



ASSEMBLEE GENERALE SYNDILAIT / IPLC

9 Avril 2015

Chiffres clés du secteur

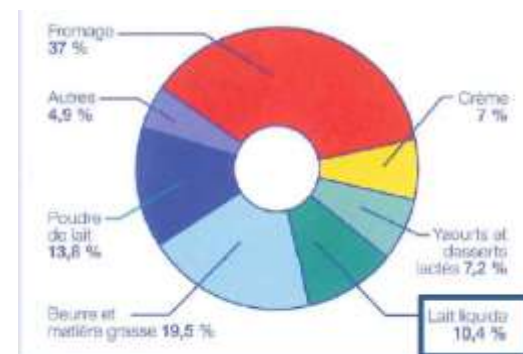
- **3,4 milliards de litres de lait conditionnés en 2014** (estimation SL)
- **10% des fabrications exportées**



- **10 % de la collecte nationale**



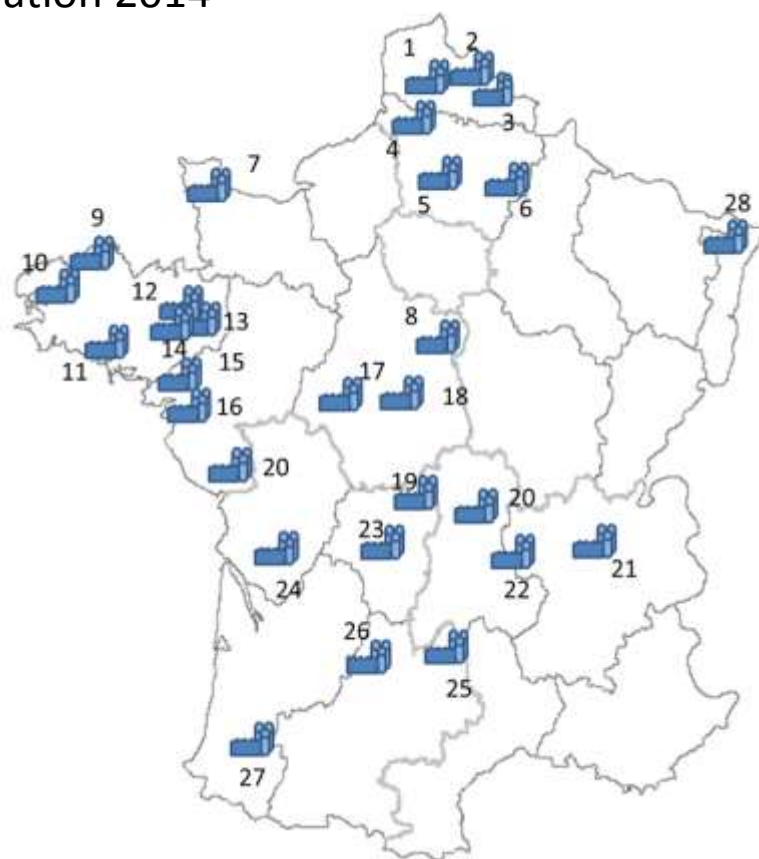
- **Un produit stratégique:**
 - **2,3 milliards d'€ sur marché des PGC**
 - **2% en moyenne du CA des distributeurs**



Données 2013

Une activité ancrée dans le territoire national: près de 6 000 emplois directs

Situation 2014



Les enjeux de la filière: Etre prêts avec la nouvelle donne post quotas



- La fin des quotas qui a eu lieu le 31/3/2015, fait commencer une nouvelle ère:
 - **Plus grande concurrence avec les pays du Nord de l'Europe**
 - **Disponibilité importante de lait à court terme**
 - **Plus grande volatilité des marchés et des prix**



- La filière lait de consommation française s'est préparée à cette nouvelle ère et continue à le faire

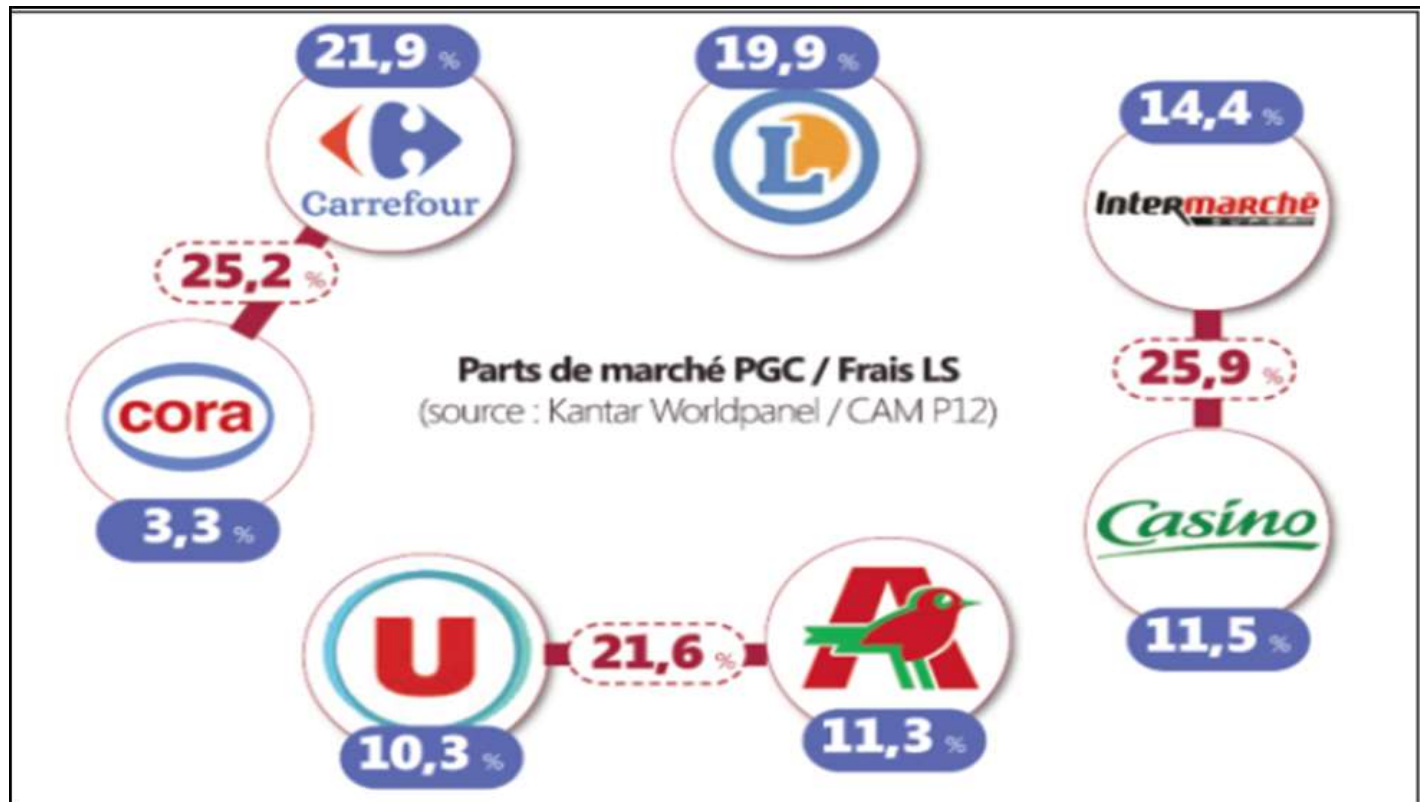
Les enjeux de la filière:

Etre prêts avec la nouvelle donne post quotas



- 3 leviers majeurs pour être prêts:
 - Assurer la compétitivité de la filière française
 - Restructurations de 2013 et 2014
 - Concentration du secteur
 - Sécuriser les débouchés et en créer des complémentaires
 - International
 - Marché domestique
 - Journée mondiale du lait
 - Logo collecté et conditionné en France
 - Défense du petit déjeuner à la française
 - Innovations
 - Se protéger contre la volatilité des marchés
 - Capacités de séchage
 - Euronext
 -

Contexte de concentration dans la distribution française



Syndilait et IPLC: deux structures complémentaires pour défendre le lait de consommation




Syndilait

- Un syndicat professionnel défendant spécifiquement le lait de consommation :
 - * Commission **qualité/réglementation**
 - * Commission **emballages/environnement**
 - * **Conseil d'Administration**



IPLC

- Une structure **d'autocontrôles de la profession** pour veiller à **une haute qualité des laits de consommation mis en vente sur le marché français**
- 

Journée mondiale du lait le 1^{er} juin



9 laiteries vont
organiser une porte
ouverte au grand
public



Un accompagnement
médias au niveau
national et régional



Bilan 2014:

- près de 10 000 visiteurs
- 135 articles ou autres supports média
- Beaucoup d'enthousiasme



Un nouveau logo

« lait collecté et conditionné en France »

Une réponse positive pour répondre aux enjeux de la filière

Objectifs

- Promouvoir les éleveurs et les laiteries françaises
- Répondre aux attentes des consommateurs

Apparition du logo sur les produits d'ici quelques jours !

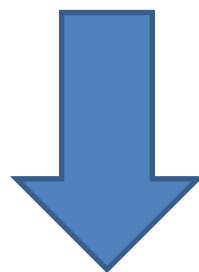


Une démarche qui reçoit un accueil très positif

- Nombreuses **reprises médiatiques**
- Soutien de la **FNPL** et du **Ministre de l'agriculture**
- Soutien de plusieurs **distributeurs**

Un nouveau repère pour une consommation citoyenne

- Des importations qui ont sensiblement augmenté depuis septembre
- Les consommateurs en attente de « Made in France »



Création d'un **nouveau repère**
pour identifier le **lait 100% français**
et inciter à la **consommation citoyenne**

Les Français en manque d'informations sur l'origine du lait


- **Les Français en manque d'informations sur l'origine du lait :** plus **d'1 Français sur 2 (51%)** estiment être **plutôt mal informés** sur l'origine du lait de consommation courante. *(Données IFOP, décembre 2014)*
- **Les Français veulent connaître l'origine du lait :** **84% des Français jugent important de connaître l'origine de leur lait**, contre 63% en 2010. De plus, pour 80% des consommateurs, l'origine française du lait est un gage de qualité. *(Données CSA, décembre 2014)*
- **L'origine France du lait encore méconnue :** le lait de consommation collecté et conditionné en France représente plus de 90% du marché, pourtant, 44% des Français pensent qu'il vient non seulement de France mais également de pays européens non frontaliers, ce qui est très loin de la réalité puisque les laits importés proviennent à plus de 97% de Belgique et d'Allemagne.



Un cahier des charges très précis et contrôlé



Trois critères principaux :

- Un lait **matière première 100% français**,
 - Un lait **conditionné en France**,
 - Un **audit annuel** sur les sites de conditionnement apposant le logo sur une ou plusieurs références sera réalisé par un organisme de contrôle indépendant.
- 

Pacte laitier de la FNPL le 26 nov

PACTE·laitier

Engagements de SYNDILAIT

Syndilait est l'organisation professionnelle regroupant en France la majorité des fabricants de laits de consommation liquides : laits frais pasteurisés, laits de longue conservation stérilisés UHT, laits élaborés, laits aromatisés. Il représente trois entreprises. ¶

Le secteur du lait de consommation représente : ¶

- 10,4% du lait de collecte ¶
- 24 000 emplois en France, dont 8 000 directs ¶
- 3,6 milliards de litres conditionnés en 2013, dont 10% exportés ¶
- 1,6 milliard d'euros en Grandes et Moyennes Surfaces françaises en 2013 ¶
- 2% du CA des GMS ¶

Contexte du partenariat Syndilait-FNPL ¶

Pour Syndilait, la filière française de laits de consommation est aujourd'hui en danger. Elle est confrontée à des conditions de marché de plus en plus difficiles en France auxquelles s'ajoute une concurrence de laits européens. Cette situation s'aggrave en ce moment par une croissance de laits disponible au niveau de l'Europe et même la fin des quotas. Alors que la filière des laits de consommation s'est réorganisée en rendant son outil industriel plus compétitif tout en s'assurant de proposer aux consommateurs les produits répondant à leurs attentes, les professionnels représentés par Syndilait et la FNPL appellent à un engagement citoyen des consommateurs au moment de leur achat. ¶

La défense de l'origine française des produits laitiers fait partie des objectifs de la FNPL dans le cadre de son pacte laitier et elle soutient donc cette initiative de création, de déploiement et de promotion du nouveau logo créé par Syndilait pour le lait de consommation. ¶

Un nouveau logo « lait collecté et conditionné en France » ¶

Créé par Syndilait, ce logo répond aux objectifs suivants : ¶

- Accompagner collectivement les laiteries collant et conditionnant en France pour le maintien de leur compétitivité sur leurs marchés. ¶
- Conforter l'approvisionnement des laiteries et donc les producteurs de lait approvisionnant ces laiteries. ¶
- Sensibiliser les consommateurs en lui mettant à disposition une information fiable, sincère, compréhensible et facilement identifiable sur l'origine et le conditionnement du lait de consommation. ¶
- Favoriser la reconnaissance du logo par une communication grand public. ¶



Encarts dans revues professionnelles



	DATE DE PARUTION
LINEAIRES	05-janv-15
POINTS DE VENTE	26-janv-15
RLF	Janvier - Février 2015
LSA	15-janv-15 19-févr-15

**NOUVEAU :
UN LOGO COLLECTIF POUR
LE LAIT 100% FRANÇAIS**

**LA FILIÈRE LAIT
DE CONSUMATION S'ENGAGE :
ENGAGEZ-VOUS AVEC NOUS !**

Le logo "Lait Collectif en Conditionnement Français" est un logo collectif de consommation en faveur du lait 100% français. Il est soutenu par les professionnels français de la filière pour promouvoir le lait collecté et conditionné en France.

84%
des Français consomment du lait 100% français en 2014.

95%
des Français consomment du lait 100% français en 2014.

Un logo collectif et certifié par un organisme indépendant, soutenu par les professionnels français de la filière pour promouvoir le lait collecté et conditionné en France.

- Un engagement affiché aux attentes d'information des consommateurs
- Un engagement Qualité pour le Lait
- Un engagement d'origine pour soutenir les producteurs de lait

Plus d'informations : **SYNDILAIT**
48 rue de l'Industrie 75013 Paris - Tél : 01 49 10 11 11 - www.syndilait.fr

**NOUVEAU :
UN LOGO COLLECTIF POUR
LE LAIT 100% FRANÇAIS**

**LA FILIÈRE LAIT
DE CONSUMATION S'ENGAGE :
ENGAGEZ-VOUS AVEC NOUS !**

Le logo "Lait Collectif en Conditionnement Français" est un logo collectif de consommation en faveur du lait 100% français. Il est soutenu par les professionnels français de la filière pour promouvoir le lait collecté et conditionné en France.

84%
des Français consomment du lait 100% français en 2014.

95%
des Français consomment du lait 100% français en 2014.

Un logo collectif et certifié par un organisme indépendant, soutenu par les professionnels français de la filière pour promouvoir le lait collecté et conditionné en France.

- Un engagement affiché aux attentes d'information des consommateurs
- Un engagement Qualité pour le Lait
- Un engagement d'origine pour soutenir les producteurs de lait

Plus d'informations : **SYNDILAIT**
48 rue de l'Industrie 75013 Paris - Tél : 01 49 10 11 11 - www.syndilait.fr

Les médias ont largement repris notre démarche suite à la conférence de presse

En Télévision



1mn27, le 7 février



1mn15, le 6 février

Les médias ont largement repris notre démarche suite à la conférence de presse

En Télévision



1 mn 06, le samedi 21 février

Les médias ont largement repris notre démarche suite à la conférence de presse

En Radio



**12-14h présenté par
Raphaëlle Duchemin**

5mn30, le 6 février



Le grand direct de la santé

6 février



La Matinale de Radio Classique

7 mn 12, le 16 février



RTL Conso Matin

6 février



**Les difficultés de la filière lait de consommation
en France**

Par Sébastien Trépo
Diffusion : samedi 14 février 2015



**Le lait de France se bat pour garder son
marché**

SÉBASTIEN DE CROIX par Fabienne Chassagnon @ samedi 7 février 2015

7 février



Les médias ont largement repris notre démarche suite à la conférence de presse

Dans les journaux

LE FIGARO
économie

Pays : France
Périodicité : Quotidien Paris
OJD : 317225

Le Parisien

Un logo « made in France » pour le lait

Face à la hausse des importations à bas prix, les industriels ripostent avec un produit d'origine garantie ainsi que des nouveautés à haute valeur ajoutée.

ERIC DE LA CHENAIS
@ericdelachenais
ET NIKOLAI LENTSCHNER
@nikolai.lentschner

Les Echos

**ouest
france**

Un logo 100 %
origine France
pour le lait



**SUD
OUEST**
www.sudouest.com

COMMERCE & CONSOMMATION
LSA

CONSUMMATION Le logo «Lait collecté et conditionné en France» commence à orner briques et bouteilles...

Le lait labellisé «made in France» débarque dans les rayons

Collectif

« Petit-déjeuner à la française »



- **Partenaires:** Syndilait, la FIAC, UNIJUS, les Artisans Boulangers-Pâtisseries et le Club de la Table Française
- Un **manifeste** officiellement lancé le 1^{er} octobre 2014 en faveur de la promotion du petit-déjeuner pour :
 - Déclencher une prise de conscience sur l'importance du petit-déjeuner dans le modèle alimentaire français.
 - Sensibiliser les acteurs privés et publics à cet enjeu de santé publique.
 - Initier un mouvement de grande ampleur en faveur du petit-déjeuner à la française avec toutes les parties prenantes.

REVALORISER LE PETIT-DÉJEUNER : UN ENJEU DE SANTÉ PUBLIQUE

Merci à tous nos partenaires



Programme de la matinée

- **Les dernières nouvelles du marché du lait**
– Anne-Sophie Royant
- **La sensibilité des consommateurs français au patriotisme économique / comparaison européenne**
– Jörg Müller
- **Quel patriotisme économique développer ?**
– Eric Delbecque
- **Conclusion**

