

Sommaire



- Entretien avec le Président p. 4
- Organisation du Cniel p. 6
- Événements p. 8

- Communication p. 14
- Décryptage p. 30
- Services p. 38

Une dynamique de progrès

Anticiper ! Telle est la mission assignée à l'Interprofession par ses membres, la FNPL, la FNCL et la FNIL. Un objectif de taille, puisqu'il s'agit de permettre aux producteurs et aux entreprises de tirer le meilleur profit des opportunités et de prévenir les menaces qui peuvent peser sur la filière. D'où une veille permanente et des études prospectives menées dans tous les domaines pouvant impacter notre secteur, aujourd'hui soumis à des évolutions rapides, dans un monde de plus en plus ouvert. Pour cela, les équipes du Cniel ont constitué des réseaux d'experts, dont le rôle est d'éclairer la filière sur les mutations de la société et sur les aléas des marchés, en France et à l'international. Des programmes techniques et scientifiques nous permettent de suivre les problématiques liées aux vaches et aux exploitations laitières et d'améliorer les méthodes d'analyse et les technologies pour une meilleure qualité nutritionnelle et sanitaire du lait et des produits laitiers. Par ailleurs, des études économiques complètent notre

analyse de l'évolution de l'offre et de la demande, tandis qu'un suivi régulier du comportement des consommateurs nous aide à répondre à leurs attentes et à renforcer ainsi la compétitivité du secteur. Grâce à ce savoir-faire, le Cniel est devenu une référence. Et son rôle a été légitimé par l'Europe. Cette reconnaissance favorise une dynamique de progrès qui est d'autant plus nécessaire que le monde laitier est à un tournant, avec le désengagement des pouvoirs publics, la formalisation des relations contractuelles entre producteurs et transformateurs et la mise en place des organisations de producteurs. Face à tous ces changements, l'Interprofession, dont la caractéristique est d'être pilotée par les professionnels, est à même de garantir une adaptation rapide.



ZOOM SUR...

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

■ LES MEMBRES

Président
Henri Brichart, FNPL.

Vice-Président

Trésorier
Olivier Picot, FNIL.

Vice-Président
Dominique Chargé, FNCL.

FNPL

Marie-Thérèse Bonneau,
André Bonnard, Marcel
Denieul, Patrick Ramet,
Thierry Roquefeuil.

FNIL

Robert Brzuszczak,
Alain Cougoulic, Gilles
Ghnassia, Michel Nalet,
Dominique Verneau.

FNCL

Jean-Marie Davion,
Bernard Ducrocq,
Gilbert Keromnes,
Damien Lacombe,
Thierry Lanuque.

© F. Zvandon / Cniel



DOSSIER p.21

Une année tournée
vers l'avenir



Cniel : 42, rue de Châteaudun - 75314 Paris Cedex 09 - Tél. : 01 49 70 71 11 - www.cniel.com ■ **Directeur de la publication** : Benoît Mangenot ■ **Coordination** : Rita Lemoine ■ **Photos** : Cniel, R. Lemoine, DR, Kot&Kat Illustration (couverture) ■ **Conception & réalisation maquette** : EMAPRESS (75), Olivia Lintot & Fabrice Péronin ■ **Infographies** : EMAPRESS ■

Renforcer l'Interprofession face aux changements

Conforté dans son rôle par l'Europe, l'Interprofession étend son expertise pour relever de nouveaux défis.

Quel bilan faites-vous de l'année 2011 ?

La conjoncture économique a été favorable pour le secteur laitier en 2011, avec pour conséquence un retour de la confiance dans la profession. La forte demande des marchés extérieurs et une bonne tenue de la consommation intérieure ont permis d'instaurer une ambiance apaisée et des échanges constructifs au sein du Cniel. Et tout nous pousse à rester optimistes. Les experts économiques reconnaissent le rôle de la France sur la scène laitière mondiale. Son climat propice à l'élevage, la diversité de ses systèmes de production, ses savoir-faire, la richesse et la qualité de ses produits, ajoutés à une organisation interprofessionnelle qui offre l'opportunité à tous les acteurs de préparer ensemble l'avenir proche et lointain, sont autant de paramètres qui assurent sa robustesse. L'Europe a légitimé cette organisation dans le texte sur le paquet lait. Cette reconnaissance figure aussi dans le projet de réforme de la Pac. Ceci prouve que d'autres pays réalisent l'utilité et l'efficacité des interprofessions.

Bruxelles a dit oui à la contractualisation. Quel a été le rôle du Cniel dans l'avancement des travaux en France ?

En 2011, la contractualisation a été le dossier majeur de la filière. La conjoncture économique favorable a permis de conduire les travaux dans de bonnes conditions. L'apport du Cniel a été principalement d'incarner ce lieu où les échanges peuvent se faire. La création de la CIPC lait et la publication du *Guide des bonnes pratiques contractuelles* sont une preuve de la volonté des



trois fédérations qui composent l'Interprofession d'aider à la mise en place de la contractualisation.

La création d'organisations de producteurs aura-t-elle un effet sur l'organisation du Cniel ?

Une question se pose : quelle place donner aux organisations de producteurs qui auront, du fait de la fin de la gestion administrative de la production, un rôle important ? De plus, la privatisation de la relation entre les producteurs et les entreprises va entraîner une évolution de la gestion de la filière et accorder une place moins importante aux pouvoirs publics. Il faut donc recréer un nouvel équilibre dans l'organisation de la filière pour que toutes ses composantes puissent s'exprimer. Dans ce nouveau schéma, qui ne tardera pas à se construire, la FNPL, la FNIL et la FNCL ont réaffirmé leur volonté de réserver la place centrale à l'Interprofession.

Quels sont les sujets qui prennent de l'ampleur dans les travaux du Cniel ?

L'environnement s'est introduit il y a une dizaine d'années, grâce à la prévoyance des

LEXIQUE

Paquet lait : Règlement communautaire visant à apporter des précisions sur la gouvernance de la filière lait.



« En reconnaissant dans le paquet lait les interprofessions, la Commission et le Parlement européens ont légitimé leur rôle. »

Henri Brichart, président du Cniel

experts du Cniel, dans la liste des travaux de recherche de l'Interprofession. Cette thématique est devenue une préoccupation sociétale majeure, avec des échéances réglementaires qui se précisent. Le travail technique et de lobbying mené en amont par les équipes du Cniel en France, mais aussi à l'international auprès de la Fil et de la FAO, a désormais une résonance politique au sein du Cniel. Le Conseil d'administration s'est donné l'objectif de faire de l'environnement un sujet prioritaire pour la recherche, la communication mais surtout en termes de prise de parole devant les instances qui érigent les règles en la matière.

Autre thématique importante sur laquelle le Cniel est attendu : l'antibiorésistance. Afin d'éviter au maximum de se voir imposer des règles, nous avons décidé de traiter le sujet en

amont et de trouver des solutions réalistes. C'est un travail au long cours que nous avons démarré en 2011. Nous souhaitons qu'il aboutisse rapidement.

L'approche prospective est-elle une ambition que vous avez pour le Cniel ?

Dans nos fermes et nos entreprises, nous sommes préoccupés par le court terme. L'Interprofession est le lieu idéal pour développer des réflexions prospectives. Nous devons profiter de l'expertise de ses équipes pour cerner les différentes problématiques et les appréhender bien en amont. Un exemple : il y a dix ans, le Cniel s'est intéressé à la génomique. Nous étions peu nombreux à entrevoir la portée de cette approche. Aujourd'hui, toutes les voix s'accordent pour dire que la génomique va révolutionner nos fermes et augmenter la compétitivité de celles-ci. La France a été précurseur sur ce dossier. Je me félicite que le Cniel ait su s'associer très tôt aux projets de recherche.

Le Cniel a conduit une enquête prospective sur la consommation à l'horizon 2025. Quels enseignements en tirez-vous ?

Les résultats de cette enquête ont souligné les attentes de nos concitoyens pour plus d'informations et de garanties sur les conditions de production et de fabrication de nos produits, ainsi qu'une montée en puissance des préoccupations environnementales. Elle a par ailleurs souligné que la filière laitière a les atouts pour intégrer ces dimensions de responsabilité sociale, environnementale et de santé. La campagne « trois produits laitiers par jour » et les campagnes produits ont redonné au lait et aux produits laitiers leur caractère essentiel. Appuyées par un travail de fond auprès des leaders d'opinion, elles ont modernisé leur image et réhabilité leurs qualités nutritionnelles parfois dénigrées par des courants de pensée fantaisistes mais qui ont pignon sur rue. Il faut continuer à renforcer la valeur du lait en prenant un nouvel élan. L'étude prospective nous ouvre un vaste champ de pistes possibles pour une stratégie de communication collective plus anticipative et qui donne encore plus de place à l'éleveur et à l'animal. ■

Un lieu d'échange permanent

Les missions stratégiques

LES RELATIONS entre les producteurs et les transformateurs sont l'essence même de l'Interprofession. À ce titre, le Cniel tient un rôle de facilitateur, devenu incontournable dans un monde de plus en plus globalisé. La mission principale confiée à l'Interprofession par les fédérations membres – la FNPL, la FNCL et la FNIL – est celle d'incarner un lieu où les acteurs de la filière gèrent ensemble les sujets d'intérêt commun, qu'ils soient économiques, politiques, techniques ou scientifiques. Dans ce cadre, le Cniel est le garant d'un dialogue permanent,

grâce auquel les points de vue peuvent converger et se retrouver. C'est ce qui rend ses résolutions crédibles et audibles auprès des instances publiques françaises et européennes.

Une expertise pointue, une veille permanente, des études et des projets de recherche sur des problématiques et des enjeux majeurs pour l'avenir du secteur sont autant d'initiatives qui permettent au Cniel de fournir aux professionnels les outils nécessaires pour orienter favorablement leur activité et rendre ainsi la filière plus compétitive.

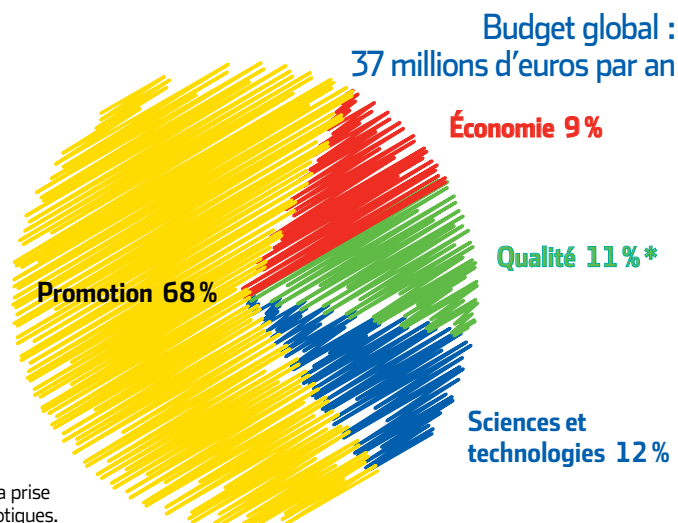
LA PROMOTION ET LA DÉFENSE du lait et des produits laitiers sont au cœur de sa démarche, avec près des trois quarts de son budget. Prenant appui sur le dispositif de veille et de prospective, mais aussi sur les avancées scientifiques, notamment dans les domaines de la nutrition et de la santé, le Cniel s'engage à communiquer régulièrement pour consolider la place essentielle des produits laitiers dans l'alimentation. De cette manière, le Cniel contribue activement au développement des ventes, aussi bien en France qu'à l'international.

Budget 2011

Une cotisation établie sur la base des volumes de lait collecté

Le budget du Cniel provient de la cotisation interprofessionnelle. Celle-ci est homologuée par un arrêté interministériel, renouvelé tous les trois ans. Le dernier date du 22 décembre 2010. Payée par les producteurs et les transformateurs, cette cotisation est établie sur la base des volumes de lait collecté : 1,22 euro/1 000 l pour les producteurs et 0,44 euro/1 000 l pour les transformateurs.

* Près de la moitié du budget consacré à la qualité est attribuée à la prise en charge de l'élimination des laits présentant des résidus d'antibiotiques.



entre les acteurs de la filière

Gouvernance de l'Interprofession laitière française

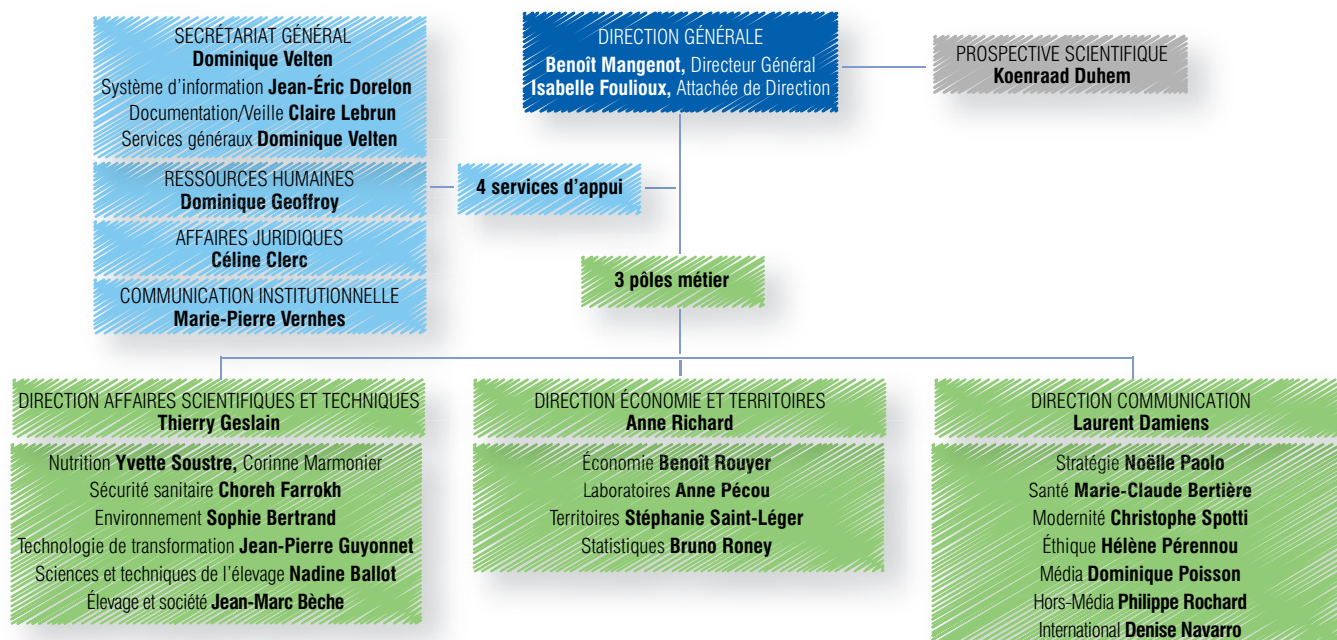
Le Cniel est géré par un Conseil d'administration composé de six représentants de la FNPL, six représentants de la FNCL et six représentants de la FNIL. Ce sont donc les professionnels (producteurs et transformateurs du secteur laitier) qui décident de la stratégie, des plans et des budgets. Les décisions sont prises à l'unanimité des trois fédérations.



* 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 équitable de ces laboratoires.

** Les Centres régionaux interprofessionnels de l'économie laitière sont les Interprofessions régionales. Les Criel sont au nombre de 9 correspondant aux 9 bassins laitiers.

Organigramme des services



Calendrier 2011

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

ZOOM SUR...



Infolabo

FÉVRIER

Des formations pour être "à l'aise" avec Infolabo

Pour maîtriser toutes les astuces de la nouvelle version du site Internet d'Infolabo, des formations à destination des laiteries ont été organisées en région tout au long

de l'année. Infolabo permet aujourd'hui à 120 laiteries d'établir les factures mensuelles de lait pour environ 60 % des producteurs français. 25 % des producteurs consultent régulièrement leurs résultats d'analyses sur Internet et 18 % les reçoivent par mail, fax ou SMS.

FÉVRIER



SIA : l'édition de tous les records

Le stand de l'Interprofession a rencontré un succès sans précédent. L'équivalent de 432 jours de production d'une vache laitière a été dégusté au Milk Bar (soit 97 000 verres), tandis que des animations ont attiré les visiteurs, avec une mention spéciale pour celle illustrant la campagne « Buvez du lait ». Autres moments forts : la visite de Gaël Monfils, le concours du « Meilleur Ouvrier de France Fromager », ou encore la présence des équipes de NRJ, qui ont relayé la communication interprofessionnelle. Enfin, les mandants du Cniel ont pu rencontrer les nombreux politiques présents sur le salon.

Une première au Sima

Pour la première fois, le Cniel était présent au Sima. L'occasion, durant cinq jours, pour de nombreux visiteurs (dont 80 % d'éleveurs) d'interroger l'Interprofession sur ses actions en matière

JANVIER

L'insertion passe par l'alimentation

La 7^e édition du programme Alimentation et Insertion (PAI), auquel le Cniel est associé depuis 2010, a été lancée le 25 janvier à la Maison du lait.

Ce programme vise notamment à améliorer l'équilibre alimentaire des personnes en situation de précarité. Réalisé avec les associations d'aide alimentaire, il prévoit la diffusion d'outils pédagogiques, tels que des calendriers avec des recettes à petits prix et des affiches rappelant

les recommandations nutritionnelles.

Le lait face à la presse

Lors d'une conférence de presse, le Cniel a présenté la situation laitière mondiale, qui a été publiée dans la *World Dairy Situation*. Un document commandé par la Fil, dont le Cniel est l'un des auteurs avec l'Interprofession laitière néerlandaise, depuis 2010. L'enjeu ? Mettre en avant l'expertise du Cniel en tant qu'observatoire économique mondialement reconnu, anticiper l'emballement médiatique autour de l'augmentation des prix des produits laitiers et faciliter la prise de parole des fédérations sur les questions économiques.



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.

de promotion, de recherche, d'économie et de qualité.

Le Sima a enregistré un record de fréquentation avec 680 000 visiteurs.

À la découverte des métiers du lait

Pour sensibiliser les enseignants des classes de 4^e et de 3^e aux métiers de la filière laitière, des visites sur le terrain ont été organisées. Pas moins de 24 enseignants des académies de Paris, Versailles et Créteil se sont ainsi rendus dans la Sarthe pour découvrir une exploitation laitière et mieux appréhender le métier d'éleveur, avant de visiter une usine des Fromageries Bel (Sablé-sur-Sarthe). La rencontre avec les responsables des ressources humaines leur a permis de mieux comprendre la politique de recrutement d'une entreprise. Chaque année, une dizaine de visites sont organisées.

MARS

Besoin d'un avis sur un contrat laitier ?

Dans le cadre de la mise en place du *Guide des bonnes pratiques contractuelles de l'Interprofession*, publié le 1^{er} mars, le Cniel a créé une commission spécifique, la CIPC-Lait. Son rôle ? Donner des avis sur toute question relative à des contrats (clauses, pratiques contractuelles...), en amont de la signature.

SUR LE TERRAIN

Le beurre, c'est bon docteur ?

le Cniel a lancé une nouvelle campagne de communication sur le beurre dans la presse médicale. Elle s'appuie sur l'avis des autorités de santé publique* qui ont revu à la hausse les recommandations en lipides et en acides gras saturés. Interrogés en septembre, quatre médecins sur dix se souviennent de l'avoir vue. À l'arrivée, cette campagne a permis de dédramatiser le beurre tout en insistant sur ses bons



acides gras saturés. Présentée au Congrès de la Fil à Parme, en octobre 2011, elle a marqué les esprits par son caractère novateur.

* Avis de l'Afssa-Anses de mars 2011.

Les microorganismes, une grande famille

L'inventaire 2002 de la Fil des microorganismes d'intérêt laitier constitue une preuve de l'innocuité des souches utilisées pour la fabrication des produits laitiers. Cette liste est de plus en plus demandée par les clients distributeurs ou, à l'export, par les pays tiers. C'est à la demande de la France, qu'un groupe de travail de la Fil, présidé par un expert du Cniel, l'a remise à jour. Ainsi, 221 souches ont été répertoriées, contre 113 à l'origine. À ce sujet, un article scientifique de référence est paru en fin d'année dans *International Journal of Food Microbiology*.

MAI



Le fromage se déguste à la Foire de Paris

Lors de la Foire de Paris, la Milk Factory s'est associée au site culinaire « 750 grammes » pour animer des ateliers de cuisine dédiés au fromage. Dix blogueurs de cuisine sélectionnés par « 750 grammes » se sont ainsi succédé pour mitonner des plats faciles à exécuter : frittata au morbier, tartes fines à la Feuille de Dreux, etc.

ZOOM SUR...

MAI

Un DEPHY contre les bactéries

Le projet DEPHY – Diversité et État Physiologique des bactéries lactiques – a été lancé le 1^{er} mai par le Cniel en collaboration avec AgroParisTech, dans le cadre du réseau RESOMIL auquel appartient le Cniel. Il vise à relier l'état physiologique des bactéries lactiques et leur aptitude à la conservation. Selon des travaux antérieurs, cet état va de pair avec des fonctionnalités mesurables : acidification, cultivabilité, états de la membrane, production de protéines. DEPHY mettra en parallèle ces mesures et le taux de survie des bactéries après lyophilisation, mode de conservation le plus courant des ferments laitiers. L'objectif est de sélectionner pour les industriels des souches d'intérêt technologique facilement conservables.



JUIN

À 100 % sur le bio !

Après trois ans de cofinancement européen, le Cniel a financé à 100 % une campagne d'information et de promotion sur les produits laitiers bio. Trois cibles étaient principalement visées :

- les professionnels et

le grand public via le site web www.produitslaitiersetviande.bio.com, créé en collaboration avec Interbev (120 000 visiteurs en 2011) ;

- les consommateurs, par le biais d'annonces presse publiées aux alentours du Printemps Bio dans les médias spécialisés (*Top Nature, Ecolomag, Quelle santé, Ça m'intéresse*) ;
- les foires régionales de Bordeaux, Nantes, Châlons-en-Champagne et Dijon, selon le souhait de la Commission Bio.

JUILLET

Recherche en nutrition sans frontières

Six organismes interprofessionnels – dont le Cniel – ont créé un consortium de recherche en nutrition pour dynamiser la recherche au profit des produits laitiers. Il devrait permettre de définir des objectifs communs, d'éviter les duplications et de partager les savoirs. Parmi les sujets prioritaires, une meilleure connaissance des actions bénéfiques des produits laitiers sur la santé. Les partenaires sont le Cniel et les *Dairy Australia, Dairy Farmers of Canada, Dairy Research Institute (États-Unis), Danish Dairy Research Foundation* et *Dutch Dairy Association*. Le secrétariat est assuré par la *Global Dairy Platform (US)*.

Les produits laitiers font étape sur le Tour

Le Tour de France est passé par Balesta, commune située aux pieds des Pyrénées. À cette occasion, les éleveurs laitiers de



Midi-Pyrénées, en partenariat avec les instances agricoles régionales et le Cniel, ont organisé « Le lait sur son 31 ». Un grand moment de convivialité autour du véhicule d'animation des produits laitiers et du *Milk Bar* : petit déjeuner laitier (co-organisé par le réseau « Bienvenue à la Ferme ») et jeux avec Pâquerette, la vache gonflable de la salle de traite. Des entreprises laitières ont soutenu l'événement en proposant des dégustations de fromages et de desserts lactés de la région. Le beurre était également de la fête avec une baratte reliée à une écrémeuse que les cyclistes ont fait fonctionner toute la journée en... pédalant.

Dites... « Cheese » !

Une consommation élevée de fromages affecte-t-elle les marqueurs de risques cardiovasculaires chez des sujets sains et chez ceux présentant un risque de syndrome métabolique ? Pour répondre à cette question, le Cniel s'est associé au projet « Cheese », dont les travaux seront menés durant trois ans par l'équipe de recherche du professeur Arne Astrup de l'université de Copenhague. Quatre autres partenaires laitiers internationaux sont concernés : *Dairy Australia, Dairy farmers of Canada, Dairy Research Institute (États-Unis)* et *NIZO (Pays-Bas)*.

SEPTEMBRE



Le patrimoine est du voyage

Dix-neuf fermes d'élevage bovin (dont 9 laitières) ont ouvert leurs paysages au grand public le 18 septembre à l'occasion des Journées européennes du patrimoine, dont le thème en 2011 était le « voyage ». Organisé pour la troisième fois par le Cniel, le CIV et la CNE, cet événement a permis à près de 4 000 personnes d'apprécier les paysages ruraux et leur biodiversité.

Les crémiers fromagers en tournée

Depuis dix ans, le Cniel est partenaire de la Fédération des crémiers fromagers (FNDPL) sur leur tournée pour inciter les futurs professionnels de la restauration – élèves des lycées hôteliers – à développer le service du fromage. Chaque séance de 3 h 30 s'organise autour de la connaissance des produits, la gestion du poste fromage en restauration et l'analyse sensorielle. En 2010-2011, 10 fromagers formateurs, 16 académies partenaires et 2 125 élèves ont été concernés, pour 175 journées de formation.

La recherche à la puissance deux

Deux projets de recherche auxquels le Cniel participe ont été retenus dans le cadre de l'appel d'offre ALID 2011 (Systèmes alimentaires durables) de l'Agence nationale de la recherche. Tout d'abord FOOD-REDOX, qui vise à comprendre l'impact du potentiel d'oxydoréduction sur les flores microbiennes pathogènes dans les produits alimentaires, notamment laitiers. Quant à VALOBAB, il a pour objectif de démontrer l'intérêt nutritionnel des phospholipides du lait.

La fête du labour



Les 16, 17 et 18 septembre, la ville d'Oberhausbergen (Alsace) a accueilli 150 000 visiteurs pour « Les Terres à l'envers ». L'occasion de découvrir le monde de l'agriculture sur plus de 120 hectares. Les terres ont été retournées dans le cadre des finales nationales et européennes des labours organisées par les jeunes agriculteurs. L'Interprofession laitière, présente sur un espace de 800 m², a proposé plusieurs animations : 15 000 verres de lait, une salle de traite, des dégustations de beurre aromatisé et des rencontres avec deux entreprises locales, Alsace Lait et Unicoolait.

12 mai 2011

LES MICRONUTRIMENTS DU LAIT S'INVITENT AU SYMPOSIUM

Des experts du monde entier ont fait le point sur les micronutriments du lait devant 200 professionnels de la santé et du secteur laitier, français et européens*.

Lors de cette journée, les différentes interventions ont permis de démontrer que les produits laitiers contribuent aux apports en micronutriments (phosphore, potassium, magnésium, zinc, sélénium, iode, vitamines A et du groupe B...), et ce pour un coût relativement faible. « *La qualité nutritionnelle de l'alimentation peut être améliorée en favorisant la variété et en privilégiant certains aliments ayant un bon rapport qualité nutritionnelle/prix comme les féculents, les légumes secs et les produits laitiers* », a souligné

Adam Drewnowski, professeur à l'École de santé publique de l'université de Washington, à Seattle (États-Unis).

« *Les produits laitiers représentent une source de nutriments importants pour préparer à un vieillissement réussi* », a insisté L. de Groot, de l'Université de Wageningen aux Pays-Bas. Grâce notamment à ses micronutriments, le lait et les produits laitiers ont des effets bénéfiques sur la santé et la prévention de maladies. Ils facilitent la gestion du poids, dimi-

nuent le risque de maladies cardiovasculaires et de cancer du côlon, et favorisent la santé osseuse. « *Les apports nutritionnels conseillés en calcium, préconisés dans un objectif de santé osseuse, sont aussi pertinents pour optimiser la régulation de la balance énergétique et lipidique* », a conclu Angelo Tremblay, de l'Université Laval (Québec), au Canada. ■



Marie-Claude Bertièrre, Dr nutritionniste, responsable du service santé à la direction communication du Cniel.

« De nombreux essais d'intervention ont confirmé que chez des sujets obèses, un régime hypocalorique enrichi en produits laitiers entraîne une perte de poids et de masse grasse plus importante qu'un régime uniquement hypocalorique. »

* Symposium international organisé le 12 mai à Paris par le Cniel, avec le concours de l'Union européenne et de FranceAgriMer.

SEPTEMBRE



charte des bonnes pratiques d'élevage

La Charte s'enrichit

Créée en 1999, la Charte a constamment évolué. Dans sa nouvelle version, les chapitres sur la sécurité sanitaire des produits et la santé des animaux sont renforcés. Parmi les nouveautés, la promotion de la sécurité des éleveurs et des intervenants extérieurs, la question environnementale et la modernisation de la communication avec un nouveau logo et un site Internet. La Charte rassemble aujourd'hui 110 000 éleveurs détenant 75 % des bovins et 88 % du lait. Partenaire depuis 1998, le Cniel soutient activement cette démarche initiée par la Confédération nationale de l'élevage avec l'appui technique de l'Institut de l'élevage.

OCTOBRE

Les labos et les Criel en congrès

Fin octobre, les 17 laboratoires interprofessionnels et les 11 Criel se sont réunis en congrès pour la première fois, au cœur du Jura. Les Présidents ont rappelé leur souci d'améliorer en permanence l'efficacité de la filière laitière française à tous les niveaux. « Une bonne coordination des travaux entre les laboratoires et les Criel est donc indispensable », ont-ils conclu.

Une promotion laitière paneuropéenne

À l'initiative du Cniel, L'EMF (European Milk Forum) a été officiellement créé par les associations laitières d'Autriche, de Belgique, du Danemark, d'Irlande du Nord, d'Irlande, des Pays-Bas et de France, pays moteur. L'objectif est de mettre en place une promotion multi-pays du lait et des produits laitiers. Démarrée le 1^{er} novembre, la première campagne paneuropéenne est « *milk : nutritious by nature* ». Elle a pour but de mettre en avant les qualités nutritionnelles naturelles du lait et des produits laitiers auprès de prescripteurs clés (médecins, nutritionnistes et journalistes), notamment à travers un programme de relations publiques.

NOVEMBRE

À l'assaut des marchés asiatiques



Du 9 au 12 novembre, à Séoul, a eu lieu la *Korea Food Expo 2011*. La campagne « *Cheeses of France* » a été présentée

avec des dégustations de fromages pour sensibiliser les acteurs des marchés coréens. Parallèlement, les 10 et 11 novembre à Tokyo, s'est tenue la *CheeseFesta*, la plus grande manifestation dédiée au fromage au Japon, durant laquelle une action de relations publiques a été menée.

ZOOM SUR...

OCTOBRE

À New York, les stars sont les fromages



Les fromages de France ont été à l'honneur lors de la première « *Cheeses of France - Pop Up Store* », une boutique éphémère mise en place par le Cniel les 21 et 22 octobre dans l'un des quartiers les plus fréquentés par les jeunes new-yorkais. Décorée aux couleurs d'un *twitter* café, elle a accueilli 53 journalistes de la presse grand public et 1 427 consommateurs. Pour les nombreux convives, ce fut l'occasion de déguster les fromages français, d'assister à des démonstrations de recettes à base de fromages, animées par Ash Fulk, un chef new-yorkais, d'écouter de la musique française, d'acheter des produits à prix coûtant, tout en suivant les commentaires sur *Twitter* et *Facebook*. Plusieurs entreprises françaises y ont participé afin de faire découvrir leurs fromages. Un succès relaté par deux stars de la télévision américaine, Régis & Kelly, dans leur émission matinale *Live with Régis & Kelly*, suivie par 3 982 000 femmes au foyer.

La chasse aux pathogènes est ouverte

Le 10 novembre, le Cniel a accueilli une centaine de représentants de la filière laitière, pour une journée thématique consacrée à « la maîtrise du risque *STEC* dans la filière laitière ». Les *STEC* (*Escherichia coli* producteurs de shigatoxines) sont des pathogènes émergents qui pourraient contaminer accidentellement les produits laitiers fabriqués au lait cru. Des scientifiques (Anses, VetAgro Sup, Institut de l'élevage, Actilait) ont fait le point sur l'état des connaissances.



L'acteur principal de la campagne est un monstre en 3D. Son apparition dans le film crée la panique mais sa jubilation en dégustant le fromage le rend sympathique.

© Euro RSCG/Cniel

Campagne TV

MÊME LES MONSTRES EN RAFFOLENT !

Par le biais d'un message décalé, le Cniel invite le fromage à la table des jeunes. Magnéto.



Après avoir communiqué sur l'importance du yaourt et la modernité de l'acte de consommer du beurre et du lait, le Cniel s'attaque au fromage. Objectif : faire en sorte que les jeunes ne s'éloignent pas ; ce qui à terme pourrait représenter un risque pour le marché. En effet, si environ 60 % des Français consomment du fromage au moins une fois par jour, ce pourcentage est plus faible chez les jeu-

nes : 46 % chez les 15-24 ans et 55 % chez les 25-34 ans. L'ambition du Cniel est de rappeler le caractère essentiel du fromage, de capitaliser sur le plaisir intense qu'il procure et de conforter sa réappropriation par les nouvelles générations.

Oh oui ! « Le fromage mangez-le avant les autres », conclut le slogan.

Les jeunes dans la cible
Pour faire consommer du fromage aux 20-30 ans, l'Interprofession a donc misé sur une campagne décalée dont l'acteur principal est un monstre aussi sympathique que réaliste, qui jubile en dégustant du fromage. Une pointe d'humour nécessaire pour faire adhérer les jeunes au message selon lequel le fromage n'est pas réservé aux parents et aux grands-parents, et qu'il n'est pas ringard d'en manger. « Ce film sort de l'environnement

quotidien de consommation du fromage. Il crée un spectacle unique et un territoire spécifique », explique l'agence Euro RSCG, à l'origine du scénario. Le bénéfice plaisir dans toutes ses dimensions (goût, texture, émotion) est largement mis à l'honneur tout au long du film réalisé par Ruairi Robinson, un spécialiste du suspense. La campagne, cofinancée par France AgriMer à hauteur d'un tiers, bénéficie d'un budget de 2 millions d'euros sur trois ans. La première vague a été diffusée à la télévision du 24 décembre 2011 au 15 janvier 2012. ■



Le film se décline en deux formats, un de 30 sec. avec cette jeune femme et un de 15 sec. avec un jeune homme.

PROSPECTIVE

Les produits laitiers ont la vue

Pour dessiner le futur des produits laitiers et prévoir les comportements des consommateurs, le Cniel s'est engagé dans une vaste réflexion prospective. Coup de projecteur sur des

Tout au long de l'année 2011, le Cniel a mené une réflexion prospective destinée à imaginer les modes de vie de demain en France et leurs impacts sur la consommation alimentaire en général, et des produits laitiers en particulier, à l'horizon 2025. L'enjeu de ce travail est stratégique. En effet, l'objectif est d'obtenir une vision des transformations à venir en matière de consommation de produits laitiers, et de situer leur place dans la société future, afin de mieux cibler dès à présent les actions de communication de l'Interprofession.

Des ateliers collectifs

Cette initiative a été conçue comme une véritable démarche collective. Un groupe de travail constitué des différentes composantes du Cniel, représentants des entreprises et des producteurs et experts du Cniel, s'est réuni tous les trois mois environ, durant un an et demi. En parallèle, des ateliers collectifs ont été organisés autour de différents outils : dossiers d'analyse prospective, entretiens avec des grands témoins externes. Le groupe de travail a analysé les dimensions fonctionnelles et émotionnelles des familles



Face à la déshérence du consommateur qui tend à perdre ses repères, il s'agit pour les produits laitiers de dire des choses simples et vraies pour rassurer l'acheteur citoyen dans ses choix alimentaires.

de produits ainsi que les attributs qui concernent l'élevage laitier. Les transformations affectant les modes de vie et de consommation ont également été décortiquées, pour mieux entrevoir les relations futures entre le lait et la société.

Enfin, une enquête par questionnaire a été menée auprès de 140 acteurs, internes et externes à la filière, testant une quarantaine d'hypothèses sur des thèmes considérés comme des enjeux majeurs pour la filière : environnement

longue

ateurs d'ici à 2025,
enseignements... pleins d'avenir.



© Cade/Cetty

et développement durable, nutrition et santé, et comportement des consommateurs. Ce travail a été animé et conduit par Pierre Chapuy et François Bourse, directeurs d'études au cabinet Ressources Prospective Gerpa.

Des consommateurs en déshérence

Les résultats de l'enquête décrivent une société de plus en plus méfiante et des consommateurs en « déshérence », las des injonctions nutritionnelles, qui ne savent plus à qui faire confiance. Un désir de retour à des valeurs sûres émerge fortement, lié à une montée en puissance des préoccupations environnementales qui, pour une bonne part, sont l'expression d'un désir de préservation de soi. La consommation citoyenne, le souci des origines, de la naturalité, entraînent une exigence de transparence accrue, des attentes croissantes en matière d'information et de garantie sur les conditions de fabrication et de production... On parle là de tendances lourdes appuyées par un renouveau des sentiments d'appartenance à une famille, bien que parfois élargie, avec une affirmation de la place des réseaux de proximité. Et ce n'est là qu'un très court résumé de ce travail qui a fait l'objet d'une publication.

Valoriser la filière

Dans un monde inquiétant, où l'alimentation apparaît comme l'un des derniers plaisirs accessibles, les dimensions de proxi-

mité et de naturalité des produits laitiers représentent des atouts puissants que d'autres familles d'aliments n'ont pas, conclut l'étude. Il y a donc nécessité de valoriser, dans la communication collective, les différentes composantes de la démarche de responsabilité sociétale de la filière laitière :

- Responsabilité de santé, en soulignant la richesse nutritionnelle des produits laitiers, leur qualité gustative et sanitaire et leurs caractères d'essentialité et d'accessibilité...
- Responsabilité sociale et économique, en rappelant que la filière laitière compte 200 000 actifs directs et indirects, dont 80 000 éleveurs, plus de 320 entreprises laitières de plus de 20 salariés...
- Responsabilité environnementale, en expliquant la permanence de la chaîne laitière dans le paysage français et son rôle dans l'aménagement du territoire à travers son lien fort au sol, sa participation à la biodiversité...

Les spécialistes recommandent de travailler les registres des émotions, du plaisir et de la proximité, mais aussi de rassurer et de réconcilier à travers des messages simples. « *Le lait est par excellence l'aliment naturel et universel puisqu'il est*



Ce document
publié en juillet
2011, est une
synthèse de
la prospective
participative
menée par
le Cniel.

le premier aliment nourricier de tout être humain. Les produits laitiers sont ainsi un facteur de réassurance et d'identité dans le contexte de perte de repères en matière d'alimentation. Il faut montrer le lien entre plaisir simple, accessible et le bien-être santé du citoyen, en jouant la confiance sans complexe », préconisent-ils.

Ils suggèrent aussi d'élargir progressivement les messages aux aspects touchant les origines et les conditions de production. Le tout, en considérant le consommateur de produits laitiers dans sa triple nature : consommateur certes, mais aussi, et souvent en même temps, citoyen préoccupé d'enjeux collectifs, et individu social au sein de ses cercles d'appartenance (famille, réseaux de proximité...). Car le poids des consommateurs « engagés » ira croissant.

« Une chose paraît certaine : les atouts des produits laitiers ne manquent pas pour donner une nouvelle dimension à la communication collective dans le contexte de transformations économiques, sociales, technologiques et comportementales des dix prochaines années » conclut Noëlle Paolo, responsable études et stratégie à la Direction communication du Cniel. ■

DES AXES POUR ENRICHIR LA COMMUNICATION COLLECTIVE

> **Nourrir**
le capital
symbolique
du lait

> **Rappeler**
ses valeurs
de simplicité

> **Mettre**
en avant
l'ingéniosité
des hommes et
de leurs savoir-
faire

> **Valoriser**
la fonction
de l'élevage
dans le capital
agricole
et culturel

> **Souligner**
la relation
positive que
créé l'élevage
laitier entre
l'homme et
l'animal

AVIS D'EXPERTS



■ Alain Cougoulic, FNIL
Vous êtes à l'initiative de cette réflexion. Quelles étaient vos attentes ?

Donner l'occasion à toutes les composantes de l'Interprofession de réfléchir ensemble à l'avenir de la filière et engager, à la lumière des résultats, des débats sur la façon d'appréhender l'avenir de la profession. Effectué pour la première fois, l'exercice était difficile, car cette réflexion est un miroir ne flattant pas forcément celui qui s'y regarde. Il demeure néanmoins un outil de référence pour chaque entreprise dans la construction de sa propre stratégie industrielle et commerciale, et pour les producteurs, une source de réflexion favorisant l'évolution des structures laitières.



■ François Attali, FNCL
À travers les résultats de cette étude, quelles évolutions voyez-vous pour la communication collective ?

Pour répondre à la « déshérence » de consommateurs en manque de repères et qui ne savent plus à qui faire confiance, il s'agit pour les produits laitiers de dire des choses simples et chargées d'émotion vraie, afin d'éveiller chez eux leurs envies les plus profondes. Alors que toute vérité leur semble désormais éphémère, l'émotion prend une fonction essentielle : elle devient le filtre qui permet de ressentir si ce que l'on dit résonne ou non en soi. Elle fonctionne ainsi comme un critère, une épreuve de vérité... Travailler sur l'émotion suppose évidemment beaucoup de vigilance : c'est une arme potentiellement « dangereuse » qui suppose que nous sachions l'utiliser avec éthique.



■ Marcel Denieul, FNPL
Quelles conclusions tirez-vous des résultats de cette enquête ?

Les conclusions de ce travail de prospective confirment que les produits laitiers sont la résultante d'une véritable construction de filière. La chaîne laitière, qui est au cœur de l'Interprofession, doit être le socle de tous les messages à venir. Notre profession est en phase avec les évolutions sociétales que souligne l'enquête en termes de bien-être animal, de respect de l'environnement, de développement durable, etc. À nous de le faire savoir en mettant en avant dans la communication collective la place de l'élevage laitier dans notre capital agricole et culturel, et en soulignant la relation positive qu'il crée entre l'homme et l'animal.

Le scénario de la campagne 2012
des 3 produits laitiers par jour
s'inspire de contes célèbres
comme le Petit Chaperon rouge.



Et si on parlait du lait ?

Grâce à une communication offensive, les produits laitiers ont de plus en plus la cote.

En 2008, l'Interprofession a défini une nouvelle stratégie de communication, sur trois ans, pour le marché français et pour les marchés extérieurs. Dix chantiers ont été mis en place dont neuf pour la France.

Pour le marché français, la stratégie reposait sur 4 piliers : santé, modernité, authenticité et plaisir. Pour chacun, un objectif à moyen et long terme avait été défini.

À partir de là, neuf plans ont été lancés : • réponse aux détracteurs du lait • nutrition santé • 3 produits laitiers par jour • défense de la matière grasse laitière • modernité : Milk Factory • prospective collective et études sociologiques • authenticité comprenant les AOP, et les produits bio • plaisir festif dont le dossier culinarité des produits laitiers incluant les cercles culinaires de France • actions en région.

Les marchés extérieurs, et notamment les pays tiers, sont stratégiques pour le fromage qui représente près de la moitié des exportations de produits laitiers. 40 % des fromages fabriqués en France sont exportés dont 24 % hors Union européenne. Dans un premier temps, la stratégie de l'Interprofession a consisté à concentrer ses investissements sur les pays les plus riches (États-Unis, Corée du Sud et Japon), pour se développer à partir de 2012 sur les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine).

Un réel succès pour 3 produits laitiers/jour

91 % des Français ont vu la campagne des 3 Petits Cochons. Le repère 3 produits laitiers/jour est passé à la sixième place en termes de reconnaissance des repères PNNS (Programme National Nutrition Santé) ; il a ainsi gagné



23 points entre 2009 et 2010 pour se stabiliser en 2011. Côté corps médical : 6 médecins sur 10 ont vu la campagne et la connaissance du repère 3 produits laitiers/jour est passée de 54 % en 2008 à 74 % en 2010.

Stop aux discours négatifs !

Le discours anti-lait a été freiné et la tonalité négative des articles de presse a été réduite de 30 % à 18 %, tandis que l'attitude positive est passée de 34 % à 60 % entre 2008 et 2011 (suivis des médias TV, radio, presse écrite et Internet).

Chez les diététiciennes, qui représentent la catégorie la plus touchée, la crédibilité des discours anti-lait a reculé significativement. Elles sont aujourd'hui moins nombreuses à y adhérer.

Les idées fausses sur le beurre à la renverse

Les idées reçues sur le beurre ont été renversées. On ose maintenant dire que les acides gras saturés sont bons pour la santé. En 2008, 32 % des médecins considéraient que le beurre était trop calorique et faisait grossir contre 17 % en 2010. Ils sont aujourd'hui 81 % à admettre que le beurre apporte des acides gras essentiels contre 69 % en 2008.

Les Américains disent : "Cheeeese"

La campagne « *Cheese of France* », lancée en 2009, participe au changement de comportement des Américains vis-à-vis des fromages. Les exportations de fromage français vers les États-Unis ont augmenté de près de 30 % en 2011! ■

Quand les produits laitiers devie

En proposant des outils innovants, l'Interprofession joue la carte de la modernité. L'enjeu ? Séduire les médias et les consommateurs.



Une fois retournées, les cloches en verre taillé se transforment en coupes (à raisins, petits pains, salades). Les fromages sont disposés sur des plateaux de chêne rétifé.



Une boîte pour chaque catégorie de fromage. Sur chaque couvercle, un code lisible par un smartphone renvoie sur le site Internet des produits laitiers.

L'exposition « Design sur un plateau » du 6 octobre 2011 au

La modernité influence les comportements des consommateurs en matière de choix alimentaires. C'est l'un des quatre axes stratégiques de la communication collective sur le lait et les pro-



© J.B. Mondino/courtesy : M+B art-LA

21 clichés, du célèbre photographe Jean-Baptiste Mondino, ont été exposés à l'espace Milk Factory début 2012. L'occasion de valoriser le métier d'éleveur laitier.

duits laitiers définis par le Cniel en 2008.

Au-delà de la campagne « trois produits laitiers » et des campagnes produits (yaourt, beurre et lait) qui ont construit une image dynamique, l'Interprofession s'est dotée en 2009 d'un outil lui permettant de rendre les produits laitiers « tendance » : la Milk Factory. Celle-ci a pour socle la création et le design, deux vecteurs clés d'appropriation de la modernité par les journalistes et les influenceurs d'opinions (chefs, designers, bloggers, communicants). « Nous avons pris délibérément le parti de nous adresser à ces prescripteurs car ils ont la capacité d'influencer les "adopteurs

précoces" que sont les populations aisées en quête de concepts originaux », explique Laurent Damiens, directeur de la communication du Cniel. Pendant deux ans, sans avoir de lieu dédié, la Milk Factory a invité designers, chefs et chercheurs de tous horizons à travailler ensemble autour de projets liés aux produits laitiers qui ont été relayés par les journalistes. Le changement de discours dans les médias à l'égard du lait et des produits laitiers a encouragé l'Interprofession à donner un nouvel élan à cette démarche.

En 2011, la Milk Factory a ainsi changé de dimension en investissant un espace qui lui est

nnent « tendance »

Un plateau façon cave à cigares.
Des cloisons à tiroirs en bois
constituent des mini - caves
individuelles amovibles.



14 janvier 2012 a inauguré l'espace dédié à la Milk Factory.

© E. Fichou / Cniel

dédié dans le 11^e arrondissement de Paris. Objectif : amplifier le mouvement et l'ancrer dans l'esprit des prescripteurs.

Le plateau relooké par six designers

« Design sur un plateau » est l'événement phare qui a marqué le lancement de ce lieu. Le Cniel a demandé à six designers de plancher sur le plateau de fromage afin de le rendre plus actuel et d'attirer les jeunes urbains. Les concepts présentés ont su séduire les crémiers fromagers. Cette exposition a été accueillie par le Salon du fromage, à la demande des organisateurs du Salon de l'agriculture. ■

LEXIQUE

Adopteurs précoces : la population aisée, dominante dans l'installation de tendances. Ce sont potentiellement 15 millions de consommateurs représentant 10 % de la consommation alimentaire, qui portent moins d'intérêt, depuis plus d'une dizaine d'années, aux produits laitiers, car perçus de moins en moins modernes.

Prescripteurs : journalistes, chefs, designers, créateurs... très sensibles à l'art culinaire et au design.

Milk Factory : un laboratoire d'idées mêlant art culinaire et expressions plastiques contemporaines, permettant la confrontation de regards multiples autour des produits laitiers.

BILAN DES ACTIONS

153 retombées médias dans divers titres : *le Figaro, l'Express, Elle, Grand Seigneur, Marie Claire Maison...*

Ceci équivaut à des achats d'espace d'un montant de **1 015 585 €**.

INTERVIEW

Christophe Spotti, chargé des actions modernité au service communication du Cniel



« Le discours des journalistes a évolué »

Quel était le regard des journalistes sur les produits laitiers avant la Milk Factory ?

Auparavant, les journalistes avaient un positionnement classique vis-à-vis des produits laitiers. Ils en parlaient autour des paradigmes :

- santé/équilibre nutritionnel, avec des arguments autant « pro-lait » que « anti-lait »,
- goût/culinarité, en privilégiant les produits allégés et des recettes pratiques à base de fromages de type parmesan, mozzarella...
- et authenticité/origine, surtout dans les magazines spécialisés sur l'univers culinaire.

Quel a été l'apport de la Milk Factory ?

Depuis 2009, grâce aux travaux de la Milk Factory, les journalistes ont fait évoluer leur discours. Ils ont mis beaucoup plus en valeur les vertus des produits laitiers et en parlent en ces termes : « des produits nobles, authentiques et de caractère qui jouissent d'une place de choix dans les recettes des plus grands chefs » ; « des produits modernes pour le bien-être et la beauté », « qui permettent de développer sa créativité culinaire avec des recettes ludiques, astucieuses et résolument inscrites dans une cuisine "plaisir" inventive qui colle aux tendances ». Une plume résolument positive.

AOP

Tous unis pour la défense du goût

Depuis toujours, l'Interprofession consacre une place privilégiée aux appellations d'origine dans tous ses travaux, qu'ils soient techniques, économiques, scientifiques ou politiques. Côté communication, en 2011, le Cniel a consacré 360 000 euros pour le financement d'une nouvelle campagne.

Un slogan qui accroche

Si les attentes des consommateurs correspondent aux valeurs des AOP, le logo de ce signe de qualité reste encore trop méconnu. Le grand public, dans sa majorité, ignore que l'AOP équivaut à l'AOC en termes de caractéristiques et d'exigences. Afin de faire connaître le logo européen au plus grand nombre et de lui donner plus de visibilité, le Cniel et le Cnaol ont opté pour une campagne militante.

Une affiche met en avant le logo AOP en lui accordant une position centrale, renforcée par un rayonnement qui dirige le regard sur cette



1 300 affiches dans quatre grandes villes.

signature visuelle, afin de l'ancrer dans l'esprit des consommateurs. En bas de l'affiche, la foule de manifestants exprime leur adhésion autour d'un message fédérateur qui tient dans un slogan simple et fort annonçant les grandes valeurs des AOP : « On veut du vrai, du bon, du goût ! ». Le sous-titre, « Unissons-nous pour les fromages AOP », entérine cette idée et invite les consommateurs à se mobiliser pour défendre le terroir et les produits de caractère.

Une campagne d'affichage (1 300 affiches) s'est déroulée dans quatre grandes villes (Paris, Strasbourg, Lyon et Toulouse) du 12 au 26 décembre 2011. Un post-test confirme sa pertinence : 40 % des interviewés reconnaissent le logo contre 20 % en 2010.

En 2012, la suite de la campagne insistera sur les valeurs des fromages AOP : goût, qualité, savoir-faire traditionnels, rattachement à un terroir spécifique... ■

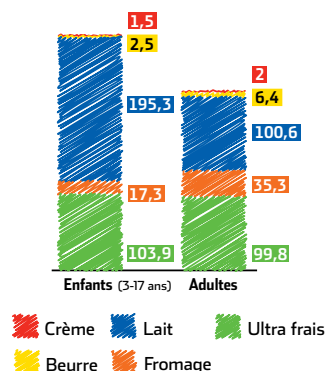
PRODUITS LAITIERS

Le comportement des consommateurs à l'étude

Comment anticiper et mieux connaître les comportements des consommateurs de produits laitiers ? Pour cela, la direction de la communication mène un programme d'études ambitieux. Ainsi, en 2011, une étude du Crédoc a mesuré l'évolution des consommations et les manières de consommer les produits laitiers (selon les cibles, les moments et les lieux). D'autres études ont permis de suivre l'évolution de l'image des produits laitiers auprès du grand public. L'adhésion

aux discours de remise en cause (anti-lait et matières grasses) a été également scrutée au travers de baromètres réguliers. Enfin, les campagnes de communication ont été systématiquement évaluées afin de mesurer leur impact (sont-elles vues ?), leur agrément (sont-elles appréciées ?), et leur efficacité (atteignent-elles les objectifs qui leur sont assignés ?). À l'arrivée, un dispositif qui permet à la communication de garder une longueur d'avance et d'ajuster le tir si nécessaire. ■

La consommation de produits laitiers (en grammes consommés/jour)



Source : Crédoc / Cniel



Une année tournée vers l'avenir

Niveau de production record, exportations en hausse, consommation au beau fixe... En 2011, la filière laitière affiche une bonne santé économique, qui lui permet d'aborder activement la fin des quotas, prévue en 2015. La création de la Commission des pratiques contractuelles et le redécoupage des Criel en sont deux bons exemples.

L'ANNÉE 2011 DANS LE RÉTROVISEUR

Un niveau de production record en France

2011 fut une année satisfaisante pour la filière laitière française, durant laquelle la vigueur de la demande internationale a entretenu la fermeté des cours des produits laitiers. Ce contexte favorable a stimulé le prix du lait à la ferme en France, qui progresse de 9 % par rapport à 2010.

L'inquiétude provoquée par la terrible sécheresse survenue en avril et en mai s'est finalement dissipée rapidement, grâce aux pluies exceptionnelles intervenues à partir de juin et aux températures clémentes de l'été. Les récoltes fourragères furent bien meilleures que prévu, et la production laitière a bénéficié de conditions relativement optimales pendant tout le second semestre.

Avec une croissance de 5 % sur l'ensemble de l'année, la collecte de lait en France a

été beaucoup plus dynamique que celle de ses voisins européens. Elle frôle la barre des 24 milliards de litres, un niveau qui n'avait pas été atteint depuis 1987.



Benoît Rouyer, chef du service économie du Cniel

Les chiffres de la

Une forte demande internationale a maintenu

LA FABRICATION FRANÇAISE DE PRODUITS LAITIERS

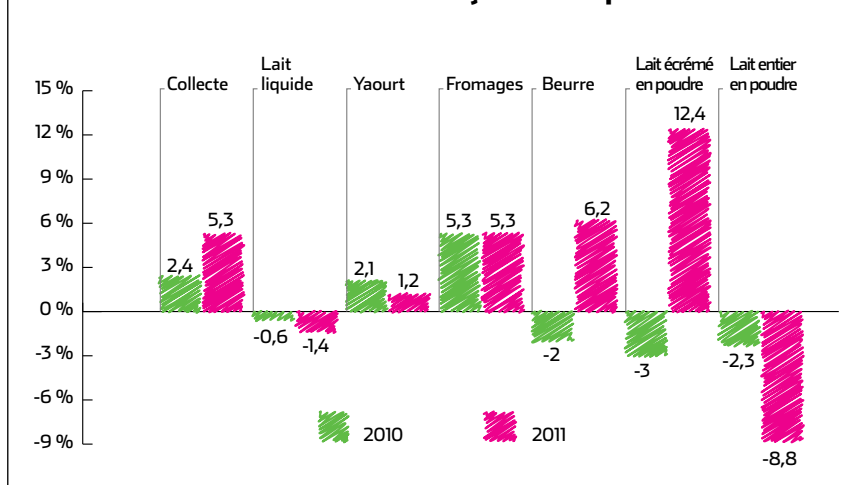


© V. Ribaut/Les Studios Associés / Cniel

La progression de la collecte en 2011 se traduit par une augmentation assez nette de la fabrication de beurre et de poudre de lait écrémé. La production de fromages et de produits ultra-frais, quant

à elle, s'accroît modérément, tandis que celle de lait de consommation recule de façon significative. Le constat d'ensemble dressé sur les fromages recouvre des réalités très disparates selon la nature des produits. Si les fromages frais (- 3,4 %) et les pâtes pressées non cuites (- 1,2 %) sont en recul, les pâtes pressées cuites (+ 7,5 %) et les pâtes filées (+ 12,7 %) connaissent, en revanche, un développement soutenu. Enfin, les pâtes molles occupent une position intermédiaire (- 0,9 %).

Évolution des fabrications françaises de produits laitiers



Source : FranceAgriMer

➤ **La collecte de lait en France** atteint 24 milliards de litres, un record depuis 1987

filière laitière en 2011

EN CHIFFRES

75 800

Nombre d'exploitations (2010)

3 772 800

Nombre de vaches laitières (2010)

318 500
litres de lait

Référence moyenne par exploitation (2010)

323

Nombre d'entreprises de transformation (plus de 20 salariés) (2009)

57 900

Emplois dans l'industrie (2009)

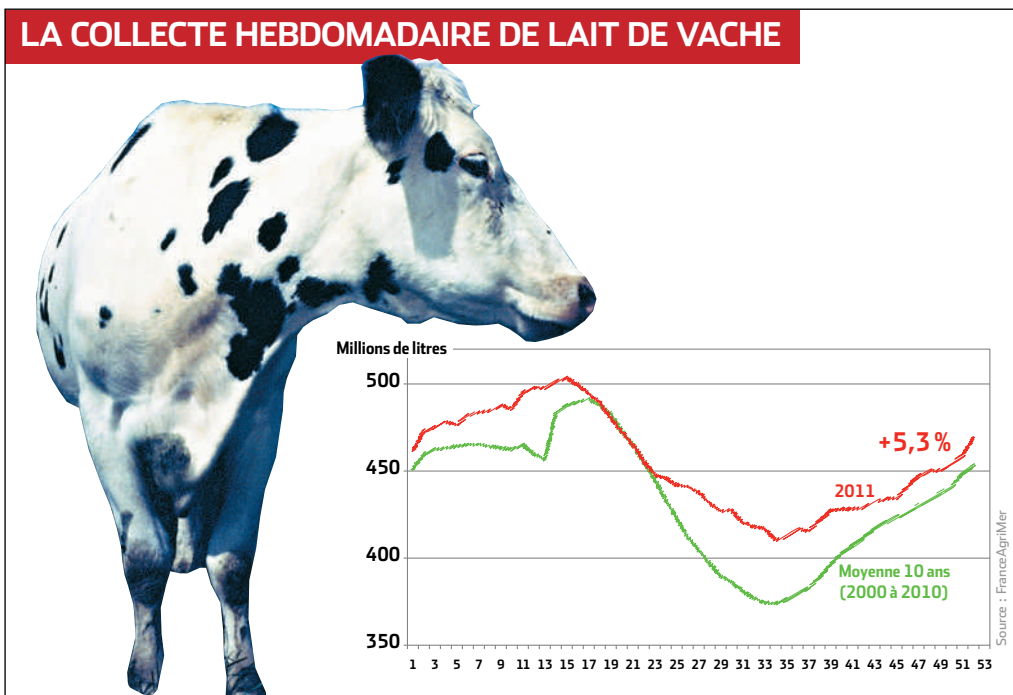
25,3
milliards €

CA de l'industrie laitière (2009)

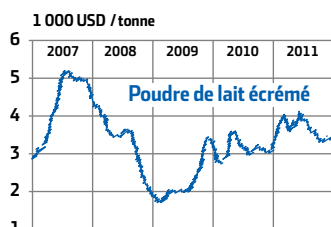
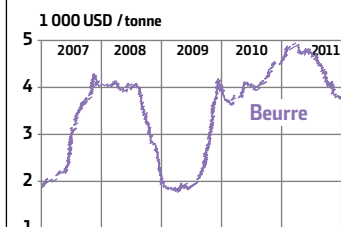
3,5
milliards €

Excédent commercial (2011)

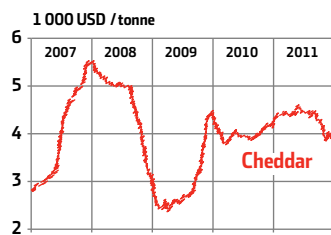
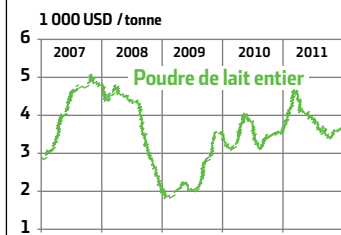
les prix des produits laitiers à un niveau élevé.



LES COURS MONDIAUX



Les cours mondiaux se sont maintenus à des niveaux élevés : 3 500 USD la tonne pour les poudres de lait, 3 900 USD pour le beurre et 4 000 USD pour le cheddar.



> **Le prix du lait** de vache a augmenté de 9% comparativement à 2010

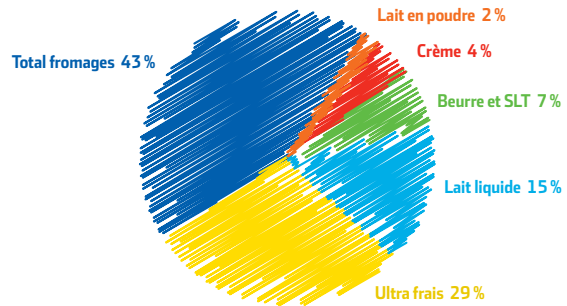
La consommation des ménages au beau fixe

Les produits laitiers font partie intégrante du quotidien des Français. D'après les données Kantar, 93 % des ménages ont acheté du beurre et 99,8 % du fromage, en 2011. Le marché des produits laitiers en grandes et moyennes surfaces a connu un léger recul en volume, mais a enregistré une progression de 1,7 % en valeur. Dans le détail, la consommation par les ménages français de crème a augmenté, celle de produits ultra-frais et de fromage s'est stabilisée et celle de lait et de beurre a diminué, en raison notamment de leur statut d'ingrédient, qui les rend moins résistants dans un contexte où sont privilégiés les produits « prêts à l'emploi ». D'un point de vue transversal, on notera la progression des ventes de produits bio en GMS : leur chiffre d'affaires s'élève, d'après IRI, à environ 430 millions d'euros, soit + 11 % par rapport à 2010, et ils représentent 3 % du CA tous produits laitiers. ■

LES TENDANCES SUR LE MARCHÉ

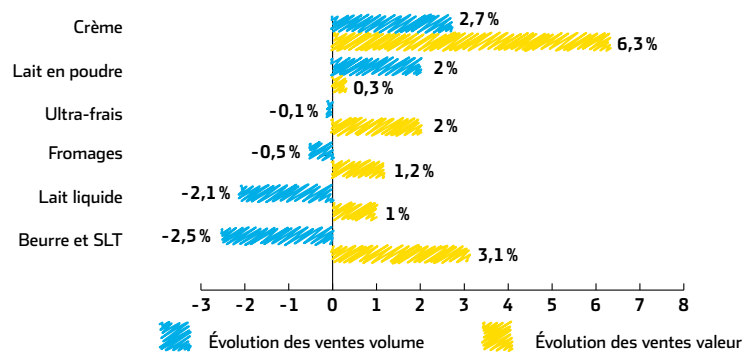
Le fromage arrive en tête des ventes

Part de marché des produits laitiers (CA 2011 : 15,4 milliards d'euros)



Une forte demande sur la crème

Évolution volume et valeur 2011-2010



Source : Cniel, d'après SymphonyIRI

BIO

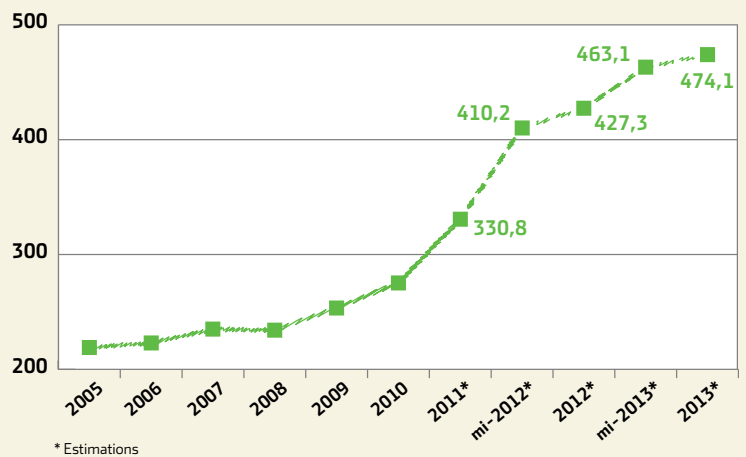
Des volumes en hausse

Depuis 2009, le Cniel réalise une enquête semestrielle auprès des entreprises de collecte afin de proposer une estimation des volumes de lait bio en cours de conversion. Les acteurs bénéficient ainsi d'une visibilité de l'évolution de la collecte bio sur deux ans.

Avec une dynamique des conversions très soutenue en 2010 et en 2011, la collecte de lait bio devrait dépasser les 425 millions de litres fin 2012, soit une augmentation de 41 % par rapport à la collecte en mai 2011.

Évolution de la collecte bio annuelle

(en millions de litres)



* Estimations

Les exportations boostent la filière

Les exportations françaises de produits laitiers ont été particulièrement dynamiques en 2011. Elles progressent de 15 % en valeur pour atteindre 6,4 milliards €. Grâce à cela, la filière laitière française présente un excédent commercial de 3,5 milliards €. Ce dynamisme des exportations repose sur deux piliers : d'une part, les produits industriels (poudres de lait essentiellement) qui génèrent un courant commercial de 2,7 milliards € ; d'autre part, les fromages qui représentent des ventes d'un montant de 2,9 milliards €.

Un enjeu à long terme
L'exportation vers les pays tiers va demeurer un enjeu primordial pour la filière laitière française dans

les années à venir. En effet, l'Asie et l'Afrique vont voir leur consommation de produits laitiers augmenter, notamment en raison de leur croissance démographique et du dynamisme économique de certains pays. Le déficit en produits laitiers de ces deux continents va donc s'accroître et offrir ainsi des opportunités commerciales dont pourraient profiter les opérateurs français. ■

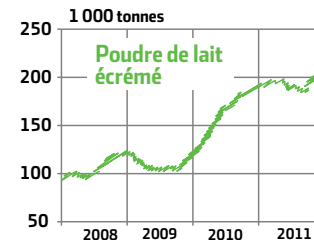
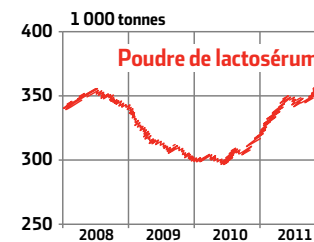
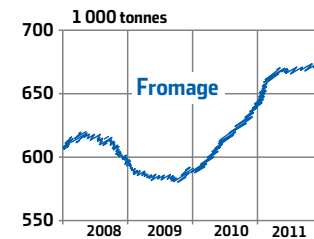
EN CHIFFRES

2,3 milliards

d'individus supplémentaires dans le monde d'ici à 2050, dont 1,2 milliard en Afrique et 1 en Asie, d'après les projections de l'ONU.

L'ÉVOLUTION DES VOLUMES EXPORTÉS

(12 mois glissants)



La situation du commerce extérieur sur la plupart des produits laitiers s'est sensiblement améliorée au cours des derniers mois. Elle est spectaculaire sur le fromage (+ 6 % sur 11 mois en 2011 par rapport à la même période en 2010), la poudre de lait écrémé (+ 7 %) et la poudre de lactosérum (+ 14 %).

FROMAGE

Des actions terrain ciblées

Le fromage français connaît un vif succès à l'étranger. Les exportations ont progressé de 8 % en 2010 pour atteindre un volume de 640 000 tonnes, réalisant un montant de 2,7 milliards d'euros, soit près de 50 % des exportations de produits laitiers en valeur. Cette dynamique se poursuit en 2011 avec une croissance de 6 % qui devrait les porter autour de 680 000 tonnes (2,9 milliards €). Le Cniel accompagne ce mouvement par des actions de promotion sur les lieux de vente aux États-Unis, au Japon et en Corée du Sud, trois marchés où les fromages français sont en plein essor.

En 2010, la France a exporté 18 000 tonnes de fromage aux États-Unis, un chiffre en progression de plus de 30 % en 2011.



ÉTATS-UNIS, CAMPAGNE
« CHEESE OF FRANCE »

Une nouvelle organisation pour de nouveaux enjeux

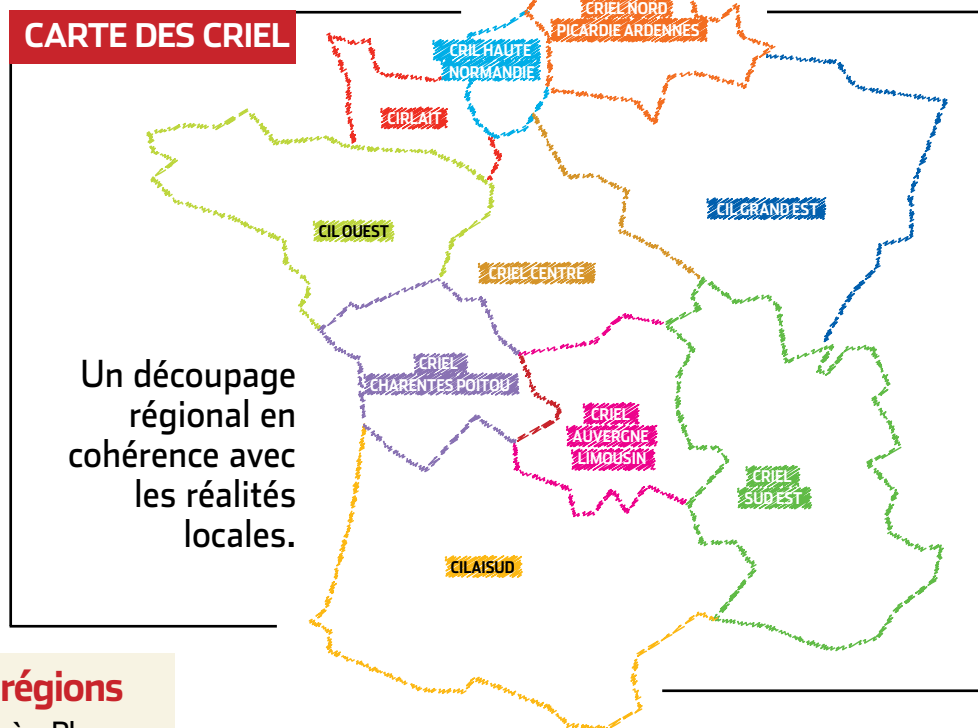
Dans la perspective de la disparition des quotas en 2015, le Cniel a revu le découpage de ses Criel. Les pouvoirs publics ont pris en compte ce travail pour organiser une nouvelle gouvernance régionale au travers de neuf bassins laitiers.

En 2015, les quotas seront supprimés. En prévision de cette échéance, et pour assurer la meilleure transition possible, le Cniel a engagé, dès 2011, des réformes pour faire évoluer son organisation sur le territoire français. Résultat, le nombre de Criel est passé de 17 à 10 au 1^{er} janvier 2011.

Installer une filière solide

Dès 2006, sur la base de données statistiques issues de FranceAgriMer (collecte, production, flux de lait entre régions...), les bases d'un nouveau découpage par bassin

CARTE DES CRIEL



De nombreuses actions en régions

De « National Prim'holstein » au Mans, à « Place Nature » à Arras, en passant par les « Fermes en ville » de Lille et Nantes, « Terralies » à Saint-Brieuc, les foires de Champagne, Besançon, Bordeaux, Chaumont, Gap..., les produits laitiers se sont exposés, aux quatre coins de l'Hexagone. Des rencontres avec des milliers de consommateurs autour d'animations ludiques. L'occasion pour la profession de prendre la parole en direct auprès du grand public et de faire passer ses messages.

avaient été posées. Ce travail a contribué, au sein de l'Interprofession laitière, à alimenter la réflexion autour des structures régionales (Criel), avec pour objectif d'adapter le découpage régional à la réalité économique des différentes zones. À l'arrivée, cette nouvelle organisation en 10 zones (plus une à la Réunion) doit

permettre d'installer durablement une filière laitière française solide dans un environnement concurrentiel européen. C'est à partir de ce découpage que les pouvoirs publics ont créé les 9 bassins laitiers, au sein desquels les conférences de bassin sont chargées de préparer la sortie des quotas.

régionale

Des Criel renforcés

Les Criel travaillent en amont des conférences de bassin et avancent des propositions concrètes de redistribution des quotas en fonction des préoccupations et des spécificités régionales. Mais ce n'est pas leur seul et unique rôle. Leur mission principale est de traduire au niveau des régions, le cadre politique national. Pour les accompagner dans cette démarche, le Cniel s'est engagé, dès 2011, à signer avec chacune d'elles une convention détaillant leurs missions, ainsi que son soutien financier pour les aider au fonctionnement de la structure. ■

Organisation d'un Criel

Le Criel (centre régional interprofessionnel de l'économie laitière) est une association loi 1901. Il dispose d'un siège social et d'organes de gestion et d'administration : assemblée générale (ou conférence) et conseil d'administration (ou bureau). Ses membres sont issus des structures régionales des trois fédérations les plus représentatives de l'ensemble des professionnels du lait (FNPL, FNCL et FNIL), et ses décisions sont adoptées à l'unanimité.

Trois domaines d'intervention stratégiques

L'ÉCONOMIE

Les Criel travaillent sur la connaissance et le suivi économique de la production et de la transformation laitière à l'échelle régionale. Pour cela :

- ils conduisent des études (économie, filières, compétitivité...) sur des sujets spécifiques couvrant leur zone d'action ;
- ils élaborent et diffusent des indicateurs pouvant être utilisés par les professionnels pour l'évaluation du prix de cession du lait, notamment sur les aspects qualité (matière grasse, matière protéique, qualité hygiénique des laits...) et saisonnalité (l'objectif est de favoriser la production d'une quantité régulière de lait et d'éviter les pics lors de certaines saisons). Les Criel prennent aussi en charge la spécificité de certains segments de marché grâce à la création de sections (pour le suivi des appellations d'origine) ou de commissions (pour l'agriculture biologique).

LE SUIVI DE LA QUALITÉ DU LAIT

Les Criel travaillent en étroite collaboration avec les laboratoires interprofessionnels et assurent la mise en œuvre au niveau local de l'accord interprofessionnel sur les germes et cellules somatiques. Ils prennent en charge le suivi des producteurs dont le lait dépasse les critères réglementaires et font remonter les informations au Cniel. Parallèlement, en collaboration avec les acteurs de la filière viande, ils œuvrent au respect de la *charte des bonnes pratiques d'élevage*



En 2011, près de 200 manifestations événementielles ont eu lieu en régions.

à l'échelle régionale. Ils élaborent des protocoles techniques permettant une démarche de progrès dans la qualité du lait et des produits laitiers (plans mammites, traçabilité...), en collaboration avec les acteurs régionaux (GIE, chambres d'agriculture, Contrôle laitier...) ou nationaux. Enfin, ils sont les premiers à être sollicités en cas de crise sanitaire.

LA COMMUNICATION

La communication dans les régions se traduit par des actions de proximité qui ont pour objectif de donner une image positive des produits laitiers et des acteurs de la filière. Selon les régions, la stratégie est différente et adaptée aux contraintes locales. Dans le cadre de programmes définis avec les Criel, le Cniel apporte son soutien logistique et financier à un grand nombre de ces actions.

La contractualisation est en

Parmi les grands défis de la filière figure la contractualisation. Pour accompagner sa mise en œuvre, l'Interprofession a édité un guide de bonnes pratiques contractuelles et installé une commission des pratiques contractuelles.



© L. Gueneau / Cniel

En 2011, la mise en place de la contractualisation a démarré sur les chapeaux de roues, sans même attendre que les outils nécessaires à son implantation, comme la réglementation autorisant la création d'organisations de producteurs, soient finalisés. Pour

preuve, les présidents des fédérations FNPL, FNCL et FNIL ont présenté lors d'une conférence de presse tenue le 1^{er} mars 2011, à la Maison du lait, un guide de bonnes pratiques contractuelles élaboré au sein de l'Interprofession. Son but ? Faciliter l'écriture des

QUESTIONS À...

Pierre Lepetit, président de la CIPC lait

« Éviter les situations de blocage »

Quelle perception avez-vous de la contractualisation dans le secteur laitier ?

Pierre Lepetit : La contractualisation est une proposition que j'avais insérée dans l'accord de juin 2009 sur l'évolution du prix du lait. À cette date, j'avais été nommé médiateur pour trouver une issue à la crise sur le prix du lait que vivait le secteur. La contractualisation n'est pas la solution, mais un outil parmi d'autres pour un meilleur équilibre entre les producteurs et les entreprises. Je suis heureux que le Cniel ait pris l'initiative de créer la CIPC lait et que Bruxelles ait

légitimé la contractualisation. C'est une preuve de sa pertinence pour la filière laitière.

Quel bilan tirez-vous de la première année de fonctionnement de la CIPC ?

En 2011, nous n'avons pas été surchargés de demandes. La CIPC lait a été sollicitée pour trois avis au premier semestre, puis pour 15 avis en novembre. Quand on considère l'ampleur des débats suscités par la contractualisation, on peut estimer que notre activité a été limitée. En 2012, le rythme s'accélère. À la lumière des avis donnés en 2011, les parties ont compris l'utilité de saisir la CIPC lait en amont, notamment pour éviter les situations de blocage.



bonne marche



propositions de contrats. « Notre souci a été de mettre en avant les spécificités du droit coopératif et du droit privé dans l'appréhension des contrats et de faciliter le passage d'une relation contractuelle informelle vers un contrat formalisé et négocié entre les producteurs de lait et les entreprises », soulignait Henri Brichart, président du Cniel. Le point essentiel qui a été le plus débattu dans le cadre de l'Interprofession a été celui de la gestion des volumes, en prévision de la disparition des quotas en 2015. Concernant le prix, le guide précise que le contrat doit comporter un mécanisme de détermination du prix ou des prix qui peut faire référence aux indices de tendances du Cniel ou à toute autre formule.

Résoudre les litiges à l'amiable

Par ailleurs, pour contribuer à la résolution amiable d'éventuels différends dans l'exécution

des contrats, le Cniel a mis sur pied une commission interprofessionnelle des pratiques contractuelles (CIPC lait). Elle est présidée par Pierre Lepetit, inspecteur général des finances rattaché au ministère de l'Économie. « C'est une structure indépendante dont l'autorité repose sur la qualité de ses avis. Les règles de fonctionnement et le fait que la présidence soit assurée par une personnalité extérieure à la profession sont des gages de cette indépendance », précise Anne Richard, à la tête de la direction économie et territoires du Cniel. En 2011, la CIPC lait a fait l'objet de plusieurs saisines. Les différents avis rendus pourront déboucher sur une évolution du guide des bonnes pratiques contractuelles.

La parution du paquet lait, début 2012, conforte la pertinence d'une contractualisation dans le secteur laitier. Il ouvre en même temps la possibilité pour les producteurs de lait de

La commission interprofessionnelle des pratiques contractuelles



Rôle ■ La commission interprofessionnelle des pratiques contractuelles créée par le Cniel a pour vocation d'éclairer tout producteur, opérateur économique ou transformateur de lait de vache sur toute question qui pourrait se poser lors de la négociation ou de l'exécution des contrats.

Composition ■ La CIPC lait est composée de 6 membres nommés pour trois ans par le Conseil d'administration du Cniel : 2 membres pour chacune des familles FNPL, FNCL et FNIL. Sa présidence a été confiée à Pierre Lepetit, inspecteur général des finances rattaché au ministère de l'Économie.

Procédure de saisine ■ La saisine de la CIPC lait est ouverte aux producteurs, aux entreprises et aux structures professionnelles par l'intermédiaire du Cniel. Elle est accessible via le site Internet www.ciplait.com.

se regrouper en organisation de producteurs (OP) qui négocie collectivement leur contrat. Cette mesure, adaptée pour les producteurs livrant à l'industrie privée, offre une nouvelle possibilité de structuration de l'amont agricole en complément des coopératives qui en raison de leurs statuts, intègrent *de facto* cette dimension. ■



Le Cniel aide les entreprises à prévenir les risques de contamination microbologique.

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Un kit d'outils contre les risques sanitaires

Listeria monocytogenes, salmonella, STEC... Les bactéries pathogènes sont dans la ligne de mire du Cniel, qui développe des outils de modélisation pour prévenir les risques de contamination.

Les industriels sont responsables de la conformité des produits qu'ils mettent sur le marché et doivent respecter les critères microbiologiques prévus par la réglementation européenne. Il leur incombe aussi d'estimer la date limite de consommation des

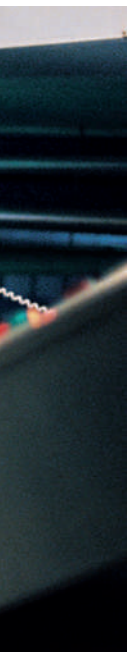
denrées qu'ils commercialisent. Pour cela, ils doivent évaluer la sécurité sanitaire des aliments qu'ils fabriquent et mettre en place un plan de maîtrise sanitaire destiné à prévenir les risques de contamination et à limiter leur impact.

Des fiches pour faire face aux crises

La direction des affaires scientifiques et techniques réalise régulièrement des documents de référence, pratiques et synthétiques, sur des questions de sécurité sanitaire. Ils traitent aussi bien des contaminants chimiques, de la santé animale que des risques microbiologiques. Objectif : offrir aux professionnels des connaissances de base

sur ces sujets et des éléments de réponses pratiques en cas de besoin. Ainsi, une quinzaine de fiches relatives aux contaminants chimiques sont déjà disponibles : métaux lourds (plomb, cadmium), minéraux (fluor, iode), composés néoformés (furanes, nitrosamine) ou polluants environnementaux (dioxines) font partie des sujets abordés. Dans le domaine des

risques microbiologiques, après *Escherichia Coli* producteurs de shigatoxines, *Bacillus cereus* et les staphylocoques entérotoxiques, des fiches sur *Listeria* et *Salmonella* sont en préparation. Chacune de ces fiches décrit la nature du contaminant ou du pathogène considéré, les sources de contamination, son comportement dans le lait et les produits laitiers.



Une simulation des risques

Depuis 2003, le Cniel travaille avec les entreprises à optimiser les mesures préventives et correctives. La démarche suivie est l'Appréciation quantitative des risques ou AQR. Elle s'appuie sur les nombreuses informations collectées par les entreprises laitières tout au long de la chaîne. En couplant ces données analytiques aux connaissances sur les microorganismes pathogènes, il est possible d'estimer le niveau de contamination en sortie d'usine et le risque consommateur. Pour cela, le Cniel a développé un kit d'outils statistiques qui comprend à la fois des données microbiologiques

sur le lait, mais aussi des modèles de simulation, selon les technologies fromagères et les bactéries. Les industriels peuvent tester les paramètres de leur choix directement sur www.aqr.maisondulait.fr.

Parmi les bactéries pathogènes à l'étude aujourd'hui, citons *Listeria monocytogenes*, *salmonella* et *Escherichia coli*. D'autres devraient s'ajouter à la liste grâce aux travaux de recherche en cours, notamment sur la modélisation de la survie des *Escherichia coli* producteurs de shigatoxines (STEC) dans différentes matrices fromagères. L'intégration d'autres paramètres dans les modèles de microbiologie prévisionnelle, tels que les acides organiques et la teneur en sel, et l'application de ces méthodes à d'autres germes potentiellement pathogènes, sont de nouveaux défis pour le Cniel. Tout comme le développement de techniques spécifiques de traitement des données. ■

En santé animale, vingt-cinq fiches illustrent des maladies connues (botulisme, fièvre aphteuse) ou exotiques. Grâce à elles, il est possible de cerner rapidement la maladie, d'en comprendre les conséquences éventuelles et de connaître les premières mesures à adopter au niveau de l'élevage, de la collecte et de la transformation, dès l'apparition de l'une d'elles. Ces fiches listent aussi les signes permettant la détection des

maladies chez l'animal par l'éleveur ou dans la matrice laitière par l'industriel et font un focus sur les moyens de prévention existants pour éviter leur apparition ou limiter leur présence dans la filière laitière. Disponibles sur le portail de la Maison du lait, ces fiches constituent un outil d'aide à la gestion des alertes et des crises. Particulièrement synthétiques, elles sont mises à jour régulièrement. ■

LEXIQUE

Kit AQR
kit d'outils statistiques pour suivre la qualité sanitaire du lait et prévoir le comportement bactérien tout au long du procédé de fabrication d'un fromage donné.

Microbiologie prévisionnelle
modèles prédictifs du comportement des bactéries dans l'aliment.

INTERVIEW



Fanny Tenenhaus-Aziza, chef de projet AQR au sein de la direction des affaires scientifiques et techniques du Cniel.

« Le fruit d'une étroite collaboration »

Comment est née au sein du Cniel la démarche d'analyse des risques aujourd'hui reconnue par les autorités sanitaires ?

F. Tenenhaus-Aziza : Le développement d'un kit d'outils de modélisation des risques a été initié par le Cniel en 2003. Grâce à des techniques statistiques, il a été possible d'extraire des informations précieuses à partir des données fournies par les industriels : prévalence de contamination au cours du temps, impact des mesures de gestion mises en place, etc. Une collaboration étroite entre des chercheurs et des professionnels a permis d'aboutir au kit d'outils AQR dès 2005. Le transfert a été fait à Actilait qui assure la prestation de service auprès des entreprises. Plusieurs AOP testent actuellement ce dispositif, ainsi que des entreprises à titre individuel.

Quels sont les domaines d'application de ce kit ?

F. T.-A. : Les domaines d'application de ces modèles sont la gestion de la collecte, l'amélioration du tri du lait, le suivi de l'impact de certains facteurs, comme le type d'alimentation des vaches ou l'effet saison. Côté entreprises, citons l'optimisation des plans d'échantillonnage des autocontrôles, la constitution de dossiers scientifiques visant au classement d'un fromage dans la catégorie « inférieur à 100 cfu/g » au regard du critère *Listeria monocytogenes*, par exemple, ou à destination de la distribution... Et ce ne sont là que quelques exemples concrets.

Pour en savoir plus :

<http://www.quanthaccp.fr>
<https://aqr.maisondulait.fr>

ALIMENTATION ANIMALE

Les vaches passent à table

Que mangent les vaches ? Quelle incidence sur la qualité du lait et des produits laitiers et sur l'image de la filière ? Depuis 2008, un Observatoire permet d'y voir plus clair.

Pour pouvoir étudier la place et le rôle de l'alimentation animale dans la production laitière, dans la composition fine du lait et des produits, ou encore sur l'image de la filière, un Observatoire a vu le jour en 2008. Depuis, ses travaux ne cessent de s'enrichir.

Des chiffres à la louche

Le 1^{er} volet de cet Observatoire a consisté à quantifier, à caractériser et à suivre au cours du temps les évolutions

des pratiques à l'échelle d'une région et par grand système d'alimentation. En guise de point de départ, le Cniel a exploité, en collaboration avec l'Institut de l'élevage, les données 2007 de 346 élevages. Un premier document de synthèse est aujourd'hui disponible. Il décrit, sous forme de fiches, 15 des principaux systèmes d'élevage (fourrages, pâturage, aliments concentrés). En complément, une fiche intégrant une carte de France localisant les diffé-

© P. Dureuil / Cniel



rents systèmes d'alimentation a été réalisée en 2011.

Le 2^e volet s'est intéressé à l'origine et à la traçabilité des matières premières utilisées en France (production, importation, utilisation dans l'alimentation des vaches laitières). Une analyse chiffrée des flux observés est en cours pour les principales matières premières. Par ailleurs, en 2011, les travaux de l'Observatoire se sont focalisés sur une description fine de la provenance (à l'échelle de l'exploitation) et de la composition des aliments concentrés (matières premières et ali-

QUESTIONS À...

Sabine Picard, chargée de mission à la direction économie et territoires du Cniel



Quels progrès a permis l'Observatoire de l'alimentation des vaches ?

L'accumulation de toutes ces données permet aujourd'hui à l'Interprofession d'apporter notamment des réponses sur l'autonomie alimentaire de la filière laitière et sur les différentes matières premières qui rentrent

dans les aliments composés des vaches laitières. C'est également une base pour suivre et comprendre les évolutions de pratiques dans le temps et pour mieux les anticiper. Enfin, ces informations sont utiles à plusieurs programmes en cours, qui étudient le lien entre l'alimentation et

la composition du lait et des produits laitiers (par exemple le programme PhénoFinlait). Nous savons aujourd'hui comment agir sur l'alimentation

des vaches pour augmenter, par exemple, la teneur en acides gras insaturés ou en oméga 3. En 2011, un document de synthèse très complet a été édité sur ce sujet. Par ailleurs, l'alimentation



EN SAVOIR PLUS

Cartographie mondiale

Une enquête FIL, FAO et IFCN supervisée par le Cniel et l'Institut de l'élevage est en cours. Son objectif est la diffusion d'un rapport en 2012. Les premiers travaux sont accessibles sur le site www.dairyfeedingsystems.org

ments composés). D'autre part, une nouvelle fiche a rassemblé des données d'exploitations laitières, de fabricants d'aliments et du service statistique du ministère de l'Agriculture.

Une veille des pratiques émergentes

Le 3^e volet a pour ambition d'être réactif et proche des problématiques du terrain. En 2010, un dispositif de veille et d'expertise sur les pratiques émergentes en matière d'alimentation animale a été mis en place. Des enquêtes régulières sont ainsi menées

auprès d'une quinzaine de techniciens répartis sur le territoire et des réponses sont apportées si nécessaire. On entend par pratique « émergente » tout nouvel usage en alimentation du troupeau laitier (matière première, pratique...) à l'échelle d'un territoire, et qui soulève des questions (aspects sanitaires, composition du lait, image du lait et des produits laitiers...). Par exemple, en 2010, le recours à des coques et tourteaux de cacao a été mis en évidence. Ceci a conduit à la rédaction d'une fiche d'information sur les

des vaches a une influence sur l'environnement, un domaine aujourd'hui prioritaire pour la filière.

Comment se positionne la France dans la cartographie mondiale de l'alimentation ?

Chiffres à l'appui, nous avons mis en avant les élevages français en soulignant à la fois leur autonomie en termes

d'alimentation des troupeaux, et la part importante de fourrages utilisés dans les rations.

À l'avenir, l'enjeu est d'impliquer davantage de pays et d'obtenir des données plus précises afin de travailler sur d'autres indicateurs (herbe pâturée, utilisation des surfaces, environnement, santé...) et de pouvoir tracer les tendances des évolutions dans le monde.

connaissances actuelles concernant cette matière première et son utilisation en alimentation animale.

Grâce à cette approche globale, la France a pris la tête, fin 2010, d'un groupe de travail transversal sur l'alimentation animale, au sein de la Fédération internationale de la laiterie. Pour ses débuts, une enquête mondiale a été lancée afin d'identifier et décrire les différents systèmes d'alimentation des vaches dans le monde. Sous l'impulsion du Cniel et avec le soutien de l'Institut de l'élevage, le groupe Fil devrait aboutir prochainement à la publication d'un rapport, complété par des données de la FAO et de l'IFCN. En 2011, une vingtaine de pays ont fourni un ensemble de données que l'Institut de l'élevage a contrôlées et compilées. Les résultats de cette étude devraient permettre d'évaluer les forces et les faiblesses de la ferme France en termes d'autonomie alimentaire, et donc de résistance à la volatilité du prix des matières premières. Ils permettront aussi d'évaluer son empreinte environnementale, et de la situer par rapport à d'autres pays. ■



© P. Dureuil / Cniel



© C. Helsly / Cniel

ENVIRONNEMENT

À l'heure de la comptabilité éc

Alors que les méthodes de calcul des impacts de la filière laitière sur l'environnement sont en cours d'élaboration en France et à l'international, l'Interprofession met en avant les vertus écologiques de l'élevage français.

EN CHIFFRES

2,7%
contribution
du secteur
laitier aux
émissions
de gaz à effet
de serre
au niveau
mondial
selon la FAO.

L'environnement est un enjeu majeur pour la filière laitière. Outre une réglementation exigeante, le consommateur-citoyen attache de plus en plus d'importance aux modes de production et de fabrication des produits. Un phénomène mis en lumière par une étude prospective du Cniel, qui invite la filière à se pencher sur ses pratiques et ses atouts dans le domaine environnemental. Depuis une dizaine d'années, c'est ce qu'elle fait dans le cadre de son dispositif de veille et de son partenariat avec l'Institut de l'élevage. Aujourd'hui, elle franchit un nouveau pas en mettant au point des méthodes d'évaluation des impacts de la chaîne laitière sur l'environnement. Et alors que la « comptabilité écologique » se met en place, le rôle du Cniel est primordial : ses experts sont proactifs

dans l'élaboration des méthodes de calcul sur les émissions de gaz à effet de serre (GES en éq CO₂), l'eau et la biodiversité en France et à l'international.

Une méthode de calcul pour les gaz à effet de serre

Pour évaluer les effets de l'élevage sur les émissions de gaz à effet de serre, une méthode de calcul a été définie, basée sur l'analyse de cycle de vie (ACV). Les experts français ont réussi à faire intégrer dans l'équation, le stockage de carbone dans le sol des prairies, comme élément de compensation des émissions. L'avantage ? Faire valoir les vertus écologiques des élevages laitiers français, qui gèrent en permanence jusqu'à 10 millions d'hectares de prairies, et pas moins de 3 millions d'hectares de manière temporaire. Pour l'heure, la méthode existe et les chiffres sont en train d'être publiés par la FAO et la Fil. Dans le même esprit, le Cniel mène actuellement une expertise sur des mécanismes financiers qui mettraient en évidence les avancées du secteur en faveur d'une réduction des émissions des GES. Citons l'exemple de la bourse carbone, dont l'Interprofession pourrait se positionner comme agrégateur.

Les entreprises préparent les méthodologies de calcul qui leur permettront d'informer au plus juste les consommateurs.



© L. Gueneau / Cniel

Vers un outil informatique commun

En France, la question de la comptabilité environnementale est portée par le Grenelle de l'environnement. Plus précisément, elle est un enjeu de l'information environnementale du consommateur. Les discussions techniques ont lieu au sein de la plateforme Ademe/Afnor, à laquelle le Cniel participe. Celle-ci a publié un référentiel de bonnes pratiques en matière d'affichage environnemental (BPX 30-323).

« Les méthodologies de calcul toujours en cours de finalisation ont conduit la filière à ne pas participer à l'expérimentation nationale de l'affichage environnemental démarrée

en juillet 2011 », précise Hélène Pérennou, responsable développement durable à la direction communication du Cniel.

Un travail de fond a néanmoins permis la déclinaison pour les entreprises du *Guide des bonnes pratiques* issu du référentiel afin de compléter les résultats obtenus à la ferme. « L'ambition est de réaliser un outil informatique spécifique pour les entreprises laitières. Il permettra aux transformateurs laitiers de travailler avec des bases de données communes et actualisées, et d'industrialiser la démarche d'évaluation environnementale pour obtenir le profil environnemental d'un grand nombre de produits », poursuit-elle. Une manière de diminuer très significativement les coûts de réalisation d'une ACV.

ologique

Le défi de l'eau

Pour calculer l'empreinte eau, de nombreuses méthodes coexistent au niveau international, avec des principes souvent différents. « Selon la méthodologie retenue, les résultats peuvent varier de 20 à 1 000 l d'eau/kg de lait », souligne Sophie Bertrand, chef du service environnement à la direction des affaires techniques et scientifiques du Cniel. De nombreuses questions font encore débat, comme la prise en compte ou non de l'eau de pluie stockée dans les sols et « évapotranspirée » par les plantes, la quantité d'eau nécessaire pour diluer les polluants, ou encore la pondération des quantités d'eau consommées par l'impact de cette consommation sur le milieu local (rareté de l'eau). « Ces méthodes sont expertisées au sein de l'ISO, de l'UNEP-SETAC, de la FAO et de la Fil », précise-t-elle. De son côté, la filière laitière française a défini à ce jour, une première méthode de calcul de l'empreinte eau de l'élevage, qui mérite toutefois d'être affinée.

Deux théories pour la biodiversité

Tout comme le stockage du CO₂ par le sol, la biodiversité peut et doit participer à la valori-

sation des modes de production à la française. Toutefois, il reste difficile de statuer sur les marqueurs de la biodiversité. « En France, deux théories s'opposent », explique Sophie Bertrand. La première, portée par la filière, repose sur la reconnaissance des services environnementaux rendus par les élevages laitiers. Il s'agit de contre balancer leurs impacts négatifs sur l'air et l'eau, en mettant en avant les impacts positifs sur le maintien d'une biodiversité ordinaire. Un problème se pose cependant pour quantifier ce service. Afin d'y parvenir, un indicateur de biodiversité à l'échelle de l'élevage, en lien avec les infrastructures agro-écologiques, est en cours d'élaboration avec l'Institut de l'élevage. Une deuxième théorie tente de s'imposer. Elle est basée sur l'intégration d'un indicateur de biodiversité dans le cadre de l'analyse de cycle de vie. Or, l'ACV, par nature, ne prend en compte que les impacts négatifs sur l'environnement. Les impacts positifs des productions agricoles n'entreraient donc pas en considération. À l'international, les discussions sont nettement moins avancées. À ce jour, les acteurs de la filière laitière ne se sont pas encore mis d'accord sur une définition commune de la biodiversité, mais le travail se poursuit... ■

LEXIQUE

ACV l'analyse de cycle de vie est un outil normé d'analyse multicritères des impacts environnementaux.

BPX 30-323 référentiel du guide de bonnes pratiques de l'affichage environnemental français.

MICROORGANISMES

Dans la flore des fromages

L'étude des gènes des microorganismes présents dans les fromages ouvre un champ infini de connaissances. Rencontre avec une flore pas comme les autres...

Les populations microbiennes qui participent à l'affinage des fromages français sont d'une richesse inimaginable. Mais comment les identifier précisément ? Pour cela, le Cniel, en partenariat avec l'Inra, développe depuis 2009 le projet Food Microbiome*, sélectionné par l'Agence nationale de la recherche. Ce projet fait appel à la « métagénomique », une méthodologie mise au point initialement pour l'étude de la microflore intestinale.

Des applications potentielles

À partir d'un échantillon et de son analyse ADN, cette méthode permet d'identifier les populations microbiennes présentes dans un fromage. « *Pour optimiser la démarche en 2011, le Cniel a favorisé l'élargissement de la base de référence génomique, qui n'était pas suffisamment représentative de l'écosystème des fromages. Il a ainsi financé le séquençage de l'ADN de 150 souches de microorganismes d'intérêt lai-*

* Food Microbiome est un projet ANR (2009-2012) coordonné par Pierre Renault (Inra - Jouy-en-Josas).

La métagénomique, c'est quoi ?

La métagénomique est une méthode qui vise à étudier collectivement les gènes d'un écosystème (intestin, sols, océan, fromages, etc.). Elle offre une plus grande précision d'analyse que la microbiologie conventionnelle.

Le but de cette approche, via le séquençage direct de l'ADN présent dans l'échantillon, est d'avoir non seulement une description génomique et microbienne, mais aussi de mieux explorer cette diversité.



© L. Guerneau / Cniel

L'Agence nationale de la recherche (ANR)

La participation financière du Cniel à des projets soutenus par l'Agence nationale de la recherche lui permet d'accéder à des travaux scientifiques de haut niveau.

tier », précise Choreh Farrokh, chef de service sécurité alimentaire du Cniel. Dans ce contexte, une quarantaine de fromages, transmis par les industriels et les syndicats d'AOP, seront analysés d'ici à la fin du projet, en avril 2012. Food Microbiome ouvre ainsi la voie à des applications potentielles importantes pour la filière, comme l'identification fine des flores présentes dans les produits et l'environnement, une meilleure maîtrise des écosystèmes en termes sanitaire et gustatif, la protection de la biodiversité des microorganismes des fromages AOP, ou encore le suivi au cours de l'affinage des cinétiques des populations microbiennes à la surface ou au cœur des fromages.

Autre objectif du projet : mieux identifier et connaître les levures et les moisissures des fromages, encore peu explorées. Pour l'étude des champignons, une collection de 318 souches de levures et de champignons filamenteux a ainsi été constituée. Une méthode d'identification moléculaire, utilisable en routine, a été développée. Elle sera mise à la disposition des professionnels dans le cadre de formations assurées par l'université de Brest, courant 2012. Les résultats complets de ce projet seront présentés par le Cniel lors d'une journée thématique qui sera organisée au deuxième trimestre 2012. ■

RÉSIDUS D'ANTIBIOTIQUES

Un contrôle doublement efficace

Le Cniel a expertisé de nouvelles méthodes de détection des résidus d'antibiotiques dans le lait collecté. À la clé, des résultats encore plus rapides et toujours plus fiables.

Le Cniel consacre 5 % de son budget pour aider les transformateurs et les producteurs à la prise en charge financière du coût représenté par la destruction du lait contenant des résidus d'antibiotiques.

La recherche de résidus d'antibiotiques dans le lait collecté est l'un des paramètres contrôlés par les laboratoires interprofessionnels dans le cadre du paiement du lait au producteur. Comme les procédés d'analyse et les capacités de détection évoluent constamment, la méthode, qui est officialisée par la DGAL, est redéfinie tous les trois ans, afin de garantir un dépistage optimal et cohérent par rapport

aux traitements vétérinaires. En appui aux laboratoires interprofessionnels, le Cniel assure l'expertise des méthodes disponibles. Pour cela, il est en relation avec les autorités publiques responsables de la sécurité sanitaire des aliments, et en charge de la validation des tests.

Des tests encore plus performants

La méthode appliquée par les laboratoires interprofessionnels pour le paiement du lait se déroule en deux étapes : un test de dépistage, puis une confirmation pour les échantillons positifs.

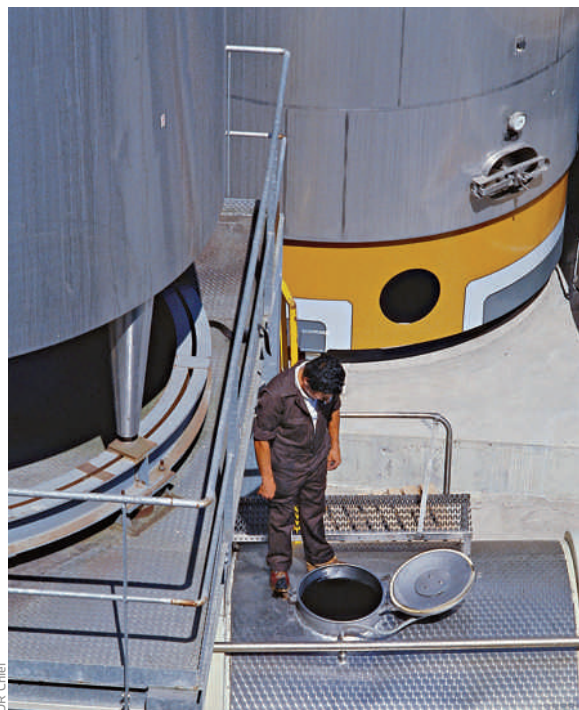
Après l'expertise menée en 2010 sur cinq tests de dépistage et un appel d'offre du Cniel, « Eclipse 3G », de la société ZEU, a été retenu en janvier 2011, pour une durée de trois ans. Son atout : une détection des différentes familles d'antibiotiques au plus près des limites maximales de résidus (LMR) autorisées par la réglementation européenne.

En juillet 2011, c'est la méthode de confirmation qui a évolué. Le test rapide Charm Rosa, spécifique aux bêta-lactames et

■ Anne Pécou, responsable au Cniel des relations avec les laboratoires interprofessionnels

« *Le respect des bonnes pratiques est primordial* »

Les tests de dépistage et de confirmation sont combinés pour cibler toutes les familles d'antibiotiques : bêta-lactames (pénicilline, céphalosporines), tétracyclines, etc. Les capacités techniques évoluant, la combinaison des différents tests est de plus en plus performante. La prochaine étape consistera à affiner la détection des résidus autres que les bêta-lactames et tétracyclines. Toutefois, le respect des bonnes pratiques (marquage des animaux, prescription vétérinaire, destruction du lait trouvé positif, etc.) reste primordial.



DR Cniel

aux tétracyclines, deux familles d'antibiotiques couramment utilisées en élevage laitier, est devenu le test pour tout échantillon de lait de troupeau positif au dépistage. Le résultat est obtenu en moins de dix minutes au lieu des 2 h 30 d'incubation précédemment nécessaires. Si ce test s'avère négatif, l'analyse doit être poursuivie à partir d'un test microbiologique plus long (*B. subtilis* 16-18 h), afin de bien s'assurer de l'absence de résidus autres que bêta-lactames et tétracyclines. Dans le cas où le test est positif, le lait contenant des résidus d'antibiotiques est systématiquement détruit. ■

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DU LAIT

Des experts du Cniel aux places stratégiques

L'assemblée générale et le sommet mondial de la Fédération internationale du lait avaient lieu, cette année, à Parme, en Italie. Ces rencontres ont été l'occasion pour les experts français d'accéder à des postes à haute responsabilité. Ainsi, sur les douze comités permanents qui se sont réunis, huit sont désormais présidés ou vice-présidés par des Français, issus du Cniel pour la plupart : Contaminants (Koenraad Duhem), Environnement (Sophie Bertrand), Microbiologie (Choreh Farrokh), Marketing (Laurent Damiens), Science et technologie (Jean-Pierre Guyonnet), Additifs (Jennifer Huet), Normes d'Identité (Jean-Claude Gillis), Étiquetage (Éric Grande). La présence française a également été confirmée en haut lieu, à savoir au sein du SPCC,

INFOS.CNIEL.COM

Les actions du Cniel par le menu

Pour présenter les actions de l'Interprofession aux professionnels, un site Internet très pédagogique a été inauguré en 2011. Au menu, des articles de fond sur de nombreux sujets, tels que les opérations de promotion menées en France et à l'international, le suivi de l'alimentation des vaches, l'environnement, les tendances en matière de consommation... Également en ligne, des dossiers pour mieux comprendre les projets de l'Interprofession en matière de communication collective, de recherche dans le domaine de la génomique, de fiabilité des analyses, etc. Dans un graphisme chaleureux, le tout est accompagné de vidéos.

Les internautes peuvent ainsi (re)visionner les publicités sur le lait et les produits laitiers diffusés à la télévision. Sans oublier un rendez-vous mensuel, désormais incontournable : la vidéo consacrée à l'économie laitière (conjuncture mondiale, consommation). Rejoignez le Cniel sur infos.cniel.com

AVIS D'EXPERTS



■ Thierry Geslain, directeur de Fil France

Pourquoi faut-il que la France soit active à la Fil ?

La Fil est une plateforme internationale d'information et de débats en matière d'économie, de nutrition/santé, d'environnement et de technologies qui n'a pas d'équivalent sectoriel. C'est la seule organisation privée cosignataire de normes avec l'ISO. Elle est reconnue dans le manuel des procédures du Codex, coopère avec l'Office international de santé animale (OIE) et entretient des échanges avec la FAO dans de nombreux domaines (hygiène, nutrition, santé animale, environnement). Être présent à la Fil permet de peser sur des décisions qui engagent l'avenir du secteur laitier.

Comité scientifique de coordination des programmes, qui valide l'ensemble des orientations des travaux de la Fil. Une nouvelle recrue, Fatah Bendali, du Cniel et de l'Institut de l'élevage, y a rejoint Jean-François Boudier (FNCL). Par ailleurs, la France est représentée au Conseil d'administration de la Fil, en la personne de Luc Morelon (FNIL). De quoi faire entendre avec force la voix de la France. Pour rappel, c'est au sein du comité national français, Fil-France, hébergé à la Maison du lait et animé par le personnel du Cniel, que les positions de la filière laitière française sont élaborées avec l'appui des professionnels.





3 PRODUITS LAITIERS PAR JOUR





42, rue de Châteaudun – 75314 Paris Cedex 09
Tél. : 01 49 70 71 11 – Fax : 01 42 80 63 45 – www.cniel.com