

# Réussir Lait élevage

Numéro  
228

SEPTEMBRE  
2009

7,60 € • ISSN 0995-6492



GÉNÉTIQUE *p. 54*  
**La révolution  
génomique de A à Z**

GUIDE PRATIQUE *p. 101*  
**Toutes les nouveautés  
du Space 2009**

DOSSIER *p. 28-50*

## Quelle France laitière en 2015 ?



**RUE DES ÉLEVEURS**

Etes-vous prêt à assouplir vos horaires de traite? 4

**ACTUALITÉS**

Bilan de santé de la PAC **Les aides à l'herbe et au lait de montagne chiffrées** 6

Entremont **Accord fragilisé pour le prix du lait** 8

Observatoire des prix et des marges

**Des industriels et distributeurs pas tout blancs** 12

**MONDE**

Union européenne **La crise touche de plein fouet les nouveaux États membres** 20

**POLITIQUE LAITIÈRE**

Situation du secteur laitier européen

**La Commission maintient son cap** 22

**VOS RENDEZ-VOUS**

L'interview du mois : J.-F. Verdenal, président d'EDF 10

L'agenda 22

**TECHNIQUE D'ÉLEVAGE**

Progrès génétique **La révolution génomique décryptée de A à Z** 54

Index juin 2009 **Les résultats toutes races** 58

**ALIMENTATION**

Dans le Finistère « **Le lait yoghurt, pas plus de travail qu'avec le DAL...** » 78

Dans le Finistère « **De deux semaines au sevrage, les veaux ont trois litres de lait en poudre par jour** » 80

Pâturage **La qualité de l'herbe d'automne se joue à quitte ou double** 82

**VÉTÉRINAIRE**

Grâce à un logiciel **Calculez précisément le manque à gagner liés aux mammites** 86

**BÂTIMENT**

Logettes et aires d'exercice **Des tapis en caoutchouc pour chouchouter les pieds des vaches** 92

**VOS RENDEZ-VOUS**

Vu par le véto : Deux vaches en diarrhée 90

L'éleveur futé : Un taille-haies équipé d'une scie à colza 96

**GESTION**

Au Gaec de la Nau en Corrèze « **Nous voulons vivre du lait et entretenir le territoire** » 140

Situation financière **Prévoir sa trésorerie** 144

**TRAVAIL**

Dans le Finistère « **Nous arrivons à grouper 70 vélages d'août à octobre** » 148

**MARCHÉS DU LAIT**

Nouveau créneau en vente directe **Le marché des distributeurs de lait en plein remous** 152

Marketing **Les AOC françaises continuent leur conquête des USA** 156

**VOS RENDEZ-VOUS**

Baromètre 158

**DÉCOUVERTE**

En Mayenne **Des fourrages déshydratés avec du biogaz** 160

**DOSSIER**

p.28

## À quoi ressemblera la France laitière en 2015 ?

L'érosion du nombre d'exploitations devrait s'intensifier après 2015 si aucun effort n'est fait pour installer des jeunes. Les contrastes entre les zones de plaine, de polyculture-élevage et de montagne sont en train de s'exacerber.

**GUIDE PRATIQUE****Space 2009**

Toutes les nouveautés

Pages 101 à 139

**À L'ÉTRANGER**

Sur les hauts plateaux tibétains **Au pays des yacks** 162

**VOS RENDEZ-VOUS**

À Poisy au fil des mois : Beau temps pour les moissons 164

Vient de paraître 165

**ÉQUIPEMENT**

Alimentation automatisée **Un robot qui prépare et distribue la ration complète** 166

Récolte des fourrages **l'ensileuse autonome simplifie l'organisation des chantiers** 170

**NOUVEAUTÉS** 176

**VOS RENDEZ-VOUS**

Prise en main : Case IH CS 105 Pro avec chargeur LRZ 120 172

Le tableau du mois : Cent dix-neuf épandeurs d'engrais de 1 000 à 2 000 litres 174

**BULLETIN D'ABONNEMENT**

179

Ce numéro comporte :

- Surcouverture LIMAGRAIN avec onglet de brochage sur 4<sup>e</sup> de couverture

- Encart PFIZER jeté sur surcouverture

- Encart BOHRINGER/BOVIKALC jeté sur surcouverture

- Encart LIMAGRAIN collé sur la page de publicité p. 19

- Encart SOMMET DE L'ÉLEVAGE jeté sur 4<sup>e</sup> de couverture

- Encart AGRIPASS jeté sur 4<sup>e</sup> de couverture

- Encart Sélectif INTERVET jeté sur 4<sup>e</sup> de couverture.

# Les AOC françaises continuent leur conquête des USA

**MARKETING** **French cheese club** promeut aux États-Unis les AOC et spécialités régionales de cinq fromagers français auprès de distributeurs et restaurateurs américains.

**F**rench cheese club est un GIE créé par cinq fromagers français pour mieux exporter leurs fromages de tradition - AOC et autres spécialités - vers les États-Unis. C'est en 2007, que les fromageries Berthaut, Comté Rivoire Jacquemin, Graindorge, Lincet et Etoile du sud décident d'investir en commun dans cette reconquête du marché américain. **French cheese club** cherche à faire connaître et référencer leurs produits dans des boutiques haut de gamme: comté, morbier, époisse, livarot, camembert, chaource, brillat-savarin, saint marcelin, saint félicien, etc.

« Nous exportons déjà vers les États-Unis, mais nous voulons améliorer la consommation de nos fromages dans ce pays, expose Jean-Claude Bertrand, de la société Graindorge. Nous sommes en concurrence avec les Italiens et les Suisses sur le marché des fromages haut de gamme. Il faut déjà que le consommateur voit nos produits en magasin, et que les commerçants et la presse en parlent, pour qu'il soit incité à en acheter. » L'ambition de **French cheese club** est donc de mieux travailler avec ses clients traditionnels; « les aider à mieux vendre, leur donner des outils pour mettre en valeur et mieux faire connaître nos fromages aux consommateurs ». Et l'objectif est aussi de capter de nouveaux distributeurs.

## CONCURRENCE AVEC LES ITALIENS

Cécile Delannes a été embauchée pour être l'ambassadrice de ces fromages. « Elle fait la promotion dans des réseaux existants. En distribution, dans des magasins



**Cécile Delannes, ambassadrice des fromages de French cheese club** aux États-Unis, organise des opérations découvertes des fromages du GIE.

## AUTRE EXPÉRIENCE

### Interval, structure export de treize laiteries

Avec 27 ans d'existence, Interval exporte plus de 2 800 tonnes de fromages et de beurres de spécialité, à destination de l'Amérique du Nord (50 % de l'activité), de l'Union européenne (35 %) et du Japon mais aussi directement ou indirectement vers plus de 50 pays.

Interval est la structure export commune à treize laiteries françaises, spécialisées dans les produits régionaux haut de gamme, comme la fromagerie Dongé (brie de Meaux), les trois comtois (comté, morbier, mont d'or), la fromagerie de la Tournette (beaufort, reblochon), Guilloleau (fromager d'Affinois), Sèvre et Belle (fromages de chèvre, beurre AOC Charentes-Poitou), Echiré (beurre de baratte AOC), Livradois (cantal, saint nectaire), Union jeune montagne (laguiolle)...

spécialisés, et supermarchés dédiés aux produits artisanaux de qualité comme Whole foods market<sup>(1)</sup>. Mais aussi à destination de la restauration. Elle organise des opérations presse avec dégustation. Ainsi que des actions découverte avec des associations », indique Jean-Claude Bertrand.

**French cheese club** est un investissement important: un bureau aux USA, une salariée, des produits gratuits pour les opérations de promotion, des salons professionnels... Pour l'instant, le GIE ne mesure pas de retour de son investissement. « On ne constate pas de hausse de nos ventes. Il y a un effet crise non négligeable qui biaise les résultats de nos efforts marketing. Et le taux de change euro/dollar joue aussi en notre défaveur. Peut-être que si nous n'avions rien fait nos ventes auraient baissé. »

## UN GROS INVESTISSEMENT

L'export est un enjeu en termes de diversification du portefeuille clients. Pour l'instant, seuls les États-Unis sont visés. « S'il y a des retombées, on investira peut-être sur d'autres pays. Nous avons choisi les États-Unis pour son potentiel de consommation: taille de la population, pouvoir d'achat. »

Cécile Delannes ajoute que « les fromages connaissent le même engouement que le vin il y a une vingtaine d'années. Les gour-

mets américains découvrent nos « terroirs fromagers ». Ils sont très intéressés par l'histoire du produit et friands de photos du fromager, du fermier et de la vache. Le développement des fromages américains artisanaux surfe aussi sur cette vague en y ajoutant une dimension locale ».

Reste à espérer que les États-Unis ne taxeront pas nos bonnes AOC... ■

**Costie Pruilh**

(1) Whole foods market est un réseau de plus de 270 supermarchés haut de gamme (produits bio, artisanaux, équitables) en Amérique du Nord et au Royaume-Uni.