

2016/11/05 – Grégory Cassan – Article RSE – Lait Lactalis

Le 28 octobre dernier, le groupe Lactalis a obtenu l'interdiction de la rediffusion d'un extrait du reportage d'Envoyé spécial intitulé « Lactalis : le beurre et l'argent du beurre ? ». Le groupe reproche à l'émission d'avoir diffusé des images du château de son PDG ainsi que l'enregistrement d'une discussion avec la cuisinière de la demeure, qui n'auraient aucun lien avec le sujet du reportage.

La chaîne France 5 a l'intention de faire appel de la décision rendue en référé par le tribunal de grande instance de Laval, tribunal du lieu du siège du groupe Lactalis, alors même qu'aucune rediffusion n'était prévue. De son côté, le groupe a ajouté qu'il portera plainte contre la chaîne pour « faire croire aux téléspectateurs que Lactalis est responsable de la crise de la production laitière et des difficultés rencontrées par les producteurs ».

Selon ce même reportage, plusieurs causes seraient à l'origine de la division par deux du revenu des producteurs français au cours de ces dix dernières années, certains travaillant à pertes et survivant grâce aux ressources de leurs proches. On aurait la réduction brutale en 2014 des exportations envers la Chine et la Russie et la fin des quotas européens en 2015.

Cependant, un autre motif pèserait plus que les autres ; la loi du plus fort. En effet, les éleveurs ne feraient pas le poids face aux industriels qui imposeraient leur marge de bénéfice. Le groupe Lactalis assure 20 % de la collecte de lait en France et est le numéro un mondial dans l'industrie laitière. Il affiche sur son site internet un chiffre d'affaires de 17 milliards d'euros en 2015 et l'existence de 15 000 employés en France et de 75 000 au total dans le monde.

Le reportage critique fortement le comportement d'Emmanuel Besnier, décrit comme « le PDG invisible de Lactalis ». Il n'aurait jamais rencontré de personnes extérieures à l'entreprise pour discuter de cette crise, une absence de dialogue qui serait à son avantage. Aucun syndicaliste agricole ne l'aurait aperçu, même pas après avoir mené le 30 août dernier des actions devant quinze de ses sites. Les pouvoirs publics non plus, comme l'a affirmé le ministre de l'agriculture Stéphane Le Foll sur la radio France Info, affirmant qu'il serait difficile pour le gouvernement de faire pression sur ce groupe industriel «100 % privé qui ne réclamerait jamais rien à l'Etat ».

Il n'en reste pas moins qu'un accord de relèvement du prix d'achat a fini par être conclu le 30 août, un effort chiffré à 150 millions d'euros par Lactalis pour 2016. Mais face à l'absence de réponse de la part du PDG aux nombreuses demandes de la chaîne, celle-ci aurait filmé son château depuis le ciel et interrogé avec une caméra discrète sa cuisinière afin d'obtenir quelques informations sur le niveau de vie du PDG, et donc, pour confirmer que les agriculteurs sont les seuls à subir les effets de la crise du lait.

Cette démarche leur est apparue d'autant plus légitime qu'il y a une absence totale de publications de comptes annuels de l'entreprise, des documents qui aurait pu permettre aux journalistes de déterminer l'impacte réel de la crise du lait sur la pérennité de l'entreprise. Autrement dit, savoir si l'entreprise ne se procurerait pas des bénéfices excessifs sur le dos des producteurs. Notons qu'il s'agit d'une entreprise familiale qui n'est pas cotée en bourse et qui n'a donc aucune obligation de publication de comptes annuels.

Les images aériennes du château seraient difficilement attaquables sur le plan juridique, déclare maître Anthony Bem, avocat spécialisé en droit de l'image. Contacté par la chaîne France 5, l'avocat a insisté sur le fait qu'il fallait différencier le droit à l'image des personnes du droit à l'image des biens, le second étant beaucoup moins facile à revendiquer. En effet, l'exploitation du droit à l'image doit causer « un trouble anormal » au propriétaire du bien, une notion complexe que la jurisprudence n'a pas défini.

S'il convient de suivre les prochaines étapes judiciaires et médiatiques de ce dossier, on observe déjà le besoin grandissant des consommateurs de connaître la contribution de leurs achats au développement de l'économie locale et rurale de leurs territoires.