

LES PRODUITS LAITIERS REVIENNENT EN TV POUR RÉAFFIRMER LA DÉSIRABILITÉ DU LAIT ET DES PRODUITS LAITIERS

À partir du 14 septembre, *Les Produits Laitiers*, signature collective de l'interprofession laitière, prennent la parole en TV et sur l'ensemble des canaux avec une nouvelle campagne qui revisite la signature et le jingle iconiques « Amis pour la vie ». Objectif : remettre les produits laitiers au cœur des usages et des envies des Français, en particulier des nouvelles générations.

En 1981, « Les Produits Laitiers sont nos amis pour la vie » entrait dans la culture populaire. En 2026, cette signature revient avec une nouvelle interprétation, pensée pour les codes et les usages d'aujourd'hui.

Imaginée par l'agence **Brainsonic**, la nouvelle campagne fait des associations culinaires du quotidien les véritables « collabs » de cette rentrée : **PAIN x BEURRE, FRAISES x CHANTILLY, RACLETTE x POMME DE TERRE, LAIT x MATCHA...** Plus de quinze duos composent ainsi une galerie d'associations appelée à évoluer au fil des goûts et des saisons.



Faire des produits laitiers les « collabs » incontournables du quotidien

À travers cette nouvelle prise de parole, Les Produits Laitiers veulent avant tout **réaffirmer la place des produits laitiers dans les habitudes alimentaires et leur capacité à créer du désir**. La campagne reprend les codes très actuels des collaborations entre marques – notamment dans la mode, la food et l'art de vivre – pour les appliquer aux associations alimentaires. Des produits côte à côte, complices dans nos goûts comme dans nos souvenirs : **amis pour la vie**. Comme en amitié, certains se

ressemblent, d'autres se répondent par contraste. Une manière de porter un regard nouveau sur des produits familiers et de montrer qu'ils restent au cœur des tendances, des usages et de la créativité culinaire.

« *En 1981, la campagne "Les Produits Laitiers sont nos amis pour la vie" a installé une signature et une musique devenues cultes, en racontant avec simplicité le lien unique entre les Français et les produits laitiers. En 2026, nous reprenons cet héritage et prolongeons cette histoire en montrant comment des produits familiers continuent à créer de l'envie.* » Caroline Helleisen Errant – Directrice générale du Cniel

Une campagne multicanale pour toucher les 25-40 ans

La campagne sera déployée **à partir du 14 septembre en TV et sur différents canaux**, avec une ambition : inscrire les produits laitiers dans les nouveaux imaginaires de consommation notamment des 25-40 ans, sans perdre le lien construit depuis plusieurs générations avec la signature « Amis pour la vie ».

Le rendez-vous est donné dès le 14 septembre sur les écrans.

Découvrez ci-dessous en avant-première les publicités



À propos du CNIEL

Créé en 1974, le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (Cniel) est l'association qui regroupe les organisations représentant les producteurs de lait de vache, les entreprises laitières privées, les coopératives laitières, et les acteurs du commerce, de la distribution et de la restauration collective.

Le Cniel porte la volonté commune de ses membres de coopérer pour construire une filière laitière structurée, performante et durable, ancrée dans les territoires et ouverte sur la société et le monde d'aujourd'hui et de demain.

Contacts presse :

Delphine Sacleux dsacleux@cniel.com / 0671108003

Marylène Bezamat mbezamat@cniel.com / 0603996207