



Sommaire

ÉDITORIAL

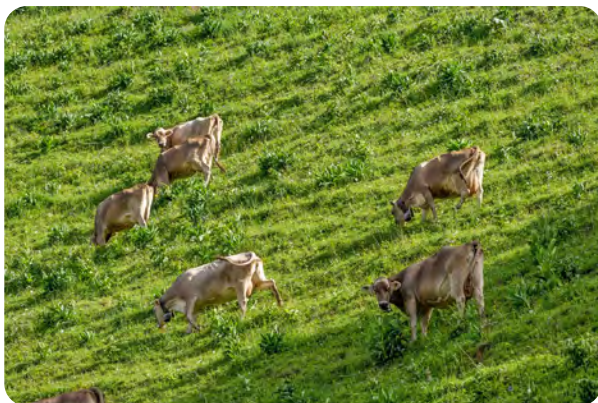
- 3 Avant-propos de Boris Beuret
et Stephan Hagenbuch

À PROPOS DE NOUS

- 6 Faits et chiffres 2025
7 Organisations membres
8 Filière du lait
9 Principes directeurs

RÉTROSPECTIVE

- 10 Rétrospective 2025



ACTUALITÉ DES DÉPARTEMENTS

- 13 Politique
16 3 questions à Stephan Hagenbuch
17 Marché
21 3 questions à Micaël Müller
25 Marketing
30 3 questions à Stefan Arnold

AXES THÉMATIQUES

- 32 Durabilité
35 Les producteurs et productrices de lait
au cœur de notre action
38 3 questions à Christa Brügger



ORGANISATION

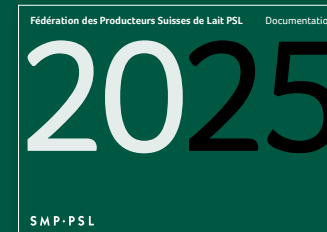
- 39 Organigramme de PSL
40 Composition et présentation
des organes

FINANCES

- 44 Rapport financier 2025
47 3 questions à Stephan Schneider

- 51 Contact et impressum

En complément



→ Accéder à la **documentation**
du rapport annuel



→ Commander la **version**
courte imprimée du
rapport annuel



→ Version courte interactive
disponible dans le
rapport annuel en ligne

Une année mouvementée pour le lait suisse

L'année 2025 restera dans les mémoires comme une année de bouleversements. Le premier d'entre eux s'est fait sentir dès le printemps avec une production nationale en hausse qui a déstabilisé le marché. Du côté des échanges internationaux, revirement là aussi: importatrice de beurre des années durant, la Suisse s'est mise à exporter de la matière grasse lactique. Dans ce contexte délicat, PSL a déployé tous les efforts possibles pour défendre les intérêts des producteurs·trices de lait, tant sur le plan économique que sur le plan politique, la PA2030+ étant sur toutes les lèvres.



→ Vidéo dans le rapport annuel en ligne: Le président et le directeur reviennent sur l'année 2025.

Un marché tendu

Alors que le marché est resté stable tout au long du premier semestre et que le prix indicatif a pu être maintenu à 82 centimes toute l'année, la situation s'est dégradée au cours du second semestre. Annonce des droits de douane américains, franc fort, stocks de beurre importants, trafic de perfectionnement, libre-échange du fromage, augmentation des volumes de lait, évolution des prix internationaux... Autant de facteurs qui ont conduit à une conjoncture extrêmement défavorable.

En réaction, l'IP Lait a décidé en septembre d'exporter des quantités importantes de crème et de beurre. Néanmoins, face à la production de lait toujours élevée, la branche s'est résolue à réintroduire du lait C à compter du 1^{er} janvier 2026 et à réduire le prix indicatif A à 78 centimes au 1^{er} février 2026. Conscients du caractère temporaire de la situation et de la menace de pénurie de lait à long terme, les producteurs·trices ont souscrit à cette décision difficile.

Lueurs d'espoir sur le plan politique

Le front politique offre plusieurs motifs de satisfaction. Tout d'abord, les deux chambres ont adopté la motion «Renforcer la production laitière dans les herbages suisses». Le dossier se trouve maintenant sur le bureau du Conseil fédéral avec le mandat de mise en œuvre. Une avancée importante pour la PA2030+.

En 2025, Boris Beuret a par ailleurs participé activement au groupe d'accompagnement de la PA2030+, où il a représenté les intérêts de la filière laitière.

L'objectif de cet engagement? Garantir un cadre stable pour la branche. Cela passe par une protection douanière renforcée grâce à une hausse du supplément pour le lait transformé en fromage, par une réduction du trafic de perfectionnement en faveur des matières premières laitières suisses ainsi que par une défense systématique du swissness dans le pays.

Face aux coupes budgétaires envisagées au niveau fédéral, la branche s'est fortement mobilisée, faisant avorter le projet pour le budget 2026. Les discussions sur le programme d'allègement budgétaire 2027 se poursuivront durant l'année en cours.

Quant à l'initiative sur l'alimentation, PSL a pris clairement position en rejoignant le camp du non. En effet, cette initiative, qui vise un plus grand taux d'auto-approvisionnement, favoriserait l'alimentation végétale au détriment de la production animale.

La consommation de lait a le vent en poupe

La consommation de lait et de produits laitiers est repartie à la hausse, notamment sous l'impulsion de jeunes consommateurs·trices soucieux de leur santé, qui privilégient des produits naturels, locaux et durables. Un vrai regain d'intérêt pour le lait, qui confirme sa place dans une alimentation équilibrée.

Grâce à des campagnes efficaces, notre marketing générique a une nouvelle fois porté ses fruits en 2025 et a permis de mettre le lait à l'honneur lors de nombreux événements grand public. Ainsi, les World Cheese Awards, organisés pour la première

La vision de PSL

Le lait et les produits laitiers suisses sont à la pointe au niveau international grâce à des normes de production uniques et à une image positive, reposant sur la qualité et la tradition, le bien-être animal et la durabilité. La production laitière constitue la base des revenus des familles paysannes et permet les investissements nécessaires dans les exploitations laitières.

Une année mouvementée pour le lait suisse

fois sur notre sol, ont été un temps fort de l'année, couronné par un titre de champion du monde suisse. Une formidable publicité pour le pays du lait et du fromage!

Durabilité, PFAS et épizooties

La durabilité occupe toujours le devant de la scène, comme en témoigne la dernière édition du Forum du lait. Sur le plan social, nous avons analysé et présenté les résultats de l'autoévaluation de la qualité de vie, qui a mis en évidence l'équilibre délicat entre fierté professionnelle, charge de travail et inquiétudes pour l'avenir.

Au niveau environnemental, la filière laitière participe activement à l'Alliance climatique pour l'alimentation, lancée l'été dernier par la CI Commerce de détail et regroupant les principaux acteurs de la branche alimentaire suisse. L'objectif est de réduire les émissions de gaz à effet de serre, sans affaiblir la production nationale, à travers des mesures intersectorielles efficaces. Si cette initiative va dans la bonne direction, elle doit encore se traduire par des décisions concrètes et pérennes.

Nous suivons également attentivement la situation liée aux PFAS, qui s'avère préoccupante. PSL se mobilise pour que les personnes concernées ne soient pas livrées à elles-mêmes. Autre sujet d'inquiétude: les épizooties telles que la maladie de la langue bleue ou la dermatose nodulaire contagieuse. Nous avons sensibilisé les producteurs·trices à cette question, mais restons sur nos gardes.

Évolution de l'organisation

En février 2025, Micaël Müller a rejoint la direction en tant que responsable Fromage de sorte, innovation et formation, tandis que Pierre-André Pittet a quitté PSL durant l'été pour profiter d'une retraite bien méritée.

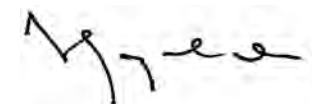
Enfin, conformément à la stratégie adoptée en 2024, un groupe de travail se penche depuis début 2025 sur le développement de l'organisation. Son objectif est de bâtir une organisation attractive et pérenne. Cela implique d'intégrer l'intelligence artificielle lorsque cela s'y prête et d'y consacrer des ressources afin d'optimiser les processus de travail.

La défense des producteurs·trices suisses de lait reste au cœur de notre action.

Chers producteurs et chères productrices de lait, nous vous remercions chaleureusement de votre confiance et de votre soutien en 2025.



Boris Beuret
Président de PSL



Stephan Hagenbuch
Directeur de PSL



→ Pour en savoir plus
sur la mission, la vision
et la stratégie de PSL

Faits et chiffres 2025

80%

d'herbages

Si on inclut les zones d'estivage, 80% de la surface utilisée pour l'agriculture en Suisse sont des herbages, ce qui est idéal pour les ruminants, capables de transformer l'herbe en lait et en viande.

30%

de la valeur de production agricole

La production laitière (y compris la viande) représente environ 30% de la valeur de production agricole, ce qui en fait le principal secteur de production.

2 à 3

portions de lait par jour

Selon les recommandations alimentaires officielles suisses, il est conseillé de consommer chaque jour 2 à 3 portions de lait, de yogourt ou de fromage pour avoir une alimentation équilibrée.

CHF 17.–

de salaire horaire

Le salaire horaire moyen d'un producteur·trice de lait s'élève à environ CHF 17.– seulement.

12

organisations membres

Par l'intermédiaire de leurs représentant·es, elles forment le lien institutionnel entre l'organisation faîtière des Producteurs Suisses de Lait (PSL) et les producteurs·trices de lait.

≈95%

de membres de PSL

Environ 95% des producteurs·trices suisses de lait sont membres de PSL. Le degré d'organisation élevé, qui continue d'augmenter légèrement, est réjouissant.

76 ct.

prix du lait

En moyenne, les producteurs·trices de lait ont reçu 76 centimes par kilo de lait en 2025.

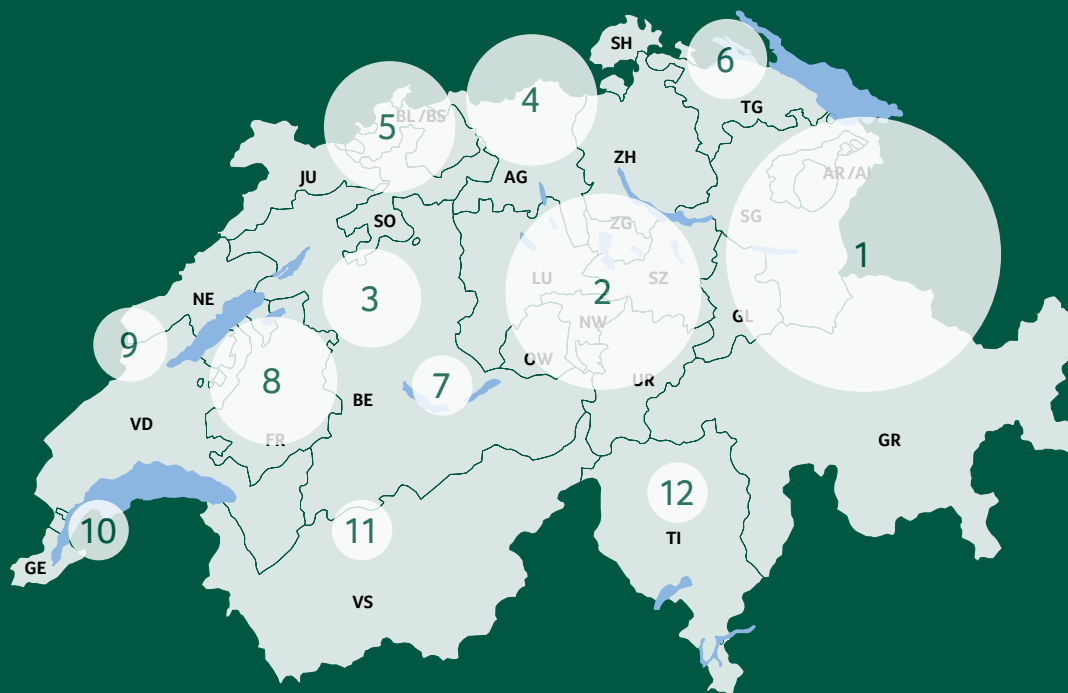
34%

de lait de montagne

Environ un tiers du lait suisse est produit en région de montagne.

Les 12 organisations membres

Les douze organisations de producteurs régionales et leurs représentant·es constituent le lien entre les producteurs et productrices de lait et la fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL. D'une part, les représentant·es des organisations membres défendent les intérêts de leur région au sein de PSL; d'autre part, ils s'engagent à faire appliquer par leur organisation régionale les décisions de la fédération.



1 Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost (VMMO)
 Nombre de membres: 3753
 Volume de lait: env. 739 000 t
 Année de fondation: 2006
milchbauern.ch

2 Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP)
 Nombre de membres: 2706
 Volume de lait: env. 528 000 t
 Année de fondation: 1907
zmp.ch

3 Aaremilch AG
 Nombre de membres: 1967
 Volume de lait: env. 266 000 t
 Année de fondation: 2013
aaremilch.ch

4 Mittelland Milch
 Nombre de membres: 1682
 Volume de lait: env. 354 000 t
 Année de fondation: 2018*
mittelland-milch.ch

5 MIBA Genossenschaft
 Nombre de membres: 1118
 Volume de lait: env. 354 000 t
 Année de fondation: 1905
mibabasel.ch

6 Thurgauer Milchproduzenten (TMP)
 Nombre de membres: 661
 Volume de lait: env. 216 000 t
 Année de fondation: 1897
milchthurgau.ch

7 Vereinigung der Berner Milchproduzenten Cremo AG (VBM C)
 Nombre de membres: 864
 Volume de lait: env. 94 000 t
 Année de fondation: 2023
bernercremomilch.ch

8 Fédération des sociétés fri-bourgeoises de laiterie (FSFL)
 Nombre de membres: 1077
 Volume de lait: env. 345 000 t
 Année de fondation: 1915
fsfl.ch

9 Fédération laitière Prolait
 Nombre de membres: 891
 Volume de lait: env. 200 000 t
 Année de fondation: 2008
prolait.ch

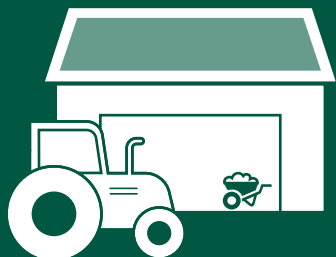
10 Fédération des Laiteries Réunies de Genève (LRG)
 Nombre de membres: 80
 Volume de lait: env. 34 000 t
 Année de fondation: 1911
lrgg.ch

11 Fédération Laitière Valaisanne Walliser Milchverband (FLV)
 Nombre de membres: 486
 Volume de lait: env. 35 000 t
 Année de fondation: 1919
flv.ch

12 Federazione ticinese produttori di latte (FTPL)
 Nombre de membres: 135
 Volume de lait: env. 14 000 t
 Année de fondation: 1916

* Fusion des 3 OPU BEMO, MIMO et ZeNoOs

La filière du lait suisse



1 Production

La Suisse compte quelque 16 387 exploitations laitières, lesquelles produisent 3,43 millions de tonnes de lait, dont environ 30% de lait de fromagerie (sans ensilage) et 70% de lait de centrale (avec ensilage).



2 Collecte / vente

Le lait est livré aux coopératives fromagères (env. 30%), aux organisations de commerce du lait comme mooh, ZMP, aaremilch et Arnold Produkte AG (env. 39%) et aux organisations de producteurs et d'utilisateurs comme Mittelland Milch, les fournisseurs directs Cremo, etc. (env. 31%).



3 Transformation

Le lait est transformé dans un peu plus de 600 fromageries¹ et environ 50 laiteries (Emmi, Cremo, Elsa, Hochdorf, Züger, Nestlé, etc.).

¹) sans les fromageries d'alpage

>100%

En principe, le lait produit en Suisse couvre un peu plus de 100% des besoins nationaux. La Suisse est donc une exportatrice nette de lait. La branche laitière est le seul domaine de l'agriculture suisse dans ce cas.



4 Produits

Environ 45% du lait est transformé en fromage et 55% en produits frais et autres (beurre, lait de consommation, conserves de lait, crème, yogourt, etc.).



5 Consommation

Environ 70% des produits laitiers sont achetés dans le commerce de détail et consommés à la maison, environ 30% hors du domicile (cantines, restaurants, hôtels, etc.).

PSL en bref: principes directeurs

PSL ...

... **s'engage pour un cadre politique agricole et économique favorable à la production laitière.** Le principe est de «renforcer les points forts».

... **entretient des liens étroits** avec les partenaires de la branche, la politique, les autorités, les consommateurs·trices et les principales parties prenantes. Les positions de PSL sont exigeantes, loyales et partenariales.

... **est proche des producteurs·trices de lait** et s'engage de manière proactive dans des projets internes et externes pour des améliorations en faveur de la production laitière.

... **s'engage pour une formation initiale et continue orientée vers l'avenir et veille à ce que les préoccupations de la production laitière** soient prioritaires dans la recherche agricole suisse.

... **est parfaitement informée de tous les développements politiques, sociétaux et économiques importants liés au lait** en Suisse et à l'étranger.

... **connaît les attentes des consommateurs·trices** et les convainc de la valeur du lait et des produits laitiers suisses grâce à un marketing de qualité.

... **axe sa communication sur les atouts du lait et des produits laitiers suisses**, notamment en matière de durabilité, de santé et de saveur.

... **mise sur une communication transparente et factuelle.** Elle se sert avec une grande efficacité d'outils de marketing innovants et utilise les ressources de manière ciblée et efficace.

Rétrospective 2025

Semaine verte de Berlin

17–26 janvier Le pavillon suisse fait une fois de plus la part belle aux produits traditionnels de qualité et accueille des invité·es de marque, comme l'ambasadrice Livia Leu, le directeur de l'OFAG Christian Hofer ou encore le ministre allemand de l'Agriculture Alois Rainer.



Communiqué de presse

27 janvier Une réglementation contraignante sur la vaccination des veaux est adoptée dans le but d'améliorer la santé animale et de réduire substantiellement l'utilisation d'antibiotiques chez les veaux. PSL soutient ce projet.

Recrutement

1^{er} février Micaël Müller rejoint PSL en tant que responsable du département Fromage de sorte, innovation et formation, et intègre la direction de l'organisation.



Manifestation pour un prix du lait équitable à Zurich

6 février L'association Fair défend une rémunération juste des producteurs·trices de lait en misant sur des labels équitables. L'initiative est soutenue par PSL. La réorganisation de l'association sera actée lors de l'AG du 15.5.

Journée du Lait Suisse

12 avril Plus de 100 000 personnes profitent des bienfaits du lait suisse sur plus de 100 sites répartis dans tout le pays.



Motion «Renforcer la production laitière dans les herbages suisses»

17 juin après le Conseil des États le 3.3, le Conseil national adopte cette motion. Elle est maintenant sur le bureau du Conseil fédéral avec le mandat de mise en œuvre dans le cadre de la PA 2030+.

Accord Mercosur

2 juillet les parties annoncent officiellement la conclusion d'un accord. PSL en prend acte et rappelle les lignes rouges à ne pas franchir.

Alliance pour le climat

14 juillet L'industrie laitière salue la déclaration d'intention sur la préservation du climat, portée par la CI Commerce de détail et d'autres acteurs du secteur agroalimentaire.

Assemblée des délégués

16 avril Placée sous la devise «Renforcer nos atouts», l'AD entérine la demande de reconduction de la force obligatoire générale dans le domaine du marketing. En outre, trois nouveaux membres du comité et deux suppléants sont élus, de même qu'une nouvelle vice-présidente en la personne de Mireille Hirt.

Communiqué de presse

15 juillet Le lait a le vent en poupe, la tendance à un mode de vie sain stimulant la demande nationale et internationale. Les consommateurs·trices misent de plus en plus sur une alimentation de qualité à base de denrées naturelles, locales et durables. Une nouvelle réjouissante.

IP Lait

29 août Face à la situation particulière sur le marché du lait suisse, le comité décide de prendre des mesures importantes pour le stabiliser. Jusqu'à 16 millions de francs seront débloqués pour soutenir les exportations (2000 tonnes de beurre et 2000 tonnes de crème).

World Dairy Summit

20–23 octobre Santiago du Chili accueille le Sommet mondial du lait de la Fédération Internationale du Lait (FIL). Cet événement défend avant tout une production durable dans un contexte de demande mondiale croissante sur le marché du lait.

Communiqué de presse

28 octobre Les résultats de l'autoévaluation de la qualité de vie révèlent une fierté d'exercer le métier de producteur·trice de lait et un solide soutien familial, mais aussi des contraintes structurelles et des inquiétudes pour l'avenir.



Journée du lait à la pause

30 octobre Dans toute la Suisse, quelque 245 000 enfants – des crèches à la 11^e Harmos – ont pu savourer un verre de lait.



World Cheese Awards à Berne

13–15 novembre Cette grande manifestation a lieu pour la toute première fois en Suisse. Pius Hitz et la fromagerie de montagne de Vorderfultigen y remportent le titre de champion du monde avec leur Gruyère AOP.



Journées régionales d'information

11–25 novembre Près de 500 participant·es reçoivent des informations sur les thèmes prioritaires de PSL, la situation du marché laitier, les défis politiques, le marketing Swissmilk et d'autres sujets d'actualité.



Communiqué de presse

5 décembre PSL demande à tous les acteurs du marché d'agir pour un retour rapide à la normale sur le marché du lait.

Forum du lait de PSL

21 novembre Organisé conjointement par PSL et ZMP en marge du salon Suisse Tier à Lucerne, le Forum du lait est intitulé «Durabilité et économie laitière».



IP Lait

14 novembre Le comité prend de nouvelles mesures en débloquent un soutien de 1530 tonnes supplémentaires pour les exportations de beurre. Le prix indicatif A pour janvier 2026 reste inchangé.

15 décembre Le comité décide de baisser le prix indicatif A de 4 centimes à partir du 1^{er} février 2026, et ce pour une durée de 11 mois.

Actualité des départements

13	Politique
16	3 questions à Stephan Hagenbuch
17	Marché
21	3 questions à Micaël Müller
25	Marketing
30	3 questions à Stefan Arnold

Politique

En 2025, les choix en matière de politique agricole ont été marqués par le développement de la politique agricole 2030+, de vives discussions sur la protection douanière et les conditions du marché, les finances fédérales ainsi que des questions de commerce international et de santé. PSL s'est fermement engagée dans le but d'assurer la compétitivité de la production et de l'économie laitières suisses et de créer des perspectives à long terme pour les producteurs·trices de lait.

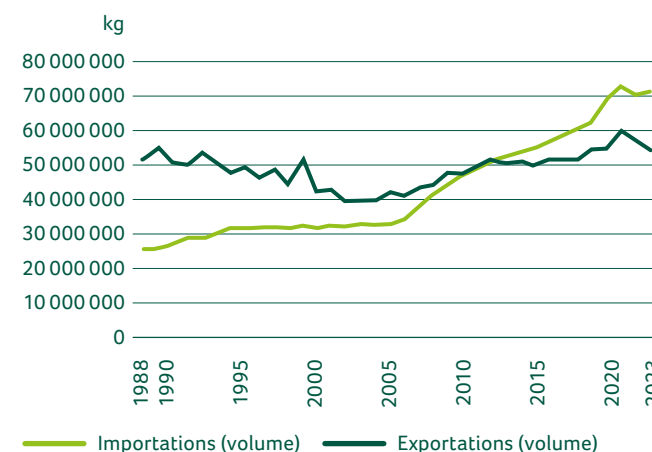
En 2025, la politique agricole 2030+ était encore au centre des discussions. Boris Beuret, le président de PSL, s'est activement engagé au sein du groupe d'accompagnement de la Confédération, où il a œuvré en faveur de conditions-cadres favorables pour la production laitière. La motion «Renforcer la production laitière dans les herbages suisses», largement adoptée par les deux Chambres et transmise au Conseil fédéral, a joué un rôle clé dans l'élaboration de la PA2030+.

Les revendications de PSL dans le contexte politique global peuvent être regroupées en trois points centraux:

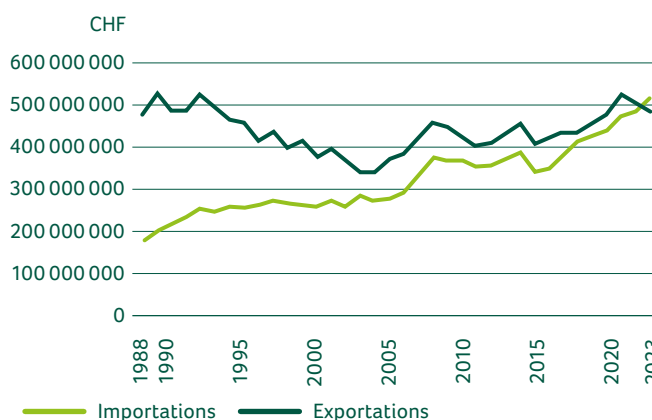
1. Renforcer la création de valeur (PA2030+): Une augmentation de cinq centimes du supplément pour le lait transformé en fromage vise à améliorer la protection douanière et renforcer la compétitivité de la production et de l'économie laitières suisses. Le supplément pour le lait transformé en fromage constitue la protection douanière du lait.
2. Réduire le trafic de perfectionnement actif: La discrimination de la production indigène doit être corrigée en faveur des matières premières laitières suisses. Si des produits suisses sont disponibles aux mêmes conditions, la priorité doit leur être accordée.
3. Défendre le swissness à l'intérieur du pays: Une défense efficace face aux importations ne peut réussir que si l'origine suisse est protégée de manière conséquente dans le pays. Pour atteindre cet objectif, tous les acteurs, du commerce de détail à la transformation, doivent agir de concert et des moyens pour promouvoir les ventes sont nécessaires.

Avec ces exigences, PSL s'engage pour des conditions cadres stables et une compétitivité durable. Par ailleurs, une politique agricole moderne doit contribuer à long terme à la sécurité alimentaire du pays. La baisse continue du taux d'autosuffisance en Suisse souligne l'urgence de cette préoccupation. Il serait contre-productif d'affaiblir la branche agricole la plus compétitive de Suisse: la PA2030+ doit au contraire créer les conditions nécessaires au maintien de cette force.

Le bien-fondé de ces mesures est étayé par l'étude de Matthias Binswanger sur la protection douanière dans le domaine agricole. Ses deux recommandations principales pour le secteur laitier concernent l'augmentation du supplément pour le lait transformé en fromage ainsi que l'introduction d'une procédure d'autorisation transparente pour les matières premières laitières dans le cadre du trafic de perfectionnement actif. Les graphiques suivants, tirés de l'étude, montrent l'évolution du commerce de fromage avec l'UE.



Évolution du commerce de fromage avec l'UE (volumes). Source: OFDF



Évolution du commerce de fromage avec l'UE (valeur). Source: OFDF

Politique

Pour le fromage, principal produit laitier, les Accords bilatéraux I prévoient depuis 2007 un accord de libre-échange avec l'UE. Dans le cadre de ces dispositions, il n'existe aucune possibilité de renforcer directement la protection à la frontière. L'augmentation de cinq centimes du supplément pour le lait transformé en fromage est donc capitale pour améliorer la compétitivité.

En ce qui concerne le trafic de perfectionnement actif, Matthias Binswanger critique en particulier le manque de transparence sur le plan temporel et quantitatif. Selon lui, cette situation pénalise la production nationale. La future ordonnance sur les douanes doit donc être équilibrée et remédier à ces faiblesses.

Assurer l'attractivité de la production laitière

Un autre enjeu majeur pour PSL dans le cadre de la future politique agricole est de garantir à long terme l'attractivité de la production laitière. La relève dans les exploitations, et donc l'avenir de la production laitière, ne peut être assurée qu'avec un revenu décent. Les producteurs-trices de lait se situent toujours en bas de l'échelle des revenus agricoles. L'objectif de la politique agricole 2030+ est d'améliorer cette situation et de se rapprocher à long terme d'un salaire horaire d'environ 40 francs (contre environ 17 francs aujourd'hui).

Finances fédérales

La pression financière exercée par la Confédération a continué de se faire sentir en 2025 et touche de plus en plus l'agriculture. Il a été possible d'éviter des coupes dans le budget 2026. Dans le cadre du programme d'allègement budgétaire 2027, la branche s'oppose fermement aux économies prévues. Elle rappelle que la charge des finances fédérales imputable à l'agriculture est restée stable en termes nominaux au cours des vingt dernières années. Le Conseil des États a en grande partie renoncé à des coupes; début 2026, le projet est en discussion au Conseil national. L'agriculture s'engage pour un résultat équilibré dans l'intérêt des exploitations.

Autres dossiers politiques

Sur le plan international, nous nous consacrons actuellement aux dossiers suivants:

• Bilatérales III

L'agriculture suisse est directement concernée par les accords partiels sur l'agriculture et la sécurité alimentaire, ce dernier impliquant une reprise institutionnelle du droit. PSL soutient la position de l'Union suisse des paysans, adoptée en octobre par la CSA, selon laquelle des relations stables avec l'UE sont souhaitables, mais que des améliorations sont nécessaires pour mieux couvrir les risques. La prochaine étape est le débat sur le message correspondant au Parlement.

• Mercosur

L'accord du Mercosur considère l'agriculture avant tout comme une monnaie d'échange au profit de l'industrie d'exportation suisse et permet des économies de droits de douane d'environ 190 millions de francs par an. Dans l'agriculture suisse, seule la branche laitière bénéficie d'un accès au marché. La Suisse accorde aux pays du Mercosur des contingents en franchise de douane, notamment pour le lait, le beurre et la viande, sans toucher au système de contingents tarifaires existant. En contrepartie, la Suisse de l'AELE obtient un accès en franchise de douane pour le fromage (à l'exception de la mozzarella), des assouplissements pour les produits transformés avec des délais transitoires ainsi que la reconnaissance mutuelle de quelque 120 appellations d'origine protégée. Après la conclusion des négociations en juillet 2025, le traitement du dossier par le Parlement est prévu à partir de 2026; un référendum reste possible en 2027.

• «Deal» et accord de libre-échange CH-USA

Dans le cadre des discussions autour de la table ovale, la Suisse a obtenu des mesures à court terme, non contraignantes sur le plan juridique, avec effet rétroactif au 14 novembre 2025. Pour le lait et le fro-

mage, cela signifie une normalisation des droits de douane américains à un maximum de 15%, ce qui redonne aux exportations suisses de fromage une sécurité de planification. Une ouverture réciproque plus large dans le secteur fromager est jugée de manière très critique, compte tenu des risques liés aux taux de change et de la situation tendue sur le marché. Après l'intervention de PSL, elle ne fait pas partie du mandat de négociation.

Les maladies animales sont de retour et les PFAS omniprésents

L'année 2025 a été exigeante du point de vue de la santé animale, la maladie de la langue bleue s'étant à nouveau propagée au printemps. La disponibilité des vaccins et un taux de vaccination de 60 à 70% ont permis d'éviter des conséquences graves. Parallèlement, nous faisons face à une nouvelle menace venue de France, la dermatose nodulaire contagieuse. En Suisse, aucun cas n'a été confirmé jusqu'à présent; l'OFAG a ordonné des mesures préventives et des obligations de vaccination dans les zones sous surveillance.

En 2025, la question des PFAS était omniprésente et a fait l'objet d'une attention accrue de la part des autorités alimentaires. Des études ont révélé la présence de PFAS dans différents produits d'origine animale. Dans le lait et les produits laitiers, les valeurs indicatives ont parfois été dépassées. Contrairement à d'autres produits animaux, il n'existe actuellement aucune valeur limite en Suisse pour le lait; des réglementations sont prévues à partir de 2027–2028. L'UE a déjà fixé des valeurs limites provisoires pour le lait – un élément pertinent au regard de l'équivalence à l'exportation. PSL suit la situation de près et s'engage pour que les producteurs·trices de lait concernés, n'étant pas responsables de la situation, soient indemnisés.

Initiatives populaires

L'initiative sur l'alimentation déposée en août 2024 demande un taux d'auto-approvisionnement net d'au moins 70%, principalement en orientant la production



et la consommation vers des aliments d'origine végétale plutôt qu'animale. PSL s'est jointe à l'Alliance contre cette initiative et rejette le projet, considéré comme un «diktat végétal». Les principaux arguments contre l'initiative sont la restriction de la liberté de consommation, la hausse des prix des denrées alimentaires et l'augmentation du tourisme d'achat. Le Conseil fédéral recommande également de voter non à l'initiative, qui sera probablement soumise au vote en septembre 2026.

Prises de position

En 2025, PSL a pris position dans le cadre de huit consultations importantes, notamment:

- **30 avril:** Consultation sur le train d'ordonnances agricoles 2025 – soutien à la position de ne pas modifier l'ordonnance sur les paiements directs afin de préserver la stabilité et la sécurité de la planification.
- **1^{er} juillet:** Loi fédérale sur les végétaux issus des nouvelles technologies de sélection – rejet du projet en l'état et rappel de l'importance d'une solution eurocompatible.
- **27 octobre:** Paquet «stabilisation et développement des relations Suisse-UE» – soutien de la position de l'Union suisse des paysans.



→ Consulter toutes les
prises de position de PSL
sur notre site internet



«Les producteurs ont délibérément opté pour la stabilité: moins 4 centimes sur 11 mois jusqu'à fin 2026.»



→ Écouter l'interview

3 questions à Stephan Hagenbuch

Directeur

L'IP Lait a dû prendre des décisions difficiles à la fin de l'année 2025. Comment est-on parvenu à s'accorder?

Pour les producteurs, il est rapidement apparu que des allègements étaient nécessaires sur le marché. Au sein du comité de l'IP Lait, cette appréciation ne s'est toutefois imposée qu'au second semestre, de sorte qu'il a été nécessaire de convoquer une assemblée extraordinaire des délégués. La pression croissante sur les volumes et le marché tout au long de l'année a finalement permis d'aboutir à un accord.

En décembre, lors de la fixation du prix indicatif A pour 2026, les producteurs ont soigneusement pesé le pour et le contre de différents scénarios. Ils ont délibérément opté pour la stabilité: moins 4 centimes sur 11 mois jusqu'à fin 2026. Ils ont voulu ainsi éviter le risque de devoir supporter deux réductions d'un montant total de plus de 4 centimes à partir d'avril.

Par ailleurs, les travaux préparatoires bien coordonnés du groupe des producteurs ont permis d'adopter une proposition relative à la valorisation des prestations climatiques. Il est regrettable que le commerce de détail n'ait pas encore donné de réponse ferme à la fin de l'année 2025.

L'agriculture est mise sous pression par les mesures d'économie de la Confédération. Comment la branche fait-elle face à ces défis?

Il est décisif que le monde agricole parle d'une voix unie, avec le soutien des interprofessions et de l'Union suisse des paysans. Ensemble, nous soutenons que les dépenses fédérales consacrées à l'agriculture sont restées stables en valeur nominale au cours des vingt dernières années. Il a été possible d'éviter des coupes dans le budget 2026. Dans le cadre du programme d'allègement 2027, la branche continue de se défendre avec véhémence. Il serait par exemple incompréhensible de couper dans la promotion des ventes tout en misant sur de nouvelles ouvertures de marchés comme le Mercosur. Il faut faire preuve de cohérence et de discernement.

Quelles sont les principales préoccupations de PSL en vue de la PA2030+?

Trois points sont au cœur de la PA2030+: le renforcement de la valeur ajoutée par une augmentation de 5 centimes du supplément pour le lait transformé en fromage, la réduction du trafic de perfectionnement actif au profit des matières premières laitières suisses et la défense du Swissness contre les importations.

Le but est de créer des conditions stables et une compétitivité durable. Une politique agricole moderne doit en outre contribuer à la sécurité alimentaire à long terme. La baisse continue du taux d'autosuffisance souligne l'urgence de la situation. L'étude Binswanger confirme cette analyse et soutient les revendications du secteur laitier.

Marché

Après un premier semestre calme, la seconde moitié de l'année a été très mouvementée. L'annonce de la hausse des droits de douane américains en été, combinée au franc fort, à la forte augmentation du volume de lait et à l'ajustement du niveau des prix internationaux ont créé une configuration très défavorable pour le marché laitier suisse. En automne, il a été décidé de commercialiser à nouveau du lait C à partir de janvier 2026.

Hausse de la production grâce au très bon fourrage

Le lait est un produit naturel, aspect qui a eu un impact très concret sur la situation du marché en 2025. La ration des vaches laitières suisses repose largement sur les fourrages grossiers. Or, les conditions ont été exceptionnellement favorables aux cultures fourragères et ont entraîné une forte augmentation de la production laitière au cours du second semestre.

À la fin de l'année, la production affichait une hausse de près de 10% par rapport à 2024. Les vaches n'ont pas seulement produit plus de lait, mais aussi un lait plus riche. La hausse de la teneur en protéines était particulièrement significative. Sur les 4592 t de protéines supplémentaires par rapport à 2024, 1375 t découlent de l'augmentation de la teneur.

À partir du mois d'août, la production laitière des pays voisins affichait également une nette hausse, qui a atteint 5,7% en décembre par rapport à 2024. Dans l'UE, cela s'est rapidement répercuté sur les prix.

Le taux de change entre le franc et l'euro (0.94 fr.), déterminant pour les exportations, s'est à nouveau détérioré (-0.02 fr. par rapport à 2024, moyenne des 12 mois). Le taux de change, comme le niveau des prix dans l'UE, est une variable des bases de calcul pour la formation des prix indicatifs de l'IP Lait.

Mesures de l'IP Lait

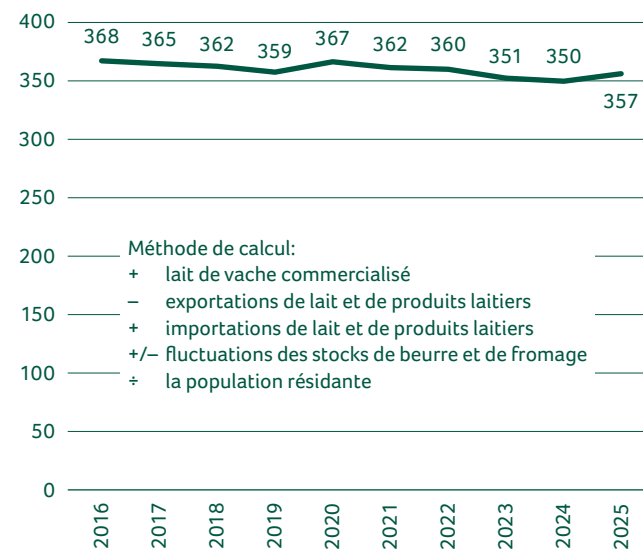
Les adaptations des règlements des fonds décidées en 2024 par l'IP Lait ont été concluantes. Les fonds ont contribué tout au long de l'année à délester le marché de la matière grasse lactique et à maintenir le prix du lait à un niveau constant.

Dès le mois d'août, il est apparu que d'autres mesures seraient nécessaires en raison des importantes livraisons de lait et des stocks de beurre. L'assemblée extraordinaire des délégués a donc décidé d'adapter le soutien à l'exportation de la matière grasse lactique dans les produits transformés. Le financement a pu

être assuré par les fonds dans un premier temps, mais il était clair que du lait C devrait être commercialisé à partir de janvier 2026. La vente de lait C doit être facultative et pouvoir être évitée en ne livrant pas le lait (p. ex. alimentation des veaux, production de broutards).

En décembre, la discussion sur le prix indicatif A a été très difficile. Le 15 décembre 2025, l'IP Lait a finalement décidé d'abaisser le prix indicatif A de 4 ct. pour l'établir à 78 ct. du 1^{er} février à fin 2026, celui-ci étant ainsi «gelé» pendant 11 mois. Les producteurs ont opté pour une solution qui garantit prévisibilité et stabilité jusqu'à fin décembre 2026, en éliminant le risque réel que le prix indicatif A baisse encore à partir du second semestre 2026.

Consommation globale de lait et de produits laitiers en Suisse



— Consommation par habitant (kg et année)

* Données provisoires

Après des années de stagnation de la consommation globale, le lait revient en force auprès des consommateurs-trices.



→ Plus de chiffres sur le marché du lait dans la **documentation**

Marché

Tendances dans la production

En 2025, 16 387 producteurs·trices de lait ont produit 3 432 957 t de lait destinées à la transformation dans les laiteries et les fromageries. La Suisse compte 372 exploitations en moins, soit une baisse de 2,2% par rapport à 2024.

29,7% du lait (contre 30,2% en 2024) provient d'exploitations produisant sans ensilage. La légère tendance au passage à l'affouragement avec ensilage s'est poursuivie en 2025. Le volume de lait d'ensilage a augmenté de 3,5% et celui de lait de non-ensilage de 1,3%.

La production de lait bio a augmenté de 10 401 t (3,8%), affichant toujours une part de 8,3%.

Près de la moitié du lait est transformée en fromage

En 2025, 45,0% du lait suisse a été transformé en fromage. Au deuxième rang des produits laitiers se trouve le beurre, qui représente 15,5% du lait transformé. Viennent ensuite le lait de consommation (10,4%), les conserves de lait (8,9%) et la crème de consommation (8,4%).

Les produits de laiterie (lait de consommation, crème de consommation, yogourt et autres produits de laiterie, y compris les glaces comestibles) affichent une évolution positive. Au total, 889 110 t de lait ont été transformées en 2025, soit une hausse de 22 468 t par rapport à 2024 (+2,6%).

Le Gruyère AOP est le fromage suisse le plus consommé, avec une quantité produite de 30 817 t (+506 t). Vient ensuite la mozzarella avec 26 012 t, qui, contrairement au Gruyère AOP, est fabriquée à partir de lait de centrale. Comme en 2024, le séré «riche en protéines» a enregistré la plus forte hausse avec 2285 t et atteint désormais 22 519 t.

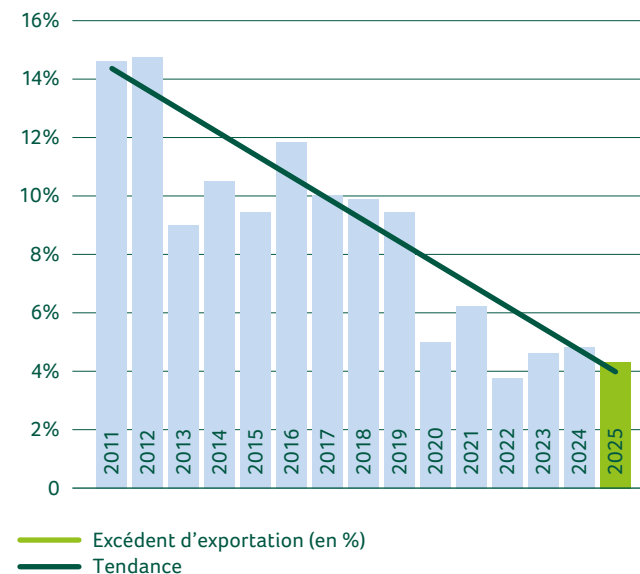
Importance du commerce extérieur

Les exportations se sont montées à 731 millions d'équivalents-lait entier (ELE), contre 583 millions d'ELE pour les importations, soit un excédent de 148 millions d'ELE (−15 millions d'ELE par rapport à 2024). Par rapport à la production laitière totale, l'excédent d'exportation s'élève à 4,3% (contre 4,9% en 2024).

Le lait est exporté surtout sous forme de fromage (47%) et de composants laitiers dans des produits alimentaires transformés (41%).

Les principaux produits d'importation sont le fromage (51%), les composants laitiers dans des produits alimentaires transformés (27%), les conserves de lait (10%) et le beurre (5%).

Baisse du taux d'auto-provisionnement



Exportations moins les importations en équivalents-lait, en % de la production laitière. Source: Agristat, TSM Solutions

En 2025, l'excédent d'exportation s'est élevé à 4,3%.

Marché

La quantité de fromage exportée a atteint 81084 t, dépassant de 716 t la quantité importée. Aussi bien les exportations que les importations ont augmenté de 2,2%. Les importations concernant surtout le fromage frais et à pâte molle et les exportations le fromage à pâte dure et mi-dure, la balance commerciale en ELE est plus clairement favorable aux exportations que si l'on considère la quantité absolue en tonnes.

Parmi les exportations, on notera l'augmentation de la catégorie «fromage frais, séré et mozzarella» (+2131 t) et le recul du Gruyère AOP (−968 t). Les exportations de fromage ont augmenté vers l'Italie (+1641 t) et l'Allemagne (+939 t) et ont diminué vers les États-Unis (−1612 t).

Prix du lait de centrale

En 2025, le lait de centrale, produit selon le standard sectoriel pour le lait durable suisse (Tapis vert), a été payé en moyenne 0.41 ct. de plus qu'en 2024. Le prix standardisé producteur PSP, calculé par PSL pour une livraison de lait de 180 000 kilos, a atteint 67.20 ct.

Au premier semestre, la variation a été d'environ +1.6 ct., notamment en raison de la hausse, jusqu'en juin, du prix indicatif A par rapport à 2024. Le prix a été mis sous pression au second semestre. En décembre, il était inférieur de 2.2 ct. à celui de 2024. Sur l'ensemble de l'année, la part de lait A a été globalement inférieure de 2,3% à celle de 2024. En novembre et décembre, lorsque la production de lait était élevée, la quantité de lait A achetée a été inférieure à 65%. Le lait B a été longtemps payé un peu plus qu'en 2024. En décembre, la baisse des prix dans l'UE a toutefois mis sous pression les prix en Suisse également.

En fin d'année, le PSP du **lait de centrale bio** (moyenne des 12 mois précédents) a atteint 92.4 ct. (+1.2 ct. par rapport à 2024).

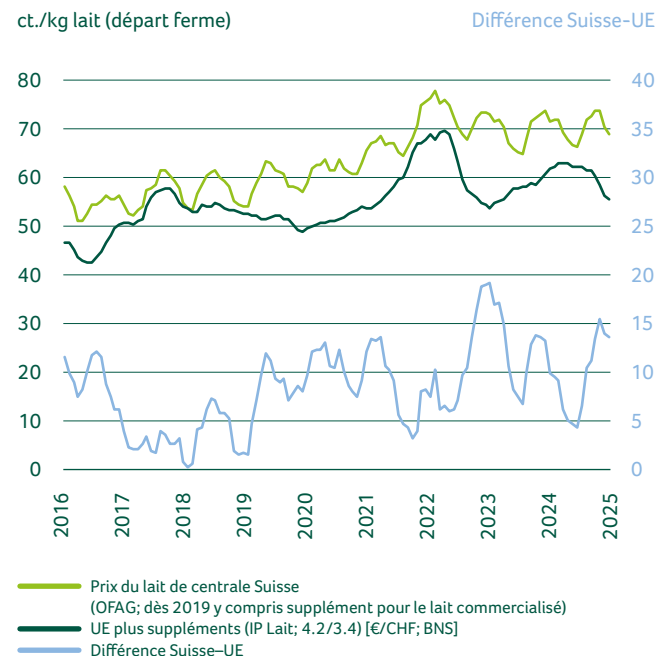
Légère hausse des prix du lait de fromagerie

En 2025, le lait de quelques variétés fromagères a été légèrement moins bien rémunéré qu'en 2024, alors que la majorité ont profité d'une petite augmentation. Franco fromagerie, le prix a atteint en moyenne 85.0 ct. (+1.22 ct. par rapport à 2024). La différence entre le lait produit sans ensilage¹ et le lait de centrale² a augmenté de 0.6 ct. pour atteindre 17.4 ct.

¹ Prix effectifs des annonceurs du prix du lait dans le cadre de la surveillance du prix du lait de PSL, y compris le supplément de non-ensilage

² OFAG

Prix du lait de centrale Suisse et UE (+LTF)



Sur le marché laitier suisse semi-ouvert, l'influence du marché européen est grande. En 2025, la différence de prix entre la Suisse et l'UE pour le lait de centrale, corrigée des suppléments, était de 9.5 ct. en moyenne («Swissness»).



→ Plus d'informations
sur le **prix du lait**
dans la documentation

Organisation du marché / protection douanière



Libre-échange du fromage avec l'UE

Depuis 2007, le fromage peut être échangé sans droits de douane entre les pays de l'UE et la Suisse. Le supplément pour le lait transformé en fromage de 15 ct. par kilo (y compris le supplément pour le lait commercialisé) sert de compensation/protection minimale pour la production laitière suisse. Depuis 2013, les importations de fromage de l'UE ont dépassé les exportations vers l'UE.



Contrat-type et segmentation

Le contrat-type relatif à l'achat de lait de premier et deuxième échelon et à la segmentation règle la classification du lait, comme matière première, en segments en fonction du produit de vente fabriqué et permet des prix du lait plus élevés pour les produits destinés au marché intérieur. En 2025, le Conseil fédéral a prolongé de quatre ans la force obligatoire générale du contrat-type (art. 37 LAgr).

- **Lait A:** produits laitiers à forte valeur ajoutée (protégés et soutenus).
- **Lait B:** produits laitiers soumis à une plus forte concurrence (non protégés et non soutenus), y compris le lait de centrale transformé en fromage pour l'exportation.
- **Lait C:** produits de régulation ou de dégagement sans aide.



Fonds de l'IP Lait

L'Interprofession du lait gère les fonds «Réduction du prix de la matière première pour l'industrie alimentaire» et «Régulation». Les producteurs de lait financent des réductions du prix de la matière première pour l'exportation par un montant de 5 ct. par kilo de lait non transformé en fromage. Avec des contributions verticales en complément, l'industrie alimentaire peut ainsi acheter à des prix compétitifs, sans trafic de perfectionnement, de la poudre de lait suisse qui sera exportée en chocolat, par exemple.



Principales bases légales

- Protection douanière conforme à l'OMC, assortie de restrictions, pour le lait et les produits laitiers (sauf accord de libre-échange avec l'UE pour le fromage).
- Suppléments pour le lait transformé en fromage, de non-ensilage et pour le lait commercialisé.
- Promotion de la qualité par le contrôle du lait.
- Soutien de la Confédération à la promotion des ventes et la force obligatoire générale (art. 9 LAgr) pour les contributions destinées à la promotion des ventes.
- Prescriptions générales concernant les contrats d'achat de lait.
- Obligation d'enregistrer et d'établir des rapports.
- Activités de recherche, en particulier sur les cultures fromagères et l'assurance qualité du lait.



«À long terme, la branche devra mieux gérer les fluctuations liées au climat en tirant les enseignements de 2025.»



→ Écouter l'interview

3 questions à Micaël Müller

Responsable du département Économie et marchés

Comment le marché du lait a-t-il évolué au cours de l'année écoulée?

L'année 2025 a été marquée par une nette expansion de la production laitière, tant en Europe qu'en Suisse. À l'échelle mondiale, la production a augmenté d'environ 2,3% par rapport à l'année précédente en raison des conditions météorologiques favorables et de l'excellente qualité du fourrage dans de nombreuses régions. Cette hausse a entraîné un effondrement des prix sur les marchés internationaux des matières premières.

La Suisse n'a pas échappé à cette dynamique: les bonnes conditions météorologiques y ont provoqué une hausse d'environ 2,8% de la production laitière par rapport à son niveau de 2024. Cette évolution a été particulièrement marquée entre août et décembre, période au cours de laquelle l'augmentation des livraisons de lait a culminé à 9% par rapport à 2024.

Le manque de capacités de transformation à court terme et les possibilités d'exportation limitées ont alors entraîné une pression considérable sur les prix. Pour stabiliser rapidement le marché, il a fallu avoir recours au lait C et exporter la matière grasse lactique. Parallèlement, différents acteurs de la branche ont lancé des appels à réduire la production.

Comment faire pour que le marché suisse redevienne stable?

La production laitière suisse repose en grande partie sur les herbages: 87% de la ration fourragère est composée de

fourrage grossier. La production est donc étroitement liée aux conditions naturelles, qui ont été exceptionnellement bonnes en 2025. Si ces conditions ne se répètent pas en 2026, il faudra escompter un recul des volumes à partir de l'été. En outre, la branche profitera de l'effet différé des mesures de réduction mises en place.

À long terme, la branche devra mieux gérer les fluctuations liées au climat en tirant les enseignements de 2025. Si les exploitations doivent gagner en résilience, il faut également disposer d'instruments de gestion plus efficaces afin de juguler les futures crises. Il est enfin indispensable de réduire rapidement les importants stocks de beurre et de poudre de lait.

Comment les producteurs·trices de lait de fromagerie font-ils face aux défis du marché?

En plus de l'évolution des volumes, la branche a également été confrontée aux incertitudes géopolitiques et monétaires en 2025. Cette situation est d'autant plus délicate qu'il faut une gestion très fine des volumes et des stocks pour que les fromages de sorte soient disponibles en quantité suffisante, avec la qualité attendue et au bon stade d'affinage.

Les interprofessions et organisations sectorielles constituent à cet égard des alliées essentielles pour relever les défis du marché. Parmi les éléments décisifs, citons la confiance mutuelle, des responsabilités clairement définies tout au long de la chaîne de création de valeur et une stratégie cohérente axée sur les consommateurs·trices.

Production laitière

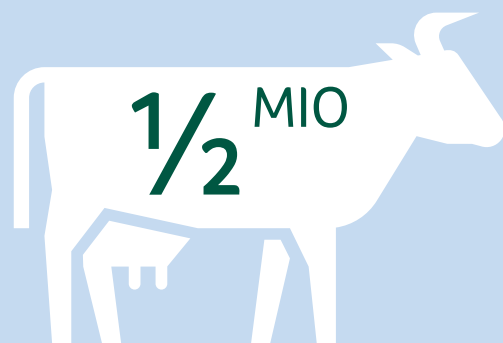
En 2025, 16387 exploitations ont produit 3432956 tonnes de lait, soit une hausse de 2,8%.

2023	17164
2024	16759
2025	16387

16387

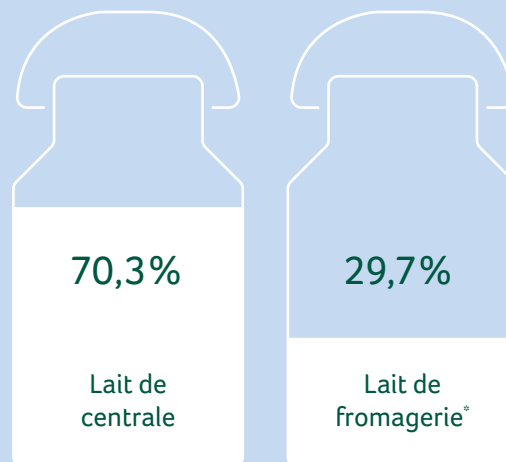
Nombre d'exploitations

Variation par rapport à 2024: -2,2%



499 712 vaches sur les exploitations laitières

Variation par rapport à 2024: -0,5%



3,43 mio

Tonnes de lait produites

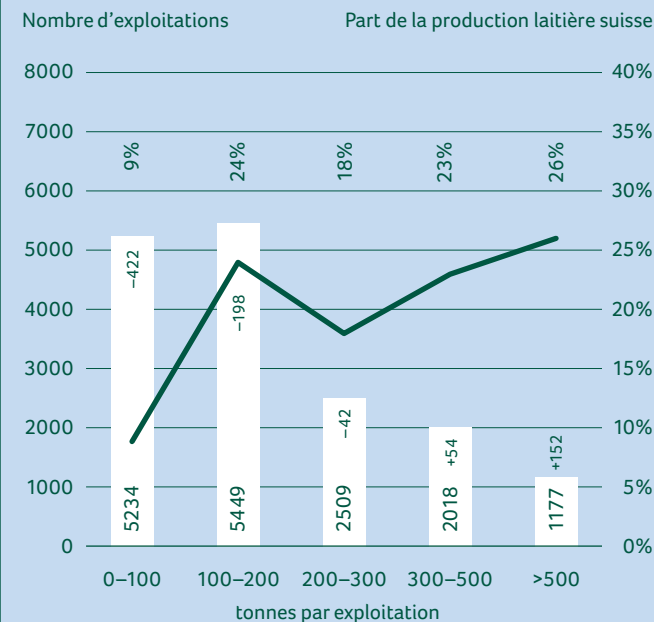
Variation par rapport à 2024: +2,8%

* Affouragement sans ensilage

203t

Quantité de lait moyenne produite par exploitation

Variation par rapport à 2024: +5,1%



Taille des exploitations et quantité de lait

— Nombre d'exploitations (variation par rapport à 2024)
— Part de la production laitière suisse

6870kg

Quantité de lait par vache

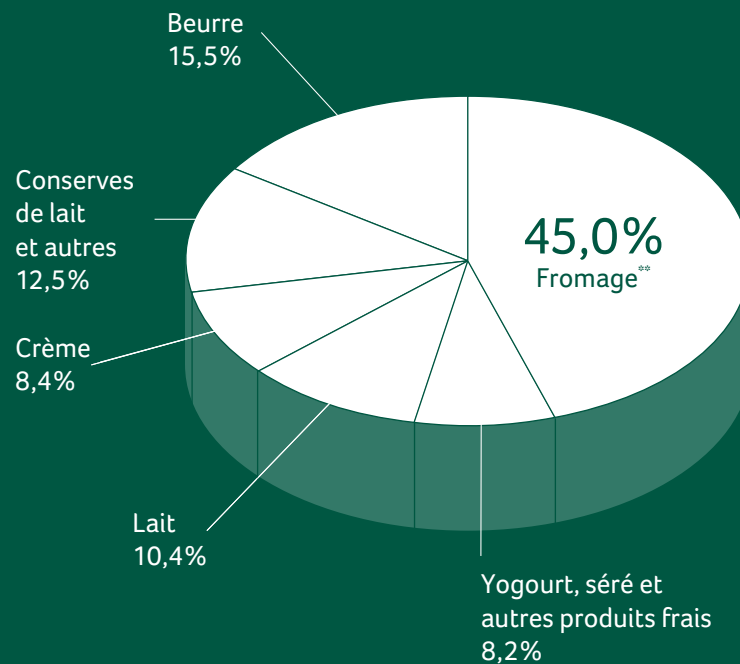
Variation par rapport à 2024: +3,3%

Transformation du lait

Le fromage est le principal produit de l'économie laitière suisse, et de loin. Environ 45% du lait est transformé en fromage.

Transformation du lait 2025

Répartition des produits issus de la transformation du lait, en équivalents-lait (EL)*



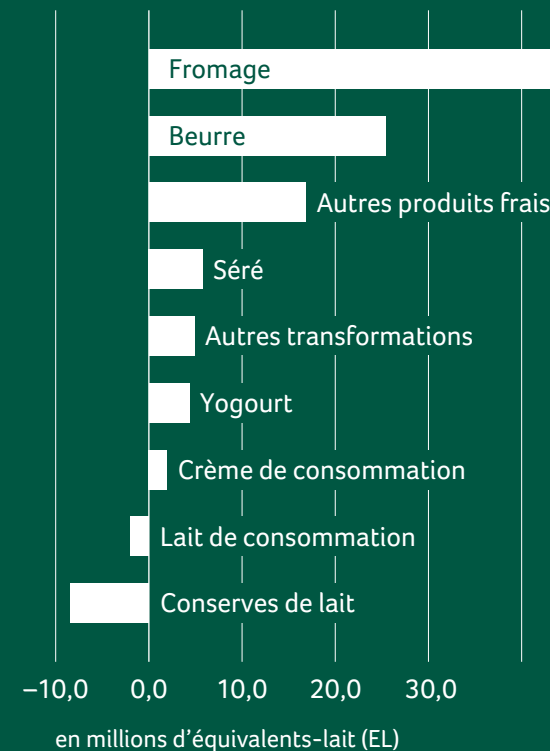
* Un équivalent-lait (EL) correspond à la quantité de protéine et de matière grasse d'un kilo de lait.

** Avec environ 50% de lait de fromagerie et 50% de lait de centrale

Transformation du lait

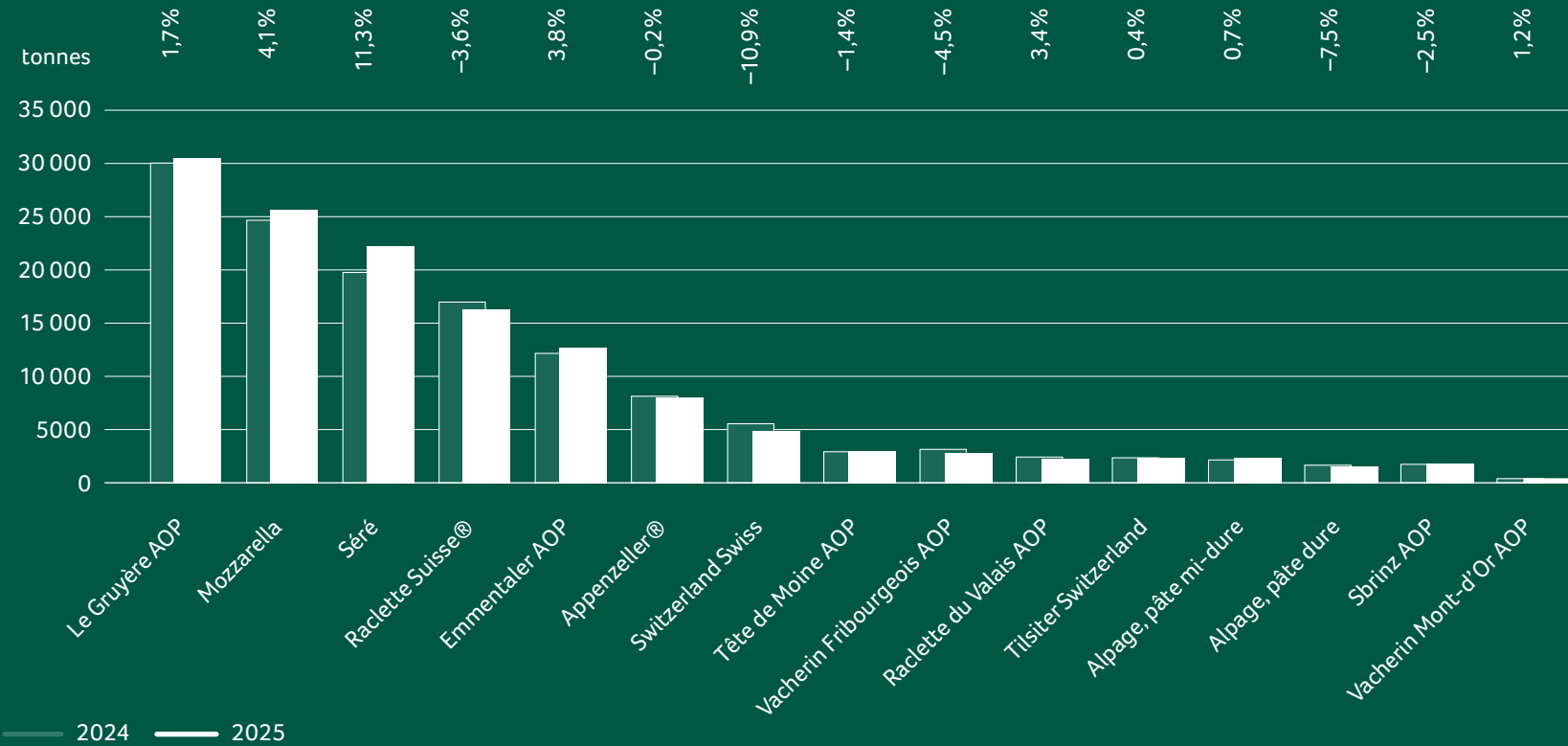
Variation entre 2024 et 2025

Production excédentaire: +93,4 millions d'EL ou +2,80%



Production fromagère

Production de variétés de fromages sélectionnées en 2024 et 2025



Marketing

Durant l'exercice 2025, Swissmilk a axé sa communication sur les trois champs stratégiques que sont la santé, le plaisir et la durabilité. Ces thèmes constituent la base stratégique et le cadre communicationnel de toutes les activités publicitaires de Swissmilk. Ils reflètent les atouts centraux du lait et des produits laitiers suisses et permettent de présenter leur rôle polyvalent de manière objective, compréhensible et crédible.

Alors que les questions en matière d'alimentation, les modes de production et les enjeux de durabilité sont de plus en plus au cœur du débat public, Swissmilk assume, dans le cadre de la promotion des ventes, un rôle de médiateur entre l'agriculture, les milieux spécialisés et la société, c'est-à-dire les consommateurs·trices. La nouvelle recommandation alimentaire de deux à trois portions de produits laitiers par jour émise par l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires et la Société Suisse de Nutrition SSN confirme leur importance comme partie intégrante d'une alimentation équilibrée. Ces recommandations appuient la position de Swissmilk en matière de communication et soulignent l'importance nutritionnelle du lait et des produits laitiers pour tous les groupes d'âge. Dans ce contexte, Swissmilk axe sa communication sur les avantages des produits et la transmission de connaissances utiles aux consommateurs·trices pour planifier leur alimentation au quotidien.

Évolution positive de la consommation en Suisse

Le lait et les produits laitiers ont connu une progression très positive dans le commerce de détail suisse. Les chiffres de la consommation ont atteint des valeurs qui n'avaient plus été observées depuis longtemps. Certaines catégories comme le séré (+14,9%) et le fromage (+4,5%) ont connu une croissance particulièrement dynamique. Cette évolution s'inscrit dans un contexte mondial marqué par un intérêt croissant pour une alimentation riche en protéines, saine et équilibrée. La production laitière suisse a, en outre, fortement augmenté en raison de conditions fourragères favorables, de sorte que les quantités produites ont dépassé la demande en fin d'année. Pour Swissmilk, cela implique de mettre encore plus en lumière les atouts qualitatifs du lait et des produits laitiers suisses. La qualité nutritionnelle, l'ancrage régional, les modes de production durables et, bien entendu, le plaisir sont au cœur de cette démarche.



Boris Beuret (président de PSL) en action lors de la Journée du Lait Suisse

Proximité et expériences

Le contact direct avec le public reste un élément central de la communication de Swissmilk. La présence à différentes manifestations, événements sportifs, foires grand public et festivals permet de faire découvrir le lait suisse dans des contextes qui associent plaisir, exercice physique et information. La Journée du Lait Suisse, par exemple, est devenue l'un des principaux événements. Une centaine de sites dans tout le pays ont permis la rencontre entre producteurs·trices, consommateurs·trices et partenaires. Ces manifestations se sont distinguées par une grande diversité d'activités, allant de dégustations de produits et de stands d'information à des échanges avec les paysans et paysannes. À cette occasion, plus de 100 000 portions de lait ont été distribuées.

Les manifestations sportives comme les courses à pied ont à nouveau offert la possibilité de présenter le lait suisse dans le contexte de l'exercice physique et de la récupération. Le lait est bien établi comme boisson de récupération et apprécié par les participant·es autant que par les spectateurs·trices. Lors de ces manifestations, Swissmilk a mis l'accent sur le lien entre performance, plaisir et récupération naturelle.



Une délicieuse collation dans une boîte à récré personnalisée

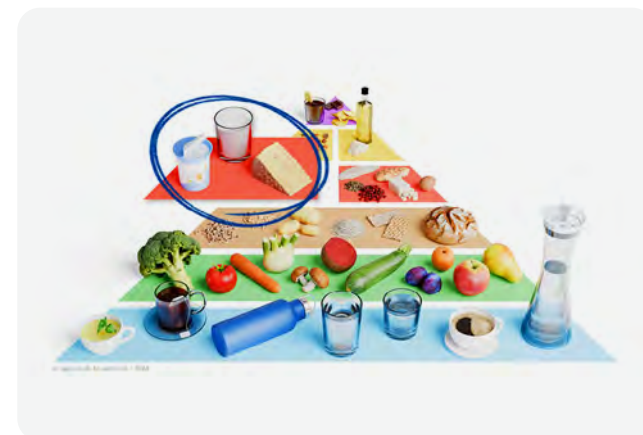


Journée du lait à la pause: toute la classe à la ferme

Engagement pour les familles et les enfants

Les familles et les enfants restent des groupes cibles importants. Des formats tels que l'UBS Kids Cup et d'autres activités destinées aux enfants permettent d'encourager l'exercice physique en l'associant de manière ludique aux thèmes de l'alimentation et de la santé au quotidien. En complément, Swissmilk a mis sur pied l'action «boîte à récré», qui mettait l'accent sur les collations équilibrées. À travers des idées de recettes simples et adaptées au quotidien, Swissmilk a montré qu'une collation peut être à la fois saine et délicieuse. Cette communication avait pour but d'inspirer les parents et les éducateurs·trices, tout en renforçant l'éducation à l'alimentation.

Depuis plus de deux décennies, la Journée du lait à la pause apporte joie et plaisir à la récréation dans les écoles et les fermes suisses. Fin octobre 2025, de nombreuses femmes rurales, parents, enseignant·es et autres bénévoles ont servi du lait à quelque 245 000 enfants, de la crèche à la 11^e HarMoS, leur permettant ainsi de savourer une portion de ce produit local. Un grand merci à l'USPF pour son engagement de longue date en faveur du lait suisse!



Le lait et les produits laitiers, partie intégrante de la pyramide alimentaire

Aborder la question de la santé

Dans le domaine de la santé, Swissmilk a misé sur des informations spécialisées combinées à une large présence médiatique. Des publipreportages sur des sujets tels que les nouvelles recommandations alimentaires, le rôle des protéines lactiques dans la formation musculaire et l'importance du calcium pour la santé des os ont été publiés dans des médias imprimés et en ligne à forte audience. Les valeurs nutritives et les nutriments du lait et



Campagne sur les herbages: Lovely dans les villes suisses

des produits laitiers ont également été largement abordés. Ces articles mettaient en relation les connaissances scientifiques avec des conseils pratiques pour le quotidien, et montraient comment intégrer le lait et les produits laitiers dans une alimentation équilibrée. En complément, des campagnes numériques, incluant des vidéos explicatives, ont atteint une grande portée.

Un calculateur de besoins protéiques, ainsi que des contenus thématiques et spécialisés ont offert aux utilisateurs la possibilité d'explorer individuellement des

questions spécifiques. Les symposiums de Swissmilk ont en outre permis aux professionnel·les de l'alimentation et de la santé d'échanger sur des thèmes spécialisés et de transmettre les dernières avancées scientifiques.

Rendre la durabilité visible et compréhensible

La durabilité est restée un thème central de la communication. La campagne sur les herbages 2025 a mis en avant l'importance des prairies et des pâturages comme base écologique de la production laitière suisse. Une combinaison de publicité extérieure, de spots télévisés, de mesures numériques et de publireportages a permis d'expliquer pourquoi les herbages sont bien plus qu'une simple étendue d'herbe. Le standard sectoriel swissmilk green a également été thématiqué et présenté sur des affiches dans le cadre des World Cheese Awards.

Swissmilk a continué à développer sa présence sur les réseaux sociaux et compte désormais plus de 250 000 abonné·es sur Instagram, TikTok et Facebook, ce qui en fait l'une des plus grandes actrices de la communication suisse en matière de durabilité. Les campagnes payantes ont permis de communiquer à un public élargi des thèmes nécessitant des explications, comme le bien-être animal, le programme SRPA ou l'économie circulaire. Des formats comme « À la ferme » et des vidéos explicatives ont offert des éclairages approfondis et incité à se pencher sur les questions complexes liées à la durabilité.

En complément, Swissmilk a poursuivi les discussions entre expert·es. Dans ce format vidéo, des spécialistes et des producteurs·trices ont abordé les aspects centraux d'une production laitière durable et ont présenté différentes perspectives sur la manière de concilier responsabilité écologique et conditions économiques. En 2025, les entretiens ont porté sur le bien-être animal, les stratégies des exploitations laitières suisses, l'affouragement et les herbages.

→ Plus d'informations sur le sujet dans le chapitre Durabilité

Marketing



Swissmilk Planets: Lovely aux salons dédiés au gaming



Succès du format culinaire avec Nico et Noah

Transmission ludique des connaissances

Le jeu en ligne Swissmilk Planets a de nouveau constitué un élément innovant de la communication numérique. La version 2.0 a associé des éléments ludiques avec des contenus approfondis, permettant au groupe cible d'explorer de manière interactive des thèmes comme la production laitière, l'entretien des prairies et la durabilité. Les utilisateurs·trices pouvaient se glisser dans le rôle de la vache Lovely, visiter des mondes virtuels, répondre à des questions et se familiariser avec les enjeux de la production laitière. Au total, les joueurs·euses ont répondu à plus de 2 millions de questions en 2025. Grâce aux améliorations apportées au processus de démarrage, à la convivialité et à la stabilité technique, Swissmilk Planets a enregistré une utilisation nettement plus élevée et des durées de visite plus longues que la version précédente. En outre, le jeu a été présenté lors de salons comme Fantasy Basel et Polymanga, ce qui a permis à Swissmilk d'atteindre des groupes cibles jeunes et de communiquer sur le thème de la durabilité d'une manière moderne et accessible. Une note positive: une fois de plus, une campagne suisse s'est hissée en finale des trois meilleures publicités au monde pour le lait. La campagne Swissmilk Planets a été présentée à la finale du Sommet mondial du lait de la FIL en octobre 2025, à Santiago du Chili. Une performance remarquable de l'équipe Swissmilk.

Le plaisir au quotidien

Le plaisir est une importante voie d'accès au lait et aux produits laitiers suisses et reste un pilier important de la communication de Swissmilk. À travers différentes campagnes saisonnières, Swissmilk a donné des impulsions ciblées et illustré la diversité d'utilisation des produits laitiers au quotidien. La base de données de recettes de Swissmilk a également joui d'une grande popularité en 2025 avec près de 80 millions de sessions. Elle est une source d'inspiration pour une cuisine régionale et de saison et un point de contact important pour atteindre les consommateurs·trices à travers des situations d'utilisation concrètes.

Swissmilk a en outre réalisé un format culinaire avec les influenceurs Nico Franzoni et Noah Bachofen. Six vidéos de recettes ont rencontré un large écho, notamment sur TikTok et Instagram, et ont suscité de nombreuses réactions. Au total, elles ont cumulé près de 17 000 likes sur les deux plateformes. Leur diffusion sur YouTube a permis d'élargir la portée et a confirmé le potentiel du format à transmettre le plaisir de cuisiner de manière moderne et adaptée au groupe cible. Le format a été tourné dans la nouvelle cuisine de Swissmilk à Gümliigen.



Une visibilité accrue pour swissmilk green dans les fermes

Visibilité jusqu'à la ferme

Le panneau de ferme swissmilk green a permis de renforcer la visibilité du standard sectoriel commun. Plus de 1800 exploitations laitières réparties dans toute la Suisse ont contribué activement à rendre visible, dans l'espace public, une production respectueuse du standard commun. Ces panneaux de ferme sont plus que des points de repère pour les consommateurs·trices: ils incarnent le dialogue entre l'agriculture et la société et montrent que les normes de durabilité sont appliquées dans la pratique.

La logistique Swissmilk: fiabilité en arrière-plan

Une grande diversité d'activités nécessite une infrastructure logistique performante. En 2025, Swissmilk a continué à approvisionner en équipements et en produits les producteurs·trices, les partenaires et elle-même. Cette prestation, souvent peu visible, constitue la base de la présentation professionnelle du lait suisse lors d'événements les plus divers, qu'il s'agisse de foires, de petites manifestations dans des fermes ou de festivals.

Mesurer et développer l'impact

Toutes les mesures ont été accompagnées par des études de marché et un controlling rigoureux. Les résultats sont directement intégrés dans le développement des formats et des campagnes. Swissmilk assure ainsi que les ressources sont utilisées de manière ciblée et que la communication reste pertinente à long terme. Les chiffres clés concernant la portée, les interactions et les valeurs de perception montrent que l'orientation stratégique est efficace et peut être développée en permanence.

Perspectives

Swissmilk a connu une année 2025 intense, avec une forte présence et un impact clair. Cet exercice était aussi le dernier de la période stratégique précédente. L'accent mis sur la santé, le plaisir et la durabilité s'est avéré être une base solide pour la communication et sera poursuivi en 2026 dans le cadre de la stratégie adaptée. Grâce à une large palette d'activités, à un fort ancrage dans le quotidien des personnes, à une nouvelle campagne globale et à sa capacité à rendre compréhensibles des thématiques complexes, Swissmilk apporte une contribution importante au dialogue entre l'agriculture et la société, ainsi qu'à la popularité à long terme de la production laitière suisse.



→ Plus d'informations
sur le site de **Swissmilk**



«swissmilk green représente une promesse de qualité crédible qui peut être valorisée à l'échelle internationale.»



→ Écouter l'interview

3 questions à Stefan Arnold

Responsable du département Marketing

Comment a évolué la consommation de lait et de produits laitiers en 2025?

En 2025, la consommation de lait et de produits laitiers a connu une évolution positive dans de nombreux pays. Le commerce de détail suisse a également affiché une dynamique qui n'avait plus été observée depuis longtemps. Parmi les moteurs de cette évolution, on trouve l'attrait croissant pour une alimentation riche en protéines et équilibrée ou le besoin accru d'aliments naturels et peu transformés. La progression du lait de consommation est notamment réjouissante, car on constate une tendance positive pour la première fois depuis longtemps. Le lait et le beurre suisses sont de nouveau plus appréciés. En outre, le beurre a gagné des parts de marché par rapport à la margarine. La confiance dans l'origine, la qualité et le mode de production joue ici un rôle essentiel.

Où voyez-vous un potentiel pour «swissmilk green» à l'étranger?

Depuis début 2024, la Suisse produit, commercialise et transforme du lait selon le standard sectoriel «swissmilk green» exclusivement. La totalité du lait suisse répond ainsi à cette norme. Nous voyons un grand potentiel à l'exportation, d'une part grâce à ce niveau de qualité élevé et généralisé, et d'autre part grâce à la force des marques suisses. La qualité, la sécurité et la confiance sont essentielles, en particulier dans le domaine du fromage et des produits transformés comme les aliments pour bébés. «swissmilk green» rend ces atouts visibles et représente une promesse de qualité crédible qui peut être valorisée à l'échelle internationale.

→ Plus d'informations sur «swissmilk green» dans la vidéo «swissmilk green goes international»

Quels sont les canaux et les instruments que Swissmilk considère comme les plus efficaces pour le marketing générique?

Le choix des canaux dépend fortement des objectifs de chaque campagne. Dans son marketing générique, Swissmilk mise sur un équilibre entre portée, pertinence et continuité. Les canaux à large diffusion tels que la télévision, les vidéos en ligne et les formats d'affichage numérique restent importants pour assurer la présence et la familiarité de la marque. En outre, les réseaux sociaux, le marketing de contenu ou les publipportages permettent d'approfondir les thématiques en fonction des groupes cibles. La coordination étroite des mesures et un mix média doté d'une large assise constituent des facteurs de réussite décisifs.

Axes thématiques

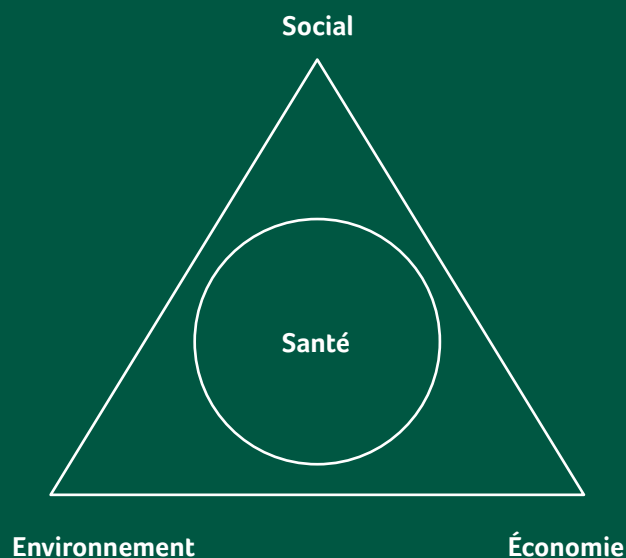
32	Durabilité
35	Les producteurs et productrices de lait au cœur de notre action
38	3 questions à Christa Brügger

Durabilité

La durabilité consiste à préserver les ressources, à réduire les émissions et à utiliser au mieux les cycles naturels, aujourd'hui et dans l'optique des générations futures. Pour la production laitière, cela signifie prendre en compte de manière équilibrée les aspects écologiques, économiques et sociaux.

La **dimension écologique** comprend notamment les effets sur le climat et l'environnement tels que les émissions de gaz à effet de serre, les cycles des nutriments, la biodiversité ainsi que la gestion responsable de l'eau et des sols. La **dimension économique** vise à assurer la viabilité à long terme des exploitations: revenus stables, capacité d'investissement, efficacité et résilience. La **dimension sociale** englobe des conditions de travail équitables, le bien-être animal, la sécurité au travail, l'ancrage régional et la reconnaissance de la production laitière par la société.

En outre, une production laitière durable doit contribuer à l'approvisionnement de la population en denrées alimentaires saines et de qualité. Cela implique d'assurer la qualité et la sécurité des produits tout au long de la chaîne de création de valeur. Dans le cadre d'un régime alimentaire varié, les produits laitiers fournissent des protéines de qualité, des vitamines et des minéraux essentiels sous une forme facilement disponible. Cette contribution à une alimentation équilibrée doit également être prise en compte dans les réflexions sur la durabilité.



La durabilité est un processus d'amélioration continu basé sur des faits scientifiques, la pratique et la coopération. Les producteurs·trices de lait assument chaque jour leur responsabilité vis-à-vis des animaux, de l'environnement et de la qualité des produits. PSL rassemble les connaissances, rend visibles les développements et les valeurs ajoutées, promeut des instruments adaptés à la pratique et renforce le dialogue au sein de la filière.

Sur le plan organisationnel, le thème de la durabilité est ancré chez PSL au niveau tant opérationnel que stratégique. Une équipe interne de spécialistes mène des projets centraux. Depuis 2020, un groupe de pilotage transversal se réunit en outre régulièrement afin d'identifier et de hiérarchiser les thématiques et de préparer les décisions stratégiques. Depuis 2025, les thèmes et projets liés à ce domaine sont par ailleurs discutés avec des producteurs·trices de lait au sein de la commission Durabilité.

Thèmes et projets choisis

Engagement pour le bien-être animal

Pour les producteurs·trices suisses de lait, le bien-être animal est bien plus qu'une obligation légale: il fait partie de leur identité. Ils s'engagent pour des animaux en bonne santé et des conditions d'élevage responsables, contribuant ainsi de manière essentielle à une branche laitière durable.

Le bien-être animal n'est pas un état figé; il évolue en fonction des nouvelles connaissances, des avancées technologiques et des pratiques de gestion. C'est un point important, car un niveau élevé de bien-être animal renforce l'acceptation sociétale de la production laitière.

PSL s'est notamment engagée en 2025 dans des projets sectoriels visant à réduire les antibiotiques ainsi que dans la biosécurité, afin de mettre en œuvre des solutions efficaces et réalisables. Parallèlement, l'accent mis sur le bien-être animal a été soutenu par une transmission

Durabilité

ciblée de connaissances et une communication active auprès des consommateurs·trices. Une discussion entre experts réunissant un producteur de lait et une conseillère agricole, ainsi que de brefs portraits destinés aux réseaux sociaux ont mis en évidence les bonnes pratiques et donné un aperçu du quotidien des exploitations.

Une production adaptée aux conditions locales

L'utilisation des herbages est un atout majeur de la production laitière suisse. L'herbe, qui pousse aussi là où les grandes cultures sont impossibles ou limitées, peut être transformée en aliments de qualité par les ruminants. Environ 80% des surfaces agricoles en Suisse sont des herbages. En 2025, cette production adaptée aux conditions locales a été mise en valeur et expliquée à l'aide de publiereportages ciblés, de discussions entre expert·es, de vidéos et d'autres formats de communication.

«swissmilk green»: assurer la visibilité du standard de production suisse

«swissmilk green», le standard sectoriel du lait suisse, définit des exigences contraignantes pour la production laitière. Depuis 2024, seul le lait répondant à cette norme peut être commercialisé et transformé.

Avec «swissmilk green», le niveau d'exigence élevé de la production suisse est communiqué de manière transparente et compréhensible. En 2025, le standard a été expliqué de manière plus approfondie à l'aide de différents moyens de communication: une fiche d'information, une vidéo explicative ainsi que des affiches pendant les World Cheese Awards à Berne.



Regard d'experts sur le thème du bien-être animal.

FICHE D'INFORMATION SWISSMILK GREEN | 10/2025

Standard sectoriel swissmilk green

La législation suisse sur la protection des animaux est l'une des plus strictes au monde. Le standard sectoriel pour le lait suisse garantit en outre le bien-être des animaux.

2019 Le standard de production pour le lait durable suisse a été introduit en septembre 2019.

2024 Depuis début 2024, seul le lait répondant au standard sectoriel peut être produit, commercialisé et transformé en Suisse.

10 exigences de base

- 1 Programmes de bien-être animal de la Confédération**
Participation aux mises en place de programmes de bien-être animal de la Confédération.
A: Systèmes de stabilisation partiellement respectés des animaux (SST)
B: Soins réguliers en plein air (SRA) / Mise au pâturage (SMA) (SST)
- 2 Chaque vache porte un nom**
Chaque vache porte un nom enregistré dans le Banque de données sur le bétail des animaux (BDA).
- 3 Protection des veaux pendant 28 jours**
Les veaux restent au minimum 28 jours sous l'égouttement de lait.
- 4 Protection des animaux lors des expéditions**
Le règlement d'expédition de la Confédération de travail des éleveurs bovins suisses (CTEBS) est respecté lors des expéditions nationales.
(SST, SMA)
- 5 Restriction de l'abattage des vaches gestantes**
Les recommandations sont respectées.
- 6 Utilisation réfléchie des antibiotiques**
Les antibiotiques critiques ne sont administrés que sur autorisation vétérinaire.
- 7 Mesures de promotion de la biodiversité**
À travers la participation au programme PSE ou une réglementation équivalente.
- 8 Fourrage européen durable**
Les fourrages de soja et le soja sont issus d'une production durable.
(SMA, SMA, SMA pour le soja, 2025)
- 9 Fourrage sans huile ni graisse de palme**
- 10 Valeur nette des faibles**
Valeur nette: 14 heures.

8 exigences supplémentaires

- 1 Programmes de bien-être animal de la Confédération**
A: SST et SMA au pâturage (SST, SMA)
- 2 Production respectueuse de lait**
2 par jour de vie.
Région de montagne plus de 8 kg en moyenne pour le troupeau.
Région de montagne plus de 6 kg en moyenne pour le troupeau.
(SST, SMA)
- 3 Pas d'utilisation préventive d'antibiotiques chez les vaches laitières**
- 4 Recours à des méthodes de production complémentaires**
Les animaux atteints de maladies héréditaires sont éliminés par humanitarisme ou phytobrièvement.
- 5 Assurance**
Assurance.
Documentation de la rémunération de la main-d'œuvre familiale.
- 6 Entretien formation**
Assurance.
- 7 Formation continue du personnel de l'exploitation**
Au moins une demi-journée par année.
- 8 Taille à la ferme**
Région 1 à 3.
Au moins une fois par année.
(SST, SMA, SMA)

Source: participative et informations complémentaires: swissmilkgreen.com

swissmilk

«swissmilk green» résumé dans une fiche d'information

Durabilité

**Autoévaluation de la qualité de vie:
mesurer la durabilité sociale**

La durabilité est souvent associée en premier lieu aux enjeux climatiques et environnementaux. La dimension sociale est cependant tout aussi essentielle, surtout au niveau des exploitations. Une production laitière durable implique des exploitations où les personnes peuvent travailler avec plaisir et en bonne santé sur le long terme.

En octobre 2024, PSL a lancé «l'autoévaluation de la qualité de vie», ouverte à tous ses membres. Cet instrument leur permet de faire le point et aide les exploitations à identifier leurs points forts et leurs champs d'action. De nombreux participant·es ont accepté de mettre leurs données à disposition de manière anonyme pour une évaluation globale.

L'analyse réalisée en 2025 a montré une image contrastée. L'un des principaux enseignements est la fierté marquée des producteurs·trices de lait pour leur métier: la grande majorité des participant·es à l'autoévaluation considère que celui-ci a du sens. Autre effet positif sur le bien-être: la cohésion familiale. Parallèlement, près de la moitié des personnes interrogées jugent leur capacité d'investissement insuffisante. Seules 30% d'entre elles estiment leur situation financière bonne à très bonne. De plus, les difficultés rencontrées pour prendre des vacances et se faire remplacer ont un impact négatif sur la qualité de vie.



Analyse des résultats globaux de l'autoévaluation de la qualité de vie avec les différents domaines de la vie

**Calculateur d'empreinte climatique de l'IP Lait:
plus de transparence et de valorisation**

L'IP Lait a lancé le projet «Calculateur d'empreinte climatique» afin de déterminer l'empreinte carbone par kilogramme de lait au niveau des exploitations. Celui-ci crée une base solide pour la communication sur le lait suisse ainsi que pour des mesures de réduction ciblées tout au long de la chaîne de création de valeur.

Le calculateur d'empreinte climatique est un outil de gestion d'entreprise axé sur la pratique qui aide les producteurs·trices à chiffrer leurs émissions et à identifier des pistes d'amélioration. Les progrès réalisés en matière de climat ne doivent toutefois pas seulement être mesurés, mais aussi reconnus et les efforts supplémentaires indemnisés.

PSL a participé activement à ce projet en 2025, de sorte que le calculateur pourra être introduit à grande échelle en 2026. La branche contribue ainsi à renforcer sa compétitivité sur le marché international et à améliorer l'acceptation de la production laitière suisse par la société.

Les producteurs et productrices de lait au cœur de notre action

Les producteurs et productrices de lait sont au centre des préoccupations de PSL. Notre action quotidienne vise à leur apporter une réelle valeur ajoutée, en leur proposant des prestations sur mesure et des bases décisionnelles solides, et en défendant efficacement leurs intérêts. Nos collaborateurs et collaboratrices s'engagent à préparer des informations pertinentes, à identifier à temps les évolutions et à répondre aux questions et demandes de nos membres.

La proximité avec la base est essentielle pour PSL. Nous voulons comprendre la réalité de vie et de travail des producteurs·trices de lait, connaître leurs défis et y répondre de manière ciblée. Cette exigence se reflète également dans nos valeurs et dans notre vision:

«Le lait et les produits laitiers suisses sont à la pointe au niveau international grâce à des normes de production uniques et à une image positive, reposant sur la qualité et la tradition, le bien-être animal et la durabilité. La production laitière génère des revenus financiers pour les familles paysannes et permet aux exploitations de faire les investissements nécessaires.»

Les objectifs annuels de PSL sont axés sur une prestation de services optimale pour les producteurs·trices de lait.

Dans ce contexte, nous accordons une importance particulière aux échanges étroits avec nos organisations membres, car elles constituent le premier point de contact avec la base et sont un relais essentiel de PSL. Nous formons une seule unité et partageons la même orientation stratégique.

Les valeurs de PSL

- ✓ nous sommes le lait suisse
- ✓ qualité et innovation nous définissent
- ✓ nous prenons nos responsabilités
- ✓ nous avançons ensemble
- ✓ nous sommes compétents

Axes d'action, prestations et produits

PSL défend les intérêts des producteurs·trices suisses de lait ainsi que de leurs organisations locales et régionales sur le double plan de la politique économique et sociale. Il en résulte quatre axes d'action principaux:

- **Représentation des intérêts dans les sphères politique et économique**
PSL s'engage activement en faveur de conditions-cadres favorables et fiables en matière de politique agricole. Actuellement, l'accent est mis sur l'élaboration de la politique agricole 2030+. En étroite coordination avec des partenaires au sein de la branche ainsi qu'avec l'Union suisse des paysans, PSL s'implique dans les processus politiques selon le principe «l'union fait la force» et présente des positions et des revendications étayées. → voir le chapitre Politique
- **Marché laitier**
PSL observe en permanence et de manière approfondie le marché du lait en Suisse et à l'étranger. L'objectif est d'identifier à temps les changements sur le marché afin de réagir rapidement si nécessaire. Les prestations principales sont le rapport mensuel sur la situation du marché ainsi que le rapport mensuel de surveillance du prix du lait, qui créent de la transparence et permettent d'identifier les évolutions et les éventuelles irrégularités. Autre service pratique pour les producteurs·trices: PSL publie chaque semaine des recommandations de prix pour les veaux maigres.

La défense des intérêts englobe d'autres sujets pertinents pour le marché, comme le trafic de perfectionnement, qui est considéré comme un frein important au marché intérieur.

La présence de PSL au sein d'organes de pilotage centraux et d'organisations sectorielles – en particulier l'IP Lait – souligne son rôle actif dans l'orientation du marché laitier. C'est dans ces instances que sont notamment définis les instruments de segmentation et de régulation du marché.

Structure de financement de PSL inchangée depuis des années



**Défense
des intérêts**
0.170 ct./kg
pour les membres
de PSL

PSL
Fédération
regroupant 12 organi-
sations membres
Directeur:
Stephan Hagenbuch

- Défense des produc-
teurs·trices suisses
de lait sur les plans
politique, économique
et sociétal
- Surveillance du prix
du lait
- Observation du marché



**Marketing en
faveur du lait**
0.525 ct./kg
force obligatoire
générale

Swissmilk
Marketing générique
pour le lait suisse
Direction:
Stefan Arnold

- Renforcement de
l'image positive et du
capital sympathie
- Campagnes sur l'ali-
mentation, la santé, le
plaisir et la durabilité



**Marketing en
faveur du fromage**
0.200 ct./kg
force obligatoire
générale

**Switzerland Cheese
Marketing**
Organisation faitière
de la branche
fromagère suisse
Direction: David Escher
Le président de PSL,
Boris Beuret, est membre
du conseil d'admi-
nistration.

- Promotion des ventes
de fromages suisses
sur le marché national
et à l'étranger

Structure de financement de PSL

• Information et prestations

Pour PSL, il est essentiel d'informer nos membres de manière transparente, rapide et directe. Différents moyens de communication sont à disposition: la newsletter mensuelle des producteurs·trices, les journées régionales d'information en automne favorisant les échanges directs, ainsi que le Forum du lait annuel, une plateforme d'information, d'échange et de rencontre.

Parmi les prestations concrètes proposées à nos membres figurent la mise à disposition annuelle de matériel marketing pour une valeur de 300 francs, la prise en charge des frais d'utilisation de la bd lait pour le «Tapis vert», de la cotisation annuelle variable à l'IP Lait et de la cotisation annuelle de 200 francs à Kometian, ainsi qu'un prix réduit sur les prestations fournies par Santé Bovins Suisse (SBS) ou Santé animaux de rente Suisse (NTGS). Le développement et l'élargissement de l'offre de prestations sont en cours.

• Marketing générique Swissmilk

Sous la marque Swissmilk, les producteurs·trices suisses de lait mènent depuis de nombreuses années un marketing générique performant en faveur du lait suisse. Une présence forte et continue sur le marché est importante pour faire face à la forte concurrence des boissons non alcoolisées, des alternatives végétales et des produits agricoles importés.

À l'aide de mesures variées, les spécialistes du marketing de Swissmilk veillent à assurer la présence du lait et des produits laitiers toute l'année auprès de tous les groupes cibles pertinents, à préserver leur image positive et à renforcer leur capital sympathie.

Les thèmes de la durabilité, de la santé et du plaisir sont abordés de manière ciblée pour informer, expliquer et inspirer. La vaste base de recettes, très appréciée, en constitue un élément central.

Projets stratégiques

PSL souhaite développer en permanence ses prestations et sa communication dans le but d'être encore plus proche des producteurs·trices de lait et de renforcer son utilité. L'année écoulée, deux thèmes stratégiques ont donc été définis: «Prestations pour nos membres» et «Communication avec la base».

Ces thèmes sont traités dans des groupes de travail en collaboration avec les organisations membres. L'objectif est de positionner PSL de manière plus visible, plus accessible et plus efficace. La question de l'utilité concrète pour nos membres est toujours au centre de nos réflexions.

En outre, des ateliers transversaux ont été organisés dans le domaine du fromage entre des producteurs·trices de lait et des organisations membres. L'objectif était de réunir les différents acteurs de la chaîne de valeur et de développer une vision commune pour l'avenir. Dans ce contexte, PSL se considère comme une force de cohésion et un trait d'union entre les différentes parties prenantes de la branche.

Financement

PSL tient à ce que les contributions des membres soient utilisées de manière transparente et efficace. Notre structure de financement est inchangée depuis de nombreuses années et se compose des contributions des membres, de fonds fédéraux pour le marketing en faveur du lait et de recettes provenant de prestations de service.

Les producteurs et productrices de lait au cœur de notre action

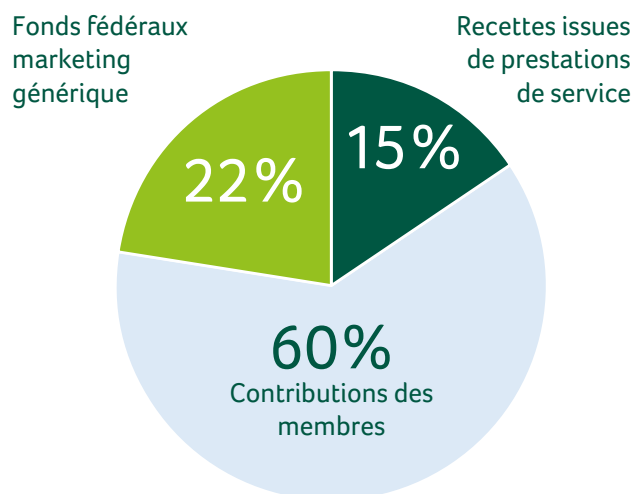
Les contributions des membres représentent un peu plus que 60% des recettes totales. Elles sont complétées par des fonds fédéraux affectés au marketing générique (env. 22%) ainsi que par des recettes issues de prestations de service (env. 15%). PSL parvient ainsi à pratiquement doubler chaque franc versé par les producteurs·trices de lait.

Du côté des dépenses, la part la plus importante (env. 80%) est consacrée au marketing générique, notamment en raison des fonds fédéraux affectés. Les fonds restants sont destinés aux tâches de la fédération. Environ la moitié de ces fonds sont versés à des tiers, par exemple sous forme de contributions à l'Union suisse des paysans, à des organisations sectorielles ou pour des projets spécifiques et des engagements politiques.

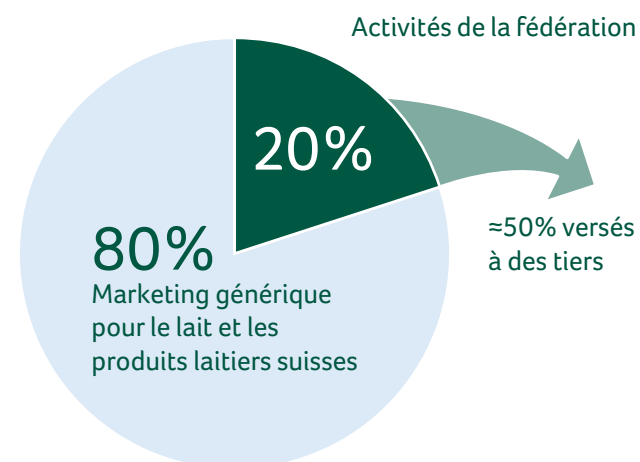
Environnement et réseau

Des relations solides avec les organisations partenaires et les parties prenantes sont essentielles pour PSL. En effet, une voix unie et des alliances fortes permettent de défendre plus efficacement les intérêts des producteurs·trices de lait. PSL s'engage ainsi activement au sein de diverses organisations et organes, dont l'Union suisse des paysans, les interprofessions du lait et du beurre (IP Lait / OS Beurre), diverses interprofessions fromagères ainsi que d'autres organisations agricoles, organes scientifiques et groupes de projet.

Provenance des fonds



Utilisation des fonds





«L'objectif est de parler d'une seule voix, d'exploiter les synergies et de représenter efficacement les intérêts des producteurs·trices de lait.»

3 questions à Christa Brügger

Responsable de la communication

Comment PSL défend-elle concrètement les quelque 16 000 producteurs·trices de lait?

PSL entend porter haut et fort la voix des producteurs·trices suisses de lait auprès des milieux politiques, économiques et de la société. Nous nous impliquons activement à tous les échelons de la politique agricole, notamment dans le dossier du moment, l'élaboration de la PA2030+. Aux côtés de nos partenaires au sein de la branche et de l'Union suisse des paysans, nous prenons clairement position sur les différents enjeux et défendons ensemble nos convictions.

Parallèlement, nous suivons de près l'évolution du marché laitier en Suisse et à l'étranger. Les instruments tels que le rapport mensuel sur la situation du marché ou la surveillance du prix du lait favorisent la transparence et permettent d'identifier rapidement tout changement. Ainsi, nous ne nous contentons pas de réagir: nous sommes au cœur de l'action. Au sein de l'IP Lait, par exemple, nous participons activement aux décisions stratégiques et mettons à la disposition des représentant·es des producteurs·trices les données essentielles à la négociation des prix.

Quelles prestations concrètes les producteurs·trices de lait peuvent-ils attendre de PSL?

Nous tenons particulièrement à fournir une information transparente et directe via différents canaux et lieux d'échange tels que la newsletter mensuelle, les journées régionales d'information ou le Forum du lait annuel. En outre, nous offrons de solides avantages financiers et professionnels: les membres reçoivent du matériel marketing, sont exemptés de certains frais et du paiement de la cotisation à Kometian, et profitent de prestations à prix réduit en matière de santé animale. Autre axe stratégique: le marketing générique sous la marque Swissmilk. Grâce à des campagnes sur la durabilité, la santé et le plaisir, nous renforçons la visibilité du lait suisse et son image positive sur le marché.

Comment PSL est-elle intégrée au sein de la branche? Comment fonctionne la collaboration?

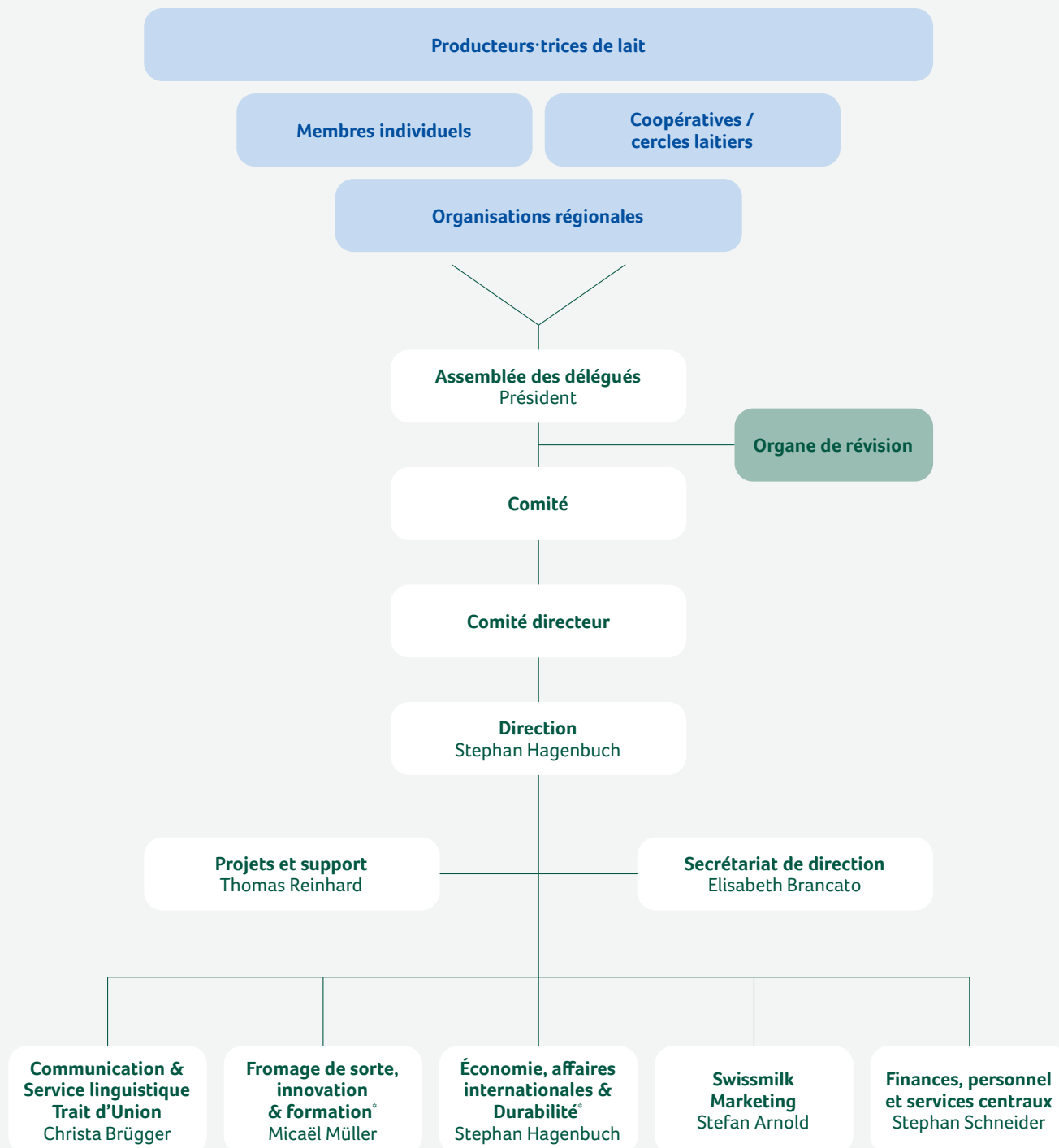
Nous accordons une grande importance à la coordination avec nos organisations membres, car elles représentent notre lien avec la base. Ensemble, nous formons un bloc uni autour d'une stratégie claire. En outre, PSL s'engage au sein de divers organes et organisations, dont l'Union suisse des paysans, les interprofessions du lait et du beurre ainsi que différentes interprofessions fromagères. Nous faisons également partie de comités scientifiques et de groupes de projet. L'objectif est de parler d'une seule voix, d'exploiter les synergies et de représenter efficacement les intérêts des producteurs·trices de lait.



→ Écouter l'interview

Organigramme de PSL

État au 31 décembre 2025



* Regroupés au 1^{er} janvier 2026 au sein du département Économie et marchés, sous la direction de Micaël Müller

Composition des organes

La composition du comité est valable pour la période statutaire 2023 à 2027.

Présidents d'honneur

Kern Hanspeter, Buchberg SH

Kühne Josef, Benken SG

Comité

Beuret Boris, Corban JU, président

Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 1^{er} vice-président

Neff Sepp, Appenzell Enggenhütten AI

Werder Urs, Ganterschwil SG

Dissler Lukas, Wolhusen LU

Grüter Thomas, St. Urban LU

Jenni Urs, Ins BE

Thomann Simon, Utzenstorf BE

Dummermuth Jürg, Thörishaus BE

Schlegel Sabrina, Oschwand BE

Ritter Markus, Ormalingen BL

Siegenthaler Remo, Niederbipp BE

Vetterli Daniel, Rheinklingen TG

Siegenthaler Daniel, Schangnau BE

Hirt-Sturny Mireille, Saint-Ours FR, 2^e vice-présidente

Nicolet Yves, Cottens FR

Benoit Marc, Romainmôtier VD

Bonjean Michel, Vouvry VS

Joly Eric, Saint-George VD

Balmelli Fabio, San Antonino TI

Organisation membre

VMMO

VMMO

VMMO

ZMP

ZMP

aaremilch

aaremilch

MM

MM

MIBA

MIBA

TMP

VBMC

FSFL

FSFL

PROLAIT

FLV

LRG

FTPL

Suppléants au comité

Preisig Alfred, Frümisen SG

Furrer Pirmin, Lucerne LU

Jungen Hansueli, Wimmis BE

Aeschlimann Werner, Wangen ZH

Gugger Andreas, Aesch BL

Krucker Kurt, Weinfelden TG

Nussbaum Niklaus, Wattenwil BE

Braillard Frédéric, Saint-Martin FR

Kern Anthony, Rossens VD

Theler Adrian, Susten VS

Dupraz Henri-Pierre, Soral GE

Dazio Michele, Fusio TI

Comité directeur

Beuret Boris, Corban JU, président

Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 1^{er} vice-président

Grüter Thomas, St. Urban LU

Hirt-Sturny Mireille, Saint-Ours FR, 2^e vice-présidente

Jenni Urs, Ins BE

Organe de contrôle

Balmer-Etienne AG, Berne

Direction

Hagenbuch Stephan, Marly FR, directeur

Arnold Stefan, Zurich ZH

Brügger Christa, Brittnau AG

Müller Micaël, Estavayer-le-Lac FR

Schneider Stephan, Rümligen BE

Présentation des organes



Assemblée des délégué·es

L'assemblée des délégué·es de PSL est l'organe suprême de la fédération des Producteurs Suisses de Lait (PSL). Elle est notamment chargée d'élire le président, les vice-présidents et les membres du comité. Elle fixe aussi le montant des contributions des membres.

- Assemblée: 16 avril 2025
- Délégué·es: 160

Thèmes et décisions

- Approbation de la demande de prolongation de la force obligatoire générale dans le domaine du marketing
- Élection de Lukas Dissler (ZMP), Eric Joly (LRG) et Markus Ritter (MIBA) au comité, de Kurt Krucker (TMP) et Adrian Theler (FLV) en tant que suppléants, ainsi que de Mireille Hirt comme 2^e vice-présidente de PSL
- Approbation des contributions (inchangées) pour la défense professionnelle et le marketing générique pour le lait et le fromage suisses dans le pays et à l'exportation



Comité

Le comité de PSL est composé du président, des deux vice-président·es et de 16 à 18 autres membres. Chaque organisation membre y délègue au moins un représentant·e (en général le président·e de l'organisation en question).

- Membres: 20
- Séances: 5

Thèmes et décisions

- Politique agricole: prises de position sur le train d'ordonnances agricoles 2025 et le programme d'allègement budgétaire 2027
- Participation à la campagne de votation «Non au diktat vegan» contre l'initiative sur l'alimentation
- Participation au groupe d'accompagnement PA2030
- Dossiers de l'IP Lait: position à l'intention du groupe de producteurs au sein du comité de l'IP Lait
- Mandat de développement de l'organisation de PSL avec accompagnement externe
- Discussion et adoption d'une stratégie visant à stabiliser le marché laitier
- Budget de la fédération: discussion et décision



Comité directeur

Le comité directeur se compose du président, des deux vice-président·es et de deux autres membres nommés par le comité parmi ses membres. Il prépare les dossiers du comité et fait des propositions.

- Membres: 5
- Séances: 7



Commission «lait de fromagerie»

La commission «lait de fromagerie» réunit les représentant·es de la production laitière au sein des organes des interprofessions. Elle favorise l'échange d'information et la formation d'opinion sur les thèmes concernant le lait de fromagerie et le fromage, tout en défendant les intérêts des producteurs·trices de lait de fromagerie sans ensilage.

-
- Membres: 21
 - Séances: 4



Commission de spécialistes du marketing

La commission de spécialistes du marketing évalue la stratégie et le budget de la communication générique sur le lait et les produits laitiers suisses à l'intention du comité. Celui-ci décide de l'utilisation des fonds sur proposition de la commission.

-
- Membres: 9
 - Séances: 2



Commission Durabilité

Formée en 2025, la commission Durabilité coordonne les discussions autour de la durabilité dans la production laitière et entretient un réseau de relations afin de tirer parti des synergies avec d'autres organisations, groupes de travail et projets poursuivant des objectifs et des approches similaires. Elle peut soumettre des propositions de décision au comité directeur ou au comité.

-
- Membres: 6 (dont 5 membres du comité)
 - Séances: 4



Commission Communication

Fondée en 2024, cette commission composée du président, du directeur et de la responsable de la communication s'occupe du développement de la stratégie de communication de la fédération, de la définition des messages clés ainsi que du positionnement. Parmi ses autres priorités figurent la communication interne et externe, les relations avec les médias, l'utilisation de canaux appropriés ainsi que la collaboration et la coordination avec des partenaires externes.



GI «production» de l'IP Lait

Le groupe d'intérêts «production» siégeant au comité de l'IP Lait représente les producteurs et productrices de lait de centrale. Ses activités comprennent notamment l'évaluation régulière de la situation du marché, la discussion de mesures visant à stabiliser le marché, comme l'utilisation des moyens présents dans les fonds de l'IP Lait, l'adaptation des règlements, l'introduction du lait C et la prise de décision à propos du prix indicatif A.

- Membres: 10
- Séances: env. 10



→ En savoir plus sur les organes de PSL

Commentaire des comptes annuels 2025

Les comptes annuels 2025 de la société coopérative bouclent avec un bénéfice de 0,912 million de francs. Le budget 2025 prévoyait une perte de –0,206 million de francs. Le résultat d'exploitation (EBIT) s'élève à –1,417 million de francs, soit 0,488 million de francs en dessous du budget et 0,87 million de francs en dessous de la valeur de l'année précédente.

Les produits nets sont, au total, inférieurs de 1,6% au budget. La quantité de lait commercialisé a augmenté de 2,8% par rapport à l'année précédente.

Les contributions de marketing des producteurs de lait ont augmenté de 0,615 million de francs en raison de l'augmentation de la quantité de lait, tandis que le produit des mandats de tiers a diminué de 0,641 million de francs.

Le soutien de la Confédération aux mesures approuvées de la communication générique pour le lait et les produits laitiers suisses s'est élevé à 8,2 millions de francs en 2025.

Les charges de personnel ont augmenté de 0,28 million de francs par rapport à l'année précédente. Les autres charges d'exploitation ont également augmenté de 0,28 million de francs.

Comme les années précédentes, en 2025, PSL a versé à l'Union suisse des paysans (USP) une contribution s'élevant à 0,678 million de francs, de même qu'un montant de quelque 0,156 million de francs pour la communication générique.

Le résultat financier net s'est établi à 2,4 millions de francs, soit 0,7 million de francs de plus que le budget. Le résultat financier ne comprend pas les gains de change non réalisés. Depuis 2012, les titres sont évalués de manière inchangée selon le principe de la valeur la plus basse.

Le résultat des immeubles, qui contribue aussi largement à compenser la perte d'exploitation opérationnelle, s'élève pour l'exercice sous revue à 1,3 million de francs avant amortissements (amortissements = 1,27 million de francs).

Bilan de la société coopérative

Le total du bilan de la société coopérative affiche une hausse de 2,1 millions de francs au 31.12.2025 et

atteint 93,26 millions de francs. Cette augmentation est due à la hausse de 2,776 millions de francs des actifs circulants par rapport à l'année précédente. Les liquidités ont augmenté de 1,12 million de francs, les titres de 0,6 million de francs, les créances de 0,746 million de francs et les autres postes des actifs circulants de 0,31 million de francs. La part de fonds propres a baissé à 82,2% (année précédente: 83,1%). Les liquidités atteignent 8,03 millions de francs et sont presque au niveau prévu et défini par l'assemblée des délégués.

Face aux actifs circulants de 42,9 millions de francs, le capital étranger à court terme s'élève à 6,45 millions de francs. On peut dire que la situation des liquidités reste très stable et sa gestion, prudente.

Dans le domaine des placements, la conservation durable de la substance est prioritaire par rapport aux stratégies risquées d'optimisation du rendement. Quant aux passifs, ils se caractérisent par une base de fonds propres très solide et un financement étranger modéré. Il n'y a aucun financement étranger avec charges d'intérêts. Un bilan sain peut ainsi être présenté au 31 décembre 2025, à l'instar des années précédentes.

Les actifs immobilisés ont diminué de 0,641 million de francs par rapport à l'année précédente, ce qui s'explique par les amortissements.

Compte de résultat de la société coopérative

Les produits nets d'un montant total de 37,274 millions de francs proviennent à 63% des contributions des producteurs et à 15% de prestations propres. Ce poste est complété par des fonds fédéraux pour la promotion des ventes à hauteur de 22%.

Les charges d'exploitation et de matériel, prestations de tiers et charges de personnel comprises, se montent à 39,76 millions de francs, en baisse de 0,809 million de francs par rapport à l'année précédente. Cette baisse s'explique principalement par la diminution des charges de matériel et des dépenses liées aux prestations.

Bilan de PSL

au 31 décembre 2025

Actifs	2025	en %	2024	en %
Liquidités	8 031 686	8,6	6 911 090	7,6
Actifs cotés en bourse détenus à court terme	21 553 323	23,1	20 953 553	23,0
Créances découlant des livraisons et des prestations	6 875 914	7,4	6 680 209	7,3
Autres créances à court terme	1 738 855	1,9	1 188 304	1,3
Réserves et prestations non facturées	206 760	0,2	153 000	0,2
Actifs de régularisation	4 496 317	4,8	4 240 744	4,7
Total actifs circulants	42 902 856	46,0	40 126 900	44,0
Autres créances à court terme (CHF 8,8 mio affectés [AD 14.4.2004])	–	–	–	–
Immobilisations financières	1 662 513	1,8	1 887 195	2,1
Participations	564 007	0,6	363 006	0,4
Immobilisations corporelles meubles	798 600	0,9	681 600	0,7
Terrains et constructions	46 422 000	49,8	47 694 000	52,3
Immobilisations en cours	862 648	0,9	377 390	0,4
Immobilisations incorporelles (logiciels)	51 800	0,1	–	0,0
Total actifs immobilisés	50 361 568	54,0	51 003 191	56,0
Total actifs	93 264 423	100,0	91 130 091	100,0
Passifs	2025	en %	2024	en %
Engagements découlant des livraisons et des prestations	4 466 475	4,8	3 153 193	3,5
Autres engagements à court terme	250 494	0,3	320 492	0,4
Passifs de régularisation	1 270 312	1,4	1 278 409	1,4
Provisions à court terme	462 000	0,5	459 000	0,5
Total capital étranger à court terme	6 449 281	6,9	5 211 094	5,7
Autres engagements à long terme	–	–	–	–
Provisions et postes similaires	10 143 941	10,9	10 159 941	11,1
Total capital étranger à long terme	10 143 941	10,9	10 159 941	11,1
Capital social	3 000 000	3,2	3 000 000	3,3
Capital des fonds	25 277 561	27,1	24 650 896	27,1
Bénéfices cumulés de l'année précédente	47 481 496	50,9	47 038 247	51,6
Bénéfice (+) / perte (–) de l'exercice	912 145	1,0	1 069 914	1,2
Total capitaux propres	76 671 202	82,2	75 759 057	83,1
Total passifs	93 264 423	100,0	91 130 091	100,0

Compte de résultat de PSL au 31 décembre 2025

	2025	en %	2024	en %
Produit net des livraisons et des prestations	37 273 846	100,0	37 086 172	100,0
Charges de matériel et prestations de tiers	-23 359 921	-62,7	-24 323 574	-65,6
Bénéfice brut (+) / perte brute (-)	13 913 925	37,3	12 762 598	34,4
Charges de personnel	-11 138 363	-29,9	-11 138 108	-30,0
Autres charges d'exploitation	-3 107 113	-8,3	-2 953 212	-8,0
Bénéfice (+) / perte (-) d'exploitation avant impôts, intérêts et amortissements (EBITDA)	-331 551	-0,9	-1 328 722	-3,6
Amortissements sur les actifs immobilisés	-1 085 608	-2,9	-623 866	-1,7
Bénéfice (+) / perte (-) d'exploitation avant impôts et intérêts (EBIT)	-1 417 160	-3,8	-1 952 588	-5,3
Charges financières	-497 681	-1,3	-174 171	-0,5
Produits financiers	2 914 136	7,8	3 707 544	10,0
Résultat foncier (y compris les amortissements des biens immobiliers)	348 627	0,9	-603 199	-1,6
Bénéfice (+) / perte (-) avant résultat extraordinaire et impôts	1 347 922	3,6	977 585	2,6
Charges uniques, hors période ou extraordinaires	-501 679	-1,3	-595 426	-1,6
Produits uniques, hors période ou extraordinaires	81 333	0,2	765 919	2,1
Bénéfice (+) / perte (-) avant impôts	927 577	2,5	1 148 077	3,1
Impôts directs exercice en cours	-57 386	-0,2	-57 558	-0,2
Impôts directs des années précédentes	41 954	0,1	-20 605	-0,1
Bénéfice (+) / perte (-) de l'exercice	912 145	2,4	1 069 914	2,9

Selon la décision de l'Assemblée des délégués du 14.04.2004, les 8,8 millions de francs affectés sont garantis par les liquidités et les actifs cotés en bourse détenus à court terme.

Événements importants survenus après la date de clôture de l'exercice

Aucun événement important n'est survenu entre la date de clôture de l'exercice et le contrôle des comptes annuels par l'organe de révision le 13 février 2026.



«Polyvalence plutôt que spécialisation: nos collaborateurs assument différents rôles et évoluent en permanence.»



→ Écouter l'interview

3 questions à Stephan Schneider

Responsable du département Finances, personnel et services centraux

Quels services, internes et externes, fournit le département Finances, personnel et services centraux?

Notre département réunit les secteurs classiques que sont les finances, les RH et l'informatique. Il assure en outre le service technique de la Maison du Lait, la gestion de la cafétéria Laube, de même que l'administration et la direction de la caisse de pension de l'entreprise. Nos prestations sont également proposées à des partenaires externes, toutefois exclusivement à des organisations proches et à des entreprises de la Maison du Lait, et non pas sur le marché libre.

Comment PSL parvient-elle à être et à rester un employeur attractif?

En ces temps de pénurie de main-d'œuvre qualifiée, de numérisation et d'attentes croissantes, nous sommes, en tant que petite entreprise, confrontés à des défis particuliers. En parallèle, nous disposons de réels atouts.

Polyvalence plutôt que spécialisation: Nos collaborateurs assument différents rôles et évoluent en permanence. Cette diversité des tâches crée des perspectives et favorise l'acquisition de nouvelles compétences.

Flexibilité et réactivité: Alors que les processus décisionnels sont souvent longs dans les grandes entreprises, nous pouvons agir dans de brefs délais. Lors de la pandémie, nous avons ainsi très rapidement mis en place le télétravail en équipant nos collaborateurs·trices en ordinateurs portables et en introduisant MS Teams. De plus, nous nous développons continuellement en misant sur des outils modernes et en faisant avancer la numérisation avec pragmatisme.

Comment PSL relève-t-elle les grands défis liés à l'informatique, à l'intelligence artificielle et à la numérisation?

Selon moi, le plus grand obstacle à la numérisation n'est pas la technologie, mais l'humain. Avec notre équipe de super-utilisateurs de M365 et notre équipe dédiée à l'IA, nous avons créé des groupes flexibles et transversaux. Ils testent de nouvelles applications, émettent des recommandations et aident leurs collègues à utiliser de nouveaux outils.

Nous encourageons une culture d'apprentissage qui stimule la curiosité et voit les erreurs comme des opportunités. L'apprentissage par la pratique, l'échange de connaissances et les formations continues flexibles sont des éléments essentiels. Nous voyons l'IA comme une opportunité.

En même temps, nous restons fixés sur notre but: il ne s'agit pas de suivre toutes les tendances, mais de faire les bons choix. Des règles d'utilisation claires en matière de responsabilité, de protection des données et de contenus générés par l'IA apportent sécurité et clarté.

Annexe aux comptes annuels 2025

Participations importantes	31.12.2025	31.12.2024
Emmentaler Schaukäserei AG avec siège à Affoltern im Emmental		
Capital-actions	4 522 600	4 522 600
Participation au capital, valeur comptable p.m.	993 600	993 600
Part des droits de vote	22%	22%
Appenzeller Schaukäserei AG avec siège à Stein (AR)		
Capital-actions	2 550 000	2 550 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	783 000	783 000
Part des droits de vote	31%	31%
Société coopérative «Laiterie de Gruyères» avec siège à Gruyères		
Capital social	2 612 000	2 020 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	664 000	664 000
Participation au capital en % (part des droits de vote ~2%)	25%	33%
Schweizer Agrarmedien AG avec siège à Münchenbuchsee		
Capital-actions	1 320 000	1 320 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	420 000	420 000
Part des droits de vote	32%	32%
BO Butter GmbH avec siège à Berne		
Capital social	500 000	500 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	168 000	168 000
Part des droits de vote	34%	34%
Floralp Butter GmbH avec siège à Berne		
Capital social	125 000	125 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	42 000	42 000
Part des droits de vote	34%	34%
Le Journal Agri Sàrl avec siège à Lausanne		
Capital-actions	401 000	401 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	104 000	104 000
Part des droits de vote	26%	26%
TSM Solutions avec siège à Berne (dans le Fonds de soutien)		
Capital-actions	270 000	270 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	62 000	62 000
Part des droits de vote	23%	23%
Liebefeld Kulturen AG avec siège à Posieux-Hauterive (dans le Fonds de soutien)		
Capital-actions	2 000 000	1 000 000
Participation au capital, valeur comptable	402 000	201 000
Part des droits de vote	20%	20%
LactoFama AG (en liquidation) avec siège à Berne (dans le Fonds de soutien)		
Capital-actions	100 000	100 000
Participation au capital, valeur comptable	100 000	100 000
Part des droits de vote	100%	100%

Engagements de loyer ou découlant d'opérations de leasing	2025	2024
Échéance au cours des 12 prochains mois	717 610	717 610
Echéance dans plus de 12 mois	717 610	1 435 220
	1 435 220	2 152 830
Autres indications	2025	2024
Engagements envers l'institution de prévoyance	38 857	38 857
Selon la décision de l'Assemblée des délégués du 14.04.2004, les 8,8 millions de francs affectés sont garantis par les liquidités et les actifs cotés en bourse détenus à court terme.		
Honoraires de l'organe de révision	2025	2024
Honoraires pour les prestations en matière de révision	78 244	74 524
Honoraires pour les autres prestations	4 854	5 253
	83 098	79 777
Les autres prestations de l'exercice concernent des mandats fiduciaires.		

Informations générales sur les comptes annuels

Raison sociale, nom, forme juridique et siège

Producteurs Suisses de Lait PSL
Société Coopérative avec siège à Berne
(numéro IDE: CHE-105.903.217 TVA).

Indications concernant les principes utilisés pour l'établissement des comptes annuels

Les présents comptes annuels ont été établis selon le principe de précaution et sont conformes aux nouvelles dispositions légales sur l'établissement des comptes annuels en vertu des art. 957 à 962 CO.

En vertu du principe de précaution et dans l'intérêt de la société coopérative, les amortissements, les corrections de valeur et les provisions peuvent dépasser les montants nécessaires du point de vue économique.

La structure des postes individuels a été partiellement réorganisée pour une meilleure lisibilité. La présentation des chiffres de l'année précédente a été adaptée en conséquence. Les principes suivants ont été appliqués lors de l'établissement des comptes annuels:

Titres des actifs circulants et corrections de valeur

Les titres des actifs circulants sont des titres négociés en bourse et servant de réserve de liquidités. Depuis 2012, ils sont estimés selon le principe de la valeur la plus basse, soit, au maximum, à la valeur d'acquisition, soit à la valeur

boursière si elle est inférieure. Dans le but de réduire les répercussions des fluctuations de cours sur le résultat, une correction de valeur de 4% pour les obligations et de 30% pour les actions est constituée à partir de l'année sous revue.

Créances découlant des livraisons et des prestations

Les créances découlant des livraisons et des prestations sont inscrites au bilan à leur valeur nominale. La correction de valeur (ducroires) est déterminée en fonction des échéances avec différentes bases de calcul, en plus des corrections de valeur individuelles nécessaires.

Actifs immobilisés

Les amortissements sur les actifs immobilisés sont calculés selon la méthode linéaire. Dans les limites du droit fiscal, les éventuels amortissements immédiats sont estimés par la direction au cas par cas, suivant les besoins.

Provisions

La hauteur des provisions est fixée par la direction sur la base d'une estimation prudente.

Postes du bilan consolidé et du compte de résultat consolidé: indications, ventilation et explications

Les indications détaillées, la ventilation et les explications sont consultables et peuvent être justifiées dans leur intégralité. Ces informations ont été intégrées aux documents destinés au contrôle ordinaire des comptes annuels.

Contact et impressum

Impressum

Ce rapport est publié en français et en allemand.

Éditeur:
Producteurs Suisses de Lait PSL
Société Coopérative
Laubeggstrasse 68
3006 Berne

Design: Hej SA, Zurich
Lithographie: Roger Bahcic

© PSL, avril 2026

Contactez-nous

PSL propose des services et du matériel informatif, notamment dans les domaines de l'économie, de la politique, de la production, de la transformation, du marketing, de la nutrition et de la traduction. Pour toute question, contactez-nous soit par le biais de notre contact center, soit en vous adressant directement aux personnes concernées. De très nombreuses informations sont également disponibles sur Internet.

Contact

Fédération:
Téléphone: 031 359 51 11
smp@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch/fr/producteurs-de-lait

Swissmilk Marketing:
Téléphone: 031 359 57 28
marketing@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch

Dates à retenir 2026

11 avril

Journée du Lait Suisse
(plus de 100 emplacements
en Suisse)

16 avril

Assemblée des délégués
(BernExpo)

1^{er} juin

Journée mondiale du lait

29 octobre

Journée du lait à la pause

Octobre–novembre

Journées régionales
d'information

SMP•PSL

*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producents Svizzers da Latg*



→ Consulter la
documentation et
les divers tableaux

swissmilk