

Compte rendu – Conférence INTERBIO Bretagne

Thème : Baisse de la collecte de lait bio, quelles solutions pour soutenir la filière ?

Date : 18 septembre 2025 – Salon SPACE, Rennes

Conférence animée par Antoine Humeau – Financement : CIL Ouest et Eau du Bassin Rennais
Collectivité

Intervenants

- David Dugueperoux (Président, INTERBIO Bretagne)
- Goulven Oillic (Coordinateur pôle filières, INTERBIO Bretagne)
- Vincent Couvert (SCEA Couvert Vincent, administrateur Cerfrance Brocéliande)
- Jean-Michel Péard (Co-fondateur du réseau *Invitation à la ferme*)
- Ludovic Massard (Administrateur, Biolait)
- Arnaud Ménard (Responsable filière, Olga)
- Coralie Chuberre (Chargée de mission filières, Terres de Sources)

Contexte et état des lieux

La collecte de lait bio a connu une forte croissance jusqu'en 2022 puis une stagnation et chute désormais depuis 2 ans. En 2024, un total de 1,17 milliards de litre de lait bio a été collecté ce qui représente une baisse de 8,6% par rapport à 2023 à l'échelle nationale. La baisse se poursuit au niveau du marché mais également à cause des impacts sanitaires, notamment avec la fièvre catarrhale ovine (FCO) qui aura des effets également sur les collectes futures (baisse de fertilité, impact de la production laitière, etc.)

Le nombre de livreurs de lait bio continue lui aussi de baisser pour arriver au nombre de 3 714 producteurs livreurs en janvier 2025. Il y a deux ans ils étaient plus de 4 000.

Il est important de noter que la collecte est hétérogène d'une région à l'autre. L'Est et la Nouvelle Aquitaine ont connu une forte baisse de collecte car ce sont les régions qui ont été le plus impactées par la FCO en fin d'année 2024. Dans le Grand Ouest, la collecte est restée stable voire en légère baisse, et le Centre Val de Loire est la seule région à avoir eu une augmentation de collecte. Les conditions climatiques peuvent également impacter cette hétérogénéité de collecte au national.

Le différentiel du prix du lait bio et conventionnel se situe autour de 50€ les 1 000L en janvier 2025 alors que l'écart s'était resserré à 30€ en 2024. Même si l'écart a ré-augmenté, il est encore loin de ce que la filière a connu il y a quelques années avec plus de 120€ d'écart pour 1 000L. La moyenne du prix payé au producteur en juin 2025 se situe à 512€ les 1 000L.

En 2024, les fabrications de produits laitiers bio ont diminué dans les mêmes proportions que la collecte (-4% en équivalent lait). Cependant, une catégorie est ressortie à la hausse pour la première fois depuis 2020, celle des produits laitiers frais. Le beurre subit toujours une importante baisse de fabrication (-6,6% par rapport à 2023).

Le ventes en volume sont majoritairement représentées par le lait liquide mais en valeur ce sont bien les produits transformés qui pèsent une part importante de la distribution. Le marché est en baisse depuis 2020 mais les dynamiques changent selon les produits laitiers en fonction des années. Les produits transformés sont par exemple en augmentation en volume en 2025, signe d'un redressement de la filière.

Une progression de la fabrication laitière bio en Bretagne est observée avec +5% de fabrication de lait liquide, +5% de beurre, +10% de fromage frais et +3% de yaourts et produits fermentés.

Témoignages et retours d'expérience

Cerfrance Brocéliande :

- Présent sur deux départements (35 et 56)
- 14 000 clients
- Expertise et conseil

SCEA Couvert Vincent :

- Ferme bio 50 UGB, dans un méandre de la rivière donc inondable chaque hiver. 3 semaines d'inondation en 2025.
- Baisse de livraison sur la ferme à cause de la météo principalement (canicule, sécheresse, excès d'eau, souffrance des prairies).
- Augmentation du prix payé en 2025 (511€)

Réseau Invitation à la ferme :

- 36 fermes membres du réseau dans 3 départements (44, 35, 85). Objectif de se développer.
- Commercialiser les produits sous une marque commune dans un rayon de 80km autour de la ferme.

Biolait :

- 1 100 fermes, 240 millions de litres de lait collectés
- 1 ferme = 1 voix. Volonté de collecter partout en France même les fermes loin des sites de transformation.
- d'accueillir de nouvelles fermes, convaincu que la **filière 100 % bio** reste résiliente.

Olga

- Transformateur implanté en Bretagne, Normandie et Occitanie.
- Ajustement des volumes collectés en fonction des ventes.
- Volonté d'**accueillir de nouveaux producteurs** près des sites de transformation.
- Importance de préparer la relève face aux départs en retraite.

Terres de Sources (TDS)

- Valorisation des productions locales grâce à la **commande publique** (cantines, armée, restauration collective).

- Développement d'un modèle original : vente de prestations environnementales pour contourner les limites réglementaires des marchés publics.
- 150 producteurs engagés, objectif de fort développement mais difficultés sur les filières animales

Compte rendu de la table ronde

La discussion a permis de dresser un état des lieux contrasté de la filière, avec des perspectives différentes selon les acteurs.

Biolait a rappelé que la crise avait commencé dès 2021, avant même la guerre en Ukraine, dans le prolongement des perturbations liées au Covid. Anticipant la baisse de consommation, l'organisation a mis en place dès 2022 une stratégie de réinvention, notamment pour sécuriser les volumes, sensibiliser sur la saisonnalité (avec des ventes concentrées au printemps) et diversifier les débouchés. Une part importante du lait (30 à 40 %) a toutefois dû être déclassée en conventionnel. Malgré ces difficultés, Biolait a choisi de protéger le prix payé aux producteurs, refusant d'entrer dans une « guerre du lait bio au rabais ». En 2025, le prix moyen s'élève à 485 €/1000 L, avec l'objectif de franchir la barre symbolique des 500 €, même si la moyenne nationale est légèrement plus élevée (512 €/1000 L). SARL Vincent insiste par ailleurs sur l'importance de maintenir des systèmes cohérents et sobres en investissements, et souligne le rôle des dispositifs de la PAC et des MAEC qui permettent de rémunérer les pratiques agroécologiques déjà mises en œuvre sur de nombreuses fermes bio.

Du côté du **réseau Invitation à la ferme**, le constat est plus optimiste. Les producteurs membres n'ont pas connu de déconversion et toutes les fermes continuent de croître malgré la crise. Le réseau définit chaque année un « prix équitable » fixé collectivement (600 €/1000 L en 2025) et s'appuie sur ce référentiel pour calculer le coût de production des yaourts, fromages ou glaces. Ces produits sont ensuite proposés aux consommateurs, avec l'idée que chacun assume sa responsabilité dans ses choix alimentaires. Les intervenants ont souligné que le « bio local » reste un atout puissant auprès du grand public, ce qui explique la relative résilience de leurs fermes.

Chez **Olga**, la dynamique est différente. Après une phase de croissance continue jusqu'en 2022, la collecte est désormais « sous maîtrise », ajustée aux ventes. L'entreprise poursuit néanmoins l'intégration de nouveaux producteurs bio, prioritairement dans les zones proches des sites de transformation (Bretagne, Normandie, Occitanie). Les enjeux de transmission et de renouvellement générationnel sont particulièrement préoccupants : de nombreux départs à la retraite sont attendus dans les prochaines années, même si les reprises familiales restent fréquentes. Olga insiste sur l'importance d'apporter de la perspective et du développement pour continuer à attirer de nouveaux éleveurs, tout en assurant un équilibre entre matière protéique et grasse pour la transformation.

Terres de Sources (TDS) illustre quant à elle une autre voie, en articulant production laitière et services environnementaux. Le dispositif permet de sécuriser des débouchés grâce à la commande publique, en contournant certaines contraintes juridiques : les collectivités n'achètent pas directement des produits alimentaires, mais une prestation de service environnementale, matérialisée par la production agricole locale. Aujourd'hui, 150 producteurs et 52 points de collecte sont intégrés, mais l'ambition reste d'en mobiliser 725 supplémentaires. Si le développement a connu des freins liés à la conjoncture, les premières commandes de la filière lait bio devraient bientôt voir le jour, ouvrant la perspective d'une montée en puissance.

Au fil des échanges, plusieurs défis communs ont émergé. Le premier concerne la rémunération des producteurs, avec la nécessité de sécuriser des prix justes, éventuellement via des contrats pluriannuels et des volumes fixes permettant d'anticiper. Le second est lié au maintien de la collecte dans un contexte de départs massifs à la retraite et de difficulté à attirer de jeunes éleveurs. Enfin, tous les intervenants ont insisté sur l'importance de redonner du sens à l'achat de produits bio : il s'agit non seulement de rappeler que la bio intègre déjà les promesses d'autres labels (« sans OGM », pâturage, pratiques environnementales strictes), mais aussi de mieux valoriser les externalités positives (préservation de la biodiversité, qualité de l'eau, stockage carbone). Tous s'accordent à dire que la valorisation des produits bio doit s'accompagner d'un travail collectif sur l'image et la pédagogie, afin que le consommateur perçoive concrètement les bénéfices liés à son achat.

En conclusion, la table ronde a mis en évidence un besoin partagé : maintenir la solidarité de la filière pour éviter une spirale de baisse des prix, renforcer la sécurisation des revenus agricoles, développer de nouveaux débouchés via la commande publique et les initiatives territoriales, et surtout, redonner confiance et visibilité aux producteurs, actuels comme futurs.

Questions du public

Frédéric Ripoche Journaliste Biofil :

Est-ce qu'il y a des programmes d'aide à des jeunes chez Biolait ?

Biolait : Il y a des dispositifs pour les haies, création atelier à la ferme, aide au report, programme opérationnel (programme historique, levier structuration des filières, développement de recherche, co financements sur les exploitations, outils financés par la PAC réaffectation des aides PAC).

Conseillère départementale :

Vous avez parlé de la place des consommateurs, l'importance de l'eau. Mais le lien entre l'eau et la production laitière c'est loin pour le grand public ? comment on fait la communication ? et quelles prestations environnementales ?

SARL Vincent : Tout est regardé, les prestations environnementales, le cahier des charges est suivi par des indicateurs, le lien entre biodiversité et cultures 0 phyto, etc...

Il faut faire de la communication sur le fonctionnement globale d'une ferme, l'empreinte carbone puis écoloscope sont à diffuser.

Producteur de lait bio :

Il manque un état des lieux psychologiques et idéologiques des producteurs. Ceux qui ont des niches s'en sortent mais de nombreux s'interrogent beaucoup et ne vont pas bien. Système agricole très complexe, multitude de contrôle, d'étude etc les collectivités doivent prendre leurs responsabilités. Terres de Sources c'est bien mais c'est dommage d'utiliser ça pour contourner EGALIM et ce n'est pas normal. Il faut responsabiliser toutes les collectivités. Retourner sur du circuit court, les collectivités autour de chez moi n'ont pas eu besoin d'intermédiaire.

Chambre d'agriculture des Pays de La Loire :

L'économie de l'offre et de la demande s'applique à la problématique du jour et comment on fait pour communiquer plus sur les aménités positive de la bio car s'il y a de la consommation y'aura de la production.

Invitation réseau à la ferme : Les cahiers des charges sont très stricts, pour l'environnement la bio coche beaucoup de cases positives mais il y a une segmentation du marché et la bio mélange tout : le « sans OGM » le « + de pâturage » etc le bio fait déjà tout ça mais les gens ne le savent pas. Appuyer beaucoup sur la communication car le consommateur doit savoir qu'en achetant un produit il fait déjà tout ça.

Olga : Pour toucher le consommateur il faut aller où il achète. Nous avons fait deux campagnes de communication pour les des deux anniversaire : Tante Hélène et Vrai et ça a marché. Il y a eu plus d'achat. Il faut réserver une part de la valeur pour promouvoir et communiquer sur les externalités positives de la bio. Les offres consommateurs sont un levier puissant pour déclencher des ventes.

Invitation à la ferme : En tant que producteur on doit être acteur, faire des initiatives comme l'ouverture des fermes (ouverture chaque premier mercredi du mois) faire comprendre comment on travail, faire des animations magasins etc aller au contact du consommateur et expliquer comment on travail et ce qu'on fait. Une période que je n'ai pas aimé c'est quand les marques comme carte d'or bio etc se sont appropriées le label et donc le consommateur ça l'a perturbé car il pensait à un petit producteur et là une multinationale qui fait du bio ça a remis en question sa perception. L'avantage c'est qu'ils sont tous partis avec la crise et maintenant c'est à nous de reconstruire les fondamentaux.

Biolait : on sait qui sont les vrais acteurs structurants de la filière, en porc ce n'est pas la Cooperl, c'est Biorect, BVB, Hénaff.

Délégué à l'alimentation : Il y a un projet appelé Basylic, qui étudie la vision du lait bio dans 10 ans par les éleveurs. 37% ont une vision optimiste, 25% sont pessimistes et le reste est mitigé. Cette répartition n'est pas la même si on est en fin de carrière ou en début de carrière. Dans la catégorie des moins de 30 ans il y a plus de 80% mitigé ou pessimiste.

Témoignage d'un futur repreneur ferme bio : Ferme laitière bio qui livre son lait à Biolait. Objectif de reprendre l'exploitation voisine et la convertir en bio en plus de ce qu'il y a déjà. Pas fermé pour faire de la transfo mais ça représente beaucoup d'investissement donc c'est à étudier dans un second temps.