



Nouvelle-Aquitaine,
Pays de la Loire
et Bretagne



DE LA MISE EN PLACE D'UN ATELIER DE TRANSFORMATION FERMIÈRE À LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS LAITIERS FERMIERS EN RÉGIONS NOUVELLE-AQUITAINE, PAYS DE LA LOIRE ET BRETAGNE



De la mise en place d'un atelier de transformation fermière à la commercialisation des produits laitiers fermiers en régions Nouvelle-Aquitaine, Pays de la Loire et Bretagne

ONT CONTRIBUÉ À CE DOSSIER

Rédaction :

Nicole Bossis, Coline Bossis, Juliette Bothorel, Alizée Breton, Pauline Gauthier, Anne-Laure Lemaitre, Romain Lesne, Bernard Poupin, Angélique Roué, Mélissa Teinturier, Virginie Venot Bonnet, Amélie Villette.

Maquette :

Valérie Lochon (Chambre Régionale d'agriculture Nouvelle-Aquitaine)

Crédits photos :

Institut de l'Élevage, Studio des 2 Prairies - ANICAP, FRCAP

SOMMAIRE

ÉDITORIAL	4
1. LES INDISPENSABLES	5
1.1 Les facteurs de réussite	5
1.2 Quels produits fabriquer ?	6
1.3 Choisir ses circuits de commercialisation	7
1.4 Bien préparer son installation	8
2. LA FILIÈRE	12
3. LES DIFFERENTS PRODUITS	14
3.1 Les différentes technologies	15
3.2 Les techniques de fabrication	16
3.3 Le matériel nécessaire selon la technologie	19
3.4 Autres produits laitiers	23
4. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION	27
4.1 Les circuits de commercialisation classiques	28
4.2 Les nouveaux circuits de commercialisation	33
5. LA RENTABILITÉ DE L'ATELIER	39
5.1 L'étude de marché	39
5.2 Vendre au bon prix	39
5.3 La valorisation du litre de lait	44
5.4 Les charges de transformation et de commercialisation	45
6. LA FROMAGERIE	46
6.1 La conception de la fromagerie	46
6.2 Des exemples de fromagerie	48
6.3 La gestion des effluents	53
6.4 Faire des économies d'énergie et d'eau dans sa fromagerie	55
7. LE TRAVAIL	56
7.1 Quelques références sur le temps de travail	56
7.2 Quelques éléments à prendre en compte pour se faciliter le travail	58
7.3 Créer ou adapter une fromagerie à ses besoins : une nécessité pour être performant dans la durée	59
8. LA RÉGLEMENTATION	61
8.1 L'esprit de la réglementation	61
8.2 Les différents statuts sanitaires	61
8.3 Contrôles officiels et autocontrôles sur le lait et les produits laitiers	62
8.4 Transport et température de vente	63
9. LA FORMATION ET L'ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE	67
10. LES FROMAGES DE NOUVELLE-AQUITAINE	74
10.1 Les signes de qualité	74
10.2 Les marques collectives	76

ÉDITORIAL

Sur près de 70 pages, ce guide rédigé par les techniciens du réseau INOSYS caprin Ouest et de l'Animation fromagère de la FRCAP aborde toutes les étapes de la production fromagère fermière, du montage de projet à la commercialisation en passant par la transformation.

Il s'agit là de nous donner des outils, à nous les producteurs, pour mettre en place dans nos fermes le système qui va nous ressembler, il n'y a pas de système universel mais des systèmes fermiers qui correspondent à nos choix. A nous ensuite de nous servir de ces outils pour piloter au mieux nos exploitations et ainsi optimiser notre temps de travail, nos revenus et notre qualité de vie.

Pour que nos métiers donnent envie aux candidats à l'installation, nous devons accompagner les porteurs de projets, leur montrer tout notre dynamisme !

Notre filière a cruellement besoin de jeunes installés pour être pérennisée.

La remise en cause de nos méthodes de travail, le risque porté sur l'appellation «fermier» ou le lait cru, doivent nous pousser à la réflexion et à l'action. Commercialiser c'est vendre mais c'est aussi communiquer. Pour préserver notre filière, à nous d'être imaginatif, de montrer la richesse de notre métier, notre savoir-faire et de défendre la qualité de nos produits.

Emmanuelle RAPAUD
La Ferme du Maras (Vienne)



1. LES INDISPENSABLES

Quel que soit le système choisi : atelier spécialisé ou associé à d'autres productions, seul ou en association, en famille ou hors cadre familial, en reprenant un atelier existant ou en créant son propre atelier... s'installer en transformation fermière est passionnant mais ne s'improvise pas.

1.1 Les facteurs de réussite

✓ L'assurance d'un débouché

- Réaliser une étude de marché, c'est-à-dire avoir une connaissance du marché local, des circuits possibles pour pouvoir prospecter dans la bonne direction,
- avoir une idée des prix pratiqués sur les différents circuits.

✓ Être bien formé et connaître l'élevage caprin et la transformation fromagère

Les compétences techniques sont acquises en formation théorique et pratique. L'expérience terrain est indispensable. Il existe des établissements qui proposent des certificats de spécialisation caprine et des modules spécifiques pour la transformation fromagère. Pourquoi ne pas envisager un parrainage ?

✓ Définir ses objectifs et construire un projet

Le projet doit être porté par celui qui s'installe tant au niveau de la dimension souhaitée que du système de production (type de fromages, circuits de commercialisation, équipements...).

✓ Prendre en compte la dimension "travail"

Chez les fromagers, le travail d'astreinte est divisé en 3 composantes : élevage, fromagerie et commercialisation. Pour "tenir sur la longueur", il faut rester dans la limite de "l'acceptable" journalier (6 heures d'astreinte) et gérer les pics de travail sur la semaine avec la commercialisation et les périodes clés en élevage (mises-bas, apprentissage des chevrettes à la traite et soins aux jeunes).

✓ En fromagerie, anticiper tous les aspects réglementaires

✓ Partir du bon pied côté troupeau

Achat de chevrettes de qualité. En cas de reprise du troupeau, renseignez-vous sur sa qualité (âge, lait, maladies...).

✓ Réunir les partenaires en amont du projet

Pôle installation, services vétérinaires départementaux, technicien fromager, technicien caprin, contrôle laitier, centres de gestion, banques et autres financeurs.

✓ S'assurer de la bonne réalisation du projet

Il est nécessaire de se fixer un échéancier avec les principaux événements : achat troupeau, implantation des fourrages, fin de la construction de la chèvrerie, de la salle de traite (cf. figure 1) et de la fromagerie, mise à la reproduction...

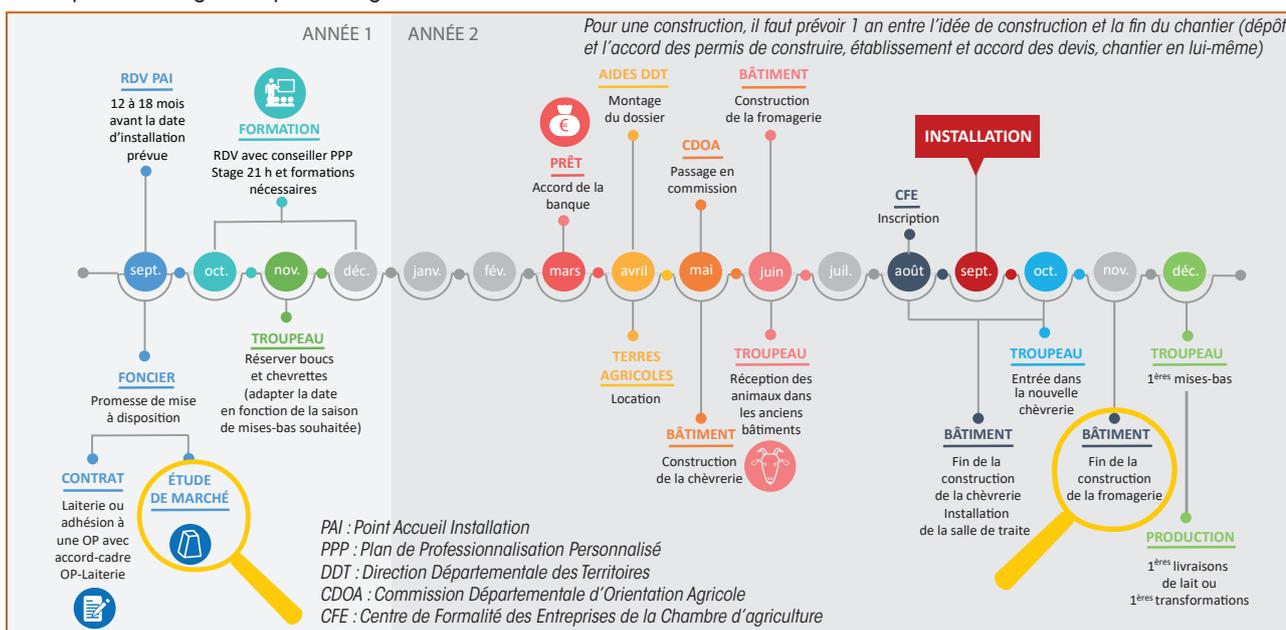


Figure 1 : Un exemple de trajectoire d'installation

1.2 Quels produits fabriquer ?

Au même titre que les autres éléments du système de production, le choix de la gamme de produits fabriqués est à réfléchir. Il va influencer **sur l'aménagement du local de fabrication et sur le besoin en espaces ou matériels spécifiques** (chaudron, cave d'affinage, étuve à yaourt, ...), **en formation et en développement de savoir-faire**.

Traditionnellement, le lait de chèvre est transformé en fromages. Selon les régions, les habitudes de consommation, l'existence localement de produits démarqués (AOP, marque collective, IGP), un fromage spécifique peut s'imposer. Cependant disposer d'une gamme de fromages peut être un atout (Cf. figure 2) :

- Dans le cas d'une **gamme de fromages d'une même technologie** (en général lactique), les fromages proposés sont de forme (bûche, palet, ...), de taille, de stade d'affinage (frais, affiné, crémeux, ...), de présentation (nature, avec des herbes, des aromates, ...) différentes.
- Dans le cas d'une **gamme de fromages de plusieurs technologies**, la combinaison lactique et pâte pressée est la plus fréquente. Mais on trouve aussi des pâtes molles (type reblochon, caillé doux) ou des pâtes persillées (Bleu de Chèvre) ou des pâtes filées (mozzarella de chèvre).

La présence de différents types de fromages va imposer une réflexion sur le prix de chacun.

La production d'**autres produits laitiers** à base de lait de chèvre peut constituer une alternative intéressante notamment en matière de valorisation des produits.

- Lait en bouteille,
- Yaourt, crème dessert, lait fermenté, fromage blanc (nature ou aromatisé),
- Crème, beurre,
- Glace.

Des pâtisseries utilisant du caillé frais (tourteau fromager, tarte fromagère), du fromage (gougère, feuilleté, ...) ou des produits laitiers (cannelé, crêmet nantais, crêpe, bûche glacée, cheesecake, ...) peuvent également être fabriquées.

Des **savons et produits cosmétiques** à base de lait de chèvre vont aussi pouvoir constituer une voie de diversification. À noter cependant que les quantités de lait valorisables dans ce type de produit sont faibles.



Figure 2 : Atouts et contraintes de la gamme de produits

1.3 Choisir ses circuits de commercialisation

Un challenge important

Créer un réseau commercial représente un challenge important pour le nouveau producteur fermier. Il s'agit pour lui de trouver l'adéquation entre son offre et la demande des consommateurs. Elle passe par la recherche du meilleur compromis possible entre :

- le prix de vente possible des produits sur les différents circuits,
- les quantités écoulées (en instantané et au fil des saisons),
- le temps à consacrer à la fabrication et à la commercialisation, selon son organisation du travail,
- la concurrence locale (concurrence d'autres producteurs fermiers caprins mais aussi ovins ou bovins ou acteurs locaux...),
- l'aptitude commerciale (goût pour le contact, capacité à négocier les prix...),
- la "sécurité" du circuit (régularité des paiements),
- les obligations réglementaires,
- la localisation de l'exploitation (zone rurale, urbaine ou touristique, en bordure d'une route fréquentée...).

Conseils pour créer son réseau

- Les suivis réalisés chez les nouveaux installés montrent qu'il faut un minimum de 3 à 5 ans pour asseoir un réseau commercial.
- Il est difficile de prévoir a priori sa clientèle, les volumes et la gamme de produits que l'on va pouvoir commercialiser. La réalisation avant l'installation d'**une étude de marché** pour mieux appréhender la demande, cerner la concurrence et les niveaux de prix pratiqués est **une nécessité**.
- Le suivi de la facturation et des encaissements est essentiel et obligatoire.
- La quasi-totalité des éleveurs a plusieurs circuits de commercialisation, ce qui les rend moins vulnérables.
- La valorisation du lait transformé est très variable. Les types de produits fabriqués (fromages de type lactique, pâte pressée, yaourts, ...) et la présence ou non de signe officiel de qualité, les circuits commerciaux, la localisation de l'élevage... expliquent ces écarts. Les valorisations les plus basses s'expliquent souvent par l'importance des pertes : accidents de fromagerie, invendus (stockage long et inapproprié de produits sans débouché).
- En cas de transmission hors cadre familial avec reprise des circuits commerciaux existants, les circuits sont majoritairement renouvelés en quelques années, à moins d'avoir fait l'objet d'un tuilage long.



Photo 1 : Le goût du contact

1.4 Bien préparer son installation

« Dans les Deux-Sèvres, Patricia et Marc DUPONT, GAEC La Ferme de Barroux, une affaire de famille... »

Les grands-parents de Marc ont démarré l'installation du troupeau de chèvres, une petite fabrication des fromages dans une pièce de leur maison, et la vente sur les marchés dès la fin de la guerre.

En 2018, Patricia et Marc décident de récupérer le troupeau et de s'installer à quelques encablures de l'exploitation familiale.

"S'installer en AOP a donc été un hasard, mais j'ai vite trouvé dommage d'être dans la zone et de ne pas en faire partie. L'AOP est un véritable plus pour notre installation : cela laisse plus d'opportunités de commercialisation, permet de faire partie d'un collectif professionnel et technique."



Photo 2 : Travail dans le hâloir

L'expérience familiale pour jalonner son projet

"Lors de notre installation, nous avons récupéré les troupeaux bovins viande et caprin familiaux, construit la nouvelle chèvrerie et fait construire la fromagerie par des artisans locaux que nous connaissons.

La fromagerie a été construite dans une ancienne grange, datant de 1910, "je préfère réaménager l'existant, respecter le patrimoine bâti".

Données repères

SAU : 140 ha, dont 100 ha de SFP, en foin et pâturage.

Production caprine : 170 chèvres,



70 000 litres de lait transformés en fromages AOP Chabichou du Poitou et 6 500 litres vendus à la laiterie.



Commercialisation : 95 % en vente directe (6 marchés hebdomadaires + 1 marché mensuel), 5 % à des revendeurs locaux (épicerie, restaurant).



Photo 3 : Retournement des fromages au démoulage

Marc savait faire les fromages, puisqu'il remplaçait sa mère et sa belle-sœur en fromagerie, et a toujours eu une vraie affinité avec la fabrication, mais il le reconnaît : "à cette époque c'était plutôt les femmes qui s'occupaient des fromages, c'était culture!".

Marc a "joué à la marchande" petit lorsqu'il accompagnait ses parents sur les marchés : là encore, il savait que ce mode de commercialisation lui correspondait parfaitement.

L'objectif de Patricia et Marc fut donc de vendre en circuit court à 40 km aux alentours. Ils vendent sur les marchés qu'ils jugent être le mode de commercialisation le plus rentable.

A leurs yeux la vente à la ferme désorganise trop la ferme, et les livraisons coûtent trop chères (temps passé, frais de transport).

Ainsi la ferme assure à ce jour 6 marchés hebdomadaires plus celui de la commune qui est mensuel.

La sécurité de la laiterie

"Dès le départ nous voulions vendre une partie de notre lait à une laiterie pour la souplesse que cela apporte : c'est une solution de repli en cas de problème de santé ou de fermeture des marchés !!! (ce qui est arrivé en 2020 avec le contexte du Covid-19)."

Les opportunités rapides de développement

"Notre projet portait sur une petite transformation (24 000 litres/an), maxi 35 000 l. Mais très vite la demande a dépassé nos prévisions, et s'est ajouté à cela l'opportunité d'embaucher notre voisine et notre fille.

Notre idée est que si nous voulons garder les gens compétents, il faut les impliquer, que leur travail soit intéressant : ainsi nos deux salariées sont à 50 % sur la fromagerie et 50 % à la vente sur les marchés : leur quotidien est plus varié et le marché est un vrai retour du travail qu'elles réalisent à la ferme.

En 2020, nous avons décidé d'agrandir la fromagerie afin de répondre à la demande, et nous transformons à présent 70 000 l par an.

En 2021, j'ai encore agrandi la fromagerie (le hâloir et la laverie pour y installer un lave-batterie). Je peux profiter du PCAE pour réaliser ces travaux."

Si c'était à refaire ?

"Je suis satisfait des choix que j'ai fait, c'était un projet que je portais en moi depuis longtemps, j'ai donc bien réfléchi avant de me lancer.

Je n'ai ainsi pas hésité à prendre conseil, à visiter des fromageries. Je me suis fait accompagner par la technicienne fromagère de la FRCAP, pour faire les plans de la fromagerie, pour rédiger le dossier d'agrément au cas où je devais modifier mes modes de commercialisation, mais également pour faire des formations techniques en fromageries sur quelques jours.

Je ne le regrette absolument pas, car mes fromages sont bons, s'affinent très bien, et c'est ce qui m'a permis de me développer si vite."



Photo 4 : La fromagerie a été installée dans une ancienne grange

« En Charente, Hélène RICHARD et Fanny GOUDET, EARL au jard'in des chèvres, se sont installés hors cadre familial... »

Acquérir de l'expérience avant de s'installer

Diplômée d'une licence d'agronomie et développement durable, Hélène part faire du woofing dans des fermes françaises pour découvrir les différentes productions. Elle poursuit en faisant du salariat et du service de remplacement dans des exploitations caprines avec en priorité de la transformation. Elle rencontre Fanny en colocation en Charente, puis part faire son BPREA en Ardèche en 2012, avant de revenir comme salariée agricole. En 2016, Hélène commence les recherches d'exploitations pendant que Fanny passe son BPREA.

"Nous avons visité cette exploitation en février 2016. Elle n'était pas située dans notre secteur de recherche visé au départ (le Sud-Est pour se rapprocher de nos familles), mais ce site correspondait parfaitement à notre projet : deux maisons pour nos vies familiales, un parcellaire groupé pour le pâturage et la proximité d'une ville. Et puis, après avoir passé 6 ans en Charente, nous connaissions le secteur et nous avons créé de bons contacts avec des éleveurs caprins du secteur. Avec du recul, c'est une grande aide pour les questions techniques".

Acquisition du foncier avec Terre de Liens

Hélène et Fanny achètent les bâtiments et les maisons. Les surfaces sont achetées par l'Association Terre de Liens. Cette association prend en charge les frais de SAFER et l'achat des terres pour des projets d'agriculteurs.. *"C'est nous qui sommes allées vers l'association pour présenter notre projet et les convaincre. Terre de Liens a fait une analyse économique très précise du projet, et l'a validé. Ainsi, aujourd'hui, nous avons un bail rural de 9 ans reconductible avec l'association pour nos surfaces".*

Données repères

SAU : 22 ha de SFP et 4 ha de bois.

Production caprine : 60 chèvres, 

42 000 litres de lait transformés en lactiques et tommes. 

Commercialisation : 75 % en vente directe (2 marchés hebdomadaires + vente à la ferme), 25 % à des revendeurs (crémeries, épiceries, boutiques...).



Photo 5 : Fromages fraîchement salés

"Au-delà d'une aide financière, Terre de Liens c'est aussi un réseau de bénévoles qui vient nous aider pour des gros chantiers et qui communique sur notre exploitation. Par exemple, la boutique de la ferme, c'est eux qui l'ont construite, nous avons compté le temps, cela représente l'équivalent d'un temps plein sur une année. Sans eux, la boutique ne serait pas encore là. Terre de Liens a également beaucoup communiqué sur notre exploitation, ce qui nous a permis d'être connues sans trop d'efforts de notre part".

Don d'une fondation

Les éleveuses ont aussi eu la chance de recevoir une autre aide financière d'une fondation. *"Sur nos quatre premières années, la fondation nous finance du matériel à hauteur d'environ 8 000 €/an. Ainsi nous avons pu nous équiper du matériel de fenaison, de fabrication de la tomme, de notre boutique et cette année du matériel pour les yaourts. Cette aide n'est malheureusement pas reconductible mais nous sommes conscientes de la chance que nous avons eue. Sans cette aide, nous ne travaillerions pas dans ces conditions aujourd'hui".*

Bien prendre en compte les délais

Malgré la disponibilité d'Hélène, un an s'est écoulé entre la visite du site et l'achat. C'était le temps nécessaire aux délais de la banque et du notaire. En février 2017, elles sont propriétaires du bâti et commencent les aménagements pour les cinquante chevrettes qui

arrivent sur l'exploitation en mai. "Il y avait tout à faire car les bâtiments étaient inoccupés depuis 50 ans et aménagés pour des vaches. L'idée c'était que tout soit prêt pour l'arrivée des chevrettes, ce ne fût pas totalement le cas, il y avait encore un peu de provisoire".

Pendant qu'elles élevaient leurs chevrettes, les deux éleveuses ont poursuivi les travaux et l'aménagement de la chèvrerie, de la salle de traite et de la fromagerie. Pour tenir les délais, le gros œuvre (toiture, dalle béton, plomberie, électricité...) a été fait par des entrepreneurs extérieurs. Les filles se sont chargées des plus petits travaux : aménagements intérieurs des bâtiments, cloisons de la fromagerie, salle de traite...

Au démarrage, Hélène et Fanny produisaient uniquement des tommes pour se laisser un peu de temps avant de démarrer les marchés. "Les premiers clients sont venus à la ferme, les prix n'étaient pas définis. Je me suis dit qu'une buche de chèvre ne pouvait pas se vendre plus de 2,5 €/L de lait donc j'ai calculé tous les prix à partir de ce chiffre mais c'est une erreur, plus le fromage est petit, plus il est cher normalement".

"Au début, les clients venaient tous les jours à la ferme. Pour être moins dérangées et plus efficaces dans nos tâches, nous avons mis en place des horaires et jours d'ouverture. Nous sommes ouverts en même temps que les autres producteurs du secteur pour faciliter la venue des clients locaux. Ils font le tour des exploitations pour aller chercher leurs légumes, fromages...".

Des conseils pour des porteurs de projet

"Les relations que nous avons avec d'autres éleveurs caprins du département sont non négligeables pour les premières années d'installation. Leur soutien fut très important pour les épisodes de galère que nous avons pu avoir en fromagerie ou avec le pâturage. Il est nécessaire d'être bien entouré".

"L'expérience dans d'autres exploitations avant l'installation me semble un plus avant de se lancer".

"Avant de changer de vie professionnelle et de s'installer comme nous l'avons fait, il faut bien regarder ce que cela implique pour sa vie familiale, et être soutenues par ses proches".

"Il faut bien prendre en compte la chronologie et les délais nécessaires à la création de l'exploitation. Je pense qu'il ne faut pas être trop pressé. Entre l'achat des bâtiments et les premières mises-bas, un an s'est écoulé. Sans l'aide d'entrepreneurs extérieurs, il nous aurait fallu plus de temps pour tout préparer".

"Je pense qu'un porteur de projet doit être conscient que tout ne va pas être au top dès le début. On galère un peu les trois premières années avant de trouver son rythme. Nous sommes en 4ème année et c'est la première année où l'on arrive vraiment à se caler un rythme pour se libérer des soirées, week-ends et vacances".



Photo 6 : La vitrine pour les marchés

2. LA FILIÈRE (étude FRCAP 2020)

Environ 25 % des exploitations caprines néo-aquitaines transforment leur lait en fromages et autres produits laitiers fermiers en Nouvelle-Aquitaine et Vendée. On en compte 331 sur le bassin. Tous les départements du bassin détiennent des exploitations fromagères fermières caprines.

En pourcentage, la partie nord du bassin de production est à dominante laitière et industrielle (7, 9 et 12 % d'exploitations fermières en Deux-Sèvres, Vendée et Vienne) tandis que la partie du sud est à dominante fromagère fermière (76 à 95 % en Gironde et Pyrénées-Atlantiques). Mais derrière cette présentation des chiffres se cache une autre réalité puisque l'on compte plus de 30 exploitations fromagères fermières en Deux-Sèvres et Vienne (ainsi qu'en Lot-et-Garonne et Pyrénées-Atlantiques).

Au regard de la distribution principalement locale des fromages fermiers, il est surtout important de s'intéresser à la quantité de fromage fermier produit en moyenne par habitant dans les départements. En France, on estime en moyenne à 1 kg/an (ou 2,2 kg/foyer/an), la quantité de fromage (fermier, artisanal ou industriel) consommé par habitant (cf. figures 4 et 5).

La moyenne régionale se situe aux alentours de 0,5 kg/habitant/an de fromage fermier ou encore à 1 producteur fermier présent pour 26 000 habitants. Elle varie énormément d'un département à l'autre : autour de 0,9 kg/habitant (Creuse, Dordogne et Deux-Sèvres) à 0,1 kg/habitant (Gironde). On constate ainsi un potentiel d'installation et de développement important de la filière sur certains territoires, d'autant plus avec de nouveaux circuits de distribution.

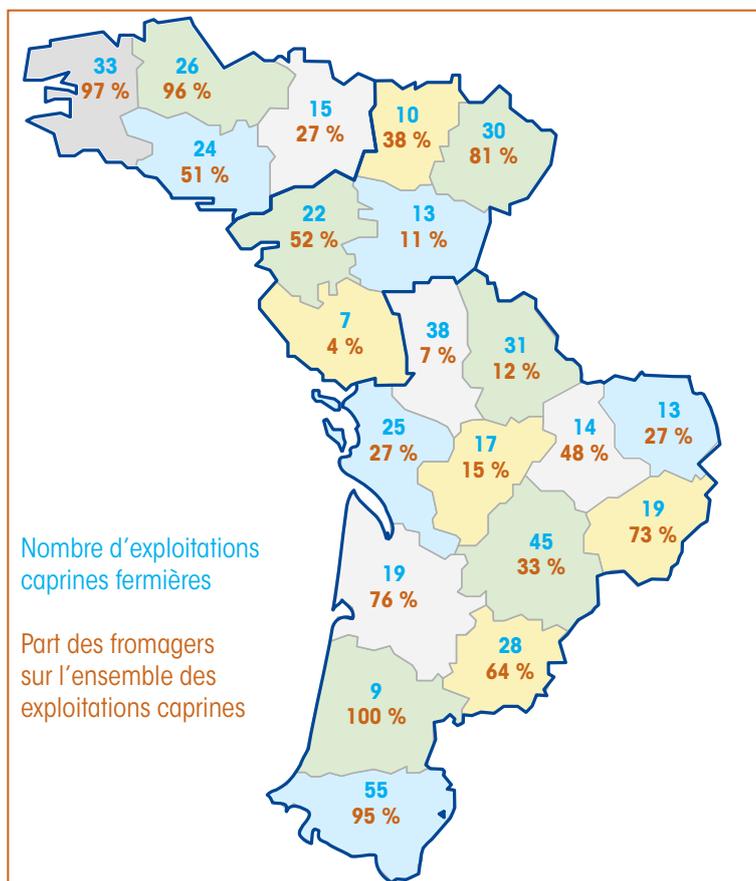
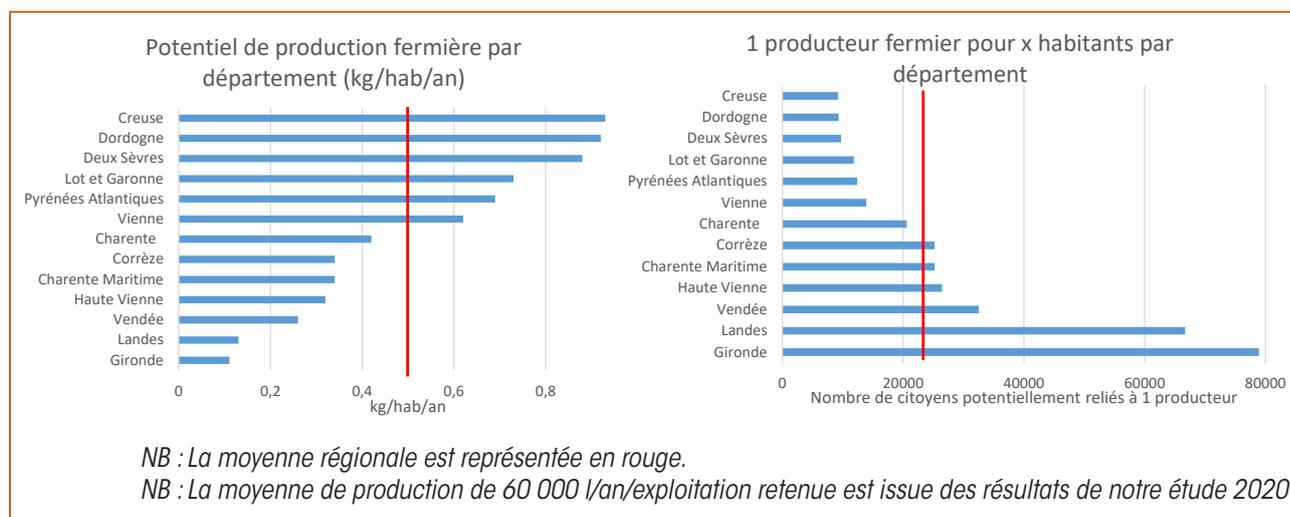


Figure 3 : Carte du nombre d'exploitations fromagères fermières caprines par département en Nouvelle-Aquitaine - 2020 - Actualisation pour la Bretagne et les Pays de la Loire



Figures 4 et 5 : Estimation du potentiel de production de fromages de chèvre fermiers par département en Nouvelle-Aquitaine et Vendée ainsi que du nombre d'habitants par producteur - 2020

En Creuse et Dordogne, avec une production fermière se rapprochant de la consommation moyenne nationale totale de fromage de chèvre (1 kg/habitant/an), il ne paraîtrait à première vue pas forcément judicieux d'installer d'autres producteurs, sauf à réfléchir à de nouveaux circuits de distribution plus

éloignés par exemple et à considérer la population touristique. Inversement en Gironde, dans les Landes et la Vendée, il semblerait aisé d'installer des producteurs au regard du potentiel de consommateurs et des touristes présents dans les départements. On estime aujourd'hui à environ 3 500 tonnes de fromages de chèvre fabriqués à la ferme chaque année dans la région pour un chiffre d'affaires annuel estimé à plus de 50 millions d'euros (prix consommateurs).

LES SYSTÈMES MIXTES

Environ 25 % des élevages caprins des régions Nouvelle Aquitaine, Pays de la Loire et Bretagne sont à la fois livreurs de lait et fabricant de produits laitiers fermiers. À l'origine, certains étaient 100 % fromagers et se sont mis à livrer du lait en agrandissant leurs structures. D'autres sont des livreurs qui se sont diversifiés en créant un nouvel atelier pour installer une personne supplémentaire, conforter l'embauche d'un salarié ou investir dans un outil de travail plus confortable.

Cette mixité a de nombreux avantages, elle offre souvent de la flexibilité dans l'organisation du travail. C'est aussi une façon de ne pas mettre tous les œufs dans le même panier.



ATOUS

- Connaissance de la qualité "matière" et bactériologique du lait.
- Faciliter à réagir plus vite en cas d'accident de qualité du lait.
- Gestion du travail avec le week-end.
- Sécurité du système de vente pour les jeunes qui démarrent (évolutif).
- Souplesse du contrat avec la laiterie.



CONTRAINTES

- Plus de probabilité de détecter un lait non conforme.
- Pouvoir loger un tank dans la laiterie.

Ils témoignent

"Pour nous qui ne vendions que du lait, c'est une sécurité de vendre du fromage par rapport au prix du lait qu'on ne maîtrise pas. C'est aussi plus valorisant d'avoir le client en face et d'accompagner le produit jusqu'au bout..."

"C'est une façon de pérenniser des installations en enlevant des contraintes d'astreinte. Ce système plus équilibré en travail m'a permis d'installer mon fils..."

"Beaucoup plus flexible et beaucoup plus facile à gérer que quand je transformais tout mon lait en fromages..."



Accédez aux cas types mixtes : <https://urlz.fr/jyDm>

3. LES DIFFÉRENTS PRODUITS

Les produits les plus fabriqués restent les fromages lactiques, mais on voit, ces dernières années, le développement de nouveaux produits à base de lait de chèvre comme les yaourts, les pâtes molles ou encore les glaces et crèmes desserts.

La diversification des produits est mise en place dans une exploitation sur deux. La tomme est fabriquée dans plus de 30 % des exploitations, mais ne représente que 13 % des volumes produits contre 83 % pour le fromage lactique. Sa fabrication est prépondérante dans les Pyrénées-Atlantiques (48 % des volumes). Les départements de la Gironde et du Lot-et-Garonne ont des gammes de produits plutôt diversifiées.

Il semble que les exploitations de plus de 150 chèvres transforment plus de lait en tomme que les exploitations de plus petite taille. Néanmoins, leur gamme est moins diversifiée. Les petits producteurs privilégient des produits dont le rendement et la valorisation sont meilleurs comme les yaourts ou la glace pour accroître leur revenu.

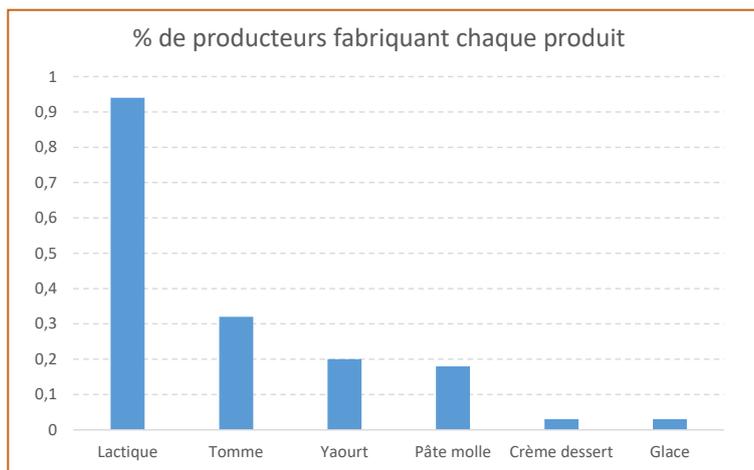


Figure 6 : Pourcentage de producteurs fermiers fabriquant différents types de produits laitiers caprins

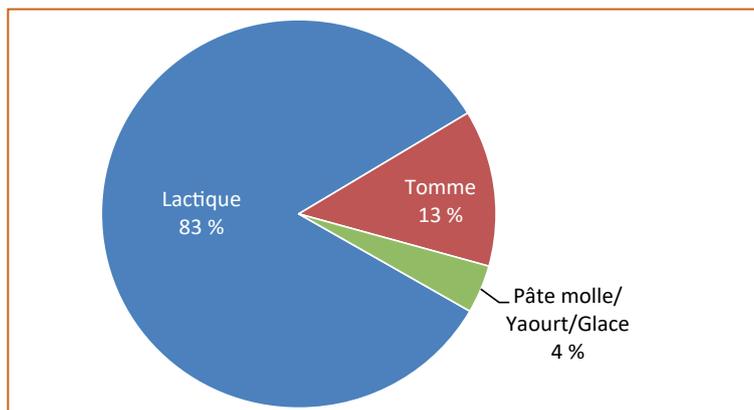


Figure 7 : Part du volume total de lait transformé des produits laitiers caprins fabriqués en Nouvelle-Aquitaine/Vendée

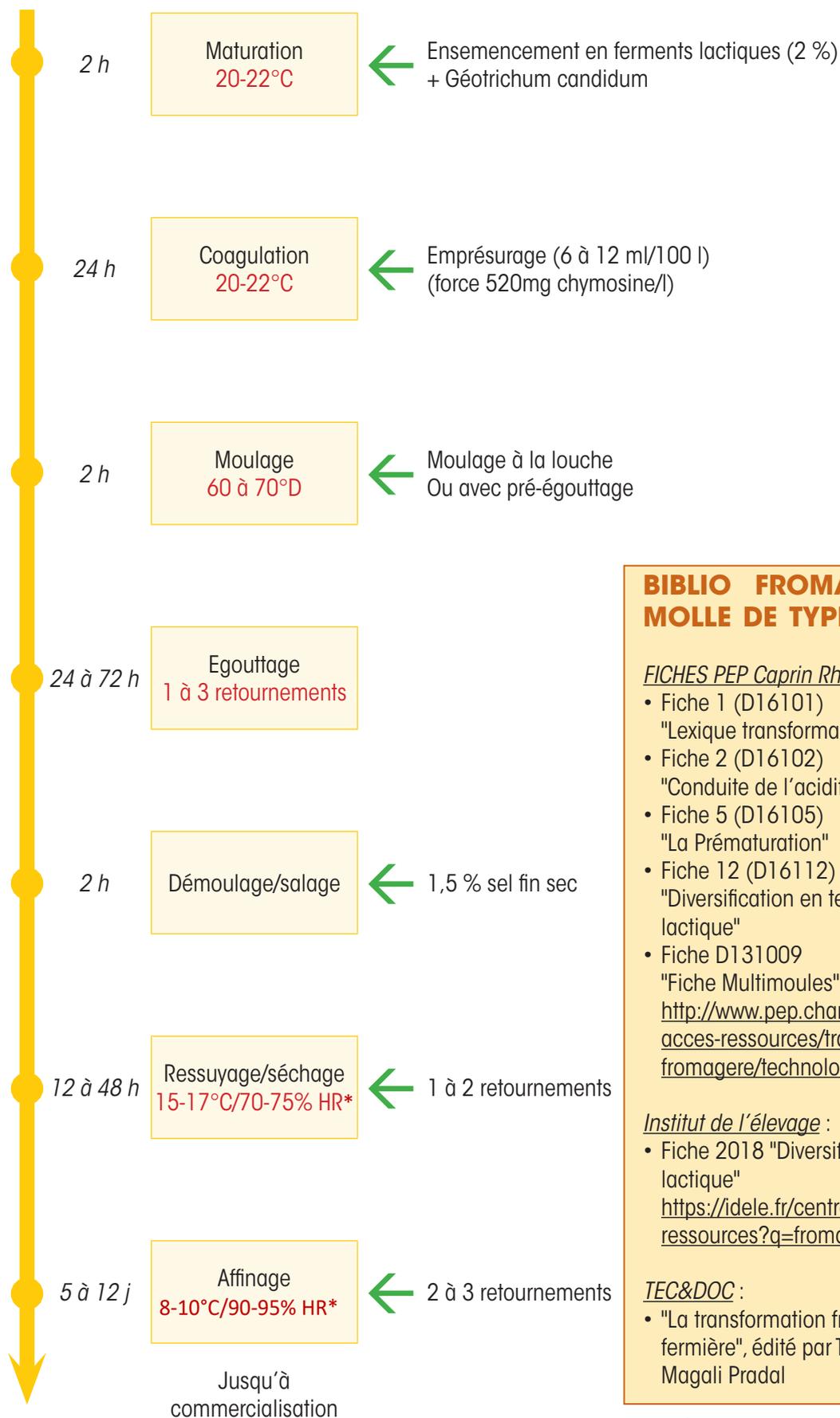
3.1 Les différentes technologies

	 AVANTAGES	 INCONVÉNIENTS
Tomme	<ul style="list-style-type: none"> • Permet de passer beaucoup de lait en une fabrication • Nécessite peu de place (en salle de fabrication) • Permet de reporter du lait (regrouper les fabrications sur 3-4 jours par semaine) • L'étape de fabrication ne prend qu'une journée 	<ul style="list-style-type: none"> • Temps d'affinage minimum (de 1 à 2 mois selon la taille) • Nécessite de chauffer le lait au gaz ou électricité (chaudron, tank à lait reconverti) • Un équipement confortable (ergonomique) est onéreux (cuve chauffante + moulage par gravité) min 10 000 € • Nécessite un haloir • Nécessite une à deux demi-journées de soins des fromages en cave (frottage, morgeage, retournements) • Valorisation moins bonne qu'en lactique et yaourt car le rendement fromager sur cette technologie est moins bonne et que les fromages sont vendus au poids (perte de poids pendant l'affinage) • Technologie sensible au niveau sanitaire (il faut un lait de très bonne qualité microbiologique)
Lactique	<ul style="list-style-type: none"> • Matériel peu onéreux pour démarrer (moules, louches, bacs) • Technologie peu sensible au niveau sanitaire • Famille présentant une large gamme (faisselle, fromage blanc, pré-égoutté, fromage frais, affiné, aromatisé fines herbes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nécessite une grande salle de fabrication (2 m²/70 l fabriqués par jour), plusieurs tables pour les différentes étapes de fabrication (moulage, démoulage, salage), un haloir ou des armoires d'affinage • L'étape de fabrication s'étend sur 2-3 jours • Produits sensibles aux contaminations de moisissures (défaut d'aspect) • Temps de moulage (si moulage louche) important • Beaucoup de moules à laver (temps si lavage main)
Yaourt	<ul style="list-style-type: none"> • Produits fabriqués et conditionnés dans la journée • Bonne valorisation au litre • Cette technologie impose de pasteuriser le lait donc permet d'assainir un lait à risques d'un point de vue microbiologique 	<ul style="list-style-type: none"> • Nécessite une cuve de pasteurisation, une étuve et une chambre froide • Peu de lait utilisé à chaque tournée (à moins d'être équipé d'une conditionneuse operculeuse) • Beaucoup de temps de remplissage (au pichet il faut 1 heure pour conditionner 60 litres) • Beaucoup de temps de thermoscellage si utilisation d'opercules • Les yaourts au lait de chèvre sont naturellement plus fragiles (liquide) que du lait de vache ou de brebis

Figure 8 : Comparaison des différentes technologies fromagères

3.2 Les techniques de fabrication

Diagramme de fabrication : FROMAGES À PÂTE MOLLE DE TYPE LACTIQUE



BIBLIO FROMAGE À PÂTE MOLLE DE TYPE LACTIQUE

FICHES PEP Caprin Rhône-Alpes :

- Fiche 1 (D16101) "Lexique transformation fromagère"
- Fiche 2 (D16102) "Conduite de l'acidification"
- Fiche 5 (D16105) "La Prématuration"
- Fiche 12 (D16112) "Diversification en technologie lactique"
- Fiche D131009 "Fiche Multimoules"
<http://www.pep.chambagri.fr/caprins-acces-ressources/transformation-fromagere/technologie-fromagere>

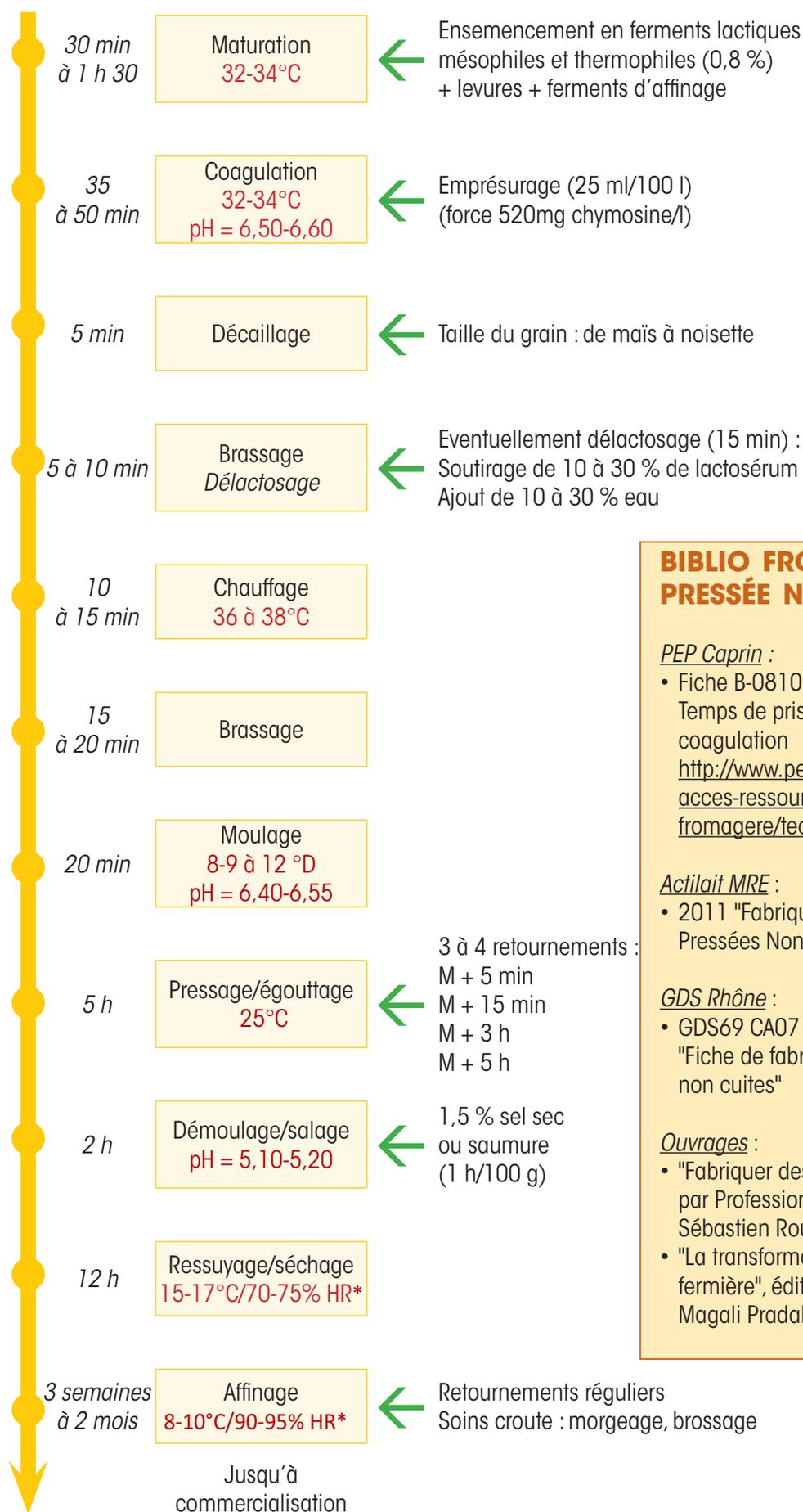
Institut de l'élevage :

- Fiche 2018 "Diversification en haloir lactique"
<https://idele.fr/centre-de-ressources?q=fromage+lactique>

TEC&DOC :

- "La transformation fromagère caprine fermière", édité par Tec & Doc, rédacteur Magali Pradal

Diagramme de fabrication : FROMAGES À PÂTE PRESSÉE NON CUITE ("Tomme")



BIBLIO FROMAGE À PÂTE PRESSÉE NON CUITE

PEP Caprin :

- Fiche B-08104 Temps de prise et aptitude à la coagulation <http://www.pep.chambagri.fr/caprins-acces-ressources/transformation-fromagere/technologie-fromagere>

Actilait MRE :

- 2011 "Fabriquer des fromages à Pâtes Pressées Non Cuites"

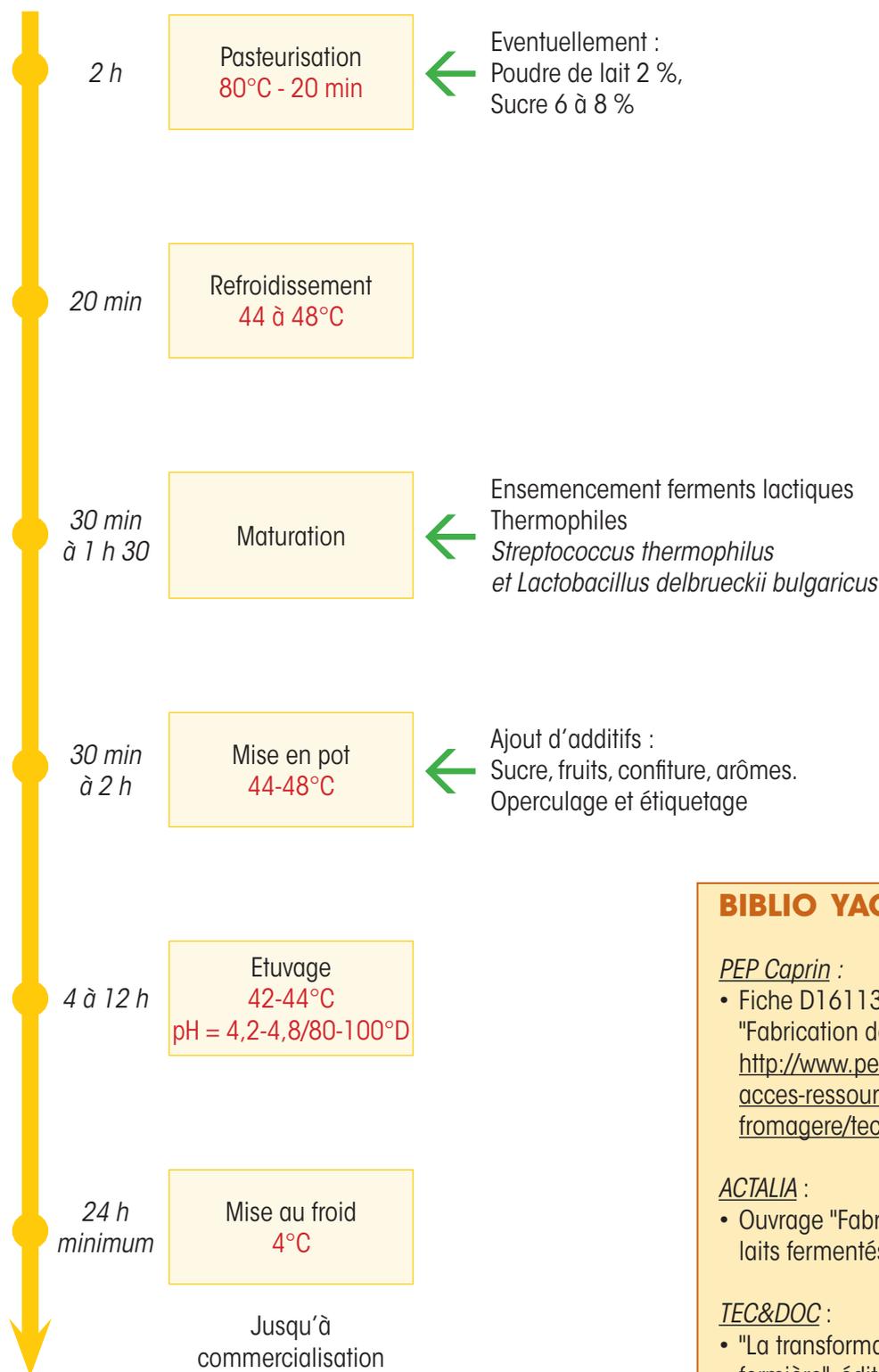
GDS Rhône :

- GDS69 CA07 mars 2020 "Fiche de fabrication pâtes pressées non cuites"

Ouvrages :

- "Fabriquer des PNNC, pas à pas", édité par Profession fromager, rédacteur Sébastien Roustel
- "La transformation fromagère caprine fermière", édité par Tec & Doc, rédacteur Magali Pradal

Diagramme de fabrication : YAOURT FERME ("étuvé")



BIBLIO YAOURT FERME

PEP Caprin :

- Fiche D16113 "Fabrication de yaourts fermiers" <http://www.pep.chambagri.fr/caprins-acces-ressources/transformation-fromagere/technologie-fromagere>

ACTALIA :

- Ouvrage "Fabriquer des yaourts et des laits fermentés à la ferme"

TEC&DOC :

- "La transformation fromagère caprine fermière", édité par Tec & Doc, rédacteur Magali Pradal



<https://mrepaca.fr/fromage-fermier/>

3.3 Le matériel nécessaire par technologie - Prix indicatifs 2019

Tableau 1 : Matériels par type de fabrication LACTIQUE

Lactique pour 70 L		€
Seaux de caillage (5 seaux de 16 litres x 3,20 €)		16 € ●
Bac de caillage sur roulettes		280 € ● ●
Moules individuels (70 moules x 1,10 € = 77 €)		77 € ● ● ●
148 € le bloc moule x 2 = 296 € (6 x 8 chabis) Rehausse: 110 € x 2 = 220 € Répartiteur inox: 376 € x 2 = 752 €		1 268 € ● ●
3 tables de travail inox (3 X 450 €)		1 350 € ● ● ●
Armoire de séchage ou d'affinage		4 200 € ●
Hâloir équipé d'un évaporateur (7 000€) + base inox à roulettes + 10 claies inox (370 €)		7 370 € ● ●
Equipement économe		€
Seaux (16 €) + moules individuels (77 €) + 3 tables (1 350 €) + une armoire d'affinage (4 200 €)		5 600 € ●
Equipement confortable		€
1 bac de caillage (280 €) + moules individuels (77 €) + 2 répartiteurs (752 €) + 3 tables (1 350 €) + Hâloir équipé d'un évaporateur (7 000 €) + base inox à roulettes + 10 claies inox (370 €)		9 100 € ●
Equipement très confortable		€
1 bac de caillage (280 €) + 2 blocs-moules (296 €) + 2 rehausse (220 €) + 2 répartiteurs inox (752 €) + 3 tables (1 350 €) + 1 armoire de séchage (4 200 €) + Hâloir équipé d'un évaporateur (7 000 €) + base inox à roulettes + 10 claies inox (370 €)		14 500 € ●

Tableau 2 : Matériels par type de fabrication TOMME

Tomme pour 150 L		€
Tank à lait modifié		300 € ●
Chaudron		1 300 € ●
Tranche-caillé		300 € ●
Chaudron (1 300 €) + traverse de brassage (1 800 €)		3 100 € ●
Cuve fromagère (chauffage et brassage inclus)		8 000 € ●
Cuve fromagère (chauffage et brassage inclus) + châssis et marches inox		15 000 € ●
Moules simples type tomme de savoie (12 € pièce) + toiles (5 € pièce)		228 € ●
8 moules microperforés diam 21 (90 € pièce)		720 € ●
Répartiteur (300 € pièce)		300 € ●
1 table inox (450 €)		450 € ●
Auto-pressage		0 € ●
Presse simple		870 € ●
Presse à vérin		2 300 € ●
Armoire d'affinage		4 200 € ●
Hâloir équipé d'un évapporteur (7 000 €) + planches en bois et support (600 €)		7 600 € ●
Base inox à roulettes + 10 claies inox		370 € ●
Machine à frotter les fromages		8 000 € ●

Equipement économe	€
<p>Tank à lait modifié chaudron (1 300 €) + tranche-caillé (300 €) + moules simples avec toiles (8 moules x 12 € pièce = 228 €) + auto-pressage + 1 table (450 €) + 1 armoire d'affinage (4 200 €)</p>	 <p align="center">6 500 €</p>

Equipement confortable	€
<p>Cuve fromagère (chauffage et brassage inclus) 8 000 € + moules simples type tomme de savoie (8 moules x 12 € pièce = 228 €) + autopressage (0 €) + 1 table (450 €) + 1 armoire d'affinage (4 200 €)</p>	 <p align="center">12 900 €</p>

Equipement très confortable	€
<p>Cuve fromagère (chauffage et brassage inclus) et chassis et marches inox 15 000 € + moules microperforés diam 21 (8 moules x 90 € pièce = 720 €) + presse à verin (2 300 €) + 1 table (450 €) + 1 hâloir d'affinage (7 600 €)</p>	 <p align="center">26 100 €</p>

Tableau 3 : Matériels par type de fabrication YAOURT

Yaourt pour 15 L		€
Pasteurisateur à bain marie (chauffage électrique ou gaz et refroidissement)		300 € ●
Pasteurisateur à bain marie avec agitateur motorisé (30 l, équipé d'une entrée/sortie d'eau pour le refroidissement + électrovannes)		1 600 € ●
Cuve de pasteurisation et refroidissement		2 250 € ●
Thermoscelleuse		1 500 € ●
Conditionneuse semi-automatique		20 000 € ●
Yaourtière ménagère (50 euros pièce X 10 = 500 euros)		500 € ●
Étuve 140 pots		2 000 € ●
Équipement économe		€
Pasteurisateur (300 €) + étuves ménagères (700 €) + capsulage manuel		1 000 € ●
Équipement confortable		€
Pasteurisateur (1 600 €) + étuve professionnelle (2 000 €) + thermoscelleuse manuelle (1 500 €)		5 100 € ●
Équipement très confortable		€
Pasteurisateur (2 250 €) + étuve professionnelle (2 000 €) + conditionneuse semi-automatique (20 000 €)		24 250 € ●

3.4 Autres produits laitiers fermiers

« Produire des glaces pour se démarquer... » Aurélie Bares, éleveuse mixte à Ribagnac en Dordogne.

150 chèvres		
100 000 L de lait dont 90 % du lait livré et 10 % transformé		

"J'avais le souhait de transformer une partie de ma production laitière, mais il y avait déjà beaucoup de fromagers dans le secteur, donc j'ai eu l'idée des glaces pour se démarquer. J'ai commencé à très petite échelle il y a 5 ans, et j'ai développé cela progressivement.

À la différence de la fabrication des fromages où on peut démarrer sans trop investir en achetant juste des moules, la fabrication des glaces nécessite un investissement de départ. Pour ma part, j'ai tout acheté d'occasion mais c'est du matériel assez vieux qui mériterait d'être renouvelé, donc ce n'est pas forcément un exemple à suivre.

J'ai ainsi acheté un pasteurisateur, une turbine à glace professionnelle, un surgélateur, une chambre froide négative, et enfin glacière et fourgon pour le transport, en plus du laboratoire classique avec plonge. Cela me permet de pasteuriser 20 litres de lait à la fois. Il faudrait du matériel plus sophistiqué, permettant de transformer à plus grande échelle pour être plus efficace et y passer moins de temps.

De plus, la préparation doit mûrir 3 à 12 h (selon la texture recherchée), on ne peut pas transformer de suite.

Bien sûr, c'est un produit saisonnier. Je le commercialise essentiellement en boules sur les marchés, notamment les marchés nocturnes et autres événements festifs de l'été. Le reste est commercialisé dans les magasins de producteurs, drive et à la ferme mais



Photo 7 : Produire des glaces pour se démarquer

cela représente une très faible part des écoulements.

L'avantage est que c'est un produit peu répandu, par contre, ce n'est pas évident de faire sa place dans les marchés où il y a déjà des glaces au lait de vache.

Je prépare aussi des crêpes au lait de chèvres, que je commercialise sur les marchés uniquement. Je prépare 8 crêpes avec 1 litre de lait et je les vends 2 €. C'est complémentaire des glaces, selon le temps qu'il fait ! De plus, cela ne nécessite pas d'investissement particulier si ce n'est une billig pour la cuisson.

Je pense que pour quelqu'un qui souhaiterait se lancer, il est essentiel de se former (pour la transformation mais également le marketing : il faut être un bon vendeur pour convaincre les consommateurs de goûter le produit) et de réaliser une étude de marché pour savoir si ce type de produit est déjà proposé, ce n'est pas la peine de se lancer s'il y a de la concurrence, et enfin il ne faut pas avoir peur d'investir pour avoir du bon matériel. "



Photo 8 : Les glaces sont réalisées avec une turbine professionnelle

« Ne pas produire de lactiques pour se démarquer de la concurrence et se créer un débouché ...» Pernelle Desailly, éleveuse fromagère fermière à Nouic en Haute Vienne.

43 chèvres 
Bio 
21 000 L de lait transformés 

Dès l'installation de Pernelle Desailly à l'automne 2014, sur la commune de Nouic dans le département de la Haute-Vienne, le choix a été fait de ne pas produire de fromages lactiques classiques : "lorsque j'ai réalisé mon étude de marché, je me suis rendu compte qu'il y avait déjà une dizaine de producteurs de chèvres dans le secteur Bellac/Limoges qui fabriquaient tous des fromages lactiques sous toutes les formes possibles. Aucun d'eux ne proposaient de yaourts au lait de chèvres ou de crèmes desserts et seulement quelques-uns fabriquaient de la tomme. Comme mon projet n'était pas une reprise d'une exploitation caprine, mais la création d'un atelier caprin sur une ancienne ferme ovine, il fallait donc que je trouve des produits qui se démarquent de la concurrence pour trouver et créer un débouché. De plus certains étaient présents sur les marchés et livraient leurs produits dans



Photo 9 : Produire des yaourts pour se démarquer de la concurrence

les magasins de producteurs de Limoges que je convoitais. Ce qui a conforté mon idée c'est que certains magasins bios et moyennes/grandes surfaces proposaient déjà à la vente des yaourts au lait de chèvres mais achetés à des centrales d'achats et non issus d'exploitations fermières locales, la plupart étaient donc intéressés dès le départ par mes produits, d'autant plus que la demande semblait en augmentation à l'époque...".

C'est donc naturellement que Pernelle s'est lancée dans la production de yaourts, crèmes desserts et de tommes.



Photo 10 : Pernelle a fait le choix de la race poitevine

"Au niveau de mon investissement de départ global de 44 000 € dans la fromagerie, 7 000 € ont été nécessaires pour l'achat d'une cuve de pasteurisation de 115 litres et 1 200 € pour une thermoscelleuse 4 pots. Le reste correspond à un investissement classique d'une fromagerie : panneaux sandwichs, menuiseries, dalle en béton, carrelage, groupe froid, petit matériel... La cuve me sert également pour la fabrication de la tomme". En 2020, Pernelle a investi dans une conditionneuse, afin d'améliorer ses conditions de travail en fromagerie pour la partie production de yaourts : "même si cela ne m'a pas forcément réduit le temps de travail : malgré la réduction du temps dans le processus de fabrication de mes yaourts, cela me demande plus de temps de nettoyage. En revanche, cela m'a permis de réduire considérablement la pénibilité".

Depuis 2 ans, dans le but de diversifier sa gamme, Pernelle s'est lancée dans la production de fromages moelleux type Camembert.

En terme d'organisation du travail, Pernelle produit des yaourts et de la tomme toute l'année, en alternant tous les jours : "Je passe 5 h minimum par jour en fromagerie, de début mars à début décembre soit 270 jours/an. J'effectue 3 transformations de yaourts et 4 transformations de tommes et moelleux par semaine que j'alterne surtout en fonction de la quantité de lait journalière. Je suis limitée à 55/60 litres de lait transformé en yaourts (environ 400 yaourts) par jour à cause de ma capacité de transformation. Il m'arrive parfois de faire deux transformations journalières avec des yaourts et

tommes et/ou moelleux fabriqués dans la même journée, par exemple lorsque mes chèvres sont au pic de lactation, car sinon il y aurait trop de lait de report à transformer le lendemain (environ 100 litres de lait à transformer/jour)." À l'année, environ 5 000 litres de lait sont transformés en yaourts et crèmes desserts (soit 37 000 yaourts annuels environ), environ 15 000 litres en tomme (1,7 tonne de tomme annuel) et 1 000 litres en fromages moelleux (200 kg/an).

La valorisation moyenne s'élève à 2,80 €/litre de lait, elle est évidemment différente selon les produits : *"en fonction des points de vente, je vends mes tommes entre 22 € à 27 €/kg, en comptant 8,8 litres de lait nécessaire pour produire 1 kg de tomme, ma valorisation se situe entre 2,5 € et 3 €/litre pour les tommes, quand elle s'élève à 5,39 €/litre de lait pour les yaourts. Avec 1 litre de lait, j'arrive à produire environ 7 yaourts"*.

Pour Pernelle, la réussite lorsqu'on se lance dans l'aventure de la transformation à la ferme passe par *"la rigueur, elle est indispensable au niveau technologie mais aussi au niveau sanitaire. Pour se faire, il faut être vigilant à ne pas s'éparpiller dans la gamme de produits pour bien les maîtriser mais*

aussi pour ne pas s'alourdir le temps de travail et bien sûr assurer la meilleure rentabilité possible. Il ne faut pas avoir peur d'évoluer sur les modes de commercialisation, en ayant en tête qu'en avoir plusieurs constituent un avantage. J'ai par exemple diminué ma part de vente sur les marchés pour augmenter celle en magasin car cela me permet de gagner du temps. Les points de vente sont concentrés essentiellement à Limoges, je fais 1 livraison par semaine qui me demande environ 1 demi-journée et 1 marché par semaine qui me demande environ 6 h/jour."

Enfin, le prochain grand objectif de Pernelle sera : *"de diminuer la charge de travail. Mon conjoint travaille à l'extérieur, cela représente une sécurité pour le foyer, mais même s'il m'apporte son aide, être seule sur une structure ce n'est pas tous les jours facile..."* Qu'elle soit salariée ou associée, trouver de la main d'œuvre supplémentaire sera sans doute la prochaine évolution de l'exploitation de Pernelle.



Photo 11 : 8,8 litres de lait sont nécessaires pour produire 1 kg de tomme

« Produire des pâtisseries au lait de chèvre », Jean-Frédéric Granger, éleveur mixte à Celle-Levescault dans la Vienne.

300 chèvres 	
210 000 L de lait dont 43 % du lait livré et 57 % transformé 	

Jean-Frédéric Granger élève 300 chèvres Saanen en Agriculture Biologique sur 95 ha. 90 000 litres sont transformés annuellement et commercialisés en circuits courts (marchés de producteurs estivaux, marchés hebdomadaires, épiceries, restaurateurs, foires et salons). Les 120 000 litres restant sont livrés. Jean-Frédéric emploie 5 salariés.

Faisant le constat d'une absence de desserts sur les marchés et buffets "Bienvenue à la ferme", Jean-Frédéric a eu l'idée, il y a 4 ans, de tester les pâtisseries au lait de chèvre.

Il s'est alors équipé d'un four basique à 4 niveaux, de moules, d'un feu gaz et a testé plusieurs recettes dénichées sur internet. Cannelés, flans vanille, chocolat, carambar, pralinoise, fraise tagada ou encore cheesecake. *"Il m'a bien fallu 2 ans de test pour trouver les bonnes recettes et l'organisation idéale pour optimiser mon temps"*.



Photos 12 et 13 : Les desserts fabriqués par Jean-Frédéric Granger

Tableau 4 : Les investissements de départ

Investissements	€
Four basique 4 niveaux (neuf)	900 €
Une vingtaine de moules à cannelés (occasion)	180 €
Moules à flancs avec fond amovible	120 €
Feu gaz	300 €
Total	1 500 €

Aujourd'hui, Jean-Frédéric propose deux types de produits : des cannelés et des flans vanille ou chocolat. Les autres goûts de flans se vendaient moins bien et le flan "fraise tagada" n'était pas très joli.

Jean-Frédéric estime qu'il utilise 100 à 150 litres par an pour ses pâtisseries. Il les commercialise surtout l'été, lors des marchés "Bienvenue à la ferme" (environ 30 litres par mois) et lors d'évènements comme des salons (La Ferme S'invite), des portes-ouvertes ou des buffets (Cap'Vert). Côté organisation, Jean-Frédéric fabrique sa pâte à cannelés la veille et les fait cuire le matin même.

Pour le fromager, cela permet de "passer du lait et de bien valoriser". Il commercialise ses cannelés à 80 cts l'unité et ses flans à 2 € la part. Il a élaboré ses prix à partir des coûts matières, le lait étant le plus cher. *"Les parts de flanc dégagent moins de marge que les cannelés, mais elles permettent de compléter ma gamme."* Il faut compter 1 litre de lait pour 40 cannelés et 1 litre de lait pour 1 flan.

 CONDITIONS DE RÉUSSITE	 POINTS DE VIGILANCE
<ul style="list-style-type: none"> Maîtriser la recette, le "process". Jean-Frédéric pèse bien tous ses ingrédients et surveille tous ses temps de cuissons. Avoir "l'atelier pour". C'est "du chaud", il faut un espace dédié si c'est dans la fromagerie. Jean-Frédéric le fait dans une autre salle sur son exploitation. 	<ul style="list-style-type: none"> Il ne faut pas surestimer les quantités. Les cannelés ne se conservent pas plus de 4-5 jours, les flans encore moins. Il faut mieux tout vendre frais. Attention au temps de travail. Il est nécessaire de bien s'organiser pour ne pas que cela en prenne trop.

Figure 9 : Les conseils de Jean-Frédéric

Pour l'instant, seul l'éleveur confectionne les pâtisseries. C'est ce qui limite les quantités fabriquées. Mais au regard de la forte demande en pâtisseries (les clients des marchés hebdomadaires en réclament !), une des perspectives de Jean-Frédéric serait que les salariés "s'y mettent". Jean-Frédéric voudrait également tester de nouveau le cheesecake et pourquoi pas les glaces !

4. LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION

D'après des enquêtes réalisées par la FRCAP au printemps 2020 chez 66 producteurs fermiers, 72 % des enquêtés privilégient des circuits de commercialisation très courts, locaux et sans intermédiaires (vente à la ferme, sur les marchés, en magasin de producteurs et Amap). 8 % d'entre eux commercialisent plutôt sur des circuits courts locaux avec un intermédiaire maximum (restauration et restauration collective, épiceries - crémeries et GMS locales). 14 % s'orientent vers des circuits courts régionaux (crémeries et GMS régionales). Enfin, 6 % d'entre eux privilégient des circuits longs à l'échelle nationale notamment via des grossistes.

Globalement, les exploitations de moins de 100 chèvres s'orientent plutôt vers des circuits courts locaux et plus les cheptels s'agrandissent, plus les circuits semblent s'allonger. Cela peut s'expliquer assez aisément par des volumes plus importants à écouler. Or, pour un même volume de lait considéré, le temps passé à la vente tend à diminuer quand les circuits s'allongent. Ainsi, on passe d'un volume commercialisé de 30 litres par heure pour les circuits très courts sans intermédiaire à 177 litres par heure pour les circuits de commercialisation nationaux.

Etonnamment, les valorisations peuvent être très différentes au sein d'un même circuit de distribution, et à l'inverse on n'observe pas de différence de valorisation très marquée entre les circuits courts et locaux et les circuits plus longs.

Par contre, si la valorisation moyenne régionale était de 2,69 €/L sur l'échantillon enquêté, on peut observer de nettes différences de valorisations moyennes selon les territoires où l'on se situe au sein de la région Nouvelle-Aquitaine. (cf carte ci-contre).

Tableau 5 : Diversité des circuits de commercialisation en région Nouvelle-Aquitaine (d'après enquête FRCAP 2020)

Circuits	% d'exploitations concernées	Part des volumes moyens commercialisés	Valorisation moyenne des lactiques
Marchés	78 %	36 %	2,79 €/l
Vente à la ferme	75 %	16 %	2,75 €/l
Epicerie/Crèmerie locale	65 %	8 %	2,55 €/l
Epicerie/Crèmerie régionale		4 %	2,75 €/l
Restaurateur	45 %	3 %	2,59 €/l
Magasin de producteurs	32 %	8 %	2,58 €/l
AMAP	35 %	7 %	3,04 €/l
GMS locale	25 %	5 %	2,44 €/l
GMS régionale		45 %	2,60 €/l
Grossistes	22 %	8 %	2,48 €/l
RHD	20 %	1 %	2,39 €/l

La proximité de la métropole bordelaise explique la plus forte valorisation observée dans ce département. Quant à la Dordogne et au Lot-et-Garonne, c'est la fréquentation touristique qui permet de tirer la valorisation vers le haut. En revanche, dans les Pyrénées-Atlantiques, c'est la plus faible valorisation de la tomme qui fait chuter la moyenne. Enfin, le Poitou-Charentes et le Limousin sont des zones rurales où le pouvoir d'achat est inférieur et où la concurrence tire les prix vers le bas.

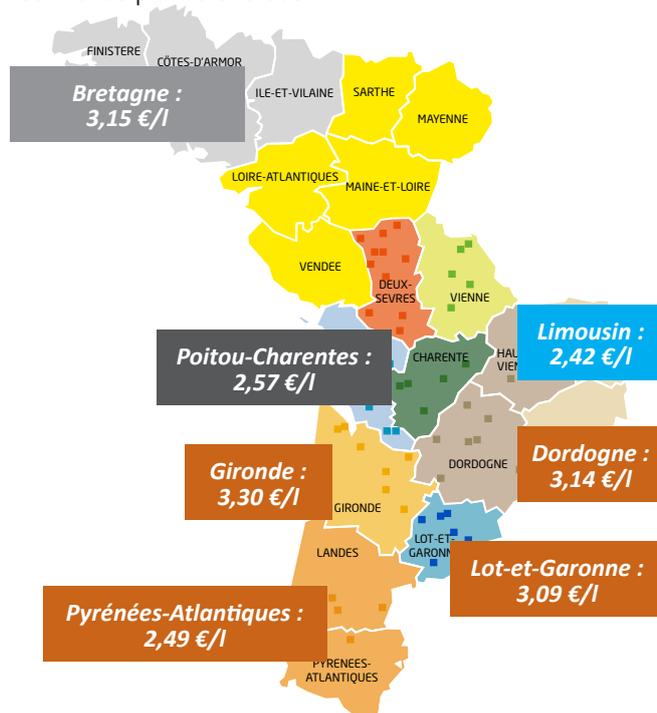


Figure 10 : Valorisation du lait selon les territoires d'après enquêtes auprès de producteurs fermiers

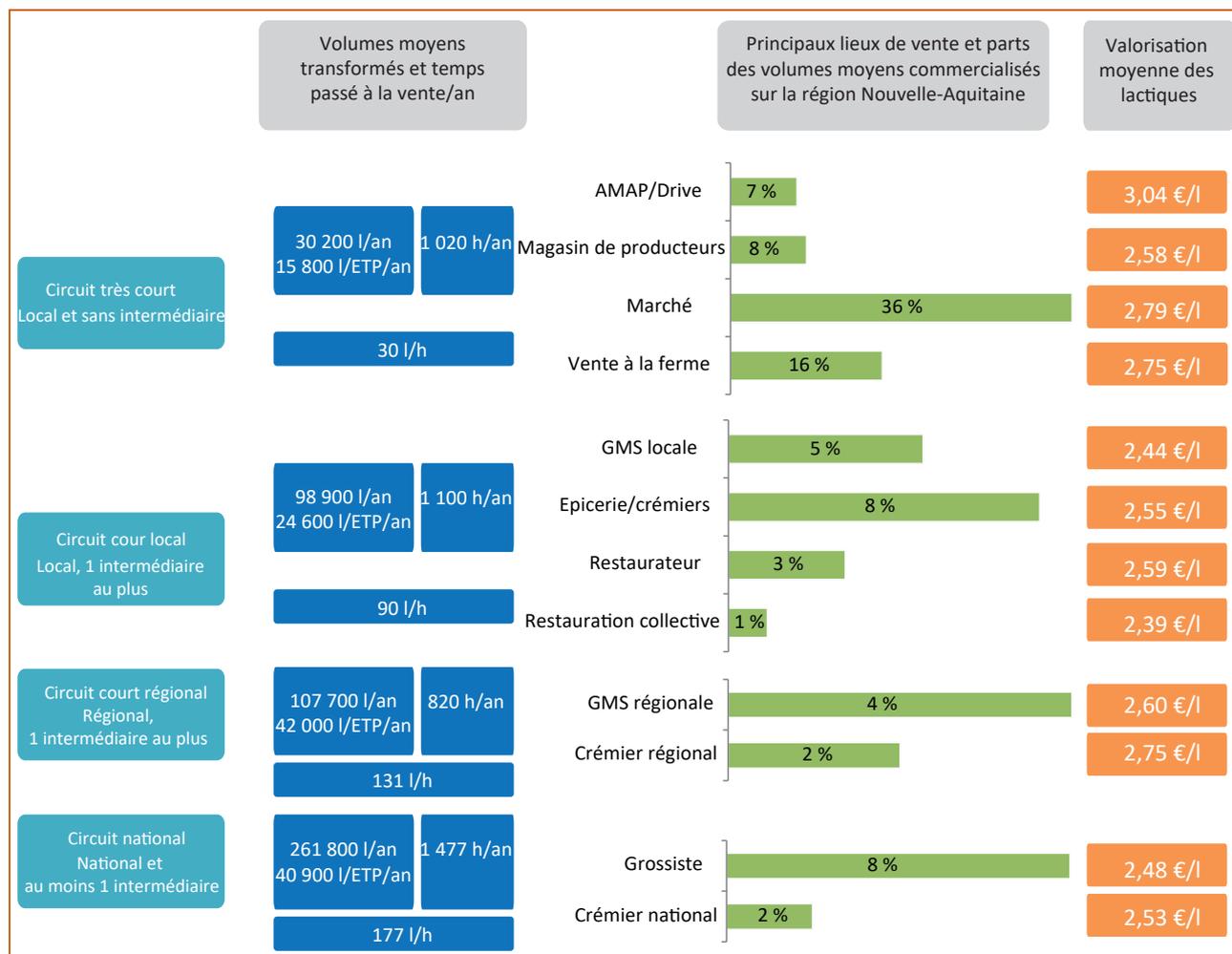


Figure 11 : Dimension des élevages, temps de travail et valorisation du lait selon les circuits de commercialisation

4.1 Les circuits de commercialisation classiques

La vente directe

La vente directe, à la ferme ou sur les marchés, permet d'abord une bonne valorisation économique des fromages pour le producteur car aucun intermédiaire n'intervient lors de la vente. Mais l'avantage le plus fréquemment évoqué est le contact avec les clients. Le producteur peut ainsi parler de son métier, de ses motivations et de son produit afin de pérenniser un savoir-faire et partager sa passion.

D'un autre côté, la vente directe présente quelques contraintes.

Elle exige une présence à la ferme ou sur les marchés, d'où la nécessité d'une organisation et d'une répartition du travail bien définies. Elle implique aussi certains investissements : une salle de vente, une vitrine, un camion frigo et parfois de la main d'œuvre supplémentaire, ...

Les producteurs fermiers sont de plus en plus nombreux à commercialiser différents produits en partenariat avec d'autres agriculteurs : huile de tournesol ou de colza, vins, lentilles, confitures, miel, gâteaux sucrés...

Cela leur permet de créer un panier plus complet pour accompagner leurs fromages.

Les clients de la vente directe sont des acheteurs réguliers. Ceux qui disposent d'une résidence secondaire à proximité réalisent parfois des achats importants avant de regagner leur domicile (souvent en région parisienne).

Dans les zones touristiques, les touristes représentent jusqu'à 25 % des clients.

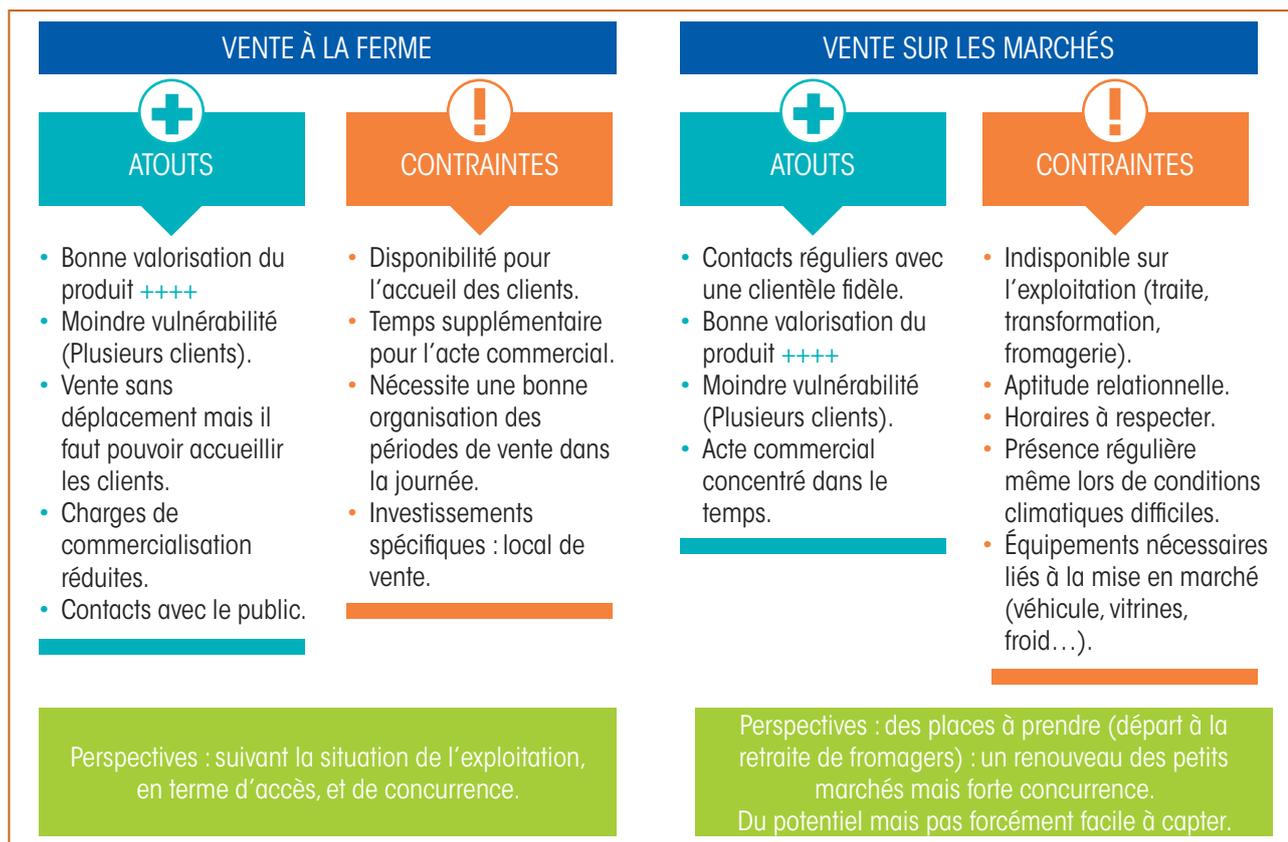


Figure 12 : Atouts et contraintes de la vente à la ferme et sur les marchés



Photo 14 : Vente sur un marché de l'Indre

La vente chez les crémiers-fromagers et commerces de proximité

Le crémier - fromager est un détaillant en fromages et autres produits laitiers (beurre, lait, fromage blanc...). Il offre une gamme variée de fromages de qualité, issus des différents types de production : fermier, artisanal, affineur et industriel.

Les fromages de chèvre fermiers sont les fromages de chèvre les plus recherchés par les crémiers/fromagers car ce type de fromages apporte, selon eux, une image de terroir, de qualité et d'authenticité à leurs vitrines, critères très appréciés par les clients. Pour les producteurs fermiers, la vente aux crémiers permet une assez bonne valorisation de leurs fromages. Cependant, ce circuit ne leur offre pas la possibilité d'écouler une grosse quantité de fromages ce qui les oblige à se diriger vers d'autres circuits, en complément comme la vente directe.



Photo 15 : Mise en rayon des fromages



Figure 13 : Atouts et contraintes de la vente chez les crémiers fromagers et commerces de proximité

La vente en grande distribution

Afin de satisfaire le plus grand nombre de clients, les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) ont mis en place 2 types de services pour la vente de fromages : le libre service, le rayon coupe. Le libre service représente les fromages de chèvre vendus en rayon frais, parmi les autres produits laitiers. Il concerne surtout les fromages de chèvre industriels à base de lait pasteurisé ou de lait cru ; le rayon coupe propose des fromages de chèvre, fermiers, artisanaux ou industriels, où les quantités voulues sont choisies par les clients. Certains fromages sont déjà emballés sous cellophane et présentés dans des bacs en extension du rayon coupe.

Certaines enseignes ont développé des Filières "Qualité" en partenariat avec des affineurs ou des producteurs fermiers. La filière qualité impose un cahier des charges spécifique avec parfois des contraintes supplémentaires à respecter pour le producteur.



Photo 16 : Rayon fromage dans une GMS

Ce circuit implique que le producteur livre un certain volume toute l'année.

De plus, afin d'animer leur rayon Fromage, les GMS demandent parfois aux producteurs fermiers de venir présenter eux-mêmes leurs produits aux clients par le biais de dégustations et de discussions. C'est un moyen supplémentaire qui permet aux producteurs de faire la promotion de leurs produits mais cela peut leur demander beaucoup de temps.

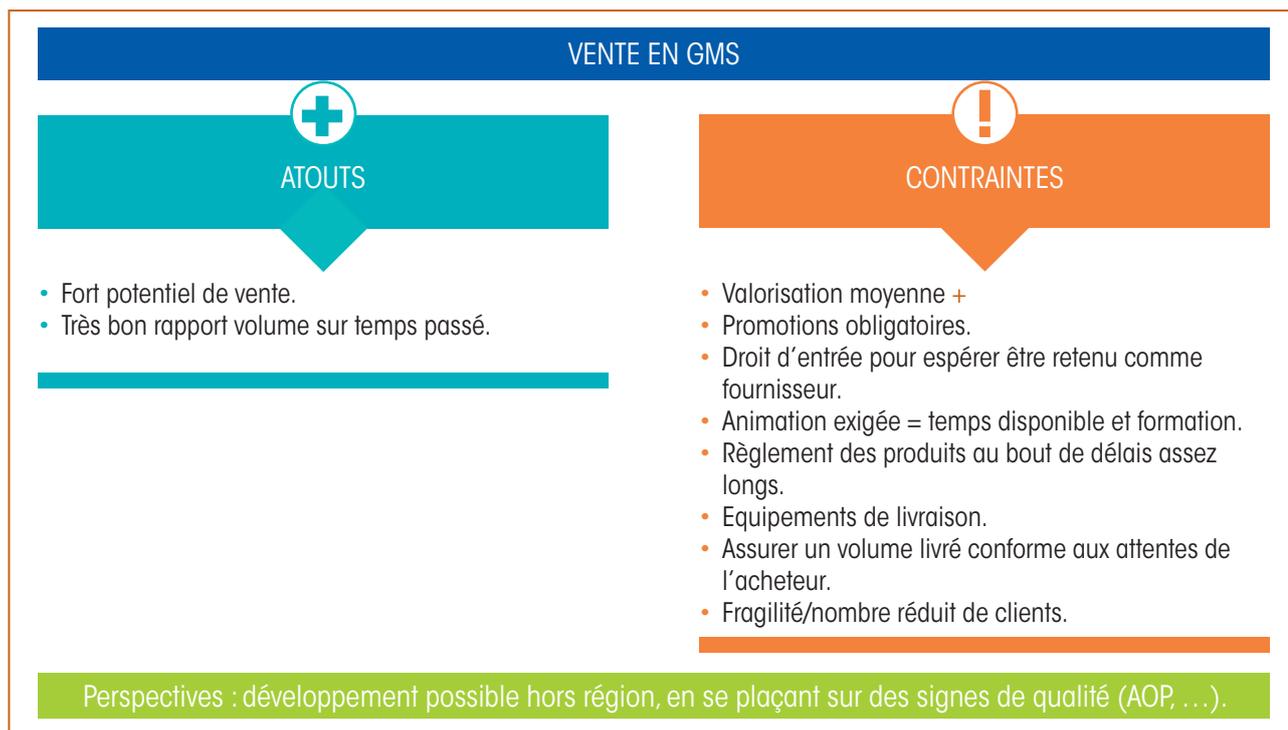


Figure 14 : Atouts et contraintes de la vente en GMS

La vente aux grossistes

Peu de producteurs fermiers travaillent avec des grossistes même si cela peut permettre de bien valoriser les fromages et de livrer une grosse partie de la production. Ce mode de commercialisation exige la prise en compte de la préparation des commandes (temps de travail, locaux spécifiques...).

Les délais de paiement peuvent être longs, il y a des risques d'impayés. Les coûts de transports peuvent être élevés quand on passe par un transporteur. C'est un point à négocier avec le client. Comme toutes les ventes par intermédiaires, les retours sont possibles.

C'est au producteur de mettre en place une relation de confiance avec son client.



Photo 17 : Préparation d'une livraison pour un grossiste

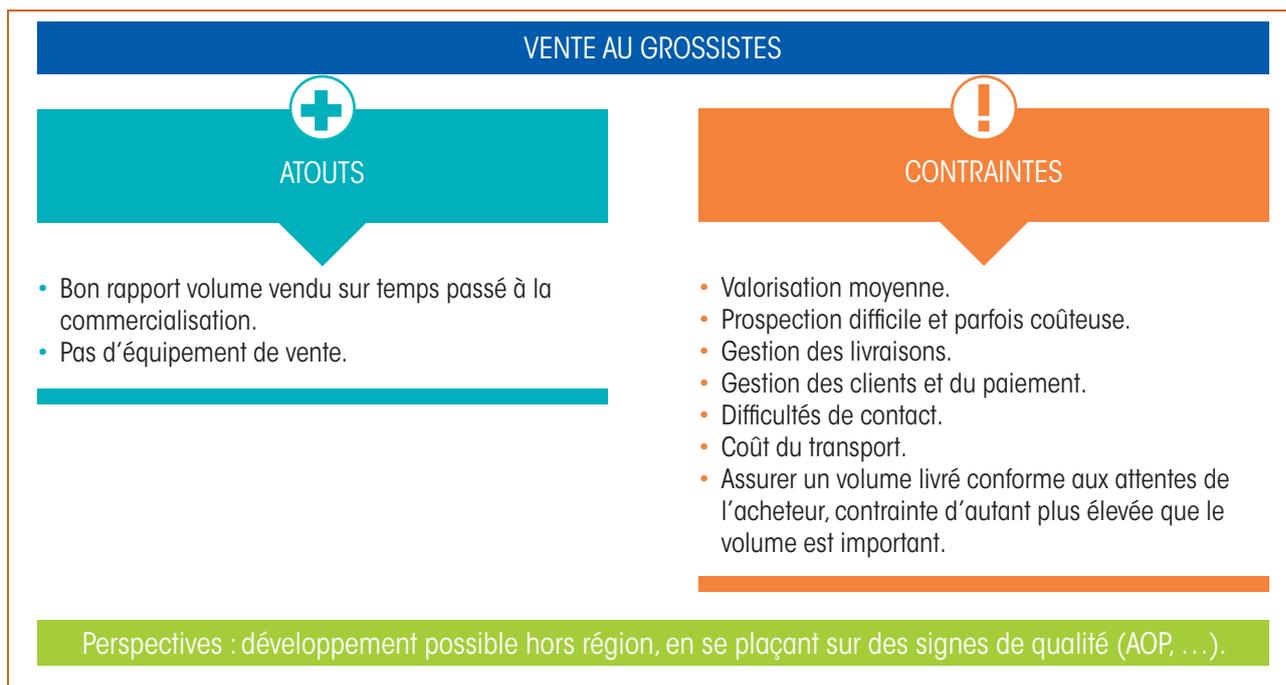


Figure 15 : Atouts et contraintes de la vente aux grossistes

Synthèse

Tableau 6 : Eléments pour choisir son circuit de commercialisation

	VENTE					
	à la ferme	sur les marchés	en restauration	en commerces de proximité	en GMS	aux grossistes
Valorisation du produit	Très bonne		Bonne		Moyenne	
Temps de commercialisation	Important	Très Important	Moyen			
Réglementation sanitaire	Vente directe		Dérogation ou agrément			Agrément
Volume possible	Variable suivant localisation	Moyen	Faible		Elevé	
Investissements pour commercialisation	Salle de vente	Equipements de transport Souvent vitrine de présentation			Equipements de transport si pas de possibilité d'expéditions	
Coût de commercialisation	Faible	Moyen			Très élevé	Elevé
Délai de paiement	Immédiat		Très variable		30 jours	Long et variable

4.2 Les nouveaux circuits de commercialisation

« Commercialiser via la Restauration Hors Domicile... »
Emmanuelle et Arnaud, La ferme du Maras dans la Vienne.

Cousins, Emmanuelle et Arnaud ont repris la suite de leurs parents, frère et sœur.

160 chèvres



180 000 L de lait transformés



Initiée par leurs parents, la diversification des circuits de distribution est quelque chose d'important pour Emmanuelle et Arnaud : "Etant donné que l'on transforme la totalité de notre lait, il ne faut pas que l'on mette tous nos œufs dans le même panier". Motivés par l'envie de faire goûter leurs produits aux enfants, ils ont commencé par livrer l'école primaire de Chauvigny. Les collèges de Chauvigny et Poitiers (à 8 et 30 km), d'abord intéressés par des visites scolaires ont ensuite passé leurs premières commandes. "On était trop cher pour eux, alors on a fait un effort sur les prix, parce que cela nous permettait d'écouler du stock au pic de lactation et que l'on appréciait la démarche". Ils leur arrivaient d'être présents au moment du repas et distribuer eux même un plateau de dégustation. Petit à petit, de plus en plus de restaurants scolaires passaient commande, s'apercevant qu'avec les buches d'Emmanuelle et Arnaud, il y avait moins de gaspillage et qu'avec un fromage, on pouvait faire plus d'assiettes dessert. C'est au moment où ils commençaient à craindre de ne plus pouvoir honorer les commandes qu'"Agrilocal" s'est mise en place. Cette plateforme leur permet de répondre aux appels d'offres en fonction de leurs stocks et créer du lien avec les cuisiniers grâce aux journées d'échanges organisées. Cela ne les empêche pas de traiter, parfois encore, en direct avec certains.

Jusqu'à mars 2020, ils avaient 5 à 6 commandes destinées aux groupes scolaires et à une société poitevine qui propose des repas pour les cantines professionnelles (ex : l'Agropole), tout en buchettes. Ainsi, ce débouché représentait 15 à 20 % de leur commercialisation. Concernant les prix, "ils sont à 5 cts près équivalents à ceux des autres professionnels".

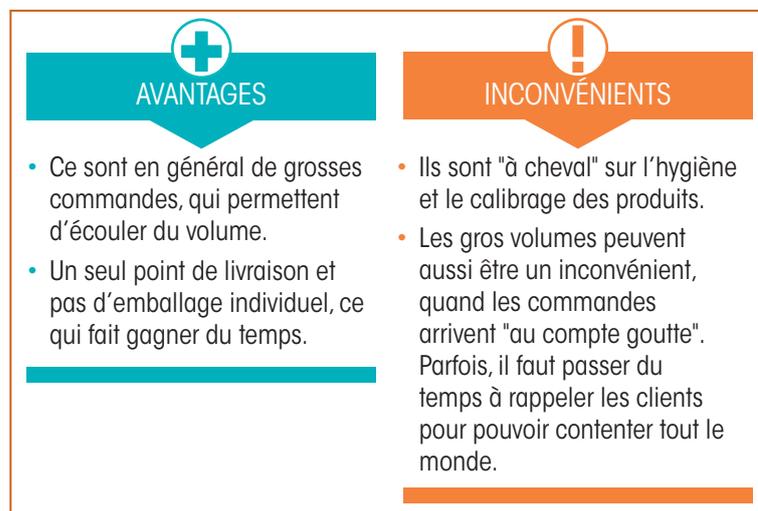


Figure 16 : Atouts et contraintes de la vente en RHD

Au-delà du gain de temps et des volumes importants, Emmanuelle et Arnaud ont choisi de travailler avec la RHD par conviction. "Travailler avec les acteurs de notre territoire, qui favorisent la découverte des produits fermiers, ça nous parle". Ils demandent aux cantines scolaires et professionnelles d'appeler au moins 15 jours avant, pour l'intégrer dans leur planning de fabrication, "comme ça, on arrive toujours à répondre à toutes les demandes". Certains font même la liste de leurs besoins sur 2 mois. Les relations avec les cantines sont très bonnes. "Contrairement à d'autres circuits, ils entendent nos contraintes. Par exemple, ils comprennent très bien qu'ils n'auront pas de fromages pendant 2 à 3 mois dans l'année".



Photo 18 : La gamme de produit de la ferme du Maras

La crise du Covid-19 est un véritable coup dur pour les exploitants. "Nos circuits RHD se sont taris au premier confinement, et avec le prolongement des vacances d'avril 2021, on a été dans la même configuration". Avant la crise, les producteurs refusaient souvent, faute de produits. Depuis un an, ils répondent à quasi toutes les demandes d'Agrilocal.

 CONDITIONS DE RÉUSSITE	 POINTS DE VIGILANCE
<ul style="list-style-type: none"> • Livrer à la restauration collective nécessite de la rigueur en fromagerie. Ces clients sont attentifs à l'homogénéité des produits (calibrage), au nombre de jours d'affinage, aux dates (DLC, DLUO) et aux températures. "On sent la pression, il y a une tolérance zéro niveau risque". • Cela nécessite aussi une rigueur en terme d'organisation. Il faut anticiper les fabrications pour pouvoir livrer les quantités demandées sans pour autant négliger les autres circuits. 	<ul style="list-style-type: none"> • Attention à ne pas systématiquement vouloir honorer toutes les demandes. "il vaut mieux répondre que ce ne sera pas possible parce que les délais sont trop courts ou que vous n'aurez pas suffisamment de fromages". • Pour maintenir votre "contrat de confiance" avec les cantines, ne cherchez pas à "tricher", notamment sur les dates d'affinage.

Figure 17 : Les conseils d'Emmanuelle et Arnaud

« Commercialiser via un marché à la ferme... » Christophe Favard, éleveur mixte à Romagne dans la Vienne.

Christophe Favard, propose depuis 2013 un marché fermier sur son exploitation. Il a lieu tous les mardis soirs, de fin juin à fin août. Sur ces 10 marchés, il y en a toujours 2 ou 3 un peu plus festifs.

200 chèvres		
Bio 		
107 600 L de lait dont 91 000 litres livrés et 31 000 litres transformés		

C'est de relations amicales entre plusieurs producteurs proches qu'est né le projet. L'idée de départ était de proposer un point de vente collectif en été, pour les visiteurs de la Vallée des Singes. Christophe, idéalement situé par

rapport à ce parc animalier, a naturellement proposé sa ferme.

Aujourd'hui, le marché est composé de 10 à 12 producteurs, dont le plus éloigné est à une cinquantaine de kilomètres. On peut donc y trouver des fromages de chèvre et de vache, du miel, des savons au lait d'ânesse, des poulets, des fruits et légumes, du pain, des légumes secs et farines, des pâtes, des escargots, des œufs, des chocolats et glaces. Un producteur de pineau, cognac et vins est présent également. Il y a quelques demandes de nouveaux producteurs chaque année, étudiées en collectif. Ils accordent une attention particulière au côté humain : "*il vaut mieux refuser des gens, on veut être sûr que l'on s'entende bien*". Ce groupe de producteurs se réunit une fois avant, pour organiser et une fois à la fin des marchés, pour faire le point. Pour l'instant, ça fonctionne bien comme ça. Chacun participe à sa hauteur. C'est arrivé que certains producteurs ne renouvellent pas leur engagement : "*certaines produits ne s'achètent pas toutes les semaines, c'est moins facile que les fromages*", ou bien c'est parce qu'ils ont trouvé une clientèle plus proche de chez eux.

Côté promotion, Christophe estime que ce sont les articles dans le journal qui ont fait connaître le marché. Il y a aussi les flyers, les affiches, France Bleu et puis la page facebook. Il ne faut pas non plus oublier le "bouche à oreille".

En moyenne, il y a environ 100 à 150 personnes par marché. Et, contrairement à ce qui était attendu, c'est plutôt des locaux que des touristes. "Les gens font jusqu'à 30 km pour venir, il y a de plus en plus de monde". Pour les marchés plus festifs, les producteurs proposent des produits à consommer sur place. Des tables et couverts sont disponibles, la consigne est rendue si la vaisselle est faite ! Il y a également une buvette avec des bières et sirops des Deux-Sèvres ainsi qu'un groupe de musique. Environ 200 personnes sont présentes en moyenne ces soirs-là.

Christophe et sa femme Nathalie sont satisfaits du rapport temps passé/recettes. "L'été, on double nos recettes par rapport à la saison hivernale où il n'y a pas le marché, et ce, en 2 heures de temps". Ils apprécient aussi cette effervescence et ces moments conviviaux. Par contre, ils ont dû "tirer la sonnette d'alarme" puisqu'étant sur place, ils passent souvent beaucoup plus de temps que les autres à l'organisation... Et même si chacun a une responsabilité attitrée, les éleveurs ne peuvent pas programmer autre chose quand il y a les marchés le soir.



Photo 19 : L'affiche pour le marché à la ferme de la Reversaie

 CONDITIONS DE RÉUSSITE	 POINTS DE VIGILANCE
<ul style="list-style-type: none"> • L'entente entre producteurs. "L'ambiance, c'est nous qui la faisons et c'est ce qui donne envie de revenir." • Avoir une offre variée de produits, pour que "ça vaille le coup de se déplacer." 	<ul style="list-style-type: none"> • Si le marché a lieu sur votre ferme, attention à ne pas se laisser déborder. Il faut que chaque organisateur prenne une responsabilité (ex : mise en place, Com', ...).

Figure 18 : Les conseils de Christophe



Photo 20 : Le marché à la ferme

« Se regrouper pour vendre différents produits... » La conciergerie à Echiré dans les Deux-Sèvres.

Fin 2020, plusieurs partenaires locaux (mairie, ADMR, Communauté d'agglomération, habitants et commerçants) ont créé une société coopérative d'intérêts collectifs avec le financement de la région. L'objectif est de proposer un tiers lieu pour mettre en avant les circuits courts.

"La conciergerie" propose différents services (une borne interactive pour consulter toutes les informations locales, un espace de co-working équipé, service à la personne...). Il propose aussi le retrait/dépôt de colis avec 32 casiers réfrigérés.

Sylvie BAUDOIN (les fromages de Sylvie), productrice de fromage de chèvre, a fait partie des producteurs qui vendent leurs produits par le biais de la Conciergerie. Le producteur paie un abonnement de 50 € par an et vend ses produits au même prix que sur le marché. La conciergerie retient 5 % du prix des produits. Le client de son côté doit payer un abonnement de 50 € par an ou il peut faire une commande ponctuelle et 5 € de frais lui seront facturés à chaque commande. Il peut commander aux différents producteurs sans minimum de panier. Après un an de fonctionnement, l'éleveuse estime qu'il lui faudrait un minimum de 100 € de commande par semaine pour que la livraison soit rentable ce qui n'est pas le cas pour le moment.

Un site de commande en ligne permet de commander le lundi avant 13 h pour une livraison à partir de 14 h le mercredi. Les clients peuvent commander différents produits de producteurs sans minimum de panier. Le client récupère sa commande entre 14 h et 18 h le mercredi ou plus tard grâce à un digicode dans des casiers réfrigérés.



Photo 21 : La conciergerie à Echiré dans les Deux-Sèvres



Photo 22 : 30 casiers réfrigérés sont disponibles pour accueillir potentiellement 30 commandes de clients différents

Ces circuits de vente en local (comme les AMAP également...) connaissent des hauts et des bas et il faut être prudent sur les augmentations de production conjoncturelles. Le COVID en particulier, a créé un fort engouement qui est retombé à peine 2 ans après. Les producteurs peuvent augmenter ponctuellement leur temps de travail pour trouver des solutions d'appoint, mais de là à élargir l'outil de production, il faut rester prudent.

« Commercialiser via des cagettes... » Patrice et Nathalie BONNAMY, fromagers fermiers à Grignols en Dordogne.

130 chèvres



130 000 L de lait
dont 100 000 litres livrés



et 30 000 litres transformés



Photo 24 : Les commandes de l'AMAP prêtes à être distribuées

Cagette.net est une plateforme en ligne permettant la mise en relation entre producteurs et consommateurs, dans le but de développer la vente directe (sans intermédiaire) de produits alimentaires. "Je souhaitais développer un catalogue en ligne pour que les clients puissent voir ce qu'on propose comme produits. Puis j'ai entendu parler des cagettes qui offraient cette fonctionnalité.

J'ai ensuite réalisé une formation pour la prise en main du logiciel (il est possible de créer une cagette sans cette formation mais celle-ci est nécessaire pour utiliser le logiciel cagette pro qui permet de lier tous les catalogues entre eux, de faire la gestion des stocks, etc...).



Photo 23 : Patrice et Nathalie BONNAMY, fromagers fermiers en Dordogne

Je pensais créer une cagette seule, mais finalement nous avons été contactés par les producteurs membres d'une cagette à Douzilac qui étaient à la recherche d'un chevrier et nous les avons rejoint, ça s'est tout de suite très bien passé. Il y a une 40^{aine} de clients qui viennent régulièrement.

Puis nous en avons créé une 2^{nde} distribution. Celle-ci compte aujourd'hui 40 clients potentiels.

En fait, plus il y a de producteurs différents, plus on attire de clients.

Le paiement est centralisé mais les producteurs se redistribuent l'argent directement à l'issue de chaque distribution. La municipalité aide un peu pour la logistique (prêt de salle, barrières...).

Au départ, il faut une personne qui prenne l'initiative de créer la cagette et qui va jouer le rôle de coordinateur vis-à-vis des autres et d'administrateur sur le site (rôle qui pourra ensuite être étendu et partagé). On peut aussi faire une cagette seul, ce qui revient à avoir un catalogue en ligne.

Le seul investissement nécessaire a été dans des glacières pour le transport des fromages. En terme d'organisation, cela prend un peu de temps en amont de préparer les paniers de chaque client mais cela permet d'aller plus vite à la distribution. On arrête les commandes en ligne 2 jours avant la distribution ce qui donne le temps de préparer les paniers. Tout est écoulé en seulement 1 heure, pas besoin d'attendre toute la matinée comme sur un marché.

Le système présente l'avantage d'avoir une grande souplesse aussi bien pour les clients que pour les producteurs. Chaque producteur décide quand il veut venir, certains ne sont présents qu'une fois tous les 15 jours, ou seulement à certaines périodes de l'année. Le catalogue en ligne permet d'ajuster les stocks, de supprimer des produits. La seule prise de risque est l'éventualité d'un client qui ne vienne pas récupérer sa commande. Et si un client n'est pas venu 15 min avant la fin de la distribution, on lui envoie un message. Il n'y a pas d'invendus, on adapte les fabrications aux commandes.

On apprécie aussi et surtout le côté convivial : cela nous a permis de rencontrer d'autres producteurs, des voisins.

Il y a aussi de l'entraide et si un producteur ne peut être présent à une distribution, il peut demander à un collègue de s'occuper de la distribution de ses produits.

Avec 3 cagettes qui ont fortement marché pendant la période de confinement, ce mode de distribution a représenté 30 % de nos ventes de fromages et yaourts cette année (soit environ 8 000 litres de lait écoulés ainsi sur 30 000 litres transformés). Cela représente l'équivalent d'un marché.

Nous avons prévu avec une des cagettes d'essayer de faire parfois des distributions sur une ferme d'un des producteurs pour faire découvrir nos exploitations et modes de productions aux clients."

« Vendre une partie de ses fromages en magasins de producteurs... » Valérie Millet, éleveuse mixte à Amailloux dans les Deux-Sèvres.

Valérie MILLET s'est installée en 2012, elle livre la moitié de sa production à la laiterie et l'autre moitié est transformée à la ferme.

250 chèvres alpines 	
230 000 L de lait	
dont 115 000 litres livrés	
et 115 000 litres transformés 	

Ces ventes de fromages représentent 17 000 €/mois. 15 % sont vendus à la ferme du lundi au samedi de 11 h à 12 h. 20 % sont vendus sur les marchés (1 marché le samedi matin à Cholet, un



Photo 25 : Magasin Plaisirs Fermiers



Photo 26 : Fromagerie de Valérie Millet

autre 2 fois par mois à Latillé, un autre une fois par mois à Saint Loup, plusieurs marchés de producteurs l'été et 2 marchés par semaine l'été sur l'île de Ré). 50 % de la production est vendue en GMS et le reste est vendu au magasin de producteur "Plaisirs Fermiers", les livraisons en magasins se font le jeudi.

Valérie livre 3 magasins Plaisirs Fermiers à Bressuire, Saint-Maixent-l'École et Poitiers donc le temps de livraison est tout de même conséquent. Ces magasins ont été créés par des producteurs associés qui vendent dans le magasin. Ils ont des parts dans le capital et accordent du temps pour vendre toutes les semaines dans le magasin. Valérie fait partie des "apporteurs", ce sont des producteurs supplémentaires qui ont un contrat avec le magasin. La facture de ses ventes est mensuelle. Le prix des fromages est plus élevé car une commission de 25 à 30 % est appliquée par le magasin.

Prix de vente des fromages :

	Chabis (1 litre)	Bûche (1,7 litres)
Plaisirs Fermiers	2,3 €	3,4 €
A la ferme	3,0 €	4,0 €
Marchés	3,5 €	4,5 à 5,5 €



Photo 27 : Les fromages de Valérie Millet

5. LA RENTABILITÉ DE L'ATELIER

5.1 Vente en circuits courts : une étude de marché indispensable

La vente en circuits courts répond à une demande des consommateurs de plus en plus tournée vers la production locale, l'agriculture biologique et le lien direct avec le producteur. Mais avant de se lancer, la vigilance est de mise : analyser finement ses débouchés sera un gage de réussite.

Faire une étude de marché permet de vérifier qu'il a un potentiel commercial. Il s'agit d'étudier à la fois les tendances de consommation des produits qui seront vendus et le territoire sur lequel l'activité aura lieu.

Cette étude est indispensable et préalable à l'étude de la faisabilité économique du projet. C'est elle qui va permettre d'approcher un chiffre d'affaires potentiel et donc de fiabiliser l'étude économique pour laquelle il faut estimer le poste "produits" avant d'évaluer les charges opérationnelles, charges fixes...etc.

En outre, une étude de marché bien menée permet de mobiliser des financeurs.

Plusieurs questions sont à se poser. Par exemple :

Sur les tendances de consommation :
Les fromages de chèvre sont-ils achetés régulièrement ? Quelle est la part de ces achats dans le budget des ménages ? Les yaourts au lait de chèvre se démocratisent mais quel est réellement le taux de pénétration de ces produits ?

Sur le lieu de l'activité : Mon territoire est-il favorable à l'implantation de mon activité ? Quelles sont les caractéristiques de la population qui y habite ? Sont-ils en cohérence avec le profil des acheteurs de produits au lait de chèvre ?

Sur les débouchés : Sur quels circuits de vente mes futurs clients viendront acheter mes produits ?

Sur la future clientèle : Quelles sont les attentes de mes futurs clients en termes de gamme, de services, de prix... ?

Sur la concurrence : Qui sont mes concurrents ? Que vendent-ils ? A quels prix ? Comment puis-je me démarquer ? Quels seront mes arguments de vente ?

Réaliser une étude de marché avant de démarrer son activité permet de conforter et d'affiner la gamme de produits, de se confronter aux futurs clients, et de trouver la bonne place parmi la concurrence. Il en découle une stratégie commerciale adaptée.

Des formations "Réaliser son étude de marché" sont très régulièrement proposées par les Chambres d'Agriculture. Très appréciées, elles permettent de rendre concrète et opérationnelle chacune des parties de l'étude : où aller chercher l'information, quelles sources et quels chiffres privilégier, vérifier la pertinence des éléments collectés au regard du projet, repérer et savoir utiliser les bons outils, se perfectionner dans la rédaction d'un questionnaire client efficace, éviter les biais, et échanger sur les points qui posent question. Un accompagnement individualisé est aussi proposé : demandez conseil auprès de l'équipe spécialisée circuits courts des Chambres d'Agriculture.

Véronique BLIER, Conseillère Circuits-courts - Chambre d'agriculture de Bretagne

5.2 Vendre au bon prix

Voici les principes généraux à respecter :

Avant de construire son prix de vente, chaque producteur doit connaître son prix de revient. La méthode des coûts de production peut vous aider à le définir.

Regarder aussi le prix de la concurrence et le prix que le client est prêt à mettre.

Mais en aucun cas le prix de ventes de vos voisins doit être la base pour réaliser les vôtres. En effet chaque producteur est différent avec des marges plus ou moins importantes. En fonction de vos coûts de production, il y aura des marchés où vous pourrez être présents et d'autres où il ne faudra pas aller car non rentable.

Bien fixer son prix dès le départ, et l'augmenter régulièrement. Le prix du fromage doit suivre au moins l'inflation et/ou son coût de production

Ne pas essayer de vendre son fromage tant qu'il n'est pas "au point", un fromage raté n'est pas à vendre.

Arrondir les prix pour faciliter la gestion de la caisse

Fixer son prix de vente, c'est connaître assez finement le prix de revient de son produit. Il doit en effet intégrer :

- L'ensemble des coûts de production du lait : charges alimentaires achetées ou produites, frais d'élevage, amortissements des bâtiments d'élevage et installation de traite, main d'oeuvre salariée, ...

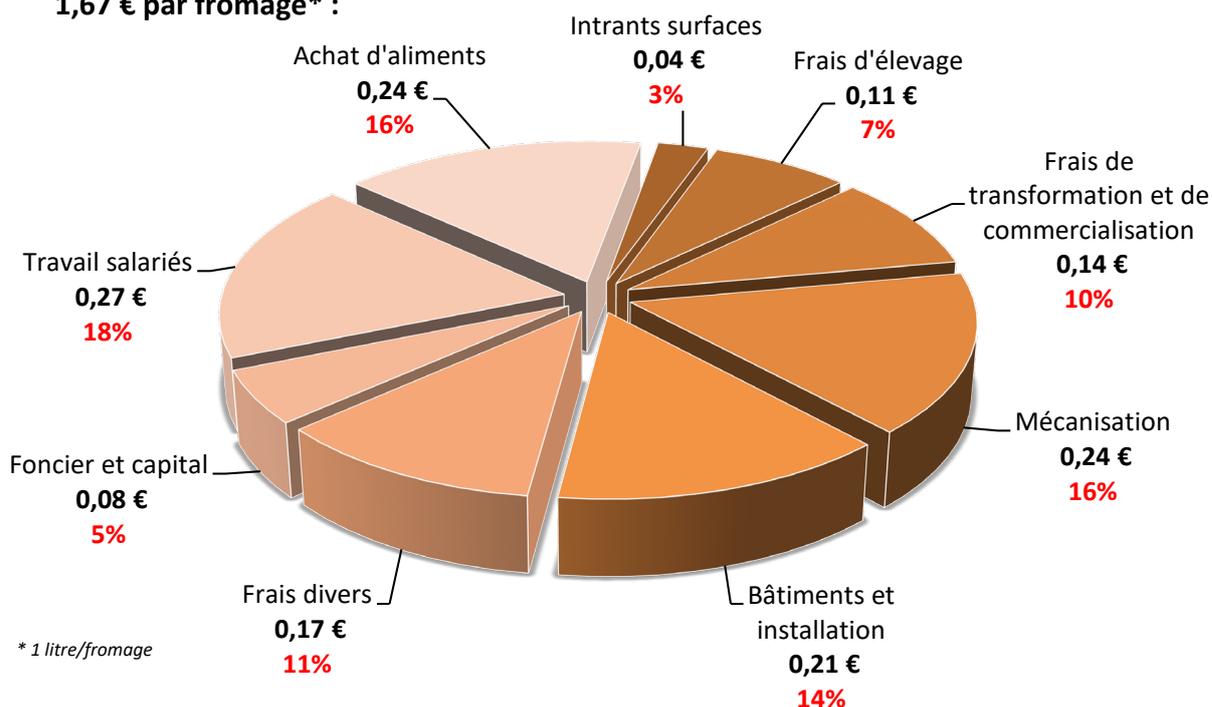
- L'ensemble des coûts de transformation et de commercialisation des produits finis : charges directes comme achat de présure, ferments, emballage, petit matériel, amortissement de l'atelier de transformation, énergie, frais de transport.
- La rémunération de son travail.

- ➔ 1 client satisfait en parle à **3** personnes.
- ➔ 1 client mécontent en parle à **12**.
- ➔ 1 client très mécontent en parle à **20**.
- ➔ **98 %** des clients mécontents ne se plaignent jamais.
- ➔ La raison principale pour laquelle des clients vous quittent est qu'**ils ne sont pas considérés**.
- ➔ Recruter un client coûte **3 fois plus cher** que de le fidéliser.
- ➔ Reconquérir un client coûte **12 fois plus cher**.

A combien vendre son fromage ?



En 2020, l'éleveur fromager dépense en moyenne **1,67 € par fromage*** :



Quand l'éleveur a payé ses charges, il lui reste en moyenne pour lui et sa famille :

pour un fromage vendu en moyenne

3 € 30 TTC (3,14 HT) : 1,94 € soit 2,2 SMIC brut/UMO
2 € 60 TTC (2,47 HT) : 1,27 € soit 1,4 SMIC brut/UMO

Auquel il faut ajouter les autres produits de l'atelier (vente viande, vente reproducteurs, aides)

+ 0,30 €
+ 0,30 €

Si j'augmente de 0,50 €/fromage, j'augmente de 0,6 SMIC brut/UMO



Le revenu de l'atelier caprin ne dépend pas seulement des coûts mais aussi de la productivité du travail (litres de lait commercialisés par unité de main d'œuvre), des charges engagées pour produire le lait et du produit (valorisation du lait, produits joints et aides) perçu. C'est le positionnement de ces composantes les unes par rapport aux autres qui détermine le niveau de rémunération. Si les combinaisons pour dégager un revenu sont multiples, il existe toutefois des seuils (litrage par UMO, rémunération/1 000 litres...) en dessous desquels, il sera très difficile de dégager plus de 2 Smic/UMO.

Tableau 7 : Coût de production dans les systèmes caprins fromagers fermiers hors sud méditerranée, moins de 40 000 litres (13 élevages)

	Moyenne	Quart sup. (1)	Attention (2)	Atteindre (3)
Rémunération (nb Smic/UMO CAP)	1,2	2		
Productivité de la main d'œuvre (litres/UMO CAP)	15 400	23 800	< 13 400	
Nombre de chèvres/UMO CAP	37	44	< 30	
Lait par chèvre (litres)	464	606	< 450	> 580
Rémunération du travail (€/1000 litres)	1 545	1 626	< 1 500	> 1 600
Prix du lait (€/1000 litres)	2 797	3 549	< 2 600	> 2 900
Aides (€/1000 litres)	340	179		
Coût du système d'alimentation (€/1000 litres)	718	751	> 800	< 600
Frais de transformation et commercialisation (€/1000 litres)	182	274	> 200*	< 160*

Dans ces ateliers de dimension moyenne, les producteurs doivent viser une valorisation d'au moins 2€90 du litre pour espérer dégager un bon revenu. Et en dessous de 15 000 litres par UMO, il sera très compliqué de dégager plus de 1,5 Smic par UMO.

Tableau 8 : Coût de production dans les systèmes caprins fromagers fermiers hors sud méditerranée, 40 000 litres et plus (30 élevages)

	Moyenne	Quart sup. (1)	Attention (2)	Atteindre (3)
Rémunération (nb Smic/UMO CAP)	1,6	2,3		
Productivité de la main d'œuvre (litres/UMO CAP)	30 600	32 700	< 29 000	
Nombre de chèvres/UMO CAP	42	38	< 35	
Lait par chèvre (litres)	768	891	< 740	> 800
Rémunération du travail (€/1000 litres)	1 067	1 353	< 1 100	> 1 300
Prix du lait (€/1000 litres)	2 144	2 291	< 2 100	> 2 400
Aides (€/1000 litres)	196	141		
Coût du système d'alimentation (€/1000 litres)	661	536b	> 650	< 530
Frais de transformation et commercialisation (€/1000 litres)	150	119	> 180*	< 140*

(1) Moyenne des élevages ayant le meilleur niveau de rémunération de la main d'œuvre (quart supérieur pour le nombre de Smic/UMO à rémunérer)

(2) Valeur établie à partir de la médiane du groupe (autant d'élevages en dessus ou au-dessous), puis éventuellement revue

(3) Valeur établie à partir du troisième quartile pour les produits (25 % des élevages au-delà et 75 % en deçà) ou du premier quartile pour les charges (25 % en deçà et 75 % au-delà), puis éventuellement revue

* à moduler en fonction des circuits de commercialisation

Dans ces ateliers, les producteurs doivent combiner une productivité d'au moins 30 000 litres de lait par UMO et une rémunération d'au moins 1 200 € des 1000 litres pour dégager 2 Smic et plus par UMO. Ils doivent en particulier veiller à l'optimisation entre charges et niveau de production du troupeau. Dans ce groupe, les éleveurs qui dégagent moins de 1,5 Smic par UMO ont un coût de production hors travail supérieur à 1 700 €/1000 litres. Ils engagent les mêmes frais que les élevages qui dégagent au moins 2 Smic par UMO pour des chèvres moins performantes (686 litres versus 891 litres).

"A quel prix vendre un fromage sur le marché ?" - Témoignage Centre-Val de Loire

Les associés de l'EARL de la Cabrett' du Viornay, commercialisaient leurs fromages par expéditions, quelques livraisons et sur la ferme, qui représente 35 % environ du litrage transformé... Avec des ouvertures du magasin à heures fixes, la clientèle est surtout composée d'habitues venant de la petite ville voisine de Château la Vallière ou passant régulièrement sur la route fréquentée qui borde la ferme.

En mars 2018, les associés de l'EARL de la Cabrett' du Viornay, qui ne vendaient pas sur les marchés, sont sollicités par des commerçants de Château la Vallière qui voulaient remettre sur pied un marché le samedi matin. Au milieu des commerces de ville (boucherie à qui ils vendent déjà des fromages, boulangerie-pâtisserie et fleuriste) il y a donc un maraîcher, un arboriculteur (pommes, de septembre à juin), un producteur d'échalotes et oignons de juin à août, de volailles une semaine sur 2, et la Cabrett' du Viornay. Les associés sont très motivés et acceptent pour 2 raisons principales :

- Ils semblent être peu connus à Château la Vallière, à 10km de la ferme,
- Cela leur donne un débouché supplémentaire qui peut leur permettre aussi de réduire la part de leur plus gros client, un grossiste qui représente aujourd'hui 45 % du chiffre d'affaire "expédition"... "la valorisation est plus faible avec lui, et on a du mal à passer des augmentations" explique Thibaut.

Mais à combien vendre les fromages pour valoriser autant qu'avec le client à qui on expédie les fromages ? Il faut au moins, calculer les frais : amortissements des investissements spécifiques, le temps de travail en plus.

Les investissements et le financement :

Jusque là, il n'y avait pas de marché, il a donc fallu s'équiper entièrement. Pour financer cet investissement, l'EARL a reçu une subvention du pays et a autofinancé le reste. Amorti sur 7 ans et 52 marchés par an.

LES INVESTISSEMENTS		LE FINANCEMENT	
Nature	Montant	Nature	Montant
Remorque-vitrine de marché	5 400 €	Subvention Pays	3 400 €
Caisson réfrigéré de 800 l	4 200 €	Autofinancement	6 800 €
Barnum	600 €		
TOTAL	10 200 €	TOTAL	10 200 €

Temps de travail :

- Préparation : il faut environ 1 h le vendredi pour préparer ce qui va être emmené le lendemain.
- Marché : si le marché est de 8 h à 12 h 30, il faut en fait s'y préparer à partir de 7 h et le temps du déplacement (10 km) d'installation, et au retour, de vider et nettoyer le matériel, il est 14 h.
Au total, c'est 8 h de travail en plus pour l'exploitation, à 20 €/h cela représente 160 € de temps de travail.
- Si c'est bien un des associés qui à tour de rôle fait le marché, il faut embaucher une personne pendant 4 h 30 pour faire le travail à sa place sur la ferme.

Place de marché : 18 € pour 6 mois

Déplacement : 2 x 10 km x 0,27 €/km.

Au total, un marché "coûte" :

	Charges nouvelles par marché
Temps de travail	160,00 €
Place du marché	0,70 €
Amortissement du matériel	18,60 €
Déplacement	5,40 €
TOTAL	184,70 €

Pour évaluer le potentiel du marché, Karine, une des associés est allée voir une ancienne éleveuse de chèvres qui le faisait précédemment et qui semblait y réaliser un chiffre d'affaire de 500 € par marché le lundi en écoulant une centaine de bûches.

Les fromages vendus au marché seraient "pris" sur la part des fromages vendu au plus gros grossiste. Celui-ci achète les AOP Ste Maure de Touraine à 3,02 € HT auquel il faut rajouter les 10ct de transport supporté par la Cabrett'.

En faisant l'hypothèse qu'on peut y vendre l'équivalent de 120 Ste Maure de Touraine AOP par marché, le prix de vente de chaque fromage doit couvrir :

- Le prix de vente au grossiste : 3,02 €
- Le surcoût de la commercialisation :
184,70 € / 120 fromages = 1,54 €

Soit un prix de vente du Ste Maure de Touraine de : 4,60 € TTC, alors qu'il est de 4,20 € TTC au magasin à la ferme.

Les débats ont été longs entre associés pour établir la grille de prix du marché. Pourquoi faut-il faire plus cher sur le marché qu'à la ferme ? Comment le justifier auprès du client habitué qui connaît les prix au magasin ? Est-ce qu'on ne va pas perdre des clients à la ferme et au final ne pas écouler de produits en plus ? ...

La crainte est que les clients de Château la Vallière qui se déplaçaient à la ferme jusque là allaient "râler" et trouver que c'était trop cher. En fait, l'analyse du commerce au magasin montre que le ticket moyen est de 10 €... cela veut dire que le client achète 2 à 3 fromages en moyenne et surtout, qu'il dépense 5,40 € de transport lui aussi pour venir chercher 10 € de fromages... en lui expliquant ça on peut lui montrer qu'il n'est pas perdant à venir acheter son fromage sur le marché plutôt que de se déplacer à la ferme.



Photo 28 : Vendre au marché : ne pas oublier de compter son temps de travail

Karine, elle voulait surtout assurer le volume et donc ne pas mettre trop cher...

Au final, la poire a été coupée en 2, et les tarifs du marché sont de 0 à 30 centimes supérieurs à ceux du magasin à la ferme :

Aujourd'hui, après un an de marché du samedi, les associés de la Cabrett sont contents de s'être lancés dans ce nouveau mode commercialisation : le marché a rapporté près de 21 000 € de chiffre d'affaire d'avril à décembre 2018 et il est en progression sur 2019 :

- ils ont eu très peu de remarques sur le prix plus élevé qu'à la ferme, et ils ont pu clairement le justifier et le faire comprendre,
- ils ont de nouveaux clients qui ne connaissaient pas l'exploitation et qui maintenant viennent à la ferme pédagogique pour découvrir l'élevage,
- ils rentrent dans leur frais,
- surtout ils se sont rendus compte qu'ils aimaient faire le marché !

On pourrait en faire un de plus, mais il faudrait vraiment bien s'organiser pour le remplacement à la ferme : ce n'est pas facile aujourd'hui de trouver un salarié pour venir travailler 4 heures et demi tous les samedis matin !

5.3 La valorisation du litre de lait

Tableau 9 : Valorisation du litre de lait

Source : Inosys-Réseaux d'Élevage caprin et COUPROD 2020 - Nouvelle-Aquitaine, Pays de la Loire et Bretagne

	Vente directe et indirecte
Nombre d'éleveurs	11
Litrage transformé (l)	44 200
Valorisation du lait (€/1 000 l)	2 346
Mini (€/1 000 l)	1 632
Maxi (€/1 000 l)	3 528

1 kg de fromage =
7 litres de lait pour fromages lactiques
et 11 litres pour fromages à pâte pressée



<https://urlz.fr/jyGx>

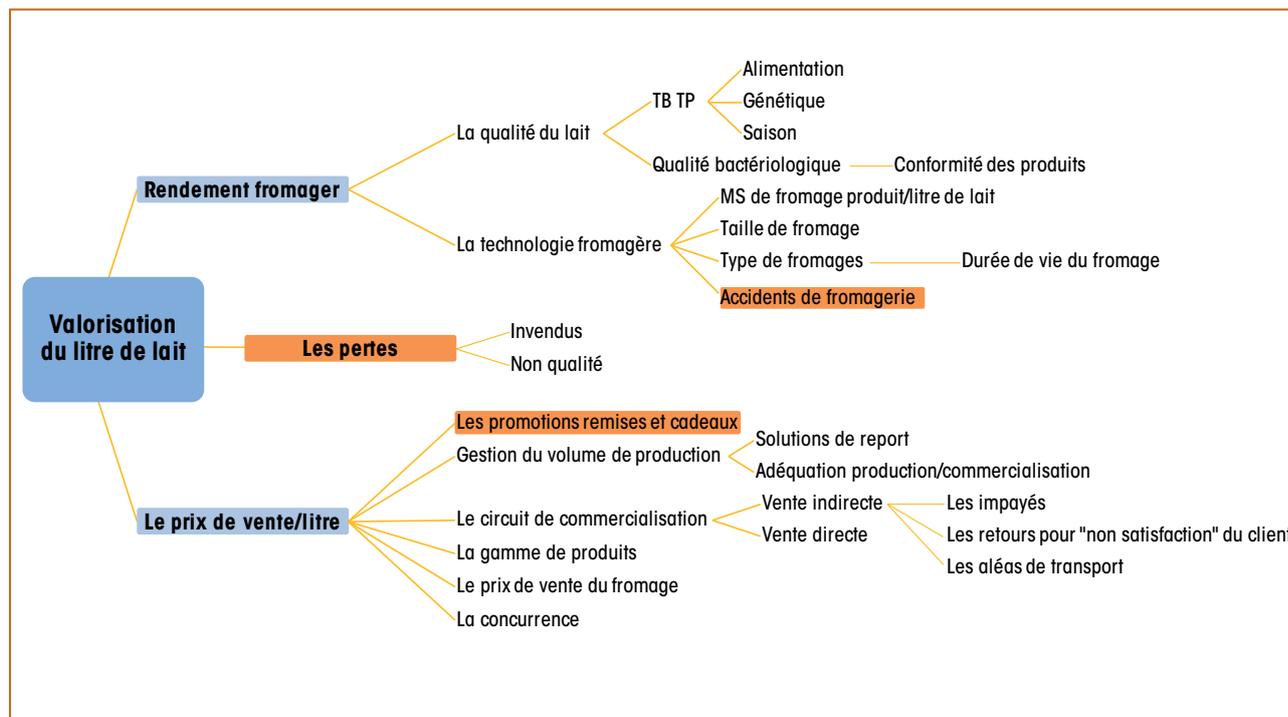


Figure 20 : Les éléments qui font la valorisation du lait

5.4 Les charges de transformation et de commercialisation

Les charges de transformation et de commercialisation enregistrées sont des charges opérationnelles. Elles n'intègrent pas les dépenses d'eau, d'énergie, de main d'œuvre et de déplacements... qui sont des charges de structure.

Nous avons décidé de ne pas intégrer des charges de structure dans les frais de transformation et de commercialisation pour deux raisons essentielles :

- Dans les exploitations mixtes, ces charges sont difficilement affectables à un atelier en particulier.
- Il n'est pas aisé de faire évoluer rapidement les charges de structure.

Les dépenses d'eau et d'énergie s'établissent aux environs de 40 € pour 1 000 litres de lait chez les fromagers spécialisés.



Figure 21 : Les charges de transformation

Figure 22 : Les charges de commercialisation

Km parcourus en moyenne pour la vente : 12 200 km/an soit 35 €/1 000 l (avec un prix du km à 0,30 € en 2020).

Prix du matériel de vente sur les marchés (tarifs 2020)

	Caractéristiques	Options	Prix neuf indicatif HT
Véhicule réfrigéré	Type C15 Kangoo Type Trafic		A partir de 18 000 € neuf jusqu'à 30 000 €
Remorque vitrine réfrigérée	A partir d'1,3 m de longueur de vitrine jusqu'à 10m	Avec froid statique ou dynamique Avec table latérale , jupe, pare soleil, Toiture à relevage hydraulique	4 000 € (1,3 m de long) Existe en occasion
Caissons isothermes	Pour petit utilitaire type C15, Kangoo...	230 à 1 500 litres	3 500 € à 6 200 €
Bac Isotherme 50 L Plaques eutectiques			237 € 65 €
Véhicule magasin			A partir de 45 000 €

6. LA FROMAGERIE

6.1 La conception de la fromagerie **Qui ?**

Définir le projet

L'expérience montre qu'un délai d'un an est nécessaire.

Phase 1 : décision de construire : analyse et définition des besoins en bâtiment, réalisation d'une esquisse et évaluation du projet.

Phase 2 : constitution et dépôt des dossiers administratifs, avis favorable des services vétérinaires, permis de construire et demandes de subventions. Prévoir 3 mois de délai administratif (temps mis à profit pour les plans d'exécution détaillés, la consultation et le choix des entreprises).

Phase 3 : arrêtés du permis de construire et des attributions de subventions, démarrage des travaux.

Phase 4 : construction du bâtiment et achat du matériel de fabrication.

Le 12^{ème} mois : la fromagerie est opérationnelle.

Les questions à se poser pour s'installer en transformation fromagère

La conception d'une fromagerie doit être réfléchie comme un projet : il est très difficile d'adapter une fromagerie "standard" pour chaque nouvelle création.

La conception d'une fromagerie doit tout d'abord répondre aux spécificités de productions en termes de besoins techniques et règlementaires.

On peut résumer les questions les plus importantes à se poser par :
Qui ? Quoi ? Combien ? Quand ? Où ? Comment ?

Qui ?

- Combien de personnes vont y travailler ? (évaluation de la surface nécessaire...)
- Qui sont les personnes qui vont y travailler ? Producteurs uniquement, salariés ou stagiaires (WC et douche)
- Morphologie du fromager : taille, force, âge (choix des équipements)

Quoi ?

- *Quel type de lait ?* (cru, thermisé, ...)
- *Quel type de produits ?* Fromages lactiques, pâte pressée, yaourts...
- *Quels sont les besoins matériels selon la technologie ?* (pasta, cuve), en espace (salle de fabrication, affinage, laverie, salle de conditionnement...), en besoins énergétiques (gaz, air)
- *Quel est le statut souhaité pour la vente ?* Direct ? Dispense ? Agrément ?

Combien ?

- *Combien de litres seront transformés sur l'atelier ?*
- *Quel est le volume maximum à transformer par jour ?* -espace de la salle de fabrication, de la salle d'affinage
- *Si il y a différentes productions, répartition approximative des produits ?* (exemple : 90 % de lactiques, 10 % de yaourts ?)

Quand ?

- *Quand le fromager souhaite-t-il démarrer la fabrication ?* (durée de construction, attention au choix de certains matériels ou matériaux difficiles à trouver...)
- *La production aura-t-elle lieu tous les jours ?* 2 jours ? Coupure du week-end ? Toute l'année ? Ou juste sur une période de lactation ? Les besoins sont différents si l'on transforme 200 ou 400 L par jour (refroidissement du lait, congélation ou report de produits)

Où ?

- *Localisation de la ferme ?* campagne, ville (choix des matériaux pour l'isolation, systèmes de traitement des eaux usées...)
- *Localisation de la future fromagerie ?* dans la chèvrerie ou éloignée ? (transport du lait, possibilités au sein de l'exploitation existante, lactoduc, présence de mouches...)
- *Orientation de la fromagerie ?* au nord (de préférence les pièces réfrigérées), esthétique de la vue (salle de fabrication et laverie), vent dominant (côté entrées d'air, placer l'atelier en amont de la ferme pour les odeurs et les mouches...), accès (transport du lait, clients, accès fromager...)

Comment ?

- *Comment l'atelier doit-il être construit ?* Professionnels, auto-construction...
- *Quel type de matériaux peut-on utiliser ?*
- *Quel équipement ?* Cuve, bassines, seaux, taille des tables, moules individuels ou multimoules ? Mécanisation en pâte pressée ?

Dimensionnement

Repère moyen



Repères pour un atelier de 100 à 300 l/jour en transformation lactique

	Surface (m ²)
Sas d'entrée - vestiaire	2 à 3
Avec salariés	3-5 et au-delà
Laverie	10 à 20
Salle de fabrication/caillage	15 à 25
Séchoir	2 à 6
Affinage	4 à 10
Chambre froide	2 à 5
TOTAL	35 à 66



Jacky Mège, 1992. Fromages fermiers. Guide de construction des locaux. SICA CREOM. 129 p.

GIE caprin de Franche-Comté, 1992. Fromagerie fromière : guide pratique pour la concevoir et l'aménager.

Patrick Anglade, 1998. La fromagerie à la ferme. Centre Fromager de Carmejane. 207 p.

Fiches du guide des bonnes pratiques fromières.

Travaux PEP/Pradel sur le séchoir et fiche éleveurs

Référentiel de conception et de prix de bâtiments caprins

Les fiches du programme Lactaff, toutes les recommandations techniques et des valeurs de références afin d'améliorer la maîtrise de l'affinage des fromages fromiers lactiques. A retrouver sur idele.fr.

Les fiches "fromagerie" du programme "Travail en exploitation caprine laitière et fromagère fromière". (en cours de réactualisation). A retrouver sur idele.fr ou anicap.org.

6.2 Des exemples de fromagerie d'après le guide commercialisation des fromages fermiers en Centre-Val de Loire

À Saint Firmin sur Loire près de Gien, création d'une fromagerie de 77 m² pour transformer 90 000 litres de lait.

Reprise par un couple d'une ferme de 250 chèvres en vente laiterie exclusivement. Suite à cette reprise une fromagerie a été créée pour transformer une partie du lait.

La fromagerie a été construite en février 2018 et les premières ventes de fromages ont été effectuées en mai 2018.



Photo 29 : Fromagerie en panneaux sandwich avant bardage bois

Transformation fromagère :

Litrage transformé : 90 000 l en vente en magasins de producteurs, crémiers et vente à la ferme.

Agrément sanitaire

Fromages type pâte lactique, AOP Chavignol et crottins fermiers.

Description de la fromagerie :

Date des travaux : février 2018, une partie en autoconstruction

Surface : 77 m²

Sol : résine avec sable

Panneaux sandwich en 100 mm pour tous les murs/plafond, etc...

Gestion des effluents : citerne souple, stockage pour 4 mois minimum



Photo 30 : Salle de fabrication

	Fabricants : Panneaux sandwich, structure : SODIPAN Sol résine : Résine Pro Orléans Moules Servi Doryl :
Montant initial prévu	85 000 €
Montant réel	99 000 €

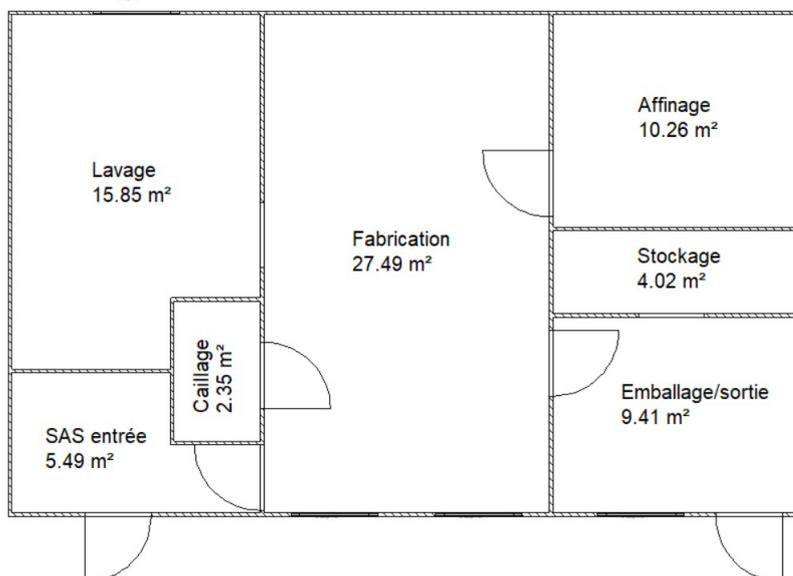


Figure 23 : Plan de la fromagerie

Tableau 10 : Les coûts HT de la fromagerie - Prix 2018

	Prix HT	
Fromagerie		
Panneaux sandwich + main d'oeuvre	22 000 €	
Toiture	2 417 €	
Boule à lait	5 700 €	
Fourniture fromagerie (climatiseur + air)	14 336 €	
Plomberie (chauffe eau, lavabo, désinsectiseur...)	2 016 €	
Matériel divers (lave mains, tables...)	19 868 €	
Assainissement	4 533 €	
Electricité	8 589 €	
TOTAL fromagerie	79 460 €	
Sol		
Terrassement + dalle + résine	16 582 €	
Gestion des effluents		
Citerne	3 200 €	
Total (sans aides)	99 242 €	soit 1 290 €/m²
Aides	28 800 €	
Total (avec aides)	70 442 €	soit 915 €/m²

À Ignol dans le Cher, création d'une fromagerie de 105 m² pour transformer 50 000 litres de lait.

Reprise par un couple d'une ferme constituée d'un troupeau de 80 chèvres (bientôt 120) en vente laiterie et transformation. Suite à cette reprise une fromagerie a été créée. 7 000 l de lait sont livrés à la laiterie et le reste est transformé (50 000 l). La fromagerie a été construite en 2016 et les premières ventes de fromages ont été effectuées mi-mars 2017.

Transformation fromagère :

Litrage transformé : 50 000 l en vente à la ferme uniquement et des marchés ponctuels type marché de Noël...
 Dérogation à l'agrément.
 Fromages type pâte lactique, Crottins, pavés, briques cendrés...

Description de la fromagerie :

Date des travaux : 2016
 Pas d'autoconstruction.
 Surface : 105 m²
 Sol : béton lissé
 Panneaux sandwich en 80 mm en extérieur et plafond et 60 mm en intérieur
 Gestion des effluents : fosse, bassins, regard, roseaux...

Fabricants :
 Effluents :
 Renov'habitat vert
 Panneau sandwich, structure : REAL FATON devenu GALACTEA
 Sols en béton lissé et dalle : Martinat
 Moules Servi Doryl :

Montant initial prévu	107 000 €
Montant réel	117 000 €



Photo 31 : Fromagerie en panneaux sandwichs dans un ancien bâtiment

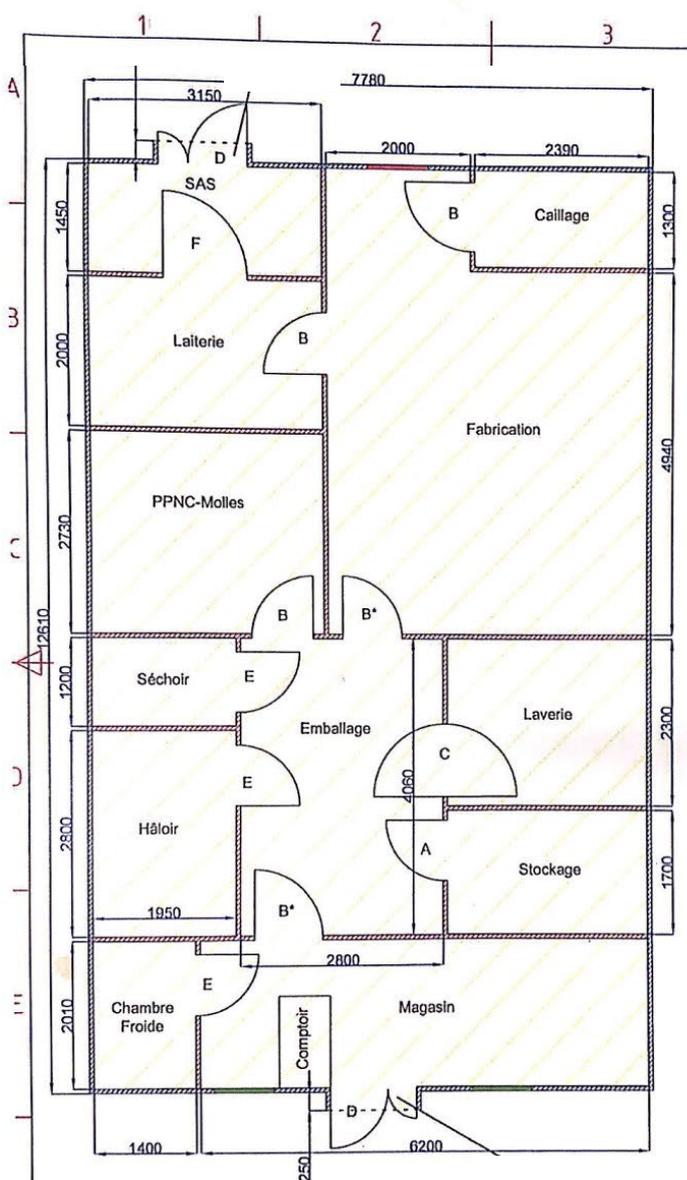


Figure 24 : Plan de la fromagerie

Tableau 11 : Les coûts HT de la fromagerie - Prix 2016

	Prix HT	
Fromagerie		
Panneaux sandwich + main d'oeuvre	31 035 €	
Tank à lait 300 l	2 970 €	
Fourniture fromagerie (lavabo, etc...)	18 833 €	
Plomberie (chauffe eau, lavabo, désinsectiseur...)	2 107 €	
Matériel divers (lave mains...)	845 €	
Electricité + extracteur d'air	13 885 €	
TOTAL fromagerie	69 675 €	
Sol		
Dalle + béton lissé pour toute la fromagerie	11 955 €	
Moules		
Bloc moules, réhausse, répartiteur	2 598 €	
Lave batterie		
Lave batterie + installation	6 400 €	
Total avec aides	1 280 €	
Gestion des effluents		
Fosse, bassins, regard, roseaux	26 500 €	
Total avec aides	10 600 €	
Total (sans aides)	117 130 €	soit 1 115 €/m²
Aides	30 330 €	
Total (avec aides)	86 800 €	soit 827 €/m²

6.3 La gestion des effluents

L'élevage caprin relève du Règlement Sanitaire Départemental. Les rejets directs dans le milieu naturel sont interdits. Si vous êtes situés dans une commune en zone vulnérable, vous avez obligation de détenir des capacités de stockage (en relation avec des périodes d'épandage).

Tableau 12 : Les effluents rejetés par l'élevage caprin

	Effluents rejetés	Quantités produites
Effluents peu chargés	Eaux de lavage de l'installation de traite	Faible quantité : fonction de l'installation de traite
	Eaux de lavage de la fromagerie	Quantité importante Fonction du litrage transformé et des pratiques de lavage, Environ 3,5 l/l de lait transformé
Effluents très chargés	Lactosérum	Faible quantité Fonction du litrage transformé 0,7 l/l de lait transformé
	Lait impropre à la consommation colostrum	

Source : Alliance Pastorale 2019 et internet

Le stockage

Collecte et stockage de tous les effluents : eaux blanches = eaux de lavage de la salle de traite et de la fromagerie, lactosérum et lait impropre à la consommation.

Hors zone vulnérable : pas de durées imposées mais rejet direct dans le milieu interdit.

Zone vulnérable : en relation avec le calendrier d'épandage de l'exploitation et minimum de 4 mois.



Photo 32 : La citerne souple avec agitation

 AVANTAGES	 INCONVÉNIENTS
<ul style="list-style-type: none"> • Accepte tous les effluents • Pas d'augmentation de volume par les eaux de pluie • Pas d'odeur • Déplaçable • Assez économique 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque d'encrassement si lait • Pompe de relevage nécessaire si pas de dénivelé • Epandage nécessaire d'un effluent ayant peu de valeur agronomique

Figure 25 : Avantages et inconvénients du stockage/épandage

Autres solutions : fosse géomembrane, fosse béton

Le traitement des effluents peu chargés

Filtres plantés de roseaux à 2 étages

Situations adaptées : élevage laitier, fromagerie avec utilisation autre pour le lactosérum (consommation par les animaux, méthanisation...). A dimensionner au pic de transformation.

Exemple : traitement des eaux blanches d'une salle de traite 16 postes et fromagerie 10 000 l de lait transformés / mois 10 m³ de fosse toutes eaux – 65 m² de filtres plantes de roseaux.

Coût : ± 15 000 €.



Photo 33 : Le traitement des effluents par les roseaux

Description de la filière de traitement

Traitement primaire	Traitement secondaire	Traitement tertiaire
Fosse toutes eaux	2 étages de 2 filtres	Parcelle d'infiltration enherbée

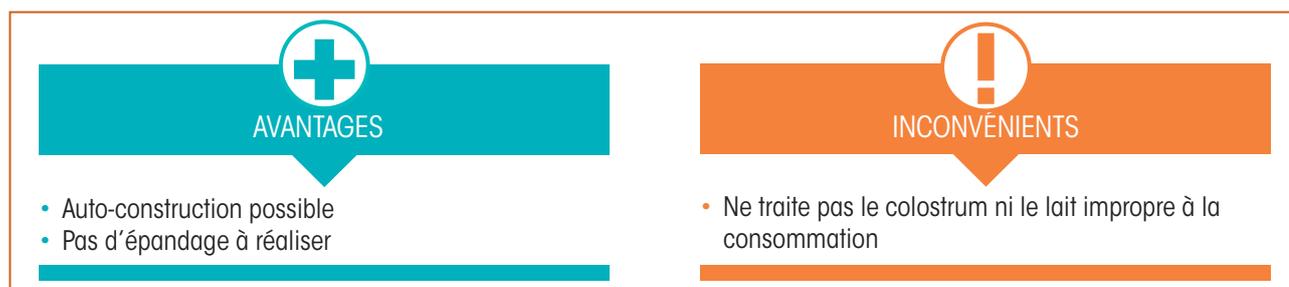


Figure 26 : Avantages et inconvénients des filtres plants de roseaux

Filtres à pouzzolane

Circulation de l'effluent sur les filtres à pouzzolane

Remplissage de la cuve de réception

Transfert vers la cuve de recyclage puis aspersion des filtres

Récupération de l'effluent dans la cuve de recyclage (4 fois en 24 heures)

Vidange de la cuve de recyclage vers un fossé enherbé

Le traitement du lactosérum

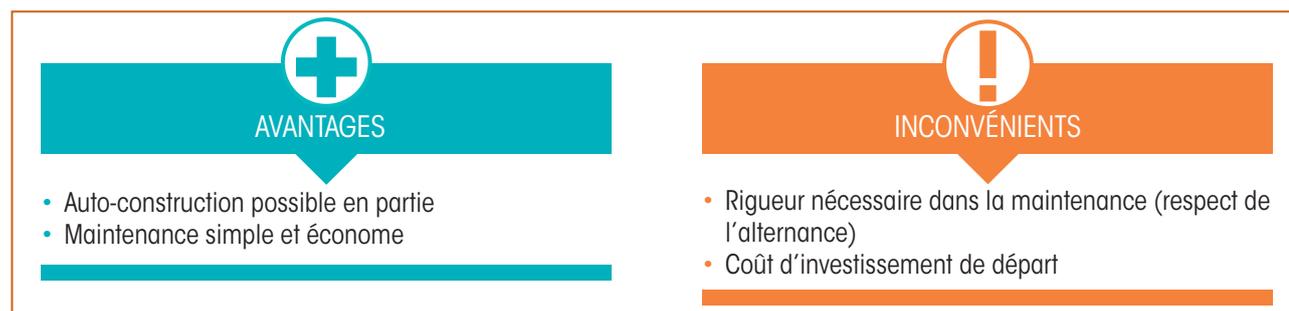
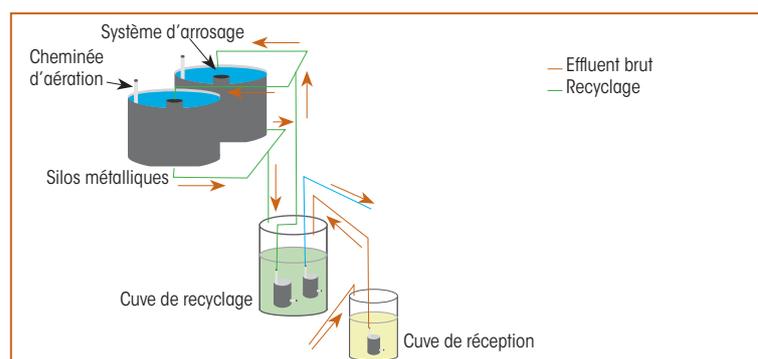


Figure 27 : Avantages et inconvénients des filtres à pouzzolane

FILTRE À PAILLE

Le traitement des effluents peu chargés (EPC) présente plusieurs avantages par rapport au stockage : diminution des coûts d'investissement, réduction des coûts d'épandage et limitation du temps de travail. Le filtre à paille constitue une étape du traitement des EPC, il s'agit d'un traitement primaire qui doit obligatoirement être suivi d'un traitement secondaire (souvent stockage de quelques semaines avant épandage sur prairie). Les effluents pouvant être traités par un filtre à paille sont les eaux de traite et de lavage des locaux de fromagerie et les eaux de ruisselement de fumière. Le rôle du filtre à paille est de retenir les particules en suspension les plus grossières des EPC sur une aire bétonnée, entourée d'une paroi filtrante en paille. Le contour de la dalle bétonnée est équipé d'un caniveau récupérant les eaux pré traitées pour les diriger vers la pré fosse de stockage. La mise en place d'un filtre à paille peut être réalisée en autoconstruction mais doit respecter un cahier des charges réglementaire (épaisseur, pente de la dalle bétonnée...). Un curage annuel du filtre est conseillé pour maintenir une bonne efficacité. Si le filtre à paille est suivi d'un épandage sur prairie, il présente l'avantage de permettre un épandage même en période hivernale. Le filtre à paille peut être remplacé par un bassin de sédimentation pour les installations de moindre taille.

Aurélie Zeller. ABC

L'utilisation du lactosérum dans l'alimentation animale

En production caprine, toute la production de lactosérum peut être ingérée par les animaux qui l'ont produit.

Le lactosérum constituant pour la flore de la panse un apport important de lactose (sucre rapidement fermentescible en acide lactique, qui peut entraîner une acidose) il convient d'effectuer une transition alimentaire de 8 jours.

La richesse du lactosérum en calcium peut conduire à des fièvres de lait en bovins, il convient donc de ne pas en distribuer au lot d'animaux taris.

La composition chimique du lactosérum entraîne un ramollissement des crottes et des urines abondantes : il conviendra donc de pailler de manière plus importante la stabulation.

La collecte et la distribution peut être automatisée pour arriver directement et quotidiennement dans des bacs collectifs en libre service : cela évite des installations de stockage. Ces bacs seront choisis en aluminium, en matière plastique ou PVC pour éviter la corrosion et nettoyés régulièrement.

Tableau 13 : Consommation de lactosérum par type d'animaux

	Ingestion en Litres / jour	Permet de gérer la production de
Chèvre	2,5 - 3	1 chèvre
Veau sevré (+ de 6 mois)	10 - 15	3 à 5 chèvres
Vache	30 - 60	10 à 20 chèvres
Taurillon	30 - 40	10 à 15 chèvres
Porc à l'engraissement	5 - 10	3 à 4 chèvres

Dans les élevages qui sont engagés dans un plan de lutte contre le CAEV, la distribution du lactosérum est à proscrire.

La distribution à d'autres animaux et en particulier les porcs, enlève tout risque sanitaire pour le troupeau caprin mais nécessite la bonne gestion des bandes d'engraissement et aura l'inconvénient de générer d'autres rejets (purin). Des exemples d'organisations individuelles ou collectives entre chevriers et porchers existent, permettant de partager les coûts de transport, mais nécessite des investissements de cuves de stockage.

Photo 34 : Un porc à l'engrais peut ingérer 5 à 10 litres de lactosérum par jour



Institut de l'Élevage, 2004. Les effluents de fromagerie fermière. Procédés de gestion et de traitement. Collection synthèse

6.4 Faire des économies d'énergie et d'eau dans sa fromagerie

Au niveau du bâtiment, à la construction, le choix du placement des pièces, de l'orientation du bâtiment ainsi que son isolation est primordiale. Le choix du matériel est important. Il faut être attentif à la consommation de certains équipements sans nuire à la technologie fromagère. À la ferme des Ages, le climatiseur/déshumidificateur de la salle de fabrication est le matériel le plus consommateur en énergie : des groupes froids performants peuvent ainsi permettre de diminuer la facture d'électricité. L'ensemble des tuyauteries transportant l'eau chaude peut être isolé afin d'éviter la dissipation de l'énergie thermique.

S'équiper en installations performantes énergétiquement

Les équipements récupérateurs d'énergies sont de plus en plus présents dans les fermes (Récupérateur de chaleur, chauffe-eau solaire, panneaux photovoltaïques...). L'éclairage traditionnel pourrait être remplacé par un éclairage LED. Les aérothermes, radiateurs et chauffe-eau doivent être placés judicieusement.

Entretien ses équipements

Le dépoussiérage et nettoyage régulier (à minima 1 fois par mois) des bouches de ventilation et soufflage d'air est indispensable. Cela garantit la durabilité et l'efficacité des systèmes. Le relevé régulier des compteurs électriques est aussi pertinent, afin d'identifier les surconsommations et de détecter rapidement les problèmes (fuites...).

Les pratiques ont également une influence non négligeable : mono/ bi traite, pratiques de lavage... sur la consommation en électricité et en eau.

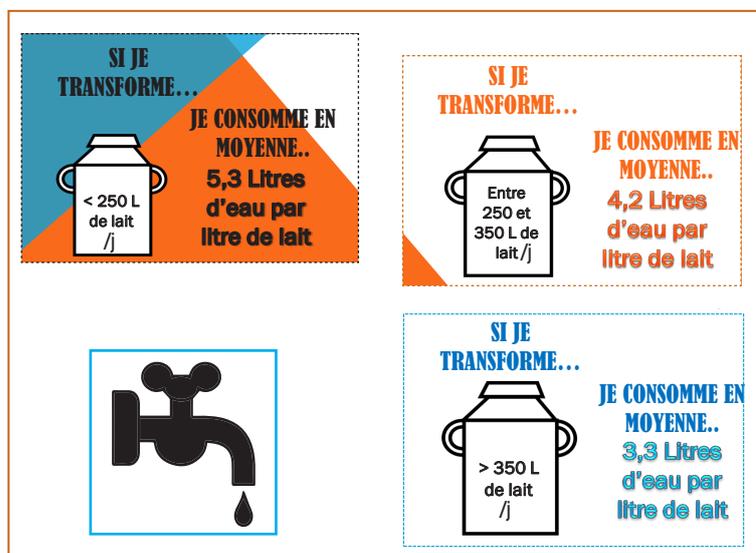


Figure 28 : Consommation d'eau selon le litrage transformé par jour - Étude Centre technique fromager caprin Centre-Val de Loire 2017

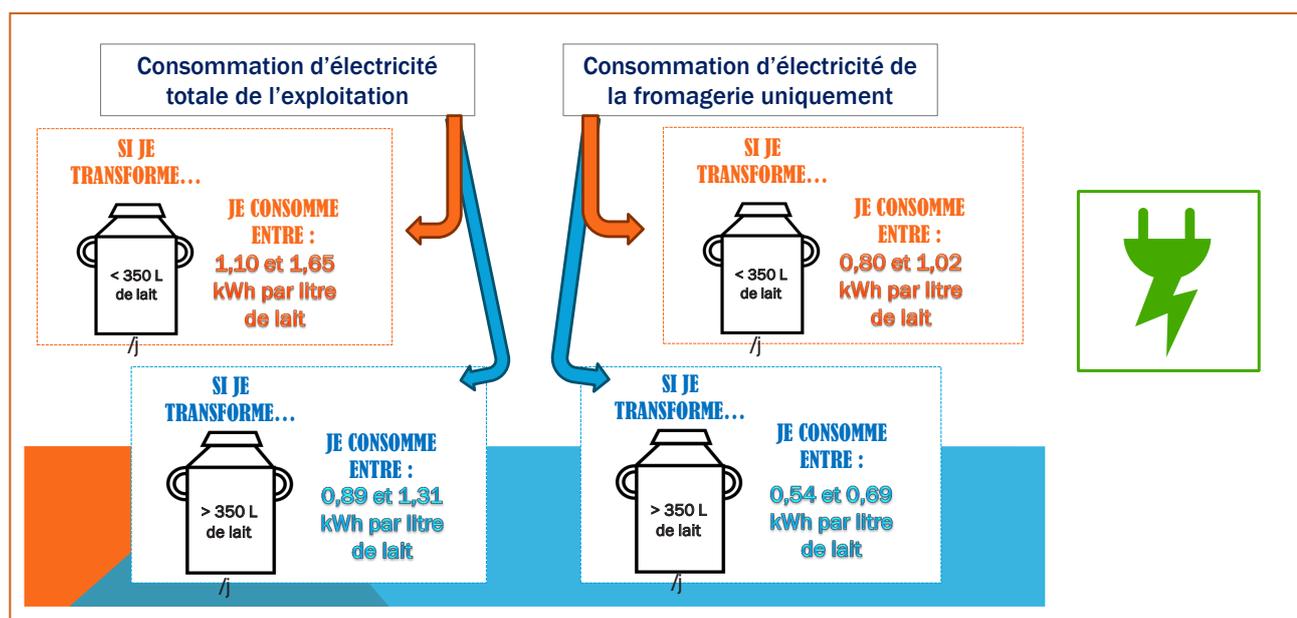


Figure 29 : Consommation d'électricité selon le litrage transformé par jour - Étude Centre technique fromager caprin Centre-Val de Loire 2017

7. LE TRAVAIL

7.1 Quelques références sur le temps de travail

En moyenne, il faut 4 500 heures de travail d'astreinte (soit 12 heures par jour) pour produire, transformer et commercialiser les 52 000 litres de lait d'un troupeau de 80 chèvres. On observe avec l'augmentation des effectifs et des volumes, tant pour le travail d'élevage que pour celui en fromagerie ou de commercialisation, des diminutions du temps de travail rapporté à la chèvre ou à 1 000 litres de lait.

Chez les fromagers, le travail d'astreinte est divisé en 3 composantes :

- le travail d'élevage (qui est équivalent au travail d'astreinte caprin des laitiers),
- le travail de fromagerie qui correspond à la fabrication, du tank à la salle d'emballage,
- le travail de commercialisation qui regroupe les activités de préparation et de vente, de facturation et de suivi de clientèle.

La répartition entre les 3 activités apparaît assez stable quels que soient le litrage emprésuré et la taille du troupeau.

L'analyse des économies d'échelle sur les 3 composantes de l'atelier montre des gains importants sur le temps de travail en fromagerie et pour la commercialisation. L'augmentation des volumes de lait produits conduit certains éleveurs à privilégier des circuits de commercialisation de type affineur au détriment de circuits vente directe plus rémunérateurs mais aussi plus gourmands en temps de travail.

Tableau 14 : Travail d'astreinte * "élevage"

Source : Inosys-Réseaux d'Élevage

Taille élevage	TA élevage/ chèvre (h)	Taille atelier	TA élevage /1 000 l (h)
< 50 chèvres	52	< 50 000 litres	67
50 à 100 chèvres	35	50 à 100 000 litres	41
> 100 chèvres	21	> 100 000 litres	26
Tous	34	Tous	55

Tableau 15 : Travail d'astreinte * "transformation et commercialisation"

Source : Inosys-Réseaux d'Élevage

Taille atelier	TA fromagerie /1 000 l (h)	TA commercialisation /1 000 l (h)
< 50 000 litres	39	24
50 à 100 000 litres	25	7
> 100 000 litres	26	11
Tous	34	18

* le travail d'astreinte s'effectue quotidiennement, il est difficile à concentrer et surtout peu différable. Il est quantifié en heures par jour.

Tableau 16 : Faites vos calculs

Source : Inosys-Réseaux d'Élevage Centre-Val de Loire

Quantité		Heures/an
..... chèvres	x 35 heures (50-100 chèvres)	
..... litres transformés	x 0,025 heure	
..... litres commercialisés	x 0,007 heure	
..... ha SAU	x 13 heures	
..... UMO	soit total/UMO	

Le nombre d'heures par UMO doit être au maximum de 1 700 - 2 000 heures pour que le projet soit viable. Il faudra aussi du temps pour la gestion, la formation, l'entretien des bâtiments, du matériel...

Repères travail selon les circuits de commercialisation (étude FRCAP 2020)

Le temps passé à la commercialisation varie grandement d'un circuit de distribution à l'autre. Lorsqu'on compare le litrage écoulé par heure sur chaque type de circuit la différence est saisissante. C'est un point crucial à prendre en compte lors de la définition des circuits de commercialisation.

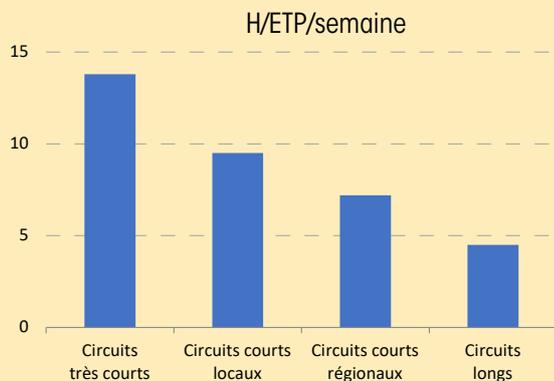


Figure 30 : Temps passé par semaine par chaque ETP sur les différents circuits de commercialisation

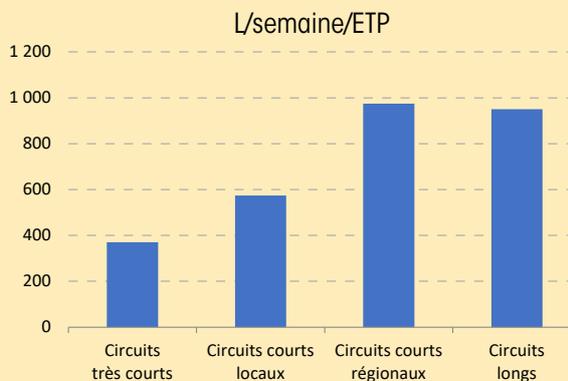


Figure 31 : Volumes écoulés par semaine par chaque ETP sur les différents circuits de commercialisation

Tableau 15 : Volumes écoulés pour une heure de commercialisation dans chacune des catégories de circuits de commercialisation

	Circuits très courts	Circuits courts locaux	Circuits courts régionaux	Circuits longs
Litres/heure	26	59	132	206

Les marchés notamment, sont très chronophages et ne permettent d'écouler que de petits volumes. Néanmoins ils restent le lieu privilégié par les producteurs surtout au début car le contact avec la clientèle permet de se faire connaître et de garder un lien avec le consommateur. Pour les circuits C et D le temps de commercialisation correspond plutôt à de la préparation de commande et à de l'emballage, la livraison étant effectuée par transporteur. Ces deux circuits permettent d'écouler des volumes importants, raison pour laquelle ils sont privilégiés par les gros producteurs. Dans le même laps de temps on y écoule 8 fois plus de lait qu'en circuit très court et local.

7.2 Quelques éléments à prendre en compte pour se faciliter le travail

Faire coïncider production et commercialisation.

La production laitière des chèvres suit une courbe avec un pic de production et une période de tarissement. Pour faire face à cette variabilité naturelle de la production, il est nécessaire de planifier la production pour mettre en adéquation les moyens nécessaires à sa transformation, sa commercialisation, ou son stockage. Plusieurs leviers peuvent permettre de faire coïncider au mieux production et commercialisation :

- Répartir la production laitière : c'est possible en ayant des mises-bas étalées ou plusieurs lots de mise-bas, en faisant des lactations longues ou encore en pratiquant la monotraite sur un lot ou sur tout le troupeau, sur tout ou sur une partie de la lactation. Attention tout de même au travail engendré sur le troupeau par la multiplication des lots de mise-bas.
- Réduire le volume de lait à transformer: de plus en plus d'éleveurs sont aussi producteurs de lait pour une laiterie. Ce mode de commercialisation "mixte" peut faciliter l'écêtement du pic de production.
- Réduire le nombre de fromages à fabriquer par la congélation de caillé.
- Réduire le nombre de fromages à vendre en vendant une partie de la production de fromages frais à un affineur : un circuit de commercialisation mixte qui comme en vente laiterie facilite l'adaptation de la production à la vente.
- Fabriquer des fromages de report dont on va pouvoir différer la vente : tommes ...

Limiter la gamme de produits fabriqués.

Trouver le bon compromis entre la fabrication d'un seul fromage et la multiplication des types de fromages ou autres produits à base de lait de chèvre.

- Ne fabriquer qu'un type de fromage est un bon plan pour la gestion du temps de fabrication. C'est une pratique courante dans bon nombre de fromagerie. Elle permet de décliner plusieurs produits suivant le schéma de fabrication : du caillé au fromage blanc, du fromage frais moulu au crottin mi-sec.
- Présenter plusieurs produits est un atout commercial, mais multiplier les petites séries prend proportionnellement plus de temps. Le prix de ces fromages "spéciaux" devra tenir compte du temps réel et donc des coûts supplémentaires induits. Bien souvent la production dominante est bien organisée, ce qui est loin d'être le cas des "petites séries". Par exemple, la "petite production" se fait en moulage à la louche, en moule individuel avec plusieurs rechargements, les différentes épices utilisées imposent des aller retours vers un lieu de stockage et plusieurs opérations de lavage des mains, un nettoyage du matériel plus difficile ...

Organiser le travail.

Le travail en fromagerie s'organise généralement sur la semaine, rythmé par les temps de commercialisation : marchés, expéditions, ramassage par l'affineur, vente le week-end à la ferme... Cette organisation devra être compatible avec les autres activités de la ferme, notamment alimentation et traite des chèvres, mais aussi récolte des fourrages, cultures... Sans oublier de préserver un espace (temps, lieu) pour une vie "privée".

Il est presque toujours indispensable de prévoir :

- des horaires de vente,
- un ou des jours de fermeture,
- une solution de recours à de la main d'oeuvre en renfort ponctuellement ou régulièrement,
 - pour ne pas avoir à faire la traite en même temps que la vente,
 - pour faire face à une surcharge de travail le week-end et les vacances,
 - en cas d'incident ou d'accident.

7.3 Créer ou adapter une fromagerie à ses besoins : une nécessité pour être performant dans la durée

S'informer, **se former**, visiter plusieurs fromageries, échanger avec des fromagers et avec des techniciens sur le travail en fromagerie est indispensable pour concevoir ou aménager une fromagerie adaptée au travail.

Charges lourdes, gestes répétitifs, humidité, pression temporelle sont à l'origine ou participent au déclenchement de TMS (troubles musculo-squelettique) et parfois d'incapacités. De plus, il est souvent fait appel à de la main d'œuvre salariée en fromagerie. Le recrutement de salariés en fromagerie peut être difficile, et il est intéressant de pouvoir conserver longtemps les salariés bien formés.



Photo 35 : Une table de retournement des multimoules en AOP Valencay

Ne pas reporter la réflexion sur le travail :

Une fois installé, il est beaucoup plus difficile de faire évoluer le système. La charge de travail pour gérer le quotidien et assurer la rentabilité économique laisse peu de temps à la réflexion et aux échanges avec d'autres producteurs sur leurs pratiques.

En cas de construction d'une fromagerie neuve il est indispensable de faire appel à un conseiller pour étudier les plans de fromagerie et éviter des erreurs aux conséquences graves en terme technologique mais aussi travail.

En cas de reprise d'une fromagerie existante, la tentation est forte de ne rien changer afin d'assurer la continuité de la production. Pourtant, c'est le moment de faire le point sur le travail et d'envisager les modifications parfois indispensables pour que le travail en fromagerie soit durable.

La reprise d'une fromagerie existante est peut-être le moment d'investir dans :

- ➔ Un nouveau "système" de nettoyage du matériel
- ➔ Une extension de la fromagerie pour :
 - o du stockage de cagettes,
 - o un agrandissement de la salle de fabrication ou de la salle de vente,
 - o un changement dans la circulation des matériels au sein de la fromagerie...
- ➔ Une réorganisation du caillage pour limiter le port de charges lourdes : en bac de 120 litres au lieu de seaux de 30 litres
- ➔ Une table de retournement
- ➔ Etc...



[Consulter les fiches Fromagerie du programme Travail en exploitation caprine laitière et fromagère fermière](#)

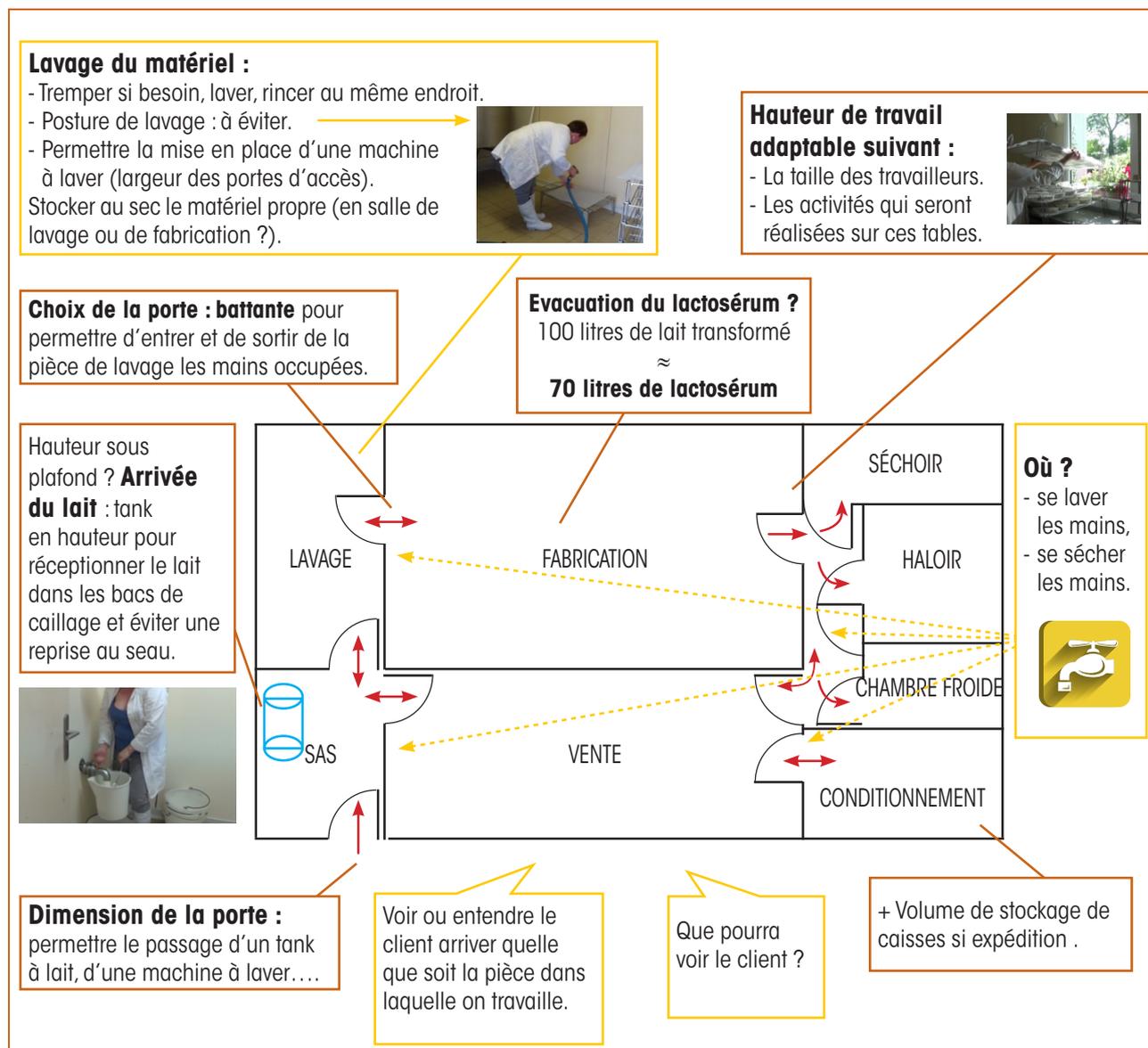


Figure 32 : Prendre en compte le travail dès la conception de la fromagerie : quelques points de vigilance

- Circulation : une fromagerie de plein pied sans aucune marche pour pouvoir faire rouler du matériel sans le porter
- Points d'eau :
 - o Un point d'eau accessible pour permettre le lavage du sol de toutes les pièces sans avoir à déplacer des seaux d'eau.
 - o De l'eau chaude, de l'eau froide et un mitigeur pour se laver les main
- Sol : une pente régulière à 2 % en direction du siphon pour permettre une évacuation satisfaisante dans les salles lavées à grande eau et éviter l'eau stagnante résiduelle : la fromagerie doit pouvoir sécher entre 2 lavages.
- Un placard à proximité de la salle de fabrication pour stocker au sec : sel, épices, petit matériel d'analyse...



La fromagerie sera-t-elle assez grande et fonctionnelle quand la production atteindra son pic ? A cette période il faut pouvoir travailler vite alors que les conditions de travail peuvent se dégrader par manque de place, de matériel, ...

8. LA RÉGLEMENTATION

8.1 L'esprit de la réglementation

L'objectif général de la réglementation est de garantir la qualité sanitaire des produits mis sur le marché. Pour cela, elle fixe des objectifs à atteindre par les producteurs **tout en les laissant libres de définir les moyens d'y parvenir**. On parle alors d'obligation de résultats et non d'obligation de moyens.

La réglementation est basée sur un ensemble de règlements européens, appelé "**Paquet Hygiène**", dont la mise en application s'est faite de manière progressive depuis le 1^{er} juin 2006. Ces règlements sont d'application obligatoire sans retranscription dans le droit national, dans l'ensemble des pays membres. Des arrêtés ministériels français viennent peu à peu compléter ces règlements, sur des points précis, laissés à l'arbitrage de chaque État membre.

La réglementation peut évoluer sur certains points; il est donc important de se tenir informé auprès de votre technicien produits laitiers fermiers.

8.2 Les différents statuts sanitaires

Tous les établissements, quel que soit leur statut sanitaire, fabriquant des produits à base de lait doivent être connus préalablement à leur ouverture par les services vétérinaires. Une déclaration est à réaliser avec le formulaire CERFA n°13984 (également disponible sur le portail "mesdemarches.agriculture.gouv.fr").

Selon les circuits de commercialisation, les producteurs ont le choix entre trois statuts : la remise directe, la dérogation à l'agrément, et l'agrément européen (ou CE). Il est d'ailleurs possible voire conseillé de choisir un statut en lien avec l'évolution prévue de sa commercialisation en choisissant d'emblée l'agrément par exemple.

• Statut "Vente directe"

Commercialisation à 100 % par le producteur, sans limite de distance ni de volume (pas d'intermédiaire). Le producteur doit déclarer son activité via le Cerfa n° 13984 avant toute vente. Le producteur doit déclarer son activité à la DD(CS)PP.

• Statut "Dérogation à l'agrément sanitaire"

Vente possible aux intermédiaires en distance et quantité limitées, vente directe illimitée en distance et en volume.

LE GUIDE DES BONNES PRATIQUES D'HYGIÈNE (GBPH) EUROPÉEN, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène (GBPH) en production laitière fermière est un outil réglementaire pour tous les producteurs laitiers fermiers caprins, bovins et ovins. Il traite de l'ensemble de l'activité fermière : production du lait, transformation et commercialisation des produits. Il permet à chacun de formaliser, de lister dans le détail ses gestes quotidiens, d'argumenter sur la pertinence du choix de ses pratiques en termes de prévention des risques sanitaires, de formaliser les moyens de vérifier l'efficacité des mesures de maîtrise, afin de construire son Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS).

Pourquoi un GBPH européen ? Quelle articulation avec le GBPH français actuel ?

Suite à l'entrée en vigueur du Paquet Hygiène en 2006, le GBPH français nécessitait une mise à jour afin qu'il couvre la totalité du Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS). Cette nouvelle version a été rédigée au niveau européen et va progressivement prendre le relais du GBPH français auprès des producteurs laitiers fermiers qui devront se mettre à jour d'ici 2025.

Avec ce guide, comme avec le guide français, l'éleveur va pouvoir faire valoir son savoir-faire auprès de l'administration, de ses clients... La démarche du guide utilise, en effet, largement la notion de savoir-faire du professionnel en tant que moyen de contrôle et reconnaît le producteur comme professionnel digne de confiance.

Où se procurer ce guide ?

La diffusion de ce guide européen en France est assurée par les techniciens produits laitiers fermiers locaux via des formations qui durent en général deux jours (variable selon les structures) permettant d'appréhender le GBPH européen et toutes ses composantes pour construire son Plan de Maîtrise Sanitaire (PMS). Contacter pour cela le technicien local départemental.

Quand se former au GBPH ?

Il est possible d'anticiper et de se former au GBPH avant son installation mais il faut une idée assez précise de son projet : produits, volumes, circuits de commercialisation...

- Si moins de 30 % des produits (en poids) sont vendus à des intermédiaires, la part cédée à des intermédiaires détaillants, situés à moins de 80 km à vol d'oiseau (sauf dérogation préfectorale pour un secteur, limitée à 200 km), représente au maximum 250 kg de fromage (et 800 litres de lait traité thermiquement) par semaine.
- Si plus de 30 % des produits (en poids) sont vendus à des intermédiaires, la part cédée à des intermédiaires détaillants, situés à moins de 80 km, représente au maximum 100 kg de fromage (et 250 litres de lait traité thermiquement) par semaine, quel que soit le pourcentage de produits vendus en direct.

Après déclaration via le Cerfa n° 13984 avant toute vente, le producteur doit demander une dérogation à l'agrément via le Cerfa n° 13982. Sur le formulaire, il précisera la nature et la quantité des produits livrés à des intermédiaires de manière régulière, ainsi que leurs noms et adresses (les marchés ponctuels ne donnent pas lieu à une déclaration complémentaire). Le formulaire est retourné au producteur comme récépissé.

Une nouvelle déclaration doit être adressée à la DD(CS)PP lors de toute modification importante :

- des produits ou quantités livrés, sauf dans le cadre du don alimentaire,
- des établissements livrés.

• Statut "Agrément sanitaire"

Commercialisation possible aux intermédiaires sans limite de volume ou de distance (à l'étranger notamment).

Le producteur doit constituer un dossier de demande d'agrément avec notamment un plan de fromagerie, des fiches de fabrication, une analyse des risques surveillance du processus de fabrication, repérage des points dont la dérive pourrait provoquer un accident

sanitaire, un plan de nettoyage et d'autocontrôles, et le plan de maîtrise sanitaire (PMS). Grâce à un travail de la FNEC, la note de service de la DGAL n° 2021-785 publiée le 21 octobre 2021 met à disposition un dossier-type d'agrément pour les ateliers laitiers fermiers et artisanaux basé sur le GBPH européen. Attention à être vigilant quant aux délais administratifs pour l'obtention de l'agrément européen (CE) par l'administration.

L'attribution de l'agrément implique la visite des services vétérinaires. Concrètement, l'agrément sanitaire se traduit par la délivrance de la marque d'identification qui doit être apposée sur le produit même ou sur le conditionnement si le producteur est pourvu d'un conditionnement individuel ou collectif. On y trouve une indication du pays (FR pour France) et le numéro d'agrément de l'élevage à 8 chiffres (figure 33).

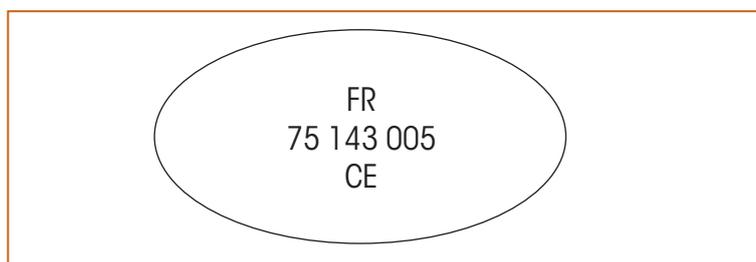


Figure 33 : Marque d'identification.

8.3 Contrôles officiels et autocontrôles sur le lait et les produits laitiers

Quel que soit le statut de l'établissement, le producteur laitier fermier doit mettre en place un Plan de Maîtrise Sanitaire qui comprend, entre autres, la vérification des mesures de maîtrise par les autocontrôles : le savoir-faire du producteur (goût, toucher, odorat...) et les analyses.

La fréquence des analyses d'autocontrôle est de la responsabilité du producteur. C'est à lui de la définir en fonction de son atelier, de ses produits, du volume de lait transformé chaque jour, de son historique, etc.

Des analyses (règlement n° 2073/2005) visent à rechercher la présence des germes : **Staphylococcus aureus**, **Listeria monocytogenes**, **Salmonella spp...** Pour chacun de ces germes, des critères sont définis par les textes européens selon les produits (fromages, yaourts...). La note de service flexibilité transversale de janvier 2019 indique que d'autres germes plus pertinents peuvent aussi être recherchés pour vérifier le bon fonctionnement du Plan de Maîtrise Sanitaire (exemple : **E. Coli**).

La formation GBPH européenne permet d'avoir les connaissances nécessaires à la réalisation de son plan d'analyses et d'autocontrôles : les différents germes, les analyses à mettre en place, le cadre réglementaire, les dangers physiques et chimiques. En cas de problèmes, l'éleveur doit contacter son technicien produits laitiers fermiers, son technicien caprin ou toute autre personne référente pour chercher les causes du problème.

Analyses sur le lait matière première

Sur le lait matière première destiné à être transformé, la note de service flexibilité transversale de janvier 2019 prévoit une analyse trimestrielle au minimum sur un ou plusieurs germes que le producteur juge pertinents pour la surveillance de son Plan de Maîtrise Sanitaire : le critère "teneur en germes à 30 °C" peut donc être remplacé par la recherche des **E. Coli**, staphylocoques à coagulase positive, coliformes, etc.

Si l'éleveur est aussi livreur de lait, il profitera des analyses de l'entreprise de collecte sur son lait matière première.

SE RAPPROCHER D'UN COLLECTIF DE PRODUCTEURS POUR MIEUX SE DÉFENDRE

Bien qu'indépendant au quotidien, le producteur laitier fermier peut avoir à faire face à des situations complexes, que ce soit en cas de crise sanitaire ou de manière plus routinière. Ainsi, l'évolution permanente de la réglementation et des pratiques peut être difficile à suivre, et il est indispensable de se rapprocher d'un collectif de producteurs (syndicat caprin ou autre) et d'être accompagné de manière régulière par un technicien produits laitiers fermiers qui pourra intervenir en cas de problème sanitaire, ou rien que pour la défense du producteur laitier fermier face à des situations parfois compliquées avec l'administration locale (DDPP).

Approvisionnement en eau

L'eau utilisée en atelier de transformation à la ferme ou en cas de vente de lait cru de consommation doit être potable pour l'homme. Il existe ainsi deux cas de figure : soit l'exploitation est raccordée au réseau public (à privilégier), soit elle a recours à un réseau privé.

- Dans le cas d'utilisation du réseau public, l'attestation de raccordement au réseau public ou une facture d'eau suffit à attester de la conformité.

Cependant, certains germes n'étant pas recherchés pour qualifier la potabilité de l'eau, des analyses pourront être réalisées en cas de problème sanitaire. Vous pouvez d'ailleurs demander à la mairie d'être informé en cas d'anomalies ou d'interventions sur le réseau public (ou consulter en ligne les résultats des contrôles sanitaires de l'eau sur le site du Ministère de la santé).

- Dans le cas d'utilisation d'une ressource privée (source, puits forage...), il faut demander une autorisation préfectorale auprès de l'Agence Régionale de la Santé locale. Un dossier important est à constituer incluant notamment l'intervention d'un hydrogéologue agréé. L'arrêté préfectoral, une fois accordé, indique les traitements à mettre en place, ainsi que la nature et fréquence des analyses microbiologiques à réaliser.

8.4 Transport et température de vente

La réglementation relative au transport

La réglementation sur le transport des aliments (arrêté ministériel du 20/07/98 modifié par l'arrêté ministériel du 21/01/05, la note de service DGAL n° 99-8085 du 20/07/99 et enfin l'arrêté du 21 décembre 2009) définit les conditions d'acheminement des fromages.

- Les équipements des moyens de transports des denrées alimentaires doivent **protéger** les aliments des sources de **contamination** et **d'altération** pendant toute la durée du transport. Ils doivent également être **propres, lisses et lavables**.

Dans la plupart des cas, il est **possible d'utiliser de simples glacières** (avec si nécessaire des plaques eutectiques).

En cas de tournées de livraisons, pour éviter les ruptures de charge, **prévoir autant de glacières que de clients**.

- Les **températures maximales** lors du transport sont fixées à 4 °C pour le lait cru, ou 6 °C pendant 6 heures maximum (GBPH fermier). Pour le lait pasteurisé, les fromages affinés et les produits laitiers frais (yaourt, crème et fromage frais), cette température est définie par le producteur sous sa responsabilité.
- Pour tous transports de produits laitiers, un **document d'accompagnement au transport** est obligatoire (figure 34).



Photo 36 : Véhicule équipé d'un caisson frigorifique

La réglementation relative à la température de vente

La vente directe de produits laitiers est régie par le Paquet Hygiène, les arrêtés du 18 et du 21 décembre 2009, la note de service DGAL du 23 mai 2010 et, depuis sa validation par la Commission européenne en décembre 2016 (version française validée en décembre 2017), le GBPH européen en production de fromages et produits laitiers fermiers et artisanaux.

- La vente directe est définie comme "toute opération réalisée entre un **détenteur d'aliment et un particulier** destinant ce produit à sa consommation". Sont concernés la vente à la ferme, la vente sur les marchés, les foires, les points de vente collectifs, AMAP, tournées.
- Pour toute exposition de produits laitiers non emballés à la vente, une **vitrine de protection** est obligatoire. Celle-ci doit être en bon état, propre, lisse et lavable. Il n'y a pas d'obligation réglementaire à ce qu'elle soit frigorifique ou réfrigérante. Il faut cependant veiller à ce que les températures d'exposition soient respectées même pendant les fortes chaleurs.
- Les températures exigées sont définies à **cœur du produit**.
- Pour les fromages affinés, les températures à respecter pour la vente sont à définir par le producteur, sauf pour le lait cru de consommation (4 °C ou 6 °C maximum pendant 6 heures). Le GBPH pour la fabrication des produits laitiers et fromages fermiers précise que "réglementairement, la température d'exposition est de la responsabilité du producteur, qui la détermine sur la base de l'analyse des risques liés à son produit et à ses pratiques. Pour les fromages affinés, la règle suivante peut être appliquée : T° exposition ≤ à T° maximale d'affinage ou T° exposition ≤ à T° affinage + 2 °C pendant 6 heures."

Départ : Exploitation DUPOND Rue des 3 biquettes 96000 CHEVREVILLE		
Type de produit	Température maximale de transport retenue	Rayon maximal de transport à partir du départ ou lieu d'arrivée (s'il est unique)
Fromages affinés	15 °C	50 km ou marché de Fromageville
Fromage blanc au lait cru	4 °C	50 km ou marché de Fromageville

Figure 34 : Exemple de fiche d'accompagnement du transport.

Il indique également que "pour les fromages AOP ou sous cahiers des charges collectifs, il convient de respecter les températures recommandées dans les cahiers des charges".

Pour l'exposition des fromages affinés sur un marché, une vitrine réfrigérée (plaques eutectiques,...) suffit. La protéger des rayons directs du soleil (parasol), ne sortir les fromages ou produits laitiers avec DLC de la glacière qu'au fur et à mesure...

La réglementation relative à l'étiquetage

Les mentions minimales à indiquer en cas de vente directe de fromages non pré-emballés, sont :

- la dénomination du produit,
- le traitement thermique (lait cru, lait thermisé, lait pasteurisé...).

Les autres mentions obligatoires et les supports de l'information (étiquette individuelle, panneau, etc...) varient en fonction du circuit de vente (direct ou indirect), et de la nature du produit (pré-emballé ou non). Dans le cas le plus contraignant (vente indirecte de produits préemballés), il faut par exemple ajouter :

- le nom et l'adresse du fabricant,
- la DLC/DDM et les conditions de conservation (qui fait également office d'indication du lot),
- la liste des ingrédients pour les produits (ordre décroissant),
- la quantité nette (sauf pour les fromages fermiers traditionnellement vendus à la pièce),
- l'espèce animale (sauf s'il s'agit de lait de vache),
- la teneur en matière grasse sur produit fini (pour les fromages fermiers où il n'y a pas de standardisation de la matière grasse, cette mention devient "MG : au lait entier").

Dans le cas de vente directe (à la ferme, sur les marchés...), une information du consommateur sous forme de panneaux peut être suffisante. En cas de doute sur les informations à mentionner et sur la nécessité d'un étiquetage individuel, il est préférable de demander l'avis à son technicien en priorité voire auprès des services départementaux de la DGCCRF, soit la DD(CS)PP.

Choix et validation des DLC

L'instruction technique 2019-861 du 24 décembre 2019 sur la durée de vie microbologique des aliments a introduit une nouvelle flexibilité avec la notion de Date Limite de Consommation (DLC) usuelle en cohérence avec la production laitière fermière et artisanale. Désormais, dans le cas d'apposition d'une DLC usuelle (détaillée à l'annexe V de l'instruction technique), il n'est pas nécessaire de faire une étude de vieillissement, seules des analyses de vérification régulières sont suffisantes.

L'utilisation de la mention "fermier"

La mention "fermier" ou "de la ferme" ou "produit à la ferme" peut être ajoutée de façon volontaire sur les fromages qui répondent à la définition suivante figurant dans le décret fromage (décret n° 2007-628 du 27 avril 2007): "Le fromage est fabriqué selon les techniques traditionnelles par un producteur agricole ne traitant que les laits de sa propre exploitation sur le lieu même de celle-ci".

La réglementation fiscale

- Les règles fiscales générales de vente des produits agricoles s'appliquent (TVA au taux de 5,5 %).
- En cas de revente de produits achetés à l'extérieur, si l'on souhaite rester dans le cadre de l'imposition des bénéficiaires agricoles, ceux-ci ne doivent pas dépasser 30 500 € et 30 % du chiffre d'affaires de l'exploitation.



Photo 37 : Exemple d'étiquette AOP Chabichou du Poitou

- Si l'on construit un magasin, celui-ci ne doit pas avoir une vitrine ouverte sur une route sinon l'imposition comme activité commerciale s'appliquera.
- Être assujéti à une imposition commerciale ne signifie pas forcément payer plus d'impôts. En revanche, cela va générer des contraintes supplémentaires ; par exemple l'obligation de tenir une double comptabilité : comptabilité agricole pour l'exploitation, comptabilité commerciale pour le magasin.

En fonction de ses circuits de commercialisation et de son réseau, veiller à bien réfléchir à l'acquisition ou non d'une caisse enregistreuse, et à son type, en lien avec la réglementation en vigueur.

Les textes réglementaires régissant la production laitière fermière sont nombreux et d'origines diverses. Ils sont également en constante évolution.

LES PRINCIPAUX TEXTES RÉGLEMENTAIRES SUR L'HYGIÈNE (liste non exhaustive)

Les textes européens

Depuis janvier 2006, la réglementation européenne en matière d'hygiène est regroupée dans un ensemble de règlements appelé "Paquet Hygiène". Ces règlements sont applicables directement dans tous les pays d'Europe. Les principaux règlements concernant les producteurs laitiers fermiers sont les suivants :

- le règlement n° 178/2002 : "texte de base", décrivant les principes généraux, qui sont ensuite détaillés dans les autres textes,
- le règlement n° 852-2004 : relatif à l'hygiène des denrées alimentaires,
- le règlement n° 853-2004 : décrivant des règles spécifiques concernant les denrées d'origine animale. L'annexe III – section IX concerne particulièrement le lait cru et les produits laitiers,
- le règlement n° 183/2005 : relatif aux aliments pour animaux,
- le règlement n° 2073/2005 : relatif aux critères microbiologiques.

Les textes français

Ces règlements européens sont complétés par des arrêtés ministériels qui viennent préciser certains points laissés à la charge des États membres :

- L'arrêté ministériel du 8 juin 2006 sur les différents statuts sanitaires complété de deux notes de service :
 - la note de service du 21 octobre 2021 propose un dossier type d'agrément pour les ateliers laitiers fermiers,
 - l'instruction technique du 22 octobre 2019 précisant la procédure d'agrément des établissements, qui aborde aussi la dérogation à l'agrément.
- L'arrêté ministériel du 18 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires des produits d'origine animale et aux denrées alimentaires en contenant.
- L'arrêté ministériel du 21 décembre 2009 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, entreposage et transport de produits d'origine animale et aux denrées alimentaires en contenant, qui abroge entre autres l'arrêté "remise directe" du 9 mai 1995.

Par ailleurs, les règlements européens prévoient une certaine flexibilité pour les méthodes traditionnelles et les petites entreprises, dont les modalités sont définies au niveau des États membres. La note de service de janvier 2019 explicite la flexibilité accordée aux entreprises de petites tailles de la filière lait, celle du 7 novembre 2012 détaille l'autorisation sur l'utilisation de locaux et matériaux traditionnels en filière laitière.

L'arrêté du 13 juillet 2012 indique les conditions de production et de mise sur le marché de lait cru de consommation, et est complété par deux notes de service du 10 septembre et 24 décembre 2012.

Au niveau national, un travail permanent de relecture est fait par la FNEC afin de s'assurer que les guides des inspecteurs sanitaires (appelés vade-mecum) soient en cohérence avec la flexibilité et la réalité des ateliers laitiers fermiers.

9. LA FORMATION ET L'ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE

L'association des Chevriers Nouvelle-Aquitaine et Vendée accompagnent les producteurs de fromages fermiers et artisanaux de Nouvelle-Aquitaine et Vendée.



Les trois missions principales de l'animation fermière des Chevriers sont :

1. Assistance technique auprès des producteurs fermiers

Les personnes ayant un projet d'installation de fromagerie fermière font appel à l'association pour recevoir des conseils concernant le lieu d'implantation et le plan de la fromagerie, l'étude de marché, les besoins en main-d'œuvre, la gestion des effluents, les démarches administratives (permis de construire, demande de subventions, prise de contact avec la DDPP, accord de la laiterie en cas de d'élevage mixte), la rédaction du dossier d'agrément sanitaire et la formation technologique nécessaire. Les conseils techniques se font par téléphone, par mail et lors d'interventions dans les fromageries.

2. Formations collectives aux producteurs fermiers

17 formations collectives sont organisées annuellement pour répondre à la demande des producteurs, qu'ils soient installés ou en cours d'installation.

3. **Communication – promotion** concernant les fromages de chèvre fermiers : présence sur de nombreux stands (salon de l'agriculture, capr'innov, ..), organisation des rencontres annuelles avec les services vétérinaires (voir photo), organisation du Concours des Saveurs Régionales pour les catégories - "Fromages de chèvre fermier au lait cru et AOP et Produits à base de viande caprine" (voir photo de la 43^{ème} édition en 2021 à Niort (79), actualisation du site internet "fermiers.terredeschèvres.fr" (formations, petites annonces et bulletins d'information "La Feuille des Fromagers", et "Capr'Infos"), ou création d'un logo "fermier", afin d'explicitier auprès du grand public le fait que les producteurs fromagers fermiers aient trois métiers en un (éleveur, transformateur, vendeur).



Photo 38 : Concours des fromages de Nouvelle-Aquitaine



Photo 39 : Rencontre annuelle avec les services vétérinaires

Liste formations courtes techniques et réglementaires :

- Nombre : 17 formations par an
- Lieu : réparties sur plusieurs départements
- Durée : 1 à 2 jours

- Fabriquer ses fromages lactiques à la ferme et choisir du matériel ergonomique adapté
- Fabriquer ses yaourts de chèvre à la ferme
- Fabriquer de la tomme de chèvre à la ferme
- Fabriquer ses chèvre-boîtes à la ferme
- Fabriquer son bleu de chèvre à la ferme
- Fabriquer sa mozzarella au lait de chèvre à la ferme
- Utiliser le Guide de Bonnes Pratiques d'Hygiène européen pour élaborer son Plan de Maitrise Sanitaire en production laitière fermière
- Etablir son Plan d'autocontrôle pour mieux l'utiliser
- La découpe des fromages : un réel outil de commercialisation
- Etre acteur de sa transition écologique en transformation fromagère fermière
- Vendre ses produits caprins aux grandes surfaces et aux collectivités : savoir négocier avec les professionnels et répondre aux appels d'offres
- Dialogue Sociétal : être à l'aise dans sa posture de négociation commerciale
- Valoriser ses chevreaux en développant des circuits de qualité : engraissement, découpe et transformation
- Découper, désosser et transformer ses chèvres
- Apprendre à se connaître et à connaître les autres afin d'être à l'aise dans son rôle d'employeur
- Employeur de main d'œuvre : maîtriser les exigences administratives et réglementaires
- Accueillir du public sur ma ferme



Photo 40 : Formation mozzarella de chèvre



Virginie VENOT BONNET

 06 33 92 42 03

 animationfermiere.chevriers@orange.fr

 www.fermiers.terredeschèvres.fr

 12 bis rue saint Pierre - 79500 MELLE



Mélissa TEINTURIER

 06 38 10 90 03

IREO des Herbiers (85)

Certificat de spécialisation (CS Caprin) "Conduite d'un élevage caprin et commercialisation des produits".



Hervé ARROSSAMENA

02 51 91 09 72

ireo.les-herbiers@mfr.asso.fr

<https://www.formations-herbiers.fr/>

6 Rue Georges Legagneux - 85500 LES HERBIERS

ACTALIA (17)

Certificat de spécialisation (CS Caprin) "Conduite d'un élevage caprin et commercialisation des produits".



Liste formations courtes techniques et réglementaires :

- Nombre : 20 formations par an
- Lieu : Surgères (17), Rennes (35) et Carmejane (04)
- Durée : 5 jours

- Fabriquer ses fromages lactiques
- Fabriquer les pâtes molles
- Fabriquer les pâtes pressées non cuites
- Fabriquer la brousse
- Fabriquer les fromages fondus
- Fabriquer les pâtes filées type mozzarella
- Fabriquer les fromages type féta
- Fabriquer fromage à caillé doux
- Fabriquer la crème et la beurre
- Fabriquer les glaces
- Fabriquer les desserts lactés
- Fabriquer ses yaourts et autres laits fermentés
- Les fondamentaux de la transformation fromagère fermière
- Conduire une activité de transformation fromagère fermière
- Utilisation des ferments en atelier fermier
- L'affinage,
- Les accidents de fabrication
- Concevoir un atelier de transformation laitière et fromagère
- Optimisation du nettoyage en atelier fermier
- Elaborer son PMS (Plan de Maîtrise Sanitaire) à l'aide du GBPH (Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène)



<https://www.actalia.eu/wp-content/uploads/2022/05/catalogue-2022-2023-Complet-VA.pdf>

<https://www.actalia.eu/formation/formations-fromageres-fermieres/>

04 92 34 78 43

actalia04@actalia.eu

www.actalia.eu

Centre de Carmejane - Le château - 04510 LE CHAFFAUT-SAINT-JURSON



ENILIA Surgères (17).

Certificat de spécialisation (CS Caprin) "Conduite d'un élevage caprin et commercialisation des produits".



Liste formations longues :

Public : salariés, jeunes en contrat de professionnalisation, demandeurs d'emploi

- CAP Glacier fabricant
- BREVET PROFESSIONNEL Industries alimentaires
- BTS STA Sciences et Technologies des Aliments, option Produits laitiers

Liste formations courtes :

- Lieu : Surgères (17)

- Durée : 5 jours

- Glaces et sorbets :
 - savoir formuler ses glaces,
 - bases de la technologie des glaces et sorbets,
 - formulation des glaces vegan
- Produits laitiers :
 - bases de la technologie fromagère,
 - technologie pâtes molles et pâtes pressées,
 - bases de la transformation des produits laitiers frais,
 - technologie des produits laitiers frais,
 - les fondamentaux en technologie fromagère,
 - les fondamentaux en produits laitiers frais,
 - technologie fromagère appliquée aux fromages de chèvre,
 - utilisation et maîtrise des flore d'affinage



Emmanuel AUDEBERT

@ emmanuel.audebert@educagri.fr



L'offre globale de formations continue (fromages, produits frais laitiers, glaces) :

<https://enilia-ensmic.fr/formations/entreprise-salaries/parcours-qualifiant/>

La formation initiale scolaire et par apprentissage :

<https://enilia-ensmic.fr/formations/bts/sciences-technologies-aliments-option-produits-laitiers/>

GDS Bretagne - Innoval

Formations courtes et accompagnement technique pour les fermiers



Jean-Charles RAY



<https://www.gds-bretagne.fr/pdf/gds-catalogue-formation-web.pdf>



13, rue du Sabot - CS 40028 - 22440 PLOUFRAGAN

Ferme des âges (36)

CS « conduite d'un élevage caprin et commercialisation des produits »



02 54 37 23 43



centre.caprin36@educagri.fr



<https://naturapolis36.fr/wp-content/uploads/2021/05/CS-CAPRIN-2022.pdf>



Centre caprin 36 - Les Ages - 36300 LE BLANC

Union des Producteurs Fermiers (64)

Formations courtes (sur 2 jours) :

- Gérer les risques sanitaires en transformation laitière avec le GBPH européen
- Qualité du lait : interpréter ses résultats
- Fabrication des fromages à pâte pressée non cuite
- Fabrication des fromages lactiques
- Fabrication des desserts lactés
- Initiation à la fabrication de fromages à Pâtes Molles
- Affinage des Fromages
- Valorisation de la viande de petits ruminants
- Concevoir l'étiquette de son produit : aspect réglementaire & conception graphique
- Calculer son coût de revient et fixer le prix de ses produits laitiers

Liste formations courtes : <http://upf64.fr/wp-content/uploads/2022/08/catalogue-formation-2022-2023-6.pdf>



Gaétan MARSY - Union des Producteurs Fermiers 64



05 59 30 80 56



upf64.fr



124 boulevard Tourasse - 64000 PAU

Association des Producteurs fermiers du Pays Basque (64)

Formations courtes et accompagnement des producteurs fermiers



Frantxina LABORDE

 06 74 42 48 59 - 05 59 37 23 97

 contact.apfpb@gmail.com

 www.idoki.org

 Haize Berri - 64120 OSTABAT

CFAA des Pyrénées Atlantiques (64)

Formations courtes (sur 2 jours):

Certificat de spécialisation « Transformation et Commercialisation des Produits Fermiers »



Rémi PINOS

 07 80 35 43 42

 remi.pinos@educagri.fr

 LEGTA - 64121 MONTARDON

CFPPA de Melle (79)

CS « conduite d'un élevage caprin »



 05 49 27 02 92

 <https://terres-et-paysages.fr>

 Campus Terres & Paysages - Route de la Roche - 79500 MELLE

EPLEFPA de Caulnes (22)

CS « conduite d'un élevage caprin et commercialisation des produits »



 02 96 83 92 68

 epl.caulnes@educagri.fr

 EPLEFPA de Caulnes - 126 rue de Dinan - 22350 CAULNES

CFPPA LE GROS CHENE PONTIVY (56)

Certificat de spécialisation « production, transformation et commercialisation des produits fermiers (Fabrication et affinage de fromages) »



02 97 25 20 19

cfppa.pontivy@educagri.fr

<http://www.legroschene.fr>

CFPPA LE GROS CHENE PONTIVY - Allée des Pommiers - Le Gros Chêne
BP 181 - 56 PONTIVY

ENIL Poligny (39)

Formations longues :

- CS « Production, transformation, commercialisation des Produits laitiers fermiers »,
- Une formation sur 7 semaines
- 5 sessions de formations courtes



03 54 84 73 76 76

enil.poligny@educagri.fr

<https://www.enil.fr/images/doc/Plaquette%20fermiers%20Mail%20mai%202021.pdf>

ENILBIO rue de Versailles - 39800 POLIGNY

ENIL d'Aurillac (15)

- Certificat de spécialisation « Production, transformation, commercialisation des Produits laitiers fermiers »
- formations courtes sur 5 jours (initiation fabrication lactique, pâte molle, ...)



04 71 46 26 75

cfppa.aurillac@educagri.fr

CFPPA d'Aurillac - ENILV - BP 537 - 15005 AURILLAC cedex

Les Chambres d'Agricultures départementales

Proposent parfois des formations courtes sur la transformation fromagère, avec interventions de formateurs externes. Se renseigner directement auprès des techniciens caprins :

- Marie ESCURE - Chambre d'agriculture 16, marie.escure@charente.chambagri.fr
- Anne-Laure LEMAITRE - Chambre d'agriculture 17, anne-laure.lemaitre@cmds.chambagri.fr
- Angélique ROUÉ - Chambre d'agriculture 79, angelique.roue@cmds.chambagri.fr
- Alizée BRETON - Chambre d'agriculture 86, alizee.breton@vienne.chambagri.fr
- Bernard POUPIN – Seenovia 85, bernard.poupin@seenovia.fr
- Juliette BOTHOREL - Chambre d'agriculture Bretagne, juliette.bothorel@bretagne.chambagri.fr
- Valentin PY - Chambre d'Agriculture 24, valentin.py@dordogne.chambagri.fr
- Romain LESNE – ARDEPAL, ardepal87@yahoo.com
- Sylvie DENIS - Chambre d'agriculture 19, sylvie.denis@correze.chambagri.fr
- Camille DELCOUSTAL - Chambre d'agriculture 47, camille.delcoustal@cda47.fr



10. LES FROMAGES DE NOUVELLE-AQUITAINE

En Nouvelle-Aquitaine on retrouve une grande diversité de fromages de chèvre. Il existe de nombreuses formes de fromage, de la classique bûche au chèvre-boîte en passant par les pyramides ou encore les tommes. Il existe également différents affinages, de la faisselle jusqu'au fromage affiné. Le fromage frais est décliné en de nombreuses saveurs, aromatisé aux herbes ou fourré à la confiture. Il est important d'adapter cette diversité aux clients, au secteur géographique, qui a sûrement une histoire avec un type de fromage emblématique et à d'autres critères comme la saison par exemple.

Au sein de cette diversité, on retrouve les signes de qualité officiels et les marques, fromages emblématiques de la région.

10.1 Les signes de qualité

Ils sont régis par des cahiers des charges précis. La production de lait, la transformation et l'affinage doivent se faire dans l'aire géographique de l'AOP ou de l'IGP. Pour plus d'informations, n'hésitez pas à lire les cahiers des charges sur le site www.inao.gov.fr.

Le "Chabichou du Poitou" est un fromage lactique à pâte molle, au lait cru et entier.

Sa forme est celle d'un petit tronc de cône, dite «bonde» (de la forme d'une pièce de bois obturant une barrique) et d'un poids de 140 g après affinage.

Lien vers le cahier des charges : <https://www.inao.gov.fr/produit/3272>



Photo 41 : Chabichou du Poitou



Photo 42 : Zone Chabichou du Poitou

Le "Mothais sur feuille" est un fromage lactique à pâte molle, au lait cru et entier. Sa spécificité est d'être affiné sur sa feuille de châtaigner. Ce fromage est en cours de reconnaissance AOP. La zone de collecte s'étend sur une partie de la Charente, Charente-Maritime, Deux-Sèvres, Vienne et Vendée.



Photo 43 : Mothais sur feuille

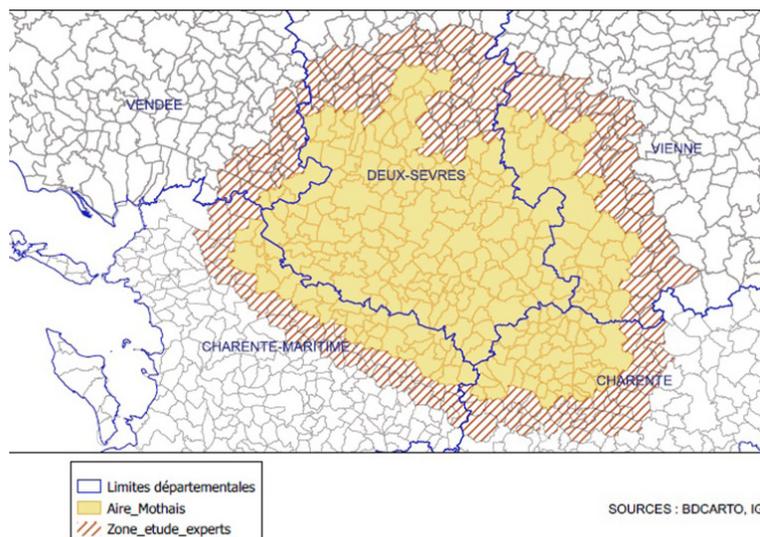


Photo 44 : Zonage provisoire du Mothais sur feuille

La "Tomme de chèvre des Pyrénées" est un fromage à pâte pressée non cuite, au lait de chèvre, fabriqué à la ferme, d'un poids de 400 g à 5,5 kg. C'est un fromage en IGP (Indication Géographique Protégée) depuis 2020.

Lien vers le cahier des charges : <https://www.inao.gov.fr/produit/16345>



Photo 45 : Tomme de chèvre des Pyrénées

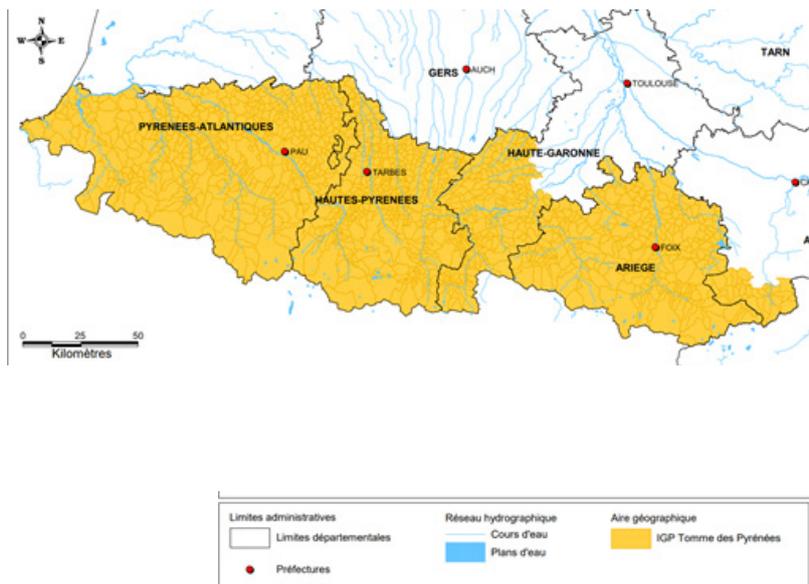


Photo 46 : Zone de la tomme de chèvre des Pyrénées

10.2 Les marques collectives

A l'échelle de la région, il existe aussi des fromages sous marque collective. La marque collective garantit une origine donnée ou une appartenance à un groupement de professionnels et permet aux producteurs d'être connu et reconnu par le consommateur. Pour chacune des marques collectives il est nécessaire de se renseigner auprès de l'association régionale et d'y adhérer.

Le "Cabécou du Périgord" est un petit palet rond au lait de chèvre entier. Depuis les années 90, il est protégé par une marque collective qui regroupe environ 120 éleveurs. Sa production, qu'elle soit fermière ou fromagère, doit répondre à un cahier des charges. Le Cabécou du Périgord doit être fabriqué en Périgord avec du lait provenant exclusivement du Périgord, ce qui en fait un produit de terroir d'exception.



Photo 47 : Cabécou du Périgord

Le "feuille du Limousin"

Les producteurs fermiers caprins du Limousin ont voulu montrer leur savoir-faire en matière de fabrication fromagère dans une forme symbolisant le Limousin : « La Feuille de Châtaignier ». Sa forme originale et unique, facilement identifiable grâce à son étiquette, lui a permis de devenir marque collective. Ce fromage au lait cru se fabrique exclusivement sur le terroir du Limousin.

La "Tomme fermière du Limousin" est un fromage à pâte pressée produit à partir de lait « cru » (de chèvres, vaches ou brebis) avec des formes différentes, une taille plus ou moins grande, plus ou moins souple, une croûte fleurie, lavée ou frottée. Cette marque collective garantit au consommateur l'origine du terroir "le Limousin" et du type de production "fermière".



Photo 48 : Tomme fermière du Limousin



Photo 49 : Feuille du Limousin

CONTACTS :

Coordination

Nicole BOSSIS
Institut de l'Élevage
nicole.bossis@idele.fr

Marie ESCURE
Chambre d'agriculture 16
marie.escure@charente.chambagri.fr

Anne-Laure LEMAITRE et Angélique ROUÉ
Chambre interdépartementale d'agriculture
17-79
anne-laure.lemaitre@cmds.chambagri.fr
angelique.roue@cmds.chambagri.fr

Alizée BRETON
Chambre d'agriculture 86
alizée.breton@vienne.chambagri.fr

Bernard POUPIN
Seenovia
bernard.poupin@seenovia.fr

Juliette BOTHOREL
Chambre d'agriculture Bretagne
juliette.bothorel@bretagne.chambagri.fr

Valentin PY
Chambre d'Agriculture 24
valentin.py@dordogne.chambagri.fr

Romain LESNE
ARDEPAL
ardepal87@yahoo.com

Mélissa Teinturier, Virginie Venot Bonnet
Chevriers Nouvelle-Aquitaine et Vendée
animationfermiere.chevriers@orange.fr

DE LA MISE EN PLACE D'UN ATELIER DE TRANSFORMATION FERMIÈRE À LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS LAITIERS FERMIERS EN RÉGIONS NOUVELLE-AQUITAINE, PAYS DE LA LOIRE ET BRETAGNE

Sur près de 70 pages, ce guide rédigé par les techniciens du réseau INOSYS caprin Ouest et de l'Animation fermière de la FRCAP aborde toutes les étapes de la production fromagère fermière, du montage de projet à la commercialisation en passant par la transformation.

Avec ce guide et à travers des échanges, chaque éleveur peut construire son projet en fonction de ses motivations et de ses priorités de vie... tout en tenant compte de l'environnement et du contexte de la filière.

Octobre 2022

Document édité
par l'Institut de l'Élevage
149 rue de Bercy
75595 Paris Cedex 12
www.idele.fr

ISBN : 978-2-7148-0164-7

ISSN : 2217-9094

Référence idele 00 21 502 040



Inosys-Réseaux d'Élevage est un réseau de compétences, déployé sur l'ensemble du territoire français, qui associe près de 1500 éleveurs et 240 ingénieurs des Chambres d'agriculture et de l'Institut de l'Élevage. Il repose sur le suivi d'exploitations volontaires, représentant la diversité des systèmes d'élevages herbivores. Cet observatoire des pratiques, de la contribution au développement durable et de l'évolution de l'élevage constitue une véritable infrastructure de recherche et développement. Ses nombreuses productions, sous forme de références ou d'outils de diagnostic et de conseil, aident à raisonner des projets d'installation et alimentent les actions de conseil. Le dispositif permet de simuler ou d'évaluer l'impact de politiques publiques, de changements réglementaires, d'aléas climatiques ou de marchés. Ce réseau permet en outre de diffuser largement sur le terrain le savoir et les outils nécessaires à l'appropriation de nouvelles problématiques, comme par exemple les enjeux de l'agroécologie. En ce sens il contribue largement à la formation continue des éleveurs et de leurs conseillers.

LES PARTENAIRES FINANCIERS

Le dispositif INOSYS Réseaux d'élevage bénéficie du soutien financier du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire (CasDAR) dans le cadre du PNDAR et des PRDAR. Il fait également l'objet d'un soutien financier national complémentaire de la Confédération Nationale de l'Élevage (CNE).

D'autres sources de financement peuvent être mobilisées au plan régional pour la conduite de projets spécifiques.

La responsabilité des financeurs ne saurait être engagée vis-à-vis des analyses et commentaires développés dans cette publication.