



**France terre de LAIT**  
LA FILIÈRE LAITIÈRE S'ENGAGE

15 Avril 2020

COMMUNIQUE DE PRESSE

**#FROMAGISSONS**

**Fromagissons : appel collectif de la filière laitière  
pour une consommation solidaire de nos fromages de tradition partout en France**

Face à la crise Covid 19 les producteurs de fromages de tradition sont en grande difficulté. En effet la majorité des circuits de distribution de ce segment sont fermés (marchés, fromagers...) et les consommateurs en confinement boudent les aliments « plaisir » - dont leur plateau de fromages.

Pour soutenir la consommation de fromages et soutenir les éleveurs et entreprises, la filière lance la campagne solidaire et collective « Fromagissons »

**La consommation de fromages chute et avec elle nombre de producteurs et entreprises partout en France sont en danger. La filière laitière se réorganise pour soutenir ses acteurs les plus touchés et réorienter les marchés. Elle appelle les consommateurs à manger du fromage en solidarité avec nos producteurs de saint-nectaire, reblochon, cantal, camembert... et lance la campagne de communication nationale « Fromagissons » clé en main, à 360° - déclinable en magasin, en drive, en opérations événementielles...**



- Un plan qui s'adapte au marché et à toutes les cibles, en interagissant avec les consommateurs, sans les culpabiliser
- #Fromagissons : néologisme né de la contraction de 'Fromage' et 'Agissons'
- Une campagne et des outils réfléchis et appropriables par tous les acteurs de la filière : éleveurs, coopératives, industriels, distributeurs, fromagers...
- Une campagne et des actions d'influence qui s'appuient sur des acteurs nationaux et régionaux en soutien de toutes les initiatives locales
- Un objectif commun collectif : encourager la consommation de fromages de tradition

---

*L'enjeu : Encourager la consommation de fromages de tradition boudés par les consommateurs depuis le confinement, et éviter au maximum les stocks dans les laiteries (chaque KG de produit fini qui sort de l'usine ce sont 10 litres de lait par producteur qui peuvent entrer), ce sont toutes les femmes et les hommes de la filière qui pourront se réorganiser et œuvrer ensemble pour que la France reste celle des 1 000 fromages.*

---

## Production, transformation, distribution : la filière laitière tente de se réorganiser pour faire face aux changements majeurs de consommation

**La crise liée au Covid-19 et aux mesures mises en place pour limiter la pandémie bouleverse la consommation des français.** Les achats de produits laitiers des ménages en libre-service ont spectaculairement bondi sur les premières semaines du confinement en particulier pour le lait liquide, le beurre et la crème et les fromages ingrédients. En effet les consommateurs privilégient dans leur panier les produits de base et boudent certaines catégories de produits dont les fromages de tradition (industriels, fermiers et sous signes de qualité comme la BIO et notamment les AOP, IGP, on notera pour ces derniers une baisse de 60% chiffre d'affaires pour certains.)

Ce changement de consommation brusque, **affecte très diversement les différents circuits de vente des produits laitiers.** D'un côté, les laiteries qui produisent pour la grande distribution tournent à plein régime pour répondre à une demande en forte hausse sur certains produits. De l'autre, les ventes à la restauration et à l'export sont très réduites ce qui implique de stocker les produits qui peuvent l'être, dans la limite des capacités de stockage disponibles, et d'interrompre certaines fabrications. **Un nombre important de producteurs et d'entreprises de transformation - notamment PME et TPE - voient leur situation se détériorer.**

## Le paradoxe de la filière laitière dans la crise COVID 19 : entre lutte contre la pénurie, perte de débouchés, surproduction et surplus de lait

Depuis le début de la crise, la filière laitière est mobilisée avec des enjeux forts et des situations paradoxales inédites :

- **Maintenir l'activité de la filière pour qu'il n'y ait pas de pénurie de lait, beurre, crème, yaourts, fromages pour les consommateurs,**
- **Gérer des outils de production saturés** alors que la filière doit absorber le pic de production printanier de lait (comme tous les ans, les vaches produisent plus de lait au printemps : + 3,3% de lait chaque semaine soit 64 millions de litres de lait supplémentaire sur la période) **et éviter que les producteurs soient contraints de jeter leur lait, faute de débouchés**
- **Trouver au plus vite des débouchés pour les fromages de tradition au risque de perdre tout un pan de nos fromages de tradition (AOP et IGP en tête)**

Contact presse :

Delphine Sacleux – [dsacleux@cniel.com](mailto:dsacleux@cniel.com) – 07 86 74 80 47



**Cniel** Le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière est l'Interprofession qui réunit l'ensemble des acteurs de la filière laitière : les éleveurs laitiers, les coopératives et industriels laitiers, ainsi que les acteurs de la grande distribution, du commerce et de la restauration collective. Association (loi 1901) reconnue par les pouvoirs publics français et européens, le CNIEL est un lieu d'échange entre les acteurs de la filière, de concertation et de débat intégrant les réalités du monde professionnel et les attentes et préférences des consommateurs-citoyens et de la société civile.