

Fédération des Producteurs Suisses de Lait

Rapport annuel 2007

SMP • PSL

1	Avant-propos du président
3	Gros plan sur l'avenir
4	Contexte politique
5	Stratégie de développement du marché du lait 2015
6	Situation du marché et vente du lait
7	Production laitière
8	Transformation du lait
9	Marchés fromagers
10	Marketing
12	100 ans de la FPSL/UCPL
14	JUBILAIT
15	Assemblées des délégués
16	Comité central, comité directeur et commissions
18	Communication
19	Rapport financier: comptes 2007
21	Rapport financier: annexe/organe de contrôle
22	Sections de la FPSL
23	Composition des organes
24	Organigramme de la FPSL
25	Annexe documentaire Données sur la production et le marché
	Contact et impressum

2007 a été une année sortant de l'ordinaire, dont les points forts ont été le retournement de situation sur le marché du lait, le centenaire de la FPSL/UCPL, le changement de directeur et la définition de la Stratégie du marché du lait 2015.

Nous, producteurs de lait, vivons dans le changement depuis longtemps. Mais il n'avait jamais été aussi perceptible que l'an passé. 2007 a été l'année de la séparation et d'un nouveau départ, du centenaire, du retournement de tendance, des surprises et du resserrement des rangs. Une année très inhabituelle qui a vu un événement chasser l'autre et la prise d'importantes décisions pour l'avenir.

Un retournement de tendance excellent

Sur le plan économique, le retournement de tendance enregistré sur le marché du lait a été l'événement le plus positif. Personne n'aurait prédit au printemps que les prix du lait augmenteraient de pareille manière sur les marchés internationaux. Des modifications radicales ont même entraîné des pénuries de fromage et de poudre de lait sur le marché mondial, entraînant l'augmentation des prix. En procédant avec pragmatisme et coordination, les producteurs sont parvenus à traduire cette dynamique par une augmentation du prix du lait chez nous également.

Un centenaire fêté dans la diversité

C'est avec grande satisfaction que je reviens sur la multitude d'activités qui ont émaillé cette année du centenaire. Je suis convaincu que la cérémonie officielle du 29 janvier et les diverses mesures de communication, telles que l'exposition spéciale et la semi-remorque MOBILAIT, ont constitué un marketing efficace vis-à-vis des consommateurs et des producteurs de lait. La confiance dont jouissent le lait suisse et notre organisation s'en est trouvée sensiblement renforcée.

Changement à la direction

Après 28 ans au service des producteurs, dont les 20 dernières années comme directeur de l'UCPL, puis de la FPSL, Samuel Lüthi a pris sa retraite fin janvier. Avec son sens aiguisé de l'analyse et sa philosophie, il a présidé aux destinées de notre organisation faîtière avec discernement. Rares sont ceux qui, comme lui, peuvent se vanter d'avoir aussi bien compris l'organisation du marché du lait dans sa complexité. Notre collaboration fut non seulement fructueuse, mais enrichissante, agréable et empreinte de simplicité. Je tiens à l'en remercier de tout cœur.

Nouveau départ avec la Stratégie 2015

L'évolution rapide du marché du lait, de la politique et de notre organisation n'ont guère accordé à notre nouveau directeur, Albert Rösti, de période d'adaptation. Je suis d'autant plus satisfait qu'il ait pris ses tâches exigeantes à bras le corps et nous fasse bénéficier de son expérience et de ses compétences directoriales. Je suis convaincu qu'ensemble, avec le comité central et la direction, nous prenons les bonnes décisions. En cette période de changements frénétiques, elles permettront, avec la Stratégie du marché du lait 2015 notamment, d'offrir aux producteurs des perspectives engageantes.



Peter Gfeller
Président
de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL



Gros plan sur l'avenir

Comment les producteurs de lait peuvent-ils s'organiser de manière à bénéficier d'une structure adaptée à la situation du marché à partir de 2009 leur permettant de subsister sans le contingentement laitier étatique? En 2007, la FPSL a indiqué la marche à suivre en définissant des objectifs et des mesures de stratégie pour le marché laitier 2015. Pour la mise en œuvre, nous avons besoin du soutien de tous.



La définition de la stratégie globale relative au marché laitier et à l'organisation du marché à partir de 2009, l'engagement pour la création d'un bon contexte politique dans le cadre de la politique agricole 2011 et la mise en œuvre des activités du centenaire ont constitué les points forts de l'activité de la FPSL en 2007. Les festivités du centenaire en janvier 2007 ont renforcé la cohésion du monde des producteurs de lait et la foi dans leurs perspectives d'avenir. Le Mobilait et «Le Lait s'expose» ajoutés aux mesures déjà existantes ont permis de renforcer la présence du lait auprès des consommateurs.

La stratégie élaborée pendant l'année sous rapport pour développer le marché laitier jusqu'en 2015 a été adoptée à notre grande satisfaction à l'unanimité par le comité central et les directeurs des organisations membres régionales. En outre, comme l'ont montré les nombreuses manifestations régionales, elle est soutenue aussi par la base. Les producteurs de lait étaient aussi d'accord pour dire qu'il était nécessaire de parvenir à une concentration structurelle de l'offre si l'on veut que les négociations sur le prix et les quantités de lait soient fructueuses. Il n'a jamais été question, comme certains l'ont malheureusement cru, de déclencher une offensive contre les transformateurs. Il s'agit seulement pour les producteurs de lait de pouvoir négocier d'égal à égal avec les transformateurs et de ne pas éparpiller l'offre en une structure confuse. C'est pour la coopérative de type fédéraliste qu'est la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL un véritable défi. C'est pourquoi nous avons toujours dit que nous devons être prêts à aborder la concentration de l'offre de manière pragmatique. Aujourd'hui, nous constatons, malgré certaines controverses qui ont pu avoir lieu l'année passée, que nous

avons réussi à atteindre de nombreux objectifs. Les organisations LOBAG, Nordostmilch, Prolait et ZMP ont préparé les bases nécessaires à la création d'un pool de vente national. Celui-ci peut ainsi regrouper environ 45 pour cent du lait de centrale. On a assisté dans le même temps à une autre concentration de l'offre avec la création de la plate-forme des fournisseurs de lait d'Emmi dont font partie MIBA, MIMO, BEMO, ZeNoOs et Thur Milch. Le pool national et la plate-forme commercialiseront ensemble 75 pour cent du lait de centrale. Cette année, il faudra tout mettre en œuvre pour renforcer ces organisations et veiller à ce qu'elles collaborent étroitement. Le Fonds de soutien, quant à lui, devra être converti en un fonds national d'intervention accepté par tous. Si tous les producteurs de lait soutiennent la mise en place de ces instruments, nous sommes persuadés que, grâce aux nouvelles libertés octroyées, on pourra saisir les chances qui s'offrent à nous sur le marché du lait. Si nous ne sommes pas disposés à travailler activement à la concentration de l'offre et à la constitution d'un fonds national d'intervention, il se pourrait que l'augmentation de la production visée ne se transforme rapidement en un Waterloo pour les producteurs de lait. Chaque producteur de lait a le pouvoir d'éviter qu'il en soit ainsi en apportant son soutien aux mesures nationales. Nous adressons nos remerciements à tous ceux qui nous soutiennent dans cette entreprise.

Albert Rösti

Dr. Albert Rösti
Directeur
de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL



Image page de gauche:
La vache laitière. Artiste en herbes.
C'était un des six îlots à thèmes
développés par l'exposition
«LE LAIT S'EXPOSE».

Le Conseil national et le Conseil des Etats ont adopté la base légale et les enveloppes financières de la politique agricole 2008–2011 en juin dernier. Auparavant, les producteurs de lait étaient parvenus à faire entendre leurs revendications légitimes. Politique économique extérieure: les négociations de l'OMC sont bloquées, mais le Conseil fédéral pousse à la conclusion de nouveaux accords bilatéraux de libre-échange.

PA 2011: changement de conditions cadres

Le 22 juin 2007, les Chambres ont approuvé à une forte majorité d'importantes modifications concernant la loi sur l'agriculture et les enveloppes financières. Après des débats nourris, elles ont amélioré en faveur de l'économie laitière le projet du Conseil fédéral sur les points essentiels suivants:

- Ancrage dans la loi du montant du supplément pour le lait transformé en fromage, inchangé à 15 centimes (au lieu d'une réduction à 10 centimes).
- Prorogation du supplément de non-ensilage à 3 centimes (au lieu de sa suppression).
- Renforcement des exigences pour les contrats de vente du lait et prolongation de leur validité jusqu'en 2015.
- Augmentation de 150 millions de francs des enveloppes financières 2008–2011.

Les problèmes restent toutefois épineux. Il faut notamment tenir compte des points suivants:

- Suppression de toutes les aides laitières dans le pays et à l'exportation fin 2008.
- Libéralisation de la réglementation des importations de beurre et de poudre de lait et vente aux enchères des contingents dès 2009.
- Conformément à la PA 2007, suppression du contingentement laitier le 30 avril 2009.
- Forte pression pour des économies budgétaires au détriment de l'agriculture.

Deux trains d'ordonnance permettront l'application de la PA 2011. Le premier, sans grande importance matérielle pour l'économie laitière, est entré en vigueur début 2008. Lors de la consultation sur le second, qui englobe notamment

l'organisation des paiements directs et la réglementation de la vente aux enchères des contingents d'importation de beurre et de poudre de lait entier, la FPSL a rédigé une prise de position commune avec l'Union suisse des paysans et d'autres organisations. Autre point important: le montant en faveur des vaches laitières de la contribution pour les animaux consommant des fourrages grossiers. La FPSL revendique que l'ordonnance respecte la volonté du Parlement en matière de financement.

Intérêts trop divergents à l'OMC

Les négociations de l'OMC n'ont pas abouti en 2007, tant les positions des blocs économiques et des groupes d'intérêt étaient divergents. Cela n'empêche pas des pans entiers de l'économie de pousser toujours à la libéralisation. Le problème, en l'occurrence, c'est que l'agriculture est uniquement considérée comme un «moyen de paiement».

Fromage: libre-échange depuis le 1er juillet 2007

La dernière étape de l'accord fromager souscrit dans le cadre des Accords bilatéraux I a été franchie le 1er juillet 2007. Malheureusement, à cette date, seule la Suisse garantissait l'accès total à son marché, l'Europe ayant «oublié» d'adapter sa réglementation. En outre, les modifications souscrites dans le cadre des Accords bilatéraux II entre la Suisse et l'UE ont provoqué l'an dernier une accélération des exportations de produits agricoles transformés. Si bien que certains transformateurs ont décidé d'investir des montants considérables sur le site de production suisse. Par ailleurs, le Conseil fédéral a décidé d'entamer des négociations avec l'UE en vue d'un accord de libre-échange agricole.

www.swissmilk.ch > Pour les producteurs > Politique



Le revenu du travail des producteurs de lait souffre de la libéralisation des marchés agricoles et du déséquilibre frappant la chaîne de valeur du marché du lait. Le comité central a lancé une contre-offensive en adoptant et en mettant en œuvre une «Stratégie de développement du marché suisse du lait 2015».

La FPSL réagit au changement

Le marché suisse du lait est en pleine mutation. En raison du retrait progressif de la Confédération, les producteurs de lait et la branche devront s'engager de plus en plus dans la mise en place d'un nouveau régime de marché en prenant des mesures d'avenir, fondées sur le droit privé, et pallier ainsi la réduction des interventions des pouvoirs publics.

Si la FPSL et ses sections ont défini de nouveaux objectifs stratégiques, c'est notamment en raison de l'abandon du contingentement laitier, le 30 avril 2009, mais également de la réduction des montants du soutien du marché, le 31 décembre prochain, du déséquilibre structurel entre l'offre et la demande au sein de la filière laitière et de l'insuffisance du revenu du travail des producteurs de lait. «Nous traçons une voie commune qui offre aux productrices et producteurs de lait des perspectives satisfaisantes», a déclaré à ce propos Peter Gfeller, président de la FPSL, lors d'une conférence de presse organisée le 4 juillet à Berne.

Une décision unanime

Le comité central de la FPSL et les directeurs de ses sections ont élaboré cette «Stratégie de développement du marché suisse du lait» pour 2015 le 29 juin dernier et l'ont adoptée à l'unanimité.

Des objectifs stratégiques...

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------|
| 1. Maintenir les recettes | ≥ 2,2 milliards de francs |
| 2. Quantité et vente | + 10 pour cent |
| 3. Bonus de «qualité suisse» | + 10 pour cent |
| 4. Réduire les coûts de production | - 15 pour cent |
| 5. Paiements directs | 500 francs par vache laitière |

... pour le résultat suivant:

Augmenter le revenu du travail de 6 francs par heure et par unité de main-d'œuvre.

Image page de gauche: Berne, Place fédérale, le 10 décembre 2007. Pour clore les festivités marquant son 100^e anniversaire, la FPSL/UCPL accueille les parlementaires dans son MOBILAIT SUISSE.

Image à droite: 4 juillet 2007. A l'occasion d'une conférence de presse, la FPSL présente sa stratégie de développement du marché suisse du lait (de g. à dr.): Benjamin Henchoz (président OP Prolait), Christian von Känel (président CA LOBAG Milch AG), Peter Gfeller (président FPSL), Albert Röstli (directeur FPSL), Robert Bischofberger (président CA Nordostmilch AG), Moritz Erni (président ZMP).

Cinq objectifs, sept mesures

Pour atteindre ces objectifs stratégiques, le comité central et les directeurs des sections ont décidé de mettre en œuvre les sept mesures suivantes:

- Regroupement du lait de centrale au sein d'un pool national de vente.
- Augmentation des ventes en Suisse et à l'étranger sous la marque SUISSE GARANTIE.
- Baisse des coûts de production.
- Restructuration du Fonds de soutien du lait.
- Développement de conditions politiques générales favorables aux producteurs de lait.
- Regroupement des interprofessions du secteur du lait de centrale.
- Renforcement de la communication destinée aux producteurs.

L'enjeu du pool de vente

Jusqu'à la fin de l'exercice, les travaux se sont concentrés sur les préparatifs en vue de la création du pool national de vente. Ce pool doit être une structure indépendante soutenue par les organisations intéressées, mais les activités opérationnelles resteront du ressort des structures existantes. Ce modèle offre la garantie d'une concentration simple et bon marché du lait commercialisé via le pool. Les prochaines décisions concernant la création de cette structure sont attendues au printemps prochain.

www.swissmilk.ch > Pour les producteurs > Actualité > Stratégie laitière



Situation du marché et vente du lait

L'an dernier, le marché du lait a connu une dynamique qui n'était guère prévisible. En Suisse, en peu de temps, le prix du lait a été soumis à des influences baissières puis haussières. Grâce aux négociations entreprises à partir d'août, on a pu obtenir que les producteurs de lait bénéficient en fin d'année d'une augmentation du prix lait.

Réduction du soutien au 1^{er} janvier 2007

La réduction au 1^{er} janvier 2007 du soutien du marché par la Confédération, qui a représenté 120 millions de francs, s'est traduite par une baisse de prix moyenne de 2,7 centimes par kilo. Un résultat nettement meilleur que les prétentions du commerce, de 6 centimes par kilo. S'il a été atteint, c'est que la FPSL a puisé dans son Fonds de soutien pour venir en aide au marché de la matière grasse et que les consommateurs ont fourni leur contribution via l'augmentation des prix du fromage. En même temps qu'elle réduisait le soutien au marché, la Confédération étendait aussi aux vaches laitières le paiement direct pour animaux consommant du fourrage grossier. Cette contribution se monte à 200 francs par unité de gros bétail.

La mozzarella provoque des négociations

Au printemps, l'augmentation des importations, de mozzarella notamment, a provoqué la nervosité des producteurs de fromage frais. Ils revendiquaient une nouvelle baisse du prix du lait et ont obtenu de leurs fournisseurs des concessions de l'ordre de 0,5 centime par kilo.

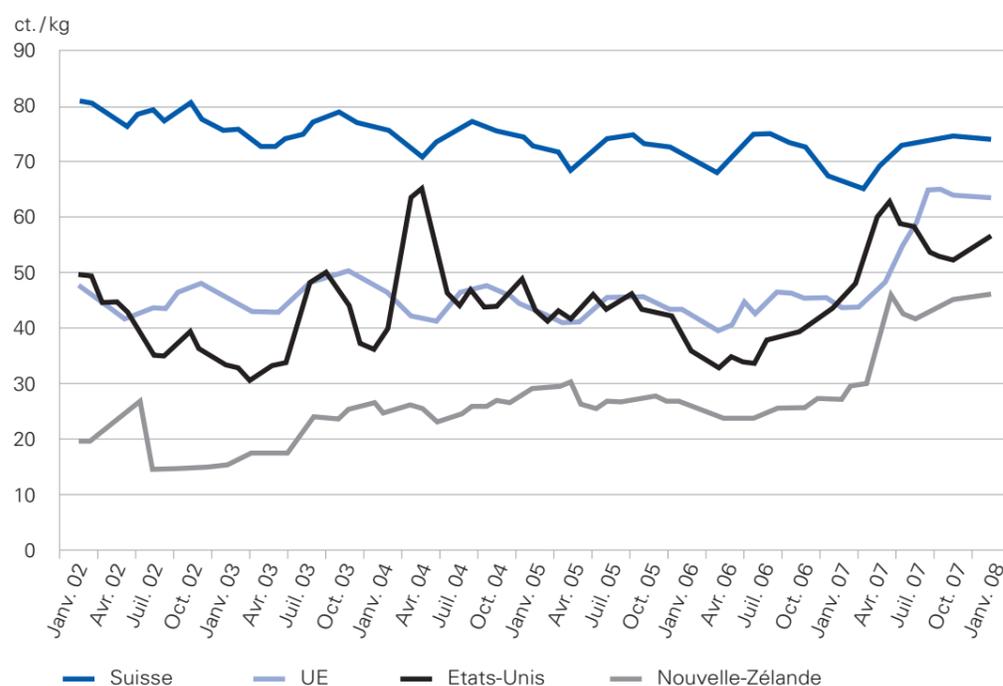
Peu après, des informations en provenance d'Europe laissaient entendre que les prix du lait pourraient augmenter. Le 11 juin, la FPSL a donc invité les responsables des pro-

ducteurs de lait allemands et autrichiens pour obtenir des informations de première main sur l'évolution des marchés. En Allemagne, on tablait à ce moment-là sur une augmentation de 33 centimes d'euro à la fin de l'année. Dans le contexte, mi-août, le comité central de la FPSL a confié au président et au directeur le mandat d'entreprendre des négociations sur le prix du lait. Mi-septembre, un résultat était obtenu: augmentation de six centimes par kilo à partir de novembre, mais au plus tard au 1^{er} janvier 2008. Il était aussi important que le commerce de détail ait reconnu la nécessité de cette augmentation et ait procédé aux hausses de prix correspondantes en magasin.

Course au prix sans la Suisse

Le fait est qu'en 2007, sur les marchés internationaux du beurre, de la poudre de lait et du fromage, l'offre n'est pas parvenue à suivre la demande. Par ailleurs, les problèmes d'approvisionnement n'ont plus pu être résolus par le déstockage des réserves. Dans les pays tournés vers l'exportation, comme ceux du nord de l'UE, une explosion des prix s'est produite durant le second semestre; ils ont atteint 65 centimes en moyenne européenne. En raison principalement d'un manque de concentration de l'offre, on n'est pas parvenu à obtenir une hausse des prix correspondante en Suisse.

Evolution des prix du lait en Suisse, dans l'UE, aux Etats-Unis et en Nouvelle-Zélande de 2002 à 2007



Production laitière

En 2007, les producteurs ont livré 3 260 088 tonnes de lait, une quantité jamais atteinte auparavant. En revanche, il s'en est fallu de 112 000 tonnes pour que les droits de livraison disponibles pour l'année laitière 2006/2007 ne soient épuisés.

Une production record en 2007

En 2007, les producteurs ont mis sur le marché 3 260 088 tonnes de lait, soit une augmentation de 55 116 tonnes ou 1,7 pour cent par rapport à l'année précédente. Ce résultat dépasse de 26 026 tonnes le record enregistré en 2001. Comptabilisé dans le total des livraisons, le volume de lait produit dans la zone franche de Genève et dans la Principauté du Liechtenstein s'est élevé à 27 325 tonnes, soit 0,8 pour cent du total. Avec une moyenne de 4,04 pour cent de matière grasse et 3,28 pour cent de protéine, la teneur moyenne du lait a affiché la valeur totale de 7,32 pour cent.

Droits de production pas atteints

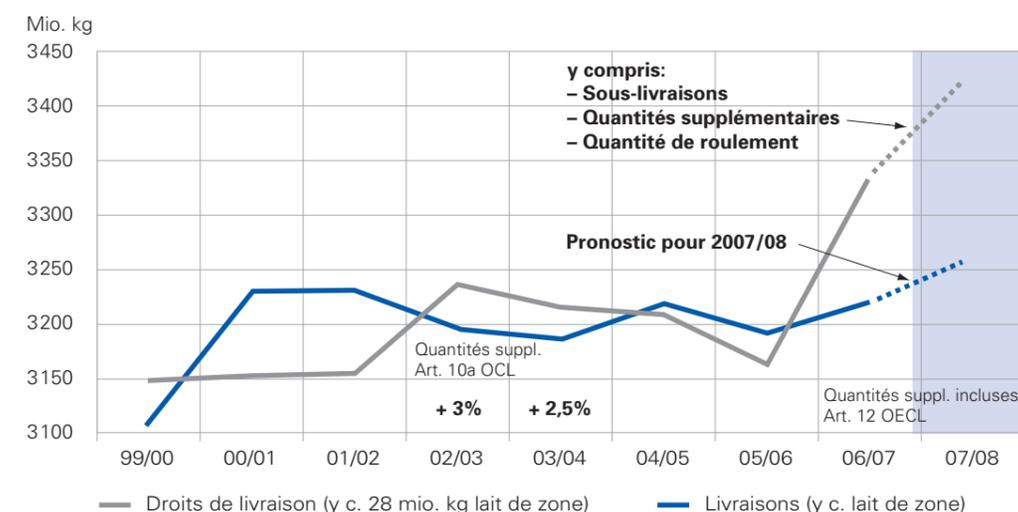
Les contingents laitiers, droits de production (y compris 3 pour cent environ de quantité de roulement) et quantités supplémentaires attribués aux producteurs pour l'année laitière 2006/2007 s'élevaient à 3,33 millions de tonnes au total. Les livraisons effectives ont atteint 3,218 millions de tonnes (cf. graphique). A l'échelle du pays, le contingentement laitier n'exerçait donc plus dans l'ensemble un effet limitatif sur le volume de production. La tendance caractérisée par un volume de droits de livraisons supérieur à la pro-

duction laitière effective va se poursuivre durant l'année laitière 2007/2008. En effet, l'Office fédéral de l'agriculture a déjà octroyé fin 2007 un volume de 180 millions de kilos de quantités supplémentaires en vertu de l'article 12 de l'ordonnance sur l'exemption du contingentement laitier (OECL), soit cinq pour cent du volume de base. Or, le volume des livraisons de mai à décembre 2007 n'étant supérieur que de 0,8 pour cent à celui de l'année précédente, il est inutile d'espérer traire la totalité du volume disponible. Ce d'autant moins que le nombre de vaches laitières, la qualité des fourrages inférieure à la moyenne et la hausse des prix des concentrés exercent un effet limitatif sur la production de l'année laitière 2007/2008 également.

Vaches laitières recherchées

On assiste depuis 2006 à une augmentation du nombre de vaches inséminées avec des races laitières et de leur durée de vie productive. La structure du cheptel laitier s'en ressent. Par rapport à l'année précédente, l'effectif des vaches laitières avait en effet augmenté de près d'un pour cent fin septembre dernier. Les vaches sont de plus en plus recherchées, ce qu'attestent les prix élevés du bétail de rente et de boucherie.

Contingentement laitier: Droits de livraison et livraisons 1999–2008



Transformation du lait

L'an dernier, la transformation et la commercialisation du lait se sont déroulées sans anicroche. Les parts des divers groupes de produits sont restées à peu près stables. Dans l'ensemble toutefois, on est parvenu à transformer le lait en produits offrant davantage de plus-value.

Stabilité des groupes de produits

L'écoulement du lait produit en 2007 n'a pas connu de problème, même si le volume de 3,26 millions de tonnes constitue un record. S'agissant des groupes de produits, le fromage garde la tête avec 44 pour cent. Il est suivi par le lait de consommation et le beurre, avec 14 pour cent chacun (cf. graphique). La part des divers groupes est restée relativement stable par rapport à l'année précédente, les marchés d'écoulement s'avérant favorables dans tous les segments. En volumes, on a relevé une augmentation de la production de fromage, de crème de consommation, de conserves de lait et des produits frais. En revanche, le lait de consommation et le beurre ont quelque peu marqué le pas (cf. tableaux page 29).

Plus-value améliorée

On a en outre relevé une tendance à la transformation du lait en produits à meilleure plus-value. Ce que confirme, par exemple, l'augmentation des produits frais (+ 6332 tonnes de lait transformé), qui compense très largement le léger recul de la production de lait de consommation (-3046 tonnes de lait transformé).

Recul de la production de beurre

La production de beurre a, pour sa part, diminué de 1713 tonnes, pour retomber à 35 436 tonnes, alors que les ventes augmentaient de 1033 tonnes pour passer à 42 582 tonnes (cf. tableaux p. 30). Exception faite des variations de stocks, il a donc fallu importer au total 6359 tonnes de beurre. La production de crème de consommation a connu une augmentation de 10 743 tonnes (+ 4,3 %).

Transfert des aides pour le lait

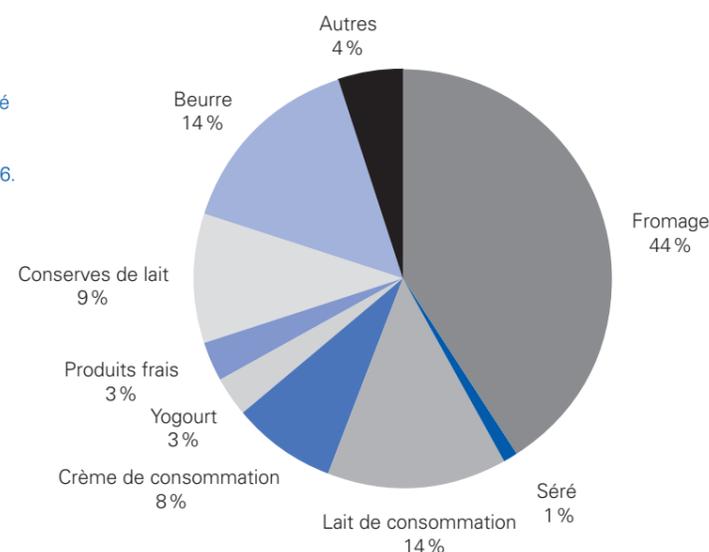
Malgré la bonne santé du marché, le soutien du prix du lait est demeuré un instrument important de la stabilité des prix. Par rapport à l'année précédente, les mesures de soutien ont été transférées en grande partie de la poudre de lait vers la matière grasse/crème. En 2007, le Fonds de soutien n'a plus été sollicité pour les exportations de poudre de lait entier au bénéfice d'un soutien public, et à partir du printemps ne l'a plus été pour celles de poudre de lait écrémé, cette dernière bénéficiant du niveau élevé des prix mondiaux. Les fonds à disposition de la FPSL ont été utilisés essentiellement dans les domaines de la crème/matière grasse (mesures d'aide à l'exportation de crème vers l'UE, réduction du prix de la crème entrant dans la composition des glaces, crème pour la fabrication de beurre indigène) et des fromages (développement des exportations de fromage vers l'UE, soutien des exportations de fromages fondus et à pâte molle, de Sbrinz, de fromages destinés à la transformation). Au cours de l'année civile 2007, 27,5 millions de francs ont été dépensés en tout pour ces mesures.

www.swissmilk.ch > Pour les producteurs > Mesures d'entraide

Transformation du lait en 2007

En 2007, les centrales laitières et les fromageries ont transformé 3 260 088 tonnes de lait, soit 55 116 tonnes ou 1,7 pour cent d'augmentation par rapport à 2006.

Source: TSM Fiduciaire



Marchés fromagers

En 2007 la production de fromage a augmenté de 3366 tonnes et atteint 176 280 tonnes. L'application de l'accord de libre-échange sur les fromages entre la Suisse et l'UE a entraîné une augmentation non seulement des exportations, mais aussi des importations.

Forte augmentation de la production de fromage

En 2007, la production de fromage n'a jamais été aussi élevée depuis l'instauration du nouveau régime de marché en 1999 suite à la dissolution de l'Union suisse du commerce de fromage. Par rapport à 2006, la production a augmenté de 3366 tonnes (+ 1,9 pour cent), passant ainsi à 176 280 tonnes. La plus forte hausse en volume a été enregistrée par la catégorie «autres fromages à pâte dure demi-gras à gras», soit 1920 tonnes (cf. page 31). Celle-ci comprend, à côté des véritables spécialités, les fromages fabriqués sur le modèle des grandes variétés de fromage.

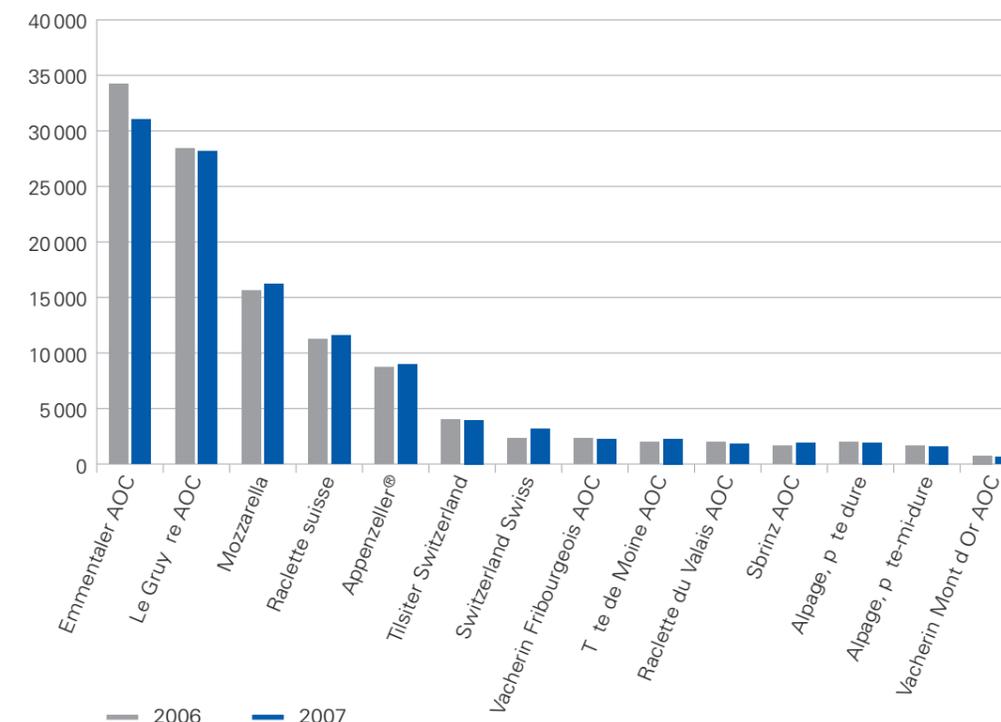
Parmi les différentes variétés de fromage ayant affiché une progression, on notera entre autres le Switzerland Swiss (+ 742 t), le Raclette Suisse (+ 738 t), la mozzarella (+ 721 t), le Sbrinz AOC (+ 338 t), l'Appenzeller® (+ 179 t) et la Tête de Moine AOC (+ 158 t). L'Emmentaler AOC (- 3121 t) et Le Gruyère AOC (- 156 t) ont quant à eux enregistré une baisse de production.

Exportations, mais aussi importations en hausse

Pour les principales variétés fromagères, qui doivent être affinées en cave pendant plusieurs mois avant d'arriver à maturité, le niveau de la plupart des stocks pouvait être considéré fin 2007 comme bon. Les exportations elles aussi ont affiché une bonne santé avec une hausse de 3235 tonnes (+ 5,8 pour cent), pour un total de 59 303 tonnes. L'Emmentaler AOC a particulièrement bien progressé avec 1291 tonnes (+ 5,9 pour cent). Un bon quart des fromages a été exporté vers l'Italie et l'Allemagne. Un peu plus d'un cinquième des exportations est allé outre-mer, surtout au Canada et aux Etats-Unis.

L'application de l'accord de libre-échange sur les fromages entre la Suisse et l'UE a aussi entraîné en 2007 une augmentation des importations de 3968 tonnes (+ 11,9 pour cent). Cette augmentation des importations n'a pas seulement concerné les fromages frais et à pâte molle, mais aussi les fromages à pâte dure et mi-dure. Dans cette augmentation des échanges, la Suisse a donc accusé un déficit de 734 tonnes. Vu la forte proportion de fromages à pâte dure et mi-dure et fromages fondus dans les exportations, l'augmentation nette des exportations en équivalents-lait a atteint 800 tonnes (cf. page 32).

Production en 2006 et 2007 d'une sélection de variétés fromagères, en tonnes



En 2007, la production de fromage a augmenté de 3366 tonnes par rapport à l'année précédente. Le recul important de la production d'Emmentaler AOC n'a pu être que partiellement compensé par les autres variétés.

Source: TSM Fiduciaire

Messagère du lait, Lovely virevolte dans toute la Suisse depuis des années. Elle diffuse une image moderne des produits laitiers, explique pourquoi ils sont si précieux pour la santé et invite à les déguster dans toute leur diversité. Grâce à son efficacité, le marketing générique de la FPSL contribue dans une large mesure à la progression de la consommation.



Tous ensemble

Seules des activités soutenues par tous les producteurs permettent la mise en œuvre d'un marketing efficace en faveur du lait dans toute la Suisse. Marketing indispensable pour renforcer l'importance du lait dans l'alimentation quotidienne et contribuer ainsi dans une large mesure au revenu des producteurs. La Confédération soutient financièrement le marketing générique des organisations sectorielles. A la requête de la FPSL, elle a prolongé jusqu'en 2011 la force obligatoire des contributions de marketing, assurant ainsi l'avenir d'une présence forte sur le marché. On peut aussi voir dans cette décision une reconnaissance de l'efficacité du travail accompli.

Divers et sur mesure

Le marketing de la FPSL est constitué d'un maillage serré de 75 mesures créatives permettant d'assurer la présence du lait et des produits laitiers au sein de tous les groupes importants de la population suisse. On parvient ainsi à renforcer l'image positive du lait, à expliquer quelle est l'importance des produits laitiers pour la santé et à montrer la diversité des possibilités de consommation et d'utilisation. Il faut bien cela pour faire front à la puissance d'une concurrence allant des boissons gazeuses aux produits agricoles importés, en passant par les eaux minérales et les graisses végétales.

Contrôles institutionnalisés

Le marketing de la FPSL a institué un controlling systématique, qui évalue l'efficacité de la stratégie et des mesures. Il garantit l'utilisation efficace et conforme de l'argent disponible. Les mesures sont par ailleurs soumises régulièrement à la Commission des spécialistes du marketing, organe permanent du comité central de la FPSL. L'efficacité du marketing est attestée non seulement par la très bonne image du lait, mais également par le maintien de la consommation générale de produits laitiers à un niveau élevé constant, malgré la forte pression concurrentielle et le changement des habitudes de consommation.

A la rencontre des gens là où ils sont: la FPSL met en œuvre quelque 75 mesures afin de convaincre les consommateurs des bienfaits du lait et des produits laitiers. Une vaste gamme de moyens d'information, de publicité et des infrastructures sont également à disposition des producteurs dans le même but.



On résiste rarement à un appétissant repas. Pour le marketing laitier, les recettes sont importantes, car elles incitent directement à la consommation. Le magazine «LE MENU» a déjà convaincu 265 000 lecteurs avec ses recettes de saison à base de produits suisses.



Vu l'importance du lait pour les enfants et les adolescents, nous publions des moyens d'enseignement attrayants à leur intention. La FPSL a aussi organisé pour la septième fois la Journée du lait à la pause, à laquelle ont participé 307 000 élèves de 2600 établissements scolaires.



La célèbre vache Lovely est l'ambassadrice incontournable du lait et des produits laitiers depuis 1992. Dans les spots publicitaires ou les annonces, sur les affiches, elle explique que le lait fortifie les os et fait parfois des miracles.

Des études scientifiques toujours plus nombreuses attestent les bienfaits du lait pour la santé et le bien-être. La diversité des moyens d'information de la FPSL, destinés au grand public comme aux spécialistes de la nutrition, permet de mettre en évidence l'importance du lait pour la santé.



Pour les manifestations locales également

Les producteurs de lait sont les meilleurs publicitaires pour leur produit. C'est pourquoi le marketing met à leur disposition, gratuitement ou à bas prix, un vaste choix de matériel publicitaire ou informatif, ainsi que des infrastructures pour leurs activités promotionnelles ou des manifestations locales. Pour s'informer ou commander ce matériel: www.swissmilk.ch > Pour les producteurs > Marketing laitier.

Collaboration majuscule

Le marketing de la FPSL s'engage là où la coordination des activités de l'agriculture suisse s'avère appropriée. Il joue ainsi un rôle central au sein d'AMS Agro-Marketing Suisse, se retrouvant en première ligne dans les grandes foires commerciales du pays, à la Semaine verte internationale de Berlin, lors de la remise du Prix d'innovation agricole suisse ou dans l'achat groupé d'espaces publicitaires pour les organisations agricoles. La marque SUISSE GARANTIE, devenue entre-temps le signe distinctif de denrées alimentaires suisses fortement enraciné dans le public, a également été créée grâce au travail considérable du marketing de la FPSL.

Sur la toile à foison

Sur la toile, le site www.swissmilk.ch livre une foule d'informations sur le lait et les produits laitiers, ainsi que sur le marketing. Dans la rubrique «Cuisiner et déguster», on trouve par exemple de nombreuses recettes, mais aussi des informations sur l'alimentation ou la transformation. En 2007, le site a reçu plus d'un million de visites: un chiffre éloquent!



Déjeuner, c'est ringard? Pas du tout! La FPSL parcourt les festivals en plein air pour convaincre les jeunes de le faire de façon moderne, avec des produits laitiers.

100 ans de la FPSL/UCPL

Pour marquer ses 100 ans d'existence, la FPSL a mis en oeuvre une batterie de mesures attirant l'attention sur l'importance du lait suisse pour la santé, l'écologie, l'économie et la politique. LE LAIT S'EXPOSE, le MOBILAIT SUISSSE ou l'élection de la CÉLAITBRITÉ 2007 ont été quelques uns des points forts de ce centenaire.



29 janvier 2007: Il y a 100 ans exactement, à Olten, fondation de l'Union centrale des producteurs suisses de lait (UCPL) pour représenter plus efficacement les intérêts de ces derniers face aux milieux politique et économique. Les temps ont changé mais l'objectif reste le même: à l'aide de mesures communes, aménager des perspectives engageantes pour les producteurs, aujourd'hui et demain.

Une année de JUBILAIT

Fondée en 1907 sous le nom d'Union centrale des producteurs suisses de lait (UCPL), rebaptisée Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL en 1999, l'organisation faitière a fêté ses 100 ans en 2007. Dans un pays d'herbages comme la Suisse, l'économie laitière a joué de tout temps un rôle important. En effet, le lait n'est pas uniquement une importante source de revenu pour les producteurs, mais aussi un aliment de base quotidien indispensable à une alimentation saine. C'est donc par un train de mesures de communication très diverses que la FPSL a attiré l'attention, en cette année particulière, sur le lait suisse et son importance sur les plans de la santé, de l'environnement, de l'économie et de la politique.

Communication foisonnante

C'est à l'occasion de Swiss'expo, du 11 au 14 janvier, que la FPSL a ouvert le bal et présenté pour la première fois, lors d'une conférence de presse, les manifestations qui allaient émailler 2007. L'assemblée des délégués du Centenaire du 29 janvier en a constitué le sommet solennel. Accompagnées en permanence par un service de presse dynamique, les festivités se sont achevées le 10 décembre, sur la Place fédérale, avec la dernière apparition de l'année du MOBILAIT SUISSSE. Le semi-remorque a attiré nombre de parlementaires fraîchement élus ou confirmés dans leur mandat. Preuve en est que le lait est et reste important!

LE LAIT S'EXPOSE

L'exposition spéciale, constituée de six gigantesques verres de lait, montrait le lait suisse dans toute sa diversité, de manière divertissante et interactive. Les sujets abordés allaient de la Suisse, pays d'herbage, à une promenade au travers de l'histoire du lait, en passant par le miracle de la vache laitière, la transformation du lait ou son importance pour la santé. Cette exposition a été présentée dans neuf foires, s'adressant ainsi à un public de plus de 1,3 million de consommateurs. Toujours d'actualité, elle sera présentée au public des grandes foires ces prochaines années également.

Bar à lait géant

Le bar à lait futuriste, avec commande par écran tactile et service des frappés par bande magnétique, a certes enthousiasmé toutes les générations, mais les jeunes ont été spécialement fascinés. Chaque commande de lait liée à l'informatique a produit une image des plus modernes.

LAITPATANT – LAITLVÉTIQUE

Abondamment illustré, le dépliant «LAITPATANT – LAITLVÉTIQUE» résume le contenu de l'exposition spéciale. Ce document, qui reste attrayant hors du contexte du centenaire, constitue une porte d'entrée idéale dans le monde du lait.

«Du lait pour tous»: un ouvrage historique

Richement documenté, l'ouvrage «Du lait pour tous» présente l'histoire de la création et de l'évolution de l'économie laitière et de ses organisations. Avec pour les non-initiés une conclusion surprenante: durant plusieurs décennies, la création et le développement des organisations de l'économie laitière n'ont pas servi les objectifs de ces dernières, mais la réalisation d'un mandat de droit public, à savoir l'approvisionnement en lait des villes du pays. «Du lait pour tous», effectivement. Un autre des chapitres passionnants de l'ouvrage est constitué par l'histoire de plus de 80 ans de publicité laitière.

Philipp: CÉLAITBRITÉ 2007

Agé de 14 ans, Philipp est le gagnant du concours de photos «CÉLAITBRITÉ 2007». La FPSL a recherché des portraits de personnes nées entre 1907 et 2006. Sur les 1200 photos envoyées ou prises sur les lieux de l'exposition spéciale, le public a choisi, à l'issue d'un vote en ligne, le visage de Philipp. La CÉLAITBRITÉ 2007 a reçu son prix lors de l'OLMA, le 17 octobre à St-Gall.

MOBILAIT SUISSSE

Parcourir la Suisse de long en large: telle était la mission assignée au MOBILAIT SUISSSE. Durant l'année, le semi-remorque équipé d'un bar à lait géant de 12 places s'est arrêté en 35 endroits durant plus de 100 jours. Sa mission n'est toutefois pas terminée, puisqu'il continuera à sillonner le pays au service du lait.



«Du lait pour tous»: tel est le titre de l'ouvrage traitant de l'approvisionnement en lait de la population et de bien d'autres sujets passionnants sur l'évolution de l'économie laitière suisse.



Durant l'année du centenaire, le MOBILAIT SUISSSE s'est arrêté en 35 endroits différents durant plus de 100 jours au total.



Philipp, en nous adressant ce portrait de lui enfant, a été élu CÉLAITBRITÉ 2007.

Les enfants et les adolescents aiment la modernité: après commande via une installation électronique, le frappé leur est servi automatiquement dans le bar à lait géant.

Le 29 janvier 1907, des organisations régionales fondaient l'Union centrale des producteurs suisses de lait (UCPL). 100 ans plus tard, les délégués de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL ont célébré l'évènement en compagnie de la Conseillère fédérale Doris Leuthard et d'une foule de représentants des milieux économiques et politiques.

Trois tendances et un changement en perspective

C'est un riche programme de festivités qui a remplacé, le 29 janvier, l'ordre du jour de l'Assemblée des délégués du centenaire de la FPSL/UCPL. En compagnie d'une foule de représentants de l'économie et de la politique, les délégués n'ont pas uniquement célébré, au Kursaal de Berne, cent ans d'histoire mouvementée de l'économie et de la production laitière, mais peut-être aussi le début d'une ère nouvelle. Président de la FPSL, Peter Gfeller a ainsi mis en avant, dans son allocution d'ouverture, trois tendances qui, pour avoir marqué le siècle, pourraient bien ne pas se poursuivre sans changement. D'abord, depuis 1907, la production laitière a perdu chaque année 1500 exploitations; ensuite, tous les 33 ans, soit à chaque génération d'exploitants, la productivité laitière a doublé; enfin, à chaque génération, les dépenses d'alimentation ont été divisées par deux. Pour Peter Gfeller, on peut toutefois percevoir des signes de changement dans la mondialisation de plus en plus patente, dans le renforcement des attentes des consommateurs en termes de sécurité alimentaire et de provenance régionale, ainsi que dans la croissance des besoins en énergie à l'échelle planétaire et de la consommation des ressources. Compte tenu de ces facteurs, il est bien possible que l'alimentation, les produits laitiers notamment, regagnent à l'avenir une importance perdue en 15 ans de libéralisation des marchés agricoles.

Samuel Lüthi: 28 ans pour les producteurs

Après 28 ans de labeur acharné au sein de l'organisation faîtière des producteurs de lait, dont 20 à la direction de l'UCPL/FPSL, Samuel Lüthi a pris congé des délégués. Son action s'est étendue chronologiquement de la création du contingentement laitier jusqu'à sa suppression, d'une économie laitière presque totalement étatisée à un marché quasiment libéralisé. Dans ce contexte politico-économique en perpétuel mouvement, Samuel Lüthi a toujours mis son action au service des objectifs statutaires, à savoir produire et commercialiser le maximum de lait au meilleur prix possible.



Choeur des Armaillis de la Gruyère



Hansjörg Walter



Simonetta Sommaruga



Stéphane Baumgartner



René Kolly



Ländlerkapelle Grischuna



Samuel Lüthi



Doris Leuthard, Conseillère fédérale

«Du lait pour tous»: un enjeu et un objectif

Historien de l'agriculture, Peter Moser a expliqué dans une perspective historico-scientifique le rôle des fédérations laitières, et particulièrement celui de l'Union centrale des producteurs suisses de lait (UCPL). Il a exposé que les mesures étatiques de régulation et le rôle d'exécutant des fédérations laitières n'ont jamais poursuivi uniquement leur propre but, mais un objectif supérieur consistant à assurer l'approvisionnement de la population en lait sain. Le slogan était d'ailleurs «Du lait pour tous».

Une ministre et un nouveau directeur

Après les perspectives présentées par le nouveau directeur de la FPSL, Albert Rösti, cinq personnalités sont venues présenter leurs messages de félicitations: Simonetta Sommaruga, conseillère aux Etats bernoise et présidente de la Fondation pour la protection des consommateurs; René Kolly, président de Fromarte; Markus Willmann, président de l'Association de l'industrie laitière suisse; Stéphane Baumgartner, jeune paysan de Gland et Hansjörg Walter, président de l'Union suisse des paysans. Point culminant de l'assemblée, le bref message de la Conseillère fédérale Doris Leuthard, cheffe du Département fédéral de l'économie, qui a rendu hommage aux délégués et à leurs organisations.

La FPSL a tenu ses deux assemblées ordinaires des délégués les 11 avril et 21 novembre. Celle de printemps a été marquée par l'élection du président et du comité central pour la période 2007/2011. Les délégués y ont en outre approuvé les décisions financières et la prolongation de la force obligatoire générale des contributions pour la communication et le soutien du lait.

11 avril: assemblée des délégués du printemps

- Le rapport annuel 2006 et les comptes 2006, composés du compte de la Fédération, du compte du Fonds de marketing et du compte du Fonds de soutien sont approuvés avec décharge aux organes.
- Les délégués approuvent les budgets 2007 et les décisions de financement suivantes (contributions par kilo de lait commercialisé du 1^{er} mai 2007 au 30 avril 2008):
 - Frais de gestion: 0,15 centime
 - Fonds de marketing: 0,525 centime
 - Fonds de soutien: 1,0 centime
 - Contribution SCM: 0,2 centime
 - Cotisation USP: 0,04 centime
- Les délégués décident de demander au Conseil fédéral la force obligatoire générale pour les contributions au Fonds de soutien, au Fonds du marketing et au marketing SCM.
- Tous les membres du comité central qui se représentent sont réélus pour la période 2007/2011. Sont nouvellement élus Hanspeter Kern, de Buchberg et Jean-Pierre Stirnimann, de Posieux. Les sièges des sections AMV, MIBA et LATI ne pourront être repourvus que lors de l'assemblée d'automne.
- Tous les membres suppléants du comité central qui se représentent sont réélus pour la période 2007/2011. Est nouvellement élu René Vonlanthen, de Praroman, pour la FSFL.
- Peter Gfeller est réélu à la présidence. Le nouveau 1^{er} vice-président est André Aeby, de La Brévine. 2^e vice-président, Ruedi Schnyder, d'Ellighausen, est confirmé dans son mandat.
- L'organe de révision Dr. Röthlisberger AG, Berne, est reconduit pour une année.
- Hommage: le président rend hommage aux membres démissionnaires du comité central Georges Godel (FSFL), Nello Croce (LATI), Franz Fuchs (MIBA), Hansjörg Schmid (MVW) et Pius Steinmann (AMV).

21 novembre: assemblée des délégués d'automne

- Les délégués prennent notamment connaissance de l'état d'avancement des dossiers suivants: festivités du centenaire, évolution des marchés du lait et négociation des prix. Le président Peter Gfeller annonce qu'une nouvelle augmentation du prix du lait doit être négociée pour mars 2008.
- Fonds de soutien: Décidée par le comité central au 1^{er} septembre, la réduction de la contribution de 1,0 centime à 0,7 centime par kilo est approuvée avec effet rétroactif.
- Elections: Suite aux changements de présidents des sections Milchproduzenten Mittelland (MPM), Fédération laitière du Nord-Ouest de la Suisse (MIBA) et Federazione Ticinese produttori di latte (LATI), l'assemblée élit à l'unanimité les nouveaux membres suivants au comité central: Andreas Hitz, président MPM, Untersiggenthal; Daniel Jenni, président MIBA, Langenbruck; Ulrico Feitknecht, président LATI, Contone.
- Les délégués prennent connaissance de l'avancement de la mise en œuvre de la Stratégie de développement du marché suisse du lait. Le président Peter Gfeller résume la situation ainsi: «La mise sur pied de la nouvelle organisation du marché dépendra essentiellement de l'unanimité au sein des producteurs».



Samuel Lüthi a remis la direction de la FPSL à son successeur, Albert Rösti, en janvier 2007.

Comité central, comité directeur et commissions

Le comité central a tenu sept séances ordinaires. Lors de son séminaire des 28 et 29 juin, il a adopté la Stratégie de développement du marché suisse du lait.

1^{er} février: Soucis pour le marché du beurre

■ Le comité central est préoccupé par d'éventuels changements sur le marché du beurre. Le commerce de détail cherche à miner l'organisation du marché via le trafic de perfectionnement et ses propres marques de beurre de choix. Il pourrait en résulter une pression supplémentaire sur les prix, alors que les négociations provoquées par la baisse du soutien au 1^{er} janvier 2007 ne sont même pas terminées partout.

15 mars: Objectifs annuels

■ La direction présente les objectifs pour l'année en cours, dont les principaux sont la définition de la stratégie générale pour le marché du lait et de l'organisation du marché à partir de 2009, l'amélioration des conditions de la PA 2011 et les festivités du centenaire.

■ Le comité central rejette le projet gouvernemental de révision de la loi sur les entraves techniques au commerce (LETC). L'application unilatérale du principe du Cassis de Dijon désavantagerait en effet la production alimentaire suisse.

10 mai: La mozzarella comme moyen de pression

■ Quelques acheteurs ont procédé à une nouvelle baisse du prix du lait au 1^{er} mai, prétextant la pression sur les prix des fromages frais exercée par l'ouverture presque totale du marché fromager avec l'UE. Confronté à des demandes de soutien de la mozzarella par le Fonds de soutien, le comité central répond par une offensive marketing. Tous les fabricants peuvent profiter d'une campagne publicitaire s'ils distinguent leur mozzarella avec la marque SUISSE GARANTIE. Emmi, Züger et Venditti participent; ELSA renonce.

■ Nouvelles règles de collaboration entre la Société suisse d'économie alpestre (SSEA) et la FPSL. Une commission paritaire décidera dorénavant des mesures de communication générique en faveur du fromage d'alpage.

■ La FPSL renforce Profi-Lait et augmente son engagement financier en faveur du secrétariat du projet.

■ Représentations: Les 10 sièges réservés à la FPSL au sein de la Chambre suisse d'agriculture de l'USP sont réattribués et le siège vacant au sein de l'ILC repourvu.

■ Le 29 mars, envoi à l'OFAG et publication du Rapport annuel 2006 sur la mise en œuvre et l'impact des mesures d'entraide de la FPSL. Le comité central en prend connaissance.

28 juin: Encaissement des contributions d'entraide

■ Adaptation de l'encaissement des contributions aux mesures d'entraide. Le producteur membre de la FPSL via son organisation régionale paie statutairement toutes les contributions, y compris sur le lait écoulé en vente directe ou produit sur une exploitation d'estivage.

■ Le comité central soutient le marketing générique de l'Union suisse des paysans. Les contributions liées aux animaux (sans lait commercialisé) continueront d'être prélevées par la BDTA via les marques auriculaires.

■ Le comité central nomme quatre membres de la commission du fromage d'alpage.

■ Une modification du Code des obligations (art. 663b, chiffre 12) oblige les entreprises à procéder désormais à une analyse des risques. Cette tâche du comité central est soumise au devoir de contrôle de l'organe de révision. Le comité central approuve la procédure définie par la direction.

28/29 juin: Séminaire Stratégie du marché du lait 2015

■ Le comité central et les directeurs des sections adoptent à l'unanimité, après des débats nourris, la Stratégie de développement du marché suisse du lait et approuvent à une forte majorité les mesures de mise en œuvre (cf. p. 5).

14 août: Hausse des prix sur le marché du lait

■ Depuis mai, il est clair qu'une phase de hausse des prix du lait, non prévisible, est amorcée sur le marché du lait du nord de l'Europe. Comme les efforts entrepris au sein de l'Interprofession du lait de centrale (ILC) n'ont pas porté leurs fruits, le comité central tient rapidement une séance extraordinaire et mandate le président et la direction de tâter le terrain en vue d'une augmentation (cf. p. 6).

■ En raison de la situation extraordinairement favorable du marché, de la poudre de lait notamment, le comité central décide de réduire de 1,0 à 0,7 centime par kilo le montant de la contribution au Fonds de soutien. Applicable au 1^{er} septembre, cette décision doit être confirmée par l'assemblée des délégués du 21 novembre.

Au cours du second semestre, en raison de l'évolution rapide de la situation internationale sur les marchés du lait et des produits laitiers, le comité central a tenu deux séances extraordinaires, les 14 août et 17 septembre, afin d'obtenir une augmentation du prix du lait.

30 août: Ordonnances d'exécution de la PA 2011

■ Les négociations avec le commerce de détail et les transformateurs en vue d'une augmentation du prix du lait battent leur plein, mais sans résultat pour l'instant.

■ Le Parlement a adopté la révision de la législation en vue de la PA 2011 en juin, et approuvé les corrections en faveur des producteurs de lait. Dans sa prise de position sur le premier train d'ordonnances, la FPSL attend l'exécution de la volonté du Parlement et des modifications permettant de réduire les coûts de production et d'améliorer les conditions de l'agriculture de production.

■ Le comité central approuve l'augmentation par Proviande des contributions par bovin et par veau destinés à la promotion des ventes sous la marque «Viande Suisse».

■ Bouclement des comptes semestriels: la situation est saine en termes de liquidités et de dotation en fonds propres. Cette situation est plus qu'indispensable au vu des soubresauts de plus en plus fréquents du marché et des enjeux liés à la libéralisation.

■ Le comité central adopte la prise de position sur la révision du droit des denrées alimentaires.

■ Le comité central institue l'organisation de projet chargée de la mise en œuvre des mesures stratégiques.

17 septembre: L'augmentation de prix est un fait

■ Une augmentation de prix de 6 centimes a été négociée avec les centrales laitières déterminantes sur le marché. Le comité central approuve ce résultat et décide que l'application par étapes de l'augmentation, qui doit entrer en vigueur le 1^{er} janvier 2008 au plus tard, est l'affaire des délégations aux négociations.

18 octobre: Préparation de l'AD d'automne

■ Le comité central prépare les objets destinés à l'assemblée des délégués d'automne.

■ Le comité central rejette la proposition de MIBA de soumettre à l'assemblée une réduction à 0,2 centime par kilo du montant de la contribution au Fonds de soutien à partir du 1^{er} décembre 2007.

■ Pour des raisons d'efficacité, le comité central attribue au directeur de la FPSL, membre du comité de KOS, la compétence d'approuver la dissolution de cette dernière. Les tâches restantes seront transférées à Switzerland Cheese Marketing SA (SCM).

13 décembre: Planification budgétaire pour 2008

■ Le comité central approuve le budget du marketing. Il souscrit unanimement au paquet marketing étudié en détail par la Commission de spécialistes du marketing. Lovely va tirer au but et toucher les supporters de football dans la perspective de l'Euro 2008.

■ Le budget du Fonds de soutien est basé sur une planification quantitative faisant état d'une augmentation de quelque 2 pour cent de la production, à plus de 3,3 millions de tonnes (cf. p. 7).

■ Le comité central nomme Daniel Koller, secrétaire romand, membre du collège de direction.

Comité directeur

■ Les cinq membres du comité directeur se réunissent une fois pour décider des questions relatives au personnel ou les préparer à l'attention du comité central.

Commission du marché du lait

■ La commission siège à quatre reprises pour traiter, entre autres, des sujets suivants: situation du marché du lait, vente du lait, Stratégie marché du lait 2015, organisation du marché à partir de 2009, convention relative aux contrats de vente du lait, contrôle de la qualité, schéma des sanctions, soutien du lait et Fonds de soutien.

Commission fromagère

■ La commission siège à deux reprises pour traiter, entre autres, des sujets suivants: situation du marché, vente du lait, Stratégie marché du lait 2015, mesure d'entraide, répression des fraudes, quantités supplémentaires et contrats de vente du lait.

Le besoin d'information des producteurs de lait ne cesse de croître, ce qui n'est pas surprenant. Du fait de la libéralisation du marché du lait, chaque chef d'exploitation assume une responsabilité décisionnelle de plus en plus forte. Il doit donc avoir accès à des informations rapidement disponibles.

Importance croissante des nouveaux médias

Les mesures de communication de la FPSL sont multiples et diversifiées. Les informations sont préparées spécifiquement pour leurs publics-cibles: consommateurs, nutritionnistes, enseignants, enfants et adolescents. A côté du travail classique de relations avec la presse professionnelle ou grand public via communiqués, conférences de presse et fourniture de renseignements, l'importance des médias électroniques va croissant. L'internet et le courrier électronique offrent en effet, indépendamment des heures d'ouverture des bureaux, des possibilités supplémentaires d'information et de contact. L'an dernier, la FPSL a ainsi publié onze lettres d'information électroniques pour les producteurs. Un mode de communication aux avantages évidents: coûts moins élevés, possibilité de contact direct, adaptation du contenu aux attentes des producteurs, informations brèves et liens vers des contenus plus fournis sur le web. On y ajoutera la gratuité pour les abonnés.

PSL Infoexpress dans la presse professionnelle

Malgré l'avancée des nouveaux médias, la presse professionnelle joue toujours un rôle déterminant dans l'information des producteurs de lait. Raison pour laquelle la FPSL a publié l'an dernier neuf numéros des PSL Infoexpress dans Agri, le BauernZeitung et le Schweizer Bauer.

- 19 janvier: Assurance qualité du lait
- 23 février: Vente du lait 2007
- 3 mars: Marché du lait 2007
- 27 juillet: Stratégie marché du lait 2015
- 5 août: Evolution du marché du lait
- 28 septembre: Augmentation du prix du lait
- 26 octobre: Négociations prix du lait de fromagerie
- 30 novembre: Assemblée des délégués
- 21 décembre: Promotion des ventes

Manifestations techniques appréciées

Les manifestations techniques, les assemblées de cercle ou générales, les foires spécialisées sont également des sources d'information très appréciées. La FPSL saisit donc à chaque fois l'occasion, avec ses sections, d'y communiquer des informations de première main. L'an dernier notamment, dans le contexte de sa «Stratégie de développement du marché suisse du lait 2015», elle a participé à plusieurs dizaines de ces manifestations.



Le site web de la FPSL a reçu plus d'un million de visites en 2007. Il s'avère être une mine d'informations pour les producteurs également.

Informations de première main pour les producteurs

Les possibilités suivantes sont offertes à tous ceux qui souhaitent profiter de l'offre d'informations pour les producteurs de lait:

- PSL Infoexpress: 8 à 12 numéros par an, sous forme de pages spéciales dans la presse professionnelle.
- www.swissmilk.ch: le portail web de la FPSL pour les producteurs suisses de lait.
- Newsletter par courriel: service d'information mensuel gratuit, qui traite l'actualité et offre des informations plus fouillées également.
- Renseignements par téléphone: via le numéro principal de la FPSL ou les numéros des services de conseil publiés sur le site web ou dans le rapport annuel à la page 33, les collaborateurs de la FPSL sont également à disposition pour informer.

La situation financière et celle des liquidités de la Fédération des PSL est saine et stable, ce qui est indispensable en prévision de la restructuration du marché suisse du lait en 2009. Les comptes consolidés de l'année 2007 indiquent un excédent de recettes de 2,2 millions de francs. Les trois comptes partiels consolidés pris séparément révèlent cependant des résultats propres très variés.

Généralités

Les comptes consolidés de l'année 2007 indiquent un excédent de recettes de 2,2 millions de francs. Les trois comptes partiels consolidés, de la Fédération, du Fonds de soutien et du Fonds de marketing, pris séparément, révèlent des résultats propres très variés. La Fédération a subi une perte de 1,4 million de francs, le Fonds de soutien a engrangé un excédent de recettes de 3,6 millions de francs et le Fonds de marketing dégage un résultat équilibré.

Comme toujours, le but principal de notre présentation est d'assurer une transparence optimale, car le bilan commercial constitue la base de la taxation fiscale de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL.

Principaux événements ayant affecté les comptes 2007

Les comptes de la Fédération indiquent que l'équilibre des recettes et des dépenses liées à l'activité opérationnelle ordinaire est positif par rapport au budget et similaire à celui de l'année antérieure. Le bilan de l'activité opérationnelle, avant amortissements, intérêts et impôts, affiche comme l'année précédente un résultat négatif de près de 1,0 million de francs.

Contrairement à l'exercice précédent, ce résultat négatif n'a pas pu être compensé en 2007 par le résultat financier net porté au budget en raison de la situation sur les marchés financiers.

Le résultat des comptes de la Fédération présente une nette croissance du total du bilan. Cela se traduit, côté actifs, par une augmentation des liquidités, et côté passifs, par une hausse des engagements financiers envers le Fonds de soutien.

Le résultat du Fonds de soutien dépend essentiellement de l'évolution du marché qui décide notamment du moment et du volume des moyens financiers à engager. L'évolution réjouissante du marché en 2007 a permis de ne pas engager tous les fonds qui avaient été prévus au budget. En même temps, l'assemblée des délégués du 21 novembre 2007 a approuvé la réduction de la contribution au Fonds de soutien de 1,0 à 0,7 centime par kilogramme de lait commercialisé pour la période du 1^{er} septembre 2007 au 30 avril 2008. Pour cette raison, les contributions versées par les producteurs sont inférieures aux valeurs prévues au budget dans les comptes annuels.

Les comptes 2007 du Fonds de marketing sont, en ce qui concerne les postes principaux, – et compte tenu des frais d'exploitation de 2,2 millions de francs ajoutés au budget en raison des activités du centenaire –, entièrement conformes au budget. Le résultat d'exploitation, avant impôts, est même, avec près de 0,4 million de francs, meilleur que prévu. Des recettes extraordinaires de 1,8 million de francs ont permis d'équilibrer le résultat annuel 2007. La résolution d'un problème juridique a entre autres permis la liquidation de la provision de 1,2 million de francs constituée en 2005.

Bilan consolidé de la Fédération au 31 décembre 2007

Actifs (en milliers de CHF)	2007	%	2006	%
Liquidités	45 736	41,5	40 360	36,6
Titres	27 077	24,5	28 121	25,5
Créances vis-à-vis de tiers (net)	17 499	15,9	15 677	14,2
Créances FPSL (prévoyance incl.)	–	0,0	25	0,0
Stocks	307	0,3	368	0,4
Actifs de régularisation	6 094	5,5	12 558	11,4
Total capital circulant	96 713	87,7	97 109	88,1

Immobilisations financières	10 852	9,8	9 510	8,6
Immobilisations corporelles meubles	646	0,6	1 153	1,1
Immeuble commercial	1 533	1,4	1 644	1,5
Total capital immobilisé	13 031	11,8	12 307	11,2

Valeurs en capital	573	0,5	760	0,7
Total capital hors exploitation	573	0,5	760	0,7

Total actifs	110 317	100,0	110 176	100,0
---------------------	----------------	--------------	----------------	--------------

Passifs (en milliers de CHF)

Engagements à court terme envers des tiers	8 173	7,4	8 037	7,3
Engagements à court terme envers la FPSL (y c. prévoyance)	271	0,3	274	0,2
Passifs de régularisation	3 122	2,8	4 474	4,1
Provisions à court terme	6 067	5,5	6 613	6,0
Total capital étranger à court terme	17 633	16,0	19 398	17,6

Engagements hypothécaires immeuble commercial	400	0,3	400	0,3
Autres engagements à long terme	110	0,1	109	0,1
Provisions à long terme	41 708	37,8	41 974	38,1
Provisions pour mesures Fonds de soutien	8 800	8,0	8 800	8,0
Total capital étranger à long terme	51 018	46,2	51 283	46,5

Capital de la Fédération	3 000	2,7	3 000	2,7
Capital Fonds spéciaux	16 273	14,8	16 312	14,8
Fonds Milch-Express	28	0,0	75	0,1
Réserves, bénéfice résultant du bilan	20 147	18,3	20 020	18,2
Excédent de recettes	2 218	2,0	88	0,1
Total capital propre	41 666	37,8	39 495	35,9

Total passifs	110 317	100,0	110 176	100,0
----------------------	----------------	--------------	----------------	--------------

Rapport financier: comptes 2007

Compte de résultat consolidé 2007 de la FPSL

(en milliers de CHF)	2007	%	2006	%
Contributions des producteurs	50 526	66,1	52 978	68,5
Contributions	9 102	11,9	9 313	12,1
Autres produits	16 861	22,0	15 027	19,4
Total produits d'exploitation	76 489	100,0	77 318	100,0
Charges directes	- 55 509	- 72,6	- 44 557	- 57,6
Total charges directes	- 55 509	- 72,6	- 44 557	- 57,6
Charges de personnel	- 11 664	- 15,3	- 11 668	- 15,1
Organes	- 279	- 0,4	- 207	- 0,3
Charges de locaux	- 1 398	- 1,8	- 1 431	- 1,8
Entretien, réparations, remplacement	- 37	0,0	- 31	0,0
Charges de véhicules et de transport	- 193	- 0,3	- 132	- 0,2
Assurances choses, redevances	- 65	- 0,1	- 75	- 0,1
Charges d'énergie et d'évacuation des déchets	- 80	- 0,1	- 80	- 0,1
Charges d'administration et d'informatique	- 1 334	- 1,7	- 1 166	- 1,5
Contributions	- 3 926	- 5,1	- 3 853	- 5,0
Publicité	- 136	- 0,2	- 152	- 0,2
Autres charges d'exploitation	- 9	0,0	- 10	0,0
Total charges d'exploitation	- 74 630	- 97,6	- 63 362	- 81,9
Total résultat d'exploitation opérationnel (EBITDA)	1 859	2,4	13 956	18,1
Amortissements	- 1 628	- 2,1	- 2 035	- 2,7
Total résultat d'exploitation avant résultat financier et impôts	231	0,3	11 921	15,4
Rendement financier	3 468	4,5	5 311	6,9
Charges financières	- 3 366	- 4,4	- 333	- 0,4
Total résultat d'exploitation avant impôts	333	0,4	16 899	21,9
Résultat immeuble commercial Weststrasse	228	0,3	233	0,3
Revenus extraordinaires	2 295	3,0	13 100	16,9
Charges extraordinaires	- 140	- 0,2	- 30 031	- 38,8
Activités du centenaire	- 420	- 0,5	-	0,0
Impôts	- 78	- 0,1	- 113	- 0,2
Total excédent de recettes/de dépenses	2 218	2,9	88	0,1

Bilan consolidé

Le total du bilan consolidé se situe à environ 110 millions de francs, comme l'année précédente. La répartition entre les actifs circulants et les actifs immobilisés correspond à peu près au bilan 2006. Au sein des actifs circulants, on note un décalage entre le niveau élevé des liquidités et le niveau bas des actifs de régularisation. La Fédération des PSL est ainsi dotée de fonds propres raisonnables et affiche un faible endettement soumis à intérêts.

Compte de résultat consolidé

Le bilan consolidé de recettes de 2,2 millions de francs est nettement supérieur au budget en raison de la situation du marché en 2007. Le résultat 2006 avait été marqué par la constitution et la dissolution de postes de provisions importants.

Les contributions des producteurs se montent à 50,5 millions de francs, somme inférieure au budget en raison de la décision de diminuer à court terme la contribution au Fonds de soutien.

Coûts

Les coûts respectent généralement les montants fixés par le budget consolidé 2007. Les dépenses directes, d'un montant de 16,6 millions de francs, sont restées nettement inférieures au budget, ce qui est imputable à la bonne situation du marché qui a permis de moins faire appel au Fonds de soutien.

Résumé

La situation financière de la Fédération des PSL est stable. Ceci est indispensable en prévision de la restructuration du marché suisse du lait en 2009. Les changements prévus pour 2009 imposent de couvrir les risques supplémentaires. Le principal objectif au plan financier est de continuer à assurer l'indépendance et la capacité d'agir.

Rapport financier: annexe/organe de contrôle

L'annexe fait partie des comptes annuels et comprend d'autres informations importantes qui ne ressortent pas directement du bilan et du compte de résultat. Les comptes annuels doivent donner au lecteur un aperçu aussi complet que possible de la situation économique et financière de la fédération.

Annexe aux comptes 2007

Actifs cédés ou engagés pour assurer des engagements propres

(en milliers de CHF)	2007	2006
Biens immobiliers (valeur inscrite au bilan au 31.12.)	1 533	1 644
Actifs sous réserve de propriété	-	-
Total	1 533	1 644

Un financement hypothécaire de 400 000 francs garanti par une cédula hypothécaire subsiste pour l'immeuble de la Weststrasse 10, Berne.

Passifs liés à des contrats en leasing non portés au bilan

(en milliers de CHF)	2007	2006
Total frais futurs de leasing pour toutes les photocopieuses (intérêts incl.)	71	89
Total	71	89

Valeur de l'assurance-incendie des immobilisations corporelles

(en milliers de CHF)	2007	2006
Immeuble de bureaux Weststrasse 10, Berne	5 188	4 600
Biens meubles et équipements Fédération (Weststrasse)	1 500	1 400
Biens meubles et équipements Marketing (Gümligen/Brunnmatt, entreposage chez des tiers incl.)	13 500	12 200
Total	20 188	18 200

Participations importantes dans des entreprises

(en milliers de CHF)	2007	2006
35.77% de participation au Holding des Producteurs Suisses de Lait, Zollikofen	1 789	1 789
31.47% de participation à Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.	1 559	1 559
30.60% de participation à la Genossenschaft Appenzeller-Schaukäserei, Stein AR	1 380	1 200
32.87% de participation à la Société cooperative «Laiterie de Gruyères», Bulle	664	664
35.00% de participation à Emmi Interfrais SA, Küssnacht	350	350
30.00% de participation à Schweizer Agrarmedien GmbH, Bern	300	300
33.60% de participation à l'Organisation sectorielle pour le beurre Sàrl, Berne	168	168
20.60% de participation à AGRI, hebdomadaire prof. agricole, Lausanne	104	104
24.80% de participation à TSM Fiduciaire Sàrl, Berne	62	62
Total	6 376	6 196

L'annexe ne comprend pas de constats négatifs.

Rapport de l'organe de contrôle à l'assemblée des délégués de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL, Berne (consolidé)

En notre qualité d'organe de contrôle, nous avons vérifié la comptabilité et les comptes annuels consolidés (bilan, compte de résultat et annexe consolidés) ainsi que la gestion des Producteurs Suisses de Lait PSL pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2007.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels consolidés et de la gestion incombe à l'administration alors que notre mission consiste à vérifier ces comptes et la gestion et à émettre une appréciation les concernant. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales de qualification et d'indépendance.

Notre révision a été effectuée selon les Normes d'audit suisses. Ces normes requièrent de planifier et de réaliser la vérification de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels consolidés puissent être constatées avec une assurance raisonnable. Nous avons révisé les postes des comptes annuels consolidés et les indications fournies dans ceux-ci en procédant à des analyses et à des examens par sondages. En outre, nous avons apprécié la manière dont ont été appliquées les règles relatives à la présentation des comptes, les décisions significatives en matière d'évaluation, ainsi que la présentation des comptes annuels consolidés dans leur ensemble. La vérification de la gestion consiste à apprécier si les conditions d'une gestion conforme à la loi et aux statuts sont réunies; il ne s'agit pas de vérifier l'opportunité de celle-ci. Nous estimons que notre révision constitue une base suffisante pour former notre opinion.

Selon notre appréciation, la comptabilité et les comptes annuels consolidés ainsi que la gestion et la tenue du registre des associés sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels consolidés qui vous sont soumis.

Berne, le 29 février 2008

Dr. Röhli Berger AG

Ueli Ochsenbein Urs Schwab
Expert-comptable diplômé Expert-comptable diplômé

Sections de la FPSL

Organisation	Gérant Adresse	Téléphone Télécopie Courriel Internet	Nombre de délégués
VMMO Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	Andreas Ritter Poststrasse 13 9200 Gossau	Tél. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	35
LOBAG Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete	Donat Schneider Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tél. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@lobag.ch www.lobag.ch	26
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten	Benedikt Felder Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tél. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	21
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz	Jacques Gygax Zeughausstrasse 31 Postfach 4002 Basel	Tél. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
TMP Thurgauer Milchproduzenten	Alfred Ernst Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tél. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch www.milchthurgau.ch	12
MPM Milchproduzenten Mittelland	Rolf Luginbühl Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tél. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 rolf.luginbuehl@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	8
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten	Christian Burren Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tél. 031 971 18 50 Fax – c-burren@bluewin.ch	6
LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte	Paolo Degiorgi Via Gorelle 6592 San Antonino	Tél. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 claudio@lati.ch www.lati.ch	3
FSFL Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie	Clément Moret Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tél. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	12
ORLAIT Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise	Eric Jordan Chemin du Petit-Flon 21 1052 Le Mont-sur-Lausanne	Tél. 021 644 22 15 Fax 021 644 22 19 flvf@orlait.ch www.orlait.ch	11
FLN Fédération Laitière Neuchâteloise	Daniel Geiser Case postale 90 2053 Cernier	Tél. 032 889 36 75 Fax 032 889 36 79 fln@ne.ch	6
LRG Laiteries Réunies de Genève	Pierre Charvet Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tél. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 info@laiteries-reunies.ch www.lrgg.ch	3
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband	Urs Guntern Rue de l'Île Falcon 5 3960 Sierre	Tél. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 urs.guntern@flv.ch www.flv.ch	3

Composition des organes

Présidents d'honneur

Reichling Rudolf, Stäfa ZH
Kühne Josef, Benken SG

Comité central

Gfeller Peter, Kappelen BE, président
Baier Hans-Heinrich, Landquart GR
Bischofberger Robert, Schönengrund AR
Kern Hanspeter, Buchberg SH
Ruckstuhl Hans, Rosrüti SG
Müller Andreas, Walkringen BE
Scheuner Hansruedi, Schwarzenegg BE
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE
Bühlmann Peter, Emmenbrücke LU
Erni Moritz, Ruswil LU
Jenni Daniel, Langenbruck BL
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2^e vice-président
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG
Burren Christian, Gasel BE
Feitknecht Ulrico, Contone TI
Stirnimann Jean-Pierre, Posieux FR
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD
Aeby André, La Brévine NE, 1^{er} vice-président
Berlie Olivier, La Rippe VD
Chevrier Maurice, Evolène VS

Section

Suppléants au comité central

Fuster Josef, Wolfhalden AR
Oesch Christian, Ostermundigen BE
Felder Benedikt, Luzern LU
Gygax Jacques, Basel BS
Ernst Alfred, Weinfelden TG
Luginbühl Rolf, Suhr AG
Wyss Markus, Grasswil BE
Guarise Claudio, S. Antonino TI
Vonlanthen René, Praroman FR
Flotron Daniel, Forel (Lavaux) VD
Geiser Daniel, Cernier NE
Pradervand Jean-Marc, Céligny GE
Guntern Urs, Sierre VS

Comité directeur

Gfeller Peter, Kappelen BE, président
Aeby André, La Brévine NE, 1^{er} vice-président
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2^e vice-président
Erni Moritz, Ruswil LU
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD

Organe de contrôle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

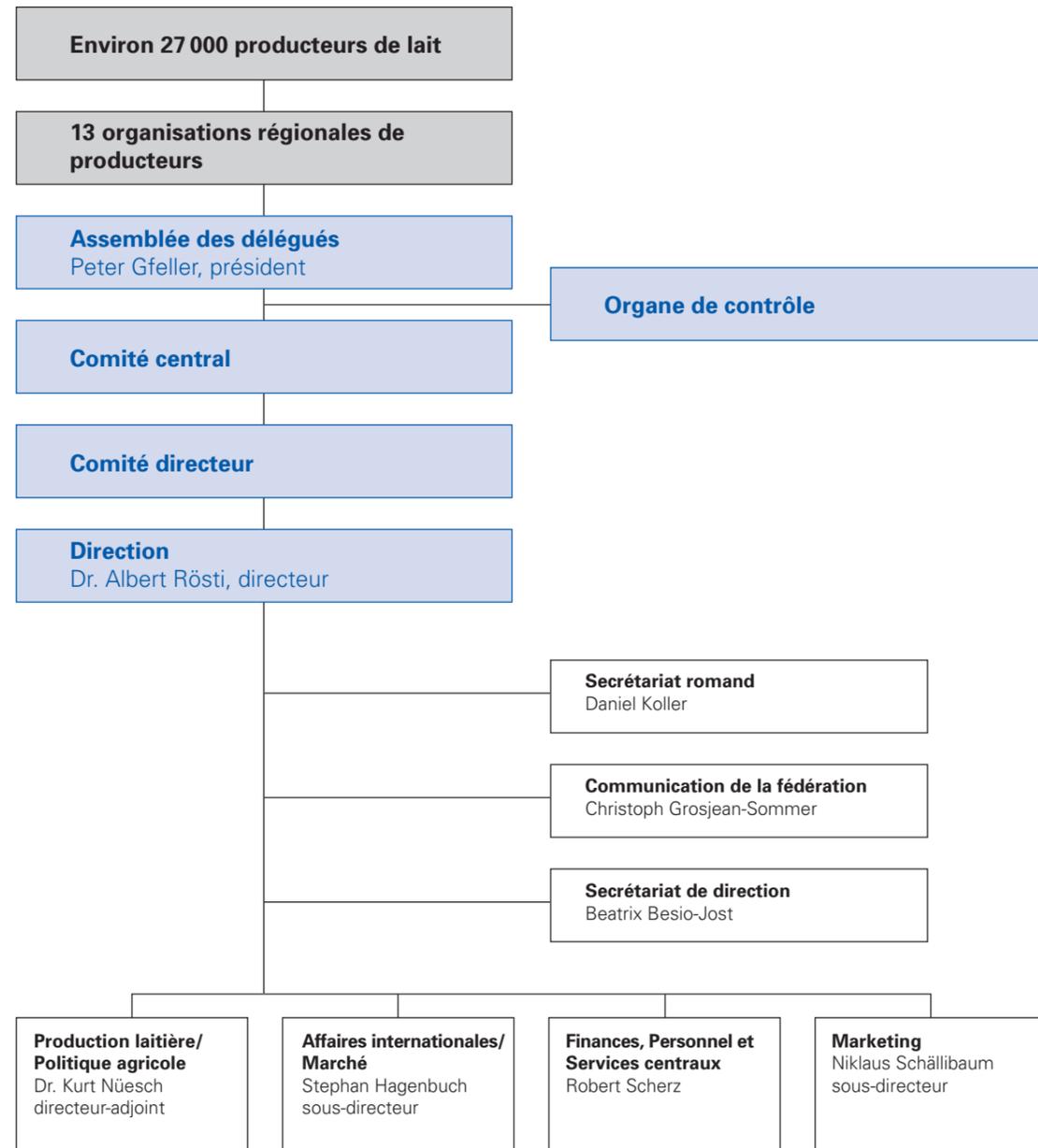
Direction

Rösti Albert, directeur, Uetendorf BE
Nüesch Kurt, directeur-adjoint, Lyss BE
Schällibaum Niklaus, sous-directeur, Lugnorre FR
Hagenbuch Stephan, sous-directeur, Marly FR
Scherz Robert, Bremgarten BE
Koller Daniel, Delémont JU

Asseseurs

Grosjean-Sommer Christoph, Kirchliindach BE
Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE

La composition du comité central est valable pour la période statutaire 2007–2011.

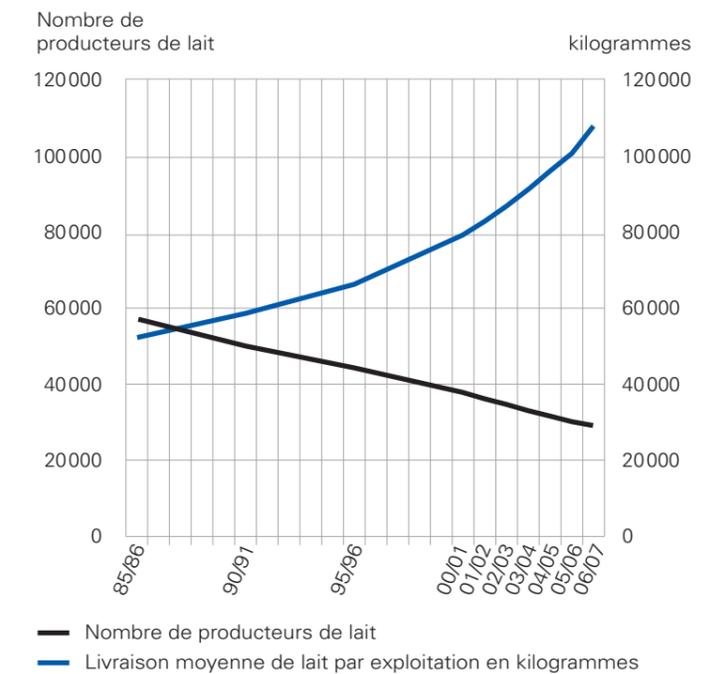


Chiffres clés de la production de lait en Suisse

Domaines exploités toute l'année avec contingent actif (sans exploitation d'estivage)	Année laitière 85/86	90/91	95/96	00/01	05/06	06/07	Différence par rapport à 2005/06 %	
Nombre de producteurs	57 295	50 334	44 360	38 082	30 163	28 830	- 1 333	- 4,4%
Ø Surface agricole en hectares par exploitation	14,8	16,5	19,1	19,1	21,4	21,6	0,2	0,9%
Ø Volume moyen livré en kg par exploitation	52 475	58 861	66 341	79 181	100 761	108 203	7 442	7,4%
Ø Volume moyen livré en kg par hectare	2 976	3 560	3 649	4 147	4 697	5 000	303	6,5%
Ø Volume moyen livré en kg par vache	3 465	4 101	4 512	4 994	5 422	5 516	94	1,7%

Source: TSM Fiduciaire

Evolution du nombre de producteur de lait et des livraisons de lait de 1985 à 2007



Alors que leur nombre ne cesse de reculer, les producteurs ont enregistré depuis 2000/2001 une hausse de 37 pour cent de leur volume moyen livré par exploitation.

Source: TSM Fiduciaire

Prix contractuels pour le lait PER de centrale

(Base: 120 000 kg, teneur 73 g/kg)

Premier acheteur	Année civile 2006	Année civile 2007	Différence 2006/2007
Arnold Produkte AG	68,12	66,70	- 1,42
Biedermann Molkerei AG	-	68,19	-
Crema SA	68,77	65,66	- 3,11
ELSA SA	67,13	68,23	1,10
Fournisseurs directs d'Emmi BEMO / ZeNoOs	69,33	67,35	- 1,98
Fédération LRG	72,08	67,52	- 4,56
Fromalp AG	-	67,00	-
Lanz Molkerei AG	-	68,52	-
LATI OP	71,63	66,62	- 5,01
MIBA	67,56	65,72	- 1,84
Mittellandmolkerei AG	-	67,43	-
Nestlé Suisse SA	67,68	65,59	- 2,09
NordOstMilch AG	68,54	67,23	- 1,31
Schwyz Milch PMO	-	66,70	-
Strähl Käse AG	68,82	67,99	- 0,83
Swisspremium AG	-	68,19	-
Thur-Milch AG	69,01	68,10	- 0,91
Vallait SA	67,82	65,43	- 2,39
ZMP	-	69,00	-
Züger Frischkäse AG	-	68,19	-
Moyenne pondérée	68,44	67,12	- 1,32

Source: Surveillance du prix du lait FPSL

Prix contractuels pour le lait bio de centrale

(Base: 120 000 kg, teneur 73 g/kg)

Premier acheteur	Année civile 2006	Année civile 2007	Différence 2006/2007
Biomilchpool GmbH	76,27	-	-
Crema SA	-	79,16	-
Fournisseurs directs d'Emmi	-	83,50	-
Fédération LRG	82,50	77,35	- 5,15
MIBA	83,03	79,68	- 3,35
NordOstMilch AG	-	73,32	-
ZMP	-	78,50	-

NB: pour des raisons de données manquantes (p. ex. enregistrement ventes de lait à partir du 1^{er} mai 2006), il n'est pas possible d'indiquer tous les prix contractuels des premiers acheteurs pour l'année 2006.

Source: Surveillance du prix du lait FPSL

Importance des mesures d'entraide

La meilleure transparence possible est une condition importante du bon fonctionnement du marché du lait. Ce qui compte surtout pour le producteur, c'est de savoir quel est le prix payé par telle centrale ou quel est le prix réalisé pour chaque variété fromagère. Comme l'observation des prix de l'Office fédéral de l'agriculture n'est jamais en mesure de fournir ces informations détaillées, le monitoring des prix de la FPSL est d'une importance capitale pour la défense des intérêts économiques des producteurs. Les informations qu'il donne sont en effet décisives dans le contexte des négociations sur le prix du lait.

www.swissmilk.ch/prixdulait

Explications relatives au prix contractuel

Le prix contractuel est calculé pour un volume de livraison annuel de 120 000 kilos d'une teneur standardisée de 4,0 pour cent de matière grasse et de 3,3 pour cent de protéine. Il englobe l'échelonnement saisonnier des prix et les suppléments pour volume de livraison important. Le producteur est considéré comme fournisseur de base. La collecte a lieu tous les deux jours à la ferme. Le prix contractuel ne tient en revanche pas compte des primes et bonus qui ne sont pas définis par contrat.

Le prix contractuel annuel reproduit ici se compose de la moyenne arithmétique des douze prix contractuels moyens de janvier à décembre.

Composition du prix du lait de fromagerie

- Le prix du lait de fromagerie effectivement payé est composé des éléments suivants: prix de base, supplément pour le lait transformé en fromage, suppléments/déductions saisonniers, teneur, qualité, frais de refroidissement, volume par livraison, coûts du transport, aides financières, paiements ultérieurs, bonus versés, lait de restriction (non transformé en fromage), lait pour spécialités (non transformé en fromage).
- Ne sont pas compris dans le prix: supplément de non-ensilage, petit-lait, encaissement général, encaissement pour le marketing, soutien du prix du lait, contributions aux organisations, facturation spéciale de service comme commandes de toutes sortes, loyers, bonus dénoncés, etc.
- En 2006, le supplément de non-ensilage s'élevait à 4 centimes et en 2007 à 3 centimes par kilo de lait transformé en fromage.

Contrôles de qualité

En 2007 aussi, la qualité du lait commercialisé s'est avérée excellente. 371 792 échantillons ont été analysés par les deux laboratoires Qualitas et Suisselab. Absence de contestation pour 98,90 pour cent des échantillons concernant la charge en germes, pour 95,27 pour cent concernant la teneur en cellules et pour 99,97 pour cent concernant la présence de substances inhibitrices.

Seulement 24 suspensions des livraisons ont été prononcées en raison des germes, 59 en raison des cellules et 115 en raison des substances inhibitrices.

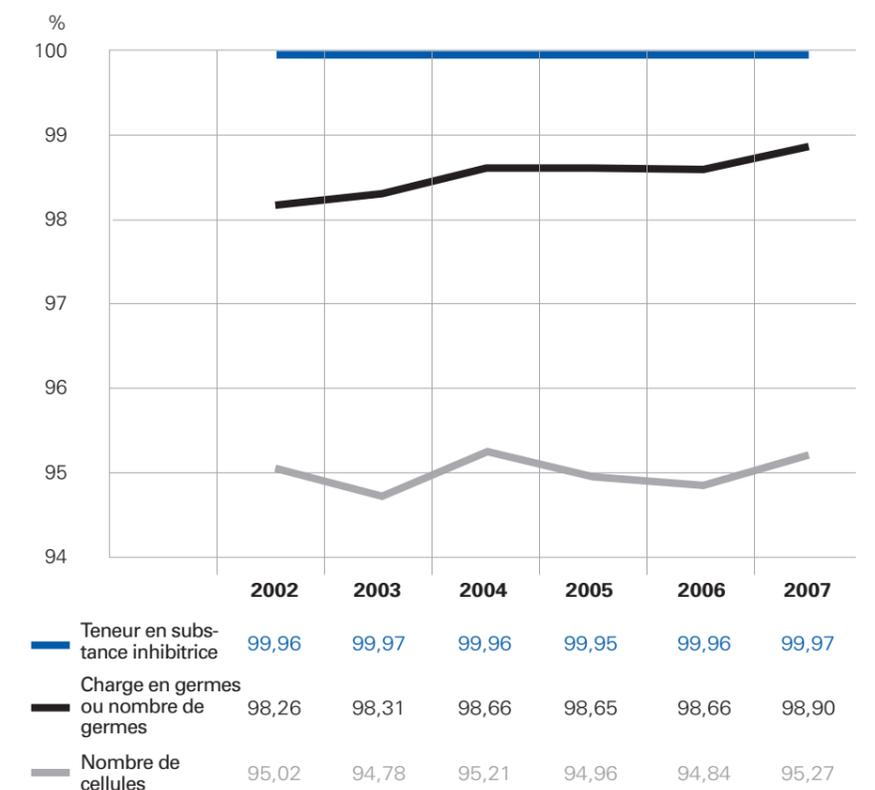
Prix du lait payé pour le lait de fromagerie PER, franco fromagerie/centre collecteur

Quantités prises en charge et teneurs effectives selon les volumes livrés resp. décomptes. Supplément de non-ensilage exclu.

Variété de fromage	Année civile 2006	Année civile 2007	Différence 2006/07
Appenzeller®	77,20	75,29	- 1,91
Fromage des Grisons	75,98	73,91	- 2,07
Fromages divers	80,92	85,80	4,88
Emmentaler Switzerland AOC	69,02	69,56	0,54
Le Gruyère AOC	78,21	76,97	- 1,24
Raclette du Valais AOC	75,62	72,71	- 2,91
Sbrinz AOC	70,16	72,00	1,84
Tête de Moine AOC	76,36	75,27	- 1,09
Tilsiter Switzerland	75,22	73,63	- 1,59
Moyenne pondérée	73,77	73,47	- 0,30

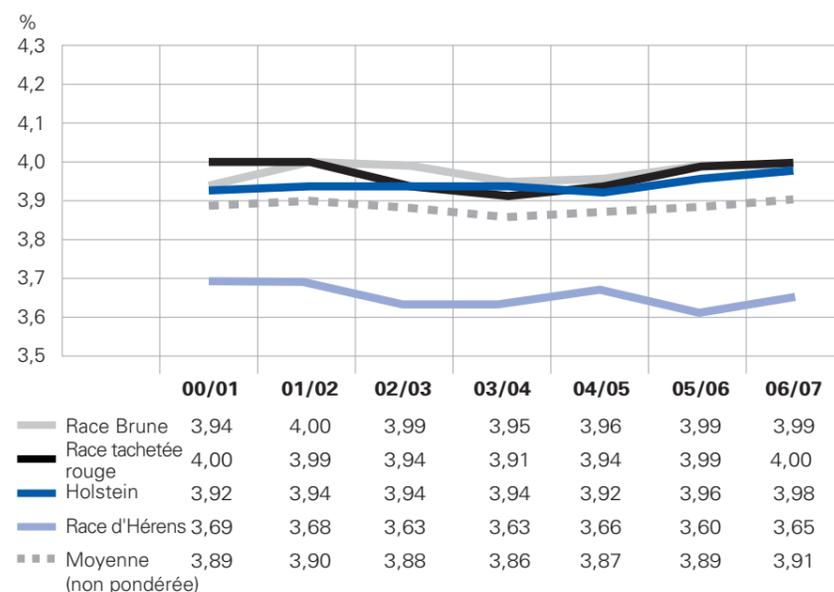
Source: Surveillance du prix du lait FPSL

Résultats des contrôles du lait commercialisé: échantillons n'ayant pas fait l'objet de réclamation



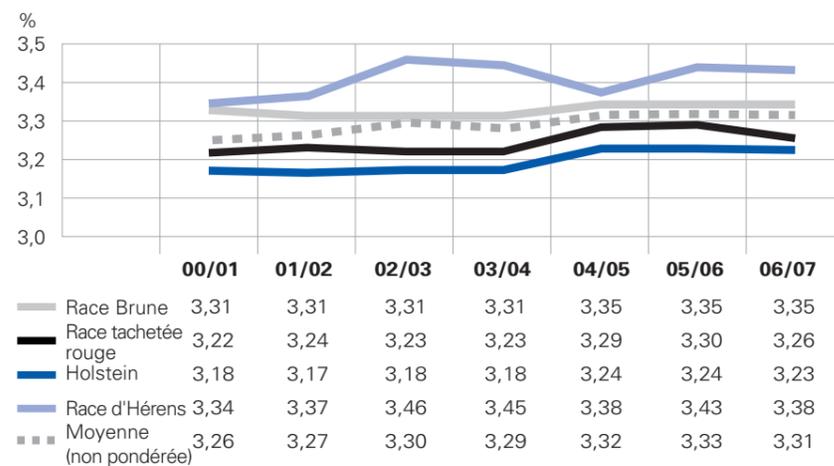
Source: Agroscope ALP, Liebefeld-Berne

Teneur en matière grasse du lait des quatre races du herd-book (contrôles laitiers)



Source: Statistique laitière de la Suisse

Teneur en protéine du lait des quatre races du herd-book (contrôles laitiers)



Source: Statistique laitière de la Suisse

Valorisation du lait en équivalent-lait (EL)*

Catégorie	Production 2006 tonnes EL	Production 2007 tonnes EL	Variation 2007 tonnes EL	Variation 2007 %
Fromage	1 402 552	1 426 736	24 184	1,7%
Séré	18 498	18 779	281	1,5%
Lait de consommation	450 491	447 445	- 3 046	- 0,7%
Crème de consommation	250 588	261 331	10 743	4,3%
Yogourt	111 920	112 586	666	0,6%
Produits frais, glace comestible incl.	91 816	98 148	6 332	6,9%
Conserves de lait	288 845	306 172	17 327	6,0%
Beurre	463 774	451 701	- 12 073	- 2,6%
Autres	126 488	137 190	10 702	8,5%
TOTAL lait entier	3 204 972	3 260 088	55 116	1,7%

* Un équivalent-lait correspond à la teneur en protéine et en matière grasse d'un kilo de lait.
Source: TSM Fiduciaire

Production de lait de consommation

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait cru	13 007	12 206	- 801	- 6,2%
Lait past. enrichi en matière grasse	0	0	-	-
Lait UHT enrichi en matière grasse	1 088	1 064	- 24	- 2,2%
Lait entier past.	93 410	90 920	- 2 490	- 2,7%
Lait entier UHT	174 246	167 643	- 6 603	- 3,8%
Lait partiellement écrémé past.	78 599	79 713	1 114	1,4%
Lait partiellement écrémé UHT	116 892	122 707	5 815	5,0%
Lait écrémé past.	14	258	244	1 742,9%
Lait écrémé UHT	15 998	14 723	- 1 275	- 8,0%
TOTAL lait de consommation	493 254	489 234	- 4 020	- 0,8%

Source: TSM Fiduciaire

Production de crème de consommation

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Double-crème	581	663	82	14,1%
Crème entière (35% et 45 % MG)	26 066	27 595	1 529	5,9%
Demi-crème (25 à 30 % MG)	13 251	13 459	208	1,6%
Crème à café	24 879	25 428	549	2,2%
TOTAL crème	64 777	67 145	2 368	3,7%

Source: TSM Fiduciaire

Production d'autres spécialités lactées

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait acidulé	4 098	5 535	1 437	35,1%
Crème acidulée	1 500	1 959	459	30,6%
Desserts	23 533	23 226	- 307	- 1,3%
Boissons lactées	65 145	65 668	523	0,8%
Yogourt	139 904	139 755	- 149	- 0,1%
Kéfir	63	67	4	6,3%
Glace comestible	20 995	21 531	536	2,6%

Source: TSM Fiduciaire

Production de lait écrémé, poudre de lait et lait condensé

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait écrémé (transformé)				
Affouragement liquide	5 950	6 106	156	2,6%
Caséine acide	367	266	- 101	- 27,5%
Caséinates	8 989	8 662	- 327	- 3,6%
Promilk	189 778	199 234	9 456	5,0%
Protéine lactique	26 117	26 849	732	2,8%
TOTAL lait écrémé (sans succédanés du lait)	231 201	241 117	9 916	4,3%
Poudre de lait entier (26%)	15 481	16 265	784	5,1%
Autres poudres de lait ou de crème avec teneur en mg	4 270	4 717	447	10,5%
Poudre de lait écrémé	23 488	21 980	- 1 508	- 6,4%
Babeurre en poudre*	658	395	- 263	- 40,0%
Poudre de petit-lait*	4 249	5 938	1 689	39,8%
TOTAL poudre de lait, lait condensé	48 146	49 295	1 149	2,4%

* Trafic de perfectionnement inclus
Source: TSM, IPL

Production de beurre

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Beurre				
Beurre de choix	34 722	33 258	- 1 464	- 4,2%
Beurre de crème de petit-lait	2 239	2 074	- 165	- 7,4%
Beurre collecté	188	104	- 84	- 44,7%
TOTAL beurre (sans ventes locales)	37 149	35 436	- 1 713	- 4,6%

Source: OS Beurre

Vente de beurre

Catégorie	Ventes 2006 tonnes	Ventes 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Beurre				
Beurre de choix	5 846	5 973	127	2,2%
LE BEURRE	12 417	12 522	105	0,8%
Beurre de crème de lait et de petit-lait	282	212	- 70	- 24,8%
Beurre dans produits spéciaux*	567	802	235	41,4%
Beurres de boulangerie et d'industrie	16 336	16 768	432	2,6%
Total: beurre aqueux 82% MG	35 448	36 277	829	2,3%
Total: beurre déshydraté (calculé à raison de 82% MG)	6 101	6 305	204	3,3%
TOTAL beurre (sans ventes locales)	41 549	42 582	1 033	2,5%

* Préparations à base de beurre, beurre allégé, etc.
Source: OS Beurre

Production de fromage

Catégorie	Production 2006 tonnes	Production 2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Séré	10 100	10 463	363	3,6%
Mozzarella	15 470	16 191	721	4,7%
Mascarpone	673	660	- 13	- 1,9%
Autres produits frais	14 305	14 066	- 239	- 1,7%
Total fromages frais	40 551	41 382	831	2,0%
Fromages à croûte fleurie, maigres à 1/4 gras				
Fromages à croûte fleurie, 1/2 gras à gras	1 489	1 417	- 72	- 4,8%
Fromages à croûte fleurie à la crème	1 370	1 461	91	6,6%
Bleus, fromages à pâte persillée				
Tommes	1 987	2 062	75	3,8%
Vacherin Mont-d'Or AOC	511	520	9	1,8%
Autres fromages à pâte molle, maigres à 1/4 gras	77	118	41	53,2%
Autres fromages à pâte molle, 1/2 gras à gras	772	816	44	5,7%
Autres fromages à pâte molle, crème	566	511	- 55	- 9,7%
Total fromages à pâte molle	6 774	6 909	135	2,0%
Appenzeller®	8 662	8 841	179	2,1%
Tilsiter Switzerland	4 122	4 126	4	0,1%
Fromage du Valais (Raclette du Valais AOC)	2 058	2 102	44	2,1%
Raclette Suisse	10 871	11 609	738	6,8%
Vacherin fribourgeois AOC	2 343	2 322	- 21	- 0,9%
Tête de Moine AOC	2 064	2 222	158	7,7%
Fromage du Jura	185	233	48	25,9%
Fromage Vignerons	391	338	- 53	- 13,6%
Mutschli	505	554	49	9,7%
Fromage d'alpage à pâte mi-dure	1 629	1 805	176	10,8%
Fromage de montagne des Grisons	754	777	23	3,1%
Fromage de montagne, à la coupe	1 396	1 712	316	22,6%
St. Paulin suisse	809	803	- 6	- 0,7%
Edamer suisse	606	339	- 267	- 44,1%
Fromage affiné à froid	21	20	- 1	- 4,8%
Fromage à pâte mi-dure persillée	159	177	18	11,3%
Fromage semi-préparé	1 107	1 191	84	7,6%
Fromage pour la fonte gras, sur commande	1 257	1 490	233	18,5%
Autres fromages à pâte mi-dure, maigres à 1/4 gras	728	719	- 9	- 1,2%
Autres fromages à pâte mi-dure, 1/2 gras à gras	8 255	8 825	570	6,9%
Autres fromages à pâte mi-dure, crème	1 643	1 958	315	19,2%
Total fromages à pâte mi-dure	49 560	52 159	2 599	5,2%
Emmentaler AOC	33 894	30 773	- 3 121	- 9,2%
Switzerland Swiss	2 361	3 103	742	31,4%
Le Gruyère AOC	28 367	28 211	- 156	- 0,5%
Fromage d'alpage à pâte dure	1 913	1 918	5	0,3%
Autres fromages à pâte dure, maigres à 1/4 gras	96	53	- 43	- 44,8%
Autres fromages à pâte dure, 1/2 gras à gras	6 784	8 704	1 920	28,3%
Autres fromages à pâte dure, crème	26	76	50	192,3%
Total fromages à pâte dure	73 441	72 838	- 603	- 0,8%
Sbrinz AOC	1 664	2 002	338	20,3%
Total fromages à pâte extra-dure	1 664	2 002	338	20,3%
Fromage de brebis pur	743	801	58	7,8%
Fromage de chèvre pur	185	197	12	6,5%
Total produits spéciaux	925	997	72	7,8%
Total toutes variétés	172 914	176 280	3 366	1,9%

Source: TSM Fiduciaire

Importations

converties en lait frais	2006 tonnes	2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait frais, yogourt	27 800	29 900	2 100	7,6%
Poudre de lait et de crème, alimentation infantile	19 600	24 300	4 700	24,0%
Chocolat, crème dans les glaces com.	24 500	24 900	400	1,6%
Lait condensé, lait stérilisé	1 500	2 300	800	53,3%
Beurre*	235 000	294 500	59 500	25,3%
Fromages à pâte molle	176 700	205 800	29 100	16,5%
Fromages à pâtes dure et mi-dure	187 800	198 600	10 800	5,8%
Fromage fondu	24 100	23 900	- 200	- 0,8%
Total produits laitiers	697 000	804 200	107 200	15,4%

* y c. huile de beurre et préparations à base de beurre (loi chocolatière)
Source: DGD, USP

Exportations

converties en lait frais	2006 tonnes	2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait frais, yogourt	7 200	8 900	1 700	23,6%
Poudre de lait et de crème, alimentation infantile	121 500	164 000	42 500	35,0%
Chocolat, crème dans les glaces com.	114 000	123 400	9 400	8,2%
Lait condensé, lait stérilisé	700	3 000	2 300	328,6%
Beurre*	91 100	94 200	3 100	3,4%
Fromages à pâte molle	8 500	15 000	6 500	76,5%
Fromages à pâtes dure et mi-dure	572 400	605 500	33 100	5,8%
Fromage fondu	42 500	43 400	900	2,1%
Total produits laitiers	957 900	1 057 400	99 500	10,4%

* y c. huile de beurre et préparations à base de beurre (loi chocolatière)
Source: DGD, USP

Bilan (Exportations moins importations)

converti en lait frais	2006 tonnes	2007 tonnes	Variation 2007 tonnes	Variation 2007 %
Lait frais, yogourt	- 20 600	- 21 000	- 400	1,9%
Poudre de lait et de crème, alimentation infantile	101 900	139 700	37 800	37,1%
Chocolat, crème dans les glaces com.	89 500	98 500	9 000	10,1%
Lait condensé, lait stérilisé	- 800	700	1 500	- 187,5%
Beurre*	- 143 900	- 200 300	- 56 400	39,2%
Fromages à pâte molle	- 168 200	- 190 800	- 22 600	13,4%
Fromages à pâtes dure et mi-dure	384 600	406 900	22 300	5,8%
Fromage fondu	18 400	19 500	1 100	6,0%
Total produits laitiers	260 900	253 200	- 7 700	- 3,0%

* y c. huile de beurre et préparations à base de beurre (loi chocolatière)
Source: DGD, USP

Contact et services

La FPSL propose des services et des informations dans les domaines suivants notamment: économie, politique, production, transformation, marketing et conseils en nutrition. Si vous avez des questions, adressez-vous à la centrale ou directement auprès de la personne responsable. De nombreuses informations peuvent également être consultées sur internet.

Centrale

Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL
Weststrasse 10, case postale, 3000 Berne 6
Téléphone: 031 359 51 11, télécopie: 031 359 58 51
psl@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

Marketing de la FPSL

Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL
Brunnmattstrasse 21, 3007 Berne
Téléphone: 031 359 57 28, télécopie: 031 359 58 55
marketing@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

Renseignements pour les producteurs:

Thomas Reinhard, téléphone 031 359 54 82

Renseignements sur les questions fromagères:

Franziska Wirz, téléphone 031 359 53 17

Renseignements pour les Romands:

Pierre Guignard, téléphone 031 359 54 51

Renseignements sur les services du marketing:

Daniele Garofalo, téléphone 031 359 57 77

Commandes de brochures, d'articles publicitaires, etc.:

Contact Center, téléphone 031 359 57 28

Renseignements pour les médias, économie et politique:

Christoph Grosjean-Sommer, téléphone 031 359 53 18

Renseignements pour les médias, marketing/RP:

Nicole Huwyl, téléphone 031 359 57 58

Impressum

Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL
Weststrasse 10
3000 Berne 6
Téléphone 031 359 51 11
Télécopie 031 359 58 51
www.swissmilk.ch
psl@swissmilk.ch
© Copyright by SMP
Avril 2008
Photos: FPSL, P. Talman, A. Haas (BauernZeitung)
Maquette: Aebi Grafik&Illustration, Berne
Impression: Merkur Druck AG, Langenthal

S M P · P S L

*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte*

Weststrasse 10
Case postale
CH-3000 Berne 6

Téléphone 031 359 51 11
Télécopie 031 359 58 51
psl@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch

