

S M P • P S L

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

**7 novembre – Egerkingen (SO)  
8 novembre – Kirchberg (SG)  
9 novembre – Neyruz (FR)  
11 novembre – Thoune (BE)**

# FP SL / Swissmilk

## Journée d'information

# 2016



**swissmilk**

# Programme du 9 novembre, Neyruz et documentation

Accueil, café et croissants	9 h 15	
Allocution de bienvenue Introduction au programme : façonner l'avenir!	9 h 45	Gabriel Yerly Hanspeter Kern
Le marché laitier a-t-il passé le creux de la vague? Dans quelle direction évolue-t-il? Discussion et questions	10 h	Daniel Koller Hanspeter Kern
Politique laitière: le sommet du lait a permis de donner un signal clair! Discussion et questions	10 h 35	Stephan Hagenbuch Hanspeter Kern
Pause de 10'	11 h 05	
Swissmilk: un marketing fort en réponse à la concurrence croissante Discussion et questions	11 h 15	Stefan Arnold Hanspeter Kern
Les jalons sont posés: la FPSL aborde l'avenir plus forte qu'avant	11 h 45	Hanspeter Kern
Apéritif et repas de midi	12 h	



FP SL – Aujourd’hui, nous  
posons les jalons pour  
l’avenir



# Les journées régionales d'information: un instrument central de la FPSL

**Merci d'être venus!**



**swissmilk**



# Jalons pour l'avenir

---

## Nouvelles «têtes» – nouvelles idées et priorités?

### Autres mesures et nouvelles mesures

- ◆ Contrat-type de l'IP Lait (politique)
  - ◆ Solution de remplacement de la loi chocolatière (politique)
  - ◆ Requêtes concernant les paiements directs (politique)
  - ◆ La FPSL participe au GT pour la stratégie relative à la valeur ajoutée de l'IP Lait (marché)
  - ◆ LactoFama 2017 (marché)
- 



swissmilk

- ◆ Production laitière 2030: quel impact sur la FPSL?
- ◆ Nouvelle réglementation des contributions pour la défense des intérêts

# Production laitière 2030

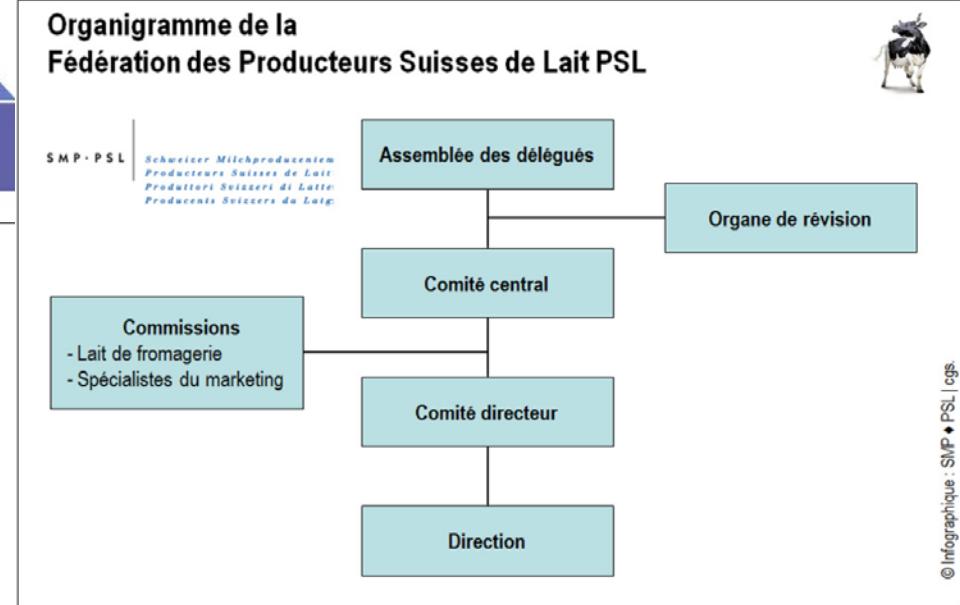
---



# Production laitière 2030: quelle signification pour la FPSL?



## Projet 2017



# Nouveau: contribution globale pour la défense des intérêts dès le 1.5.2017

## Contributions de force obligatoire générale

Fonds de marketing	0,525 ct./kg
Marketing SCM	0,200 ct./kg
<b>Total</b>	<b>0,725 ct./kg</b>

## Autres contributions (1.1.2017)

Défense des intérêts FPSL y c. contribution IP Lait <b>et autres</b>	0,150 ct./kg
Cotisation USP	0,040 ct./kg
Stabilisation saisonnière du marché	0,000 ct./kg
<b>Total</b>	<b>0,190 ct./kg</b>

Montant total  
à modifier



# Programme du 9 novembre, Neyruz

Accueil, café et croissants	9 h 15	
Allocution de bienvenue Introduction au programme : façonner l'avenir!	9 h 45	Gabriel Yerly Hanspeter Kern
<b>Le marché laitier a-t-il passé le creux de la vague? Dans quelle direction évolue-t-il? Discussion et questions</b>	10 h	<b>Daniel Koller</b> <b>Hanspeter Kern</b>
Politique laitière: le sommet du lait a permis de donner un signal clair! Discussion et questions	10 h 35	Stephan Hagenbuch Hanspeter Kern
Pause de 10'	11 h 05	
Swissmilk: un marketing fort en réponse à la concurrence croissante Discussion et questions	11 h 15	Stefan Arnold Hanspeter Kern
Les jalons sont posés: la FPSL aborde l'avenir plus forte qu'avant	11 h 45	Hanspeter Kern
Apéritif et repas de midi	12 h	



S M P • P S L

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

# Marché laitier étranger



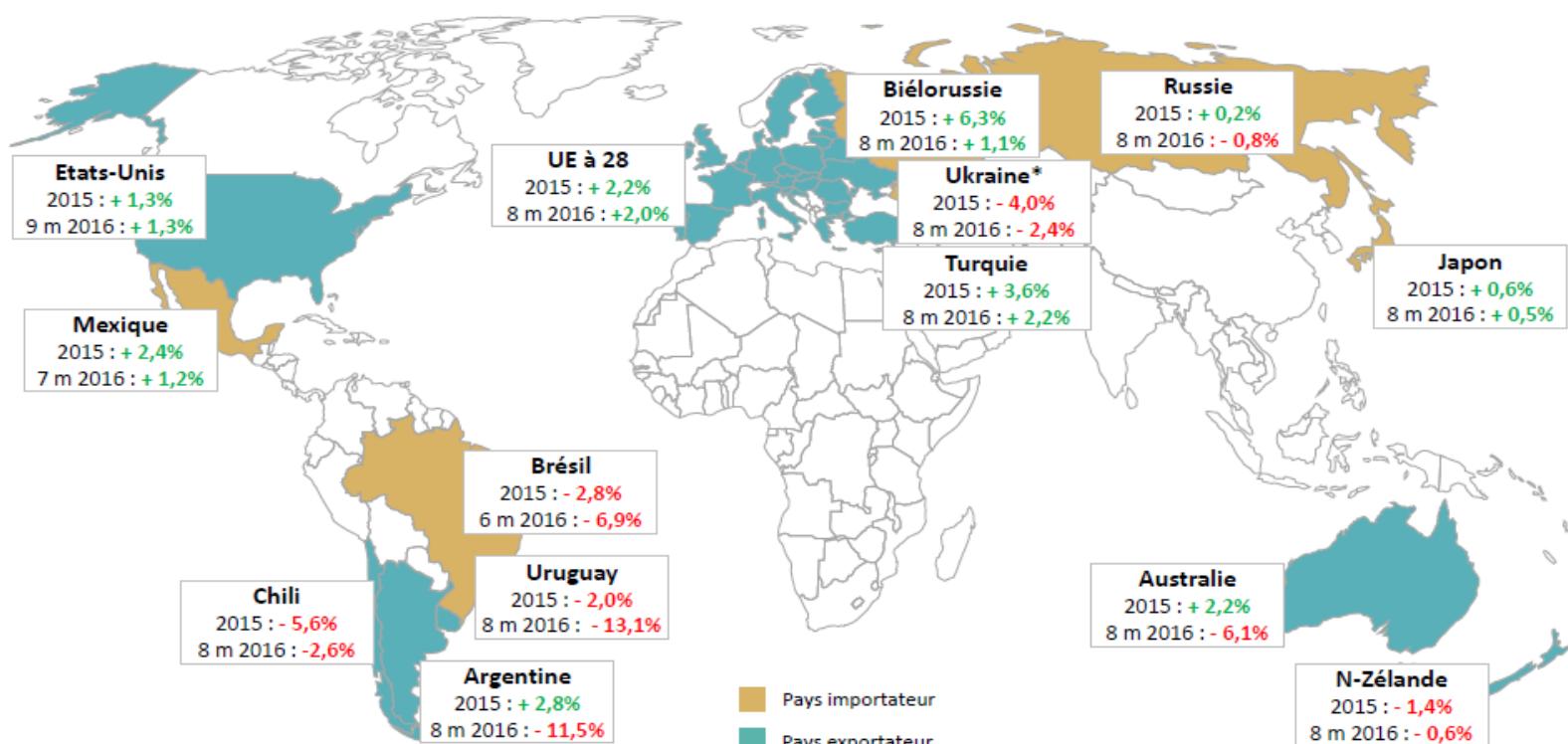
swissmilk

# Production laitière en recul dans le monde entier



## Tendances de production au sein des principaux acteurs du marché mondial

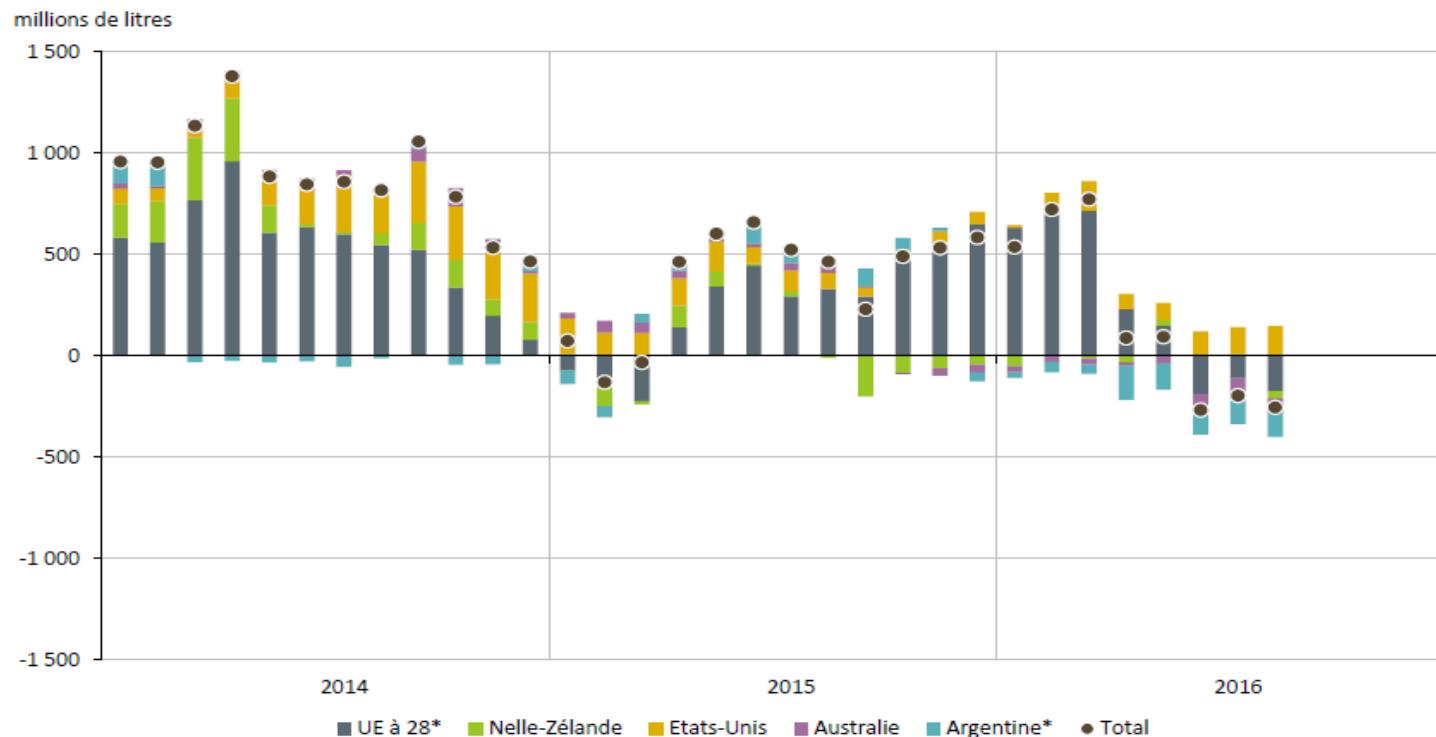
En 2015 et au début 2016



# Fournisseurs du marché mondial: production en recul



## Evolution de la production laitière dans les 5 principaux fournisseurs du marché mondial

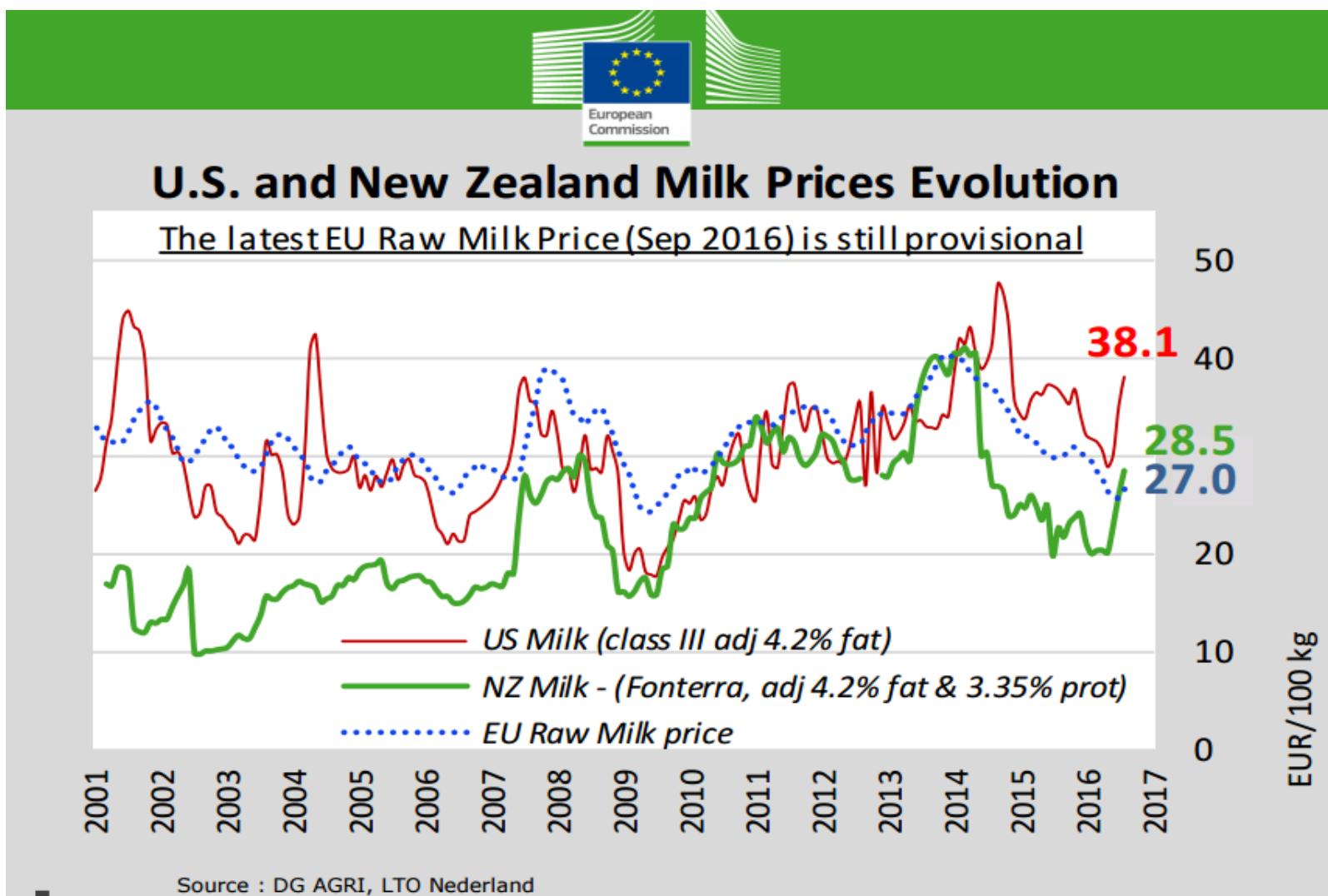


\*Collected

Cniel / Commission, Dairy Australia, DCANZ, Siap, USDA, ZMB

Note de conjoncture Octobre 2016

# Marché mondial: prix du lait en hausse



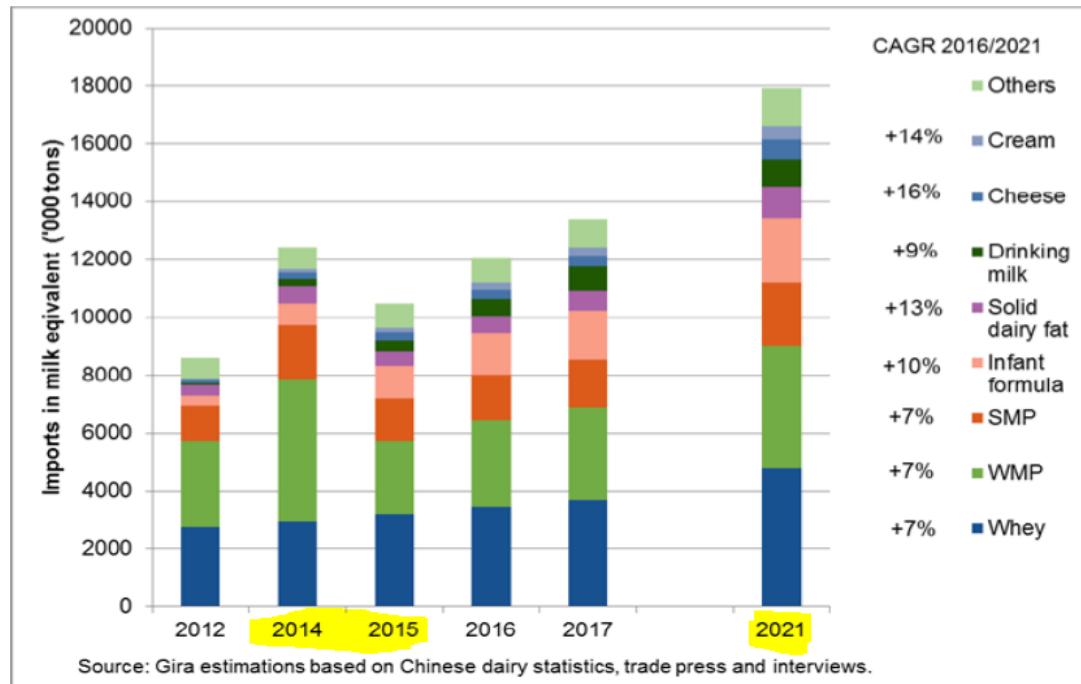
# Chine: importatrice de produits laitiers à l'avenir aussi



Is WMP Still the Best Product for China?

*WMP will keep an important share but growth will come more from other products*

Dairy Imports in % of Milk Eq., 2014-2021<sup>1</sup>



# Consommation mondiale: plus de personnes consomment plus



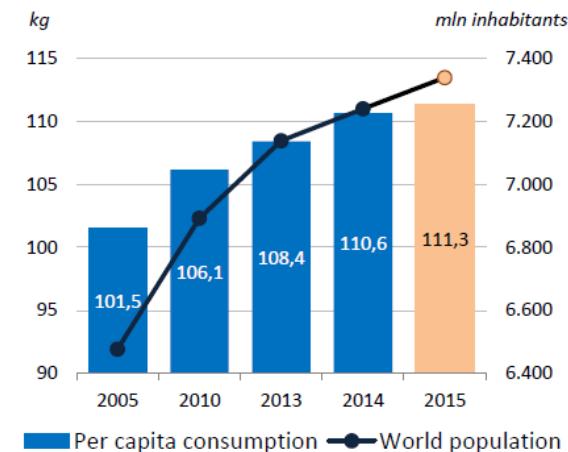
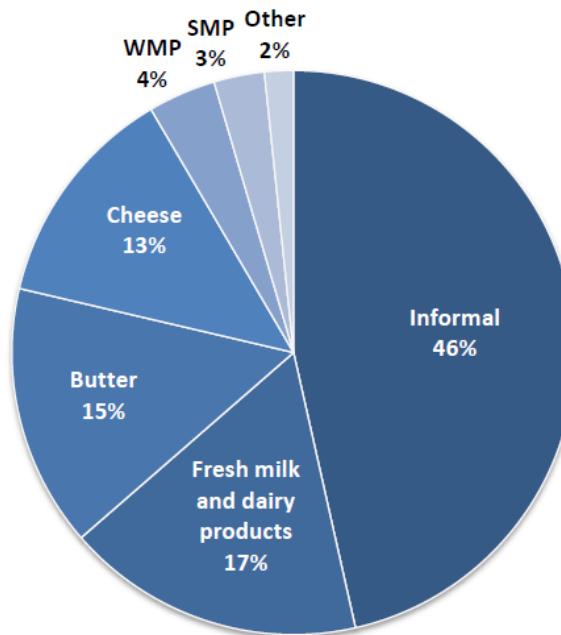
## Dairy consumption



7.3 billion inhabitants  
111.3 kg/capita/year



swissmilk



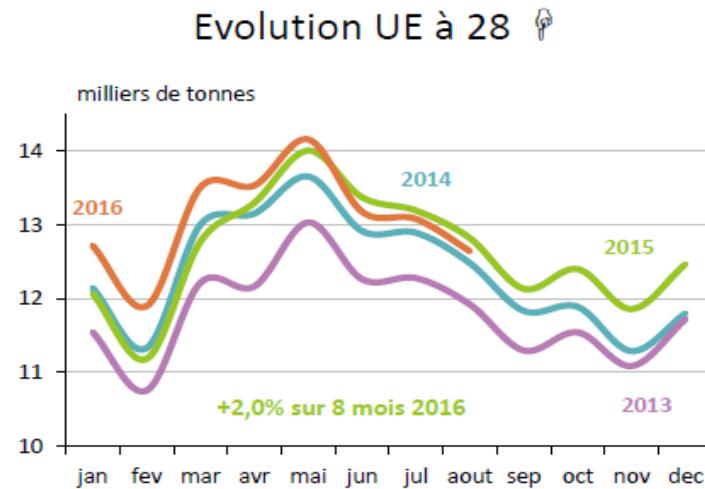
# Marché UE: production actuellement en recul, divergences régionales



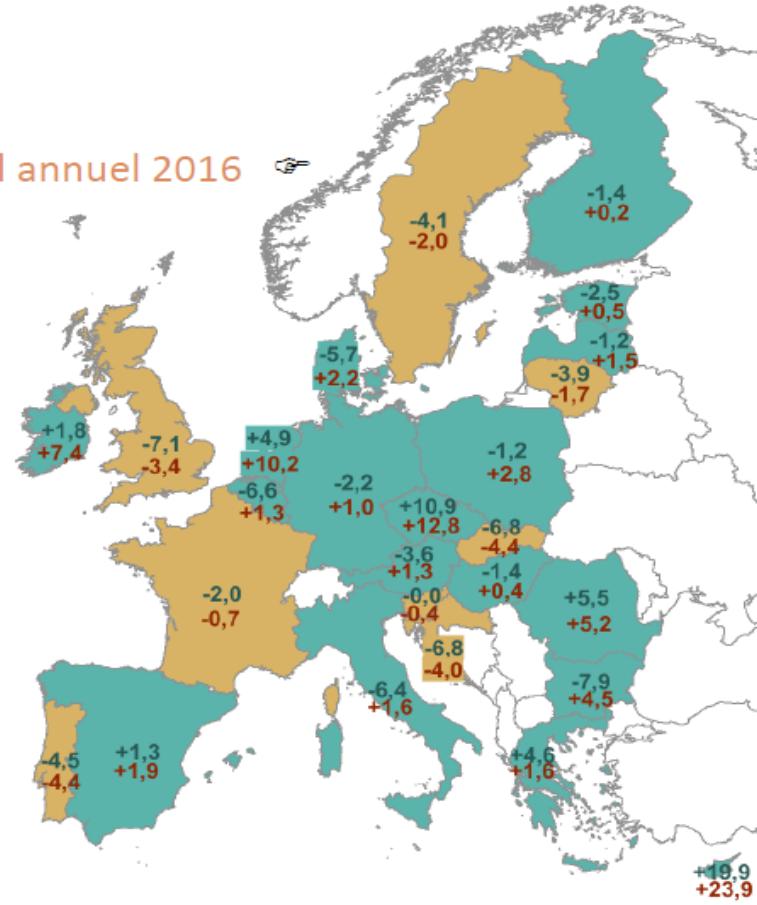
La collecte européenne actuelle de lait de vache



Evolutions \* - en mensuel et cumul annuel 2016



Evolution UE à 28 🐄

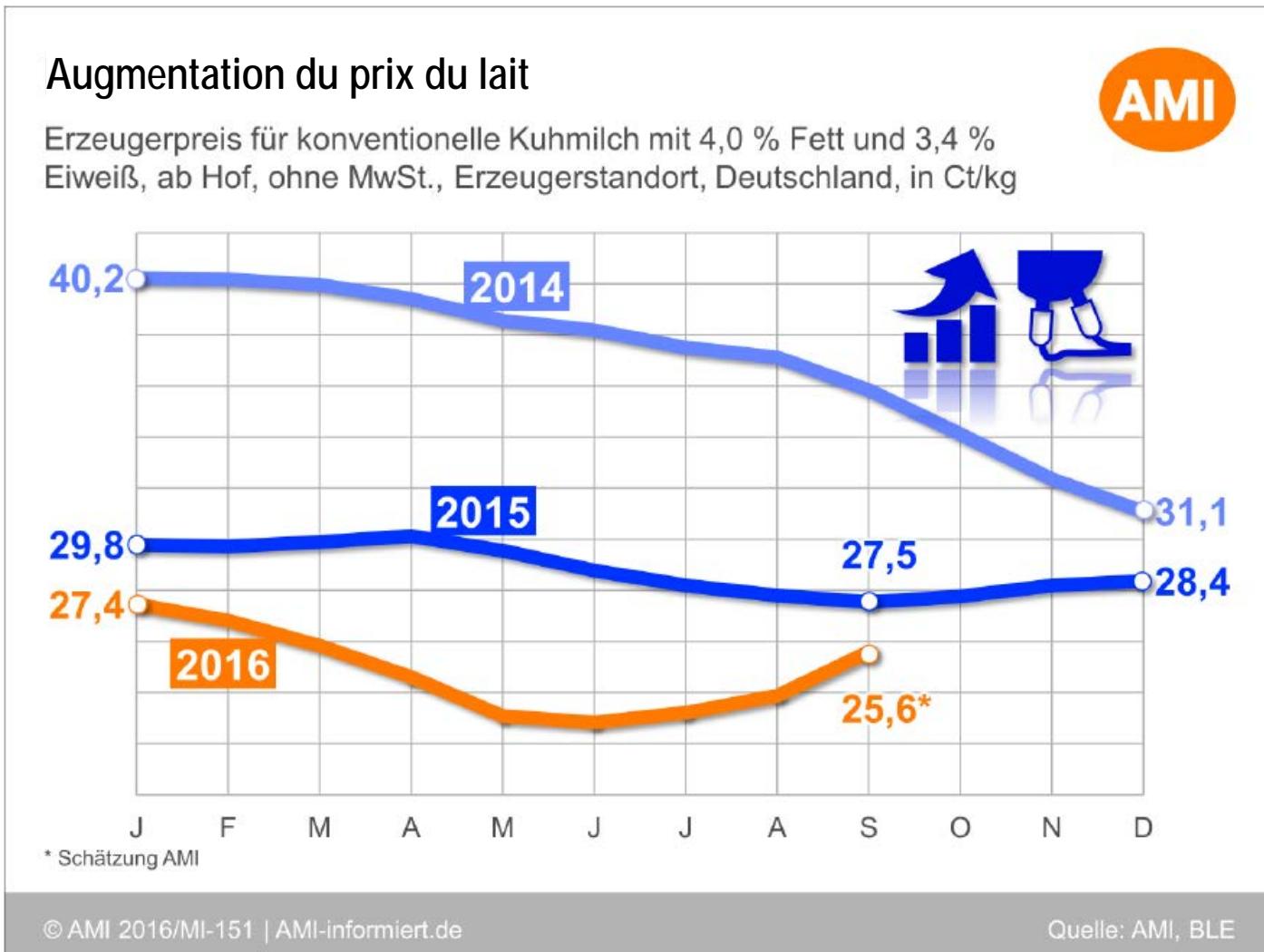


\* en %, par rapport à la même période de l'année précédente

N.B. : février 2016 ramené à 28 jours



# Marché UE: prix du lait en hausse

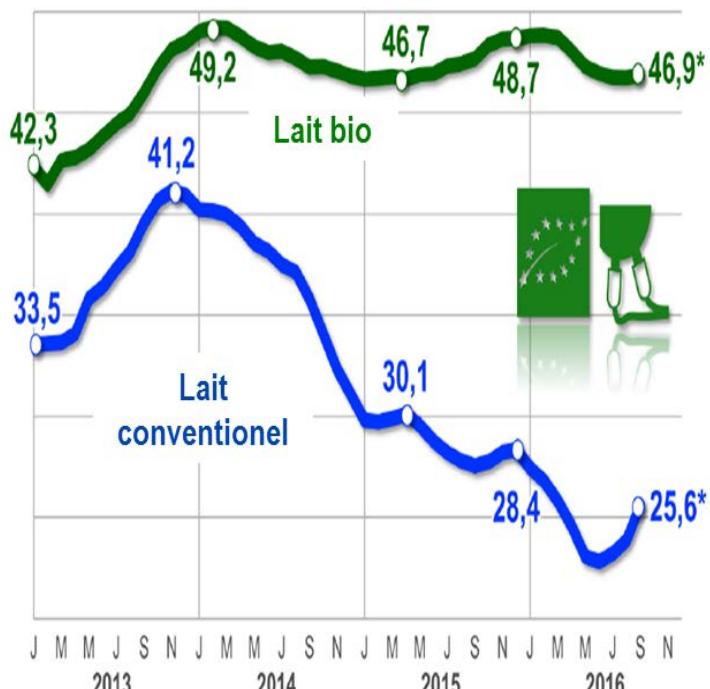


# Marché UE: le bio fonctionne autrement!



## Prix du lait bio légèrement augmenté

Erzeugerpreise für Kuhmilch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß, ab Hof, ohne MwSt., Erzeugerstandort, Deutschland, in Ct/kg



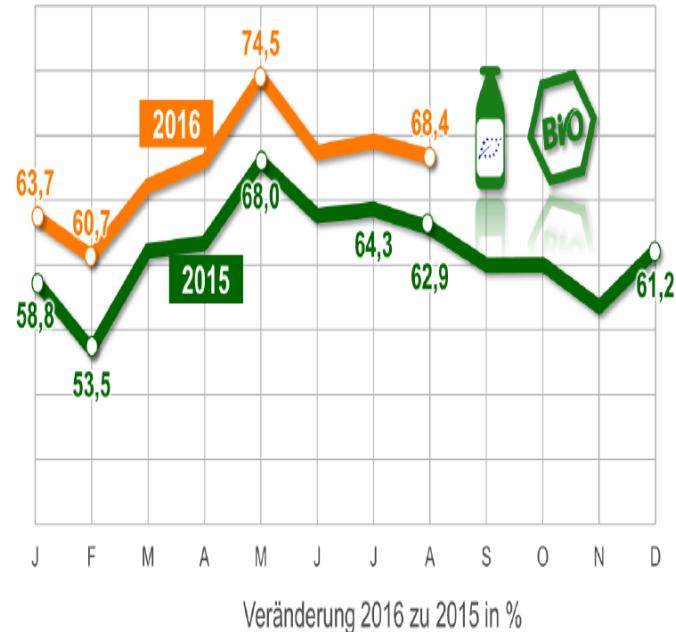
© AMI 2016/OL-101 | AMI-informiert.de



Quelle: BLE, AMI

## Hausse de la production de lait bio

Monatliche Liefermenge an Bio-Milch an deutsche Molkereien in Mio. kg



Veränderung 2016 zu 2015 in %



© AMI 2016/OL-170 | AMI-informiert.de



Quelle: BLE

S M P • P S L

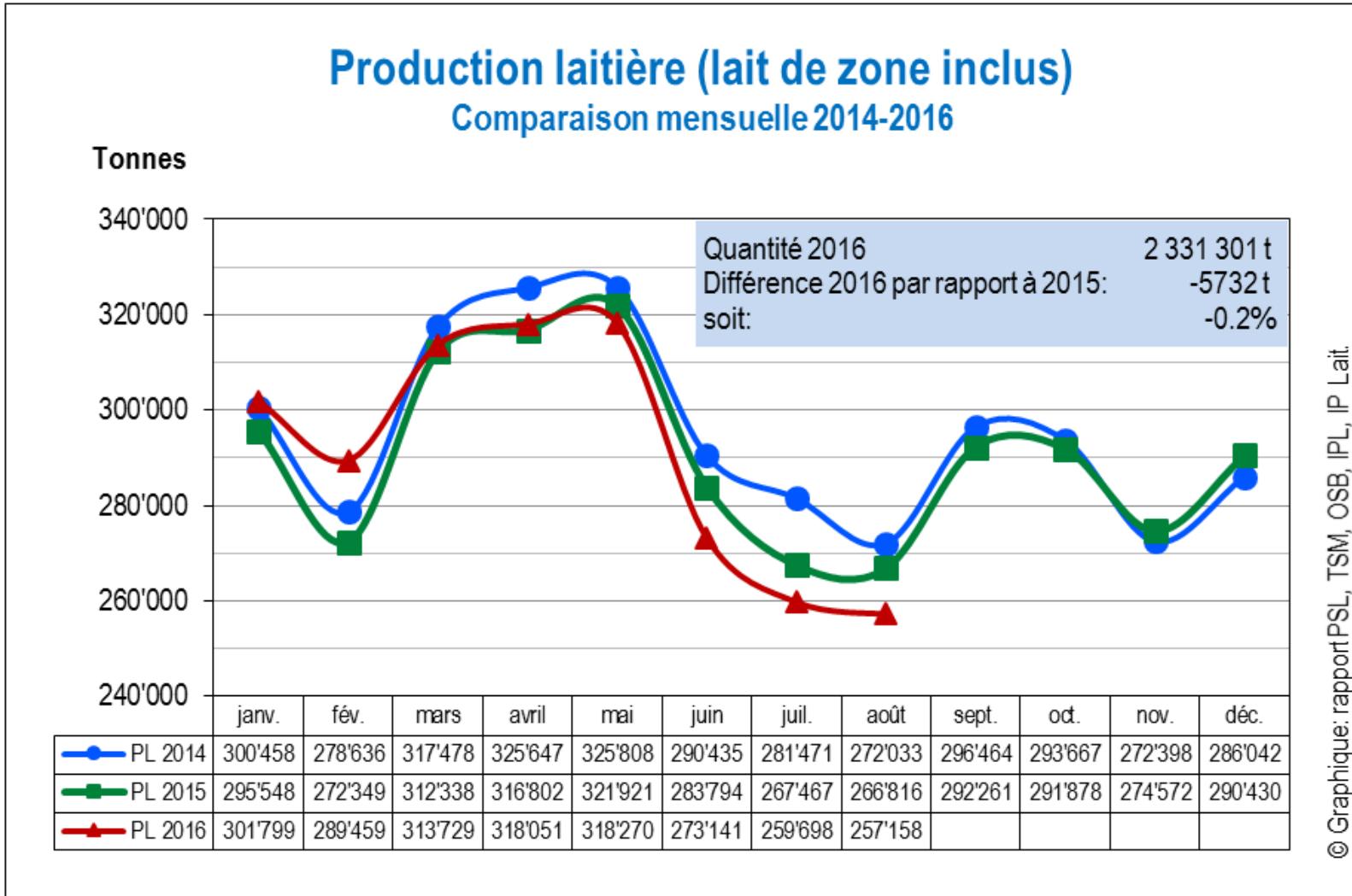
*Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte  
Producents Svizzers da Latg*

# Marché du lait suisse



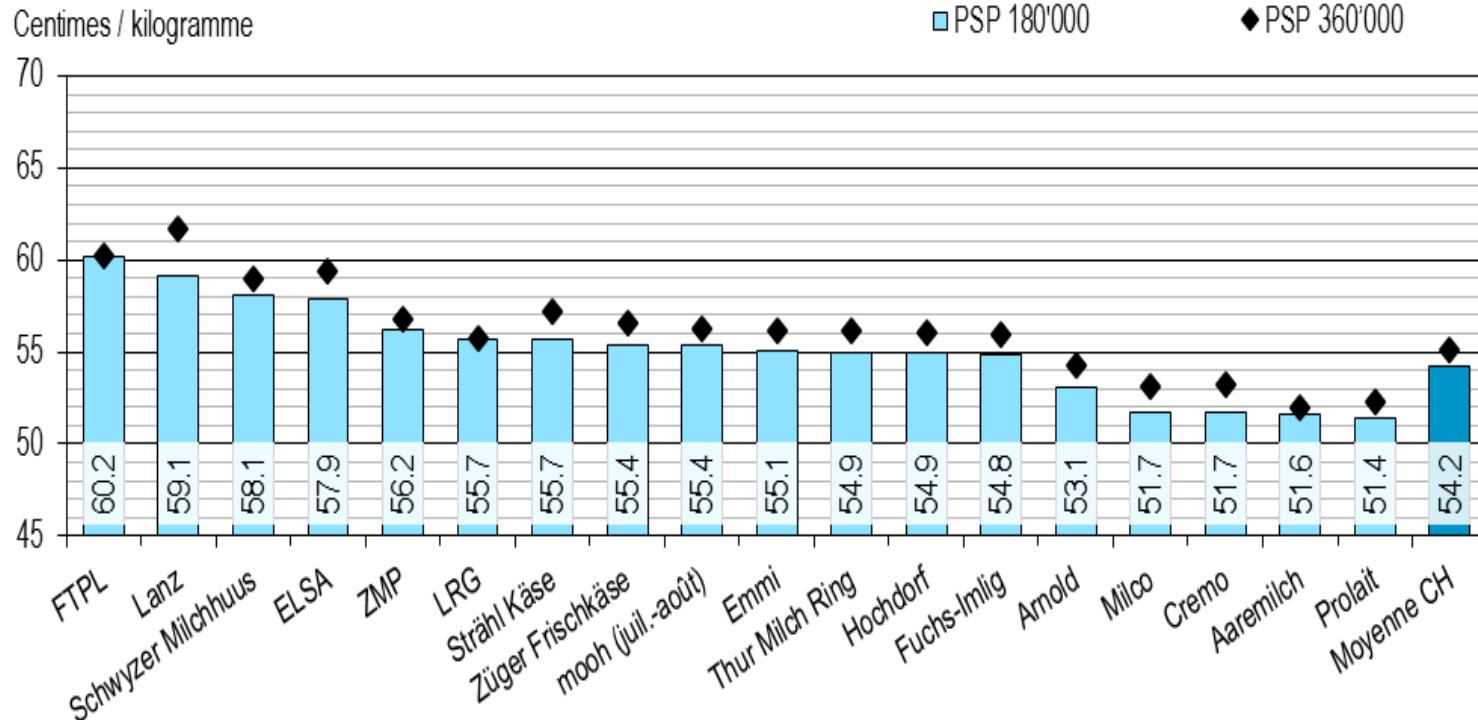
swissmilk

# Marché du lait CH: production en recul



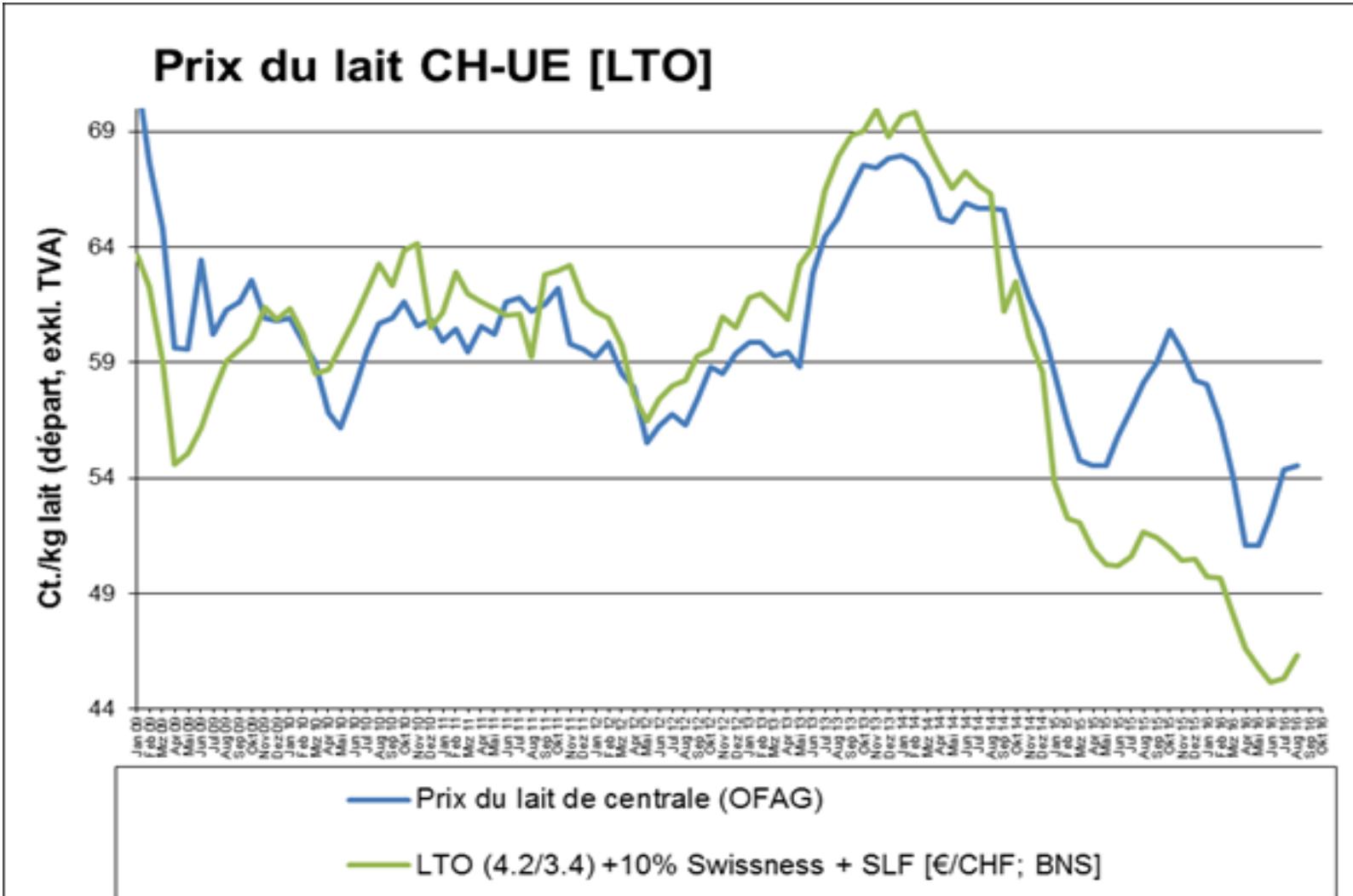
# Lait de centrale: les prix restent très bas

Prix standardisé producteur (PSP) 180'000 ou 360'000 pour le lait de centrale PER, départ ferme, resp. prix mixte départ ferme/place de collectte - Moyenne sur 12 mois (M12) août 2016

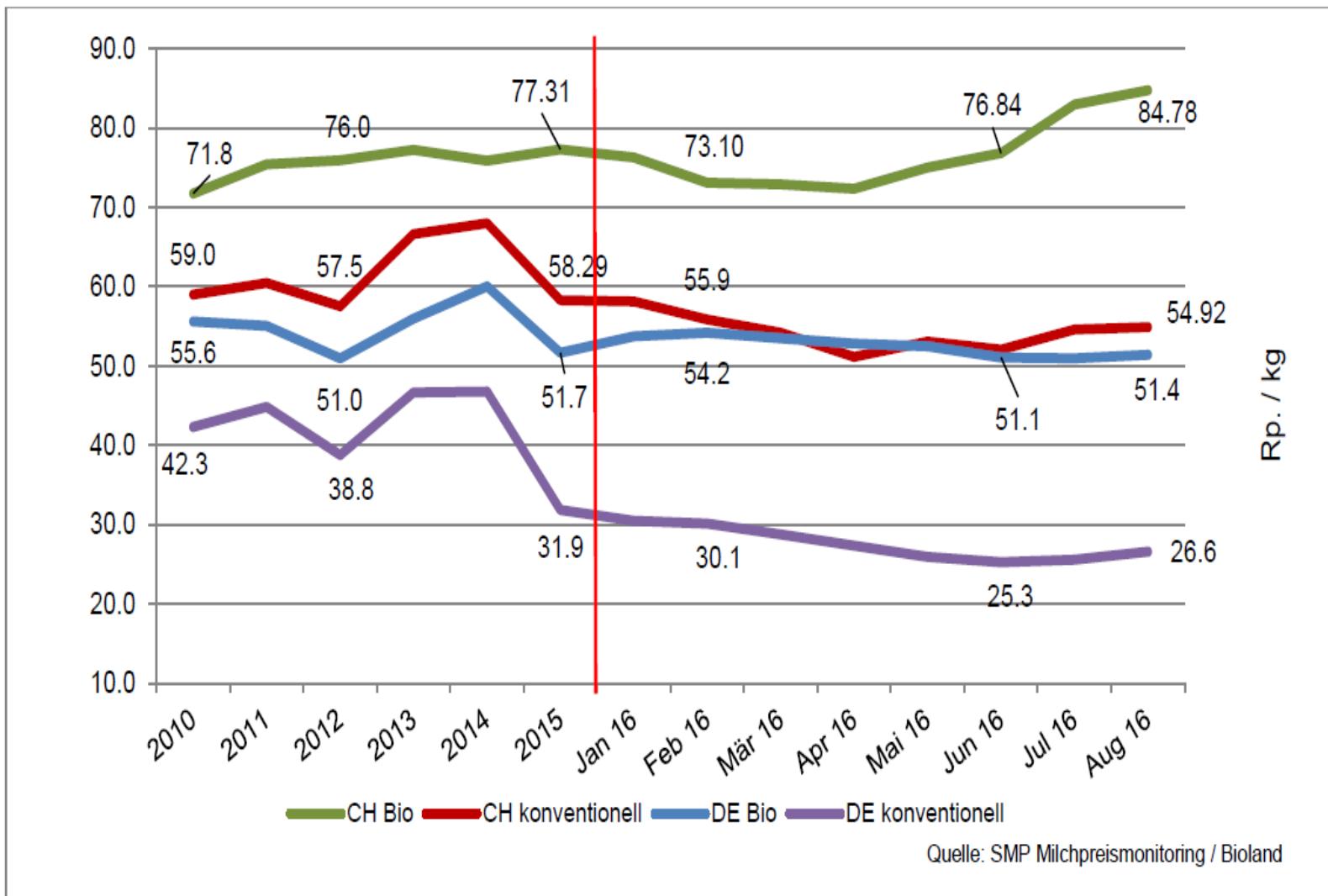


Collecte départ ferme, quantité livrée annuellement 180'000 kg ou 360'000 kg ; 40.0 g matière grasse + 33.0 g protéine / kg de lait. Y compris suppléments et déductions pour l'échelonnement saisonnier du prix, déductions liées au marché, suppléments de quantité, participation aux frais de transport, bonus et arriérés.

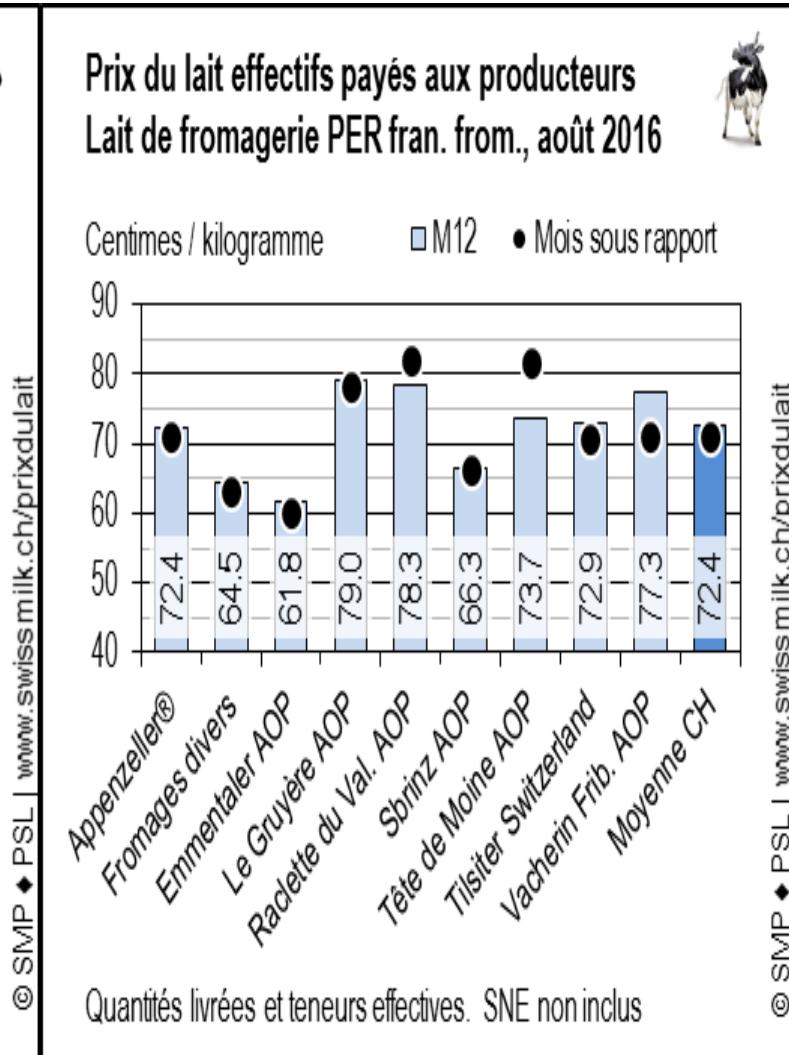
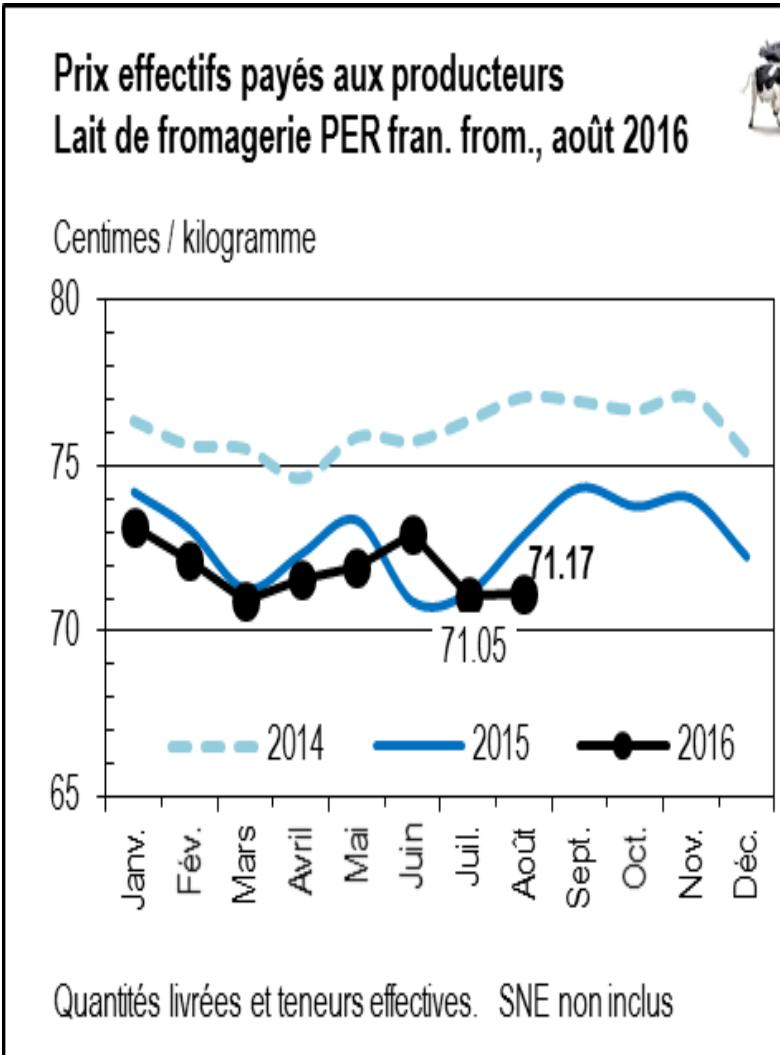
... mais l'écart de prix par rapport à l'UE n'a jamais été aussi grand!



... mais l'écart de prix par rapport à l'UE n'a jamais été aussi grand, pour le bio aussi!



# Prix du lait de fromagerie: la pression est moins forte



# Produits de laiterie: moins 1,4% au 1<sup>er</sup> semestre



Groupe de produits	Variations en t d'EL*	Variations en t (produit)	Remarques
Lait de consommation	-1141	-1208	Recul des ventes de -0,6 % (EL) ou -0,5 % (produits)
Crème de consommation	-5692	-1333	Recul des ventes de -3,9 % (EL) ou -3,7 % (produits)
Yogourt	+14	+81	Ventes stables 0,0 % (EL) ou +0,1 % (produits)
Spécialités laitières	+394	-481	Ventes stables +0,7 % (EL) ou -0,7 % (produits)
<b>Total en tonnes (t) EL* :</b>	<b>-6425</b>		

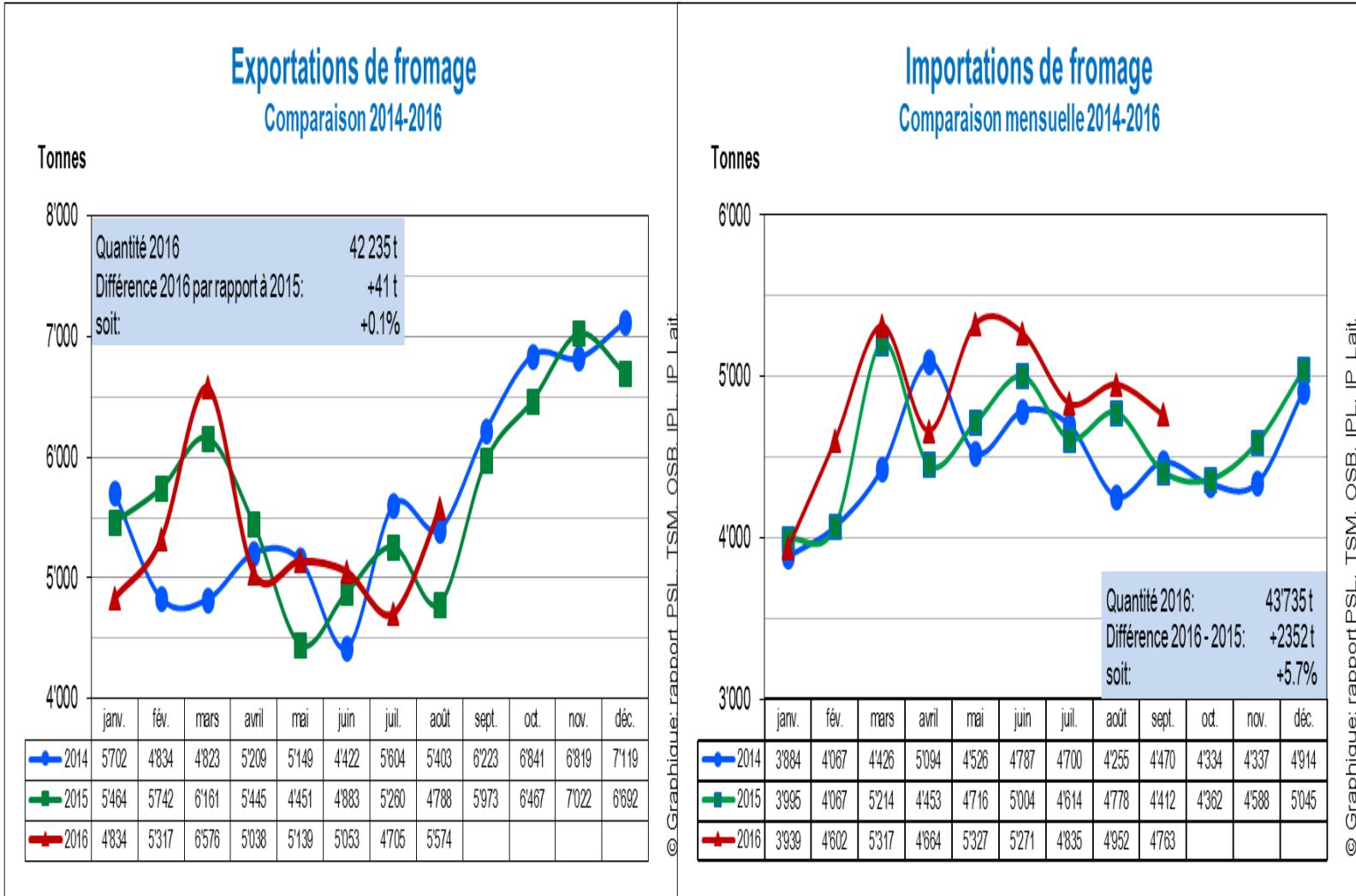
Source : TSM Fiduciaire Sàrl

# Lait bio: volumes et parts de marché en hausse

Transformation du lait bio	Transformation cumulée		Différence par rapport année précédente	
	janv.-juin 2015	janv.-juin 2016	tonnes	tonnes
				(%)
Fromage au lait de non-ensilage	23'737	23'454	-283	-1.2
Fromage au lait d'ensilage	16'198	19'724	3'526	21.8
<b>Total fromage</b>	<b>39'935</b>	<b>43'178</b>	<b>3'243</b>	<b>8.1</b>
Séré	1'422	1'489	67	4.7
Lait de consommation	24'168	25'083	915	3.8
Crème de consommation	3'638	3'214	-424	-11.7
Yogourt	6'367	6'777	410	6.4
Autres produits frais (y.c. glaces comestibles)	927	986	59	6.4
Conserves de lait	4'063	6'107	2'044	50.3
Beurre	18'188	17'785	-403	-2.2
Autres mises en valeur	3'909	3'591	-318	-8.1
<b>Total transformation lait bio</b>	<b>102'617</b>	<b>108'210</b>	<b>5'593</b>	<b>5.5</b>
<b>Total production de lait bio</b>	<b>119'095</b>	<b>125'349</b>	<b>6'254</b>	<b>5.3</b>



# Commerce extérieur du fromage: l'évolution reste négative



# Évaluation du marché: stabilisation saisonnière du marché suisse en 2016

## LactoFama

LactoFama AG est une société d'export commune de aaremilch AG, Arnold Produkte AG, Nordostmilch AG, Milchverband der Nordwestschweiz MIBA, Berner Emmi-Milchlieferanten Organisation Bemo, Milchproduzenten Mittelland MIMO, PMO Zentral-/Nord- und Ostschweiz ZeNoOs, Prolait Fédération laitière société coopérative, Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie FSFL, Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP, Producteurs de lait Cremo, Association des producteurs de lait Cremo du Valais APLCV et Producteurs Suisses de Lait PSL société coopérative

Berne, le 10 juin 2016

### Allègement de 86 millions de kilos de lait C sur le marché

Entre février et mai 2016, LactoFama AG a allégé le marché du lait suisse de quelque 86,4 millions de kilos de lait C, soit 4369 tonnes d'équivalents beurre sous forme de crème et de beurre. LactoFama AG a ainsi achevé la stabilisation saisonnière du marché pour 2016. La matière grasse excédentaire est exportée en continu depuis le mois de février. Si l'on veut atteindre un équilibre sur le marché à la fin de l'année, on estime que de nouvelles mesures de même ampleur devront être entreprises, dont la responsabilité incombe aux partenaires du marché.

De février à mai 2016, LactoFama AG a acheté 86,4 millions de kilos de lait C à ses actionnaires sur une base volontaire. Cette quantité représente au total environ 7 % de l'ensemble de la production laitière de cette période (y c. lait de fromagerie). Dans toute la Suisse, tant le lait de central que le lait de fromagerie doivent être régulés, principalement en raison du recul des ventes à l'exportation et à l'intérieur du pays. LactoFama AG n'est plus active sur le marché depuis le 1<sup>er</sup> juin 2016. Le lait C a été transformé par les entreprises suivantes (en kilos) :

- Emmi Schweiz AG : 43,4 millions
- Cremo SA : 31,9 millions
- Hochdorf AG : 11,1 millions

Le lait C acheté correspond à une quantité de matière grasse lactique d'environ 4369 tonnes de beurre. Celle-ci a été exportée en continu depuis février 2016. Dans les deux prochains mois, quelque 1000 tonnes de beurre fabriquées à partir de lait C de LactoFama AG devront encore être exportées.

LactoFama AG a fixé le prix du lait C de manière à pouvoir réaliser l'allègement du marché. Les partenaires de lait C devront faire de même pour assurer l'équilibre du marché.



Weststrasse 10  
Case postale  
CH-3000 Berne 6

Téléphone 031 359 51 11  
Fax 031 359 58 53  
lactofama@swissmilk.ch  
[www.lactofama.ch](http://www.lactofama.ch)

Coordonnées bancaires :  
BICHE SA, 3001 Berne  
Compte nr. 16.929.454.6.32  
IBAN CH18 0079 0016 9294 5463 2

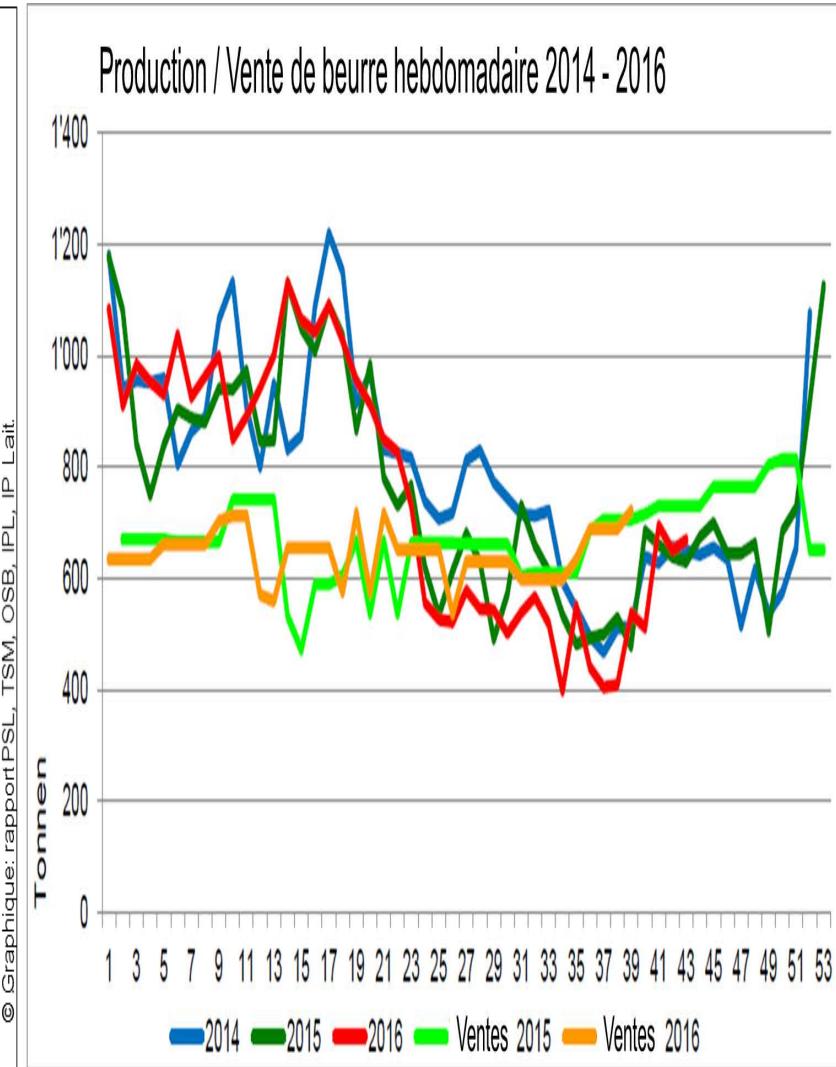
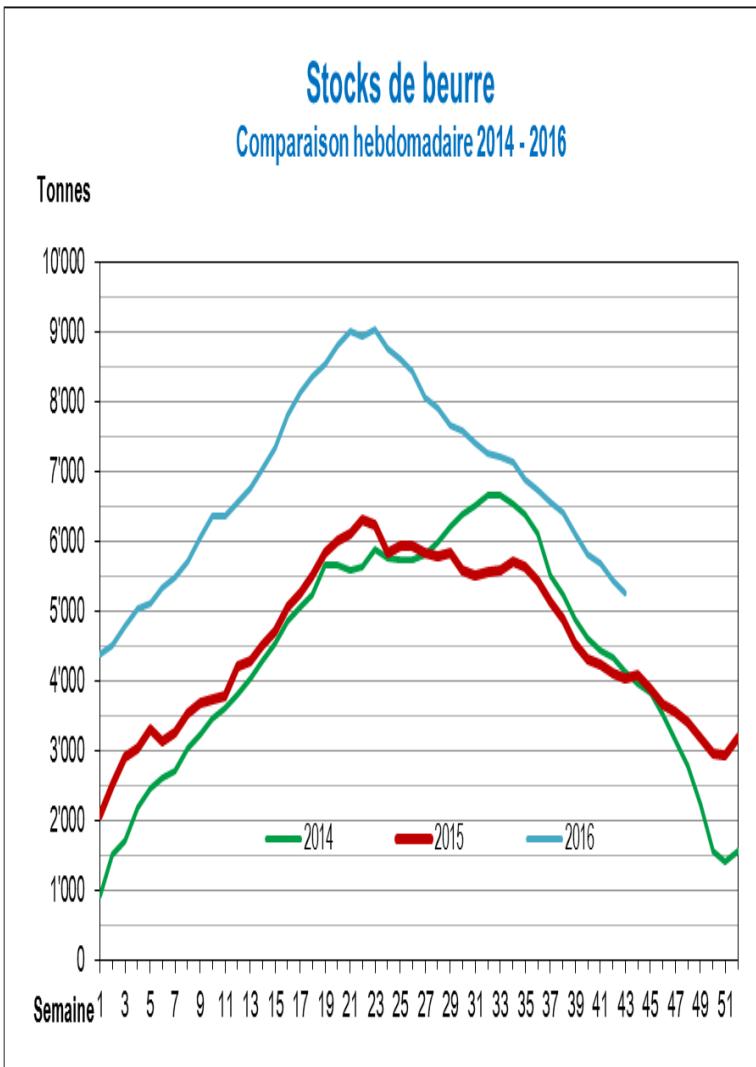
N° de TVA  
CHE-435.655.758 TVA

# Lait C: la segmentation a été nettement mieux respectée en 2016!

Mois	production	Lait C transformation*
Janvier	6'063	6'333
Février	10'002	14'502
Mars	17'017	21'624
Avril	22'438	24'879
Mai	20'288	23'481
Juin	6'003	5'025
Juillet	2'863	708
Août	1'209	682
Septembre		
Octobre		
Novembre		
Décembre		
<b>Total cumulée année</b>	<b>85'884</b>	<b>97'235</b>



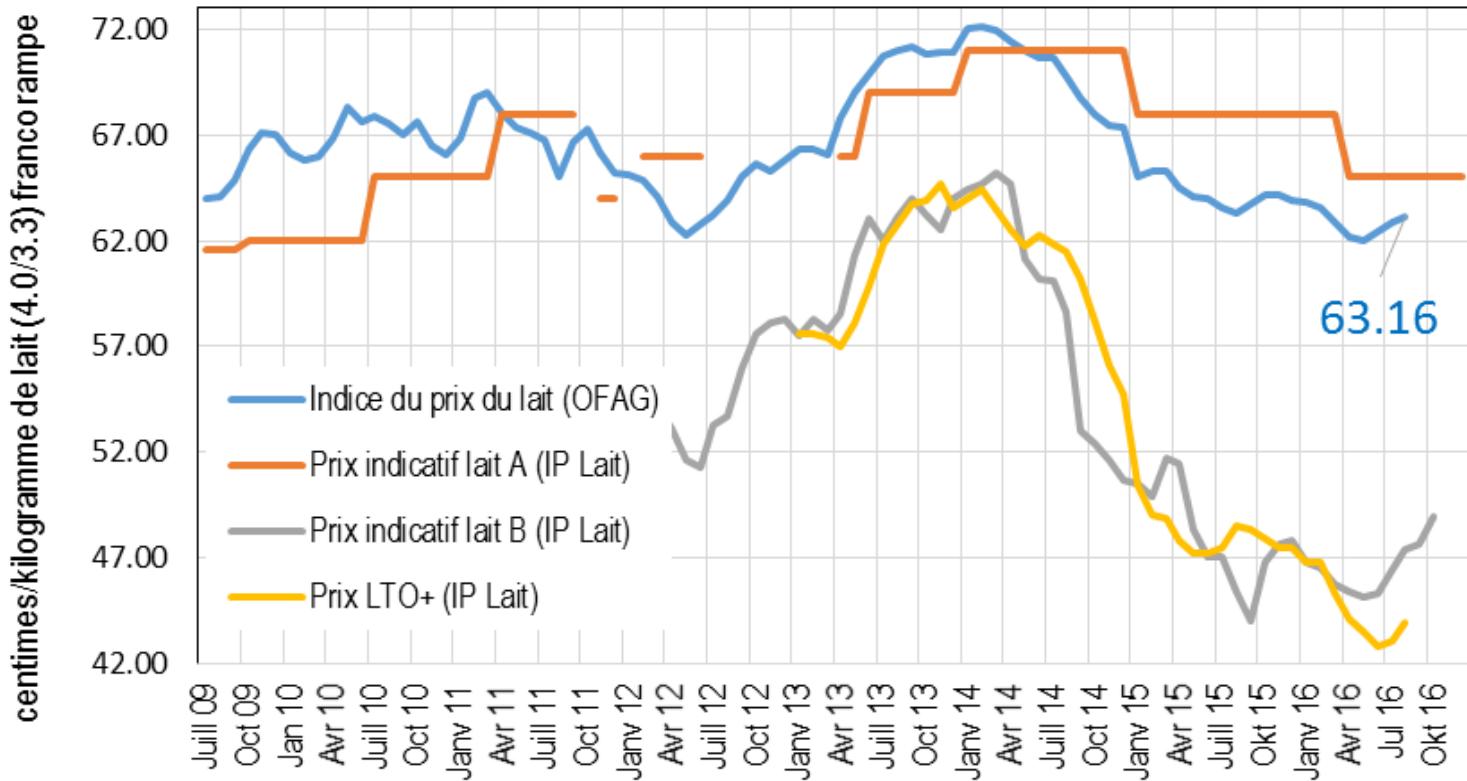
# Stocks de beurre: volumes critiques – production?



# Perspectives pour le prix indicatif A?



## Indices et prix indicatifs IP-Lait



# Stabilisation du marché en 2017: réalité ou optimisme de circonstance?

## **Stabilisation du marché 2017 adaptée aux prévisions**

**Le comité central de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait (FPSL) a pris acte de la nouvelle tendance qui se dessine sur les marchés internationaux, de la baisse de la production laitière en Suisse et d'un besoin de régulation saisonnière probablement plus faible en 2017. Il a par conséquent décidé de renoncer à prélever les contributions en faveur des mesures saisonnières de stabilisation du marché en 2017 et de permettre à LactoFama AG de mettre en œuvre des mesures ponctuelles l'an prochain.**

**En outre, le comité central de la FPSL estime que, de façon générale, le projet de réaffectation des fonds de l'actuelle "loi chocolatière" va dans la bonne direction. Ce projet, dont la procédure de consultation vient de s'ouvrir, prévoit un supplément laitier versé directement aux producteurs de lait. Le montant budgété, jugé insuffisant, doit être corrigé.**

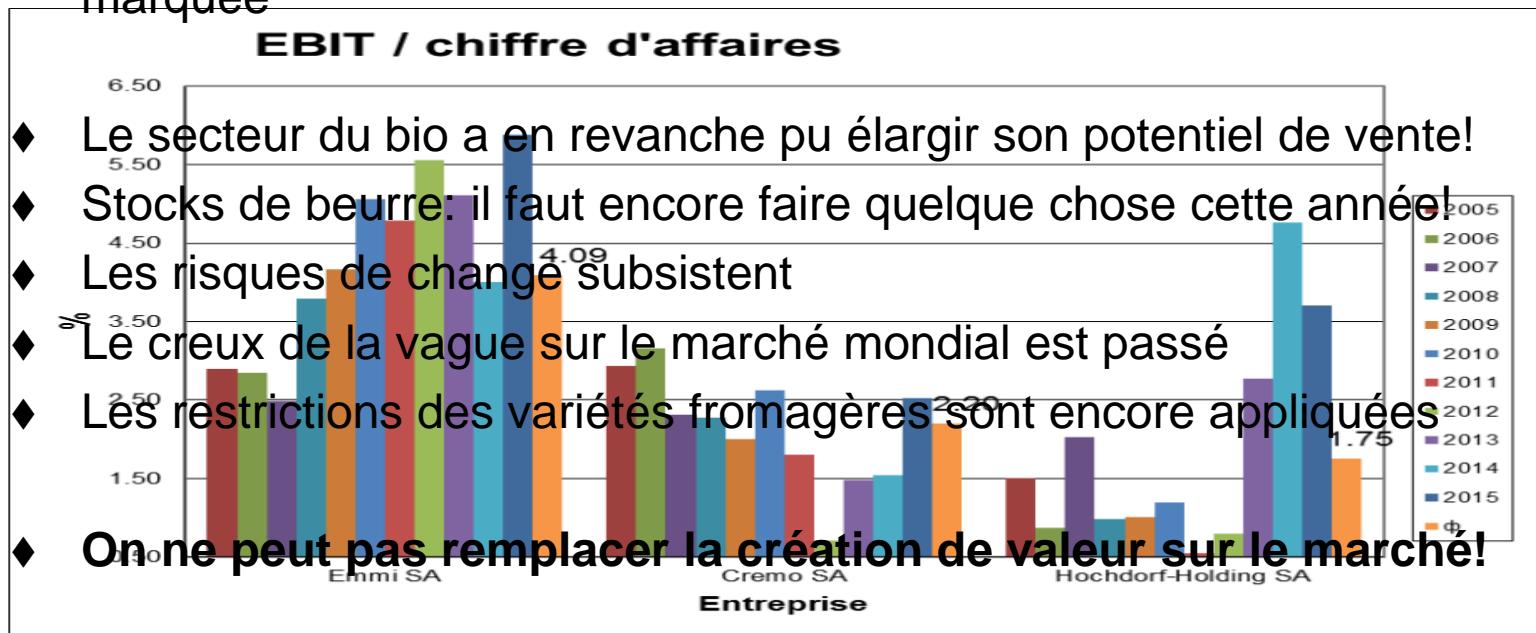
Pour 2017, le comité central table sur un besoin réduit de régulation saisonnière par rapport aux années 2014 à 2016. Cette estimation se base notamment sur les éléments suivants:

- l'amélioration des prix constatée sur les marchés internationaux ces derniers mois en raison d'une diminution de l'offre, en particulier dans l'UE;
- une probable baisse de la production de lait en Suisse;
- de très faibles quantités de lait C prévues pour 2017 par d'importantes organisations de commercialisation du pays et suffisamment de possibilités de valorisation dans d'autres segments;
- des stocks de beurre qui semblent plus élevés que ce qu'ils sont réellement, car les chiffres actuels incluent encore un bon millier de tonnes de beurre destinées à l'exportation.



# Évaluation du marché: bilan 2016

- ◆ Baisse des ventes (total): de 1,0 à 1,5%
- ◆ Baisse de la production de lait: de 0,5 à 1%
- ◆ Le recul des ventes est légèrement supérieur à la baisse de la production (PER)
- ◆ La différence entre le lait de fromagerie et le lait de centrale est très marquée



# Marché du lait

## Discussion et questions



# Programme du 9 novembre, Neyruz

Accueil, café et croissants	9 h 15	
Allocution de bienvenue Introduction au programme : façonner l'avenir!	9 h 45	Gabriel Yerly Hanspeter Kern
Le marché laitier a-t-il passé le creux de la vague? Dans quelle direction évolue-t-il? Discussion et questions	10 h	Daniel Koller  Hanspeter Kern
<b>Politique laitière: le sommet du lait a permis de donner un signal clair! Discussion et questions</b>	<b>10 h 35</b>	<b>Stephan Hagenbuch  Hanspeter Kern</b>
Pause de 10'	11 h 05	
Swissmilk: un marketing fort en réponse à la concurrence croissante Discussion et questions	11 h 15	Stefan Arnold  Hanspeter Kern
Les jalons sont posés: la FPSL aborde l'avenir plus forte qu'avant	11 h 45	Hanspeter Kern
Apéritif et repas de midi	12 h	



# Résultats du sommet du lait du 27 mai 2016

## Activités politiques de grande importance

- ◆ Diverses demandes parlementaires concernant le lait et le sommet du lait
- ◆ Motion Nicolet: gestion des quantités de lait par l'IP Lait?
- ◆ Initiative cantonale JU: idem?
- ◆ Mesure réalisable à court terme et pouvant obtenir la majorité: art. 37 LAgr .....
- ◆ Pour en faire plus, il faudrait modifier la loi...



### *Manifeste du 27 mai 2016 pour la Consolidation de la Suisse comme pays du lait*

*La situation sur le marché laitier, en particulier sur le marché du lait de centrale, est actuellement très difficile. Les prix à la laitière sont si bas que la production de lait*

# Nouveaux contrats: compromis entre la proximité du marché et la sécurité

---

## **Assurance prévisionnelle des quantités et des prix:**

- À partir du 1.1.2017, A et B connus à partir du 20 du mois pour le mois suivant
- Achat de deuxième échelon toujours en kg et lait C explicitement facultatif
- A et B forment toutefois un paquet
- Le tout est réuni dans un nouveau règlement de l'IP Lait (contrat-type, segmentation, «anticipation»)
- Assemblée extraordinaire des délégués de l'IP Lait le 16.11.2016
- Force obligatoire générale selon art. 37 LAgR au lieu de 9

## **Meilleures bases contractuelles:**

- Suppression des systèmes où les producteurs ne reçoivent que l'argent restant
- Une réglementation pour tous les producteurs (fromagerie et laiterie)
- Sécurité des prix et des quantités vs proximité du marché = compromis
- L'amélioration des bases contractuelles changera quelque chose pour env. 20%...
- Mais ce n'est pas une «gestion des quantités»...!



# Paiements directs: doivent être plus axés sur la production de lait

---

## ◆ Modifications d'ordonnances

### • Contributions SRPA

- Dispositif à deux niveaux
- Prise en compte des restrictions / charges liées aux vaches laitières
- Augmentation des contributions

### • Programme PLVH

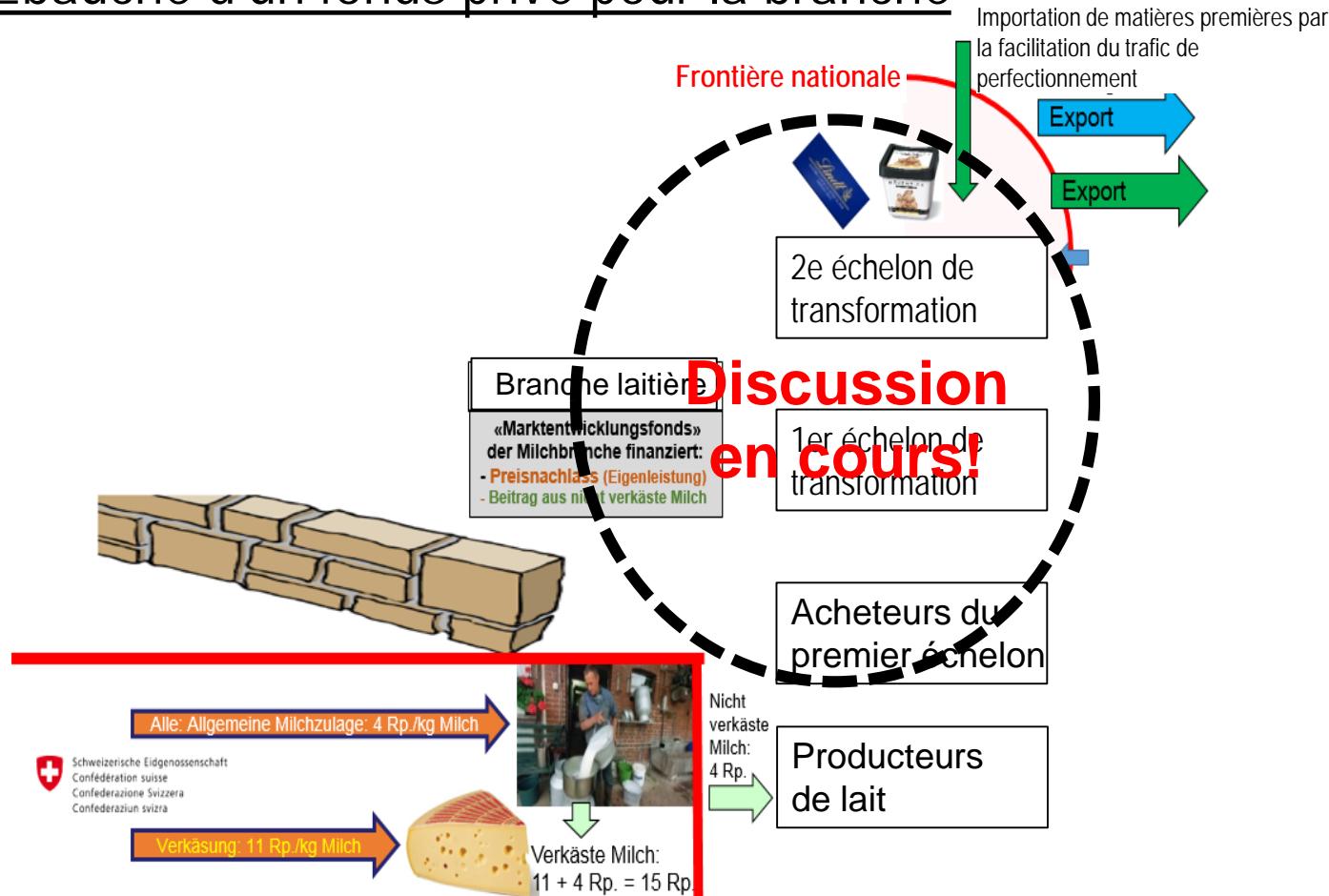
- Davantage axé sur les fourrages grossiers indigènes
- Ration: réduction de la part «basée sur les herbages» (p. ex. 60-65%)
- Simplification

Le financement ne doit pas être imputé aux contributions de transition



# Remplacement de la loi chocolatière: ancrer les 4 centimes dans la loi!

## Ébauche d'un fonds privé pour la branche



# Remplacement de la loi chocolatière crucial pour les producteurs de lait

- ◆ L'OMC (19.12.2015) interdit les remboursements de la loi chocolatière à partir de fin 2020!
- ◆ Principes FPSL pour remplacement de la loi chocolatière:
  - Assurer les fonds pour le lait sur la base de 2015/2016
  - Ratification de l'accord OMC en même temps que l'intégration du nouvel instrument spécifique au lait dans la LAgR (modification de la loi indispensable)
  - Intégration de dépenses «liées» dans la LAgR
  - C'est à la branche (IP Lait) de se charger du processus de révision
  - Créer les meilleures conditions possibles pour préserver les parts de marché
- ◆ La consultation sur la modification de la loi a débuté le 30.9.2016 (délai: 19.1.2017). La position de la FPSL est connue:



Art. 40 **Supplément versé pour le lait commercialisé (LAgR)**

<sup>1</sup> La Confédération peut octroyer octroie aux producteurs un supplément pour le lait commercialisé.

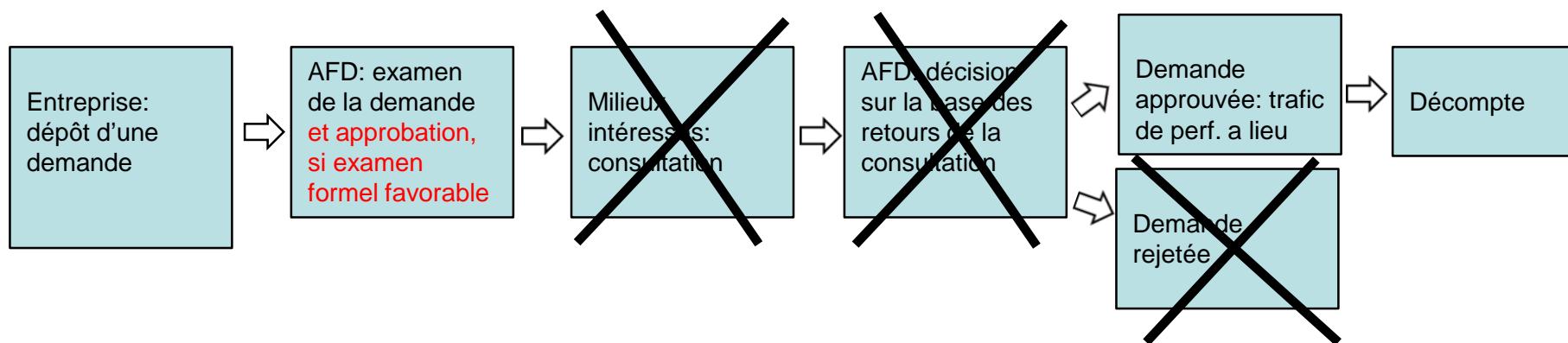
<sup>2</sup> **Le supplément s'élève à quatre centimes par kilo de lait commercialisé. Le Conseil fédéral fixe le montant du supplément et les conditions d'octroi.**

<sup>3</sup> **Le Conseil fédéral fixe les conditions d'octroi du supplément.**

**Ordonnance sur les douanes:** nécessité d'un système transparent pour l'éventuel trafic de perfectionnement!



# Remplacement de la loi chocolatière: transparence dans le trafic de perfectionnement!



# Stratégie relative à la valeur ajoutée en réponse aux défis

## Projet «Stratégie basée sur la valeur ajoutée» de l'IP Lait

- Réponse aux modifications se profilant à l'horizon (OMC, TTIP et autres accords de libre-échange)
- Objectif: générer de la valeur ajoutée pour le lait suisse
- Arguments pour la valeur ajoutée: affouragement sans OGM, bien-être des animaux, fourrages grossiers, sécurité alimentaire
- Différenciation des trois marchés: Suisse, UE, outre-mer
- Été 2016: vérification et contrôle de plausibilité des valeurs définies: est-ce correct et vendable?

Source: IP Lait



# Stratégie relative à la valeur ajoutée en réponse aux défis

---

- **Un projet de la branche laitière:**
  - Élaborer des critères distinguant sur le marché les produits suisses des produits d'importation, y compris pour l'exportation.
  - Consensus au sein de la branche comme objectif = agit comme un signal.
  - Importance centrale du commerce de détail.
  - La différentiation se fait avant tout au niveau de la production laitière et en partie lors de la transformation.
- **Appui de la politique agricole:**
  - La participation de l'administration est tout de même importante.
  - Les mesures de la politique agricole doivent (à l'avenir) appuyer concrètement la mise en œuvre de la stratégie.



# Stratégie relative à la valeur ajoutée: exemple des Pays-Bas et de la CH

## Sustainable

TARGETS PROGRAM SUSTAINABLE DAIRY CHAIN



### Climate neutral development

20% less greenhouse gases and climate neutral growth  
16% renewable energy  
2% energy efficiency



### Continues improvement of animal welfare

Responsible use of antibiotics  
Prolong average age of cows with 6 months  
Continues improvement of animal welfare scores



### Maintain outdoor Grazing

Maintain at least level of outdoor grazing 2012

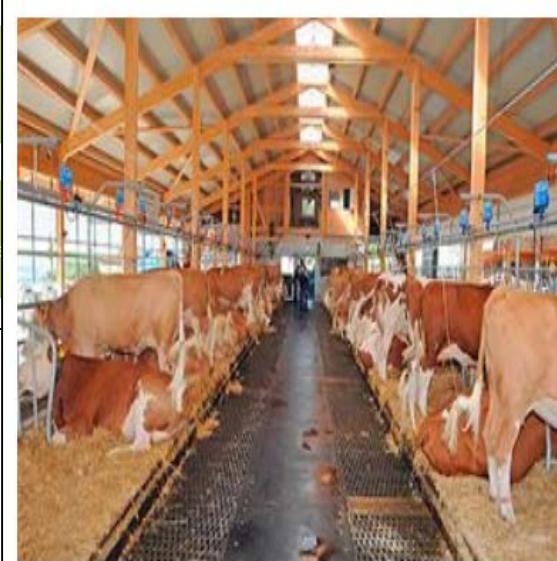


### Maintain biodiversity and environment

100% sustainable soy  
Development within environmental conditions of phosphate ammoniac  
No net loss of biodiversity



swissmilk



MILCHMARKT

## Emmi verlangt BTS oder Raus

Die grösste Schweizer Milchverarbeiterin will bis 2020 ihre Milchproduzenten auf mehr Nachhaltigkeit trimmen. So müssen alle mit Anbindestall entweder einen Laufstall bauen oder beim Raus-Programm mitmachen. Was halten Sie von diesem Plan? Diskutieren Sie mit und stimmen Sie ab [...]



# Avantages pour le lait et les produits laitiers CH



# Swissness

Le 1.1.2017, on passe aux choses concrètes



# Swissness: favorable pour la Suisse, pays du lait

## Art. 48a Indication de provenance pour les produits naturels (lait):

- d. **lieu de la détention des animaux**, pour les autres produits qui en sont issus  
⇒ CH + enclaves douanières, zones frontalières, zones franches Gex et Haute-Savoie (art. 2 OIPSD)

## Art. 48a Indication de provenance pour les produits naturels (lait):

- au moins 80% des matières premières proviennent de Suisse
- **pour le lait et les produits laitiers, 100% du lait provient de Suisse**
- La transformation qui a conféré à la denrée alimentaire ses caractéristiques essentielles doit se faire en Suisse

### Pris en compte dans le calcul:

- En partie seulement      produits naturels avec TAA    20-49,9%
- Entièrement                produits naturels avec TAA     $\geq 50\%$

### Pas pris en compte dans le calcul:

- Les produits naturels ne pouvant être produits en Suisse
- Les produits naturels avec un taux d'auto approvisionnement (TAA) < 20%
- Les produits naturels temporairement non disponibles (art. 8 OIPSD)



# Swissness – position de la FPSL par rapport aux dérogations

## **Swissness: dérogations relatives à la qualité (lait)**

- Participation à la commission de l'IP Lait pour traiter les demandes de dérogation
- Travail exigeant, mais intéressant
- Quelque 40 demandes concernant le lait (!)
- Les dérogations sont toujours limitées dans le temps, la pratique se développe

## **Conclusions tirées d'expériences concrètes**

- La transparence est une (grande) aide
- La croix suisse a clairement un effet favorable sur le volume de production de lait suisse
- L'ensemble de la place économique suisse est concerné
- Les dérogations peuvent aussi être favorables aux producteurs de lait. Elles offrent la possibilité:
  - de garantir le volume de production de lait en Suisse
  - de créer une nouvelle production en Suisse
  - d'éviter d'éventuels abus
  - ...

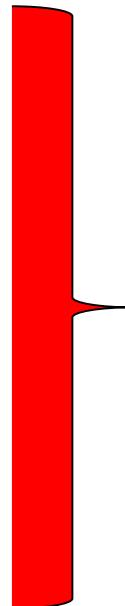


# Swissness – position de la FPSL par rapport aux dérogations: mettre à profit le temps à disposition



# Agenda politique et revendications

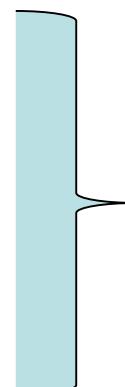
- Moyens financiers de la Confédération pour l'agriculture (enveloppes financières, budget, programme de stabilisation 2017-2019, budget 2017)
- Financement du contrôle du lait 2016 et 2017
- Prolongation du moratoire sur l'utilisation d'OGM
- Consultation sur la réaffectation des fonds de la loi chocolatière / décision ministérielle de l'OMC (Nairobi)
- Ordonnance Swissness
- ?



automne 2016



- Message «Lex chocolatière»
- PA 2017: exigences et contributions PLVH et SRPA, simplification des démarches administratives dans l'agriculture (15.7.2016)
- Politique fédérale de promotion des ventes
- Quatre initiatives



2017, 2018  
SS

# Forum du lait à Lausanne – 12 jours de Swissness – 1<sup>er</sup> bilan

SMP·PSL



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



BEAULIEU LAUSANNE  
CENTRE DE CONGRÈS & D'EXPOSITIONS

## Lait suisse, valeur ajoutée et « Swissness »



**Forum du lait de la FPSL lors du salon SWISS EXPO de Lausanne,  
12 janvier 2017**

### Programme :

Heure	Thème	Intervenant	Lieu (au verso)
9 h	Café et croissants		Foyer Berlin
9 h 30	Accueil et introduction	Hanspeter Kern, président de la FPSL	
9 h 40	<b>Lait suisse et valeur ajoutée</b>	Stefan Kohler, gérant de l'IP Lait	
10 h	<b>Avec le lait suisse, nous vendons de la valeur ajoutée</b>	Roland Frefel, resp. Produits frais Coop	
10 h 20	<b>Douze jours de « Swissness » en Suisse et à l'étranger</b>	Christophe Cornu, CEO Nestlé Suisse	
10 h 40	Table ronde et discussion		
11 h 20	Conclusion	Hanspeter Kern, président de la FPSL	
11 h 30	Ouverture officielle de SWISS EXPO		
12 h	Apéro, fondue 100 % suisse 		Restaurant

HALLE 3, SALLE ROME



swissmilk

# Moyens financiers Confédération – les enveloppes budgétaires s'annoncent satisfaisantes

Enveloppe budgétaire	Conseil fédéral 18.5.2016	Conseil national 15.9.2016	CER-E octobre 2016
Amélioration des bases de la prod. et mesures soc.	563	798	563
Prod. et ventes	1730	1738	1747
Paiements dir.	10 985	11 256	11 250
<b>Total</b>	<b>13 278</b>	<b>13 792</b>	<b>13 560</b>



# Moyens financiers Confédération – promotion des ventes et paiements directs sous pression

Env. budgétaires et crédits	2017	2018	2019	2020	2021
Amélioration des bases et mesures sociales	10.2	22.3	22.7	22.7	22.7
Crédits d'investissement	7.2	11.3	11.7	11.7	11.7
Contributions pour améliorations structurelles	3.0	11.0	11.0	11.0	11.0
Production et ventes	2.5	2.5	5.0	5.0	5.0
Promotion des ventes	2.5	2.5	5.0	5.0	5.0
Paiements directs	61.9	59.8	68.7	68.7	68.7
Contributions à la sécurité de l'approvisionnement	40.0	40.0	40.0	40.0	40.0
Contributions à la qualité du paysage	-	20.0	30.0	30.0	30.0
Contributions de transition	21.9	-0.2	-1.3	-1.3	-1.3
<b>Total des économies</b>	<b>74.6</b>	<b>84.6</b>	<b>96.3</b>	<b>96.3</b>	<b>96.3</b>



# Le budget 2017 vise les contributions à la sécurité de l'approvisionnement

Crédits/enveloppes budgétaires (en millions de fr.)	Budget 2016	Budget 2017	Variation	
			Millions de fr.	%
Mesures d'accompagnement social	2.8	0.5	-2.3	-81.8
Contributions pour améliorations structurelles	99.0	96.0	-3.0	-3.0
Crédits d'investissement	16.5	6.9	-9.6	-58.1
Sélection animale et végétale	38.6	38.6		
Vulgarisation	11.6	11.6		
<b>Amélioration des bases de production et mesures sociales</b>	<b>168.5</b>	<b>153.6</b>	<b>-14.8</b>	<b>-8.8</b>
Promotion de la qualité et des ventes	67.5	67.5		
Économie laitière	295.9	295.9		
Production animale	12.5	12.5		
Production végétale	67.7	67.7		
<b>Production et ventes</b>	<b>443.6</b>	<b>443.6</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
Contributions à la sécurité de l'approvisionnement	1095.0	1056.0	-39.0	-3.6
Contributions au paysage cultivé	505.0	530.0	25.0	5.0
Contributions à la biodiversité	400.0	400.0		
Contributions à la qualité du paysage	130.0	150.0	20.0	15.4
Contributions au système de production	455.0	464.0	9.0	2.0
Contributions à l'efficacité des ressources	45.0	65.0	20.0	44.4
Contributions de transition	179.0	85.5	-93.5	-52.2
<b>Paiements directs</b>	<b>2809.0</b>	<b>2750.5</b>	<b>-58.5</b>	<b>-2.1</b>



# Moyens financiers Confédération – vue d'ensemble pour 2017 (en millions de fr.)

	Proposi- tion Conseil fédéral	Requête USP	Plénum CdF-N 9-11 nov.	Plénum CdF-E 17-18 nov.	Session d'hiver CE et CN
Paiements directs	<b>2750.5</b>	<b>2812.4</b>			
Crédits d'investissement	<b>7.0</b>	<b>7.0</b>			
Améliorations structurelles	<b>96.0</b>	<b>96.0</b>			
Promotion de la qualité et des ventes	<b>67.5</b>	<b>70.0</b>			
Loi chocolatière	<b>67.9</b>	<b>94.6</b>			



# Quatre initiatives agricoles (I)

	« Sécurité alimentaire »	« Fair Food »	« Souveraineté alimentaire »	« Vaches à cornes »
	 <b>INITIATIVE FÜR ERNÄHRUNGSSICHERHEIT</b> <small>.CH</small>			
Comité d'initiative	USP, unions paysannes cantonales, organisations paysannes	Les Verts suisses, milieux de gauche et en faveur de l'environnement	Uniterre (syndicat paysan), agriculteurs, etc.	A. Capaul, CI Hornkuh
Déposée le	8.7.2014	26.11.2015	30.3.2016	23.3.2016
Signatures	147 812	105 540	108 680	119 626
Art. de la Constitution	Cst. féd. art. 104a; disp. trans. art. 197, ch. 11	Cst. féd. art. 104a; disp. trans. art. 197, ch. 12	Cst. féd. art. 104c; disp. trans. art. 197, ch. 12	Cst. féd. art. 104, al. 3, let. b
État d'avancement	Consultation parlementaire	Élaboration du message	Élaboration du message	Élaboration du message
Position du Conseil fédéral	Rejet	Rejet	Rejet	Rejet
Département responsable	DEFR	DFI	DEFR	DEFR



# Position de la FPSL sur les quatre initiatives.

Attention, les participants aux demi-finales ne sont pas encore connus!

	« Sécurité alimentaire »	« Fair Food »	« Souveraineté alimentaire »	« Vaches à cornes »
	 <p>INITIATIVE FÜR ERNÄHRUNGSSICHERHEIT .CH</p>	 <p>FAIR FOOD INITIATIVE FAIR-FOOD.CH</p>	 <p>Initiative www.ernaehrungs souveraenitaet.ch</p>	 <p>Kühe mit Hörnern geben bei...</p>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renforcer la production indigène de denrées alimentaires</li> <li>Protection des terres cultivables</li> <li>Faible charge administrative</li> <li>Sécurité du droit et des investissements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Normes de durabilité CH pour les importations</li> <li>Avantage économique pour les denrées issues de l'agriculture, du commerce équitable et de production régionale et saisonnière</li> <li>Réduction du gaspillage de denrées alimentaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agriculture diversifiée basée sur des petites exploitations</li> <li>Approvisionnement régional</li> <li>Protection des terres cultivables</li> <li>Normes de durabilité CH pour les importations</li> <li>Prix et revenus équitables</li> <li>CCT pour les employés agricoles</li> <li>Interdiction des OGM</li> </ul>	<p>Promotion financière des animaux à cornes suivants</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vaches</li> <li>Taureaux d'élevage</li> <li>Chèvres</li> <li>Boucs</li> </ul>



En faveur, si elle fait  
l'objet d'une  
votation...

« Retenue »

« Retenue »

Pas dans la  
Constitution  
fédérale!

# Nouveau contre-projet: art. 104a

## Sécurité alimentaire

---

En vue d'assurer l'approvisionnement de la population en denrées alimentaires, la Confédération crée les conditions pour:

- a. la préservation des bases de la production agricole, notamment des terres agricoles;
- b. une production de denrées alimentaires adaptée aux conditions locales et utilisant les ressources naturelles de manière efficiente;
- c. une agriculture et un secteur agroalimentaire répondant aux exigences du marché;
- d. des relations commerciales internationales contribuant à la durabilité de l'agriculture et du secteur agroalimentaire;
- e. une gestion des denrées alimentaires qui préserve les ressources naturelles.



## USP: art. 104a Sécurité alimentaire

---

1. La Confédération renforce l'approvisionnement de la population avec des denrées alimentaires issues d'une production indigène diversifiée et durable; à cet effet, elle prend des mesures efficaces notamment contre la perte des terres cultivées, y compris des surfaces d'estivage, et pour la mise en œuvre d'une stratégie de qualité.
2. Elle veille à maintenir une charge administrative basse pour l'agriculture et à garantir la sécurité du droit, ainsi qu'une sécurité adéquate au niveau des investissements.



## Les défis sur le plan politique restent!

---

- ◆ Le sommet du lait a déclenché de nombreux processus, dont les effets se feront sentir maintenant ou plus tard
- ◆ Les nouvelles dispositions des contrats d'achat de lait ont exploité le potentiel légal et supprimé les systèmes où les producteurs ne recevaient que l'argent restant.
- ◆ Solution de remplacement de la loi chocolatière: nous devons nous montrer unis – horizontalement et verticalement!
- ◆ Le Swissness offre des chances au secteur laitier!
- ◆ Les fonds destinés à l'agriculture et à l'économie laitière ne doivent pas être réduits. Ces fonds n'ont pas été augmentés, mais réduits!



# Programme du 9 novembre, Neyruz et documentation

Accueil, café et croissants	9 h 15	
Allocution de bienvenue Introduction au programme : façonner l'avenir!	9 h 45	Gabriel Yerly Hanspeter Kern
Le marché laitier a-t-il passé le creux de la vague? Dans quelle direction évolue-t-il? Discussion et questions	10 h	Daniel Koller Hanspeter Kern
Politique laitière: le sommet du lait a permis de donner un signal clair! Discussion et questions	10 h 35	Stephan Hagenbuch Hanspeter Kern
<b>Pause de 10'</b>	<b>11 h 05</b>	
Swissmilk: un marketing fort en réponse à la concurrence croissante Discussion et questions	11 h 15	Stefan Arnold Hanspeter Kern
Les jalons sont posés: la FPSL aborde l'avenir plus forte qu'avant	11 h 45	Hanspeter Kern
Apéritif et repas de midi	12 h	



# Marketing pour le lait et les produits laitiers

Stefan Arnold, directeur du marketing FPSL



swissmilk

# swissmilk



# Équipe du marketing de la FPSL

## nouveau (1.8.2016)



**Direction du marketing**  
*Stefan Arnold*

**Logistique du marketing**  
*Andreas Herren*



**Administration (état-major)**  
*Barbara Schneeberger*



**Marketing-membres & secrétariat marketing**  
*Nicole Schläppi*



**Key account**  
*François Miéville*



**Édition & médias**  
*Matthias Glauser*



**Publicité & promotions**  
Suppl. direction du marketing  
*Martin Rüst*



**Relations publiques**  
*Barbara Paulsen Gysin*



**Services Marketing**  
*Reto Grolimund*



**Événements & restauration**  
Gérant AMS  
*Roger Gut*



# Pourquoi un marketing générique commun?

- ➡ Pour influencer ou confirmer les préférences, le modèle de consommation et le comportement d'achat des consommateurs suisses
- ➡ Pour que les produits laitiers suisses soient bien ancrés dans les habitudes de consommation
- ➡ Pour augmenter au maximum la consommation de lait à boire, de crème, de beurre et de fromage
- ➡ Pour rallier de grands leaders d'opinion à la cause du lait



Schweiz. Natürlich.



**swissmilk**

# Pourquoi un marketing générique commun?

- ➡ Pour entretenir la sympathie témoignée à l'endroit du lait et des produits laitiers suisses
- ➡ Pour stimuler la consommation tout au long de l'année par de nombreuses et diverses activités
- ➡ Pour permettre aux produits de grande consommation d'avoir voix au chapitre sur le marché
- ➡ Pour tenir tête à la concurrence étrangère et aux produits de substitution
- ➡ Pour faire progresser les connaissances laitières et faire reconnaître le lait comme une denrée saine



Schweiz. Natürlich.



**swissmilk**





# Qui sont nos concurrents?



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

# Boissons végétales: extension rapide de l'assortiment

The screenshot shows the Alpro website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Alpro logo and links to "Unsere Produkte", "Rezepte", "Pflanzenkraft", "Smoothie Maker", and a search icon. The main banner features a wooden table with a bowl of strawberries and two glasses of smoothie. The text "Smoothies mit Alpro" and "So bunt wird der Sommer!" is displayed, with a green button below it that says "JETZT SMOOTHIE KREIEREN >". Below the banner, there are three product images: Soya Original, Soya Wholebean, and Organic Soya. To the right, there are two more sections: one for "KOSNUSSDRINK UND KOKOSNUSSDRINK CHOCO" with "ORGANIC SOYA" products, and another for "REZEPT INSPIRATION: Sommerlicher Genuss" showing a pizza.

Smoothies mit Alpro  
So bunt wird der Sommer!

JETZT SMOOTHIE KREIEREN >

alpro

SOYA ORIGINAL

SOYA WHOLEBEAN

ORGANIC SOYA

KOSNUSSDRINK UND KOKOSNUSSDRINK CHOCO

Unwiderstehlich lecker:  
Jetzt im To Go Format

ZU DEN PRODUKTEN

REZEPT INSPIRATION:  
Sommerlicher Genuss

LECKERE REZEPTE >

Auf dieser Webseite werden Cookies eingesetzt. Einstellungen ändern. X



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

# Des groupes internationaux avec des budgets de plusieurs millions



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

# Migros promet d'élargir de 30% son assortiment de produits végétariens et véganes

MIGROS

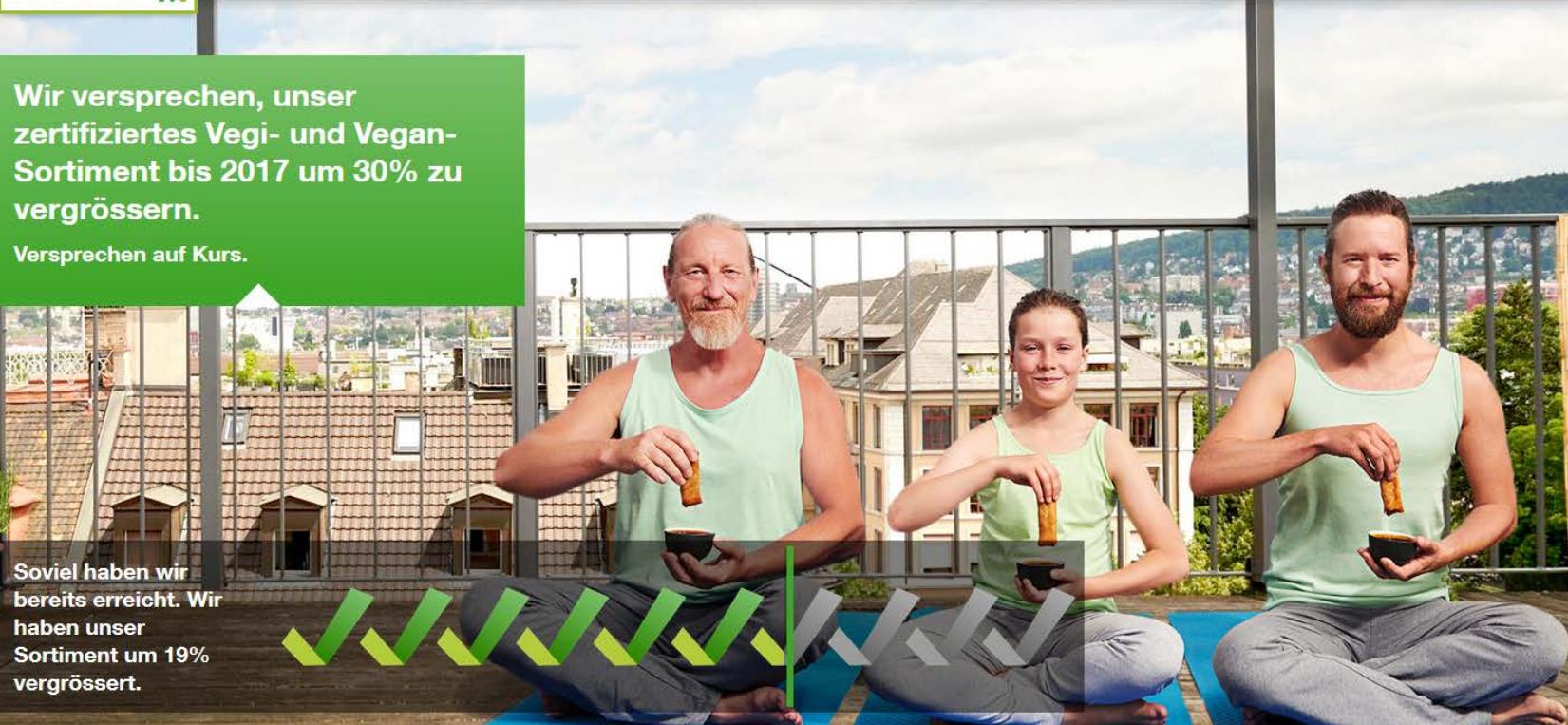
GENERATION M

THEMEN VERSPRECHEN NACHHALTIG LEBEN NACHHALTIGE MIGROS

Wir versprechen, unser zertifiziertes Vegi- und Vegan- Sortiment bis 2017 um 30% zu vergrössern.

Versprechen auf Kurs.

Soviel haben wir bereits erreicht. Wir haben unser Sortiment um 19% vergrössert.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

# Produits étrangers & achats à l'étranger

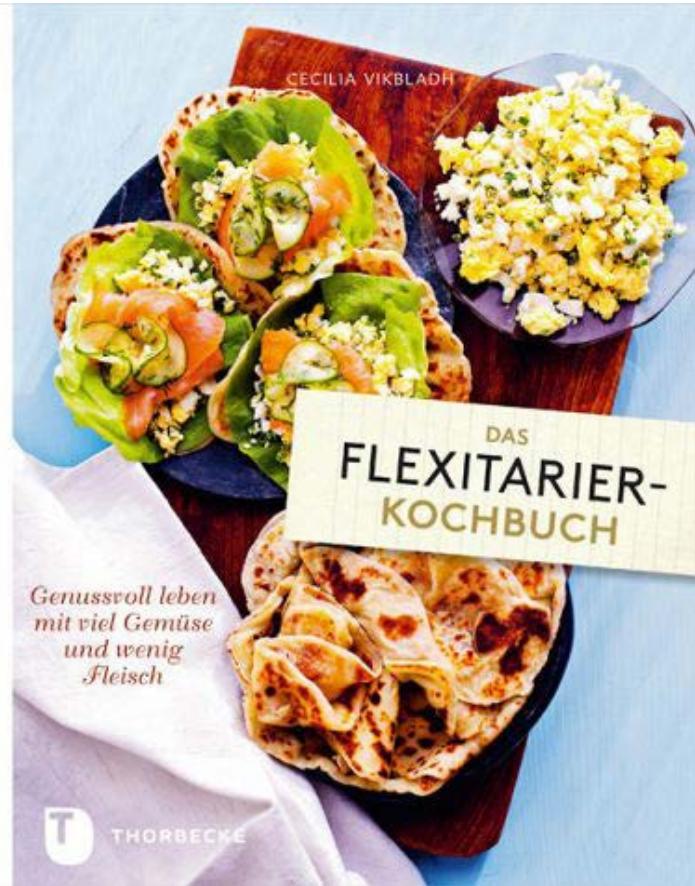


Schweiz. Natürlich.



swissmilk

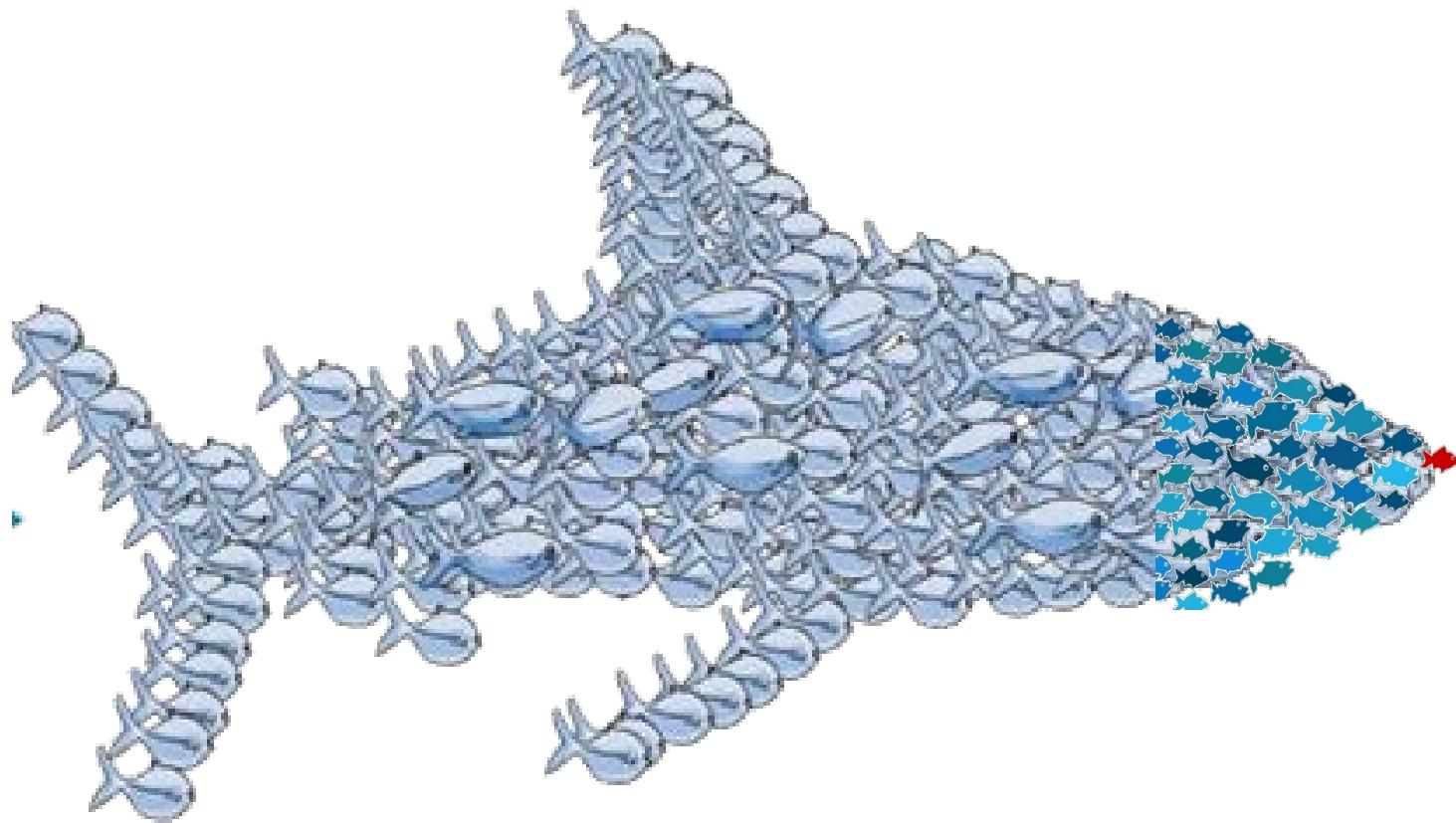
# 50% des consommateurs se déclarent flexitariens



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

**Seul un marketing parlant  
d'une voix forte et unie nous  
permettra d'agir là-contre**



Schweiz. Natürlich.



**swissmilk**



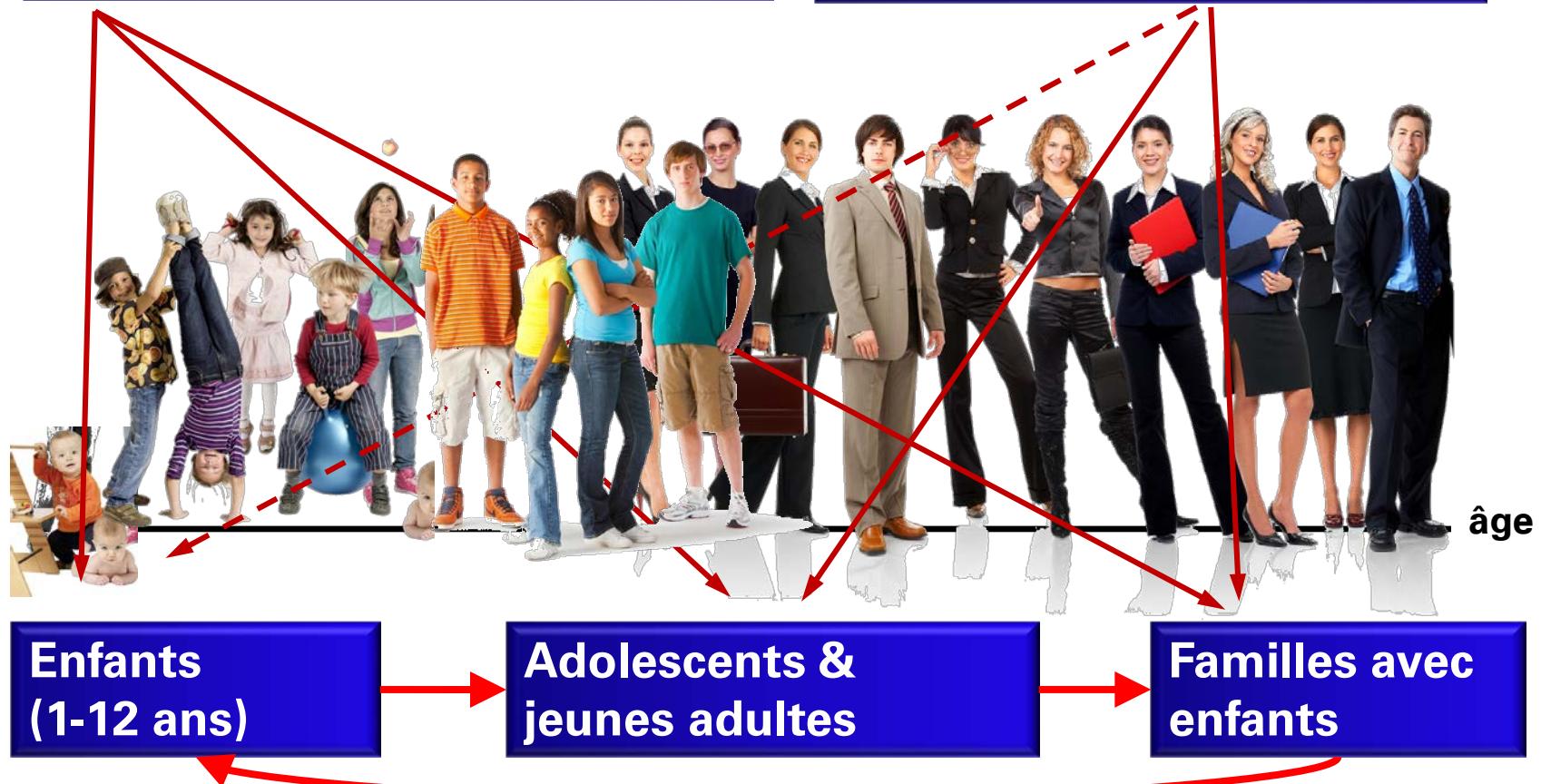
Schweiz. Natürlich.



**swissmilk**

## Éducateurs de la petite enfance / enseignants

## Puéricultrices / diététicien(ne)s



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



# Du pré au verre

## Matériel scolaire varié et utilisable de manière flexible



Didacticiel interactif  
pour PC et tablette

Affiche et commentaire  
pour l'enseignant



Schweiz. Natürlich.



# swissmilk

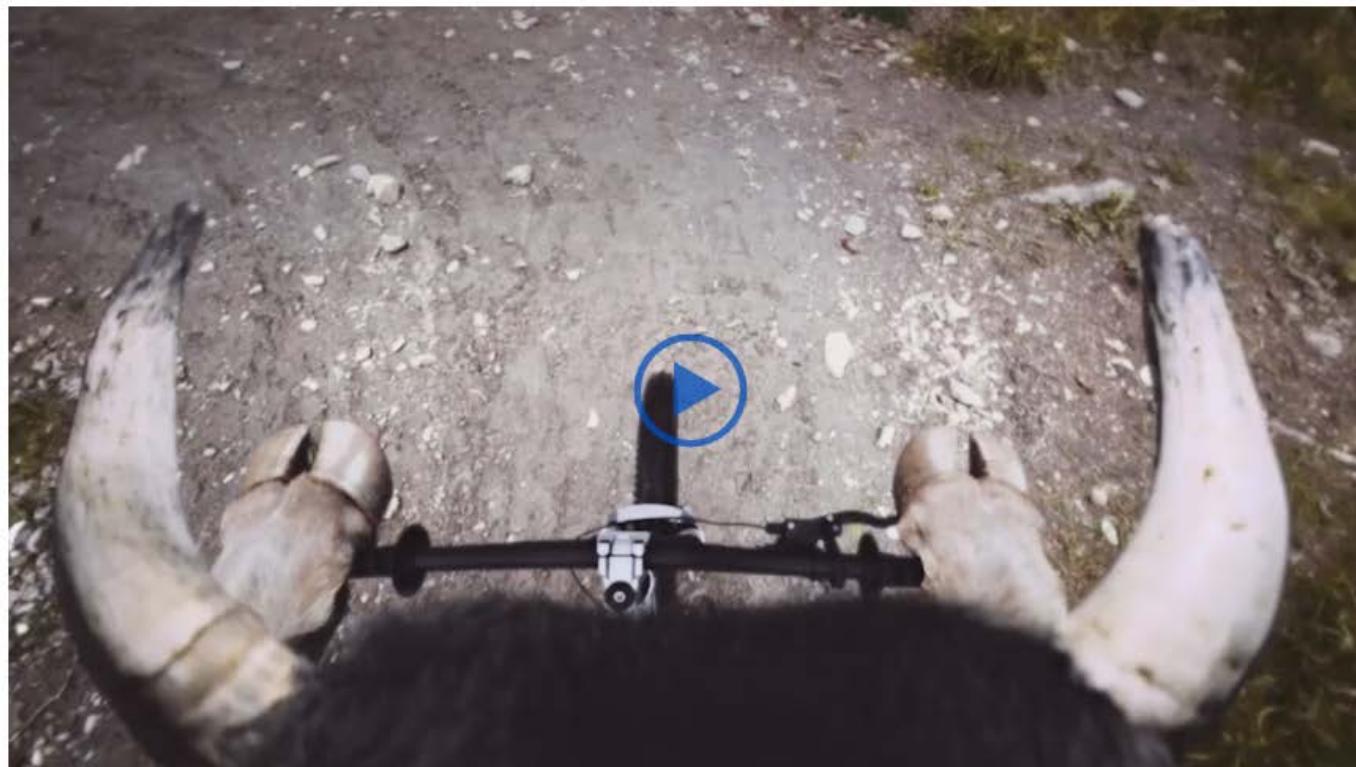






# Es-tu en forme? Montre-le-nous. Télécharge. Vote. Et gagne!

À toi de jouer! Télécharge ta photo ou ta vidéo sur le thème «Es-tu en forme? Montre-le-nous.» et gagne de super prix! Ou vote pour celle que tu préfères et, avec un peu de chance, remporte un prix immédiat.



Concours: Lovely te lance un défi. Montre-nous de quoi tu es capable.

# Projet pilote «blog culinaire» – bref aperçu

## Défi

Inciter les jeunes gens âgés de 16 à 25 ans à cuisiner avec des produits laitiers suisses lorsqu'ils fondent leur propre ménage.



## Solution

Nous comptons sur des blogueurs du même âge que le groupe cible pour transmettre nos messages au travers d'une plateforme qui motive les jeunes à cuisiner, les inspire et les informe d'une manière adaptée.

## Les intermédiaires: nos blogueuses et notre blogueur trouvés par casting



**Mimi, 21 ans**



**Muriel, 25 ans**



**Silas, 24 ans**



**Eva, 22 ans**

# Projet pilote «blog culinaire» – Content Push / Traffic Pull

## Les blogueurs



## La plateforme digitale

Blog motivant  
Recettes sympas  
Informations pratiques



## Les contenus

Recettes en vidéo  
Conseils en vidéo  
Articles dans la  
story  
Idées de recettes

Un post tous les  
deux jours

CONTENT  
PUSH

PULL TRAFFIC

CONTENT  
PUSH



Nos canaux Content-Push

# Projet pilote «blog culinaire» – images du tournage-test





CH

**Swiss milk**  
inside.

[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



Schweiz. Natürlich.





Schweiz. Natürlich.



**swissmilk**



Viele weitere tolle Prämienartikel  
unter [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



## Savourez des yogourts suisses, collectionnez des points et profitez

Collectionnez maintenant **les points de fidélité «Swiss milk inside»** et recevez des primes exclusives. Vous trouvez les points sur de nombreux yogourts suisses. Merci de choisir les yogourts suisses.

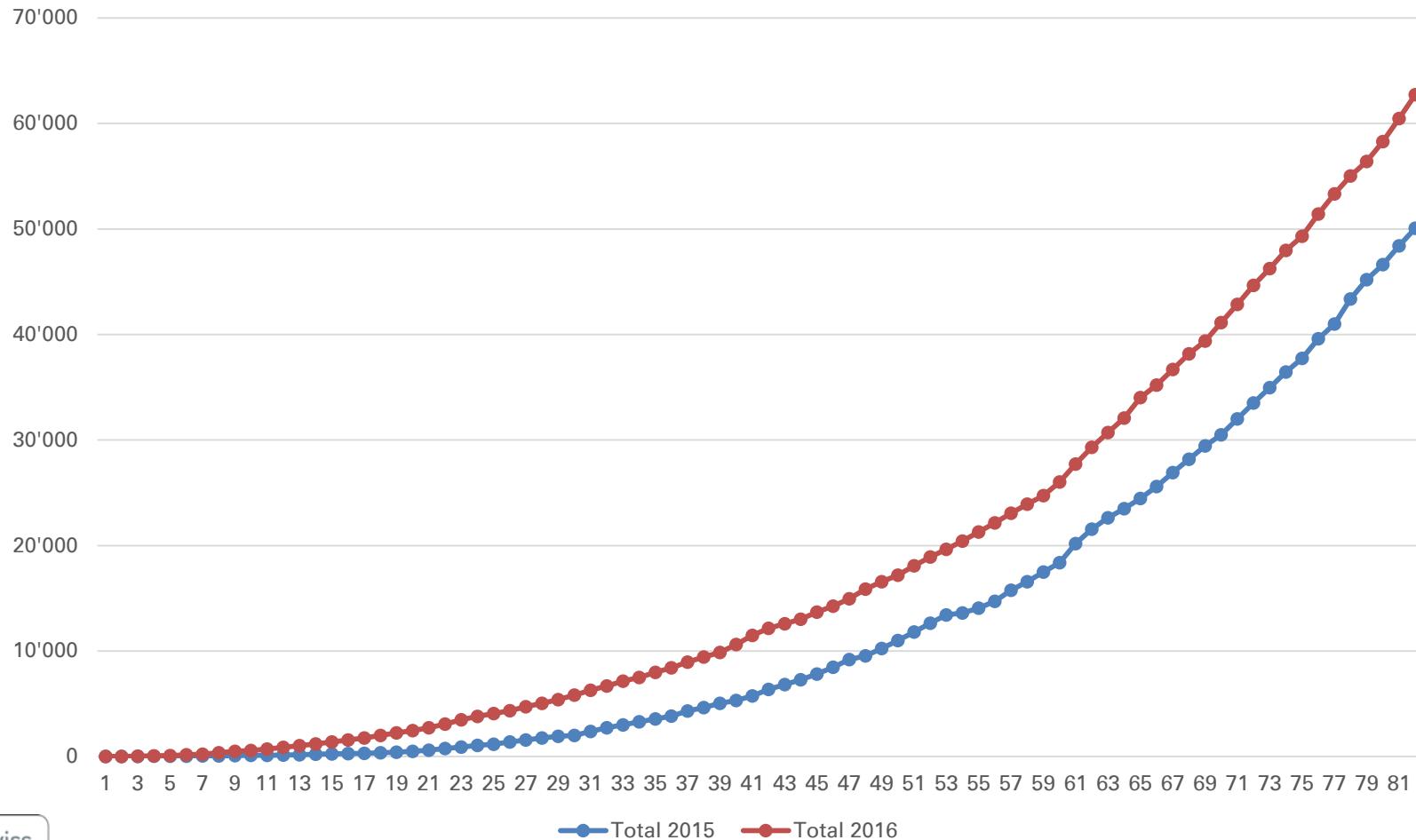
Éventail des primes, collecteur de points et informations par téléphone au 031 359 57 28 ou sur [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

Durée de la promotion: de fin juin à fin septembre 2016



# Courbe de retour / total du nombre de primes

## Comparaison des 89 premiers jours



## Planification 2016 – aperçu annuel

Jan.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	JUIL.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
------	------	------	-------	-----	------	-------	------	-------	------	------	------



Journée du Lait 16. 4  
TVC et campagne d'affichage



1er Août



Euro 2016 en France  
10.6-10.7.16

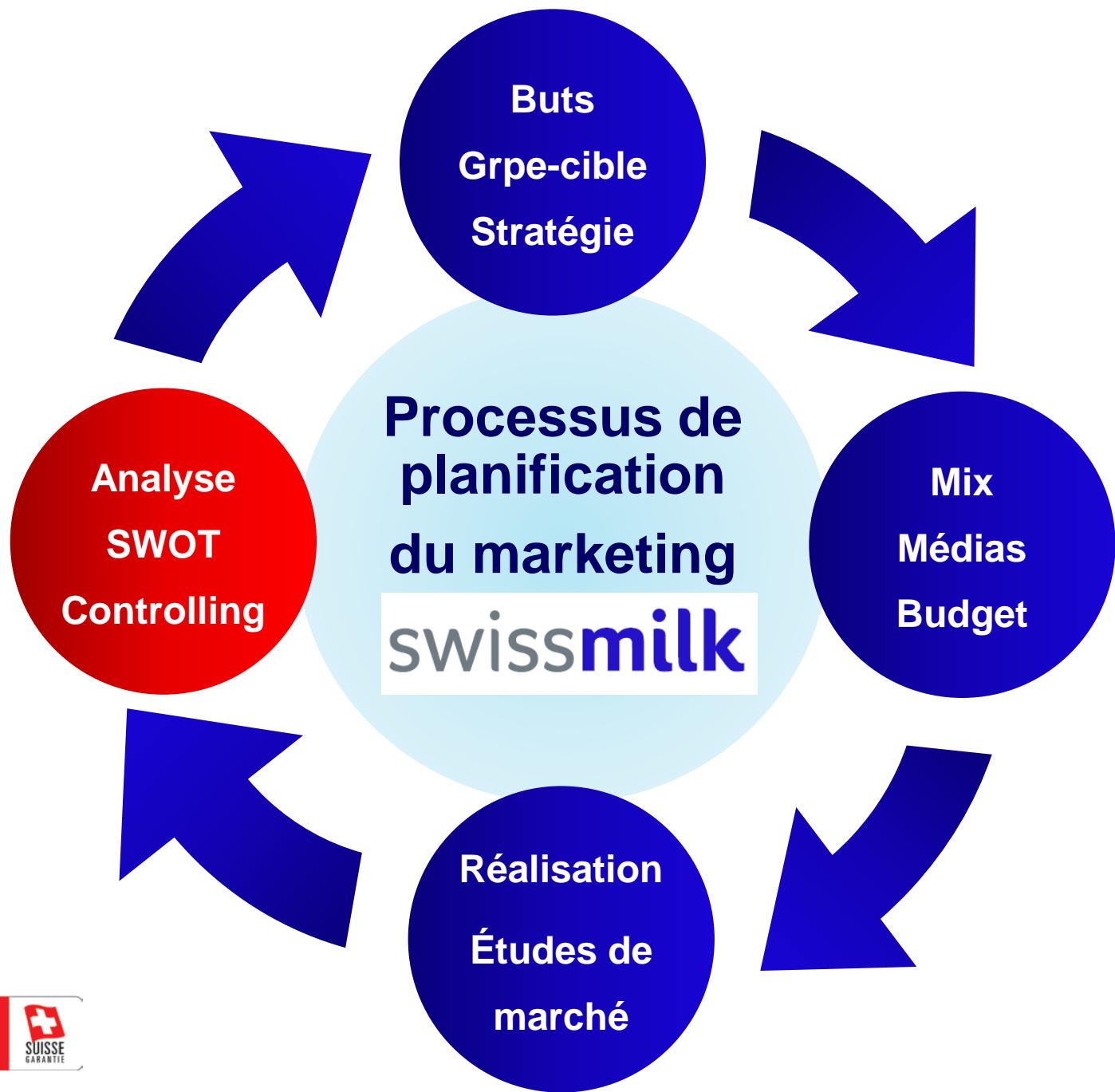


Affiches foot dès la mi-juin



Fête des Mères 8.5





Schweiz. Natürlich.





swiss**milk**

# swissmilk



Les jalons sont posés: la  
FPSL veut aborder l'avenir  
plus forte qu'avant



# Conclusions: marché

---

## Ventes

- La population mondiale croît (9 milliards en 20??), mais ce qui n'est pas vendu n'engendre pas de valeur ajoutée! La promotion des ventes est cruciale et le restera!
- La cherté du franc freine encore les exportations
- Le segment bio dispose encore d'un potentiel de ventes et ses prix sont plus stables



# Conclusions: politique – maintenir les moyens financiers

## Maintenant

- Maintenir les moyens et les postes budgétaires (enveloppes budg. 18-21, programme de stabilisation 17-18, budget 2017)
- Solution de remplacement de la loi chocolatière
- Adaptation des paiements directs SRPA et PLVH
- Train d'ordonnances agricoles 2017



# Conclusions: politique – façonner le futur

---

## Avenir (moyen à long terme)

- La politique agricole 22+ débute maintenant

## Points importants

- Renforcer la position du lait
- Gérer l'ouverture progressive des frontières (accords de libre-échange comme le TTIP)
- Bonnes conditions-cadres pour la différenciation par rapport à l'étranger
- Pression sociale concernant le climat, l'énergie, le bien-être animal et les habitudes alimentaires
- Le progrès technique dans la production laitière est considérable



# Conclusions: marketing

## La concurrence augmente

- L'accent continue à être mis sur les ventes: poursuivre les campagnes à succès, telles que Swiss milk inside
- Le travail d'information pour lutter contre les fausses informations reste un pilier important
- Mettre la provenance suisse encore plus en avant

## Focalisation sur le groupe cible des jeunes et des jeunes adultes

- On emprunte de nouvelles voies avec Chochdoch.ch, le premier blog culinaire pour les jeunes en Suisse



swissmilk



7. -

FPSL Eg



ruz, Thoune 2016



100