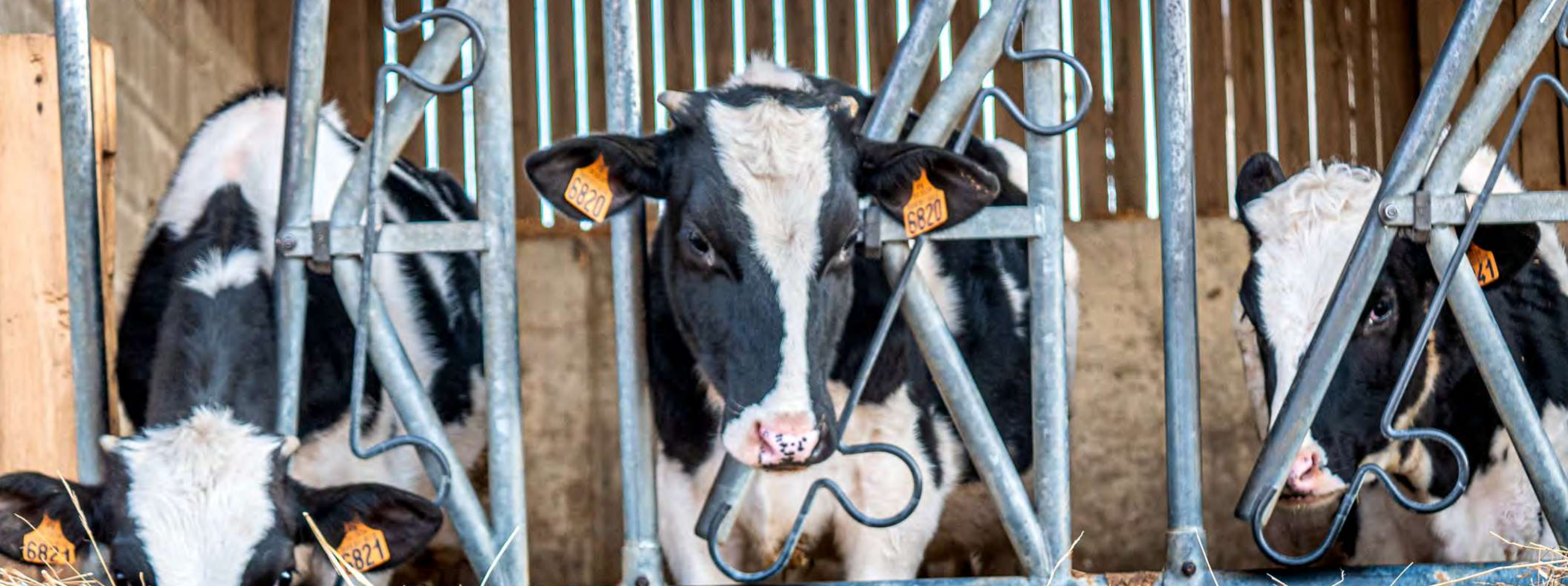




Dossier de presse





LE MOT DE JEAN-LUC PRUVOT, PRÉSIDENT DE FAIREFRANCE

FaireFrance, l'entreprise pionnière du lait équitable

L'aventure a commencé il y a plus de dix ans. Le temps était alors très maussade pour les producteurs laitiers qui avaient vu le prix de production de leur lait s'effondrer de 54 % en 2008 et s'étaient, en réaction, engagés dans une grève du lait à l'automne 2009.

Un acte fort, désespéré, avec cependant et heureusement, quelques conséquences positives ! Création de l'Association des Producteurs de lait indépendants (APLI) en décembre 2008 ; rapprochement de l'European Milk Board (EMB), association européenne des producteurs de lait qui défend une production durable permettant aux éleveurs de vivre décemment de leur travail ; développement du projet de Lait équitable... Les principes de FaireFrance commençaient à émerger.

Et c'est ainsi qu'en 2012, la SAS FaireFrance a vu le jour créée par 500 éleveurs de toute la France ayant, fait rare, investi 1 000 à 5 000 euros pour devenir copropriétaires de l'entreprise. Leur objectif : prendre leur destin en main en commercialisant le lait équitable FaireFrance leur permettant d'être rémunérés 0,45 € le litre soit LE prix couvrant les frais (coûts) de production avant l'année 2022.

Depuis, il y a eu des hauts et des bas. Les éleveurs, parties prenantes de FaireFrance, ont dû tout apprendre des secrets de la distribution, de la logistique. Mais ils n'ont jamais baissé les bras malgré les embûches... Ils ont avancé. Je fais partie de ces pionniers et comme eux j'ai beaucoup appris.

FaireFrance est aujourd'hui une marque de référence avec une gamme de produits qui s'élargit. Et nous, les agriculteurs copropriétaires, sommes fiers de cette formidable expérience humaine. Car certes, FaireFrance réunit des hommes et des femmes qui peuvent enfin vivre de leur travail mais elle mobilise aussi des consommateurs qui désormais comprennent les problématiques de notre secteur. Nos animations en magasins, sont la clé de notre succès. Nous y faisons de la pédagogie et elles nous permettent de tisser des liens avec ceux qui achètent notre lait. Ce contact direct, que nous cultivons avec enthousiasme et qui est au cœur de notre stratégie, est sans aucun doute la clé de notre réussite. Nous allons à la rencontre de 500 000 Français chaque année sur les points de vente... Et ils nous soutiennent ! En 2021, nous avons ainsi vendu plus de 15 millions de produits dans 8 500 magasins. Des chiffres qui ne peuvent que nous rassurer, nous encourager, nous donner envie de continuer à nous engager dans des métiers magnifiques mais difficiles.

MERCI



Quand on veut, on peut faire bouger les choses. FaireFrance en est la preuve.



UN PRIX JUSTE POUR LES ÉLEVEURS & VOUS

LE PRIX NON NÉGOCIABLE D'UN LITRE DE LAIT ÉQUITABLE

Un petit chiffre qui en dit long

Avant 2022, s'il n'y avait qu'un chiffre à retenir chez FaireFrance, c'était celui-ci. **0,45 €** : c'était le prix au litre du lait permettant de couvrir tous les coûts de production soit les charges de fonctionnement mais également de dégager un salaire pour l'éleveur, au minimum un SMIC et demi mensuel pour des hommes et des femmes qui travaillent en moyenne 70H/semaine. Un revenu plus que raisonnable...

Avec un prix de vente public de 0,99€, le lait FaireFrance signifie, en effet, une marge moindre pour le distributeur par rapport au paysan mais également un prix supérieur aux autres laits présents dans les rayons. Il a donc été nécessaire de négocier et d'expliquer...

En 2012, lors de la création de FaireFrance, il n'a pas été facile pour les éleveurs de contacter les grandes enseignes.

Les premiers litres de lait, ont donc été tout naturellement commercialisés chez les petits commerçants des villes et villages de France, plus accessibles.

Puis la peur au ventre, les agriculteurs associés FaireFrance ont approché les magasins indépendants, Intermarché, Système U et E.Leclerc.

Devant les réactions positives, l'assurance est venue ... Et les éleveurs ont appris à décrocher leur téléphone plus sereinement et à tenir tête aux acheteurs dont la mission est de faire baisser les prix... Peu à peu, en apprenant sur le tas, FaireFrance a su imposer ses conditions.

Il y a eu d'autres surprises, notamment en matière de logistique. Il a fallu ainsi maîtriser les différentes étapes comme la livraison, les coûts liés au transport... Après des expérimentations, des tâtonnements, les équipes de FaireFrance ont trouvé des solutions et se sont adaptées aux modes de fonctionnement de chaque enseigne en optimisant les coûts ! Elles ont également dû s'initier au marketing, à la communication.

Mais cela valait la peine de ne rien lâcher. Car, aujourd'hui, le lait équitable FaireFrance est présent dans 8 500 magasins de l'Hexagone !

Dorénavant, la brique de lait est vendue 1,24€ aux consommateurs, FaireFrance devient un outil de compensation, notamment en période de crise.

Si le prix payé aux éleveurs associés augmente sur leur ferme, FaireFrance rend "moins" d'argent en fin d'année, si par contre le prix payé aux éleveurs associés baisse sur leur ferme, FaireFrance rend "plus" d'argent en fin d'année, un outil de compensation, un vrai ! Qui fonctionne depuis plus de 10 ans ...

FAIREFRANCE SUR LE TERRAIN

Si négocier et s'organiser était essentiel pour commercialiser le lait FaireFrance, faire de la pédagogie auprès des consommateurs, notamment pour expliquer un prix plus élevé que chez les marques concurrentes, a été et est encore le nerf de la guerre.

FaireFrance a donc mis en place des animations en magasins. Tous les éleveurs copropriétaires de FaireFrance sont ainsi mis à contribution. Tous doivent intervenir. Une obligation pas toujours simple pour des professionnels qui sont souvent mobilisés sur leurs exploitations et n'ont pas l'habitude de prendre la parole... Malgré les premières réticences, ces animations se sont transformées en parenthèses de convivialité.

Tous les agriculteurs ont relevé le challenge avec plaisir ! Nul besoin aujourd'hui de se battre pour remplir les plannings. Ils sont toujours partants... Et, quand au salon de l'Agriculture, il faut mobiliser 80 éleveurs pendant 9 jours pour assurer la vie du stand, il y a trop de candidats.

FaireFrance est ainsi aujourd'hui, la marque championne de l'animation en magasins avec 1 000 événements par an et 500 000 consommateurs rencontrés. C'est ainsi que s'est forgée la « communauté » FaireFrance, consciente des enjeux de ses choix en rayons et prête à dépenser plus pour un produit de qualité 100 % français permettant de garantir une rémunération de l'éleveur et également de tous les acteurs de la filière.

Ce contact direct a permis à FaireFrance de devenir une véritable marque, identifiée, avec des valeurs comprises et donc appréciées. C'est aussi le meilleur moyen de saisir les attentes des consommateurs et de développer une gamme adaptée aux besoins de tous. C'est ainsi que la brique de lait demi-écrémé d'un litre a été complétée avec une bouteille. Puis qu'on été commercialisés le format 50 cl, le lait bio, la crème entière fluide, bientôt la crème légère... et aussi le vrai lait entier.

Avec FaireFrance, animation rime donc à tous les niveaux avec émulation.

UNE LAITERIE AU DIAPASON La Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH)

“

**Pas simple
de trouver
une laiterie
partenaire
quand on est
considéré
comme des
terroristes du
lait !**

souligne Jean Luc Pruvot,
Président de FaireFrance.



Et pourtant, la Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH) dirigée par Emmanuel Vasseneix et située dans le Loiret a accepté de jouer le jeu.

Son rôle ? Conditionner le lait collecté conformément au cahier des charges établi qui garantit un produit de qualité. Pour des raisons logistiques, tous les éleveurs associés à FaireFrance ne peuvent pas être collectés par LSDH. Le lait est, en effet, très fragile et ne supporte pas de longs transports. Il doit donc être produit dans une ferme proche de la laiterie. Ce qui aurait pu être un frein pour FaireFrance a été transformé en force. Les éleveurs qui ne peuvent travailler pour des raisons géographiques avec LSDH continuent à vendre leur lait à une autre structure proche de leur ferme et reçoivent une prime d'équité leur permettant de toucher un prix juste au final. Ce choix de n'exclure aucune région française permet également d'éviter la concentration des élevages.

Un parfait exemple de solidarité.

UN LAIT ÉQUITABLE

Sain & bon

En travaillant avec LSDH, FaireFrance s'assure qu'aucune matière noble présente dans le lait ne sera remplacée par d'autres.

Le bon goût du lait FaireFrance est aussi garanti par la méthode de stérilisation UHT pratiquée également par LSDH qui permet de conserver les qualités nutritionnelles. Goûter le lait FaireFrance, c'est immédiatement renouer avec le plaisir du lait. Lors des animations, les éleveurs n'hésitent pas à le faire déguster...

Et les commentaires sont unanimes : il est bon ! Et si le lait demi-écrémé FaireFrance fait déjà de nombreux adeptes, le lait entier FaireFrance devrait, lui, être un succès auprès de tout ceux qui cherchent à renouer avec la saveur inoubliable du lait de ferme. Difficile aujourd'hui de parler de qualité sans aborder aussi le sujet du bio. FaireFrance propose une bouteille d'un litre de lait demi-écrémé bio vendue au prix de 1,31€ et assurant 0,56€ de revenu aux agriculteurs. Un produit qui répond à la forte demande des consommateurs qui ne manquaient pas, depuis les débuts de FaireFrance, de réclamer du bio lors des animations.

Avant de se lancer, FaireFrance a diligenté une étude auprès de ses agriculteurs. Elle a révélé que 10 % d'entre eux pratiquaient déjà l'agriculture bio et que les autres étaient en train d'amorcer un virage vers des pratiques plus durables. C'est donc de façon très cohérente que FaireFrance a choisi de s'orienter aussi vers cette offre. Son lait demi-écrémé bio est bien sûr

respectueux de l'environnement mais il est aussi plus riche en oméga3 qui préviennent les maladies inflammatoires, contribuent à la réduction du diabète et renforcent les fonctions immunitaires.



Dans la brique de lait, il y a le cœur du paysan qui bat.

aime dire Jean Luc Pruvot, Président de FaireFrance.

C'est pourquoi le lait de FaireFrance doit être équitable mais aussi de qualité, sain et bon.

FAIREFRANCE, DANS LE PAYSAGE FRANÇAIS

Une empreinte positive

L'agriculture est, bien sûr, la source de notre alimentation. L'élevage c'est le lait, et en France, le lait, c'est aussi le fromage, emblématique de notre gastronomie. Ou plutôt les fromages... Permettre à de petites exploitations de vivre et de perdurer c'est aussi préserver cet aspect de notre culture. Et c'est également une façon de protéger les paysages français. A quoi ressembleraient les campagnes françaises si ces structures familiales à taille humaine étaient remplacées par d'énormes exploitations, si les fermes de mille vaches se multipliaient ?

Soutenir FaireFrance et donc les agriculteurs modestes est aussi un moyen de protéger cet environnement et de l'entretenir. Jardiniers du paysage français, ils coupent le bois mort dans les bosquets. Leurs vaches pâturent l'été sur les flancs des montagnes, évitant que l'herbe ne pousse trop et forme un tapis empêchant la neige de tenir sur les pistes de ski l'hiver venu...

Autant d'exemples non exhaustifs qui donnent envie de défendre le tissu agricole local avec FaireFrance.



LA GAMME DE PRODUIT FAIREFRANCE



2013

Lancement de la briquette d'un litre de lait demi-écrémé, le produit emblématique FaireFrance 1,24 €

2014

Lancement de la bouteille d'un litre de lait demi-écrémé plébiscitée par les consommateurs 1,36 €

2017

Lancement de la bouteille de 50 cl de lait demi-écrémé pour les petits foyers 0,83 €

2017

Lancement de la bouteille d'un litre de lait bio en partenariat avec Biolait. 1,49 €

2017

Lancement de la crème entière fluide en pack de 3 briquettes de 20 cl. 3,29 €



2020

Lancement de la briquette d'un litre de lait entier "Com'Avant". 1,44 €

Lancement de la crème légère semi-épaisse en pack de 3 briquettes de 20cl. 2,72 €



2020

Lancement des beurres équitables "doux" et "demi-sel" en plaquettes de 250 gr. 2,70 €

FAIREFRANCE AUJOURD'HUI

En chiffres

350

agriculteurs copropriétaires répartis dans toute la France (Hauts-de-France, Bretagne, Pays de Loire, Normandie, Grand-est, Nouvelle Aquitaine)



95

millions de litres de lait vendus depuis 2013



17

millions de produits vendus en 2022



magasins distributeurs de la marque FaireFrance dans l'Hexagone en 2021

8 500

1 000

Plus de 1 000 animations réalisées chaque année en magasins



3

Déjà plus de 3 millions de consommateurs rencontrés depuis le début de l'aventure.

9

produits, du lait conventionnel et bio sous différents conditionnements, de la crème et du beurre et qui sait... Peut être un jour d'autres produits d'origine agricole



Et, ce sont aussi des actions à l'extérieur des frontières : FaireFrance participe à l'European Milk Board et soutient, au sein de cette structure, le projet de « Laits équitables » à l'échelle européenne dans des pays comme l'Allemagne, l'Italie, la Belgique, la Suisse et le Luxembourg.

Egalement active dans des pays victimes d'exportations de poudre de lait, FaireFrance, aux côtés de FaireFaso, facilite la création de « mini-laiteries » permettant aux éleveurs du Burkina Faso de devenir autonomes et de produire un bon lait local à un prix accessible, pour le consommateur et rémunérateur pour le producteur.

**Les éleveurs de demain s'accompagnent
aujourd'hui !**





FaireFrance - 16 rue Clavon Collignon - 59132 TRELON
info@fairefrance.fr - www.fairefrance.fr



Maquette : E.S. Agence SBC - Texte : Vanessa Zochetti