

# Les synthèses de FranceAgriMer

> juin 2017 - n° 7

## La vente directe dans les exploitations laitières françaises

Lait de vache





La filière lait de vache est soumise depuis la fin de l'année 2014 à une crise qui s'est traduite pour le producteur par une chute du prix du lait et donc de sa rémunération. En effet, dans le même temps, les coûts de production ont peu varié et n'ont donc pas compensé la baisse des produits sur la marge des éleveurs.

Dans un tel contexte, trouver des moyens de créer de la valeur ajoutée pour améliorer leurs revenus peut être un atout important pour les producteurs laitiers. L'activité de transformation et vente directe à la ferme est une solution qu'adoptent certains éleveurs. En effet, en raison de la vente des produits en circuit court (absence totale ou quasi totale d'intermédiaires), les vendeurs directs sont non seulement maîtres de leurs prix mais disposent également d'une meilleure rentabilité.

Cette filière de vente directe répond de plus aux attentes grandissantes des consommateurs sur leur besoin de proximité avec les producteurs, leur recherche de lien au terroir, de produits sains et de qualité... Il s'agit véritablement d'une filière d'avenir puisque les français prévoient d'augmenter leurs achats directement auprès des producteurs et de passer de moins en moins par la grande distribution. Ce circuit de commercialisation pourrait donc se développer dans les prochaines années sous l'impulsion d'une demande croissante.

Pour ces raisons, il nous paraissait intéressant de pouvoir chiffrer cette filière de vente directe (lait de vache uniquement), pour laquelle peu de données sont disponibles. Nous disposons notamment à FranceAgriMer des résultats des déclarations annuelles qu'il nous semblait important de valoriser, en les mettant à disposition de l'ensemble de la filière laitière. Tel est donc l'objet de cette étude, qui s'attache dans les deux premières parties à revenir sur un historique depuis la campagne 1995/96, à la fois sur la partie production de lait pour la vente directe et sur les fabrications à la ferme, avant de s'arrêter dans une troisième partie sur des données plus récentes, de 2015.

### Données utilisées

- La base quotas laitiers de FranceAgriMer sur la période 1995/96 à 2014/15. Données par campagne et individuelles des exploitations laitières (lait de vache) : quota livraison, quota vente directe, forme juridique, localisation géographique.
- Les déclarations annuelles des vendeurs directs (base gérée par FranceAgriMer), de 1995/96 à 2014/15 (mais souvent seule la période 2003/04 à 2014/15 est analysée en détail dans cette synthèse). Données par campagne et individuelles : fabrications de lait liquide, fromages, crème et beurre, yaourts et autres produits en équivalent lait, avec indication de la zone géographique de l'exploitation.
- La déclaration des ventes directes lait de vache pour 2015. Il s'agit d'une nouvelle enquête, mise en place à FranceAgriMer, suite à la parution du décret n°2015-729 du 24 juin 2015 relatif aux déclarations obligatoires dans la filière laitière. Outre les informations de localisation et de forme juridique de l'exploitation, cette enquête annuelle fournit les volumes de lait vendus en laiterie et utilisés pour les ventes directes, les quantités de produits fabriqués à la ferme (par produits) ainsi que, nouvelles données, les circuits de commercialisation. Les données ont été arrêtées au 03/04/17 et un total de 2 542 déclarations reçues. Les données sont à analyser avec précaution et ne sont pas comparables aux déclarations annuelles antérieures : en effet, pour cette nouvelle enquête, le choix a été laissé au déclarant de fournir les données pour l'année civile 2015 ou pour la campagne laitière 2015/16. Elles manquent donc d'homogénéité.

### Définitions

**Exploitation laitière** : personne physique ou morale détenant au moins 1 litre de quantité de référence laitière (livraison ou vente directe) lors de la campagne.

**Vendeur direct** : exploitation laitière disposant d'au moins 1 litre de quota laitier vente directe lors de la campagne.

**Vendeur direct pur** : exploitation laitière qui réalise 100 % de son activité dans la vente directe (dont le quota livraison est nul).

**Vendeur direct mixte** : lorsque ce terme est utilisé dans l'étude, il désigne une exploitation laitière disposant à la fois qu'un quota livraison et d'un quota vente directe, mais dont l'activité livraison est inférieure à 80 % de sa référence totale et l'activité vente directe supérieure à 20 %.

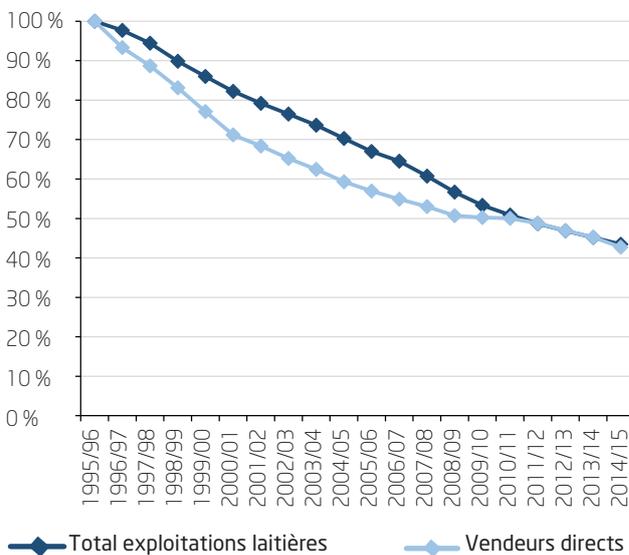


## Évolutions des exploitations travaillant en vente directe de 1995/96 à 2014/15

### Une forte réduction du nombre d'exploitations disposant d'une activité vente directe, mais une proportion stable au fil du temps

Il existait en 1995/96 11 166 exploitations laitières disposant d'un quota vente directe. Elles représentaient alors 7,1 % du total des exploitations laitières. Vingt campagnes plus tard, leur effectif a diminué de plus de moitié (- 57,3 %) mais leur proportion est restée stable (7,0 %). Sur l'ensemble de la période, les réductions du nombre de vendeurs directs et de l'ensemble des exploitations laitières ont été du même ordre de grandeur (même point de départ, même point d'arrivée) ; néanmoins entre temps, le repli a été plus précoce pour les vendeurs directs, alors que la décroissance a été uniforme sur l'ensemble des vingt campagnes pour le total des exploitations laitières.

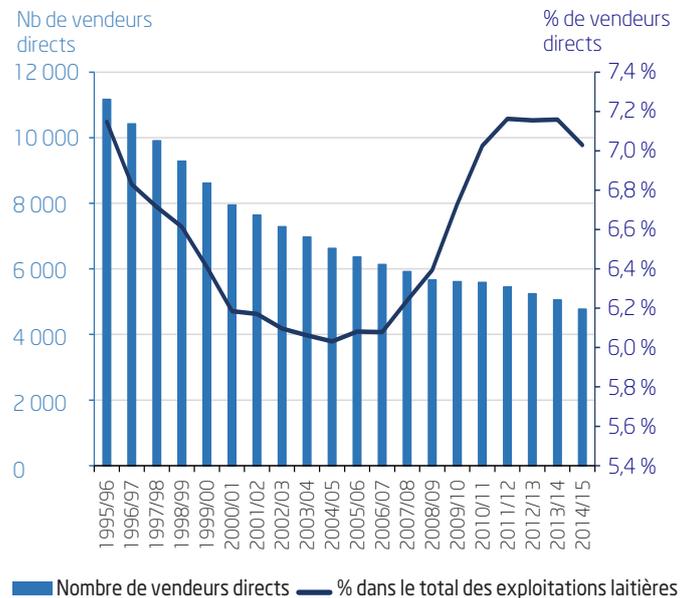
Fig. 1 : Évolution du nombre d'exploitations laitières et du nombre de vendeurs directs en indice (base 100 en 1995/96)



Source : FranceAgriMer

La réduction du nombre de vendeurs directs a été plus prononcée sur le début de la période étudiée. En effet, entre 1995/96 et 2000/01, la baisse a été comprise entre - 5,0 % et - 7,7 % suivant les années. Elle s'est ensuite atténuée pour rester supérieure à - 5 % jusqu'en 2013/14, avant de retomber à - 5,5 % en 2014/15. Par conséquent, la proportion de vendeurs directs dans le total des exploitations laitières a suivi une évolution en deux temps, commençant tout d'abord par diminuer entre 1995/96 et 2004/05 pour tomber à 6,0 %, avant de se redresser au cours des dix années suivantes et de progresser d'un point.

Fig. 2 : Nombre de vendeurs directs et part dans le total des exploitations laitières



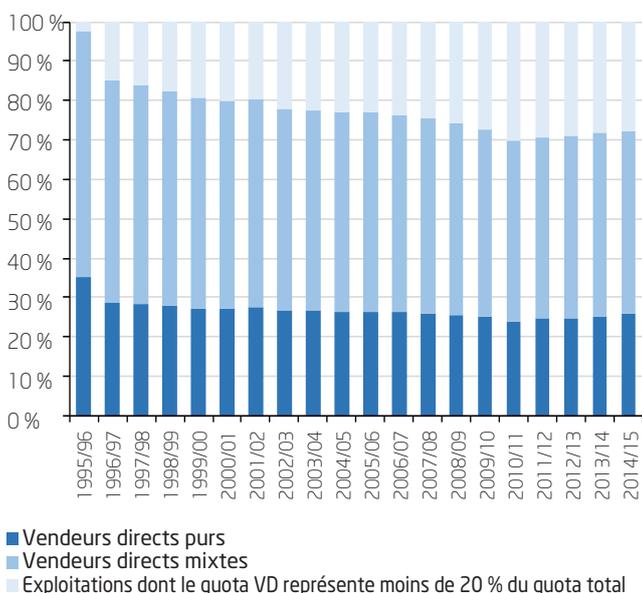
Source : FranceAgriMer

### Depuis 1995/96, la proportion de vendeurs directs purs s'est rétractée

Lors de la campagne 1995/96, on comptait en France 3 952 vendeurs directs purs ; ils représentaient alors 35 % de l'ensemble des exploitations qui disposaient d'un quota vente directe. Près des deux tiers (62 %) des vendeurs directs étaient des exploitations dont le quota vente directe comptait pour plus de 20 % du quota total de l'exploitation (vendeurs directs dits « mixtes »). Les 2,4 % restants étaient de « petits » vendeurs directs, dont moins de 20 % du quota était destiné à cette activité (et donc plus de 80 % était destiné à la livraison de lait).

Vingt campagnes plus tard, la répartition des vendeurs directs a largement évolué : les vendeurs directs purs représentent à peine plus d'un quart des effectifs (26 %) quand la part des « petits » vendeurs directs (quota vente directe inférieur à 20 % du quota total) atteint presque 28 %. Les vendeurs directs mixtes restent majoritaires, mais leur proportion tombe à 46 % en 2014/15.

Fig. 3 : Répartition des effectifs selon la part que représente le quota vente directe dans le quota total de l'exploitation



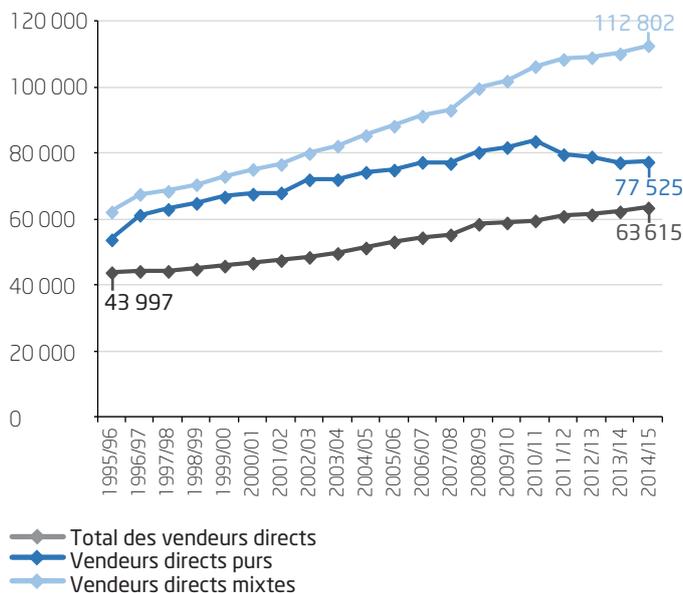
Source : FranceAgriMer

Sur l'ensemble de la période considérée, le repli du nombre de vendeurs directs purs a donc été plus prononcé que celui de l'ensemble des vendeurs directs. Dans le détail, ce constat est valable jusqu'en 2010/11, puisque qu'au cours des quatre campagnes suivantes, le rythme de disparition des vendeurs directs purs a ralenti, entraînant une hausse de 2 points de leur proportion sur l'ensemble des vendeurs directs, passant de 24,1 % à 26,0 % en quatre ans.

### Le quota vente directe moyen atteint 63 615 litres en 2014/15

Il était à peine de 44 000 litres lors de la campagne 1995/96 et a donc enregistré une augmentation de 44 %, soit de près de 20 000 litres en vingt ans. La croissance a été continue et uniforme sur l'ensemble de la période et la conséquence de la réduction du nombre d'exploitations laitières détenant un quota vente directe. En effet, malgré la diminution de la quantité nationale garantie ajustée (après ajustements temporaires et adaptations définitives entre quota livraison et quota vente directe), passée de 423 milliers de tonnes en 1995/96 à 353 milliers de tonnes en 2014/15, les quantités disponibles par exploitation ont progressé au fil des ans.

Fig. 4 : Évolution du quota vente directe moyen selon le type d'exploitations laitières



Source : FranceAgriMer

Il existe une grande variabilité du quota vente directe moyen par exploitation, autour de la moyenne nationale toutes exploitations détenant un quota vente directe confondues. En 2014/15, les vendeurs directs purs affichaient un quota moyen de 77 525 litres, en croissance de près de 44 % et 23 600 litres par rapport à la campagne 1995/96. Néanmoins, le ralentissement de la « disparition » des exploitations ne faisant que de la vente directe a entraîné un repli du quota moyen entre 2010/11 et 2014/15, qui a perdu un peu plus de 6 000 litres après avoir atteint un pic de 83 772 litres.

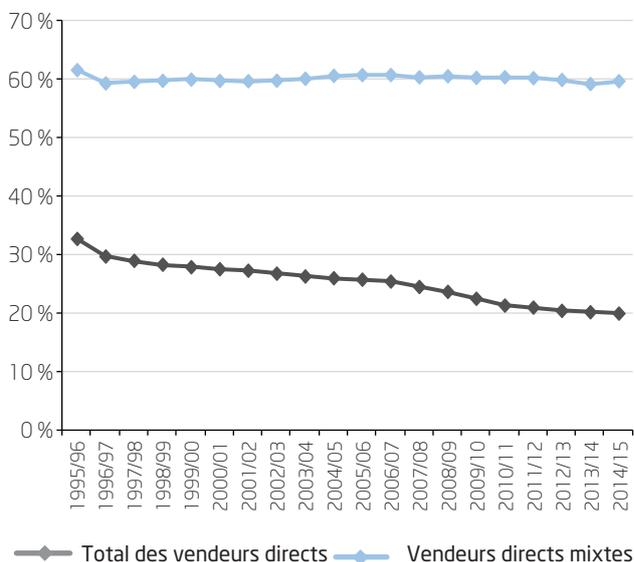
Les exploitations détenant les plus gros quotas vente directe sont des élevages laitiers mixtes, associant une activité vente directe à une activité de livraison de lait, cette dernière pour moins de 80 % de leur quota. Le quota vente directe de ces exploitations s'élevait à 112 800 litres en 2014/15, pour un quota total de l'exploitation (vente directe + livraison) de 189 400 litres environ : le quota vente directe représentait donc en moyenne 60 % du quota total. Ces exploitations restent néanmoins relativement de petite taille, en comparaison à l'ensemble des exploitations laitières dont le quota moyen global en 2014/15 était d'un peu plus de 376 000 litres. Elles affichent une croissance de leur quota vente directe plus marquée que pour les autres exploitations, de 80,8 % entre 1995/96 et 2014/15, soit une hausse de 50 000 litres environ en vingt campagnes.

Ce sont finalement les exploitations dont le quota vente directe représente moins de 20 % du quota total qui tire la moyenne vers le bas, avec les quotas vente directe les plus modestes.



La part du quota vente directe moyen dans le quota total de l'exploitation n'a cessé de diminuer : il représentait 32,6 % en 1995/96 contre 19,9 % en 2014/15 (tous types de vendeurs directs confondus). Là encore, ce sont les plus petits vendeurs directs (dont le quota vente directe compte pour moins de 20 % de leur quota total) qui ont impacté la moyenne à la baisse. Pour les vendeurs directs mixtes (dont le quota vente directe représente au moins 20 % de leur quota total), la part du quota vente directe est restée comprise entre 61 % et 59 % du quota total de l'exploitation, sur les vingt campagnes.

Fig. 5 : Part du quota vente directe dans le quota total par exploitation



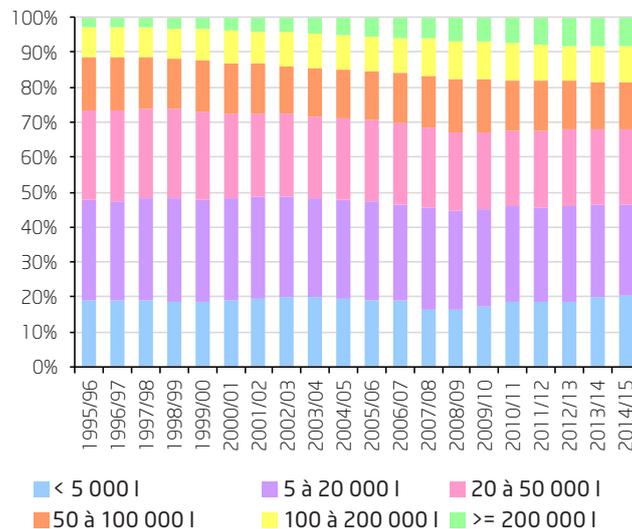
Source : FranceAgriMer

### La répartition des vendeurs directs selon leur classe de quota a évolué depuis vingt ans...

... et le premier constat fait est une augmentation de l'importance de la classe des plus gros vendeurs directs (quota vente directe supérieur à 200 000 litres), dont la proportion est passée de 2,8 % en 1995/96 à 8,4 % en 2014/15. Cette évolution est la conséquence d'une croissance des effectifs de 92 unités en vingt ans dans cette classe (+ 29,7 %), pour atteindre 402 vendeurs en 2014/15. Il s'agit de la seule classe pour laquelle le nombre de vendeurs directs s'est développé.

Autre classe à avoir progressé : celle des exploitations dont le quota vente directe est compris entre 100 et 200 000 litres. Sa part dans le total de vendeurs directs est passée de 8,5 % à 10,3 % depuis 1995/96, le maximum ayant été atteint en 2008/09 avec 10,8 % des effectifs. Cette hausse globale résulte d'un repli des effectifs moins prononcé (- 47,8 % sur vingt campagnes) que celui des effectifs totaux (- 57,3 %).

Fig. 6 : Répartition des effectifs de vendeurs directs par classe de quota vente directe



Source : FranceAgriMer

Dans les trois classes suivantes (de 5 000 à 100 000 litres), les effectifs se sont repliés de manière plus marquée, ce qui a entraîné une réduction de la part de ces trois classes entre 1995/96 et 2014/15. Lors de cette dernière campagne, les vendeurs directs ayant un quota compris entre 50 et 100 000 litres ne représentent que 13,3 % du total (contre 15,3 % en 1995/96), ceux ayant un quota de 20 à 50 000 litres comptent pour 21,6 % (contre 25,7 %) et les plus petits (5 à 20 000 litres) sont tombés à 26,0 % des effectifs (contre 28,6 %), mais restent la classe majoritaire.

Sur le long terme, la classe des tout petits vendeurs directs (ceux ayant un quota vente directe inférieur à 5 000 litres par campagne) affiche une part stable : elle était de 19,2 % en 1995/96, elle s'est établie à 20,4 % en 2014/15. Au fil des années, le pourcentage a oscillé entre 20 et 16 %, le minimum ayant été atteint en 2008/09, cette même campagne où des vendeurs directs plus « grands » se sont développés (classes de 100 à 200 000 litres mais également de 5 à 20 000 litres). La part de ces vendeurs directs de moins de 5 000 litres de quota a été orientée à la hausse au cours des six années suivantes grâce à un regain des effectifs dans cette classe.

### La région Auvergne-Rhône-Alpes regroupe plus d'un tiers des exploitations disposant d'un quota vente directe en 2014/15

Cette région compte en effet lors de la campagne 2014/15 1 766 exploitations ayant une activité de vente directe (37,0 % des effectifs de vendeurs directs), loin devant la région Hauts-de-France, dans laquelle sont localisés 11,5 % des vendeurs directs. Comparativement à la situation observée lors de la campagne 2004/05, la concentration des vendeurs directs en Auvergne-Rhône-Alpes s'est accentuée (leur proportion était alors de 33,8 %), alors que l'évolution inverse a pu être constatée dans les Hauts-de-France (qui comptait 18,8 % des vendeurs directs en

2004/05). La région Auvergne-Rhône-Alpes englobe une partie du Massif central ainsi que les deux Savoies, ce qui peut expliquer sa forte densité en vendeurs directs, une activité plus fréquemment répandue dans les zones de montagne.

Respectivement 9,6 % et 9,0 % des vendeurs directs sont localisés dans la région Grand-Est et la région Nouvelle Aquitaine, des proportions quasi semblables à celles de 2004/05.

La région Ile-de-France accueille la plus faible proportion du total des vendeurs directs (1,2 %), comme il y a dix ans, mais ils repré-

sentent plus de la moitié des exploitations laitières de la région. La région PACA affiche également une proportion de vendeurs directs élevée par rapport au total des exploitations laitières, mais reste en bas de classement avec 2,1 % des effectifs de vendeurs directs nationaux. Sa part a toutefois progressé depuis 2004/05, tout comme celle du Centre-Val-de-Loire (2,9 %). Ces trois régions sont par ailleurs également parmi les moins denses en exploitations laitières (activités livraison et vente directe confondues).

Tableau 1 : Répartition et caractéristiques des exploitations disposant d'un quota vente directe par région

Total vendeurs directs						
	Effectifs en 2014/15	Évolution effectifs par rapport à 2004/05	Part dans le total France en 2014/15	Part dans le total exploitations laitières de la zone en 2014/15	Quota VD moyen en 2014/15 en litres	Évolution quota VD par rapport à 2004/05 en litres
Auvergne-Rhône-Alpes	1 766	- 21,2 %	37,0 %	15,4 %	91 335	+ 18 673
Bourgogne-Franche-Comté	271	- 5,9 %	5,7 %	5,4 %	32 655	- 804
Bretagne	194	- 7,6 %	4,1 %	1,5 %	35 905	- 4 172
Centre-Val-de-Loire	136	- 15,5 %	2,9 %	13,5 %	33 184	+ 3 122
Grand-Est	456	- 28,4 %	9,6 %	8,1 %	44 233	+ 9 059
Hauts-de-France	550	- 55,9 %	11,5 %	9,6 %	40 743	+ 8 169
Île-de-France	55	- 35,3 %	1,2 %	53,4 %	142 659	+ 32 779
Normandie	367	- 26,7 %	7,7 %	3,9 %	81 763	+ 14 854
Nouvelle Aquitaine	429	- 23,4 %	9,0 %	11,5 %	42 769	+ 2 374
Occitanie	289	- 6,8 %	6,1 %	8,8 %	42 116	+ 2 229
PACA	99	- 17,5 %	2,1 %	43,8 %	38 501	+ 3 252
Pays de la Loire	159	- 39,3 %	3,3 %	1,7 %	45 038	+ 6 877
<b>France</b>	<b>4 771</b>	<b>- 28,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>7,0 %</b>	<b>63 624</b>	<b>+ 12 151</b>

Vendeurs directs purs						
	Effectifs en 2014/15	Évolution effectifs par rapport à 2004/05	Part dans le total France en 2014/15	Part dans le total exploitations laitières de la zone en 2014/15	Quota VD moyen en 2014/15 en litres	Évolution quota VD par rapport à 2004/05 en litres
Auvergne-Rhône-Alpes	546	- 36,4 %	44,0 %	4,8 %	116 552	+ 10 587
Bourgogne-Franche-Comté	93	17,7 %	7,5 %	1,8 %	34 377	+ 1 874
Bretagne	34	0,0 %	2,7 %	0,3 %	34 080	+ 4 648
Centre-Val-de-Loire	30	- 25,0 %	2,4 %	3,0 %	26 351	+ 3 941
Grand-Est	119	- 15,0 %	9,6 %	2,1 %	68 577	+ 19 622
Hauts-de-France	49	- 62,3 %	4,0 %	0,9 %	43 169	- 4 164
Île-de-France	7	- 46,2 %	0,6 %	6,8 %	43 337	- 93 635
Normandie	25	- 43,2 %	2,0 %	0,3 %	87 790	+ 9 718
Nouvelle Aquitaine	141	- 28,1 %	11,4 %	3,8 %	50 007	+ 6 465
Occitanie	118	- 0,8 %	9,5 %	3,6 %	37 652	- 3 275
PACA	62	- 10,1 %	5,0 %	27,4 %	30 774	+ 1 897
Pays de la Loire	16	- 42,9 %	1,3 %	0,2 %	76 813	+ 31 648
<b>France</b>	<b>1 240</b>	<b>- 29,1 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1,8 %</b>	<b>77 571</b>	<b>+ 3 133</b>

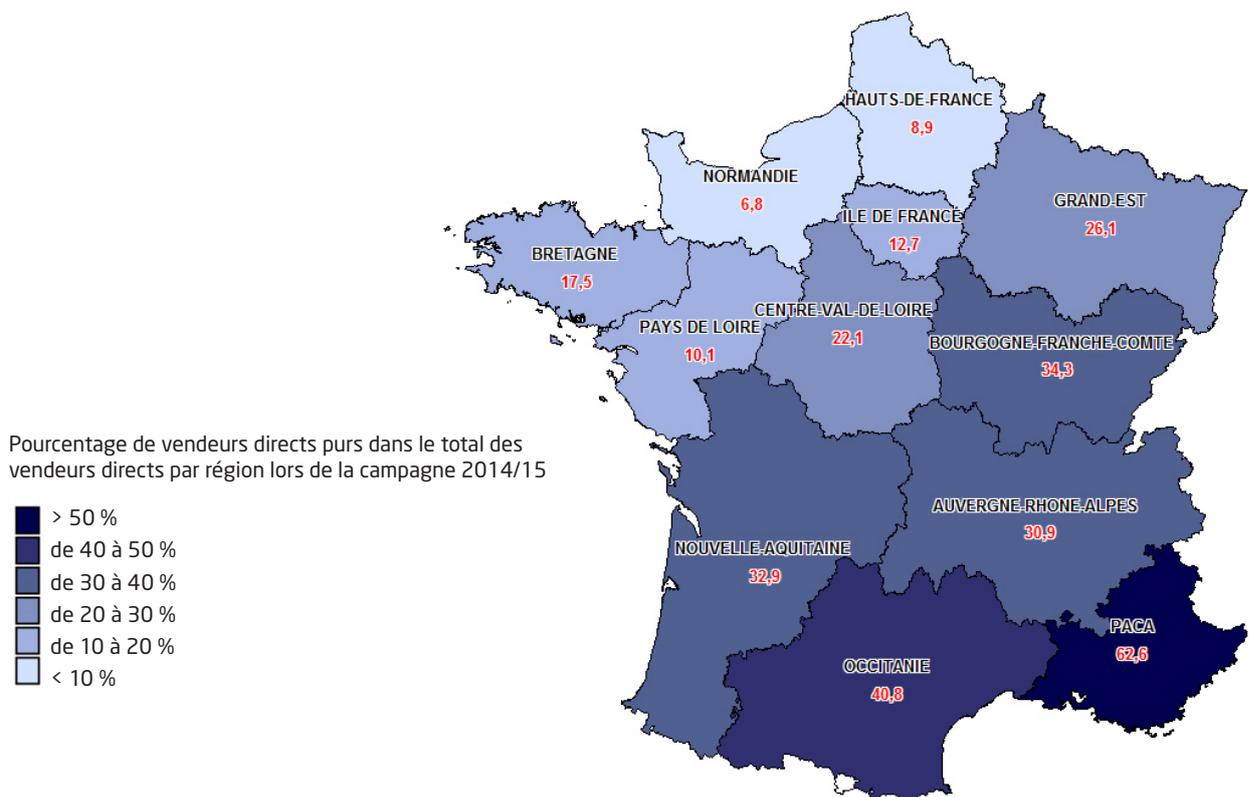
Source : FranceAgriMer



Plus encore que les vendeurs directs mixtes, les exploitations faisant exclusivement de la vente directe sont localisées dans des zones de montagne. Pour 44 % d'entre elles (546 unités), elles se situent donc dans la région Auvergne-Rhône-Alpes (contre 49 % il y a dix ans) ; quatre départements de cette région concentrent 60 % de ces vendeurs directs purs : Puy de Dôme, Cantal, Savoie et Haute-Savoie. La région Nouvelle Aquitaine en regroupe 11,4 %, dont plus de la moitié dans le département des Pyrénées-Atlantiques (57 %). Les deux régions du Grand-Est et de l'Occitanie regroupent chacune un peu moins de 10 % des vendeurs

directs purs français, avec des concentrations plus marquées dans l'ancienne Alsace et les Vosges (94 % des vendeurs directs purs du Grand-Est se trouvent dans ces trois départements) et les quatre départements du sud de l'Occitanie (67 % pour les Hautes-Pyrénées, la Haute-Garonne, l'Ariège et les Pyrénées Orientales). Les différences notables entre 2004/05 et 2014/15 concernent plus particulièrement les Hauts-de-France, dont la part de vendeurs directs purs a diminué de 3,4 points en dix ans, et la région Bourgogne-Franche-Comté, qui a suivi l'évolution inverse (+ 3 points, pour atteindre une part de 7,5 % des vendeurs directs purs en 2014/15).

Carte 1 : Pourcentage de vendeurs directs purs dans le total des vendeurs directs, par région, lors de la campagne 2014/15



Il semble exister un gradient de concentration des vendeurs directs purs au sein de l'ensemble des exploitations disposant d'un quota vente directe en 2014/15 sur le territoire français. La densité la plus forte concerne la région PACA, et elle décroît selon une diagonale sud-est / nord-ouest, les plus faibles concentrations se trouvant en Normandie et Hauts-de-France.

### L'Île-de-France se démarque par un nombre restreint, mais de grande taille, de vendeurs directs

Avec seulement 55 exploitations laitières disposant d'un quota vente directe en 2014/15, l'Île-de-France est la région présentant la plus faible concentration. Elle regroupe néanmoins les « gros » vendeurs directs (c'est-à-dire ceux disposant des quotas les

plus élevés), puisque leur quota vente directe moyen s'élève à 1 42 700 litres environ. La variabilité est grande selon les vendeurs directs de cette région avec notamment trois exploitations dont le seul quota vente directe dépasse 1 million de litres. Lors de la campagne 2004/05, l'Île-de-France était déjà la seule région où le quota vente directe moyen était supérieur à 100 000 litres. On trouvait néanmoins également des exploitations dépassant le million de litres de quota vente directe en Normandie et dans le Grand-Est.

Ces très grandes exploitations franciliennes présentent la caractéristique de disposer également d'une activité livraison. En revanche, les vendeurs directs purs de cette région détiennent un quota moyen bien inférieur (43 300 litres), loin derrière les

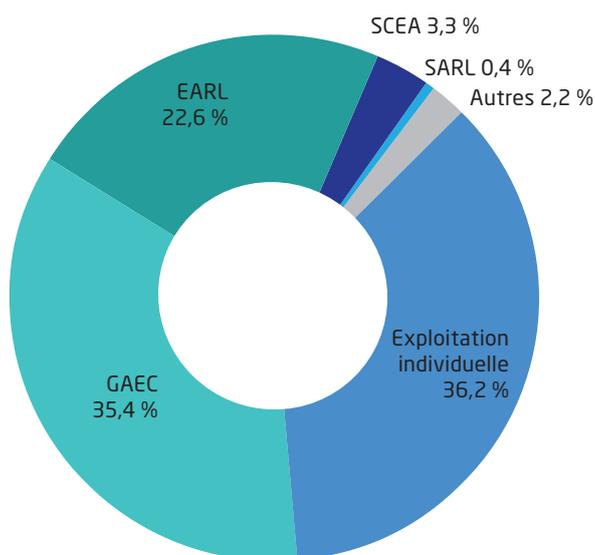
vendeurs directs purs de la région PACA (1 16 600 litres). Cette région est d'ailleurs la seule où se trouvent des exploitations ayant uniquement une activité de vente directe pour un quota supérieur à 1 million de litres.

La Bourgogne-Franche-Comté et le Centre-Val-de-Loire sont les deux régions où le quota moyen vente directe (toutes exploitations confondues) est le plus faible, d'environ 33 000 litres.

### Les exploitations individuelles restent les formes juridiques les plus répandues parmi les vendeurs directs...

La répartition des vendeurs directs selon leur forme juridique est relativement similaire à celle de l'ensemble des exploitations laitières. Les exploitations individuelles, souvent sur le modèle familial, comptent pour un peu plus d'un tiers des effectifs mais

Fig. 7 : Répartition des vendeurs directs selon leur forme juridique en 2014/15



Source : FranceAgriMer

sont sur une tendance à la baisse (- 53,2 % par rapport à la campagne 2004/05). Les GAEC (groupements agricoles d'exploitation en commun) représentent à peu près la même proportion. Avec un repli de 8,1 % en dix campagnes, ils ont gagné du terrain sur les exploitations individuelles. Les EARL (entreprises agricoles à responsabilité limitée) complètent les effectifs, avec moins d'un quart des vendeurs directs en 2014/15 ; néanmoins, ces formes juridiques ont montré un développement au cours des dix dernières années (+ 21,4 %).

Concernant les seuls vendeurs directs purs, la répartition des exploitations montre des caractéristiques plus marquées : les exploitations individuelles représentent la majorité des vendeurs directs purs (61,9 % en 2014/15) malgré un recul de 42 % des effectifs de cette classe par rapport à 2004/05. Les vendeurs directs purs restants se répartissent entre GAEC (22,7 %) et EARL (11,8 %), avec pour ces deux formes juridiques des effectifs en croissance par rapport à ce qu'ils étaient il y a dix ans.

### ... mais également celles ayant les plus faibles quotas vente directe

Lors de la campagne 2014/15, le quota vente directe moyen des exploitations individuelles s'est élevé à 37 221 litres, soit 26 000 litres de moins que le quota vente directe national (qui était pour rappel de 63 615 litres cette campagne-là). L'organisation même de ces exploitations, souvent familiale, parfois avec un ou plusieurs salariés, impose une limite du quota, le lait produit devant être transformé sur la ferme. Les formes sociétaires disposent par contre de quotas plus importants, qui dépassent 89 000 litres pour les GAEC.

Pour les seuls vendeurs directs purs, les quotas moyens sont supérieurs, quelle que soit la forme juridique, et dépassent souvent 100 000 litres, sauf dans le cas des exploitations individuelles, où le quota moyen reste inférieur à 44 000 litres. Néanmoins, en dix ans, des replis de ces quotas moyens ont pu être observés partout sauf pour les EARL, ce qui n'est pas le cas de l'ensemble des vendeurs directs.

Tableau 2 : Répartition et caractéristiques des exploitations disposant d'un quota vente directe par forme juridique

	Total vendeurs directs					Vendeurs directs purs				
	Effectifs en 2014/15	Évol. effectifs par rapport à 2004/05	Part dans le total France en 2014/15	Quota VD moyen en litres en 2014/15	Évol. quota en litres par rapport à 2004/15	Effectifs en 2014/15	Évol. effectifs par rapport à 2004/05	Part dans le total France en 2014/15	Quota VD moyen en litres en 2014/15	Évol. quota en litres par rapport à 2004/05
Exploitation individuelle	1 727	-53,2 %	36,2 %	37 221	1 896	762	- 42,3 %	61,9 %	43 448	- 5 912
GAEC	1 688	-8,1 %	35,4 %	89 105	13 209	280	7,3 %	22,7 %	139 689	- 27 377
EARL	1 079	21,4 %	22,6 %	58 567	5 480	145	31,8 %	11,8 %	114 782	3 662
SCEA	156	39,3 %	3,3 %	83 229	-32 352	17	- 46,9 %	1,4 %	111 623	- 3 174
SARL	17	88,9 %	0,4 %	76 061	-22 840	7	40,0 %	0,6 %	97 732	- 56 955
Autres	105	15,4 %	2,2 %	108 666	-4 589	20	- 9,1 %	1,6 %	182 369	- 36 285

Source : FranceAgriMer



## Évolutions des fabrications de produits laitiers à la ferme de 1995/96 à 2014/15

L'enquête annuelle réalisée jusqu'à la campagne 2014/15 par FranceAgriMer (et précédemment par l'Office de l'Élevage et l'Onilait) permet d'obtenir, outre les références individuelles des exploitations laitières, les quantités de lait mises en œuvre pour la fabrication de produits laitiers à la ferme. Ces données fournissent des informations sur les volumes (en équivalent lait) issus de l'activité vente directe, pour les produits suivants : le lait liquide, le beurre, la crème, les yaourts, les fromages (et les « autres » produits).

**Avertissement :** Les données de la dernière campagne sont à utiliser avec précaution. En effet, un repli général des fabrications peut être constaté en 2014/15 (-9,0 % en tonne équivalent lait par rapport à 2013/14), qui ne peut être dû uniquement à une décroissance de la production de lait, mais s'explique également par une réduction du nombre de producteurs ayant répondu à l'enquête pour cette dernière campagne sous le régime des quotas laitiers (-15,4 % entre 2013/14 et 2014/15 quand le nombre de détenteurs d'un quota vente direct a diminué de 5,5 % sur la même période). Par conséquent, même si la dernière campagne est parfois intégrée à l'historique dans la suite de l'étude, les évolutions sont calculées entre 2013/14 et 2003/04 pour éviter tout biais.

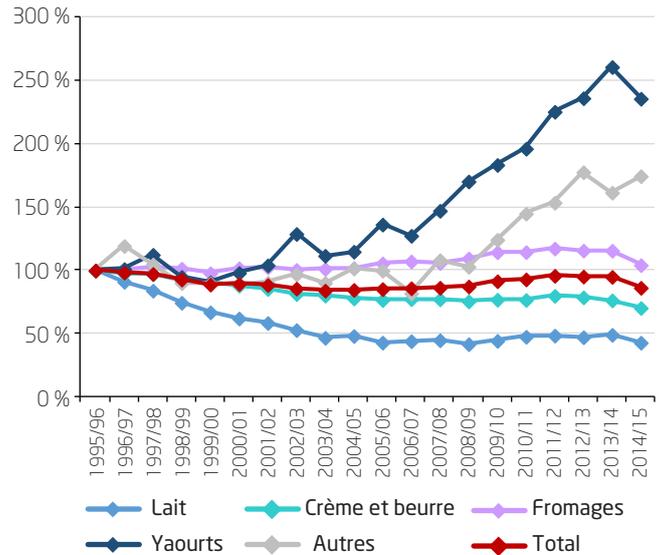
### Un léger repli des fabrications issues de l'activité vente directe

Depuis la campagne 1995/96, les quantités de lait de vache mises en œuvre pour la fabrication de produits laitiers ont légèrement décliné (-5,0 % jusqu'en 2013/14, -13,6 % jusqu'en 2014/15), tombant à environ 322 000 tonnes d'équivalent lait en 2013/14. Ce repli est dû à un ralentissement des fabrications de lait liquide particulièrement prononcé, les volumes ayant été divisés par deux en dix-neuf campagnes, et dans une moindre mesure à une réduction d'un peu moins d'un quart des fabrications de beurre et de crème depuis 1995/96. Avec ces trois produits, c'est un repli de 56 milliers de tonnes d'équivalent lait environ qui a été constaté sur l'ensemble de la période considérée.

La production à la ferme de fromages et de yaourts a été au contraire orientée à la hausse. La croissance a été très significative sur les yaourts (+ 161 % en dix-neuf ans), mais sur des volumes qui restent encore peu importants : environ 8,6 milliers de tonnes d'équivalent lait ont été consacrées à ce produit en 2013/14. Les quantités sont bien plus significatives pour les fromages, compte tenu des volumes nécessaires pour la fabrication de ces produits (à titre d'exemple, il faut plus de 11 litres de lait pour faire 1 kg d'emmental, 8,5 litres environ pour 1 kg de camembert). Ainsi, en 2013/14, ce sont plus de 208 milliers de tonnes d'équivalent lait qui ont été utilisées pour les fabrications de fromages à la ferme, un volume supérieur de 15,6 % à celui de 1995/96.

Ce repli global des fabrications issues de l'activité vente directe va de pair avec celui du quota vente directe national qui a pu être observé au cours des vingt dernières campagnes. Il a conduit à une nouvelle hiérarchisation des produits fabriqués. En effet, si les fromages ont renforcé leur place comme premier poste d'utilisation du lait avec 64,7 % des volumes en équivalent lait en 2013/14 (contre 53,2 % en 1995/96), le beurre et la crème ont supplanté

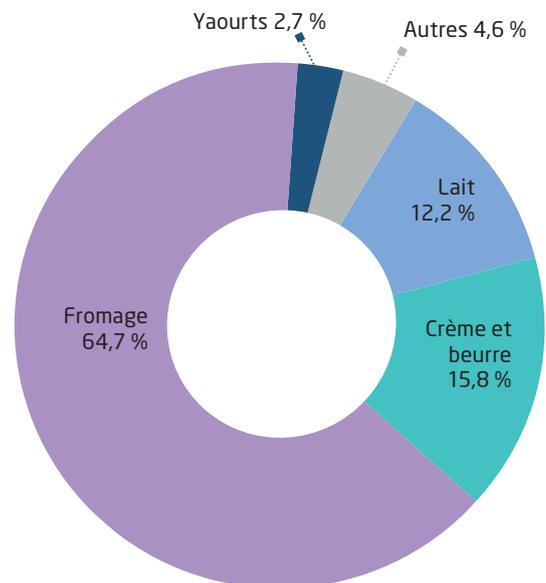
Fig. 8 : Évolution des fabrications de produits laitiers dans l'activité vente directe (indice base 100 en 1995/96)



Source : FranceAgriMer

le lait liquide, qui comptait pour 23,5 % des volumes lors de la campagne 1995/96, mais seulement 12,2 % en 2013/14. La part qui concerne le beurre et la crème a néanmoins également diminué, de 4 points environ, pour tomber à 15,8 % en 2013/14. Bien qu'en nette progression, la part du lait de vache utilisé pour les yaourts et les autres produits constitue toujours des quantités minimes.

Fig. 9 : Utilisation du lait produit en vente directe en 2013/14



Source : FranceAgriMer

## Depuis 2003/04, le nombre de vendeurs directs fabriquant des produits laitiers à la ferme a diminué de plus d'un tiers

Les déclarations annuelles des vendeurs directs permettent de disposer d'informations plus précises quant aux fabrications de produits laitiers à la ferme. Néanmoins, la base de données n'est pas exhaustive : en effet, si l'on compare le nombre de réponses reçues au nombre de détenteurs d'un quota vente directe à chaque campagne, le taux de réponse tourne autour de 81 % entre 2003/04 et 2013/14 (en moyenne sur les onze campagnes). On constate par ailleurs une diminution de ce taux au fil des années : il s'élevait à 85,2 % en 2003/04 mais était de 75,6 % en 2013/14 (et tombe à 67,6 % en 2014/15, ce qui confirme notre choix de ne pas se baser sur les résultats de cette campagne pour calculer des évolutions).

La première observation est que l'évolution du nombre d'éleveurs fabriquant des produits à base de lait de vache à la ferme est différente de celle des volumes totaux fabriqués. En effet, en 2013/14, on compte 2 127 éleveurs laitiers faisant de la transformation à la ferme de moins qu'en 2003/04, ce qui représente un repli de 35,8 %, alors que l'on constate une hausse des volumes de 12,9 % en équivalent lait sur la même période. Cela implique que, en moyenne, chaque producteur transforme des volumes de lait plus importants que dix campagnes plus tôt.

En second lieu, il peut être souligné que, selon les produits laitiers considérés, les évolutions du nombre d'éleveurs impliqués dans leurs fabrications respectives varient fortement. Les producteurs de lait liquide sont les plus nombreux, mais leur nombre a diminué de 38,8 % entre 2003/04 et 2013/14 (-1 445 producteurs), quand les fabrications ont gagné 5 % en volume sur la même période. Un repli prononcé, en pourcentage, peut également être constaté pour les fabricants de crème et de beurre (-34,0 %) ; il est un peu plus modéré pour les fromages (-17,3 %), qui perdent 450 transforma-

teurs en dix campagnes. En revanche, une croissance est enregistrée pour les vendeurs directs fabriquant des yaourts (+ 55,6 %, soit + 224 vendeurs) ainsi que d'autres produits laitiers (+ 11,0 %).

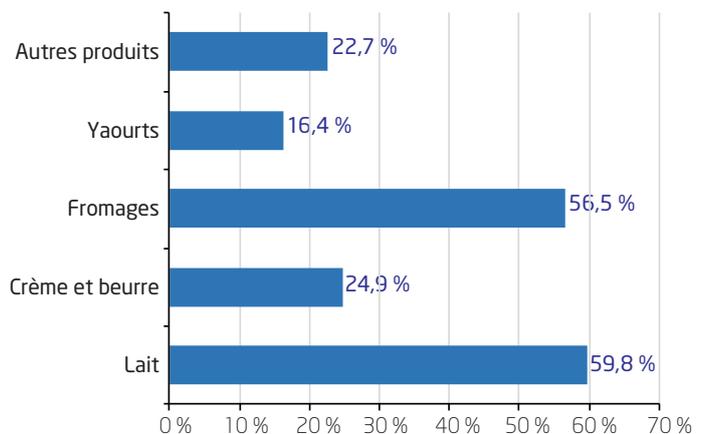
Si l'on s'arrête sur la campagne 2013/14, on observe que le produit le plus fréquemment fabriqué par les vendeurs directs est le lait liquide, que l'on retrouve chez près de 60 % des producteurs (3 points de moins qu'en 2003/04, en lien peut-être avec le repli de la consommation et la réduction du nombre de transformateurs pour ce produit). Cette moyenne nationale cache néanmoins des écarts importants entre régions : ils sont plus de 90 % en Ile-de-France et en Pays de la Loire à avoir déclaré ce produit, contre seulement 37,6 % en Auvergne-Rhône-Alpes. À l'exception de ce qui peut être observé dans cette région, plus de la moitié des vendeurs ont intégré ce produit à leurs fabrications dans les autres régions.

Une majorité des éleveurs en vente directe fabriquent également des fromages, les produits à plus forte valeur ajoutée parmi ceux produits à la ferme : ils sont 56,5 % à en avoir déclaré (1,6 point de moins que dix campagnes plus tôt). Là encore les variations sont grandes, entre la région Auvergne-Rhône-Alpes où près de 82 % des vendeurs directs en ont fabriqué et les Hauts-de-France où ils étaient à peine 20 %.

Les autres produits impliquent une proportion plus modeste des éleveurs transformant à la ferme :

- 24,9 % pour la crème et le beurre, avec toutefois un maximum de 68,6 % en Normandie, seule région à dépasser la barre des 50 % ;
- 16,4 % pour les yaourts, sans jamais dépasser 30 % (un maximum de 28,8 % est atteint en Pays de la Loire) ;
- 22,7 % pour les « autres produits », avec une fourchette allant de 17 à 34 % selon les régions.

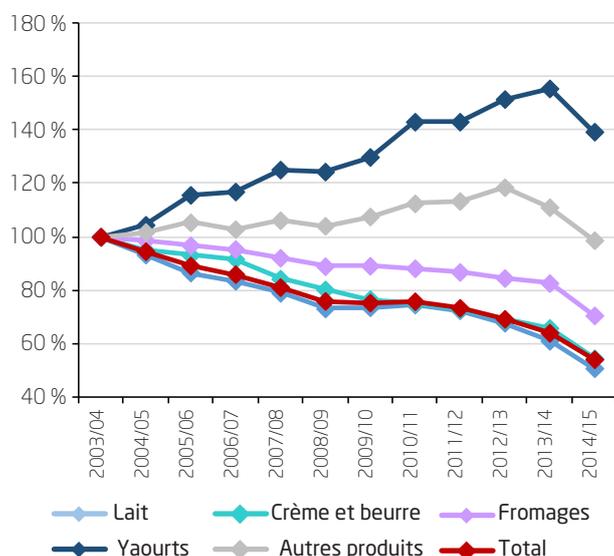
Fig. 11 : Pourcentage de vendeurs directs ayant réalisé les produits laitiers à la ferme lors de la campagne 2013/14



Source : FranceAgriMer

Pour indication, l'image est identique en 2014/15, malgré un taux de réponse plus faible.

Fig. 10 : Évolution du nombre de vendeurs directs impliqués dans la fabrication de produits laitiers (indice base 100 en 2003/04)



Source : FranceAgriMer



### Les éleveurs laitiers ayant des fabrications sur leur exploitation produisent généralement un seul type de produits

D'après les déclarations faites par les vendeurs directs pour la campagne 2013/14, 60 % d'entre eux ne fabriquent qu'un seul type de produits laitiers sur leur exploitation ; pour la plupart des vendeurs directs (47,1 %), il s'agit de fromages. Ils sont 16,4 % à combiner deux types de productions et 11,0 % à en associer trois. Les vendeurs directs qui fabriquent quant à eux tous les types de produits représentent 12,6 % des effectifs.

La crème et le beurre sont regroupés dans notre analyse mais dans le détail, on constate que 51,3 % des 950 vendeurs directs en déclarant fabriquent les deux produits, alors que les autres produisent soit l'un soit l'autre.

Concernant les fromages, 2 155 exploitations déclarent en produire lors de la campagne 2013/14. Ils sont 60,7 % à se concentrer sur un seul fromage (ou une famille de fromages parmi les « fromages frais », « fromages de pays » ou « fromages divers »). Un gros quart fabriquent deux fromages (ou type de fromages) différents et ceux qui associent plus de cinq fromages représentent moins de 1 % des effectifs.

### La majorité des volumes de produits laitiers fabriqués à la ferme provient de la région Auvergne-Rhône-Alpes...

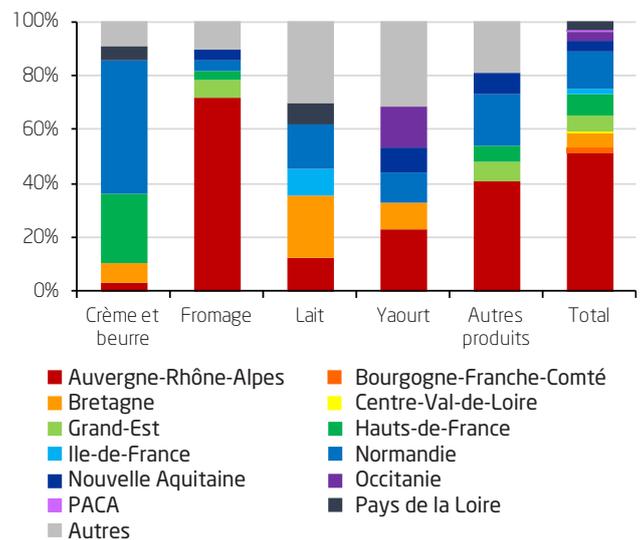
Lors de la campagne 2013/14, la majorité (51 % en équivalent lait) des fabrications de produits laitiers à la ferme a été réalisée en Auvergne-Rhône-Alpes, grâce au poids des fromages dans cette région. En effet, non seulement les quantités de lait mises en œuvre pour cette production sont bien plus significatives que pour les autres produits mais, de plus, 72 % des volumes nationaux de fromages fabriqués à la ferme proviennent de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Englobant la Savoie et la moitié est du Massif central, cette région présente une large gamme de fromages produits, souvent en AOP : Abondance, Beaufort, Bleu, Cantal, Fourme, Reblochon, Saint Marcellin, Saint Nectaire, Salers, Tomme de Savoie : ces dix fromages correspondent à plus des trois-quarts des volumes de fromages produits dans la région en 2013/14. La région se distingue également sur les fabrications de yaourts, avec environ 23 % des volumes (1<sup>ère</sup> région de production), de lait (12,5 % des volumes, 3<sup>e</sup> région) et d'autres produits (41 % des volumes nationaux).

Loin derrière vient la Normandie, dont la production à la ferme représente 13,6 % des volumes en équivalent lait en 2013/14. Cette région prend la 2<sup>e</sup> place sur le lait liquide, apportant un peu plus de 16 % des quantités fabriquées en France (derrière la Bretagne, 22,9 %) mais surtout est la première région productrice de beurre et crème, avec la moitié des volumes.

Les Hauts-de-France sont la 3<sup>e</sup> région en termes de fabrications, avec 7,7 % des volumes nationaux. Ce sont la crème et le beurre qui représentent les plus gros volumes (26,2 % de la production française à la ferme de ces produits).

Les volumes résiduels se répartissent entre les neuf régions restantes, les régions PACA et Centre-Val-de-Loire comptant chacune pour moins de 1 % des volumes totaux de produits laitiers fabriqués à la ferme en équivalent lait. On retiendra que le Grand-Est, avec 6,2 % des volumes, est la deuxième région productrice de fromages (avec notamment le Chaource, le Langres, le Munster), que l'Île-de-France se positionne en bonne place pour les fabrications de lait liquide (3<sup>e</sup> avec 10,3 % des volumes) et que l'Occitanie fournit 15,6 % des volumes de yaourts ce qui en fait le deuxième producteur.

Fig. 12 : Répartition des volumes fabriqués par produits et par régions en 2013/14



Source : FranceAgriMer

Quelques modifications notables peuvent être observées au cours des dix dernières campagnes (de 2003/04 à 2013/14) :

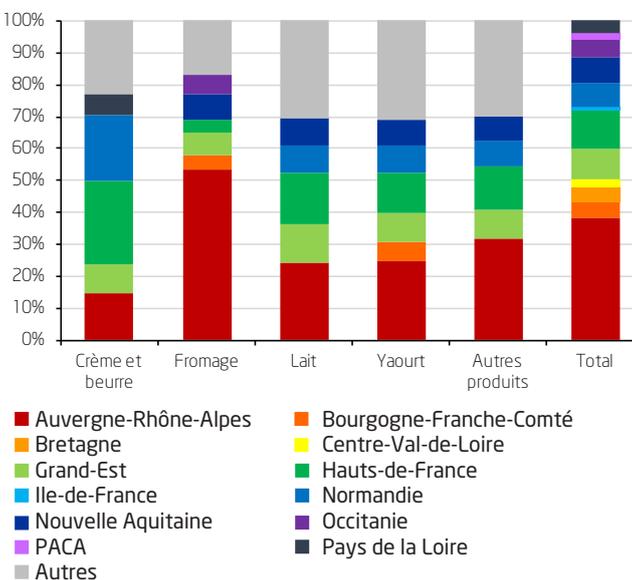
- si le poids total de la région Auvergne-Rhône-Alpes n'a pas évolué en dix ans, sans changement constaté notamment sur les fromages, elle renforce néanmoins son avance sur les yaourts, puisque sa part était de 18,4 % en 2003/04 (contre 23 % dix ans plus tard) ;
- la Normandie a progressé sur le lait liquide et les yaourts (+ 2,6 + 3 points respectivement), mais le fort repli sur les « autres produits » (-10 points) n'a pas permis à la région de se démarquer plus fortement en 2013/14 ;
- les Hauts-de-France, s'ils gardent leur 3<sup>e</sup> place, ont toutefois vu leur part dans la production totale diminuer en dix ans (elle était de 9,8 % en 2003/04), en raison d'un fort repli sur la crème et le beurre d'une part (- 9 points), sur le lait liquide d'autre part (- 3,2 points) ;
- la Bretagne, même si la part des volumes fabriqués reste encore faible, a progressé (+ 2 points en dix ans sur l'ensemble des fabrications à la ferme), grâce à une croissance pour la plupart des produits (sauf les fromages).

### ...qui héberge également la majorité des exploitations fabriquant des produits laitiers à la ferme

Comme pour les volumes fabriqués, la région Auvergne-Rhône-Alpes est celle qui détient la majorité des exploitations ayant déclaré une production à la ferme lors de la campagne 2013/14 : 38,5 % des effectifs, soit 1 469 exploitations sur les 3 817 nationales. En ce qui concerne plus spécifiquement la production de fromages, la région regroupe 55,6 % des exploitations qui en fabriquent. Elle compte également la proportion la plus importante de producteurs de lait liquide (24,2 %), de yaourts (26,5 %) et d'autres produits (31,6 %). Elle n'arrive en revanche qu'à la 3<sup>e</sup> place pour la crème et le beurre (14,8 %), derrière les Hauts-de-France (20,6 %) et la Normandie (20,7 %).

Les Hauts-de-France sont significativement présents pour l'ensemble des produits en termes de nombre d'exploitations ayant une production à la ferme, avec des proportions variant de 4,0 % (pour les fromages) à 26,0 % (pour la crème et le beurre), mais tournant le plus souvent entre 13 et 16 % pour les autres produits. Même constat pour le Grand-Est qui ressort sur tous les produits, avec une part des effectifs relativement homogène, oscillant entre 8 et 12 % selon les produits.

Fig. 13 : Répartition des producteurs à la ferme par produits et par régions en 2013/14



Source : FranceAgriMer

La concentration géographique des éleveurs ayant déclaré une production à la ferme est relativement élevée quel que soit le produit considéré : pour chaque produit laitier, les cinq premières régions regroupent dans tous les cas au moins 70 % des effectifs, jusqu'à 80 % pour les fromages.

D'un point de vue volumes produits, cette concentration est encore plus marquée, puisque la part fabriquée par les cinq premières régions atteint 90 % pour les fromages ainsi que la crème et le beurre, 80 % pour les autres produits.

Les sept régions ne figurant pas dans le top 5 d'un produit ne sont pas nécessairement les mêmes selon que l'on considère les effectifs ou les volumes : cela signifie qu'elles comptent soit peu d'exploitations ayant une activité de transformation à la ferme, soit pour une part modeste des volumes, parfois les deux.

### La ventilation de l'utilisation du lait pour les fabrications de produits laitiers à la ferme varie selon les régions

Sur la campagne 2013/14, la région Auvergne-Rhône-Alpes a transformé en produits laitiers à la ferme les volumes de lait les plus élevés. Ses 161 millions de litres équivalent lait ont servi principalement à faire des fromages, à 91 %. La gamme de fromages AOP est large dans cette région, avec plus d'une dizaine de fromages différents, produits dans les diverses zones de montagne.

On retrouve cette prépondérance des fromages dans d'autres régions, même si la proportion n'atteint jamais celle de la région Auvergne-Rhône-Alpes. C'est le cas dans le Grand-Est, où près de 73 % du lait est destiné à la fabrication de fromages, en Bourgogne-Franche-Comté (66 %), en Nouvelle-Aquitaine (63 %), en Occitanie (60 %) et en PACA (52 %). On notera qu'il s'agit de régions localisées dans la moitié sud-est de la France. Ces fabrications de fromages sont le plus souvent couplées à celles de lait liquide, sauf en Bourgogne-Franche-Comté où la crème et le beurre occupent le deuxième poste.

Le lait liquide représente également un produit important en termes de volumes engagés. Il s'agit même de la première production en Bretagne (56 %) et en Ile-de-France (51 %). Si en Ile-de-France ces fabrications sont complétées par celles de fromages, pour 37 % des quantités en équivalent lait, en Bretagne, ce sont en revanche la crème et le beurre qui représentent le second poste de produits laitiers à la ferme (23 %).

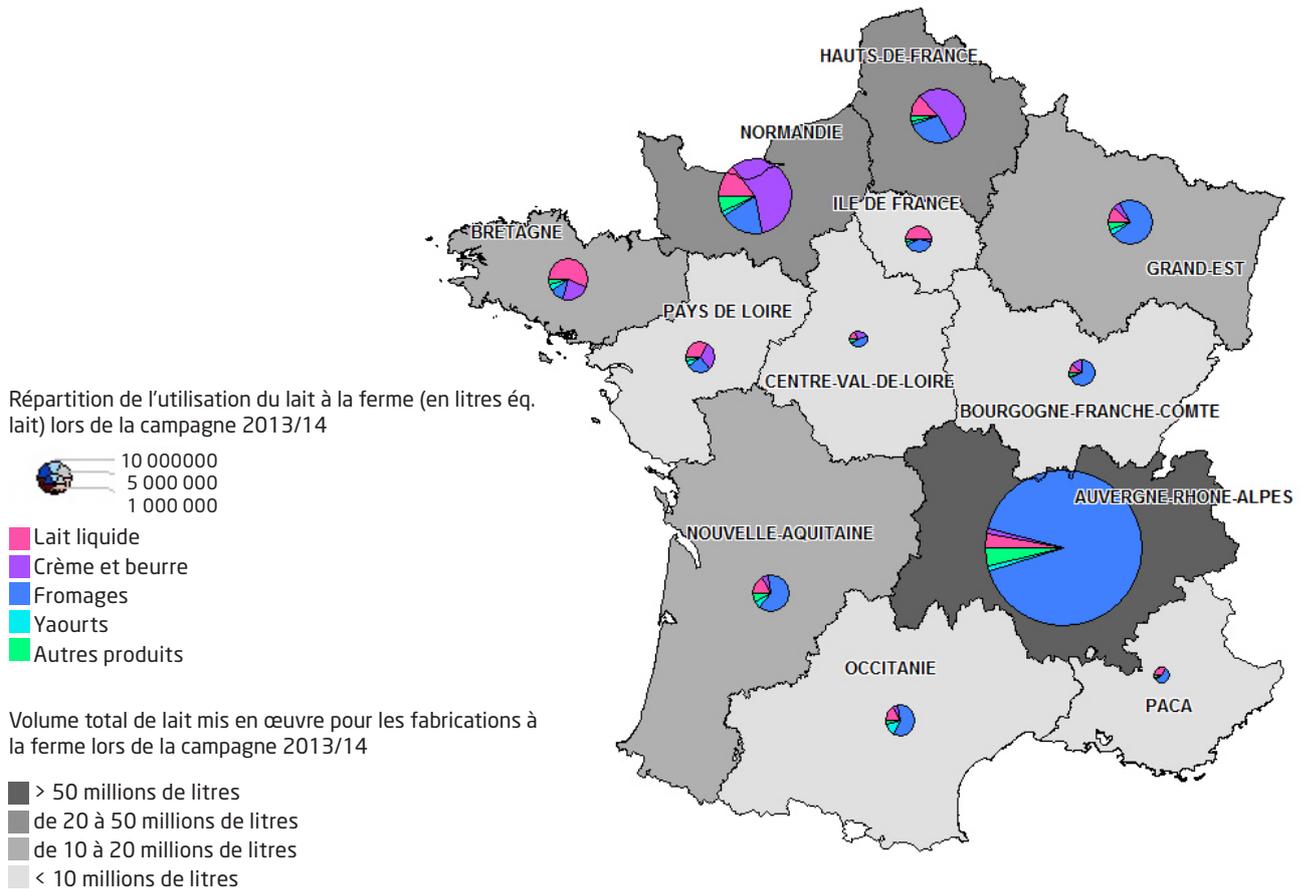
En Normandie et Hauts-de-France, la crème et le beurre sont les productions principales et comptent respectivement pour 57 % et 54 % des fabrications à la ferme de ces deux régions. Elles sont complétées par des fabrications de fromages et de lait liquide.

La région Pays de la Loire a la particularité d'afficher une triple production, pour des volumes relativement équivalents : le lait liquide (35 %), la crème et le beurre (28 %) et les fromages (25 %). Le Centre-Val-de-Loire, avec un volume total de lait utilisé pour les fabrications à la ferme de 3,2 millions de litres équivalent lait (le plus faible après PACA, avec 3,0 millions de litres), dispose également de plusieurs productions : les fromages représentent 41 % des volumes mais la crème et le beurre (près de 28 %) et le lait liquide (19 %) comptent en cumul pour une part importante.

Dans la plupart des régions, les fabrications de yaourts sont celles qui mettent en jeu les plus faibles proportions de lait, entre 1 et 6 % selon les régions, sauf en Occitanie où leur part atteint 13 %.



Carte 2 : Répartition des volumes de lait utilisés pour la fabrication de produits laitiers à la ferme, par régions, lors de la campagne 2013/14



Source : FranceAgriMer

Remarque : cette image de 2013/14 est quasiment inchangée en 2014/15, malgré un taux de réponse inférieur cette campagne-là à ce qui avait pu être reçu lors des campagnes précédentes.

## Quelle image de la filière vente directe en 2015, après la suppression des quotas laitiers ? Les données apportées par la nouvelle déclaration annuelle

Pour l'année 2015<sup>1</sup>, 2 542 vendeurs directs ont renvoyé une déclaration, reçue au plus tard le 3 avril 2017. Il est possible que d'autres documents aient été et soient encore reçus ultérieurement ; elles n'ont dans ce cas pas été incluses dans cette synthèse. Néanmoins, l'essentiel des vendeurs directs et donc des volumes engagés dans cette filière est a priori pris en compte. On peut supposer que les vendeurs directs n'ayant pas répondu sont principalement de petits exploitants, transformant de faibles volumes de lait, au sein

d'exploitations individuelles. Si l'on suit cette hypothèse, il faut avoir en tête qu'il peut y avoir un léger biais sur les données qui rend difficile la comparaison avec la campagne 2014/15.

Entre les données de la campagne 2014/15 et ces données plus récentes, peu de changements sont constatés quant à la répartition par régions administratives. La région Auvergne-Rhône-Alpes réunit plus de 37 % des vendeurs directs répondants alors que la proportion est toujours la plus faible en Ile-de-France. Entre ces deux extrêmes, la hiérarchie n'a pas été modifiée même si les parts de chaque région ont parfois un peu bougé.

Tableau 3 : Répartition et caractéristiques des exploitations disposant d'une production de vente directe en 2015

	Total vendeurs directs					Vendeurs directs purs		
	Effectifs	Part dans le total France	Production moyenne pour vente directe en litres	Production moyenne pour livraison en litres	% Prod VD /prod totale	Effectifs	Part dans le total des vendeurs directs de la zone	Production moyenne en litres
Auvergne-Rhône-Alpes	957	37,6 %	115 552	145 541	44,3 %	319	33,3 %	149 746
Bourgogne-Franche-Comté	132	5,2 %	49 295	244 944	16,8 %	45	34,1 %	51 543
Bretagne	122	4,8 %	91 581	360 081	20,3 %	18	14,8 %	212 549
Centre-Val-de-Loire	64	2,5 %	33 648	452 167	6,9 %	8	12,5 %	40 957
Grand-Est	243	9,6 %	57 494	265 442	17,8 %	68	28,0 %	98 607
Hauts-de-France	269	10,6 %	59 970	370 323	13,9 %	30	11,2 %	36 671
Ile-de-France	23	0,9 %	210 062	376 751	35,8 %	5	21,7 %	51 658
Normandie	197	7,7 %	170 632	326 944	34,3 %	21	10,7 %	282 286
Nouvelle Aquitaine	216	8,5 %	52 112	235 178	18,1 %	84	38,9 %	43 770
Occitanie	164	6,5 %	49 205	145 457	25,3 %	72	43,9 %	34 622
PACA	51	2,0 %	37 230	49 167	43,1 %	31	60,8 %	28 764
Pays de la Loire	104	4,1 %	72 640	395 849	15,5 %	10	9,6 %	198 932
<b>France</b>	<b>2 542</b>	<b>100,0 %</b>	<b>89 593</b>	<b>236 037</b>	<b>27,5 %</b>	<b>711</b>	<b>28,0 %</b>	<b>108 968</b>

Source : FranceAgriMer

À l'échelle nationale, un peu plus d'un quart des exploitations ayant une activité vente directe ne déclare produire du lait que pour des fabrications à la ferme, aucun volume de lait n'étant destiné à être collecté. Cette proportion de vendeurs directs purs est particulièrement élevée en PACA (près des deux tiers des effectifs) et en Occitanie. Elle dépasse également un tiers des effectifs totaux de vendeurs directs en Nouvelle Aquitaine, en Bourgogne-Franche-Comté et en Auvergne-Rhône-Alpes. Il s'agit de cinq régions englobant des massifs montagneux, où la transformation à la ferme, avec notamment des fabrications de fromages AOP, est plus répandue.

Pour les vendeurs directs purs, la production moyenne de lait est souvent supérieure à celle déclarée pour la seule transformation à la ferme par l'ensemble des vendeurs directs. En effet, sans complément de revenus sur la livraison laitière, et pour rentabiliser un atelier de transformation, les volumes de lait transformés doivent être relativement importants.

### Environ 50 % des vendeurs directs ont transformé moins de 30 000 litres de lait dans leur ferme

En 2015, 21 % des vendeurs directs ont déclaré une production de lait pour leur transformation sur la ferme inférieure à 5 000 litres. La proportion monte à 43 % lorsque sont pris en compte les vendeurs directs produisant moins de 20 000 litres et dépasse 51 % si l'on considère une production pouvant aller jusqu'à 30 000 litres.

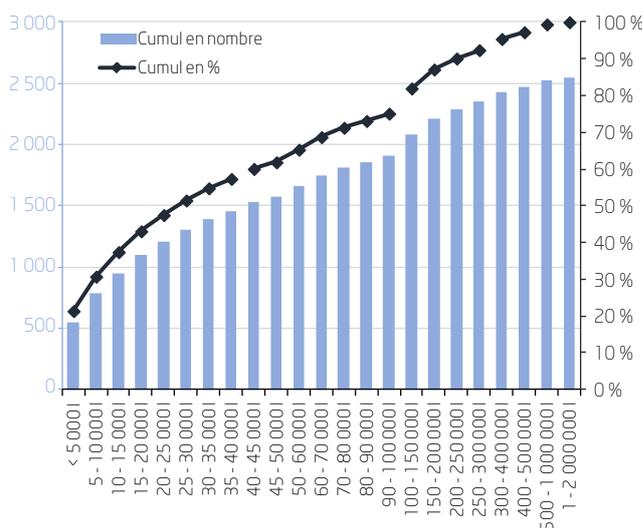
<sup>1</sup> Il s'agit en fait de déclarations soit pour l'année 2015, soit pour la campagne 2015/16, le choix ayant été laissé au soin du déclarant.



À côté de ces petits vendeurs directs existent également des exploitations dont la quantité de lait transformé à la ferme dépasse un million de litres. En 2015, quinze de telles exploitations ont été dénombrées.

La concentration des vendeurs directs purs tend à être moins importante sur les petits volumes : ils ne sont en effet que 12 % à produire moins de 5 000 litres de lait pour leur utilisation sur la ferme, alors que 50 % transforment moins de 40 000 litres. Près de 30 % des vendeurs directs purs produisent plus de 100 000 litres pour leur activité.

**Fig. 14 : Répartition des effectifs de vendeurs directs selon leur niveau de production de lait (pour la seule vente directe) en 2015, en nombre et en % du total**



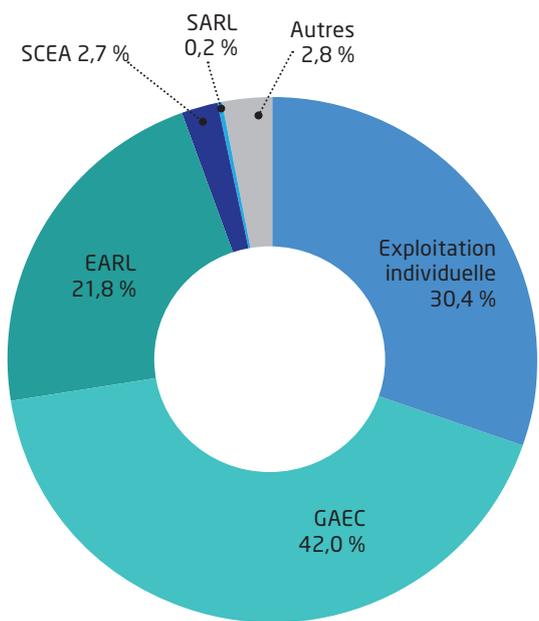
Source : FranceAgriMer

La proportion de vendeurs directs purs par rapport à la population totale de vendeurs directs tend à augmenter avec la production de lait : à titre d'exemple, la part des vendeurs directs purs est de 16 % pour la classe de moins de 5 000 litres, de 28 % pour la classe de 100 à 150 000 litres et de 47 % pour la classe de plus d'un million de litres.

Les données des déclarations de 2015 montrent un changement notable dans la répartition des vendeurs directs par forme juridique : si les ordres de grandeur sont relativement similaires à ce qu'ils étaient lors de la campagne 2014/15, on constate toutefois que la forme la plus répandue n'est plus l'exploitation individuelle mais le GAEC. Cette évolution semble s'être faite suite à une augmentation du nombre d'élevages laitiers dans cette forme sociétaire alors que la proportion d'exploitations individuelles reculait.

La répartition est différente pour les vendeurs directs purs puisque la moitié sont des exploitations individuelles quand les GAEC représentent 31 % des effectifs. La forme sociétaire des EARL est moins répandue (un peu moins de 13 %).

**Fig. 15 : Répartition des vendeurs directs par forme juridique en 2015**

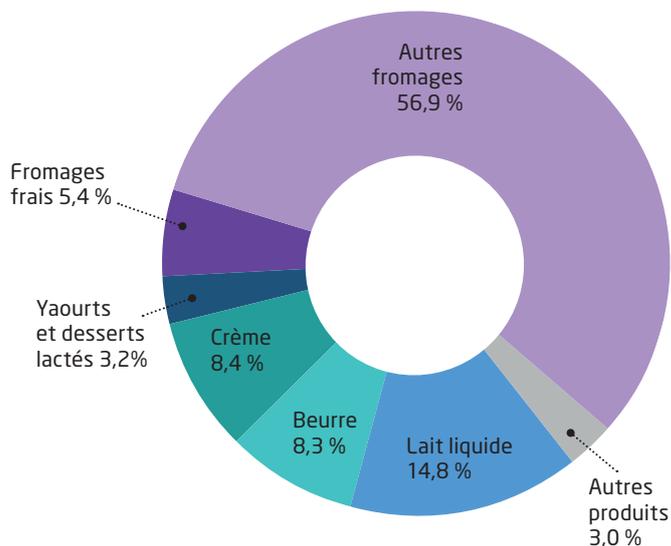


Source : FranceAgriMer

### La ventilation des fabrications à la ferme varie fortement suivant les régions

Les 2 542 vendeurs directs ayant renvoyé leur déclaration au 3 avril 2017 ont produit un total de 227,2 millions de litres de lait pour leurs fabrications à la ferme. Ces volumes ont été transformés majoritairement en fromages (à 62,3 %, ou principalement pour des fromages autres que frais), qui sont les produits qui présentent le plus haut degré de transformation et donc nécessitent le plus de matière première laitière. Les volumes de lait restants ont permis de fabriquer du lait liquide, du beurre et de la crème. Les fabrications de yaourts et desserts lactés comptent pour à peine plus de 3 % de lait de vache produit.

Fig. 16 : Répartition du lait utilisé pour la fabrication des produits laitiers à la ferme en 2015



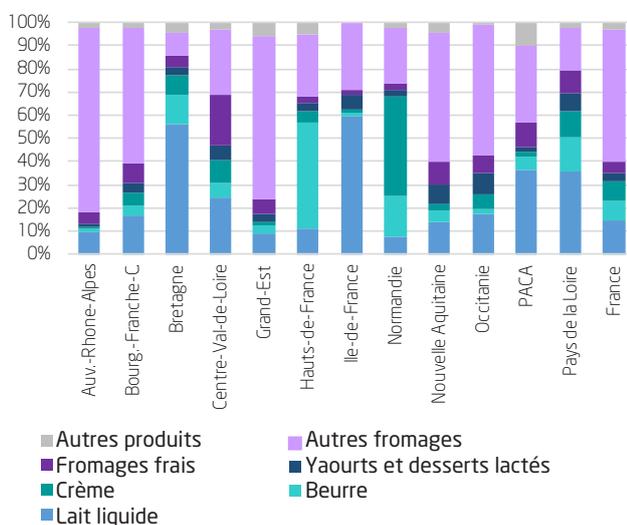
Source : FranceAgriMer

Cette image nationale ne reflète cependant pas les disparités régionales qui peuvent être constatées.

- Les régions Bourgogne-Franche-Comté, Occitanie et Nouvelle Aquitaine sont dans la moyenne française, avec une majorité des volumes de lait destinée à la fabrication de fromages (environ 60 %) et des fabrications loin d'être négligeables sur les autres produits ;
- En Auvergne-Rhône-Alpes et Grand-Est, la part du lait destinée aux fabrications de fromages est encore plus prononcée, pouvant dépasser 80 %, forcément aux dépens des autres produits, notamment les matières grasses (beurre et crème) ainsi que les yaourts et desserts lactés. Ces deux régions sont caractérisées par une grande diversité des fromages AOP, ce qui explique les importants volumes de lait impliqués dans cette production ;
- En Bretagne, Ile-de-France, Pays de la Loire et, dans une moindre mesure, PACA, entre 10 et 30 % seulement des volumes de lait sont transformés en fromages (hors fromages frais). La production principale y est en fait le lait liquide : en Bretagne et en Ile-de-France ses fabrications engagent plus de la moitié du lait produit. Dans les deux régions de l'ouest, les volumes de lait transformés en beurre et crème ne sont en outre pas négligeables (entre 15 et 20 % pour l'ensemble de ces deux produits) alors que les vendeurs directs localisés en Ile-de-France se concentrent plutôt sur le lait liquide et les fromages ;

- Le Centre-Val-de-Loire, les Hauts-de-France et la Normandie montrent également une utilisation du lait de vache inférieure à 30 % pour la fabrication de fromages (autres que frais). Dans ces régions, la production principale se distingue car elle est différente de ce qui peut être observé dans les autres régions et divergente de la moyenne française : il s'agit de la crème en Normandie, du beurre en Hauts-de-France, du lait et des fromages frais en Centre-Val-de-Loire.

Fig. 17 : Répartition du lait utilisé pour la fabrication des produits laitiers à la ferme par région en 2015



Source : FranceAgriMer

Un peu moins de la moitié des vendeurs directs français déclarent avoir fabriqué des fromages (autres que frais) sur leur exploitation en 2015, alors que près des deux tiers ont produit du lait liquide. À ce niveau encore, une forte variabilité régionale peut être constatée, tant en termes de nombre de vendeurs directs impliqués (cf. tableau 4) que de production moyenne de ces vendeurs (cf. tableau 5). Par exemple, en Ile-de-France, les vendeurs directs ont transformé en moyenne plus de 140 000 litres de lait pour fabriquer du lait liquide, alors qu'en régions Grand-Est ou Hauts-de-France les volumes ne dépassent pas 8 000 litres par exploitation. C'est également en Ile-de-France que se trouvent les vendeurs directs transformant les volumes les plus importants (plus de 230 000 litres) en fromages. Au contraire, le Centre-Val-de-Loire est la région où se trouvent les plus « petits » vendeurs directs, et ce quels que soient les produits laitiers qu'ils fabriquent sur leur ferme.



Tableau 4 : Pourcentage de vendeurs directs déclarant des fabrications selon les produits laitiers en 2015

	Total vendeurs directs						
	Lait liquide	Beurre	Crème	Yaourts et desserts lactés	Fromages frais	Autres fromages	Autres produits
Auvergne-Rhône-Alpes	41,7 %	7,2 %	8,3 %	14,2 %	24,6 %	71,3 %	9,2 %
Bourgogne-Franche-Comté	73,5 %	15,2 %	25,8 %	24,2 %	36,4 %	45,5 %	6,8 %
Bretagne	86,1 %	23,0 %	21,3 %	25,4 %	25,4 %	23,8 %	11,5 %
Centre-Val-de-Loire	87,5 %	17,2 %	28,1 %	20,3 %	35,9 %	39,1 %	12,5 %
Grand-Est	74,9 %	15,6 %	13,6 %	18,1 %	24,7 %	39,5 %	9,1 %
Hauts-de-France	83,3 %	49,8 %	33,8 %	21,9 %	29,7 %	14,5 %	14,1 %
Île-de-France	87,0 %	17,4 %	26,1 %	39,1 %	39,1 %	26,1 %	4,3 %
Normandie	67,0 %	41,1 %	62,9 %	21,8 %	23,9 %	22,3 %	11,2 %
Nouvelle Aquitaine	62,5 %	11,1 %	14,8 %	20,8 %	32,9 %	50,5 %	10,6 %
Occitanie	54,9 %	9,1 %	9,8 %	31,1 %	33,5 %	57,9 %	11,0 %
PACA	64,7 %	9,8 %	5,9 %	17,6 %	27,5 %	54,9 %	15,7 %
Pays de la Loire	96,2 %	30,8 %	34,6 %	30,8 %	33,7 %	30,8 %	9,6 %
<b>France</b>	<b>61,9 %</b>	<b>18,1 %</b>	<b>19,6 %</b>	<b>19,8 %</b>	<b>27,9 %</b>	<b>49,0 %</b>	<b>10,3 %</b>

Source : FranceAgriMer

Tableau 5 : Utilisation moyenne du lait par vendeur direct pour les fabrications de produits laitiers en 2015 (en litres équivalent lait)

	Total vendeurs directs						
	Lait liquide	Beurre	Crème	Yaourts et desserts lactés	Fromages frais	Autres fromages	Autres produits
Auvergne-Rhône-Alpes	27 653	18 110	8 008	14 093	23 697	128 334	29 841
Bourgogne-Franche-Comté	11 458	12 051	11 135	8 316	11 872	62 747	19 451
Bretagne	59 633	51 542	36 641	11 119	17 033	38 897	36 770
Centre-Val-de-Loire	9 465	12 590	11 914	9 403	20 729	24 141	8 495
Grand-Est	7 208	10 637	7 109	11 446	14 813	101 798	37 446
Hauts-de-France	7 930	55 428	8 391	10 190	5 021	111 385	21 363
Île-de-France	144 484	14 959	14 174	30 976	12 234	234 435	1 371
Normandie	18 575	73 136	113 943	21 936	21 147	176 408	40 475
Nouvelle Aquitaine	11 736	23 138	8 649	21 393	15 657	57 591	21 223
Occitanie	15 414	13 457	29 756	14 695	11 456	47 748	4 771
PACA	21 004	21 387	11 026	4 753	14 518	22 555	23 505
Pays de la Loire	26 848	35 240	24 178	17 221	20 985	43 630	19 000
<b>France</b>	<b>21 434</b>	<b>40 953</b>	<b>38 247</b>	<b>14 449</b>	<b>17 256</b>	<b>103 732</b>	<b>26 296</b>

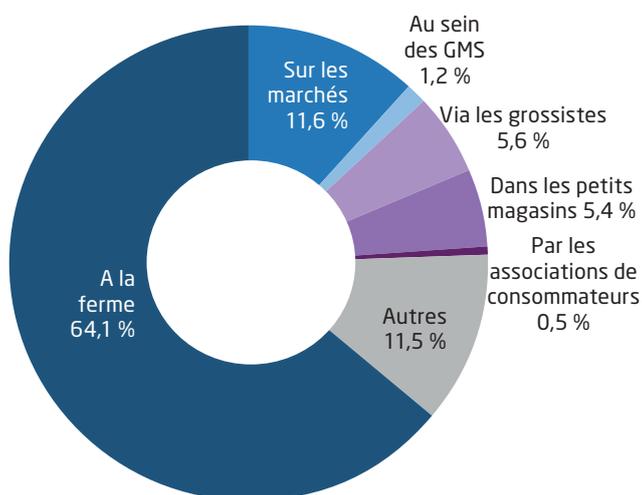
Source : FranceAgriMer

### La vente sur la ferme est le circuit de commercialisation préféré par les vendeurs directs

Une déclaration supplémentaire a été ajoutée dans l'enquête vente directe, concernant les circuits de commercialisation des vendeurs. Six circuits sont proposés : à la ferme, sur les marchés, au sein des GMS, via les grossistes, dans les petits magasins, par les associations de consommateurs, mais une case « Autres » permet également aux vendeurs de spécifier d'autres circuits

plus « confidentiels ». Il est bien sûr possible de déclarer plusieurs circuits de commercialisation, ce qui est le cas de 53 % des vendeurs directs ayant répondu à l'enquête annuelle de 2015. Environ 43 % des vendeurs directs commercialisent leur production sur un unique circuit et pour 64 % d'entre eux il s'agit de vente sur leur propre ferme. Restent quelques vendeurs (4 % environ) n'ayant pas répondu à cette question.

Fig. 18 : Circuit de commercialisation utilisé par les vendeurs directs qui n'en ont déclaré qu'un en 2015



Source : FranceAgriMer

À l'échelle nationale, 70 % des vendeurs directs commercialisent leurs produits directement sur leur exploitation. Ce type de vente implique le déplacement des acheteurs dans les exploitations mais il s'agit de celui qui assure le meilleur prix de vente, car il limite les actions entre la fabrication et la commercialisation, mais également qui rassure probablement le plus le consommateur, qui achète directement au producteur.

Viennent ensuite les ventes sur les marchés : dans ce cas, c'est le producteur qui va à la rencontre de ses consommateurs, mais là encore, le nombre d'intermédiaires est réduit à zéro et l'acheteur s'adresse directement au producteur. Les ventes dans les petits magasins sont prisées par 30 % des vendeurs directs. Ce circuit représente une sorte de compromis : le producteur n'est plus impliqué dans la vente mais l'aspect « petits magasins » offre encore un gage de proximité et une image de circuit-court au consommateur.

Parmi les « autres » circuits de commercialisation (qui concernent un peu moins de 12 % des déclarants), les vendeurs directs ont indiqué se tourner vers les affineurs (2,4 % du total des vendeurs directs), la restauration collective (1,8 %), les restaurants (1,6 %) et parfois plus spécifiquement les crêperies (0,2 %), la vente à domicile (1,5 %), les artisans (1,1 %), mais également les distributeurs de lait, les magasins de producteurs, les points de vente collectif, les laiteries / coopératives.

Tableau 6 : Pourcentage de vendeurs directs ayant déclaré vendre dans chacun des circuits de commercialisation par produit en 2015

	Total vendeurs directs							
	Total	Lait	Beurre	Crème	Yaourts et desserts lactés	Fromages frais	Autres fromages	Autres produits
A la ferme	70,3 %	72,7 %	73,8 %	68,5 %	68,8 %	69,8 %	70,0 %	76,6 %
Sur les marchés	31,9 %	28,1 %	49,0 %	50,2 %	51,8 %	52,7 %	43,4 %	39,8 %
Au sein des GMS	13,8 %	12,5 %	16,9 %	23,5 %	24,4 %	22,5 %	15,4 %	20,3 %
Via les grossistes	14,0 %	6,2 %	6,5 %	9,4 %	8,7 %	9,2 %	22,9 %	16,1 %
Dans les petits magasins	30,4 %	29,0 %	38,6 %	44,8 %	51,4 %	45,3 %	37,2 %	39,1 %
Par les asso. de consommateurs	9,7 %	11,4 %	16,5 %	18,9 %	29,0 %	22,0 %	12,0 %	13,0 %
Autres	11,7 %	12,3 %	7,8 %	6,8 %	11,3 %	9,7 %	11,5 %	15,3 %
Affineurs	2,4 %	1,0 %	0,7 %	s	0,6 %	0,4 %	4,1 %	3,8 %
Artisans	1,1 %	1,7 %	s		s	s	s	
Crêperie	0,2 %	0,4 %						
Distributeur de lait	0,9 %	1,3 %	s	s	s	0,4 %	0,3 %	s
Laiterie / Coopérative	0,6 %	0,2 %	s	s			1,1 %	
Magasin de producteurs	0,7 %	0,9 %	1,1 %	0,8 %	1,2 %	1,6 %	1,1 %	1,5 %
Point de vente collectif	0,7 %	0,9 %	1,7 %	1,6 %	2,2 %	1,6 %	0,4 %	4,2 %
Restaurants	1,6 %	1,7 %	1,5 %	1,0 %	2,0 %	2,5 %	2,2 %	3,8 %
Restauration collective	1,8 %	2,3 %	1,1 %	1,6 %	4,2 %	2,1 %	1,4 %	1,1 %
Ventes à domicile	1,5 %	1,9 %	0,9 %	0,8 %	0,6 %	1,0 %	0,6 %	s

Source : FranceAgriMer (s : secret statistique)



À côté des données nationales, on constate une fois encore des variations selon les régions. Sans entrer dans le détail des chiffres du tableau 7, on peut retenir :

- un plébiscite de la vente à la ferme en Ile-de-France alors que les ventes sur les marchés (et dans une moindre mesure, les autres circuits de commercialisation) sont moins importantes ;
- des ventes à la ferme pour à peine plus de la moitié des vendeurs directs bretons, qui ont tendance à favoriser les petits magasins ;
- une proportion à peine plus élevée de vendeurs directs commercialisant leurs produits sur leur ferme en Normandie, avec une tendance à préférer (par rapport à la moyenne nationale) les marchés et petits magasins, mais également les ventes aux GMS ;
- une forte présence des vendeurs directs sur les marchés en Occitanie (plus d'un sur deux), à laquelle s'ajoute une proportion non négligeable de vendeurs avec les petits magasins.

Tableau 7 : Pourcentage de vendeurs directs ayant déclaré vendre dans chacun des circuits de commercialisation par région en 2015

	Total vendeurs directs					
	À la ferme	Sur les marchés	Au sein des GMS	Via les grossistes	Dans les petits magasins	Par les associations de consommateurs
Auvergne-Rhône-Alpes	64,4 %	33,3 %	11,5 %	22,0 %	28,7 %	7,4 %
Bourgogne-Franche-Comté	84,8 %	33,3 %	12,1 %	9,1 %	24,2 %	9,8 %
Bretagne	53,3 %	27,0 %	12,3 %	2,5 %	44,3 %	16,4 %
Centre-Val-de-Loire	85,9 %	29,7 %	10,9 %	3,1 %	18,8 %	12,5 %
Grand-Est	84,4 %	20,2 %	7,0 %	8,2 %	19,8 %	11,5 %
Hauts-de-France	79,2 %	20,8 %	10,4 %	4,5 %	23,8 %	3,7 %
Île-de-France	91,3 %	8,7 %	17,4 %	8,7 %	17,4 %	21,7 %
Normandie	55,3 %	40,1 %	26,4 %	14,2 %	43,1 %	10,7 %
Nouvelle Aquitaine	75,5 %	35,6 %	18,1 %	17,6 %	32,9 %	12,0 %
Occitanie	73,2 %	51,2 %	20,1 %	12,8 %	43,3 %	12,8 %
PACA	84,3 %	31,4 %	9,8 %	3,9 %	45,1 %	7,8 %
Pays de la Loire	63,5 %	31,7 %	24,0 %	3,8 %	31,7 %	18,3 %
<b>France</b>	<b>70,3 %</b>	<b>31,9 %</b>	<b>13,8 %</b>	<b>14,0 %</b>	<b>30,4 %</b>	<b>9,7 %</b>

Source : FranceAgriMer

### Les « gros vendeurs » directs sont plutôt des GAEC tandis que les « petits » vendeurs produisent du lait liquide

Les caractéristiques sont très différentes entre les vendeurs directs pouvant être qualifiés de « grands » et ceux pouvant être qualifiés de « petits ». Les premiers sont définis par une production de lait supérieure à 200 00 litres en 2015 pour leur activité de transformation sur la ferme (ils représentent 12,9 % du total des vendeurs directs ayant répondu à l'enquête). Les seconds sont ceux ayant produit moins de 2 000 litres de lait pour leurs fabrications sur l'exploitation (soit 12,3 % des effectifs totaux).

Les « gros » vendeurs directs sont pour deux tiers des GAEC ; les EARL représentent 20 % des effectifs et les exploitations individuelles seulement 7 %. Du côté des « petits » vendeurs directs, la répartition entre ces trois formes juridiques est plus homogène, avec 35 % de GAEC, 33 % d'exploitations individuelles et 27 % d'EARL. Si 35 % des « gros » vendeurs directs ne font pas, à côté, de livraison de lait, ils ne sont que 12 % pour les « petits » vendeurs directs.

Parmi les 327 « gros » vendeurs directs, 61 % ne déclarent ne fabriquer qu'un seul type de produits, et pour 82 % d'entre eux, il s'agit d'« autres » produits (donc hors lait, crème, beurre, yaourt et fromages) ; 14 % ne font que du lait. Les fabricants uniques sont bien plus nombreux chez les « petits » vendeurs directs (92 %, des 312 recensés) ; ils produisent en immense majorité (94 %) du lait liquide.

Les « petits » vendeurs directs affichent une nette préférence pour la commercialisation de leurs produits laitiers sur leur propre ferme (pour 85 % d'entre eux). Ils sont 8,7 % à passer par les petits magasins et 6 % par les marchés. Les GMS, les grossistes, les associations de consommateurs ne sont pas des circuits de commercialisation suivis par les « petits » vendeurs directs (moins de 1 % pour les deux premiers, à peine plus de 2 % pour le troisième), alors qu'ils sont plus répandus pour les « gros » vendeurs directs : respectivement 30, 45 et 5,5 % des « gros » vendeurs directs déclarent utiliser ces circuits de commercialisation, qui semblent nécessiter des volumes importants pour être rentables pour le producteur. La vente des produits sur les fermes n'est déclarée que pour 54 % des « gros » vendeurs directs. Ils ne sont également que 22 % à se rendre sur les marchés.

## Conclusion

Cette synthèse permet de poser des chiffres sur l'activité de vente directe dans la filière lait de vache et ainsi de dégager les grandes tendances qui la caractérisent. On retiendra notamment que, comme pour l'ensemble des exploitations laitières, le nombre de vendeurs directs s'est replié depuis vingt ans, mais sa proportion dans les effectifs totaux est restée stable. Dans le même temps, la production de lait moyenne par exploitation pour cette activité de transformation à la ferme a progressé, atteignant presque 90 000 litres en 2015. Les exploitations individuelles sont les formes juridiques les plus répandues parmi les vendeurs directs purs, mais les GAEC se développent de plus en plus avec une double activité livraison et vente directe.

D'un point de vue répartition géographique, le fait marquant est la prédominance de la région Auvergne-Rhône-Alpes, qui concentre plus d'un tiers des vendeurs directs du territoire (38 % en 2015) et produit près de la moitié des volumes de lait de vache destiné à être transformé sur la ferme (49 %). Cette région est caractérisée par une tradition de production de fromages AOP, souvent fermière, que ce soit dans le Massif central ou en Savoie, qui justifie sa place de leader : en effet, en Auvergne-Rhône-Alpes, 80 % environ du lait de vache produit est transformé en fromages, les autres produits laitiers concernant des volumes moins importants. Si les fromages sont la principale production dans la plupart des régions, certaines se distinguent néanmoins, comme la Bretagne avec le lait liquide, la Normandie avec la crème ou les Hauts-de-France avec le beurre.

Enfin, concernant les circuits de commercialisation, la vente sur la ferme reste le plus répandu, en particulier pour les plus « petits » (en termes de volumes transformés) vendeurs directs. La commercialisation au sein des GMS, via les grossistes ou avec les associations de consommateurs est en moyenne encore peu courante, sauf chez les « gros » vendeurs directs pour qui ces circuits peuvent apparaître avantageux compte tenu de l'importance des volumes produits.

La vente directe offre aux éleveurs un moyen de créer de la valeur ajoutée au sein de leur exploitation, de compléter leurs revenus (quand cette activité est couplée à de la livraison de lait) et de s'affranchir de la volatilité des cours sur le marché mondial. C'est particulièrement le cas dans les zones de montagnes ainsi que les zones de faible densité laitière, où la collecte de lait tend à devenir de plus en plus contraignante et coûteuse pour les industriels en raison de la réduction rapide du nombre d'exploitations laitières dans ces zones. Cette forme de production et de commercialisation, plus proche du consommateur, répond en outre à la demande grandissante des français de recherche de qualité et de lien au terroir. Cette tendance sera à confirmer dans les prochaines années et devrait pouvoir être suivie grâce aux données de l'enquête annuelle mise en place par FranceAgriMer.





