



FÉDÉRATION DES
FROMAGERS
DE FRANCE



Règlement de participation au Challenge des produits laitiers 2026

Envoi du dossier de candidature : Du 17 juin au 14 septembre 2026



Sommaire

Préambule	3
1 Comité d'organisation et jury technique	4
2 Présentation du concours	4
2.1 Déroulé du concours	4
2.2 Modalités d'inscription	5
2.3 Composition du dossier de candidature	5
3 Evaluation des dossiers	6
3.1 Critères d'évaluation	6
3.2 Sélection finale par le jury final.....	7
4 Annonce des résultats et remise des prix	7
4.1 Annonce des lauréats régionaux et nationaux.....	7
4.2 Remise de prix.....	7
4.3 Récompenses	7
4.4 Défraiement	8
5. Propriété Intellectuelle / Droit à l'image	8
6 Protection des données personnelles.....	9

Préambule

Le **CNIEL** (Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière), association loi 1901, déclarée à la Préfecture de Police le 8 avril 1974, enregistrée sous le numéro W751035614, situé au 42 rue de Châteaudun, 75009 Paris, 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'échanges 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.

La Fédération du Commerce et de la Distribution (**FCD**) regroupe les enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 800 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2300 hypermarchés, 5875 supermarchés, 3 435 supermarchés à dominante marques propres (ex maxidiscomptes), près de 6 200 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 250 milliards d'euros HT. La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial. En 2026, la FCD s'est rapprochée de la Fédération du Commerce Coopératif et Associé (FCA).

La **Fédération des Fromagers de France (FFF)** est l'organisation professionnelle qui représente les 4 200 établissements de crèmerie-fromagerie, exerçant en boutique et sur marchés. Par ses actions, la Fédération contribue à rassembler et promouvoir la profession auprès des pouvoirs publics, des représentants de la filière et des consommateurs

À la suite de la création d'un 4^{ème} collègue au sein du CNIEL en 2019, intégrant ainsi le maillon distribution dans l'interprofession, il a été proposé d'organiser en 2020 ce challenge sur les rayons fromage à la coupe. La première édition a été mise en place par la FCD, puis ouverte aux enseignes de la FCA en 2021, et aux catégories hypermarchés et supermarchés. En 2022, la Fédération des Fromagers de France s'est également associée au concours à travers une nouvelle catégorie qui récompense les crémiers-fromagers en magasins et sur marchés.

En 2026, le CNIEL, la FCD et la FFF (ensemble dénommés les « parties organisatrices ») organisent conjointement une nouvelle édition du Challenge des Produits Laitiers (ci-après dénommé le « Challenge » ou « concours »).

L'envoi du dossier de candidature pour le Challenge se déroulera du **17 juin au 14 septembre 2026**. L'opération est coordonnée par les fédérations, avec l'appui des enseignes qui en sont membres, ainsi qu'avec l'appui des équipes du CNIEL et de ses Comités Régionaux, les CRIELs. Les CRIEL sont des sections spécialisées du CNIEL et représentent l'Interprofession au niveau régional.

Le Challenge des Produits Laitiers est destiné à **promouvoir l'expertise, la passion et les compétences des professionnels de la filière pour fournir des produits de qualité, proposer une diversité de produits aux consommateurs et la mise en avant des produits sous différentes formes** dans le rayon traditionnel à la coupe ou chez les crémiers-fromagers en boutique ou sur marché. Le concours récompense les magasins qui auront obtenu les meilleures notes de leur catégorie et de leur région à l'issue d'une évaluation de la qualité et de la pertinence de leur dossier de candidature.

Chaque lauréat régional [ou national] se voit attribuer la possibilité d'utiliser le titre « Lauréat régional [ou national] du Challenge produits laitiers 2026 » de sa catégorie jusqu'à la prochaine édition du concours.

1 Comité d'organisation et jury technique

Le jury pour la Phase 1 de pré-sélection des magasins est composé des professionnels des fédérations de la FCD et FFF.

Une évaluation des magasins pré-sélectionnés (Phase 2 – visites) sera réalisée par les CRIELs.

Un Comité d'Organisation ou jury final est constitué pour évaluer les candidats sur l'ensemble des critères (dossier de candidature et évaluation technique par les CRIELs). Ce Comité est composé de des représentants professionnels des fédérations de la FCD et FFF ainsi que d'un représentant du CNIEL.

2 Présentation du concours

2.1 Déroulé du concours

Le concours se déroulera selon les phases suivantes :

1. Phase 1 de Présélection des magasins réalisée par les fédérations FCD / FFF :
 - Information en interne par la FCD au sein des enseignes adhérentes et par la FFF à ses adhérents.
 - Envoi du dossier de candidature à partir du site internet <https://challenge.produits-laitiers.com/> par les magasins souhaitant participer au concours du **17 juin à 12h30 au 14 septembre 2026** à 23h59
 - magasins pré-sélectionnés : Cette première étape permettra au jury de la Phase 1 de faire une présélection de 1 à 3 magasins par format et par régions pour une visite par les CRIELs (catégorie GMS libre-service : 5 magasins retenus lors de la Phase 1, c'est-à-dire 1 par région). La liste des magasins à visiter leur sera transmise par le CNIEL au plus tard le 21 septembre 2026.
2. Phase 2 : Visite des magasins pré-sélectionnés à l'issue de la Phase 1
 - Après avoir pris contact avec le magasin, son représentant du CRIEL réalisera une visite des magasins pré-sélectionnés et s'entretiendra avec le crémier fromager / chef de rayon afin de comprendre ses motivations au quotidien. **Les visites auront lieu durant la période entre le 21 septembre et le 16 novembre 2026.**
 - Le CRIEL fera un compte rendu des visites réalisées au Comité d'Organisation grâce à la fiche prévue en annexe du présent règlement, avant le **16 novembre 2026.**
3. Le jury final se réunira entre le 16 et le 30 novembre 2026. Il déterminera pour chacune des catégories, les 5 lauréats régionaux et parmi eux, les 4 lauréats nationaux (dont un pour le rayon libre-service), sur la base des dossiers de candidature transmis par les magasins et des compte rendus de visite. Le jury final se réserve le droit d'accorder un prix ex-aequo dans une catégorie régionale.
4. Les lauréats régionaux seront annoncés début décembre et mis en avant par une insertion dans la Presse quotidienne Régionale au mois de décembre 2026.
5. Les lauréats seront conviés à la remise des prix qui se déroulera sur le stand du CNIEL au Salon International de l'Agriculture 2027.

6. Les lauréats nationaux seront annoncés à l'occasion de la remise des prix et seront mis en avant par l'interprofession, notamment lors du Salon International de l'Agriculture 2027, via un communiqué de presse et éventuellement sur les réseaux sociaux.

2.2 Modalités d'inscription

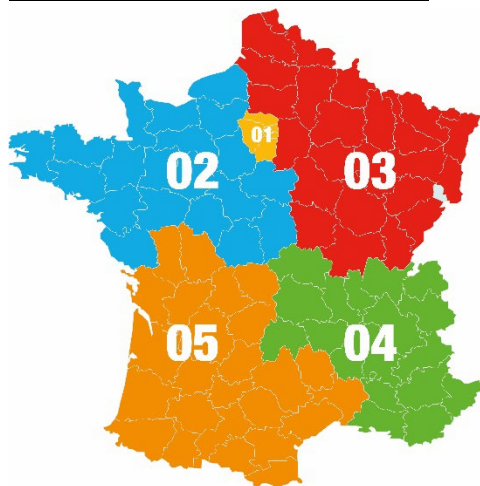
La participation au concours est gratuite et réservée à tous les magasins des enseignes adhérentes à la FCD et aux adhérents de la FFF, en France métropolitaine.

Les magasins devront s'inscrire dans la catégorie correspondant à leur **format** :

- Hypermarché : établissement de vente au détail dont la surface de vente est supérieure ou égale à 2 500m² - rayon « à la coupe »
- Supermarché : établissement de vente au détail dont la surface de vente est comprise entre 400 et 2 500m² - rayon « à la coupe »
- GMS (Hypermarché et supermarché) – rayon « Libre-Service »,
- Crémiers fromagers de détail en magasins ou sur marchés,

Chaque candidat sera inscrit dans la catégorie qu'il aura renseignée lors de son inscription.

Périmètre géographique du Challenge



1. **Ile-de-France** : départements 75, 77, 78, 92, 93, 94, 95
2. **Région Nord-Ouest** : Normandie, Bretagne, Pays-de-la-Loire, Centre-Val-de-Loire
3. **Région Nord-Est** : Hauts-de-France, Grand-Est, Bourgogne-France-Comté
4. **Région Sud-Est** : Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur, Corse.
5. **Région Sud-Ouest** : Nouvelle-Aquitaine, Occitanie

Chaque candidat ne peut se présenter que pour l'une des catégories.

La personne procédant à l'inscription d'un magasin représentera le magasin. Toute candidature au concours implique l'accord du représentant légal du magasin souhaitant participer et l'acceptation sans réserve du présent règlement dans son intégralité et de ses modalités. Le non-respect du présent règlement entraînera la nullité de la candidature.

Une seule participation par personne morale est possible.

Toute personne participant au concours est réputée avoir lu, compris et accepté les conditions décrites dans le présent règlement.

2.3 Composition du dossier de candidature

Le dossier de candidature est à compléter via le formulaire en ligne au plus tard le 14 septembre 2026 à 23h59 (fin de la phase 1) (possibilité de faire porter la candidature par l'enseigne).

Il comprend notamment les motivations et des photos du point de vente (voir point 3 ci-après).

En cas de question relative aux modalités d'inscription du concours, les enseignes peuvent contacter les personnes suivantes :

- Pour la FCD (enseignes Auchan, Casino, Carrefour, Monoprix, Coopérative U, Leclerc, Intermarché) :
Hugues BEYLER (hbeyler@fcd.fr 06 79 74 72 17)
- Pour les crémiers fromagers :
David BAZERGUE (dbazergue@fromagersdefrance.com – 06 68 65 13 30)
- Pour le CNIEL :
Aude TORLACH (atorlach@cniel.com - 06 43 52 61 50)

3 Evaluation des dossiers

3.1 Critères d'évaluation

Phase 1 de Pré-sélection : L'évaluation des magasins sera faite sur la base du dossier de candidature (photos, motivation...) :

- plan large : 1 photo
- plan resserré : 3 photos
- Equipe du rayon en situation : 1 photo (Pour la GMS rayon Coupe et les Crémiers Fromagers)

Cette évaluation sera réalisée par le jury composé des professionnels de la FCD et FFF mi-septembre : De 1 à 3 magasins par format et par région sera réalisée sur la base de cette évaluation :

- Hypermarché - rayon « à la coupe » : 3 magasins présélectionnés par région
- Supermarché - rayon « à la coupe » : 3 magasins présélectionnés par région
- GMS (Hypermarché et supermarché) – rayon « Libre-Service » : 1 magasin présélectionné par région
- Crémiers fromagers de détail en magasins ou sur marchés : 3 magasins présélectionnés par région

Ces magasins présélectionnés feront l'objet d'une visite par les CRIELS.

Phase 2 : Visite des magasins

Pour la notation des différents jurys, les critères suivants seront retenus, et donneront lieu à l'attribution d'une note allant de 1 à 10 (1-2 = très insuffisant ; 3-4 = insuffisant ; 5-6 = bien ; 7-8 = très bien ; 9-10 = excellent) sur une grille représentant les points suivants (CF ANNEXE 1)

Pour la GMS rayon Coupe et les Crémiers Fromagers

- A. L'impression générale du rayon / magasin (coupe et/ou frais emballé)
- B. Diversité de l'offre : exclusivités, mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO
- C. L'information aux consommateurs
- D. Réponse aux évolutions des modes de consommation, innovation
- E. Relationnel client

Pour la GMS rayon Libre-Service

- A. Clarté de l'implantation : organisation claire et lisible
- B. Diversité de l'offre : exclusivités, innovations, mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO
- C. Informations aux consommateurs : supports visuels, infos d'origine, PLV...
- D. Théâtralisation commerciale et merchandising différenciant

Ces critères s'inscrivent dans l'objectif défini dans le Plan filière du CNIEL afin de valoriser les produits et les savoir-faire de la filière.

3.2 Sélection finale par le jury final

Le jury final déterminera pour chacune des catégories, les 5 lauréats régionaux et 1 lauréat national pour la catégorie GMS rayon « libre-service ». Parmi ces lauréats, 3 lauréats (1 lauréat par catégorie de magasin : hypermarché/supermarché/crémier-fromager) seront désignés « lauréats nationaux » du concours en plus du lauréat national GMS rayon « libre-service », sur la base des dossiers de candidature transmis par les magasins et des compte rendus de visite.

4 Annonce des résultats et remise des prix

4.1 Annonce des lauréats régionaux et nationaux

Les lauréats régionaux seront annoncés début décembre par email et feront l'objet d'une mise en avant dans la Presse Quotidienne Régionale d'ici fin décembre 2026.

Les lauréats nationaux seront annoncés lors de la remise des prix lors du Salon international de l'Agriculture 2027 et pourront faire l'objet d'une mise en avant spécifique dans une publication du CNIEL.

4.2 Remise de prix

Les lauréats régionaux et nationaux seront conviés à la remise des prix à l'occasion du Salon International de l'Agriculture 2027. Chaque lauréat pourra convier 2 personnes.

4.3 Récompenses

Les magasins pré-sélectionnés à l'issue de la Phase 1 de Pré-sélection se verront envoyer un cadeau d'une valeur approximative de 30€ à l'adresse indiquée dans le formulaire de candidature.

Les lauréats régionaux bénéficieront de :

- un encart dans la Presse Quotidienne Régionale fin décembre 2026 ;
- un déplacement offert pour une personne au Salon International de l'Agriculture 2027 incluant une entrée, le transport et l'hébergement et dans les limites indiquées au 4.4 ci-dessous ;
- une entrée supplémentaire pour le Salon International de l'Agriculture 2027 ;
- une remise d'un diplôme ainsi que de stickers vitrine pour valoriser les titres auprès de la clientèle.

Les lauréats nationaux bénéficieront de :

- un déplacement offert pour une personne au Salon International de l'Agriculture 2027 incluant une entrée, le transport et l'hébergement et dans les limites précisées au 4.4 ci-dessous ;
- une entrée supplémentaire pour le Salon International de l'Agriculture 2027 ;
- une remise d'un diplôme ainsi que de stickers vitrine pour valoriser les titres auprès de la clientèle ;
- la visite d'un MOF d'1/2 journée pour conseil en magasin.

Les récompenses sont exclusivement attribuées au magasin participant en tant que personne morale.

Les magasins pré-sélectionnés à l'issue de la Phase 1 de Pré-sélection ainsi que les lauréats régionaux et nationaux renoncent à réclamer aux parties organisatrices tout dédommagement résultant d'un préjudice occasionné par l'acceptation/l'utilisation des récompenses.

Les récompenses ne pourront être attribuées sous une autre forme que celle prévue par le présent règlement. Les récompenses ne seront ni reprises, ni échangées contre un autre dédommagement, de quelque nature que ce soit.

4.4 Défraiement

Les frais liés au déplacement des lauréats pour la remise des prix sont à la charge du CNIEL dans les limites suivantes :

- Sur présentation de justificatifs ;
- 1 personne maximum par lauréat ;
- Transport : 1 A/R train en 2ème classe + transports en commun à privilégier ;
- 1 nuit d'hôtel de catégorie 2* ou 3* avec petit-déjeuner inclus.

5. Propriété Intellectuelle / Droit à l'image

Le magasin participant certifie qu'une autorisation de droit à l'image lui a été concédée par toute personne identifiable sur les photos transmises lors de sa candidature au concours.

Du seul fait de sa participation au concours, chaque magasin participant autorise expressément, à titre gracieux, les parties organisatrices, ou tout mandataire, à :

- prendre des photographies et/ou filmer dans le cadre de sa participation au concours, notamment pendant la visite des CRIELS, pendant la visite du MOF et lors de la remise des prix au Salon international de l'Agriculture 2027 ;
- utiliser son nom et les images transmises ou ainsi captées, et à les reproduire, exposer et/ou diffuser sur tout support qui lui semblera adéquat, pour les besoins promotionnels ou de publicité du concours, et notamment :
 - o dans la PQR ;
 - o sur la partie extérieure du stand du CNIEL sur le Salon international de l'Agriculture 2027 ;
 - o sur le site internet <https://challenge.produits-laitiers.com/> ainsi que sur leurs sites internet et les réseaux sociaux.

Le magasin participant devra certifier qu'une autorisation de droit à l'image lui a été concédée par toute personne identifiable sur les photos/vidéos ainsi réalisées.

Ces autorisations sont valables pendant cinq ans.

Le magasin participant reconnaît que l'utilisation des images transmises ou captées dans le cadre du concours ne constitue en aucune manière une obligation pour les parties organisatrices. De plus, le magasin participant reconnaît qu'il n'aura pas de droit de regard sur les photographies sélectionnées. Dès lors, il n'aura pas la possibilité de s'opposer à leur diffusion, conformément aux termes du présent règlement.

6 Protection des données personnelles

Le traitement de données à caractère personnel mis en œuvre dans le cadre du concours est précisé dans la Politique de gestion des données personnelles figurant sur le site internet <https://challenge.produits-laitiers.com/>.

La participation au concours entraîne, pour chaque crémier-fromager de détail ou chaque responsable de magasin, l'acceptation et le respect du présent règlement.

Le Comité d'Organisation se réserve le droit de modifier, le cas échéant, certaines dispositions du présent règlement. Ces modifications seront publiées sur le site <https://challenge.produits-laitiers.com/> et feront l'objet d'une communication par tout canal approprié.

Fait à Paris, le 15 juin 2026.

ANNEXE 1 : Questionnaire d'évaluation

Catégorie GMS Rayon Coupe ou Crémiers Fromagers

Responsable	Date et heure de visite
-------------	-------------------------

Critère	Note (1 à 10)	Commentaires
A. L'impression générale du rayon (coupe et/ou frais emballé)		
B. Diversité de l'offre : mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO		
C. L'information aux consommateurs		
D. Réponse aux évolutions des modes de consommation, innovation, exclusivités		
E. Relationnel client		
Note globale (somme des points)		

Référence de la grille de notation

Notation	De 0 à 3	De 4 à 7	De 7 à 10
A. L'impression générale du rayon (coupe et/ou frais emballé)	Le rayon n'est pas très propre / peu organisé / pas clair	Le rayon est propre, il y a un vrai effort d'organisation (on voit des catégories) et un consommateur averti s'y retrouve très bien	Le rayon est propre, joliment arrangé. Il donne très envie d'acheter et on comprend très clairement les différentes catégories de fromage
B. Diversité de l'offre : mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO	L'offre est très limitée. Pas de mise en avant spécifique. Peu d'information concernant l'origine des produits.	L'offre est assez variée mais reste assez classique. Petit effort de mise en avant de certains fromages. L'origine des produits est mentionnée mais ne ressort pas très bien	L'offre est très variée, on découvre des fromages assez rares / locaux et certains d'entre eux sont bien mis en avant de façon esthétique. L'origine des produits est bien

			présente et mise en valeur
C. L'information aux consommateurs	Il n'y a pas d'affiche ou de PLV spécifique pour informer les consommateurs (catégories / origines / thématiques, allergènes...)	Présence d'une signalétique pour informer les consommateurs	Tout est organisé pour bien informer les consommateurs des différentes catégories, origines et thématiques liées aux fromages.
D. Réponse aux évolutions des modes de consommation, innovation, exclusivités	Absence d'offre adaptée aux nouveaux modes de consommation (plateau apéro /fondue/raclette / accords fromages et alcool ou pain/snacking)	Présence d'une offre	Présence de plusieurs offres adaptées et originales
E. Relationnel client	Les professionnels du rayon ne sont pas très chaleureux avec leur client / ne sont pas vraiment force de proposition	Les professionnels du rayon ont de l'entrain et conseillent certains clients	Les professionnels du rayon sont très dynamiques, passionnés et cherchent à répondre à tous les besoins de leur clientèle.

Catégorie GMS Libre-Service

Responsable	Date et heure de visite
-------------	-------------------------

Se référer à l'onglet "Référence grille de notation" pour plus de détails

Critère	Note (1 à 10)	Commentaires
A. Clarté de l'implantation : organisation claire et lisible		
B. Diversité de l'offre : exclusivités, innovations, mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO		
C. Informations aux consommateurs : supports visuels, infos d'origine, PLV...		

D. Théâtralisation commerciale et merchandising différenciant		
Note globale (somme des points)		

Référence de la grille de notation

Notation	De 0 à 3	De 4 à 7	De 7 à 10
A. Clarté de l'implantation : organisation claire et lisible	Le rayon n'est pas très propre / peu organisé / pas clair	Le rayon est propre, il y a un vrai effort d'organisation (on voit des catégories) et un consommateur averti s'y retrouve très bien	Le rayon est propre, joliment arrangé. Il donne très envie d'acheter et on comprend très clairement les différentes catégories de fromage
B. Diversité de l'offre : exclusivités, innovations, mise en avant de l'origine des produits notamment des produits AOP, locaux et sous SIQO	L'offre est très limitée. Pas de mise en avant spécifique. Peu d'information concernant l'origine des produits.	L'offre est assez variée mais reste assez classique. Petit effort de mise en avant de certains fromages. L'origine des produits est mentionnée mais ne ressort pas très bien	L'offre est très variée, on découvre des fromages assez rares / locaux et certains d'entre eux sont bien mis en avant de façon esthétique. L'origine des produits est bien présente et mise en valeur
C. Informations aux consommateurs : supports visuels, infos d'origine, PLV...	Il n'y a pas d'affiche ou de PLV spécifique pour informer les consommateurs (catégories / origines / thématiques, allergènes...)	Présence d'une signalétique pour informer les consommateurs	Tout est organisé pour bien informer les consommateurs des différentes catégories, origines et thématiques liées aux fromages.
D. Théâtralisation commerciale et merchandising différenciant	Le rayon est basique et n'est pas particulièrement attrayant ni décoré.	Le responsable de rayon a fait un effort pour théâtraliser / thématiser son rayon: il se distingue des autres rayons.	Le rayon est très bien mis en avant, avec un merchandising qu'on ne retrouve pas ailleurs. On voit que le responsable de rayon s'est appliqué à mettre en valeur autant que possible ses produits.