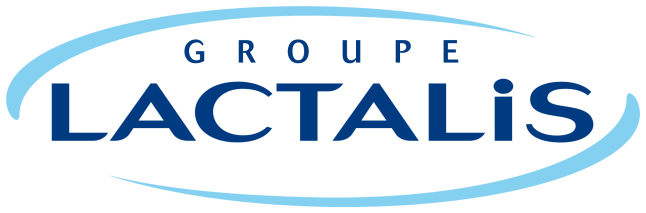
|  |
| --- |
| **THEME 1 : L’INTEGRATION DE L’ENTREPRISE DANS SON ENVIRONNEMENT :** |
| **CHAPITRE 1 – Comment s’établissent les relations l’entreprise et son environnement économique ?** |

**PRESENTATION DE L’ENTREPRISE :**

**Lactalis** est une multinationale [française](https://fr.wikipedia.org/wiki/France) de l'[industrie agroalimentaire](https://fr.wikipedia.org/wiki/Industrie_agroalimentaire), présente principalement dans le secteur des produits laitiers. Le groupe est le 1ᵉʳ acteur mondial des produits laitiers, le 3ᵉ acteur mondial des produits laitiers bios, ainsi que le 18ᵉ groupe agroalimentaire mondial et le 1ᵉʳ en France. Il est également le 1ᵉʳ [groupe](https://fr.wikipedia.org/wiki/Groupe_d%27entreprises) sur le marché des fromages dans le monde.

**Histoire :**

Le 19 octobre 1933, [André Besnier](https://fr.wikipedia.org/wiki/Andr%C3%A9_Besnier) se lance dans la collecte de lait auprès de fermiers réticents car « ils fabriquaient eux-mêmes leur beurre ». Il commence la fabrication de ses premiers fromages, au 52 de la rue d'Avesnières, à [Laval](https://fr.wikipedia.org/wiki/Laval_(Mayenne)) avec un salarié. C’est alors que nait la première marque de l'entreprise «Le Petit Lavallois ».

À partir des années 1940, la croissance de l’entreprise et le nombre toujours plus important d’agriculteurs collectés permet à la laiterie Besnier de franchir la barre des 10 000 litres de lait collectés et transformés par 25 salariés en 1948.

L'entreprise se diversifie pour la première fois dans les années 1950 en se lançant dans la commercialisation de beurre, de crème et de lait de consommation, suivi quelques années plus tard par la commercialisation des premières bouteilles en verre d’un litre de lait, la création de nouveaux produits et de nouvelles marques telles que « Président » etc.

Dès les années 1980, l’entreprise s’ouvre à l’international avec en premier une implantation aux Etats-Unis, puis en Italie, en Espagne, tout en diversifiant constamment ses offres via le rachat d’autres entreprises, la création de marques etc.

En 1999, la gestion de nombreuses filiales telles que « Président », « Galbani », « Lactel », « Bridel », « Société » et autres, donne lieu à la création du groupe Lactalis.

Aujourd’hui fort de son expérience et de ses produits, Lactalis est le leader mondial des produits laitiers et intervient sur l’ensemble des catégories de ce marché avec l’emploie d’environ 85 000 salariés, dans 51 pays, répartis dans 266 sites industriels à travers le monde. Sa commercialisation est présente dans les grands groupes agroalimentaires (Leclerc, Carrefour, Auchant etc.) touchant ainsi un grand nombre de consommateurs.

Toutefois, ces dernières années, Lactalis doit faire face à une certaine méfiance suite à plusieurs condamnations par la justice, notamment pour pollution des milieux aquatique et fraude sur le lait, sans parler des critiques récurrentes liées au manque de transparence, au montant de la rémunération des producteurs etc.

Pour rétablir son image et pour maintenir sa position de leader, Lactalis ne cesse d’effectuer des recherches pour plus d’innovation. Celles-ci sont très coûteuses mais sont rendues possibles grâce à des emprunts auprès de banques et la vente d’actions sur les marchés financiers.

*Source :* [*https://www.lactalis.fr/le-groupe/histoire/*](https://www.lactalis.fr/le-groupe/histoire/)

# QuelLEs sont Les relations entre l’entreprise et les autres agents économiques ?

**A l’aide de la présentation de l’entreprise, des documents et des ressources notionnelles, répondez aux questions suivantes.**

1. Recenser les agents économiques avec lesquels l’entreprise Lactalis est en relation. *(ressources 1, mise en situation et document 2)*
2. Sous la forme d’un tableau synthétique, indiquez les fonctions principales et les ressources de chacun des agents économiques identifiés. *(ressources 1 et 2)*
3. Identifier les échanges que l’entreprise Lactalis noue avec les agents économiques cités précédemment et qualifier ces échanges *(document 1 et 2, ressource 3).*
4. Schématiser ces échanges entre le groupe Lactalis et ses divers partenaires. *(Réponse à la question 3 et ressource 3)*
5. Caractériser les relations nouées par le groupe Lactalis avec les autres entreprises. *(Réponse à la question 3 et ressource 4)*
6. En quoi les intérêts du consommateur sont-ils assurés par les relations de concurrence ? *(document ressource 1,2 et 4 )*

**Ressources notionnelles**

**RESSOURCE 1 - Les agents économiques, secteurs institutionnels de la Comptabilité Nationale :**

**Définition**: Un Agent économique est une personne physique ou morale, ou une catégorie agrégée de personnes, à l’origine de décisions économiques telles que l’investissement, la production, la consommation, l’accumulation de capital, l’emprunt, etc. Au sens strict de la Comptabilité nationale, **on dénombre cinq secteurs institutionnels résidents** :

1) **Les ménages** : individus ou un groupe d’individus qui vivent habituellement dans un même logement, qu’il y ait ou non, un lien de parenté entre eux.

2) **Les Sociétés Financières (SF)** : regroupe les sociétés qui assurent le financement de l’économie et accordent des crédits aux agents ayant des besoins de financement. Elles fournissent des services d’intermédiation financière.

3) **Les Sociétés Non Financières** **(SNF)** : regroupe les producteurs marchands dont la fonction principale consiste à produire des biens et des services non financiers afin d’en retirer un profit.

4) **Les Administrations Publiques (APU)** : unités institutionnelles productrices de services non marchands destinés à la consommation individuelle et collective et dont les ressources proviennent de contributions obligatoires versées par des unités appartenant à d’autres secteurs (État, collectivités territoriales, établissements publics, etc.). Les APU comprennent également les unités qui effectuent des opérations de redistribution de revenu et de richesse nationale.

5) **Les Institutions Sans But Lucratif au Service des Ménages (ISBLSM**) : unités dotées de la personnalité juridique qui fournissent des B&S non marchands aux ménages (associations de consommateurs, groupements professionnels, syndicats, clubs sportifs, associations de bienfaisance, etc.).

**Le Reste Du Monde** **(RDM)** : regroupe toutes les unités non-résidentes qui échangent avec les secteurs institutionnels résidents.

*Source : l’auteure*

**RESSOURCE 2 - La multiplicité des échanges entre les agents économiques**

**Les ménages** perçoivent des revenus d’activité en échange de leur participation au processus productif, que ce soit pour le travail ou le capital apportés. Ils participent aux prélèvements obligatoires (impôts, taxes et cotisations sociales), afin de faire fonctionner les administrations publiques et/ou de fournir des moyens à la redistribution. Ils peuvent recevoir des revenus de transfert (ou revenus sociaux : sécurité sociale, prestations familiales, pensions de retraite, aides sociales, etc.). Les ménages peuvent, à partir de leur revenu disponible, arbitrer entre la consommation et l’épargne. La consommation fournit une demande aux entreprises. L’épargne va, quant à elle, être prêtée aux autres agents économiques, essentiellement des entreprises et des administrations publiques.

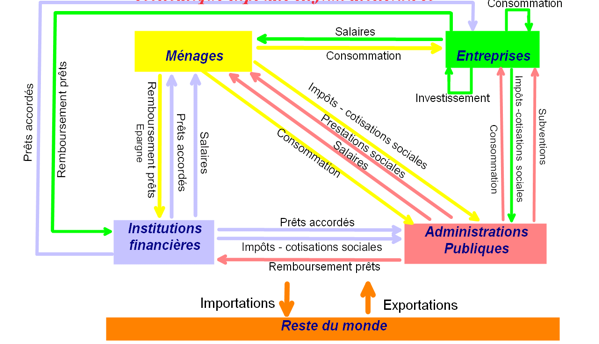
**Les Sociétés non financières** ont pour fonction principale de produire des biens ou services marchands, mais elles sont également des investisseuses. Faisant appel au travail de leurs salariés pour produire, elles leurs versent, en échange, des salaires. Comme elles bénéficient des services des administrations publiques, elles versent des prélèvements obligatoires pour les financer. Enfin, elles exportent des biens et services, mais en importent également.

**Les acteurs financiers** produisent des services financiers en mettant en relation les agents économiques qui ont besoin d’emprunter et les agents économiques qui souhaitent placer leur épargne. Pour simplifier, ce sont les ménages (agents à capacité de financement), qui sont des prêteurs en faveur des entreprises et des administrations publiques, qui sont des emprunteuses (agents à besoin de financement).

**Les administrations publiques** investissent et consomment (sous forme de consommations intermédiaires ou de consommation finale au bénéfice des ménages). Elles sont donc à l’origine de flux de dépenses qui bénéficient aux entreprises, à qui cette demande s’adresse.

**Les ISBLM** fournissent aux ménages des biens ou des services gratuitement ou à des prix qui ne sont pas économiquement significatifs. Leurs ressources principales proviennent des cotisations et contributions volontaires en espèces ou en nature effectués par les ménages, les Sociétés non financières et les Sociétés financières, ainsi que de versements provenant des APU (subventions).

**Le reste du monde** permet de visualiser les flux de biens et services (importations et exportations), mais également de capitaux.

*Adapté de :* [*http://www.melchior.fr/chapitre/1-les-fondements-de-leconomie*](http://www.melchior.fr/chapitre/1-les-fondements-de-leconomie)

**RESSOURCE 3 - Le circuit économique où la schématisation des échanges entre agents:**

**L’économie se caractérise par des flux économiques qui matérialisent les échanges entre les agents économiques.** Les échanges économiques reposent sur une relation réciproque entre au moins deux agents économiques. Chaque échange donne lieu à des flux de sens opposés ; contrepartie l’un de l’autre. On distingue les flux réels (le travail et la production) et les flux financiers (le salaire et la consommation). Chaque flux réel a sa contrepartie en flux financier. Il est donc important de connaître les différents agents économiques ainsi que la nature de leurs relations. Ces échanges s’effectuent sur un marché. L’ensemble des flux échangés sont à l’origine du circuit économique.

S*ource : Centre de Ressources en Économie - Académie de Versailles*

**RESSOURCE 4****: Pourquoi une entreprise doit-elle coopérer avec un concurrent ?**

Les approches classiques de la stratégie opposent la compétition à la coopération : les entreprises présentes dans une même industrie doivent choisir entre s’affronter ou coopérer.

Dans une approche nouvelle, **la stratégie de coopétition consiste à développer simultanément des relations de compétition et de coopération avec le même partenaire-adversaire**. […]La coopétition est définie comme une « relation […] qui émerge quand deux entreprises coopèrent dans quelques activités, et qui sont en même temps en compétition l’une avec l’autre sur d’autres activités ». […] Deux entreprises peuvent travailler en commun sur la R&D1 tout en se concurrençant très fortement sur les produits finaux. […]Plus les produits et services sont complexes, plus il est difficile pour les entreprises de posséder et de développer seules les ressources nécessaires à leur création. […] Pour avoir accès aux ressources qui leur sont nécessaires, les entreprises sont tentées de mettre en place des coopérations. [Mais] coopérer avec son rival augmente le risque d’imitation de ses ressources. […]Il faut donc simultanément protéger son cœur de compétence tout en essayant d’apprendre le savoir-faire de son concurrent pour l’enrichir. […] Plus une entreprise veut bénéficier d’une relation de coopétition, plus elle doit elle-même s’ouvrir le plus largement possible à son partenaire. Or, plus elle s’ouvre à son partenaire, plus elle s’expose à un pillage de ses ressources et compétences.

1 R&D : Recherche et Développement.

<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2010-5-page-155.htm>

**DOCUMENTS :**

**DOCUMENT 1 : Production laitière : Lactalis prévoit de rémunérer davantage les producteurs en 2021**

[Le géant Lactalis](https://www.20minutes.fr/dossier/lactalis), qui collecte un quart du lait français, s’estime en tout cas confiant sur la remontée des cours mondiaux en 2021 et prévoit ainsi de rémunérer davantage les producteurs. « Pour 2021, normalement, le prix [du lait](https://www.20minutes.fr/dossier/lait) en France devrait être en hausse significative, il sera tiré par les marchés internationaux » des matières premières que sont le beurre et la poudre de lait, revenus à des « niveaux d’avant [Covid](https://www.20minutes.fr/societe/covid-19/) », a indiqué Emmanuel Besnier, président du premier groupe laitier mondial, mardi lors d’une conférence de presse.

L’an dernier, « j’avais été assez pessimiste » sur le prix du lait au vu de la plongée de ces mêmes cours au début de la crise sanitaire, a-t-il souligné. Il avait estimé en juin 2020 que le prix payé aux éleveurs s’orientait vers « une baisse en moyenne » sur l’ensemble de l’année, s’attirant la colère des producteurs. « Révoltant !!! » [avait aussi réagi Guillaume Canet](https://www.voici.fr/news-people/actu-people/photo-guillaume-canet-revolte-son-enorme-coup-de-gueule-sur-instagram-682349) sur Instagram, dans un message approuvé des milliers de fois. […]

Le prix du lait dépend des cours mondiaux, mais aussi des négociations entre l’industriel et [la grande distribution](https://www.20minutes.fr/dossier/grande_distribution) sur le tarif des produits qui seront mis en rayon. Sur ce terrain, les discussions ont été « difficiles » et « ne permettront pas forcément de justifier » une revalorisation supplémentaire du prix du lait, a ajouté le président de Lactalis.

*Source : 20minutes.fr – 19/05/2021*

**DOCUMENT 2 : Lactalis dresse son propre bilan 2020**

**[...]Une bonne valorisation des PGC France**

Dans son communiqué, Lactalis donne un autre chiffre : **384 €/1000 l ; c'est la valorisation des PGC** (produits de grande consommation) en grande distribution en France, pour le lait conventionnel. Un chiffre à mettre en rapport avec les accords tarifaires conclus avec la grande distribution. Rappelons-nous de celui [annoncé par Lidl l'an dernier sur un prix du lait payé de 380 €](https://www.reussir.fr/lait/lidl-et-lactalis-conclut-un-accord-pour-revaloriser-le-prix-du-lait-365-eu). "Il y a eu d'autres accords du même type avec d'autres enseignes, pour lesquels il n'y a pas eu de communication publique", indique Michel Nalet.

Lactalis estime que son prix du lait conventionnel est mieux placé que "celui de grandes coopératives dont le mix produits est similaire".

**Pour 2021, négociations en cours pour des accords tarifaires avec la grande distribution : I**l n'y a encore pas eu d'annonces (en dehors de Bel et [Laiterie Saint Père, avec Intermarché](https://www.reussir.fr/lait/intermarche-agromouquetaires-les-eleveurs-sengagent-pour-un-prix-du-lait-350-euros)). Les négociations sont particulièrement tendues dans le contexte Covid-19, avec une distribution qui demande des baisses de tarif au motif d'une baisse de pouvoir d'achat des Français. "L'absence de Salon de l'agriculture ne motive pas à faire des annonces publiques d'engagement tarifaire avant la fin des négociations", souligne Michel Nalet. Le groupe ne souhaite pas communiquer d'autres prix, comme son prix total payé en lait conventionnel.Lactalis souligne que malgré les perturbations dans les échanges mondiaux, le groupe a exporté l'équivalent de 2,8 milliards de litres de lait, soit plus de la moitié de ses 5,2 milliards de litres collectés.

**Des contrats cadres signés qui concernent plus de 9500 producteurs de lait Lactalis** rappelle avoir signé un [accord cadre avec l'**Unell**, principale association d’organisations de producteurs (OP)](https://www.reussir.fr/lait/unelllactalis-accord-sur-la-formule-de-prix) représentant près de 4 300 exploitations laitières livrant plus de 2 milliards de litres de lait au Groupe. "Un [*accord-cadre a également été signé avec l’OP****France Milk Board (FMB)***](https://www.reussir.fr/lait/lactalis-et-francemilkboard-signent-un-accord-cadre)***et l’OPLB***. Au total, avec les producteurs indépendants, plus de 9 500 producteurs sont donc engagés (sur environ 14000 producteurs partenaires au total)." **Ces accords intègrent un indicateur coût de production** des producteurs de lait, en complément des indicateurs de mise en marché, dans la formule du prix.

**Les discussions se poursuivent** avec les autres OP. Par ailleurs, les OP signataires et Lactalis discutent actuellement de la réactualisation de l'indicateur coût de production, suite à [**l'augmentation de cet indicateur publié par le Cniel**.](https://www.reussir.fr/lait/formule-de-prix-du-lait-les-indicateurs-cout-de-production-reevalues)

Le groupe indique que, "conformément aux engagements pris au moment des accords Egalim en 2019, Lactalis a redistribué aux producteurs 100 % des augmentations tarifaires obtenues auprès de la grande distribution. ***Ce ruissellement a été certifié par un cabinet indépendant***".

L'année 2021 est pleine d'incertitudes et d'interrogations, sur les évolutions de consommation notamment, et les niveaux d'exportations. "L’année 2021 s’ouvre donc avec de nombreux défis que le Groupe Lactalis est déterminé à relever. La valorisation du lait s’appuiera notamment sur ***l’acceptation de hausses de prix par la grande distribution***", insiste Lactalis.

*Source :* [*https://www.reussir.fr/lait/prix-du-lait-lactalis-dresse-son-propre-bilan-2020*](https://www.reussir.fr/lait/prix-du-lait-lactalis-dresse-son-propre-bilan-2020) *- 02/02/2021*

# LE MARCHE : LIEU D’ECHANGE ENTRE LES AGENTS ECONOMIQUES :

1. Présenter et qualifier le marché sur lequel se trouve LACTALIS. *(ressource 5, mise en situation et document 3)*
2. Repérer les facteurs pouvant influencer les prix de vente des produits laitiers de LACTALIS. *(ressource 5, document 3)*
3. Repérer les asymétries d’informations en indiquant les effets que cela peut avoir sur le marché. *(ressources 7, mise en situation)*
4. Repérer les externalités que peuvent générer LACTALIS. *(ressource 7, document 5)*
5. Préciser dans quelle situation de concurrence se trouve le marché de l’entreprise LACTALIS. *(ressource 6, document 4)*

**RESSOURCES NOTIONNELLES :**

**RESSOURCE 5 – Organisation de l’échange entre les agents économiques sur le marché**

Le marché est le lieu de rencontre réel ou fictif entre l’offre et la demande. Il se caractérise par la manière dont s’opère cette rencontre entre l’offre et la demande, pour aboutir à une quantité échangée et à un prix. On distingue trois catégories de marché. Le marché des biens et services où se confrontent l’offre et la demande de produits, le marché du travail où s’échange la force de travail, le marché des capitaux. […] Le prix qui égalise offre et demande est appelé le prix d’équilibre. « *Toutes choses étant égales par ailleurs* », si l’offre augmente alors le prix diminue. Ce mécanisme se nomme la loi de l’offre et de la demande.

La concurrence pure et parfaite est une situation de marché qui se rencontre lorsque les cinq conditions suivantes sont réunies :

* **l’atomicité de l’offre et de la demande** : multitude d’offreurs et de demandeurs [pour] qu’aucun ne puisse influencer le marché ;
* **la fluidité du marché** : pas de restrictions à l’entrée du marché, ainsi la concurrence n’est pas figée ;
* **la transparence du marché** : tous les acteurs bénéficient d’une information parfaite sur l’offre (dont les prix) ;
* **l’homogénéité du produit** : produits échangés identiques donc la concurrence ne porte que sur le prix ;
* **la mobilité des facteurs de production** : les facteurs de productions peuvent se déplacer, de manière à ce que chaque entreprise puisse profiter des mêmes conditions de production.

La concurrence imparfaite constitue la règle dans la réalité, alors que la concurrence parfaite est l’exception. […] La loi de l’offre et de la demande illustre le mécanisme de formation des prix en concurrence pure et parfaite. L’offreur cherche à maximiser son profit et le demandeur souhaite maximiser son utilité. Ainsi, plus le prix est élevé plus les quantités offertes seront importantes, moins les quantités demandées apparaîtront élevées. Le mécanisme joue également en sens inverse : plus les quantités demandées sont élevées, plus le prix augmentera puisque les demandeurs surenchérissent pour s’accaparer l’offre disponible. En outre, plus les quantités offertes s’élèvent, plus le prix a de chance de diminuer, puisque les offreurs rivalisent pour attirer vers eux la demande. […] L’équilibre du marché survient lorsque les entreprises n’ont plus intérêt à baisser leurs prix.

1 Sensation de plaisir ou satisfaction procurée par la consommation d'un bien.

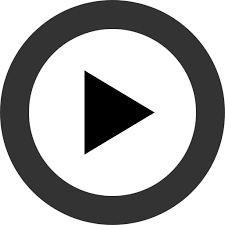
*Jean Longatte et Pascal Vanhove, Économie générale en 36 fiches, 6e édition, Dunod, 2012*

# RESSOURCE 6 : Les différentes formes de concurrence sur le marché des biens et services

En économie, la concurrence se définie comme l’existence sur un marché, d’une rivalité entre les vendeurs et/ou acheteurs d’un produit ou service identique ou substituable.

Par principe, on distingue la « Concurrence Pure et Parfaite » (CPP), situation idyllique car éloignée de toute réalité économique, de la concurrence imparfaite, qui constitue la règle. La concurrence joue un rôle majeur dans la stratégie des entreprises. Schématiquement, elle s’exerce soit sur les prix, soit par le produit. Voici les différentes formes de marché selon la concurrence :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Offre  Demande | Grand nombre d’offreurs | Petit nombre d’offreurs | Offreur unique |
| Grand nombre de demandeurs | Concurrence parfaite | Oligopole | Monopole |
| Petit nombre de demandeurs | Oligopsone | Oligopole bilatéral | Monopole contrarié |
| Demandeur unique | Monopsone | Monopsone contrarié | Monopole bilatéral |



**RESSOURCE 7: Les principales défaillances des marchés :**

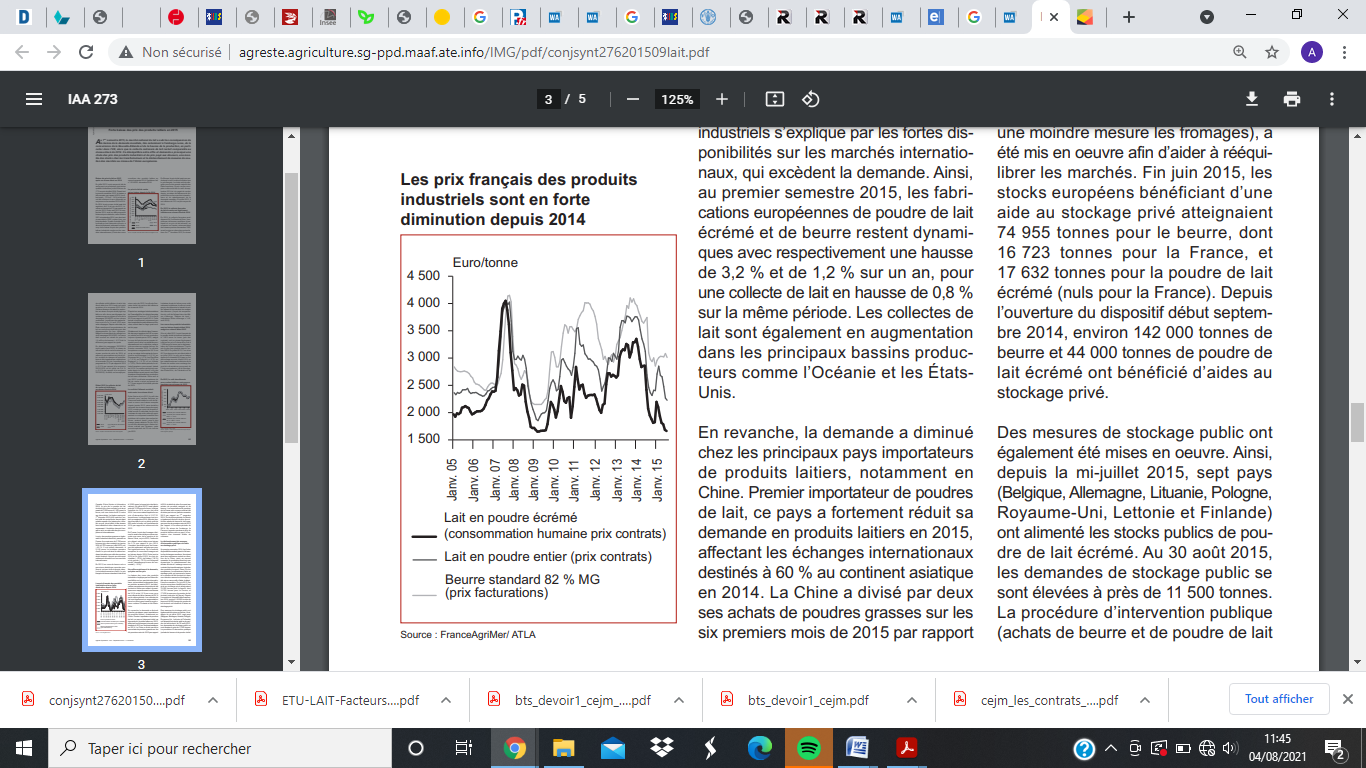
VIDEO : <https://www.youtube.com/watch?v=FskfsG_UIK8>

**DOCUMENTS :**

**DOCUMENT 3 : Forte baisse des prix des produits laitiers en 2015**

[…] En juillet 2015, le prix moyen du lait de vache payé au producteur (prix toutes qualités confondues) a été inférieur de 17 % au prix de juillet 2014. Durant tout le premier semestre 2015, la baisse a été marquée par rapport à 2014 (oscillant entre – 13 % et – 18 %) et les prix ont été inférieurs à ceux observés en moyenne sur les années 2010 à 2014. […]

**Une offre supérieure à la demande, qui pèse sur les prix**

En 2015, la collecte française de lait de vache est légèrement inférieure au niveau élevé de 2014 En 2014, la collecte française avait dépassé 24,5 milliards de litres, favorisée par de bonnes conditions climatiques et un prix du lait attractif, en moyenne sur l’année, retrouvant ainsi des niveaux proches des années 1980, avant la mise en place des quotas laitiers. Au 1er trimestre 2015, le niveau de collecte a été inférieur à celui très élevé atteint en 2014 mais est resté supérieur à la moyenne 2010-2014. Certains éleveurs ont ralenti la production en raison d’un prix du lait jugé trop faible ou afin de ne pas dépasser les quotas encore en vigueur à la fin de la campagne 2014/2015 ou leur volume contractuel. La politique des quotas laitiers a pris fin le 1er avril 2015 avec cette campagne. Depuis cette date, les États membres et les producteurs de lait ne sont plus pénalisés pour des dépassements de leur référence.

La baisse des cours des produits industriels s’explique par les fortes disponibilités sur les marchés internationaux, qui excèdent la demande. Ainsi, au premier semestre 2015, les fabrications européennes de poudre de lait écrémé et de beurre restent dynamiques avec respectivement une hausse de 3,2 % et de 1,2 % sur un an, pour une collecte de lait en hausse de 0,8 % sur la même période. Les collectes de lait sont également en augmentation dans les principaux bassins producteurs comme l’Océanie et les États-Unis. En revanche, la demande a diminué chez les principaux pays importateurs de produits laitiers, notamment en Chine. Premier importateur de poudres de lait, ce pays a fortement réduit sa demande en produits laitiers en 2015, affectant les échanges internationaux destinés à 60 % au continent asiatique en 2014. La Chine a divisé par deux ses achats de poudres grasses sur les six premiers mois de 2015 par rapport à 2014 et réduit de plus d’un quart ses achats de poudres maigres et de beurre. Les exportations de poudres de la France vers ce pays ont ainsi été divisées par trois au premier semestre 2015 par rapport au 1er semestre 2014. Sur la même période, la Russie a également diminué de plus de moitié ses achats de beurre et de fromages pour les six premiers mois de 2015 par rapport à la même période de 2014. En raison de l’embargo, la France n’exporte quasiment plus de produits laitiers vers ce pays, à l’exception des desserts lactés de conserve. Ce déséquilibre est alors à l’origine de la chute des cours qui se répercutent tant sur le prix payés aux producteurs de lait que sur le prix des produits laitiers industriels commercialisés. […]

**Le déclenchement de mesures d’intervention publique et d’aide au stockage privé.**

Au premier semestre 2014, les fortes disponibilités avaient permis d’alimenter les échanges mondiaux, favorisant ainsi leur croissance, surtout en direction de la Chine, mais, au second semestre, la production étant toujours dynamique, le ralentissement des achats chinois et l’embargo russe ont contraint les transformateurs à stocker des produits de report. Dans l’Union européenne, le mécanisme d’aide au stockage privé, qui concerne le beurre et la poudre de lait écrémé (et dans une moindre mesure les fromages), a été mis en oeuvre afin d’aider à rééquilibrer les marchés.

*Source : Agreste conjoncture – septembre 2015*

**DOCUMENT 4 : La concurrence sur le marché des produits laitiers :**

[…]**Les réglementations internationales**

Les réglementations internationales concernant les échanges agroalimentaires sont de plus en plus orientées vers la sûreté des aliments, que la plupart des experts présentent comme des barrières non-tarifaires. Cependant, les crises alimentaires de ces deux dernières décennies, suscitées dans la plupart des cas par des comportements opportunistes et productivistes des producteurs/distributeurs, ont créé une prise de conscience quant à la qualité sanitaire des aliments ainsi qu’une méfiance chez les consommateurs occidentaux et ont poussé les pouvoirs publics à adopter des mesures strictes concernant la qualité sanitaire des aliments mis sur le marché. Par ailleurs, les entreprises agro-industrielles et agro-tertiaires ont également instauré des normes internationales de contrôle de la qualité physique et sanitaire des produits agricoles et alimentaires qu’elles achètent. Les produits laitiers forment un groupe de produits alimentaires exposés à des risques sanitaires et sont par conséquent sujets à un contrôle très strict au niveau des exportations vers les marchés occidentaux et plus particulièrement le marché européen.[…]

**Le marché des produits laitiers : un marché de plus en plus concentré**

Le marché mondial des produits laitiers affiche une structure « d’oligopole à frange », selon l’expression du professeur Jean-Louis Rastoin (Montpellier SupAgro, président de la Chair Alimentation du Monde de l’UNESCO). Les dix principaux acteurs globaux détiennent près d’un quart du marché mondial, d’après les estimations d’Euromonitor ; il semblerait qu’ils soient de plus en plus défiés par les marques de distributeurs, d’une part, et d’autre part par une multitude d’entreprises disparates (grandes entreprises nationales, PME, micro-entreprises artisanales) qui se partagent le reste du marché dont ils acquièrent peu à peu des parts croissantes du marché mondial (Graphique 14). Ainsi, parallèlement aux produits globalisés et normalisés selon les standards internationaux, tels que les yoghourts, les desserts lactés industrialisés, les matières grasses à tartiner et les fromages de type cheddar, des produits typiques locaux continuent à exister, voire à se développer, conséquence des changements récents des habitudes et préférences des consommateurs et des modes de vie. […]

*Source : Lactimed, étude des débouchées – février 2015.*

**DOCUMENT 5 : Enjeux et controverses autour des produits laitiers**

Vanté pour ses apports nutritionnels ou décrié comme un poison, le lait animal est sujet à débat et l’industrie laitière de plus en plus controversée en France.  
Les polémiques se nourrissent d’arguments scientifiques tenus par des experts plus ou moins indépendants. D’un côté, le lait est célébré pour ses apports nutritionnels, reconnu comme la principale source de calcium, de vitamines A et B, d’oméga-3, d’oligoéléments ou encore de protéines. Dans le même temps, des voix s’élèvent pour démontrer les intolérances et allergies : indigestion du lactose et des protéines de lait, troubles dermatologiques, migraines, congestions nasales (Note 1) …  
Derrière ces controverses s’opposent des enjeux économiques considérables. L’industrie laitière en France en 2015 représente 200 000 emplois et 76 000 exploitations, pour un budget de 25,5 milliards d’euros. Les campagnes promotionnelles et le soutien des pouvoirs publics ont contribué à faire des produits laitiers un élément primordial de l’alimentation moderne au cours des quarante dernières années. A grand renfort de marketing et de distribution dans les cantines scolaires, ils se déclinent comme « nos amis pour la vie » ou « des sensations pures ». « Consommer trois produits laitiers par jour » devient le slogan béni par le Programme National Nutrition Santé et l'Académie nationale de médecine, repris en cœur par les industriels.  
Néanmoins, la fin des quotas laitiers en 2015, la baisse des subventions publiques et la chute des cours des matières premières laitières accentuent la restructuration du secteur. Les exploitations deviennent plus intensives avec la multiplication des fermes géantes et le renforcement des multinationales.

Certains dénoncent un système d’entente entre les grandes firmes qui vise à augmenter leur profit au détriment des éleveurs et des consommateurs. Par ailleurs, les impacts sanitaires et environnementaux de la filière sont décriés et estimés à 7 milliards d’euros par an à cause de la pollution générée par cette production.   
Si l’industrie laitière française bénéficie de la croissance de la consommation mondiale, tirée par les pays émergents, il ne fait aucun doute qu’elle doit s’adapter à l’évolution du marché national. La France reste 1ère consommatrice de beurre et de fromages au monde, et les ménages consacrent 14% de leurs dépenses alimentaires aux produits laitiers. Très attachés à la préservation de la ruralité, de l’héritage gastronomique et des AOC, ils sont de plus en plus réceptifs à de nouvelles sirènes : bio, laits végétaux, circuits courts, emballages recyclables, bien-être animal… Un vrai challenge pour l’industrie laitière.

*Source : EGE – 5 juillet 2017*

# LE ROLE SPECIFIQUE DES BANQUES ET DES MARCHES FINACIERS :

1. Repérer dans la mise en situation les modes de financement employés par Lactalis, puis présentez-les à l’aide de recherche.

**CONCLUSION : Montrer qu’il existe une interdépendance entre les agents économiques.**