

Biolait



Production et vente de produits laitiers (SARL)
Concept: Fabrication de fromages frais et autres produits laitiers Bio et locaux. **Etienne Clerc, François Devenoge, Alice Giclat et Patrick Affolter / 3 employés**
fromageriebiolait.ch



ORIGINE

Déclencheurs de l'initiative: Rêve de créer une fromagerie entièrement Bio et devenir plus indépendants. Soutien initial de l'Etat de Vaud.
Principaux objectifs de l'initiative: Proposer une catégorie de produits encore peu existants sur le marché (bio + local) et éviter les intermédiaires de vente.
Etapes historiques clés: Lancement de l'idée en 2014, 8 producteurs au départ. Etude de marché réalisée avec Prométerre. Création d'une SARL à 3, puis location d'un espace de transformation et embauche d'un fromager en 2016. Transformation de 500 L / semaine en 2018.

MODÈLE D'AFFAIRE

Gouvernance / coordination	SARL composée de trois personnes
Infrastructures	Local de transformation et de fabrication du fromage
Financement	Soutien public (étude de marché, communication), Crowdfunding (50 000 CHF), financement propre pour le matériel (70 000 CHF), mécénat
Canaux utilisés	Vente en magasins et fromageries
Mécanismes de soutien	Etude de faisabilité financée par l'Etat de Vaud. Enveloppe « promotion » du service de l'agriculture: on reçoit 40% si on investit 60% (subvention cantonale).
Périmètre	Toute la Suisse Romande

PARTENAIRES CLÉS

Catégorie / Compétences	Intérêts / Influence	Responsabilité dans l'initiative
Producteurs de lait	Actifs dans toute la chaîne, de la production à la distribution	Créateurs de l'initiative
Fromager	Engagé par la SARL	Crée des recettes et gère la transformation
Epiceries, restauration collective	Marge sur la vente	Vente des produits

FACTEURS DE SUCCÈS ET D'ÉCHEC



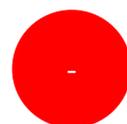
Organisationnels / Spatiaux

- Difficultés initiales à trouver un site pour la transformation.
- Location d'un local existant en 2016



Techniques / Logistiques

- Bonne maîtrise technique (fromager pâte molle)
- Enjeu de la livraison (davantage de main d'œuvre nécessaire)
- Upgrade de l'équipement nécessaire pour être plus efficace et atteindre le seuil de rentabilité



Economiques / Financiers

- Difficultés économiques en raison d'une clientèle irrégulière (manque de diversification?) et d'un réseau de distribution insuffisant
- Beaucoup d'investissement dans la communication pour un résultat mitigé



Environnementaux / Humains

- Courant de consommation bio & local, mais commandes irrégulières
- Essoufflement des porteurs de projets



Institutionnels / Juridiques

- Beaucoup de soutien au début mais moins pour stabiliser le modèle.
- Difficultés à trouver un débouché dans la restauration collective publique (prix, modèle contractuel, intermédiaires).
- Enjeu de promotion des produits du terroir pour faciliter leur visibilité (Terre Vaudoise)

IMPACTS



Ecologiques: Production biologique, peu de transports car les produits sont locaux



Economiques: Plus de marge pour les producteurs mais manque d'un bon réseau de distribution pour valoriser ce potentiel de retour de valeur ajoutée; produits locaux et de haute qualité à un prix abordable



Sociaux: Trois emplois créés



Autres impacts: Création de produits non existants sur le marché. Modes de financement variés et innovants