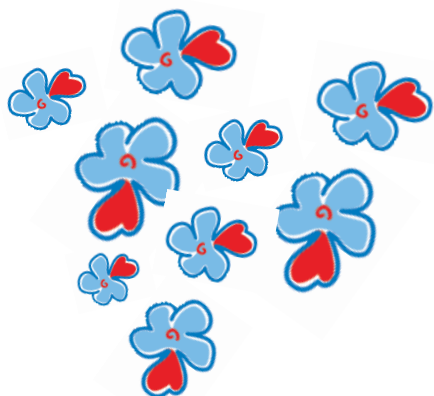


Agrilait

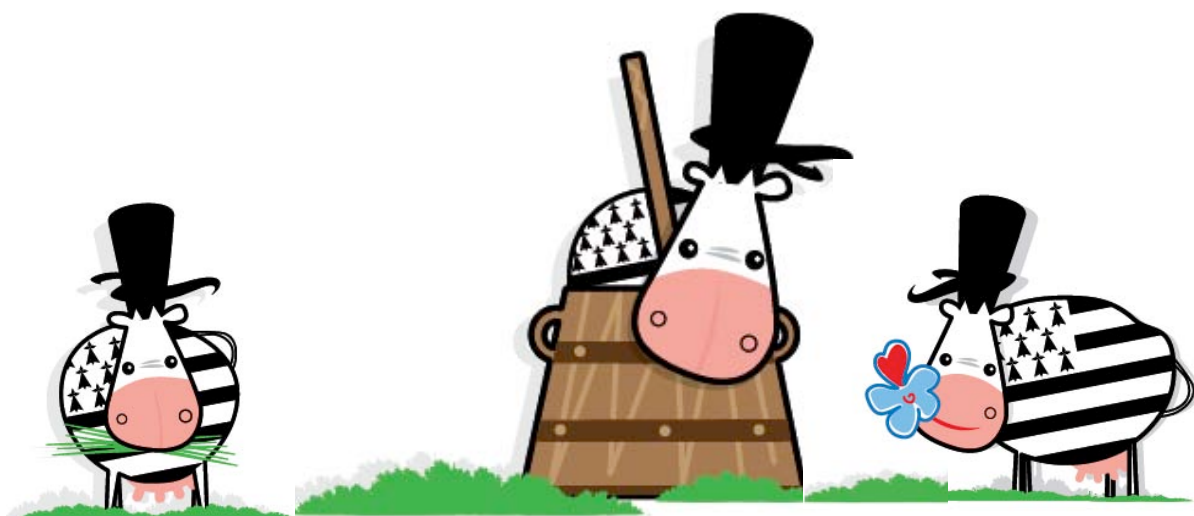


AGRILAIT

Cesson-Sévigné

DOSSIER DE PRESSE

2012



Marie Fillâtre
Port. : 06 42 02 24 13 - Tél. : 02 99 65 05 47
m.fillatre@releasepresse.com

Gaëlle Maire
Port. : 06 48 94 46 75 - Tél. : 02 99 65 05 47
g.maire@releasepresse.com

SOMMAIRE

Communiqué de presse. Page 3

Agrilait, la « crème » des produits laitiers
en Bretagne. Page 5

2012 : une nouvelle identité
pour la marque Agrilait. Page 9

Nutrition, santé et environnement :
face aux enjeux, Agrilait
prend les devants pour la santé
de ses consommateurs. Page 12

Des gammes de produits en accord
avec les enjeux sociétaux. Page 16

Les étapes du pis de la vache aux linéaires :
Le souci de la qualité face à la réglementation. Page 20

Agrilait change d'identité ! Le petit breton prend sa retraite et laisse place à la vache bretonne.

Un changement qui part d'une volonté commune des
collaborateurs Agrilait de faire évoluer leur marque et prendre
une envergure régionale.

Une nouvelle identité en 2012 pour de nouveaux projets.

En 2012, c'est un beau défi que se lancent Agrilait et ses collaborateurs. En effet, **la fameuse marque bretonne revoit entièrement sa ligne graphique et renouvelle son image.** La raison de ce changement ? L'envie d'évoluer et avec cette nouvelle identité, de partir à la conquête de nouveaux territoires, notamment Nantes et les Pays-de-la-Loire. Le challenge est donc double pour la marque : **séduire une nouvelle clientèle sans toutefois perturber ses consommateurs habituels.** Pour réussir cette nouvelle étape, les collaborateurs Agrilait ont fait appel aux équipes créatives de l'agence Carré Noir à Nantes et à l'institut d'études rennais TMO. De tables rondes en sondages d'opinion auprès des consommateurs actuels et futurs, une ligne graphique s'est progressivement dégagée pour un résultat à la hauteur des attentes.

Sympathie, pureté et simplicité ...

... seront donc les maîtres mots pour cette nouvelle identité **aux lignes volontairement épurées, laissant la part belle à la vache bretonne - symbole du lien entre les producteurs et les consommateurs – ou encore aux signifiants « Produit en Bretagne » et « Bleu-Blanc-Cœur »** qui attestent d'une qualité nutritionnelle supérieure. Ce nouveau packaging permettra également d'instaurer une cohérence de gamme pour une reconnaissance immédiate dans les linéaires. La preuve par l'image ...

Agrilait

Un logo qui gagne lui
aussi en simplicité...



Une cohérence de gamme
dans les produits



**Zoom sur le nouveau logo et sur les nouveaux packaging de la marque Agrilait :
les produits « Bleu-Blanc-Cœur », naturellement riches en Oméga 3.**

Agrilait

Agrilait, une marque au cœur de son territoire.

Aujourd'hui devenue une marque référence dans les produits laitiers en Bretagne, Agrilait et la coopérative Coralys affirment depuis toujours leur attachement au territoire. Créée en 1982 sur le site de Cesson Sévigné, la marque Agrilait s'est développée au fur et à mesure des années en suivant une ligne conductrice : la proximité.

- ⇒ Proximité avec les adhérents-producteurs dont le lait est collecté sur un rayon de 40km maximum autour de la laiterie ;
- ⇒ Proximité avec les consommateurs qui bénéficient d'un lait conditionné de A à Z sur place et distribué dans les linéaires de la région, avec un transport limité, dans le respect de l'environnement ;
- ⇒ Proximité avec la ville, permettant de créer un lien « citoyen » entre la laiterie et les riverains.

Les collaborateurs et les adhérents – producteurs partagent cette vision et sont ainsi engagés dans une politique de dynamisme économique local.

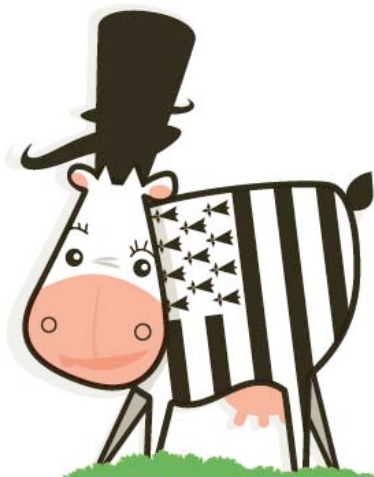
Quelques chiffres clés :

- ⇒ 580 personnes en CDI,
- ⇒ 700 adhérents producteurs répartis sur 4 départements : 35, 22, 56, 44,
- ⇒ 7 millions de litres de lait Agrilait par an pour la filière Bleu-Blanc-Cœur.
- ⇒ 10 hectares de superficie sur le site de la coopérative dont 11 000 m² consacrés à l'activité de transformation.

Pour le lait entier, Bleu-blanc-Cœur, ou écrémé ...



Pour le lait entier



Pour le lait écrémé



Pour le lait Bleu-Blanc-Coeur

... la vache Agrilait se module pour mieux accompagner tous les types de lait.

Agrilait, la « crème » des produits laitiers en Bretagne.

Un peu d'histoire...

Agrilait, c'est une marque de proximité, profondément ancrée dans son territoire : la Bretagne. Agrilait, c'est une histoire d'hommes, passionnés par leur métier, qui décident de se regrouper afin de conditionner un lait de qualité, pour le plus grand plaisir du consommateur.

Les anciens - ceux qui ont fait et connu la coopérative à ses débuts - le disent : il est difficile de mettre une date de création sur Agrilait. Ce n'est pas une marque qui a été décidée, un jour, au hasard. C'est plus que ça.

En 1949, 11 éleveurs laitiers du département de l'Ille-et-Vilaine décident de se regrouper sur le site d'une biscuiterie basée à Cesson-Sévigné. Ce regroupement voit naître « la coopérative laitière de Rennes et des environs ». Une coopérative somme toute artisanale et traditionnelle mais qui se perfectionne au fil du temps : les éleveurs apportent le lait dans des bidons, le conditionnent à la laiterie en bouteilles de verre, puis de plastique, et enfin en berlingots TETRA. La coopérative distribue alors ses produits via l'entité Agrilait, connue sous le nom commercial « Distralis Ouest ». D'abord distribuée dans les épiceries locales, puis dans les restaurants et dans les cantines, ces produits laitiers prennent de l'ampleur et franchissent le cap de la grande distribution.

Dans le même temps, c'est toute la coopérative qui continue de s'affirmer et de grandir : en 1965, une nouvelle étape est franchie avec un nouveau rassemblement de plusieurs coopératives : « la coopérative laitière de Rennes et des environs » devient la C.A.R (Coopérative Agricole de Rennes). En 1982, à la demande de sa clientèle, la marque Agrilait est créée et s'affiche sur tous les produits de la CAR. Quelques temps après débute la fabrication de beurre et de crème fraîche. Une offre au consommateur qui non seulement se diversifie, mais qui se modernise, avec l'automatisation de la production de lait UHT et le lancement du conditionnement en briques.

Agrilait se forge ainsi une réputation solide et devient une des marques références dans les produits laitiers en Bretagne.

En 1990, une ultime fusion entre la C.A.R et la Coopérative Laitière d'Ille-et-Vilaine de Saint-Méen-le-Grand (COLIV), donne à la coopérative l'envergure qu'on lui connaît aujourd'hui : Coralis est née. En 2009, suite à la fermeture de l'usine laitière de Derval (Groupe C.L.E.), la coopérative Coralis reprend en plus la collecte de ses producteurs.

Aujourd'hui, Agrilait c'est une marque à part entière qui a su se diversifier tout en conservant sa qualité et sa proximité, du producteur jusqu'au consommateur.

Une laiterie dans la ville.

« Il était une fois, une laiterie qui s'installait dans un petit coin de campagne où flânaient les oiseaux, où paissaient les vaches, gambadant à plein sabot ». Ce début de comptine, ce pourrait être celui de la marque Agrilait...

Et pour cause ! Lorsque la laiterie a posé ses valises à Cesson-Sévigné en 1949, la grande ville était encore loin, laissant place aux pâturages et aux belles vues sur la nature. Depuis, les choses ont changé. En effet, c'était sans compter sur le potentiel de développement de la ville de Rennes, voisine de la commune de Cesson-Sévigné. De petites routes en grandes avenues, de maisonnettes en immeubles, la métropole est peu à peu venue caresser les abords de Cesson-Sévigné pour en faire une commune de son agglomération. Et c'est ainsi que la laiterie s'est intégrée au paysage urbain, tout en prenant garde à conserver le potentiel « nature » de son site et les valeurs qui sont siennes : **qualité et tradition**. Située à quelques **3500 mètres à vol d'oiseau de la Mairie de Rennes**, la laiterie a su tirer avantage de ce positionnement à la fois rural et urbain, en jouant sur la proximité géographique avec les producteurs mais aussi avec les consommateurs pour créer un véritable lien **ville-campagne**. Ce fort atout, Agrilait le valorise au quotidien dans ses relations avec les éleveurs et les consommateurs, depuis la collecte jusqu'à la mise en rayon chez les distributeurs, en passant par le conditionnement, avec un leitmotiv : « Agrilait, le lait des producteurs de ma région ». Si désormais les produits Agrilait trouvent leur place dans les rayons des GMS bretonnes et au-delà, la marque a su rester locale, tant dans son périmètre de collecte des matières premières que dans son fonctionnement : **avec un lait collecté dans un rayon de 40 km maximum autour de la laiterie**, Agrilait assure à ses consommateurs une double garantie : **celle d'un lait toujours frais, collecté grâce à une tournée de proximité, dans le souci permanent d'économiser la nature.**

Des chiffres clés à retenir :

- ⇒ 580 personnes travaillent en CDI,
- ⇒ 700 adhérents producteurs répartis sur 4 départements : 35,22, 56 et 44,
- ⇒ 7 millions de litres de lait Agrilait par an pour la filière Bleu-Blanc-Cœur,
- ⇒ 10 hectares de superficie sur le site de la coopérative dont 11 000 m² consacrés à l'activité de transformation.

Valoriser la production laitière locale dans un contexte concurrentiel international.

L'Allemagne est le premier producteur de lait en Europe en termes de volume. Depuis quelques années, ce lait a fait son apparition dans les rayons de la distribution française. Législation qui diffère d'un pays à l'autre, diversité et complexité des produits ou encore différence dans la taille des exploitations agricoles, autant de facteurs qui contribuent à renforcer la compétitivité du lait allemand par rapport au lait français. Cette problématique, la coopérative Agrilait la connaît et milite pour la contrer au quotidien, notamment grâce à sa stratégie de proximité à tous les niveaux.

Tout l'enjeu de cette stratégie pour Agrilait est de donner aux consommateurs l'opportunité de consommer des biens alimentaires produits et transformés dans la région. Ce gage de qualité et de fraîcheur illustre des valeurs fortes profondément ancrées dans la « tradition Agrilait ». Ces valeurs, la marque les partage depuis son origine avec l'association « Produit en Bretagne ». Les

produits Agrilait sont ainsi estampillés du fameux logo jaune, assurant d'une part au consommateur une qualité et une production 100% bretonne et prouvant d'autre part l'engagement de la coopérative à promouvoir la production locale, dans une dynamique de relocalisation. Un véritable signe de reconnaissance de la filière agroalimentaire qui garantit une production dans le respect de bonnes pratiques. Chaque signataire de la charte s'engage à suivre **les règles de production pour assurer la qualité** et donner des signes de reconnaissance aux consommateurs.



La reconnaissance du pays breton !

« Produit en Bretagne » est née de l'initiative de 4 entrepreneurs bretons qui ont imaginé un signe de reconnaissance des produits fabriqués en Bretagne à l'attention des consommateurs. Ces consommateurs étaient également et avant tout des habitants de la région Bretagne, dont le souci était de trouver un emploi ou de préserver. Cette problématique était particulièrement vraie en 1993 et a servi de ciment lors de la mise en place de la démarche. C'est ainsi qu'a été lancé en le logo « Produit en Bretagne » aujourd'hui largement connu dans les étalages bretons. www.produitenbretagne.com



Pour valoriser la production locale, Willy PATSOURIS, Directeur Général estime qu'il est essentiel d'entamer une démarche explicative envers le grand public :

« Notre coopérative contrôle tous les maillons de la chaîne de production, depuis l'alimentation du bétail jusqu'à la commercialisation du produit fini. Cet atout fort et rare nous permet d'orienter la qualité de tous nos produits et d'affirmer notre engagement. Chez Agrilait, pour valoriser notre métier, nous avons décidé de capitaliser sur nos différences. Cette stratégie, elle se base sur les principaux atouts de la coopérative et de la marque Agrilait : proximité géographique et relationnelle avec les adhérents et les clients. En effet, notre lait est collecté sur un rayon de 40 km maximum autour de Cesson-Sévigné, permettant d'avoir un produit toujours frais - rapidement acheminé vers la laiterie - et donc de réaliser un bilan carbone performant.



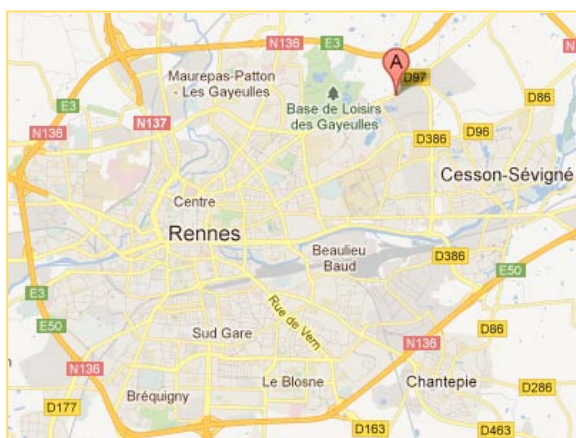
Willy Patsouris.

« Agrilait, c'est plus qu'une marque, c'est la racine de notre coopérative autour de laquelle nous souhaitons bâtir le projet d'entreprise ».

La laiterie - idéalement située aux portes de Rennes - se trouve sur un axe routier important qui dessert, à la fois la ville mais aussi les campagnes alentours. Il y'a donc ici une réelle opportunité à saisir pour construire un lien fort entre la ville et la campagne, dont le point d'orgue serait la configuration géographique de la laiterie, avec un but : créer des partenariats avec les acteurs économiques et sociaux du territoire, dans une démarche pédagogique.

Agrilait, c'est donc plus qu'une marque, c'est la racine de notre coopérative autour de laquelle nous souhaitons bâtir le projet d'entreprise, qui laisse ainsi une grande place à la relation ville-campagne et au développement durable ».

Géolocalisation de la coopérative Agrilait






2012 : une nouvelle identité pour la marque Agrilait.

Cette année l'identité de la marque Agrilait évolue ... au revoir le petit breton, place à la vache bretonne qui trône désormais fièrement sur les emballages laitiers des produits Agrilait.

Du renouveau pour mieux évoluer.

Après plusieurs décennies de bons et loyaux services, le petit breton disparaît des emballages des produits Agrilait pour laisser la part belle à la vache bretonne, symbole impérissable du bon lait de Bretagne. La raison de cette évolution ? L'envie de conquérir d'autres territoires, notamment sur les Pays-de-la-Loire et la ville de Nantes et de faire grandir la marque locale « Agrilait » pour en faire une marque régionale. Et qui dit nouvelles ambitions, dit nouvelle image ! Pour créer du lien avec les consommateurs du Grand Ouest sans dérouter les consommateurs habituels, il fallait imaginer un concept auquel chacun pouvait s'identifier. Esthétisme, packaging, positionnement, Agrilait affirme ses ambitions et se fixe de nouveaux objectifs :

-  véhiculer un positionnement régional pour Agrilait,
-  instaurer une reconnaissance immédiate de la marque dans les rayons en travaillant l'esthétisme mais aussi la cohérence de gamme,
-  mettre en avant la différence entre les produits de la marque Agrilait et ses concurrents grâce à la valorisation des qualités nutritionnelles et environnementales (logos « Produit en Bretagne », appartenance à la filière Bleu-Blanc-Cœur).

L'équipe créative a ainsi travaillé sur l'image de marque en rafraîchissant le logo, en renforçant les signifiants bretons et en simplifiant l'esthétisme des emballages, tout en conservant les codes couleurs traditionnels, afin de garantir une reconnaissance immédiate des produits Agrilait dans les linéaires.

Une identité née d'un travail participatif.

Aujourd'hui, qui en Ile-et-Vilaine ne connaît pas le fameux petit breton de la marque Agrilait ? Fort de cette belle notoriété, difficile de prédire la réaction des consommateurs face au changement. Une telle évolution ne pouvait donc se faire par le simple fruit du hasard. Pour réussir ce formidable tournant, Agrilait a fait le choix d'associer l'ensemble des parties prenantes à ses réflexions stratégiques : salariés et décideurs, consommateurs et futurs consommateurs ont été invités à prendre part aux brainstormings afin de dégager des grandes tendances.

Les premières réflexions ont été initiées au début de l'année 2011, avec l'expertise des agences Carré Noir à Nantes et l'institut d'études rennais TMO.

De tables rondes en études de consommation, d'études de consommation en tests sur différents panels, les actions réalisées sur les villes de Rennes et Nantes ont permis de mettre à l'épreuve les packaging anciens et actuels, et de mesurer les opportunités et les futures intentions d'achat, et ainsi conforter la nouvelle direction choisie par les collaborateurs de la coopérative.

Le résultat ? Sympathie, pureté et simplicité ...

Pour cette nouvelle identité et en accord avec les tests de notoriété, Agrilait a choisi de capitaliser sur son image traditionnelle et « bretonnante » avec :

- 🌸 Un regain de **dynamisme** apporté à l'identité,
- 🌸 Un **coup de jeune** sur le logo,
- 🌸 De la **cohérence** pour un fil conducteur à toutes les gammes,
- 🌸 Des **couleurs percutantes** facilement assimilables aux codes de la Bretagne pour une identification rapide,
- 🌸 Une image **ludique et « sympathique »** qui séduira petits et grands.

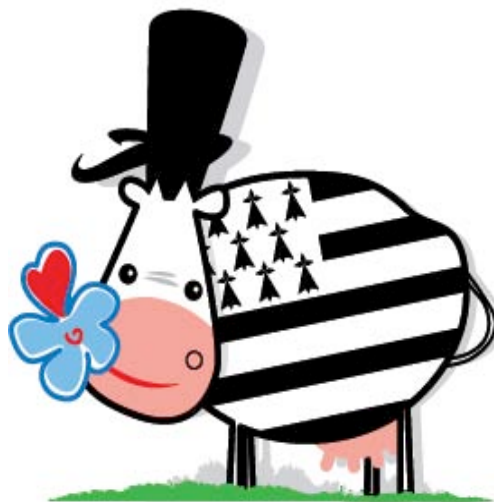


Une ligne épurée qui gagne en simplicité pour un meilleur effet dans les linéaires !

En images ...

Agrilait vous présente Breizhou, la vache bretonne !

*Un nom qui n'est pas dû au hasard,
puisque ce sont les collaborateurs
Agrilait eux-mêmes qui ont baptisé
leur nouvelle égérie.*



*Sollicités par le biais d'un jeu concours, les
collaborateurs ayant répondu à l'appel ont
participé à des matinées « petit-déjeuner »
et ont imaginé les surnoms les plus
originaux !*

Agrilait

Nouveau logo

Agrilait

Ancien logo

Nutrition et environnement : face aux enjeux sociétaux, Agrilait prend les devants pour la santé de ses consommateurs.

Pourquoi et comment mieux se nourrir demain ?

Dans les pays développés, et notamment en France, le constat sur l'alimentation et ses répercussions est préoccupant. Grignotage ou « malbouffe », au-delà de la quantité de nourriture absorbée et des changements de modes de vies qui poussent les occidentaux à se sédentariser, c'est surtout la qualité des produits alimentaires qui s'est dégradée ces dernières décennies.

Huile de palme, sucres artificiels... la liste des composants décriés et présents dans la plupart des produits alimentaires que nous consommons quotidiennement continue de s'allonger. En France, une enquête réalisée par *ObEpi Roche* (Institut Roche de Recherche & Médecine Translationnelle) en 2009, estime que 32 % des Français seraient en surpoids, et que 14,5 % répondent aux critères d'obésité.

Les Oméga 3 ? On en entend souvent parler, mais qu'est-ce que c'est finalement ?

Les Oméga 3 sont des acides gras essentiels que l'organisme ne sait pas fabriquer ; il est donc indispensable de les apporter dans l'alimentation. Leurs bénéfices sont reconnus depuis de nombreuses années par les spécialistes : ils empêchent notamment ce que l'on appelle « le mauvais cholestérol » de se fixer sur les artères, et peuvent ainsi contribuer à diminuer les risques liés aux infarctus, aux accidents cardiovasculaires... Ils sont aussi connus pour leur influence sur la qualité de vie des personnes et aident à combattre la fatigue, le stress et influent sur le moral des consommateurs.

Une agriculture « à vocation santé » : la filière Bleu-Blanc-Cœur (BBC).



Afin de réduire, l'impact négatif des mauvaises graisses et des acides gras saturés sur la santé de ses consommateurs, Agrilait collabore avec l'association Bleu-Blanc-Cœur. Celle-ci milite pour une agriculture à « vocation santé », en réintroduisant à la base des chaînes alimentaires des sources végétales d'Oméga 3, comme l'herbe, la luzerne ou la graine de lin. **Ainsi nourris, les animaux deviennent des vecteurs naturels d'Oméga 3**, permettant de produire des aliments au profil nutritionnel plus sain et mieux équilibré.





Pour inscrire son engagement dans la durabilité, **Bleu-Blanc-Cœur a signé en 2008 une charte de progrès nutritionnel avec le PNNS** (Programme National Nutrition Santé) et s'est fixée des niveaux d'engagements qui doivent permettre d'apporter des garanties en matière d'amélioration de la qualité des aliments. Bleu-Blanc-Cœur s'engage également à développer l'information nutritionnelle vers le consommateur, via des documents portant le logo PNNS, et en s'appuyant sur son réseau d'entreprises.

Zoom sur le PNNS

Depuis les années 2000, les problèmes de nutrition sont un thème de société récurrent, plaçant le programme nutritionnel public national au rang des priorités. Et pour cause, on sait désormais que l'alimentation joue un rôle déterminant dans l'apparition de maladies devenues « courantes » comme les cancers ou encore le diabète. Lancé en 2001, le Programme National Nutrition Santé a pour objectif général l'amélioration de l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs : la nutrition. A ce jour, plusieurs objectifs ont déjà été atteints comme la réduction de la prévalence du surpoids et de l'obésité chez l'enfant, la réduction de la consommation de sel ou de sucre ou encore l'augmentation de la consommation de fruits chez les adultes.



Pour contribuer à la bonne santé des consommateurs, les **adhérents Agrilait sont engagés** dans la démarche Bleu-Blanc-Cœur : ils respectent un cahier des charges très précis et contrôlé tout au long de l'année par des auditeurs externes. L'objectif de la filière « lin » chez Agrilait est de **retrouver les qualités de l'herbe de printemps tout au long de l'année**. Les fourrages traditionnels sont donc complétés par l'ajout de graines de lin dans l'alimentation des animaux pour **parvenir à un meilleur équilibre des acides gras**. Au-delà des qualités nutritionnelles, les produits Agrilait issus de la filière lin présentent des caractéristiques organoleptiques¹ intéressantes : le beurre de baratte Agrilait est par exemple beaucoup plus tendre et tartinable qu'un beurre conventionnel.

C'est toute la filière, de la vache à la brique, qui est impliquée pour parvenir à ce résultat



¹ Ce dit de substances capables de toucher les sens (odorat, toucher...)

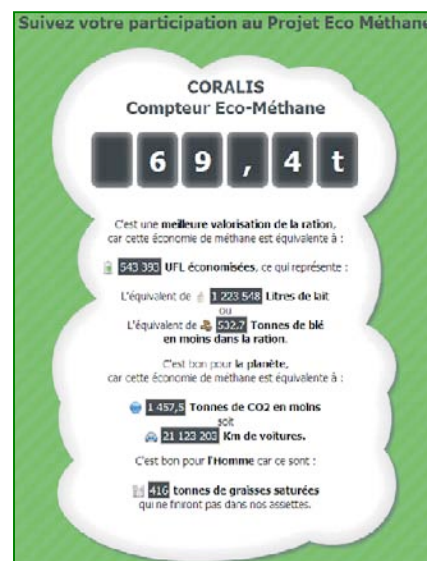
Une démarche environnementale à tous les étages chez Agrilait.

Dans son approche de la relation ville-campagne, la coopérative Agrilait sait également faire preuve de bon sens. Pas question pour elle de faire figure de « mauvais voisin » et d'incommoder les habitants et les travailleurs de cette zone. **Agrilait se soucie de son environnement social et écologique et annonce la mise en place d'une politique de développement durable à tous les niveaux, en accord avec les mesures prises par le Grenelle de l'environnement.**



Pour ce faire, Agrilait a décidé d'impliquer chaque acteur sur l'ensemble de sa filière production afin de **réduire sa consommation d'énergie et ses déchets. En 2011 grâce aux efforts de chacun, ce sont déjà 66 tonnes de carbone qui ont été économisées, soit un équivalent d'environ 20 millions de kilomètres parcourus.** Pour renforcer ces mesures et dans le souci de réduire davantage son empreinte carbone, la coopérative a mis en place une procédure et des indicateurs qui permettront de récolter des données.

Aujourd'hui, une dizaine de collaborateurs travaillent quotidiennement à la mise en place de cette démarche, afin que chacun puisse trouver des repères dans l'amélioration de son empreinte carbone.



Afin de mesurer les économies réalisées par les producteurs de la filière - grâce à l'alimentation BBC - un compteur mis en ligne sur une plateforme interne permet un suivi en temps réel.

Depuis 10 ans déjà, la coopérative est impliquée dans une démarche environnementale et a su mettre en place quelques bonnes pratiques telles que :

- ⇒ *l'installation d'une chaudière à gaz qui ne rejette pas de fumées,*
- ⇒ *la mise en place d'une station d'épuration qui permet de potabiliser une partie de l'eau utilisée lors de la transformation du lait,*
- ⇒ *l'optimisation des tournées de collecte de lait afin de réduire le nombre de kilomètres parcourus et le volume de carburant consommé,*
- ⇒ *la sensibilisation des chauffeurs à l'éco-conduite.*

Les efforts réalisés dans le domaine de l'eau ont permis à la coopérative de diviser par deux sa consommation : aujourd'hui, 1,12L d'eau est nécessaire à la production d'un litre de lait quand il en fallait 2 il y a près de 10 ans.

En avril 2008, CORALIS a reçu le trophée développement durable catégorie « entreprises », remis par la Région Bretagne et l'ADEME.

Agrilait

L'innovation au service de l'environnement : Agrilait en collaboration avec Tetra Pak.

Chez Agrilait, on ne laisse rien au hasard. Des valeurs nutritionnelles et gustatives en passant par l'emballage et le packaging, chaque étape de la production est étudiée pour offrir au consommateur un lait de qualité, dans un emballage qui respecte l'environnement. Pour cela, **Agrilait travaille en étroite collaboration avec TETRA PAK et utilise des briques de lait composées à 73 % de carton issu du bois des forêts labellisées FSC (Forest Stewardship Council)²**, qui sont continuellement renouvelées pour un moindre recours au pétrole.

Lancée en 1951 en Suède, l'entreprise Tetra Pak répond à cette époque à une loi qui vient d'être votée en France et selon laquelle toute commune comptant 20 000 habitants et plus doit proposer un lait conditionné. La bouteille de verre qui était alors reine sur le marché se voit bientôt remplacée par la brique Tetra Pak. C'est ainsi que la société suédoise prend ses quartiers français en 1956, inscrivant la brique Tetra Pak dans l'histoire de l'agroalimentaire français. Aujourd'hui, Tetra Pak est plus que jamais engagée à assurer la sécurité alimentaire dans un esprit de leadership industriel responsable, et collabore quotidiennement avec ses fournisseurs et clients afin d'offrir des solutions de consommation propres.



Pour cela, et dans le respect de l'environnement, Agrilait et Tetra Pak utilisent un carton 100% recyclable. Le carton présente une empreinte écologique réduite en termes d'utilisation de ressources naturelles, d'énergies fossiles et d'émissions de gaz à effet de serre.

Tetra Pak et Agrilait travaillent ensemble pour améliorer la commodité de la brique de lait ...

Finis le lait qui fait « gloups gloups » et qui éclabousse lorsque l'on se sert : **Agrilait est la première marque à lancer la brique Edge en partenariat avec Tetra Pak en mars 2011.** Avec un emballage carton étudié pour réduire l'empreinte carbone, la brique Edge est « intelligente » et combine de nombreuses qualités : praticité, avec une prise en main facile ; un encombrement du réfrigérateur moindre ; un versement fluide grâce à son large bouchon ; et une inclinaison qui évite les éclaboussures. Une innovation signée Agrilait, qui avec ce lancement, a souhaité proposer aux consommateurs un emballage à la fois pratique et respectueux de l'environnement, afin de valoriser le lait du terroir breton.



La brique Edge

² Ces forêts ont reçu un label qui signifie que leur gestion satisfait des normes rigoureuses au niveau environnemental, social et économique.

Des gammes de produit en accord avec les enjeux sociétaux.

La valorisation des produits du terroir.

Agrilait propose une gamme complète de produits laitiers (lait, beurre et crème fraîche), à partir de laits bretons collectés dans des fermes situées à moins dans un rayon de 40 km à la laiterie de Cesson-Sévigné et conditionnés sur place.

Il existe 3 types de laits :

- ⇒ Le lait entier qui contient 3,6% de matière grasse,
- ⇒ Le lait demi-écrémé avec 1,5% de matière grasse,
- ⇒ Le lait écrémé à 0%.



Les beurres

Beurre moulu de Bretagne, beurre baratté traditionnellement, beurre gastronomique, beurre parfumé au sel de Guérande, ..., Agrilait propose une large gamme de produits, pour satisfaire les goûts des consommateurs.

Pour obtenir 1 Kg de beurre, il faut 20 litres de lait !

Les produits de la filière Bleu-Blanc-Cœur



Le lait

Le lait Agrilait Bleu-Blanc-Coeur bénéficie d'une qualité nutritionnelle améliorée grâce à une alimentation des vaches riche en herbe, luzerne et lin. La matière grasse produite par les vaches possède alors davantage d'acides gras polyinsaturés, autrement appelés Oméga 3. Cette particularité, Agrilait la met au profit des consommateurs en proposant un lait « source naturelle d'Oméga 3 », et un beurre naturellement tartinable.

Mais finalement ce lait, comment passe-t-il du pis de la vache aux rayons des grandes surfaces ? Et comment devient-il beurre ou crème ? Zoom sur le parcours du lait, depuis le tank du producteur jusqu'à la chaîne de production.



Une collecte de lait avec Patrick Gauvin, chauffeur laitier depuis 24 ans pour Agrilait.

Il est bien loin le temps où les fermiers des alentours déposaient à la CAR leurs bidons remplis de leur bon lait frais. Aujourd'hui, le lait est toujours bon et frais, mais il est collecté directement chez les adhérents de la coopérative, et ce, tous les deux jours.

A ce titre, Patrick Gauvin, chauffeur laitier depuis 24 ans pour Coralis, prépare son camion dès 7h15 chaque matin pour un départ immédiat à 7h30. Une fois le planning de la matinée récupéré auprès du bureau baptisé « la bascule » (c'est d'ici que sera contrôlé le poids de la citerne à son retour), c'est parti pour **4 à 5 heures de tournée**.

Concrètement, c'est très simple. L'exploitant qui traite ses vaches deux fois par jour, remplit de manière automatique un tank réfrigéré pouvant contenir entre 3000 et 5000 litres de lait. Ce tank situé généralement à proximité de la stabulation est vidé entièrement tous les deux jours par un des **16 chauffeurs laitiers Agrilait**. C'est ainsi que vont s'enchaîner **une douzaine de fermes par tournée, soit 100 à 150 km à parcourir à travers la campagne rennaise**, selon un parcours calculé et optimisé. Au total, le lait mettra 72h, depuis la collecte jusqu'à son conditionnement en brique :





Visite de l'usine avec Jean-Pierre Rousseau, Directeur exploitation usine lait.

« Une fois livré à la Coopérative, c'est tout un parcours qui attend le lait pour arriver à son conditionnement final ».



A son arrivée, le lait est transféré dans des cuves. Après avoir subi une série de tests bactériologiques, il passe par la première étape : un traitement thermique qui permet la pasteurisation du lait. Alors chauffé à une température de 80°C pendant 15 secondes, le lait est transféré de nouveau dans d'autres cuves.

A cet instant, le lait est pasteurisé et débarrassé de ses bactéries. Il est alors refroidi et passe dans une machine appelée « l'écrémeuse », qui sépare les matières grasses afin d'obtenir des laits écrémés, demi-écrémés ou entiers.



L'écrémeuse

A partir de là, le lait peut prendre deux directions :

-  Soit, la matière grasse extraite est envoyée vers des cuves pour être transformée en crème ou beurre ;
-  Soit le lait subit un nouveau « choc thermique » à 140° pendant 3 secondes, pour en faire un lait UHT. Avant d'être conditionné en brique sur les différentes lignes de production dédiées, il est refroidi à température ambiante (20°C).



Les lignes Agrilait

Et pour la crème et le beurre, comment ça se passe ?

La crème est un produit issu du lait pasteurisé. Stockée dans les cuves, la matière grasse qui a été récupérée lors de l'écémage sert à produire la crème. On y ajoute des ferments lactiques : **c'est la maturation**, une étape indispensable. Conditionnée en pots, la crème est stockée dans des salles réfrigérées et s'épaissit.

Quant au beurre, chez Agrilait, il en existe deux grands types :



Le beurre de baratte – ancestral – fabriqué de manière discontinue est produit avec de la crème. La crème subit alors ce qu'on appelle le « **barattage** », une méthode qui consiste à séparer par un mouvement mécanique les particules de matière grasse contenues dans la crème. Celles-ci s'agglomèrent entre elles pour former des grains de beurre qui sont extraits de la baratte, lavés et malaxés. Les beurres de baratte Agrilait révèlent toutes les saveurs d'une crème lentement maturée et sont parfumés au sel de Guérande.



Le beurre moulu est élaboré avec des crèmes fraîches de moins de 48h, ce qui garantit la fraîcheur de la matière première. Il estensemencé de ferments lactiques sélectionnés, puis malaxé pour libérer toute la finesse de son grain.

Mais pourquoi du beurre salé en Bretagne ?

Depuis toujours les écrits de Madame De Sévigné en témoignent : le beurre breton bénéficie d'une grande renommée. Il existe plusieurs raisons à cela...

En tant que territoire maritime qui produit son propre sel, la Bretagne faisait autrefois partie des régions exemptées de la gabelle (l'impôt sur le sel).

Le beurre ainsi produit et vendu vers les marchés parisiens, subissait l'étape du salage pour faciliter sa conservation et son export. Depuis, le salage du sel est devenu une tradition culinaire bretonne à part entière, qui a donné et continue de donner sa particularité et sa saveur unique aux plats typiques bretons.



Les étapes du pis de la vache aux linéaires : le souci de la qualité face à la réglementation.

Une question de sécurité alimentaire.

Derrière la simple brique de lait, nombreuses sont les étapes pour parvenir à un produit qui saura ravir les papilles des consommateurs. Au-delà des aspects gustatifs perceptibles, **tout est question de sécurité alimentaire pour Jean-Pierre ROUSSEAU**, Directeur exploitation usine lait pour la coopérative Coralys.

« Nous ne sommes plus soumis à une réglementation mais à un devoir de résultat précis. A nous de tout mettre en œuvre pour réaliser un produit sûr et d'en apporter la preuve lors des contrôles sur des échantillons test. A l'heure actuelle, on peut estimer qu'environ une brique de lait sur 300 est contrôlée. Pour satisfaire ces exigences sur le résultat, nous utilisons la méthode HACCP ».

Mais pour Jean Pierre ROUSSEAU, la sécurité alimentaire, c'est aussi et surtout une question de bon sens et de bonnes pratiques hygiéniques. Pour cela, la coopérative a mis en place des protocoles stricts pour assurer l'hygiène. Dans les espaces de production, l'air est filtré pour empêcher le passage de bactéries. Les cuves sont lavées à chaque opération.

« Agrilait, la qualité, encore la qualité, toujours la qualité »

Dans la recherche de cette qualité Agrilait, prône « l'autocontrôle » à tous les niveaux.

Ainsi le lait est testé chez l'agriculteur avant même d'être collecté. A son arrivée sur le site de production et avant le dépotage, le lait subit une série de tests appelés « tests libérateurs ».

Ces tests permettent de déterminer si le lait est apte à être réceptionné. Pour cela, on vérifie que le lait se situe bien à une température comprise entre 6 et 10°C, qu'il ne contient pas d'éléments qui pourraient remettre en cause sa transformation. Afin de garder une trace de ces tests et dans le souci de la traçabilité, les données sont enregistrées automatiquement.

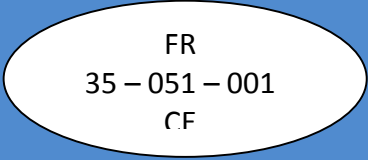
Pour garantir la sécurité alimentaire du consommateur, le lait subit un premier traitement thermique qui permet de le pasteuriser : le lait est chauffé par circuit d'eau chaude à une température de 80°C pendant 15 secondes. Le second traitement thermique permet un chauffage à 140°C pendant 3 secondes pour obtenir du lait UHT.

Aujourd'hui, **les certifications permettent de reconnaître les produits sûrs.** Le site de fabrication des produits Agrilait est certifiés avec la norme ISO 14001, relative à l'environnement et la norme IFS (International Food Standard) qui assure aux distributeurs et grossistes la sécurité et la conformité réglementaire des produits qu'ils mettent sur le marché.

Infos pratiques !

Comme toute denrée alimentaire d'origine animale, les produits issus du site de Cesson-Sévigné portent l'agrément qui permet d'en identifier la provenance, représenté sous la forme d'une estampille ovale. Celle-ci se trouve sur le haut de l'emballage et permet sa commercialisation. Pour les pays de l'Union Européenne, cette marque contient la lettre du pays où a été produite la denrée, le n° du département de production, le code INSEE de la commune de production et le n° de l'usine de production agro-alimentaire de cette commune. Par exemple, pour les produits réalisés sur le site de la coopérative Agrilait le code FR 35.051.001 se décompose comme suit :

FR : France
35 : Ille-et-Vilaine
051 : Cesson-Sévigné
001 : coopérative Coralys



FR
35 – 051 – 001
CF

L'industrie laitière face aux évolutions réglementaires.

Avec la banalisation des métiers du lait et bientôt la fin des quotas laitiers en place depuis près de 30 ans, c'est toute la filière qui va devoir s'adapter au bouleversement.

« Les quotas ont pour but de limiter la production de lait en Europe. Pour cela, on fixe chaque année un seuil limite en litres de lait à produire. Ces quotas sont redistribués entre les pays membres de l'UE puis recalculés au sein des pays pour chaque éleveur. Instaurés en 1984 pour trouver un équilibre entre l'offre et la demande, les quotas seront définitivement enterrés d'ici 2015. Les producteurs qui jusqu'ici reçoivent une compensation financière pour le lait qu'ils acceptent de ne pas produire, ne recevront alors plus d'aides. Pourtant, ce sont bien souvent ces aides qui permettent aux éleveurs de se dégager un salaire. Un important travail de préparation nous attend donc en amont pour réussir cette transition » explique Joël Adam, Directeur Lait Amont chez Agrilait.



Joël Adam

Pour réussir ce nouveau virage réglementaire, Agrilait a pris les devants et a instauré un dialogue avec ses adhérents. Un audit réalisé parmi les producteurs permet déjà d'établir une prévision de la hausse : 30 % des adhérents envisagent d'augmenter leur production.



Serge HANNIER, producteur-adhérent pour Agrilait à Melesse évoque sa passion du métier.

Serge Hannier adhère depuis ses débuts à la coopérative. Pour lui aussi, la qualité, cela passe avant tout par un panel de bonnes pratiques dans un métier très souvent soumis aux évolutions réglementaires. Ce sont ses convictions – qu’il partage avec Agrilait, notamment sur les valeurs de proximité – qui l’animent au quotidien.

Agrilait : Comment êtes-vous devenu agriculteur ?

Serge Hannier : j’ai repris la ferme de mes parents (qui l’avaient eux-mêmes repris de leurs parents) il y a maintenant 17 ans, lorsqu’ils sont partis à la retraite. Reprendre l’activité familiale sonnait comme une évidence : il y a un véritable attachement sentimental à cette ferme dans laquelle nous travaillons depuis 1968 mais aussi à la terre locale. **Les racines familiales fortement ancrées, l’amour de la terre, mais aussi celui pour notre région et surtout l’idée de travailler en local pour « les locaux », sont des choses qui nous motivent vraiment au quotidien.** L’image de l’agriculteur est souvent « négative » mais c’est un métier qui exige de la technologie et de la technique.

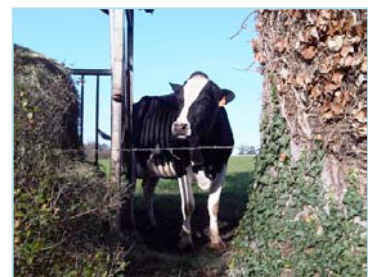
A : Quelles sont les caractéristiques de votre ferme et votre cheptel ?

S.H : Nous avons un peu plus de 58 ha dont 1/3 consacrés à la culture agricole, 50 vaches laitières de la race Prim holshtein et 50 génisses. Nous produisons ainsi 10 500 kg soit 1,5t de lait par vache et par an ! Le lait est collecté tous les deux jours et part directement chez Agrilait. **La qualité du lait est contrôlée par le laitier dès la collecte.** Il prélève des échantillons à la source et établit des analyses précises afin de garantir un lait de qualité au consommateur.



A : Pourquoi avoir choisi d’adhérer à la marque Agrilait ?

S.H : Pour les mêmes raisons qui m’ont poussées à m’installer et devenir agriculteur : l’ancrage territorial et l’envie de donner aux habitants bretons l’assurance d’un lait produit sur place. C’est également une tradition familiale puisque mes parents travaillaient déjà pour cette coopérative. **Nous partageons des valeurs similaires sur les notions de proximité et sur la nécessité de produire local.** Il y a donc un passé commun entre la ferme et Agrilait. Et forcément, les passés communs, cela crée des liens ...



A : Comment voyez-vous l’avenir de votre métier ?

S.H : C’est une bonne question ! Avec la concurrence internationale, l’ouverture des marchés, les évolutions de la législation, il est difficile de dire quel sera l’avenir. Il y a clairement une envie de retour aux sources et de « consommer responsable » donc local. Ce phénomène n’est pas nouveau et avec la succession des crises économiques et financières, cela n’est pas prêt de ralentir. C’est pour cela **qu’il est important de conserver une dynamique économique régionale,** et Agrilait y participe.



Agrilait

2 rue de Fougères
35 510 CESSON-SEVIGNÉ

Contacts presse :

Marie Fillâtre

Tél : 02 99 65 05 47 – Port : 06 42 02 24 13

m.fillatre@releasepresse.com

Gaëlle Maire

Tél : 02 99 65 05 47 – Port : 06 48 94 46 75

g.maire@releasepresse.com



Agrilait