



Communiqué de presse

Paris, le 18 novembre 2019

Pour la 2^e année consécutive, Bel, Intermarché et Netto, et les 800 exploitations de lait de l'APBO* annoncent leurs engagements en faveur d'une filière laitière rémunératrice et affichent de nouvelles ambitions durables

**Association des Producteurs de Lait Bel Ouest*

- Pour la première fois dans la filière laitière, Bel et l'APBO d'une part, puis Bel et Intermarché-Netto d'autre part, ont finalisé leurs accords dès mi-novembre et garantissent pour l'année 2020 à l'ensemble des éleveurs APBO un prix rémunérateur,
- Intermarché et Netto font le choix de soutenir à nouveau le modèle vertueux et transparent Bel-APBO, et vont plus loin en accompagnant Bel et les éleveurs APBO qui font le choix de la conversion au bio,
- Bel, APBO et Intermarché-Netto instaurent de nouveaux modes de collaboration et de négociation, dans l'esprit des États Généraux de l'Alimentation (EGA).

Un an après avoir ouvert la voie ensemble, Intermarché-Netto renouvellent leur soutien au modèle unique et co-construit Bel-APBO, démontrant une nouvelle fois qu'un nouveau mode de relation et de travail est possible.

Un modèle solide et pérenne, pour une juste répartition de la valeur

L'ensemble des éleveurs de l'APBO s'engage pour des pratiques durables telles que l'accès aux pâturages et l'alimentation sans OGM des animaux (<0,9%) et bénéficie d'une rémunération garantie annuellement, fondée sur un prix négocié et rémunérateur. Le 5 novembre dernier, Bel et l'APBO ont renouvelé leurs engagements pour la 3^e année consécutive, au travers d'un accord qui prévoit la garantie pour 2020 d'un prix annuel minimum par Bel de 371 euros / 1000L (base 38/32 et primes incluses), auquel s'ajoutera la valorisation de la qualité réelle du lait en matières grasses et protéiques.

En 2019, le prix effectivement payé par Bel aux producteurs de l'APBO s'est élevé à 395 euros / 1000L (estimation Bel septembre 2018-août 2019). Il se positionne 11% au-dessus du prix moyen du lait conventionnel français (moyenne nationale France Agrimer septembre 2018-août 2019 – hors AOP/IGP/Bio). L'ensemble de ces prix s'entendent toutes primes comprises, toutes qualités confondues à matière grasse et protéique réelles.

Les producteurs de l'APBO pratiquent désormais à 95% l'accès aux pâturages et 100% l'alimentation des animaux sans OGM (< 0,9%).

Intermarché et Netto renouvellent leur soutien pour la 2^e année consécutive, et accompagnent Bel et les éleveurs APBO faisant le choix de la conversion au bio.

En instaurant un cadre financier propice à la pérennité d'une filière agricole durable, Intermarché et Netto ont pour la 2^e année consécutive, fait le choix de soutenir le modèle vertueux Bel-APBO, et de s'inscrire ainsi dans la démarche voulue par les EGA. À travers une hausse des prix d'achat pour 2020, Intermarché assure son total soutien à cette démarche de partage de la valeur créée au profit des éleveurs laitiers de l'APBO.

Pour aller plus loin en 2020, Intermarché et Bel organisent une opération exclusive en magasin du 31 mars au 12 avril, et s'engagent à reverser sur cette période 100% des ventes des produits¹ « Fromage de Margot » aux éleveurs APBO ayant fait le choix de la conversion Bio. Cette annonce vient s'ajouter à la démarche déjà initiée par Bel depuis le lancement de la marque, visant à reverser 5cts aux producteurs de l'APBO engagés en Bio sur chaque produit « Fromage de Margot » vendu.

Des négociations bouclées dès mi-novembre

« Je suis très fier qu'Intermarché ait fait le choix de nous soutenir pour la seconde année consécutive, renforçant encore davantage la pérennité de notre approche. Pour la 1ère fois dans la filière laitière, nous finalisons des négociations mi-novembre pour renouveler notre accord sur un prix rémunérateur, garanti à l'année, qui apporte de la visibilité aux producteurs et permet de développer des pratiques durables et responsables. Je suis convaincu qu'un nouveau mode de collaboration industriel-distributeur est possible. Ce n'est qu'en se mobilisant, avec tous les acteurs de notre écosystème, que nous réinventerons un modèle agro-alimentaire positif » déclare Antoine Fievet, Président-Directeur Général du Groupe Bel.

Un prix transparent et rémunérateur

« Il est essentiel qu'une enseigne telle qu'Intermarché continue de soutenir la démarche vertueuse initiée par le Groupe Bel et les producteurs de l'APBO avec un prix du lait transparent et rémunérateur. Nous concrétisons ensemble une nouvelle relation entre industriel, distributeur et agriculteurs en transformant nos pratiques de négociations dans la ligne des EGA » ajoute Thierry Cotillard, Président d'Intermarché et Netto.

Un modèle agricole plus durable

« Depuis maintenant 3 ans, nous avançons main dans la main avec le Groupe Bel. Notre modèle, inédit dans la filière laitière, repose sur le respect d'engagements mutuels. Après le développement de l'accès aux pâturages et de l'alimentation sans OGM (<0,9%), cet accord nous permet de poursuivre notre démarche avec de nouveaux axes de travail, sur le soin aux animaux et la réduction de l'empreinte carbone des exploitations. Nous tendons ainsi vers un modèle agricole rémunérateur et toujours plus durable » conclut Gilles Pousse, Président de l'APBO.

À propos de l'APBO

L'association des Producteurs Bel de l'Ouest (APBO) est une Organisation de Producteurs reconnue par les pouvoirs publics depuis 2012. Elle représente aujourd'hui plus de 800 producteurs, soit la totalité des producteurs de lait en contrat avec l'entreprise Bel. La zone de collecte concernée s'étend sur six départements : l'Orne, l'Eure-et-Loir, le Loir-et-Cher, le Maine-et-Loire, la Sarthe et la Mayenne.

Dès 2012, l'APBO a conclu un contrat cadre avec le Groupe Bel. L'APBO est propriétaire et garante du cahier des charges de la démarche de différenciation.

Courriel : contact@apbo.fr

À propos de Bel

Le Groupe Bel est un des leaders mondiaux du secteur des fromages de marque et un acteur majeur sur le segment du snacking sain. Son portefeuille de produits différenciés et d'envergure internationale tels que La vache qui rit®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® ou Boursin®, ainsi qu'une vingtaine d'autres marques locales, lui ont permis de réaliser en 2017 un chiffre d'affaires de 3,3 milliards d'euros. L'acquisition du groupe MOM vient compléter un portefeuille de marques fortes avec l'intégration notamment des marques Pom'Potes et GoGo squeeZ.

12 700 collaborateurs répartis dans une trentaine de filiales dans le monde contribuent aux succès du Groupe. Ses produits sont élaborés dans 32 sites de production et distribués dans près de 130 pays.

Plus d'informations sur www.groupe-bel.com

Contacts presse : Groupe Bel – Agence BCW – Cécile Pochard / Alice Dalla Costa

cecile.pochard@bcw-global.com - alice.dalla-costa@bcw-global.com

01 56 03 12 95 - 01 56 03 12 26

À propos d'Intermarché et Netto

Avec plus de 1 800 points de vente Intermarché en France (déclinés en 4 formats : super, contact, express, hyper), l'enseigne au modèle unique de "Producteurs & Commerçants" est le 2^e distributeur indépendant en France. Intermarché et Netto (295 points de vente en France) sont des enseignes du Groupement Les Mousquetaires. Le "mieux produire" et le "mieux manger" sont deux "combats" dans lesquels Intermarché s'engage : "Mieux produire", c'est soutenir une production française et responsable ; "Mieux manger", c'est aider les Français à manger un peu mieux tous les jours.

Le Groupement Les Mousquetaires est l'un des acteurs majeurs de la grande distribution. Créé en 1969, fondé sur l'initiative privée, le Groupement rassemble aujourd'hui plus de 3 000 chefs d'entreprise indépendants et 150 000 collaboratrices et collaborateurs.

Plus d'informations sur [@mousquetairesfr](http://www.mousquetaires.com)

Contact presse Intermarché et Netto :

Source RP : Michelle Kamar 01 53 53 36 84 - 06 09 24 42 42 michelle@source-rp.com