

Conférence Grand Angle Lait

*Appréhender les enjeux du secteur
laitier pour préparer l'avenir*

11^e édition



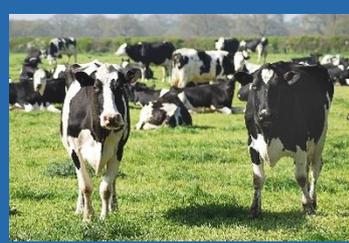
© Unsplash / Kevin Luke

Jeudi 04 avril 2024
Espace Van Gogh – Paris 12^e arr.

+ diffusion en direct à Aubière (63), Beaucouzé (49), Castanet Tolosan (31), Laxou (54), Le Rheu (35), Lyon (69), Niort (79), Saint Laurent Blangy (62), Villers Bocage (14)

En collaboration avec :





© Unsplash – Monika Kubala



© Countrypixel - AdobeStock



© Unsplash – Zoe Schaeffer

Renouvellement des actifs : un enjeu pour la filière laitière française

E. Beguin, C. Perrot- Idele, F. Arpaillange, A. Dinh-Cniel

En collaboration avec :



1^{ère} partie

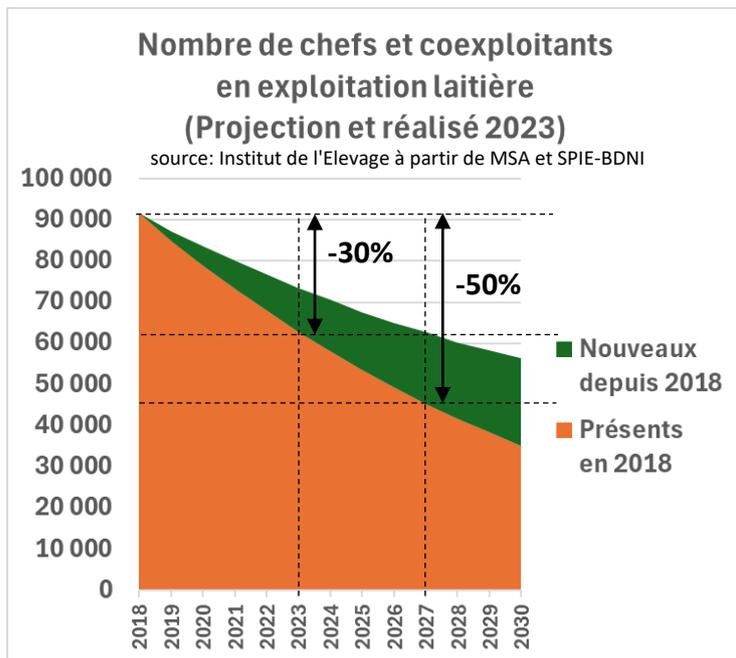
Le passage du pic de la vague démographique devrait/pourrait faciliter le remplacement des départs si...

2018-2023, un choc démographique très fort mais conforme aux projections

1) En nombre de départs de coexploitants

Projection : 50% des producteurs de 2018 seront partis en 2027 (9 ans)

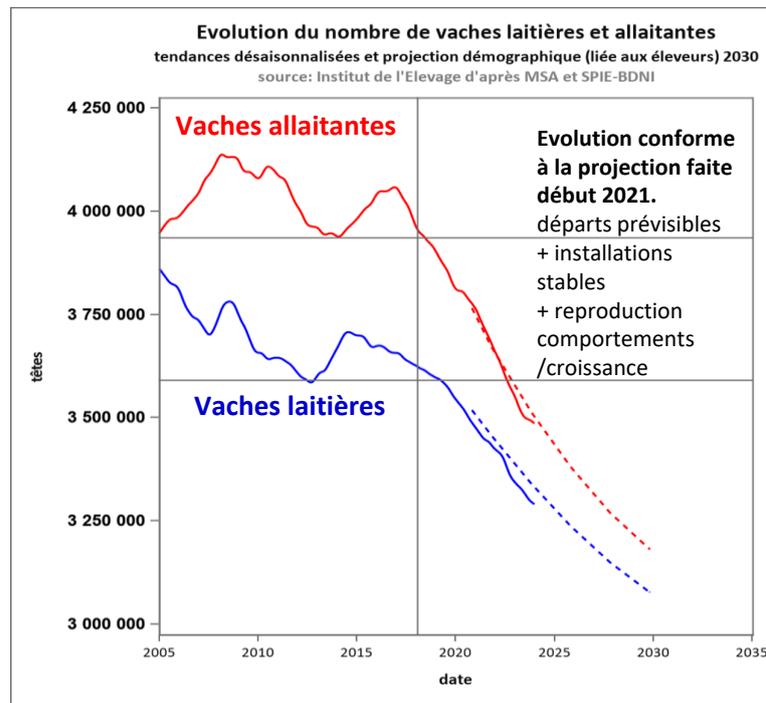
Réalisé : 30% des producteurs de 2018 sont partis en 2023 (5 ans)



2) En cheptel

• Projection : - 13,5% entre 2018 et 2027 (9 ans)

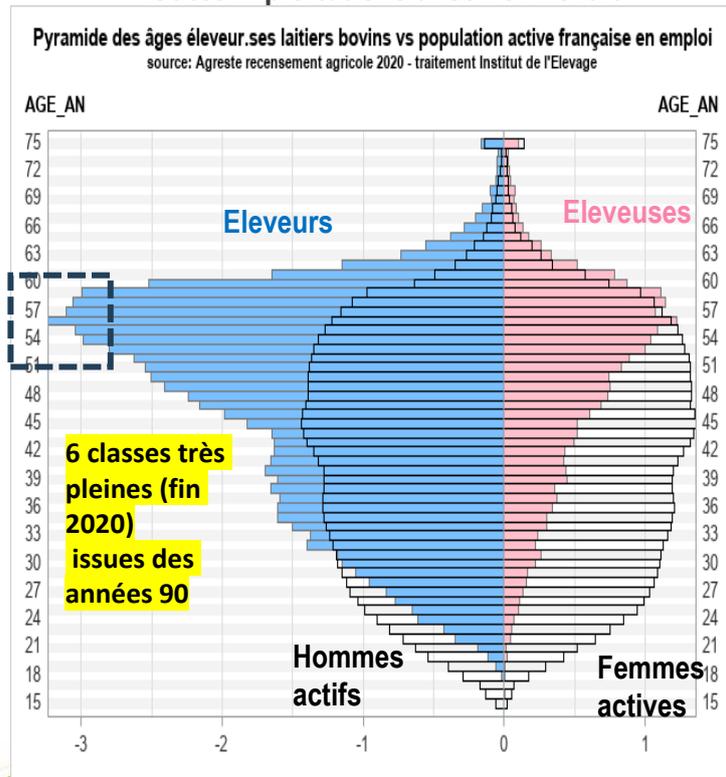
• Réalisé : - 8,2% entre 2018 et 2023 (5 ans, 61%)



Éleveurs laitiers: une vague démographique plus haute mais moins large

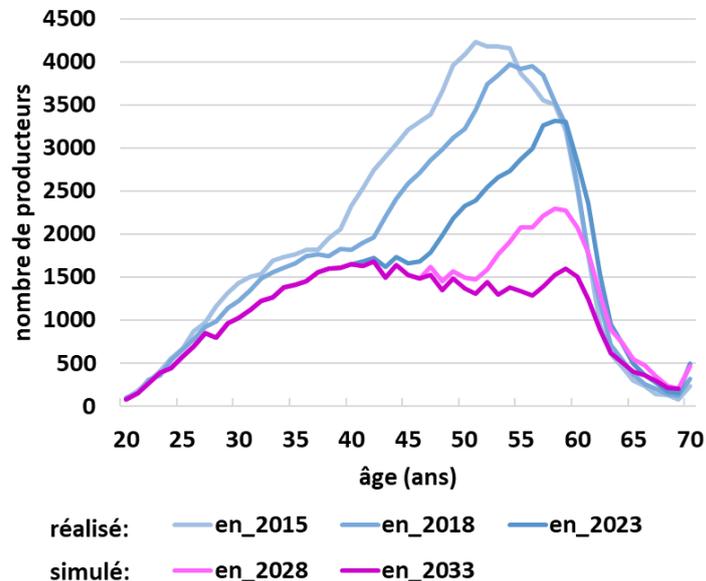
Chefs et coexploitants

Toutes Exploitations avec Bovins lait



Evolution de la pyramide des âges des producteurs de lait (réalisé ->2023 puis simulé)

source: Institut de l'Elevage à partir de MSA et SPIE-BDNI



Le choc démographique était lié à une abondance de départs, pas à une chute des installations

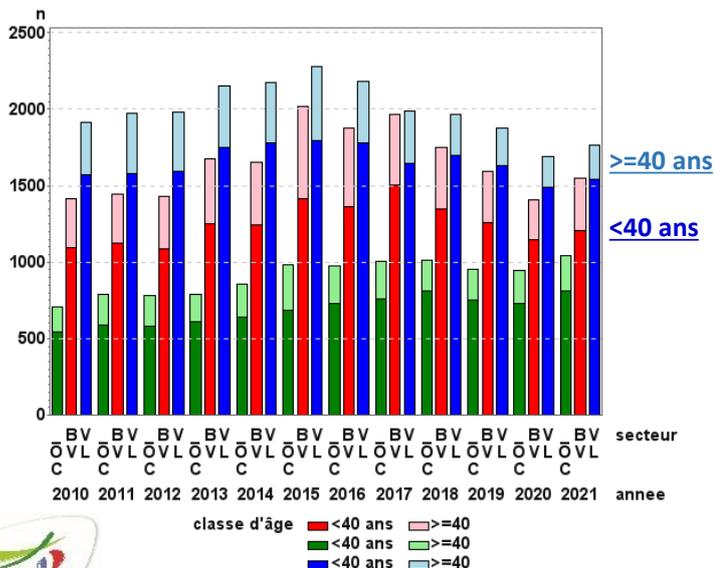
Nombre d'installations par an avec

Vaches laitières ~2000

Bovins viande ~1600

Ovins-caprins ~1000

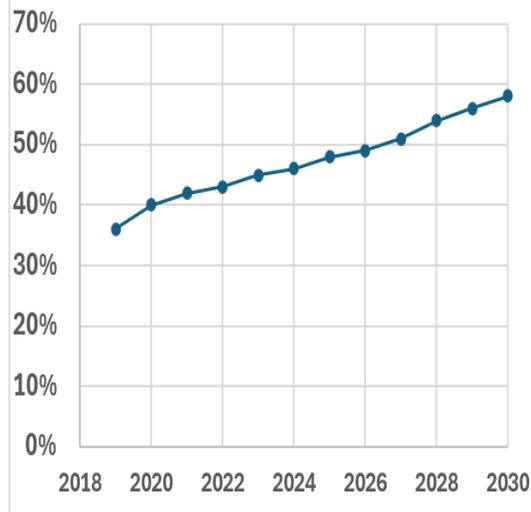
Nombre annuel d'installations dans les exploitations bovines, ovines, caprines par secteur et classe d'âge



Baisse progressive du nombre des départs
-> Hausse possible du taux de remplacement

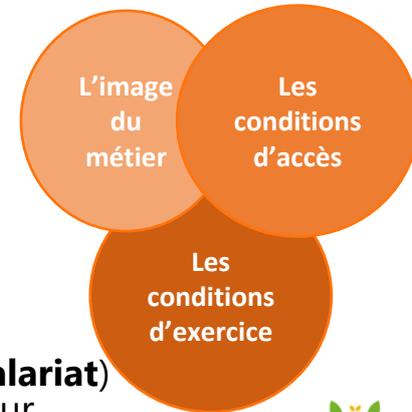
Taux de remplacement des départs

source: Institut de l'Elevage à partir de MSA et SPIE-BDNI



Conclusion

- **2018-2023** : décapitalisation très forte avec baisse de la production nationale sous l'effet d'arrêts du lait :
 - cas prévisibles (**coexploitants tous >=55 ans**),
 - arbitrages dans les **GAEC**
 - **départs précoces**.
- **2023->** : reprise progressive du contrôle possible de la transition démographique en travaillant sur l'attractivité :
 - **Image et acceptabilité sociétale** des modèles d'élevage
 - **accessibilité** (foncier dont portage, capital dont prêt ou participation),
 - **conditions d'exercice** du métier (dont rémunération et Qualité de Vie au Travail)
 - avec gestion du travail (poursuite du **choc de robotisation car stagnation du salariat**) dans le cadre d'**agrandissements** moins prononcés que sur 2008-2018 mais persistants.



2^{ème} partie

Renforcer l'attractivité du salariat, l'autre enjeu du renouvellement des actifs...

Enjeu et leviers d'attractivité du salariat (« métier en tension »)

Diagnostic Capsagri PIA4 - Compétences et Métier d'Avenir sur le salariat agricole réalisé en 2023



~ 80 enquêtes qualitatives employeurs et salariés



~ 40 enquêtes qualitatives acteurs de l'emploi et de la formation



3 réunions participatives des acteurs (Rennes, Lyon, Paris)

• Les partenaires de l'étude



Quelques enseignements de l'étude CAPSAgri

1-Pas suffisamment de salariés sur le marché de l'emploi



Faible reconnaissance du métier de salarié agricole

Un mode de recrutement à professionnaliser

2-Des salariés pas suffisamment formés



Salariés non issus du milieu agricole, n'ayant pas toujours suivi de formations agricoles

Un faible accès à la formation continue

3-Un fort turn-over des salariés



Des conditions de travail pas toujours au rendez-vous

Des employeurs peu formés aux RH

Peu d'évolution professionnelle possible dans une exploitation



Salariat : Attractivité et insertion dans l'emploi

- Le constat : méconnaissance/mauvaise image du métier de salarié agricole, fracture agriculture/société, invisibilité y.c. /milieu agricole et /acteurs de l'Emploi et de la Formation => **nécessité de « Parler du métier »**
=> Un foisonnement d'initiatives +/- ciblées ; +/- coordonnées ; +/- évaluées => avec quelle lisibilité ? **Professionnalisation et synergies à renforcer**
- Les actions immersion-gestes : casque de réalité virtuelle, visites immersives, stages (PMSMP) => **un maillon essentiel à renforcer** / attirer de nouveaux publics (« acculturer » les conseillers emploi)
- L'accompagnement vers l'emploi : offre de service et palette d'outils (PE) non spécifiques à l'agriculture => **méconnaissance et sous-utilisation par les employeurs agricoles** « secteur atomisé », parcours d'insertion mieux structurés par les tiers employeurs (les + importants) et les GEIQ

Focus sur enquêtes salariat bovins lait*

ACCÈS MÉTIER



Facile (14/16) mais difficultés à trouver des « bons » maitres de stage (5/16)

Des discriminations en tant que femmes (2/9)

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES



Acquérir le sens de l'observation (6/16)
Quantité d'information à retenir (7/16)



Pénibilité du métier (9/9)
"Etre une femme" (7/9)
Appréhension et difficulté à la conduite de matériel (8/9)

INCONVENIENTS MÉTIER



Amplitude horaires (6/16) ; WE d'astreinte (6/16) Pénibilité physique (évoqué par les femmes)
Traite (7/16) Conditions météo (5/16)

Facteurs d'attractivité d'une exploitation

SELON LES ÉLEVEURS ENQUÊTÉS



SELON LES SALARIÉS ENQUÊTÉS



La taille des mots varie selon le nombre de fois qu'ils ont été cités par les enquêtés.
Plus le mot est gros, plus il a été cité par les enquêtés.

Des salariés en attente de bonnes conditions d'exercice de leur travail

- **Ambiance de travail, employeurs à l'écoute**
- **Visibilité du planning et transmission des consignes (tiers employeurs)**
- **Matériel adapté pour réduire la pénibilité**
- **Travail diversifié**
- **Diminuer les astreintes du week-end (productions animales)**
- **(Rémunération à revaloriser)**

(Voir enquête ASA France, 2023)



Peu d'employeurs formés aux RH

3% des formations VIVEA

3^{ème} partie

Stratégie et actions du CNIEL pour renforcer l'attractivité de la filière et de ses métiers...



ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS



CONTEXTE

La filière laitière offre de multiples opportunités d'installation pour de futurs entrepreneurs et le recrutement de salariés pour exercer une large palette de métiers. Pour autant, en dépit d'un taux de chômage relativement élevé, ces opportunités ne sont pas saisies à la hauteur des besoins de la filière, exposant plusieurs de ses maillons, notamment dans l'élevage, à un enjeu crucial de renouvellement des générations.

Garantir la pérennité de la filière et assurer le renouvellement des générations ne constituent pas un enjeu spécifique au monde laitier. D'autres filières agricoles ou d'élevage, comme de multiples secteurs ou opérateurs économiques, peinent également à recruter.

Près de la moitié des éleveurs laitiers ont plus de 50 ans. Un litre de lait sur deux sera, en conséquence, produit par la nouvelle génération d'ici 5 ans. + Maintien des actifs.

L'industrie laitière recrute 3 000 personnes par an ; 15% des offres de CDI ne sont pas pourvues.

La restauration collective doit former et recruter 10 000 cuisiniers par an au cours des prochaines années.

Plusieurs centaines d'offres d'embauche en direct ou via l'alternance sont disponibles chez les crémiers-fromagers.



FEUILLE DE ROUTE 2023 – 2025

La filière laitière fait face à un défi prioritaire : celui du renouvellement des générations.

Pour assurer sa pérennité, la filière doit à la fois maintenir les actifs et attirer de nouveaux profils (non issus du secteur agricole notamment), encourager la féminisation des métiers, penser de nouveaux leviers de recrutement, trouver des dispositifs innovants et s'adapter aux demandes et besoins de la nouvelle génération.

Toucher la jeune génération, promouvoir et valoriser l'image des métiers fait partie de nos axes stratégiques de communication.

La *Task Force*, rattachée au conseil d'administration, donne et accompagne les grandes orientations concernant l'enjeu prioritaire d'attractivité des métiers et de recrutement des nouveaux talents.

PROBLÉMATIQUES



Comment travailler l'attractivité de la filière et de ses métiers auprès des personnes qui seront sur le marché de l'emploi lors des (10) prochaines années ?

Comment anticiper au mieux le besoin de main d'œuvre qualifiée à moyen terme sur des métiers spécifiques ?

OBJECTIFS

Faire face au défi de renouvellement des générations et des actifs au sein de la filière laitière

Faire de la filière laitière un « employeur de choix » (i.e. une organisation dont la culture, les politiques d'emploi et les pratiques RH mettent en avant ses employés)

OBJECTIF Supra : Valoriser le sentiment d'appartenance à une filière d'avenir

1. Promouvoir des métiers qui peuvent être en tension et/ou mal connus
2. Encourager la féminisation de ces métiers et lutter contre les stéréotypes
3. Développer de nouveaux canaux pour parler au mieux aux cibles définies
4. Orienter = Amont + Aval

= Pour *In Fine* recruter

LES CIBLES PRIORITAIRES

CONSUMMATEUR 15 - 27 ANS

Une tranche d'âge qui correspond aux années d'études et d'orientation de nos formations :

- De la 3^{ème}, pour une orientation lycée agricole, à la réorientation scolaire en enseignement supérieur en passant par les lycéens pour leurs choix ParcoursSup.
- Faire connaître le secteur laitier lorsqu'ils sont en phase de construction et d'orientation (valeurs, opinions, idées reçues...).
- Permettre la découverte des métiers peut favoriser la mobilité et faire progresser l'ascenseur social (48% des jeunes ne disposent pas assez d'informations sur les débouchés).
- Communiquer et valoriser les métiers peu ou mal connus dès le plus jeune âge permet d'orienter vers les bonnes filières de formation.

PARTIES PRENANTES INTERNES & EXTERNES À LA FILIÈRE

Attirer et recruter dans les métiers est un travail de reconnaissance et de valorisation des professionnels de la filière mais aussi une collaboration avec les parties prenantes.

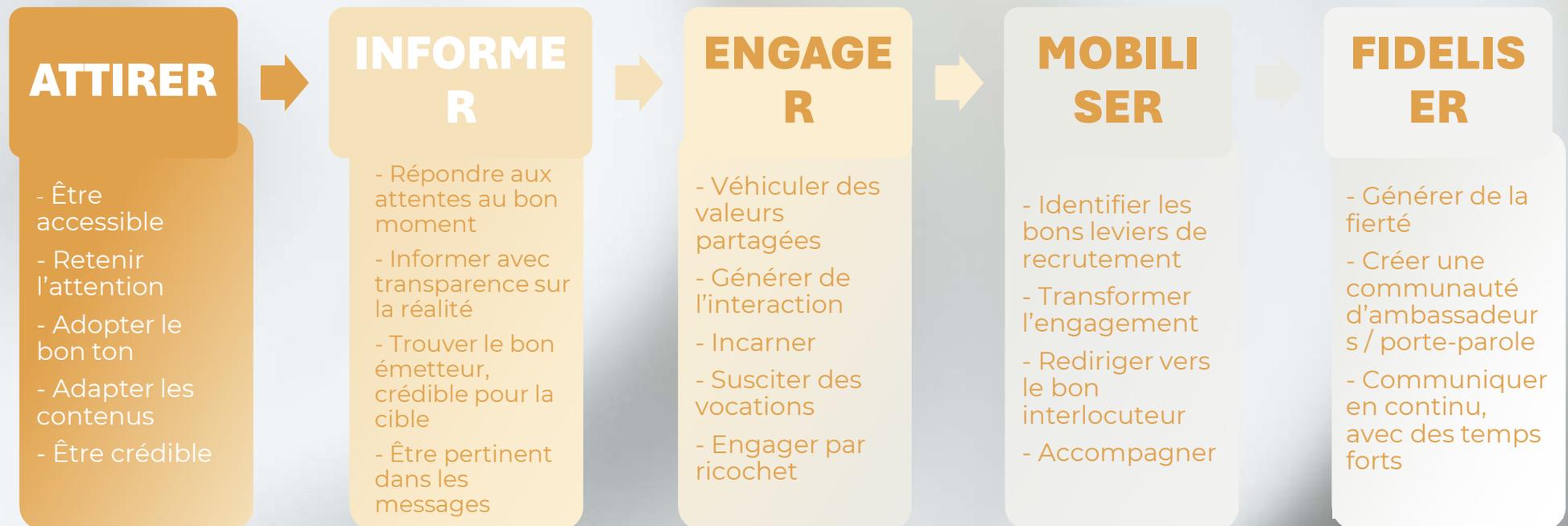
Acteurs agri-agro, instituts techniques, corps enseignants et formateurs, pouvoirs publics, organisations civiques et sociales, citoyens-consommateurs ... ces acteurs sont des relais et des ambassadeurs des métiers du lait.

Le témoignage authentique et spontané de chaque maillon de la filière à travers des formats adaptés est un levier complémentaire pour traduire nos messages sur l'attractivité auprès de la cible corporate.

L'objectif est double :

- la reconnaissance de celles et ceux qui font le lait, ambassadeurs pour la future génération
- proposer des contenus qui travaillent en synergie le parcours et la formation avec les sujets prioritaires de la filière (environnement et décarbonation, bien-être animal ...)

DÉPLOIEMENT



RÉSULTATS ATTENDUS

- Amélioration générale du renouvellement des générations et du recrutement des actifs dans les différents maillons de la chaîne.
- Amélioration de l'image de la filière et de ses métiers
- Progression de la présence des femmes dans la filière, en particulier en amont

En chiffre:

1. Augmenter le nombre de candidats dans nos formations (focus profil féminin)
2. Augmenter l'intérêt porté à nos métiers (étude)
3. Améliorer l'image et la notoriété de nos métiers (étude)



ENSEIGNEMENT

L'enseignement scolaire et l'enseignement agricole sont des partenaires historiques et naturels pour atteindre nos objectifs en matière d'attractivité des métiers et de recrutement dans les formations de la filière.



ÉVÈNEMENTS

Profiter des temps forts de la filière laitière et hors filière pour construire une dynamique événementielle « attractive »



ACTIONS TERRAINS

La filière laitière est une filière qui installe et recrute partout en France.



DÉPLOIEMENT DIGITAL

Relever le défi de l'attractivité des métiers c'est aussi savoir toucher la bonne cible, au bon moment, au bon endroit.



ÉTUDES

Identifier et comprendre nos cibles, tester, analyser et mesurer nos actions.



ENSEIGNEMENT

L'enseignement scolaire et l'enseignement agricole sont des partenaires historiques et naturels pour atteindre nos objectifs en matière d'attractivité des métiers et de recrutement dans les formations de la filière.

L'enseignement scolaire et l'enseignement agricole sont des partenaires historiques et naturels pour atteindre nos objectifs en matière d'attractivité des métiers et de recrutement dans les formations de la filière.

Notre plan de déploiement et d'actions se fait en cohérence avec les besoins du corps enseignants, au contact quotidien des *potentiels recrutés* de notre filière demain.

Actions en milieu scolaire portées par les Criels



Présenter à un public scolaire et d'enseignement supérieur la production laitière et les enjeux de la filière pour mieux faire connaître les métiers et les produits laitiers.

Mondial des métiers



Donner un meilleur accès et connaissance aux formations initiales et continues (scolaire et/ou par apprentissage).

Challenge FTDL



Renforcer l'attractivité des formations et la fierté des étudiants.



ÉVÈNEMENTS

Profiter des temps forts de la filière laitière et hors filière pour construire une dynamique événementielle « attractive »

Profiter des temps forts de la filière laitière et hors filière pour construire une dynamique événementielle « attractive »

SIA, Wordskills, Sommet de l'Inclusion Economique, FIL Paris 2024, ... font partie des événements qui nous permettent d'accompagner la communication et de bâtir des engagements concrets autour de cet enjeu attractivité. Ces temps forts sont autant d'occasions pour récolter des informations sur les attentes et les besoins de futurs recrutés, de faire se rencontrer professionnels et scolaires/étudiants, de croiser nos problématiques avec d'autres secteurs qui rencontrent les mêmes difficultés en matière de recrutement.

WorldSkills



Valoriser l'image des métiers du lait à travers une communication pertinente et transparente.

Salon de l'Agriculture



Oser une nouvelle approche pour s'adresser à nos cibles.

Sommet de



Renouer le lien entre monde rural et monde urbain pour toucher de nouveaux talents.



ACTIONS TERRAINS

La filière laitière est une filière qui installe et recrute partout en France.

La filière laitière est une filière qui installe et recrute partout en France.

L'ancrage territorial des CRIEL permet d'assurer un relai efficace et adapté sur le terrain. Le Challenge des Produits Laitiers, les salons en région, les portes ouvertes pendant la Journée Mondiale du Lait etc... ces actions font porter l'engagement et les messages directement par les professionnels de la filière.

Challenge des Produits Laitiers



Mettre en avant les compétences et les valeurs du métier de fromagers, et promouvoir l'image des produits laitiers en adéquation avec les attentes des consommateurs.

Charte avenir bovins lait



donner de la visibilité aux démarches départementales et locales existantes sur le sujet du renouvellement des générations en élevage.

Les Salons Professionnels en région



Créer des lieux de rencontre avec les jeunes en région à l'occasion des différents salons professionnels.



DÉPLOIEMENT DIGITAL

Relever le défi de l'attractivité des métiers c'est aussi savoir toucher la bonne cible, au bon moment, au bon endroit.

Relever le défi de l'attractivité des métiers c'est aussi savoir toucher la bonne cible, au bon moment, au bon endroit.

Des contenus humoristiques et décalés avec des influenceurs pour faire découvrir les métiers, des témoignages vidéo pour informer et orienter, des « vis ma vie » pour créer la rencontre entre des mondes qui ne se connaissent pas, des récits et parcours de vie pour casser les clichés ... Ce déploiement digital dédiée à notre cible permet de :

Chaîne YouTube Les Métiers du Lait



Trouver facilement les bonnes informations sur les formations et débouchés à travers des témoignages sincères et spontanés de jeunes de la filière.

Youtubeurs à la ferme



Marquer les esprits et faire découvrir la réalité des métiers grâce à des professionnels sur le terrain et des personnalités influentes proches de la génération Z et les millennials.

Podcast Business of bouffe



Donner la parole aux femmes et aux hommes de la filière sans artifice pour raconter avec authenticité leur histoire personnelle et professionnelle



@saabfah3740 il y a 1 mois

On ne se rend pas compte de la charge de travail qu'ont les agriculteurs. Merci pour votre travail, qui n'est pas souvent mis en valeur et qui pourtant est notre quotidien ! La vidéo est super, ça fait plaisir de voir Amine au sommet du règne animal.

👍 1,3k 🗨️ 🇫🇷 ❤️ Reply



ÉTUDES

Identifier et comprendre nos cibles, tester, analyser et mesurer nos actions.

Chaque stratégie de communication se base sur des études de nos cibles, et les actions de communication qui en découlent

Baromètre social des éleveurs



Trouver facilement les bonnes informations sur les formations et débouchés à travers des témoignages sincères et spontanés de jeunes de la filière.

Etude cédants / accédants



Marquer les esprits et faire découvrir la réalité des métiers grâce à des professionnels sur le terrain et des personnalités influentes proches de la génération Z et les millennials.

Etude ESSEC



Étudier de la perception des métiers du lait par les jeunes et leurs parents et comprendre les freins à l'engagement dans ces métiers.

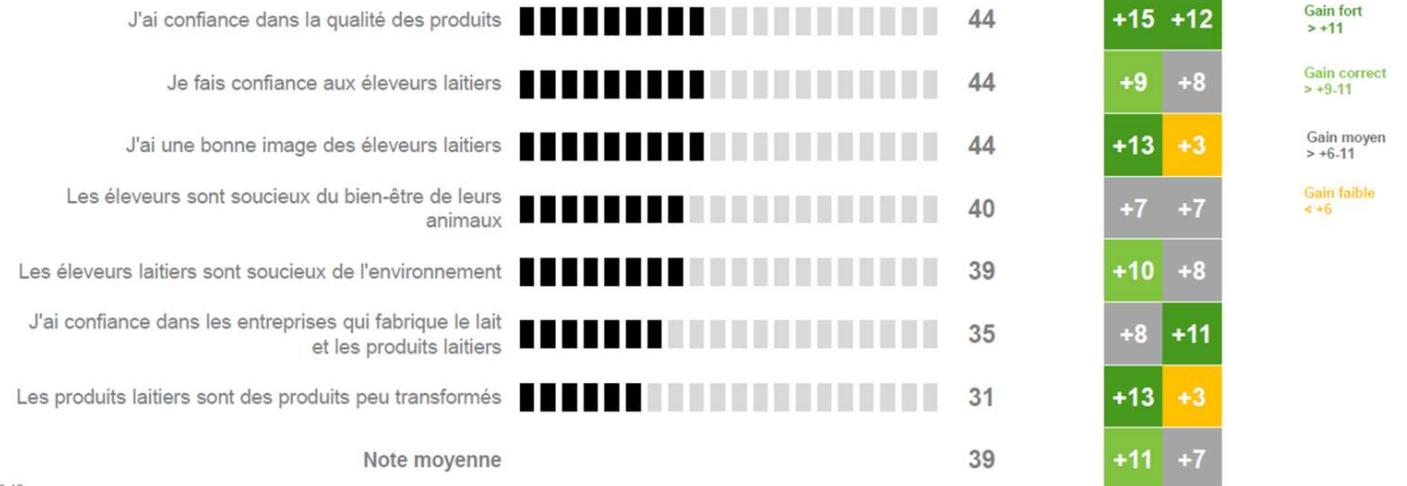


ÉTUDES

Identifier et comprendre nos cibles, tester, analyser et mesurer nos actions.

Nous analysons et mesurons la performance de nos campagnes de communication

IMAGE DES ÉLEVEURS LAITIERS ET ENTREPRISES LAITIÈRES



ST 8-10
Base : Ensemble (607)
IM2 Pour chacune des affirmations ci-dessous concernant les éleveurs laitiers et les entreprises laitières, vous allez donner une note de 1 à 10.



Merci pour votre attention !
Retrouvez tous les diaporamas sur [idele.fr](https://www.idele.fr)

En collaboration avec :

