



● **FRAB AuRA** ●  
Les Agriculteurs **BIO**  
d'Auvergne-Rhône-Alpes

## Retour de l'enquête adhérent.e.s et éleveurs – Conjoncture laitière bio 2021-2022

Réseau FRAB AuRA – Avril/Juin 2022

### Contexte :

Les années laitières 2021 et 2022 sont marquées par l'arrivée de nouveaux volumes de lait bio et par une baisse inédite de la consommation bio. La commission Lait de la FRAB, regroupant des éleveurs laitiers référents et des conseillers élevage des GAB, a souhaité sonder les éleveurs bio sur la réalité économique de la conjoncture laitière et ses effets directs sur les fermes.

### Objectifs :

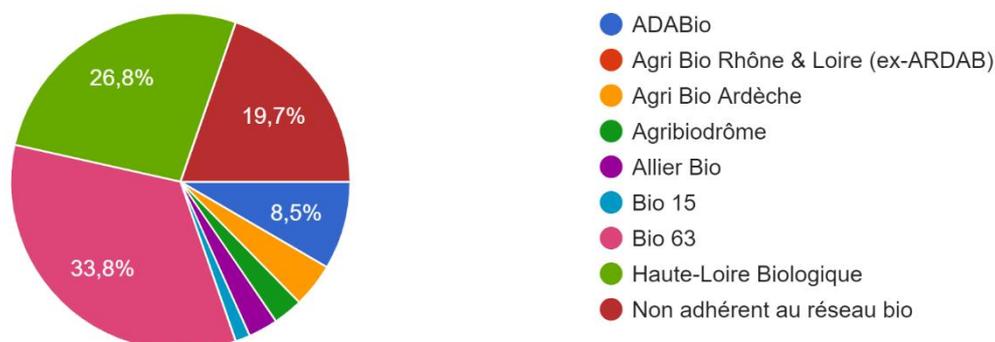
Faire un état des lieux global de la situation des éleveurs bio, adhérent.e.s et non-adhérent.e.s au réseau régional bio et de construire et adapter un plan d'actions à la situation.

### Analyse générale des retours :

- **Taux de réponse** : 71 réponses dont 14 éleveurs non-adhérents à un GAB
- **Période de réponse** : du 25 avril 2022 au 22 mai 2022
- **Profil des répondants** :
  - Majorité d'éleveurs spécialisés
  - Très grande majorité d'exploitation bio de + de 5 ans
  - Bonne distribution des profils dans les volumes de lait produit
  - Une minorité transforme une partie de leur production
- **Des éleveurs bien impactés par la crise**
  - Majorité d'éleveurs impactés négativement par la crise laitière
  - Difficultés financières, baisse du moral, reports de projets
- **Proposition d'actions collectives** :
  - 3 axes d'actions : concertation de la filière, communication auprès des consommateurs et des élus, autonomie des fermes
- **31 répondants sur 71** demandent à être recontactés pour participer à des actions collectives

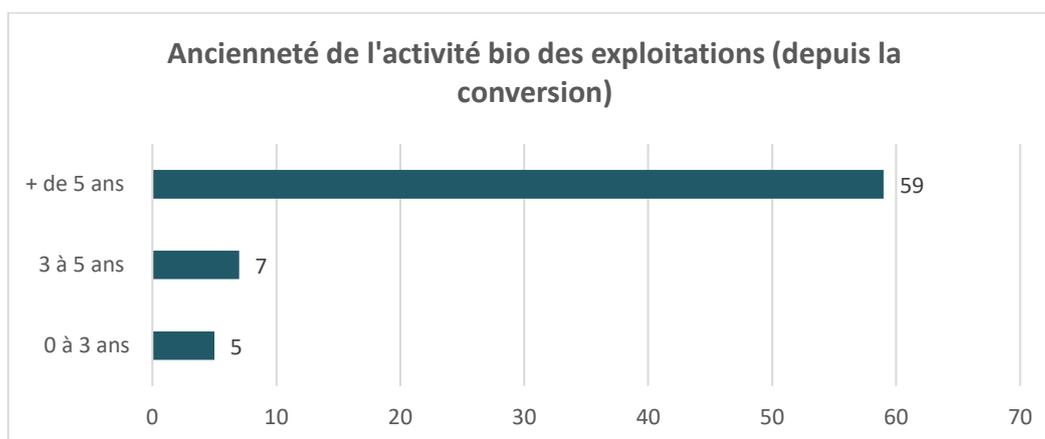
## Répartition des répondants par GAB

71 répondants



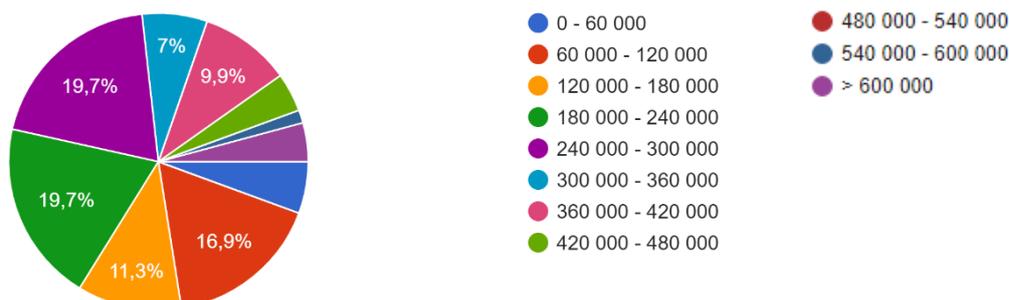
NB : L'enquête n'a pas été diffusée aux éleveurs des adhérents du Rhône et de la Loire car une enquête similaire leur a déjà été envoyée. C'est à partir de cet état des lieux et cette initiative dans ces deux départements que cette enquête régionale s'est construite.

## Ancienneté des exploitations en bio

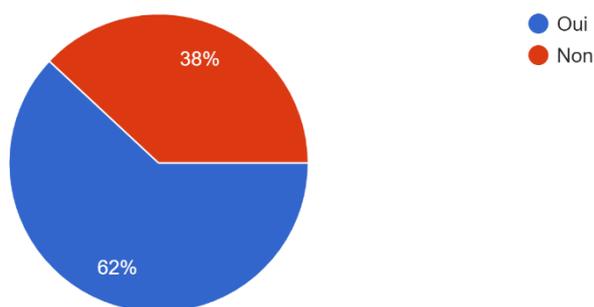


## Activité laitière

Quantité de lait produit

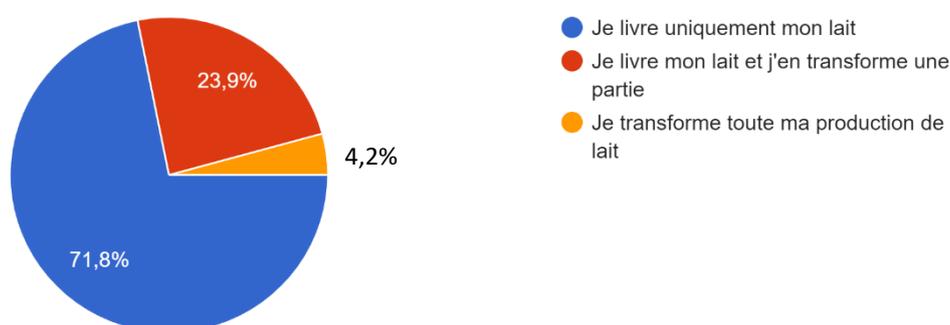


### Spécialisation laitière de l'activité



44 répondants sur 71 sont éleveurs laitiers spécialisés (unique atelier)

### Activité de transformation à la ferme

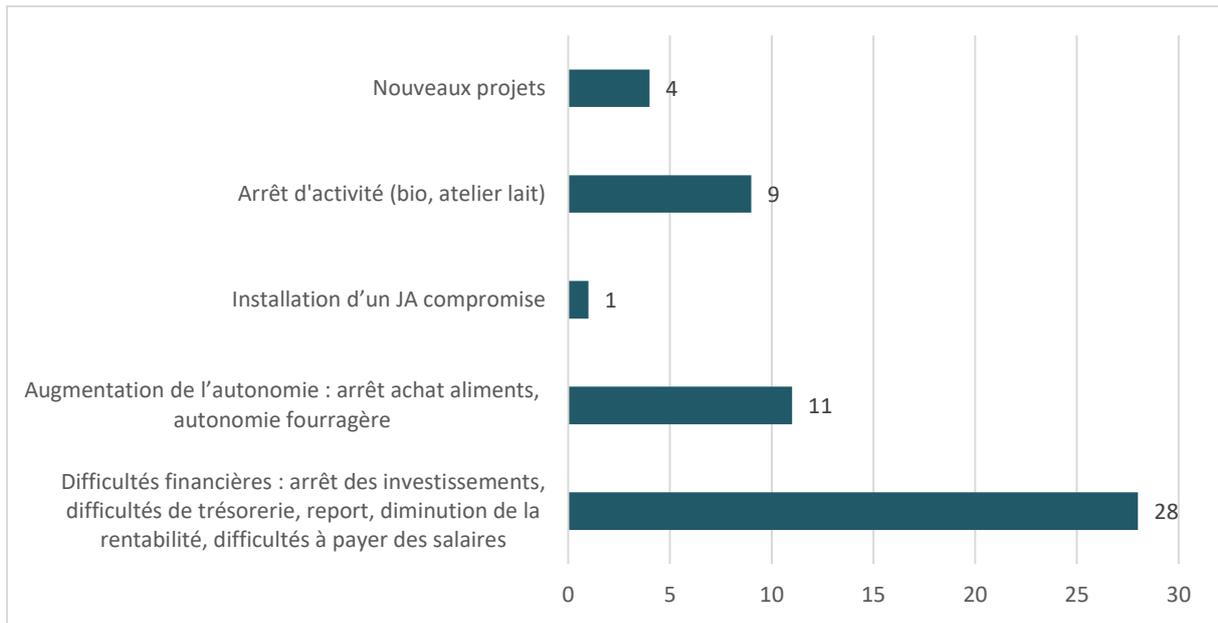


### Impact économique de la conjoncture

62% des éleveurs interrogés connaissent une période difficile avec un fort impact de conjoncture sur leur système.



### Les principales conséquences citées sur les projets et les orientations stratégiques :

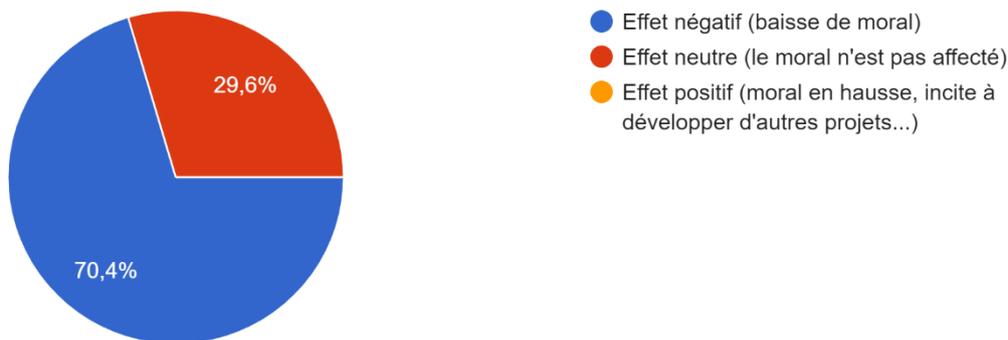


- Sur les 9 arrêts d'activité cités, 4 concernent un arrêt du Bio avec un retour au conventionnel.

### Impact moral de la conjoncture

#### La conjoncture actuelle de la filière impacte fortement le moral des éleveurs laitiers

70% des éleveurs interrogés ont une baisse de moral face à la conjoncture.



#### Recueil des sentiments exprimés par les répondants :

- Sentiments de dépression, de burn-out pour certains,
- Colère contre les laiteries et les conventionnels avec une impression de revivre les travers du conventionnel (produire de plus en plus de volume pour s'assurer un revenu)
- Davantage de stress et d'incertitude quant à l'avenir
- Démotivation

## Besoin des producteur.ice.s pour passer la période

- Augmentation du prix du lait
- Aides financières à la production de lait (compensation de l'Etat par ex)
- De la visibilité à moyen terme
- Accompagnement à l'optimisation des systèmes
- Baisse de charges et cotisations patronales
- Un prix minimum rémunérateur garanti par les laiteries
- Plus de communication sur la filière lait bio
- Comprendre la situation, pourquoi le lait conventionnel se vend bien ?
- Travail collectif pour limiter la production et résorber les surplus de volume et donc la crise

## Plan d'action collectif

### Se concerter avec les opérateurs de la filière

- Relance de Lait Bio de France, avec la FNAB
- Discuter avec le CRIEL AuRA pour mettre en place des synergies entre les actions du réseau bio et de l'interprofession du lait

### Importance de la communication et de la pédagogie

- Lobby politique fait aux élections législatives
- Diffusion de témoignage et de références techniques dans la Luciole, le magazine régional du réseau FRAB AuRA
- Communiquer directement auprès des consommateurs : animations en GMS, rencontres producteurs consommateurs
- Communiquer sur les valeurs de la « vraie bio », sur les bienfaits (les produits bio n'ont pas d'équivalents)

### Canaux de communication

- Opération de communication : refonte de la campagne « Manger Bio et Local, c'est l'idéal » pour 2023
- Faire parler les médias du sujet (publicité gratuite)
- Communication locale en commun entre producteurs
- Communication locale par les GAB : réalisation de vidéos et relai sur les réseaux sociaux
- Faire pression sur les mairies et les collectivités pour :
  - La tenue des engagements EGALim
  - Motiver les consommateurs à soutenir les producteurs locaux
- Réédition du Guide pour les consommateurs biosceptiques

## Travailler l'autonomie et la résilience des fermes

- Organiser des journées technico-économiques cet automne
- Accompagner les réflexions sur les outils de transformation collectif, par les GAB

	Actions déjà en cours	Actions à faire
FNAB	Communication Bio : relai des campagnes de communication	
	Concertation avec les OP de la filière (relance de Lait Bio de France)	
	Etudier la piste du label FNAB comme outil de valorisation des pratiques des éleveurs bio	
FRAB	Diffusion de références techniques dans la Luciole	Rencontrer les opérateurs régionaux du lait et mener des actions communes : CRIEL AuRA, coopératives
	Lobby auprès des candidats des législatives	Communication locale : vidéos
	Republier le guide biosceptique	
GAB	Lobby auprès des candidats des législatives	Lobby auprès des élus locaux (tenue des engagements EGALim)
	Accompagner les réflexions sur les outils de transformation collectif	Organiser des journées technico-économiques sur les thèmes de l'autonomie des fermes et de la performance des systèmes
		Réunion d'échanges agriculteurs-consommateurs, animations en GMS
		Accompagner les réflexions sur les outils de transformation collectif

## Des actions qui nécessitent une mobilisation des producteurs

- Lobby auprès des élus locaux
- Communication auprès du grand public
- Faire parler du sujet dans les médias : interview de producteur

## Contacts

- Yanis ESSAOUDI-CARRA, chargé de missions Filières – FRAB AuRA – **06 16 23 43 39**
- Pierre Pelissier - chargé de mission Elevage – Agribiodrôme – **06 31 69 96 46**
- Fabrice Thevenoux, animateur – Allier Bio – **06 62 71 06 51**
- Marianne Philit, chargée de mission Elevage Agri Bio Rhône & Loire – **06 77 75 10 07**
- Cloé Montcher, animatrice Elevage – Haute Loire Bio – **07 83 70 68 10**
- Marjorie Guegan, animatrice filières – ADABio – **06 26 54 41 11**
- Marie Redon, animatrice ruminants – Bio 63 – **06 07 11 36 84**
- Lise Fabriès, animatrice – Bio 15 – **04 71 45 55 74**