

La filière laitière en France : l'évolution de l'industrie de la transformation pendant ces vingt dernières années

Tozanli S.

in

Padilla M. (ed.), Ben Saïd T. (ed.), Hassainya J. (ed.), Le Grusse P. (ed.).
Les filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée : état des lieux, problématique et méthodologie pour la recherche

Montpellier : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches; n. 32

2001

pages 171-194

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI011671>

To cite this article / Pour citer cet article

Tozanli S. **La filière laitière en France : l'évolution de l'industrie de la transformation pendant ces vingt dernières années.** In : Padilla M. (ed.), Ben Saïd T. (ed.), Hassainya J. (ed.), Le Grusse P. (ed.). *Les filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée : état des lieux, problématique et méthodologie pour la recherche.* Montpellier : CIHEAM, 2001. p. 171-194 (Options Méditerranéennes : Série B. Etudes et Recherches; n. 32)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

La filière laitière en France : l'évolution de l'industrie de la transformation pendant ces vingt dernières années

S. Tozanli

Chargée de recherches au CIHEAM-IAM Montpellier (France)

Résumé. L'instauration des quotas laitiers au début des années 80 a eu un impact sans précédent sur la structure de l'industrie laitière française, et un vaste mouvement de concentration a sévi sur l'ensemble de la filière. La majorité des coopératives laitières qui avaient fondé leur développement sur la stratégie de volume dans la fabrication des produits de première transformation ont éprouvé de grandes difficultés. Les firmes privées, par contre, sont mieux sorties de cette période de changement structurel et ont récupéré les parts des coopératives aussi bien en amont de la filière (approvisionnement en lait cru) qu'en aval (parts des marchés sur plusieurs segments). L'accentuation de la structure oligopolistique du marché laitier français les a poussées davantage à élargir leur marché, d'abord en Europe et, dans les années 90, au niveau mondial. Face aux contraintes liées aux guerres des prix vis-à-vis des marques de distributeur et aux premiers prix mis en avant par la grande distribution, conjuguées au rétrécissement du marché national, les firmes privées laitières françaises ont eu la réactivité nécessaire pour améliorer leurs exportations d'une part et de l'autre augmenter leurs investissements à l'étranger. Il semblerait que la filière laitière française a mené pendant ces vingt dernières années la mondialisation de la filière laitière européenne.

Abstract. *The imposition of milk quotas at the beginning of the 80s had a profound impact on the structure of the dairy processing sector in France. A large concentration process at all levels of the dairy sector was the general evolution trend during the two decades that followed. Co-operatives, which had based their strategies on supplying bulk product, found difficulties in obtaining adequate raw milk. Private sector firms, in general, prospered and the share of processing handled by co-operatives shrank. Faced with oligopolistic conditions on the home market and high price pressures from retailers, they invested in R&D and marketing to innovate, improve their marketing and advertising strategies and widened their markets, first to Europe and then to the world. Increased export activity and Foreign Direct Investment went hand in hand. The globalisation of the European dairy industry is being led from France.*

I – Introduction

L'industrie laitière était la branche la plus importante de l'industrie alimentaire française jusqu'au début des années 1990, avec un quart des ventes totales et presque un cinquième de la valeur ajoutée brute. Cependant, les changements structurels de ces deux dernières décennies ont provoqué une réduction importante de la contribution de l'industrie laitière à l'ensemble de l'industrie alimentaire du pays.

Tableau 1. La part de l'industrie laitière dans le total de l'industrie alimentaire (%)

Indicateurs économiques	1983	1990	1997
Nombre d'entreprises	13,8	11,4	9,7
Ventes totales (prix courants)	26,4	25,1	19,3
Effectif total moyen	21,8	18,6	15,7
Salaires (prix courants)	n.d.	18,3	15,9
Investissements en capital fixe (prix courants)	24,2	18,4	15,6
Valeur ajoutée brute (prix courants)	19,9	16,1	14,4
Résultat net (prix courants)	n.d.	4,0	6,9

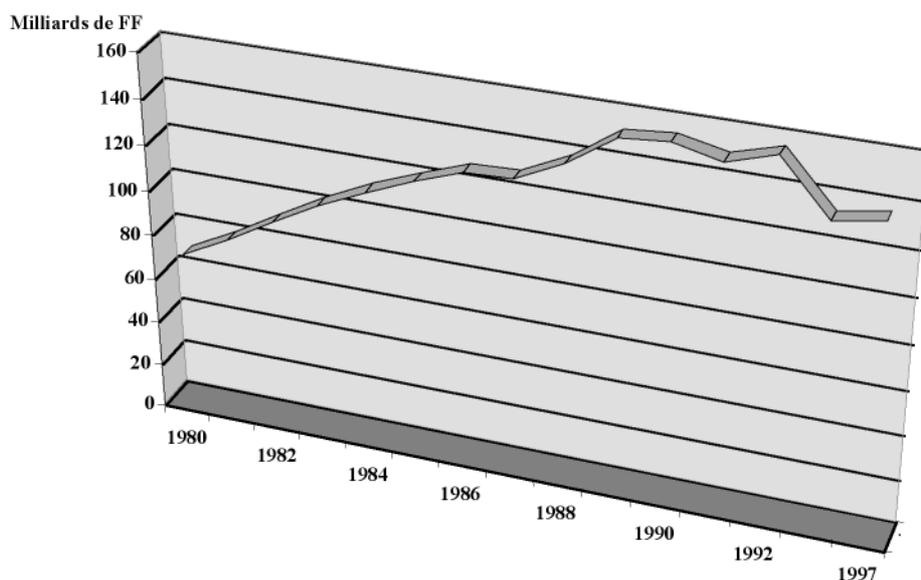
Source : Enquête annuelle d'entreprise : coopération agricole, AGRESTE, Données chiffrées en IAA, Séries chronologiques de 1980 à 1998.

Les changements structurels, qui ont bouleversé l'économie européenne pendant ces vingt dernières années, ont eu un impact plutôt négatif sur l'industrie laitière française. Entre 1983 et 1997, le nombre

total des entreprises de l'industrie laitière a chuté à un taux annuel moyen de 1,4 % alors que le nombre total des entreprises de l'ensemble de l'industrie alimentaire a augmenté à un taux annuel moyen de 0,6 %. Contrairement à l'ensemble de l'industrie alimentaire qui a affiché un taux de croissance annuel moyen de 3,6 %, les ventes totales de l'industrie laitière ont augmenté seulement à un taux annuel moyen de 1,7 %. La rentabilité du secteur laitier semble également subir un choc important puisque la valeur ajoutée brute n'a augmenté qu'à un taux annuel moyen de 1,5 % et le résultat net a chuté à un taux annuel moyen de 0,2 %. Par contre, le taux de croissance annuel moyen de la valeur ajoutée brute pour l'ensemble de l'industrie alimentaire était de 3,4 % et celui du résultat net, de 2,6 %.

L'explication de ce recul se trouve auprès des conditions sévères qu'a endurées l'industrie laitière depuis le début des années 1980. Les entreprises ont réagi de manière hétérogène : certaines semblent avoir bénéficié de ces changements alors que d'autres ont subi des chocs meurtriers parce qu'elles n'ont pas su être innovantes ni économiquement rentables.

Graphique 1. Evolution des ventes totales des entreprises de l'industrie laitière



Source : Enquête annuelle d'entreprise : coopération agricole, AGRESTE, Données chiffrées en IAA, Séries chronologiques de 1980 à 1998.

Notre travail comprend trois parties : la première partie est consacrée à l'environnement global des entreprises de l'industrie laitière dans laquelle nous étudions les changements qui se sont déroulés aussi bien à l'aval qu'à l'amont de la filière. La demande alimentaire à l'aval, et la collecte du lait cru à l'amont de la filière, forment les deux composants essentiels qui modèlent la structure de l'industrie de la transformation laitière. La deuxième partie de notre travail est axée sur l'analyse des changements qu'a subis l'industrie de la transformation, plus particulièrement les coopératives laitières. La troisième partie présente une analyse sur les entreprises leaders qui se sont restructurées par une croissance externe et par un mouvement d'internationalisation. Une attention particulière est portée sur les conditions oligopolistiques du marché qui sont à la base de la restructuration de l'industrie de la transformation du lait, en poussant les coopératives à changer leur statut juridique, à conclure des alliances stratégiques entre elles, ou encore à adopter des stratégies relationnelles telles que les accords de sous-traitances qu'elles ont passés avec les grandes chaînes de supermarchés.

II – Restructuration de la filière laitière française pendant les deux dernières décennies

La France se place parmi les plus grands producteurs du lait au niveau mondial. Son industrie laitière s'est développée pour absorber un potentiel agricole considérable et semble, à ce titre, être la branche la plus importante de l'industrie alimentaire du pays avec une part d'un cinquième des ventes totales.

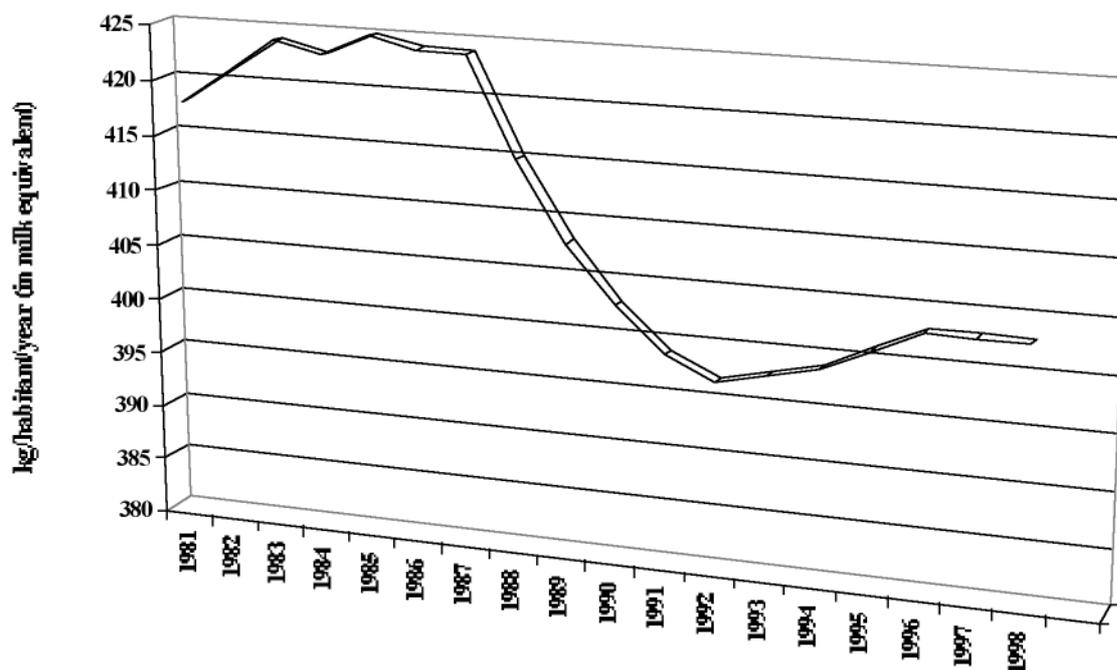
Les raisons fondamentales des changements structurels qui ont secoué l'industrie laitière française se trouvent d'une part dans les changements profonds des modèles de consommation alimentaire et du comportement du consommateur et, d'autre part, elles ont été générées par les changements apportés à la Politique Agricole Commune. La concentration de la grande distribution, l'arrivée des "hard discounters", le développement des marques de distributeurs et des "premiers prix" sont autant des facteurs qui ont créé et créent encore des pressions sur les entreprises de l'industrie laitière et qui les poussent à adopter de nouvelles stratégies.

1. Les vecteurs de changement à l'aval de la filière

A. L'évolution de la consommation alimentaire

Dans la plupart des pays occidentaux, la décroissance démographique et le processus d'urbanisation continuent. Les changements dans la structure des ménages, des styles de vie et du comportement des consommateurs ont un impact profond sur les modèles de consommation alimentaire. Une tendance à la baisse généralisée pour la plupart des produits basiques est observable.

Graphique 2. Evolution de la consommation totale du lait et de ses dérivés (en équivalent lait)



Source composée à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet, "Maison du Lait" - <http://www.cidil.fr>.

Bien qu'une baisse générale dans la consommation totale du lait apparaisse à l'étude du graphique 2, il faut nuancer cette tendance concernant la demande pour différents produits laitiers. Nous remarquons une baisse pour la demande du lait de consommation et du beurre. Par contre, la consommation par tête du yogourt, des desserts lactés, des divers fromages et des crèmes glacées affichent des taux de croissance triomphants.

Tableau 2. L'évolution de la consommation du lait et de produits laitiers (kg/tête/an)

Produits	1983	1990	1998
Lait de consommation	78,5	78,2	75,5
Yogourts, fromages blancs	11,8	16,4	19,6
Desserts lactés	3,8	5,8	7,3
Crème fraîche	2,1	3,1	3,9
Beurre	9,0	8,3	8,3
Fromages	19,9	22,8	23,6
Fromages à pâte molle	5,4	7,5	7,5
Fromages à pâte dure	14,5	15,3	16,1
Lait en poudre	2,2	2,3	2,2
Crèmes glacées	4,9	6,4	6,1

Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait" - <http://www.cidil.fr>.

Face au rétrécissement du marché français, les entreprises du secteur, qu'elles soient grandes, moyennes ou petites, coopératives ou privées, ont mis en œuvre des programmes de rationalisation, de restructuration ainsi que des plans sociaux. Elles ont adopté des stratégies de croissance cherchant une meilleure rentabilité économique et financière, stratégies qui ont conduit à un fort mouvement de concentration dans la filière. Une activité intense dans le développement de nouveaux produits est observable chez la plupart des entreprises. Certes, les grandes firmes "leaders" du secteur se présentent comme des innovateurs, mais un groupe de PME dynamique et pionnier a également créé de nouveaux segments tels que les fromages panés pour micro-ondes, les "menus-minceurs", les yogourts à boire aromatisés, les nouvelles variétés de fromage de chèvre...

B. L'évolution de la distribution alimentaire

La place des super et hypermarchés dans les habitudes d'achat du consommateur français ne cesse d'augmenter depuis les années 1960¹. Aujourd'hui, 83 % des ménages français font leurs achats dans les super ou hypermarchés au moins une fois par semaine. 68 % parmi eux réalisent leurs dépenses alimentaires dans les grands magasins d'alimentation. Une très grande majorité de ces ménages sont composés de personnes jeunes ou d'âge moyen. Les personnes âgées (plus de 70 ans) préfèrent, quant à elles, les épiceries traditionnelles pour effectuer leurs achats alimentaires².

L'arrivée à la fin des années 1980, des "hard discounters", les grandes chaînes de supermarchés "casseurs de prix" de l'Europe du Nord, particulièrement l'Allemagne, est l'événement le plus marquant qui a incité d'importants changements dans le secteur de la distribution alimentaire. La croissance globale de ces magasins, entre 1989 et 1996, était de 30 %. Après une période de compétition sévère avec les chaînes de super et hypermarchés "classiques", ces "casseurs de prix" se présentent en tant qu'élément complémentaire dans les habitudes d'achats des français, avec une part de 6 % du marché de distribution alimentaire totale du pays³.

En France, les grands groupes de la distribution alimentaire ont, depuis toujours, basé leurs stratégies de croissance sur la compétition par les prix. Ce choix stratégique a des retombées directes sur la structure des coûts des grandes firmes de transformation industrielle en créant une pression considérable sur leurs ventes totales et leurs marges de profit. Une pression qui s'est faite sentir davantage avec l'arrivée des "hard discounters", un événement qui a déséquilibré, d'une manière considérable, la force de négociation de grands groupes de distribution et qui a intensifié le processus de concentration dans le secteur. Cette concentration était d'une telle ampleur que le gouvernement français a mis en application une nouvelle loi en 1996 pour contrôler l'ouverture de nouveaux hypermarchés⁴.

Pour garder leur suprématie pendant la guerre des prix, les grands groupes de distribution ont élaboré une stratégie importante par le renforcement des marques de distributeurs (MDD) ou encore leurs marques propres. Carrefour est le créateur du concept de MDD en France en introduisant, dans les

années 1970, les “*produits libres*” sur ses rayonnages. Aujourd'hui, le deuxième plus grand groupe distributeur au niveau mondial, derrière l'allemand Tesco (classement 1998), crée un contre-poids considérable avec ses MDD. Les autres groupes leaders de la distribution alimentaire française sont Auchan, Leclerc, Intermarché et Casino, qui misent aussi sur leurs MDD depuis plusieurs années.

Le concept même de MDD a évolué dans le temps. Au départ, le consommateur préférait les MDD aux marques nationales, particulièrement en raison de leurs prix avantageux. Aujourd'hui, son choix est dirigé davantage par la confiance qu'il place en l'enseigne que par les prix. Les grandes enseignes sont conscientes de l'importance de cette fidélité. Elles se basent sur ces concepts (confiance et fidélité du consommateur), pour donner une nouvelle image à leurs produits MDD en tant que “produits de terroir”, “produits de qualité”, “produits vrais” ! Carrefour crée une gamme de produits “*Bio*”, Promodès apporte une image de qualité supérieure à ses marques propres avec la gamme “*Reflets de France*” et se dirige vers les produits A.O.C.

De nos jours, les parts de marché des MDD varient entre 20 et 40 % pour ce qui concerne les produits laitiers. Dans les segments du lait UHT demi-écrémé et des produits laitiers frais, les MDD ont une part de 20 % du marché. Ils captent 25 % du marché du beurre et 30 % du marché de la crème fraîche⁵. Par contre, leurs parts tombent à 15 % dans le sous-secteur des fromages où les marques nationales ainsi que les produits des PME (produits de terroir et d'A.O.C.) continuent à dominer leurs segments.

L'autre arme stratégique à laquelle les grands groupes de distribution ont eu recours face aux “hard discounters” était les produits “premiers prix”. Presque simultanément à l'arrivée de “casseurs de prix”, les grandes enseignes ont introduit des produits à prix “imbattables” dans le but d'attirer les groupes de consommateurs séduits par les prix les plus bas. Dans les segments de produits basiques, comme le lait UHT, le beurre ou les yogourts aromatisés, les produits “premiers prix” se sont taillés une place sûre entre les marques nationales et les MDD : 26,5 % des parts de marché du lait UHT demi-écrémé, 10,8 % du marché des produits laitiers frais et 10 % du marché du beurre⁶.

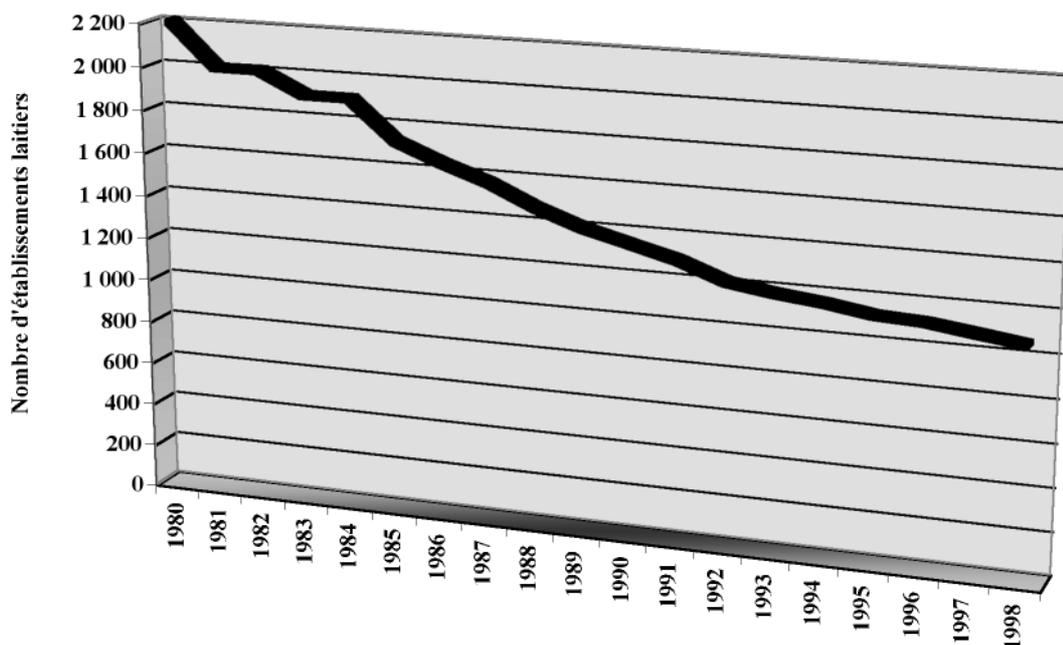
Le développement des MDD et des produits “premiers prix” ont renforcé le positionnement et la force de négociation des grands groupes de distribution alimentaire face aux grandes entreprises de l'industrie laitière. Ils se sont imposés dans la fixation des prix à la consommation ainsi qu'en gestion des stocks. De nouveaux outils de communication, comme EDI (Echange de Données Informatisées) les ont aidés à amplifier leurs liens avec les firmes industrielles.

Ces développements ont influé, par ailleurs, les relations que les grands groupes de distribution entretiennent avec les PME. Les grandes enseignes ont réalisé des alliances stratégiques avec les PME locales en concluant des accords de sous-traitance pour la production de leurs produits MDD ou/et des premiers prix. Leurs stratégies d'internationalisation apportent également des atouts à certaines PME, qui voient, par cette occasion, leurs produits exportés par les grandes chaînes de hypermarchés comme Carrefour, Promodès, Auchan ou Casino, dans les pays étrangers où ils ont établi des filiales.

2. Mutations à l'amont de la filière

La tendance à la baisse de la demande se reflète directement sur la structure de la production laitière. Par ailleurs, l'instauration des quotas laitiers depuis 1984 n'a fait qu'accentuer le processus de concentration auprès des éleveurs et des laiteries collectant le lait cru. Nous remarquons une baisse conséquente concernant le nombre de petits exploitants et petites laiteries alors que le nombre et la taille des grands exploitants ainsi que de grandes laiteries ne cessent d'augmenter.

Graphique 3. Evolution du nombre des établissements collecteurs du lait cru (tous laits confondus)



Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Le nombre d'établissements laitiers a accusé une baisse à un taux moyen de 4,9 % par an entre 1983 et 1998. Cette chute est dramatique pour les établissements qui ont une capacité de collecte de moins de 1 million de litres par an (avec un taux de décroissance moyen annuel de 8,7 %) alors que le nombre des établissements qui collectent plus de 200 millions de litres de lait annuellement a augmenté à un taux annuel moyen de 3,1 %.

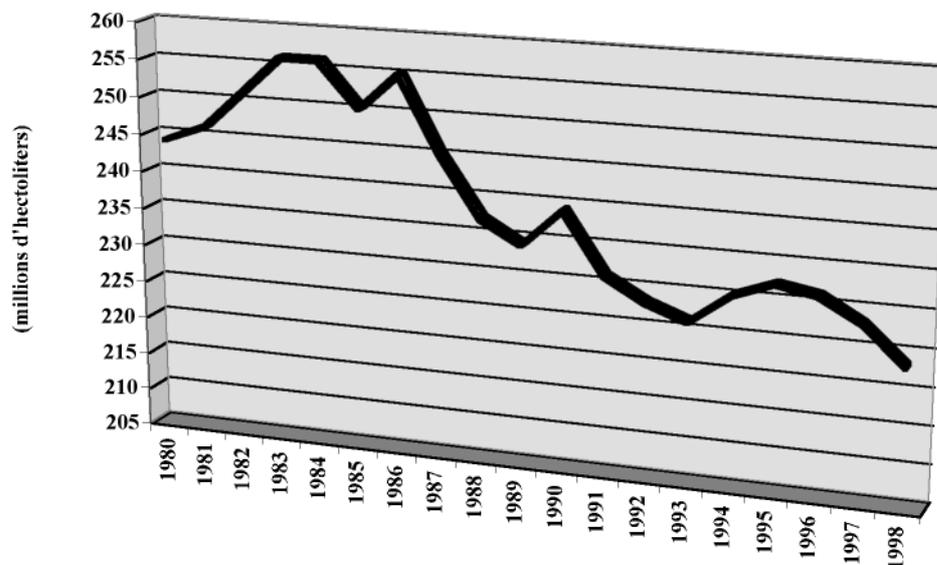
Tableau 3. La répartition des établissements selon l'importance de la collecte annuelle de lait de vache

Tailles des établissements (1.000 litres par an de collecte de lait)	Nombre d'établissements			Taux de croissance annuel moyen (%)
	1983	1990	1998	(1983-1998)
Moins de 500	205	105	53	-8.6
500-1.000	238	132	58	-9.0
1.000-5.000	597	403	269	-5.2
5.000-10.000	101	87	77	-1.8
10.000-25.000	157	106	75	-4.8
25.000-50.000	120	79	57	-4.8
50.000-75.000	64	48	48	-1.9
75.000-100.000	28	30	26	-0.5
100.000-200.000	48	52	50	0.3
Plus de 200.000	12	17	21	3.8
Total	1 570	1 059	734	-4.9

Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>

Le volume global du lait collecté a baissé de 255 millions d'hectolitres en 1983 à un peu plus de 220 millions d'hectolitres en 1998, soit un taux annuel moyen de 0,8 %.

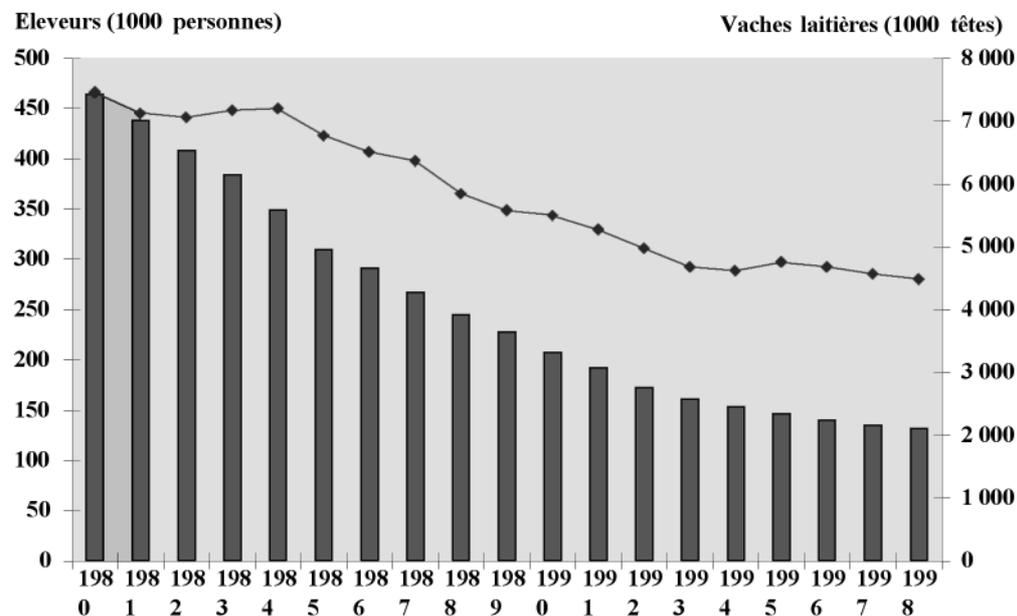
Graphique 4. Evolution du volume du lait collecté (tous laits confondus)



Source : basé sur les statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Cette décroissance observée au niveau du nombre et de la capacité de collecte de lait des établissements laitiers a un fort lien avec les activités du secteur d'élevage. Les retombées des changements qui se sont déroulés au niveau de la collecte étaient avant tout une chute importante du volume de lait collecté, du nombre des vaches laitières ainsi que du nombre d'éleveurs fournisseurs du lait.

Graphique 5. Evolution de la structure de l'offre du lait



Source : basé sur les statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Nous observons ainsi un fort mouvement de concentration dans le secteur de l'élevage laitier. Le nombre des exploitations avec moins de 40 vaches laitières décroît constamment alors que le nombre des exploitations possédant plus de 100 vaches s'accroît régulièrement. Plus de la moitié du cheptel national appartient aux exploitations de plus de 40 vaches.

Le résultat immédiat de cette évolution est évidemment la baisse du nombre des exploitations qui fournissent du lait à l'industrie de la transformation laitière. Bien sûr le volume total du lait délivré décroît également à un rythme conséquent.

III – Changements structurels de l'industrie laitière

1. Aperçu général

A. Au niveau des établissements

L'instauration des quotas laitiers a créé un processus de concentration sans précédent dans l'industrie de la transformation laitière. En examinant les statistiques sur les unités de production industrielle⁷, nous constatons que la taille moyenne de l'établissement industriel a fortement augmenté alors que le nombre de petites unités de production a baissé d'une manière spectaculaire.

Effectivement, les grandes entreprises ont, de plus en plus, tendance à investir dans la construction de grandes usines à grande échelle, comprenant plusieurs ateliers en leur sein, chacun de ces ateliers étant spécialisé dans la production d'un produit différent, tous bien sûr, contrôlés automatiquement. Cette organisation industrielle aide à mieux gérer la chaîne de valeur et à rationaliser la production, le stockage ainsi que les transports. Elle aide, par ailleurs, à optimiser les capacités de production.

Dans le segment du lait de consommation, la production annuelle des petits établissements avec une capacité annuelle de moins de 30 millions de litres de lait traités, a reculé de 80 % entre 1983 et 1997 (tableau 4). Par contre, les grands établissements avec une capacité annuelle de plus de 75 millions de litres de lait traités, ont accru leur production par trois fois, une progression qui leur a permis de réaliser d'importantes économies d'échelle.

Il faut toutefois remarquer une contradiction dans l'analyse comparative des données sur les entreprises et celles concernant les établissements. Au niveau des entreprises, il est à remarquer que les PME ont une structure dynamique et une tendance positive alors que du côté des établissements industriels, nous témoignons une forte concentration de la capacité de production entre les mains des grands établissements avec une disparition quasi-complète des petits établissements par application des programmes de rationalisation et de restructuration.

Près des deux tiers des établissements producteurs du beurre (tableau 5) avec une capacité annuelle de production de moins de 15 000 tonnes ont disparu alors que le nombre de très grands établissements est resté à son niveau de 1983. Un regard sur les volumes produits par les établissements de différentes tailles indique combien était dramatique la chute dans le volume de beurre produit par les petits établissements et/ou par ceux de taille moyenne. Il est évident que l'objectif fixé par l'ensemble des entreprises de ce segment est, avant tout, d'atteindre les économies d'échelle.

A l'instar des autres sous-secteurs, la production de fromages s'est également concentrée d'une façon importante pendant la période étudiée (tableau 6). Cependant, la quête des économies d'échelle était encore plus accentuée dans le secteur des fromages que ceux du beurre ou du lait de consommation. Les grandes entreprises fromagères (Lactalis, Bongrain, Bel), mais également Entremont et les coopératives de taille moyenne, ont considérablement influé sur l'augmentation des volumes produits.

Tableau 4. La répartition des établissements selon l'importance de la production annuelle de laits liquides

Tailles des établissements 1 000 litres par an de produits obtenus)	Production annuelle (1000 litres)*			Indice de croissance pour 1997 1983=100	Nombre d'établissements*		
	1983	1990	1997**		1983	1990	1997
1 000 et moins	38 683	14 665	5 698	15	693	637	30
1 000 to 10 000	311 775	173 793	49 527	16	79	73	13
10 000 to 30 000	878 688	270 944	110 559	13	47	40	5
30 000 to 50 000	669 360	343 927	279 049	42	18	18	7
50 000 to 75 000	991 932	539 859	678 468	68	16	15	11
Plus de 75 000	799 380	2 486 085	2 818 662	353	9	13	19
Total	3 689 818	3 829 273	3 941 963	107	861	794	85

* Moyennes de trois ans, ** Laits liquides conditionnés, avec des séries statistiques différentes
Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Tableau 5. La répartition des établissements selon l'importance de la production annuelle de beurre

Tailles des établissements (tonnes par an de beurre obtenu)	Production annuelle (tonnes)*			Indice de croissance pour 1997 1983=100	Nombre d'établissements*			Indice de croissance pour 1997 1983=100
	1983	1990	1997		1983	1990	1997	
10 et moins	1 645	788	418	25	407	243	122	30
10-100	8 504	4 138	2 697	32	293	145	91	31
100-1 000	34 876	17 340	13 887	40	95	41	30	31
1 000-5 000	152 985	90 114	48 655	32	59	38	21	35
5 000-15 000	184 185	150 444	91 482	50	24	19	11	46
15 000 et plus	192 660	167 267	231 193	120	9	8	9	100
Total	574 854	430 091	388 331	68	886	494	284	32

* Moyennes de trois ans
Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"-<http://www.cidil.fr>.

Tableau 6. La répartition des établissements selon l'importance de la production annuelle de fromages au lait de vache*

Tailles des établissements (tonnes par an de produits obtenus)	Production annuelle (tonnes)*			Indice de croissance pour 1997 1983=100	Nombre d'établissements*			Indice de croissance pour 1997 1983=100
	1983	1990	1997		1983	1990	1997	
10 et moins	193	168	70	36	38	28	14	37
10-25	1 243	673	453	36	74	34	25	34
25-50	4 925	2 898	1 365	28	132	69	37	28
50-100	23 364	13 183	4 989	21	307	150	66	22
100-200	41 530	31 686	19 739	48	303	213	132	44
200-500	60 687	57 195	50 006	82	195	174	157	81
500-1 000	67 909	52 276	43 625	64	92	75	62	67
1 000-2 000	100 418	65 688	72 331	72	71	43	50	70
2.000-4.000	173 196	140 694	110 189	64	61	51	39	64
4.000-6.000	192 856	158 014	112 557	58	40	30	23	59
6.000-10.000	236 704	232 279	190 060	80	31	29	24	78
10 000 et plus	254 643	580 465	926 416	364	14	34	41	293
Total	1 157 669	1 335 220	1 531 800	132	1 356	930	671	49

* Fromages fondus sont exclus, ** Moyennes de trois ans
Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Tableau 7. La répartition des établissements selon l'importance de la production annuelle de lait en poudre conditionné

Tailles des établissements (tonnes par an de produits obtenus)	Production annuelle (tonnes)*				Indice de croissance pour 1997 1983=100	Nombre d'établissements*			Indice de croissance pour 1997 1983=100	
	1983**	1990**	1993**	1997***		1983**	1990**	1993**	1997***	1983=100
1 000 et moins	8 755	6 980	6 338	435	72	26	16	17	3	64
1 000- 5 000	82 726	64 579	54 768	9 108	66	33	23	20	3	61
5 000 - 20 000	321 322	260 818	245 561	140 657	76	32	27	22	9	69
Plus de 20 000	323 476	128 337	271 882	-	84	12	6	2	2	17
Total	736 279	460 714	578 549	150 200	79	103	72	61	17	59

* Moyennes de trois ans, ** Lait en poudre écrémé, *** Lait en poudre conditionné

Source : composé à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Pour ce qui concerne la production du lait en poudre (tableau 8), nous observons une préférence de la part des établissements laitiers à se spécialiser dans la production des caséines et caséinates qui sont de plus en plus demandées par d'autres industries (alimentaires et non alimentaires) en tant qu'ingrédients industriels. Ainsi, une substitution s'opère à l'intérieur du secteur qui accentue la chute des volumes produits de lait en poudre.

B. Au niveau de l'entreprise

Le nombre d'entreprises laitières de plus de 10 employés a baissé à un taux annuel moyen de 1,8 % entre 1983 et 1997⁸. Pendant la même période, l'effectif total a baissé à un taux moyen annuel de 2,7 % alors que les ventes totales ont augmenté à un taux annuel moyen de 2,1 % et la valeur ajoutée brute, de 1,8 %.

Tableau 8. Indices de croissance des entreprises de l'industrie laitière réparties selon leur taille

Indices de croissance pour 1997 (1983 = 100)	Tailles des entreprises (nombre d'employés salariés)						Total
	10-19	20-49	50-99	100-199	200-499	500 +	
Nombre d'entreprises	94	73	70	90	67	58	78
Effectif salarié	99	76	71	95	64	60	68
Ventes totales	114	156	103	213	118	123	133
Valeur Ajoutée Brute	155	139	114	158	122	124	129

Source : composé à partir des données présentées dans l'Annexe I.

Un processus de rationalisation et de restructuration général a secoué l'ensemble des entreprises en changeant profondément leurs structures industrielle et organisationnelle. Le changement le plus radical concernait la baisse des effectifs et a touché les entreprises de plus de 200 employés. Dans cette classe d'entreprises, plus d'un tiers ont disparu pendant la période étudiée alors que leur effectif total a baissé de 40 %. Cependant, cette rationalisation a eu des effets positifs sur les ventes totales et les valeurs ajoutées brutes.

Les entreprises de moins de 200 employés, et plus particulièrement celles de moins de 50 employés, semblent mieux résister à cette crise économique généralisée et aux changements qui se sont déroulés dans le secteur laitier. Nous remarquons qu'au niveau des ventes totales et de la valeur ajoutée brute, les indices de croissance qu'elles affichent sont presque meilleurs que ceux des entreprises de tailles moyenne et grande. Par ailleurs, la chute dans leur nombre ainsi que dans l'effectif salarié est moins dramatique. Cette tendance semble confirmer l'hypothèse selon laquelle les PME, par leur flexibilité et leur réactivité au marché, sont mieux armées face aux changements sociaux, économiques et politiques.

Une explication plausible, en ce sens, peut être trouvée dans les alliances stratégiques qui lient les PME aux grands groupes de la distribution alimentaire, en leur procurant des avantages compétitifs. La sous-traitance qu'elles réalisent au bénéfice des grandes enseignes pour les produits MDD leur apportent une demande suffisante pour l'utilisation optimale de leurs capacités de production. Dans d'autres cas, le grand distributeur commercialise les produits de la PME locale pour élargir sa gamme de produits d'une part et pour contrecarrer le pouvoir des marques nationales de l'autre. En effet, les produits AOC, produits de terroir qui ne conviennent pas à des productions à grande échelle, offrent des opportunités en or aux PME locales auprès des grands distributeurs. Les PME fournissent également les grands distributeurs en "premiers prix" sur des produits de consommation de masse.

Cependant, ces alliances stratégiques qui lient les PME aux grandes enseignes n'offrent pas que des avantages aux PME. La menace la plus importante de cette liaison dangereuse pour la petite entreprise est évidemment qu'elle devienne l'otage de la grande enseigne. A la moindre volte-face de la chaîne des supermarchés, l'entreprise risque de se trouver sans client et, ainsi, de périr.

Le mot d'ordre de l'industrie de transformation laitière est devenu la rentabilité économique, au cours de ces vingt dernières années. C'est la rentabilité économique plus que la taille de l'entreprise qui détermine sa survie. En d'autres termes, la rentabilité dépend largement de l'utilisation optimale de la capacité de production de l'unité économique ainsi que d'un contrôle absolu de la structure des coûts de l'entreprise. Ainsi, les établissements industriels dans lesquels l'utilisation optimale de la capacité de production n'a pas été atteinte, pour des raisons de faible approvisionnement en lait cru ou d'une demande insuffisante, ont tous fermé l'un après l'autre. Une majorité de ceux-là appartenait à des coopératives.

C. Les mutations dans la structure des coopératives

En 1983, un cinquième des entreprises laitières étaient des coopératives avec un effectif total qui composait 35 % du total des employés salariés du secteur, 45 % des ventes totales et 37 % de la valeur ajoutée brute de l'industrie laitière. L'instauration des quotas laitiers et les réformes de la PAC ont profondément affecté la structure de l'élevage laitier et des coopératives.

De 1983 à 1997, le nombre total des coopératives a baissé à un taux moyen de 4,3 % par an alors que leur effectif a décliné de 10,5 % par an en moyenne. Les ventes totales ont reculé à un taux moyen annuel de 5,9 % et la valeur ajoutée brute de 7,3 %.

Tableau 9. La part des coopératives dans l'industrie laitière française

Indicateurs	1983			1992			1997		
	Total	Coop	%	Total	Coop	%	Total	Coop	%
Nombre d'entreprises	532	114	21,4	432	97	22,5	415	62	14,9
Effectif	87 633	30 652	35,0	67 406	20 459	30,4	59 414	6 492	10,9
Ventes totales (M FF)	102 687	45 477	44,3	155 856	60 992	39,1	136 922	19 336	14,1
V,A, brute (M FF)	14 710	5 246	35,7	20 518	5 337	26,0	18 921	1 826	9,7

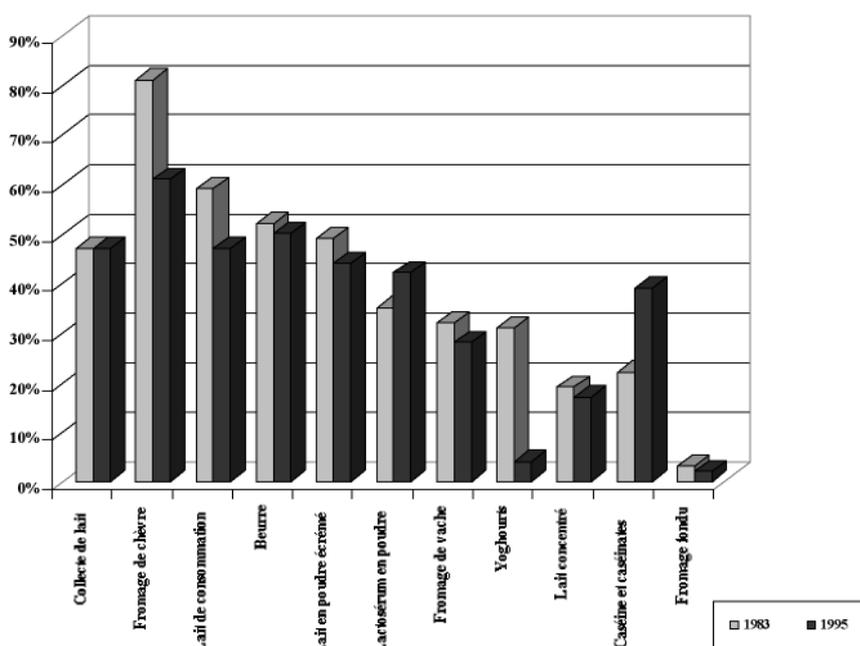
* Entreprises avec plus de 10 employés
Source : Agreste, différentes années.

Face à ces changements économiques et politiques importants, les coopératives laitières ont réagi différemment les unes des autres. La grande majorité, qui avait adopté des stratégies de volume en se spécialisant dans la production du beurre, de lait UHT ou encore de lait en poudre écrémé, a été grandement touchée par l'instauration des quotas laitiers. Les grandes coopératives ont opté pour la croissance externe et l'internationalisation. Le cas de l'ULN est, en ce sens, très révélateur. Elle a agrandi son marché vers l'Europe (Belgique et Espagne) à coups d'acquisitions malgré sa faible situation financière. N'ayant pas pu faire face à ses créanciers, elle s'est vu passer sous la coupole de Bongrain. Ce dernier, à travers le consortium C.L.E., a géré les activités industrielles de l'ULN jusqu'en 1999. Depuis 1999, l'ULN est consolidée par le groupe Bongrain.

La rivalité déjà présente entre coopératives et firmes privées dans la collecte du lait concentrée autour des pôles laitiers, s'est accentuée avec l'introduction des quotas en 1984. Lactalis (Besnier) et Bongrain qui contrôlaient déjà en 1983, 48 % de la collecte nationale à travers leurs usines installées dans l'ouest de la France, notamment en Bretagne, Pays de la Loire et la Basse Normandie, ont augmenté leur part à 70 % en 1997. Cette concentration s'est réalisée, entre autres, par l'acquisition de deux grandes coopératives de l'ouest de la France, l'ULN par Bongrain et Unicolait par Lactalis/Besnier.

Dans les régions à haute production laitière comme la Normandie ou la Bretagne, le secteur privé contrôle plus de la moitié de la collecte régionale du lait. Dans les régions dont la production laitière est moindre, telles que les régions de montagne, le secteur coopératif collecte plus des trois quarts du lait produit et dans certains endroits, 90 % de la collecte régionale. Par exemple, en Rhône-Alpes, les coopératives collectent 69 % de la production régionale et en Franche-Comté, 79 %. Le lait de chèvre et de brebis présente encore des cas spécifiques où des petites coopératives se montrent innovantes et dynamiques avec des performances économiques appréciables. Toutefois, il faut signaler que le secteur privé commence à se montrer attiré par ce segment porteur d'avenir.

Graphique 6. La part des coopératives dans les activités principales de l'industrie laitière⁹ (%)



Source : Lait et produits laitiers, Agreste, IAA, N° 1984 et 1997.

Des coopératives de taille moyenne, dynamiques et innovantes, ont essayé de contourner les obstacles liés à la faiblesse financière provoquée par la structure du capital social en se rassemblant en co-entreprise ou autres types de partenariat. Elles ont fondé des co-filiales, en groupes de deux ou trois coopératives, sous forme de société anonyme. Ce dans le but d'investir davantage et de développer des services de communication et de marketing sans passer par la voie classique et longue de prise de décision par recours aux votes des membres adhérents. Ainsi, elles ont pu développer des partenariats et des alliances stratégiques pour garder leur indépendance sans pour autant sacrifier les intérêts de leurs membres adhérents. Ces alliances stratégiques, leur apportent des liens forts avec les firmes de l'aval de la filière, que ce soit dans le secteur de la distribution ou de la transformation industrielle.

IV – Le poids de l'industrie laitière française sur les marchés internationaux

La saturation de la demande européenne et le rétrécissement du marché intérieur ainsi que l'instauration des quotas laitiers ont été des vecteurs de changement qui ont exercé une pression sans précédent sur les firmes industrielles dans leur mouvement d'expansion géographique. Nous remarquons que les entreprises leaders du secteur mais également certaines PME se sont internationalisées par des investissements réalisés à l'étranger. Par ailleurs, le commerce extérieur de la filière, sans perdre de son intensité et de son volume global, a subi des changements quant à sa composition et se muant davantage vers l'exportation des produits à haute valeur ajoutée.

1. L'expansion géographique des entreprises de l'industrie laitière

Les firmes leaders de l'industrie laitière ont élargi leurs marchés d'une manière spectaculaire pendant ces deux décennies. Les années 1980 ont été marquées par la préparation du Marché unique de 1992 ; alors une européanisation s'est faite fortement sentir dans les stratégies de croissance externe déployées par les leaders. Nous pouvons affirmer que cette expansion a été davantage accentuée dans le secteur laitier que dans les autres secteurs de l'agro-industrie.

La dernière décennie est celle de la mondialisation, où les grandes entreprises ont investi en partenariat, ou en acquisition des entreprises de l'Amérique Latine, de l'Extrême-Orient, des P.E.C.O. et depuis trois dernières années des pays du pourtour méditerranéen. Cette internationalisation est accompagnée des investissements accrus en R&D, innovation/produit, nouvelles technologies ainsi qu'en publicité/promotion. L'ensemble de ces investissements sont conçus, avant tout, dans un esprit de globalisation.

Tableau 10. Evolution des firmes leaders de l'industrie laitière française

Firmes	Statut juridique	Ventes (lait et dérivés) (millions de FF)		Lait collecté (France) (millions de litres)	
		1998	1984	1998	1984
Lactalis (ex Besnier)	Privée	30 000	8 000	6 000	2 450
Sodiaal	Coop.	18 146	-	2 500*	-
CLE (Ex-ULN)	Ex-coop.	12 104	12 400	1 430*	2 820
Bongrain	Privée	12 357	5 100	1 200**	760
Bel	Privée	9 465	4 500	n.c.	700
Danone (ex-BSN)	Privée	8 096	9 500	767	700
Total des 5 firmes leaders		90 168	39 500	10 697	7 430

Notes : * : données 1997, ** : données 1996

Source : Pour l'année 1984 - L'industrie laitière française ; Pour l'année 1998 - Revue Laitière Française, n° 593, juillet/août 1999.

L'évolution de ces leaders au niveau international peut être analysée à l'aide d'une typologie développée par A. Lambert, sur la base de leur relation à leur matière première, le lait¹⁰ :

- Danone, est le seul groupe multinational multi-produits¹¹ qui a une stratégie basée entièrement sur la mondialisation de ses marques. Leader mondial des produits laitiers frais (yogourts et desserts lactés), il se qualifiait de groupe européen dans les années 1980 et est certainement l'un des groupes mondialisés les plus enviés des années 1990. Il se positionne en tant que leader des produits laitiers frais en France sans augmenter ses parts de marché. Particulièrement sa part dans la collecte du lait cru n'a pas beaucoup changé pendant ces années écoulées. Par contre, au niveau international, il est le premier investisseur dans les pays méditerranéens, de l'Extrême Orient et garde des positions fortes dans certains pays de l'Amérique Latine et les PECO .
- Un autre groupe de firmes est composé des firmes privées, spécialisées dans la production de fromages. Nous pouvons y inclure Lactalis (Besnier), Bongrain et Bel. Ces firmes sont très liées à leur

matière première, le lait, mais font de grands efforts pour innover et se développer dans la fabrication des produits à haute valeur ajoutée. Plus spécialement Bongrain et Lactalis ont su rassembler des fromages de terroir et des fromages AOC qui leur procurent des marges élevées. Elles ont une présence importante dans la collecte de lait cru, une position qu'elles ont améliorée à coups d'acquisitions au cours de ces deux décennies dans le souci d'élargir leur bassin d'approvisionnement et réaliser d'importantes économies d'échelle.

Au niveau international, leur expansion date surtout des années 1990, où le rétrécissement du marché intérieur les a poussées hors les frontières nationales. Leur présence dans les PECO, l'Amérique latine et l'Asie-Pacifique devient importante. Même au niveau de l'Union Européenne, elles réalisent de nouvelles acquisitions et des partenariats pour s'asseoir sur des positions de marché plus confortables. Bel est plus discret que les deux autres leaders au niveau international. Elle est par ailleurs fortement concurrencée par Lactalis et Bongrain, sur les marchés d'exportation du Moyen-Orient, sur le segment où il est leader mondial, le fromage fondu.

- Les coopératives laitières forment le troisième groupe stratégique. Parmi les leaders, il ne reste que Sodiaal, puisque l'U.L.N., après ses déboires financiers, est passée sous le giron de Bongrain au début des années 1990. Sodiaal, qui a remplacé Sodima en 1990 regroupe 7 coopératives (Sully, Elnor, Est-Lait, Ucalm, Riches-Monts, Orlac et Tempé-Lait) qui ont décidé de mettre en commun leurs appareils productifs et leurs moyens marketing.

Sodiaal continue son expansion géographique, déjà très avancée dans les années 1970 et 1980, basée sur la stratégie de franchisées. En Europe, elle consolide sa position sur les nouveaux marchés par des participations majoritaires¹². En dehors de l'Union Européenne, nous découvrons la marque Yoplait dans le monde grâce à ses franchisés. Aux Etats-Unis d'Amérique¹³, il a récemment détrôné Danone sur le segment des produits laitiers frais avec 30,7 % des parts de marché contre 26,2 % pour les yogourts Danone. Ses derniers partenariats en date sont réalisés en Tunisie et en Chine.

Nous pensons qu'il faut également inclure 3A Alliance Agro-Alimentaire, Laïta SA filiale commune de trois grandes coopératives (La Cana, Coopagri-Landernau et Groupe Even), parmi les leaders qui sont en train de s'épandre en dehors de leur marché national grâce aux partenariats.

Tableau 11. La présence mondiale des firmes leaders de l'industrie laitière française

Pays	1985	1998
AFRIQUE		
Côte d'Ivoire	Danone	Danone, Sodiaal
Sénégal	Sodiaal	Sodiaal
AMERIQUE DU NORD		
Etats-Unis d'Amérique	Danone, Bel, Bongrain, ULN, Besnier (Lactalis), Sodiaal	Danone, Bel, Bongrain, Lactalis, Sodiaal
Canada	Sodiaal	Danone, Sodiaal
AMERIQUE LATINE		
Argentine	Sodiaal	Danone, Bongrain, Sodiaal
Brésil	Danone, Bongrain, Sodiaal	Danone, Bongrain, Sodiaal
Chili	Sodiaal	Sodiaal
Colombie	-	Sodiaal
Costa Rica	Sodiaal	Sodiaal
Guatemala	Sodiaal	Sodiaal
Guyane	-	Sodiaal
Honduras	Sodiaal	Sodiaal
Martinique	Sodiaal	Sodiaal
Mexique	Danone	Danone
Nicaragua	Sodiaal	Sodiaal
Peurto Rico	Sodiaal	Sodiaal
San Salvador	Sodiaal	Sodiaal
Trinidad	Sodiaal	Sodiaal
Uruguay	-	Bongrain
Venezuela	Sodiaal	Sodiaal
ASIE-PACIFIQUE		
Australie	-	Bongrain
Chine	-	Danone, Sodiaal
Corée du Sud	Sodiaal	Sodiaal
Japon	Danone, Sodiaal	Danone, Bongrain, Sodiaal
Nouvelle Calédonie	Sodiaal	Sodiaal
Nouvelle Zélande	Sodiaal	Sodiaal
Singapour	-	Danone
Tahiti	Sodiaal	Sodiaal
Thaïlande	-	Sodiaal
EUROPE OCCIDENTALE		
Allemagne	Bongrain, Bel, Danone	Sodiaal, Lactalis, Bongrain, Bel, Danone
Autriche	Bongrain, Danone	Bongrain, Danone
Belgique	Sodiaal, Bongrain, Bel, Danone	Sodiaal, Lactalis, CLE (ULN), Bongrain, Bel, Danone
Espagne	Sodiaal, Besnier (Lactalis), Bongrain, Bel, Danone	Sodiaal, Lactalis, CLE (ULN), Bongrain, Bel, Danone
Finlande	-	Sodiaal
Grèce	Sodiaal	Sodiaal, Danone
Grande Bretagne	U.L.N., Bongrain, Bel	Sodiaal, Bongrain, Bel
Irlande	Sodiaal	Sodiaal
Italie	Bongrain, Danone	Sodiaal, Lactalis, Bongrain, Bel, Danone
Luxembourg	Sodiaal	Sodiaal, Lactalis
Pays-Bas	Bongrain, Bel, Danone	Bongrain, Bel, Danone
Portugal	Sodiaal	Sodiaal, Lactalis, Bel, Danone
Suisse	Sodiaal, Bongrain, Bel	Sodiaal, Bongrain, Bel
Suède	Bel	Sodiaal, Bel
MEDITERRANEE		
Maroc	Sodiaal	Sodiaal, Bel, Danone
Egypte	U.L.N.	Sodiaal
Tunisie	-	Sodiaal, Lactalis, Danone
Algérie	-	Lactalis
Chypre	-	Bel
Israël	-	Danone
Turquie	-	Danone
P.E.C.O.		
Pologne	-	Danone, Lactalis, Sodiaal, Bongrain
Russie	-	Danone
République Tchèque	-	Danone, Sodiaal, Bongrain
Hongrie	-	Danone, Bongrain
Bulgarie	-	Danone
Ukraine	-	Lactalis

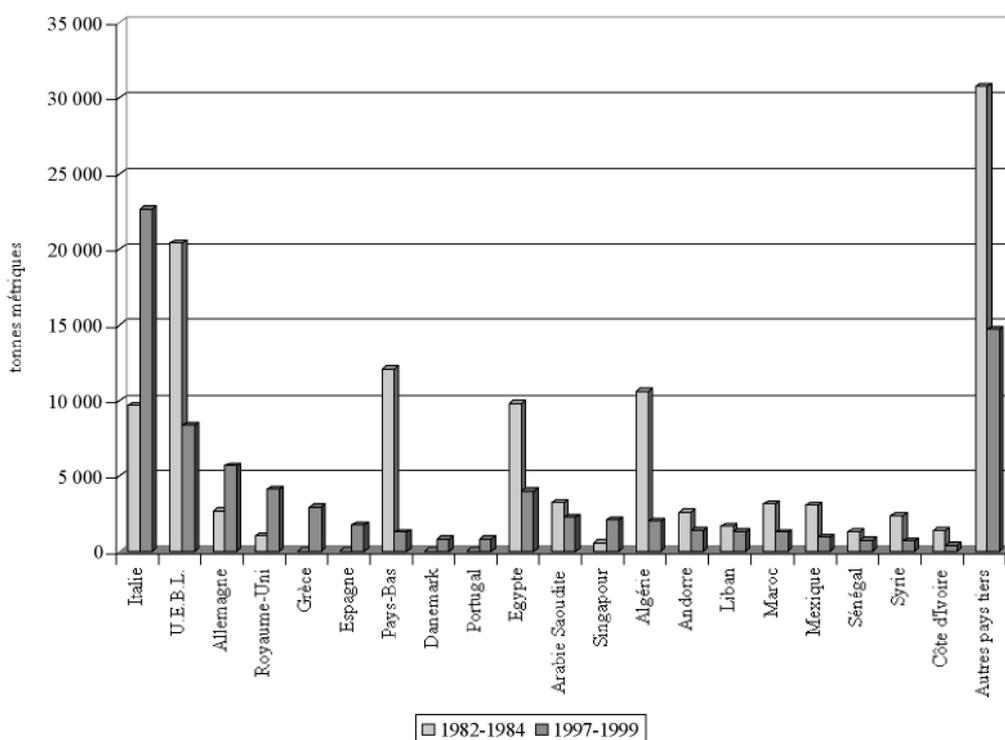
Source : préparé par nos soins, à partir d'Agrodata 2000.

L'internationalisation des firmes leaders ne semble pas entraver le commerce extérieur de la France dans le domaine du lait et des produits laitiers. La France continue à avoir une position forte au niveau des exportations mondiales bien que la composition même de ces exportations semble être bien modifiée pendant ces deux dernières décennies.

2. Le commerce extérieur

La France, avec les pays de Nord de l'Europe, les Etats-Unis, l'Australie et la Nouvelle Zélande, est un des pays excédentaires du lait et des produits laitiers. La balance commerciale de la filière laitière est positive depuis de longues décennies et la composition de ses exportations va de plus en plus vers la valorisation des produits élaborés à haute valeur ajoutée. Ainsi nous remarquons que les glaces de consommation, les yogourts, les préparations alimentaires à base de lait, les laits aromatisés affichent des taux de croissance annuel moyen de plus de 10 % pour ce qui concerne les exportations en volume de 1980 à 1999¹⁴. Pendant la même période, les exportations en volume des aliments d'allaitement, les laits concentrés, le lait écrémé en poudre, le beurre et autres matières grasses à base de lait ont accusé des baisses importantes¹⁵.

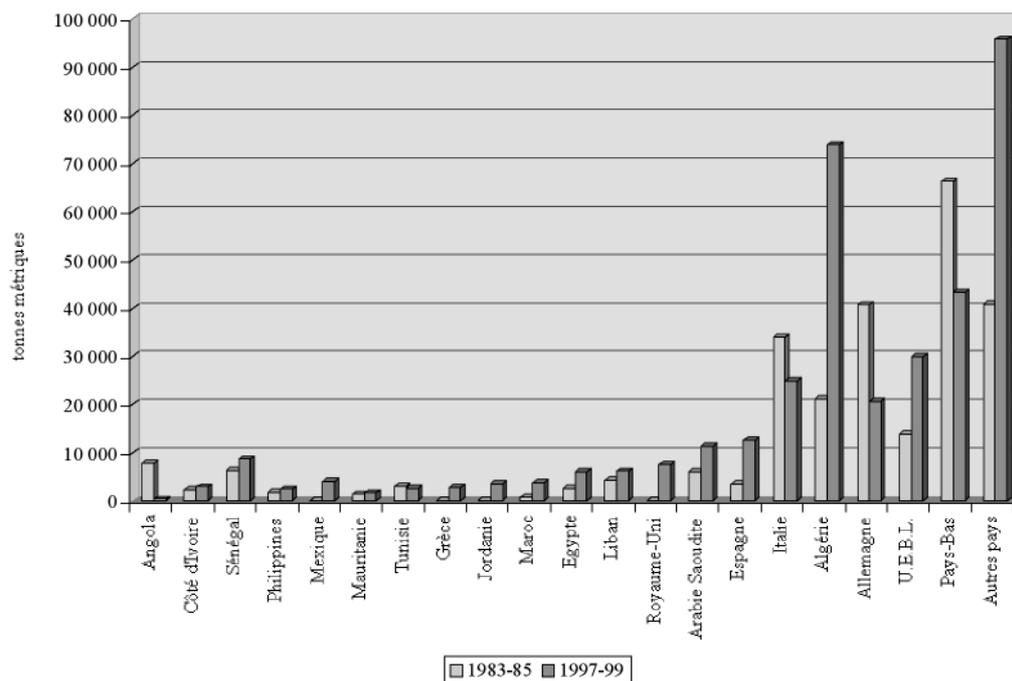
Graphique 7. Les principales destinations des exportations françaises de beurre*



Source : Construit à partir des données de l'Annexe 5.

Les exportations française de beurre qui étaient près de 160 mille tonnes au début des années 1980 ont chuté à un peu plus de 100 000 tonnes au début des années de 1990 et à 80 mille tonnes en 1999. Ce changement résulte de l'application des quotas laitiers et de la décision des entreprises coopératives de réorganiser leur production autour des produits à haute valeur ajoutée. L'Italie parmi les pays de l'Union Européenne et l'Egypte, l'Arabie Saoudite et l'Algérie parmi les pays tiers méditerranéens forment la demande la plus importante pour le beurre français.

Graphique 8. Les principales destinations des exportations françaises de laits secs



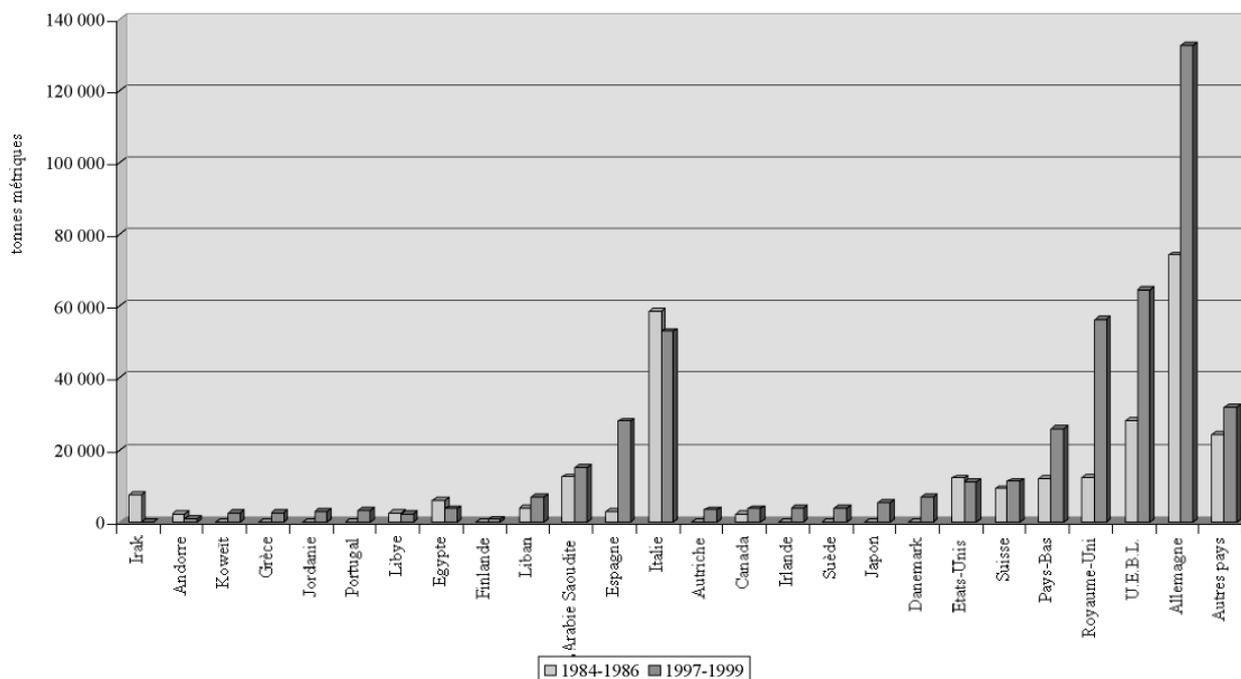
Source : Construit à partir des données de l'Annexe 6.

Nous constatons une évolution quelque peu différente pour les exportations françaises des laits secs (laits en poudre entier, semi-écrémé et écrémé, caséines et caséinates). Alors que les exportations vers les pays de l'Union Européenne ont accusé des chutes importantes pendant la période allant de 1983 à 1999, les produits vendus aux pays tiers ont augmenté en volume. Par exemple, l'Italie qui a importé 82 mille tonnes de laits secs de France au début des années 1980 a baissé ses achats à près de 25 mille tonnes à la fin des années 1990. La raison principale est bien sûr la décision italienne de chercher du lait pasteurisé sur le marché allemand et même l'Europe centrale. Les autres pays de l'Union ont vu leurs importations en provenance de la France augmenter en quantité variable.

Par contre, les exportations françaises de laits secs vers l'Algérie et en moindre degré vers l'Arabie Saoudite ont augmenté de manière importante. L'Algérie qui a fondé son industrie sur les importations de matière première est en fait tributaire des exportations des pays producteurs du lait, plus particulièrement des pays de l'Union Européenne.

Les augmentations les plus importantes sont observées dans les exportations françaises des fromages, toutes catégories confondues. Les changements dans l'organisation industrielle des entreprises laitières ont effectivement eu des retombées directes sur le commerce extérieur du pays et se sont reflétés sur la composition des exportations. Le total des pays de l'Union européenne avec l'Allemagne, le Belgique et le Luxembourg ainsi que le Royaume-Uni en tête de peloton, mais également l'Arabie Saoudite, la Suisse et les Etats-Unis parmi les pays tiers ont fortement augmenté leurs importations en provenance de la France.

Graphique 9. Les principales destinations des exportations françaises de fromages



Source : Construit à partir des données de l'Annexe 7.

Ces constats concernant quelques produits laitiers d'exportation nous conduisent à conclure qu'il y a une dualité qui commence à se dessiner au niveau du commerce international de la filière. Des produits à haute valeur ajoutée et avec des évolutions à venir en augmentation seront de plus en plus destinés vers les pays à haut pouvoir d'achat alors que les produits de consommation de masse ou ceux qui seront des matières premières pour les industries locales comme le lait en poudre ou le beurre seront destinés aux pays dont le pouvoir d'achat restera à des niveaux peu suffisants. Si les pays producteurs comme la France décident de concentrer leurs productions de plus en plus vers les produits à haute valeur ajoutée, les pays démunis auront chaque jour davantage de difficulté à faire fonctionner leurs industries faute de matière première suffisante et de nourrir leurs populations, faute de produits alimentaires nutritifs.

Un dilemme qui nous porte à la réflexion.

Notes

1. Voir Annexe 1 sur l'évolution du commerce de détail alimentaire depuis 1970.
2. Eymard, I. : "De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes" in INSEE Première, n°636, mars 1999.
3. Idem.
4. La loi Raffalin de 5 juillet 1996 : l'ouverture d'un nouveau magasin avec une surface supérieure à 300 m² ainsi que l'extension d'une surface existante sont soumises à l'approbation des autorités légales.
5. Les données de Cidil/Nielsen pour 1995/1996 citées dans Revue Laitière Française, n°574, septembre 1997, "MDD : un développement stratégique".
6. Idem.
7. Le total sur les établissements de l'industrie laitière comprend les établissements avec moins de 10 salariés qui ne sont pas couverts par les enquêtes du Ministère de l'Agriculture mais qui comprend, en réalité, un grand nombre d'entreprises.
8. Nous nous limitons, dans cette étude, à l'année 1997 à cause de changement de méthodes de recensement de l'enquête. Effectivement, à partir de 1998, l'enquête annuelle d'entreprises sur les IAA du Ministère de l'Agriculture couvre uniquement les entreprises avec un effectif de plus de 20 employés, ce qui fausse considérablement les comparaisons dans le temps.

9. La confusion que créait le grand nombre de partenariats, fusions, création de co-entreprises et/ou de filiales communes réalisés entre les coopératives et les firmes privées, a conduit le Ministère de l'Agriculture, à décider en 1996, de ne plus publier des tableaux comparatifs des firmes privées et les coopératives. Pour cette raison, nos statistiques s'arrêtent en 1995.
10. Typologie développée par ENITIAA, Annie LAMBERT, Les industries laitières françaises : agro-industries et/ou industries alimentaires ? Modalités de développement et structuration des entreprises, ENITIAA, Nantes, 1995.
11. Entreprise multi-produits.
12. Sauf en Irlande où son partenariat de franchising avec Avenmore Foods (devenu Glanbia) date des années 1970.
13. Le franchisé de Sodiaal aux Etats-Unis d'Amérique est General Mills.
14. Cf. l'annexes 3.
15. Idem.

Références

Livres et articles :

- **Albert P. & all.** (1992).- *L'Industrie Laitière Française : modèles d'entreprises et formes de concurrence/coordination inter-firmes.*-Working paper, ENSSAA, Département d'Economie.
- **Berthier C. and all.** (1999).- Le commerce en 1998.- In : *INSEE Première*, Avril 1999, n°639.
- **Bouquery J.M., Renault C.** (1996).- *Les Industries Agro-Alimentaires : Enjeux, perspectives et stratégies des acteurs.*- Les Echos, Paris.
- **Broussole C.** (1986).- Investissement, concurrence et emploi dans l'industrie laitière.- In : *Revue Economique Industrielle*, n°37.
- **Cloarec N.** (1996).- Formes de vente et conquête de marchés.- In : *INSEE Première*, mars 1996, n°437.
- **Deshayes G.** (1992).- *La mutation exemplaire d'une entreprise co-opérative : L'Union Laitière Normandes.*- Ed. Skippers, Paris.
- **Durup de Baleine R.** (1986).- L'Industrie Laitière Française .- In : *Information Agricole*, mars 1986, n°577.
- **Eymard I.** (1999).- De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes.- In : *INSEE Première*, mars 1999, n°636.
- **Eurostaf** (1996).- *Producteurs et distributeurs alimentaires face à l'enjeu des marques.*- Eurostaf, Paris.
- **Foucault M.** (1998).- Restructuration de l'industrie laitière en 1997.- In : *AGIA Alimentation*, 23/04/1998, n°1563.
- **Foucault M.** (1999).- Relance des restructurations dans l'industrie laitière européenne.- In : *AGIA Alimentation*, 18/03/1999, n°1604.
- **Lambert A.** (1995).- *Les industries laitières françaises : agro-industries et/ou industries alimentaires ? Modalités de développement et structuration des entreprises.*- ENITIAA, Nantes.
- **Phillipot J.B.** (1989).- *Stratégies des Entreprises Laitières et Quotas : le cas de l'Ouest de la France.*- Labo. d'Etudes et de Programmation de l'Economie des Pays de la Loire, Nantes, 140 p.
- **Schmitt B.**(coord.) (1992).- *Les Exploitations Laitières en France depuis les Quotas.*- Agreste, Analyse et Etudes, 19 octobre 1992.
- **Tozanli S., Gilpin J.** (ed.) (1997).- *A case study of structural change : the EU Dairy Industry.*- Reading University, 230 p.

Sources statistiques :

- Enquête annuelle d'entreprise, AGRESTE, Données chiffrées en IAA, Chronological series from 1980 to 1998.
- Enquête annuelle d'entreprise : co-opération agricole, AGRESTE, Données chiffrées en IAA, Chronological series from 1980 to 1998.
- Lait et Produits Laitiers, AGRESTE, Données chiffrées en IAA, Chronological series from 1980 to 1998.
- Rapports annuels : Bongrain, Danone, Fromageries Bel, Lactalis, Sodiaal.
- Les 50 Premières Entreprises, Revue Laitière Française (from 1989 to 1998).

Périodiques spécialisées :

- *AGIA Alimentation*
- *Revue Laitière Française*
- *FNIL*
- *Eurofood*

Annexe 1. Les parts de marché de différents commerces de détail dans les ventes totales des produits alimentaires

Détaillant	1970	1980	1994	1998
Hypermarchés (2500 m_ et plus)	3.6	14.3	30.5	34.1
Supermarchés (400-2500 m_)	9.0	16.8	28.6	28.3
Autres	20.7	13.7	4.8	1.2
Grandes surfaces	33.3	44.8	63.9	63.6
Epicerie traditionnelles	20.4	12.5	7.1	9.8
Magasins spécialisés (boulangeries, boucheries. ...)	40.7	36.0	23.2	18.5
Autres (y compris vente par correspondance et commerce électronique)	0.6	0.7	0.3	4.2
Petites et moyennes surfaces	61.7	49.2	30.6	32.5
Autres formes de commerce	5.0	6.0	5.5	3.9
Ventes totales	100.0	100.0	100.0	100.0

Source : Cloarec, N. "Formes de vente et conquête de marchés" in INSEE Première, n°437, mars 1996
 Berthier, C. and all. "Le commerce en 1998" in INSEE Première, n°639, avril 1999.

Annexe 2. La structure de l'industrie laitière française entre 1983 et 1997

	Taille des firmes (nombre de l'effectif salarié)											
	10-19			20-49			50-99			100-199		
	1983	1990	1997	1983	1990	1997	1983	1990	1997	1983	1990	1997
Nombre d'entreprises	116	112	109	178	139	130	71	72	50	77	69	69
Employés	1 668	1 755	1 656	5 958	4 502	4 507	5 300	5 490	3 781	11 086	10 034	10 482
Chiffre d'Affaires	2 666	3 126	3 050	6 707	9 771	10 433	7 030	14 730	7 215	12 437	27 899	26 437
Valeur Ajoutée Brute	253	358	391	882	1 125	1 229	842	1 343	957	1 733	2 415	2 738

Annexe 2. suite

	Taille des firmes (nombre de l'effectif salarié)								
	200-499			500 + Industrie laitière					
	1983	1990	1997	1983	1990	1997	1983	1990	1997
Nombre d'entreprises	54	40	36	36	31	21	532	463	415
Employés	18 444	13 062	11 892	45 177	37 089	27 096	87 633	71 932	59 414
Chiffre d'Affaires	24 846	29 658	29 412	49 002	68 951	60 376	102 687	154 135	136 922
Valeur Ajoutée Brute	3 017	3 179	3 687	7 984	9 998	9 919	14 710	18 418	18 921

Source : basée sur les données d'Agreste.

Annexe 3. Les exportations du lait et des produits laitiers de la France entre 1980 et 1999

Produits/Destinations (tonnes métriques)	1980-1982			1989-1991			1998-1999			Taux de croissance moyen annuel (%)		
	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers
Préparations alimentaires	-	-	-	98 625	71 117	27 508	162 382	99 710	62 672	28,9	38,2	23,9
Composants naturels du lait	-	-	-	2 530	2 430	100	31 489	21 815	9 674	25,2	22,9	54,6
Glaces de consommation	1 997	1 216	780	11 782	9 931	1 851	65 704	56 974	8 731	18,4	20,2	12,7
Yaourts	8 467	7 698	769	45 697	40 664	5 033	109 294	108 267	1 028	13,5	13,9	1,5
Babeurre liquide	-	-	-	5 270	5 049	220	51 294	50 501	793	13,3	13,3	14,7
Laits aromatisés	1 227	577	651	2 141	1 160	981	13 769	10 038	3 731	12,7	15,0	9,2
Crème de consommation	19 537	18 376	1 161	52 557	48 749	3 808	127 820	119 044	8 775	9,9	9,8	10,6
Pâtes à tartiner laitières	-	-	-	-	-	-	242	194	49	7,8	5,9	16,9
Poudres de lait diététiques	11 941	3 602	8 339	28 439	5 159	23 280	47 714	9 698	38 016	7,3	5,2	8,0
Lactose, sirop de lactose	6 176	1 675	4 501	12 212	9 256	2 956	17 699	14 757	2 942	5,5	11,5	-2,2
Laits liquides	373 393	312 128	61 265	595 392	490 712	104 680	817 930	763 858	54 072	4,1	4,7	-0,7
Lactosérum en poudre	162 535	145 877	16 659	240 372	227 536	12 837	327 165	268 232	58 933	3,7	3,2	6,6
Fromages	246 148	176 045	70 103	340 377	261 186	79 192	485 319	387 762	97 557	3,6	4,2	1,7
Caséines, caséinates	-	-	-	-	-	-	25 870	24 947	924	2,0	1,9	5,5
Laits secs (Toutes catégories)	29 626	20 125	9 500	31 863	18 824	13 039	36 908	23 417	13 491	1,2	0,8	1,8
Aliments d'allaitement	319 490	159 067	160 423	320 226	176 396	143 830	353 377	119 877	233 500	0,5	-1,5	2,0
Laits concentrés	150 753	148 235	2 518	187 829	185 481	2 348	112 477	107 873	4 605	-1,5	-1,7	3,2
Lait écrémé en poudre vrac	62 773	18 845	43 929	47 056	21 156	25 900	43 286	29 010	14 276	-2,0	2,3	-5,9
M.G.L.A. et Matière Grasse Butyrique	128 560	94 799	33 761	92 762	81 842	10 920	85 292	57 409	27 883	-2,2	-2,6	-1,0
Beurre	64 607	9 338	55 269	51 685	41 527	10 158	30 167	22 301	7 866	-4,0	4,6	-10,3
Beurre + M.G.L.A. + MatièreGrasse Butyrique, en équivalent beurre	95 763	25 709	70 054	46 981	24 419	22 562	39 318	18 202	21 117	-4,7	-1,8	-6,3
Lactosérum liquide	201 086	96 158	104 928	109 003	74 251	34 752	76 122	45 409	30 713	-5,1	-3,9	-6,5
Autres (contenant des produits laitiers)	-	-	-	8 695	8 687	8	2 614	2 596	19	-9,2	-9,3	25,6

Source : composé par nos soins à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait" - <http://www.cidil.fr>.

Annexe 4. Les importations du lait et des produits laitiers de la France entre 1980 et 1999

Produits/Provenances (tonnes métriques)	1980-1982			1989-1991			1998-1999			Taux de croissance moyen annuel (%)		
	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers	Total	U.E.	Pays tiers
Pâtes à tartiner laitières	-	-	-	-	-	-	1 103	1 102	2	53,4	53,4	-
Crème de consommation	379	350	29	24 361	24 251	110	178 446	178 357	89	32,4	32,8	5,8
Composants naturels du lait	-	-	-	1 951	1 778	172	52 868	52 820	48	30,8	31,0	9,5
Préparations alimentaires	-	-	-	126 450	118 843	7 607	159 785	149 587	10 198	27,6	27,2	12,7
Laits concentrés	650	617	34	33 841	33 808	32	100 650	100 630	21	26,5	26,8	-2,7
Aliments d'allaitement	2 853	2 743	110	20 799	20 512	287	59 966	59 842	124	16,0	16,2	0,6
Lactosérum liquide	-	-	-	44 196	43 517	678	76 407	58 652	17 754	14,4	12,4	78,4
Laits aromatisés	2 390	2 359	32	8 470	8 440	30	33 845	33 719	126	13,9	14,0	7,3
Laits liquides	61 892	61 569	323	242 333	241 094	1 239	602 922	602 648	275	12,0	12,0	-0,8
Yaourts	5 112	5 087	25	16 432	16 351	82	40 651	40 577	74	10,9	10,9	5,6
Glaces de consommation	7 242	5 629	1 613	25 421	24 014	1 406	49 179	48 486	693	10,1	11,3	-4,4
Lactosérum en poudre	11 084	10 760	324	21 396	18 890	2 506	48 217	45 999	2 219	7,7	7,6	10,1
Lait écrémé en poudre vrac	14 044	13 600	444	40 942	38 918	2 025	56 380	48 356	8 024	7,3	6,7	15,2
Laits secs (Toutes catégories)	20 995	20 093	902	48 875	45 830	3 044	78 467	69 755	8 712	6,9	6,6	11,9
Caséines, caséinates	5 500	2 313	3 187	20 880	5 774	15 106	16 998	6 889	10 109	5,9	5,7	6,1
Fromages	63 920	53 139	10 780	104 961	94 283	10 678	178 938	161 829	17 109	5,4	5,9	2,4
Beurre	46 404	44 284	2 120	58 855	56 882	1 973	111 891	103 310	8 581	4,6	4,5	7,4
Autres (contenant des produits laitiers)	-	-	-	-	-	-	1 867	1 844	23	4,6	4,9	-6,6
Babeurre liquide	-	-	-	5 817	5 799	18	16 288	15 847	442	3,7	3,6	37,6
Beurre + M.G.L.A. + Matière Grasse Butyrique, en équivalent beurre	73 371	71 085	2 286	86 921	84 790	2 132	133 603	124 912	8 692	3,2	3,0	7,0
Lactose, sirop de lactose	6 271	6 191	80	9 700	9 479	222	11 028	10 727	301	3,0	2,9	7,0
Poudres de lait diététiques	5 374	5 340	35	2 125	1 854	271	8 189	7 886	304	2,2	2,1	11,4
M.G.L.A. et Matière Grasse Butyrique	22 335	22 198	137	23 389	23 256	132	17 797	17 706	91	-1,2	-1,2	-2,2

Source : composé par nos soins à partir des statistiques de CNIEL présentées sur internet "Maison du Lait"- <http://www.cidil.fr>.

Annexe 5. Les principales destinations des exportations françaises de beurre*

Pays/Années	Moyenne 1977-1981 (tonnes)	Moyenne 1982-1984 (tonnes)	Moyenne 1990-1992 (tonnes)	Moyenne 1997-1999 (tonnes)	Indice de croissance 1982-1984=100
TOTAL GENERAL	159 973	140 583	105 832	80 298	57
TOTAL U.E.	29 085	46 250	61 239	48 464	105
Italie	7 342	9 662	12 279	22 664	235
U.E.B.L.	12 413	20 406	18 263	8 348	41
Allemagne	963	2 680	2 224	5 690	212
Royaume-Uni	4 926	1 032	1 593	4 125	400
Grèce	-	-	1 788	2 948	165
Espagne	-	-	702	1 770	252
Pays-Bas	3 292	12 045	24 110	1 257	10
Danemark	-	-	245	821	336
Portugal	-	-	12	813	6 775
Irlande	-	-	31	14	46
Autriche	-	-	-	9	-
Suède	-	-	-	6	-
Finlande	-	-	-	-	-
TOTAL pays tiers	130 888	94 334	44 594	31 834	34
Egypte	11 702	9 777	6 864	4 006	41
Arabie Saoudite	942	3 243	2 268	2 242	69
Singapour	1 421	589	284	2 100	357
Algérie	9 095	10 584	4 903	2 001	19
Andorre	2 914	2 614	2 074	1 408	54
Liban	1 785	1 665	569	1 314	79
Maroc	3 304	3 166	725	1 280	40
Mexique	5 776	3 058	2 259	926	30
Sénégal	3 510	1 329	2 091	735	55
Syrie	3 108	2 385	355	681	29
Côte d'Ivoire	3 496	1 405	776	434	31
Autres pays tiers	42 470	30 751	21 425	14 707	48

* Beurre + M.G. butyrique, en équivalent beurre

Source : L'Economie Laitière En Chiffres, Editions 1986,1987,1995,2000.

Annexe 6. Les principales destinations des exportations françaises de laits secs*

Pays/Années	Moyenne 1977-1981 (tonnes)	Moyenne 1983-1985 (tonnes)	Moyenne 1991-1993 (tonnes)	Moyenne 1997-1999 (tonnes)	Indice de croissance 1983-1985=100
TOTAL GENERAL	327 594	281 538	320 324	367 651	131
TOTAL U.E.	175 712	163 136	144 517	144 377	89
Pays-Bas	58 318	66 344	43 207	43 241	65
U.E.B.L.	7 893	13 841	47 310	29 940	216
Italie	82 131	33 951	30 601	24 945	73
Allemagne	9 863	40 699	13 101	20 659	51
Espagne	14 802	3 580	4 753	12 575	351
Royaume-Uni	-	-	3 213	7 597	236
Grèce	-	-	1 627	2 826	174
TOTAL PAYS TIERS	151 882	118 402	175 806	223 275	189
Algérie	9 656	21 153	82 985	73 854	349
Arabie Saoudite	4 230	6 125	7 392	11 429	187
Sénégal	6 844	6 363	14 222	8 694	137
Liban	4 107	4 366	3 068	6 154	141
Egypte	4 112	2 603	448	6 127	235
Mexique	-	-	747	4 052	543
Maroc	1 301	850	1 384	3 772	444
Jordanie	-	-	1 842	3 523	191
Côte d'Ivoire	3 154	2 345	2 986	2 874	123
Tunisie	6 034	3 037	933	2 496	82
Philippines	1 774	1 750	3 637	2 428	139
Mauritanie	1 448	1 471	1 107	1 747	119
Angola	2 260	7 882	2 530	404	5
Irak	14 914	19 427	-	-	-
Japon	9 357	392	-	-	-
Autres pays tiers	82 691	40 768	52 524	95 722	235

* :Toutes catégories, en l'état, y compris laits diététiques ; écrémé et entier, vrac et conditionné, y compris babeurre en poudre
Source : L'Economie Laitière En Chiffres, Editions 1986,1987,1995,2000.

Annexe 7. Les principales destinations des exportations françaises de fromages*

Pays/Années	Moyenne 1977-1981 (tonnes)	Moyenne 1984-1986 (tonnes)	Moyenne 1990-1992 (tonnes)	Moyenne 1997-1999 (tonnes)	Indice de croissance 1984-1986=100
TOTAL GENERAL	218 824	274 733	363 025	480 922	175
TOTAL U.E.	161 120	192 540	287 490	383 913	199
Allemagne	58 947	74 146	105 079	132 609	179
U.E.B.L.	24 742	28 249	41 392	64 441	228
Royaume-Uni	12 495	12 280	38 863	56 216	458
Italie	52 332	58 476	58 988	52 969	91
Espagne	1 837	2 824	7 913	27 904	988
Pays-Bas	10 756	12 045	16 565	25 848	215
Danemark	-	-	6 615	6 784	103
Suède	-	-	2 278	3 800	167
Irlande	-	-	4 414	3 754	85
Autriche	-	-	1 868	3 233	173
Portugal	-	-	746	3 189	427
Grèce	-	-	2 377	2 410	101
Finlande	-	-	393	756	192
TOTAL pays tiers	55 867	45 083	75 535	97 009	215
Arabie Saoudite	5 025	12 430	14 272	15 223	122
Suisse	8 261	9 257	10 095	11 172	121
Etats-Unis	6 402	12 094	8 664	11 107	92
Liban	2 571	3 755	3 816	6 843	182
Japon	-	-	2 565	5 372	209
Canada	1 910	2 038	2 300	3 557	175
Egypte	2 823	5 938	670	3 553	60
Jordanie	-	-	1 537	2 770	180
Koweït	-	-	1 404	2 362	168
Libye	2 630	2 522	2 777	2 249	89
Andorre	2 051	2 073	2 159	876	42
Irak	2 997	7 600	-	-	-
Maroc	698	230	-	-	-
Tunisie	1 073	26	-	-	-
Syrie	2 700	21	-	-	-
Algérie	722	19	-	-	-
Autres pays tiers	16 004	24 191	25 275	31 926	132

* Toutes catégories, y compris les fromages fondus

Source : L'Economie Laitière En Chiffres, Editions 1986, 1987, 1995, 2000.

