

Rapport annuel 2017

Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL



Table des matières

2	Le marché laitier sous le signe de la valeur ajoutée
4	Économie et politique
7	Politique agricole
9	Marketing
12	Organisation du marché
13	Situation du marché et vente du lait
14	Production laitière
15	Transformation du lait
16	Production fromagère
17	Assemblée des délégués
18	Journées régionales d'information
19	Comité central
21	Rapport financier: comptes annuels 2017
26	Membres de la FPSL
27	Composition des organes
28	Organigramme de la FPSL
29	Documentation: chiffres-clé
	Contact et impressum

Le marché laitier sous le signe de la valeur ajoutée

La bonne situation sur le marché du lait européen n'a profité que tardivement aux producteurs. Ils n'ont ainsi obtenu la hausse du prix indicatif A à 68 centimes qu'au 1^{er} octobre pour le lait de centrale. Les travaux politiques concernant le budget fédéral 2018 et la solution de remplacement de la loi chocolatière ont été effectués rapidement et avec succès.

L'année 2017 a été marquée par la hausse des prix au niveau international, tant dans les laiteries que dans le commerce de détail. Le prix à la production a ainsi pu être augmenté à près de 40 centimes d'euro dans l'UE. Cette augmentation a uniquement été freinée par les stocks très importants de poudre de lait européens. En Suisse, les quantités se situent dans la moyenne de l'année dernière et le marché de la matière grasse a connu une évolution très équilibrée. Il est donc surprenant que le prix à la production ait certes augmenté, mais pas autant qu'on aurait pu l'espérer. Nombre de familles productrices de lait vivent toujours sur leurs réserves. Au vu de ce contexte, le marché du lait de centrale a été très mouvementé en 2017. Certaines organisations ont pris le taureau par les cornes et cherchent à renforcer leur position sur le marché en regroupant leur offre.

Se positionner tôt sur la politique agricole

La nouvelle politique agricole entrera probablement en vigueur en 2022, mais c'est aujourd'hui que les jalons sont posés. La FPSL est donc entrée très tôt dans le débat et a déjà fait valoir ses revendications auprès du Conseil fédéral et de l'OFAG. Les producteurs de lait veulent rectifier les désavantages dont ils ont souffert avec la PA 14-17.

Les recettes doivent être optimisées grâce à une stratégie cohérente sur la valeur ajoutée et à une répartition équitable. Les coûts doivent être réduits grâce à la promotion du fourrage indigène comme base de la production et des exploitations gérées avec professionnalisme. Les paiements directs doivent quant à eux être axés davantage sur le travail et moins sur la surface. Les atouts du lait justifient des prix plus élevés dans le commerce de détail. Ceux-ci engendrent toutefois une charge de travail supplémentaire, qui doit en valoir la peine. Comme cette charge supplémentaire est toujours endossée par les exploitations agricoles, il faut que les recettes supplémentaires soient réparties équitablement au sein de la filière.

Un front uni pour réussir en politique

En 2017 aussi, les producteurs de lait ont toujours parlé d'une même voix dans les discussions politiques. Grâce à cette unité et à la bonne collaboration avec l'USP, nous avons gagné des batailles politiques importantes. L'élaboration pragmatique de la solution de remplacement de la loi chocolatière en est un bon exemple. La branche a pu présenter une solution au Conseil fédéral dans les plus brefs délais. C'est grâce à ce front uni que

le Conseil fédéral et le Parlement ont pu rapidement approuver la solution proposée. Avec autant de succès, la FPSL et l'USP ont réussi à empêcher des coupes budgétaires pour le contrôle du lait, permettant ainsi de préserver l'assurance-qualité totale, tout en évitant que les producteurs doivent passer à la caisse.

La communication systématique porte ses fruits

L'objectif est de défendre résolument les intérêts des producteurs sur le marché. Grâce à une communication rapide et proactive, la graisse de palme a été bannie du fourrage pour bétail laitier. On a en outre observé que les producteurs de lait participent activement à la mise en œuvre de la Stratégie Antibiorésistance de la Confédération (StAR). Grâce à un pacte pour la protection animale passé avec la Protection Suisse des Animaux et d'autres acteurs, les producteurs de lait se révèlent être des acteurs du marché ouverts et conscients de leurs responsabilités.

En faveur de solutions au sein de la filière

L'engagement des représentants des producteurs au sein de l'IP Lait est pour la FPSL une tâche stratégiquement décisive. Le prix indicatif A a pu être augmenté en octobre grâce à un front uni et à d'âpres négociations au bon moment. Il s'agissait là de la base pour que les prix soient augmentés dans le commerce de détail et pour que tous les acheteurs augmentent aussi le prix à la production d'au moins 3 centimes. La situation de la matière grasse aurait justifié quelques centimes de plus pour les producteurs, ce qui n'a été que partiellement appliqué. L'IP Lait a élaboré l'année dernière la stratégie sur la valeur ajoutée de la filière. La FPSL prend les rênes de la mise en œuvre de la communication sur la valeur ajoutée de toute la branche.

La provenance suisse au cœur du marketing

Les attentes en matière de différenciation du lait et des produits laitiers suisses par rapport à la concurrence étrangère ont été l'occasion de concevoir une nouvelle stratégie marketing. En plus des actuels thèmes principaux, à savoir la santé et le plaisir gustatif, la publicité générique porte désormais aussi sur les atouts du lait suisse. Dans une première phase, l'accent sera mis sur le bien-être animal et la provenance suisse – le Swissness. «Swiss milk inside» en est une bonne application pratique: le petit rond rouge et blanc ne sera dorénavant plus utilisé pour les campagnes promotionnelles, mais en tant que marque individuelle déposée pour mettre en avant le lait suisse dans les rayons.

Engagement pour tous les types de lait

En 2017, la politique et le marché ont été très mouvementés, ce qui a conduit à des exigences accrues envers les producteurs. Seule une organisation forte permet d'y répondre. Pour garantir une bonne défense professionnelle dans un tel contexte, il est primordial de maintenir un degré d'organisation élevé. La FPSL a pu soutenir des projets régionaux de modifications structurelles pour le lait de centrale. Un tel regroupement de l'offre permet aux producteurs de lait de centrale d'être plus unis et de renforcer leur position, notamment lorsque le marché fluctue.

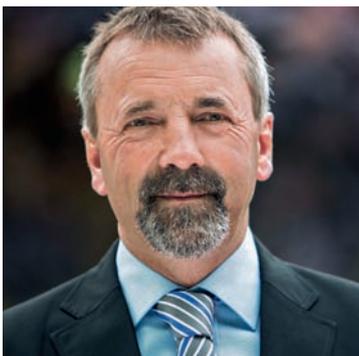
La transformation en fromage occupe une place importante dans l'économie laitière suisse. Les bactéries lactiques utilisées à cet effet (cultures) jouent un rôle prépondérant. C'est pourquoi la FPSL s'est engagée avec vigueur pour que tout le lait suisse continue d'avoir accès à ces cultures fromagères à l'avenir aussi. Un financement a pu être ficelé en collaboration avec la filière afin de permettre de privatiser la production de cultures d'Agroscope. Le fromage suisse doit préserver sa réputation dans les pays voisins et pouvoir se vendre à bon prix. Chaque année, la présence de la Suisse à la Semaine verte internationale de Berlin, organisée par la FPSL sur mandat d'AMS, y contribue grandement. Lors de l'exposi-

tion, l'ambassadrice suisse Christine Schraner Burgener a émis le souhait d'avoir une vache suisse dans le jardin de l'ambassade. C'est désormais chose faite grâce à la vache Swissmilk offerte par la FPSL à l'Ambassade de Suisse l'été dernier à l'occasion des 150 ans d'existence de cette dernière.



Instant de gloire pour une vache suisse: Hanspeter Kern, en compagnie du conseiller fédéral Ueli Maurer, du directeur de l'OFAG Bernard Lehmann et du vice-directeur de l'OFAG Dominique Kohli, a offert la vache Swissmilk à l'ambassadrice suisse à Berlin.

Hanspeter Kern
Président de la Fédération des PSL



Stephan Hagenbuch
Directeur de la Fédération des PSL



Économie et politique

Le Swissness et les atouts du lait suisse étaient des thèmes importants pour les producteurs suisses de lait en 2017. La solution de remplacement de la loi chocolatière, mise sous toit à l'automne, est d'une importance capitale pour l'économie laitière helvétique.

Forum du lait: 12 jours de Swissness

La FPSL a organisé son Forum du lait annuel à l'occasion de l'ouverture de Suisseexpo 2017 à Lausanne, douze jours après l'entrée en vigueur de la législation Swissness.

Lors de ce forum, l'Interprofession du lait a présenté les résultats du groupe de travail chargé de la stratégie pour la valeur ajoutée du lait. Parmi les atouts qui caractérisent le lait suisse, trois permettent une différenciation par rapport à l'étranger:

- Niveau élevé de protection des animaux et bien-être animal supérieur
- Plus d'écologie et de proximité
- Plus de fourrages grossiers – moins de concentrés

Les résultats de la stratégie sur la valeur ajoutée rejoignent ainsi ceux d'une étude de la FPSL, qui indiquent que 80% des consommateurs seraient prêts à payer un prix plus élevé pour le lait et les produits laitiers suisses. L'étude démontre également que les atouts commercialisables les plus importants sont générés sur l'exploitation agricole. C'est pourquoi le président de la FPSL, Hanspeter Kern, a souligné à quel point il est important qu'une grande partie des recettes supplémentaires soient attribuées aux producteurs de lait.



Forum du lait à Lausanne: les participants à la table ronde Roland Frefel (Coop), Stefan Kohler (IP Lait), Daniel Imhof (Nestlé Suisse) et Hanspeter Kern (FPSL), sous la modération de François Schaller (rédacteur en chef de l'AGEFI), étaient d'un même avis: le Swissness a besoin d'atouts et ces derniers sont générés dans les fermes.

La marque individuelle «Swiss milk inside»

La FPSL veut mettre en avant la provenance suisse de manière durable et marquante dans les magasins. L'étiquette ronde «Swiss milk inside» est utilisée depuis maintenant deux bonnes années. Durant cette période, elle a acquis un degré de notoriété très élevé de 43,5% et constitue un repère pour l'achat de lait et de produits laitiers suisses. En déposant la marque individuelle «Swiss milk inside», la FPSL a rendu possible la distinction des produits qui contiennent 100% de lait suisse.

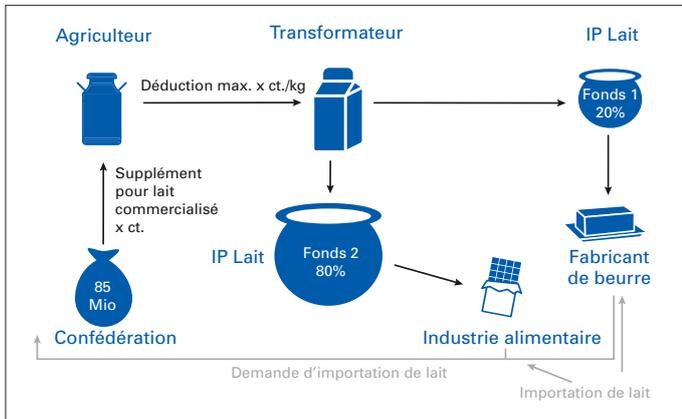
Depuis juin 2016, la marque peut être demandée pour toutes les denrées alimentaires contenant du lait suisse. La FPSL fait ainsi en sorte de rendre visible le lait suisse non seulement dans le rayon qui lui est réservé, mais aussi à de nombreux autres endroits du magasin. Les premiers produits sont dans le commerce. Partenaire de la FPSL, Chocolat Villars a lancé une nouvelle ligne de chocolats au lait de la région, distinguée avec la marque.

Le Swissness est ainsi matérialisé dans les rayons, ce qui permet de réduire l'interchangeabilité du lait suisse et crée de la transparence pour les consommateurs.

La nouvelle marque individuelle permet aussi d'indiquer clairement la provenance du lait suisse contenu dans les produits destinés à l'exportation.

Solution trouvée pour remplacer la loi chocolatière

Le 5 décembre, en tant que second conseil, le Conseil national a approuvé la solution de remplacement de la loi chocolatière à une très grande majorité. Il a également accepté l'augmentation du crédit-cadre. La nouvelle réglementation entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2019. Le projet prévoit le versement d'un supplément direct à tous les producteurs de lait, qui alimentera les deux fonds «de compensation du prix des matières premières» (illustration: Fonds 1) et «de régulation» (illustration: Fonds 2). La participation de l'ensemble de la filière est impérative si l'on veut que la solution fonctionne. Ce résultat est l'aboutissement de deux ans de travail préalable intensif. En effet, il fallait satisfaire aux exigences de l'OMC, assurer 250 millions de kilos de lait et donner un signal politique fort pour asseoir la place économique suisse. Un projet clair et une présence unie des milieux concernés étaient ainsi nécessaires. La FPSL a pris connaissance des décisions parlementaires avec satisfaction.



Les producteurs reçoivent de la Confédération un supplément pour le lait commercialisé. Ils approvisionnent ainsi le fonds de compensation du prix des matières premières et le fonds de régulation. La participation de l'ensemble de la filière est impérative si l'on veut que la solution fonctionne.

Prix indicatifs des veaux maigres

Depuis 2016, Proviande publie les prix des veaux maigres. En février 2017, le système en place a été remplacé. Désormais, un prix indicatif est fixé lors d'une conférence téléphonique menée par Proviande, à laquelle sont représentés les producteurs de lait, les éleveurs bovins, les engraisseurs de veaux et les marchands de bétail. Une base essentielle de la conférence téléphonique est le relevé des prix effectivement pratiqués sur les exploitations de naissance que la FPSL recueille auprès d'un réseau d'annonceurs.

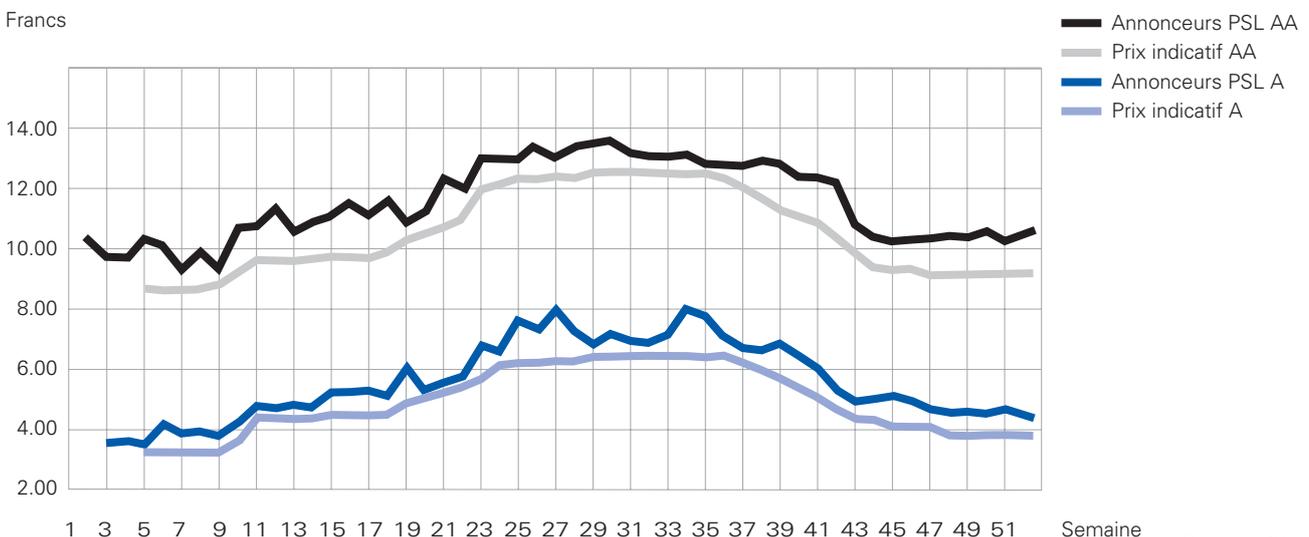
Les prix publiés constituent une information précieuse lors des négociations. Le système basé sur des annonceurs de prix et une conférence téléphonique hebdomadaire a permis d'accroître la transparence sur le marché, même si la différence entre les prix indicatifs et les prix effectifs – notamment pour les veaux AA – avoisine toujours un franc. Ce franc de différence pour un veau équivaut plus ou moins à un centime de prix du lait d'une vache produisant 6000 kilos de lait.

Les prix sont publiés chaque semaine sur www.swissmilk.ch.

Graisse de palme bannie du fourrage

En 2017, la FPSL s'est engagée très clairement pour bannir des fourrages du bétail laitier les produits à base de graisse de palme. Cet engagement n'est pas resté sans effet: les principaux fabricants d'aliments fourragers et l'Association suisse des fabricants d'aliments fourragers (VSF) se sont immédiatement ralliés à cette cause et n'ont plus recours à ces produits dans la production d'aliments.

Prix hebdomadaires veaux maigres 2017



Source: PSL, Proviande

Réduire les résistances aux antibiotiques

Les producteurs de lait et les éleveurs bovins de Suisse prennent le sujet des résistances aux antibiotiques très au sérieux. En Suisse, dans le cadre de la Semaine mondiale pour un bon usage des antibiotiques, la FPSL a montré ses activités dans ce domaine en collaboration avec des organisations partenaires. Le recours aux antibiotiques critiques (priorité absolue pour la médecine humaine) a pu être réduit d'un quart en 2016. L'utilisation d'antibiotiques intramammaires a, pour sa part, baissé de 16% en 2016 et d'environ 40% depuis 2008.

La Stratégie nationale Antibiorésistance (StAR) de la Confédération a reçu un accueil positif de la part des producteurs de lait et des éleveurs. Les organisations de producteurs de lait soutiennent activement des mesures au profit de leurs membres:

- Engagement dans le domaine de la médecine complémentaire
- Participation et contribution au Service sanitaire pour les veaux (SSV) nouvellement créé
- Prise en charge partielle des coûts et/ou mise à disposition d'un conseil en matière de traite
- Soutien financier à des projets de recherche (ex. actuel au Tessin: «Éradication de Staph. aureus génotype B»).

La FPSL publie régulièrement sur son portail électronique www.swissmilk.ch/producteurs des articles spécialisés sur la prévention des maladies et l'utilisation d'antibiotiques.

Surveillance des prix élargie

En 2017, la FPSL a observé avec une plus grande attention encore le comportement des acteurs du marché lors des négociations du prix du lait en automne. Elle a ajouté la surveillance des prix de 170 produits laitiers vendus dans le commerce de détail aux instruments dont elle dispose déjà, à savoir le «rapport sur la situation du marché» et la «surveillance du prix du lait». Ces produits sont principalement surveillés chez Coop, Migros, Denner, LIDL et ALDI. La palette de produits a été sélectionnée de manière à ce que des comparaisons probantes puissent être faites.

Il s'avère que les différents prestataires ne réagissent pas de la même manière à l'augmentation des prix. Si tous les détaillants passés à la loupe repercutent l'augmentation du prix à la production sur le prix en magasin du lait de consommation et de la crème, cela n'a notamment pas été le cas dans l'immédiat en ce qui concerne le beurre.

En juillet déjà, une augmentation substantielle du prix du beurre avait été réclamée. Au vu de la surveillance des prix et de la situation du marché, la FPSL a réitéré sa demande en novembre, ce qui aurait permis une hausse du prix à la production de deux à trois centimes en plus de l'augmentation du prix indicatif.

Accords internationaux

En décembre, la conférence de l'OMC à Buenos Aires a pris fin sans résultats concrets. Les 164 États participants, qui doivent prendre toutes leurs décisions par consensus, n'ont même pas pu se mettre d'accord sur une déclaration finale.

Quant à l'UE, principal partenaire économique de la branche laitière suisse, elle a entre autres conclu un accord de libre-échange avec le Canada (CETA) et se trouve en phase de négociations avec les États du Mercosur. La FPSL garde un œil sur ces évolutions.

Politique agricole

En 2017, le Conseil fédéral a publié le rapport «Marché laitier. Perspectives» et la Vue d'ensemble sur l'agriculture. Aux yeux de la FPSL, les mesures prises par la Confédération suite aux analyses effectuées ne sont pas cohérentes. Le Parlement est allé dans le sens des producteurs de lait et s'est prononcé contre une coupe des fonds fédéraux.

Marché laitier. Perspectives

Le Conseil fédéral a publié en avril le rapport «Marché laitier. Perspectives». Il suit la voie choisie, qui consiste à transférer de plus en plus de responsabilités à la branche avec un accompagnement étatique. Il ne met pas pour autant davantage de ressources financières à disposition. L'ouverture sectorielle de la «ligne blanche» est officiellement mise de côté et sera abordée dans le cadre d'une future stratégie globale, ce qui est réjouissant.

Pour le Conseil fédéral, le potentiel de la branche laitière suisse est exploité avantageusement grâce à la différenciation par la valeur ajoutée. Il oublie malheureusement que celle-ci est très difficile à réaliser dans le secteur du lait de centrale pour les produits substituables. C'est pourquoi la FPSL attend et exige de la Confédération qu'elle exploite sa marge de manœuvre en politique agricole et contribue à ce que la valeur ajoutée de la production laitière suisse ne soit pas sacrifiée face à la pression économique. La FPSL saisit la balle au bond et retravaillera les «pistes de réflexion» et les «champs thématiques» abordés dans le rapport pour le pays laitier qu'est la Suisse.

Politique agricole 2022+

La FPSL a communiqué très tôt ses attentes envers la future politique agricole (PA 22+). Le point central est la modification des paiements directs. Ceux-ci doivent en effet être moins axés sur la surface et plus sur le travail et les prestations fournis. Il est également essentiel de rétribuer les exploitations viables en fonction de leur propre base fourragère (indigène). La production laitière suisse s'alignerait alors davantage sur le marché. En outre, cela renforcerait la position du lait suisse par rapport aux produits étrangers, ce qui permettrait de mieux exploiter le potentiel de valeur ajoutée lors des ventes. Les recettes supplémentaires qui en découlent doivent être réparties équitablement. De bonnes conditions générales pour des coûts de production plus bas sont également primordiales. Les secteurs en amont et en aval ne doivent pas non plus être négligés.

Pacte pour le bien-être animal: renforcer la pâture!

Le 9 mai, la FPSL a organisé en collaboration avec l'USP, Vache mère Suisse, les organisations Bio Suisse et IP Suisse ainsi que la Protection Suisse des Animaux (PSA) une conférence de presse commune. En signant le pacte pour le bien-être des animaux, cette large alliance a fait valoir sa revendication: le programme éthologique SRPA doit être paré pour l'avenir.

Les bovins suisses qui paissent paisiblement sur un pâturage verdoyant sont une image familière. Depuis son introduction il y a 20 ans, le programme de bien-être animal SRPA (sorties régulières en plein air) veille à ce que 83% des vaches laitières et plus de 90% des autres bovins bénéficient de sorties régulières en plein air. Si l'on veut que le plus de vaches possible continuent de bénéficier de ces sorties, il faut adapter le programme SRPA en conséquence. Avec le changement structurel, qui induit des troupeaux plus grands, les exploitations ont besoin de plus de pâturages. Le développement du système SRPA actuel doit permettre de tenir compte de l'évolution des structures et de la spécialisation des exploitations d'élevage bovin.

Ce programme SRPA est une grande réussite, tant pour l'agriculture que pour la protection des animaux et les animaux de rente. La part élevée de pâturage confère à l'élevage bovin suisse son caractère unique, ce qui est finalement décisif pour le positionnement et la vente de produits.



Christophe Noël, vice-président de la FPSL, signe le pacte pour le bien-être des animaux en compagnie de Mathias Gerber, président de Vache mère Suisse, Hansuli Huber, directeur de la Protection Suisse des Animaux et Markus Ritter, président de l'USP. Le 9 mai, l'alliance a demandé à la Confédération de renforcer le programme de bien-être animal SRPA.

Train d'ordonnances agricoles 2017

En mai, la FPSL a pris position sur le train d'ordonnances agricoles 2017. De nombreux acteurs ont demandé l'intégration dans le train d'ordonnances 2017 d'une nouvelle version du programme de détention animale qui se base sur deux piliers, le SRPA standard et le SRPA pâturage, et que celle-ci soit introduite en 2018. Malheureusement, le Conseil fédéral n'est pas allé dans le sens de cette proposition.

Un durcissement administratif a en revanche pu être évité. Sans annonce préalable, le programme pour une production de lait et de viande basée sur les herbages (PLVH) a été étendu pour tenir compte de la valorisation de sous-produits de meunerie dans le fourrage de base, quand bien même ces produits proviennent presque pour moitié d'importations. Des décisions de la sorte ne favorisent en aucun cas la mise en place d'une stratégie axée sur la valeur ajoutée telle que la demande le rapport «Marché du lait. Perspectives».

La FPSL salue toutefois les modifications apportées à l'ordonnance sur la promotion des ventes et le fait que l'accent ait été mis sur les axes proposés.

Votation sur la sécurité alimentaire

La FPSL a soutenu le contre-projet à l'initiative pour la sécurité alimentaire. Le 24 septembre, une large majorité de 78,7% des votants se sont prononcés pour l'inscription de la «sécurité de l'approvisionnement de la population en denrées alimentaires» dans la Constitution. Tous les cantons ont accepté le projet.

La politique agricole doit maintenant être mise en œuvre en conséquence. C'est pourquoi le comité central de la FPSL soutient le manifeste de l'USP sur la sécurité alimentaire du 23 novembre.

Conseil fédéral: Vue d'ensemble sur la politique agricole

Le 1^{er} novembre, le Conseil fédéral a publié la Vue d'ensemble sur la politique agricole 2022+. La FPSL a pris connaissance de cette publication avec scepticisme. Au cœur du document: la volonté du Conseil fédéral de renoncer à la protection douanière. L'agriculture sera reléguée au rang de simple monnaie d'échange dans les négociations en matière de politique économique extérieure. Les explications détaillées du rapport donnent l'impression qu'il faut réduire la production agricole suisse, encourager les importations de produits aux normes de production moins sévères et introduire de nouvelles directives pour la production en Suisse, ce à quoi la FPSL s'oppose. Il faut au contraire encourager une production laitière et une agriculture basées sur les ressources naturelles.

Finances fédérales: pas de coupe budgétaire

La FPSL a réitéré à maintes reprises ses revendications concernant les enveloppes financières pour l'agriculture, le budget 2018 et la planification des tâches de la Confédération. Grâce à une bonne collaboration avec l'USP et les parlementaires, il a été possible d'éviter des coupes dans le budget 2018 pour le contrôle du lait et les paiements directs.

Prises de position 2017

Toutes les prises de position sont disponibles sur www.swissmilk.ch/producteurs

- Solution de remplacement de la loi chocolatière, 19 janvier 2017
- Modification d'ordonnances du domaine vétérinaire, 19 janvier 2017
- Train d'ordonnances agricoles 2017, 11 mai 2017
- Paquet d'ordonnances environnementales 2018, 20 juillet 2017
- Révision de la loi sur l'aménagement du territoire, 29 août 2017
- Ordonnances du domaine vétérinaire, 7 septembre 2017
- 4^e train d'ordonnances sur les produits thérapeutiques, 11 octobre 2017

Marketing

En 2017, le marketing générique de Swissmilk a pu créer un engouement pour le lait et les produits laitiers suisses au sein d'importants groupes cibles et stimuler les achats grâce à un large éventail de mesures. La vache Lovely a été la star de plusieurs événements, l'hôte de la Journée du Lait, la skieuse d'élite d'un spot TV et la porte-parole des atouts du lait suisse, tout en faisant front aux critiques. L'année écoulée a été marquée par l'élaboration d'une nouvelle stratégie marketing et d'une nouvelle orientation communicationnelle dès 2018.

Il faut savoir tirer profit de ses forces. Le lait et les produits laitiers suisses possèdent de nombreux atouts que le marketing générique de Swissmilk peut utiliser: les aspects liés à la santé et au goût et les atouts de la production indigène. Nous voulons ainsi atteindre l'ensemble de la population, même si nous mettons l'accent sur les familles avec enfants, les adolescents et les jeunes adultes, qui sont les consommateurs de demain. Nous nous concentrons sur la population urbaine, car il y a une plus grande nécessité de promouvoir le lait suisse en ville qu'à la campagne. Les écoles, les crèches et les diététiciens sont également importants. Nous soutenons les producteurs de lait avec des offres de prestations variées, car ce sont eux nos meilleurs ambassadeurs.

Large palette de mesures pour des contacts ciblés

L'an passé, Swissmilk a aussi misé sur de nombreuses mesures spécifiques visant à s'assurer que le lait et les produits laitiers suisses attirent suffisamment l'attention du public durant toute l'année. Ces mesures comportent entre autres des spots publicitaires, des festivals open air, du publipostage pour les familles, des promotions, la Journée du Lait et la Journée du lait à la pause, des newsletters, des recettes de cuisine, une plateforme culinaire pour les jeunes, des publireportages, du matériel scolaire ainsi qu'un symposium pour professionnels de la nutrition. Ces mesures ont été accompagnées d'une présence aux

points de vente. Depuis 2015, notre campagne «Swiss milk inside» promeut les ventes de produits laitiers indigènes directement au magasin, là où sont prises les décisions d'achats. Les promotions sur le beurre sont également très importantes, car elles incitent directement à l'achat. La présence continue du lait et des produits laitiers suisses sur le marché est également essentielle pour contrer leurs détracteurs ainsi que la puissante concurrence que sont les substituts végétaux et les denrées étrangères.

Lovely, ambassadrice de marque, toujours à sa juste place 25 ans plus tard

En 2017 aussi, la vache Lovely s'est déplacée pour le lait et les produits laitiers suisses. Le succès et la crédibilité de sa communication ne concernent pas uniquement les aspects liés à la santé et au plaisir gustatif, mais aussi les atouts de la Suisse. En 1993, Lovely a incarné pour la première fois le lait et, partant, le marketing générique de Swissmilk. En 25 ans, elle est devenue une ambassadrice de marque crédible et sympathique, connue de tout le monde, jeunes et moins jeunes. Son extraordinaire notoriété et sa grande acceptation possèdent une valeur publicitaire presque inestimable qui permet d'entretenir une communication générique rentable et efficace.



Lovely marque des points dans la neige de Zermatt

Les spots de Lovely ravissent. Celle-ci a montré dans deux vidéos en ligne, adressées aux jeunes, ce dont elle est capable à la ferme comme en ville, où elle s'est adonnée au parkour, version moderne et très exigeante de la course d'obstacles. Mais c'est dans la neige que Lovely a le plus brillé. Le spot TV de l'avent a prouvé qu'elle maîtrisait toutes les disciplines, du freeride au slalom. 1,7 million de clics et de likes ainsi qu'un fort capital sympathie sont la preuve de son succès.



Mettre en évidence la provenance suisse au magasin

En 2017, la campagne de collecte de points «Swiss milk inside» a récompensé la consommation de crème et de glace suisses. De nombreux partenaires et les grands détaillants y ont à nouveau pris part. C'est ainsi que 32 millions de produits ont été estampillés et que 42 045 primes ont été commandées. Le label a été enregistré comme marque individuelle, un signal clair en faveur du lait et des produits laitiers suisses aux points de vente qui sensibilise également aux atouts des produits suisses.

Santé...

L'un des grands atouts du lait est sa richesse nutritionnelle et sa place importante dans une alimentation saine. Swissmilk a fait mieux comprendre l'importance de consommer trois portions de lait et de produits laitiers par jour. Nous devons continuer à communiquer que le lait est un produit unique et sain. Nous l'avons fait en 2017 grâce à différentes activités de communication adressées aux consommateurs, notamment via le nouveau blog sur l'alimentation «StadtLand», qui s'adresse spécialement aux jeunes adultes citadins. Des supports didactiques scolaires, des fiches pratiques pour les crèches et du matériel d'information à l'attention des diététiciens ont été consacrés à la place du lait dans une alimentation saine. C'est une chose que de mettre l'accent sur les atouts du lait, mais il devient de plus en plus important de contrer la concurrence. C'est pourquoi une nouvelle série de publiereportages a été diffusée dans les médias à forte pénétration, par exemple pour expliquer que les boissons végétales ne peuvent pas se substituer au lait. Il est important de continuer à communiquer sur la valeur du lait pour la santé.

...et plaisir gustatif comme messages majeurs

Le lait et les produits laitiers sont prédestinés aux plaisirs de la table. En effet, ils sont si variés qu'ils conviennent à tous les goûts et trouvent leur place partout – sous forme d'un latte macchiato à emporter, d'un gratin fait maison, d'un frozen yogurt tendance entre amis ou d'un muesli pour bien entamer la journée au bureau. Que d'opportunités pour le marketing générique! Il y a longtemps que Swissmilk occupe la première place parmi les fournisseurs de recettes en Suisse. En 2017, nous avons franchi un nouveau cap: chaque jour, avec désormais plus de 8000 recettes, nous inspirons et passionnons la population pour la cuisine avec du lait et des produits laitiers suisses. Nous nous assurons ainsi que ceux-ci fassent tout naturellement partie de l'alimentation quotidienne.

Des résultats régulièrement contrôlés

Ce que nous faisons est-il juste? Swissmilk accomplit son travail publicitaire de façon stratégique et ciblée, le soumettant notamment à des contrôles systématiques. Chaque année, une équipe d'experts externes vérifie les activités de marketing en faveur du lait. Nous poursuivons uniquement les mesures dont l'efficacité peut être prouvée. Si tel n'est pas le cas, nous les améliorons ou les remplaçons.



Le lait en fête à Bellinzone

53 000 verres de lait, 100 emplacements et un grand festival du lait au Tessin: le 22 avril, le lait suisse était dans toutes les bouches. Jeunes éleveurs et producteurs de lait ont offert du lait aux quatre coins du pays, l'occasion d'informer la population sur les atouts qu'a la Suisse dans son jeu. Les 75 classes à avoir participé au grand concours d'affiches ont pris place à bord d'un train spécial pour Bellinzone, et ont passé une journée à faire la fête en musique, en compagnie de stars.



Source d'inspiration pour le plaisir gustatif

Les experts en nutrition recommandent trois portions quotidiennes de produits laitiers. Il n'est pas difficile de s'y tenir, d'autant plus que le lait et les produits laitiers suisses sont un régal naturel et varié. Depuis des années, Swissmilk offre des recettes et motive à cuisiner soi-même. Avec ses plus de 8000 entrées illustrées, notre banque de recettes est le livre de cuisine le mieux fourni de Suisse, mais aussi le plus populaire, avec 21 millions de recettes consultées en 2017.

«Le marketing générique de Swissmilk veut rallier la population à la cause du lait suisse.»

La communication a été renforcée autour des atouts suisses

En Suisse, on produit selon des modes plus durables et respectueux que dans bien d'autres pays. Le bien-être animal, l'accord avec la nature et la provenance régionale sont des valeurs centrales pour les consommateurs. Elles permettent de différencier le lait suisse du lait étranger et des produits concurrentiels végétaux étrangers, comme les boissons au soja. C'est pourquoi, en 2017, Swissmilk a renforcé de nombreuses mesures de marketing visant à faire connaître ces atouts. Le Swiss-quiz autour de la Fête nationale et le Swiss-quiz des Fêtes pendant la période de l'avent ont encouragé le public, grâce à des prix attractifs, à tester ses connaissances sur la production laitière suisse. Le lait suisse s'est également présenté sous son meilleur jour lors d'événements traditionnels tels que la fête d'Unspunnen ou la Fête fédérale de yodel. Le magazine Family a publié des reportages expliquant les atouts des produits laitiers et agricoles suisses. Pour leur part, les écoliers ont pu s'intéresser à la production laitière indigène grâce au didacticiel «Du pré au verre».

Perspectives 2018

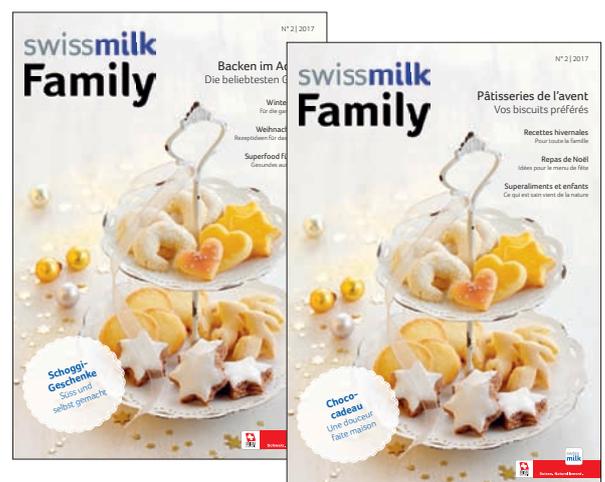
La provenance suisse et les atouts que le lait et les produits laitiers suisses incarnent seront au cœur de toute la communication de Swissmilk dès 2018. Une nouvelle stratégie marketing a été élaborée à cet effet en 2017. Lovely montrera dans la nouvelle campagne publicitaire à quel point le bien-être animal, la durabilité et la production de lait basée sur les herbages sont importants en Suisse. Nous continuerons à renforcer notre communication basée sur les atouts grâce aux autres outils destinés aux différents groupes cibles et des réseaux sociaux – que nous utilisons pour la première fois de manière stratégique. Si l'on veut montrer directement dans les points de vente quelles denrées alimentaires contiennent du bon lait suisse, il faut que le plus grand nombre possible de produits portent la nouvelle marque déposée «Swiss milk inside». Les producteurs de lait seront associés encore davantage dans nos activités de marketing, car ce sont les meilleurs ambassadeurs – et les plus crédibles – du lait et des produits laitiers suisses et de leurs atouts. Les aspects du lait liés à la santé continueront à être mis en avant, et de nouvelles recettes devront ouvrir l'appétit des consommateurs.

Le plus important pour Swissmilk ne change pas: c'est d'inciter la population suisse à acheter et à consommer du lait et des produits laitiers suisses.



Actif aussi pour le beurre suisse

Swissmilk promeut la vente de beurre de manière ciblée. Pâques et l'avent sont importants, car les Suisses ne sont jamais aussi actifs aux fourneaux que pendant ces fêtes. 41 000 personnes ont répondu correctement aux cinq questions du quiz de Pâques; 70 000, à celles du quiz de l'avent du beurre. Beaucoup ont gagné de beaux cadeaux. La promotion pour les boulangeries suisses a aussi été couronnée de succès: ces dernières ont distribué à leurs clients plus de 50 000 cabas à l'effigie du beurre.



Du sur-mesure pour les familles

Les familles avec enfants en âge de scolarité sont importantes pour le marketing générique, car elles accordent une place importante à une alimentation saine et à la cuisine maison. Le magazine Family, envoyé deux fois cette année directement en publipostage à plus de 200 000 familles, contenait des informations nutritionnelles adaptées aux besoins des familles, des recettes de repas adaptés aux enfants, des reportages sur les atouts de la Suisse et des articles intéressants pour les enfants.

Organisation du marché

En 2017, le contrat-type de l'IP Lait a été renforcé. Les prix du lait doivent toujours être communiqués au moins un mois à l'avance. Le système du prix indicatif a permis de revoir à la hausse le prix du lait dans le segment A.

Contrat-type et segmentation renforcés

Chaque producteur de lait peut convenir librement des quantités avec son acheteur. Le contrat-type est crucial pour l'achat aux 1^{er} et 2^e échelons. Le contrat-type sert essentiellement à attribuer le lait en fonction du produit vendu. Cette répartition permet de différencier les prix en fonction des segments et d'optimiser ainsi la valeur ajoutée. Le contrat-type oblige l'acheteur à communiquer au vendeur jusqu'au 20 du mois en cours les conditions quant au prix et aux quantités pour le mois suivant. Les commerçants de lait et les transformateurs doivent annoncer chaque mois à TSM Fiduciaire Sàrl les quantités achetées et vendues par segment.

Le 15 novembre, le Conseil fédéral a octroyé la force obligatoire générale au contrat-type à compter du 1^{er} janvier 2018.

Des informations détaillées sur la segmentation sont disponibles sur le site de l'IP Lait: www.ip-lait.ch

Hausse du prix indicatif dans le segment A

Suite aux discussions sur le prix indicatif en juin, Migros, en sa qualité de détaillant et de transformateur, a décidé de quitter l'IP Lait à la fin 2017. Cette décision n'est pas de bon augure pour la stabilité du marché.

Après d'âpres négociations et en raison de la situation du marché, le prix indicatif A a pu être augmenté de 3 centimes au 4^e trimestre.

Prix LTO+ pour le lait transformé en fromage gras

Les suppléments de non-ensilage et pour le lait transformé en fromage sont un élément essentiel du marché laitier suisse. Pour éviter des effets secondaires indésirables, le comité de l'IP Lait a choisi d'apporter une précision au prix minimum LTO+ existant: la valeur publiée mensuellement se réfère à la production de fromage gras. Un prix plus élevé doit être payé pour la fabrication de fromage à la teneur en matière grasse plus faible, car la graisse lactique extraite du lait est commercialisée au prix suisse. La FPSL exige que cette décision soit mise en œuvre systématiquement.

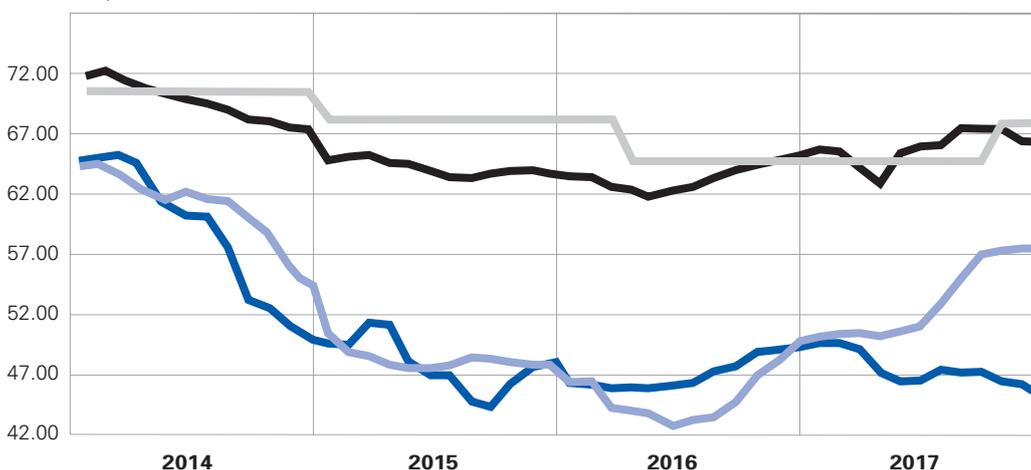
Rappel des bases légales en vigueur

Les principaux outils de protection et de soutien prévus par la loi pour le marché suisse du lait sont:

- Protection douanière conforme à l'OMC, avec restrictions pour le lait et les produits laitiers (sauf accord de libre-échange avec l'UE pour le fromage).
- Suppléments pour le lait transformé en fromage et le lait de non-ensilage.
- Contributions à l'exportation de matières premières sous forme de produits transformés (loi chocolatière).
- Promotion de la qualité par le contrôle du lait.
- Soutien de la Confédération à la promotion des ventes et la force obligatoire générale pour les contributions des producteurs.
- Prescriptions générales concernant les contrats d'achat du lait.
- Obligation d'enregistrer et d'établir des rapports.

Indices et prix indicatifs IP Lait

centimes/kilogramme de lait (4.0/3.3)
franco rampe



— Indice du prix du lait (OFAG)
— Prix indicatif lait A (IP Lait)
— Prix indicatif lait B (IP Lait)
— Prix LTO+ (IP Lait)

En 2017, la différence entre le prix LTO+ et le prix indicatif B était importante. La hausse du prix du beurre dans l'UE a entraîné une augmentation du prix LTO+. En raison des bas prix de la poudre de lait écrémé sur le marché mondial au cours de l'année, le prix indicatif B a baissé.

Source: IP Lait, OFAG

Situation du marché et vente du lait

Durant l'exercice écoulé, les très bas prix du lait de centrale ont quelque peu récupéré. En raison de la nouvelle baisse de la production laitière depuis 2015, les exportations de produits de régulation ont diminué. À l'étranger, ce sont principalement les prix de la matière grasse lactique qui ont augmenté. Une hausse du prix de la protéine ne se profile pas à l'horizon. Les conditions qui encadrent le lait de fromagerie sont stables.

Légère reprise des prix du lait de centrale

Le prix standardisé producteur calculé par la FPSL pour une quantité annuelle de 180 000 kilos s'élevait à 55,22 centimes (moyenne des douze mois précédents) à la fin 2017, ce qui représente une hausse de 2,01 centimes par rapport à 2016.

De nombreux facteurs influencent la formation des prix:

- Le prix du beurre a malheureusement baissé en mars sur le marché, ce qui a exercé une pression sur le prix à la production.
- Au 1^{er} octobre 2017, l'IP Lait a augmenté le prix indicatif A de 3 centimes et l'a fixé à 68 centimes en raison de l'évolution du marché et des négociations.
- Le taux de change entre l'euro et le franc suisse, qui s'élève en moyenne à 1,11 franc (+0,02 fr. par rapport à 2016), n'a pas réellement changé.
- Les livraisons de lait n'ont pas augmenté par rapport à l'année précédente. On a dû exporter nettement moins de beurre en 2017. À la fin 2017, les stocks de beurre avaient entièrement été liquidés.
- Dans l'UE, le prix moyen à la production s'est élevé à 34,8 centimes d'euro, soit 7,1 centimes de plus que l'année précédente.
- La hausse des prix dans l'UE est due à l'augmentation du prix du beurre. Le prix de la poudre de lait écrémé restant très bas, l'UE n'a pas réussi à réduire ses stocks d'intervention de poudre de lait écrémé.
- En 2017, la consommation par habitant a légèrement augmenté en Suisse.

Situation stable pour le lait de fromagerie

En 2017, les prix du lait produit sans ensilage sont restés stables. Franco fromagerie, le prix moyen a atteint 73,19 centimes (+0,72 ct. par rapport à 2016). La surveillance du prix du lait a révélé d'importantes différences entre les variétés fromagères ainsi qu'entre les diverses fromageries. Le prix du Gruyère AOP s'élevait à environ 80 centimes (inchangé), alors que celui de l'Emmentaler AOP atteignait 63 centimes (+2 ct.).

Le commerce extérieur reste important

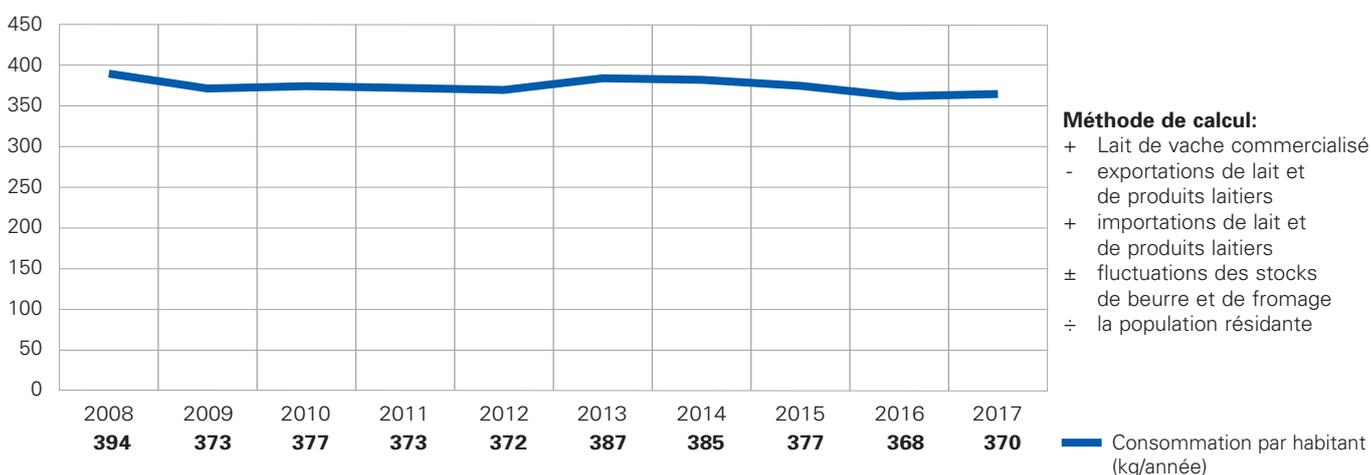
Au total, 778,9 millions (-73,5 millions par rapport à 2016) d'équivalents-lait entier (ELent.) ont été exportés tandis que 447,4 millions (+0,7) d'ELent. ont été importés; la balance commerciale présente donc un excédent de 331,5 millions d'ELent. (-74,2 millions d'ELent. ou -18,3% par rapport à 2016). Les exportations nettes représentaient 9,7% de la production suisse de lait (-2,1%).

Si on convertit les chiffres en énergie, la Suisse a exporté presque autant de lait sous forme de denrées alimentaires transformées que sous forme de fromage.

Le volume d'exportation net a atteint 98,2 millions d'ELent. pour le fromage (-2,1 millions par rapport à 2016). En revanche, il a connu une forte baisse pour les produits à plus faible valeur ajoutée, comme le beurre (-36,6 millions d'ELent.) et les conserves de lait (-34,1 millions d'ELent.).

Consommation globale de lait et de produits laitiers en Suisse

kilos par habitant et par année



Source: PSL

Production laitière

En 2017, 20 221 exploitations ont produit 3 434 004 tonnes de lait, un volume presque équivalent à celui de l'année précédente. Contrairement à la production de lait d'ensilage, celle de lait de non-ensilage a augmenté. La hausse et la baisse s'élèvent respectivement à 32 500 tonnes. Le nombre de producteurs a diminué de 3,7%.

Production laitière égale à 2016

Durant l'année civile 2017, les producteurs de lait ont livré 3 434 004 tonnes de lait aux centrales et aux fromageries, soit une hausse de 29 tonnes par rapport à 2016. La production est ainsi quasi équivalente à celle de l'année précédente.

De nombreuses exploitations doivent encore faire face à une situation économique tendue. Leur nombre a diminué de 776, soit de 3,7%.

Voici quelques points qu'il convient de relever:

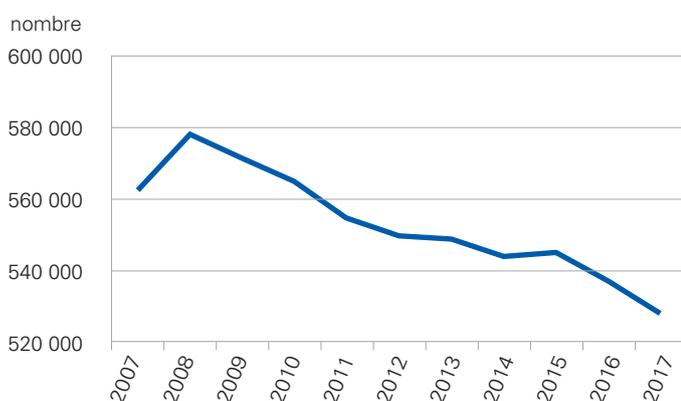
- De janvier à mai, la production laitière était nettement inférieure au niveau de 2016. La hausse de la production au deuxième semestre a cependant permis d'atteindre un volume de lait équivalent à celui de l'année précédente. En décembre, la production a été supérieure de 4,5% à celle de 2016.
- La quantité moyenne de lait livrée par exploitation se montait à 164 409 kilos, soit une augmentation de 6364 kilos ou de 4% par rapport à 2016.
- Le nombre de vaches sur les exploitations laitières a diminué de 8965 unités, soit de 1,7%.

- En 2017, les quantités livrées par vache se montaient à 6278 kilos, soit une quantité presque équivalente à celle de 2016. La qualité des fourrages produits, l'utilisation de concentrés et la quantité de lait utilisée pour les veaux à l'engrais jouent un rôle essentiel.
- 1 113 675 tonnes de lait sont issues d'exploitations produisant sans ensilage. Comparées à l'année précédente, les quantités de lait y ont augmenté (+32 578 t, soit +3,01%). Au total, 32,4% du lait est issu d'exploitations produisant sans ensilage. 2 320 326 tonnes de lait proviennent d'exploitations avec ensilage, ce qui équivaut à une baisse de 32 557 tonnes ou de 1,38%.
- 231 391 tonnes de lait (+8548 t, soit +2,2%) sont issues d'exploitations biologiques. La part de lait bio a atteint 6,7% de la production totale de lait.

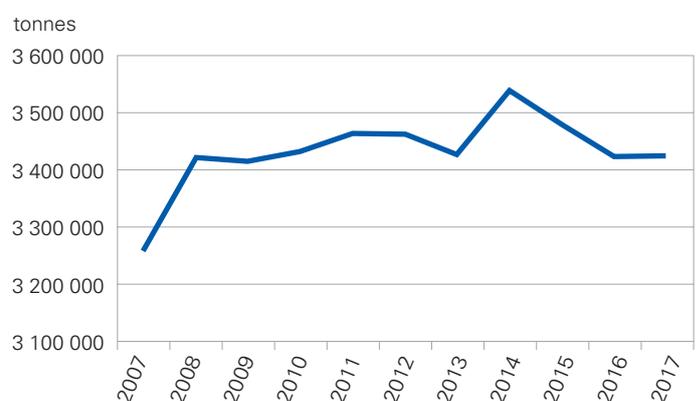
Le nombre de grandes exploitations augmente

11,8% des exploitations (2016: 11,0%) produisent plus de 300 000 kilos de lait. Ces 2388 exploitations (2016: 2312) livrent aux transformateurs 34,2% de tout le lait commercialisé. Le nombre d'exploitations produisant plus d'un million de kilos est passé de 51 à 53 en 2017.

Vaches productrices de lait commercialisé 2007–2017



Production de lait commercialisé 2007–2017



Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Transformation du lait

Le fromage représente 43,0% du volume du lait suisse transformé et reste ainsi la principale catégorie de produits. En 2017, la production de beurre est restée nettement inférieure à celle de 2016. La consommation de lait par habitant est stable, mais la vente de lait de consommation continue à reculer.

Le fromage en tête

Durant l'année sous revue, 3 434 039 tonnes de lait ont été transformées en divers produits laitiers. La répartition de ce lait entre les différents groupes a peu varié par rapport à 2016. Le fromage représente 43,0% du volume transformé et reste donc la principale catégorie de produits. On a transformé en fromage 57,5 millions d'équivalents-lait (EL) de plus qu'en 2016, ce qui correspond à une hausse de 4,1%. La quantité de fromage produit (+2,4%) a moins augmenté que la quantité de lait transformé en fromage. Autrement dit, le fromage fabriqué en 2017 avait une teneur plus élevée.

Au 2^e rang, on trouve le beurre, qui représente 15,0% du lait transformé (-32,5 millions d'EL ou -5,9%). Il est suivi par le lait de consommation avec 11,2% (-4,4 millions d'EL ou -1,1%), les conserves de lait avec 10,8% (-3,8 millions d'EL ou -1,0%) et la crème de consommation avec 8,3% (+1,1 million d'EL ou +0,4%).

Voici le total des produits fabriqués en 2017 (cf. pages 33 à 35):

- 440 525 tonnes de lait de consommation (-2,4%)
- 269 958 tonnes de produits au lait écrémé (-5,1%)
- 189 292 tonnes de fromage, séré compris (+2,4%)
- 144 501 tonnes de yogourt* (+7,8%)
- 86 573 tonnes de spécialités lactées* (-16,5%)
- 68 814 tonnes de crème de consommation (-1,0%)
- 48 300 tonnes de poudre de lait et de lait condensé (-6,7%)
- 44 596 tonnes de beurre (-8,0%)

* Modification partiellement induite par un traitement différent des données statistiques.

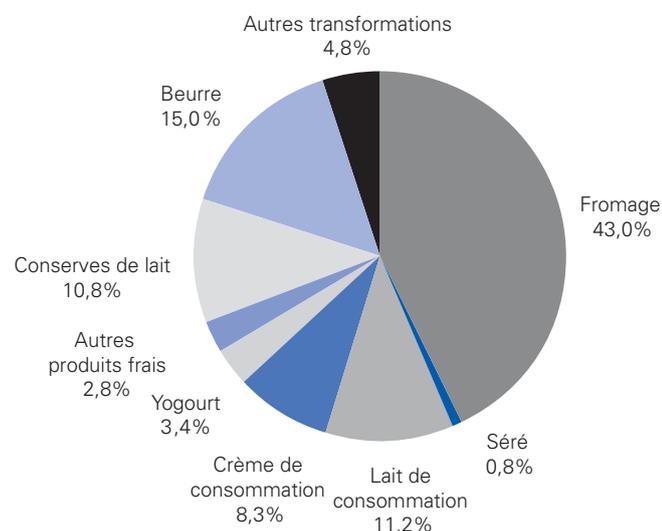
Recul du produit de régulation qu'est le beurre

La comparaison avec 2012 révèle avant tout une augmentation de la catégorie «Autres transformations» (poudre de lait spéciale et concentrés de protéine lactique) et du fromage. La catégorie «Autres transformations» affiche 33,6 millions d'EL en plus, ce qui correspond à 1,0% de la production totale de lait. 16,8 millions d'EL supplémentaires ont été transformés en fromage.

Le lait de consommation a enregistré une baisse de 27,5 millions d'EL, soit 0,8% de la production totale. Depuis 2012, la production de lait de consommation a reculé en moyenne de 1,3% par an.

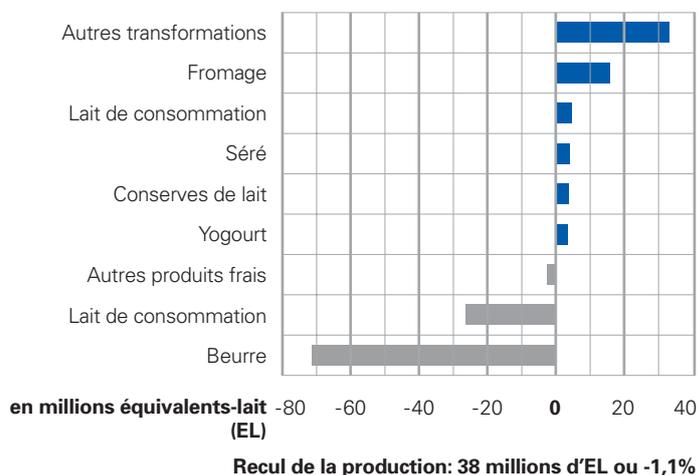
La transformation en beurre, qui sert aussi de produit de régulation, a baissé de 71,9 millions d'EL depuis 2012.

Transformation du lait 2017



Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Transformation du lait: variation entre 2012 et 2017



Production fromagère

En 2017, les fromagers suisses ont fabriqué 189 292 tonnes de fromage au total. Ce sont 2,4% de plus que l'année précédente. Le Gruyère AOP est le fromage le plus produit, suivi par la mozzarella, l'Emmentaler AOP, le séré et le Raclette Suisse®. À eux cinq, ces fromages couvrent plus de la moitié de la production.

Après avoir reculé en 2016, la production de Gruyère AOP a repris durant l'exercice sous revue, dépassant même légèrement le record de production de 2015. La production d'Emmentaler AOP a aussi clairement augmenté en comparaison à l'année précédente. L'importance des deux variétés fromagères principales a pris de l'ampleur par rapport à 2016. Ensemble, elles couvrent 24,9% de la production suisse de fromage (+1,5%).

Comptant aussi la mozzarella, le séré et le Raclette Suisse®, les cinq fromages les plus produits représentent 53,6% de la production suisse (voir aussi page 35).

Hausse pour le Gruyère AOP et l'Emmentaler AOP

En 2017, les fromagers suisses ont fabriqué 189 292 tonnes de fromage au total. Ce sont 4388 tonnes, soit 2,4% de plus que l'année précédente. La production de Gruyère AOP a augmenté de 2429 tonnes, soit +9,2%, pour s'établir à 28 754 tonnes. Avec 23 303 tonnes, la production de mozzarella a légèrement diminué (-147 t, soit -0,6%). Après quatre ans de baisse de production, l'Emmentaler AOP enregistre une reprise. La production a augmenté de 1437 tonnes (+8,4%) pour s'établir à 18 466 tonnes. Le net recul du séré (-2791 t, soit -14,7% pour une production totale de 16 145 t) s'explique en partie par le fait que la statistique de cette année a répertorié certains produits différemment de l'année précédente. L'année 2017 a vu

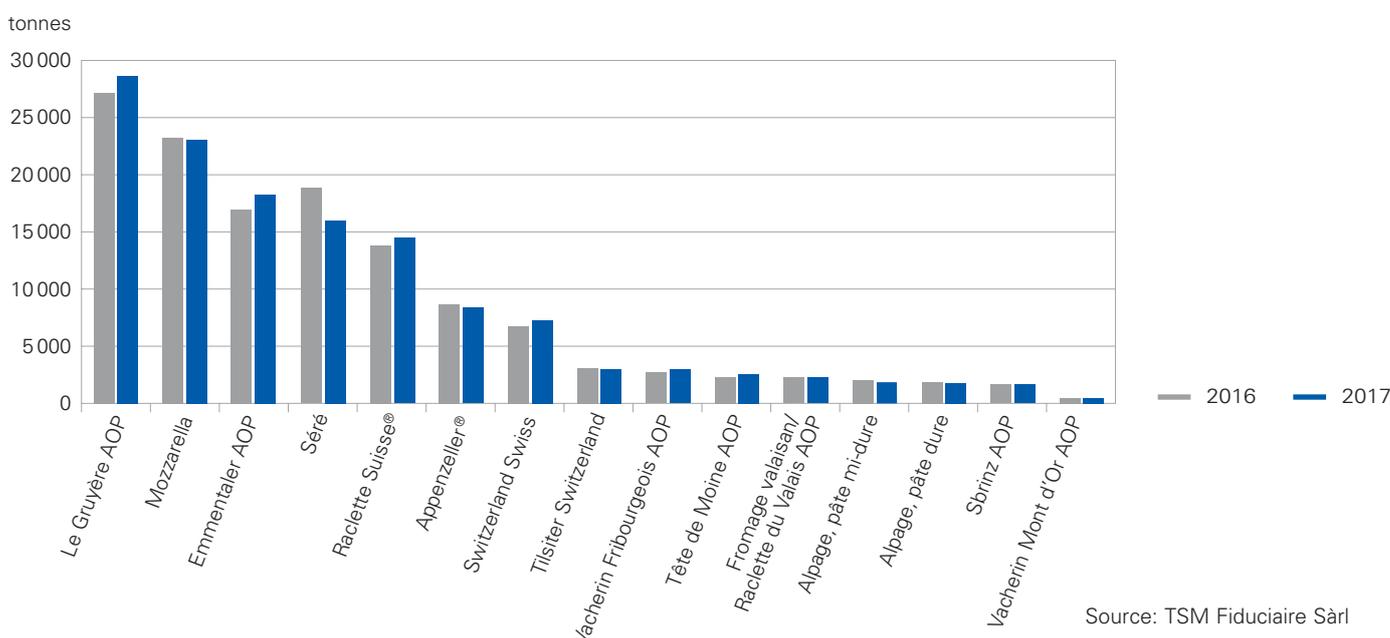
la production de Raclette Suisse® progresser significativement pour s'établir à 14 764 tonnes (+1374 t, soit +7,9%). Quelque 8538 tonnes d'Appenzeller® ont été produites (-184 t, soit -3,0%). Après avoir enregistré une baisse en 2016, la production de Switzerland Swiss a connu une nouvelle hausse significative: avec 7169 tonnes (+1374 t, soit +23,7%), le niveau record de 2015 a été dépassé de 225 tonnes. Comme 70% du Switzerland Swiss est destiné à l'exportation, ce fromage est très exposé aux fluctuations monétaires.

Pour les autres spécialités fromagères, le bilan de la production est contrasté. Le Tilsiter Switzerland, le fromage d'alpage et le Sbrinz AOP accusent une légère baisse. Le Vacherin Fribourgeois AOP, la Tête de Moine AOP, le Raclette du Valais AOP et le Vacherin Mont-d'Or AOP enregistrent une augmentation.

On soulignera l'augmentation de la catégorie des fromages affinés à froid, qui atteint 567 tonnes (+558 t, soit +6200%) et le recul à 1013 tonnes (-437 t, soit -30,1%) des fromages à pâte mi-dure des catégories maigre à quart-gras et du fromage de montagne des Grisons à 943 tonnes (-173 t, soit -15,5%).

Actuellement, les fromages pur chèvre et pur brebis représentent 0,7% de la production fromagère helvétique.

Production de variétés fromagères en 2016 et en 2017



Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Assemblée des délégués

Le 19 avril a eu lieu l'assemblée ordinaire des délégués de la FPSL. Ces derniers se sont prononcés sur les objets statutaires et ont procédé à un état des lieux. À l'avenir, les Producteurs suisses de lait veulent augmenter les ventes et faire face aux importations en cultivant les atouts du lait suisse.

Assemblée des délégués ordinaire du 19 avril

Lors de l'assemblée des délégués ordinaire, les points principaux ont été les affaires statutaires, les élections de remplacement et des informations détaillées sur le marché du lait, la politique agricole et le marketing en faveur du lait. Les délégués ont approuvé les objets statutaires et les comptes consolidés 2017 et donné décharge aux organes. En ce qui concerne la défense professionnelle, ils ont établi une contribution inférieure de 0,02 centime par kilo de lait et approuvé une adaptation des statuts concernant les futures règles d'utilisation de bdlait.ch.

Élections de remplacement

Les délégués de la FPSL ont rendu hommage à l'ancien directeur, Kurt Nüesch. Ils ont également pris congé du membre du comité central Laurent Tornay (FLV). Michel Bonjean (comité central) et Steve Mottiez (suppléant) ont été élus comme nouveaux représentants de la FLV.

Valeur ajoutée du lait suisse

Une étude de la FPSL a montré que plus de 80% des consommateurs suisses sont prêts à payer un prix plus élevé pour des produits indigènes. La société accorde en effet une importance particulière au bien-être animal, à la détention au pâturage, à la production de lait basée sur les herbages, au caractère naturel et aux courtes distances de transport. En demandant l'élaboration d'une stratégie de différenciation dans son rapport «Marché laitier. Perspectives», le Conseil fédéral ne fait qu'enfoncer des portes ouvertes. Les délégués ont pris connaissance du fait que la FPSL prend la balle au bond et qu'elle placera les atouts du lait suisse au cœur de ses activités.

Hanspeter Kern a souligné que les producteurs contribuent à la bonne image du lait et des produits laitiers depuis longtemps déjà. Ils savent que ces atouts-là justifient un prix plus élevé. C'est maintenant au commerce de détail de transformer ces avantages en bénéfice financier et de distribuer celui-ci de façon équitable et proportionnellement au travail fourni.

Le chef du département Marketing, Stefan Arnold, a expliqué comment, à l'avenir, les activités de marketing seront axées non seulement sur les aspects «santé» et «plaisir» du lait, mais aussi sur sa provenance suisse.

Décisions financières

Les délégués ont décidé que les organisations membres prélèveraient, par kilo de lait commercialisé par les producteurs affiliés, les contributions ci-après pour la période du 1^{er} mai 2017 au 30 avril 2018:

- Fonds de marketing: 0,525 centime*
- Marketing générique pour le fromage suisse: 0,2 centime*
- Financement de la défense professionnelle FPSL: 0,17 centime

* Les contributions au Fonds de marketing de la FPSL et en faveur du marketing générique pour le fromage suisse bénéficient de la force obligatoire générale.

Augmenter les prix avant qu'il ne soit trop tard!

Dans son allocution d'ouverture, le président de la FPSL, Hanspeter Kern, a souligné qu'il était essentiel que les producteurs de lait soient unis. Son objectif est de réunir autour de la table toutes les organisations qui vendent du lait afin de chercher des solutions. C'est en effet l'une des conditions pour pouvoir, lors des prochaines négociations qui auront lieu en mai, imposer face aux transformateurs et au commerce de détail l'augmentation des prix indicatifs depuis longtemps demandée. Au vu de l'évolution du marché international, cette revendication est justifiée et doit être satisfaite.

Les délégués ont en outre pris acte des éléments principaux du programme d'activités:

- Solution de remplacement de la loi chocolatière avec maintien de la valeur ajoutée en Suisse.
- Amélioration des paiements directs (programmes SRPA, SST et PLVH).
- Rencontres avec les détaillants pour les sensibiliser à la situation des producteurs suisses de lait.
- Application correcte et systématique de la segmentation et prix indicatif A le plus élevé possible.
- Marketing Swissmilk pour encourager les consommateurs à acheter du lait et des produits laitiers suisses.

Journées régionales d'information

Dans le cadre des journées régionales d'information organisées à Sempach (LU), Thoune (BE), Kirchberg (SG) et Chésereux (VD) entre le 6 et le 10 novembre 2017, la FPSL a présenté les thèmes d'actualité du marché et de la politique. Ces journées s'adressent aux décideurs au sein des producteurs de lait, aux autres organisations et aux administrations cantonales. Elles remplacent l'assemblée des délégués d'automne.

Lors des journées régionales, quelque 300 personnes ont participé aux discussions animées et critiques, mais néanmoins constructives, qui ont principalement porté sur les thèmes suivants.

Positionnement proactif pour la PA 2022+

La FPSL a fait valoir ses revendications sur la future politique agricole 2022+ en août déjà. Il s'avère que la revendication qui demande une plus grande différenciation pour les producteurs de lait est juste. Les paiements directs devraient être axés plus sur la performance et le professionnalisme et pas exclusivement sur la surface. La promotion du fourrage grossier indigène comme base de production devrait être le fondement de l'orientation future et considérée comme une caractéristique importante de différenciation. Ce n'est qu'ainsi que la production suisse de lait de centrale pourra être maintenue sur le long terme.

La Vue d'ensemble du Conseil fédéral a été passée au crible. Les producteurs de lait ne comprennent pas non plus l'orientation voulue par le Conseil fédéral et se défendent contre de nouvelles mesures d'ouverture. La politique agricole doit en outre être axée sur le principe suivant: «Valorisons nos valeurs!» Les producteurs de lait actifs soutiennent largement la démarche de la FPSL.

Lovely dans une prairie verdoyante?

La nouvelle stratégie marketing nationale pour le lait et les produits laitiers suisses sera lancée début 2018. Des exemples concrets ont été présentés lors des journées régionales. La nouvelle campagne générique pour le lait se fonde sur le contenu existant, tout en mettant l'accent sur les nouveaux aspects «Provenance suisse et atouts». Le bien-être animal et la durabilité sont des thèmes prioritaires, qui doivent servir de base à la différenciation. En outre, la représentation visuelle met en avant l'immense diversité des produits laitiers suisses. L'engagement de productrices et de producteurs de lait actifs comme ambassadeurs ainsi que le développement des réseaux sociaux confèrent de la crédibilité et permettent d'établir des liens entre la ville et la campagne. Les marques individuelles «Swiss milk inside», déposées par la FPSL pour les marchés national et international, font également partie intégrante du nouveau concept.

Marché laitier: au cœur de la reprise

Les rapports sur la situation du marché ont montré une fois de plus le paradoxe du marché: malgré des stocks de beurre extrêmement bas, le prix du beurre a été freiné

dans son ascension par les bas prix de la poudre de lait dans l'UE. Le fait que le prix du beurre a même diminué au printemps – alors que les quantités étaient à la baisse en Suisse – a provoqué une grande incompréhension et met en évidence la nécessité d'une surveillance permanente du marché dans l'intérêt des producteurs de lait. C'est ce que la FPSL fait avec professionnalisme depuis longtemps, transmettant le fruit de ses observations aux acteurs paysans.

Les producteurs allient leurs forces

Lors de la journée régionale de Thoune, aaremilch AG et la commission spécialisée pour le lait de la Berner Bauern Verband ont informé les participants de la nouvelle répartition du travail s'agissant du lait. aaremilch AG sera le nouvel interlocuteur des producteurs de lait pour toutes les questions laitières et mettra sur pied des commissions pour le lait de centrale et de fromagerie. Il est donc probable qu'aaremilch AG remplace la Berner Bauern Verband auprès de la FPSL au printemps 2018. Rien ne changera pour les producteurs bernois de Bemo. Ces informations ont été bien accueillies.

La collaboration prévue entre mooh et Prolait a elle aussi reçu un accueil favorable à Chésereux. Le regroupement prévu des fournisseurs directs d'Emmi (Bemo, MPM, ZeNoOs) a aussi fait l'objet de discussions animées lors des pauses.



Échange d'informations soutenu lors des journées régionales; celles-ci sont l'occasion pour les producteurs de lait de discuter ouvertement entre eux.

Comité central

Le comité central de la FPSL a tenu sept séances ordinaires en 2017.

26 janvier: marché laitier

- Le comité central débat de la situation actuelle qui règne sur le marché du lait. Malgré une baisse de la production laitière et la forte diminution des stocks de beurre, le prix du lait n'augmente pas. Le comité central demande donc aux acheteurs de mettre systématiquement en œuvre la segmentation, afin que les prix puissent augmenter. Dans la situation actuelle, les nouvelles demandes de trafic de perfectionnement doivent être rejetées.
- La FPSL soutient le projet «lait de foin» avec une contribution financière d'aide initiale.
- Le conseiller national Andreas Aebi, le CEO adjoint d'EMMI Marc Heim, et le directeur de la FPSL Stephan Hagenbuch sont élus au sein de la commission de spécialistes du marketing pour remplacer les membres sortants Robert Muri, Hans Willener et Kurt Nüesch.
- Le comité central nomme Thomas Hirsbrunner comme représentant de la FPSL au comité de l'association Service sanitaire des veaux.

14 mars: préparer l'assemblée des délégués

- Le comité central discute pour la première fois du train d'ordonnances agricoles 2017. Les programmes facultatifs pour le bien-être animal Sorties régulières en plein air (SRPA) et Production de lait et de viande basée sur les herbages (PLVH) doivent être mieux axés sur les atouts du lait suisse.
- Le comité central prépare les décisions soumises à l'assemblée des délégués du printemps. Il décide de proposer aux délégués d'approuver les comptes 2016 et le rapport annuel.
La contribution générale pour financer la défense professionnelle doit être fixée à 0,17 centime par kilo de lait (contre 0,19 ct./kg jusqu'à présent).
- Le comité central décide que la FPSL participe à la privatisation prévue de la production de cultures fromagères d'Agroscope en collaboration avec d'autres partenaires. Les moyens financiers nécessaires pour atteindre la minorité de blocage statutaire sont octroyés.
- Pour repourvoir les trois sièges de la FPSL au comité de l'IP Lait, les représentants actuels, Hanspeter Kern, Didier Roch et Stephan Hagenbuch, sont désignés pour briguer un nouveau mandat.
- Le comité central désigne Pierre-André Pittet comme chef du département Économie et affaires internationales et membre de la direction de la FPSL. Entrée en fonction: le 1^{er} août 2017.

11 mai: stratégie marketing 2018++

- Politique agricole 2022+: Le comité central prend connaissance du rapport de la Confédération «Marché laitier. Perspectives» et instaure un groupe de travail pour traiter cette problématique, élaborer des revendications, et préparer la discussion sur la stratégie.
- Le comité central prend connaissance de la nouvelle stratégie marketing 2018++, qui se base sur les discussions menées au sein de la commission de spécialistes du marketing.

22 juin: politique agricole 2022+

- Adrian Aebi, de l'OFAG, informe le comité central sur le rapport du Conseil fédéral «Marché laitier. Perspectives» et le calendrier relatif à la PA 2022+. Le comité central prend également connaissance de l'avancée des travaux du groupe de travail «Politique agricole», qu'il charge de poursuivre les travaux de manière ciblée.
Aux yeux du comité central de la FPSL, il est clair que la pratique actuelle d'octroi du supplément pour le lait transformé en fromage doit être réformée et que les mauvaises incitations doivent être éliminées. La FPSL se penchera sur la question.
- Le comité central décide d'allouer au secteur bio les ressources restantes issues du Fonds de soutien et destinées au lait bio, qui se montent à 797 495 francs.
- Didier Roch est élu membre du comité directeur pour le reste du mandat de 4 ans (2015-2019).
- Le comité central prend connaissance de l'avancée des travaux du groupe de projet «Analyse de l'organisation de la FPSL». La concrétisation de la Stratégie marché du lait 2030 est prioritaire. Des mesures visant à renforcer la communication seront prises en parallèle.

24 août: hausse du prix du lait

- Le comité central accueille avec satisfaction la décision du comité de l'IP Lait d'augmenter le prix indicatif de 3 centimes. Il faut toutefois continuer à faire pression pour que les prix à la production et ceux du beurre et de la crème augmentent aussi, et pas seulement de manière proportionnelle.
La numérisation dans la production laitière est un sujet important pour le comité central. C'est pourquoi il estime qu'un engagement direct de la FPSL dans le projet Barto est dans l'intérêt des producteurs suisses de lait et de l'économie laitière. Bien qu'un tel engagement se révèle important et opportun, il est toutefois primordial que la maîtrise des données reste en mains des agriculteurs.

- La prise de position de la FPSL sur la politique agricole 2022+ pour l'OFAG est approuvée.
- Pour l'interprofession Emmentaler, la fromagerie de démonstration est un instrument de marketing important. Le comité central le reconnaît et apporte son soutien avec la souscription d'une participation minoritaire. Elle encourage ainsi les efforts entrepris afin de créer une base économique solide pour la fromagerie de démonstration.

5 octobre: pas de coupe dans le budget fédéral

- Le budget 2018 de la Confédération prévoit de supprimer l'ensemble des fonds alloués au contrôle du lait. Les coûts de plus de 3 millions de francs tomberaient principalement à la charge des producteurs, soit environ 160 francs par producteur et par année. De concert avec l'USP et les acteurs concernés, la FPSL se bat contre les coupes annoncées.
- Le comité central constate avec satisfaction que l'augmentation du prix du lait a été en grande partie appliquée. La hausse des prix du beurre et de la crème est encore insuffisante.
- La modification des statuts de la FPSL et de ses membres ainsi que la convention d'utilisation des données de bdlait.ch sont en cours. Le comité central prévoit que les modifications encore en suspens seront effectuées d'ici fin 2017 conformément au calendrier.
Il charge la Berner Bauern Verband (BeBV) et la direction de la FPSL d'élaborer une solution consolidée concernant la représentation des producteurs de lait bernois auprès de la FPSL et de la présenter à la prochaine séance.
- La prise de position sur l'adaptation des dispositions d'exécution de la révision de la loi sur les produits thérapeutiques à l'attention de l'Office fédéral de la santé publique est adoptée.

7 décembre: approbation des budgets 2018

- Le comité central prend connaissance des activités prévues en 2018 et approuve les budgets partiels du marketing, du fonds de soutien et de la défense professionnelle.
Le comité central décide en outre de poursuivre le projet «Initiative FAIR».
- Le comité central nomme Pierre-André Pittet vice-directeur à compter du 1^{er} janvier 2018.

- Le comité central prend connaissance de l'avancée de l'examen de la stratégie. Le document «Vision Marché du lait 2030» constitue la base pour l'élaboration d'une vision exposant le point de vue des producteurs sur l'économie laitière en 2030 et d'une stratégie pour la FPSL.
- Le comité central prend connaissance de la lettre de BeBV, de la demande d'adhésion d'aaremilch AG et du changement concernant les membres de la FPSL. Il décide de soumettre à l'assemblée des délégués de la FPSL du 18 avril 2018 la demande d'adhésion d'aaremilch AG au 1^{er} mai 2018. Quant à BeBV, elle se retire de la FPSL au 30 avril 2018.
- Le comité central soutient le manifeste de l'USP sur la sécurité alimentaire.
- Le comité central décide de s'engager en faveur du projet de recherche « Développement d'indicateurs de la concurrence entre alimentation humaine et animale dans la production laitière » et de le soutenir financièrement.

Comité directeur

Le comité directeur, fort de cinq membres, s'est réuni à quatre reprises. Il s'est notamment penché sur les questions du personnel et des dédommagements, la gestion des risques et les placements de fortune. Il s'est également enquis de la situation financière et a traité les dossiers relatifs à la prévoyance professionnelle. Enfin, il a préparé divers dossiers pour le comité central et discuté des questions d'affiliation et d'organisation.

Commission «lait de fromagerie»

La Commission «lait de fromagerie» s'est penchée sur la situation du marché et les sujets d'actualité au cours de quatre séances. Elle a principalement traité les thèmes suivants: privatisation de la production de cultures d'Agroscope, part de fromages suisses dans l'assortiment fromager du commerce de détail suisse ainsi que du calcul et de l'application du prix LTO+. Le 4 juillet, les membres ont pu découvrir sur place les secrets de production et de commercialisation du Sbrinz.

Rapport financier: comptes annuels 2017

Les comptes consolidés 2017, clos sur un résultat de -0,4 million de francs, se situent en deçà du résultat équilibré que prévoyait le budget. Cette somme représente 0,5% du capital propre consolidé.

Sur le plan opérationnel, le résultat d'exploitation (EBIT) des trois comptes partiels est, comme les années précédentes, nettement négatif, conformément au budget 2017. Le résultat opérationnel atteint en 2017 (-2,3 millions de francs) est inférieur de -0,4 million au budget. Hormis les amortissements imprévus de participations, au niveau de l'EBIT, le résultat correspond aux prévisions.

Réunie le 19 avril 2017, l'assemblée des délégués de la FPSL a adapté la contribution au financement de la défense professionnelle, qui, au 1^{er} mai 2017, est passée de 0,15 à 0,17 centime par kilo de lait commercialisé. Le même jour, l'encaissement séparé des cotisations de membres en faveur de l'USP, de l'ordre de 0,04 ct./kg, a été rendu caduc. Jusqu'en avril dernier, ce recouvrement de créances externes n'était inscrit qu'au bilan interne. Dès 2018, après l'année transitoire 2017, la contribution à l'USP sera versée par la FPSL par rapport à la valeur de production du lait. Au résultat de l'exercice 2017 de la Fédération, ce changement constitue une charge unique et extraordinaire de quelque 0,4 million de francs. L'ancienne contribution des producteurs à la stabilisation saisonnière du marché, de 0,35 ct./kg de lait, a aussi été supprimée en janvier 2017.

En 2017, soit la première année après la vente de «Le Menu», la stratégie sur la valeur ajoutée telle que décidée par la commission de spécialistes du marketing a rejoint les thèmes de la santé et du plaisir gustatif au cœur des activités du Fonds de marketing. Des mesures spécifiques correspondantes ont été mises en place pour son lancement, notamment au niveau publicitaire et RP. La campagne «Swiss milk inside» s'est poursuivie avec succès une année de plus et a même fait l'objet d'un financement supplémentaire extraordinaire de la part de l'OFAG. En ce qui concerne les

Bilan consolidé de la FPSL au 31 décembre 2017

Actifs (en milliers de CHF)	2017	%	2016	%
Liquidités – 8,8 millions de francs affectés (AD 14.4.2004)	22 732	23,6	28 428	28,1
Actifs cotés en bourse détenus à court terme	32 196	33,5	32 585	32,2
Créances découlant des livraisons et des prestations	10 039	10,4	12 601	12,4
Autres créances à court terme	515	0,5	4 579	4,5
Réserves et prestations non facturées	291	0,3	384	0,4
Actifs de régularisation	4 572	4,8	6 732	6,7
Total actifs circulants	70 346	73,2	85 309	84,3
Immobilisations financières	1 580	1,6	1 623	1,6
Participations	472	0,5	581	0,1
Immobilisations corporelles meubles	885	0,9	655	0,7
Terrains et constructions	22 757	23,7	12 925	12,6
Immobilisations incorporelles (logiciels)	90	0,1	126	0,2
Total actifs immobilisés	25 783	26,8	15 909	15,7
Total actifs	96 129	100,0	101 218	100,0
Passifs (en milliers de CHF)				
Engagements découlant des livraisons et des prestations	7 978	8,3	11 666	11,5
Autres engagements à court terme	748	0,8	801	0,8
Passifs de régularisation	1 046	1,1	1 789	1,8
Provisions à court terme	894	0,9	959	0,9
Total capital étranger à court terme	10 666	11,1	15 215	15,0
Autres engagements à long terme	125	0,1	125	0,1
Provisions et postes similaires prévus par la loi	9 611	10,0	9 795	9,7
Total capital étranger à long terme	9 937	10,1	9 921	9,8
Capital social	3 000	3,1	3 000	3,0
Capital des fonds	25 915	27,0	26 522	26,2
Bénéfices cumulés de l'année précédente	47 168	49,1	47 676	47,1
Bénéfice (+)/perte (-) de l'exercice	-357	-0,4	-1 116	-1,1
Total capitaux propres	75 726	78,8	76 083	75,2
Total passifs	96 129	100,0	101 218	100,0

Bilan consolidé

Sur une base consolidée, le total du bilan au 31 décembre 2017 a été ramené à 96,1 millions de francs, contre 101,2 l'année précédente. Ceci est dû à la suppression, à compter de janvier 2017, des contributions pour la stabilisation saisonnière du marché et à l'utilisation des 2,7 millions de francs restants de l'année précédente pour soutenir le marché.

Malgré cette réduction du total du bilan et l'excédent de charges comptabilisé, le ratio des fonds propres a augmenté pour s'établir à 79% à la fin de l'année sous revue (exercice précédent: 75%).

L'extension du portefeuille immobilier par l'acquisition en février 2017 de l'immeuble de la Haslerstrasse/Weststrasse à Zurich se reflète dans les actifs, sous la forme d'un transfert d'environ 10 millions de francs – soit 11 points de pourcentage du total du bilan – des actifs circulants vers les actifs immobilisés. Malgré cela, le taux d'actifs circulants se situe toujours à un confortable 73%. Face aux actifs circulants de 70 millions de francs, le capital étranger à court terme s'élève à moins de 11 millions de francs. On peut dire que la situation des liquidités reste stable et sa gestion prudente.

Dans le domaine des placements, la conservation de la substance est prioritaire par rapport aux stratégies risquées d'optimisation du rendement. Quant aux passifs, ils se caractérisent par un bon équilibre entre capital étranger et capital propre à court et à long terme. Il n'y a aucun financement étranger avec charges d'intérêts (à l'exception du leasing). Un bilan sain peut ainsi être présenté au 31 décembre 2017, à l'instar des années précédentes.

contributions des producteurs pour le marketing générique en faveur du lait et des produits laitiers, la différence entre le budget et l'état au bilan correspond à environ 0,3 million de francs.

Grâce à l'environnement favorable sur les marchés financiers et à l'élargissement du portefeuille des titres au second semestre 2016 – et ce, malgré les taux d'intérêt négatifs prévalant – les rendements des actifs cotés en bourse ont augmenté significativement de 0,6 million de francs. Face aux produits financiers de 1,8 million de francs, les charges financières s'élèvent à 0,3 million de francs. Par rapport à l'objectif budgétaire visé de +1,1 million de francs, le résultat financier net fait état d'un excédent de 1,5 million de francs. Le résultat comprend notamment les pertes de cours comptables sur les actions et les obligations, à savoir -0,1 million de francs. Les gains sur le cours des titres non réalisés ne sont cependant pas pris en compte. En 2017, ces derniers s'élevaient à 4,2 millions de francs. Depuis 2012, les titres sont évalués selon le principe de l'imparité, comme à l'accoutumée. Le résultat des immeubles, qui, depuis plusieurs années, contribue de plus en plus à compenser la perte d'exploitation opérationnelle, s'élève pour l'exercice 2017 à 0,8 million de francs. Du côté des coûts, notamment des frais de personnel et autres charges d'exploitation, les objectifs budgétaires ont été pleinement respectés. Comme à l'ordinaire, on a fait preuve de discipline en matière de coûts. À compter de mai 2017, la contribution à l'USP vient s'ajouter aux autres contributions. En ce qui concerne les amortissements, les participations dans Appenzeller Schaukäserei AG et Schweizer Agrarmedien AG ont fait l'objet d'un ajustement extraordinaire. Conformément à la pratique interne, les participations sans distribution de bénéfices sont amorties sur la valeur résiduelle d'un franc pour mémoire.

Compte de résultat consolidé de la FPSL au 31 décembre 2017

(en milliers de CHF)	2017	%	2016	%
Produit net des livraisons et des prestations	42 831	100,0	46 706	100,0
Charges de matériel et prestations de tiers	- 24 540	- 57,3	- 31 264	- 66,9
Bénéfice brut (+)/perte brute (-)	18 292	42,7	15 443	33,1
Charges de personnel	- 11 612	- 27,1	- 11'907	- 25,5
Autres charges d'exploitation	- 7 664	- 17,9	- 6'578	- 14,1
Bénéfice (+)/perte (-) d'exploitation avant impôts, intérêts et amortissements (EBITDA)	- 985	- 2,3	- 3'042	- 6,5
Amortissements sur les actifs immobilisés	- 1 342	- 3,1	- 640	- 1,4
Bénéfice (+)/perte (-) d'exploitation avant impôts et intérêts (EBIT)	- 2 327	- 5,4	- 3 682	- 7,9
Charges financières	- 271	- 0,6	- 1 085	- 2,3
Produits financiers	1 795	4,2	1 197	2,6
Bénéfice (+)/perte (-) d'exploitation avant impôts (EBT)	- 803	- 1,9	- 3 569	- 7,6
Frais liés aux immeubles	- 306	- 0,7	- 189	- 0,4
Produit des immeubles	1 087	2,5	760	1,6
Charges uniques, hors période ou extraordinaires	- 472	- 1,1	- 310	- 0,7
Produits uniques, hors période ou extraordinaires	277	0,6	2 315	5,0
Bénéfice (+)/perte (-) avant impôts	- 217	- 0,5	- 993	- 2,1
Impôts directs	- 140	- 0,3	- 123	- 0,3
Bénéfice (+)/perte (-) de l'exercice	- 357	- 0,8	- 1 116	- 2,4

Compte de résultat consolidé

Les produits nets d'un montant de 42,8 millions de francs proviennent à 54% des contributions des producteurs et à plus d'un quart, soit 27%, de prestations propres. Ils sont complétés par des fonds fédéraux de promotion des ventes. Les charges d'exploitation et de matériel se montent à 43,8 millions de francs, prestations de tiers et charges de personnel comprises.

Après amortissements, le résultat d'exploitation/EBIT affiche un déficit de -2,3 millions de francs. Après le résultat financier net, le résultat des immeubles et le résultat hors exploitation apparaît un excédent de charges de -0,4 million de francs sur une base consolidée.

Comptes partiels 2017: comptes de la fédération

Comme pour les années précédentes, les comptes de la Fédération affichent un résultat d'exploitation opérationnel (EBIT) négatif, qui se monte à -2,0 millions de francs. Le résultat financier net supérieur à la moyenne et le résultat des immeubles, qui ensemble s'élèvent à environ 2,3 millions de francs, compensent le résultat d'exploitation 2017. Les charges de personnel, poste le plus important des coûts, sont clairement inférieures au budget, ce qui s'explique par des postes vacants et des baisses d'effectif. Quant aux amortissements, ils sont nettement plus élevés, en raison d'amortissements spéciaux concernant deux participations. La baisse de l'état des débiteurs, due à la suppression de la contribution pour la stabilisation saisonnière du marché, a permis de réduire le du croire nécessaire. Avec un montant budgété de -0,3 million de francs, la Fédération boucle son exercice avec un résultat égal à zéro.

Fonds de marketing

Concernant les comptes du Fonds de marketing, le lancement de la nouvelle stratégie sur la valeur ajoutée et la campagne extraordinaire «Swiss milk inside», maintenue pour la troisième année consécutive, ont dominé les coûts. Le résultat d'exploitation opérationnel (EBIT) affiche un déficit de -0,3 million de francs, alors que le budget prévoyait un résultat équilibré. Les contributions des producteurs sont légèrement inférieures à la valeur budgétée. Les autres postes du compte de résultat sont conformes au budget. Le résultat extraordinaire est équilibré. Les charges extraordinaires comprennent la création d'une provision pour les futures contributions à force obligatoire générale. Les produits extraordinaires incluent une correction positive de l'impôt préalable relatif à la TVA pour l'année 2016.

Fonds de soutien

Le compte de résultat 2017 du Fonds de soutien est similaire à celui de l'année précédente, tout comme le bouclage des comptes annuels. En résulte un léger excédent de charges de l'ordre de -0,05 million de francs. Comme à l'accoutumée, le résultat des produits et des charges de la communication générique pour le fromage d'alpage suisse est neutre.

Rapport de situation

Marché des affaires et situation économique

Le rapport annuel contient les principales informations du rapport de situation visées à l'art. 961c CO.

Moyenne annuelle du nombre de postes à plein temps

En 2017, le nombre de postes à plein temps à la Fédération des Producteurs Suisses de Lait (FPSL) s'élevait en moyenne annuelle à 132,5. En raison surtout du caractère saisonnier des activités de marketing, l'effectif du personnel connaît d'importantes variations. En moyenne annuelle, le nombre de collaborateurs à poste fixe est inférieur.

Réalisation d'une évaluation des risques

Le comité directeur a traité du thème des risques potentiels. Au moyen d'un catalogue des risques, il a répertorié, évalué, pondéré et classé les risques, avant de fixer des mesures. Conformément à la planification, les facteurs de risque sont examinés au moins une fois par année et, le cas échéant, complétés ou rectifiés.

Situation des commandes et des mandats/activités de recherche et de développement

La FPSL est l'organisation faîtière des producteurs suisses de lait. Dans le cadre de cette fonction, elle participe à des projets de recherche, principalement en collaboration avec des instituts de recherche et de formation. Ces projets ont des liens avec l'agriculture, et plus particulièrement avec l'économie laitière en général.

Événements exceptionnels et perspectives de l'entreprise

Le rapport annuel contient toutes les informations essentielles à ce propos.

Annexe aux comptes annuels 2017

1. Raison sociale, nom, forme juridique et siège

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

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

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

En vertu du principe de précaution et dans l'intérêt de la société coopérative, les amortissements, les corrections de valeur et les provisions peuvent dépasser la mesure nécessaire au point de vue de l'économie d'entreprise.

Les principes suivants ont été appliqués lors de l'établissement des comptes annuels:

2.1. Titres des actifs circulants et corrections de valeur

Les titres des actifs circulants sont des titres négociés en bourse et servant de réserve de liquidités. Depuis 2012, ils sont estimés selon le principe de la valeur la plus basse, soit, au maximum, à la valeur d'acquisition, soit à la valeur boursière si elle est inférieure. Dans le but de réduire les répercussions des fluctuations de cours sur le résultat, une correction de valeur de 4% pour les obligations et de 30% pour les actions est constituée à partir de l'année sous revue.

2.2. Créances découlant des livraisons et des prestations

Les créances découlant des livraisons et des prestations sont inscrites au bilan à leur valeur nominale. La correction de valeur (ducroire) correspond à un forfait de 5% majoré des corrections individuelles connues.

2.3. Actifs immobilisés

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

2.4. Provisions

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

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

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

4. Participations importantes 31.12.2017 31.12.2016

Emmentaler Schaukäserei AG avec siège à Affoltern im Emmental

Capital-actions	4 264 800	4 954 000
Participation au capital, valeur comptable CHF 307 001	993 600	1 559 000
Part des droits de vote	23%	31%

Appenzeller Schaukäserei AG avec siège à Stein (AR)

Capital-actions	2 550 000	2 550 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	783 000	783 000
Part des droits de vote	31%	31%

Société coopérative «Laiterie de Gruyères» avec siège à Pringy

Capital social	2 020 000	2 020 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	664 000	664 000
Part des droits de vote	33%	33%

Schweizer Agrarmedien AG avec siège à Berne

Capital-actions	1 320 000	1 320 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	420 000	420 000
Part des droits de vote	32%	32%

Branchenorganisation Butter GmbH avec siège à Berne

Capital social	500 000	500 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	168 000	168 000
Part des droits de vote	34%	34%

Le Journal Agri Sàrl avec siège à Lausanne

Capital-actions	505 000	505 000
Participation au capital, valeur comptable p.m.	104 000	104 000
Part des droits de vote	21%	21%

TSM Fiduciaire Sàrl avec siège à Berne

Capital social	270 000	270 000
Participation au capital, valeur comptable	62 000	62 000
Part des droits de vote	23%	23%

5. Engagements de loyer ou découlant d'opérations de leasing 2017 2016

Échéance au cours des 12 prochains mois	1 163 122	1 155 301
Échéance dans plus de 12 mois	4 040 192	5 168 109
	5 203 314	6 323 410

6. Autres indications 31.12.2017 31.12.2016

Engagements envers l'institution de prévoyance	68 847	122 847
--	--------	---------

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

Aucun événement important n'est survenu entre la date de clôture de l'exercice et le contrôle des comptes annuels par l'organe de révision le 8 février 2018.

8. Honoraires de l'organe de révision 2017 2016

Honoraires pour les prestations en matière de révision	64 566	65 865
Honoraires pour les autres prestations	–	3 495
	64 566	69 360

Les prestations fournies en 2017 consistent uniquement en travaux de révision comptable.

Rapport de l'organe de révision

Rapport de l'organe de révision sur les comptes annuels consolidés à l'assemblée des délégués de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL, Berne

En notre qualité d'organe de révision, nous avons effectué l'audit des comptes annuels consolidés ci-joints (comprenant le bilan, le compte de profits et pertes, les flux de trésorerie et l'annexe pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2017) de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL.

Responsabilité du comité d'administration

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels consolidés, conformément aux dispositions légales et aux statuts, incombe au comité d'administration. Cette responsabilité comprend la conception, la mise en place et le maintien d'un système de contrôle interne relatif à l'établissement et à la présentation des comptes annuels afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. En outre, le comité d'administration est responsable du choix et de l'application de méthodes comptables appropriées, ainsi que des estimations comptables adéquates.

Responsabilité de l'organe de révision

Notre responsabilité consiste, sur la base de notre audit, à exprimer une opinion sur les comptes annuels consolidés. Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes d'audit suisses (NAS). Ces normes requièrent de planifier et de réaliser l'audit pour obtenir une assurance raisonnable que les comptes annuels consolidés ne contiennent pas d'anomalies significatives.

Un audit inclut la mise en œuvre de procédures d'audit en vue de recueillir des éléments probants concernant les valeurs et les informations fournies dans les comptes annuels consolidés. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur, de même que l'évaluation des risques que les comptes annuels consolidés puissent contenir des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Lors de l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en compte le système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels consolidés, pour définir les procédures d'audit adaptées aux circonstances, et non pas dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité de celui-ci. Un audit comprend, en outre, une évaluation de l'adéquation des méthodes comptables appliquées, du caractère plausible des estimations

comptables effectuées ainsi qu'une appréciation de la présentation des comptes annuels dans leur ensemble. Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et adéquate pour former notre opinion d'audit.

Opinion d'audit

Selon notre appréciation, les comptes annuels consolidés pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2017 sont conformes à la loi suisse et aux statuts.

Rapport sur d'autres dispositions légales

Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément conformément à la loi sur la surveillance de la révision (LSR) et d'indépendance (art. 728 CO) et qu'il n'existe aucun fait incompatible avec notre indépendance.

Conformément à l'art. 728a, al. 1, ch. 3, CO et à la Norme d'audit suisse 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement et à la présentation des comptes annuels consolidés, défini selon les prescriptions du comité d'administration.

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

Berne, le 9 mars 2018

Dr. Röthlisberger AG

René Peterhans
Expert-comptable diplômé
Expert-réviseur
(Responsable de la révision)

Hanny Meister
Experte-comptable diplômée
Experte-réviseuse

Membres de la FPSL

Organisation Président	Gérant Adresse	Téléphone Fax Courriel Internet	Nombre de délégués
VMMO Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost Hanspeter Egli	Markus Berner Poststrasse 13 9200 Gossau	Tél. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	38
BEBV Berner Bauern Verband Präsident Fachkommission Milch Ulrich Fahrni	Andreas Wyss Milchstrasse 9 Postfach 3072 Ostermundigen	Tél. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@bernerbauern.ch www.bernerbauern.ch	18
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten Thomas Oehen	Pirmin Furrer Friedentalstrasse 43 6002 Lucerne	Tél. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	22
MIBA Fédération laitière du Nord-Ouest de la Suisse Daniel Schreiber	Christophe Eggenschwiler Andlauring 30b 4147 Aesch BL	Tél. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
TMP Thurgauer Milchproduzenten Ruedi Schnyder	Jürg Fatzer Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tél. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch www.milchthurgau.ch	13
MPM Milchproduzenten Mittelland Andreas Hitz	Marco Genoni Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tél. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 marco.genoni@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	8
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten Thomas Hirsbrunner	Thomas Hirsbrunner Otterbach 4 3463 Häusermoos i. E.	Tél. 031 971 18 50 fam.hirsbrunner@bluewin.ch	7
FTPL Federazione ticinese produttori di latte Nello Croce	Silvio Guggiari Via Gorelle 6592 S. Antonino	Tél. 091 850 27 94 Fax 091 850 27 77 info@ftpl.ch	3
FSFL Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie Gabriel Yerly	André Brodard Route de Riaz 95 Case postale 427 1630 Bulle	Tél. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	18
PROLAIT Fédération laitière Marc Benoit	Eric Jordan Route de Lausanne 23 1400 Yverdon-les-Bains	Tél. 024 424 20 10 Fax 024 424 20 19 info@prolait.ch www.prolait.ch	12
FLV Fédération Laitière Valaisanne Michel Bonjean	Clément Délétroz Route des Lacs 32 3960 Sierre	Tél. 027 455 69 72 Fax 027 455 69 74 clement.deletroz@flv.ch www.flv.ch	4
LRG Fédération des Laiteries Réunies de Genève Olivier Berlie	Philippe Lebrun 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

État au 31 décembre 2017

Composition des organes

Président d'honneur

Kühne Josef, Benken SG

Comité central

	Organisation	Suppléants au comité central
Kern Hanspeter, Buchberg SH, président		
Egli Hanspeter, Trachslau SZ	VMMO	Preisig Alfred, Frümisen SG
Bachmann Ernst, Flach ZH	VMMO	
Häcki Karl, Hausen am Albis ZH	VMMO	
Werder Urs, Ganterschwil SG	VMMO	
Fahrni Ulrich, Rumisberg BE	BEBV	vacant
Schaad Andreas, Bettenhausen BE	BEBV	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	BEBV	
Oehen Thomas, Lieli LU	ZMP	Furrer Pirmin, Lucerne LU
Arnold Christian, Seedorf UR	ZMP	
Schreiber Daniel, Wegenstetten AG	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2 ^e vice-président	TMP	Fatzer Jürg, Weinfeld TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Genoni Marco, Suhr AG
Hirsbrunner Thomas, Häusernmoos i.E. BE	BEMO	Dummermuth Jürg, Thörishaus BE
Bossi Emilio, Ambri TI	FTPL	Guggiari Silvio, S. Antonino TI
Yerly Gabriel, Berlens FR	FSFL	Savary Nicolas, Sâles FR
Noël Christophe, Vuissens FR, 1 ^{er} vice-président	FSFL	
Benoit Marc, Romainmôtier VD	PROLAIT	Glauser Eric, Villars-le-Terroir VD
Roch Didier, Ballens VD	PROLAIT	
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Treboux Bernard, Bassins VD
Bonjean Michel, Vouvry VS	FLV	Mottiez Steve, Collonges VS

Comité directeur

Kern Hanspeter, Buchberg SH, président
Noël Christophe, Vuissens FR, 1^{er} vice-président
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2^e vice-président
Oehen Thomas, Lieli LU
Roch Didier, Ballens VD

Organe de contrôle

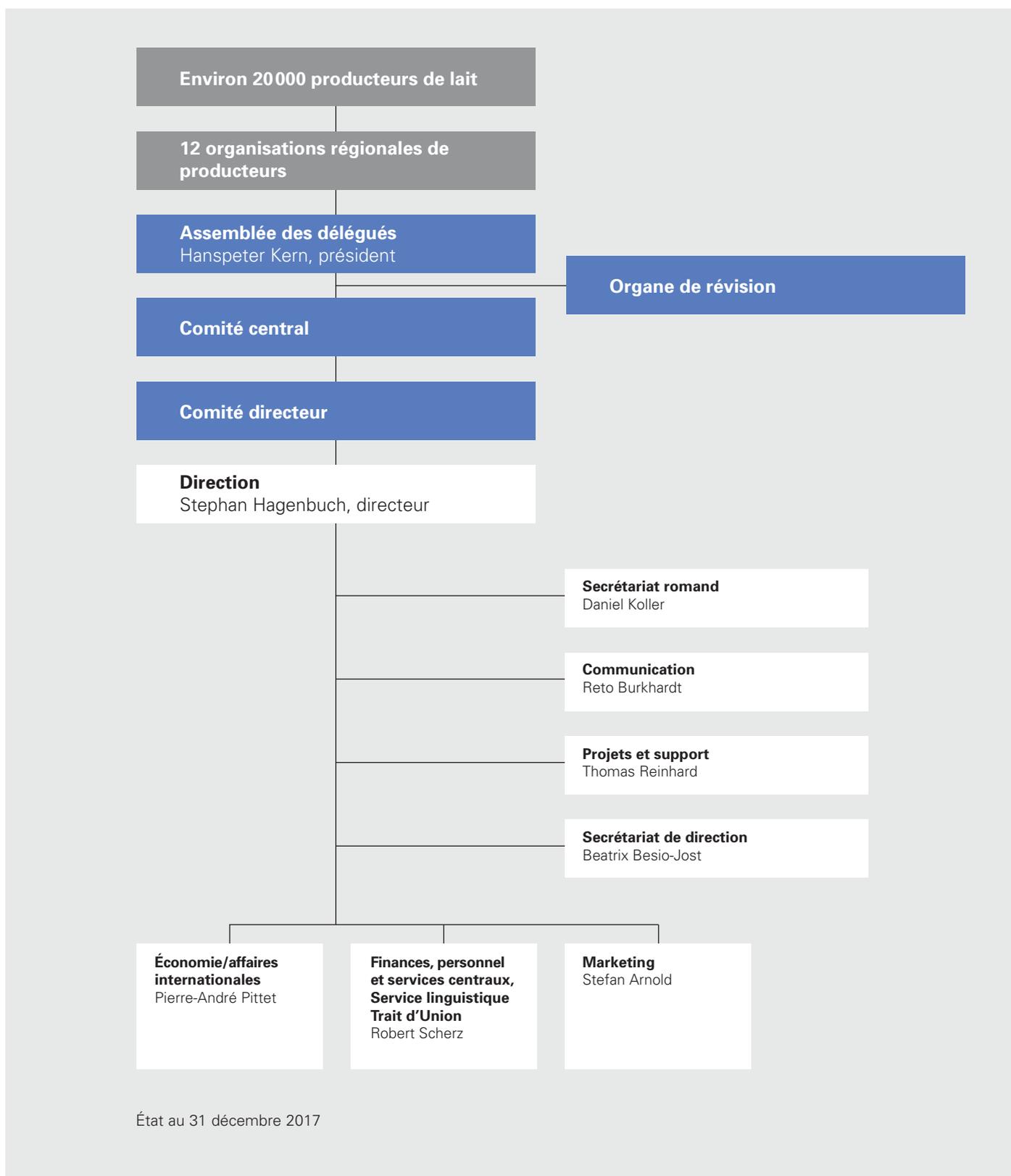
Dr. Röthlisberger AG, Berne

Direction

Hagenbuch Stephan, directeur, Marly FR
Arnold Stefan, Zurich ZH
Koller Daniel, Montsevelier JU
Pittet Pierre-André, Schüpfen BE
Scherz Robert, Bremgarten BE

La composition du comité central est valable pour la période statutaire 2015–2019.

Organigramme de la FPSL



Documentation: chiffres-clé

Chiffres-clé de la production laitière en Suisse

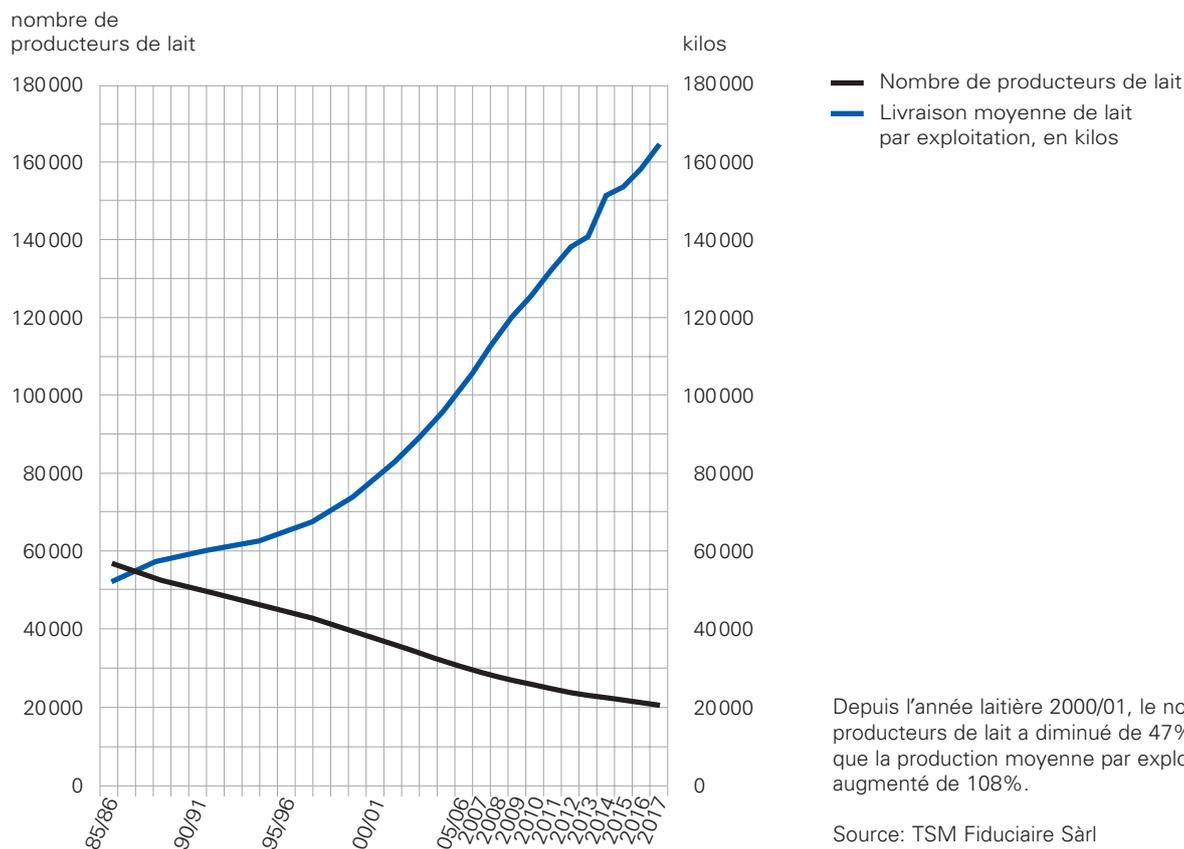
Domaines exploités toute l'année sans les exploitations d'estivage	Année laitière			Année civile			Variation	
	95/96	00/01	05/06	2010	2016	2017	2016/2017	%
Nombre de producteurs de lait*	44 360	38 082	30 163	26 097	20 987	20 211	- 776	- 3,7
Surface agricole utile moyenne par exploitation, en hectares	19,1	19,1	21,4	23,5	26,0	25,9	- 0,1	- 0,4
Nombre de vaches laitières pour la production de lait commercialisé	689 023	615 645	565 200	566 047	537 528	528 563	- 8965	- 1,7
Nombre moyen de vaches par exploitation	15,5	16,2	18,7	21,7	25,6	26,2	0,5	2,1
Livraison moyenne par exploitation, en kilos	68 248	81 691	101 589	127 082	158 045	164 409	6 364	4,0
Livraison moyenne par hectare, en kilos	3 573	4 277	4 747	5 518	6 083	6 333	250	4,1
Livraison moyenne par vache, en kilos	4 394	5 053	5 421	5 859	6 171	6 287	116	1,9
Performance laitière moyenne par vache du herd-book, en kilos**	5 842	6 405	7 044	7 237	7 572	7 605	33	0,4

* Exploitations à l'année et communautés d'exploitation (sans les exploitations d'estivage)

Source: TSM Fiduciaire Sàrl, Statistique laitière

** Année de contrôle mai-avril

Évolution du nombre de producteurs de lait et des livraisons de lait de 1985 à 2017



Prix du lait

Prix standardisé producteur (PSP) du lait de centrale PER et bio

(Base: quantité annuelle livrée 180 000 kg, teneur 73 g/kg, départ ferme)

	Année civile 2016	Année civile 2017	Variation 2016/2017
Premiers acheteurs de lait PER	ct./kg	ct./kg	ct./kg
aaremilch AG	49,42	52,22	2,80
aaremilch AG centre collecteur	51,98	54,68	2,71
Arnold AG	51,35	54,12	2,77
Crema SA	51,13	52,28	1,15
Elsa SA	56,87	57,61	0,74
Emmi AG	54,12	56,40	2,28
FTPL-Lati	59,84	59,09	-0,74
Fuchs und Imlig	54,67	55,44	0,77
Hochdorf Swiss Milk AG	53,47	56,94	3,46
Lanz Molkerei AG	58,33	59,91	1,58
LRG	54,87	54,20	-0,67
Milco	51,23	52,17	0,94
mooh	53,16 *	54,09	
mooh centre collecteur	55,32 *	56,17	
Prolait	49,36	50,88	1,52
Prolait centre collecteur	52,30	53,91	1,62
Schwyzler Milchhuus	57,47	59,79	2,32
Strähl Käse AG	53,78	55,54	1,76
Thur Milch Ring AG	53,01	54,49	1,48
ZMP	54,52	56,83	2,31
ZMP centre collecteur	56,44	58,59	2,15
Züger Frischkäse AG	55,08	58,59	3,52
Moyenne suisse	53,21	55,22	2,01

* dès juillet 2016

Premiers acheteurs de lait bio

aaremilch AG	76,50	76,92	0,42
Biedermann Molkerei AG	78,06	79,64	1,58
Biomilchpool GmbH	74,49	76,59	2,10
Crema SA	78,72	80,01	1,29
Emmi AG	81,30	83,72	2,42
LRG	77,33	77,08	-0,25
mooh	79,06 *	78,65	
Schwyzler Milchhuus	74,72	75,85	1,13
Strähl Käse AG	78,43	79,22	0,79
ZMP	82,07	83,11	1,04
Züger Frischkäse AG	75,64	80,39	4,75
Moyenne suisse	77,16	78,92	1,76

* dès juillet 2016

Source: Surveillance du prix du lait PSL

Surveillance du prix du lait

Qui paie quel prix? La surveillance du prix du lait de la FPSL calcule et publie, pour le lait PER et pour le lait bio, les prix payés par acheteur de lait et pour certaines variétés de fromage. La surveillance des prix du lait est une mesure d'entraide volontaire des paysans producteurs de lait. Elle se base sur le calcul des prix standardisés producteur et le dépouillement mensuel systématique du décompte de la paie du lait de plusieurs producteurs.

Prix standardisé du lait de centrale

Pour les acheteurs de lait de centrale qui font l'objet de cette surveillance, la FPSL calcule le prix standardisé producteur (PSP). Elle se réfère pour cela aux conditions contractuelles, aux indications des acheteurs et aux décomptes de la paie du lait des producteurs. Le calcul est basé sur une livraison annuelle de 180 000 kilos de lait d'une teneur standardisée de 4,0 % de matière grasse et de 3,3 % de protéine. Le lait est collecté tous les deux jours à la ferme. Le PSP tient compte de tous les éléments ayant une influence sur la paie du lait. Il s'agit notamment des suppléments et des déductions dus à la variation saisonnière, des suppléments de quantité par arrêt, des participations aux frais de transport, des contributions à l'allègement du marché, des déductions liées à la segmentation et des arriérés, bonus et primes.

Le PSP ne tient pas compte des contributions pour le marketing en faveur du lait et du fromage, qui jouissent de la force obligatoire générale, et des cotisations volontaires à diverses organisations agricoles.

Prix du lait/Qualité du lait

Prix payé pour le lait de fromagerie

Le prix payé pour le lait franco fromagerie inclut les composantes suivantes: prix de base, supplément pour le lait transformé en fromage, échelonnement saisonnier, supplément de quantité par arrêt, suppléments ou retenues liés à la teneur et à la qualité, frais de transport, arriérés périodiques, bonus et primes de tout type.

Le prix effectif du lait de fromagerie ne comprend pas les éléments suivants: supplément de non-ensilage, petit-lait, contributions aux mesures d'entraide et à diverses organisations, autres règlements, contre-prestations en tout genre (marchandises ou loyers par exemple).

Plus d'informations sur Internet:
www.swissmilk.ch/prixdulait

La qualité du lait reste excellente

Les résultats du contrôle du lait 2016 montrent une nouvelle fois que la qualité du lait suisse sur le plan de l'hygiène est excellente. Sur pas moins de 460 000 échantillons prélevés et analysés chez Suisselab dans le cadre du contrôle du lait officiel, 97,01 % satisfaisaient aux sévères normes helvétiques pour le critère de la teneur en cellules. 99,15 % des échantillons étaient de qualité irréprochable pour ce qui est de la charge en germes, et 99,94 % l'étaient pour les substances inhibitrices.

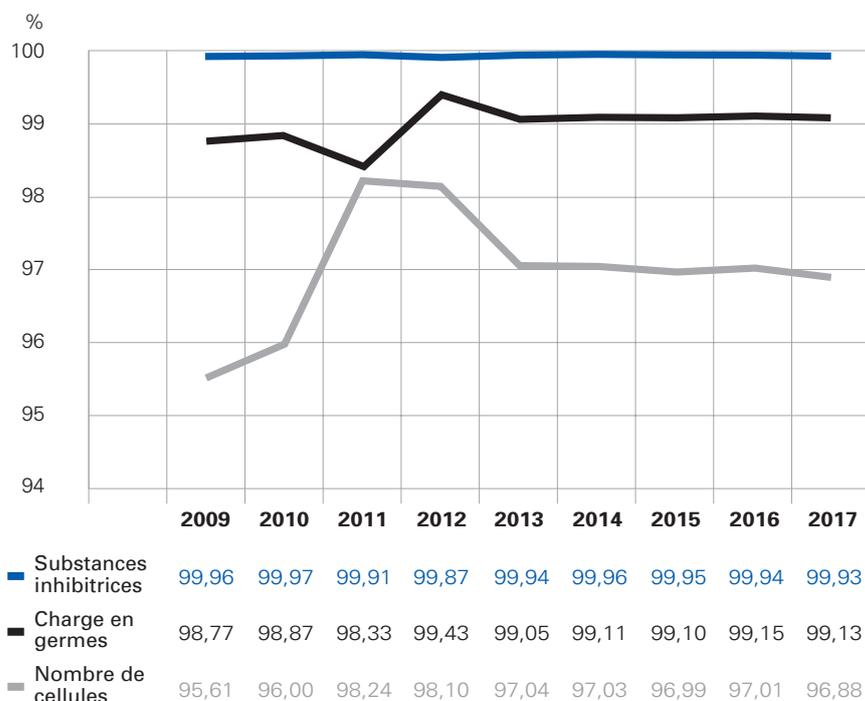
Prix payé du lait de fromagerie PER

(Base: volumes effectifs pris en charge et teneurs effectives du lait livré aux fromageries, selon décomptes de la paie du lait, supplément de non-ensilage exclu)

Variété de fromage	Année civile	Année civile	Variation
	2016	2017	2016/2017
	ct./kg	ct./kg	ct./kg
franco fromagerie			
Appenzeller®	71,92	70,66	-1,26
Autres fromages	65,02	62,70	-2,32
Emmentaler AOP	60,77	62,97	2,20
Le Gruyère AOP	79,70	80,39	0,69
Raclette du Valais AOP	78,25	78,25	0,00
Sbrinz AOP	66,66	66,64	-0,02
Tête de Moine AOP	75,05	75,19	0,14
Tilsiter Switzerland	72,68	73,05	0,37
Vacherin Fribourgeois AOP	76,55	79,65	3,10
Moyenne	72,47	73,19	0,72

Source: Surveillance du prix du lait PSL

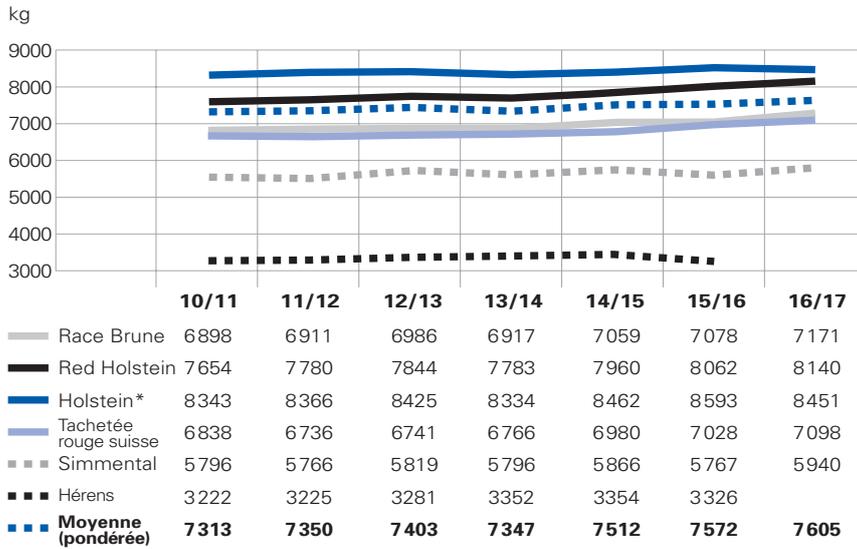
Contrôles du lait commercialisé: échantillons n'ayant pas fait l'objet de contestations



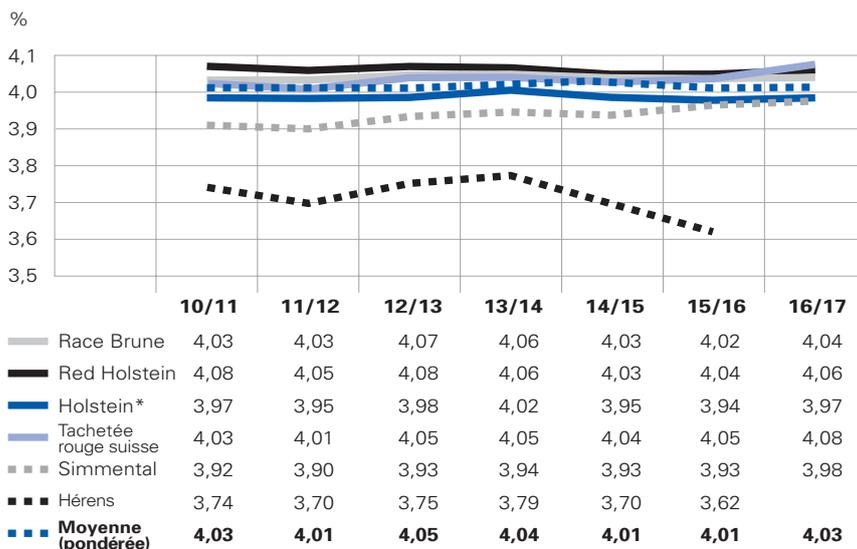
Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Performance laitière et teneurs

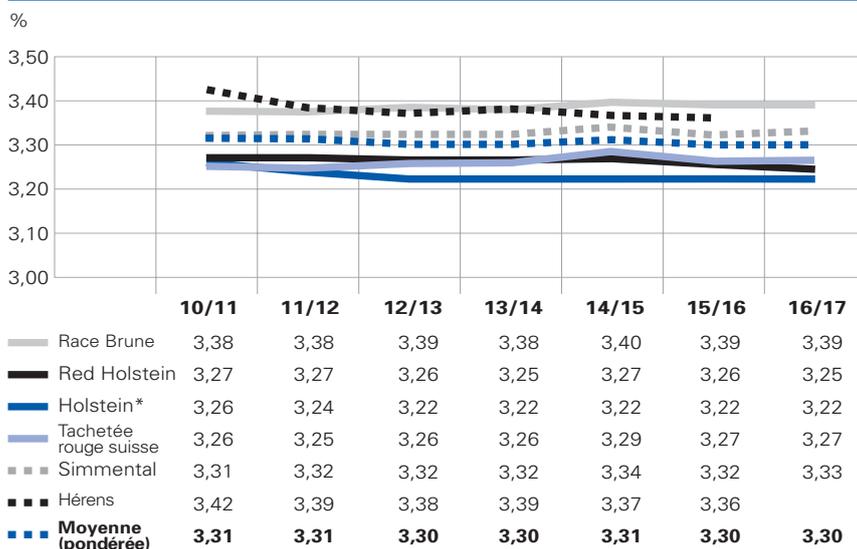
Performance laitière des races laitières suisses



Teneur en matière grasse du lait des races laitières suisses



Teneur en protéine du lait des races laitières suisses



* Moyenne pondérée obtenue à partir des résultats standard des vaches inscrites auprès de Holstein Switzerland et du Swissherdbook.

Source: Schweizer Braunviehzuchtverband, Swissherdbook, Holstein Switzerland, Milchstatistik der Schweiz

Transformation

Valorisation du lait en équivalents-lait (EL)*

Catégorie	Production 2016 kEL	Production 2017 kEL	Variation 2016/2017 kEL	Variation 2016/2017 %
Fromage	1 417 552	1 475 039	57 487	4,1
Séré	30 880	26 735	- 4 145	- 13,4
Lait de consommation	388 647	384 258	- 4 389	- 1,1
Crème de consommation	282 867	283 930	1 063	0,4
Yogourt	111 776	116 532	4 756	4,3
Autres produits frais, y c. glaces comestibles	102 006	94 452	- 7 554	- 7,4
Conserves de lait	374 270	370 509	- 3 761	- 1,0
Beurre	549 093	516 547	- 32 546	- 5,9
Autres valorisations	176 884	166 002	- 10 882	- 6,2
Total lait entier	3 433 975	3 434 004	29	0,0

* Un équivalent-lait correspond à la teneur en matière grasse et en protéine (73 g) d'un kilo de lait cru. 1 kEL = 1000 EL

Production de lait de consommation

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Lait cru	5 344	4 890	- 454	- 8,5
Lait UHT enrichi en matière grasse	604	526	- 78	- 12,9
Lait entier pasteurisé	42 188	41 371	- 817	- 1,9
Lait entier UHT	19 251	21 028	1 777	9,2
Lait entier standardisé à 3,5% MG*, pasteurisé	46 429	43 911	- 2 518	- 5,4
Lait entier standardisé à 3,5% MG*, UHT	132 763	129 601	- 3 162	- 2,4
Lait partiellement écrémé, pasteurisé	74 507	72 480	- 2 027	- 2,7
Lait partiellement écrémé, UHT	119 094	116 798	- 2 296	- 1,9
Lait écrémé pasteurisé	1	2	1	100,0
Lait écrémé UHT	11 042	9 918	- 1 124	- 10,2
Total lait de consommation	451 223	440 525	- 10 698	- 2,4

* Matière grasse

Production de crème de consommation

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Double-crème	818	816	- 2	- 0,2
Crème entière (35% MG)	33 731	33 895	164	0,5
Demi-crème (25 à 30% MG)	13 400	13 044	- 356	- 2,7
Crème à café	20 865	20 400	- 465	- 2,2
Total crème de consommation	68 814	68 155	- 659	- 1,0

Production d'autres spécialités lactées

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Lait acidulé	5 972	4 926	- 1 046	- 17,5
Crème acidulée	3 341	3 346	5	0,1
Desserts	12 965	13 714	749	5,8
Boissons lactées	81 149	64 316	- 16 833	- 20,7
Yogourt	134 042	144 501	10 459	7,8
Kéfir	200	235	35	17,5
Glaces comestibles	22 188	23 609	1 421	6,4

Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Poudre de lait/beurre

Production de lait écrémé, poudre de lait et lait condensé

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Lait écrémé (transformé)				
Protéine lactique > 80%	263 666	250 938	- 12 728	- 4,8
Protéine lactique 50 – 80%	20 894	19 020	- 1 874	- 9,0
Total lait écrémé (sans succédanés de lait)	284 560	269 958	- 14 602	- 5,1
Poudre de lait entier (26%)	13 755	14 690	935	6,8
Poudre de lait partiellement écrémé	4 266	4 778	512	12,0
Poudre de lait enrichie et crème en poudre	1 216	1 490	274	22,5
Poudre de lait écrémé	27 440	23 004	- 4 436	- 16,2
Babeurre en poudre*	576	223	- 353	- 61,3
Poudre de petit-lait*	2 113	1 565	- 548	- 25,9
Lait condensé	2 377	2 550	173	7,3
Total poudre de lait, lait condensé	51 743	48 300	- 3 443	- 6,7

* Trafic de perfectionnement inclus

Source: TSM Fiduciaire Sàrl, Interprofession Poudre de Lait Suisse (IPL)

Production de beurre

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Beurre				
Beurre de choix	44 183	39 741	- 4 442	- 10,1
Beurre de crème de petit-lait	1 341	1 374	33	2,5
Beurre artisanal	2 945	3 481	536	18,2
Total beurre*	48 469	44 596	- 3 873	- 8,0

* Production de beurre en 2017 selon les statistiques de TSM Fiduciaire Sàrl: 42 617 tonnes (2016: 47 610 t). Les quantités indiquées par TSM ne sont pas converties à 82% de matière grasse.

Source: OS Beurre

Ventes de beurre

Catégorie	Ventes 2016 tonnes	Ventes 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Beurre				
Beurre de choix	6 664	7 381	717	10,8
«Le beurre» (petits emballages)	11 339	10 240	- 1 099	- 9,7
Beurre de crème de lait et de petit-lait	528	936	408	77,3
Beurre dans produits spéciaux*	442	441	- 1	- 0,2
Beurres de boulangerie et d'industrie	15 975	15 982	7	0,0
Total: beurre aqueux 82% MG	34 948	34 980	32	0,1
Total: beurre déshydraté (calculé à raison de 82% MG)	5 996	6 087	91	1,5
Total beurre (sans ventes locales)	40 944	41 067	123	0,3

* Préparations à base de beurre, beurre allégé, etc.

Source: OS Beurre

Production de fromage

Production de fromage

Catégorie	Production 2016 tonnes	Production 2017 tonnes	Variation 2016/2017 tonnes	Variation 2016/2017 %
Séré	18 936	16 145	-2 791	-14,7
Mozzarella	23 450	23 303	-147	-0,6
Mascarpone	462	470	8	1,7
Autres fromages frais	10 422	11 522	1 100	10,6
Total fromages frais	53 271	51 438	-1 833	-3,4
Fromages à croûte fleurie, 1/2 gras à gras	838	791	-47	-5,6
Fromages à croûte fleurie à la crème	1 568	1 466	-102	-6,5
Bleus, fromages à pâte persillée	12	14	2	16,7
Tommes	1 864	1 830	-34	-1,8
Vacherin Mont d'Or AOP	553	564	11	2,0
Autres fromages à pâte molle, maigres à 1/4 gras	21	22	1	4,8
Autres fromages à pâte molle, 1/2 gras à gras	720	731	11	1,5
Autres fromages à pâte molle, crème	312	286	-26	-8,3
Total fromages à pâte molle	5 891	5 705	-186	-3,2
Appenzeller®	8 806	8 538	-268	-3,0
Tilsiter Switzerland	3 036	2 852	-184	-6,1
Raclette du Valais AOP	2 301	2 307	6	0,3
Raclette Suisse®	13 687	14 764	1 077	7,9
Vacherin Fribourgeois AOP	2 604	2 840	236	9,1
Tête de Moine AOP	2 385	2 557	172	7,2
Fromage du Jura	434	436	2	0,5
Fromage Vignerons	175	114	-61	-34,9
Mutschli	646	621	-25	-3,9
Fromage d'alpage à pâte mi-dure	2 284	2 098	-186	-8,1
Fromage de montagne des Grisons	1 116	943	-173	-15,5
Fromage de montagne à pâte mi-dure	2 207	2 385	178	8,1
St-Paulin suisse	321	316	-5	-1,6
Edam suisse	203	184	-19	-9,4
Fromage affiné à froid	9	567	558	6 200,0
Fromage à pâte mi-dure persillée	253	242	-11	-4,3
Fromage semi-préparé	1 450	1 013	-437	-30,1
Fromage pour la fonte gras, sur commande	5 952	6 837	885	14,9
Autres fromages à pâte mi-dure, maigres à 1/4 gras	839	322	-517	-61,6
Autres fromages à pâte mi-dure, 1/2 gras à gras	11 518	10 963	-555	-4,8
Autres fromages à pâte mi-dure, crème	4 165	4 462	297	7,1
Total fromages à pâte mi-dure	64 399	65 364	965	1,5
Emmentaler AOP	17 029	18 466	1 437	8,4
Switzerland Swiss	5 795	7 169	1 374	23,7
Le Gruyère AOP	26 325	28 754	2 429	9,2
Fromage d'alpage à pâte dure	1 852	1 770	-82	-4,4
Autres fromages à pâte dure, maigres à 1/4 gras	2 245	2 364	119	5,3
Autres fromages à pâte dure, 1/2 gras à gras	5 052	5 180	128	2,5
Autres fromages à pâte dure, crème	229	226	-3	-1,3
Total fromages à pâte dure	58 527	63 929	5 402	9,2
Sbrinz AOP	1 488	1 461	-27	-1,8
Total fromages à pâte extra-dure	1 488	1 461	-27	-1,8
Fromage pur chèvre	995	1 050	55	5,5
Fromage pur brebis	336	343	7	2,1
Total produits spéciaux	1 330	1 390	60	4,5
Total toutes variétés	184 904	189 292	4 388	2,4

Source: TSM Fiduciaire Sàrl

Commerce extérieur

Importations

converties en équivalents-lait entier (ELE)*	2016 millions ELE	2017** millions ELE	Variation 2016/2017 millions ELE	Variation 2016/2017 %
Lait de consommation	25,0	25,5	0,5	1,8
Fromage frais	65,6	71,7	6,1	9,3
Fromage à pâte molle	41,1	41,1	0,0	0,1
Fromage à pâte mi-dure	53,8	55,6	1,8	3,4
Fromage à pâte dure	59,1	59,2	0,1	0,2
Total fromage	219,6	227,7	8,1	3,7
Crème	6,0	5,2	- 0,7	- 12,3
Yogourt	8,1	7,8	- 0,3	- 3,6
Produits laitiers frais	0,7	0,5	- 0,3	- 35,5
Conserves de lait	44,0	42,6	- 1,4	- 3,3
Produits à base de protéine du lait	0,3	0,2	- 0,1	- 35,4
Beurre	6,4	7,1	0,8	11,8
Préparations (autres chapitres douaniers)	136,6	130,9	- 5,7	- 4,2
Total produits laitiers en millions d'ELE*	446,7	447,4	0,7	0,2

Exportations

converties en équivalents-lait entier (ELE)*	2016 millions ELE	2017** millions ELE	Variation 2016/2017 millions ELE	Variation 2016/2017 %
Lait de consommation	2,9	2,7	- 0,2	- 7,2
Fromage frais	21,1	22,9	1,8	8,6
Fromage à pâte molle	2,1	3,4	1,3	62,8
Fromage à pâte mi-dure	90,1	90,3	0,2	0,2
Fromage à pâte dure	206,7	209,3	2,7	1,3
Total fromage	319,9	325,9	6,0	1,9
Crème	11,6	10,7	- 0,9	- 7,8
Yogourt	3,9	3,6	- 0,3	- 8,8
Produits laitiers frais	28,3	28,1	- 0,2	- 0,5
Conserves de lait	79,8	44,3	- 35,5	- 44,5
Produits à base de protéine du lait	16,9	14,0	- 2,9	- 17,2
Beurre	70,6	34,8	- 35,8	- 50,8
Préparations (autres chapitres douaniers)	318,5	314,8	- 3,6	- 1,1
Total produits laitiers en millions d'ELE*	852,4	778,9	- 73,5	- 8,6

Bilan (exportations moins importations)

converti en équivalents-lait entier (ELE)*	2016 millions ELE	2017** millions ELE	Variation 2016/2017 millions ELE	Variation 2016/2017 %
Lait de consommation	- 22,1	- 22,8	- 0,7	- 3,0
Fromage frais	- 44,5	- 48,8	- 4,3	- 9,7
Fromage à pâte molle	- 39,0	- 37,7	1,3	3,3
Fromage à pâte mi-dure	36,3	34,7	- 1,6	- 4,4
Fromage à pâte dure	147,6	150,1	2,6	1,7
Total fromage	100,3	98,2	- 2,1	- 2,1
Crème	5,6	5,5	- 0,2	- 3,0
Yogourt	- 4,2	- 4,2	0,0	- 1,2
Produits laitiers frais	27,6	27,7	0,1	0,4
Conserves de lait	35,8	1,8	- 34,1	- 95,1
Produits à base de protéine du lait	16,6	13,8	- 2,8	- 16,9
Beurre	64,2	27,6	- 36,6	- 57,0
Préparations (autres chapitres douaniers)	181,9	184,0	2,1	1,2
Total produits laitiers en millions d'ELE*	405,7	331,5	- 74,2	- 18,3

* Les produits laitiers ont été convertis en équivalents-lait entier (ELE) sur la base de leur teneur en énergie métabolisable.
Un ELE correspond à un kilo de lait entier de vache contenant 2800 kilojoules d'énergie métabolisable.

** Données provisoires.

Source: Agristat

Contact et impressum

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 à la personne responsable. De nombreuses informations peuvent également être consultées sur Internet.

Centrale

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

Marketing de la FPSL

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

Renseignements pour les producteurs et autres milieux

Thomas Reinhard, téléphone 031 359 54 82

Prestations marketing pour les producteurs, commandes de brochures, articles publicitaires, matériel pour manifestations, boutique

Contact Center, téléphone 031 359 57 28

Renseignements pour les médias Économie et politique

Reto Burkhardt, téléphone 031 359 52 14

Renseignements pour les médias Marketing Swissmilk/RP

Barbara Paulsen Gysin, téléphone 031 359 57 51

Sur le web

www.swissmilk.ch
www.swissmilk.ch/producteurs
www.swissmilk.ch/medias

Impressum

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 PSL
Avril 2018

Photos: Schmutz Stephanie, agriculture.ch (photo de couverture) et PSL

Maquette: Aebi Grafik&Illustration, Münchenbuchsee

Impression: Merkur Druck AG, Langenthal

Traduction: Trait d'Union, Berne

S M P · P S L

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

Weststrasse 10
Case postale
CH-3000 Berne 6

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

swissmilk

