

# LACTEUR

Le Mag' des producteurs de lait Danone



N°22 • JUILLET 2022

LE DOSSIER

ADAPTATION ET ATTRACTIVITÉ :

**DANONE ÉVOLUE AUX CÔTÉS  
DE SES PRODUCTEURS PARTENAIRES**

**L'INVITÉE** : LA SANTÉ ET LA DURABILITÉ PRÉOCCUPENT TOUS LES CONSOMMATEURS > P.6 / 7

**LE DOSSIER** : LES ACTIVITÉS DE DANONE EN FRANCE > P.10 / 11

# SOMMAIRE

## ÉDITO

3

## PARLONS RÉGIONS

4 > 5

## L'INVITÉE

6 > 7 Pascale Hébel

## LE DOSSIER

8 > 9 Danone se réorganise pour plus d'agilité et renouer avec la croissance

10 > 11 Les activités de Danone en France

12 > 13 Danone poursuit sa transformation industrielle

14 > 15 Paroles d'éleveurs

16 > 17 Se former en ligne sur le bien-être des bovins laitiers

18 > 19 Le crédit carbone

20 > 21 L'essentiel

## HORIZONS

22 > 23 Partenaires : des poires et du soja français

24 > 25 Danone Ailleurs : des fermes pilotes pour s'adapter aux climats chauds

26 > 27 Focus : une offre d'emballages plus durable et diversifiée

# LACTEUR

Le Mag' des producteurs de lait Danone

Édité par Danone Produits Frais France,  
17 rue des deux gares - 92500 Rueil-Malmaison

Revue semestrielle, 1972 exemplaires  
Rédactrice en chef : Cécilia Le Viol  
Directeur de la publication : Karine de Crescenzo  
Coordinatrice de rédaction : Salima Mejjaoui  
Correspondants régionaux : Anne Benoit, Josiane Dumarest,  
Frédéric Sanchis, Antoine Lescuyer  
Rédacteurs externes : Agence Appaloosa  
Crédits photos : Danone, Appaloosa, Shutterstock,  
Conception-réalisation : Agence Appaloosa  
ISSN : 2426-1025 - Dépôt légal : Juillet 2022

Retrouvez-nous sur :  
[www.danone-lait.com](http://www.danone-lait.com)

6 > 7

## L'INVITÉE

### "La santé et la durabilité préoccupent tous les consommateurs"

Pascale Hébel, Directrice associée chez C-ways, analyse les comportements et les attentes des Français en matière alimentaire.



8 > 9

## LE DOSSIER

### Danone se réorganise pour plus d'agilité et renouer avec la croissance

Pour renouer avec la croissance et renforcer son agilité, Danone rassemble l'ensemble des métiers de la chaîne de production en une seule équipe : D2D (Design to Delivery).

26 > 27

## FOCUS

### Une offre d'emballages plus durable et diversifiée

Danone a pour ambition de proposer 100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025. Aperçu de la diversité des emballages responsables déjà en magasin.



# L'INNOVATION AU CŒUR DE L'ATTRACTIVITÉ DE LA FILIÈRE LAITIÈRE



**Laurent Schatz,**  
Directeur Lait France



L'inflation sans précédent du premier semestre, couplée à un contexte géopolitique inédit, a plus que jamais renforcé la nécessité d'une filière laitière forte, permettant de proposer aux consommateurs des produits laitiers de haute qualité et disponibles pour tous. Cela commence naturellement par des éleveurs et des éleveuses "qui font le lait" avec passion. Mais nous ne pouvons pas ignorer l'environnement particulièrement difficile : hausse soudaine des charges, perte d'attractivité pour le salariat agricole et véritable défi du renouvellement des générations.

Défendre cet intérêt commun pour la filière passe nécessairement par l'innovation. Innover, c'est écouter et s'adapter aux défis d'aujourd'hui et de demain. C'est aussi tenter de se réinventer pour répondre aux attentes de l'ensemble des acteurs : clients, consommateurs, transformateurs, experts, salariés, éleveurs, éleveuses.

Qu'il s'agisse de l'adaptation de notre outil industriel pour répondre à l'évolution des besoins des consommateurs, de l'adaptation de nos contrats laitiers pour mieux tenir compte des coûts de production et des résultats environnementaux, de l'aide à l'installation des jeunes agriculteurs, ou de la mise en œuvre des programmes d'agriculture régénératrice : les exemples sont nombreux de notre engagement collectif à nous adapter et à faire de notre lait la meilleure des matières premières sur le long terme.

Plus que jamais nous sommes engagés pour saisir les opportunités de croissance sur les produits laitiers frais et la nutrition spécialisée. Les innovations de gamme jouent un rôle essentiel chez Danone. Nous pouvons citer les succès récents comme SKYR et Hi-PRO qui nous permettent aujourd'hui de proposer des développements de collecte à plusieurs Organisations de Producteurs en France.

Dans l'ambition de renforcer l'attractivité, la compétitivité et de mettre en valeur le rôle structurant de l'élevage dans la défense d'une souveraineté alimentaire durable, il nous apparaît essentiel d'avancer de façon constructive et unie avec l'ensemble de nos partenaires.

Ce nouveau numéro de LACTEUR vous propose un aperçu de cette capacité collective des acteurs de la filière à innover, à travers de nombreux témoignages et exemples concrets ancrés dans nos territoires.

Je vous souhaite une bonne lecture de ce 22<sup>e</sup> numéro, et un bel été !



## BIENVENUE À PABLO ARRIBAS, RESPONSABLE DE LA RELATION PRODUCTEURS !

Pablo Arribas a rejoint l'équipe de la Direction lait en qualité de Responsable de la relation avec les producteurs au niveau national. Il a occupé différents postes à responsabilités dans la fonction Achats au sein d'entreprises agro-alimentaires comme Soufflet, Holder ou encore Lesaffre. **Nous lui souhaitons la bienvenue !**



### Portes Ouvertes à DPB

Le 29 juin, plus de 130 producteurs et leurs familles ont été accueillis par l'équipe locale de la Direction Lait et les salariés de l'usine de Danone Pays-de-Bray (76). Ils ont pu parcourir les différentes étapes de fabrication des produits laitiers, apercevoir les travaux d'installation des nouvelles lignes de production, et finir le parcours avec une dégustation de produits dans une ambiance conviviale. La prochaine Journée des Producteurs est prévue dans notre laiterie de Bailleul, le 10 septembre prochain !

## 10 PRODUCTEURS

### NORMANDIE

## Rencontre avec MiiMOSA à l'usine



Très bon moment le 22 mars 2022 à l'usine du Molay-Littry où 10 producteurs ont répondu présents pour un embarquement sur le programme Les 2 pieds sur Terre. Ils ont pu profiter de la présence de MiiMosa pour en savoir plus sur le financement participatif ! Et en bonus, un moment de convivialité en visitant l'usine avec nos 2 ambassadeurs Pia et Pierre ! III



### FRANCE

## Les salariés Danone parrains des projets MiiMOSA



Depuis 2018, plus de 200 éleveurs partenaires de Danone ont lancé leurs projets MiiMOSA avec succès : c'est plus de 2700 contributeurs sensibilisés aux enjeux de la transformation des pratiques agricoles vers une agriculture plus régénératrice ! Alors comment renforcer l'impact de cette communication positive du métier d'éleveur et faire connaître plus largement les projets ? La Direction Lait a mis en place au printemps 2022 la possibilité de les faire parrainer par des salariés Danone sur des postes en lien avec la demande des consommateurs. Le parrain a pour rôle d'accompagner les éleveurs dans la rédaction de leur projet pour accrocher au maximum le grand public, et aller chercher de nouveaux contributeurs au travers de son propre réseau. Les consommateurs sont toujours plus nombreux à vouloir contribuer à leur niveau à la transition agricole, un projet MiiMOSA leur permet de concrétiser cette démarche.

#### Anaïs, Marion et Nicolas : premier parrainage Danone !

En mai 2022, le premier projet MiiMOSA parrainé a été lancé. Anaïs, la marraine Danone originaire d'Ardèche, est venue à la rencontre de Marion et Nicolas, éleveurs laitiers en... Ardèche ! Et d'autres projets parrainés sont déjà prévus dans les mois à venir. N'hésitez pas à contacter votre interlocuteur Danone si le parrainage vous intéresse ! III

## 200 ÉLEVEURS PARTENAIRES

\* RDV sur la page projet de  
<https://agriculture.danone-lait.com/>  
pour voir tous les projets MiiMOSA.



# « DES GUIDES PASSIONNÉS »



## NORD

### À la découverte de la laiterie de Bailleul

L'usine de Bailleul a réalisé un partenariat avec l'office de tourisme local Cœur de Flandre afin d'organiser des visites du site. À l'initiative du directeur de l'usine, Corentin Cavois, l'objectif est de faire découvrir le circuit du lait depuis sa collecte dans les fermes environnantes jusqu'à son expédition. Les visites se déroulent les mercredis et jeudis sur deux créneaux de 1h30. Les réservations se font sur internet via le site [coeurdeflandre.fr](http://coeurdeflandre.fr). Ce sont en moyenne des groupes de 10 à 15 personnes qui viennent découvrir l'usine et profiter d'une dégustation de produits. 27 salariés volontaires ont été formés et sont désormais mobilisés pour accompagner ces visites. Entre le 20 avril et la mi-juin, ce sont 386 visiteurs qui ont pu profiter de cette démarche, des personnes de tout âge, notamment issues d'associations et de clubs de la région. III



## GRAND EST

### Alimentation française des troupeaux : des pionniers très engagés !

# 70 FERMES CERTIFIÉES

Fin février 2021, Danone et l'Association Laitière Jura Bresse signaient un accord pour déployer un cahier des charges "alimentation française des troupeaux" au sein de l'organisation de producteurs, une première en France. L'ambition de cette démarche est de promouvoir l'autonomie alimentaire et protéique et de ne plus avoir recours à du tourteau "déforestant". En pratique, cela consiste à nourrir les vaches laitières et le renouvellement âgé de plus d'un an avec de l'aliment exclusivement français, à l'exception des minéraux, vitamines et additifs.

Depuis cet accord, près de 70 fermes ont été certifiées conformes à la démarche par Bureau Veritas, soit plus de 40 millions de litres de lait produits par an. Un vrai succès pour cette démarche, d'autant plus dans un contexte très inflationniste !

Si une prime est bien sûr allouée à chaque ferme engagée dans la démarche pour absorber l'écart de prix entre l'aliment usuel et l'aliment certifié français, la démarche est conçue pour permettre un travail de fond sur la ration et l'autonomie protéique dans les élevages. En partenariat avec la chambre d'agriculture de Saône-et-Loire, plusieurs formations collectives sur le thème de l'autonomie protéique ont été proposées aux éleveurs et financées par Danone. De même, chaque ferme qui le souhaitait a pu bénéficier d'une demi-journée de visite individuelle assurée par un technicien de son choix (organisme de conseil en élevage, chambre d'agriculture, nutritionniste) pour travailler sur la ration et éventuellement l'assolement avec cet objectif d'accroître l'autonomie protéique.

Rappelons que Danone, dans le cadre du programme Agriculture Régénératrice, a pris l'engagement d'un approvisionnement en lait de vaches nourries avec un aliment entièrement durable à l'horizon 2025, ce qui suppose de n'importer aucun aliment issu de la destruction de la forêt primaire. III

Directrice associée chez C-ways, une société de conseil en marketing d'anticipation spécialisée en data sciences, Pascale Hébel possède une expertise dans l'analyse des comportements des consommateurs. Elle nous éclaire sur les attentes actuelles des Français en matière alimentaire. Et aussi sur leurs contradictions !



## “LA SANTÉ ET LA DURABILITÉ PRÉOCCUPENT TOUS LES CONSOMMATEURS”



**Pascale Hébel**

“La cuisine revient en France avec l'envie de maîtriser le contenu de notre assiette.”

### Quelles sont les principales attentes des consommateurs concernant leur alimentation ?

La première attente est liée à la conjoncture : les prix sont globalement en hausse et expliquent le décalage entre les attentes et les comportements des consommateurs. L'inflation était déjà de 4,2 % en mai 2022. Or, la moitié des Français s'inquiète de pouvoir payer ses factures au moment de faire ses courses. La dépense liée au logement est très importante. Avec 28 % de hausse du prix de l'énergie en un an, le budget restant pour manger augmente les inégalités. Viennent ensuite des attentes de nature structurelle avec l'envie de mettre la santé au cœur de son alimentation. La Covid-19 a fait prendre conscience aux gens de l'importance de leur propre santé. Les personnes plus aisées, qui peuvent s'in-

quiéter de la fin du monde plutôt que de la fin du mois, accordent aussi beaucoup d'importance à la santé de la planète, à la biodiversité et au bien-être animal. Ils vont donc changer de régime alimentaire en ce sens. Pourtant, la santé et la durabilité préoccupent tout le monde, comme l'a prouvé le mouvement des gilets jaunes. Les nouvelles générations sont, depuis 20 à 30 ans, plus éduquées et informées sur les impacts de la société de consommation. Leur pouvoir est donc plus fort sur l'offre et pousse des entreprises à proposer des aliments en adéquation avec leurs attentes.

### Quelles sont les grandes tendances de consommation ?

Notre alimentation se végétalise avec moins de viande rouge et plus de légumineuses. Nous avons aussi augmenté



Le lait continuera d'être consommé, grâce à la communication des éleveurs sur l'utilisation des prairies par exemple.

notre consommation de fruits et légumes, bien que l'inflation des prix ait un peu tassé cette tendance. Les consommateurs mettent en lien leurs préoccupations sur la santé et l'environnement. Un phénomène qui vient surtout des catégories dites "haut capital culturel" et s'accroît à chaque crise sanitaire dans l'industrie agroalimentaire. Ce sont chez les plus diplômés qu'émergent les nouvelles tendances : manger des produits de saison, non transformés, immunisants. Depuis la crise de la Covid-19, la cuisine revient en France avec l'envie de maîtriser le contenu de notre assiette. Les confinements et le télétravail ont permis de diminuer le décalage entre les attentes des Français et leurs pratiques.

Concernant le bio, sa part baisse en 2022. Il y a 60 % d'écart de prix par rapport au conventionnel. La nourriture est toujours la variable d'ajustement en cas de difficultés économiques, ce qui crée un décalage. Les Français se sont aussi rendu compte que bio ne rimait pas nécessairement avec local. Ils ont compris le rôle que le changement climatique et la mondialisation ont joué dans la pandémie et préfèrent acheter local. Et il y a en général moins d'écart de prix.

### D'où vient la tendance des produits d'origine végétale ?

L'offre des boissons végétales s'est d'abord adressée aux végétariens et véganes. Elles sont consommées comme le lait et accompagnent les graines et muesli dont la consommation augmente

aussi. Leur vente est en croissance et fonctionne mieux que les substituts à la viande, trop transformés. Dans les 10 ans à venir, ces boissons vont progresser aux dépens du lait, phénomène exacerbé par des campagnes anti-lait. Pourtant le lait continuera d'être consommé, notamment grâce à la communication des éleveurs sur le maintien des prairies par exemple. Les boissons végétales pourraient se stabiliser, pour une alimentation avec moins de produits animaux sans pour autant les supprimer. Elles sont achetées par des gens qui en ont les moyens, car leur apport énergétique et en nutriments a un coût bien plus élevé que le lait.

### Comment expliquer la tendance pour les produits laitiers protéinés ?

Les Français diminuent leur consommation de viande. Le courant fitness, du culte du corps et du "penser à soi" étant en hausse, il faut des protéines pour faire du muscle. Bien que le marché du yaourt baisse, il reste donc une place à prendre au niveau de la préservation de la santé, avec les probiotiques et les hyperprotéines.

### Qu'est ce qui guide l'acte d'achat du consommateur ?

Les premiers prix vont continuer leur ascension. L'image de l'entreprise joue aussi, notamment sa partie RSE. Un produit avec de bons critères sur les applications va plaire : bien-être animal, éthique, score nutritionnel et environnemental.

**"IL Y A UNE PLACE  
À PRENDRE SUR  
LA PRÉSERVATION DE LA SANTÉ,  
AVEC LES PROBIOTIQUES  
ET LES HYPERPROTÉINES."**

C'est important de travailler sur un emballage avec moins de plastique. Enfin, il ne faut surtout pas supprimer les produits plaisirs. À chaque crise, comme en 2008-2009 ou récemment avec la pandémie et la guerre en Ukraine, ces produits reviennent car le niveau d'anxiété est fort dans la population. Même quand la crise est économique, les Français ne rognent pas sur leurs repas : ils n'achèteront pas de bonbons ou autres grignotages mais prendront des crèmes dessert.

### Selon vous, à quoi ressemblera l'alimentation de demain ?

Je vois cela comme on l'imaginait dans la science-fiction il y a 40 ans. L'alimentation sera portée sur la nutrition, le microbiote, les bienfaits santé et adaptée à la génomique de chacun. Les gens qui s'inquiètent de leur santé ont des montres connectées, alors j' imagine un réfrigérateur connecté qui nous oriente vers nos besoins. III

Membre du nouveau Comité de Direction Danone France installé en janvier, Yann Le Roy, est le directeur de l'équipe D2D (Design to Delivery)\* de Danone France. Regroupant près de 4800 salariés, D2D rassemble l'ensemble des métiers de la chaîne de production de la conception du produit jusqu'à la livraison chez les clients, consommateurs et patients.

# DANONE SE RÉORGANISE POUR PLUS D'AGILITÉ ET RENOUER AVEC LA CROISSANCE



**“FORTE DE 13 SITES DE PRODUCTION ET 8 BASES LOGISTIQUES, D2D S'APPUIE SUR UN OUTIL INDUSTRIEL FORTEMENT ANCRÉ DANS LES TERRITOIRES”**

Yann Le Roy

## Pourquoi la création de cette équipe D2D ?

La création de l'équipe "Design to Delivery" s'inscrit dans le cadre d'une réorganisation bien plus globale pour Danone. Par l'installation d'un nouveau comité de direction et une réorganisation au plus près du terrain, 2022 marque l'accélération de la transformation du modèle d'entreprise, dans la continuité des investissements engagés en 2021. Nous le constatons, notre environnement extérieur a accéléré son rythme d'évolution par rapport à il y a dix ans. Nos consommateurs et nos clients attendent que nous leur proposons bien plus rapidement des innovations, et ça concerne l'ensemble de nos secteurs : Produits Frais et Végétaux, Alimentation infantile et médicale, et Eaux minérales naturelles. L'ambition de la nouvelle organisation de Danone France et notamment la création de D2D est bien de remettre à plat le fonctionnement jusque-là en silos de nos métiers. La priorité a ainsi été de rendre notre façon de travailler plus agile, en transformant des circuits de décision parfois trop longs. Avec D2D, l'objectif

est de rassembler l'ensemble des métiers de la chaîne de production en une seule équipe, pour bénéficier de la synergie des différentes expertises métiers et in fine mieux servir nos clients et consommateurs.

## Quelles missions pour D2D ?

Forte de 13 sites de production et 8 bases logistiques, D2D s'appuie sur un outil industriel fortement ancré dans les territoires, qui doit s'adapter pour rester compétitif. Les équipes mènent des projets transversaux, et le savoir-faire des différents métiers qui les composent est un véritable atout pour concrétiser les innovations de demain. Des matières premières de haute qualité environnementale et sanitaire, en passant par le choix d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables ou encore le renforcement de notre présence dans les réseaux de distribution de proximité... Le tout sans compromis sur la qualité gustative de nos produits : chaque étape est repensée et améliorée pour répondre rapidement aux attentes des consommateurs !

**UNE GRANDE PARTIE DE NOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES EN PRODUITS LAITIERS SE CONCENTRE NOTAMMENT SUR NOS MARQUES HYPER-PROTÉINÉES**



### Quelle place pour le lait dans cette réorganisation ?

Les produits laitiers restent au cœur de l'offre de Danone et représentent près de 45 % du chiffre d'affaires de Danone France. Ils continuent à jouer un rôle essentiel dans le cadre d'une alimentation équilibrée. Une grande partie de notre chiffre d'affaires en produits laitiers se concentre sur des secteurs en forte croissance, notamment drivés par nos offres hyper-protéinées telles qu'HiPro ou le Skyr qui consomment près de trois fois plus de lait qu'un yaourt classique ! Cette tendance ne nie cependant pas une autre réalité du marché qui concerne la baisse générale en France de la consommation de produits laitiers depuis quelques années. Et nous devons nous y adapter dès maintenant ! C'est

l'objet des investissements annoncés récemment pour inverser la dynamique de décroissance de notre outil industriel laitier et l'adapter à l'évolution de la demande en investissant sur nos sites. Notre ambition est bien de renforcer notre position de leader de l'ultra-frais tout en accompagnant les nouvelles tendances de consommation qui privilégient des régimes alimentaires diversifiés et prônent un équilibre entre protéines végétales et animales. Le lait garde donc toute sa place dans cette transformation et pour assurer sa réussite, notre préoccupation stratégique première est aujourd'hui de maintenir et développer la collecte afin d'avoir assez de lait ! III

**"NOS OFFRES  
HYPER-PROTÉINÉES  
TELLES QU'HIPO OU  
LE SKYR CONSOMMENT  
PRÈS DE TROIS FOIS PLUS  
DE LAIT QU'UN YAOURT  
CLASSIQUE !"**

Yann Le Roy

*\* Design to Delivery se traduit par "de la conception à la livraison"*



L'usine Danone Pays-de-Bray fait partie des 5 sites Danone dédiés aux produits frais laitiers.

Historiquement, Danone est connu pour ses produits frais. Mais sous le logo Danone, plusieurs activités fleurissent : les eaux, la nutrition infantile et médicale et bien sûr les produits frais. Leur raison d'être est commune, apporter la santé au plus grand nombre par l'alimentation.

# LES ACTIVITÉS DE DANONE EN FRANCE



3 SITES

## NUTRITION INFANTILE

Plus de 80 % des déchets de nos sites de production sont revalorisés. Par exemple, sur le site de production de Brive-la-Gaillarde, les déchets organiques récoltés sont revalorisés dans une ferme proche de l'usine. L'exploitation les transforme en chaleur grâce à un méthaniseur, afin de produire des fromages du terroir.



## NUTRITION SPÉCIALISÉE

Une partie de nos produits est disponible sur ordonnance dans les hôpitaux et pharmacies pour lutter principalement contre la dénutrition. Nous livrons à plus de 10 000 pharmacies et plus de 1000 établissements hospitaliers.



Certified

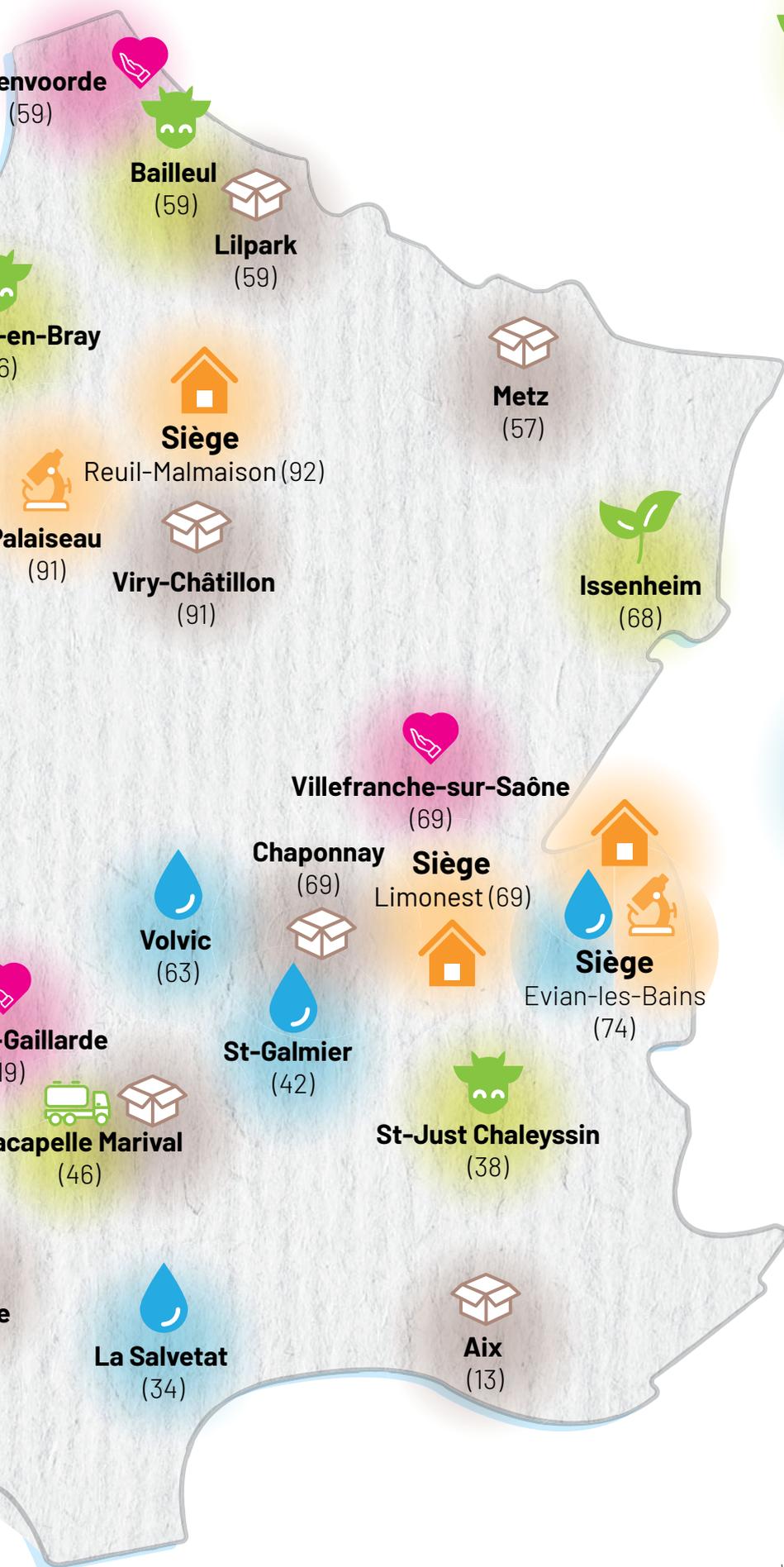


Corporation

DEPUIS 2022,

l'ensemble des 26 marques de Danone France sont certifiées B Corp™. Cette certification est un gage de transparence pour le consommateur, et l'assurance d'un modèle de croissance durable pour les partenaires de Danone en France. Présentes dans plus de 93 % des foyers français, les marques de Danone ont un rôle à jouer grâce à leur impact et une contribution positive à apporter à la société.





LAITIERS



VÉGÉTAUX

6 SITES

**PRODUITS FRAIS ET VÉGÉTAUX**

Du petit-déjeuner au dîner en passant par l'en-cas, Danone propose une large gamme de produits pour répondre à tous les consommateurs et à tous les modes de vie !



4 SITES

**EAUX MINÉRALES NATURELLES ET BOISSONS**

Volvic s'engage à ce que toutes ses bouteilles soient fabriquées à partir de matière 100 % recyclée (rPET) d'ici 2025. Et depuis 2020 les formats nomades ( $\leq 1$  litre) Evian et Volvic sont déjà en plastique recyclé (sauf étiquette et bouchon, mais nous y travaillons !).



BASES LOGISTIQUES



CENTRES DE RECHERCHE



CENTRE DE CONCENTRATION DU LAIT

Dans la continuité des investissements annoncés en 2021 dans le cadre du projet AVENIR, Danone poursuit l'adaptation de ses sites de production de produits frais en France. Objectif : accompagner la croissance du végétal en lien avec les nouvelles tendances de consommation, tout en soutenant la dynamique laitière sur le territoire français. Le point avec Corentin Cavrois, Directeur du projet AVENIR chez Danone.

# DANONE POURSUIT LA TRANSFORMATION DE SON OUTIL INDUSTRIEL



**“NOUS TRAVAILLONS À LA PÉRENNITÉ DE L'ENSEMBLE DES SITES FRANÇAIS DE NOTRE ENTREPRISE”**

Corentin Cavrois

**“**Nous avons à cœur de faire évoluer notre modèle industriel afin qu'il réponde toujours mieux et plus efficacement aux nouvelles tendances de consommation. Aujourd'hui, nous constatons d'une part le développement rapide de la consommation de produits frais d'origine végétale, et de l'autre une pression accrue à la mise sur le marché d'innovations, toutes filières confondues, chaque année. C'est pour cette raison que nous continuons d'investir pour transformer notre outil industriel et rester compétitifs” annonce Corentin Cavrois, Directeur du projet AVENIR chez Danone. “L'investissement de près de 67 millions d'euros annoncé fin 2021 sur nos sites de production de produits laitiers frais s'inscrit dans cette dynamique. La transformation de l'usine de Villecomtal-sur-Arros, qui sera à terme dédiée à la fabrication de boissons d'origine végétale, ira de pair avec la réallocation de 100 % de ses volumes actuels vers les autres laiteries françaises. De cette façon, nous travaillons à la pérennité de l'ensemble des sites français de notre entreprise avec le souci de l'innovation au service de toutes les habitudes de consommation” poursuit-il.

## **UN SITE RÉFÉRENT DE BOISSONS À BASE D'AVOINE**

Le site gersoises de Villecomtal-sur-Arros (32) poursuivra sa transformation tout au long de l'année 2022 pour devenir un site référent des boissons à base de jus d'avoine pour Danone en France et en Europe en 2023. Il viendra ainsi renforcer la production de nos produits d'origine végétale, aux côtés du site existant d'Issenheim en Alsace qui a bénéficié en

2021 d'un investissement de 16,5 millions d'euros pour l'ajout de nouvelles lignes.

## **RENFORCER ET ADAPTER LES CAPACITÉS DE PRODUCTION DE NOS LAITIÉRIES**

100% des volumes de produits laitiers frais actuellement fabriqués à Villecomtal-sur-Arros seront relocalisés vers trois de nos laiteries, qui continueront de s'approvisionner dans leurs bassins de collecte locale auprès des éleveurs partenaires. Les laiteries concernées sont celles de Bailleul (59), Danone Pays-de-Bray (76) et de Saint-Just-Chaleyssin (38). “La réallocation des volumes de production vers ces trois laiteries, qui bénéficieront d'un plan d'investissement de 24 millions d'euros, va permettre d'inverser la dynamique de décroissance observée ces dernières années et donc de les rendre plus compétitives”, explique Corentin Cavrois. Les investissements permettront à la laiterie de Bailleul de faire, en plus des yaourts fermes et des crèmes dessert Danette, des recettes de brassés aux fruits tel que le “Velouté fruité”. Sera alors ajouté un processus de fabrication de brassés et des capacités de conditionnement correspondantes. Le site de Danone Pays-de-Bray verra sa production renforcée notamment pour répondre à la demande en forte croissance de nos produits hyper-protéinés tels que “Hipro” et “Skyr”, et des brassés aux fruits. Enfin, Saint-Just-Chaleyssin verra se développer son activité de produits brassés aux fruits avec la fabrication de la marque “Recette Crémeuse”. Quant au site du Mollay-Littry (14), il ne nécessite pas d'investissement supplémentaire car il joue déjà son rôle

de site "agile", adapté à la fabrication de petites séries innovantes comme la marque "Éleveurs de Bonheur" de l'Organisation de Producteurs des 3 Vallées, ou de projets de la marque Les 2 Vaches notamment.

### DYNAMIQUE LAITIÈRE MAINTENUE DANS LE SUD-OUEST

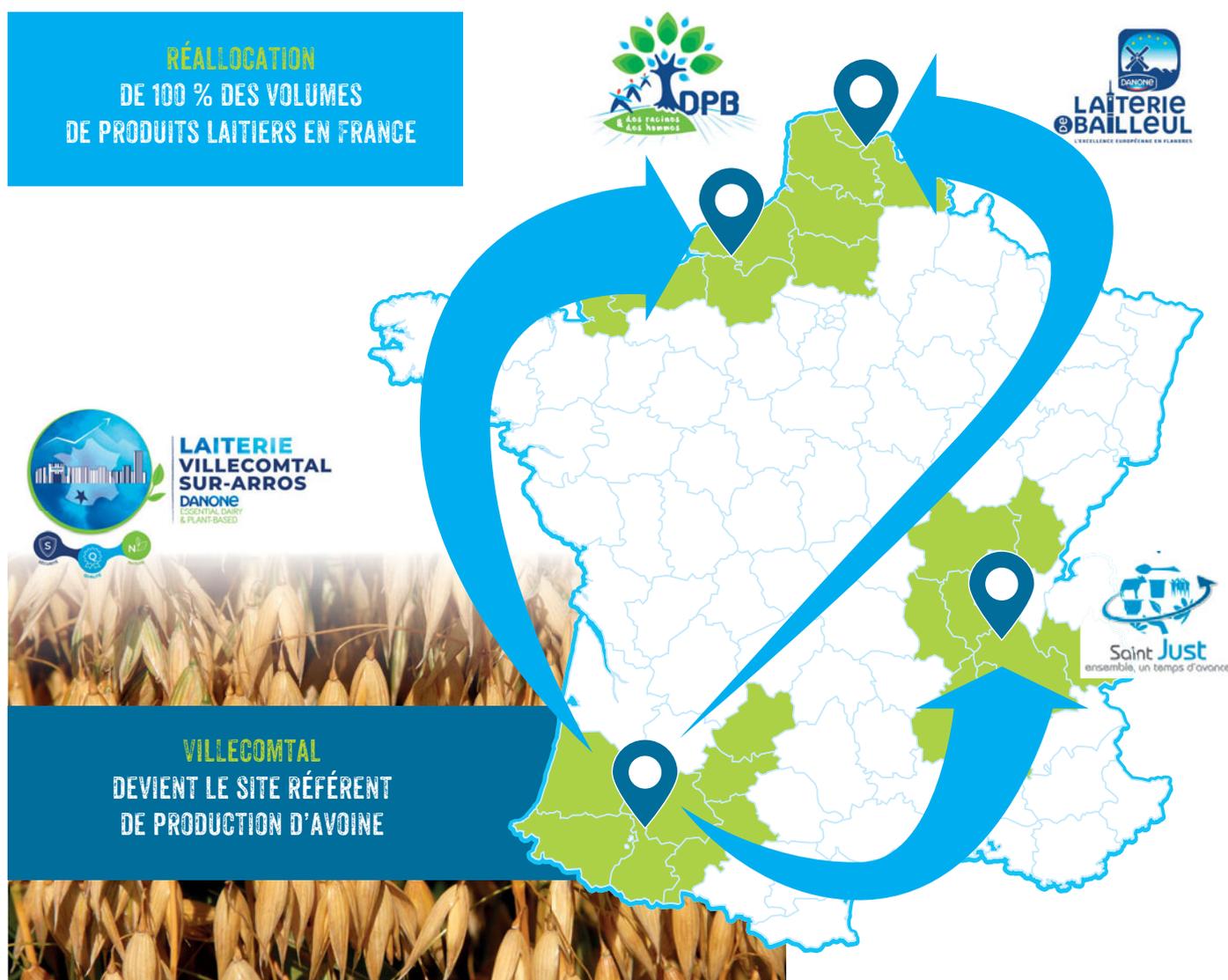
L'accord d'accompagnement à la fin du contrat avec Danone conclu avec l'Organisation de Producteurs du Sud-Ouest Laitier (OP SOL) et Danone, signé au printemps 2022, officialise la volonté commune de maintenir la dynamique laitière dans la région. "Cet accord s'accompagne de mesures fortes et adaptées à chaque situation des éleveurs concernés par l'arrêt du contrat avec Danone.

Les producteurs approvisionnant le site de Lacapelle-Marival situé dans le Lot, dont l'activité laitière est maintenue, ne sont pas concernés par cet accord. Ce site stratégique continuera de servir à alimenter les autres laiteries Danone en lait concentré", détaille Arnaud Rodot, Responsable de la Relation Producteurs Sud-Ouest. »

### ACCOMPAGNER LES PROJETS DES PRODUCTEURS

Une enveloppe budgétaire financée par Danone va ainsi permettre à chaque producteur concerné par la transformation du site de Villecomtal-sur-Arros d'être individuellement accompagné dans son projet, quel qu'il soit. Un soutien financier supplémentaire est accordé aux jeunes

agriculteurs et une somme forfaitaire est allouée aux producteurs qui souhaiteront solliciter des appuis techniques (audits de réflexion et conseils). Danone et l'OP SOL se sont mis d'accord pour un calendrier de fin de collecte progressif sur la période de mars à octobre 2023 avec des échéances définies en concertation avec les deux parties. "Tout le travail fait par notre OP depuis 10 ans a été reconnu. Cet accord est un vrai soulagement après une grande période d'incertitude totale. Nous allons pouvoir désormais nous consacrer totalement à la recherche de nouveaux clients", annonçait Romain Gavaille, Président de l'OP SOL lors de la signature de l'accord avec Danone. III



Passionnés par leur métier, Élodie et Guillaume Billaut font partie de cette génération de jeunes agriculteurs soutenus par Danone dans le cadre d'une installation avec amélioration des pratiques. Reportage dans les Hauts de France près de la laiterie Danone de Bailleul.

# EN AVANT POUR L'AVENIR !

## Gaec des Beaux Prés



- Élodie et Guillaume Billaut
- 2 UTH
- 800 000 litres de lait
- 110 vaches laitières de race Prim'holstein
- 134 ha de surface agricole utile

**"NOUS AVONS UN OUTIL DE TRAVAIL PERFORMANT AVEC UNE SALLE DE TRAITE MODERNE"**

Guillaume a rejoint Élodie sur l'exploitation familiale en tant qu'associé en 2020, au départ en retraite de sa belle-mère, Annie. "J'étais déjà salarié sur l'exploitation depuis 2013. Avec Élodie, nous avons toujours voulu travailler tous les deux en élevage, c'est notre passion", affirme le jeune agriculteur. L'installation de Guillaume a été l'occasion pour le couple de construire un nouveau projet. Ayant obtenu 200 000 litres de volume à produire supplémentaire avec Danone, les éleveurs ont augmenté la taille de leur troupeau et investi dans un nouveau bâtiment. "Aujourd'hui, nous avons un outil de travail performant avec une salle de traite moderne, c'est plus agréable et nous gagnons du temps." Dans le cadre de l'installation, en plus d'une prise en charge partielle des intérêts des emprunts bancaires, Danone accompagne les jeunes éleveurs avec des journées techniques et le diagnostic CAP'2ER\*. "Cela nous a conduits à identifier des leviers d'amélioration sur notre élevage pour diminuer notre empreinte carbone", explique Guillaume.

### RÉAGENCEMENT DES PÂTURES

Élodie et Guillaume ont donc bâti un programme d'investissement avec leur conseiller Danone suite au diagnostic. La couverture de la fosse et de la fumière

va, par exemple, contribuer à diminuer les émissions de gaz à effet de serre. "Nous avons également mis en place un pré-refroidisseur dans la laiterie qui refroidit le lait avant qu'il n'arrive au tank tout en réchauffant de l'eau. Résultat : jusqu'à 50 % de baisse de la consommation électrique du tank." Autre axe de travail pour Élodie et Guillaume : le réagencement des pâtures dans l'objectif de valoriser au maximum cette ressource de mars à novembre. "Nous avons la chance d'avoir 20 ha de prairies accessibles autour de l'exploitation. Mais nous avons réduit la taille des parcelles pour mieux gérer la pousse de l'herbe et nous allons ajouter 6 points d'eau pour un abreuvement au plus près des vaches."

### 8,6 % DE BAISSÉ DE L'EMPREINTE CARBONE

Soutenus par Danone à hauteur de 10 000 € dans le cadre du Programme Les 2 Pieds sur Terre (en contrepartie d'une baisse de 5 % de l'empreinte carbone), les producteurs ont aussi mis en place un projet via la plateforme MiiMOSA afin de solliciter d'autres personnes souhaitant les aider. Élodie et Guillaume ont atteint leur objectif de collecte pour ce projet. Il devrait leur permettre de baisser de 8,6 % leur empreinte carbone tout en améliorant le bien-être des vaches et leurs conditions de travail. III

\*CAP'2ER : outil de diagnostic pour évaluer l'empreinte carbone de la production laitière (voir article Lacteur 21 consacré au sujet).



<https://mimos.com/fr/projects/en-avant-pour-l-avenir>



Lucie Duez, cheffe de secteur lait Danone, a accompagné le Gaec dans son projet MiiMOSA.



Adrien Burel s'est installé sur l'exploitation familiale le 1<sup>er</sup> janvier 2021 en Haute Normandie. Danone l'a accompagné dans ce projet techniquement et financièrement.

# UN PROJET FAMILIAL EN PRODUCTION LAITIÈRE

## Pourquoi vous être installé en production laitière ?

J'ai grandi sur la ferme et j'ai toujours voulu exercer ce métier. Après mon BTS Acse, j'ai rejoint mon père en tant qu'aide familial, puis je me suis installé suite à son départ en retraite. J'ai eu la chance d'arriver au moment où Danone accordait à nouveau du volume à produire. J'ai obtenu 100 000 litres lors de mon installation et j'aurai à nouveau 100 000 litres d'ici à 2023. Mon projet était de passer de 30 à 50 vaches. Je souhaite garder un équilibre entre le lait et les cultures avec une taille de troupeau raisonnable. Les deux ateliers sont complémentaires et très liés. Et j'apprécie le côté diversifié de mon activité.

## Comment Danone vous a accompagné dans ce projet ?

Danone m'a octroyé une aide de 5000 € pour financer les intérêts des prêts liés au rachat de la ferme. J'ai également pu

bénéficier d'un audit CAP2ER qui donne une vision globale de l'exploitation et une liste de points à améliorer au niveau de l'empreinte carbone mais qui touche aussi à la performance technico-économique. J'ai identifié une marge de progrès sur l'élevage des génisses. Mon objectif est de réduire leur nombre et d'abaisser l'âge au vêlage afin d'optimiser ce poste aux plans environnemental et économique.

## Quels sont vos prochains objectifs ?

À court terme, je souhaite améliorer la cohérence du système fourrager car je dispose de surfaces en herbe pas toujours bien valorisées. Et à plus long terme, j'ai deux frères plus jeunes qui aimeraient s'installer aussi, avec moi. Comme l'exploitation ne peut les accueillir pour le moment, nous réfléchissons à d'autres solutions de développement pour concrétiser ce projet familial. III

## Adrien Burel



- 1,25 UTH
- 340 000 litres de lait
- 45 vaches laitières de race Prim'holstein et Normande
- 110 ha de surface agricole utile



Adrien Burel vise l'équilibre entre les cultures et la production laitière.

## ACCOMPAGNER LES JEUNES AGRICULTEURS

D'ici 2026, près de 46 % des agriculteurs seront en âge de partir à la retraite. Pour assurer un approvisionnement de lait français sur le long terme, Danone a co-signé en 2021, avec ses Organisations de Producteurs partenaires, la "Convention Jeunes Agriculteurs". Le but : favoriser l'installation via un accompagnement financier et une allocation de volumes supplémentaires. "Il y a par exemple la possibilité pour les jeunes éleveurs de tous nos bassins de collecte de faire financer leur remplacement" explique Guillaume Vignon. Danone a aussi adhéré à l'association "Demain Je Serai Paysan" qui développe le volet de la communication positive et renforce l'attractivité du métier.



Dans le cadre de sa démarche Bien-Être Animal (BEA), Danone a co-construit un MOOC en partenariat avec la chaire Bien-Être Animal de VetAgro Sup, l'Idèle et Phylum. Ce cours en ligne, gratuit et ouvert à tous, est prévu pour l'automne 2022.



# SE FORMER EN LIGNE SUR LE BIEN-ÊTRE DES BOVINS LAITIERS

“Un MOOC est un cours gratuit, en ligne, ouvert à tous. Celui que nous proposons sur le bien-être des troupeaux laitiers est ouvert à tous les producteurs de lait de la filière française”, annonce Rosalie Cuillé, responsable de projet Agriculture Régénératrice chez Danone. Financé par Danone Écosystème et axé sur le bien-être des bovins lait, il vise aussi les vétérinaires, techniciens, et toutes les parties prenantes en élevage. Il sera diffusé à partir de septembre 2022 sur la plateforme tenue par la chaire Bien-Être Animal de VetAgro Sup. Dans le cadre de sa démarche Bien-Être Animal (BEA) visant à anticiper les évolutions de la réglementation française et européenne, Danone a co-construit ce MOOC en partenariat avec la chaire, l'Idèle\* et Phylum. “Je suis convaincu que la formation est le meilleur moyen d'améliorer le bien-être animal dans les élevages. Les éleveurs maîtrisent déjà bien le sujet, mais certaines connaissances ont évolué, et ils n'y ont pas forcément encore eu accès. Prendre du recul est aussi bénéfique”, affirme Luc Mounier, responsable de la chaire Bien-Être Animal.

## CO-CONSTRUCTION DU MOOC

“VetAgro Sup est aujourd'hui l'organisme référent pédagogique en termes de Bien-Être Animal. C'est important pour nous d'être accompagnés par des spécialistes neutres et rendant les connaissances accessibles pour tous”, confie Rosalie Cuillé. Pour l'école, le réseau de Danone représente l'opportunité de toucher des éleveurs plus facilement. “Le Bien-Être Animal ne doit pas rester dans les livres de science, ni être investi seulement par les associations de protection animale. Nous avons besoin que le maximum de personnes s'en saisissent” argue Luc Mounier. “Ce MOOC est vraiment le fruit d'une co-construction”, ajoute-t-il. En effet, d'autres partenaires font partie de l'aventure. Phylum, un cabinet spécialisé dans le bien-être animal, a apporté ses conseils sur la structuration et le script des vidéos. L'Idèle, en tant que pilote du programme Bien-Être Animal d'intérêt général financé par Danone Écosystème, a apporté son expertise scientifique.

## UN FORMAT DE 2 HEURES

Le parcours, d'une durée de deux heures,

## UNE DÉMARCHE SPÉCIFIQUE DE DANONE

La grille d'évaluation BEA (Bien-Être Animal) développée par Danone est reconnue comme une référence dans le milieu du Bien-Être Animal en France. Cependant, pour que son approche s'intègre à la démarche France Terre de Lait de la filière laitière, il a été décidé de faire converger les deux grilles. “Les éleveurs n'auront qu'une évaluation à faire, reconnue à la fois par la filière via l'outil CBPE (Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage), et par la démarche Bien-Être Animal de Danone”, explique Rosalie Cuillé, responsable de projet Agriculture Régénératrice.

est structuré en trois grandes parties basées sur des vidéos courtes. La première partie est théorique et vise à améliorer la compréhension du bien-être animal. La seconde s'attarde sur l'évaluation du bien-être animal, via l'observation du comportement des animaux et les indicateurs à prendre en compte. Enfin, la dernière partie est plus pratique, comme l'explique Luc Mounier: “Nous proposons des pistes d'amélioration concrètes que les éleveurs pourront choisir de mettre en application à leur retour.” Les participants doivent choisir au moins 3 thématiques sur 9 pour valider le parcours pédagogique et peuvent, s'ils le souhaitent, aller plus loin sur certains sujets ou découvrir de nouvelles thématiques. “Enfin, pour les producteurs de Danone, des vidéos spécifiques ont été conçues pour expliquer la grille d'évaluation Danone, ainsi que l'outil filière”, détaille Rosalie Cuillé. Cette formation est reconnue dans la grille Danone et contribue au score Bien-Être Animal. ■

\*Idèle: Institut de l'Élevage.

Géraldine et Patrice Andrieux ont accueilli un tournage sur leur ferme pour contribuer au MOOC bien-être des bovins laitiers co-construit par Danone et ses partenaires. Au menu : pâturage tournant dynamique et bonne humeur.

# SILENCE, ÇA TOURNE !

## Pourquoi avez-vous participé au tournage d'une vidéo pour le MOOC bien-être des bovins laitiers ?

Sur l'impulsion de notre fils et avec l'aide de Simon Rey, chef de secteur lait Danone, nous avons réalisé un projet de financement participatif MiiMOSA pour du pâturage tournant dynamique. Plus tard, quand Danone nous a demandé si nous étions d'accord pour tourner une vidéo pour le MOOC, nous avons accepté car c'est une suite logique à notre projet. Nous montrons qu'en changeant de parcelle tous les jours, les vaches vont plus volontiers au pré et que leur condition sanitaire s'améliore. Nous voulions aussi montrer que cette pratique facilitait notre travail et améliorerait notre bien-être en tant qu'éleveurs.

## Comment s'est déroulé le tournage ?

Il s'est très bien passé ! Nous avons été préparés via des entretiens téléphoniques avec Phylum. C'était important

pour aboutir à ce tournage sur un après-midi. Nous connaissons notre projet donc nous savions quoi dire. Le scénario et l'équipe nous ont sécurisés sur le déroulement. Parler devant le caméraman et s'habituer au micro, c'est un peu stressant, mais nous avons aimé l'expérience. Un drone filmait les animaux, en faisant attention de ne pas les effrayer. Il y avait du monde, y compris Antoine Lescuyer (nouveau chef de secteur lait Danone). Ça change de la routine !

## Pourquoi, selon vous, est-il important qu'une entreprise comme Danone s'implique dans ce projet ?

Danone veut montrer aux consommateurs que leurs producteurs s'occupent bien de leurs animaux et les respectent. Pour nous, c'est aussi l'occasion de communiquer sur notre façon de travailler.

## Conseillez-vous à d'autres éleveurs de suivre ce MOOC ?

Oui, parce qu'il y a toujours des choses à

améliorer et il est bon de se remettre en question. Nous avons appris à travailler d'une façon mais tout évolue, la formation nous donne accès à d'autres méthodes.

## De quelle manière avez-vous participé au programme bien-être animal de Danone, dans lequel ce MOOC s'inscrit ?

Suite à la proposition de notre auditeur, nous avons accepté de faire une première évaluation. Nous avons identifié des points à améliorer et notre deuxième évaluation a été meilleure. Nous avons aussi suivi une formation sur l'ébourgeonnage de nos animaux via le programme. Maintenant, nous anesthésions localement puis administrons un antidouleur, et nous désinfectons la brûlure. Nous avons aussi acheté un nouveau brûle-corne qui chauffe plus vite et fait moins mal. III

Après une préparation avec Phylum, les éleveurs ont participé au tournage d'une vidéo pour illustrer le MOOC.

## Gaëc du Grand Rozière



- Géraldine, Patrice et Thibault Andrieux
- 2,5 UTH
- 50 vaches laitières de race Prim'Holstein
- 80 ha de SAU
  - 12 ha de maïs,
  - 10 ha de luzerne,
  - 10 ha de méteils non traités et le reste en prairies permanentes



Marie-Thérèse Bonneau est agricultrice et présidente de France Agri Carbone Association : la structure à l'origine du crédit carbone. Elle nous explique la démarche et comment l'intégrer.

# PERFORMANCES ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTALE UNIES PAR LE CRÉDIT CARBONE



@TLS

▲  
Marie-Thérèse Bonneau, présidente de France Agri Carbone Association, l'association en charge des liens entre les agriculteurs et les acheteurs de crédit carbone.

## Pouvez-vous nous expliquer ce qu'est le crédit carbone ?

C'est la différence de carbone stocké entre la situation initiale d'une exploitation et le bilan 5 ans plus tard grâce à la mise en place de nouvelles pratiques. Mesuré en tonne à l'aide d'un protocole certifié, le crédit carbone finance le résultat d'une démarche de progrès, d'un changement de pratique et d'une prise de risque aussi. Tout le monde y a accès car chacun dispose d'un ou de plusieurs leviers sur sa ferme.

## Comment est née la démarche ?

En 2006, un rapport de la FAO pointe la responsabilité de l'élevage bovin sur l'environnement. En 2015, la COP21 à Paris envisage de taxer l'élevage de ruminants pour ses émissions de gaz à effet de serre. Une réflexion est née sur le poids de nos élevages : quel est l'impact réel de nos exploitations ? L'idée n'était pas de cacher les choses, mais de mettre en avant que l'élevage conduit aussi à du stockage de carbone. Avec l'Idèle\* et les représentants des éleveurs, nous avons construit le diagnostic CAP'2ER. La démarche a été certifiée par le ministère de la Transition écologique en 2019, et

elle a conduit au Label Bas Carbone. Pour valoriser ces crédits carbone, France Agri Carbone Association est créée la même année et fait le lien entre les agriculteurs et les acheteurs. 300 agriculteurs ont répondu au premier appel à projets avec 170 000 tonnes de crédit carbone. 1300 agriculteurs ont participé au second.

## Que vaut un crédit carbone ?

Un crédit carbone est un contrat tripartite : l'acheteur acquiert le crédit carbone pour 38 € ; l'agriculteur touche 30 € ; France Carbone Agri perçoit 3 € pour son financement propre et 5 € sont redistribués pour des porteurs de projets. Avec un crédit carbone compris entre 350 et 600 tonnes sur 5 ans, les agriculteurs perçoivent en moyenne 15 000 €. Un acompte de 40 % est versé à mi-parcours pour participer au financement des projets. Un agriculteur peut participer à deux appels à projets.

## Que doit faire un éleveur laitier qui souhaite vendre des crédits carbone ?

L'agriculteur postule à l'appel à projets puis se rapproche au choix de sa laiterie, son organisme de producteurs, sa Cuma,

## Marie-Thérèse Bonneau

- 2 UTH
- 500 000 litres de lait
- 60 vaches laitières de race Prim'Holstein
- 52 ha
  - dont 26 ha de maïs et 26 ha d'herbe
  - Évolution après 5 ans : 22 ha de maïs et 30 ha d'herbe

## CHECKLIST POUR VENDRE DU CRÉDIT CARBONE

- Réfléchir à l'évolution de ma ferme en partant de ma situation à moi
- Chiffrer des orientations que je souhaite prendre
- Mesurer ma capacité d'amélioration de la performance
- Augmenter mon revenu par le paiement des crédits carbone

## “TOUT LE MONDE A ACCÈS AU CRÉDIT CARBONE CAR CHACUN DISPOSE DE LEVIERS SUR SA FERME”

ou sa chambre d'agriculture pour demander un diagnostic. Il entre alors dans le dispositif avec un accompagnement par un technicien formé au CAP'2ER. Avec d'autres producteurs, il constitue un groupe de travail qui estime les plans carbone à mettre en place avec les gains réalisables. Danone a toujours été proactif sur ce sujet et facilitateur dans le projet crédit carbone d'un éleveur. Les techniciens et conseillers formés sur les crédits carbone ont déjà pu accompagner plus de 70 éleveurs partenaires de Danone.

### **Vous êtes aussi éleveuse et vous avez vendu du crédit carbone, pourquoi ?**

Nous devons valoriser ce que nous faisons, notre travail d'agriculteur : pas seulement sur la production mais aussi sur la conduite. Nous avons un impact positif sur l'environnement et le changement climatique. Il est normal qu'un agriculteur soit accompagné et rémunéré pour ce qu'il fait.

### **Quels leviers d'amélioration avez-vous mis en place sur votre exploitation ?**

Nous avons travaillé sur l'âge au premier vêlage afin d'avoir moins d'animaux improductifs sur la ferme. De 27 mois, nous sommes arrivés à 25 mois. Nous avons été accompagnés sur la plantation de haies dans nos prairies pour créer de l'ombrage et favoriser la biodiversité, ainsi que sur la mise en place de prairies multi-espèces. Cela nous a conduits à augmenter le temps de pâturage. Et nous avons mis en place des cultures sans labour sur une partie des surfaces. L'analyse montre ainsi une diminution de 1,03 à 0,98 kg de carbone/litre de lait. Ce résultat s'accompagne d'une meilleure productivité des vaches désormais en lactation longue : nous produisons autant de lait avec moins d'animaux.

### **Conseilleriez-vous aux éleveurs de s'engager dans la démarche de crédit carbone ?**

Oui, car il faut saisir l'opportunité de valoriser notre travail. Par ailleurs, le diagnostic apporte un œil neuf et extérieur à l'orientation de l'exploitation avec des

leviers nouveaux. Et la performance environnementale est liée à la performance économique : sur l'appel à projets de 2019, les agriculteurs ont en moyenne gagné 12 à 14 €/1000 litres chaque année. C'est aussi un outil pour communiquer sur son métier de façon plus large : nous ne

sommes pas seulement producteurs de lait, mais aussi acteurs de la biodiversité, de la qualité de l'eau... Nous valorisons notre activité. III

*\*Idele : Institut de l'Élevage.*

Le crédit carbone valorise la conduite d'élevage et pas seulement la production.



**TOP 4 DES ACTIONS POSSIBLES POUR RÉDUIRE SON IMPACT CARBONE**

- Mieux utiliser les ressources fourragères de mon exploitation
- Mieux valoriser les cultures pérennes
- Travailler l'insémination artificielle des animaux
- Valoriser ou implanter des haies

**CRÉDIT CARBONE =  
30 €/TONNE  
POUR L'ÉLEVEUR**

# DANONE ET SES PARTENAIRES SE TRANSFORMENT ET ÉVOLUENT



**NOS USINES SONT FORTEMENT ANCRÉES DANS LEUR TERRITOIRE, ELLES DOIVENT S'ADAPTER POUR RESTER COMPÉTITIVES."**

Yann Le Roy, directeur D2D France

**67 M**  
**d'investissement**

sur les sites de production de produits laitiers frais

**Produits laitiers :  
45% du CA(\*)**

de Danone France

\*CA = Chiffre d'Affaires



**alpro**

**Villecomtal-  
Sur-Arros (32)**

deviendra le site de référence des boissons végétales à base de jus d'avoine pour la France et pour l'Europe en 2023



**LE LAIT CONTINUERA D'ÊTRE CONSOMMÉ, NOTAMMENT GRÂCE À LA COMMUNICATION DES ÉLEVEURS."**

Pascale Hébel, directrice associée chez C-ways





**LE PROJET MIIMOSA MIS EN PLACE EN PARTENARIAT AVEC DANONE DEVRAIT CONDUIRE À UNE BAISSÉ DE 8,6 % DE NOTRE EMPREINTE CARBONE."**

Elodie et Guillaume Billaut, Gaec des Beaux Prés (62)



**J'AI BÉNÉFICIÉ D'UNE AIDE DE 5 000 € POUR FINANCER LES INTÉRÊTS DES PRÊTS LIÉS AU RACHAT DE LA FERME."**

Adrien Burel (76)



**LA FORMATION NOUS DONNE ACCÈS À DE NOUVELLES MÉTHODES POUR RÉPONDRE AUX EXIGENCES DE LA SOCIÉTÉ ."**

Géraldine et Patrice Andrieux,  
GAEC du Grand Rozière (38)

**Crédit carbone**

**15 000 €**  
**en moyenne sur 5 ans**

perçus par l'agriculteur.



**NOUS DEVONS VALORISER CE QUE NOUS FAISONS ET PAS SEULEMENT LA PRODUCTION MAIS AUSSI LA CONDUITE."**

Marie-Thérèse Bonneau,  
présidente de France Agri  
Carbone Association



Replanter et protéger les poiriers pour pérenniser la filière de la poire Williams française : c'est le défi lancé par Blédina avec ses agriculteurs partenaires grâce à son programme ReCultivons Blédina.

# PÉRENNISER LA FILIÈRE FRANÇAISE DE POIRES AVEC BLÉDINA

Le volume de poires Williams françaises a diminué de 40 % en 10 ans, mettant en péril la filière. Ses faibles rendements (20 à 30 % inférieurs à celui des pommes) et sa moindre valorisation (prix 7 % plus élevé que la pomme) comparée à son coût de production expliquent ce déclin. Pourtant, la variété Williams est particulièrement adaptée aux petits pots pour bébé. Et un approvisionnement français est d'une importance stratégique

pour Blédina : il répond aux exigences de normes strictes de l'alimentation infantile, mais aussi aux objectifs de faible impact carbone.

## SÉCURISER LES REVENUS DES PRODUCTEURS

Blédina met en place des actions concrètes pour la pérennité de la filière Poire Williams sur le territoire, dont la signature de contrats long terme (jusqu'à 15 ans). Un financement participatif a été lancé sur la plateforme MiiMOSA en partenariat avec 3 associés-coopérateurs du fournisseur SICOLY, une coopérative fruitière située au cœur des Monts et Coteaux du Lyonnais. Blédina a fortement communiqué sur les réseaux sociaux afin de promouvoir l'initiative.

## 40 000 POIRIERS PLANTÉS ET PROTÉGÉS

Le packaging des petits pots Blédina a été modifié afin de sensibiliser les consommateurs pour que ce ne soit pas le "dernier petit pot de poires françaises". Grâce à cette opération, 17 arboriculteurs ont bénéficié d'un accompagnement. Un total de 40 ha a été planté en 2021 soit 40 000 poiriers. En parallèle, Blédina, Pour une



Agriculture Du Vivant, Perma Conseil et Blédina soutiennent les arboriculteurs sur le plan technique et la gestion du risque climatique. L'objectif : préserver le revenu des agriculteurs impactés en moyenne tous les 2 ans par des événements climatiques. 14 agriculteurs dans 3 régions bénéficient également du financement de matériel pour protéger les cultures des risques climatiques. Des systèmes d'arrosage par aspersion protègent ainsi les fleurs et les fruits du gel dans plus d'une dizaine de fermes. Tandis qu'un système de goutte à goutte limite les pertes en eau pour protéger les cultures de la sécheresse dans cinq exploitations. Des filets anti-grêle sont également installés. ■■■



40 000 poiriers ont été plantés en 2021 pour pérenniser la filière française et pour que les petits pots Blédina ne soient pas les "derniers petits pots de poires françaises".



L'usine de Issenheim, en Alsace, est entièrement dédiée à la production de boissons végétales depuis sa mise en route en 1986. Alpro y fabrique ses produits à base de soja, d'avoine ou encore d'amande pour le marché français et européen. La marque, avec les agriculteurs partenaires, contribue au maintien du bassin local de production de soja.

# ALPRO DÉVELOPPE À ISSENHEIM LES DÉBOUCHÉS POUR LE SOJA FRANÇAIS

Pour répondre à la croissance de la consommation en produits Alpro en France et en Europe, une nouvelle ligne de production sera installée à Issenheim fin 2022. Elle permettra de faire passer la capacité de l'usine de 200 000 à 265 000 tonnes de boissons végétales par an. L'usine sera alors le plus grand site de production de boissons végétales de Danone en Europe, avec plus de 230 références. Le soja constitue la principale matière première avec 50 % des volumes, devant l'avoine, le riz, l'amande et le coco. Issu à 100 % de fermes françaises, l'approvisionnement en soja est majoritairement local grâce aux 600 agriculteurs en Alsace

## UN CO-PRODUIT POUR L'ALIMENTATION BOVINE

De la transformation de soja en boissons végétales, il ressort un co-produit appelé okara. Ce résidu d'extraction du soja est valorisé dans l'alimentation bovine dans un rayon de 300 km de l'usine. Un spécialiste de l'alimentation les incorpore dans des aliments complets frais et sans conservateurs. Cette matière première d'origine française et sans OGM a vu ses volumes doubler en dix ans. L'usine valorise également des co-produits secs tels que les brisures de graines destinées aux bovins et les pellicules de graines pour les volailles.

qui fournissent l'usine de Issenheim, soit plus de 7 000 hectares. Des surfaces qui tendent à s'agrandir pour répondre à la demande croissante du marché : l'Alsace, terre propice à la culture de soja, garantit un approvisionnement français et sans OGM, et donc un haut niveau de traçabilité et de qualité pour Alpro.

### COLLABORER POUR DÉVELOPPER LA CULTURE DE SOJA

La collaboration entre Alpro et les agriculteurs partenaires vise aussi à développer de nouvelles variétés pour une amélioration continue des rendements et de la qualité des grains. Chaque année, Alpro analyse des échantillons issus des essais afin d'en examiner la qualité, tandis que les agriculteurs se penchent sur les qualités culturales du soja. De nouvelles variétés sont ainsi régulièrement lancées grâce à ces essais communs. Par ailleurs, pour contribuer à développer la culture de soja sur le territoire, des agriculteurs animent des visites d'exploitations pour leurs pairs, des acteurs du monde agricole et des écoles. L'usine propose aussi des visites à ses producteurs fournisseurs. Enfin, une démarche de diagnos-



tics sur l'état des sols, de la biodiversité, de l'eau et du carbone a été déployée chez plusieurs de nos agriculteurs partenaires afin de proposer les pratiques d'agriculture régénératrice adaptées à chacune des exploitations. III

L'usine d'Issenheim transforme désormais 265 000 tonnes de boissons végétales par an.



En tant que ferme pilote Climat Chaud, le Gaec du Perret, à Chaussan (69), s'est équipé en colliers connectés en 2021. Objectifs : suivre le cycle de vie des vaches et améliorer leur bien-être et leur productivité.

# DES COLLIERS INTELLIGENTS POUR PLUS DE CONFORT

**//** Il est difficile de détecter très rapidement une vache malade dans un troupeau de 80 animaux. Le collier connecté nous a apporté du confort et de la tranquillité. Il nous aide à anticiper les maladies et les vêlages à venir. Et il détecte aussi très bien les chaleurs, nous ne les ratons plus !” confient Patrice Caillot et Thierry Gaudin, associés au Gaec du Perret, à Chaussan (69). Fixé autour du cou des animaux, l’outil développé par Connecterra<sup>1</sup> mesure divers paramètres comme le temps de couchage, de rumination ou de station debout. Les données sont traitées par une intelligence artificielle, Ida, installée sur les smartphones des éleveurs. Elles sont croisées avec d’autres mesures comme le THI (indice de température humidité) ou l’ensoleillement, puis analysées. Les éleveurs l’utilisent pour la gestion au quotidien des vaches laitières, principalement sous l’angle du suivi de la reproduction. L’outil leur permet aussi de suivre le cycle de vie de chaque animal afin d’évaluer son bien-être.

## UN OUTIL DE SUIVI POUR LE PROJET CLIMAT CHAUD

Le Gaec s’est doté des colliers connectés en septembre 2021, dans le cadre de sa participation au projet de ferme pilote Climat Chaud. Ce programme mené par Danone en partenariat avec l’Idele<sup>2</sup> et Rhône Conseil Élevage vise à adapter les pratiques en élevage laitier aux périodes de grosse chaleur. Financés par Danone et Connecterra, partenaire de Farming for Generations pendant deux ans, les colliers permettent de suivre et mesurer les bénéfices de l’évolution des aménagements et des adaptations de pratiques prévus sur l’élevage, en lien avec la gestion du stress thermique des vaches. En effet, depuis leur installation commune en 2020, Thierry et Patrice travaillent sur des projets d’aménagements pour favoriser le bien-être et, in fine, la productivité. Ils ont notamment un projet de bâtiment doté d’une bonne ventilation naturelle. “En s’engageant dans le projet Climat Chaud, ils ont pu profiter de l’expertise de l’Idele au moment de la

## JOURNÉE PORTES OUVERTES

Le 30 novembre prochain, le Gaec du Perret ouvre ses portes aux producteurs de Danone !

3 thématiques seront abordées : la ventilation des bâtiments avec l’Idele, l’alimentation, la qualité et le suivi du troupeau avec Rhône Conseil Élevage, et l’outil collier connecté avec Connecterra.

construction”, se rappelle Saïd Bouakaz, auditeur Lait Danone Sud-Est. “C’est l’occasion d’aménager le bâtiment le mieux possible pour améliorer la ventilation tout en bénéficiant d’une lumière naturelle : par exemple, nous retirons des bardages et nous avons un filet brise-vent au-dessus du bâtiment, qui n’est fermé qu’en cas de très mauvais temps”, ajoute Thierry.

### Gaec du Perret



- 2 UTH
- Patrice Caillot et Thierry Gaudin
- 85 vaches laitières de race prim’Holstein
- 700 000 litres
- 110 hectares de SAU :
  - 30 ha de maïs
  - 15 ha de céréales autoconsommées
  - 30 ha de prairies permanentes
  - 35 ha de prairies temporaires



Les associés Patrice Caillot et Thierry Gaudin utilisent le collier connecté pour la gestion au quotidien des vaches laitières, principalement sous l’angle du suivi de la reproduction.

## MESURER LES BÉNÉFICES SUR LE BIEN-ÊTRE

Le programme a d'ailleurs conforté les éleveurs dans d'autres projets d'amélioration. En 2020, dans le cadre de son service "pAnser vaches" et en lien avec le projet Climat Chaud, Rhône Conseil Élevage a installé une caméra pour filmer les vaches pendant 48 heures. "Nous avons observé un manque de confort dans les logettes. Les vaches ne se couchaient pas assez", expliquent les associés. "Nous allons donc notamment installer des matelas mous de 6 cm et améliorer le réglage de nos logettes. Nous retirerons les aires pailées, ce qui facilitera la gestion de la propreté. En prévision de périodes de forte chaleur, nous continuons d'améliorer la ventilation du bâtiment, et installons plus de points d'eau. Nous pourrons aussi, par exemple, fractionner les repas". Afin de mesurer l'impact de ces évolutions sur le comportement et la productivité des animaux, les éleveurs pourront utiliser l'application reliée aux colliers connectés. III

<sup>1</sup> entreprise néerlandaise d'innovations technologiques, spécialisée dans le monde du vivant

<sup>2</sup> Institut de l'élevage

Les colliers connectés permettent de suivre l'impact des aménagements et des adaptations de pratiques sur le stress thermique des vaches.



L'alliance Farming for Generations, initiée par Danone en 2019, travaille avec les éleveurs de huit pays pour notamment tester et déployer des pratiques réduisant le stress thermique du troupeau laitier. Cette transformation des pratiques s'inscrit dans l'objectif premier d'améliorer la performance globale des exploitations.

# DES FERMES PILOTES POUR S'ADAPTER AUX CLIMATS CHAUDS

La zone de confort optimale des vaches se situe entre 5 et 15 °C. Face aux hausses de température, notamment l'été, il est nécessaire d'identifier des moyens d'action limitant les risques de stress thermique du troupeau. C'est l'un des nombreux enjeux auxquels font face les éleveurs laitiers en France, mais aussi d'autres pays. C'est pourquoi Danone a initié l'alliance Farming for Generations (F4G) qui réunit une trentaine d'éleveurs pionniers et huit partenaires (voir encadré) dans huit pays\*. La mise en commun des connaissances a déjà permis de déployer de nouvelles pratiques sur plus de 200 exploitations. Les premiers résultats partagés sont mis à disposition auprès de 1500 éleveurs des pays concernés.

## FAVORISER LE PARTAGE D'EXPÉRIENCE

L'objectif est d'accompagner les éleveurs dans leur transition vers l'agriculture régénératrice en testant des pratiques sur les fermes pilotes, puis en favorisant le partage d'expérience entre les

éleveurs, et entre tous les acteurs de la chaîne de valeur. Par exemple, dans le cadre du projet Chance4All, le fond Danone Écosystème, Danone Roumanie et des partenaires roumains ont contribué à la construction d'une oasis mobile dotée d'une pompe à panneaux solaires. Partagée entre trois éleveurs, elle a permis d'abreuver et d'ombrager 150 vaches, contribuant à augmenter la production de lait de 2 L par vache et par jour en moyenne. En France, le Gaec du Perret est également ferme pilote et travaille sur l'utilisation des colliers connectés (page 24).

En s'appuyant sur les retours d'expériences des éleveurs de France et d'ailleurs, F4G développe des outils et des fiches sur des thèmes variés. Retrouvez-les sur le site internet du Centre de connaissances de l'agriculture régénérative :

<https://regenerative-agriculture.danone.com/fr/>

\* France, Belgique, Allemagne, Pologne, Roumanie, Espagne, États-Unis et Russie



F4G est portée par Danone et les entreprises de santé et de bien-être animal MSD Animal Health, Neogen et FutureCow; de nutrition et de santé animale DSM, de nutrition des cultures Yara; de phytotechnie Corteva Agriscience; et d'intelligence artificielle Connecterra.

Dans le cadre de la vision Danone "One Planet, One Health" (Une planète, Une santé), l'entreprise a pour ambition de proposer 100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici 2025. Aperçu de la diversité des emballages responsables déjà en magasin.

# UNE OFFRE D'EMBALLAGES PLUS DURABLE ET DIVERSIFIÉE

Danone s'engage à offrir un choix adapté à tous les modes de vie des consommateurs, aussi bien sur les aspects pratiques que sur l'impact environnemental des produits. C'est pourquoi il existe une multiplicité d'offres. Des équipes de Danone sont à l'œuvre pour révolutionner les emballages et leur impact : moins de plastique et plus d'alternatives !

## PETITS POTS BLÉDINA

La gamme des bocaux consignés de Blédina est disponible depuis 2021 dans une vingtaine de magasins en France pour nous permettre de comprendre les habitudes des parents avant de déployer l'offre à l'échelle nationale. Grâce à nos consommateurs, nous allons travailler à la mise en place d'un système de retour, de tri et de lavage de nos bocaux, pour proposer au plus grand nombre la gamme de bocaux consignés pour bébé ! On retrouve pour la première fois des bocaux multi-portions dans cette offre pour aller encore plus loin en réduisant le poids d'emballage pour la même quantité de purées que nos petits pots classiques. Afin de créer cette nouvelle boucle vertueuse, nous travaillons avec différents partenaires sur tout le cycle du réemploi : distribution, collecte, nettoyage, verrier...



**OBJECTIF :  
TENDRE VERS  
LE ZÉRO  
DÉCHET**



**+ DE 1500 POTS DÉJÀ COLLECTÉS !**  
**- 25 % DE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE À MOYEN TERME ET - 50 % À LONG TERME\***

*\* Estimations faites sur un cycle de vie d'un petit pot en verre consigné. Calcul fait par l'organisme externe Maabi*

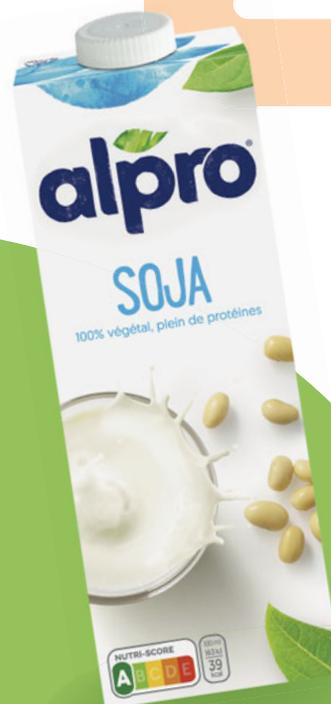


**OBJECTIF :  
INCORPORATION DE MATIÈRE  
PLASTIQUE D'ORIGINE VÉGÉTALE**

**89 % DU PE  
REPLACÉ PAR  
DU PLASTIQUE VÉGÉTAL**

## BRIQUE ALPRO

Le carton est le principal composant des briques de 1 litre des boissons Alpro : il constitue 70 % du total de l'emballage. De fines couches de plastique PE (polyéthylène) et d'aluminium sont ensuite insérées pour finaliser l'emballage. Aujourd'hui, plus de 89 % du PE des emballages Alpro a été remplacé par du plastique végétal issu de la canne à sucre. L'objectif est d'atteindre 100 % d'ici 2025. La prochaine étape est la fabrication d'un emballage recyclable avec une alternative à l'aluminium.





LA FONTAINE 8L, COMME TOUTES LES BOUTEILLES VOLVIC, EST RECYCLABLE

**-25 % DE PLASTIQUE PAR RAPPORT À UN PACK DE 6 X 1,5 LITRES DE VOLVIC**

## FONTAINE VOLVIC 8L

Le format familial Volvic 8 litres est désormais constitué à 100 % de rPET et est toujours recyclable ! Fruit de 3 ans de mise au point, il utilise 25 % de plastique en moins par rapport à un pack de 6 x 1,5 litres de Volvic. Son ergonomie a également été améliorée : l'écoulement jusqu'à la dernière goutte a été facilité pour les enfants et sa forme facilite sa compaction pour diminuer son volume dans la poubelle de tri. D'ailleurs en 2025, ce sont 100 % de nos bouteilles Evian, Volvic, Badoit et La Salvetat qui seront fabriquées à 100 % en matière recyclée.



## POT SKYR

Depuis janvier 2021, une nouvelle ligne de production d'emballages cartons a vu le jour à l'usine du Pays-de-Bray. Grâce à elle, Danone propose une offre de Skyr Danone du Monde dans un pot grand format de 480 g en carton recyclable.

**OBJECTIF : ÉCOCONCEPTION ET RECYCLABILITÉ**

**CARTON INCORPORÉ RECYCLABLE**

## POT DANONE NATURE

Danone a investi 6 millions d'euros dans la laiterie de Bailleul pour transformer 3 lignes de production et faire évoluer les emballages incorporant du plastique recyclé. Les pots sont désormais fabriqués à base de PET dans l'objectif à terme de les rendre recyclables. Ce PET permet d'intégrer 30 % de plastique recyclé et ainsi de réduire l'utilisation de plastique vierge\*.



**OBJECTIF : INCORPORATION DE MATIÈRE PLASTIQUE RECYCLÉE**



**-30 % DE PLASTIQUE VIERGE UTILISÉ**

\* Plastique vierge : neuf et non recyclé.

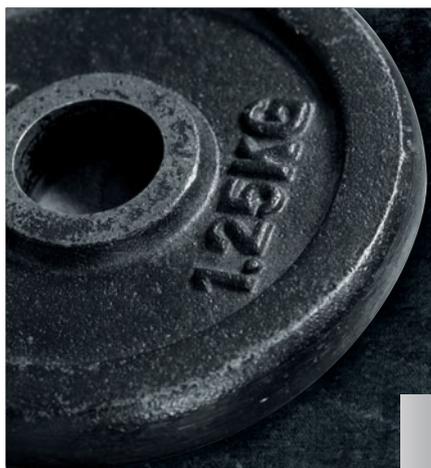
## DE QUELLE MATIÈRE PLASTIQUE EST CONSTITUÉ UN EMBALLAGE ?

**PE** : Polyéthylène, matière synthétique recyclable dérivée du pétrole ou du gaz naturel.

**PET** : Polyéthylène téréphtalate, se recycle, ne perd pas ses caractéristiques fondamentales et peut donc être réutilisé à plusieurs reprises.

**PP** : Polypropylène, se recycle et peut subir plusieurs réutilisations avant d'être définitivement incinéré.

**rPET** : matériel fabriqué à 100 % avec du PET recyclé et peut lui-même se recycler.



DANONE

# HiPRO

## L'ALLIÉ DES SPORTIFS

15 g de protéines riches en goût, 0 % de matières grasses



Fabriqué dans notre laiterie de Ferrières-en-Bray



**DANONE**  
ONE PLANET. ONE HEALTH