

TYPE 3 La SCIC Fromagerie du Pays des Murets : le chèvre-boîte Bleu-Blanc-Cœur

Avertissement :

les informations présentées ici sont issues de

- Huit entretiens réalisés en 2018 avec: deux salariés de la fromagerie Pays des Murets, 4 éleveurs membres de la SCIC dont la présidente, et deux consommateurs.
- Une analyse de documents et cahiers des chartes de production

Les analyses présentées dans cette fiche sont nécessairement partielles; elles sont orientées sur la question principale du projet ValResEau : comment les acteurs des filières et des territoires peuvent-ils coopérer pour favoriser des initiatives conciliant enjeux environnementaux (en particulier locaux) et valorisation économique des produits pour les éleveurs? Elles n'engagent que les auteurs.

Enfin ces analyses, réalisées à un moment T de l'évolution du cas étudié sont à replacer dans la temporalité du projet

Description de l'initiative

De quoi s'agit-il ?

La Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC), Fromagerie du Pays des Murets, a été créée en 2014 et a démarré l'activité de production en 2018. La fromagerie est située à la Mothe-Saint-Héray, dans le département des Deux-Sèvres et la région la Nouvelle-Aquitaine. Cette aventure collective et participative est née suite à la fermeture de la laiterie de Bougon le 31 mars 2014 qui produisait un fromage de chèvre emblématique de la région, le « bougon boîte » créé en 1907. Cette coopérative réunit des consommateurs, des producteurs de lait de chèvre et des salariés autour de la production d'un fromage désormais appelé « Fromage du Pays des Murets ».

Cette initiative met en avant la reconnaissance de pratiques et d'un savoir-faire spécifique vieux de 100 ans, autour d'un objectif de maintien d'activité et d'emploi sur le territoire et participant à une économie solidaire. La fromagerie du Pays des Murets produit depuis 2018 des fromages de qualité au lait cru (chèvre-boîte au lait cru, du mi-chèvre, un camembert, des faisselles de chèvre et mi-chèvre), avec des méthodes de production respectueuses de l'environnement, de l'animal et du produit au travers du cahier des charges Bleu-Blanc-Cœur.

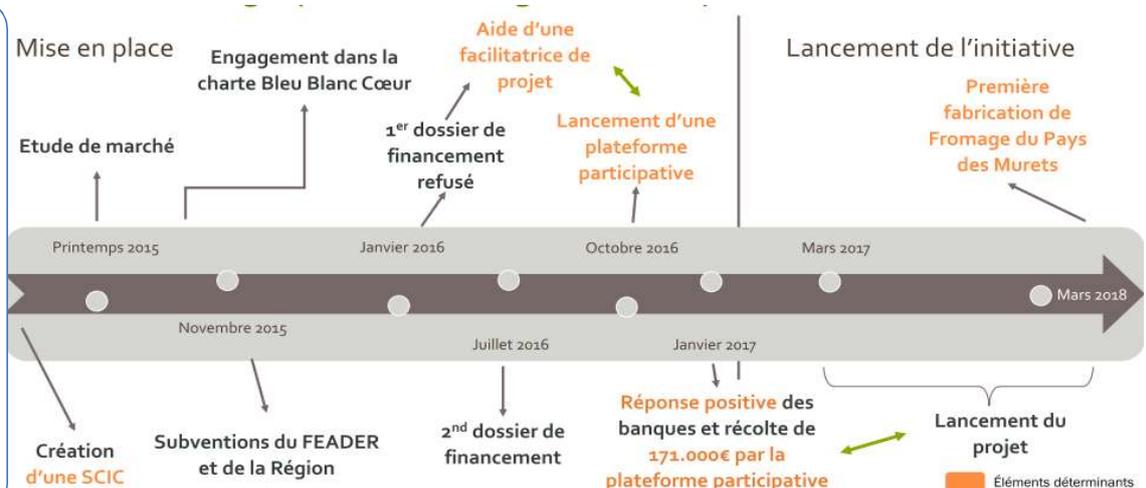
Historique des réflexions

2012: annonce de la disparition de la mention « Bougon » au profit de l'étiquette « Saint Loup ».

2012: création de l'association « Amis du Bougon Boite », rassemblant toutes les personnes supportant le projet de maintien de la production du fromage.

Fin 2013: annonce de la fermeture de la laiterie de Bougon et refus de la à l'association

Mars 2014: Fermeture de la laiterie et volonté de créer une nouvelle fromagerie



Source: Bagot et al. 2018

2014-2015 : L'association, avec l'aide de l'Union Régionale des sociétés coopérative et participative de l'Ouest (URSCOP) monte un projet de financement. Les estimations de coûts de production, la construction du cahier des charge et la fixation du prix de vente sont déterminés au sein du collectif en s'appuyant sur l'aide et l'expérience des anciens salariés de la laiterie de Bougon, engagés dans le projet de création d'une nouvelle fromagerie.

2015: Le collectif s'engage dans la charte Bleu Blanc Cœur pour se différencier, ce qui apporte de l'aide dans l'estimation des coûts de production.

Novembre 2015 : Les premiers financements sont accordés par la Région et l'Europe via le programme FEADER pour un montant total de 300 000€. Un dossier de financement est présenté aux banques afin d'obtenir les prêts pour le lancement du projet.

2016 : Le 1^{er} dossier de financement est refusé. Un second dossier est monté et déposé en juillet 2016, avec l'aide d'une facilitatrice de projet trouvé par le biais de Positive Invest.

Octobre 2016: Suite à la proposition de cette facilitatrice, un financement participatif et solidaire sur une plateforme en ligne a été mis en place et a permis de collecter 171 000€.

Janvier 2017: Réponses positives des banques sont obtenues.

Mars 2017 : Le projet est officiellement lancé avec achat du terrain, le dépôt de permis de construire et la construction d'un outil pouvant transformer jusqu'à 4000 litre de lait par jour.

Mars 2018: La première fabrication de fromage du Pays des murets à la Mothe-Saint-Héray a eu lieu.

Les objectifs initiaux du projet:

- **Continuer à produire le fromage typique du territoire**: Le chèvre boîte (bougon boîte étant une marque propre à Bongrain et dont l'utilisation était donc impossible) en préservant son goût et son savoir-faire dans son terroir d'origine
- Le **maintien de l'emploi** : un enjeu sociétal correspondant à l'objectif salarial de la fromagerie du Pays des Murets
- La **maîtrise de la filière de production, de l'amont à l'aval**
- La **production d'un fromage de qualité au lait cru**, lié à des méthodes de production respectueuses de l'environnement, de l'animal et du produit au travers du cahier des charges Bleu Blanc Cœur.

Production, transformation du lait et commercialisation du Fromage

Description des produits:

Fromage au lait cru entier à pâte molle de type camembert
3 types de fromage: chèvre, vache, mi-chèvre



Conditions de production:

Collecte du lait et fabrication du fromage quotidienne
Volume transformé : 2000-2500 L/j

Commercialisation

Echelle régionale
150 points de vente
GMS, magasins de producteurs
Prix de vente sortie fromagerie : 2,30 €



Cahier des charges

Charte Bleu Blanc Cœur

- Ratio ω_6/ω_3 équilibré

Cahier des charges AOP Chabichou du Poitou

- 75% de l'alimentation produit dans l'aire AOP
- Alimentation sans OGM



Les acteurs

La SCIC Fromagerie du Pays du Murets: une démarche qui intègre pleinement les producteurs mais aussi les consommateurs et les salariés de la Fromagerie

Le statut de SCIC a été adopté sur proposition de l'URSCOP et correspondait, selon les personnes rencontrées, à l'esprit du projet, à savoir: **impliquer à la fois les producteurs, les salariés et les consommateurs**. La SCIC est composée de 250 personnes ayant acheté des parts sociales par le biais de la plateforme de financement participatif, de 3 consommateurs, des 5 producteurs de lait de chèvre et des salariés de la fromagerie.

Le Conseil d'Administration (CA) de la SCIC est organisé selon **3 collèges** regroupant chacun 3 personnes : **un collège des agriculteurs** (détenant 33% des voix et la présidence de la SCIC), **un collège de consommateurs/sympathisants** (détenant 34% des voix) et **un collège des salariés** (détenant 33% des voix). Dans les faits, ces équilibres ne sont pas toujours respectés en fonction des décisions stratégiques à prendre où les agriculteurs peuvent avoir plus de poids et où les consommateurs moins impliqués économiquement confient ne pas vouloir trop influencer ces décisions

- **Les producteurs** : ils sont **en grande partie à l'origine de la démarche** : les 5 producteurs concernés ont tous été très impliqués dès le début du projet, avec chacun des rôles spécifiques : motivation et réunion des acteurs, comptabilité et analyse des coûts de production, demandes de financement avec l'aide du président de l'URSCOP, gestion de la partie communication et relation avec les médias.
- **Les consommateurs** ont différents rôles au sein du collectif. Certains siègent au CA et participent donc à la prise de décisions. Sur les trois consommateurs présents au sein du CA, deux étaient initialement dans l'association des amis du Bougon Boite.
- **Les salariés**: sur la dizaine de salariés que compte la SCIC, trois sont présents au sein du CA, dont deux ayant participé à la phase de mise en place du projet: réalisation des plans de l'outil de production, aide aux calculs du coût de production des fromages en s'appuyant sur des compétences d'ancien directeur de la laiterie de Bougon.

Lors de la mise en place du projet, les négociations ont eu lieu durant des réunions hebdomadaires réunissant la plupart du temps tous les producteurs et les acteurs du CA. Les points importants étaient discutés lors de ces réunions et les conseils d'administration mensuels permettaient la validation des décisions : "Les CA sont tous les mois". Ces réunions ont parfois été longues à cause du fonctionnement en groupe qui a pu ralentir la prise de décisions : "Le problème de ça : c'est bien sur la réflexion, mais ça augmente le temps, c'est plus long et quelquefois c'est gênant, car les décisions ne se prennent pas assez vite."



D'autres partenaires « extérieurs » en appui à la SCIC

Des acteurs publics locaux ont eu un rôle prépondérant lors de la mise en place du projet et notamment lors de la recherche de financement qui était une étape longue et cruciale.

Les collectivités territoriales ont joué un rôle important pour réunir les acteurs, le financement et l'appui technique. L'appui de l'ancien préfet des Deux Sèvres a été déterminant. Un membre du CA dit à ce propos : "La préfecture [donc le préfet] est aussi intervenue, car pour eux il est important de soutenir ce projet et les emplois qu'il génère, surtout pour apporter de l'aide morale et faire fonctionner leurs pouvoirs auprès de plein de gens" notamment les banques.

La région Poitou-Charentes a également permis d'obtenir des financements en 2015, avec le soutien de l'Europe par le programme FEADER.

Des acteurs privés ont joué un rôle lors du financement ou l'appui technique ou juridique.

L'URSCOP a encouragé la création de la SCIC et a permis au collectif de connaître les aides publiques auxquelles il pouvait prétendre à ce titre.

La facilitatrice qui a aidé au montage du dossier de financement et a donné l'idée de se tourner vers du financement participatif et solidaire. Ainsi les consommateurs ont eu un rôle d'apport de capitaux par l'intermédiaire de la plateforme Bulb in Town qui a permis d'obtenir 171 000€.

Lier évolution de pratiques et différenciation des produits ?

«La charte Bleu-Blanc-Cœur (BBC) » : une adoption qui a fait consensus (2015)

La mise en place du cahier des charges BBC a été choisie par les sociétaires de la SCIC, dans un objectif de rentabilité économique. Ils souhaitent pouvoir se positionner sur un segment de marché plus rémunérateur que celui des produits standards sans induire des changements de pratiques importants pour les producteurs. En effet, le **changement principal a été une modification de la ration des chèvres afin d'avoir le bon indice technique d'oméga 3**. Certains producteurs ont introduit de nouvelles cultures dans l'assolement, notamment de la luzerne : *«Au final, on a remarqué que l'IT3 est surtout présent dans l'herbe, la luzerne, cultures dont on s'est éloigné depuis quelques décennies»*.

La question de la conversion au bio a été évoquée, mais les acteurs impliqués dans la SCIC ont été unanimes sur le fait que cela impliquait trop de changements de pratiques pour les producteurs et que le délai de mise en place était long

Pour les producteurs:

l'adoption du cahier des charges BBC vise une différenciation du produit en répondant à certaines attentes des consommateurs en matière de santé. Le cahier des charges de l'appellation d'origine « Chabichou du Poitou » est également adopté mais n'est pas valorisé dans la différenciation produits.

«le bio oui ce sont surtout les consommateurs qui en demandent ».



« Pour le Cahier des charges BBC, il y a pas de négociations et ça s'est vite adopté, car chacun a vu que ça pouvait faire la différence : c'est le seul fromage de chèvre pâte molle au lait cru et BBC à la fois ».

Les consommateurs:

Ce sont eux qui font la proposition de suivre le cahier des charges Bleu Blanc Cœur, appuyée par la Région au moment du dépôt du dossier FEADER, *il a été rapporté que les premiers acteurs impactés par cette décision, c'est-à-dire les producteurs, ne connaissaient pas ce cahier des charges avant que l'un des consommateurs amène l'idée pour le projet*

«Au départ, ils ne connaissaient pas BBC, je suis dans le domaine du médical [...] ce qui fait que je connais BBC, de par l'alimentation néonatale et la vision de très jeunes enfants déjà obèses». »

Pas de lien directement avec les enjeux environnementaux locaux mais conscience de son importance

L'objectif initial de la démarche est d'abord le maintien d'une filière locale, celle du fromage Bougon Boite, et la préservation d'un savoir-faire et de l'emploi sur le territoire, et non d'obtenir une meilleure rémunération en lien avec une évolution des pratiques agricoles en faveur de l'environnement. Comme l'a souligné un agriculteur: *« le but n'était pas de changer nos façons de faire »*. Si la mention BBC renvoie, pour les acteurs rencontrés à des effets sur la santé plutôt que sur la préservation de l'environnement, **la réflexion sur l'environnement était néanmoins présente**. L'adoption du cahier des charges Bleu- Blanc-Cœur limite l'utilisation des OGM et du soja, favorise l'utilisation du lin et la réintroduction de cultures locales dans l'assolement, telle la luzerne, ce qui contribue, dans une modeste mesure, à la préservation des sols et de la biodiversité (Bleu Blanc Cœur, 2018). Par ailleurs **l'adoption du cahier des charges Chabichou** favorise l'autonomie alimentaire, et là encore la diversification des cultures locales.

Soulignons aussi que les producteurs ont un socle commun de pratiques en faveur de l'environnement. Ils ne sont pas favorables à un modèle de production trop intensif, ont des troupeaux de taille petite ou moyenne (200 à 400 chèvres), ont contractualisé des MAE, et développent la production de luzerne adaptée au contexte pédoclimatique local. Certains adoptent d'autres pratiques spécifiques, augmentation du pâturage, évolution vers le bio...

«Pas vraiment de place [pour l'environnement], le consommateur ne voit pas trop la place sur la boîte. Il faut qu'il consulte le site internet pour voir comment on travaille, vienne voir».

«il fallait trouver autre chose pour que notre projet, par rapport à la région, soit soutenu. Qu'il y ait une recherche d'amélioration au niveau qualité environnementale [...] Les conseillers régionaux ont dit c'est le minimum d'être en BBC, le bio aurait été mieux».

«De plus j'aurais voulu une autonomie électrique, avoir du solaire sur la fromagerie et c'était trop cher. Mais dans un futur le toit a été construit de manière à en accepter [des panneaux photovoltaïques]»



Quel prix payé aux producteurs et quelle valorisation du produit?

Le prix du lait dépend de : TB/TP 35/30 en chèvre et <3000 cellules/ml, <100 staph et <50 E.Coli UFC/ml et des CDC. Le prix de base moyen est de 650€, auquel s'ajoutent, les primes liées aux cahiers des charges BBC et Chabichou du Poitou qui sont respectivement de 15 et 10 €/1000 L.

Cependant, pour les producteurs interviewés, **une augmentation du prix du lait n'était pas un objectif prioritaire** du projet, mais plutôt de sauver leur débouché tout en tenant compte de nouvelles attentes de consommateurs.

Le produit est avant tout valorisé sur **l'argument du local**, mettant en avant le fait que le lait est collecté toutes les 24 heures et transformé en fromage de suite dans la fromagerie du coin. Dans une moindre mesure, le produit est aussi valorisé sur le **cahier des charges du label BBC**. Le fait qu'il soit au lait cru est secondaire. Il y a également d'autres arguments de valorisation: le **fonctionnement coopératif**, avec la présence au sein du CA, à la fois d'éleveurs, de consommateurs et de salariés, est mis en avant.

Ces arguments sont surtout avancés dans les points de vente de la région (la nouvelle Aquitaine), qui sont multiples mais avec des volumes très variables allant de 24 fromages par semaine, à plusieurs centaines. Les produits sont livrés directement aux clients.

Difficultés et pistes pour l'avenir

- **Le cahier des charges et sa rentabilité remis en question:**
L'adoption du cahier des charges BBC a permis d'amener un volet environnemental au projet et celui-ci a pu contribuer à la validation des subventions de la part des partenaires publics, c'est ce que semble indiquer un acteur dans son discours : *"une recherche d'amélioration au niveau qualité environnementale [était indispensable] sinon ça ne les intéressait pas de financer, il fallait qu'il y ait une démarche particulière"*. Cependant, l'application de ce cahier des charges engendre de multiples coûts pour la fromagerie. Certains acteurs soulignent le fait que **le label BBC est peu connu des consommateurs**, et s'interrogent sur sa rentabilité : *"économiquement ça ne vaut pas le coup"*. La plus-value économique ne satisfait donc pas l'ensemble des acteurs et l'engagement dans la charte, qui semble n'avoir fait l'objet d'aucune négociation, semble remis en cause par certains : *"cela me contrarie d'adhérer à la charte BBC pour faire vivre une usine. Le lin ne se produit quasiment pas chez nous, faut le faire extruder chez Valorex et le ramener dans nos fermes"*.
- **L'agriculture biologique est évoquée par plusieurs acteurs comme un objectif futur** : *"On a ça dans notre tête de le [le bio] fixer en objectif un jour, mais cela ne va pas être dans 5 ans"*. *"Après effectivement passer en bio c'est quelque chose qui me plairait bien en tant que consommateur, mais faut qu'il y ait une dynamique des éleveurs"*.
Cependant, les protagonistes sont conscients que cela nécessitera une durée importante de mise en place et de nombreux changements qui ne sont pas prioritaires pour le moment : *"[le bio impliquerait] trop de changements, après on n'a pas tous la même structure [...] il va falloir laisser du temps. Beaucoup de choses à mettre en place avant"*.
- **Un besoin de sécurisation du marché: les canaux de distribution posent toujours question**, notamment le passage par les canaux de la grande distribution. Le recrutement d'un Voyageur Représentant Placier (VRP) multicarte est questionné même si ce VRP a permis d'obtenir de nombreux débouchés dans les 140 magasins. En effet, les orientations commerciales de la structure se tournent vers le marché parisien et les circuits de grande et moyenne distribution or, comme le dit un des acteurs : *"on ne peut pas vivre sans les grandes surfaces et lui allait peu dans ses GMS"*. La stratégie commerciale et le positionnement ne sont pas totalement stabilisés.
- **Équilibrer les comptes de la SCIC**: nécessité d'obtenir un nouveau prêt bancaire pour contrer les problèmes de trésorerie.