

## **Milcobel cvba**

### **Communication On Progress 2011-2012**

#### **Contenu**

##### Extraits du Rapport Annuel 2011

##### Extraits du Milcobel Info

- Edition octobre 2011
- Edition février 2012
- Edition juillet 2012

##### Présentation PowerPoint

Entreprendre de façon durable au sein de Milcobel - Contribution à l'atelier sectoriel "Le secteur laitier: vers plus de durabilité" du 30 mai 2012



# Le Groupe Milcobel en 2011

Une fois de plus, Milcobel n'a ménagé aucun effort en 2011 pour réaliser ses objectifs de manière durable. Son objectif consiste à garantir des débouchés du lait durables à ses membres producteurs laitiers et ce, à un prix honnête. Le groupe veut y parvenir en développant des activités industrielles et commerciales et en associant explicitement ses membres. La suppression des quotas laitiers programmée pour 2015 approche à grands pas. Milcobel se sera préparée pour honorer l'engagement envers ses membres à ce moment-là également.

Milcobel se considère comme un regroupement d'importantes PME capables de réagir très rapidement et avec souplesse aux changements et aux opportunités des marchés où il travaille. Les différentes divisions du Groupe Milcobel sont liées entre elles par une structure légère et des valeurs communes. Ces valeurs sont la qualité (a taste you can trust), le service et la flexibilité, l'engagement des membres et l'engagement avec les membres, les collaborateurs et le cadre de travail.

## 2011, une année laitière calme

Après plusieurs années marquées par la volatilité, le marché laitier a connu une évolution singulièrement calme en 2011. Les prix sont demeurés assez stables. Les valorisations en poudres et en fromages ont évolué de manière plus ou moins similaire. Le niveau de prix élevé s'est maintenu dans le secteur du beurre et celui de la crème. Les prix du lait de consommation sont restés en retrait pour la deuxième année consécutive. Le marché est demeuré difficile dans ce secteur.

Des événements marquants comme le printemps arabe ou la catastrophe nucléaire au Japon ont à peine influencé le marché laitier. La hausse de la production laitière a été absorbée sans problème par le marché. C'est seulement en fin d'année qu'on a assisté à un fléchissement du marché sous l'effet de la crise financière et du pessimisme économique qui en a résulté. Les dépenses pour les biens de consommation ont reculé, notamment en Europe, le principal marché laitier au monde. Alors que les achats avaient suivi la même tendance que l'année précédente au cours du premier semestre, les consommateurs ont surveillé leurs dépenses de près durant le dernier trimestre. En même temps, un net glissement s'est produit vers des produits moins coûteux et le secteur laitier n'a pas échappé à cette tendance. Dans ce contexte, il est réjouissant de constater que les produits de marque du Groupe Milcobel ont progressé ou du moins résisté. En 2011, les producteurs laitiers ont reçu la confirmation de l'amélioration amorcée en 2010.

Les scénarios élaborés en 2010 afin de concrétiser la décision coopérative de suivre l'évolution des membres durant la période post-quotas ont été traduits dans un plan stratégique "Milcobel 2020". Ces prochaines années, Milcobel demeurera un groupe laitier polyvalent, actif sur différents marchés avec une large gamme de produits.

Durant les années à venir, les différentes composantes du Groupe Milcobel renforceront leurs positions sur les marchés. En même temps, un programme d'investissements ambitieux a été mis sur pied afin de garder les usines à la pointe de la modernité et de prévoir la capacité nécessaire à la valorisation de l'ensemble du volume de lait produit par les membres. La mise en service de la nouvelle usine de fromage à Moorslede, qui sera suivie de la fermeture de l'usine de Gierle, est intervenue en avril 2012. Le chantier suivant a été entrepris, il s'agit de l'extension de la fromagerie à Langemark qui sera équipée d'une nouvelle ligne pour la mozzarella. Ce projet prévoit la valorisation du lait supplémentaire en fromage. Les facilités pour la production de poudre de lait sont aussi renouvelées et davantage concentrées à Killo.

## A nouveau davantage de lait transformé

En 2011, le Groupe Milcobel a commercialisé au moins 1% de lait en plus que l'année précédente. Cette hausse est due à l'augmentation des livraisons de lait réalisées par les membres, ces derniers ayant largement mis à profit la majoration annuelle de 1 % du quota laitier. Le solde des achats et des ventes avec d'autres industriels a diminué de sorte que le groupe a transformé 3% de lait en plus dans ses usines. Au total, 1,082 milliard de litres de lait ont été transformés en 2011.

## Résultats des sociétés de travail

En 2011, la division produits industriels et exportations vers les pays tiers (**Belgomilk, Kempico et Kemfoods**) a de nouveau apporté une contribution positive au résultat d'exploitation et ce, grâce aux prix du beurre surtout. Tant le fromage industriel que la poudre de lait ont soutenu le prix moyen payé par Milcobel.

2011 a été une année de transition pour la division fromages et beurre pour consommateurs (**Belgomilk et Kempico**) qui a réalisé un résultat plus faible. Il a été décidé de ne pas répercuter la hausse du prix du lait dans les tarifs des produits de marque. La préparation du lancement de la nouvelle fromagerie à Moorslede a eu pour effet de doubler les coûts: la capacité avait été conçue de façon à doubler la production en raison de la reprise des productions de l'usine de Gierle, alors que cette dernière continuait de tourner à quasi pleine capacité.

Les fromages de Bruges ont à nouveau progressé de plusieurs pour-cent. Une série d'autres marques et concepts se sont moins bien comportés en raison du recul du marché des fromages haut de gamme. Ce recul résulte de la baisse de confiance des consommateurs induite par la crise financière. Cette évolution différente atteste une fois de plus de la force de la marque Bruges.

Le beurre pour consommateurs Belgomilk a aussi maintenu sa position sur le marché intérieur avec les marques Nazareth et Dixmuda.

**Inza**, spécialiste du lait de consommation de longue conservation et de boissons lactées, a de nouveau connu une année difficile en 2011. Le marché du lait de consommation est resté défavorable et le rendement des autres produits n'a pu être égalé. Par conséquent, Inza a de nouveau apporté une contribution négative au résultat du groupe même si une amélioration s'est dessinée au second semestre 2011. Inza a décroché de nouveaux contrats dans le domaine du copacking pour les prochaines années. La marque Yogho/Yogho! a été relancée aux Pays-Bas au moyen de nouvelles recettes et de nouveaux emballages. Ce renouvellement restituera à Yogho/Yogho! la position qu'elle mérite. La marque ChocoChoco a confirmé sa position sur le marché belge.

Le résultat d'**Ysco** a souffert de l'évolution des prix. Fin 2010, au moment de la conclusion des contrats pour la saison 2011, les hausses de prix autorisées par le marché étaient insuffisantes pour parer à la hausse des prix des matières premières. Seul un bon été aurait pu empêcher les chiffres de sombrer dans le rouge. L'été n'a pas été bon, c'est le moins qu'on puisse dire. La belle arrière-saison 2011 a néanmoins permis de limiter les pertes.

La division conditionnement et distribution de fromage par **Kaasimport Jan Dupont et Camal** a renforcé son chiffre d'affaires en dépit du contexte difficile. Le résultat a contribué de manière correcte au résultat du groupe.

## Résultats du groupe

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe Milcobel a augmenté de 8% en 2011, il s'élève à 885 millions €. L'amélioration du chiffre d'affaires s'explique par l'accroissement des activités et les hausses des prix.

Le secteur de la poudre et celui du fromage ont fortement contribué au résultat du groupe et au prix du lait. Les autres activités ont obtenu un moins bon résultat. De ce fait, seul un paiement postérieur modeste de 0,10 €/100 l a pu être effectué.

Après ce paiement postérieur d'un montant de 1,1 million €, le résultat consolidé du groupe s'est élevé à 4,4 millions €. Le cash-flow du groupe s'élève à 25,2 millions €. Un dividende de 4 % sera proposé à l'assemblée générale. Le reste viendra renforcer les réserves du groupe.

## Prix du lait

Le prix payé pour le lait a augmenté de 6,4 % par rapport à 2010. Le prix moyen payé pour le lait d'une teneur en matière grasse de 42,56 grammes/litre et d'une teneur protéique de 35,12 grammes/litre s'est élevé en 2011 à 34,67 € les 100 litres.

Après conversion en lait standard en Belgique (38 g de matière grasse et 33,5 g de protéine au litre), les membres ont reçu en moyenne 32,24 € pour 100 litres de lait standard, soit 7% de plus qu'en 2010. A une année près (2007), le prix du lait 2011 est le meilleur qui ait été payé ces 10 dernières années.

## Investissements

Le rythme des investissements reste élevé chez Milcobel. En 2011, le groupe a investi 38,4 millions € dans les immobilisations corporelles, ce qui représente une hausse de 8,6 millions €. L'extension de la fromagerie à Moorslede a absorbé la toute grosse partie de ce montant. Les investissements ont été également poursuivis dans les autres usines laitières de Belgomilk. 12% du montant total des investissements du groupe ont été affectés à Inza, 7% à Ysco et 7% également à Dupont et Camal.

## Personnel

Milcobel souhaite que chaque collaborateur soit imprégné des objectifs du groupe en général et de sa division en particulier. Ceci motive les collaborateurs à mettre leurs talents au service de la réalisation de ces objectifs et ils jouissent ainsi d'une reconnaissance de leur travail.

Le groupe a poursuivi sa politique de communication ouverte et de concertation via ses propres organes officiels, groupes de travail et cellules de sécurité en vue d'une bonne atmosphère de travail, de la sécurité et du bien-être au travail et d'une amélioration constante de la qualité du travail fourni et des produits fabriqués. Des progrès significatifs ont à nouveau été réalisés, en particulier sur le plan de la sécurité. La politique incitative a permis une sévère réduction des cas d'accidents.

La déclaration de politique dans le cadre de la CCT 100 concernant la mise en œuvre d'une politique préventive en matière d'alcool et de drogues au sein des entreprises qui avait été approuvée en 2010 par les conseils d'entreprise a été traduite en une politique concrète qui a été approuvée à son tour par les conseils d'entreprise. Les CCT bisannuelles relatives à l'évolution salariale et à l'organisation du travail ont été conclues en 2011. En application de la CCT 90, un plan a été instauré en vue de l'octroi d'avantages non récurrents liés aux résultats aux ouvriers et employés.

Enfin, le plan social pour les collaborateurs de Kempico à Gierle a aussi été adapté en fonction de la nouvelle date de fermeture de l'usine.

## Entreprendre de manière socialement responsable

Milcobel s'intéresse beaucoup à l'entrepreneuriat socialement responsable. La donnée

sociale et la solidarité sont ancrées dans l'origine et la nature d'une société coopérative comme Milcobel. Milcobel se préoccupe donc tout naturellement des thèmes sociaux et des droits de l'homme. Seul un petit pas reste à franchir vers les autres thèmes de l'entrepreneuriat socialement responsable. La protection de l'environnement est une question de durabilité de l'entreprise et de la société et du cadre dans lequel elle doit évoluer. Milcobel est membre fondateur et actif du réseau belge Global Compact.

Quelques exemples de projets RSE du Groupe Milcobel:

- En tant qu'adhérents à la Charte RSE (responsabilité sociale des entreprises) de Flandre occidentale, Belgomilk et Ysco travaillent à l'amélioration continue des prestations sur le plan environnemental, social et économique. D'autres établissements du Groupe Milcobel suivent également cette initiative.
- Milcobel a participé à et sponsorisé l'événement RSE du 31 mars 2011 à Courtrai.
- Les usines d'Inza, d'Ysco et de Belgomilk ont adhéré à l'accord volontaire benchmarking, s'engageant ainsi à figurer parmi les meilleures au monde en matière d'efficacité énergétique. Le même souci de durabilité les amène aussi à optimiser constamment l'usage des emballages et du papier. C'est ainsi que les établissements de Langemark et de Killo se sont convertis entièrement au papier recyclé.
- Dans le cadre de son action écoles, Inza soutient les ateliers de l'asbl "Ecole sans harcèlement". Inza commercialise aussi du lait chocolaté du commerce équitable en collaboration avec Oxfam.
- La politique du Groupe Milcobel en matière de parc automobile tient compte des émissions de CO2. Le comportement responsable au volant des chauffeurs de camions-citernes est récompensé par une prime.
- Milcobel collabore à divers projets et aux concertations interprofessionnelles en matière de production laitière durable.

## Perspectives

Les perspectives à long terme demeurent favorables pour les produits laitiers, certainement au plan mondial. La hausse de la population mondiale et l'augmentation du pouvoir d'achat dans les pays émergents stimuleront la consommation de produits laitiers. A plus court terme et contrairement à l'année précédente, les perspectives pour 2012 sont moins souriantes. Les prix des produits laitiers ont diminué au cours des premiers mois de 2012. Le prix du beurre, qui s'était maintenu longtemps à un niveau élevé, a fortement reculé. Les autres produits suivent.

Se pourrait-il que la crise financière se fasse finalement sentir sur les marchés laitiers? La baisse de confiance des consommateurs combinée à la hausse de l'offre entraîne un marché d'acheteurs. Les chaînes de grands magasins attirent de plus en plus l'attention sur le prix, se livrent à une concurrence acharnée dans ce domaine et relèguent au second plan l'assortiment, la diversité et la qualité.

Le passé récent nous a appris que ni les pronostics les plus pessimistes, ni les pronostics résultant d'un optimisme exagéré ne se réalisent. Dès que l'économie et la confiance se rétabliront, la demande en produits laitiers reprendra. Les produits laitiers font partie intégrante d'une alimentation équilibrée et apportent en outre un immense plaisir gustatif. Milcobel possède les produits adaptés à ces deux besoins. Elle continuera de les renouveler et de les améliorer et de les proposer à la clientèle au travers d'un excellent service. Les investissements programmés pour les années à venir permettront d'encore améliorer les produits, le service et l'efficacité des coûts. Après la finalisation du masterplan pour les fromages pour consommateurs, le groupe entamera la mise en œuvre de la stratégie pour la division Produits industriels et exportations vers les pays tiers. La synergie avec Inza sera poursuivie dans le segment produits pour consommateurs.

La direction et les collaborateurs du Groupe Milcobel continuent de travailler au développement d'un groupe coopératif laitier durable et polyvalent. La durabilité de Milcobel est gage, pour ses membres, d'exploitations laitières durables et, pour ses collaborateurs, d'emploi durable.



# Nouvelles de la coopérative

La restructuration des cercles des membres et de leurs comités a été finalisée en 2011. Lors des assemblées générales annuelles statutaires des 9 cercles de membres, les équipes de comité ont été recomposées via élection ou confirmation. L'action coopérative de Milcobel peut ainsi compter sur des structures solides et démocratiquement constituées permettant aux membres de s'exprimer et de s'impliquer. Au total, pas moins de 300 membres assument des responsabilités au sein des comités, dont 97 "jeunes" et 27 femmes. Le conseil de la coopérative et le conseil d'administration ont été également adaptés dans le prolongement de la constitution des comités.

Milcobel continue de se distinguer avec l'action des membres et dispose de canaux transparents qui facilitent la communication avec les membres, qu'il s'agisse de les informer, de les consulter ou de recueillir leur avis. En outre, les structures des membres ont aussi été adaptées aux évolutions escomptées de la production laitière et du nombre de membres Milcobel.

De 3.296 en 2010, le nombre de membres fournisseurs a reculé à 3.096 en 2011. Il s'agit d'un recul assez élevé de -6,1%, supérieur d'ailleurs à la moyenne nationale de -4,1%. Le nombre de fournisseurs recule essentiellement au sein de la population belge des membres. Le nombre de fournisseurs néerlandais et français, respectivement 83 et 45, demeure constant. Ce recul plus important pourrait s'expliquer par la prochaine disparition des quotas laitiers qui inciterait certains à encore monnayer leur quota. En outre, Milcobel n'autorise pas l'adhésion de nouveaux membres jusqu'à nouvel ordre.

La volonté de garder la coopérative fermée demeure un élément de la stratégie définie en perspective de 2015 et des années suivantes. Milcobel veut ainsi continuer à privilégier le lait (supplémentaire) résultant de l'évolution ultérieure des exploitations de ses membres. Cette position implique aussi que Milcobel n'instaurera pas de mesures de pilotage de l'offre ni de maîtrise du produit vis-à-vis de ses membres. Bien entendu, l'évolution des exploitations des membres s'accompagnera encore des obligations en matière de capital liées aux quotas et/ou au volume de livraison. En outre, il est quasiment acquis que Milcobel utilisera ces prochaines années un modèle pronostique dans le cadre duquel il faudra notifier préalablement les livraisons de lait estimées et attendues.

Le volume du lait collecté auprès des membres a encore augmenté de 1,4% en 2011, ce qui porte le volume total à 1.113.812.623 litres. Suite à cette augmentation et au recul du nombre de fournisseurs, le volume moyen livré par une exploitation membre de Milcobel s'élève désormais à 359.759 litres. La croissance d'exploitation individuelle enregistrée ces 4 dernières années s'élève ainsi à +20%!

Notons enfin que plus de 91,5% du lait collecté repose sur les livraisons belges. Le lait provient à raison de 5,8% des exploitations membres néerlandaises tandis que les exploitations membres françaises représentent 2,9% du volume de lait collecté.

En 2011, Milcobel a utilisé pour la deuxième année consécutive une procédure pour l'affectation du complément de prix 2010 (= 0,055 euro par kg de matière grasse + protéine livrée). Milcobel pratique une liberté de choix et c'est ainsi que plus de 42% de l'ensemble des membres Milcobel ont volontairement affecté leur complément de prix – en tout ou partie – à l'acquisition d'actions Milcobel supplémentaires. Au total, les membres ont affecté 41% du montant total du complément de prix au renforcement du capital-actions de la coopérative. Ceci témoigne à nouveau de l'importante implication des membres et de leur fort engagement coopératif.

En 2011, le suivi de la qualité du lait collecté a encore fait l'objet d'une attention constante. Ce suivi s'effectue sur base des obligations légales mais aussi de procédures élaborées personnellement par Milcobel dans le cadre des contrôles d'entrée. Les procédures propres à Milcobel reposent toujours sur le sens le plus aigu possible de la réalité et sont éventuellement adaptées en fonction des nécessités en matière de transformabilité du lait. Sur ce plan, le Groupe Milcobel opte dans une mesure croissante pour une concertation interne à la filière. L'attention apportée à la qualité du lait doit donc s'inscrire entièrement dans un rapport de coopération et dans un modèle de concertation entre la collecte du lait, la logistique et la transformation.

En 2010, des procédures avaient été instaurées pour les livraisons de lait présentant des non conformités observables. En 2011, l'attention s'est surtout portée sur les situations négatives au niveau du nombre de germes. Bien que la majeure partie du lait livré ne pose pas problème sur ce plan, la nécessité d'une approche ciblée s'est faite sentir pour un nombre limité de situations à risque durant le trajet exploitation laitière – endroit de dépôtage. Une procédure de suivi est mise en oeuvre dès que les résultats pour le nombre de germes – tant au niveau de l'exploitation laitière qu'au niveau du chargement du camion-citerne – dépassent 100.000/ml. Ce renforcement de stratégie a d'ailleurs permis d'assainir à court terme une série de risques de ce type.

En ce qui concerne la situation générale de la qualité du lait collecté, les résultats suivants ont été enregistrés en 2011 :

- 98% du lait collecté répondait à la norme imposée pour le nombre de germes, à savoir max. 50.000/ml.
- 94% du lait possédait un titre en cellules inférieur à 350.000/ml.
- 86% du lait répondait à la norme établie pour le nombre de colibacilles, à savoir max. 50/ml.
- absence de résidus de substances inhibitrices démontrables dans plus de 99% du lait collecté.

En 2011, 79,9% du lait collecté satisfaisait à l'ensemble des normes qualité utilisées chez Milcobel. Ce volume a dès lors donné droit à une prime supplémentaire à la qualité. En 2011, le conseil de la coopérative a d'ailleurs soumis cette dernière à une évaluation critique.

S'agissant de la qualité du lait au sens plus large, le système sectoriel de monitoring Monimilk a permis en 2011 de découvrir à deux reprises des résidus de médicaments qui étaient interdits ou qui ne pouvaient être utilisés sur les vaches en lactation. Ceci accentue encore le fait que le maintien du monitoring se justifie, que les procédures de traçabilité appliquées au niveau de la collecte du lait Milcobel et des entités de transformation sont suffisamment efficaces et solides, mais aussi que les fournisseurs laitiers et leurs vétérinaires d'exploitation doivent se montrer plus vigilants encore. Via ses canaux de communication, Milcobel a dès lors sensibilisé ses membres à la nécessité d'une utilisation correcte des médicaments appropriés. C'est une forme essentielle de la maîtrise du risque dans le cadre de la sécurité alimentaire.

La communication avec les membres et les comités des membres a de nouveau fait l'objet de beaucoup d'attention en 2011 : à côté du magazine envoyé aux membres, la communication s'effectue de plus en plus par voie électronique et via sms. Cette politique sera intensifiée au cours des prochaines années puisqu'une communication interactive sera aussi développée par le biais du site internet Milcobel. Presque tous les éléments de la relation entre la coopérative et ses membres seront à portée de main et consultables via cette voie.

# Produits industriels et exportations vers les pays tiers

L'année 2011 a été caractérisée par des prix relativement stables sur les marchés laitiers. Le pic atteint fin 2010 s'est maintenu en début d'année 2011. La courbe de progression des prix s'est ensuite aplanie à un niveau assez stable, bien qu'une légère tendance à la baisse se soit manifestée en fin d'année. De plus, les marchés laitiers ont fait preuve d'une résistance remarquable dans un contexte mondial parfois turbulent. La catastrophe nucléaire de Fukushima, le printemps arabe, l'interminable crise financière dans l'UE et l'indécision politique aux USA ont contribué au ralentissement de la croissance économique mondiale. De même, l'augmentation de la production laitière mondiale (tant en Océanie qu'aux USA et dans l'UE) et la hausse moins importante que prévue des importations chinoises n'ont eu qu'un impact limité sur les prix des marchés. En début d'année 2011, un taux de change régressif dollar/euro a contrarié la dynamique des exportations de l'UE. En fin d'année, le dollar s'est raffermi par rapport à l'euro, ce qui a facilité dans une certaine mesure les exportations de l'Union européenne.

## Poudre de lait

En 2011, les prix enregistrés dans l'hémisphère sud sont demeurés considérablement inférieurs aux prix UE pendant presque toute l'année, ce qui a contrarié les exportations UE de poudre de lait entier. Par contre, la demande en poudre de lait entier formulée par le marché européen des denrées alimentaires est demeurée forte. Un certain nivellement des prix des marchés internationaux est intervenu en fin d'année. En moyenne, le niveau de prix de la poudre de lait entier sur le marché européen a été supérieur de quelque 12% à celui de 2010.

En 2011, le chiffre d'affaires d'Incolac (poudre de lait entier) a enregistré une forte croissance à deux chiffres. Elle s'explique en partie par la forte prestation réalisée sur les marchés principaux d'Incolac et par la pénétration de nouveaux marchés très prometteurs.

En 2011, le prix de la poudre de lait écrémé UE a été concurrentiel sur le marché mondial. Il en a résulté une forte demande. Tant la production européenne de poudre de lait écrémé que les exportations européennes ont dès lors fortement augmenté. En moyenne, le prix de la poudre de lait écrémé a augmenté de 10% par rapport à 2010.

Belgomilk a encore élargi ses ventes d'ingrédients à base de produits laitiers à l'industrie alimentaire et à l'industrie des boissons, en particulier à l'industrie du chocolat. Plusieurs nouveaux clients européens majeurs ont audité les usines Belgomilk à Langemark et Kallo et ont rendu des évaluations positives.

En 2011, Belgomilk a lancé la marque Binco, un produit à base de poudre de lait écrémé avec huiles végétales ajoutées. Binco faisait l'objet d'une forte demande de la part des marchés internationaux et les premières réactions à son introduction ont été positives. De la sorte, Belgomilk est aussi présent sur le marché des "Popularly Priced Products".

## Beurre

Les prix historiquement élevés du beurre sur le marché UE, qui étaient fortement supérieurs au prix du marché mondial, ont atteint un sommet au cours du troisième trimestre 2011.

Une correction est certes intervenue en fin d'année. Fin 2011, une importante quantité de beurre néo-zélandais a fait son entrée sur le marché UE. En moyenne, le prix du beurre est demeuré supérieur de 14% à celui de 2010.

## Mozzarella

Tant la demande en mozzarella que son niveau de prix sont restés relativement stables en 2011. En moyenne, le prix de marché a augmenté de 5% par rapport à 2010.

A Langemark, Belgomilk a mis en service une nouvelle installation de conditionnement pour la mozzarella "single loaf" (uniquement pain ou uniquement bloc). Ce type de conditionnement est très prisé sur les marchés émergents extra-européens.

## Produits à base de lactosérum

Les prix de marché ont considérablement augmenté suite à une forte demande en produits à base de lactosérum qui provenait principalement des pays d'Asie du sud-est (Chine), avec une demande particulière en produits destinés à l'industrie d'aliments pour bébés. Il s'agit ici essentiellement de poudre de lactosérum, de lactose, de WPC, de WPI, de poudre de lactosérum déminéralisée et de perméat de lactosérum. En moyenne, le prix de marché de la poudre de lactosérum s'est avéré supérieur de 25% à celui de 2010.

## Alimentation pour bébés

L'alimentation pour bébés, dans le cadre de la collaboration avec Fasska, a encore évolué positivement. En 2011, Belgomilk a aussi développé son propre concept de marque TrueLife qui va être introduit sur une série de marchés sélectionnés.

## Les hommes

Le succès remporté par Belgomilk en 2011 est d'abord dû à l'engagement des collaborateurs Belgomilk. Nous attachons dès lors énormément d'importance au capital humain. Les collaborateurs doivent pouvoir se retrouver dans les valeurs de Belgomilk et s'épanouir pleinement. Ces valeurs sont: la qualité dans toutes les activités, l'innovation et la créativité nécessaires à une amélioration constante, l'apport de solutions nouvelles et meilleures, la recherche d'activités et de résultats excellents, le souci de la clientèle et l'orientation marché, la collaboration en équipe, la communication (tant interne qu'externe) et l'entrepreneuriat durable. La sécurité des personnes qui travaillent dans nos usines constitue pour nous un point prioritaire. Dans le cadre de la définition de la vision, de la mission et de la stratégie pour les années à venir, une enquête a été réalisée auprès du personnel dans le but de sonder la satisfaction et l'implication des collaborateurs. Il s'agissait de trouver les moyens de stimuler davantage encore l'engagement des collaborateurs. Les résultats de cette enquête attestent de la confiance et de l'engagement des collaborateurs dans l'avenir de l'entreprise. Entre temps, un plan concret a été élaboré afin d'intensifier l'engagement des collaborateurs au cours des prochaines années.



## Qualité

Les systèmes qualité utilisés par Belgomilk sont soumis chaque année à des audits, notamment par BRC et AFS. Ces audits ont enregistré des résultats positifs en 2011 également. En outre, de nombreux clients réputés ont aussi audité les usines Belgomilk. La qualité joue un rôle extrêmement important dans le développement de Belgomilk. Il va sans dire que la sécurité alimentaire constitue ici la préoccupation première. Belgomilk améliore constamment l'aménagement de ses cadres de production sur base des connaissances les plus récentes en matière de maîtrise intégrale des microorganismes pathogènes. De plus, Belgomilk s'intéresse aux paramètres sur base desquels les consommateurs jugent les produits, comme le goût, l'odeur et les propriétés instantanées. L'objectif consiste à offrir constamment une qualité supérieure pour de meilleurs résultats. Dans ce cadre, Belgomilk Kallo a mis en service une nouvelle installation pour la fumigation de la poudre de lait sous atmosphère protectrice.

## Recherche et développement

En 2011, Belgomilk a donné de nouvelles impulsions à ses activités de recherche et développement.

Belgomilk souhaite ajouter de nouvelles propriétés aux produits qui lui permettent de mieux se distinguer de ses concurrents. Il s'agit principalement de propriétés liées à la valeur nutritionnelle et à la santé, mais aussi des propriétés sur lesquelles les consommateurs fondent leur jugement, comme le goût, l'odeur et les propriétés instantanées des produits.

En outre, Belgomilk développe des ingrédients nouveaux et plus spécialisés qui apportent une solution aux clients industriels. Il s'agit principalement de la fonctionnalité de ces ingrédients dans des applications spécifiques client.

## Entreprendre de manière socialement responsable

Belgomilk a délibérément opté pour un Entrepreneuriat Socialement Responsable (RSE), à savoir la recherche d'un développement plus durable encore.

C'est ainsi que Belgomilk adhère, via l'affiliation de Milcobel, au Global Compact des Nations Unies. En adhérant à ce pacte, Belgomilk s'est engagée expressément à respecter les principes universellement admis du RSE.

L'usine de Langemark satisfait depuis plusieurs années à une charte RSE. Les nombreux efforts réalisés à Langemark pour concrétiser les principes RSE sont consignés dans cette charte. L'usine de Kallo a également élaboré une charte RSE en 2011. Une RSE-policy a en outre été mise sur pied en 2011 pour l'ensemble de Belgomilk. Cette policy traduit les objectifs et les activités qui seront poursuivis par Belgomilk au cours des prochaines années. Il s'agit notamment d'activités qui permettront de valoriser les flux secondaires et de rendre l'eau à nouveau potable. Ces dernières années, Belgomilk a aussi investi dans la conversion du mazout vers le gaz naturel et dans le placement d'installations de cogénération. Ces démarches ont déjà permis de réaliser une réduction de 29% des émissions de CO2 dans les usines.

## Perspectives

Belgomilk a défini en 2011 sa vision, sa mission et sa stratégie pour les années à venir dans la perspective horizon 2020. La direction du groupe et le Conseil d'administration ont approuvé le business plan en octobre 2011. Il prévoit que Belgomilk continuera à se développer ces prochaines années suivant trois axes.

Le premier axe est le développement de marques pour les marchés internationaux de consommateurs. Il s'agit de poudres de lait, de lait de croissance, d'aliments pour bébés et d'autres produits de qualité supérieure à base de produits laitiers. L'aspect nutritionnel et la santé font ici l'objet d'une attention grandissante. Le portefeuille des marques est composé d'Incolac (poudre de lait), de Binco (à base de poudre de lait écrémé avec huile végétale ajoutée) et de TrueLife (alimentation pour bébés). Ces produits relèvent essentiellement du pôle de compétence produits de l'usine Belgomilk de Kallo.

Deuxièmement, Belgomilk concentrera ses activités sur des ingrédients spécialisés à base de produits laitiers destinés à l'industrie alimentaire et des boissons. Il s'agit ici de clients industriels B2B. Ces marchés se situent essentiellement en Europe, mais de plus en plus d'opportunités se présentent en dehors de celle-ci. L'orientation solutions et services à la clientèle et l'offre d'une aide technique jouent ici un rôle essentiel. L'usine Belgomilk de Langemark est spécialisée dans ces activités.

Le troisième axe consiste en une maîtrise ciblée des coûts dans la production de mozzarella destinée aux segments pizzerias et industrie de la pizza et dans la production de poudre de lait entier instant destinée aux conditionneurs internationaux. Il s'agit ici aussi d'activités B2B dans lesquelles l'offre de solutions et de services à la clientèle industrielle joue un rôle important. L'offre en permanence d'une qualité supérieure constitue aussi un point essentiel. Belgomilk Langemark axe ses activités sur la mozzarella et Belgomilk Kallo sur la poudre de lait entier instant.

En raison de la forte hausse de la production de fromage dans les usines Milcobel de Langemark et de Moorslede, Belgomilk dispose de quantités plus importantes de lactosérum. Belgomilk a réalisé une étude approfondie des tendances actuelles du marché et des technologies les plus récentes afin de desservir le marché. Les activités de Belgomilk sont d'abord axées sur l'utilisation interne des produits de lactosérum au sein du Groupe Milcobel (Ysco, Kallo, Inza). L'offre de produits à base de sérum à la clientèle extérieure au Groupe augmentera en raison de la production croissante de sérum. Belgomilk s'ouvre à des formes de collaboration avec des parties extérieures pour produire et commercialiser les produits à base de sérum.

Ces dernières années, Belgomilk a augmenté significativement ses activités de transformation. Le plan d'investissement élaboré prévoit une capacité supplémentaire qui permettra de poursuivre la transformation rentable des volumes croissants de lait collecté et de commercialiser d'intéressants produits laitiers au cours des prochaines années.

Le développement ultérieur de Belgomilk reposera sur l'utilisation de la technologie moderne. Le nouveau progiciel de gestion intégrée (ERP) entrera en application d'ici la fin de l'année 2014. Il permettra un meilleur suivi et une gestion plus efficace des processus.

En octobre 2011, le Conseil d'administration a également approuvé le plan d'investissement pour les usines Belgomilk dans le cadre du nouveau plan d'activité. Ces usines seront davantage développées au cours des prochaines années pour les hisser au rang d'usines ultramodernes, parmi les plus grandes et les meilleures d'Europe. L'usine de mozzarella à Langemark sera considérablement élargie. Deux tours de séchage par pulvérisation, l'une à Kallo et l'autre à Langemark, seront remplacées par une grande installation de séchage par pulvérisation à Kallo. Cette nouvelle installation s'accompagnera d'un profond réaménagement de l'usine et offrira une plus grande capacité de séchage par pulvérisation. Le plan d'investissement permettra non seulement d'élargir les activités de production ultramodernes de Belgomilk, il garantira également une offre de produits de la plus haute qualité, fabriqués de la façon la plus efficace (maîtrise des coûts). Belgomilk amorce ainsi un important élargissement des perspectives d'emploi au sein de ses usines.

## En bref

### CHARTRE DE L'ENTREPRISE DURABLE



La Flandre Occidentale a lancé la charte de l'entreprise durable. Les firmes qui y adhèrent s'engagent à mener une politique industrielle dirigée vers l'avenir, en portant l'attention aux aspects économiques, sociaux et écologiques. L'ensemble comporte 6 principes directeurs et 10 thèmes (voir [www.pomwvl.be](http://www.pomwvl.be)). Belgomilk et Ysco Langemark furent les premiers à s'y engager activement. Chaque année, les firmes participantes reçoivent un certificat si elles ont pris les dispositions nécessaires. En 2011, Belgomilk et Ysco étaient parmi les 52 entreprises à pouvoir recevoir le certificat annuel. Ils les reçurent le 28 juin des mains du gouverneur Paul Breyne. Au total, ces entreprises ont réalisé 1.500 nouvelles mesures. Belgomilk et Ysco se sont particulièrement bien comportés, ce qui fut remarqué lors de la présentation. Des entreprises hors de Flandre Occidentale peuvent désormais signer la charte. Seize entreprises ont franchi le pas le 3 mars 2011, et parmi celles-ci, Belgomilk Kallo.

### UN SPÉCIALISTE DE LA TRAITE S'EN VA, UNE AUTRE ARRIVE

Le 1er novembre, Marc De Vriese, spécialiste de la traite au contrôle laitier de MCC-Vlaanderen, prendra sa retraite, à l'issue d'une carrière de 45 ans. Il sera remplacé par une vétérinaire, le docteur Karlien Supré qui a intégré l'équipe depuis le 1er septembre. Elle a fait auparavant partie d'une équipe de la faculté vétérinaire de Gand assurant le suivi d'exploitations éprouvées de problèmes de santé mammaire. Son doctorat est explicite : « Infections intramammaires dues aux staphylococques chez la vache laitière ». Elle supervisera la recherche bactériologique en matière de santé mammaire.

### CAMPAGNE FROMAGÈRE SOUS LE SIGNE DE LA POÉSIE

Le VLAM a débuté depuis le 3 octobre une campagne de promotion fromagère sous le signe de la poésie, à la TV, à travers des affiches,



des cartes postales, sur les points de vente et naturellement aussi sur le site [www.kazenvanbijons.be](http://www.kazenvanbijons.be). Il faut du temps pour savourer tous ces différents fromages. Il en est de même pour la poésie. En octobre et novembre, il y aura des fêtes du fromage et de la poésie fromagère. Chacun peut envoyer

un poème et participer à l'une des huit fêtes du fromage. Des bons de réduction sont également prévus de mi-octobre à mi-novembre dans les supermarchés Carrefour Hyper, Carrefour Market, Mestdagh, Match, Makro, Cora Delhaize et AD Delhaize, en collaboration avec les différentes fromageries. Des actions de promotion se feront également pour les fromages de chez nous dans les dépliants et rayons.

### HERVE SOCIÉTÉ ET PROJET LAITHERBE

Jean-Marc Cabay, administrateur de Herve Société, dans laquelle Milcobel a une participation de 20%, est le fer de lance du projet Laitherbe, lancé les 3 et 4 septembre lors de la foire agricole de Battice-Herve. Le projet est



soutenu par la Région wallonne dans le cadre du plan Marshall 2.Vert. Il est destiné à stimuler le développement d'une filière laitière durable, basée sur une alimentation à base d'herbe. L'objectif est de produire un lait de qualité différenciée et de créer ainsi une plus-value pour les différents maillons de la chaîne. Ce sera surtout intéressant pour le fromage de Herve, le seul fromage belge ayant une Appellation d'Origine Protégée (AOP).

### PLEIN SUCCÈS À BRUGES POUR LE MARCHÉ AUX FROMAGES

Le marché aux fromages s'est déroulé le dimanche 4 septembre sur la place 't Zand à Bruges, à l'initiative de la ville de Bruges et de Belgomilk. C'est grâce aux fromages Brugge et à la présence de la société spécialisée Jan Dupont que Bruges est un peu la capitale du fromage. Une fois de plus, le public a répondu présent, de même que le soleil. Lors de l'ouverture officielle, le directeur général Patric Buggenhout fit un exposé – sur le fromage – à la fois remarqué et savoureux. Les porteurs de fromages de la





## En bref

### 150 OU 400 LITRES DE LAIT PAR HEURE



En Europe du Nord-Ouest, le projet européen Dairyman veut stimuler un élevage laitier viable dans un bon contexte environnemental. Il y a des collaborations en Flandre : la ferme Hooibeeekhoeve et l'ILVO, l'Institut flamand de recherche agronomique, et des producteurs laitiers. On avait calculé que la production laitière horaire va de 150 à 400 litres, selon l'éleveur laitier. Les producteurs laitiers participants ont discuté de cette différence avec Jelle Zijstra, de l'Université agronomique de Wageningen, en tenant compte de l'utilisation du temps de travail dans les différentes exploitations. En fait, la production laitière variait de 152 à 392 litres par heure prestée. Mais les explications de cette grande variation sont plus intéressantes que les chiffres. Il est apparu que le producteur laitier ayant la meilleure productivité laitière dispose de deux robots de traite. Le nombre de vaches augmente mais le travail reste avant tout familial. Les producteurs flamands disaient qu'ils voulaient avoir le minimum possible de travail extérieur. Les producteurs néerlandais ont trouvé un point d'équilibre entre l'engagement de personnel et l'investissement dans des machines économisant le travail. C'est 25 euros par heure. C'est le prix de la main-d'œuvre extérieure.

### MILCOBEL REPREND SHERLOCKCHEESE BV

Au début de cette année, Milcobel a repris l'entreprise néerlandaise SherlockCheese BV. Cette société est spécialisée dans la distribution de spécialités fromagères, particulièrement d'origine étrangère. Elle provenait de la fusion, en 2011, de Verkabel & Seggelink BV et de Ravoska Kaasimport BV. SherlockCheese est établi à Nieuw-Vennep. La société recherche les fromages les plus savoureux et a une large palette de fromages de grande qualité. Son chiffre d'affaires annuel est de 20 millions d'euros. Cette activité s'accorde bien avec celle des



filiales de Milcobel Jan Dupont NV, à Bruges, et Camal s.a., à Barchon. L'objectif du groupe est de rééditer le même succès de développement aux Pays-Bas qu'avec Jan Dupont et Camal en Belgique. En outre, la coopération entre ces sociétés va pouvoir accroître l'offre grâce à un meilleur accès aux fromages étrangers, tout en améliorant la logistique d'approvisionnement et de distribution.

### ANTIBIOTIQUES EN ÉLEVAGE LAITIÉ

L'utilisation des antibiotiques dans l'élevage intensif est sur la sellette en Europe. La résistance aux antibiotiques devient un problème, et il faut s'y attaquer. L'utilisation des antibiotiques est fréquente en médecine humaine, et on l'emploie souvent à tort et à travers, à la moindre occasion. C'est de loin la principale cause de l'antibiorésistance. Malgré cela, l'élevage, et donc aussi la production laitière, n'échappe pas à la volonté de réduire l'usage des antibiotiques. Une étude récente de l'AMCRA (AntiMicrobial Consumption and Resistance in Animals) fait état que la consommation d'antibiotiques a nettement régressé en Belgique et aux Pays-Bas entre 2007 et 2010. Mais il reste du pain sur la planche, surtout en élevage laitier. Selon le professeur Sarne De Vliegheer, de l'université de Gand, en charge du M-team (équipe mammites), l'antibiotique est



surtout utilisé pour la prévention et la guérison des mammites. En automne 2011, on a créé un projet intitulé « Elevage laitier durable et utilisation responsable de médicaments vétérinaires ». C'est un projet qui porte sur 3 ans, il est financé par le Boerenbond, l'IKM (l'équivalent de la QFL) et la Confédération Belge de l'industrie Laitière (CBL). Il est exécuté par le M-Team avec le soutien du contrôle laitier de Flandre. La recherche scientifique en matière de santé du pis doit conduire à une meilleure qualité du lait, à une diminution de la résistance des pathogènes, à moins de mammites cliniques, à du lait avec moins de résidus, à un travail moins stressant pour le producteur laitier, et finalement à une meilleure durabilité de l'élevage laitier.

Milcobel participe au projet via le financement de CBL, pour la simple raison qu'une utilisation raisonnée des produits vétérinaires dans les exploitations laitières ne peut que renforcer la qualité du lait.

### BIEN-ÊTRE ANIMAL ET ÉLEVAGE LAITIÉ

Le bien-être animal a été tout un temps un sujet de préoccupation en élevage intensif, et les scientifiques continuent à s'y intéresser. C'est également le cas en élevage laitier. Les chercheurs de l'ILVO ont publié il y a peu un rapport destiné non seulement à leurs confrères scientifiques, mais également aux détenteurs d'animaux, aux groupements d'intérêts de toute nature et aux citoyens en général. Il semble apparemment que les citoyens se préoccupent le plus du bien-être en élevage de volaille.





La meilleure évaluation concerne l'élevage laitier. Pourtant, le rapport de l'ILVO mentionne des défis futurs pour l'élevage laitier en matière de bien-être animal. Les techniques modernes permettent de répondre au mieux aux besoins biologiques des animaux, mais les agrandissements d'échelle implique que l'éleveur consacre moins de temps à l'animal, individuellement. En outre, les vaches sont, de plus en plus, en étable, toute l'année. Cette évolution pourrait avoir un impact négatif aussi bien sur l'image du secteur que sur le bien-être des animaux, en ce sens qu'on ne semble pas jouer le jeu d'une manière correcte.

En matière de bien-être animal, le consommateur a souvent une « double morale ». Dans leur rôle de citoyens, les gens trouvent que le bien-être animal est important, mais en tant que consommateurs, ils ne choisissent pas souvent dans le même sens, qui a tendance à faire augmenter le prix du produit.

En Flandre ; environ 36% de la population tiennent au bien-être des animaux domestiques, mais 11% seulement sont disposés à payer un surprix. Le rapport peut être téléchargé (ILVO Onderzoek van het welzijn van landbouwdieren).

#### NOTRE RÉDACTEUR PRÉSIDENT DES JOURNALISTES AGRICOLES EUROPÉENS

Le 6 décembre 2011, l'European Network of Agricultural Journalists (ENAJ) ou réseau européen des journalistes agricoles a pu être créé, avec l'aide du Commissaire européen à l'Agriculture Dacian Ciolos et de la DG Agri. L'ENAJ est une organisation qui regroupe les journalistes agricoles, et leurs associations nationales, des 27 Etats membres de l'Union européenne. Jef Verhaeren, qui est depuis 20 ans, rédacteur de Milcobel-Info, a été élu en tant que premier président de l'ENAJ. La photo le présente montrant la charte de l'ENAJ au Commissaire européen Ciolos.



# Milcobel Service

Des questions? Ecrivez-nous ou téléphonez-nous sans hésiter!

## Services généraux

### Collecte du lait

Coordination et cercles-membres:

Leloup Eddy, Fabriekstraat 141, 9120 Kallo  
Tel. 03 730 18 00 - Fax 03 730 19 00

## Fieldmen

### Horebeke

Crokaert Thierry (0475 35 28 02),  
De Bock Marc (0475 45 97 59)  
Dorpstraat 3, 9667 Horebeke  
Tel. 055 45 50 55 - Fax 055 45 62 66

### Gierle

Beyers Raf (0497 47 08 38),  
Tel. 03 236 13 22 - Fax 03 236 25 78,  
Verschoren Stefaan (0497 47 08 25)  
Melkerijstraat 1, 2275 Gierle  
Tel. 014 55 88 55 - Fax 014 55 88 56

### Kallo

De Mesel Dirk (0476 33 10 43),  
Vermeulen Mario (0496 57 68 58)  
Fabriekstraat 141, 9120 Kallo  
Tel. 03 730 18 00 - Fax 03 730 19 00

### Langemark

Goderis Hendrik (0476 33 10 42),  
Voet Isabel (0476 33 10 44),  
Delberghe Yves (0476 33 10 41),  
Wijffels Hendrik (0475 79 12 54)  
Melkerijstraat 10, 8920 Langemark  
Tel. 057 49 02 00 - Fax 057 49 04 26

### Bocholt

Timmers Valentin (0476 33 10 39),  
Timmermans Paul (0477 39 40 54)  
Kaulillerweg 6, 3950 Bocholt  
Tel. 089 47 19 05 - Fax 089 47 23 48

## Rédaction

Guido Veys, Eddy Leloup, Stefaan Verschoren, Hendrik Goderis,  
Raf Beyers, Rachel Op de Beeck, Jef Verhaeren

V.u.: Eddy Leloup, Fabriekstraat 141, 9120 Kallo  
[www.creacommunication.be](http://www.creacommunication.be)





## En bref

### BELGOMILK ET YSCO CERTIFIÉS POUR L'ENTREPRENARIAT DURABLE

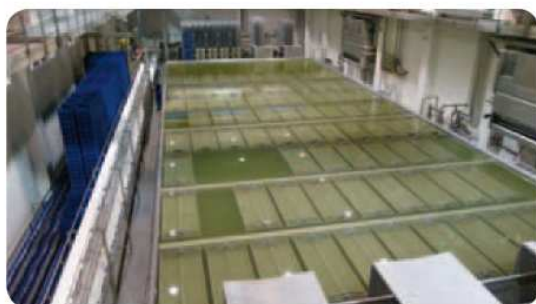
Le 21 juin dernier, le certificat annuel de la Charte ouest-flamande d'Entrepreneuriat durable a été décerné à 50 entreprises à Bredene. Lors de la cérémonie de remise, Belgomilk-Langemark, Ysco et, pour la première fois, Belgomilk-Kallo ont reçu leur certificat. Ceci atteste de l'engagement du groupe Milcobel en faveur de l'entrepreneuriat durable. Le groupe ambitionne de déployer la charte "entrepreneuriat durable" dans tous les établissements et filiales de Milcobel.



Une délégation de Belgomilk et d'Ysco a reçu le 21 juin le certificat "Entrepreneuriat durable"

### JOURNÉE ENTREPRISES OUVERTES A MOORSLEDE

Le dimanche 7 octobre, la nouvelle fromagerie de Moorslede qui fabrique entre autres les fromages de Bruges participera à la Journée entreprises ouvertes. La primeur reviendra cependant à nos membres fournisseurs qui pourront découvrir le samedi 6 octobre après-midi leur nouvelle fromagerie avant-gardiste à laquelle l'essentiel des investissements 2011 ont été affectés. Chaque membre recevra une invitation individuelle.



### LA SANTÉ A L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE CBL

La Confédération Belge de l'Industrie Laitière (CBL) a tenu son assemblée générale annuelle à Court-Saint-Étienne le 8 juin dernier. L'année laitière 2011 y a reçu de bons points. Le marché laitier a été favorable en 2011. Le prix moyen du lait a dépassé de quelque 10% celui de 2010 et le chiffre d'affaires de l'industrie laitière a progressé de quelque 6%. 138 millions d'euros ont été investis. Renaat Debergh, administrateur délégué de la CBL, a communiqué que les livraisons de lait qui avaient augmenté de manière assez spectaculaire en 2009 et 2010 - de plus de 100 millions de litres à chaque fois - ont encore augmenté en 2011, de 45 millions de litres cette fois. Le nombre de producteurs laitiers belges a reculé de 4%

à 9.145. Côté transformation, la production de fromage a particulièrement augmenté. C'est ainsi que 9 % de lait en plus ont été transformés en fromage. La production de beurre et celle de poudre de lait écrémé ont aussi augmenté, tandis que le lait de consommation et les produits laitiers frais ont été touchés par la crise. Le chiffre d'affaires de l'industrie laitière a progressé de 6% à 4,5 milliards d'euros. Quelque 63% du chiffre d'affaires de l'industrie laitière belge est réalisé à l'exportation, dont 49% vers d'autres États membres de l'Union européenne et 14% vers des pays tiers. Si la CBL est convaincue elle aussi que l'évolution à long terme est favorable pour le secteur laitier, elle estime que les perspectives pour le proche futur sont un peu moins souriantes. Par la force des choses, il faudra passer par une période de prix plus faibles pour atteindre un nouvel équilibre entre production et consommation de lait.

L'industrie laitière est décidée à effectuer un travail sérieux pour continuer à rendre le secteur plus durable dans les années à venir. «La durabilité n'est pas seulement synonyme de gestion soucieuse de l'environnement et du climat, elle est aussi synonyme d'investissement dans une alimentation saine», a déclaré le président de la CBL Patric Buggenhout. En 1990, il fallait encore 825.000 vaches pour produire le volume actuel de lait dans notre pays, maintenant il en faut moins de 500.000. «Ceci signifie une baisse considérable des émissions de gaz à effet de serre», conclut Patric Buggenhout.



L'administrateur délégué et le président de la CBL.

L'allocation de l'orateur invité, le professeur danois Arne Astrup, médecin et chef du département Alimentation humaine à la Faculté des sciences de l'Université de Copenhague, a été suivie avec beaucoup d'intérêt à l'assemblée générale. En raison de la teneur élevée en acides gras saturés des produits laitiers, on considère généralement que la consommation de produits laitiers s'accompagne d'un risque accru de maladies cardiovasculaires. Or, de récentes études montrent qu'une consommation élevée de lait peut être associée à une réduction du risque de ces maladies! Pour l'orateur, il est erroné de conclure que tous les acides gras saturés et les produits laitiers sont préjudiciables à la santé parce que les produits laitiers contiennent un grand nombre d'acides gras saturés et que certains acides gras saturés sont préjudiciables à la santé. «Un aliment contient différents nutriments qui, combinés, peuvent avoir un effet autre de celui des différents nutriments pris séparément. En outre, il peut y avoir au sein d'un groupe de nutriments différentes sous-catégories, dont certaines exercent un effet positif et d'autres un effet plutôt négatif», nuance Astrup. Ses recherches montrent que l'effet d'un aliment sur le risque de maladies cardiovasculaires ne peut être évalué exclusivement sur base de la quantité de graisse saturée présente dans l'aliment. En même temps que d'autres groupes de chercheurs, Astrup a constaté que les produits laitiers riches en calcium n'influencent pas le profil sérique des acides gras aussi négativement qu'on l'avance sur base uniquement de leur teneur en graisse et de leur composition. «Certaines études ont même mis en évidence que le calcium possède en soi un effet réducteur du cholestérol. Ceci peut s'expliquer en partie par le fait que le calcium réduit l'assimilation des graisses, mais il est vraisemblable que d'autres mécanismes jouent également un rôle», conclut Astrup.





## Entreprendre de façon durable au sein de Milcobel

Contribution à l'atelier sectoriel  
"Le secteur laitier: vers plus de durabilité"  
30 mai 2012

1

## Pourquoi?

- L'entrepreneuriat durable fait partie intégrante du modèle d'entreprise coopératif
- L'entrepreneuriat durable est ancré dans la mission de la coopérative



2

## Entrepreneuriat durable / ESR (définition cadre de référence fédéral ESR)

L'entreprise socialement responsable (ESR) est un processus d'amélioration continu dans lequel les entreprises intègrent de manière volontaire et systématique des considérations économiques, environnementales et sociétales dans l'ensemble de l'organisation et qui inclut la concertation avec les stakeholders ou parties intéressées de l'entreprise.



3

## Rapport Brundtland Définition Développement Durable

Le développement durable est le développement qui répond aux besoins de l'actuelle génération sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.



## Les 4 missions de Milcobel cvba

1. Garantir les débouchés pour le lait des exploitations membres
2. Payer un prix du lait honnête aux membres producteurs laitiers d'aujourd'hui et de demain
3. En associant le plus étroitement possible les membres
4. En développant d'excellentes activités industrielles et commerciales et en étant présent sur plusieurs marchés avec plusieurs produits



5

## 4 incitants pour oeuvrer en faveur de la durabilité au sein de l'entreprise coopérative et à partir de celle-ci

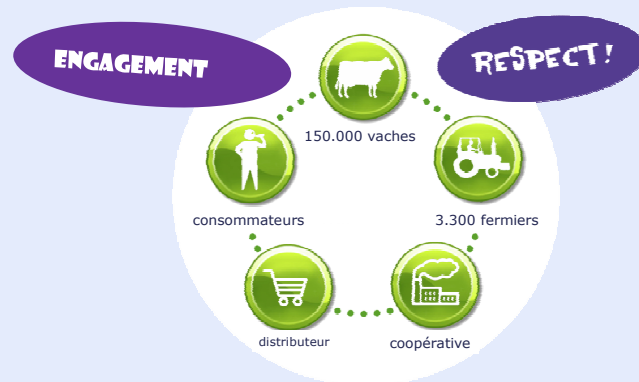
1. Penser "filière": intégration verticale au départ de la ferme (qualité, organisation logistique, communication ouverte)
2. Penser à long terme: «la coopérative ne vous appartient pas, vous ne l'avez pas héritée de vos parents, vous l'empruntez à vos enfants» (avec une attention particulière envers les "jeunes")
3. Lien direct avec les exploitations membres: matière première et capitalistique conduisent à un engagement mutuel
4. Importance sociale de l'emploi au sein de la région



## Durabilité au sein de Milcobel et groupes cibles

La durabilité au sein de Milcobel est liée à la prise de responsabilité en ce qui concerne:

- le **revenu** de 3.100 producteurs laitiers et leurs familles
- le **revenu** de 1.800 collaborateurs et leurs familles
- la **relation de confiance** avec des centaines de "voisins" dans l'entourage de l'entreprise
- la **relation de confiance** avec des centaines de clients
- la contribution à la consommation de produits laitiers par des millions de consommateurs sur base du concept "**alimentation santé et plaisir**"



## Questions au sujet des critères de durabilité au niveau de la vente et de la commercialisation

### 1. Les clients sont-ils demandeurs de durabilité?

- Oui, principes généraux ESR et durabilité.  
→ la compatibilité avec le Global Compact est importante.
- La demande émane surtout de gros groupes internationaux et de chaînes de grands magasins.
- Permet d' "élargir" la conversation de vente.

### 2. Constate-t-on une importance croissante?

- Oui, si plaçable en tant que projet pouvant offrir différenciation et création de valeur.
- Prix, qualité et service demeurent prioritaires.
- ESR/durabilité a relativement peu d'effets positifs lors de la négociation des prix.

### 3. Quels sont les thèmes qui focalisent le plus l'attention?

- La présence d'une politique ESR/durabilité (sans véritables spécifications)
- Protection de l'environnement et gestion des déchets.
- Thèmes sociaux: politique d'égalité des chances, pas de travail des enfants.
- Pratiques commerciales durables et honnêtes (mais sans véritables définitions).



#### 4. Des critères "production laitière" entrent-ils aussi en ligne de compte?

- Surtout dans des projets spécifiques.



### Programmes durabilité au sein de Milcobel

Global Compact  
Charte d'Entrepreneuriat durable  
QFL

### Les dix principes du Global Compact de l'ONU

#### DROITS DE L'HOMME

1. les entreprises doivent respecter les droits de l'homme et
2. veiller à ne pas se rendre complices de violations des droits de l'homme

#### TRAVAIL

3. liberté d'association et droit à la négociation collective
4. élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire
5. abolition du travail des enfants
6. lutte contre la discrimination en matière d'emploi et de profession

#### ENVIRONNEMENT

7. appliquer l'approche de précaution aux problèmes touchant à l'environnement
8. prendre des initiatives afin de promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement
9. favoriser les technologies respectueuses de l'environnement

#### LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

10. agir contre toute forme de corruption, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin

### Charte d'Entrepreneuriat durable

- Consommation rationnelle de l'énergie
- Gestion rationnelle des ressources en eau
- Prévention en matière de déchets
- Prévention des émissions polluantes l'air, le sol et l'eau
- Limitation des nuisances à l'environnement: bruit, odeur, propreté
- Un développement de produits qui respecte l'environnement
- Prévention en matière d'emballages
- Communication
- Procédures d'urgence
- Mobilité

### QFL

- Santé animale: 25 points de garantie
- Bien-être animal: 41 points de garantie
- Traite: 47 points de garantie
- Nettoyage: 34 points de garantie
- Environnement: 6 points de garantie

-----  
157 points de garantie

### Choix stratégiques

- L'entrepreneuriat durable doit reposer sur la pensée "filiale".
- L'entrepreneuriat durable au sein des filiales est prioritaire
  - = amélioration permanente des prestations **sur le plan environnemental, social et économique**
- Critères de durabilité vis-à-vis des membres
  - = Milcobel suit la voie de l'approche réfléchie
    - = -pas de course à la durabilité
    - = -pas de fractionnement des flux de lait
    - = -de préférence convenue au niveau interprofessionnel et sectoriel



## Quelques exemples d'entrepreneuriat durable au sein de Milcobel

19

### Thème 1: Suivi permanent des prestations et de la performance

- Utilisation des "utilities" : suivi continu, rapports et indicateurs d'alerte

**Key Performance Indicators** (Indicateurs-clés de performance)



20

### Thème 2: Communiquer et dialoguer ouvertement

- Entreprendre de manière socialement responsable, entreprendre durablement et intégrer le Global Compact dans la **communication interne et externe** (notamment film de l'entreprise)
- Organisation de visites d'entreprise pour les voisins et les structures des membres
- Boîtes à idées
- Participation à des journées d'étude : apport de témoignages au sujet de l'entrepreneuriat coopératif - durable



21

### Thème 3: Entreprendre en respectant l'homme

- Choix d'un **partenariat commercial** au Mali **sur base du Global Compact**
- Politique de rémunération pour les "100 jours sans accidents"
- Enquête de satisfaction travailleurs
- Apprendre tout au long de la vie
- Prévention de la consommation d'alcool et de drogues
- Fonds de l'expérience professionnelle 45+
- Plan d'ergonomie



22

### Thème 4: Intégrer la durabilité

- Reconversion générale vers le papier recyclé
- Evaluer les fournisseurs d'emballages sur le respect des normes (marque FSC et certificats PEFC)
- Liste "entrepreneuriat durable" en ce qui concerne les intrants
- **Entrepôt central pour les produits surgelés**  
→ on épargne **235.200 km/an**  
= **1.960 de camions en moins/an**



23

### Thème 5: Fermeture des cycles de matériaux, utilisation éco-efficace des matières premières, auxiliaires et emballages

- Récupération et collecte sélective des PMC, du matériel informatique, ...
- Plan d'économie du carton
- **Redéfinition des emballages en carton pour les cornets**  
→ **540 → 720 boîtes/palette**  
= **10.000 palettes de moins/an = 320 camions de moins**  
= **320.000 km de moins/an = économie de 165.000 €**



24



## Thème 6: Utilisation rationnelle de l'énergie

### ■ Cogénération

- Moteurs de haut rendement
- Récupération chaleur eau de condensation des évaporateurs
- Détecteurs de mouvement pour l'éclairage ouvert/fermé
- Contrôle permanent et réparation des fuites d'air comprimé (= 111132 de kWh en moins et 27,5 tonnes de CO<sub>2</sub> en moins/an)
- Conduites et vannes de vapeur isolées
- **Réglage automatique de la pression de condensation** via température de bulbe humide

→ **648.000 kWh et 259 tonnes CO<sub>2</sub> de moins/an = 60.500 €**



25

## Thème 7: Utilisation rationnelle de l'eau

- Perfectionnement des bilans en eau
- Réutilisation des effluents des installations d'épuration des eaux (à l'étude)
- Détection des fuites d'eau sur les réservoirs d'eau de condensation
- **Réutilisation de l'eau condensée (jusqu'à la potabilité!)**



26

## Thème 8: Maîtrise du risque

### ■ Enregistrement et traitement des plaintes pour les voisins

- Faux plafonds acoustiques dans les lieux à forte pression sonore
- Enregistrement des "presque-accidents"



27

## Thème 9: Améliorer la qualité du cadre de travail et de vie

- 5 procédures dans les départements emballage et production
  - Séparer
  - Ordonner
  - Nettoyer
  - Standardiser
  - Entretenir
- **Verdurisation (en coll. avec Natuurpunt)**



28

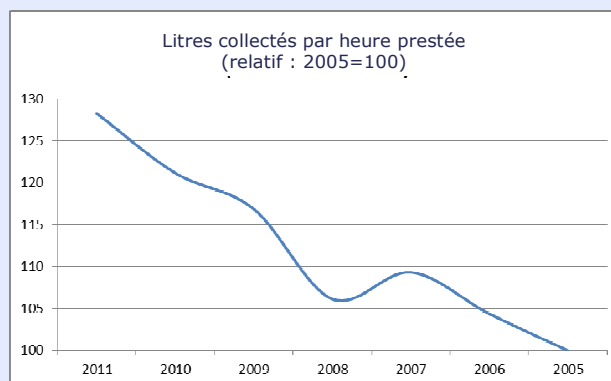
## Thème 10: Réduire l'impact du trafic et contribuer à une mobilité durable et sûre

- Formation à l'écodriving
- Prime à la conduite responsable pour les chauffeurs de CCC
- Réorganisation trafic de chariots-élévateurs
- Optimisation dimension des emballages
  - Ysco: 432 → 540 boîtes/palette  
= économie de transport de 37.000 km et économie de 1.110 tonnes CO<sub>2</sub>
- Reconversion vers des semi-remorques de collecte de 28.000 l  
→ **optimisation de la collecte logistique du lait**



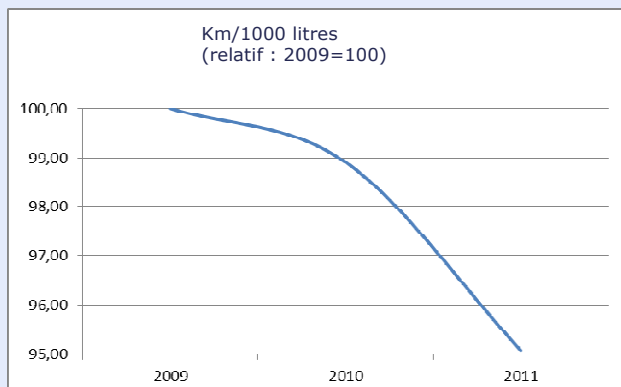
29

## Rendement collecte du lait

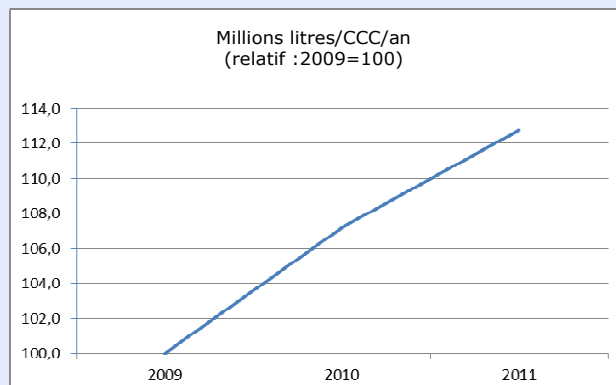


30

### Rendement collecte du lait



### Rendement collecte du lait



### Durabilité niveau production laitière

### Durabilité niveau production laitière

- Jusqu'à présent, pas de conditions Milcobel appropriées vis-à-vis des membres
  - respect de l'entrepreneuriat individuel et des initiatives individuelles + consultation des structures des membres
  - pas de cahier des charges "entreprendre durablement" propre à Milcobel pour les membres
  - mais application correcte et stricte de QFL dans les conditions de livraison
  - mais sensibilisation, information, attention

### Durabilité niveau production laitière

- La préférence est donnée à des critères convenus au niveau sectoriel/interprofessionnel
- Réalisation, développement et mise en oeuvre en analogie avec IKM/QFL
  - soit sur une base volontaire
  - soit sur une base obligatoire

### Durabilité niveau production laitière

- Critères avec sens des réalités:
  - qui contribuent à un + économique
  - qui ont trait à "l'ensemble du lait"
  - qui contribuent à améliorer la qualité/sécurité du produit et du cadre de production
  - avec plus-value potentielle sur le plan de l'image et de l'appréciation sociétale
  - qui sont portés par les membres-producteurs laitiers en tant qu'élément de la filière
  - qui sont "objectivables" et contrôlables au regard des 3 P (profit - planet - people)



### Concrètement

- Réduction de l'utilisation de médicaments (antibiotiques)
- Modification des traitements période de tarissement
- Cheptel laitier "sain" (zoonoses)
- Vaches laitières "viabiles longtemps"
- Alimentation "équilibrée" du bétail laitier
- Mesures d'économie de l'énergie et de l'eau au niveau de la traite
- Objectivation des abords d'exploitation "plus propres" (ceci est plus important que le pâturage!)

### Concrètement

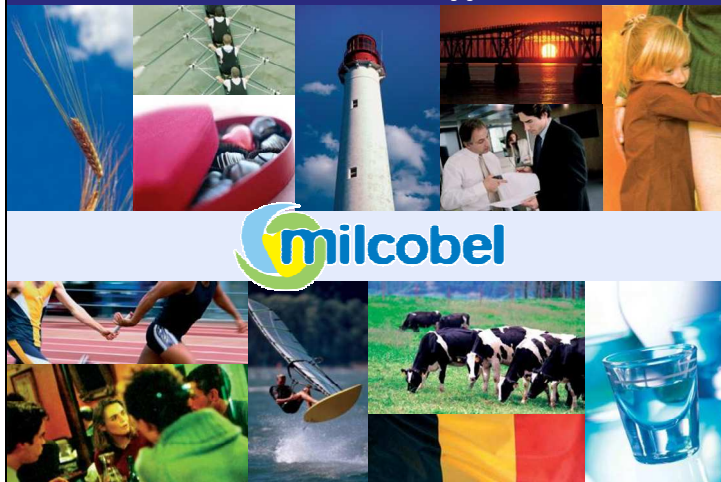


- Participation active au groupe de travail AMARA "production laitière"
- Etude d'implémentabilité dans IKM/QFL
- Avec la volonté de co-organiser le perfectionnement professionnel
- Avec la volonté de prévoir des incitants financiers dirigés (encouragement et/ou mise à disposition de possibilités de financement)

### Go for it

- Si cela profite au producteur laitier
- Si cela profite au secteur
- Si cela profite à la filière laitière

Qualité – Flexibilité & Service - Engagement



Qualité – Flexibilité & Service - Engagement