

Société d'applications laitières

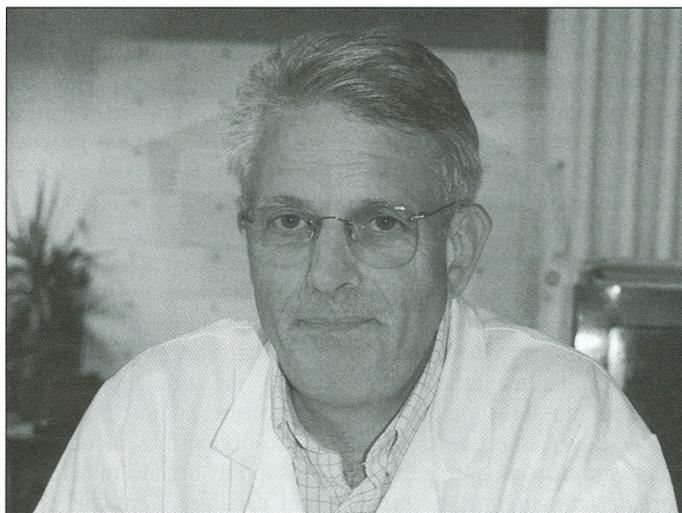
Une laiterie dédiée au bio

Connue par ses marques Domaine de la Croix Morin, Bioplus ou Bionat, la Société d'applications laitières transforme le lait biologique depuis plus de quinze ans. Sa force : une laiterie entièrement dédiée au bio, qui fait rimer qualité et innovation.

Située à une soixantaine de kilomètres au sud de Tours en Indre-et-Loire, la Société d'applications laitières (appelée aussi laiterie de la Croix Morin) s'est lancée dans le bio en 1985, à l'époque où ce mode de production n'était encore que confidentiel. Après avoir connu un développement important et s'être confrontée aux soubresauts d'un marché devenu de plus en plus concurrentiel, elle mise aujourd'hui sur son savoir-faire et ses innovations pour garder sa place face aux mastodontes de la transformation laitière.

De nouveaux approvisionnements

Jusqu'à fin août dernier, la laiterie travaillait en direct avec le lait bio produit à la ferme de la Croix Morin, située à quelques kilomètres du site, et appartenant à la même société que des Hollandais ont rachetée en 1998. « Une garantie de traçabilité et des coûts de logistique réduits qui nous



Didier Poupard, directeur de la Société d'application laitière, mise sur une gamme large, un savoir-faire, des innovations et une usine dédiée pour accroître ses débouchés.

ont permis pendant des années de nous imposer comme modèle de développement auprès des distributeurs », reconnaît Didier Poupard, son directeur.

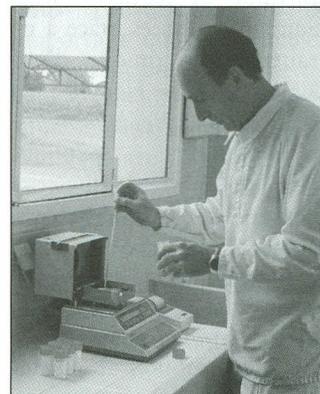
La mise en place du CC-Repab-F fin août 2000 a imposé des mises aux normes de l'élevage difficilement réalisables à la ferme, débouchant deux ans plus tard sur l'arrêt de

la production laitière en bio. « Nous avons dû revoir nos approvisionnements et notre positionnement », continue le directeur, préoccupé toutefois par les répercussions que cette nouvelle donne peut avoir sur ses clients. Car ce changement de situation annonce une nouvelle orientation pour la Société d'application laitière qui a dû chercher de nouveaux fournisseurs. Une laiterie s'est engagée à lui fournir les 2 500 000 litres de lait par an nécessaires pour combler une partie de ses besoins, avec une garantie de traçabilité qui passe notamment par la connaissance des producteurs apporteurs. « Pas question de concentrer mes approvisionnements chez un même fournisseur. Il faut répartir les

risques », souligne Didier Poupard.

« Ensemble pour plus de sens »

La Société d'application laitière est aussi cliente du GIE Biolait. Et ceci, depuis la création du groupement. « Nous avons soutenu son développement et il est vrai que la qualité du lait livré s'est beaucoup améliorée », confie-t-il. Depuis deux ans, la laiterie est aussi partenaire des Biocoop, fabricant les produits laitiers au logo « ensemble pour plus de sens ». Cette démarche, initiée par le réseau Biocoop en liaison avec Biolait, a pour objectif de proposer des repères aux consommateurs. Les produits laitiers, démarqués par le logo, garantissent un lien fort du producteur au consommateur, dans un esprit de transparence, de



Le laboratoire interne à l'entreprise effectue des analyses systématiques du lait cru à l'arrivage et des produits finis : analyses chimiques (matières grasses, extraits secs, acidité, pH) et bactériologiques (germes). Toutes ses analyses sont doublées par celle d'un laboratoire extérieur qui effectue également les recherches de salmonelles et de listeria. Le laboratoire est exigeant sur les cellules : leur présence en nombre trop important (supérieur à 100 000 cellules par ml) détériore les performances de transformation.

Quelques chiffres

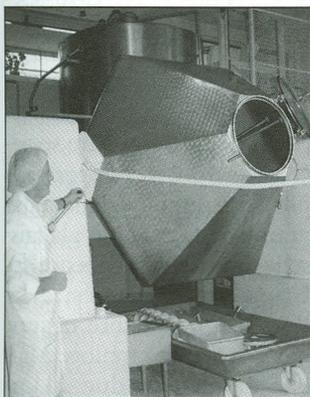
Tous les produits fabriqués par la Société d'application laitière sont 100 % bio, avec le logo AB. L'entreprise, créée en 1985 par Robert Bernard, également propriétaire d'une ferme bio (500 hectares de culture, un cheptel de 600 animaux pour 350 laitières) a été cédée en 1998 à une société détenue par des Hollandais (MM. Aalbert, Brandebourg et Reeder).

Avec environ 3 millions de litres de lait bio transformé, la Société d'application laitière réalise actuellement 3,35 millions d'euros de CA avec une gamme de plus de 40 références.



Un nouveau packaging innovant, en quadrette (quatre pots plastiques dans un cercle) pour la gamme des produits 100 % bio au bifidus et acidophilus.

traçabilité, de qualité et d'équité. « *Le Société d'application laitière, choisie par les Biocoop pour son savoir-faire, sa taille humaine, son éthique, fournit une vingtaine de références au réseau* », explique Didier Poupard. Une reconnaissance qui, hélas, n'écoule pas suffisamment de volumes pour faire vivre l'entreprise.



Le beurre est fabriqué en baratte, une cuve d'une capacité de 500 kg qui effectue une rotation sur un axe. Grâce au fractionnement de sa fabrication (formation de grains de beurre, extraction du babeurre, lavage du grain de beurre, malaxage), cette technique favorise la libération des arômes. Utilisé ici depuis le début de l'activité de transformation, ce procédé n'est mentionné sur l'étiquette que depuis quelques années... pour se démarquer du beurre de butyrateur fabriqué en continu.

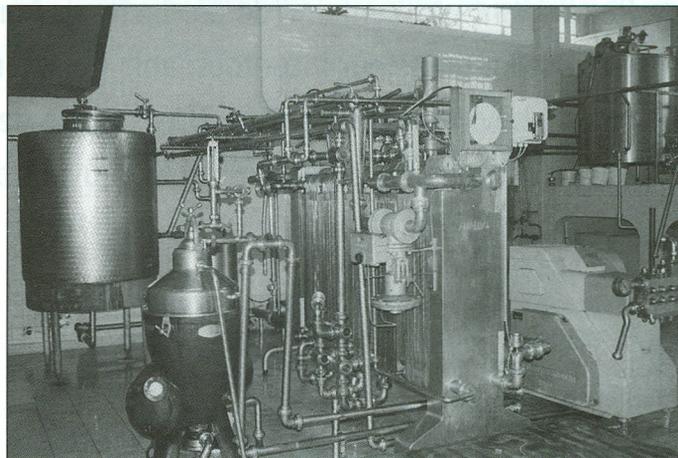
Un marché très concurrentiel

Diversifier et innover dans l'ultra-frais est un souci permanent sur ce marché encore très porteur jusqu'en début 2002, mais devenu vite très concurrentiel. Au fil des années, la gamme produite par la laiterie s'est développée. Les yaourts bien entendu, restent des valeurs sûres, nature ou aux fruits,

100 % bio. Il y a aussi les fromages frais, le beurre, la crème fraîche, les crèmes desserts... Certains d'entre-eux ont visé un positionnement plus diététique : lancés au début des années 90, par exemple, les produits laitiers fermentés « L+ » au bifidus et acidophilus séduisent les consommateurs soucieux de leur flore intestinale. Vendue sous les marques Bioplus ou La Croix Morin en magasins spécialisés dont *La Vie Claire*, Bionat en GMS, sans oublier les marques distributeurs, la gamme se décline aujourd'hui avec une quarantaine de références. « *Mais la pression des centrales d'achat ne cesse d'augmenter et, pour conserver des marchés pour lesquels nous avons investi ou nous nous sommes organisés, nous devons pratiquer une politique commerciale adaptée* ».

Avec un chiffre d'affaires stabilisé à 22 millions de francs actuellement (3,35 millions d'euros) contre 26 millions de francs en 1997, la société doit jouer serré. « *Les acheteurs ne connaissent pas les*

spécificités de la bio. Ils exigent les mêmes caractéristiques de produits qu'en conventionnel, notamment au niveau de la texture. Ce qui est impossible étant donné que nous ne disposons pas, en raison de notre cahier des charges, des mêmes produits à utiliser pour la fabrication, comme par exemple



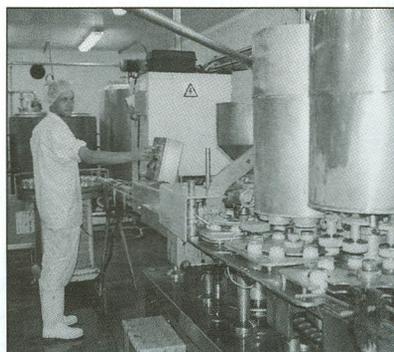
La pasteurisateur d'une capacité de 10 000 litres/heure tourne à la moitié de sa capacité. La pasteurisation, effectuée entre 90 et 95 °C, permet de détruire les bactéries pouvant être présentes dans le lait, pour ensemencher les bactéries sélectionnées telles que celles du yaourt ou du lait fermenté.

les amidons modifiés qui sont interdits dans le bio mais qui assurent l'onctuosité de la texture », explique Didier Poupard. Pour lui, l'époque où les acheteurs des centrales d'achat étaient sensibilisés au mode de production, à ses exigences, ses contraintes, ses différences et ses atouts est bel et bien révolue. Le « *turn-over* » fait que les motivations profondes disparaissent au profit du strict intérêt

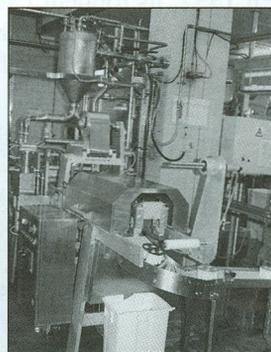
Miser sur l'innovation

Quelque peu amer et déçu par l'évolution du bio, lui qui, comme il se qualifie lui-même était « *un pur et dur* », Didier Poupard ne baisse pas pour autant les bras. Toujours passionné par l'innovation, il prépare l'avenir avec des produits allégés ou plus élaborés, en phase avec l'évolution de la demande. Avec une mise aux normes en 1997, l'instauration de la méthode HACCP⁽¹⁾, l'embauche d'un commercial, l'entreprise se donne les moyens d'aller de l'avant. Cette année, trois millions de litre de lait bio vont y être transformés. Un volume, somme toute, en baisse par rapport aux années précédentes mais qui illustre la capacité d'une entreprise à s'adapter à un nouveau contexte.

Christine Rivry-Fournier



Mise aux normes en 1997, la laiterie s'est dotée de matériel de conditionnement performant. Ici, la machine à conditionner les yaourts en verre (6 000 à 7 000 pots à l'heure) effectue les opérations de dosage, capsulage, thermoscage, sertissage et emballage. Une nouvelle machine a été acquise récemment pour conditionner les pots plastiques en quadrette.



(1) HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point. Méthode d'analyse de danger et de maîtrise des points critiques.