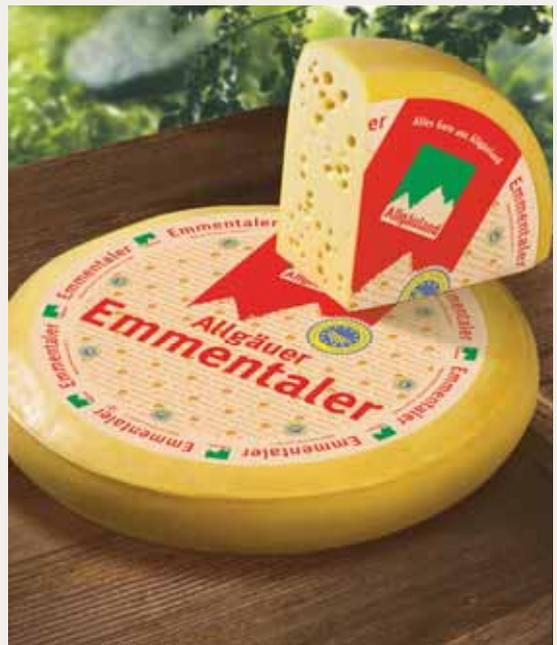
L'évolution de la transformation du lait des exploitations historiquement associées à la coopérative *Allgäu*land est éclairante. Dans les années 2000, *Allgäu*land, une coopérative de transformation alimentée par 6 coopératives de livraison adhérentes (plus de 3000 producteurs, 580 millions de litres en 2007), était en difficulté compte tenu d'une organisation coûteuse, d'un déficit de marketing et de productions mal valorisées.

Que ce soit sur le lait et les produits frais destinés au marché régional comme la « gamme blanche », ligne de produit arrêtée en 2012.



La gamme blanche

Ou sur les fromages : malgré le maintien d'une partie de la production sous AOP (ci-dessous avec un rare logo européen bleu, et non rouge), l'essentiel de la production était râpé ou assez mal valorisé.



Source ?

Ces difficultés financières se sont traduites par une faillite douloureuse pour les 2800 producteurs concernés (15 millions d'€ à leur charge, deux fois plus en comptant un prix du lait anormalement bas sur plusieurs années).

La majeure partie des producteurs a accepté une offre du groupe Arla en 2012, offre qui excluait l'adhésion directe des producteurs de la zone à la coopérative Arla mais prévoyait des contrats de livraison avec les coopératives de collecte. Après avoir essayé pendant quelques années de transformer et de commercialiser une gamme de produits laitiers de montagne (*Bergkäse* et *BergbauernMilch*) progressivement passés sous la marque « Arla », le groupe a fini par renoncer, en 2018, après avoir constaté que cette activité était trop loin de son cœur de métier (des productions de masse qui ne mettent pas en avant d'origine locale spécifique). La stratégie marketing poursuivie pendant ces quelques années semble avoir été particulièrement inspirée par les exemples examinés précédemment, notamment en termes de communication sur la nature de l'élevage pratiquée en montagne, ou l'alimentation sans OGM. Avec en plus une « innovation » (au moins pour l'Allemagne) portant sur la revendication d'une production à base de lait de foin (*Heumilch*).

## 4 PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière



BERGBAUERN      PRODUITS      NOUVELLES

**Fromage de montagne Arla®**

L'Arla® Bergbauern Bergkäse est un véritable morceau de nature. Il est également fabriqué à partir du lait de foins le plus pur - sans ingénierie génétique ni additifs artificiels. Il a un goût particulièrement bon en raison de sa maturation de 6 mois. Ensuite, il a développé son goût aromatique-épicé typique. Un régal pour les amateurs de fromage.

Arla® Bergbauern Bergkäse - plaisir traditionnel au fromage épicé.



Source : [www.arla-bergbauern.de](http://www.arla-bergbauern.de)

C'est cette innovation qui a été le moteur de la nouvelle stratégie de rupture poursuivie par la jeune *start-up* **Hof Milch**, étroitement associée au distributeur REWE, à laquelle Arla a cédé les outils industriels et contrats de collecte. Elle mise l'essentiel de sa différenciation sur le lait de foins avec une communication et un design moderne éloignés de l'image vintage

précédente (cf. ci-dessous à gauche un exemple de lait et de montagne, et de foins, et bio, avec un rare logo Bio fédéral, et une certification *Allgäu* avec le logo bleu). Les innovations se poursuivent avec une démarcation certifiée optionnelle pour un niveau supérieur de bien-être animal et la production de mozzarella de l'*Allgäu* !



Source : [www.hof-milch.de](http://www.hof-milch.de)



**La laiterie privée Zott** (7<sup>ème</sup> transformateur laitier allemand) était en concurrence avec Arla pour reprendre l'activité laitière transformée par *Allgäu*land. Cette laiterie qui fabrique essentiellement des produits frais a élargi sa gamme en récupérant en 2011 des producteurs de montagne d'*Allgäu*land qui n'ont pas suivi l'aventure avec Arla. Cet épisode a été considéré comme un signe de regain d'intérêt pour le lait de montagne, puisque c'était explicitement cette composante spécifique (et secondairement du lait de foin ou biologique) qui intéressait Zott. Zott revendique avec une grande précision une origine spécifique du lait produit par des producteurs de montagne de l'*Allgäu* auquel il impose un cahier des charges qui lui est propre : stabulation libre et/ou pâturage d'au moins 120 jours (si entravée), génisses en alpage, pas d'OGM ni de glyphosate, pas d'antibiotiques en prophylaxie et recours à l'homéopathie. Ces critères ne sont pas sans rappeler l'évolution suivie par la coopérative de *Berchtesgaden*. Néanmoins, comme pour la *start up* précédente, le packaging et le marketing se sont franchement éloignés des valeurs traditionnelles utilisées à l'est de la zone de montagne et qui n'avaient pas réussi à Arla.



Source : [www.zott-dairy.com](http://www.zott-dairy.com)

La coopérative **AllgäuMilchKäse** est un autre opérateur laitier important de la zone, qui a récemment abandonné la collecte de lait avec OGM (en 2016 pour le lait de montagne, en 2017 pour le reste) et gère toute la gamme des laits différenciés, avec des prix différents (avril 2018) :

- Conventiel (=sans OGM!) : 36 cts/kg
- Lait de montagne : 38 cts/kg
- « Lait de foin » : 40 cts/kg
- Lait bio : 50 cts/kg
- « Lait de foin » bio : 54 cts/kg

Sur 400 millions de litres collectés, 70 millions de litres sont collectés en montagne mais 50 seulement le sont en collecte séparée et 30 donnent lieu effectivement à des produits étiquetés « montagne » d'une façon ou d'une autre. Ce taux de déclassement semble voisin du taux calculé à l'échelle de la Bavière et la coopérative voit donc d'un mauvais œil l'élargissement de la zone de montagne qui vient d'être confirmé. La coopérative collecte aussi 100 millions de litres de lait bio (1<sup>er</sup> producteur de beurre bio en Allemagne) dont près de 70% vient de la montagne, mais qui sont d'abord considérés et valorisés comme bio (et marginalement en Bio-BergKäse). Elle collecte aussi 20 millions de litres de lait de foin.

Pour cette coopérative, les principales contraintes ne viennent pas de la logistique et des coûts liés à la collecte, qui sont modérés compte tenu de la forte densité laitière. En moyenne le coût de collecte est de 14 €/t (moyenne des collectes 24 ou 48 h pour le bio), 11€/t pour le conventionnel sans OGM, 15 ou 16 en montagne, 18 pour le bio. Ce sont des coûts inférieurs à la moyenne bavaroise (14 €/t en conventionnel et 22 en bio). Et ce malgré l'absence de tout accord de collecte qui pourrait diviser ces coûts par 2 car jusqu'à 5 camions différents peuvent passer dans certains villages les plus denses.

Bien plus que de la collecte, les principaux surcoûts liés à cette différenciation des laits viennent de la certification d'un nombre très important de cahiers des charges : sans OGM, différents bio, « lait de foin », différentes particularités des cahiers des charges de MDD qui absorbent une forte proportion de la production de la coopérative qui ne possède pas de marque forte. EDEKA, premier distributeur de produits alimentaires en Allemagne, est même devenu membre de la coopérative afin de maîtriser encore davantage son approvisionnement. Un service de 10 personnes (sur 150 employés au total) consacre l'essentiel de son temps à la gestion administrative des cahiers des charges et à la préparation des audits.

Cette coopérative possède un outil industriel très automatisé permettant la réalisation sur commande de nombreuses recettes de fromages, appliquées à du lait conventionnel (sans OGM), ou bio, et/ou de foin, et/ou de montagne.



Outil industriel très automatisé



Affinage sous plastique AllgäuMilchKäse



Un grand nombre de références produites notamment sans MDD, dont quelques fromages de montagne.

## 4 PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

Les autres types d'acteurs de la transformation laitière plus ou moins concernés par la collecte de lait de montagne sont très divers, appliquent des stratégies différentes, parfois anciennes, sans aucune coordination apparente.

### Fromages au lait cru, fruitières : de rares exceptions

Il existe des **coopératives villageoises de petite dimension** très comparables aux fruitières françaises. Leur production emblématique correspond à la fabrication de fromage à pâte pressée cuite (*Bergkäse*) au lait cru (rarissime à l'échelle de la Bavière). Elles sont très peu nombreuses (une quinzaine). Les plus anciennes (créées avant les années 30) jouent la carte de la tradition (comme *Untermiselstein*). Quatre sont plus récentes (moins de 15 ans) et associent tradition, modernité et innovation, là encore en mettant en avant la production au lait de foin, non bio. C'est notamment le cas de *Naturkäserei* implantée dans un contexte économiquement très favorisé (autour du *Tegernsee* une sorte de lac d'Annecy situé à 50 km au sud de Munich ; 23 producteurs adhérents, 48 cts/kg lait livré).



Coopérative d'Untermiselstein, prix du lait 60 cts/kg mais livraison 2 fois par jour du lait par les 15 producteurs adhérents ; *Bergkäse* affinage 9 mois, 15€/kg).

### AOP : un signe de qualité mal connu, utilisé par de très rares opérateurs

Bien que bénéficiant de 4 AOP fromagères (*Allgäuer - Emmentaler*, - *Bergkäse*, - *Sennalpkäse*, - *Weißacker*), la production totale semble très faible et mal connue, entre 1 000 et 3500 t de fromages suivant les sources, car toute gestion collective de ces AOP a été abandonnée. Le logo européen est rare sur les produits et semble bénéficier d'une faible notoriété (tout comme les logos européens pour la STG « Lait de foin », ou l'agriculture biologique). La production de *Bergkäse* des fruitières les plus traditionnelles ne s'en revendique pas toujours (*Untermiselstein*). Ces démarches AOP pâtissent probablement de leur moindre notoriété et du foisonnement des démarches dans lesquelles les opérateurs doivent faire des tris. Un des rares transformateurs importants mettant

en avant ces produits (AOP *Allgäuer Emmentaler* au lait cru) semble être la fromagerie *Stegmann*, désormais contrôlée par SODIAAL, fabricant important d'Emmental avec 1/3 de la production allemande de fromages à pâte pressée cuite à l'époque de son rachat par Entremont en 1997. Néanmoins, ce fabricant n'oriente qu'une faible proportion de ces fabrications vers l'AOP, qui coexiste avec d'autres différenciations montantes (fromage bio ou « de montagne » (*Bergbauern*) à côté d'une dominante d'emmental industriel. C'est aussi le cas du deuxième fabricant (*Albert Herz*) qui associe aux AOP diverses différenciations (Bio et au « lait de foin »), spécialités (« raclette ») et de l'emmental industriel. Historiquement c'est le développement de ce dernier dans les années 1970 qui a entraîné l'effondrement du nombre de fruitières de 600 à moins de 20, et la multiplication par 5 du tonnage d'emmental (plus de 110 000 t, x 2 depuis 2000).

### La montagne comme image subliminale transmettant des valeurs aux produits laitiers

De nombreuses entreprises privées souvent d'origine régionale ancienne (début du 20<sup>ème</sup> siècle ou avant) et internationalisées revendiquent de façon suggestive l'origine de leur lait sur leurs étiquettes et dans leur communication. Certaines le font depuis longtemps à l'instar de la revendication du caractère « alpin » des produits (cf. encadré sur la mention Alpes, non protégée ni encadrée autrement que le contre-pouvoir des ONG).

Certaines entreprises implantées de longue date revendiquent leur implantation en *Allgäu* en utilisant ce terme (qui peut être certifié comme dans le cas de *Hof-Milch* mais qui l'est rarement). C'est le cas de la fromagerie **Edelweiss**, leader allemand du fromage fondu, sous marque **Milkana**, et producteur de camembert et d'autres pâtes molles. Désormais contrôlée par le groupe Savencia, elle se revendique plus de l'*Allgäu* que de la montagne, et insiste sur l'alimentation des vaches chez ses 320 livreurs : sans OGM et avec au moins 70% d'herbe (ensilage, foin, plus rarement pâturage contrairement à ce que suggère la photo).



Source : [www.ach-liebe-strasse.de](http://www.ach-liebe-strasse.de)

**Müller** (n° 2 en Allemagne derrière DMK) propose une gamme étendue de desserts lactés et produits frais parmi lesquels un « lait caillé d'Allgäu » (« mettez le goût de la montagne sur la table ») et utilise massivement l'image de la montagne pour promouvoir dans les GMS un de ses produits phares le pur *ButterMilch* à boire (« la vraie beauté vient naturellement de l'intérieur ») : un des rares produits de leur gamme qui ne soit pas fortement aromatisé ou sucré.



Source : www.mueller-milch.de

La fromagerie **Champignon**, leader allemand du camembert, implanté dans le Haut Allgäu et donc collectant en montagne depuis le début du 20ème siècle, n'utilise pas cette origine pour son packaging ni sa communication qui met en avant sa propre tradition de fabrication fromagère (« *La tradition rencontre les créateurs de tendances: dans nos univers de marques* ») :



Source : www.champignon.de

et sa relation étroite et stable avec quelques centaines de producteurs locaux. Elle produit néanmoins pour la célèbre marque *Weihenstephan* un camembert mais aussi un *Alpenkäse*.

D'autres opérateurs laitiers de renom sont implantés dans ou à proximité immédiate des montagnes bavaroises, pour y produire des produits Danone Mars, **Danone** Disney ou du yogourt grec *Oikos*, ou, pour **Nestlé** (dans l'ex usine qui a produit l'historique lait concentré des Alpes à la marque de l'Ours) des aliments lactés hypoallergéniques pour nourrissons destinés à l'exportation dans le monde entier. Deux orientations qui ne valorisent pas l'origine du lait, totalement absente de la commercialisation sur les produits fabriqués.

**Effervescence autour des laits différenciés : concurrence sur l'offre ou réponses proactives aux consommateurs ?**

En conclusion, il apparaît que l'utilisation d'une référence à la montagne, se développe avec diverses formes d'association à des valeurs traditionnelles, paysagères et/ou de pureté, naturalité et authenticité. De nombreux

produits laitiers affichent une image de la montagne (paysan en habit traditionnel, chalet, prairie en pente, sommets enneigés) et/ou de l'*Allgäu* quand apparaît sur fond de montagne des vaches de race brune et des prairies souvent fleuries. Le développement ou la transformation de ces références à la montagne (le design est parfois très moderne) ont lieu dans des contextes allemand en général et bavarois en particulier actuellement très propices à la différenciation de l'offre en produits laitiers.

D'après une étude du Lfl réalisée en 2012, les 41 transformateurs collectant une partie de leur lait en montagne représentent plus de 40% de la collecte bavaroise et les 2/3 d'entre eux utilisent un terme évoquant la montagne pour une partie de leur production mais de manière hétérogène comme cela vient d'être présenté.

La différenciation des laits en fonction de leur origine/process de production y est en pleine effervescence et fait l'objet de concurrences entre acteurs (producteurs, transformateurs, distributeurs) exacerbées après les crises laitières de 2009 et 2015/16. Ces nouvelles dimensions se superposent à des pratiques anciennes de référence à des origines évoquant la montagne (Alpes) ou ses contreforts (*Allgäu*). À la faveur de cette effervescence autour des laits différenciés, ces dénominations anciennes sont réexaminées par les ONG (Alpes, sans certification notamment). Dans l'éventail de ces différenciations, seules les démarches « lait sans OGM » et « lait de foin » sont certifiées de façon simple et transparente (ainsi que les AOP, confidentielles), tandis que 9 cahiers des charges Bio sont en concurrence, que des certifications d'origine régionale (Bavière, *Allgäu*) sont possibles mais ni systématiques ni obligatoires. Quant à la dénomination « montagne » (*Berg-*), qui n'est pas nouvelle, il semble admis qu'elle doive se référer à une collecte faite en zone de montagne ICHN (qui vient d'être élargie et n'a pas de limite naturelle évidente) sans qu'une certification soit en place puisque la réglementation européenne facultative « produit de montagne » n'a pas été transposée.

Le lait sans OGM ne peut plus être considéré comme une différenciation. Le lait bio est la différenciation la plus ancienne (après l'évocation de la montagne), avec une hétérogénéité de certification puisque que c'est plus fréquemment une des 9 certifications privées (*Bioland, Naturland, Demeter, ...*) qui est mise en avant plutôt que les sigles européen ou fédéral. L'offre dépasse actuellement la demande et les collecteurs refusent actuellement de prendre de nouveaux producteurs bio. Les AOP sont positionnées sur un segment ultra-marginal du marché (fromage au lait cru) et n'ont jamais représenté un volume important car elles ont été déposées très tard (1997 pour les 2 principales), bien après l'effondrement de la production au lait cru dès les années 1960-70. Enfin si le lait de montagne joue la carte de la tradition, sans certification puisque la réglementation européenne facultative n'a pas été transposée, le « lait de foin » (lait liquide, yaourts, fromages) joue la carte de l'innovation, est porté par des acteurs qui veulent offrir quelque chose de différent et apposent parfois le logo européen de la STG correspondante. Le « lait de pâturage » est très rare en Bavière, du fait d'une pratique très peu répandue et est plutôt en cours de développement dans la zone plus herbagère qui borde la mer entre les Pays-Bas et le Danemark.

D'une façon générale, cette différenciation des produits laitiers est un terrain privilégié sur lequel s'exerce une concurrence entre transformateurs, largement pilotée par les distributeurs. Des normes élevées, commercialisées de manière offensive, visent à renforcer la confiance des consommateurs dans les marques de chaque distributeur. Lidl a souvent eu le rôle de pionnier pour commercialiser du lait sans OGM, du lait des Alpes, du « lait de pâturage », renforcés par exigences plus strictes en matière de bien-être animal, sans oublier le lait bio. La concurrence tend à propager certaines de ces exigences et a engendré une montée en gamme des marques privées qui cherchent à garder l'avantage, y compris sur le lait de montagne (cf. coopérative de *Berchtesgaden* et *Zott*, par exemple).

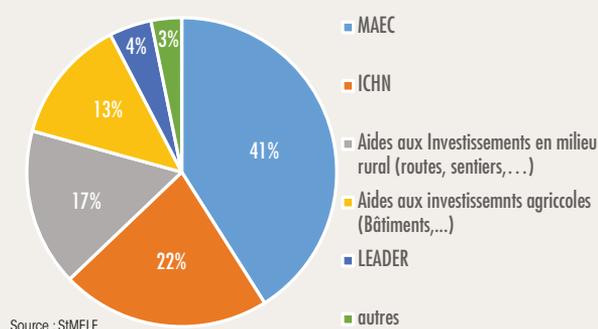
## PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

### Une politique agricole régionale attentive à l'élevage

#### Un outil d'orientation, des mesures ciblées

De par son poids agricole, économique et politique, la Bavière a une place spécifique dans l'évolution des politiques agricoles allemande et européenne. Bien que le poids économique de l'agriculture y soit très réduit, ce secteur bénéficie d'une attention et d'un soutien politique importants pour des raisons historiques et culturelles (nombreuses exploitations familiales de petite taille) et d'équilibre des activités (certains secteurs, l'industrie, et certaines portions du territoire affichant un dynamisme particulièrement important). La lecture régionale de la réforme de la PAC en 2014 est assez éclairante. Concernant le premier pilier (pas d'aides couplées), la Bavière se félicite d'avoir imposé à l'Allemagne un paiement redistributif ambitieux (+50 €/ha sur les 30 premiers ha puis 30 €/ha sur les 16 suivants) et un paiement additionnel pour les JA (+44 €/ha plafonné à 90 ha pendant 5 ans). Deux arbitrages très favorables au sud de l'Allemagne vu les différences de taille d'exploitations entre régions. Enfin la Bavière reste nettement plus régulationniste que les autres régions allemandes : « *En ce qui concerne les instruments de gestion de crise et d'intervention sur les marchés, qui ont été considérablement réduits dans le cadre de la PAC, les filets de sécurité (notamment dans le cas du lait) doivent rester efficaces. La Bavière refuse une libéralisation complète du marché agricole* » (ministère de l'agriculture bavarois).

#### RÉPARTITION BUDGÉTAIRE DU SECOND PILIER (BAVIÈRE)



Le milliard d'euros annuel versé au titre du 1er pilier est complété par 500 millions d'euros (avec cofinancement fédéral et régional) d'un second pilier qui est l'instrument clé d'une politique d'orientation, notamment de l'élevage.

Les aides annuelles du second pilier permettent d'obtenir en élevage un niveau de soutien bien supérieur aux 300 €/ha environ apportés par le 1er pilier (avec paiement redistributif pour une exploitation de 50 ha mais sans supplément JA) :

- ICHN, en fonction de l'altitude de 42 € à 200 €/ha (>1 000 m); les 10 premiers ha +25 €; -25 % au-delà 100 ha
- pentes fortes (>30 et 50 %) : +450 à 650 €/ha fauché
- MAE (utilisation « extensive » des prairies sans engrais minéral, mesure adoptée par 60 % des éleveurs en zone herbagère) : 169 €/ha si <1,4 UGB/ha ou 120 €/ha si <1,76 Ugb/ha + bonus berges, lisières, biodiversité. Pour les alpages les montants sont de 80 et 55 €/ha.
- Épandage de lisier à basse émission, au m<sup>3</sup>, jusqu'à 54 €/ha

- « lait de foin » : +100 €/ha,
- pâturage : +50 €/UGB (pour 4 mois de sortie),
- bio : 350 €/ha (2 ans) puis 273 €/ha
- subvention pour les procédures de contrôle (35 €/ha pour maxi 15 ha)

Outre un plan de soutien aux investissements, conçu pour transformer très progressivement l'élevage laitier en répondant aux demandes sociétales, les mesures élaborées en Bavière dans le cadre du second pilier cherchent à accompagner la différenciation et la montée en gamme de la production laitière (bio, lait de foin, pâturage), à stabiliser l'utilisation des zones de montagne les plus difficiles et à promouvoir des pratiques favorables à la qualité de l'eau. Les zones laitières les plus denses de Bavière (notamment dans le bas *Allgäu*) font partie des zones (mais dans une moindre mesure que le nord-ouest de l'Allemagne) dans lesquelles les teneurs en nitrates dans l'eau frôlent ou dépassent le seuil de 50mg/l. Le pays vient d'être condamné par la Cour de justice des Communautés européennes en raison d'efforts insuffisants.

#### Un accompagnement politique...

##### ...sur le temps long pour interdire la stabulation entravée toute l'année

Environ la moitié des étables laitières bavaroises, hébergeant le tiers des vaches, sont des stabulations entravées dans lesquelles les vaches sont le plus souvent attachées toute l'année. La Bavière est la première région concernée, devant le Bade-Wurtemberg, contre moins de 20 % des exploitations et souvent moins de 10 % dans la plupart des autres régions allemandes. Cette pratique jugée pénalisante en termes de bien-être animal est soumise à une pression croissante tant des autorités fédérales (le Conseil fédéral avait voté une première interdiction au bout de 10 ans en 2016), que des distributeurs. Lidl, suivi par ALDI, a demandé à ces fournisseurs de s'engager à en sortir, et a d'ores et déjà exclu ce système pour ces MDD premium (*AlpenMilch* notamment).

Les autorités bavaroises ont réussi à différer l'application de l'interdiction proposée en 2016, en obtenant la réalisation d'une étude du von Thünen Institute (vTI) qui vient d'être publiée. Dans une certaine mesure cette étude valide la stratégie d'accompagnement suivie par la Bavière avec les moyens du second pilier. En moyenne environ 27 000 vaches laitières par an (sur 1,2 million) changent de système de stabulation, les changements étant stimulés par un prix du lait plus élevé favorable aux investissements. Ces changements de système s'opèrent d'abord par l'agrandissement de stabulations libres mais aussi par des reconstructions de stabulations libres neuves, de dimension souvent limitée (50 vaches) visibles dans le paysage bavarois. Le vTI a chiffré à 250 millions d'euros le coût de l'accompagnement public à la conversion tout en soulignant que l'annonce d'une interdiction de la stabulation entravée permanente accélérerait le rythme de cessation. Un coût dans les moyens de l'État de Bavière qui accompagne déjà spécifiquement ces projets (taux de subvention bonifié pour les 1ères reconversions jusqu'à 300 k€). En maintenant le rythme actuel le projet est plutôt de mettre entre 15 et 20 ans pour réaliser cette reconversion du parc de bâtiment. La Bavière a finalement négocié et obtenu que l'interdiction fédérale soit repoussée à 2030.



Stabulation libre réaménagée dans un ancien bâtiment

### ...mais plus difficile pour faire sortir les vaches laitières au pâturage

Le succès dans la transformation des bâtiments semble bien plus fort que pour le développement du pâturage pour les vaches laitières. Officiellement, il concerne 16% des vaches mais semble très rare en dehors des exploitations bio et en dehors de l'estive des génisses en alpage, fréquent et financièrement avantageux. Les freins à l'adoption du pâturage sont :

- la crainte de voir baisser le rendement laitier souvent élevé en moyenne (7 600 kg/lactation en Brune contre 7 400 en France, 7 700 kg en Fleckvieh contre 6 900 en Montbéliarde ou 6 100 pour la Simmental en France) et qui compense d'une certaine façon la faible dimension des troupeaux,
- le surcroît de travail journalier par rapport à la distribution d'une ration conservée et aux pratiques actuelles, homogènes et jugées simples, bien rodées et efficaces. De fréquentes coupes d'ensilage d'herbe, 4 ou 5 pour 8 à 12 tMS/ha, suivies par de fréquents épandages de lisier valorisent bien la pluviométrie estivale plutôt importante et permettent d'accéder à des chargements élevés, notamment dans l'*Allgäu*.

## Activité laitière dans les alpages : un volume marginal, un produit phare pour le tourisme et un soutien public sans limites

Rien que pour l'*Allgäu* on comptabilise 700 alpages qui occupent 21 000 ha (on en trouve autant dans le reste des Alpes allemandes). Ils sont fréquemment utilisés par les éleveurs de la région (1 éleveur sur 3 et davantage dans les zones plus proches des Alpes) pour envoyer 28 000 génisses en estives mais aussi quelques vaches dont certaines exploitations se délestent pour alléger le travail ou respecter des chargements administratifs sur l'année (directive nitrates ou aides du second pilier). 2 500 vaches laitières produisent du lait en estives dont les 2/3 sont transformés dans 42 chalets d'alpage. Cette activité traditionnelle bénéficie depuis peu d'une AOP spécifique (*Allgäuer Sennalpkäse*).

À titre de comparaison, 13 chalets d'alpage produisent du fromage AOP Beaufort (avec cependant une dimension moyenne supérieure et de meilleures valorisations que dans les montagnes de Bavière) et 28 000, c'est environ le nombre de génisses par génération en Savoie et Haute Savoie réunies.



Exploitation bio, avec pâturage et nouveau bâtiment bavarois en remplacement d'étable entravée, ici pour 40 VL et la suite, 15000€/VL, 35% de subventions



Grâce à un programme très complet de soutien (service public spécifique pour les études et l'appui, aides aux investissements et création d'infrastructures permettant d'avoir un équipement et une accessibilité pour ces chalets jugés excellents par rapport aux pays voisins, faible coût net pour la mise en estive des génisses), cette activité d'élevage en alpage est presque stable depuis quelques années.

L'enjeu est de taille puisque cette activité est jugée stratégique pour le tourisme estival : espaces ouverts, points d'attraction en altitude, avec en point d'orgue, un évènement annuel, qui est un *must* touristique et folklorique : 60 000 personnes assistent ou participent à la descente d'alpage des animaux avec leurs cloches.



4

## PIÉMONTES HERBAGERS ET MONTAGNES ALPINES : Une image de marque pour la Bavière laitière

### Forces, faiblesses, opportunités, menaces

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Un milieu naturel</b> (sols, pluviométrie y compris été) <b>favorable à l'herbe</b> (8-12 tMS/ha)</li> <li>• <b>De petites exploitations laitières résilientes</b> (revenus diversifiés, en propriété, peu endettées, main-d'œuvre familiale)</li> <li>• <b>Une société rurale tolérante</b> (place du bâti agricole et des méthaniseurs dans les villages, épandage, fermes de 1 000 à 2 000 vaches)</li> <li>• <b>Un soutien politique régional</b> de longue date qui défend un modèle agricole original</li> <li>• <b>Une industrie fromagère</b> ancienne (en <i>Allgäu</i>) et en croissance. Une place de référence pour les fromages (<i>emmental Kempten</i>)</li> <li>• Diversité fromages et produits laitiers, culture gastronomique plus forte que dans le reste de l'Allemagne</li> <li>• <b>Une forte dynamique d'innovation</b> (produits, process, communication, entreprises)</li> <li>• <b>Agriculture et tourisme</b> (destination la plus populaire), avec mise en valeur de la tradition et de la partie alpine</li> <li>• Une omniprésence de l'<b>image de la montagne</b> en Bavière (telle que visible de Munich). Une image associée aux lait frais, produits laitiers frais, certains fromages par certaines entreprises avec succès</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Pas de fonctionnement collectif</b> de la filière (suppression de l'interprofession bavaroise)</li> <li>• Des entreprises hétérogènes en <b>concurrence</b></li> <li>• <b>Des industriels privés</b> très indépendants qui font fructifier des marques (<i>Müller, Danone, Champignon, ...</i>) , avec parfois des segments « montagne » (<i>Bergader, Zott, ...</i>)</li> <li>• <b>Des coopératives</b> pilotées voire partiellement intégrées par la distribution, poussées à utiliser plusieurs types de lait pour des dizaines ou centaines de recettes avec un nombre élevé de cahiers des charges privés</li> <li>• <b>Forte concurrence des activités agricoles végétales et non agricoles</b> (industrielles)</li> <li>• 50/60% d'<b>étables entravées</b>, pour 30%/35% des VL, et 25%/30% du lait</li> <li>• Pas de limite naturelle nette de la « montagne » et pas de politique laitière pour la montagne</li> <li>• Une communication mettant pour partie en scène un élevage traditionnel fantasmé, en décalage avec la réalité</li> <li>• Une effervescence autour de la différenciation des produits laitiers qui tourne parfois à la surenchère et à la précipitation</li> </ul>
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Un bassin de consommation important</b> (13 millions hab.) et la proximité de la France et de l'Italie</li> <li>• Une <b>dynamique exportatrice</b>: croissance de la transformation et des exportations de fromages (UE dont France, pays tiers)</li> <li>• <b>Un accompagnement politique</b> vers un nouveau modèle ? Abandon des étables entravées programmé sur 20 ans, avec doublement de la taille moyenne ?</li> <li>• <b>Une proximité de fait entre habitants/citoyens/consommateurs à fort pouvoir d'achat et activités d'élevage</b></li> <li>• <b>Un terreau favorable aux différenciations des laits.</b> Des consommateurs, associations, ONG, intéressés mais vigilants, adeptes du <i>Name and Shame</i> et disposent d'un vrai contre-pouvoir en l'absence de certification (sauf bio et sans OGM).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fin du statu quo pour le maintien du budget agricole</b> face à de nouveaux besoins sociaux (vieillesse, migrants, aménagement du territoire bavarois hétérogène) ?</li> <li>• <b>Un pilotage encore plus fort par la distribution</b> (EDEKA) y compris des produits innovants premium (REWE), après le pilotage du sans OGM et du BEA</li> <li>• <b>Réactions à la pression environnementale</b> liée à l'intensification (lisier)</li> <li>• <b>Pression sociétale sur le BEA</b> (vaches à l'attache, le plus souvent toute l'année ; zéro-pâturage...)</li> <li>• <b>Avec élargissement à des zones non alpines, doublement en 2018 de la zone de montagne</b> qui risque d'en brouiller l'image</li> </ul>

## Les enseignements de l'expérience bavaroise

**Un soutien politique fort et la volonté de piloter l'évolution d'un modèle agricole bavarois spécifique, notamment en élevage laitier.**

À certains égards, cette politique peut sembler conservatrice car ce soutien politique est surtout orienté vers les petites exploitations familiales qui font partie de l'identité et de la culture de la Bavière. En réalité, ce conservatisme ou plutôt cette volonté de conserver en l'état n'est évidente que pour la partie la plus alpine : forte subvention à l'utilisation des pentes, volonté de maintien de la présence animale en alpage y compris avec une activité de transformation laitière, même limitée. Cette stratégie volontariste mais dont les résultats restent fragiles inclut également une position très hostile au loup qui tente de se réinstaller (le *Südtirol* est dans la même position). Les simulations paysagères qui montrent ce que deviendraient ces territoires alpins sans élevage sont nombreuses. La justification est de maintenir l'accord jugé gagnant-gagnant entre l'agriculture (l'élevage) et le tourisme, sans dédaigner une dimension folklorique. Pour ce qui est des zones de montagne ou piémont au pied des Alpes, dont une grande partie de l'*Allgäu*, il ne s'agit pas de conserver (car le rythme de disparition des exploitations laitières est identique entre la Bavière et l'ensemble de l'Allemagne) mais de « protéger » suffisamment, et autant de Berlin que de Bruxelles, le modèle agricole bavarois tout en lui donnant les moyens d'évoluer, avec le temps nécessaire.

**Un contexte économique laitier en pleine évolution, très concurrentiel, ambivalent mais riche en opportunités.**

Enharden par la spectaculaire généralisation du lait sans OGM, les distributeurs, transformateurs privés et coopératives considèrent la différenciation des laits comme un espace de concurrence pour répondre aux nouvelles aspirations du consommateur voire assurer le leadership dans la « transition alimentaire » ou la « révolution de l'alimentation » à l'instar de certains opérateurs français. **Dans ce foisonnement d'initiatives, le lait de montagne semble trouver sa place (les volumes augmentent) à partir d'éléments ancrés dans l'histoire laitière de la région**, ce qui semble l'associer spontanément à des valeurs « traditionnelles » à la limite du « cliché ». Les dénominations associées au lait de montagne se développent sans coordination, ni certification, dans une logique de concurrence mais la vigilance des ONG et associations de consommateurs constitue une sorte de contre-pouvoir car la pratique du « *Name and Shame* » a déjà permis de clarifier certaines situations dans le passé. La création de valeur et le retour aux producteurs dépendent donc de la réussite de ces initiatives individuelles. En dehors des rares « fruitières », le prix du lait en moyenne de 5 ans frôle au mieux les 39 cts/kg (taux 42-34) pour le lait de montagne transformé par la coopérative de *Berchtesgaden* mais il est nettement plus stable que le lait conventionnel compte tenu des débouchés.



Les activités d'élevage laitier, de production d'énergie (panneaux solaires ou méthaniseurs) et d'agritourisme sont fréquemment associées.

## REMERCIEMENTS

---

Nous tenons à remercier chaleureusement les éleveurs, les entreprises, les organismes et les personnes qui, par les réponses et informations qu'elles nous ont apportées, ont contribué à la réalisation de ces études, et en particulier :

### ÉTUDE FRANCE :

- Pierre-Emmanuel BELOT, Christèle COUZY & Monique LAURENT, chefs de projet à l'Institut de l'Élevage
- Myriam ENNIFAR, adjointe à la cheffe de l'unité Élevage, DMEP, FranceAgriMer
- Laiteries enquêtées & participants aux 7 *focus group*

### ÉTUDE SÜDTIROL :

- Dr. Siegfried RINNER, directeur et Hermann STUPPNER du Südtiroler Bauernbund
- Dr. Matthias GAULY, professeur à l'Université Libre de Bolzano
- Daniel GASSER, président de BRING ; Martin UNTERWEGER Alexander ALBER conseillers agricoles
- Werner et Stefanie MITTERRUTZNER, éleveurs
- Famille NIEDERSTATTER, éleveurs
- Annemarie KASER, directrice de la Fédération des coopératives laitières du *Südtirol*
- Joachim REINALTER, président de la coopérative MILA
- Martin PAZELLER, directeur du département Agriculture de la Province de Bolzano
- Adalbert BRAUNHOFER, président et Dr. Günter SEIDNER, directeur de la coopérative Sterzing-Vipiteno
- Famille HINTNER, éleveurs
- Martin MAIR, directeur de la coopérative BRIMI
- Anton TSCHURTSCHENTHALER, président et Florian HELLWEGGER de la coopérative DREI ZINNEN

### ÉTUDE BAVIÈRE :

- Prof. Dr. Alois HEIßENHUBER (Technische Universität München)
- Anton DIPPOLD (Ministère de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts de Bavière)
- Anton BRÄCKLE (Fédération des coopératives de Bavière)
- Corina JANTKE et Gerhard DORFNER (Centre de recherche pour l'agriculture de l'État de Bavière)
- Susanne GLASMANN (directrice générale de l'Association des laiteries privées de Bavière)
- Hubert RUPP (président de la cooperative de livraison Allgäuer Bergbauern-Milch eG)
- salariés et éleveur de l'Allgäuer Hof-Milch GmbH et de la Sennerei Untermaiselstein
- Clemens RÜCK (directeur) et Rudolf SEIPELT du Milchwirtschaftliche Verein Bayern e.V.
- Michael HONISCH (Ministère de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts de Bavière et Association de l'économie alpine)
- Hubert DENNENMOSER (directeur) et Andreas STEIDELE (vice-président) de la coopérative Allgäu Milch Käse
- Romuald SCHABER président de l'EMB et du BDM.
- Christian GABLER (gestion de la marque « Allgäu » Allgäu GmbH).



DOSSIER  
MONTAGNE  
FRANCE-UE

FILIERE  
LAIÈRE

N° 494  
Décembre 2018  
18 €

# Économie de l'élevage



SÉLECTION DE PARUTIONS RÉCENTES  
DES DOSSIERS ÉCONOMIE DE L'ÉLEVAGE  
(GEB)

**Dossier annuel Bovins lait 2018.**  
Perspectives 2019. N° 496 - Février 2019

**Dossier annuel Bovins viande 2018.**  
Perspectives 2019. N° 495 - Janvier 2019

**Dossier Le lait dans les montagnes  
en France et en UE.** N° 494 - Décembre 2018

**Dossier à paraître.** Ukraine : les productions  
animales. N° 493 - Novembre 2018

**Dossier Chine.** La filière laitière.  
N° 492 - Octobre 2018

**Dossier Espagne.** La filière laitière caprine.  
N° 491 - Septembre 2018

**Dossier marchés mondiaux des produits  
laitiers en 2017.** Perspectives 2018. N° 490 -  
Juin 2018

**Dossier marché mondial de la viande  
bovine 2017.** Perspectives 2018. N° 489 -  
Mai 2018

**Dossier annuel Ovins 2017.**  
Perspectives 2018. N° 488 - Avril 2018

**Dossier annuel Caprins 2017.**  
Perspectives 2018. N° 487 - Mars 2018



Conception de la maquette : Béta Pictoris (beta.pictoris@free.fr) - Évolution de la maquette : Marie-Thérèse Gomez (mariposarts@free.fr)

Mise en page et iconographie : Annette CASTRES - Leila ASSMANN

Crédits photos : Couverture et P12, 15, 17, 19, 24, 26, 41, 42, 45, 47 ©Christophe PERROT/Institut de l'élevage - P3 : ©F. Joly CNIEL - p5 ©Volcalis Groupe Altitude - p5 ©AdobeStock - p7 ©Aurora Lhotte Photographies P14 ©Suedtirolerland.it - p15 ©suedtirolermilch.com - p18 ©Christophe Perrot (2) & Benoit Baron - p22 ©Milchhof Sterzing & Brimi - p22 ©suedtirolermilch.com - p25 ©Mila - p26 Südtiroler Bauernbund, gallorosso - P32 ©https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Central\_Europe\_relief\_map\_with\_waterbodies.png - Page 33 ©ÖMA Beer GmbH, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Allgaeu-1a.jpg, https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=22700453 - Page 35 https://picclick.de/2-alte-Dosen-Kondensmilch-m-Metalldeckeln-B%C3%84RENMARKE-153237661552.html - Page 39 https://de.m.wikipedia.org/wiki/Datei:Produkte\_der\_Allg%C3%A4uland-K%C3%A4sereien\_GmbH.jpg - http://media.repro-mayr.de/61/89461.pdf - https://www.codecheck.info/m/essen/kaese/emmentaler\_parmesan\_hartkaese/emmentaler/page-3.kat - http://www.aulbach-rezept.de/html/zutaten.html

Directeur de la publication : Martial Marguet

Imprimé à Imprimerie Centrale de Lens - N°ISSN 1273-8638 - N° IE 0018501054

Abonnement : 160 € TTC par an : Technipel -Email : technipel@idele.fr - Tél. : 01 40 04 51 71

Vente au numéro : 10 € le téléchargement sur <http://www.idele.fr> - <http://technipel.idele.fr>

Confédération  
Nationale de l'Élevage  
**CNE**