

# Le Cniel en action

[Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière]



**RAPPORT  
ANNUEL  
2021**



- Entretien avec le président p. 4
- Le Cniel c'est quoi? p. 6
- La filière en chiffres p. 8
- Événements p. 10
- Le marché du bio p. 16
- Promotion à l'international p. 18
- Produits laitiers et médias p. 22

- Information des consommateurs p. 24
- Nutrition et santé p. 26
- Les bonnes pratiques d'élevage p. 36
- Veaux issus du troupeau laitier p. 38
- Les résidus de biocides p. 40
- Changement climatique p. 41
- Microbiologie et technologie p. 42

**ÉDITO** Caroline Le Poutier, *directrice générale du Cniel*

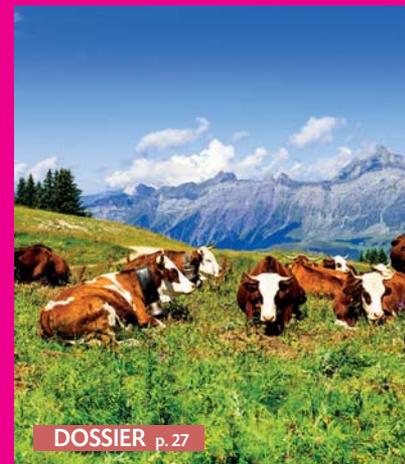
## Au cœur des territoires

La filière laitière, dans toute sa diversité et ses modèles de production, de transformation et de distribution, est au cœur des territoires. Les fermes sont présentes dans 88 départements, et 85 % des salariés de l'industrie laitière vivent dans des communes de moins de 15 000 habitants. L'activité laitière entretient les paysages, préserve les sols, participe au maintien de prairies et au stockage du carbone. Elle crée des emplois, dynamise l'économie locale et propose des produits qui s'intègrent dans une alimentation

quotidienne mêlant équilibre et plaisir. Les modèles de polyculture-élevage, qui dominent en France, offrent, en outre, une autonomie alimentaire pour les exploitations. Ce sont des atouts pour notre filière en termes de durabilité et de performance économique. Ils garantissent la présence des produits laitiers français au-delà de nos frontières hexagonales et répondent ainsi aux enjeux de sécurité alimentaire mondiale. Le Cniel facilite les relations des acteurs de la filière avec les pouvoirs publics au niveau national, mais aussi avec les collectivités locales dans les territoires, par le biais des Criel, les centres régionaux de l'action interprofessionnelle. Il s'agit d'optimiser les accompagnements notamment financiers pour que la filière reste forte et réponde efficacement aux défis qui se posent à elle : compétitivité et emploi, réduction de l'impact environnemental des activités laitières, bien-être animal. Le Cniel s'emploie à caractériser ces enjeux collectifs en encourageant le dialogue entre toutes les parties prenantes internes et externes à la filière. Notre objectif est de faciliter l'identification des besoins et le déploiement de solutions individuelles. Car si les problématiques et les soutiens sont globaux, les réponses doivent s'adapter à chaque exploitation laitière, à chaque site industriel, à chaque détaillant et à chaque distributeur, partout en France. C'est le challenge que nous nous sommes fixés dans la feuille de route 2020-2022 et que nous voulons incarner avec *France Terre de Lait*.



05



DOSSIER p. 27

Chaque région est  
une terre de lait



Cniel : 42, rue de Châteaudun - 75314 Paris Cedex 09 - Tél. : 01 49 70 71 11 - [www.filiere-laitiere.fr](http://www.filiere-laitiere.fr)  
 ■ **Directrice de la publication** : Caroline Le Poutier ■ **Rédaction en chef** : Rita Lemoine & Mallorie Durier ■ **Photos** : Guillaume Blanchon, Cniel, DR ■ **Conception, réalisation maquette & infographies** : EMAPRESS (75), Olivia Lintot & Fabrice Péronin ■



« Les régions sont au cœur de notre réflexion pour l'avenir de la filière. »

Thierry Roquefeuil,  
président du Cniel.

## Le partage de la valeur reste un enjeu prioritaire

Nous sommes tous engagés pour une filière laitière de confiance, performante et durable, dans l'intérêt de ses acteurs et des consommateurs. Cette ambition affirmée se construit dans notre plan de filière *France Terre de Lait*.

### Comment le Cniel et la filière ont-ils vécu l'année 2021 ?

L'année 2021, qui était centrale dans l'agenda de notre feuille de route 2020-2022, a été une année de transition pour le Cniel.

Bien que la crise du Covid ait ralenti la réalisation des projets interprofessionnels, les travaux relatifs à la démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait* ont avancé. La publication du rapport de responsabilité sociétale en fin d'année en témoigne. Ces travaux ont été menés

alors que le Conseil d'administration a connu un important renouvellement de ses membres. Je voudrais rendre hommage à Michel Lacoste qui y siégeait au titre de président du Cnaol et qui nous a quittés en novembre dernier. Également président du comité des Criel, Michel a œuvré de toute son âme pour les territoires. Il était un activateur acharné du déploiement de *France Terre de Lait* sur le terrain, dans les régions. Les régions sont d'ailleurs au cœur de notre réflexion pour l'avenir de la filière. Un travail

prospectif a été entamé en 2021 pour recueillir l'opinion des acteurs de la filière sur l'avenir laitier de chaque territoire. Ce tour d'horizon nous permettra de proposer l'année prochaine une suite, partagée par tous, du plan de filière et une vision à 2030 du secteur laitier français.

## **Quelles sont les avancées du plan de filière ?**

À la suite d'EGalim, le plan de filière a lui aussi été dans une situation charnière. Le partage de la valeur reste un enjeu majeur et prioritaire. Les pouvoirs publics l'ont placé en haut de la pile. Ils nous ont sollicités pour préparer EGalim 2. Le travail sur les indicateurs économiques, mené par les quatre collèges au sein du Cniel, nous a permis de proposer la prise en compte des charges des producteurs dans les conditions générales de vente. Pour l'instant, nous ne sommes pas allés au bout des travaux mais la prise en considération des contraintes des uns et des autres avance malgré tout. Les résultats que nous obtiendrons avec l'application de cette loi seront un marqueur de la réussite de notre plan de filière.

## **Le beurre a récemment fait l'actualité. Quel enseignement en tirez-vous ?**

Je déplore que les grossistes ne soient pas partie prenante dans le collège du commerce, de la distribution et de la restauration collective. Nous avons vu les conséquences de leur absence dans les médias au sujet du beurre. Être dans le Cniel donne accès aux analyses et aux prévisions, pour une meilleure compréhension des marchés. Nous aurions pu éviter que les journaux titrent sur une pénurie. Si les grossistes sont demandeurs d'une filière «beurre France», je les invite à venir autour de la table pour en débattre. Ensemble, nous serons plus résilients.

## **Qu'en est-il de la crise de la filière lait biologique ?**

Une segmentation doit être en phase avec la demande des consommateurs. L'exemple du «sans OGM» est parlant : sous la pression de ce qui se passait en Allemagne, nous avons travaillé au sein du Cniel sur un référentiel pour une segmentation «sans OGM». Mais les Français n'ont pas été au rendez-vous, et cette segmentation n'a pas été créatrice de valeur, bien au contraire.

Pour la filière lait bio, les attentes des consommateurs ont débouché sur une injonction des pouvoirs publics à produire plus. Dans le plan de filière nous nous sommes engagés à doubler la production en veillant à l'équilibre entre l'offre et la demande. L'objectif est aujourd'hui atteint. Pour autant, la demande n'augmente pas aussi vite que l'offre. La promesse d'une meilleure valorisation s'étiole, conduisant à un désengagement des producteurs, d'autant plus que la nouvelle Pac supprime les aides à la conversion après cinq ans. La commission bio du Cniel a proposé de renforcer la communication, ce qu'a accepté le Conseil d'administration, en espérant une reprise de la consommation.

## **La création de valeur peut-elle s'appuyer sur la démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait ?**

Dans un rapport de FranceAgriMer de 2020, la filière laitière française est considérée comme étant la plus compétitive du monde. Nous pouvons en être fiers, même si des points d'amélioration subsistent. Notre démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait* doit nous permettre d'y répondre. À date, les indicateurs de nos huit engagements se trouvent dans une bonne trajectoire. La progression des indicateurs économiques, qui avancent modestement, est à conforter. Le renouvellement des générations en dépend largement.

## **Le renouvellement des générations reste donc un point faible ?**

Oui. Ceci est lié en grande partie à l'économie de l'amont laitier, sans oublier l'impact des évolutions sociales. Le Cniel s'emploie, à son niveau, à promouvoir les métiers du lait tout en restant vigilant sur l'adéquation entre les décisions gouvernementales et la situation réelle des acteurs laitiers. Notre souci est, en effet, d'inscrire les enjeux de la filière dans l'agenda politique français et européen. L'étude prospective en cours, «France laitière 2030», va nous permettre d'affiner une vision stratégique collective et d'être force de proposition pour pérenniser l'activité laitière dans les territoires. Notre filière participe à la souveraineté alimentaire de la France et à la sécurité alimentaire mondiale. Gardons ce cap. ■

# Le Cniel, une interprofession

Les représentants des quatre collèges du Cniel sont engagés pour construire dans l'intérêt de ses acteurs et des consommateurs.

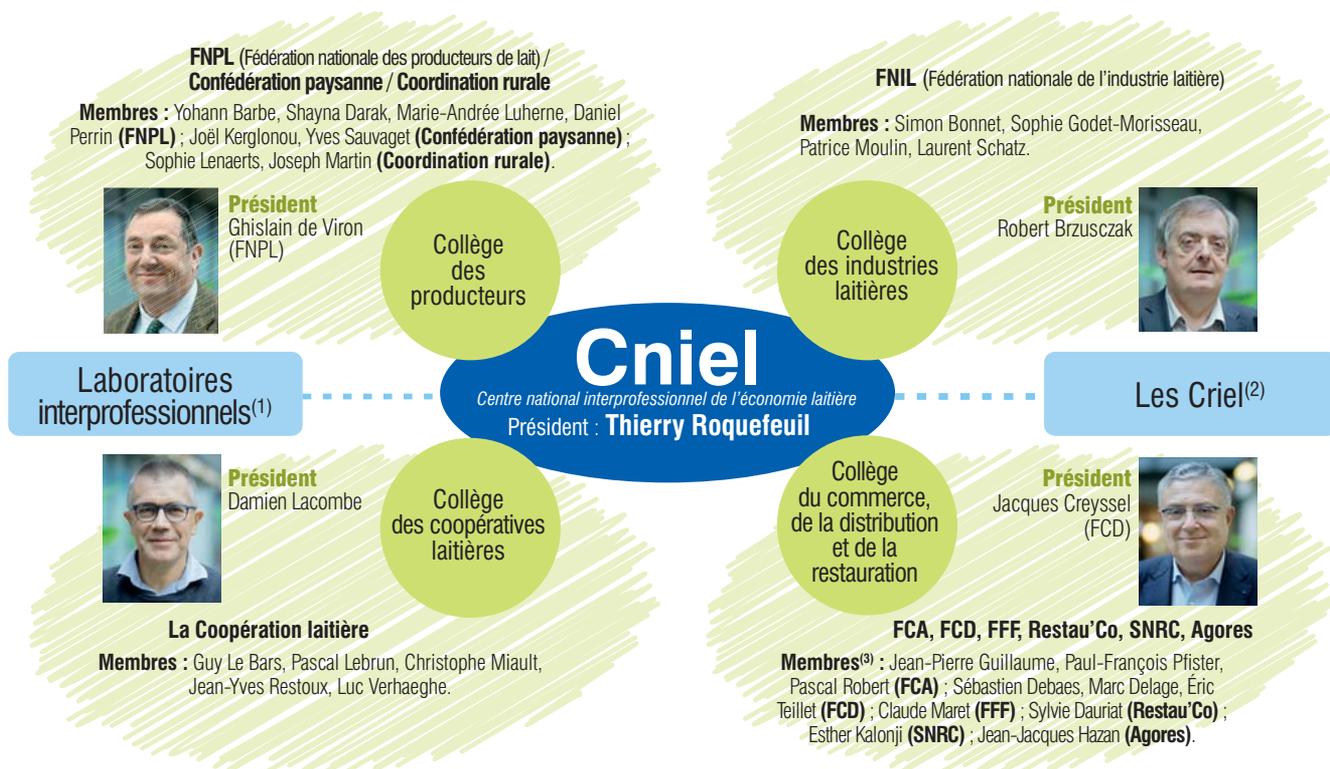
## Qui sommes-nous ?

Créé en 1974, Le Centre national interprofessionnel de l'économie laitière (Cniel) est l'association qui regroupe les organisations représentant les producteurs de lait de vache, les entreprises laitières privées, les coopératives laitières, et les acteurs du commerce, de la distribution et de la restauration collective. Il fait appel aux compétences d'une équipe pluridisciplinaire, de 100 personnes, en réseau avec les acteurs de la filière et ses parties prenantes.

## Notre projet

Le Cniel incarne la volonté commune de ses membres de coopérer pour construire une filière laitière structurée, performante et durable, ancrée dans les territoires et ouverte sur la société et le monde d'aujourd'hui et de demain. Ensemble, dans le cadre de cet organisme commun reconnu par les Pouvoirs publics français et européens, ils déterminent la stratégie collective de la filière à court et moyen termes.

## Le Conseil d'administration

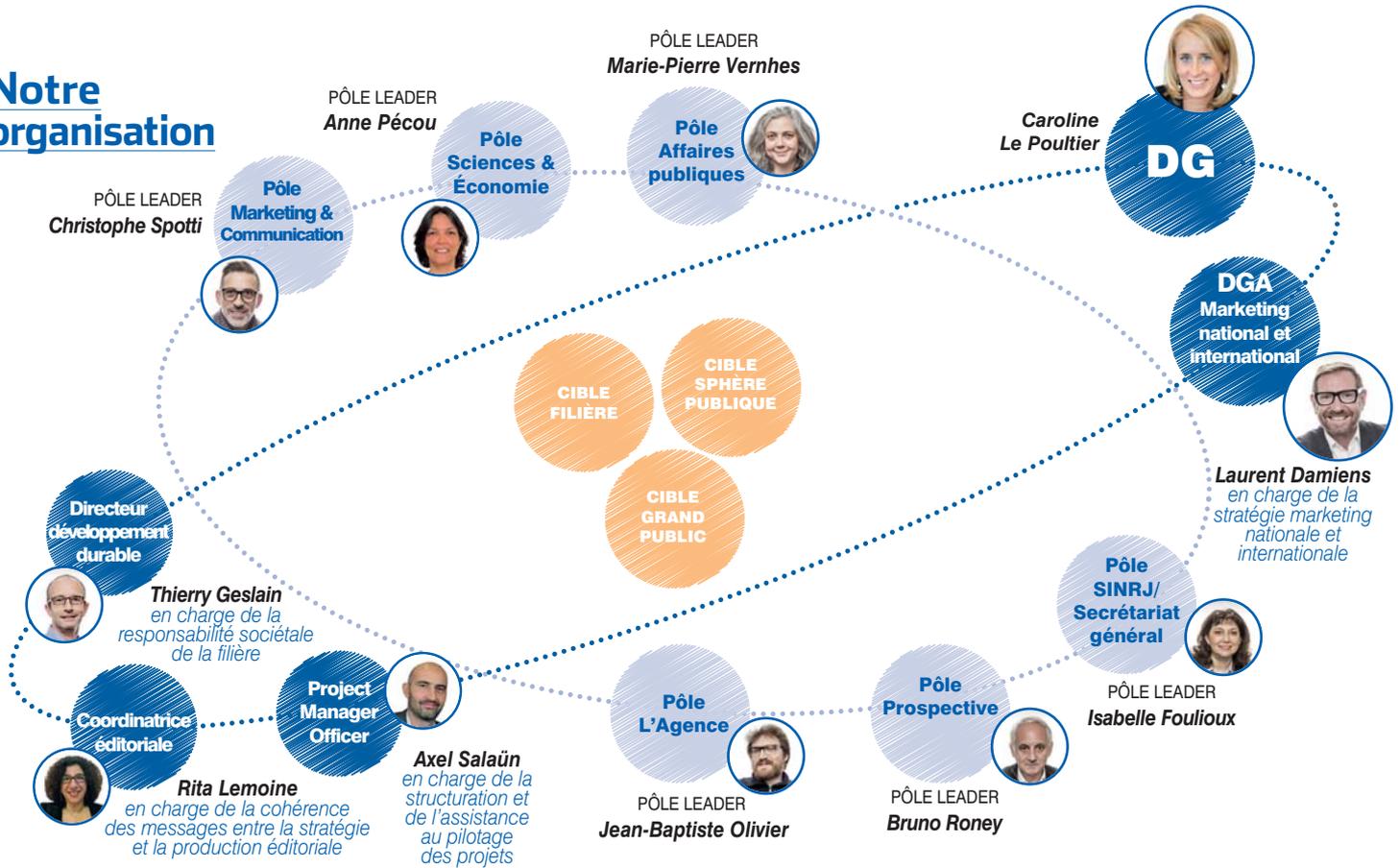


<sup>(1)</sup> Les laboratoires interprofessionnels sont gérés par les producteurs et les transformateurs. Ils permettent de déterminer la qualité individuelle des laits livrés par les producteurs, en vue du paiement du lait. Le Cniel garantit l'analyse équitale de ces laboratoires. <sup>(2)</sup> Les Centres régionaux interprofessionnels de l'économie laitière sont les interprofessions régionales. Les Criel sont au nombre de huit. <sup>(3)</sup> FCA (Fédération du commerce associé), FCD (Fédération du commerce et de la distribution), FFF (Fédération des fromagers de France), Restau'Co (Réseau interprofessionnel de la restauration collective), SNRC (Syndicat national de la restauration collective), Agores (Association nationale des directeurs de la restauration collective).

# engagée pour la filière laitière

ensemble une filière laitière de confiance, performante et durable,

## Notre organisation



## Les domaines d'activité de l'équipe Criel

### MARKETING & COMMUNICATION

- Stratégies marketing et communication grand public.
- Promotion et communication en France et à l'international.
- Pilotage des flagships New York et Shanghai.
- Animation du réseau EMF, European Milk Forum.

### SCIENCES & ÉCONOMIE

- Économie et filières.
- Techniques d'élevage et bien-être animal.
- Environnement.
- Qualité du lait et laboratoires interprofessionnels.
- Recherche scientifique en nutrition, technologie, sécurité sanitaire.
- Animation des Criel.

### AFFAIRES PUBLIQUES

- Information auprès des professionnels laitiers.
- Ingénierie pédagogique.
- Relations presse.
- Relations extérieures et dialogue sociétal filière.
- Relations institutionnelles.

### L'AGENCE

- Création d'outils de communication intégrés (édition, identité visuelle, animation, vidéo...).
- Création de manifestations internes et externes grand public, professionnelles, institutionnelles.
- Conseil, conception et suivi de projets digitaux.

### PROSPECTIVE

- Veille média et documentaire.
- Études, analyses et évaluations dans les domaines :
  - Marketing et communication,
  - Usages, attitudes et comportements,
  - Ethnologiques et sociologiques (OCHA),
  - Économiques,
  - Statistiques.

### SINRJ/SECRETARIAT GÉNÉRAL

- Gestion des instances statutaires et des filiales.
- Gestion budgétaire.
- Expertise et développement des systèmes d'information.
- Affaires juridiques.
- Ressources humaines.
- Services généraux de la Maison du lait.

## L'ANNÉE 2021 DANS LE RÉTROVISEUR

### Une année de tension sur les marchés

Après la récession historique subie en 2020, l'activité économique française et mondiale est nettement repartie en 2021. Mais cette reprise économique a été à l'origine d'un fort rebond de la demande, créant notamment des goulots d'étranglement dans le fret international et engendrant des tensions sur les disponibilités de certains produits. Le second semestre a ainsi été marqué par la hausse importante des prix des matières premières agricoles et non agricoles, entraînant une augmentation sensible des coûts sur l'ensemble de la filière. Au bilan, la collecte française 2021 a reculé (-1,2%), entravée par une hausse des charges d'exploitation et un cheptel laitier qui poursuit son repli (-1,8%).

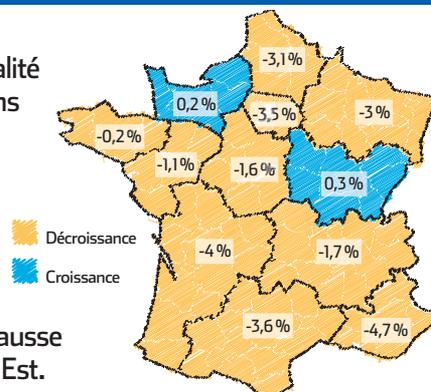
Après une année 2020 atypique sur le marché domestique, 2021 fut également marquée par des restrictions de déplacements et de consommation. La restauration hors domicile a cependant retrouvé un certain niveau d'activité et les achats de produits laitiers par les ménages ont affiché des tendances plus proches de celles de la période pré-Covid. Mais l'inflation enregistrée depuis la fin 2021 pourrait modifier à nouveau certains comportements.

Les tensions sur les cours pourraient en effet se poursuivre une partie de l'année 2022, en fonction de l'évolution de la pandémie, des enjeux géopolitiques mondiaux et de l'évolution de la production au sein des grands bassins exportateurs. Dans ce contexte, l'interprofession laitière demeure très attentive à tous les signaux pour fournir une information fiable, afin d'étayer les décisions de l'ensemble des acteurs de la filière.

# Les chiffres de la

## LA COLLECTE DANS LES RÉGIONS (évolution entre 2020 et 2021)

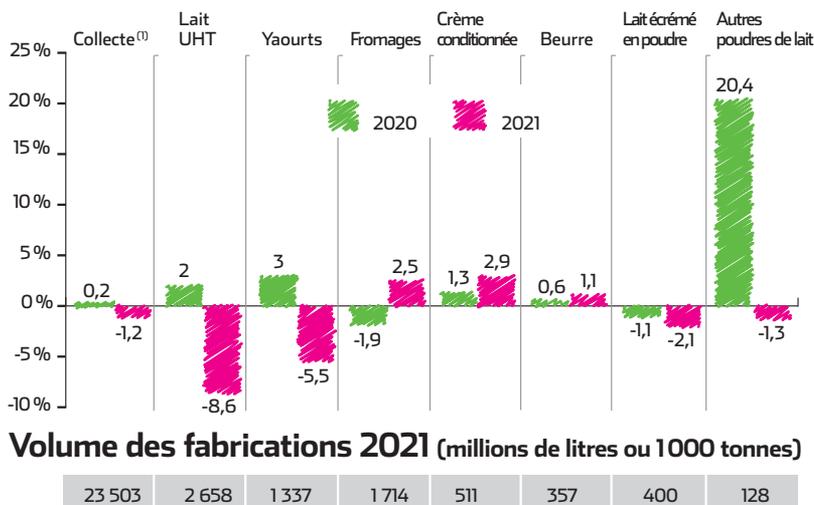
En 2021, le repli de la collecte nationale a affecté la quasi-totalité du territoire, seules deux régions affichant une hausse modérée. La dynamique s'essouffle à l'ouest et la déprise se poursuit dans le sud-ouest. La tendance baissière touche également des régions où la collecte était nettement en hausse en 2020, notamment le Grand Est.



## LA FABRICATION FRANÇAISE DE PRODUITS LAITIERS

Avec une collecte en recul par rapport à 2020 et des comportements de consommation des Français revenus sur une trajectoire plus proche de la période pré-Covid, la dynamique des fabrications a évolué en faveur des fromages et de la crème, au détriment du lait liquide, de l'ultra-frais et des poudres.

### Évolution des fabrications françaises de produits laitiers



➤ **La collecte de lait de vache** en 2021 est de 23,5 milliards de litres.

(1) Effet année bissextile neutralisé.

# filière laitière en 2021

## EN CHIFFRES

**50 000**

Nombre d'exploitations (2020)

**476 000**

litres de lait

Production moyenne par exploitation (2020)

**720**

Nombre de sites de transformation (2019)

**300 000**

Emplois dans la filière, répartis sur tout le territoire (2018)

**40**

milliards €

CA de l'industrie laitière (2018)

**7,7**

milliards €

CA export (2021)

Lait et produits laitiers

**3,4**

milliards €

Excédent commercial (2021)

Lait et produits laitiers

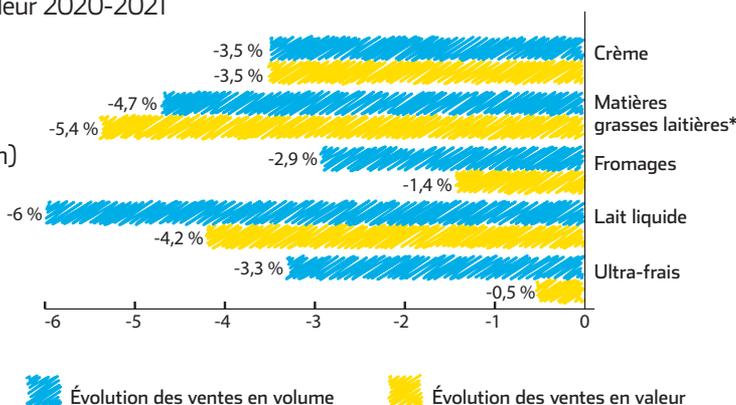
Sources: EAL, ESANE, Eurostat

## LES VENTES EN MAGASIN

Suite à la forte hausse connue en 2020, conséquence de la chute d'activité de la restauration hors foyer, les ventes en magasin ont nettement reculé en 2021. L'ensemble des segments affiche un repli, y compris les catégories qui avaient bénéficié des confinements, comme le lait liquide et l'ultra-frais. Les niveaux de consommation se rapprochent de ceux observés avant la crise Covid-19.

Évolution volume et valeur 2020-2021

18,2 Mds d'euros de chiffre d'affaires en GMS\*\* (estimation)

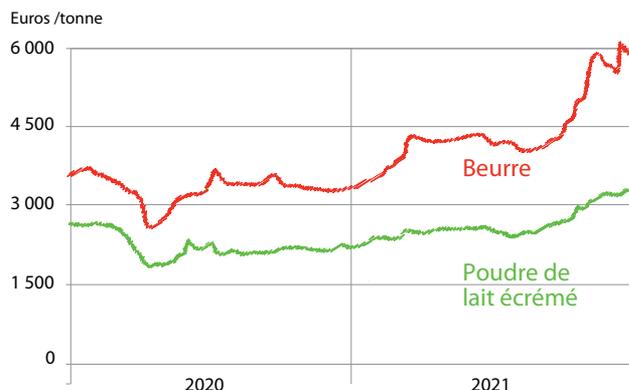


\* Beurre et matières grasses laitières allégées.  
\*\* Grandes et moyennes surfaces, dont hard discount, e-commerce et drive.

## LES COTATIONS

### Envolée des cours de la poudre et du beurre au second semestre

Impactés par les mesures sanitaires en 2020, les cours des commodities laitières ont évolué positivement en 2021, sous l'effet de la reprise économique mondiale et de l'offre restreinte dans plusieurs bassins laitiers exportateurs. Les prix ont très fortement progressé au second semestre et dépassent, en fin d'année, les 6 000 €/t pour le beurre et les 3 300 €/t pour la poudre de lait écrémé.



> **Le prix du lait<sup>(2)</sup> de vache** s'établit en moyenne à 363 euros / 1 000 litres en 2021.

(2) Lait à 38g/l de MG et 32g/l de MP - incidence qualité et primes comprises - tous types de lait y compris AOP et bio.

# Calendrier 2021

De salons en congrès, en passant par a fait avancer la cause des produits

## ZOOM SUR...

### JANVIER

## Bâtiments d'élevage : des webinaires pour sensibiliser le terrain !

L'adaptation des bâtiments d'élevage aux conditions chaudes estivales est un sujet sur lequel le Cniel est engagé depuis plusieurs années, aux côtés de partenaires dont l'Idel, le BTPL, le réseau des chambres d'agriculture, etc., notamment dans le cadre du programme « bâtiments d'élevage laitier de demain ». Les conclusions et solutions techniques issues de ce groupe ont été présentées lors de deux webinaires qui ont rassemblé 390 personnes, majoritairement des conseillers et techniciens d'élevage. Elles ont également été synthétisées sur différents supports, diffusés largement sur le territoire et disponibles sur [cniel-infos.com](http://cniel-infos.com).



gras du Cniel. Durant ces rencontres, des chercheurs et experts se sont succédé pour présenter les dernières connaissances sur la matière grasse laitière, et ont couvert de nombreuses thématiques : socio-économiques, culturelles, nutrition-santé, élevage, techno-fonctionnalités et sanitaires. Les données présentées sont notamment issues de programmes de recherche financés par le Cniel. Chacune des trois sessions thématiques a réuni plus de 300 participants.

### JANVIER



## Le monde invisible des produits laitiers

Les techniques d'imagerie, et notamment la microscopie, contribuent significativement à faire avancer les connaissances pour améliorer la qualité. L'ouvrage *Le monde invisible des produits laitiers*, coédité par le Cniel et l'Inrae, a pour ambition de montrer la vie microscopique du monde laitier. Il s'adresse à tous les curieux des mystères

de la biologie, aux amateurs de lait et à tous les acteurs de la filière française qui œuvrent au quotidien à la qualité des produits laitiers.

### FÉVRIER

## Les Mardis gras du Cniel

Initialement prévue en présentiel, la journée « matière grasse » organisée par le Cniel pour les professionnels laitiers a dû s'adapter aux mesures sanitaires en vigueur. Elle a finalement pris la forme de trois webinaires, appelés *Les Mardis*



### MARS

## Les crémiers-fromagers à la loupe !

En 2020, la Fédération des fromagers de France, le Cniel et le Cnaol ont réalisé une étude approfondie auprès de crémiers-fromagers. L'objectif était d'avoir une meilleure connaissance des crémiers-fromagers d'aujourd'hui afin de mieux travailler avec eux. Le cabinet d'études Ifop a été retenu pour cette étude qui a été menée en deux temps. Les conclusions des deux études, l'une qualitative et l'autre quantitative, ont été présentées aux professionnels laitiers et aux adhérents de la Fédération des fromagers de France au cours de deux webinaires en juin et juillet 2021. Les rapports complets sont disponibles sur [cniel-infos.com](http://cniel-infos.com).

de nombreux échanges et partenariats, en France comme à l'international, le Cniel laitiers tout au long de l'année. Panorama des événements les plus marquants.



### Programme EMF « Covid Crisis »

Un programme de promotion des produits laitiers en restauration hors foyer et en grande distribution a été réalisé dans le cadre d'un programme soutenu à 80% par la Commission européenne pour restaurer des conditions normales de marché pour les produits laitiers après le choc de la crise du Covid et la fermeture des restaurants, cafés, lieux de restauration scolaire et d'entreprise... Des animations et des outils de communication ont été proposés aux restaurants scolaires et à la restauration commerciale, ainsi que des actions de promotion en points de vente dans plusieurs enseignes de distribution.

### Aquitanima, le stand virtuel

Le Cniel devait être présent pour la première fois sur Aquitanima,



le salon professionnel qui se tient en marge du Salon de l'agriculture de Nouvelle-Aquitaine, à Bordeaux. Mesures sanitaires obliges, c'est sur un stand virtuel que les visiteurs ont pu nous retrouver et (re)découvrir la démarche *France Terre de Lait*.

### JUIN



### Bilan innovation laitière

Le 15 juin, 63 professionnels laitiers ont participé au webinaire « Bilan mondial de l'innovation laitière 2020 dans le monde » proposé par Mintel et le Cniel. Le résultat à retenir, 6% de produits nouveaux en moins en 2020. La pandémie de Covid-19 et le ralentissement économique engendré auraient-ils eu un impact négatif sur l'innovation en 2020 ? Un bilan complet est à retrouver sur [cniel-infos.com](https://cniel-infos.com).

### JUILLET

### La RHF en recul en 2021

Le 9 juillet 2021, a eu lieu une restitution de l'étude « Achat de produits laitiers en restauration hors foyer » proposée par GiraFoodservice et le Cniel.

### ZOOM SUR...

### AVRIL

## Vers un déploiement dans les lycées agricoles



Pour la seconde édition du challenge *France Terre de Lait* des lycées agricoles, un webinaire de présentation de la démarche de responsabilité sociétale de filière a été proposé aux enseignants accompagnant les équipes de BTS inscrites. L'école du Nivot, en Bretagne, a sollicité le Cniel pour l'accompagner dans le déploiement du programme Ferme Laitière Bas Carbone au sein de son établissement, ce qui s'est fait en plusieurs étapes tout au long de l'année. Forts de cette expérience, le Cniel et la DGER ont signé, lors du Salon de l'agriculture 2022, une convention de partenariat pour officialiser le déploiement de projets majeurs de *France Terre de Lait* au sein des lycées agricoles, au travers de plusieurs actions.

Celle-ci montre que l'année 2020 restera parmi les plus noires en termes de débouchés pour les produits laitiers en restauration. Les achats se sont retractés de 25% par rapport à l'année 2019. Un bilan complet est à retrouver sur l'extranet du Cniel, Sinaps : <https://sinaps.maisondulait.fr>.

## ZOOM SUR...

### MAI

## France Terre de Lait, une équipe qui gagne !

Le 5 mai dernier, au cœur de la Normandie, cinq professionnels volontaires de la filière se sont rencontrés afin de jouer leur propre rôle sur le tournage de la nouvelle campagne de communication *France Terre de Lait*. Luc, producteur de lait, Hélène, productrice de lait, Jean-Luc, chauffeur-collecteur, Antoine, laborantin, et Jessica, crémillère-fromagère, ont représenté l'ensemble des acteurs de la filière, de la terre jusqu'à l'assiette. Cette campagne incarne chaque maillon de la filière et met en lumière les valeurs qui unissent celles et ceux qui font le lait et les produits laitiers : fierté, responsabilité et détermination. Avec un nouveau cri de ralliement « Ensemble, construisons une *France Terre de Lait* durable » et les maillots bleus *France Terre de Lait*, le collectif renforce les engagements de la démarche de



responsabilité sociétale de la filière. Afin d'accompagner la sortie de cette nouvelle campagne, et à l'occasion de la Journée mondiale du lait le 1<sup>er</sup> juin 2021, le site [franceterredelait.fr](http://franceterredelait.fr) a fait peau neuve avec un objectif : incarner le dialogue entre les acteurs de la filière et ses parties prenantes. Témoignages, interviews, reportages terrain, vidéos et podcasts. En 2021, c'est plus d'une vingtaine de personnalités déjà interrogées et rencontrées pour échanger, débattre et relever ensemble les défis de la filière laitière française.

## SEPTEMBRE

### Le Cniel au Mondial du fromage !



Pour la première fois, le Cniel s'est associé au Cnaol et à la Fédération des fromagers de France pour porter un stand au Mondial du fromage, un salon professionnel dédié aux crémiers-fromagers et à leurs acheteurs français et internationaux. Pour l'occasion, le Cniel a organisé une conférence sur les nouvelles attentes des crémiers-fromagers en France et à l'international, à partir des résultats de deux études commandées par le Cniel et la Fédération des fromagers de France à l'Ifop.

### 35<sup>e</sup> édition du Space

Avec près de 75 000 visiteurs, c'est une très belle édition de reprise du Space qui s'est tenue à Rennes du 14 au 16 septembre 2021, dans un contexte sanitaire incertain. Le Cniel, présent pour la première fois sous la bannière *France Terre de Lait*, aux côtés du Cilouest, a pu y organiser de nombreuses conférences à guichets fermés, ainsi que des animations sur son stand, notamment en partenariat avec le laboratoire interprofessionnel MyLab et le consortium HappyGrass.



## JUILLET

### AOP laitières durables

Après la crise Covid et dans le prolongement de la loi EGalim, le Cnaol et les 51 fromages, beurres et crèmes AOP ont lancé une démarche de progrès pour valoriser et renforcer leurs engagements de durabilité dans le but de les transcrire dans les cahiers des charges d'ici à 2030. Relevant des trois piliers du développement durable, six thématiques ont été définies. En phase avec les attentes sociétales, 18 objectifs transversaux et communs à



l'ensemble des AOP laitières y ont été associés. Avec la démarche « AOP laitières durables », les réponses des AOP dépasseront la promesse d'origine et de qualité.

## AOÛT

### Accord interprofessionnel renouvelé

L'année 2021 a été marquée par le renouvellement de l'accord interprofessionnel national relatif au paiement du lait de vache selon sa composition et sa qualité hygiénique et sanitaire. Le nouvel accord, en cours d'extension, sera déployé sur la période 2022-2025.

## Journée d'intégration pour le Conseil d'administration

L'année 2021 a été marquée par un fort renouvellement des membres au sein du Conseil d'administration du Cniel. En marge du Space, une journée d'intégration a donc été organisée, pour permettre aux nouveaux administrateurs de mieux appréhender l'Interprofession et la démarche de responsabilité sociétale portée par la filière laitière, de se rencontrer, d'échanger, et de participer à la visite guidée d'un hypermarché.

## France laitière 2030

Le Cniel mène actuellement une réflexion prospective intitulée France laitière 2030. L'ambition de ce projet est de se doter d'une compréhension commune des tendances d'évolution de notre environnement, en vue d'alimenter la construction d'une vision stratégique partagée pour la filière. Dans ce cadre, plus de 200 personnes ont été consultées en 2021 et début 2022 au travers d'entretiens, d'enquêtes et d'ateliers de réflexion. Grâce à ces différentes consultations, le Cniel va construire au cours du premier semestre 2022 une feuille de route collective pour les années à venir.

## OCTOBRE

### La pizza aux 834 fromages français !

La filière laitière française a lancé un défi de taille au youtubeur Morgan VS, au Meilleur Ouvrier de France François Robin et au chef Julien Serri : mettre à profit leurs savoir-faire et leur passion des



fromages français en réalisant la pizza au plus grand nombre de fromages. Le 25 septembre 2021, ils ont réalisé la pizza aux 834 fromages français et ont battu le record du monde en présence du jury du Guinness World Records ! Il aura fallu pas moins de 2 kg de fromages, une équipe de choc et des mois d'entraînement au cœur des terroirs de la France aux mille fromages pour réaliser cette véritable prouesse.

### Retour au Sommet de l'élevage

Après une année blanche, le Sommet de l'élevage a rouvert ses portes et inauguré son nouveau hall 2.



Le Cniel, le Criel AMC et le laboratoire interprofessionnel Agrolab's étaient présents sur un stand *France Terre de Lait*, sous le signe du collectif, avec la campagne « Ensemble, construisons une France Terre de Lait durable ».

### Halte à la salmonellose

Le Cniel a organisé un webinar le 8 octobre pour présenter les résultats finaux du projet SalmoVac (2018-2021), soutenu par l'Interprofession et mené en partenariat avec le GDS de l'Orne. Ce travail a montré les effets bénéfiques de la vaccination au Salmoplast® et de l'adjonction de levures

à l'alimentation des vaches et génisses laitières pour limiter l'excrétion fécale et baisser l'exposition des individus sains à un environnement contaminé, et aider à casser le cycle de contamination par la voie oro-fécale. Le rapport final et la fiche de synthèse du projet sont disponibles à la demande.

## Au salon Change Now



Lors du Change Now 2021, sommet international d'envergure pour accélérer la transition vers un monde plus durable, le Cniel a organisé, le 28 octobre 2021, une masterclass sur la thématique du bien-être animal. Ceci a permis au Cniel de rencontrer les ONG et associations pour discuter des questions de société, et de faire connaître les engagements collectifs de la filière sur ce sujet.

### Partenariat Cirad pour un export responsable

Le Cniel a établi un partenariat avec le Cirad pour étudier les stratégies RSE des firmes investissant ou exportant du lait sur le continent africain, dans la perspective de trouver les solutions pour promouvoir un export français durable dans le respect des filières laitières locales. À l'occasion du salon Pro durable, le Cniel et le Cirad sont intervenus lors d'une table ronde sur cette thématique des « exportations laitières responsables ».





ZOOM SUR...

NOVEMBRE

## Au Salon des maires

Pour la première fois, la filière laitière était au Salon des maires et des collectivités locales. Temps fort politique précédant le Salon de l'agriculture et l'élection présidentielle, cet événement a été l'occasion pour la filière de réaffirmer aux élus locaux et aux acteurs des territoires que chaque région est une terre de lait, de positionner le Cniel et les Criel comme des partenaires et des facilitateurs des politiques publiques, et enfin de promouvoir l'image d'une filière laitière capable de saisir les opportunités en lien avec l'innovation, l'aménagement du territoire, la formation ou encore la souveraineté alimentaire.

Organisée en coordination avec l'Association des maires de France (AMF), qui a tenu en parallèle son 103<sup>e</sup> congrès annuel, cette 20<sup>e</sup> édition était centrée sur les transitions et les transformations durables. La filière laitière a mis à l'honneur ses régions avec la venue notamment de Christophe Limoges et de Johan Fonteniaud, respectivement président et animateur du Criel Nouvelle-Aquitaine, pour témoigner de leur programme local ACcéLair et de Ferme Laitière Bas Carbone à l'occasion d'une conférence avec Caroline Le Poutier sur « Grands défis sociétaux : comment traduire les politiques publiques nationales sur les territoires ? ».

En présence des professionnels des quatre collèges et des Criel, la filière a porté auprès des élus le livre blanc national ainsi que ses onze déclinaisons régionales. Députés et sénateurs, ministres et candidats, maires – souvent producteurs de lait eux-mêmes – sont venus échanger avec la filière sur leurs enjeux territoriaux. Avec plus de 45 000 visiteurs en trois jours, le Salon des maires a été un événement moteur pour la dynamique de *France Terre de Lait* auprès d'une cible institutionnelle et politique.

## OCTOBRE

### Poursuivre la décarbonation de la filière laitière

En octobre 2021, le Cniel a lancé un appel à solutions innovantes pour poursuivre la réduction des émissions de gaz à effet de serre de la filière. En 2022, les porteurs de projets sélectionnés présenteront aux membres de la filière leurs solutions, qu'elles soient finalisées ou en cours de développement. Après évaluation de leur potentiel d'atténuation et de leur faisabilité, la filière pourra les utiliser dans sa réflexion sur de nouveaux objectifs de progrès à horizon 2030, c'est-à-dire au-delà de ses objectifs actuels établis dans le cadre de *France Terre de Lait*.

### Une première pour Agrimax !



En 2021, le Cniel a participé pour la première fois au salon professionnel du Grand Est, Agrimax, à Metz. L'occasion de présenter la démarche *France Terre de Lait* et les engagements pris par la filière laitière à horizon 2025.

### Nourrir des animaux pour nourrir des hommes ?

Le 22 octobre 2021, dans le cadre d'un projet européen EMF en faveur d'une alimentation humaine saine et durable, une

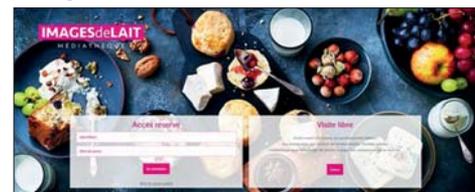
conférence a permis de présenter les premiers résultats d'une étude sur la contribution des élevages laitiers à la production alimentaire humaine, et la capacité de la filière laitière à valoriser les protéines végétales non consommables par l'homme en protéines laitières. En effet, 89% des protéines végétales ingérées par les vaches ne sont pas consommables par l'homme. Ces résultats ont été complétés par une intervention sur les intérêts nutritionnels des protéines laitières.

## NOVEMBRE

### Challenge FCD

En partenariat avec la FCD et la FCA, le Challenge Rayon coupe s'est tenu pour la seconde année. L'objectif est de valoriser l'engagement des enseignes ainsi que le savoir-faire, la passion et le professionnalisme des équipes en charge de ce rayon. Les gagnants régionaux ont été sélectionnés sur photos et entretiens individuels. Un article dans le journal local, les mettant à l'honneur, a été publié la semaine précédant les fêtes de fin d'année. Remise des prix et nomination du gagnant national au SIA 2022.

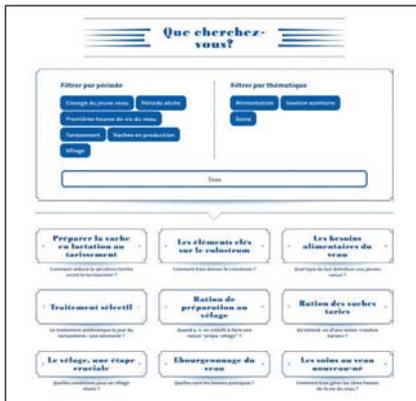
### Images de Lait fait peau neuve



En 2021, ouverture de la nouvelle médiathèque du Cniel [imagesdelait.com](https://www.imagesdelait.com), suite à une refonte complète de l'ancienne photothèque, qui n'était plus

dans l'air du temps. Elle est désormais composée de 7 thématiques, par exemple : « autour du lait et des produits laitiers », « de la ferme à l'assiette ».... Avantage : plus de mot de passe et visite libre. Elle est destinée principalement à la presse, aux professionnels laitiers, aux enseignants et aux services de communication.

## Prévenir les risques santé des vaches tarées et avoir des veaux robustes



Les premiers jours de la vie du veau sont déterminants pour la carrière de la vache ; un veau robuste et en bonne santé, ce sont des soins au quotidien et une alimentation adaptée. Quant au tarissement et à la conduite des vaches durant la période sèche, ils impactent le vêlage et la lactation suivante. C'est pourquoi le Cniel a développé la plateforme web *De la vache au veau*, qui s'adresse aux éleveurs et à leurs conseillers techniques et rassemble de nombreuses fiches techniques\*, vidéos, infographies, pour accompagner la gestion de ces périodes clés. Rendez-vous sur [de-la-vache-au-veau.cniel.com](http://de-la-vache-au-veau.cniel.com).

\* Réalisées à partir des travaux financés par le Cniel et menés par l'Institut de l'Élevage.

## DÉCEMBRE



### Publication du second rapport RS de la filière laitière

Depuis le lancement de la démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait* en janvier 2020, le Cniel publie désormais tous les ans les résultats de sa démarche collective de développement durable. Cette seconde édition, parue fin 2021, a permis de montrer que la filière était dans une bonne dynamique de progrès sur l'ensemble de ses engagements, et entretenait un dialogue continu avec ses parties prenantes externes, représentantes de la société civile.

### Scruter les marchés européens

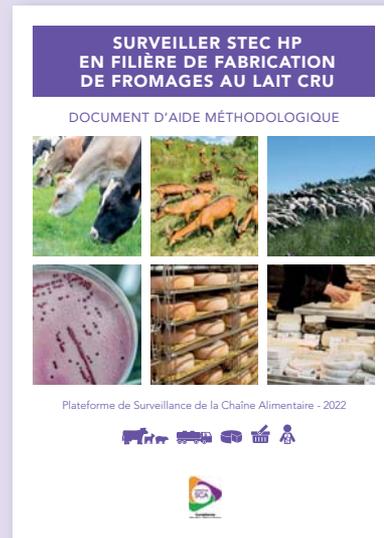
Le Cniel a proposé aux professionnels laitiers de suivre la présentation, en 2021, au travers de webinars, d'études qui permettent d'explorer l'opportunité de communiquer en Europe :

- une étude sur la perception de la filière laitière française et l'image des fromages français au Royaume-Uni et en Allemagne ;
- une analyse des marchés des

## ZOOM SUR...

### DÉCEMBRE

## Surveiller les STEC



Le Cniel, en partenariat avec la DGAL, publie un document d'aide méthodologique pour surveiller les STEC HP en filière de fabrication de fromages au lait cru. Ce document est une production de la plateforme de surveillance de la chaîne alimentaire (SCA). Il est également le fruit de l'effort collaboratif mené par un groupe de travail piloté par le Cniel et par la DGAL. Les acteurs de la production primaire, de la transformation fromagère, de la distribution et de la santé humaine, et des experts scientifiques ont fait également partie du groupe de travail. Cet outil a pour ambition d'améliorer la surveillance à chaque maillon de la chaîne alimentaire et d'obtenir une plus grande cohérence dans la mise en place des actions de surveillance. Plus d'informations sur le [site de la plateforme SCA](http://site.de.la.plateforme.SCA) ou sur [cniel-infos.com](http://cniel-infos.com). ■

produits laitiers en Europe de l'Ouest et des tendances porteuses de l'alimentaire et plus particulièrement des produits laitiers.

Exemple d'encart pédagogique pour les prospectus en magasins.

## MARCHÉS

# Booster les ventes de produits bio

Le segment bio est confronté à l'enjeu de l'équilibre entre offre et demande. Le Cniel se mobilise à tous les niveaux.

La collecte de lait biologique a poursuivi sa progression en 2021. Tirée par les volumes entrés en conversion ces deux dernières années, elle a atteint 1,23 milliard de litres, soit près de 11 % de plus qu'en 2020. Ces 125 millions de litres de lait bio supplémentaires ont eu plus de difficultés que les années précédentes à se faire une place dans le panier des Français, dans un contexte où la consommation de produits laitiers biologiques

a nettement ralenti par rapport à son rythme des années précédentes.

### La demande en recul

Dans la grande distribution, qui concentre plus de 80 % des débouchés des produits laitiers biologiques, la baisse est particulièrement marquée, avec un recul de 7,5 % par rapport à 2020. Ce chiffre doit cependant être nuancé dans la mesure où 2020 avait connu une hausse significative des achats des ménages, liée aux confinements suite à la crise sanitaire et à la fermeture de la restauration hors domicile... Pour autant, les ventes en 2021 sont à leur niveau pré-Covid, le marché du bio n'affiche plus les dynamiques de croissance passées. Concurrence du local/made in France, innovations moins impactantes, tendance baissière pour les produits laitiers en général, les causes sont multiples. Avec pour conséquence un déséquilibre

**CONNAISSEZ-VOUS les produits laitiers bio ?**

On dénombre partout en France près de **4000 éleveurs producteurs de lait de vache bio**, et plus de **200 laiteries** qui fabriquent avec ce lait des produits laitiers bio de toutes sortes : lait, yaourts, desserts lactés, crèmes, beurres, fromages blancs, fromages, etc.

À toutes les saisons et pour tous les goûts !

La production en bio respecte un cahier des charges défini au niveau européen : **Les vaches ont une alimentation variée et bio** issue majoritairement de prairies et de cultures produites sur l'exploitation, et elles ont un **accès permanent aux pâturages** quand les conditions météo le permettent.

**COMMENT RECONNAÎTRE un produit laitier bio ?**

Grâce au logo européen, également appelé Eurofeuille, toujours présent sur les étiquettes et au logo AB qui l'accompagne régulièrement.

**Logos Eurofeuille et AB : QUELLE DIFFÉRENCE ?**

Le logo bio européen est obligatoire sur tous les produits issus de l'agriculture biologique fabriqués en Europe et conformes à la réglementation bio européenne.

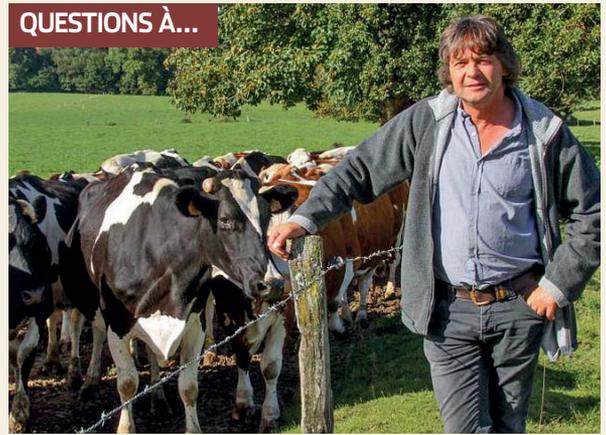
La marque AB appartient au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Elle est utilisée sur les produits bio respectant le cahier des charges bio français.

**Les produits laitiers, c'est tellement BIO!**

Cniel

Animation Produits laitiers bio sur le salon Natexpo (octobre 2021).

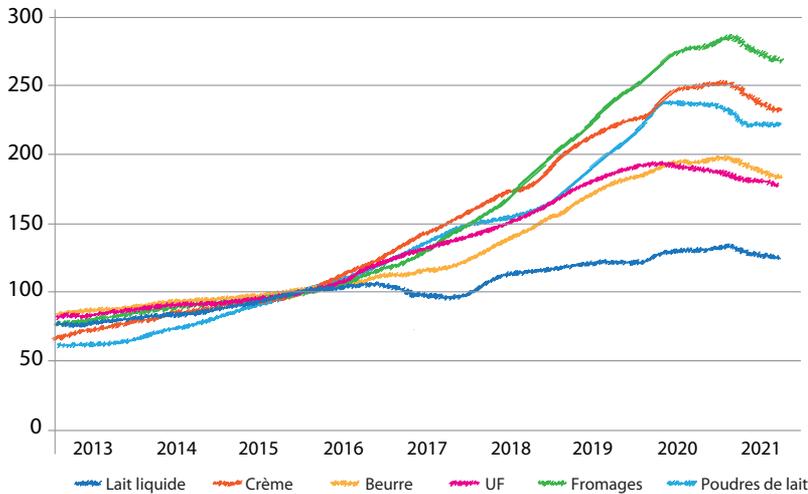




Yves Sauvaget, producteur de lait bio dans la Manche, président de la commission bio du Cniel

## ÉVOLUTION DES VENTES DE PRODUITS BIO

en volume (HM/SM/EDMP/drive – Indice base 100 (2015))



Source : Cniel / FranceAgriMer / Iblele

en points de vente. Un important dispositif de communication a ainsi été déployé à l'automne dernier, en partenariat avec les enseignes de la grande distribution (généralistes et spécialisées bio) : encart pédagogique dans des prospectus, mise en place de **138 animations en points de vente** début décembre, **diffusion d'un spot radio bio** sur les radios classiques et sur les plateformes de streaming Deezer et Spotify, diffusion **d'un podcast sur le lait bio** sur Business of Bouffe, **rediffusion des vidéos** déjà produites avec Loopsider, et partenariat avec **20 Minutes**. Tout cela est venu s'ajouter aux actions menées par le Cniel pour mieux faire connaître les produits laitiers bio. Ainsi, les tournages débutés en 2020 avec le média Loopsider, se sont poursuivis en 2021. Par ailleurs, le Cniel a déposé et obtenu **deux cofinancements européens pour 2022-2024** : l'un pour communiquer vers le grand public, en partenariat avec le Danish Dairy Board, le second à destination des pro-

fessionnels de la filière, de l'éleveur au distributeur, en partenariat avec Interfel. Par ailleurs, la reprise des événements à l'été 2021 a permis de renouveler les partenariats avec la **Fête du lait bio** (du 29 août au 26 septembre) et de retourner physiquement sur les salons **Tech & Bio** (du 21 au 23 septembre) et **Natexpo** (du 24 au 26 octobre). Aussi, le partenariat avec **l'Agence Bio** a été renforcé à l'automne dans le cadre du **salon Restau'Co** et du **Salon des maires et des collectivités locales**, permettant d'assurer la visibilité des produits laitiers bio par les acteurs de la restauration collective. Enfin, pour comprendre les difficultés économiques de ce marché et identifier les leviers d'action, une étude a été commandée à Kantar par le Cniel et a donné lieu à une note de situation. Celle-ci a été envoyée aux médias. Plusieurs interviews de professionnels ont permis d'apporter l'éclairage nécessaire. Il en a découlé une soixantaine d'articles. ■

## Dans son plan de filière en 2017, la filière laitière a pris des engagements à long terme sur le segment bio. Où en est-on ?

La filière laitière a pris des engagements forts vis-à-vis du segment bio, avec notamment l'ambition de doubler la collecte de lait bio en 5 ans. L'objectif est largement atteint aujourd'hui puisqu'en 2021, nous avons dépassé 1,2 milliard de litres de lait bio collectés sur tout le territoire. Pour autant, nous nous étions aussi fixés pour condition de maintenir un équilibre entre l'offre et la demande. Or, nous constatons depuis plusieurs mois un affaissement de la consommation de produits laitiers bio, notamment en grande distribution, ce qui vient fragiliser cet équilibre et ne permet plus de valoriser tous les volumes de lait bio produits.

## Quelles ont été les principales actions et discussions de la commission bio en 2021 ?

La commission bio du Cniel s'est réunie régulièrement pour suivre les tendances de production et de consommation et conduire différentes actions. Nous avons commandé une étude consommateurs auprès du cabinet Kantar pour nous éclairer sur les tendances de consommation. Et nous avons conduit tout au long de l'année des actions de communication et d'influence afin de promouvoir les produits laitiers bio. Notre enjeu est d'actionner un maximum de leviers pour stimuler la consommation et les différents débouchés (GMS, RHD, magasins bio, etc.) et ainsi rétablir l'équilibre entre l'offre et la demande.



Soirée influenceuses au French Cheese Board.



Le chef Coco, ambassadeur des Afrogourmands.

Magazine CREAM chapter édition 2021.



## COMMUNICATION

# Succès international pour les p

Malgré les restrictions sanitaires instaurées sur les différents marchés du monde entier, le Cniel a continué de prendre la parole à l'international pour promouvoir les produits laitiers français.

**A**vec actuellement 14 dossiers cofinancés par la Commission européenne dans 24 pays, dont 6 nouveaux en 2021, le Cniel consolide sa stratégie de soutien à l'export des produits laitiers français. Cette dynamique n'est pas près de ralentir, puisque cinq des six demandes de cofinancement pour 2022-2024 ont été acceptées !

### ASIE-PACIFIQUE

#### La Chine au cœur des défis laitiers

2021 a été marquée par un renforcement des restrictions dans les pays d'Asie, malgré une épidémie de Covid-19 sous contrôle. La Chine a été le marché le moins ouvert pour cause de crise sanitaire, mais pas seulement. Car depuis peu, l'em-

pire du Milieu assimile les associations étrangères, comme le Cniel, à des ONG. De fait, aucune activité n'est autorisée tant que l'association n'a pas créé un bureau de représentation en Chine et soumis son programme d'activité à l'approbation des autorités chinoises. Le processus de création d'un bureau de représentation du Cniel en Chine, lancé en 2019 puis bloqué officiellement à l'été 2020, a pu être relancé en 2021. Il devrait aboutir au premier trimestre 2022. En attendant, La Crèmerie a pu assurer la promotion des produits laitiers

@joeys\_jungle influenceur allemand (abonnés Instagram 996k, YouTube 1,98M, TikTok 331k) et sa sœur Emelyjona (191k abonnés Instagram) en voyage de presse en France.



Lifestreaming avec quatre des influenceurs food les plus réputés de Chine.

Concours de galette des Rois à la Crèmerie.

## PAROLE À...



Frédéric Chausson, directeur des relations extérieures et du développement durable chez Sodiaal

## Le bon moment pour porter nos messages en Chine

« Le marché chinois du lait et des produits laitiers entre aujourd'hui dans une période particulièrement intéressante. Nous constatons une accélération nette de la consommation de certains produits comme la crème, le beurre ou encore le fromage. Tout nous pousse à penser que la Chine va être un importateur significatif pour plusieurs années. C'est donc le bon moment pour délivrer les bons messages et construire l'image de nos produits. La Crèmerie à Shanghai est précieuse dans ce contexte. Ce lieu permet de mettre en avant de façon moderne, conviviale et professionnelle les atouts de la filière laitière française. La Crèmerie et les actions qui y sont déployées ont la capacité de toucher aussi bien les consommateurs chinois que les pouvoirs publics chinois. Elle peut également être utilisée par les entreprises pour y organiser des événements à l'intention de leurs clients ou de leurs salariés. C'est un très bel outil pédagogique au service de tous. »

Pop-up « Rendez-vous avec les fromages de France » - JBR Dubaï novembre 2021.



Carte des 24 pays bénéficiant d'une communication cofinancée par la Commission européenne

# roduits laitiers français

français en Chine. Les communications sur les réseaux sociaux ont été renforcées avec l'ouverture d'un compte Xiaohongshu et la poursuite des partenariats avec des influenceurs cibles. Les « Chefs nights », activités de networking pour les professionnels, et les « Cheese class » pour le grand public ont été lancées avec succès. Bien que les contraintes sanitaires aient été renforcées durant la seconde partie de l'année (double déclaration, désinfection et test Covid-19 des produits et du personnel...), la Food and Drug Administration, qui a effectué



des contrôles hebdomadaires en décembre, a cité La Crèmerie en exemple dans le quartier ! Côté relations institutionnelles, le Conseil agroalimentaire France-Chine (CAFC) a pu maintenir le stand collectif sur le salon CIIE malgré des contraintes sanitaires drastiques.

Salon CIIE 2021 avec le consul général et le conseiller agricole.

## USA

### Le fromage français dans les habitudes de consommation des Américains

De l'autre côté de la planète, le French Cheese Board de New York a poursuivi ses missions de communication auprès des Nord-Américains. Des événements d'influence autour du fromage (soirées, dégustations, relations presse, partenariats) ainsi que des ateliers éducatifs auprès des consommateurs se sont tenus en 2021. Le Cniel a organisé une exposition intitulée Contextomy pour promouvoir le fromage français en tant qu'ingrédient dans des recettes internationales. Parmi les nouveautés, une campagne, cofinancée par l'Union européenne



La devanture du French Cheese Board.



et associant pour la première fois le Cniel et l'Anicap (Association nationale interprofessionnelle caprine), a été lancée pour promouvoir la quasi totalité des fromages français. Des dégustations, des animations sur les réseaux sociaux et sur les plateformes digitales comme Tastemade, ou encore des événements presse, ont permis de sensibiliser les consommateurs et les professionnels. Le French Cheese Board a également mis en avant les atouts du beurre français dans la cuisine, la boulangerie et la pâtisserie. Des partenariats avec des écoles culinaires et des plateformes d'influence ciblant les chefs (StarChef et Chef's Roll) ont été noués pour diffuser les messages. L'année s'est achevée par une soirée de Noël réunissant les entreprises, des influenceurs et les médias.

## AFRIQUE

### De Dakar à Lagos : à la découverte des produits laitiers français !

La campagne Les Afrogourmands, qui s'est terminée en décembre 2021, a séduit durant trois années de suite les consommateurs du Sénégal, du Cameroun, du Nigéria et de la Côte d'Ivoire. Grâce à l'organisation de Masterclass culinaires en live et à la réalisation d'un livret de recettes créatives, le chef Coco, ambassadeur des Afrogourmands en 2021, a démontré qu'il était possible d'associer les produits laitiers français à la gastronomie africaine avec originalité et simplicité. Les six live proposés sur



Un exemple de recette du chef Coco avec le gratin de Niébés aux trois fromages.

les réseaux sociaux ont permis aux nombreux participants, amateurs ou professionnels, de recevoir des conseils avant d'assister à la réalisation d'une recette en direct. Des partenariats avec des influenceurs food et lifestyle, un spot TV et des animations en points de vente ont complété ce dispositif, pour une plus grande connaissance et appropriation des produits laitiers français. La filière laitière française est par ailleurs toujours engagée dans le développement d'un export responsable grâce à un dialogue constant avec les ONG encourageant le développement du lait local en Afrique.

## MOYEN-ORIENT

### De nouvelles approches de communication

Le Cniel poursuit ses actions de communication au Moyen-Orient, principalement à Dubaï et en Arabie saoudite. Ces deux marchés sont parmi les plus matures en termes de consommation de beurre, de crème et de fromage, et tirent vers le haut la part des expor-

tations françaises de produits à forte valeur ajoutée.

De nouvelles approches de communication ont été explorées suite au Covid-19. Pour réaffirmer les atouts des produits laitiers français, le Cniel a intensifié sa stratégie d'influence et multiplié les événements hybrides : séminaires immersifs à Dubaï qui, entre enquêtes, connexions avec la France et ateliers physiques, ont permis à des journalistes et influenceurs de découvrir les spécificités des fromages et de la crème française sans quitter leur pays ; formations en ligne auprès de chefs et d'influenceurs ; challenges sur les réseaux sociaux mettant à l'honneur tantôt le beurre (dans la « brookie family ») ou la crème (dans les « iced coffees »), générant à eux deux pas moins de 10 millions de vues ! Certains partenaires historiques de la région (Atyab Tabkha) ou d'autres plus récents (15smeals) offrent une très forte visibilité avec plus de 4 millions de vues par vidéo ! Pour autant, les formats plus classiques n'ont pas été abandonnés : voyages de presse, masterclasses sur des salons, événements grand public à JBR ou au Riyad Park, tables rondes... et participation au French Market à l'Exposition universelle de Dubaï. Aller à la rencontre des consommateurs, des cibles professionnelles, des journalistes et des influenceurs – dans le respect des contraintes sanitaires – reste (et restera) le meilleur moyen de faire déguster et rayonner les produits laitiers français au Moyen-Orient !



Événement CREAM-SPIRIT (Dubaï décembre 2021).



Séminaire Immersif « Partner in Cream » (avril 2021).

## EUROPE

### À la reconquête du marché allemand

Une campagne de communication en faveur des fromages français a été lancée en Allemagne en 2021, avec un dispositif de relation presse musclé et une stratégie d'influence en lien avec les attentes des consommateurs. Des journalistes et des influenceurs ont ainsi pu partager des informations auprès de leurs publics lors de rendez-vous spéciaux : barbecues, fondues et autres occasions de consommation courantes outre-Rhin. Des rendez-vous expérientiels et immersifs ont été organisés : un voyage de presse en Savoie avec deux influenceurs importants, ainsi qu'un atelier culinaire à Berlin rassemblant treize influenceurs.

## QUESTIONS À...

Éric Fargeton,  
directeur des ventes  
Afrique, Lactalis



### Le Cniel a mené une communication collective en Afrique pendant trois ans. Quels étaient les enjeux ?

Malgré les tensions politiques, les consommateurs CSP+ de la zone Afrique francophone restent très attachés aux produits français jugés de « qualité ». La confiance dans l'origine France est forte, mais aussi dans l'origine européenne. Les Hollandais et les Suisses, notamment, communiquent beaucoup. D'où la nécessité de soutenir l'image des produits laitiers d'origine France. Pour ce faire, notre présence dans les pays africains anglophones nécessite d'être renforcée. Celle de nos concurrents hollandais, irlandais, allemands et danois est plus forte. L'image de la France y est liée au haut de gamme. Il nous faut aussi promouvoir une offre de produits plus accessibles.

### Quels résultats constatez-vous ?

Nous avons réussi à maintenir notre chiffre d'affaires malgré la crise sanitaire et le recul du pouvoir d'achat qui a favorisé l'émergence de produits fabriqués à partir de lait recombinaison avec de l'huile de palme. Le choix de communiquer par le biais des réseaux sociaux et des relations publiques, et le fait d'être présents sur le terrain dans les points de vente avec le drapeau français, ont été payants.



Cette campagne sera reconduite en France et en Allemagne de 2022 à 2024.

@joey's\_jungle,  
influenceur allemand  
(abonnés Instagram  
996k, YouTube 1,98M,  
TikTok 331k).

## MÉDIAS

# « Les Produits Laitiers », carton les réseaux sociaux et à la télé

Tout est en place pour s'adresser aux jeunes générations. Non seulement la signature « Les Produits Laitiers » a remporté un large écho sur les réseaux sociaux, mais la campagne TV « Tout commence avec le lait » a également marqué fortement les esprits.



Campagne TV qui a touché 8,5 millions de jeunes de 15 à 35 ans.

Les jeunes de 15 à 35 ans constituent une cible prioritaire pour le Cniel. Animée par des attentes sociétales fortes, cette génération est particulièrement attentive à sa consommation alimentaire. Depuis 2018, à travers sa signature grand public, « Les Produits Laitiers », le Cniel a pris un tournant en mettant en place une stratégie de commu-

nication sur les réseaux sociaux, pour s'adresser aux jeunes qui réduisent leur consommation.

### Un ton décalé sur les réseaux sociaux

Pour être entendue par cette cible, cette signature adopte un ton décalé et authentique, grâce notamment à des partenariats avec des youtubeurs de renom comme Squeezie, McFly & Carlito, Mister V, ou encore Michou pour les plus jeunes. Une stratégie payante, puisque la campagne d'influence mise en place avec Mister V a remporté le prix OR au Grand Prix Stratégies de l'Influence (TF1 en a même fait un sujet dans son journal de 20 heures, avec un Grand Format intitulé « Fromage : à la conquête des jeunes

consommateurs »), et que le compte Twitter @LesProLaitiers est désormais le plus suivi parmi l'ensemble des marques agroalimentaires, loin devant McDonald's, Coca-Cola ou même Nutella.

Mais « Les Produits Laitiers » ne s'arrêtent pas là ! La marque continue de se renouveler et de s'adapter aux nouveaux usages de cette génération, comme en témoigne le #MilkPongChallenge, qui a généré plus de 30 millions de vues sur TikTok en 2021.

### Au plus près des éleveurs

Au-delà de la communication autour des produits, la visibilité de la signature « Les Produits Laitiers » permet également d'adresser les messages filière

La campagne avec Mister V primée Or.



# ment sur



Les messages « filière » portés par des personnalités publiques.

portés par le Cniel auprès de cette même cible. Des personnalités publiques, comme les célèbres Jamy ou encore Denitsa (Danse avec les stars), se sont ainsi exprimées sur la biodiversité dans les fermes laitières, sur les bienfaits des produits laitiers ou encore sur le bien-être animal, générant des millions de vues et de nombreux retours positifs.

Et pour intéresser ce jeune public aux sujets de la filière, le Cniel n'a pas hésité à lancer « Les Produits Laitiers » dans un nouveau format de type « vis ma vie » sur Instagram, en partenariat avec l'influenceur Alexandre Gigow (540 000 abonnés). Dans un premier épisode, Guizmo, un jeune garçon vivant dans une cité à

Sevrans, a passé une journée avec Bruno Neyroud, éleveur laitier dans l'Isère, pour découvrir son métier. En retour, Bruno Neyroud a passé une journée dans la vie de Guizmo, et a échangé avec les jeunes de son quartier populaire. Loin des clichés, ces vidéos apportent un autre regard et se concentrent sur le partage et les échanges, comme en témoignent les nombreux commentaires positifs.

## Une campagne TV à destination des jeunes

Cette prise de parole sur les réseaux sociaux s'accompagne systématiquement d'une présence sur les médias classiques. Même si l'âge moyen des téléspectateurs augmente continuellement, les jeunes regardent encore la télévision, qui reste incontournable pour toucher massivement cette cible difficile à atteindre. Le spot « Tout commence avec le lait », diffusé du 5 mai au 1<sup>er</sup> juin 2021, a été vu par 8,5 millions de jeunes de 15 à 35 ans. Le plan média était concentré sur des chaînes à forte audience jeune comme M6, C8, W9, Game One, MTV... et leur replay. Selon le post-test réalisé par Ipsos, 83 % des jeunes ont aimé le spot, 33 % ont une meilleure perception du lait, et ils sont nombreux à vouloir en augmenter leur consommation. La campagne « Tout commence avec le lait » a pris fin en 2021. Un nouveau programme de trois ans, cofinancé à hauteur de 80 % par la Commission européenne, prendra le relais dès 2022. Il mettra en évidence le rôle du lait dans une

## Le fromage, c'est moderne !

Montrer la modernité du fromage, c'était le défi lancé par le Cniel à dix influenceurs lors du Cheese Challenge diffusé en live sur la chaîne Twitch le 23 septembre 2021.

Les followers des influenceurs ont ainsi pu assister, interagir et partager le live, mais également le revisionner. Résultat : près de 300 000 reach via les stories des influenceurs !

C'était aussi l'objectif de la Cheese Week, qui s'est déroulée du 5 au 14 novembre. À cette occasion, vingt restaurants de Lyon, Marseille et Lille ont inscrit à leur menu des plats emblématiques à base de fromage français. L'opération a été renforcée par des partenariats avec Deliveroo (pour la livraison), « Le Bonbon », site dédié aux tendances, ainsi que par un dispositif d'influence sur les réseaux sociaux et par un communiqué de presse.



alimentation saine, durable et responsable. Ces programmes sont portés par EMF (European Milk Forum), qui regroupe les filières laitières de huit pays européens. Son objectif est de mettre en œuvre des actions de promotion des produits laitiers en Europe et dans les pays tiers, dans le cadre d'actions concertées avec les filières européennes adhérentes. Les projets EMF sont aujourd'hui étendus aux problématiques de durabilité et de responsabilité, en réponse aux attentes sociétales. ■

## ÉTIQUETAGE

# Favoriser une information ju

La filière s'est engagée, dans *France Terre de Lait*, à informer les consommateurs sur l'origine du lait, les méthodes de production et de transformation, le bien-être animal...



Le Cniel reste vigilant sur la justesse des informations.

Les interrogations des Français sur leur alimentation ne cessent de prendre de l'ampleur. Aux questions de santé publique, de qualité et de composition des aliments, se sont ajoutées récemment celles sur l'environnement, le bien-être animal, l'éthique ou encore l'origine des produits. Le développe-

ment d'applications telles que Yuka ou Open Food Facts, qui fournissent aux consommateurs quantité d'informations sur les produits pouvant influencer leurs achats, surfe sur cette demande.

Ces sujets, au cœur des débats, ont amené les pouvoirs publics à s'en saisir en les positionnant dans l'agenda réglementaire.

C'est ainsi que le recours à l'étiquetage nutritionnel *via* le Nutri-Score s'est imposé. En 2021, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire a également conduit à une expérimentation de l'affichage environnemental, pilotée par l'Ademe et le ministère de la Transition écologique et solidaire.

# ste et objective

## les produits laitiers,

### Une information compréhensible

Dans ce contexte, la filière s'est engagée, lors des États généraux de l'alimentation, à « informer le consommateur sur l'ensemble des produits laitiers de manière transparente ». Cet objectif s'inscrit dans la démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait*, avec l'engagement « Accroître la connaissance des consommateurs et faire preuve de transparence sur l'origine du lait, ses méthodes de production et de transformation ». Cette information doit rester facilement compréhensible par le consommateur. Si les étiquetages peuvent répondre à ce besoin, la filière doit néanmoins veiller à leur objectivité et à la justesse des informations transmises.

**En 2021, trois thématiques ont fait l'objet d'une attention particulière :**

### L'étiquetage nutritionnel et le Nutri-Score

L'information du consommateur et son éducation à l'alimentation sont des sujets prioritaires pour la filière. Pour autant, les qualités nutritionnelles d'un produit ne peuvent se résumer à un système d'information nutritionnelle simplifié

tel que le Nutri-Score qui ne prend pas en compte les nutriments d'intérêt pour la santé. C'est pourquoi le Cniel a mené des actions de communication auprès des professionnels de santé lors des Journées francophones de la nutrition, et publié plusieurs articles. L'objectif était de démontrer que le classement actuel des fromages, avec le Nutri-Score, ne permet pas de refléter leur diversité ni d'exprimer et de valoriser leurs qualités nutritionnelles intrinsèques et leur place dans une alimentation équilibrée.

### L'affichage environnemental

En 2021, la filière laitière a déposé un projet d'affichage environnemental dans le cadre de l'expérimentation nationale. L'enjeu pour la filière est de faire reconnaître les impacts positifs de l'élevage laitier, notamment en termes de stockage carbone et d'entretien de la biodiversité. Afin de connaître les attentes des Français en matière d'information environnementale et leur perception de l'impact environnemental des produits alimentaires et des produits laitiers, une étude a été réalisée en 2021 par Ipsos pour le Cniel. Elle a aussi permis d'évaluer la pertinence d'un affichage sur les produits. Sur ce point, elle a mis en lumière une réelle appétence des consommateurs français pour

un système d'affichage environnemental, malgré leur très faible maturité sur le sujet et leur incapacité à évaluer l'impact environnemental des produits alimentaires. Selon cette enquête, l'affichage environnemental serait efficace à condition d'être soutenu par des actions d'information et de communication destinées à le promouvoir et à l'installer. C'est naturellement le système d'affichage le plus simple à comprendre et le plus aisément appropriable qui suscite le meilleur intérêt.

### Informé sur les modes d'élevage et le bien-être animal

Un avis du CNA sur l'étiquetage des modes d'élevage a été adopté en juillet 2020. Des discussions sont en cours aux niveaux national et européen, alors que des initiatives, privées pour l'instant, voient le jour en France. L'enjeu pour le Cniel est de faire savoir que la charte des bonnes pratiques d'élevage, à laquelle 98 % des éleveurs adhèrent, contient en son sein la réponse à cette attente. En effet, en 2021, une nouvelle version a été travaillée avec les partenaires de la filière pour ajouter une rubrique dédiée au bien-être animal. Il y est question du diagnostic du BEA avec l'outil Boviwell autour de 16 critères actés en 2020. L'objectif est d'évaluer la situation de l'élevage et d'identifier les marges de progrès et les améliorations possibles. C'est l'un des engagements de la démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait*: 100 % des élevages laitiers diagnostiqués d'ici à 2025. ■

- Protein
- Vitamin D
- Vitamin A
- Iodine
- Riboflavin
- Vitamin B12
- Zinc



Le Dr Sandra Iuliano de l'université de Melbourne lors de son intervention aux Journées francophones de nutrition (JFN).

## PRODUITS LAITIERS ET SANTÉ

# Des bénéfices prouvés cliniquement

Une étude d'intervention confirme l'importance des produits laitiers dans la prévention des risques de fractures. De quoi consolider l'effet matrice\* des produits laitiers !

Les produits laitiers sont la principale source de calcium dans l'alimentation des Français. En 2021, différentes communications du Cniel ont relayé les résultats des études INCA3-ANSES et CCAF2019-CREDOC. Posters aux congrès des diététiciens AFDN et aux JFN, articles scientifiques ou prises de parole dans les réseaux sociaux ont ainsi mis en avant l'importance d'une consommation adéquate de produits laitiers dans la couverture des besoins en calcium. Et tout particulièrement chez les enfants/adolescents et les femmes, deux populations dont la consommation de produits laitiers s'avère souvent en deçà des recommandations alimentaires.

En plus du calcium, le lait et les produits laitiers sont riches en

protéines indispensables pour la santé osseuse et musculaire, notamment au cours du vieillissement. De nombreuses études épidémiologiques évoquent, en effet, un lien entre les produits laitiers et une diminution du risque de fractures.

### Une étude d'intervention sur les risques de fractures

En 2021, les résultats de la première étude d'intervention nutritionnelle, visant la relation entre la consommation de produits laitiers et le risque de fractures, ont été publiés dans la prestigieuse revue scientifique *British Medical Journal*\*\*.

Le Cniel y a participé dans le cadre du Consortium de recherche international. Cette étude de grande ampleur a été menée en Australie sur plus de 7000 personnes âgées vivant en

institution. Les résultats montrent une diminution de 33 % du nombre de fractures totales, de 46 % de fractures de la hanche et de 11 % de chutes chez les sujets ayant des apports adéquats en calcium et protéines grâce à une consommation de produits laitiers plus élevée. Cette étude amène une preuve solide de l'effet bénéfique des produits laitiers sur le risque de fractures.

Le Cniel a présenté ces résultats aux Journées francophones de nutrition, congrès annuel de référence en nutrition, lors d'un symposium dédié à l'effet matrice du lait et des produits laitiers, devant plus de 250 scientifiques et professionnels de santé.

### Un effet matrice bien réel

Comment expliquer ces résultats ? Pour le Dr Sandra Iuliano de l'université de Melbourne, qui a conduit le projet de recherche, « *les produits laitiers sont d'excellentes sources de calcium et de protéines, mais pas seulement. Ils apportent de nombreux autres nutriments, et c'est vraisemblablement l'ensemble de ces nutriments et leurs interactions au sein de la matrice laitière qui sont responsables des effets protecteurs*\*\*\* ».

Cela renforce la communication sur l'effet matrice portée par le Cniel dans EMF (European milk forum) lors de congrès scientifiques et médicaux tels que le Congrès européen des diététiciennes, le Congrès européen de nutrition clinique ou encore le Congrès européen de cardiologie. ■

\*L'effet matrice est un concept novateur qui explique les bénéfices santé du lait et des produits laitiers par les multiples nutriments qu'ils contiennent et leurs interactions au sein de la matrice laitière.

\*\*BMJ 2021; 375 doi: <https://doi.org/10.1136/bmj.n2364>.

\*\*\*Pour en savoir plus: <https://www.cerim.org>.



# Chaque région est une terre de lait

© beatrice prève - stock.adobe.com / Emapress

La démarche de responsabilité sociétale de la filière, *France Terre de Lait*, initiée par le Cniel, se déploie dans les territoires. Grâce aux plans d'actions mis en place, les acteurs de la filière font progresser leurs pratiques. Les enjeux sont de taille. Le Cniel et les Criel se mobilisent pour favoriser les échanges entre tous les maillons de la filière et avec les parties prenantes externes, notamment les élus et les collectivités locales pour que chaque région en France soit une terre de lait.

# Pérenniser l'activité laitière

**Réparties dans 88 départements, les fermes et les usines laitières sont au cœur des territoires. Chaque région française est une terre de lait.**

**P**érenniser la filière laitière française est l'objectif de *France Terre de Lait*, la démarche de responsabilité sociétale de la filière. Les engagements pris répondent aux attentes sociétales qui sont incontournables pour une filière d'avenir. Le Cniel s'emploie à déployer *France Terre de Lait* dans les territoires, au plus près du terrain. Les enjeux sont de taille. Pour mieux les identifier, une cartographie a été dressée, prenant en compte les priorités des acteurs de la filière et celles des parties prenantes. Il s'agissait de cerner à la fois les points forts, pouvant être mis en avant, et les points faibles, sur lesquels des marges de progrès restent à faire. Dans le cadre de *France Terre de Lait*, la filière s'est engagée sur de nombreux sujets, dont le bien-être animal, la réduction des émissions de gaz à effet de serre et le zéro antibiotique. La réussite de cette démarche dépend non seulement de la prise en compte de ces enjeux

par tous, mais aussi du déploiement des plans d'action dans les régions.

## **Un réseau au plus près du terrain**

Pour ce déploiement, le Cniel s'appuie en premier lieu sur le large réseau des Criel, les centres régionaux de l'action interprofessionnelle. Proches des producteurs et des entreprises dans les territoires, les Criel sont notamment les activateurs de Ferme Laitière Bas Carbone, les animateurs des actions en faveur de la qualité en coopération avec les laboratoires interprofessionnels, et un relais du déploiement de la charte des bonnes pratiques d'élevage dès 2022.

Par ailleurs, le Cniel anime un comité des Organisations de producteurs (OP), sur le volet économique notamment. Cette instance permet de les informer sur les enjeux de la filière, sur la situation des marchés en France et à l'international, et sur les travaux interprofessionnels en cours autour de *France Terre de Lait*, pour éclairer et alimenter leurs négociations avec les entreprises. En effet, la mise en œuvre des engagements *France Terre de Lait* dépend des acteurs de terrain, à commencer par les producteurs de lait.

Pour déployer sur le terrain les meilleures pratiques d'élevage et faire connaître les résultats des travaux techniques menés en partenariat avec l'Idéle ou

des organismes de recherche comme l'Inrae, le Cniel a également besoin de relais en régions. C'est le cas de l'APCA, à la tête du réseau des chambres d'agriculture, qui dispose d'un important maillage territorial ainsi que de nombreux techniciens agricoles formés et compétents qui sillonnent les fermes d'élevage. Il en va de même pour FCEL (France Conseil Élevage), avec ses entreprises adhérentes. Les vétérinaires et techniciens vétérinaires (SNGTV) ainsi que le secteur de la génétique animale sont également des relais implantés de longue date sur le terrain.

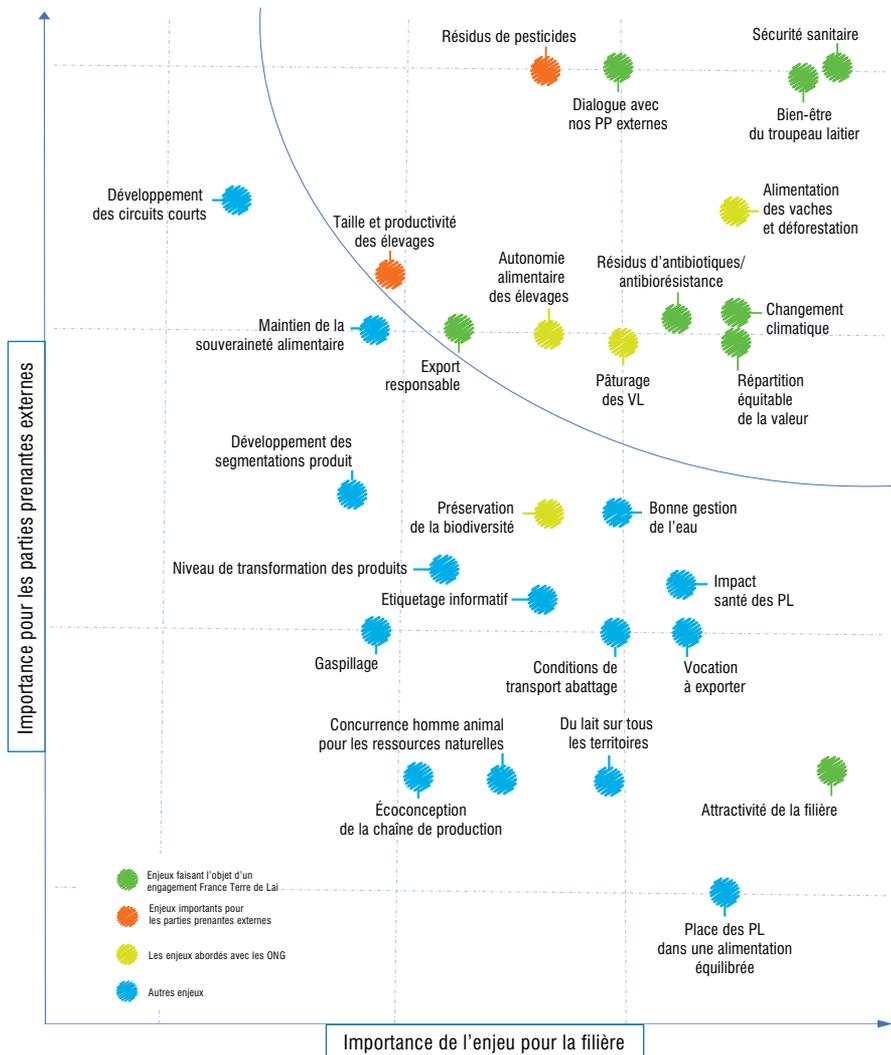
## **Une approche méthodique**

Cette approche méthodique n'est pas nouvelle. Depuis 2018, des concertations avec les ONG de protection de l'environnement et de protection animale donnent lieu à des feuilles de route qui structurent les travaux de l'Interprofession. Ce dialogue avec les ONG et les associations de consommateurs est un révélateur, voire un accélérateur des enjeux prioritaires pour la filière. La filière, en s'engageant dans la démarche de responsabilité sociétale *France Terre de Lait* selon la norme ISO 26000, poursuit ce travail d'ouverture et d'écoute, et renforce, en toute transparence, son action pour faire de chaque région laitière une terre de lait. ■

# re dans les territoires

## MATRICE DE MATÉRIALITÉ\* DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

Le Cniel a réalisé début 2021 une priorisation des enjeux de la filière laitière. Ce travail est le fruit d'une réflexion menée avec les acteurs de la filière, au sein des fédérations. Les enjeux ont tout d'abord été évalués par les professionnels, parties prenantes internes de la filière, avant d'être confrontés aux parties prenantes externes, notamment la sphère citoyenne et ses représentants. Ce travail a donné lieu à une matrice de matérialité. Elle souligne les différences d'appréciation en termes de priorisation et les actions à mener dans le cadre de *France Terre de Lait*. Ainsi, 7 des 8 priorités que s'est fixées la filière laitière au travers d'engagements de progrès, font l'objet d'une convergence de vues puisqu'elles sont jugées d'importance prioritaire tant par les membres de la filière que par les parties prenantes externes. Il s'agit de la répartition de la valeur au sein de la filière laitière, de la sécurité sanitaire des produits laitiers, des résidus d'antibiotiques, du bien-être animal, du changement climatique et de l'export responsable de produits laitiers.



Aussi, le maintien du dialogue entre le Cniel et ses parties prenantes est une priorité. D'autres enjeux, comme l'accès au pâturage, l'autonomie alimentaire des élevages ou encore la réduction du recours

au soja déforestant, sont aussi des priorités pour l'ensemble des parties prenantes. S'ils ne font pas l'objet d'engagements chiffrés de la part de la filière, ils demeurent au centre de ses réflexions et des discussions avec les ONG.

\*La matrice de matérialité matérialise les enjeux économiques, sociaux et environnementaux tels qu'ils sont vus par les acteurs de la filière laitière et par ses principales parties prenantes.

# À la rencontre des profes pour renforcer l'engagement

*France Terre de Lait* est la démarche de responsabilité sociétale de la filière laitière et de ses acteurs. La connaissance, l'appropriation et l'adhésion à la démarche par chacun des professionnels sur le terrain sont essentielles pour respecter les engagements collectifs qui ont été pris.

Après une année 2020 marquée par la crise sanitaire et l'absence de rencontres en présentiel entre les professionnels de la filière, tant au niveau national que territorial, l'Interprofession s'est adaptée. Pour cela, elle a relancé, en distanciel, l'appropriation de la démarche *France Terre de Lait* auprès d'une cible prioritaire pour le déploiement de la démarche en région : les animateurs, les présidents et les administrateurs des Criel. Après deux sessions de préparation réalisées avec des membres du Cniel et d'un Criel, cinq ateliers participatifs, chacun en deux sessions, ont été organisés, rassemblant au total 26 volontaires, tous Criel confondus. Ces sessions reposant sur l'échange entre les participants, le choix a été fait de mêler les professionnels de différentes régions. Chacun a ainsi pu faire part des particularités



de son territoire, tout en bénéficiant des points de vue complémentaires des acteurs issus des autres territoires. Ces ateliers ont permis à chaque professionnel de mieux appréhender la démarche *France Terre de Lait* dans sa globalité, tout en se l'appropriant au niveau local.

## Une première au Mondial du Fromage

Organisé tous les deux ans, le Mondial du Fromage de Tours est un salon professionnel rassemblant des producteurs et des fournisseurs de fromages. Il s'adresse aux acheteurs, restaurateurs et importateurs nationaux et internationaux. Le Cniel est allé à la rencontre de ces professionnels pour leur présenter les enjeux de la filière laitière et la démarche *France Terre de Lait*. À cette occasion, l'Interprofession s'est associée à la Fédération des fromagers de France (FFF), au Cnaol et au réseau des ENIL, pour proposer un corner dédié à la formation, sur un stand commun. Par ailleurs, le Cniel et la FFF ont animé une conférence sur le thème « Nouvelles attentes des clients en France et à l'international : quels leviers pour les crémiers-fromagers et l'ensemble de la filière ? », qui a réuni une cinquantaine de personnes.

## Sur les salons professionnels

Ces ateliers dits « d'appropriation » avaient également pour objectif de permettre aux acteurs locaux de prendre la parole plus aisément autour de *France Terre de Lait*, que ce soit auprès des pouvoirs publics ou de leurs pairs. Ce fut le cas, par

# sionnels ent collectif



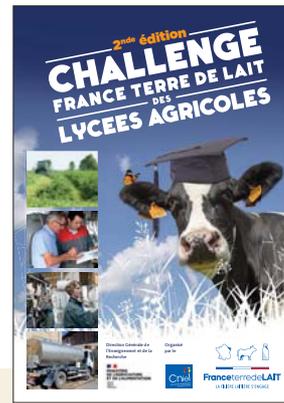
Public captif lors d'une conférence de la filière au Space

exemple, pendant les salons professionnels agricoles qui ont finalement pu se tenir en 2021, après une année blanche. Sur le Space et le Sommet de l'Élevage, le Cniel était présent aux côtés, respectivement, du Cilouest et du Criel AMC ainsi que des laboratoires interprofessionnels locaux Mylab et Agrolab's, pour rencontrer les éleveurs, les transformateurs, les partenaires (conseillers, techniciens, etc.) et les pouvoirs publics territoriaux. Des animations et des conférences autour de projets existants et généralement bien connus du terrain (plan Mammites, Ferme Laitière Bas Carbone, etc.) ont permis de présenter les enjeux

de la filière. Elles ont aussi montré à quel point *France Terre de Lait* met en valeur à l'échelle nationale les actions portées quotidiennement par ses membres, que ce soit sur leurs exploitations ou dans leurs usines de transformation.

## Une présence renforcée dans les régions

Pour encore mieux faire connaître la démarche et toucher davantage de professionnels sur le terrain, le Cniel a participé pour la première fois à certains salons professionnels. Au mois de mai, il était présent à Aquitanima, le salon professionnel de l'élevage de Nouvelle-Aquitaine, qui s'est



## Sensibiliser les acteurs laitiers de demain

*France Terre de Lait*, ce sont des engagements chiffrés et de nouvelles orientations pris par les acteurs pour la filière laitière de demain. À travers le Challenge *France Terre de Lait* des lycées agricoles, le Cniel sensibilise les étudiants de BTS, de potentiels futurs professionnels de la filière laitière, aux préoccupations et aux avancées de la filière autour des sujets d'intérêt majeur de *France Terre de Lait*, comme le bien-être animal, l'environnement et l'adaptation au changement climatique, le sanitaire, etc. En 2021, un webinaire a également été proposé aux enseignants qui accompagnaient les groupes du Challenge. Il a permis de leur présenter la démarche *France Terre de Lait*, ses engagements et les projets portés par le Cniel pour atteindre les objectifs à l'horizon 2025. Tous les établissements participant au Challenge y ont assisté, avec plusieurs enseignants et parfois même une classe de BTS complète. Pour aller plus loin, le Cniel s'est rapproché de la Direction générale de l'enseignement et de la recherche du ministère de l'Agriculture afin de discuter des possibilités de déploiement de la démarche et de ses projets phares sur les exploitations laitières des lycées agricoles. Une convention sera signée au Salon international de l'agriculture 2022.

tenu exceptionnellement en digital. Début septembre, l'Interprofession est allée à la rencontre des crémiers-fromagers sur le Mondial du Fromage, à Tours. Et c'est dans le Grand Est et sur le salon Agrimax que cette tournée des nouveaux salons s'est terminée. L'Interprofession a également participé à l'édition nationale du Tech&Bio près de Valence. ■

# Échanger avec les collectivités sur les enjeux territoriaux

Porter la voix des régions jusqu'aux élus pour incarner *France Terre de lait*, c'est montrer comment, partout où ils se trouvent, les acteurs laitiers sont engagés ensemble pour une filière durable ancrée dans les territoires.

À la suite du plan de relance national, l'interprofession laitière, en étroite collaboration avec les Criel, s'est mobilisée pour élaborer 11 livres blancs régionaux. Dans une approche résolument locale, ceux-ci visent à mettre en lumière les dynamiques territoriales de la filière laitière, tout comme les particu-

larismes régionaux. L'ambition est que chaque maillon de la filière éligible au plan de relance soit en mesure de répondre, sur son territoire, aux enjeux globaux de la filière qui sont :

■ **la transition agroécologique**, à travers l'enjeu de la souveraineté alimentaire, l'accompagnement du changement climatique pour une filière neu-

tre en carbone et la garantie du haut-niveau de bien-être animal ;

■ **la cohésion et l'attractivité des territoires** avec la valorisation des métiers du lait, la facilitation des conditions d'exercice pour attirer les nouvelles générations ;

■ **la garantie d'une alimentation durable** pour tous, à juste prix pour le consommateur.

## Un dialogue avec les maires

Portés par les Criel, ces livres blancs ont été présentés aux élus de la République pendant le Salon des maires et des collectivités locales, auquel le Cniel participait pour la pre-

### QUESTIONS À...

Sylvie Dauriat, présidente de Restau'Co

#### Quel rôle la restauration collective joue-t-elle aujourd'hui dans la dynamique alimentaire locale ?

**Sylvie Dauriat :** Notre force est notre capacité d'achat. À l'image des fermes laitières, les restaurants collectifs maillent le territoire, au quotidien. Nous sommes au plus près des producteurs et jouons un rôle moteur pour structurer et sécuriser la

filiale, créer des débouchés. Notre action passe aussi par l'éducation, l'information, la sensibilisation des consommateurs-citoyens aux enjeux d'une production durable et du « bien manger ». Nous pouvons faire découvrir autrement des produits de qualité. Et, *in fine*, développer de nouvelles habitudes de consommation pérennes. Construire cette offre alimentaire locale de qualité

répond à une attente forte et partagée par les consommateurs, les politiques et les acteurs professionnels.

#### Pour quelles raisons est-ce important d'être au Cniel ?

**S. D. :** Restau'Co est le réseau interprofessionnel de la restauration collective en gestion directe. Nous représentons 60% du secteur. Nous avons rejoint le Cniel car il est important que tous les maillons de la





Échanges sur le Lab Territoires Inclusifs « Une alimentation durable et saine pour tous, un défi écologique et social face aux réalités de la précarité alimentaire ».

mière fois. Les professionnels ont expliqué les priorités et les enjeux de la filière au regard des spécificités de chaque région, des Hauts-de-France à la région Auvergne-Rhône-Alpes en passant par la Bretagne.  
*« Tout l'enjeu pour notre filière est de mettre en adéquation*

filière laitière se rencontrent, discutent, partagent. Ces échanges permettent de mieux comprendre les spécificités de chaque acteur, de l'amont à l'aval. Il s'agit aussi d'une opportunité de travailler ensemble pour que l'offre de produits laitiers coïncide avec les demandes des convives des restaurants collectifs, et pour donner des orientations construites ensemble qui favorisent une production locale, durable et une alimentation saine.

*notre stratégie avec les politiques publiques européennes, nationales mais aussi et surtout régionales et territoriales », explique Caroline Le Poutier, directrice générale du Cniel. Présente dans près de 90 % des départements, la filière laitière est un acteur emblématique du territoire. Elle façonne les terroirs, les cultures culinaires et gastronomiques, et les paysages. Elle est aussi un levier d'attractivité et de vitalité pour les centres-villes comme pour les zones rurales. « On voit dans les cœurs des villes, une multiplication de fromagers. C'est la preuve aujourd'hui que les consommateurs ont envie d'un retour à la proximité et au bien manger. Des valeurs que la filière laitière porte fortement et de manière admirable », souligne Lionel Saugues, président de la Fédération Française des associations de commerçants. Parce que chaque région est une terre de lait, producteurs,*

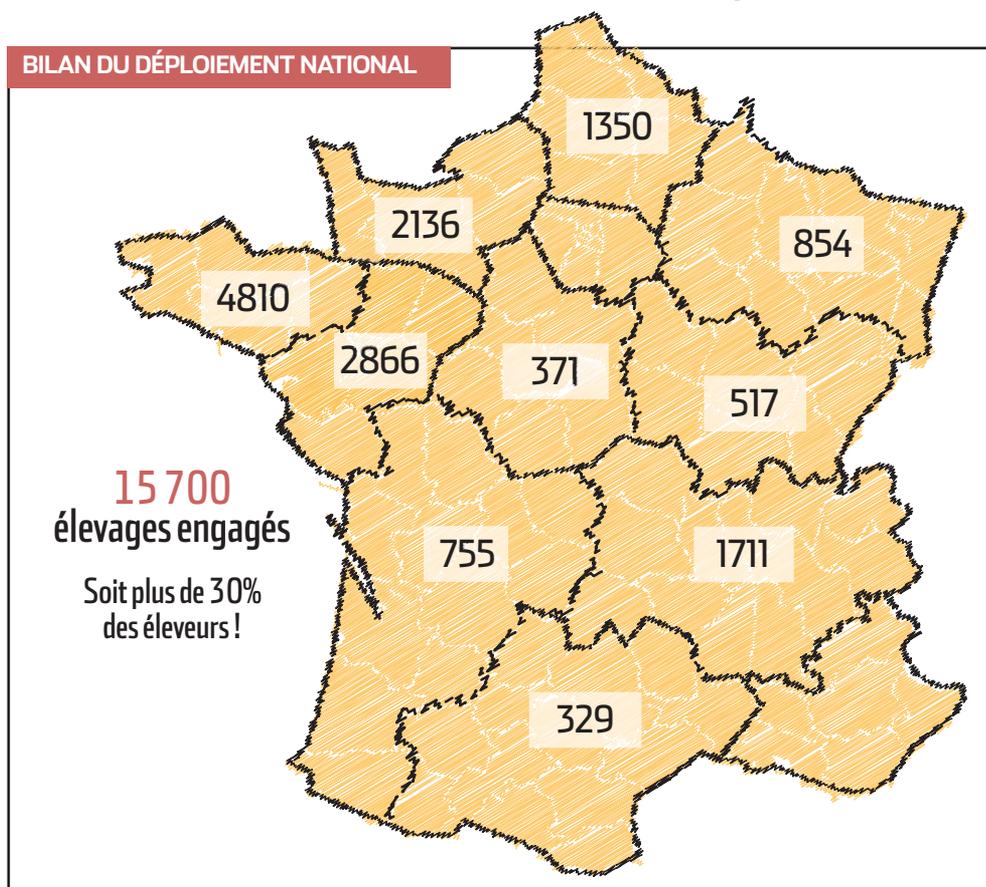
*coopératives, transformateurs, acteurs de la restauration collective, distributeurs et commerçants ont également porté collectivement les messages de France Terre de Lait. « Être sur ce salon, c'est réaffirmer l'engagement collectif de la filière pour nos régions laitières. Nous devons communiquer davantage pour montrer au consommateur que nous sommes des acteurs clés de la vie des territoires et pas seulement des acteurs économique », ajoute Johann Barbe, éleveur laitier dans les Vosges et administrateur FNPL. Des échanges riches et nombreux, avec un objectif : maintenir le tissu de producteurs et de transformateurs dans chaque région laitière française pour continuer à proposer demain des produits laitiers de qualité, durables et accessibles à tous. ■*



**Onze livres blancs ont été réalisés pour prendre en compte les spécificités de chaque région.**

# Réduire l'empreinte carbone

Lancée en 2015 par le Cniel, la démarche Ferme Laitière Bas Carbone (FLBC) est soutenue dans la plupart des régions. Elle accompagne les éleveurs dans la réduction de l'empreinte carbone de leur ferme.



ment régional efficace. C'est pourquoi les Cniel établissent des partenariats locaux avec des collectivités qui partagent les mêmes objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES). Ces dynamiques territoriales permettent d'adapter la démarche aux spécificités de chaque région.

## **Pays de la Loire, région pionnière**

La région **Pays de la Loire** a été pionnière dans son engagement pour la durabilité de la filière laitière sur son territoire. En effet, dès 2018, le conseil régional a soutenu le déploiement de Ferme Laitière Bas Carbone et s'est engagé à financer 500 diagnostics par an entre 2019 et 2026, en partenariat avec l'Ademe, Vivea et le Cilouest. Grâce à cela, les éleveurs peuvent bénéficier d'un diagnostic carbone permettant de construire un plan d'action de réduction de l'empreinte carbone en cohérence avec la stratégie globale de leur exploitation, et viser une triple performance : économique, sociale et environnementale. L'aide de la Région concerne également des actions de conseil et de formation sur les exploitations en fonction des besoins spécifiques identifiés.

**E**n partenariat avec FCEL, l'APCA et l'Institut de l'Élevage, le Cniel a initié en 2015 Ferme Laitière Bas Carbone, un programme qui implique tous les acteurs de la filière laitière française, des producteurs de lait aux transformateurs. À partir d'un diagnostic personnalisé, des leviers d'amélioration adaptés au système de

chaque éleveur sont identifiés. Aujourd'hui, près de 15 700 éleveurs laitiers français sont engagés dans la démarche, soit près de 30 % ! L'objectif fixé par la filière à travers *France Terre de Lait* est d'engager 50 % des éleveurs dans la démarche et de réduire de 20 % l'empreinte carbone du lait d'ici à 2025. L'atteinte de ces objectifs repose sur un déploie-

# des fermes

## Les autres régions ne sont pas en reste !

Désormais, la plupart des régions sont engagées pour la durabilité de la filière. En région **Grand Est**, le projet Lait Bas Carbone Grand Est, porté par le Criel, vise à créer une dynamique régionale autour de la thématique carbone et de l'élevage laitier, à travers des actions de communication et de sensibilisation. Les éleveurs laitiers de la région Grand Est bénéficieront par ailleurs d'un accompagnement au changement de pratiques, par le biais notamment d'un diagnostic CAP'2ER® niveau 2 et de la mise en place d'un plan d'action. Le projet a pour objectif ambitieux d'accompagner 1 500 éleveurs durant les cinq années du projet.

Dans les **Hauts-de-France** et les **Ardenes**, le projet Lait Bas Carbone Nord Picardie Ardenes, soutenu par le conseil régional, a l'ambition d'engager la moitié des éleveurs dans la réduction des émissions de GES.

Même dynamique en **Nouvelle-Aquitaine**, où le programme ACcéLair regroupe plusieurs sources de financement pour accélérer la transition agroécologique de la filière bovine lait; citons notamment les fonds du conseil régional destinés au financement de 200 diagnostics CAP'2ER®.

En **Normandie**, le conseil régional subventionne les diagnostics CAP'2ER® à hauteur

de 80 %, dans le cadre du dispositif « Conseil agricole stratégique, environnemental et économique » (CAS2E). Celui-ci vise à accompagner les éleveurs dans la mutation des systèmes de production agricole au regard des défis actuels. En **Centre-Val-de-Loire**, la Région s'est engagée dans une démarche globale d'accompagnement des éleveurs dans la réduction de l'empreinte carbone de leurs fermes. Outre la subvention pour la réalisation des diagnostics CAP'2ER®, chaque éleveur engagé bénéficie d'un accompagnement avec une visite technique annuelle pendant cinq ans. L'objectif est d'accompagner, de suivre et de valoriser les démarches de progrès mises en place par chaque éleveur.

Dans le cadre du plan régional de filière, la région **Auvergne-Rhône-Alpes** aide, quant à elle, largement au déploiement de la Ferme Laitière Bas Carbone en subventionnant la réalisation des diagnostics CAP'2ER®.

## Sensibiliser les jeunes

En 2022, le Cniel et la DGER s'associent pour poursuivre cette dynamique auprès des futurs éleveurs. L'objectif est que toutes les fermes des lycées agricoles bénéficient d'un diagnostic et d'un accompagnement technique et pédagogique. L'enjeu est de sensibiliser les plus jeunes aux enjeux environnementaux, et de met-

## QUESTIONS À...

Stéphane Joandel,  
président du GT  
Environnement



## Pourquoi est-il indispensable de déployer FLBC dans toutes les régions ?

**Stéphane Joandel** : Il est primordial que les régions et les territoires s'emparent de la problématique du changement climatique. En déployant massivement Ferme Laitière Bas Carbone, au plus près du terrain, nous mettrons en évidence les particularités de chaque territoire, car nous n'avons pas un, mais bien plusieurs élevages laitiers. C'est ainsi que nous pourrions définir des stratégies d'accompagnement adaptées à chaque territoire.

## Comment le Cniel accompagne-t-il le déploiement régional ?

**S. J.** : Pour accompagner et soutenir le déploiement régional, le Cniel subventionne le coût des diagnostics CAP'2ER de niveau 2 accompagnés d'un plan carbone. Ce soutien financier est nécessaire et permet aussi de convaincre les pouvoirs publics régionaux de s'engager.

## Comment atteindre les 50 % d'éleveurs engagés en 2025 ?

**S. J.** : Il faut poursuivre la communication auprès des éleveurs : que ce soit au travers de l'optimisation des pratiques de l'exploitation ou de la valorisation des efforts par les crédits carbone, l'engagement dans la démarche se traduit par une meilleure performance économique de l'exploitation ! Il est aussi important de mieux valoriser auprès du grand public les impacts positifs des élevages laitiers sur l'environnement et la biodiversité. Les éleveurs maintiennent sous leurs pieds beaucoup de carbone en plus d'en stocker d'avantage, il faut que ça se sache !

tre en avant les leviers disponibles pour limiter les émissions de gaz à effet de serre dans les élevages laitiers. ■



© jackfrog - stock.adobe.com / Emapress

## CHARTRE DES BONNES PRATIQUES D'ÉLEVAGE

# L'outil de déploiement en élevage de *France Terre de Lait*

La charte des bonnes pratiques d'élevage évolue pour aider les éleveurs à progresser dans leurs pratiques et répondre aux attentes sociétales.

**C**rée en 1999, la charte des bonnes pratiques d'élevage est soutenue par la Confédération nationale de l'élevage (CNE), les interprofessions de la viande (Interbev) et du lait de vache (Cniel). En constante évolution, elle connaît depuis 2021 une cinquième version qui doit contribuer au déploiement de la démarche de responsabilité sociétale *France*

*Terre de Lait*. Elle sera déployée en 2022 dans les élevages laitiers français, et compte désormais sept chapitres :

- traçabilité des animaux,
- santé des animaux,
- alimentation des animaux,
- hygiène de la production du lait,
- durabilité sociale,
- environnement,
- bien-être animal.

### La nouveauté : une évaluation du bien-être animal

Avec cette nouvelle version, la filière se dote d'un outil d'évaluation du **bien-être des troupeaux laitiers**, qui est l'un des engagements de *France Terre de Lait*. D'ici à 2025, la filière a pour objectif d'évaluer 100 % des troupeaux laitiers sur ce critère. Seize indi-



Luc Verhaeghe, éleveur laitier, administrateur de La Coopération Laitière, référent CBPE pour le Cniel

### Le bien-être animal est au cœur du métier d'éleveur. Pourquoi vouloir l'évaluer aujourd'hui ?

**Luc Verhaeghe :** Il y a deux raisons à cela. La première est à l'échelle de l'élevage français : le client, le consommateur, le citoyen... tous se posent des questions sur nos pratiques, et c'est leur droit. Ces évaluations permettront d'obtenir une photographie de l'élevage français sur la question du BEA et de les rassurer, de faire savoir tout ce nous faisons de bien, factuellement. La seconde raison se place à l'échelle de l'exploitation. L'évaluation a vocation à appuyer ce qui est bien fait, et à permettre d'identifier les leviers d'amélioration possibles, dans une démarche de progrès continue.

### Quel intérêt pour l'éleveur ?

**L. V. :** L'éleveur connaît ses vaches, il en prend soin et fait tout son possible pour qu'elles « se sentent bien ». Le bien-être animal, c'est aussi le bien-être de l'éleveur. La visite du technicien vient apporter un regard extérieur sur son élevage, sans jugement. L'éleveur a ses habitudes de travail, et le technicien va questionner des éléments que peut-être l'éleveur ne voyait plus. Il y a de l'échange, c'est constructif !

### Un exemple à citer sur votre exploitation ?

**L. V. :** Oui, sur l'abreuvement. Comme d'autres éleveurs, je pensais avoir assez de points d'eau sur mon exploitation, et pourtant, le technicien, avec ses indicateurs techniques de mesure, a montré que j'étais un peu juste. Or le lait, c'est avant tout de l'eau. J'ai fait le nécessaire depuis, et j'y trouve un vrai plus technico-économique pour mon élevage.

fiée, qui viendra attester du niveau d'excellence des fermes laitières françaises. Un organisme certificateur indépendant garantira les contrôles et mettra en place un système de sanctions. ■

cateurs de bien-être animal ont été retenus, centrés essentiellement sur l'animal et en cohérence avec l'efficacité technico-économique des fermes laitières.

Cette évaluation s'appuie sur des critères portant sur l'abri des animaux, notamment en cas d'événements climatiques extrêmes, le confort, l'aération et la luminosité dans les étables, les équipements de manipulation et le chargement des animaux.

**Autre évolution significative, l'environnement,** un engagement clé de *France Terre de lait*. Les évaluations porteront sur de nombreux critères : la gestion des déchets et le recyclage, la fertilisation et l'utilisation des phytosanitaires, les économies et la production d'énergie et les économies d'eau.

### Les autres rubriques

Dans les autres rubriques, les évolutions sont de moindre importance par rapport à la version publiée en 2012.

■ **Traçabilité des animaux.** L'évaluation portera sur l'application de la réglementation qui s'y rapporte.

■ **Santé des animaux.** Les évaluations concerneront notamment le bilan sanitaire, le protocole de soins, l'ordonnance, le carnet sanitaire, la transmission d'informations entre les éleveurs de l'exploitation, le nettoyage des installations et des matériels.

■ **Alimentation saine et équilibrée,** et abreuvement de qualité. Les évaluations s'attache-

ront principalement à la conservation et à la distribution des aliments, ainsi qu'à la traçabilité des aliments achetés.

■ **Hygiène de la production du lait,** de la traite au tank. Les items évalués seront la propreté du lieu de traite et de la laiterie, l'entretien de la machine à traire et l'identification des animaux avant traitement.

■ **Durabilité sociale.** Les évaluations porteront principalement sur l'aspect visuel de la ferme et son entretien ainsi que sur la gestion des nuisibles.

Tous les trois ans, un technicien de laiterie ou d'organisme de conseil, préalablement formé et « agréé », évaluera le respect et l'application de la charte au sein de l'élevage. Son intervention est aussi l'occasion d'un échange avec l'éleveur. Les résultats font l'objet d'une présentation et d'une discussion, et, lorsque c'est nécessaire, d'un plan d'action et de progrès.

### Un support de saisie informatisé

Parmi les nouveautés technologiques, un outil informatique pour la saisie a été conçu. Il favorisera une gestion fluide des évaluations, le suivi des informations et la création d'une base de données nationale. Le traitement et l'analyse de cette base de données permettra d'objectiver les progrès sur l'ensemble des thèmes couverts par la charte. Ce projet est soutenu par le plan de relance. Courant 2022, la charte des bonnes pratiques d'élevage deviendra une démarche certi-

## VEAUX ISSUS DU TROUPEAU LAITIER

# Le Cniel et Interbev mobilisés

Le marché des veaux issus du troupeau laitier est un marché sous tension. Les interprofessions lait et viande joignent leurs efforts pour améliorer l'adéquation entre disponibilités et débouchés.

Malgré la baisse du cheptel laitier, le nombre des veaux disponibles pour l'engraissement reste assez stable. Avec la forte diminution de leur engraissement au sein des fermes laitières et la baisse de la production de veaux de boucherie, les débouchés français se sont raréfiés. Seules les exportations de veaux, essentiellement vers l'Espagne, ont connu un développement ces dernières années.

nibilités et débouchés des veaux issus du troupeau laitier et leur redonner une juste valeur. Les interprofessions ont ainsi élaboré une feuille de route, combinant la mise en œuvre d'actions sur le court terme mais également des travaux structurels à moyen terme pour rendre la filière veau durable.

Plusieurs actions sont construites et mises en œuvre, car il n'existe pas de solution unique.



### Un engagement commun

Pour faire face à la double problématique du marché et du devenir des jeunes veaux laitiers, les filières lait et viande ont pris un engagement commun, remis au ministère de l'Agriculture fin 2020, pour améliorer l'adéquation entre dispo-

### Qualité de l'offre en jeunes veaux

#### ● Garantir robustesse et santé des jeunes veaux avant leur départ des élevages laitiers

Une plateforme regroupant des supports à destination des éleveurs et des conseillers a été mise en ligne <https://de-la-vache-au-veau.cniel.com/>



© Jimvignau FNPL / Cniel

### La ferme des Bouviers

Comme pour le lait, la valorisation de la viande issue du troupeau laitier doit participer aux revenus de l'éleveur. Le Cniel soutient pour cela les travaux menés à la ferme des Bouviers. Cette ferme expérimentale est gérée par le CIRBEEF (centre d'innovation et de recherche de la ferme des Bouviers), association présidée

par Marie-Andrée Luherne, administratrice du Cniel au sein du collège producteurs. L'atelier de production de la ferme des Bouviers est consacré à la valorisation de la viande issue du troupeau laitier (bœufs, jeunes bovins, génisses, vaches), dans des schémas de production basés sur les fourrages et la prairie. Ces travaux apportent des réponses précises aux éleveurs et doivent être, bien sûr, en phase avec les attentes de la filière mais aussi de la société : réduction d'intrants (notamment énergie) et autonomie protéique, qualité de la viande... La ferme des Bouviers est localisée à Mauron, dans le Morbihan, au cœur d'un bassin laitier important et de la première région de production de veaux de boucherie et d'abattage de viandes bovines en France.



# pour une juste valorisation

## Pérennité de la demande

### ● Renforcer les campagnes de promotion de la viande de veau

Un important programme de dynamisation des ventes de viande de veau a été mis en place de mai à juillet 2021. Un effort particulier a été fait pour favoriser la présence de la viande de veau dans l'esprit des consommateurs via une vaste campagne d'affichage, cofinancée par Interbev et le Cniel, et soutenue par FranceAgriMer.



## Adéquation offre / demande

### ● Une « boîte à outils » pour améliorer l'adéquation « offre et demande »

■ Les *Repères techniques pour la mise en marché des veaux issus du cheptel laitier* constituent un socle pour aboutir à une contractualisation. Ils ont vocation à servir de base technique pour nourrir les échanges entre les éleveurs et leurs acheteurs de veaux, en amont des plans d'accouplement. Ils sont organisés en cinq rubriques : santé, âge, poids, saisonnalité, évaluation de la conformation des jeunes veaux.

■ Afin de **développer la contractualisation** entre les éleveurs laitiers et les acheteurs, un modèle de contrats est en préparation.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2023, la loi EGalim 2 prévoit des contrats écrits obligatoires de trois ans, entre les producteurs et leurs acheteurs pour toutes les catégories dont les jeunes veaux.

## Des travaux structurants pour préparer l'avenir

### ● L'adaptation de la saisonnalité de la production laitière pour limiter les excédents de veaux laitiers à l'automne

Selon le travail conduit par l'Institut de l'Élevage (en tenant compte des races, des types de systèmes et des régions d'élevage), il serait envisageable de décaler 120 000 vêlages de l'automne vers le printemps, soit 10 % des vêlages de la fin d'année. L'évaluation de l'impact technico-économique global sur les exploitations et les laiteries est en cours.

### ● Vers des nouvelles valorisations pour les veaux issus du troupeau laitier

La recherche de nouvelles valorisations fait partie des pistes envisagées. Pour y travailler, le Cniel et Interbev s'appuient en particulier sur les travaux réalisés par l'Institut de l'Élevage sur la ferme expérimentale des Bouviers à Mauron (56) pour la production de jeunes bovins ou de bœufs.

Les enjeux globaux de ces travaux sont d'abord :

■ Assurer une régularité de production (des itinéraires à caler aux périodes de naissance).

■ Prioriser des itinéraires conciliant coûts de production, attentes filières, enjeux sociétaux.

Différents types de croisements et différentes conduites d'élevage, intégrant le pâturage, sont testés. Puis il s'agira de bâtir des itinéraires techniques afin de développer ces productions de jeunes bovins et de bœufs à l'herbe. Des livrables seront disponibles en septembre 2022.

### ● Le Veau durable : un projet structurant de nouvelle étable expérimentale collective Veaux de Boucherie

Un important projet de nouvelle étable expérimentale collective Veau est planifié sur le site de Mauron. Ce projet bénéficie du soutien du ministère en tant que lauréat de l'appel à propositions « Structuration des Filières » du Plan de Relance. ■

## SÉCURITÉ SANITAIRE

# Maîtriser les résidus de biocides

Les travaux du Cniel sur les biocides s'inscrivent dans une stratégie ambitieuse d'amélioration de la maîtrise des risques chimiques pour la filière laitière.



Le Guide des recommandations pour la gestion des chlorates dans le lait à la production et la fiche de l'étude RELAIT 2.

Si la qualité microbiologique du lait constitue une priorité absolue pour la filière, certains produits désinfectants peuvent cependant être à l'origine de la présence de composés chimiques indésirables dans le lait. Identifier les résidus de biocides pouvant se trouver dans le lait, les détecter, comprendre leur origine et mettre en place des mesures préventives constitue une vraie priorité pour la filière. Nos travaux sur les biocides s'inscrivent dans une stratégie ambitieuse d'améliorer notre vision globale des dangers chimiques qui menacent nos produits. L'objectif est d'anticiper les alertes et les crises.

### Un guide et des études

C'est dans ce contexte que de nombreux projets ont été lancés, avec de nombreux enseignements à la clé.

■ Un « **Guide des recommandations pour la gestion des chlorates dans le lait à la production** » vient d'être publié. Il fait suite à un premier document sorti en 2016, sur les bonnes pratiques de maîtrise des chlorates lors de la transformation du lait. Ce nouveau guide fournit des recommandations aux producteurs de lait pour prévenir la présence de chlorates dans le lait, tout en respectant les bonnes pratiques d'hygiène.

■ **Deux études intitulées « RELAIT 1 & 2 »** ont permis d'établir la liste de substances actives biocides susceptibles de se trouver a priori dans le lait. Ces travaux ont été réalisés en collaboration avec l'Institut de l'Élevage (Idele) afin d'établir la liste des substances actives utilisées en élevage, puis avec l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimenta-

tion de l'environnement et du travail (Anses) pour en faire une hiérarchisation. Ces travaux se poursuivront en 2022 (RELAIT 3) pour optimiser et hiérarchiser la liste des substances actives biocides qui nécessiteraient des investigations complémentaires, afin de répondre aux exigences commerciales, notamment à l'export, et en fonction des méthodes analytiques disponibles.

### L'appréciation quantitative des risques chimiques

En complément, une étude transversale à tous les contaminants chimiques a permis de faire l'inventaire des **outils d'appréciation quantitative des risques chimiques**, en vue de les rendre accessibles aux professionnels laitiers. Ces outils aident à évaluer des risques potentiels induits par des substances chimiques présentes dans les aliments, et donc de mieux gérer le risque consommateur. Six outils aux multiples fonctions et aux niveaux de complexité divers ont été étudiés et testés. Par ailleurs, trois études de cas basées sur des données fournies par les professionnels laitiers ont été réalisées. Ces travaux se poursuivront en 2022, tout d'abord par la restitution des trois études de cas, puis par la programmation de formations à l'intention des responsables Qualité des entreprises. De quoi encourager l'utilisation de ces approches innovantes par la filière. ■

# Comment faire face au changement climatique ?

**Le Cniel a livré un plan d'action pour aider la filière à s'adapter aux nouvelles conditions climatiques.**

**E**n 2021, plusieurs événements internationaux ont eu lieu sur le changement climatique (COP26, sixième rapport du GIEC), dont les effets ont encore une fois marqué cette année (gel tardif en avril en France, inondations en Europe...). Dans ce contexte, le ministre de l'Agriculture, Julien Denormandie, et Béran-gère Abba, secrétaire d'État chargée de la biodiversité, ont lancé le 28 mai 2021 le **Varenne agricole de l'eau et de l'adaptation au changement climatique**.

Un grand nombre de parties prenantes (représentants institutionnels et des territoires, instituts techniques et de recherche, ONG, interprofessions...) se sont ainsi réunies autour de **trois ateliers thématiques** : outils et dispositifs assuranciers de protection face aux aléas climatiques; adaptation de l'agriculture face au changement climatique; accès et gestion de la ressource en eau. Les interprofessions étaient invitées

à participer à l'atelier consacré à l'adaptation de l'agriculture. Le Cniel a pu remettre sa contribution le 30 septembre 2021 avec un plan d'action destiné à faire face au changement climatique.

## De solides références

Le Cniel s'est appuyé sur les enseignements de différents programmes, dont Climalait (2015 et 2019) qui a permis d'étudier les impacts du changement climatique et les leviers d'adaptation pour les fermes laitières. Les enjeux sont à la fois la **disponibilité d'alimentation pour le bétail** (en quantité et en qualité suffisantes toute l'année) et le **stress thermique des animaux**.

Pour l'aval de la filière, le changement climatique pose principalement la question de la **disponibilité de la ressource en eau pour la transformation**. Aquarel, programme qui a été commandité par le Cniel à Actalia en 2015, a donné lieu à un recueil de bonnes pratiques pour la gestion de l'eau.

## Trois objectifs majeurs

Le plan d'action du Cniel s'organise autour de trois thématiques : poursuivre la valorisation des résultats de Climalait et assurer le partage des leviers



© P777777 / Cniel

d'adaptation pour œuvrer à la **sécurisation des systèmes fourragers face au changement climatique**; s'assurer de l'**adaptation des bâtiments d'élevage aux conditions chaudes estivales** en valorisant les recommandations issues d'un programme multipartenarial financé par le Cniel entre 2018 et 2020; poursuivre le suivi des travaux de recherche sur l'enjeu majeur qu'est la **thermorésistance des bovins laitiers**. Par ailleurs, il souhaite que ces connaissances acquises sur l'adaptation au changement climatique soient diffusées au plus grand nombre d'acteurs de la filière. Pour cela, il compte s'appuyer sur les compétences des territoires, en octroyant un **rôle clé aux Criel volontaires pour l'animation et la construction de programmes sur leur périmètre**. ■

**Stéphane Joandel** (à l'écran) témoignant pour la filière laitière lors du webinar de mi-parcours du Varenne qui s'est tenu au ministère de la Transition écologique en octobre dernier.

## RECHERCHE

# Voyage au centre de la microbiologie et de la technologie

De la microbiologie à la technologie fromagère, les projets de recherche livrent de nouvelles connaissances qui contribuent à une meilleure maîtrise de la qualité.

**L**a fabrication d'un grand nombre de produits laitiers passe par des procédés technologiques bien connus (traitement thermique, fractionnement, concentration, évaporation, séchage, barattage, découpage...), mais également par l'action de différents micro-organismes (bactéries, levures et moisissures). Ces derniers sont autant invisibles qu'utiles, complexes, vivants et dynamiques. Ce sont de véritables outils biologiques, en interaction entre eux et avec la matrice laitière.

La maîtrise de toutes ces étapes biotechnologiques est essentielle dans la fabrication de produits laitiers de qualité. Pour continuer à enrichir nos

connaissances et à innover afin d'imaginer des produits laitiers nouveaux et originaux, des travaux de recherche sont menés avec de nombreux partenaires.

### De nombreux projets de recherche

Plusieurs de ces projets de recherche se sont achevés en

2021. On retiendra des contributions issues des groupes de travail du Cniel.

- Le groupe « **Technologie fromagère** » a œuvré pendant trois ans (2019-2021) sur le projet Delac, en collaboration avec Actalia et l'Inrae (Rennes et Poligny). L'objectif : mieux comprendre le dé lactosage, étape importante en technologie fromagère. Cette contribution, en partie sous

forme de thèse, a permis de montrer l'importance du dé lactosage et ses conséquences microbiologiques, biochimiques, fonctionnelles et sensorielles sur les fromages.

- Le groupe « **Micro-organismes d'intérêt laitier** » a, quant à lui, mis en place puis suivi l'avancement de deux projets majeurs :

- Difus (2019-2021), en collaboration avec l'université de Brest. Également sous forme de thèse, ce projet avait pour objectif de caractériser, d'un point de vue génétique et phénotypique, différentes souches d'une moisissure, *Bifusarium domesticum*, utilisée dans la fabrication de fromages comme le saint-nectaire.

- MétaPDOcheese (2017-2021-2023), en collaboration avec le Cnaol et l'Inrae. Celui-ci a abouti à une caractérisation fine de la biodiversité des fromages AOP par le biais d'outils de biologie moléculaire fins et performants.

Les résultats de ces projets sont disponibles sur demande. ■



Caillé fromager intégrant la présence de micro-organismes.





42, rue de Châteaudun – 75314 Paris Cedex 09  
Tél. : 01 49 70 71 11 – [www.filiere-laitiere.fr](http://www.filiere-laitiere.fr)