



JOURNÉE MONDIALE DU LAIT : UN PRODUIT FRANÇAIS ANTI-CRISE ET À L'AVANT-GARDE DES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX !

Le 1^{er} juin prochain, la Journée Mondiale du Lait va sonner la reprise des Portes Ouvertes dans les laiteries françaises, après deux ans d'interruption ! L'occasion pour le grand public de (re)découvrir les coulisses de ce produit qu'ils ont tant apprécié durant les confinements de 2020, que ce soit au moment du petit-déjeuner ou des repas faits-maison. Après son grand retour dans les foyers français durant cette période atypique, le lait conditionné retrouve en 2021 ses niveaux de consommation pré-covid, avec la reprise progressive de la vie en extérieur. En grande distribution, les ménages en ont acheté 2,28 milliards de litres, soit une quantité équivalente aux 2,30 milliards de 2019 (-1,3 % en 2 ans), mais en retrait de -6,1 % par rapport à l'année exceptionnelle de 2020. En valeur, le marché gagne même +1,2 % en grande distribution par rapport à la période pré-covid, à 2,27 milliards d'euros, alors qu'il recule de -4,2 % par rapport à 2020. Certains signes ne trompent pas quant à l'intérêt des consommateurs pour le lait. Ainsi, le lait UHT entier confirme en 2021 son grand retour en cuisine amorcé l'an passé. Ses ventes ont progressé de +10,3 % en volume par rapport à la période pré-covid de 2019.¹ Il faut dire que le lait s'inscrit au cœur de l'actualité : il est à la fois **anti-crise**, source de calcium et de protéines animales, accessible même aux budgets les plus serrés, et la filière est à **l'avant-garde des engagements sociétaux**, pionnière de nombreuses avancées à grande échelle (bio, marque consommateur, identification de l'origine, portes ouvertes...) et œuvrant pour que ses emballages 100 % recyclables soient toujours plus durables.



Un produit anti-crise accessible au plus grand nombre malgré la flambée des coûts de production

À la base des petits plats faits-maison bon marché ainsi que des petits-déjeuners, le lait a, en effet, une importante place à tenir dans l'équilibre alimentaire de tous, y compris des plus démunis, dans une période de tensions accrues en matière de pouvoir d'achat. Le lait ½ écrémé, qui représente plus de 60 % des laits conditionnés vendus en grande distribution, a ainsi plafonné à 0,83€/litre en moyenne l'an passé. Il n'a augmenté que de +1,5 % alors que

¹ Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census / (hypers + supers + enseignes à dominante marque propre + drive)

les professionnels sont gravement touchés par la flambée de leurs coûts de production. Avec l'effet cumulé de la sortie du Covid et de la survenue de la guerre en Ukraine, les professionnels prévoient une hausse de l'ordre de +15 % à +20 % pour 2022. Une augmentation qui nécessitera des ajustements des prix de vente aux consommateurs pour que la filière française puisse continuer à contribuer à la souveraineté alimentaire du pays.

En effet, depuis 2015, les importations de lait conditionné ont chuté de -82 % en France et, en 2021, 98,5 % du lait liquide consommé en France était issu du lait collecté et conditionné en France ! Ancrée au cœur des régions de France, au plus près des terroirs d'élevages, la filière française du lait est une activité clé des économies locales. Avec environ 24 000 emplois directs et indirects, elle permet à des milliers de femmes et d'hommes de contribuer à la vitalité des zones rurales en exerçant leur métier avec passion. Chaque jour, ils mettent des technologies de pointe au service de la qualité d'un produit naturel unique en son genre. Le fruit de leur travail est aujourd'hui facilement identifiable grâce au logo « Lait collecté et conditionné en France »,

100 % des emballages recyclables : l'appel au tri lancé à l'occasion de la Journée Mondiale du Lait

La filière du lait conditionné a réussi à concilier haute technicité de ses emballages et recyclabilité. Qu'il s'agisse des briques en carton ou des bouteilles en plastique, tous sont en effet recyclables tout en assurant la protection d'un produit connu pour sa fragilité. Aujourd'hui, environ 60 % des briques et bouteilles de lait sont collectées pour recyclage. C'est pourquoi la filière a décidé de lancer un appel au tri à l'occasion de l'édition 2022 de la Journée Mondiale du Lait. Les professionnels sont en effet déterminés à dépasser les objectifs réglementaires fixés à 75 % de collecte pour les bouteilles plastiques pour 2025 et 90 % pour 2029. La filière compte bien relever le défi également sur ses briques en carton et vise même l'objectif de 100 % d'emballages recyclés ! C'est pourquoi, à l'occasion des Portes Ouvertes dans les laiteries, les visiteurs seront sensibilisés au tri en partenariat avec CITEO. La filière rappelle en effet que sans le soutien des consommateurs il sera très difficile d'augmenter le taux de collecte et donc de recyclage de ses emballages !

Un produit durable à l'avant-garde des engagements sociétaux

Les professionnels du lait conditionné sont depuis toujours à l'avant-garde des engagements sociétaux pour répondre aux attentes des consommateurs. Ils sont à l'origine de nombreuses avancées à grande échelle : ce sont des pionniers de la bio, de l'identification de l'origine française (logo « Lait Collecté et Conditionné en France »), de la sensibilisation à l'équilibre nutritionnel (Collectif du petit-déjeuner), de l'ouverture des sites de production au grand public (Journée Mondiale du Lait), des marques engagées (marque consommateur) ... Les professionnels du lait conditionné poursuivent aujourd'hui leurs engagements, en particulier en faveur de la durabilité de leurs emballages, tous recyclables. Après avoir adopté la paille papier dès le printemps 2021, ils préparent pour 2024 l'arrivée du bouchon attaché aux bouteilles et poursuivent leurs travaux dans le domaine de l'éco-conception et de la recyclabilité. Des changements qui demandent d'importants investissements. Ils mènent

actuellement notamment de projets d'envergure pour déployer des filières de recyclage spécifiques en boucles fermées, pour qu'une bouteille de lait redevienne une bouteille de lait. Du côté de la brique, des travaux sont menés pour augmenter le recyclage de sa couche protectrice, constituée d'aluminium et de polyéthylène. 1/3 de cette matière, le PolyAl, est aujourd'hui recyclé et il s'agit d'arriver à 100 % d'ici 2025. Comme la bouteille plastique, la brique carton sera alors recyclée dans son intégralité.



SOMMAIRE

2021 : LA CONSOMMATION RETROUVE SON RYTHME PRÉ-COVID

- La consommation globale de lait retrouve un niveau similaire d'avant-crise covid p.6
- Un marché de 2,27 milliards d'euros en grande distribution p.6
- Le marché français dominé par les laits UHT p.6
- Laits UHT entiers, aromatisés et pour enfants font de la résistance ! p.7

LE LAIT : UN PRODUIT ANTI-CRISE AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ

- Prix : la revalorisation indispensable d'un produit français anti-crise p.9
- Le lait source de souveraineté alimentaire : 98,5 % du lait consommé en France est collecté et conditionné France p.11
- Nutrition : le lait contributeur de l'équilibre alimentaire par Laurence Plumey, médecin-nutritionniste p.13

SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, ORIGINE, RECYCLABILITÉ, TRANSPARENCE : LE LAIT TOUJOURS À L'AVANT-GARDE DES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

- « Lait collecté et conditionné en France » : le succès d'un logo précurseur pour repérer facilement le lait français p.18
- Journée Mondiale du Lait : les pionniers de la transparence rouvrent leurs portes au public en 2022 ! p.21
- La filière poursuit ses actions pour des emballages toujours plus durables et pratiques p.25

2021 :
LA CONSOMMATION DE LAIT
RETROUVE SON RYTHME PRÉ-COVID



La consommation globale de lait retrouve un niveau similaire d'avant-crise covid

En 2021, chaque Français a consommé environ 43 litres de lait conditionné. La consommation apparente reprend son rythme d'évolution pré-covid, après une année 2020 atypique, en raison de la présence accrue des Français à la maison.

Tous circuits confondus, la consommation de lait a en effet connu une croissance exceptionnelle en 2020 : +4,9 % en volume par rapport à 2019. Après 10 ans de baisse, les confinements de 2020 ont permis au lait de reprendre une belle place au petit-déjeuner et en cuisine, pour le fait-maison.

L'année 2021 marque donc le retour à la normale. Avec la reprise des activités en extérieur et la diminution du temps passé à domicile, la consommation de lait retrouve son rythme d'évolution pré-covid. Au total, 2,84 milliards de litres de lait ont été consommés en France en 2021, contre 2,91 milliards en 2019 (-2,5 %) et 3 milliards en 2020 (-5,6 %).

(Source : FranceAgrimer-S.S.P., enquêtes mensuelles laitières)



Un marché de 2,27 milliards d'euros en grande distribution

En 2021, le marché du lait liquide représente en valeur 12,5 % de l'ensemble des produits laitiers vendus en grande distribution (hypers + supers + enseignes à dominante marque propre + drive).

Son chiffre d'affaires s'élève à 2,27 milliards d'euros en 2021, en hausse de +1,2 % par rapport à 2019 (-4,2 % vs 2020).

(Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census)

Le marché français dominé par les laits UHT

En 2021, les achats de lait liquide en grande distribution retrouvent globalement leurs niveaux de 2019, avec un recul à -6,1 % en volume par rapport à l'année exceptionnelle de 2020, mais à seulement -1,3 % au regard de la période pré-covid de 2019.

Il s'est ainsi vendu environ 2,28 milliards de litres de lait conditionné en grande distribution en 2021, contre 2,30 milliards de litres en 2019.

Le lait UHT, de longue conservation, reste le plus vendu des laits liquides en 2021 : il représente 96,5 % des volumes en grande distribution.

(Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census / (hypers + supers + enseignes à dominante marque propre + drive)



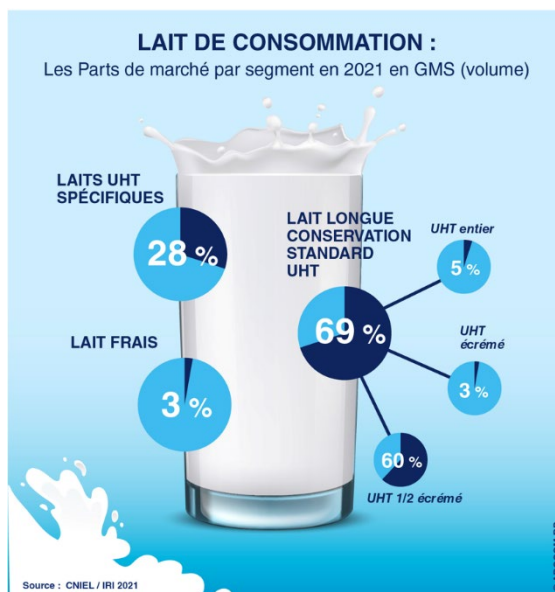
Laits UHT entiers, aromatisés et pour enfants font de la résistance !

Parmi les laits UHT, deux catégories co-existent : les laits standards et les laits spécifiques. Si l'on constate un recul global de ces deux catégories en 2021 vs 2020, certains produits restent pourtant stables, voire progressent fortement.

Ainsi, alors que les ventes de laits UHT standards enregistrent une baisse globale de -7,2 % en 2021 vs 2020 (-2,8 % vs 2019), ce n'est pas le cas du **lait UHT entier**, qui s'est fortement développé avec le retour des Français en cuisine durant les confinements. Il avait enregistré une progression record de +10,2 % en 2020 vs 2019 et il reste stable en 2021, à +0,1 % vs 2020, marqueur d'un retour des petits plats faits-maison dans les habitudes des Français. Sa part de marché sur l'ensemble des laits liquides conditionnés a gagné +0,6 pts en 2 ans (2021 vs 2019).

De leur côté, si les laits « spécifiques » sont globalement en repli de -3,8 % vs 2020, ils sont en croissance d'environ +3 % vs 2019, avec certains produits qui ont poursuivi leur progression en 2021 vs 2020. C'est notamment le cas des **laits UHT aromatisés**, qui ont vu leurs achats progresser de +12,5 % en grande distribution par rapport à 2020, après une hausse à déjà +6,9 % en 2020 vs 2019. Le **lait UHT pour enfants** progresse quant à lui de +11 % en 2021 vs 2020, après une hausse de +4 % en 2020 vs 2019.

(Source : CNIEL/IRI panel distributeurs Census / (hypers + supers + enseignes à dominante marque propre + drive)



Les laits « engagés » gagnent du terrain

Les laits dits « engagés » regroupent en particulier les laits porteurs de la mention « Responsable » ou « Équitable », les laits faisant référence à la rémunération des producteurs, à certains labels nutritionnels... Leur place est de plus en plus importante au sein des laits conditionnés, signe de leur adéquation avec les attentes des consommateurs. En 2019, ces laits représentaient 13,8 % de part de marché volume. Ils sont passés à 14,5 % en 2020 puis ont atteint 14,7 % en 2021. La part de marché des laits « engagés » a ainsi progressé de +0,9 point en seulement 2 ans.

(Source : LSDH-Nielsen panel hypers + supers + enseignes à dominante marque propre + drive + magasins de proximité – CAM en volume au 2 janvier 2022)

**LE LAIT :
UN PRODUIT ANTI-CRISE
AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ**



PRIX : LE REVALORISATION INDISPENSABLE D'UN PRODUIT FRANÇAIS ANTI-CRISE

Lait ½ écrémé : seulement +1,5 % de hausse du prix de vente en 2021

Accessible au plus grand nombre, même en période de fortes tensions sur le pouvoir d'achat, le lait est un produit essentiel pour contribuer à l'équilibre alimentaire des Français, y compris des plus défavorisés. Le lait liquide conditionné constitue en effet une précieuse source de protéine animale et de calcium, à la fois abordable et facile à consommer, que ce soit au moment du petit-déjeuner, du déjeuner ou du dîner. Il permet de réaliser tous les classiques de la cuisine à moindre coût, mais également d'imaginer de nouveaux plats faits-maison. Cet ingrédient est à la base de recettes salées et sucrées facilement réalisables et moins onéreuses que des plats achetés tout-prêts.

En 2021, le prix de vente au consommateur des laits liquides en Grande Distribution a ainsi plafonné à 0,99 €/litre en moyenne, soit seulement +2,1 % par rapport en 2020. Le prix du lait UHT demi-écrémé, le plus vendu en France (60 % de part de marché volume), n'a quant à lui augmenté que de +1,5 % vs 2020, pour s'établir à 0,83 € le litre.

Source : Cniel/Iri Panel distributeurs



La filière victime de l'accélération de la hausse des coûts de production demande une indispensable revalorisation des prix de vente

La filière française du lait liquide conditionné, qui fournit la quasi-totalité du lait consommé en France, voit ses coûts de production augmenter en raison de l'effet cumulé de la sortie du covid et de la survenue de la guerre en Ukraine. Aux tensions sur l'emballage liées à la reprise de la demande mondiale, s'ajoute désormais la flambée des coûts liés à l'énergie, qui touche les sites de production ainsi que le transport des produits. Du côté des emballages, les cours poursuivent leur envolée. La reprise de l'économie dans le monde entraîne une flambée de l'ordre de +70% en 1 an pour les matières premières plastiques et de +40 % pour le carton. (Source : Syndilait)

En conséquence, la filière estime que les laiteries vont devoir supporter une hausse de leurs coûts de production de l'ordre de **+15 % à +20 % en 2022**, après une année 2021 déjà marquée par une hausse de l'ordre de +8 % à +10 %.

Pourtant, dans le même temps, le prix de vente du lait au consommateur en grande distribution continue de peu évoluer. Les laiteries françaises ont aujourd'hui besoin de l'appui des consommateurs pour continuer à fournir au marché français un lait de qualité, collecté et conditionné dans le pays, contribuant ainsi à la souveraineté alimentaire de la France. Il s'agit de soutenir cette production locale, source de vitalité des territoires et d'emplois de proximité. Le lait liquide conditionné représente en effet 24 000 collaborateurs, dont 6 000 en emplois directs partout en France.

C'est pourquoi il est désormais urgent que les distributeurs prennent en compte la réalité des coûts de production dans leurs prix d'achat aux laiteries. Les professionnels du lait liquide estiment en effet que les consommateurs sont prêts à payer le lait français à sa juste valeur pour préserver cette activité historique sur le territoire.



LE LAIT SOURCE DE SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE : 98,5 % DU LAIT CONSOMMÉ EN FRANCE EST COLLECTÉ ET CONDITIONNÉ FRANCE

Diminution des importations de 82 % depuis 2015

En 2021, 98,5 % du lait consommé en France a été collecté et collecté sur le territoire. Depuis 2015, les importations de lait liquide ont reculé de -82 % ! La filière contribue ainsi activement à développer la souveraineté alimentaire du pays.

Source : CNIEL - Eurostat

98,5 % du lait liquide conditionné
proposé en France
est d'origine française



Source : Syndilait 2021

© ADOCOM-RP



Source : Cniel - eurostat

© ADOCOM-RP

2,9 milliards de litres de lait liquide conditionnés en France en 2021

En 2021, les laiteries françaises ont conditionné environ 2,9 milliards de litres de lait : 2,7 milliards en UHT (-8,6 % vs 2020) et 60 millions de litres pasteurisés (-5,8 % vs 2020)². Au global, la production de lait a diminué de -7,4 % en 2021 par rapport à l'année 2020 et de -5,5 % vs 2019.



Près de 13 % des 23,5 milliards de litres de lait collecté en France en 2021 ont ainsi été transformés en laits liquides conditionnés. La France se situe en deuxième position des pays collecteurs de lait en Europe, juste après l'Allemagne, qui en a collecté environ 31 milliards de litres en 2021.

(Source : FranceAgriMer – S.S.P., Enquêtes mensuelles laitières)

2020 : la balance commerciale reste excédentaire

En 2021, les importations de lait liquide ont continué de diminuer : -35,7 % vs 2020, avec environ 40 millions de litres importés. Les exportations ont également enregistré un repli de l'ordre de -33,3 %, avec 180 millions de litres expédiés hors des frontières du pays. Le solde de la balance commerciale reste positif à +140 millions de litres (+207 millions en 2020 et +237 millions de litres en 2019) et +84 millions d'euros. (Source : Cniel Eurostat)



Italie, Espagne, Chine : top 3 des destinations du lait français

Le lait français envoyé à l'international est principalement acheté par trois pays : l'Italie où part 52,1 % du lait français exporté, l'Espagne (9,1 %) et la Chine (7,7 %). 70 % du lait liquide conditionné envoyé hors des frontières françaises est destiné à l'Union européenne.

Les importations proviennent quant à elles majoritairement d'Allemagne (46,5 %) et de Belgique (45,2 %).

(Source : Cniel Eurostat)

² Source : CNIEL/Douanes/Business France/SSP/IRI/GiraFoodService

NUTRITION : LE LAIT CONTRIBUTEUR DE L'ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE

Le lait, les jeunes et la santé osseuse

L'avis du Dr Laurence PLUMEY.

Médecin Nutritionniste. Praticien Hospitalier. Fondatrice d'EPM Nutrition.

Auteur de « Le Grand livre de l'Alimentation » aux éditions Eyrolles.

Le lait est une boisson considérée comme nutritive car riche de nombreuses qualités nutritionnelles. Raison pour laquelle, traditionnellement il est très consommé par les jeunes enfants auxquels il apporte protéines, calcium, phosphore et de très nombreuses vitamines (A, D et du groupe B). Il a d'ailleurs vocation à contribuer à leur croissance et à leur développement. Les parents aiment donc leur en donner à boire (le fameux chocolat chaud du petit déjeuner ou du goûter) et à manger (quiches, flans, crèmes ...). Dès lors que l'enfant devient autonome, la consommation de lait peut s'en trouver affectée. Nous verrons que cette insuffisance d'apport calcique peut avoir des conséquences redoutables sur leur masse minérale osseuse à court, moyen et long terme. Il est donc clair que les enfants qui ne boivent pas assez de lait ne compensent pas avec les autres produits laitiers et qu'ils se retrouvent rapidement à risque élevé de carence calcique. Mais revenons aux qualités nutritionnelles du lait et aux raisons pour lesquelles il a une place importante à occuper au sein d'une alimentation équilibrée.

Le lait et ses qualités nutritionnelles ...

Ses deux grandes qualités principales sont la teneur et la nature de ses protéines – et sa grande richesse en calcium.

Les protéines : le lait de vache en contient en moyenne 3,5g/100ml. Ainsi un bol de 200 à 250ml de lait apporte entre 7 et 10g de protéines, ce qui représente environ 20 à 25% du besoin quotidien en protéines d'un enfant de 7 ans (par exemple). C'est ni trop, ni trop peu. Boire du lait n'expose pas un enfant à l'excès de protéines d'origine animale au même titre que la viande si elle était consommée en trop grandes quantités (elle contient 20% de protéines). Par ailleurs, 80% de ces protéines sont sous forme de caséines et 20% sous forme de protéines solubles (dans le lactosérum), d'utilisation rapide et efficace au niveau des muscles. De plus, ces protéines sont de très bonne valeur nutritionnelle, car riches en acides aminés essentiels dont le corps a besoin (il ne sait pas les fabriquer). Enfin, autre avantage, ces protéines ne coûtent pas cher. Avec les protéines des œufs, les protéines du lait ont le meilleur rapport qualité/prix.

Le calcium : le lait de vache en contient environ 115 à 120mg de calcium. En somme un bol de 200 à 250 ml en apporte entre 240 et 300mg de calcium soit 30% du besoin quotidien en calcium des enfants de 4 à 10 ans (800mg/jour) et 25% de celui des enfants et adolescents de 11 à 17 ans (1200mg/jour). C'est donc un apport important ! Ce calcium issu du lait est placé dans des conditions idéales pour être utilisé au mieux par les os et autres organes ; en effet, son coefficient d'absorption intestinal est idéalement de 40% (vs 30 à 35% quand il vient du règne végétal), car il cohabite avec les protéines et le lactose du lait qui facilitent son absorption intestinale. C'est ce que l'on appelle l'effet matrice.

Le lactose : c'est un disaccharide composé d'une molécule de glucose et d'une molécule de galactose. Le glucose est utilisé par les cellules comme carburant – le galactose est capté par les neurones, car il entre dans la composition de leurs lipides membranaires (phospho-galacto-lipides). Il est donc essentiel à la bonne vie des neurones – d'où son intérêt majeur dans le développement neuro sensoriel des nourrissons dont il est le seul glucide pendant les 3 à 4 premiers mois de la vie. Il doit être hydrolysé par une lactase localisée dans les cellules de la muqueuse duodénale (première partie de l'intestin

grêle) ; celle-ci libère les 2 molécules qui peuvent ainsi passer dans le sang et jouer leurs rôles respectifs de carburant et de composant neuronal. L'adulte ayant moins de lactase que le nourrisson et le jeune enfant, certaines personnes peuvent ressentir des troubles digestifs à la consommation de lait. Il suffit alors de boire du lait sans lactose. A noter que le lait contient 5g de lactose /100ml, soit une consommation de 10g de lactose par bol – ce qui peut tout à fait être digéré par une lactase à 20% de son potentiel. Il suffit de fractionner la consommation de lait.

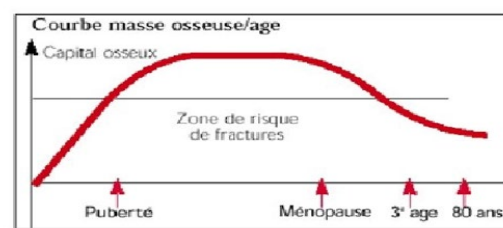
Les vitamines : qu'il s'agisse des vitamines B1, B2, B3, B5, B6, B8 et B12 ... elles sont toutes représentées dans le lait. Lors des traitements thermiques, elles peuvent baisser en concentration selon la durée et l'intensité du traitement (environ 20% de pertes). Quant aux vitamines A et D, elles sont surtout présentes dans le lait entier.

Quid des autres laits ?

A noter que le lait de vache et de chèvre sont très proches dans leur composition ; ils ont les mêmes teneurs en calcium, en protéines et en lactose. Le lait de chèvre a toutefois des lipides aux chaînes un peu plus courtes, potentiellement plus digestes. Quant au lait de brebis, il est 2 fois plus gras et deux fois plus riche en calcium.

Le lait, le calcium et l'os : un enjeu important pour les jeunes !

Durant la période de croissance, et particulièrement au moment de la puberté puis de l'adolescence, le capital calcique osseux se constitue. En effet, le capital calcique osseux d'un enfant à la naissance n'est que de 30g alors qu'il est d'environ 1 kilo vers l'âge de 17-18 ans. Ainsi durant ses 18 premières années de vie, l'enfant puis l'adolescent va déposer progressivement du calcium dans ses os pour les rendre plus solides. Il va donc déposer les 500 premiers grammes entre l'âge de 4 et 10 ans – puis les 500 autres grammes entre 11 et 17-18 ans. Encore faut-il qu'il ait des apports calciques suffisants tous les jours durant cette période via son alimentation - et également un taux suffisant de vitamine D dans son sang pour bien le fixer au niveau des os. Raison pour laquelle le lait et les produits laitiers sont si importants durant cette période. L'enfant et l'adolescent ont besoin de 3 produits laitiers par jour, dont une consommation suffisante de lait !



Le petit déjeuner : une occasion rêvée de boire du lait.

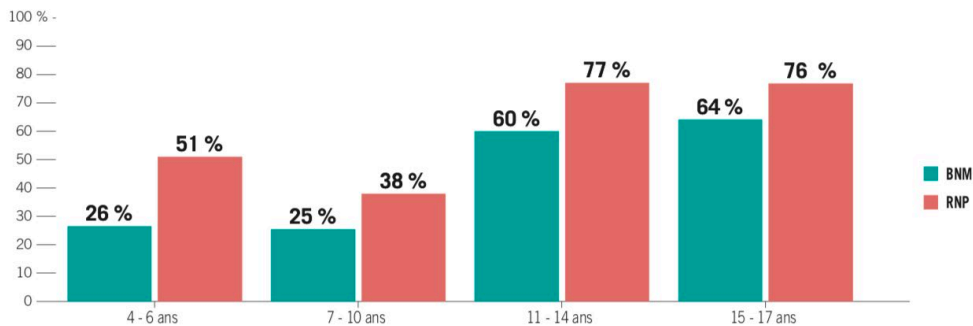
Les enfants aiment boire du lait le matin au petit déjeuner. Mais attention, ils sont moins nombreux à en boire : en 2016, ils étaient 69% à boire du lait (enfants de 3 à 11 ans) mais en 2019, ils sont 65%. Quant aux adolescents de 12 à 17 ans, ils étaient 61% à boire du lait en 2016 et ils sont passés à 52% en 2019. L'apport calcique moyen est de 350 à 400mg de calcium quand ils boivent du lait. Et quand ils n'en boivent pas, cet apport chute à 100mg de calcium. Ils ne compensent donc pas par un autre produit laitier. C'est une perte sèche en matière d'apport calcique.

Les enfants ont des apports calciques trop souvent insuffisants...

C'est ainsi que, selon les dernières données de consommation INCA 3, les enfants de 4 à 17 ans consomment en moyenne 100ml de lait par jour, ce qui est insuffisant et les expose au manque d'apport calcique. Celui-ci est d'ailleurs confirmé par cette même étude INCA 3 qui montre que 38% des enfants de 7 à 18 ans ne couvrent pas les apports recommandés en calcium (dont 48% de filles) – et qu'entre 11 et 17 ans, ils sont alors 77% à manquer de calcium (dont 85% de filles) !

Quid en cas d'apport calcique insuffisant ? La sanction est immédiate : une baisse du capital calcique s'installe rapidement. Celle-ci se produit très vite – mais elle peut très vite se corriger également si l'enfant se remet à boire du lait. En revanche, si l'enfant a manqué de lait et de produits laitiers pendant toute son enfance, les dommages sont irréversibles, car la capacité de capitalisation n'est plus du tout aussi efficace à l'âge adulte. Ainsi, non seulement ces enfants et adolescents ont des os plus fragiles, mais ils sont également prédestinés à développer, à partir de 50 ans, une ostéoporose plus précoce et plus sévère avec un fort risque fracturaire.

Pourcentage d'enfants ne couvrant pas leur BNM et RNP en calcium



L'ostéoporose : une maladie pédiatrique

Véritable problème de Santé Publique, l'ostéoporose est la maladie du siècle des centenaires et des petits consommateurs de produits laitiers. Certes, il s'agit d'un vieillissement inéluctable de l'os mais celui-ci est accéléré sous l'effet de nombreux facteurs de risque : ménopause (arrêt de fabrication des œstrogènes qui favorisent la synthèse osseuse) surtout si elle est précoce, traitements répétés par corticoïdes, sédentarité et carence d'apport calcique surtout quand celle-ci s'est produite pendant l'enfance aboutissant à un faible niveau de capital calcique. Raison pour laquelle on dit que l'ostéoporose est une maladie pédiatrique.

En somme, pour réduire le risque fracturaire lié à l'ostéoporose, il faut boire du lait et manger des produits laitiers durant toute sa vie et surtout pendant l'enfance et l'adolescence. **D'ailleurs certaines études ont montré que la DMO (Densité Minérale Osseuse) après la ménopause était corrélée significativement à la consommation de lait pendant l'enfance et l'adolescence. Cet effet est dû non seulement au calcium mais aussi aux protéines du lait.**

L'ostéoporose en quelques chiffres ...

Dans le Monde, il y a 9 millions de fractures ostéoporotiques par an soit une fracture toutes les 3 secondes. Une femme sur 3 et un homme sur cinq de plus de 50 ans auront des fractures dues à l'ostéoporose. Près de 75% des fractures de la hanche, du rachis et du poignet surviennent chez des patients âgés de 65 ans et plus. Une femme de 65 ans ayant eu une fracture vertébrale à 1 risque sur 4 d'avoir une autre fracture dans les 5 ans qui suivent.

Le risque de décès est de 25% dans l'année qui suit une fracture de hanche chez une femme de plus de 70 ans !

Donc, si on ne veut pas que nos vertèbres ressemblent trop tôt à des éponges fragiles, buvons du lait et ce dès notre plus jeune âge !



Mobilisation contre le déclin du petit-déjeuner

Les professionnels du lait liquide conditionné, réunis au sein de Syndilait, ont co-fondé le Collectif du Petit-déjeuner à la française en 2014. Cette structure mène de nombreuses actions afin de lutter contre le déclin du petit-déjeuner, dont des actions de sensibilisation spécifiques vers les collégiens. Il propose un outil pédagogique « **Mission sauver le petit-déjeuner des collégiens** », un site collaboratif « objectif-petit-dejeuner.fr », un guide pratique pour accompagner les opérations « petit-déjeuner » et organise les **Trophées du Petit-Déjeuner** en milieu scolaire pour récompenser les meilleures initiatives de sensibilisation des collègues (Pour 2022, [l'appel à candidatures est ouvert jusqu'au 15 juin](#)).



De plus, le Collectif a lancé en ce début d'année un **Manifeste** comportant 5 propositions pour encourager les initiatives publiques, privées, nationales ou locales, d'éducation à l'alimentation au sens large, et de sensibilisation au petit-déjeuner en particulier.



NOS PROPOSITIONS



Renforcer l'éducation à l'alimentation sur l'ensemble du parcours scolaire, comme le propose le *Manifeste pour une éducation à l'alimentation partout et pour tous* porté par l'Open Agrifood et cosigné par le Collectif du petit-déjeuner



Encourager et accompagner les établissements scolaires dans la mise en place d'actions pédagogiques autour du petit-déjeuner, en particulier dans les collèges, les adolescents étant la catégorie d'âge la plus concernée par le saut de petit-déjeuner.



Pérenniser, là où la situation l'exige (pour des raisons socio-économiques notamment), le dispositif des petits déjeuners gratuits dans les écoles, en préservant le principe du volontariat des élèves et en renforçant le volet pédagogique d'éducation à l'alimentation et de sensibilisation au petit-déjeuner.



Soutenir les projets d'évaluation des dispositifs d'éducation à l'alimentation, indispensables pour objectiver leurs impacts sur les comportements des jeunes mais aussi pour diffuser les bonnes pratiques.



Simplifier et améliorer l'accessibilité des programmes européens « Fruits légumes à l'école » et « Lait et produits laitiers à l'école » pour en faire de véritables leviers de la sensibilisation au « bien manger » dans les établissements scolaires.

**SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, ORIGINE,
RECYCLABILITÉ, TRANSPARENCE :
LE LAIT À L'AVANT-GARDE
DES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX**



« LAIT COLLECTÉ ET CONDITIONNÉ EN FRANCE » : LE SUCCÈS D'UN LOGO PRÉCURSEUR POUR REPÉRER FACILEMENT LE LAIT FRANÇAIS

« Lait collecté et conditionné en France » : un logo précurseur

Le logo « Lait collecté et conditionné en France » lancé en 2015 par les professionnels du lait de consommation, réunis au sein de Syndilait, répond aux attentes des Français en identifiant clairement l'origine hexagonale du lait. Ce logo a très vite remporté un vif succès auprès des professionnels de la filière, des distributeurs et des consommateurs. Il est aujourd'hui **présent sur plus de 60 % des bouteilles et briques** de lait proposées dans le commerce.



La garantie du soutien à la filière française

Ce logo « Lait Collecté et Conditionné en France » initié par Syndilait, regroupant les fabricants français de lait de consommation a été lancé avec le soutien des producteurs de lait et du ministère de l'Agriculture. Il constitue un moyen de sensibiliser et d'encourager les Français à la consommation citoyenne et il leur garantit un lait 100 % français, issu exclusivement de lait provenant de fermes de l'Hexagone et conditionné sur le territoire. En achetant du lait français, les consommateurs soutiennent une filière ancrée dans nos différents territoires, favorisant les activités économiques locales, le maintien de l'emploi dans les zones rurales, contribuant à la vie fiscale du pays, à la lutte contre le chômage, etc. Pour renforcer la promesse d'origine, les laiteries utilisant ce logo sont auditées annuellement par un organisme tiers de contrôle indépendant.

Une filière locale ancrée au cœur des territoires

Le lait collecté et conditionné en France représente 24 000 emplois ancrés en région. Une douzaine de sociétés conditionnent du lait de consommation dans une trentaine de laiteries locales, réparties sur tout le territoire. Le lait est collecté à proximité des laiteries, au sein de 57 000 élevages laitiers à taille humaine. Présents dans plus de 90% des départements français, ce sont majoritairement des fermes familiales et indépendantes de moins de 80 vaches.

Un cahier des charges précis

Un cahier des charges très précis détermine l'utilisation du logo « Lait collecté et conditionné en France ». Il repose principalement sur les critères suivants :

- 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 est réalisé par un organisme tiers de contrôle indépendant (Bureau Veritas).

Un logo pour les produits laitiers

Les professionnels du secteur ont décliné le logo « Lait collecté et conditionné en France » sur **d'autres produits issus de la transformation du lait comme les boissons lactées, la crème, le fromage, les produits frais ou encore le beurre**. Une démarche développée avec le soutien des producteurs de lait FNPL (Fédération Nationale des Producteurs de Lait) et du ministère de l'Agriculture.



Le respect d'une Charte d'engagements

En 2016, les professionnels ont renforcé leur mobilisation en faveur du logo « Lait collecté et conditionné en France » en créant une Charte transparente et exigeante en 6 points mettant en exergue leurs principaux engagements. (Charte page suivante)

CHARTRE D'ENGAGEMENT



Lait collecté et conditionné en France

Pour permettre aux consommateurs de repérer facilement le lait 100% français, issu exclusivement de lait provenant de fermes hexagonales puis conditionné sur le territoire, les professionnels ont créé le logo « Lait collecté et conditionné en France ». Ce point de repère s'appuie sur une Charte détaillée, transparente et exigeante en 6 points.

La filière du lait de consommation, représentée en France par Syndilait a, en effet, de nombreux atouts à faire valoir auprès des consommateurs. Elle propose un lait de haute qualité, tracé et strictement contrôlé, leur permettant de bénéficier de produits d'exception auxquels ils peuvent accorder toute leur confiance.

Grand pays laitier, la France est riche de terroirs différents, avec un climat tempéré propice à la prairie et aux cultures. Les éleveurs laitiers sont présents dans plus de 90% des départements français et s'adaptent aux différents terroirs pour produire le meilleur lait. Leurs élevages à taille humaine livrent chaque jour des laiteries ancrées en régions. En France, une trentaine de sites répartis sur tout le territoire conditionnent du lait. Au total, la filière française du lait de consommation représente environ 24 000 collaborateurs, engagés pour offrir des produits d'une qualité optimale.

1 DES ÉLEVAGES FAMILIAUX, BIEN IMPLANTÉS DANS LE TERRITOIRE

- Les éleveurs français : majoritairement propriétaires de leur ferme et de leurs animaux
 - Les éleveurs, dans la très grande majorité des cas, sont propriétaires de leurs terres et de leurs animaux. Ils assurent la main d'œuvre de leurs exploitations.
 - Ils sont le plus souvent indépendants, car les élevages sont très peu financés par des capitaux extérieurs.
- Engagés dans la vie du territoire : ils participent au maintien de l'activité dans les zones rurales (école...) et sont nombreux à s'engager dans la vie citoyenne locale (politique, associative...).
- Diplômés : le niveau de formation des éleveurs est de plus en plus élevé ; l'équivalent du bac est aujourd'hui nécessaire pour obtenir des aides à l'installation.
- Responsables : les éleveurs livrent leur lait à des laiteries situées à proximité de leurs fermes, limitant ainsi l'empreinte carbone.

Par exemple :
En moyenne, pour collecter 1000 l de lait, il faut parcourir moins de 10 Km.
En 2020, 90% des chauffeurs ramasseurs seront formés à l'éco-conduite.

2 DES ANIMAUX SAINS ET EN BONNE SANTÉ

- Origine française des troupeaux : les vaches des troupeaux laitiers français sont à plus de 99% nées et élevées en France.
- Respect du bien-être animal :
 - Propreté des animaux assurée en toutes saisons.
 - Aération constante des bâtiments.
 - Manipulations des animaux en douceur.
 - Sortie des vaches en pâturage dès que les conditions météorologiques le permettent.
- Alimentation adaptée et produite en priorité sur la ferme
 - En moyenne, plus de 90% des aliments sont produits sur les exploitations et 98% en France
 - Adaptation aux ressources locales : herbe, remplacement du soja par du tourteau de colza, des légumineuses...
- Maîtrise de la taille des troupeaux : les éleveurs sont à la tête de fermes à taille humaine.

Par exemple :
La taille moyenne du troupeau est inférieure à 80 vaches laitières par éleveur.

3 DES ENTREPRISES RESPONSABLES

- Politique d'achat responsable : les entreprises cherchent à inscrire leurs achats dans le développement durable.

Par exemple :
Les entreprises les plus avancées sur ce point assurent une diffusion d'informations sur l'achat responsable et le secteur s'engage à avoir une politique d'achat responsable partagée par tous en 2020.

- Gestion de l'énergie et de l'eau : les entreprises suivent toutes leurs consommations d'énergie et sont engagées dans des démarches d'optimisation.
- Sécurité au travail : la sécurité des collaborateurs est un point étroitement contrôlé par les entreprises de la filière. Certaines vont jusqu'à intégrer ce facteur dans la part variable de la rémunération.

Par exemple :
Mise en place, par les entreprises, d'une démarche de sensibilisation du personnel aux risques liés aux accidents du travail.

- Politique salariale : des systèmes de rémunérations conformes aux plus strictes réglementations en vigueur.

Par exemple :
La rémunération du personnel des sites laitiers est toujours au-dessus du Smic.

4 UN LAIT DE QUALITÉ

- Des animaux sains :
 - Non collecte du lait des animaux sous traitements médicamenteux.
 - Suivi sanitaire constant du troupeau : chaque troupeau possède son carnet de santé.
- Un lait contrôlé :
 - La qualité du lait collecté influence le prix d'achat à l'éleveur.
 - Surveillance constante de l'équilibre du lait pour assurer sa capacité à être transformé.
- Une absence de résidus médicamenteux vérifiée : l'absence de résidus médicamenteux est rigoureusement contrôlée.

Par exemple :
100% du lait mis sur le marché est exempt de résidus antibiotiques.

5 DES PRODUITS SAINS ET ADAPTÉS À TOUS

- Qualité sanitaire : le lait conditionné en France est soumis à une réglementation sanitaire très stricte.
- Qualité nutritionnelle : le lait de consommation, source de calcium, est une boisson « nutritive » contribuant à l'équilibre alimentaire quotidien.
- Un allié du quotidien : on retrouve le lait de consommation à tous les moments de la journée : pur, combiné à d'autres ingrédients ou encore au cœur de recettes.
- Adapté à tous les budgets, même les plus faibles.

Par exemple :
Les laits sont contrôlés par l'IPLC (Institut Professionnel du Lait de Consommation) et les usines font l'objet d'un audit annuel.

6 ENGAGEMENT SOCIÉTAL AU SERVICE DE LA COLLECTIVITÉ

- Transparence des sites de production : ouvertures des laiteries et des élevages au public dans le cadre de la Journée Mondiale du Lait.

Par exemple :
20.000 visiteurs participent en moyenne chaque année à la Journée Mondiale du Lait.

- Actions pour soutenir la prise du petit-déjeuner : lutte contre la baisse de la consommation du petit-déjeuner qui touche particulièrement les enfants (lutte contre le déficit d'attention, contre les surpoids...).

Par exemple :
En 2017, création d'un Comité d'Orientation et des Trophées du petit-déjeuner pour les collégiés.

- Valorisation du lait français avec le logo « lait collecté et conditionné en France » : mise en place d'un point de repère fiable pour les consommateurs, s'appuyant sur un cahier des charges précis.

Par exemple :
Les entreprises qui apposent ce logo sur leurs produits sont auditées une fois par an.

Le Président de Syndilait

Yves LEGROS



SYNDILAIT



JOURNÉE MONDIALE DU LAIT : LES PIONNIERS DE LA TRANSPARENCE ROUVRENT LEURS PORTES AU PUBLIC EN 2022 !

C'est en 2014 que les professionnels du lait liquide conditionné, réunis au sein de Syndilait, ont pris l'initiative d'ouvrir leurs portes au public, en participant à la Journée Mondiale du Lait. Une opération transparences qui a permis au grand public d'entrer dans les laiteries pour découvrir le parcours du lait avant qu'il n'arrive dans leur bol !

Aujourd'hui, après deux ans d'absence en raison du Covid, les Portes Ouvertes dans les laiteries font leur grand retour dans le cadre de la Journée Mondiale du Lait du 1^{er} juin ! L'événement sonne cette année la reprise des visites jusqu'au 22 juin. Grâce à la mobilisation des professionnels du lait liquide conditionné les consommateurs ont, à nouveau, la formidable occasion de découvrir le savoir-faire des femmes et des hommes qui contribuent chaque jour à leur proposer ce produit si familier. Ils pourront échanger avec les professionnels présents dans une ambiance conviviale : éleveurs laitiers, chauffeur ramasseur de lait, conducteurs de ligne, responsable qualité, etc. Ces passionnés seront heureux de partager les détails de leurs activités au service d'un produit français plus que jamais d'actualité : à la fois anti-crise et durable !

En effet, ce produit local se retrouve aussi bien au petit-déjeuner que dans les plats faits-maison et contribue à l'équilibre alimentaire, même pour les budgets les plus serrés ! De plus, avec ses emballages recyclables, le lait s'inscrit dans une démarche durable grâce à l'indispensable geste de tri des consommateurs ! Une particularité à laquelle la filière tient à sensibiliser les visiteurs avec des animations sur le tri, organisées en partenariat avec CITEO. Syndilait rappelle en effet que le seul impératif pour recycler les emballages de lait, c'est qu'ils soient placés dans la poubelle jaune par les consommateurs.



Pour tout savoir sur la Journée Mondiale du Lait et les Portes Ouvertes :

leblogdulait.fr

Journée Mondiale du Lait : les laiteries mobilisées

Entre le 1^{er} et le 22 juin, cinq laiteries à travers toute la France participent à la grande opération transparence lancée par la filière dans le cadre de la Journée Mondiale du Lait, en ouvrant leurs portes aux consommateurs.

Du pré à la mise en bouteille ou en brique des différents types de laits de consommation, les professionnels des laiteries, accompagnés d'éleveurs laitiers, auront à cœur de mettre en avant leur expertise, au service de la production d'un lait de qualité.

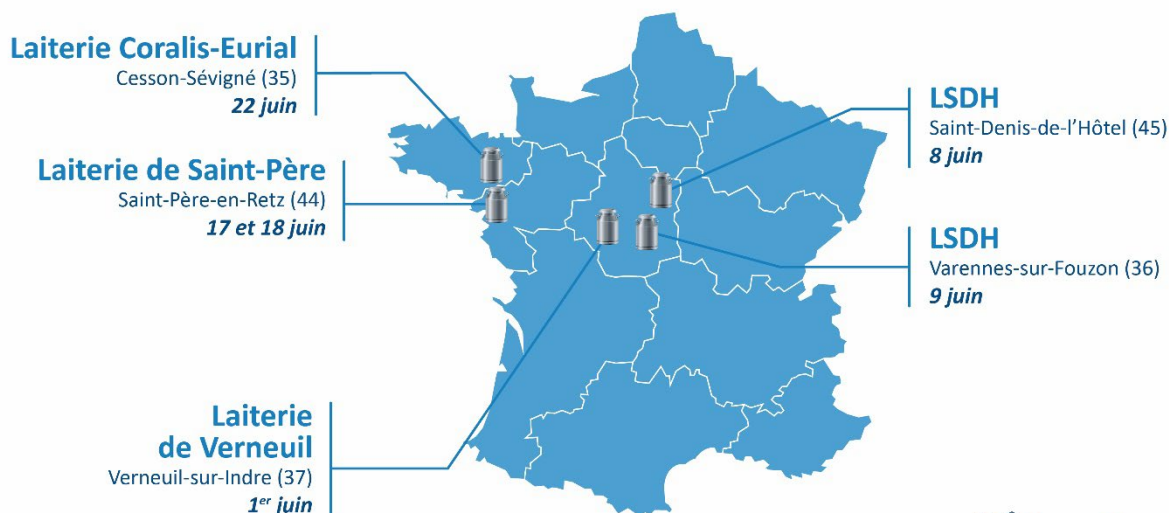
Ils répondront à toutes les questions des visiteurs sur l'ensemble de la filière et leur proposeront des animations spécifiques et ludiques accessibles aux enfants (par exemple : simulation de salle de traite, concours de dessin, quiz, atelier sur le recyclage des emballages). Des démonstrations de recyclage des briques de lait seront également proposées dans certaines laiteries, ainsi que des animations pour encourager le tri des bouteilles de lait.

De plus, les professionnels proposeront des dégustations aux visiteurs qui auront ainsi l'occasion de découvrir l'originalité des bars et fontaines à lait, mis en place dans les laiteries pour leur plus grand plaisir !



Pré-inscription via : leblogdulait.fr

Les dates des portes ouvertes des laiteries



SYNDILAIT



Les portes ouvertes laiterie par laiterie

- 1^{er} juin :** **Laiterie de Verneuil** (9h-16h30) à Verneuil (37 - Indre-et-Loire)
- 122 collaborateurs
 - 131 élevages laitiers de la région Centre
 - 34 millions de litres de lait conditionnés par an
- Pour plus d'informations : <https://laiterie-de-verneuil.com/>
- 8 juin :** **LSDH** (9h00/12h30 – 13h20/17h30) à Saint-Denis de l'Hôtel (45 - Loiret)
- 600 collaborateurs
 - 435 fermes laitières pour le groupe
 - Possibilité de visiter la ferme Fay-aux-Loges (5 mn en voiture)
- Pour plus d'informations : <http://www.lsdh.fr/>
- 9 juin :** **LSDH** (9h00/12h00-14h00/17h30) à Varennes-Sur-Fouzon (36 - Indre)
- 250 collaborateurs
 - 435 fermes laitières pour le groupe
 - 250 millions de litres de lait traités par an
 - Possibilité de visiter la ferme des Champs de la Fontaine à La Vernelle
- Pour plus d'informations : <http://www.lsdh.fr/>
- 17 & 18 juin :** **Laiterie de Saint-Père** (14h00/15h30 – 10h00/16h00) à Saint-Père-en-Retz (44 - Loire-Atlantique)
- 350 collaborateurs
 - 330 fermes laitières de proximité
 - 225 millions de litres de lait traités par an
- Pour plus d'informations : <https://laiteriesaintpere.com/>
- 22 juin :** **Laiterie Coralis** (9h00/16h00) à Cesson-Sévigné (35 - Ille-et-Vilaine)
- 117 collaborateurs
 - 207 élevages laitiers collectés
 - 185 millions de litres de lait traités par an dont 70 millions de litres pour l'UHT
- Pour plus d'informations : <https://www.agrilait.fr/>

Pour visiter les laiteries, un site d'inscription en ligne :

www.jmlinscription.leblogdulait.fr

Le lait « Made in France » : un lait de qualité facile à identifier

Pour reconnaître les briques et les bouteilles de lait 100% Made in France, c'est simple, les consommateurs peuvent se fier au logo « Lait collecté et conditionné en France ». Ce logo leur garantit un lait issu de vaches uniquement élevées en France et conditionné par une laiterie française.



Cette démarche de traçabilité est complétée par la Garantie IPLC (Institut Professionnel du Lait de Consommation) qui surveille, contrôle

et suit le lait, depuis plus de 20 ans. La présence de ce logo assure le respect des bonnes pratiques des laiteries, notamment en termes de qualité des matières premières, de processus de fabrication et d'hygiène, d'autocontrôles et de traçabilité et de qualité de produit fini.



Toute l'actualité de la Journée Mondiale de Lait sur le web et les réseaux sociaux

Le blogdulait.fr propose toutes les informations sur la Journée Mondiale du Lait et permet de faire le point sur l'ensemble des animations organisées en France. Des informations qui sont également à suivre sur Twitter, via @journeedulait, et #journeedulait. Par ailleurs, le blog propose de nombreuses informations sur la filière du lait de consommation, qui totalise dans les terroirs français près de 24 000 emplois directs et indirects. On peut également y retrouver des informations pratiques sur le lait, ses qualités nutritionnelles, des recettes, etc.

Une Journée Mondiale pour une boisson universelle

Chaque année depuis 2001, la FAO (l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture) valorise le lait le 1^{er} juin en faisant la promotion de la Journée Mondiale du Lait. Si cette journée était surtout reprise les premières années par les pays en voie de développement, en axant les actions menées sur les bienfaits nutritionnels du lait, des opérations sont maintenant menées un peu partout dans le monde, en liant la journée aux spécificités locales du lait. Les thématiques traitées se sont ainsi élargies.



L'objectif de cette journée est de faire connaître toutes les facettes de cet "or blanc" : les produits et leurs qualités, les modes de production et de conservation, l'organisation de l'industrie et de la filière laitière, les atouts nutritionnels, l'importance dans l'économie locale, la consommation, etc.

Des pays du monde entier ont participé à cet événement ces dernières années, parmi lesquels : Allemagne, Autriche, Bangladesh, Belgique, Brésil, Chine, Colombie, Croatie, Émirats arabes unis, Espagne, États-Unis, Finlande, Inde, Irlande, Italie, Japon, Malawi, Malaisie, Mali, Mauritanie, Niger, République Dominicaine, Russie, Thaïlande, Tanzanie, Turquie, Venezuela, etc.

La Journée Mondiale du Lait est organisée en France par SYNDILAIT en partenariat avec de nombreux acteurs du secteur du lait de consommation : l'interprofession laitière (CNIEL), SIG COMBIBLOC, TETRA PAK France, PDG Plastiques et SGT France.

LA FILIÈRE POURSUIT SES ACTIONS POUR DES EMBALLAGES TOUJOURS PLUS DURABLES ET PRATIQUES

Brique carton ou bouteille plastique : des emballages haute technologie à la pointe de l'écoconception

Le lait UHT représente la quasi-totalité des laits conditionnés vendus en France (96,5 % en 2021). Pour être conservé dans les meilleures conditions, il demande un emballage capable de garantir sa sécurité sanitaire et ses qualités nutritionnelles. Son conditionnement doit donc être parfaitement hermétique, stérile et opaque pour le protéger de la lumière, des micro-organismes et de l'air (oxygène).

Pour répondre à ses impératifs de préservation du lait de consommation, la filière utilise les deux seuls types d'emballages ayant les caractéristiques barrières appropriées disponibles sur le marché : la **brique carton** (46 % des ventes en magasins³), et les **bouteilles plastiques** (54 % des ventes en magasins³) en **PEHD** (polyéthylène haute densité) ou **PET** opaque (polyéthylène téréphtalate).

Tous **recyclables**, ces emballages s'inscrivent dans une démarche d'amélioration continue et sont à la pointe des innovations en matière d'écoconception.



³ Source : CNIEL/IRI panel distributeurs

Objectif : dépasser les 77 % des emballages collectés d'ici 2025 et 90 % d'ici 2029

Les professionnels du lait conditionné ont réussi à allier haute technicité des emballages et recyclabilité. Ainsi, bouteilles et briques de lait sont aujourd'hui toutes recyclables. Après le tri opéré par les consommateurs, elles sont collectées et traitées par des organismes agréés dans le cadre de CITEO. Aujourd'hui, en moyenne 60 % des emballages de lait conditionné sont triés par les consommateurs, collectés puis recyclés.

La réglementation fixe un objectif de 90 % de collecte pour les bouteilles plastiques d'ici 2029, avec un objectif intermédiaire à 77% en 2025. La filière souhaite aller plus loin, en atteignant rapidement 100 % de collecte pour tous ses emballages, y compris la brique carton.

Pour relever le défi, les professionnels se mobilisent en étroite collaboration avec CITEO pour sensibiliser les consommateurs au tri et augmenter significativement les taux de collecte et de recyclage des briques carton et des bouteilles plastiques. La filière lance notamment une opération de sensibilisation dans le cadre de la Journée Mondiale du Lait, avec des animations spécifiques durant les Portes Ouvertes dans les laiteries.

Le bouchon attaché dans les starting-blocks pour 2024

La filière travaille en partenariat avec ses fournisseurs pour continuer à avancer sur le sujet de la recyclabilité et de l'écoconception. Elle a ainsi réussi à supprimer les pailles plastiques des briquettes de lait pour les remplacer par des pailles en papier dès le printemps 2021, en amont de l'échéance officiellement fixée à juillet 2021.

Aujourd'hui, elle travaille au déploiement des bouchons solidaires afin de les collecter systématiquement en même temps que l'emballage et éviter qu'ils n'échappent au tri.

Ainsi, conformément à la réglementation, tous les bouchons seront attachés aux bouteilles de lait d'ici 2024. Cette modification va entraîner des investissements conséquents pour adapter les outils de production à cette nouvelle conception.



Plastique recyclé : la filière mobilisée pour renforcer son utilisation

La filière travaille sur l'utilisation de plastique recyclé dans la conception de ses bouteilles de lait. Conformément à la réglementation, il s'agit en effet d'atteindre 25 % de PET recyclé d'ici 2025 et 30 % de PET et PEHD d'ici 2030.

Les fabricants de **bouteilles en PET opaque** travaillent à diminuer le taux d'opacifiant dans leur emballage pour faciliter le traitement des filières actuelles de recyclage du PET, dans lequel les bouteilles de lait PET opaque sont actuellement intégrées. En 10 ans, ce taux est ainsi passé de 4 à 2,6 %. De plus, la filière participe ainsi au Consortium créé pour mettre en place un circuit de recyclage en boucle fermée spécifique aux bouteilles en PET opaque. Ce circuit sera complémentaire à celui du PET transparent déjà existant, mais ne permettant pas de traiter le PET opaque dans des conditions satisfaisantes.



Le but du Consortium est qu'une bouteille de lait en PET opaque puisse redevenir une bouteille de lait en PET opaque. Si la technologie est aujourd'hui au point pour réaliser des bouteilles à 100 % issues de PET opaque recyclé, l'enjeu est désormais de collecter des quantités suffisantes de bouteilles pour assurer le bon fonctionnement de ce circuit dédié.

Pour les **bouteilles en PEHD**, la filière a constitué un groupe de travail qui mène une étude sur la mise en place d'un nouveau type de recyclage avancé, qui permettrait de refaire des bouteilles en boucle fermée. Il s'agit aujourd'hui de disposer d'un outil industriel capable de réaliser ces bouteilles en PEHD recyclé en utilisant l'important gisement d'ores et déjà à disposition. La création de tels sites, capables de produire des bouteilles en PEHD recyclé, fait partie des projets à l'étude dans le cadre du Plan de Relance.

Les bouteilles plastiques : les n°1 du marché

Lancées en 1990 pour la bouteille PEHD et 2008 pour la bouteille PET opaque, les bouteilles plastiques représentent aujourd'hui la part la plus importante du marché du lait UHT, avec 54% des ventes en magasins (Source : IRI), car elles sont plus faciles à prendre en main, surtout pour les enfants. Les bouteilles en PolyÉthylène Haute Densité (PEHD) dominent plus largement le marché (80% du marché des bouteilles) que les bouteilles en PolyÉthylène Téréphtalate (PETopaque : 20%). Toutes deux, pour raison réglementaire, sont équipées d'un opacifiant minéral pour faire barrage à la lumière.



Le taux de collecte des bouteilles de lait PEHD et PET opaque est de 57 % (Citéo, 2020). Elles sont 100 % recyclables. Les bouteilles en PEHD trouvent une deuxième vie dans les pare-chocs, tuyaux, matériaux de construction pour la maison, etc. Aujourd'hui, le secteur du lait de consommation est l'un des principaux fournisseurs de la filière du PEHD recyclé, avec plus de 50 % de matière fournie. Les bouteilles de lait en PET opaque sont quant à elle réutilisées dans la production de liens et de fibres synthétiques.

Brique carton : recyclabilité renforcée

Du côté des **briques de lait en carton**, toutes sont recyclables et peuvent être recyclées. En effet, la nature multicouche de la brique n'est aujourd'hui plus un obstacle à leur recyclage effectif et à la fabrication de nouveaux produits issus de cette matière récupérée. La fibre vierge, longue, des briques alimentaires est parfaitement valorisée par les papetiers recycleurs. Cette fraction de la brique (75%) est déjà intégralement recyclée. Pour aller encore plus loin, un groupe de travail étudie la possibilité d'optimiser son recyclage et de poursuivre les progrès liés à son écoconception : disparition de la couche d'aluminium, utilisation de plastique biosourcé...

Un important projet est ainsi en cours pour finaliser la recyclabilité de la brique. Il s'agit de renforcer le recyclage de sa fine couche de protection, constituée d'aluminium et de polyéthylène. En effet, l'intégralité de la fibre carton-papier et un tiers de cette couche sont aujourd'hui recyclées et les professionnels se sont fixé pour objectif d'atteindre rapidement les 100 %. C'est pourquoi ils développent une filière dédiée, qui pourra transformer l'intégralité de cette couche protectrice en « PolyAl », nouvelle matière (imperméable, imputrescible, très résistante) permettant de fabriquer des gammes de mobilier urbain ou de design très résistant et à très longue durée de vie, qui se prête particulièrement à une utilisation en extérieur, sans traitement ni entretien. Ce mobilier est de plus recyclable : après broyage, il peut être en effet être repris dans la filière de recyclage du PolyAl et servir ainsi à fabriquer de nouveaux produits.



La brique : l'emballage historique du lait UHT

La brique de lait, emballage historique du lait UHT, est composée à 70 % de papier vierge, 25 % de polyéthylène et 5 % d'aluminium pour assurer la protection du lait et conserver ses propriétés sanitaires et organoleptiques dans la durée. Dans une optique d'amélioration continue et d'écoconception, ses fabricants travaillent à réduire l'épaisseur de sa couche de polyéthylène, à l'introduction de papier issu de forêts gérées durablement (FSC®), à supprimer la languette aluminium en mettant en place des bouchons auto-perçant, ... La première brique sans aluminium a ainsi été mise sur le marché en 2019.



Aujourd'hui, 53 % des briques carton sont collectées pour recyclage en France (Citéo 2020). Son papier, 100 % recyclable, est utilisé dans la production d'essuie-tout, de mouchoirs... La couche en aluminium et polyéthylène, dont 1/3 est recyclée, sert à la production de meubles urbains, de piquets de vignes...



Pour tout savoir de la Journée Mondiale du Lait,
rendez-vous sur :

leblogdulait.fr

[@journeedulait](https://twitter.com/journeedulait)

[#journeedulait](https://twitter.com/journeedulait)

À propos 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. Cette organisation représente quinze entreprises.

Arnault, Sandra & C° / ADOCOM-RP – Service de Presse SYNDILAIT
vous remercient de votre attention

Tel : 01.48.05.19.00. – Courriel : adocom@adocom.fr

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée OPQCM