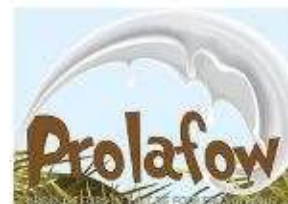


Producteurs de lait de foin en Wallonie Prolafow
Association Sans But Lucratif
Siège social: c/o Rue Saint-Martin, 18 à 6960 Malempré



Procès-verbal de l'assemblée générale 2025

tenue le 26/08/2025 à 13h30 au siège de la SoCoPro,
Avenue Comte de Smet de Nayer, 14, boîte 3 à 5000 Namur

Participants

1. Ancion Nicolas, Collège des Producteurs
2. André Nicolas, producteur laitier certifié (par visioconférence)
3. Bauraind Catherine, Collège des Producteurs
4. Boisdenghien Yves, Pôle fromager du CREPA-CARAH (Ath)
5. Cheval Jean-Marc, SPW, Direction de la Qualité et du Bien-être animal.
6. Jandrain Anne, APAQ-W, promotion des fromages
7. Knoden David, Fourrages Mieux
8. Gennen Jerome, Agra-Ost asbl
9. Laudelout Pascal, producteur laitier certifié et transformateur
10. Lemonnier Quentin, Association de lait de foin (France) (par visioconférence)
11. Maquet Pierre, SPW, Direction de la Qualité et du Bien-être animal.
12. Moulin Dominique, producteur laitier certifié, (par visioconférence)
13. Sépult Vincent, producteur laitier certifié
14. Vanguestaine Marc, producteur de lait de chèvre certifié.

Excusés :

1. Berhin Michel, Ceinture alimentaire namuroise ASBL
2. Decruyenaere Virginie, CRA-W, Départements des productions agricoles, Unité des productions animales
3. Delaite Benoît
4. Lefébure Emilie, Agrilabel
5. Lentz Rainer, producteur laitier certifié
6. Salémi Grégory, APAQ-W, promotion des AOP, IGP et STG

Vincent Sépult ouvre la séance à 13h45.

Ordre du jour de l'assemblée générale

Vincent Sépult préside la séance et rappelle l'ordre du jour de l'assemblée :

1. Comptes / bilan 2024
2. Proposition du budget 2025 et points sur les cotisations
3. Vers une marque collective « Au lait de foin » ? Témoignage de Quentin Lemonnier
4. Possibilité de promotion avec le soutien de l'APAQ-W
5. Approche du coût de revient et label Prix Juste Producteurs
6. Démarches et coût de la marque collective
7. Actions fin 2025 – 2026
8. Principaux résultats de l'enquête en ligne
9. Divers

1) Approbation des comptes de l'année 2024

La comptabilité simplifiée établie pour 2024 est présentée par C. Bauraind. Ces comptes (en annexe) sont approuvés sans remarque.

2) Proposition du budget 2025 et points sur les cotisations.

La proposition du budget pour 2025 est présentée par V. Sépult. Pour pouvoir le concrétiser, il est nécessaire de réfléchir au montant des cotisations. La proposition présentée permettrait d'avoir un bilan légèrement positif en fin de 2025 en remboursant également la dette de l'ASBL.

BUDGET PREVISIONNEL - 2025

Recettes			Dépenses		
Solde 31/12/2024		1.178,15	Remboursement prêt V. Sepult		2.347,18
Cotisations		2.550,00	Dépenses de fonctionnement		1.330,00
<i>Membres certifiés</i>	<i>1050</i>		<i>Easy host (site Internet)</i>	<i>30</i>	
<i>Usagers</i>	<i>1000</i>		<i>Comptabilité</i>	<i>600</i>	
<i>Organismes</i>	<i>500</i>		<i>Enregistrement marque collective</i>	<i>500</i>	
<i>Individuel</i>			<i>Divers</i>	<i>200</i>	
Subsides			Investissements		
Autres recettes			Autres dépenses (Frais comptes)		50,00
Total		3.728,15			3.727,18
Différence Recettes - Dépenses					0,97

Montants des cotisations proposées :

- Producteurs certifiés : 150 €
- Usagers (les fromagers, boulangers, etc. qui utilisent du lait de foin dans leur fabrication, sont exclus les producteurs certifiés qui transforment leur propre lait et qui payent déjà la cotisation de 150 €) : 75 €
- Cotisation de soutien des Organismes : 50 €
- Cotisation de soutien des particuliers : 25 €

Les montants des cotisations sont validés par l'assemblée. Des courriers/e-mail vont être envoyés aux personnes concernées.

3) Vers une marque collective « Au lait de foin » : témoignage de Quentin Lemonnier. (Association de Lait de foin – France)

Dans son témoignage, Quentin Lemonnier relève quelques points d'attention importants :

- La marque collective permet d'avoir une charte graphique et une identité visuelle pour les produits au lait de foin, ce que ne permet pas la STG qui concerne uniquement le lait cru.
- Il est nécessaire d'élargir l'association à d'autres maillons de la filière, c'est pourquoi, à côté de l'Association des Producteurs de lait de foin STG, a été créé une interprofession dans laquelle sont inclus les transformateurs (ainsi que les distributeurs et crémiers à l'avenir).
- Dans le règlement d'usage (de la marque collective), une cotisation est demandée par litre de lait de foin transformé. Le budget de l'interprofession est constitué pour moitié des cotisations des producteurs et pour moitié des cotisations des transformateurs. L'association est autosuffisante au niveau financier. Une personne, à mi-temps, assure la gestion de l'association, l'organisation de quelques événements spécifiques (Salon professionnel) et des actions de plus petite ampleur dans l'aide à la commercialisation et à la promotion.
- La marque collective « Au lait de foin » ne sert à rien pour les producteurs transformateurs qui vendent leurs produits en ferme. On peut cependant faire des flyers expliquant aux consommateurs ce qu'est le lait de foin. (Dans ce cas, on aperçoit quand même la marque Lait de foin sur le flyer, donc les producteurs fermiers participent à la promotion)
- L'association ne travaille pas avec les GMS. L'expérience a montré que c'est un secteur ultra concurrentiel et que le logo est invisible. D'autres difficultés se posent également : quantités, logistiques, ...
- Aujourd'hui, la promotion/sensibilisation se concentre sur les crémiers fromagers dont l'objectif est de sélectionner certains types de produits, de qualité supérieure. Ils recherchent des produits d'exception et les produits au lait de foin répondent tout à fait à ces exigences. La stratégie de communication est totalement construite pour cette cible, avec notamment 10 à 15.000 € consacrés aux salons professionnels. Il faut faire connaître aux crémiers fromagers les garanties qui sont derrière l'appellation Lait de foin STG. Cela reste cependant un marché de niche. Une autre action importante est la communication dans les revues professionnelles.
- Il est très difficile de mettre en relation les producteurs et les transformateurs. L'association aimerait présenter un panel de producteurs dans une ferme certifiée et inviter des crémiers et des transformateurs, mais cela demande plus de temps.
- Il faut aussi noter que dans les bassins industriels laitiers (ex. La Bretagne), il est très difficile de valoriser le lait de foin. La différenciation du lait de foin en lait UHT ne fonctionne pas.

Questions de l'Assemblée :

- **La constitution de l'interprofession** : 120 producteurs, 15 à 20 transformateurs, 27 millions de litres dont 50% est vraiment valorisé en temps que lait de foin.
- **Au niveau du prix aux producteurs** : le prix est négocié par chaque producteurs avec une prime de 20 à 80 € / 1000 litres par rapport au prix de base conventionnel ou bio, en fonction du système de production. Mais il faut noter que certains producteurs n'ont pas de valorisation.
- **Pourquoi le Comté, produit au lait de foin du fait de son cahier des charges ne valorise pas cette appellation ?** Pour utiliser l'appellation Lait de foin STG, le producteur doit être certifié or le Comté est déjà une AOP, cela ferait une double certification qui n'est pas utile vu la notoriété de Comté.
- **Par rapport au bio** : en France, le bio a fortement diminué. Le lait de foin est très porteur.

- Certaines fromageries françaises voient une opportunité et une demande dans le marché belge, notamment des grossistes (exemple FROMI - <https://www.fromi.com/fr/> - qui exporte des produits (lait de foin) en Belgique.)
- En Belgique, la logistique est manquante. Les crémiers travaillent beaucoup avec des grossistes. Les exigences en termes de quantité sont également un frein. Des transports par la poste semblent possibles même en Belgique.
- **Au niveau des produits au lait de foin** : 90% sont des fromages, le reste part en yaourt car le lait est plus doux.

4) Possibilité de promotion avec le soutien de l'APAQ-W

Anne Jandrain explique que l'APAQ-W a le droit de faire des promotions nominatives des produits qui ont une appellation européenne (dont la STG) et des produits en qualité différenciée (Q+). Une marque collective ne bénéficie pas de cet avantage.

Malgré cela, il y a moyen de faire des actions intéressantes à destination des crémiers et aussi des consommateurs (afin qu'ils demandent à leur crémier des fromages au lait de foin). Il est important d'agir dans les deux sens.

Il est possible de faire un folder expliquant le lait de foin au consommateur pour les producteurs transformateurs et les crémiers qui ont déjà des produits au lait de foin, des post RS et vidéos (producteurs, fromagers) que les producteurs peuvent relayer sur leurs réseaux. A. Jandrain travaille également avec les grossistes. Les producteurs peuvent également indiquer « au lait de foin » sur leur fiche produits dans #jecuisinelocal.

On peut aussi réaliser un évènement BtoB soit dans une ferme, soit lors du prochain Business Club sur le lait et les produits laitiers qui aura lieu le 10 septembre (à confirmer en fonction du thème).

5) Approche du coût de revient et label Prix Juste Producteurs

Nicolas Ancion est responsable du label Prix Juste Producteurs au Collège des Producteurs. Il explique que le label peut être attribué à des producteurs en particulier ou à une filière. Dans ce dernier cas, il faut que les transformateurs soient également intégrés dans la démarche. Marc Vanguetaine est en train d'être labellisé.

Avec les comptabilités qu'il a déjà reçu des producteurs certifiés, N. Ancion a établi un tableau Excel (en annexe) qui permettrait d'une part à chaque producteur d'établir ses coûts de production et son revenu et d'autre part d'avoir un prix moyen de production pour l'ensemble des producteurs. Celui-ci permettrait de négocier le prix de vente auprès des acheteurs sur une base tangible. Cette démarche est particulièrement difficile car les exploitations sont très différentes les unes des autres.

L'assemblée approuve le calcul d'un prix de revient indicatif pour le lait de foin. Les producteurs qui ne l'ont pas encore fait devront envoyer leur comptabilité à N. Ancion (nicolas.ancion@collegedesproducteurs.be). L'idéal est de faire l'exercice sur 3 ans.

6) Démarches et coût de la marque collective

L'inscription de la marque collective « Au lait de foin » est validée. C. Bauraind explique les démarches.

Rappel de quelques généralités :

- Le **titulaire de la marque collective** doit être une association
- Ce titulaire accordera des **licences d'utilisation** de la marque aux **membres** de cette association.
- Le dépôt de marques collectives doit être accompagné d'un « **règlement d'usage** ». Ce règlement doit indiquer les personnes autorisées à utiliser la marque, les conditions d'affiliation à l'association ainsi que les conditions d'usage de la marque, y compris les sanctions.
- Une marque collective peut être déclarée déchue si l'usage de la marque qui n'est pas compatible avec les conditions prévues par le règlement d'usage ou si le public est induit en erreur sur le caractère ou la signification de la marque.

C. Bauraind a vérifié que la marque est bien disponible. Le délai d'enregistrement à partir du dépôt est de trois mois et l'enregistrement est valable 10 ans. Pour définir les coûts, il faut choisir les produits concernés (voir tableau ci-dessous).

Classes	Produits concernés	Coût (€ hors TVA)	Coût TVA incluse
29	- Lait (vache, brebis, chèvre) - Produits laitiers : desserts, boissons, fromages, yaourts, beurre	379	
30	- Crème glacée - Yaourt glacé	42	
TOTAL		401	487

L'enregistrement de la marque, comme marque collective pour les laits (vache, brebis, chèvre), les produits laitiers et crème glacée coûterait 487 €.



La traduction en Allemand se pose.

7) Actions fin 2025 – 2026

- L'enregistrement de la marque collective est validé. Pour commencer l'action, il faut envoyer les courriers pour les cotisations, sensibiliser les transformateurs, crémiers, etc.
 - o Un plan stratégique va être établi avec l'APAQ-W, le Collège des Producteurs et Prolafow. Les organismes de formation comme DiversiFerm vont être contacté pour diffuser l'information. Ce serait intéressant qu'ils sensibilisent leurs bénéficiaires au lait de foin.
 - o Le logo devra être retravaillé pour intégrer la mention en allemand.
- C. Bauraind va prendre contact avec les agriculteurs de Vosges pour une visite. Il faudrait jumeler avec une visite plus technique (Ferme de Brimbelles ?).

8) Principaux résultats de l'enquête en ligne

21 personnes ont répondu à l'enquête dont 5 producteurs, 7 producteurs transformateurs, 4 fromagers et 5 producteurs intéressés.

Utilisation du logo et contrôle

Parmi les 7 producteurs transformateurs qui ont répondu, tous sont d'accord pour mettre un logo sur le devant de l'étiquette, 5 accepteraient un contrôle documentaire et 2 des frais limités.

Parmi les 4 fromagers qui ont répondu à l'enquête, tous sont d'accord pour mettre le logo sur le devant de l'étiquette, trois sur quatre sont d'accord avec un contrôle documentaire et des frais limités.

Prix aux producteurs (110-120% du prix de base)

2 producteurs sur 5 disent être payés à un prix supérieur au prix de base. Parmi les producteurs transformateurs, seul 1 sur les 7 répondants affirme valoriser son lait à un prix plus élevé mais les 7 répondants disent que leur prix de vente couvre leurs coûts de production et participe à leur rémunération. Enfin, 2 fromagers sur 4 répondants disent payer plus cher le lait de foin.

Produits laitiers fabriqués avec du lait de foin

- Beurre
- Fromages frais, boulette
- Fromage à pâte dure, tomme, pâte pressée non cuite
- Yaourt
- Pâtes pressées cuite, meule du plateau (4 types)
- Fromages à pâte molle, camembert
- Crèmes dessert

Qu'en pense les consommateurs ?

Généralement, les fromagers ont des retours positifs des consommateurs (3 fromagers sur 4)

Les fromagers estiment que le fromage au lait de foin est plus crémeux et a un goût plus fin, unique, avec des arômes complexes et agréables.

Argumentaire pour la promotion du lait de foin

1. Bien-être animal : santé en général, santé mammaire
2. Qualité du lait tant au niveau bactériologique qu'au niveau du goût
3. Qualité nutritionnelle pour l'homme :
 - Amélioration du profil en acides gras
 - Rapport omega3/omega 6 plus intéressant
4. Impact environnemental positif :
 - Impacts positifs sur le bilan de GES de l'exploitation (Decide)
 - Production de méthane inférieure
 - Bilan azoté très inférieur

9) Divers

Les étudiants de 2^{iem} master de la Faculté de Gembloux doivent réaliser une mission « experts » dans leur cursus. Le Collège des producteurs a été sollicité pour soumettre des sujets. Un des sujets proposés est une étude de faisabilité d'une filière lait de foin en Belgique dans le but d'améliorer le revenu des producteurs avec deux orientations possibles : atelier fromage ou lait UHT. Il faut attendre que le sujet soit validé par l'Université et choisi par un groupe d'étudiants.

L'ordre du jour étant épuisé, Vincent Sépult lève la séance à 17h.

Signatures :

Vincent Sépult, Président du CA