



**France**terrede**LAIT**  
LA FILIÈRE LAITIÈRE S'ENGAGE

# NOTRE DICTIONNAIRE ENGAGÉ

NOTRE MANIFESTE

**“RASSEMBLER NOS  
PASSIONS ET FAIRE  
SAVOIR NOS SAVOIR-FAIRE,  
C’EST TOUT LE SENS  
DE FRANCE TERRE DE LAIT !”**

Professionnels, partenaires, communicants du monde laitier, administrateurs, éleveurs, chefs d’entreprise, industriels, crémiers-fromagers, restaurateurs, conseillers techniques, agrofournisseurs, ce dictionnaire engagé nous est destiné !

**Depuis longtemps, nous sommes engagés dans une filière durable.  
Montrons-le avec France Terre de Lait.**

Depuis longtemps, à tous les maillons de la filière, nous, les acteurs professionnels, nous œuvrons dans un esprit de recherche de qualité, de soin, de sécurité, de performance.

Nos efforts sont réels, conséquents... et pas toujours perçus comme suffisants.

La démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait sert à faire savoir nos savoir-faire. Dans une démarche continue d'évolution de nos pratiques, France Terre de Lait assemble, structure et rend lisible l'ensemble des réflexions, efforts, évolutions et progrès que nous menons depuis de nombreuses années. En les expliquant, en leur donnant du sens, en les certifiant et en les rassemblant sous un même nom : France Terre de Lait. Nous les rendons visibles à ceux qui posent des questions et souhaitent consommer de manière responsable.

Créer de la valeur, rémunérer équitablement chaque acteur, redonner du sens et de la fierté, gagner la confiance des consommateurs et de la société, proposer une alimentation saine, sûre et accessible à tous... sont les bénéfices vertueux que nous avons à gagner à travers France Terre de Lait pour l'avenir de nos entreprises et de nos territoires.

**Communiquer sur France Terre de Lait, c'est donner collectivement plus d'impact à la démarche.**

### **Le dictionnaire engagé de France Terre de Lait.**

Véritable outil de communication, il propose une sélection de mots qui donnent du sens à la démarche de responsabilité sociétale. Chaque mot du « dictionnaire engagé » est présenté par une définition, avec les spécificités que peut avoir le mot en question vis-à-vis de la démarche France Terre de Lait, et un court développement, qui permettra de donner des exemples, d'enrichir le sens que peut avoir le mot selon la filière et d'en présenter les bénéfices.

Alors laissez ce dictionnaire vous inspirer, devenir une ressource de compréhension, d'arguments, d'exemples concrets, de chiffres clés, ou une source de partage, de discussion, d'échange avec vos publics.

Belle découverte ou redécouverte de France Terre de Lait !

# ATTRACTIVITÉ

*[Nom féminin]*

FACULTÉ D'UNE ACTIVITÉ OU D'UN TERRITOIRE  
À SE RENDRE SÉDUISANT EN OFFRANT  
UNE RÉMUNÉRATION JUSTE ET UNE QUALITÉ  
DE VIE OPTIMALE.

# 2/3

DES 15-25 ANS ESTIMENT  
QUE LES MÉTIERS DE LA FILIÈRE  
LAITIÈRE ONT DU SENS

# 15,7 %

DE LA COLLECTE DE LAIT EST  
VALORISÉE EN PRODUITS  
SOUS SIGNES OFFICIELS  
DE QUALITÉ (AOP, IGP, BIO...)

**Vous le savez, l'attractivité est le grand enjeu de l'avenir du secteur laitier.**

Le recensement agricole de 2020 révèle que 58 % des chefs d'exploitations ont 50 ans ou plus. C'est pourquoi la performance économique et sociale est la pierre angulaire de la démarche France Terre de Lait.

**Le Cniel et les acteurs de la filière sont d'abord engagés pour que chacun, éleveurs et entreprises, puisse mieux vivre de son métier.** La création de valeur, l'innovation par la recherche collective et la publication d'analyses économiques sont les leviers que nous déployons au quotidien.

Nous mesurons **l'amélioration des conditions de travail** auprès des éleveurs, auprès des salariés de l'industrie et bientôt dans la distribution auprès des chefs de rayons produits laitiers grâce à des indicateurs dont l'évolution est encourageante.

**Le lien avec les jeunes, l'enseignement, la formation et la promotion des métiers restent une priorité forte.** C'est sur une base économique et sociale saine que la filière pourra accueillir les nouvelles générations et répondre aux attentes de la société.

# BIEN-ÊTRE ANIMAL

*[Locution nominale]*

ÉTAT PHYSIQUE ET MENTAL  
POSITIF D'UN ANIMAL,  
LIÉ À LA MEILLEURE  
SATISFACTION DE SES BESOINS  
ET DE SES ATTENTES\*.

*\*Définition selon l'ANSES*

# 100%

DES FERMES SERONT ÉVALUÉES  
SUR LA BASE DE 16 INDICATEURS  
DE BIEN-ÊTRE ANIMAL EN 2025

La communauté scientifique traduit le bien-être animal au regard des 5 libertés fondamentales – l'absence de faim et de soif, le confort physique, la bonne santé et l'absence de blessure ou de douleurs, la possibilité d'exprimer le comportement normal de l'espèce et l'absence de peur et de détresse.

**55 % des Français sont confiants sur les conditions de vie des vaches laitières.**

C'est d'ailleurs le premier engagement qu'ils attendent de la filière. Si le bien-être animal a toujours été fondamental dans la conduite d'un troupeau, la démarche interprofessionnelle France Terre de Lait va mettre cette préoccupation en valeur à travers le déploiement des diagnostics de bien-être inclus dans la charte des bonnes pratiques d'élevage (CBPE). C'est un levier puissant puisque 97 % des éleveurs laitiers français y adhèrent. Après deux années consacrées à la révision de cette charte et à l'adaptation de l'ensemble du dispositif, 390 techniciens habilités vont pouvoir réaliser les visites en lien avec la charte afin qu'en 2022 les diagnostics de bien-être animal soient déployés à grande échelle sur le territoire.

# 31%

C'EST LA PROPORTION  
DE FRANÇAIS PRÉOCCUPÉS  
PAR LES CONDITIONS DE VIE  
DES ANIMAUX D'ÉLEVAGE

# CLIMAT

*[Nom masculin]*

CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES DÉPENDANTES  
DE LA CAPACITÉ DES INDIVIDUS À VOULOIR  
UN MONDE PLUS VIVABLE POUR TOUS.

# 17 %

L'ENGAGEMENT PRIS À TRAVERS  
LA DÉMARCHE FRANCE TERRE  
DE LAIT VISE UNE BAISSÉ DE  
17 % DE L'EMPREINTE CARBONE  
DES PRODUITS LAITIERS EN 2025

Les émissions de notre filière laitière représentent environ 7 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) françaises. **Nous sommes engagés collectivement pour les réduire et atténuer l'effet du réchauffement.**

Les premiers efforts portés par les éleveurs et l'industrie ont déjà permis de réduire l'empreinte carbone de 3,2 % entre 2016 et 2019. Au près du maillon élevage, **la sensibilisation des acteurs et leur engagement dans la démarche de diagnostic et d'amélioration des pratiques « Ferme Laitière Bas Carbone »** sont les axes majeurs de

**progrès** menés conjointement avec les CRIELs (Centres Régionaux Interprofessionnels de l'Économie laitière). **Dans l'industrie, l'optimisation énergétique** des process permet des avancées significatives.

La recherche et développement structurée en 10 thématiques de recherches, l'identification d'innovations et l'intégration des maillons de la distribution et de la restauration hors domicile vont permettre de **déterminer les nouveaux périmètres d'action et de fixer de nouveaux objectifs ambitieux.**

# 28 %

14 600 ÉLEVEURS LAITIERS,  
SOIT 28 %, SONT ENGAGÉS  
DANS LE PROGRAMME NATIONAL  
FERME LAITIÈRE BAS CARBONE

# DIALOGUE

*[Nom masculin]*

CAPACITÉ À RENDRE UN  
SECTEUR PLUS PERFORMANT  
ET PLUS AMBITIEUX SIMPLEMENT  
EN SE REGROUPANT POUR  
ÉCHANGER PLUS SOUVENT.

France Terre de Lait, **c'est l'engagement de toute notre filière auprès des consommateurs et de nos parties prenantes.**

**Le dialogue est quotidien dans la filière : entre nous, avec les collègues de professionnels,** la sphère citoyenne, les élus et institutionnels, les acteurs locaux mais aussi les experts scientifiques et partenaires.

Le dialogue interne au sein de la filière est la raison d'être de l'interprofession. Le dialogue avec nos parties prenantes externes et les représentants de la société civile est une nécessité au regard des principes de la norme ISO 26 000.

La filière s'est engagée à **ouvrir notamment le dialogue avec la sphère citoyenne** en constituant une instance de concertation. Ce dialogue est essentiel pour partager l'état des lieux et la réalité du terrain et du marché,

dépasser les idées reçues, identifier les points d'accords, de débat et de désaccord, prioriser les chantiers pour faire émerger des solutions qui conviennent à toutes les parties. La filière échange avec les ONG de protection animale sur l'accès au pâturage, avec les ONG de protection de l'environnement sur l'autonomie protéique et le soja déforestant et, depuis plus récemment, avec les ONG d'export responsable et les associations de consommateurs.

# 130

Plus de 130 heures d'échanges sous le format de la concertation avec les professionnels de la filière et les acteurs de la sphère citoyenne

# 5 000

consommateurs consultés via la plateforme consommateur de France Terre de Lait afin de recueillir leurs attentes et leurs questions vis-à-vis de la filière

DICTIONNAIRE ENGAGÉ

*[Nom masculin]*

DÉSIGNE LA VOLONTÉ  
D'UNE FILIÈRE D'ÉLEVER,  
DE CULTIVER ET DE FABRIQUER  
LES MEILLEURS PRODUITS TOUT  
EN PROTÉGEANT LE MONDE  
QUI NOUS ENTOURE.

# ENVIRON NEMENT

# 71 %

**DES FRANÇAIS SE DÉCLARENT  
SENSIBLES AUX QUESTIONS  
LIÉES À L'ENVIRONNEMENT.  
LES FRANÇAIS PENSENT QUE  
LES ÉLEVEURS LAITIERS  
RESPECTENT L'ENVIRONNEMENT**

Les facettes de l'enjeu environnemental sont nombreuses : carbone, eau, biodiversité... et le recyclage des matières plastiques, sur lesquelles les acteurs de l'agriculture et de l'alimentation sont particulièrement mobilisés.

En 2020, 73 % d'emballages et plastiques usagés d'agrofournitures mis en marché ont été collectés. Près de 90 % ont été recyclés (hors films de paillage). **La profession agricole française est la seule au monde à avoir conçu et développé une organisation ayant**

**atteint une performance aussi élevée de collecte et de recyclage.** Celle-ci est développée et coordonnée par l'éco-organisme A.D.I.VALOR.

Côté industrie, les fabricants de produits laitiers et CITEO ont créé une filière de recyclage qui favorise l'intégration de polystyrène recyclé dans les nouveaux pots de yaourts. Grâce à cette circularité, le pot de yaourt redeviendra pot de yaourt dès 2025 !

**FILJÈRE**  
**LAITJÈRE**

*[Nom féminin]*

REGROUPEMENT DE PARTICIPANTS D'UN MÊME SECTEUR METTANT EN COMMUN LEUR SAVOIR-FAIRE AFIN D'OPTIMISER PERFORMANCE ET CAPACITÉ D'INNOVATION.

« Garantir des produits laitiers de qualité sains et bons, tout en préservant les ressources naturelles, dans un modèle de production durable, rémunérateur pour les acteurs qui les produisent et les commercialisent. »

Notre ambition est forte et nos performances collectives le sont tout autant. Premier secteur économique agroalimentaire, la filière laitière a généré 3,5 milliards d'euros d'excédents dans la balance commerciale en 2020.

L'activité quotidienne de nos fermes, laiteries, commerces et restaurants répartis sur l'ensemble des territoires permet de produire 24 milliards de litres de lait de vache par an, dont 14 milliards sont commercialisés en France sous forme de 1 500 produits différents, accessibles à tous.

Notre contribution environnementale représente 235 kg de carbone stockés par hectare et par an, 560 000 km de haies et 1,9 millions d'hectares toujours en herbe.

... De quoi être fiers de nous !

# 300 000

**EMPLOIS, DONT 200 000 EN ÉLEVAGE,  
78 000 EN ENTREPRISES LAITIÈRES  
ET 22 000 EN ACTIVITÉS INDIRECTES**



**GARANTIE**

*[Nom féminin]*

ACTION VISANT À OBTENIR LA CONFIANCE  
DES CONSOMMATEURS EN FOURNISSANT  
UN LAIT DE QUALITÉ À LA TRAÇABILITÉ  
IRRÉPROCHABLE.

# 71 %

DES FRANÇAIS JUGENT TRÈS  
POSITIVEMENT LA QUALITÉ  
DU LAIT DE CONSOMMATION

Les Français veulent connaître les modes de production et de fabrication, être rassurés sur ce qui touche leur propre santé. Nous sommes, à chaque maillon de la filière, très attachés à la confiance que les consommateurs portent aux produits laitiers. À travers les **engagements de France Terre de Lait, nous agissons pour garantir une alimentation saine, sûre et durable, accessible à tous.**

**Saine**, c'est-à-dire avec des produits à l'hygiène irréprochable, de qualité et qui contribuent à l'équilibre alimentaire.

**Sûre**, avec plus de 120 millions d'analyses réalisées chaque année par des laboratoires certifiés tout au long de la chaîne de production pour assurer une sécurité sans faille aux consommateurs.

**Durable**, c'est-à-dire performante sur les volets économique, social et environnemental.

**Accessible à tous**, c'est-à-dire constituée de produits présents dans un maximum de commerces, à des prix abordables.

# HYGIÈNE



*[Nom féminin]*

PRATIQUES INDIVIDUELLES ET COLLECTIVES  
EFFECTUÉES TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE  
DE PRODUCTION ET DE DISTRIBUTION VISANT  
À LA CONSERVATION DE NOTRE SANTÉ.



**L'hygiène est l'enjeu historique de la filière.** La maîtrise de la qualité sanitaire des produits laitiers a toujours été une condition incontournable pour mettre sur le marché des produits sains et sûrs.

**Le niveau élevé de sécurité que nous arrivons à assurer depuis de nombreuses années a éloigné les consommateurs des menaces d'infections d'origine alimentaire,** mais les risques liés aux salmonelles et staphylocoques, notamment, sont bien toujours présents dans nos activités.

**L'hygiène est aussi une base de responsabilité sociale :** la sécurité sanitaire des produits laitiers mis sur le marché est un moyen direct de répondre à l'objectif de l'ONU de **permettre à tous de vivre en bonne santé**, notamment en réduisant au maximum les risques d'exposition des consommateurs aux micro-organismes pathogènes et des substances dangereuses.

# 100%

DU LAIT TESTÉ AVEC DES  
CONTRÔLES SYSTÉMATIQUES  
DES LIVRAISONS DU LAIT À  
LA FERME ET À LA LAITERIE



*[Nom féminin]*

VOLONTÉ FAROUCHE DE  
TRANSPARENCE ET DE CLARTÉ  
À L'ÉGARD D'UN PRODUIT,  
À DONNER TOUS LES  
RENSEIGNEMENTS NÉCESSAIRES  
SUR SON ÉTIQUETTE.

# 2/3

DES FRANÇAIS SE DISENT BIEN  
INFORMÉS DES EFFETS SUR LA  
SANTÉ DES PRODUITS LAITIERS

L'étiquetage est le lien direct entre notre filière et le consommateur. **La dénomination des produits laitiers est au cœur des préoccupations du Cniel** qui contribue à toutes les réflexions et initiatives au niveau français et européen visant à améliorer l'information du consommateur via l'étiquetage. Le Cniel **veille au respect de la réglementation qui protège les dénominations laitières.**

Nous sommes convaincus qu'il est dans l'intérêt du consommateur d'éviter tout risque de confusion entre produits, et qu'il **est dans l'intérêt des producteurs et des transformateurs de bénéficier d'une concurrence non faussée.**

Une information transparente et claire est un devoir pour **améliorer le niveau de confiance des consommateurs dans les produits laitiers. C'est un engagement que nous prenons avec France Terre de Lait.**

# 63%

SE DISENT A CONTRARIO  
MAL INFORMÉS DES PROCESS  
DE TRANSFORMATION

# JEUNESSE



*[Nom féminin]*

PÉRIODE DE LA VIE HUMAINE OÙ LES  
VOCATIONS NAISSANTES DOIVENT ÊTRE  
ENCOURAGÉES ET ACCOMPAGNÉES  
DE FAÇON SPÉCIFIQUE.

# 1/10

C'EST LA PROPORTION  
DE JEUNES QUI CONNAÎT  
LES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE  
LAITIÈRE ET DE L'ÉLEVAGE

# 65%

DES 15-25 ANS ONT UNE  
BONNE IMAGE DES MÉTIERS  
DE LA FILIÈRE LAITIÈRE

Les métiers du lait souffrent d'un manque d'attractivité auprès des 15-25 ans. **Nous proposons plus de 60 métiers différents, qui répondent au besoin de sens exprimé par les jeunes, notamment le maintien de savoir-faire et l'utilité sociale de produire une alimentation à forte valeur patrimoniale. Les métiers du lait, et particulièrement les métiers de crémiers-fromagers présentent de réelles opportunités dans le cadre des réorientations de carrière.**

Les deux axes sur lesquels le Cniel travaille sont l'attractivité, en améliorant ses performances économiques et sociales, et la visibilité de ses métiers. **Il est fondamental d'informer sur les perspectives de carrière.** Ainsi, le Cniel réalise des partenariats avec l'Onisep, l'Éducation nationale, l'Enseignement agricole et coordonne un ensemble d'actions de communication ciblées pour les jeunes. **Une gouvernance spécifique à cet enjeu a été créée en 2020.**

# 75%

DES FROMAGERS  
EXERCENT CE MÉTIER  
SUITE À UNE RECONVERSION  
PROFESSIONNELLE

# LAIT

*[Nom masculin]*

ALIMENT ESSENTIEL À L'ÉCONOMIE  
D'UN PAYS ET TENANT UNE PLACE  
DE CHOIX DANS SON PATRIMOINE  
GASTRONOMIQUE.

Dans notre profession, nous parlons souvent DU lait, comme s'il était unique et uniforme.

Et pourtant...

20 races de vaches, présentes dans 88 départements, dans plus de 50 000 fermes qui ont chacune leurs spécificités selon leur environnement et leur territoire, qui sont à l'origine des identités particulières des 1 500 produits laitiers de grande consommation, dont 1 200 variétés de fromages,

51 AOP laitières, le tout travaillé au quotidien par 300 000 personnes de 65 métiers différents.

**... Et si nous parlions DES laits ?**

**La démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait sert à protéger et rendre visible cette richesse : la diversité et la valeur du lait.**

# 51 600

FERMES LAITIÈRES RÉPARTIES  
PARTOUT SUR LE TERRITOIRE

# 1 500

PRODUITS DE GRANDE  
CONSOMMATION DONT  
1 200 VARIÉTÉS DE FROMAGES

# MMADE IN FRANCE

*[Locution Anglaise]*

SE DIT D'UN PRODUIT ASSORTI D'UN GAGE DE QUALITÉ, QUI CONTRIBUE À LIMITER L'EMPREINTE CARBONE TOUT EN RENFORÇANT L'AUTONOMIE ÉCONOMIQUE NATIONALE.

# 98%

DE L'ALIMENTATION  
DE LA VACHE EST  
PRODUITE EN FRANCE

France Terre de Lait est un projet de filière au service de tous les maillons, du producteur au consommateur citoyen. **Chacun mesure aujourd'hui l'importance du Made in France pour assurer à la fois notre souveraineté alimentaire et la dynamique économique de nos territoires.**

**Garantir la qualité et l'origine de nos approvisionnements, garantir la traçabilité de nos produits et leur disponibilité, réduire l'empreinte carbone de la ferme laitière française, booster notre économie... sont les nombreux avantages du Made in France !**

# 2171

UNE FERME LAITIÈRE NOURRIT  
EN MOYENNE 2171 PERSONNES  
EN PROTÉINES ANIMALES

*[Nom féminin]*

DÉSIGNE L'ENSEMBLE DES ÉLÉMENTS  
NÉCESSAIRES À L'ORGANISME CONTENUS  
DANS LES PRODUITS LAITIERS ET POURQUOI  
IL EST SI IMPORTANT DE LES CONSOMMER.

NUTRITION

# 72%

**DES FRANÇAIS DÉCLARENT  
QUE LES PRODUITS  
LAI TIERS SONT ESSENTIELS  
À LEUR ALIMENTATION\***

*\*Source Ifop baromètre d'image  
de la filière 2021*

L'objectif de la filière laitière depuis de nombreuses années est de proposer des produits accessibles, de haute qualité gustative et sanitaire, avec la conviction que chacun doit pouvoir bénéficier d'une alimentation saine et durable.

Par leur intégration aux recettes de cuisine, leur diversité, leur accessibilité et leur importance dans l'équilibre nutritionnel, **les**

**produits laitiers demeurent des ingrédients phares de la cuisine et sont présents au quotidien dans les repas. La tendance de consommation est à la hausse en 2021.**

Ils sont source de calcium et de protéines, essentiels à notre santé et ont leur place dans une alimentation équilibrée, c'est le Programme National Nutrition Santé (PNNS) qui le dit !

# OBJECTIFS

*[Nom masculin]*

RÉSULTAT VERS LEQUEL TEND L'ACTION  
D'UNE FILIÈRE POUR OFFRIR UN AVENIR  
PLUS DURABLE À TOUS, COMME L'ÉMERGENCE  
DE FERMES LAITIÈRES BAS CARBONE  
PAR EXEMPLE.

**La démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait contribue aux Objectifs de Développement Durable proposés par l'ONU.** Ils sont au nombre de 17 et répondent aux défis mondiaux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice.

L'interprofession laitière a structuré ses actions en **4 axes de performance, découpés en 8 engagements assortis d'indicateurs chiffrés** qui répondent aux objectifs de développement ONU.

Par exemple, l'engagement « Améliorer le bilan carbone de la filière laitière » répond aux objectifs 12 et 13 de l'ONU, « Consommation et production durables » et « Mesures relatives à la lutte contre le changement climatique ».

**Le sens de France Terre de Lait est de rassembler et de rendre visible ses engagements et l'ensemble de ses progrès.**

# 64%

LES PRODUITS LAITIERS  
SONT DES PRODUITS  
ALIMENTAIRES DURABLES  
POUR 64 % DES FRANÇAIS

# 2025

C'EST L'ÉCHÉANCE QUE S'EST  
DONNÉE L'INTERPROFESSION POUR  
RÉPONDRE À LA PREMIÈRE VAGUE  
D'OBJECTIFS DE RESPONSABILITÉ  
SOCIÉTALE DE FRANCE TERRE DE LAIT

*[Nom masculin]*

FAÇON DE DONNER UNE  
IMPORTANCE EXTRÊME À CHAQUE  
GESTE POUR METTRE EN AVANT  
TOUS LES SAVOIR-FAIRE D'UNE  
FILIÈRE.

# PROGRÈS

# 8

ENGAGEMENTS  
DE PROGRÈS MESURÉS  
PAR 10 INDICATEURS

**France Terre de Lait poursuit l'histoire de progrès de la filière laitière française.**

Être labellisée « Engagé RSE » constitue pour une interprofession **un baromètre afin d'évaluer son niveau de responsabilité et déterminer des axes de progrès en continu**, en posant l'ambition d'un travail de long terme.

Les critères de labellisation concernent la gouvernance, l'information client, la protection de l'environnement, la gestion des ressources. L'évaluation proposée par l'Afnor selon la norme ISO 26 000 s'intéresse aussi au dialogue avec les parties prenantes et la politique sociale globale. **L'interprofession laitière a obtenu le niveau 3, à travers la démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait.**

**Le progrès porté par tous les acteurs de la filière est au cœur de nos ambitions collectives. Pour progresser, des programmes d'actions sont mis en place autour de 8 engagements ambitieux et 4 performances interdépendantes. Le progrès doit être simultané sur l'ensemble de ces engagements et ce n'est pas parce que nous faisons déjà « bien » aujourd'hui, que nous ne devons pas faire encore mieux demain !**

**Les objectifs de France Terre de Lait permettent à chaque acteur de laitier d'inscrire son projet individuel dans le projet de progrès collectif.**

*[Nom masculin]*

CAPACITÉ À INSTAURER UN CLIMAT DE CONFIANCE  
AUPRÈS DES CONSOMMATEURS EN MULTIPLIANT  
LES CONTRÔLES SANITAIRES ET EN SOIGNANT  
LA TRAÇABILITÉ DE SES PRODUITS.

**QUALITÉ**

# 1969

DATE À LAQUELLE LA LOI  
GODEFROY INSTAURE LE  
PAIEMENT DU LAIT À LA QUALITÉ

# 40

CHAQUE ANNÉE, UNE  
QUARANTAINE DE PROJETS  
DE RECHERCHE SUR LA SÉCURITÉ  
SANITAIRE, LA SCIENCE  
ET TECHNOLOGIE LAITIÈRE ET LA  
NUTRITION ET LA SANTÉ SONT  
SUIVIS ET SOUTENUS PAR LE CNIEL

La qualité peut concerner de nombreux enjeux. Notre exigence est sans faille sur celui de l'hygiène. C'est parce que cette exigence est historique et fait l'objet d'une vigilance constante et quotidienne de la part de tous les acteurs de terrain de la filière, de la ferme aux rayons du supermarché, que nous pouvons garantir aux consommateurs la qualité sanitaire de nos produits.

**Son renforcement constitue un des engagements de la démarche France Terre de Lait qui propose de toujours optimiser les méthodes de surveillance par la prévention, le contrôle et l'investigation en cas de contamination.** Le Cniel y contribue en mutualisant les travaux de recherche pour réaliser des projets d'envergure et en diffusant les connaissances au sein de la filière pour rendre les résultats accessibles à toutes les structures concernées.

# RESPONSABLE



*[Adjectif]*

VOLONTÉ D'ASSUMER UN RÔLE D'ACTEUR  
DANS LA PROTECTION DE SON ENVIRONNEMENT  
EN ADOPTANT UNE TRANSPARENCE TOTALE SUR  
SA DÉMARCHE ET SES PRODUITS.

**Le premier objectif de notre démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait est de créer de la valeur pour chaque maillon de la filière et de garantir un socle de haute qualité pour chaque litre de lait produit en France** qui répond aux attentes des consommateurs et aux Objectifs de Développement Durable de l'ONU.

**Elle est étroitement liée à la notion de transparence.**

Transparence sur notre démarche de progrès à travers l'état des lieux partagé de la filière et de ses pratiques, des objectifs qu'elle estime pouvoir réaliser et des améliorations précisément accomplies. Transparence également sur nos pro-

duits : modes de production, traçabilité, composition, valeurs nutritionnelles, impact environnemental...

**Pour mériter et garder la confiance des consommateurs et des citoyens, notre responsabilité est de diffuser de l'information fiable et objective sur les produits laitiers.**

**90%**

**DES FRANÇAIS JUGENT  
LES DÉMARCHES DE RSE  
IMPORTANTES, DONT  
55 % TRÈS IMPORTANTES  
VOIRE ESSENTIELLES**

# SOLIDARITÉ

*[Nom féminin]*

LIEN TRÈS FORT ENTRE LES DIFFÉRENTS  
SECTEURS D'UNE MÊME FILIÈRE DANS  
UN BUT SIMPLE ET DÉFINI :  
DEVENIR MEILLEUR ENSEMBLE.

La solidarité fait partie intégrante de l'ADN de la filière laitière. **Depuis plus de 30 ans, les éleveurs se sont organisés avec les laiteries pour donner régulièrement du lait et des produits laitiers à des associations humanitaires et d'aide alimentaire.** Ces dons en nature représentent chaque année plusieurs millions de litres de lait, issus du travail des éleveurs donateurs.

Pour les éleveurs, c'est un geste de solidarité à l'intention des plus démunis et de lutte contre le gaspillage. Pour les personnes en difficulté et leurs familles, c'est la chance de consommer du lait, du beurre, des yaourts et du fromage de qualité.

**Cet engagement des acteurs de la filière laitière est reconnu par l'administration française**

depuis 2013. Une disposition fiscale adaptée aux dons de lait permet aux producteurs donateurs de bénéficier d'une attestation fiscale ouvrant droit à une réduction d'impôt de 60 % de la valeur de leur don.

**3 M**

**EN 2022, PLUS DE 3 MILLIONS DE LITRES DE LAIT ONT ÉTÉ COLLECTÉS POUR DES ASSOCIATIONS GRÂCE À LA SOLIDARITÉ DES PRODUCTEURS LAITIERS**

# TERRITOIRES



*[Nom masculin]*

ÉTENDUE TERRESTRE REGROUPANT DES ZONES  
GÉOGRAPHIQUES ÉLOIGNÉES, PEUPLÉES D'HUMAINS  
FAISANT TOUT POUR SE RAPPROCHER.

# 720

SITES DE TRANSFORMATION,  
55 % DE SITE INDUSTRIELS  
PRIVÉS, 45 % DE COOPÉRATIVES  
200 FRUITIÈRES ET  
2 900 EXPLOITATIONS LAITIÈRES  
EN FABRICATION FERMIÈRE

Chaque région de France est une terre de lait, forte de son terroir et de son patrimoine culinaire propre. Maintenir du lait sur tous les territoires est une volonté prioritaire de la filière laitière afin de garantir la souveraineté alimentaire et de nourrir aujourd'hui et demain les femmes et les hommes.

Grâce à son ancrage de longue date dans 90 % des départements français, la filière laitière est un acteur de dynamisme économique et d'attractivité des zones rurales.

Les zones de montagne occupent une place de choix dans la tradition laitière mais sont les plus fragiles. Surcoûts de production et de collecte, manque d'attractivité des métiers, insuffisante valorisation du lait : ces handicaps menacent la pérennité de près de 65 000 emplois directs et indirects.

3 axes d'actions ont été identifiés pour renverser la tendance : adopter un cadre réglementaire et fiscal spécifique aux territoires de montagne, renforcer l'attractivité des métiers du lait de montagne et mieux valoriser ses produits laitiers.

# 85 %

DES 30000 SALARIÉS DU SECTEUR  
EXERCENT DANS DES COMMUNES  
DE MOINS DE 15 000 HABITANTS



USINE

*[Nom féminin]*

ÉTABLISSEMENT CAPABLE  
DE TRANSFORMER DES  
MATIÈRES PREMIÈRES EN  
PRODUITS D'UNE EXIGENCE  
TOTALE TANT EN TERMES  
DE GOÛT QUE DE QUALITÉ.

# 40

MÉTIERS DIFFÉRENTS PROPOSÉS  
DANS L'INDUSTRIE LAITIÈRE

**L'usine est le lien entre la terre et l'assiette.** Elle est le lieu de la haute-technologie, des compétences pointues, de l'innovation, de l'investissement, avec l'enjeu de maintenir et développer le savoir-faire de la transformation de l'ultra-frais.

Les industries laitières (TPE, PME, Grands Groupes) doivent être performantes sur les aspects sanitaires, nutritionnels et environnementaux. Elles travaillent notamment sur la réduction de leur consommation d'énergie, l'utilisation d'énergies renouvelables et la circularité des matériaux d'emballages.

Le maillon de la transformation laitière emploie 78 000 salariés et **valorise les 24 milliards de litres de lait produits par les éleveurs.** L'engagement n°2 de la démarche de responsabilité sociétale France Terre de Lait est d'améliorer les conditions de travail pour garantir le bien-être social dans ces entreprises.

# 15%

C'EST LA RÉDUCTION PAR  
LES LAITIERES DE L'EMPREINTE  
CARBONE PAR LITRE DE LAIT  
SUR LAQUELLE S'EST ENGAGÉE  
LA FILIÈRE ENTRE 2015 ET 2025

# VALEURS



*[Nom féminin]*

ENSEMBLE DES SENSIBILITÉS PARTAGÉES  
PAR LES HOMMES ET LES FEMMES D'UNE  
MÊME FILIÈRE ET DONNANT AU TRAVAIL  
COLLECTIF UN SOUFFLE NOUVEAU.

# 100%

FRANCE TERRE DE LAIT EST UNE  
DÉMARCHE SOCLE QUI IMPLIQUE  
100 % DES ACTEURS  
ET 100 % DU LAIT PRODUIT  
SUR LE TERRITOIRE FRANÇAIS

France Terre de Lait est née de la volonté d'**imaginer collectivement une démarche de responsabilité sociétale au service de l'accélération des démarches individuelles** des acteurs laitiers français.

Sa signature : *Ensemble, construisons une France Terre de Lait durable*, place en son cœur l'Humain, dans le respect de sa dimension individuelle et avec

l'ambition de sa dimension collective.

Elle inclut les notions de répartition équitable de la valeur entre l'ensemble des acteurs, de meilleure qualité de vie au travail, de confiance du consommateur-citoyen.

Enjeu clé de notre filière, le collectif est une valeur indispensable pour construire et pérenni-

ser une filière laitière solide, performante et capable de perdurer sur les territoires.

**France Terre de Lait est le rassemblement et l'expression des acteurs qui partagent les valeurs de l'Humain et du collectif.**

# ZÉRO

ANTIBIO

*[Locution nominale]*

VOLONTÉ COMMUNE DE LIMITER  
AU MAXIMUM LES RÉSIDUS  
D'ANTIBIOTIQUES TOUT AU LONG  
DE LA CHAÎNE EN RENFORÇANT  
LES ANALYSES DE SURVEILLANCE.

# -25%

D'UTILISATION D'ANTIBIOTIQUES  
EN ÉLEVAGE BOVIN  
ENTRE 2011 ET 2019

En réponse à nos engagements de transparence et de responsabilité, **la filière laitière garantit aux consommateurs l'absence de résidus d'antibiotiques dans le lait.**

Depuis plus de 50 ans, les professionnels se sont organisés pour contrôler la qualité du lait avec des méthodes et des process harmonisés et validés au niveau national. En 2019, un renforcement des contrôles, décidé collectivement par la filière et en accord avec les pouvoirs

publics, a introduit **le dépistage systématique du lait de tank prélevé au moment de la livraison**, en plus du dépistage réalisé sur les citernes à l'usine ou au centre de collecte.

Au-delà du dispositif de contrôle, le Cniel met à disposition des éleveurs depuis cette année des kits pédagogiques pour faciliter la gestion des animaux traités entre les différentes personnes intervenant dans un élevage.

# 4 000

KITS DE PRÉVENTION ONT ÉTÉ  
DISTRIBUÉS AUX ÉLEVEURS EN 2021

# 100%

DU LAIT COLLECTÉ TESTÉ  
AUX ANTIBIOTIQUES AU DÉPART  
DE LA FERME, C'EST NOTRE  
OBJECTIF DE RESPONSABILITÉ  
SOCIÉTALE POUR 2025



**France**terrede**LAIT**

LA FILIÈRE LAITIÈRE S'ENGAGE



Retrouvez-nous sur : [franceterredelait.fr](http://franceterredelait.fr)

