

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 – Thoun (BE)

FPSL / Swissmilk

Journée d'information

2016



swiss**milk**

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	



FPSL – 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



swissmilk

Production laitière 2030: quelle signification pour la FPSL?

Structure de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL

S M P • P S L

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



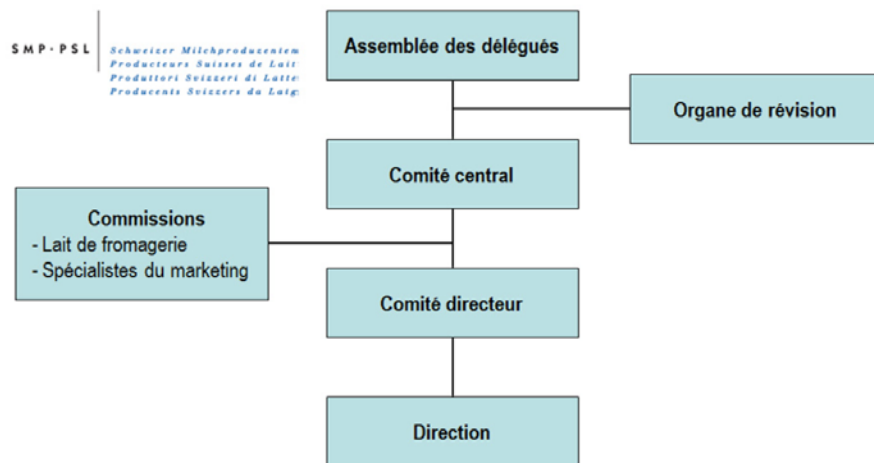
Hanspeter Kern
Président

Projet 2017

Organigramme de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait PSL

S M P • P S L

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



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
Total	0,725 ct./kg

Autres contributions (1.1.2017)

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

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
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	



S M P • P S L

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

Marché laitier étranger



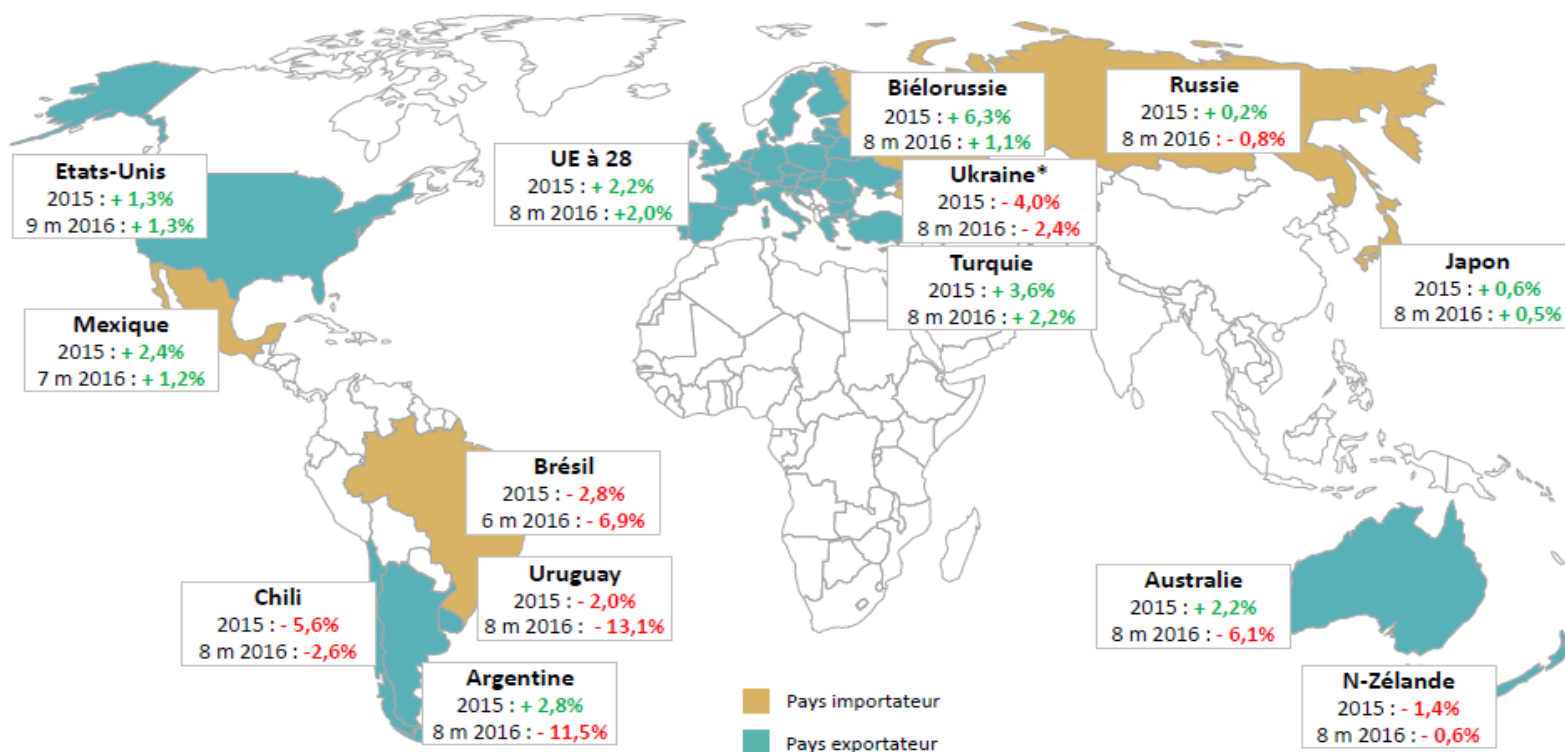
swiss**milk**

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



swissmilk

*Hors Crimée, Sébastopol et les territoires temporairement occupés

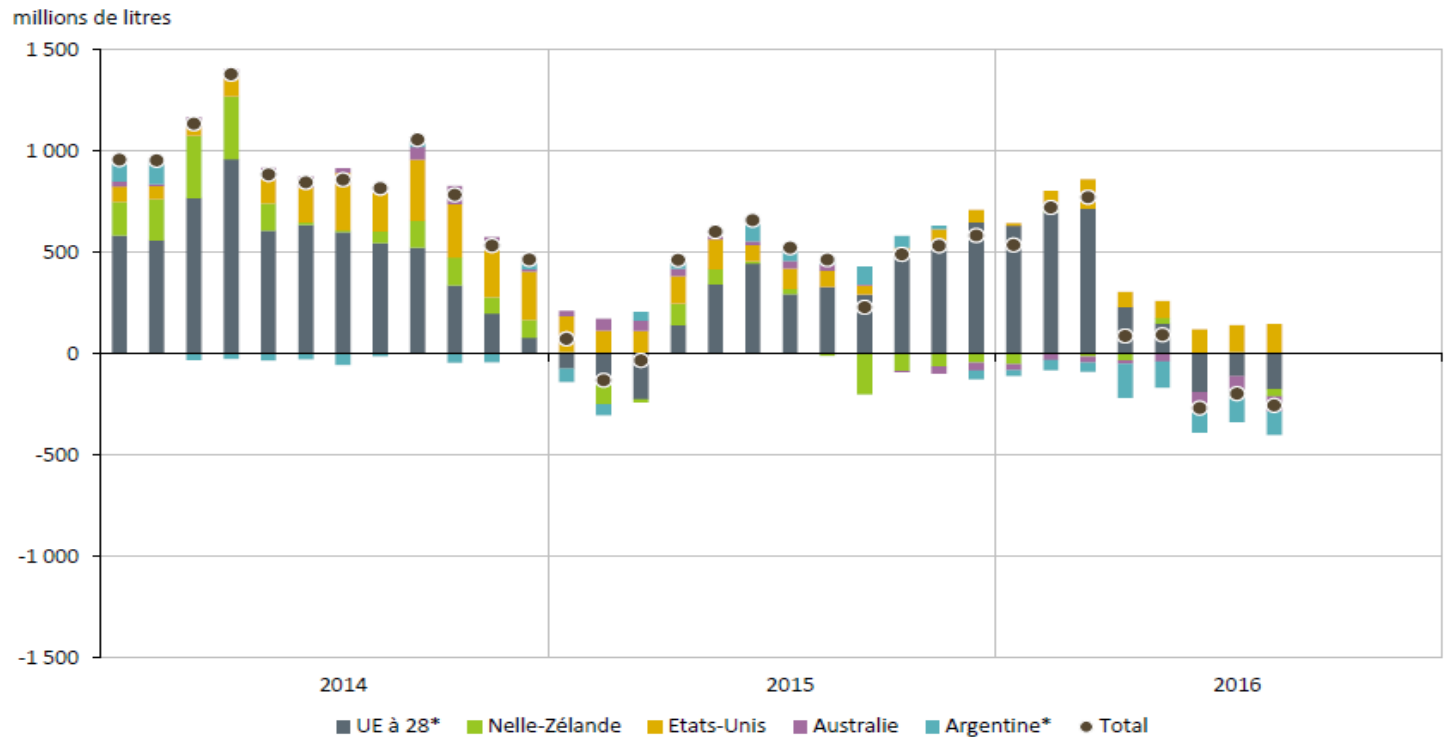
N.B. : février 2016 ramené à 28 jours

Cniel / Cia, Commission, Dairy Australia, DCANZ, Siap, ODEPA, Turkstat, Ukrstat, USDA, ZMB

Fournisseurs du marché mondial: production en recul



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



*Collecte

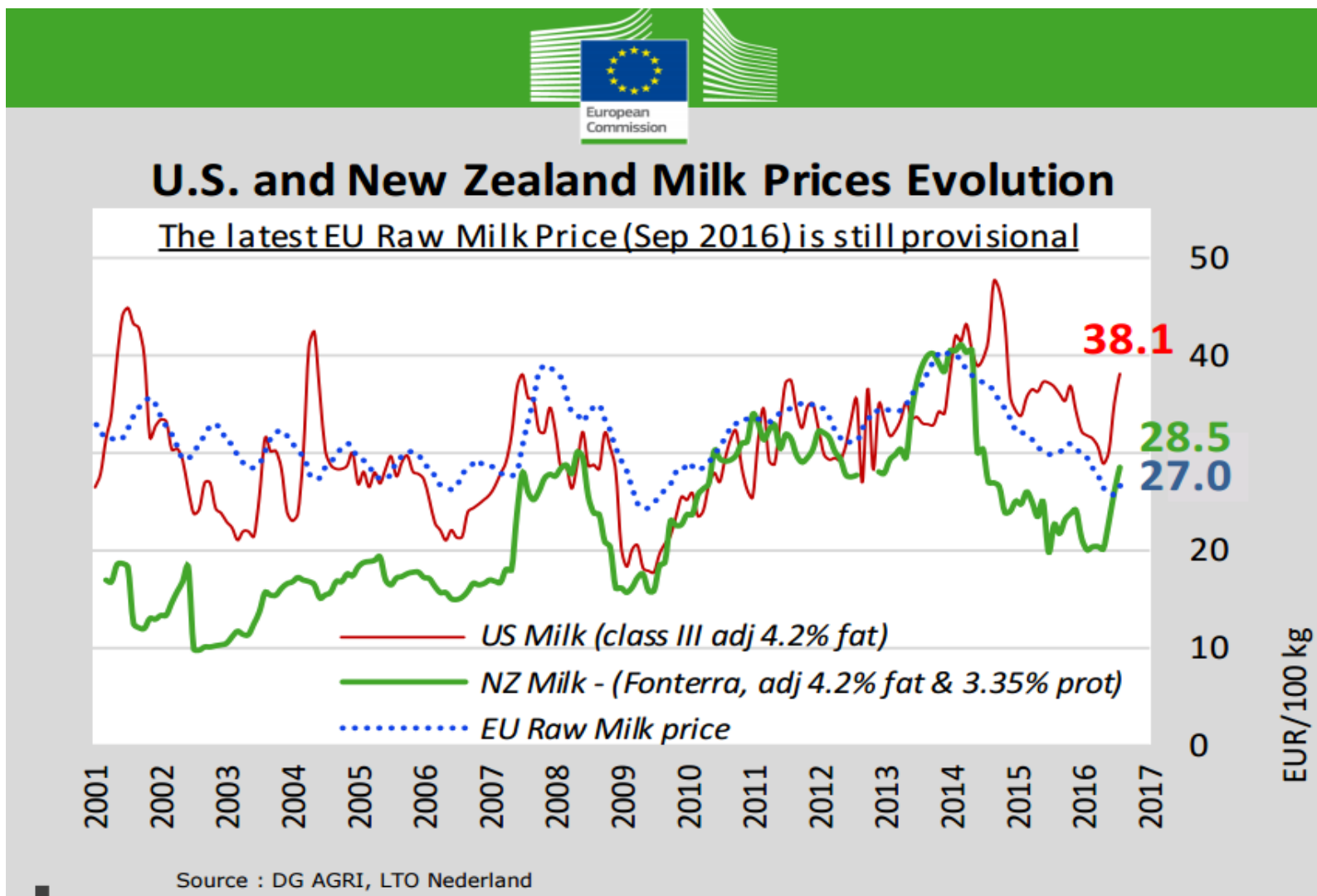
Cniel / Commission, Dairy Australia, DCANZ, Siap, USDA, ZMB

Note de conjoncture Octobre 2016 9



swissmilk

Marché mondial: prix du lait en hausse



Chine: importatrice de produits laitiers à l'avenir aussi

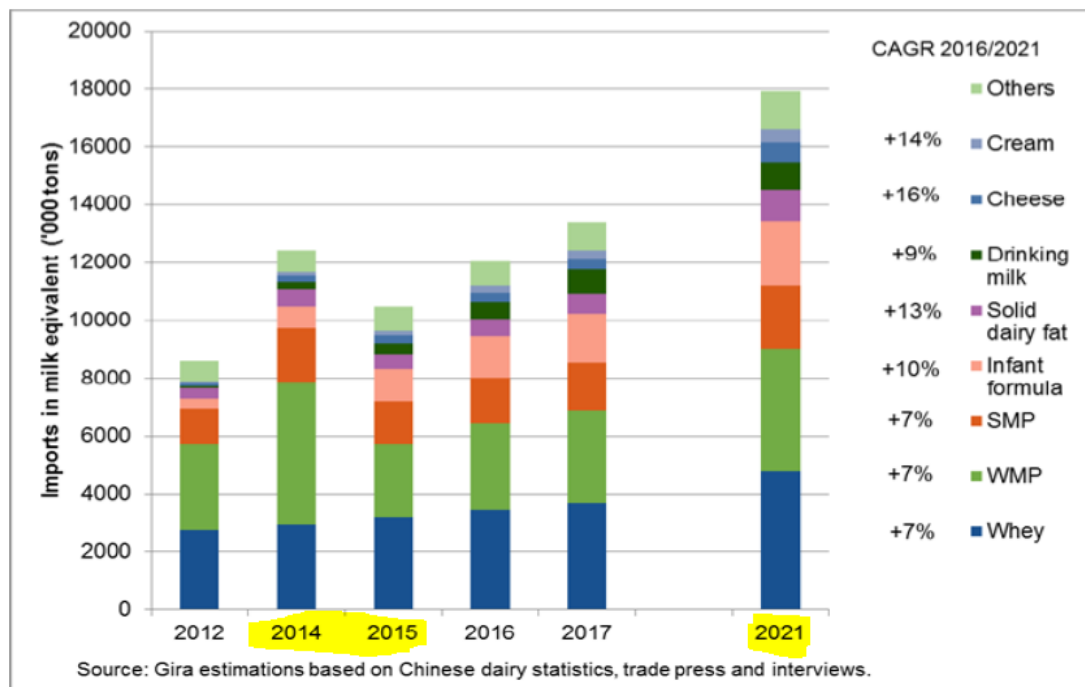


Is WMP Still the Best Product for China?

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



Dairy Imports in % of Milk Eq., 2014-2021t



swissmilk

Gira

Consommation mondiale: plus de personnes consomment plus



Dairy consumption

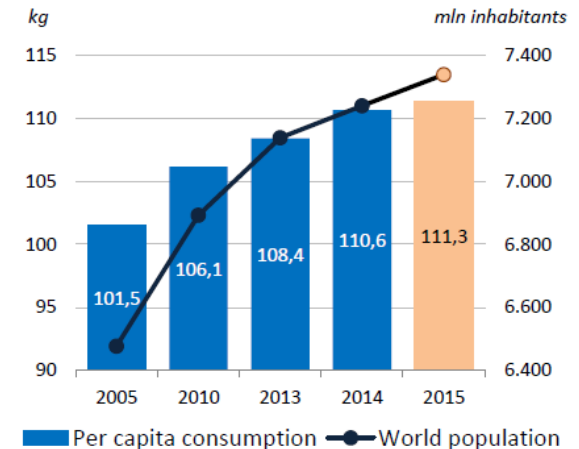
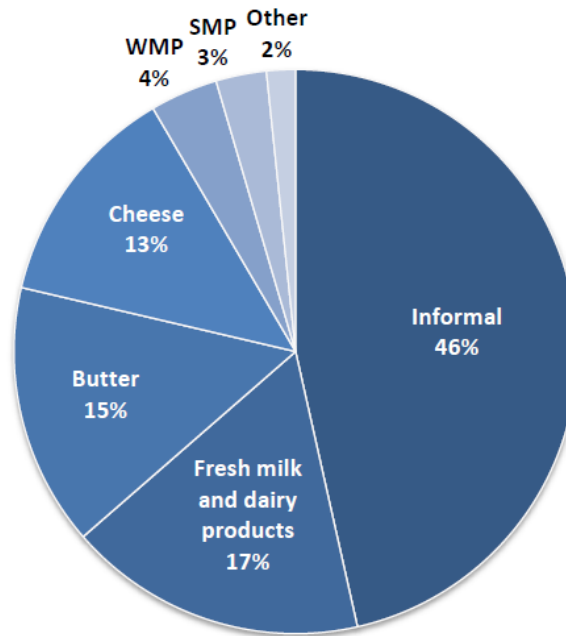


7.3 billion inhabitants

111.3 kg/capita/year



swissmilk



Marché UE: production actuellement en recul, divergences régionales

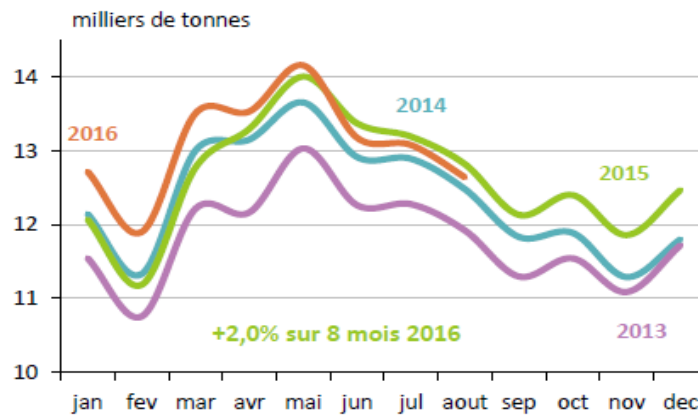


La collecte européenne actuelle de lait de vache



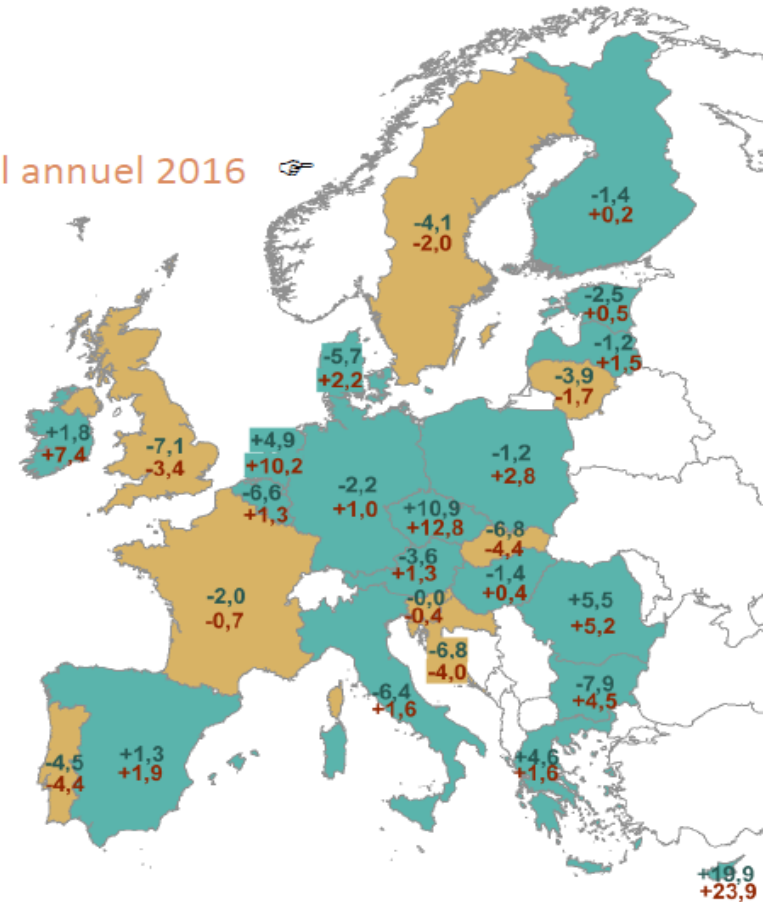
Evolutions * - en mensuel et cumul annuel 2016

Evolution UE à 28



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

N.B. : février 2016 ramené à 28 jours



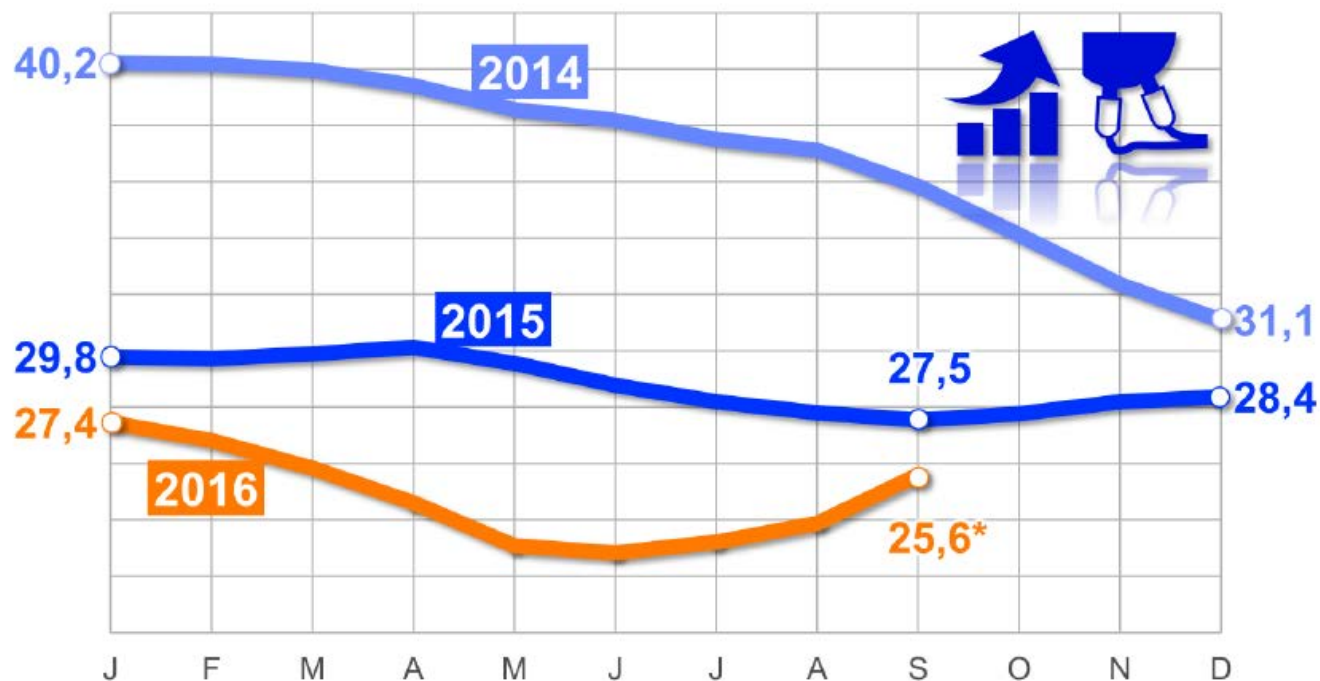
Cniel / Eurostat, ZMB, FAM (EML), PZ, DairyCo, CLAL



Marché UE: prix du lait en hausse

Augmentation du prix du lait

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



* Schätzung AMI

© AMI 2016/MI-151 | AMI-informiert.de

Quelle: AMI, BLE



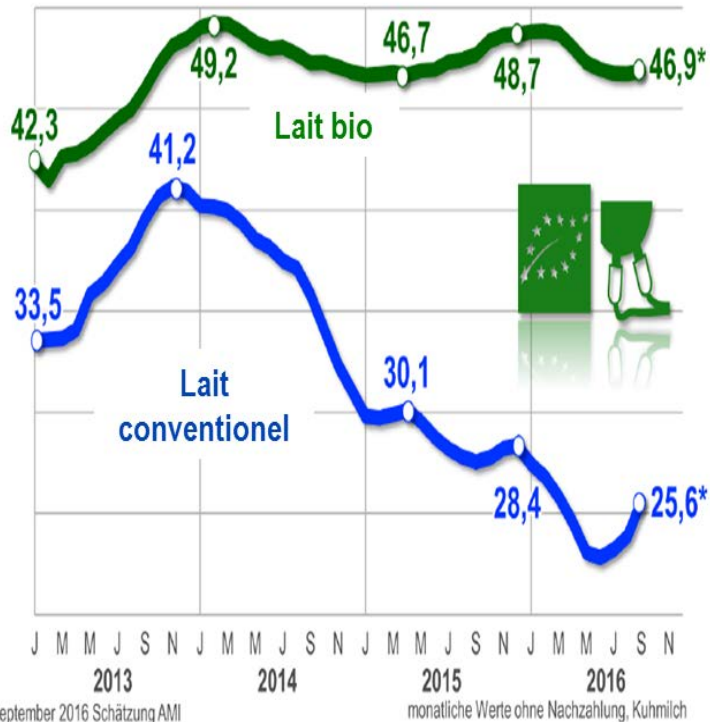
swissmilk

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



S M P • P S L

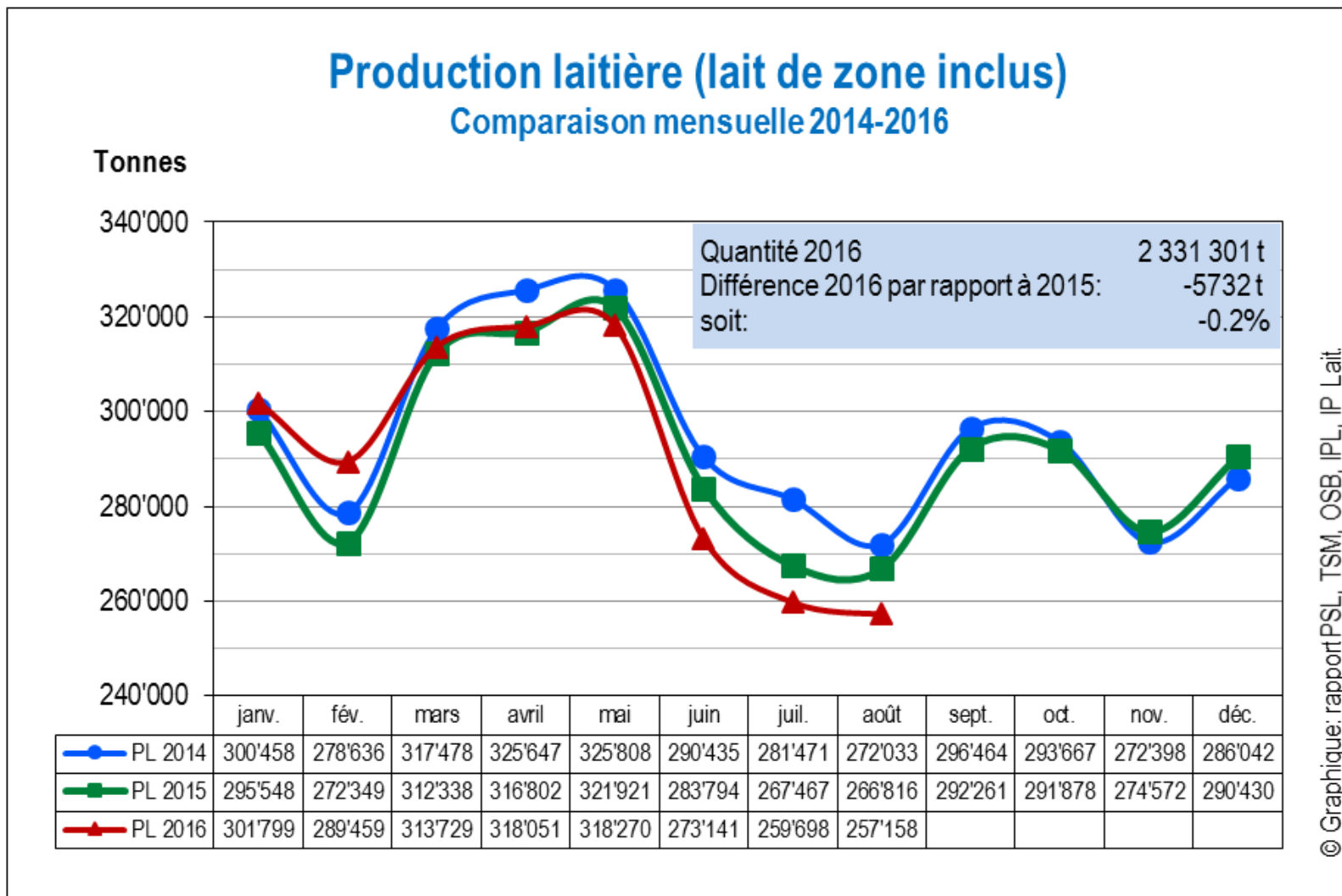
*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producers Svizzers da Latg*

Marché du lait suisse



swiss**milk**

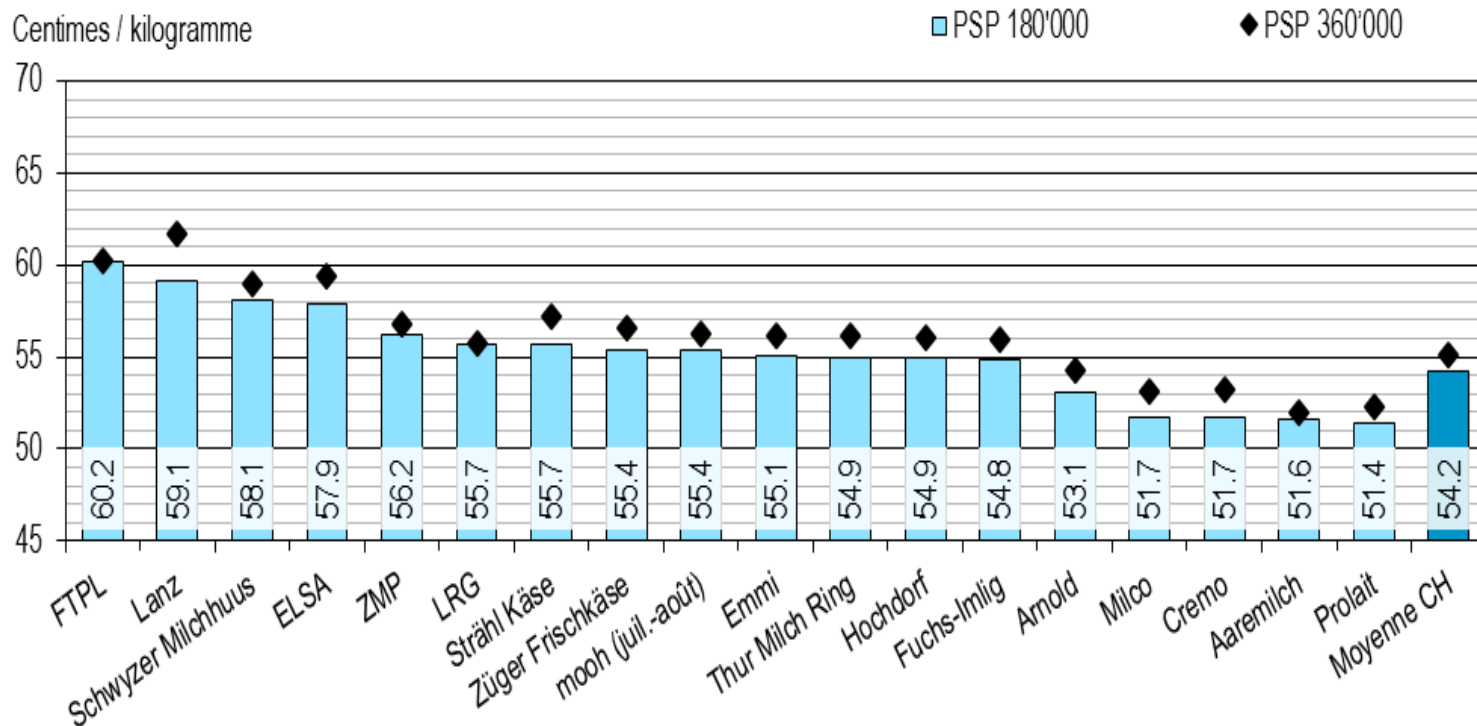
Marché du lait CH: production en recul



swissmilk

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 collecte - Moyenne sur 12 mois (M12) août 2016

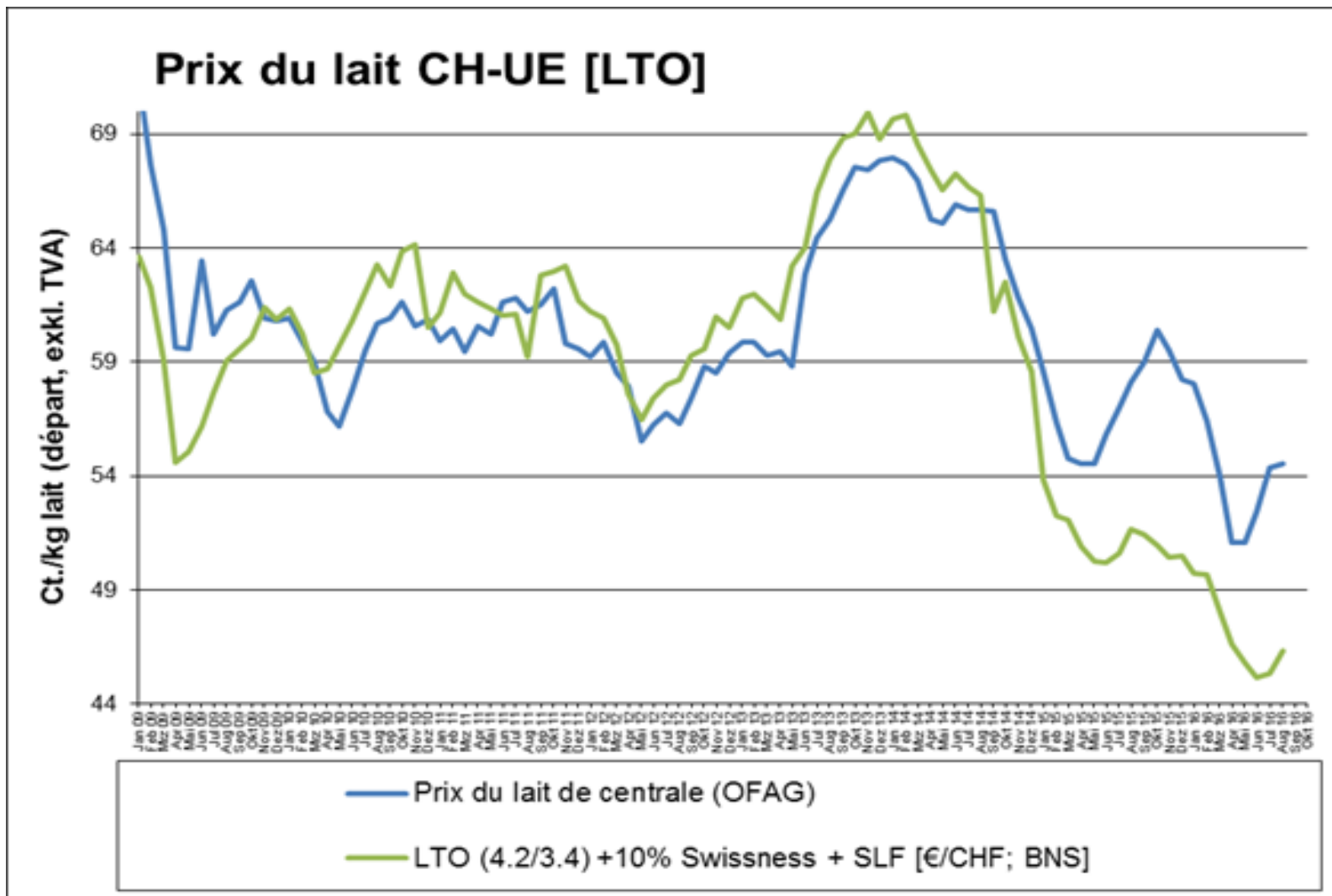


Collecte départ ferme, quantité livrée annuellement 180'000 kg ou 360'000 kg ; 40.0 g matière grasse + 33.0 g protéine / kg de lait. Y compris suppléments et déductions pour l'échelonnement saisonnier du prix, déductions liées au marché, suppléments de quantité, participation aux frais de transport,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



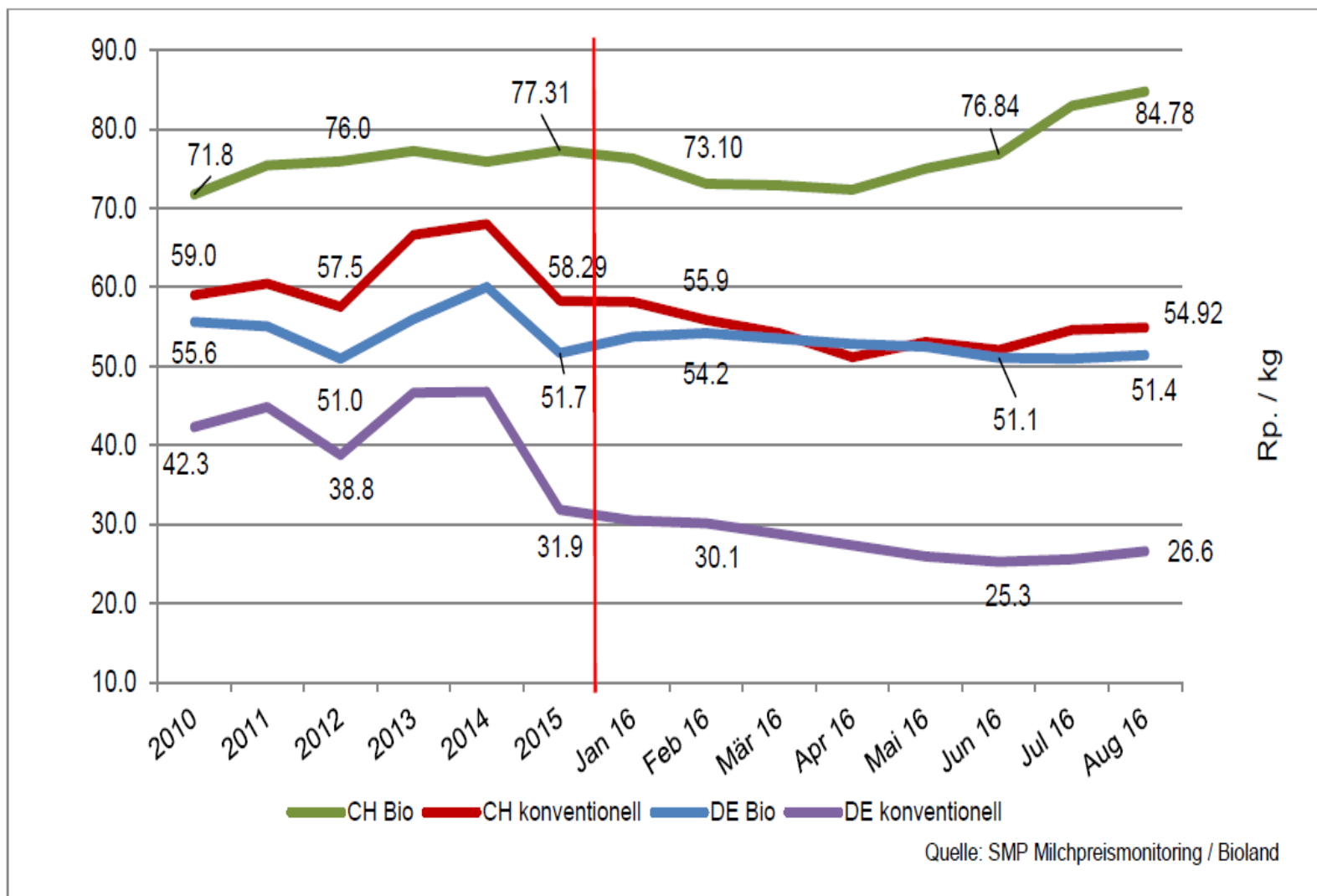
swissmilk

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



swissmilk

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

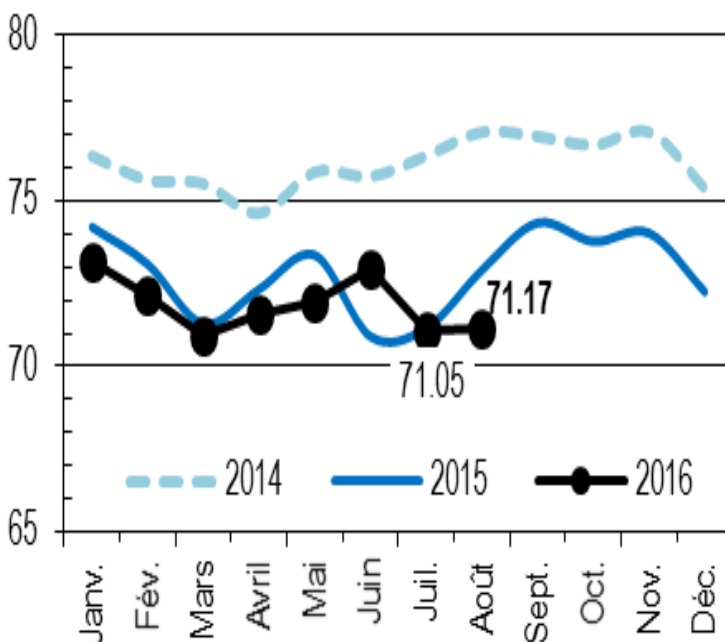


Prix du lait de fromagerie: la pression est moins forte

Prix effectifs payés aux producteurs
Lait de fromagerie PER fran. from., août 2016



Centimes / kilogramme

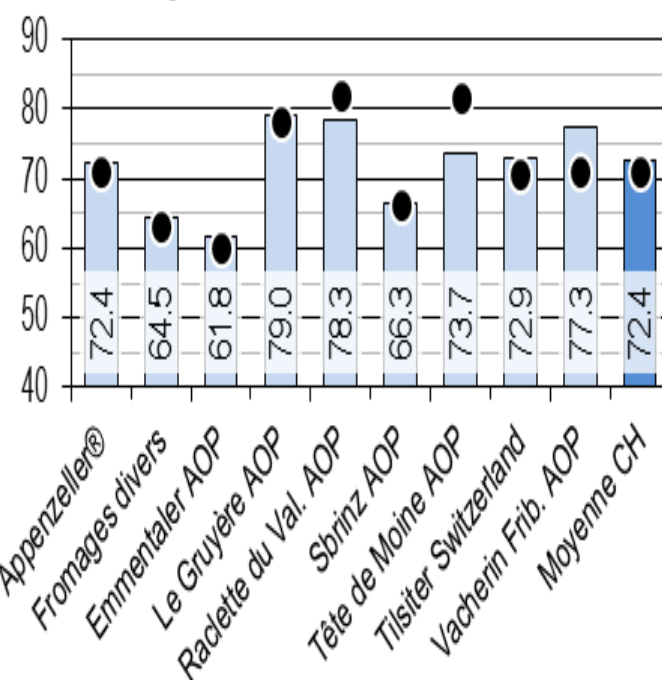


Prix du lait effectifs payés aux producteurs
Lait de fromagerie PER fran. from., août 2016



Centimes / kilogramme

□ M12 ● Mois sous rapport



Produits de laiterie: moins 1,4% au 1^{er} 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)
Total en tonnes (t) EL* :		-6425	

Source : TSM Fiduciaire Sàrl

*EL = équivalent-lait



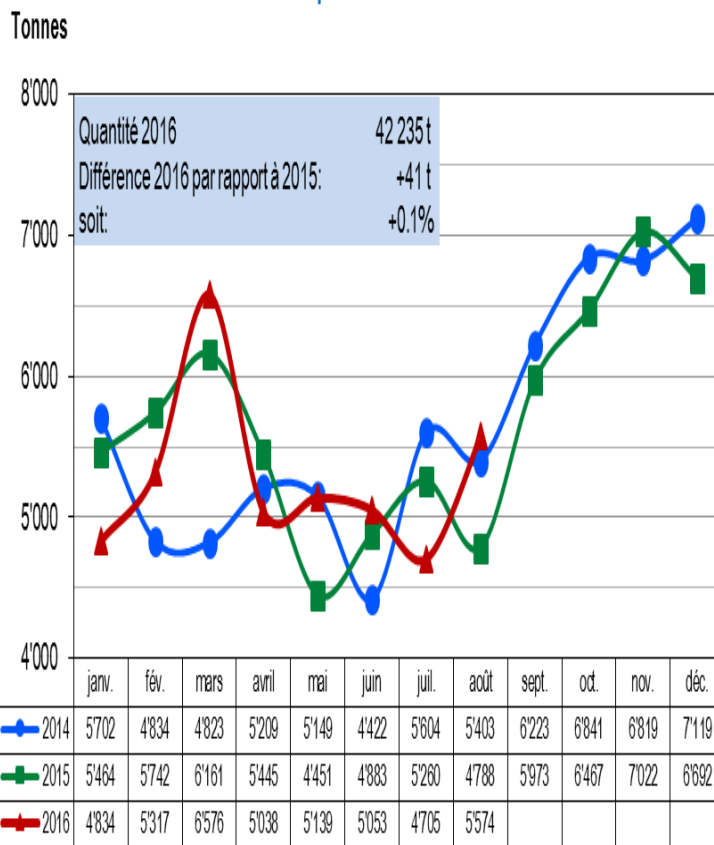
Lait bio: volumes et parts de marché en hausse

Transformation du lait bio	Transformation cumulée		Différence par rapport année précédente	
	janv.-juin 2015	janv.-juin 2016		
	tonnes	tonnes	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
Total fromage	39'935	43'178	3'243	8.1
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
Total transformation lait bio	102'617	108'210	5'593	5.5
Total production de lait bio	119'095	125'349	6'254	5.3

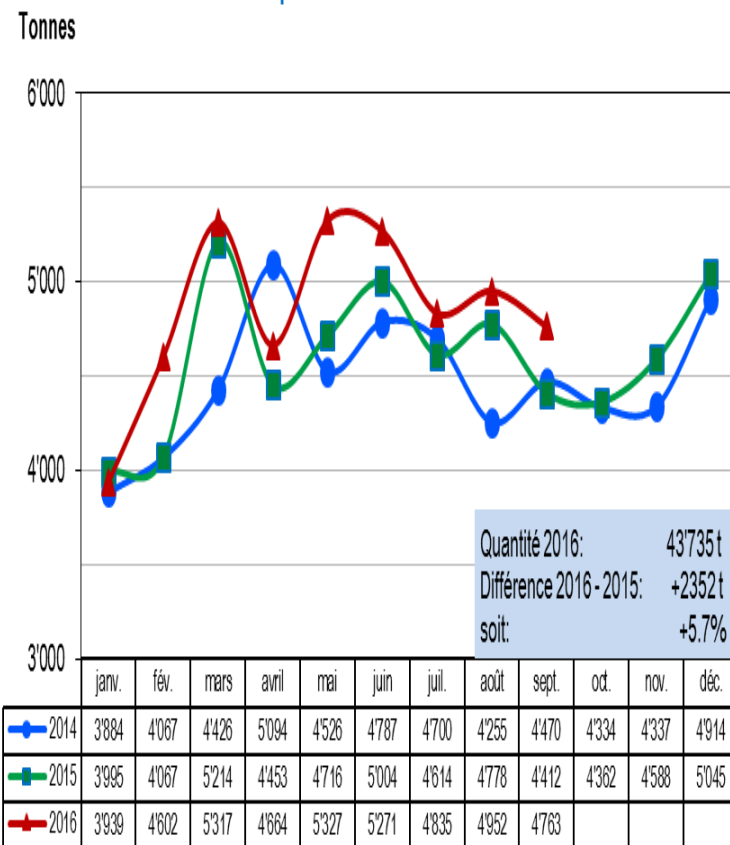


Commerce extérieur du fromage: l'évolution reste négative

Exportations de fromage Comparaison 2014-2016



Importations de fromage Comparaison mensuelle 2014-2016



swissmilk

© Graphique: rapport PSL, TSM, OSB, IPL, IP, Lait

© Graphique: rapport PSL, TSM, OSB, IPL, IP, Lait

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 des Laiteries Réunies LRG, Biomilchpool GmbH, Producteurs de lait PMO Biedermann, 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^{er} 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

Weststrasse 10
Case postale
CH-3000 Berne 6

Téléphone 031 359 51 11
Fax 031 359 58 53
lactofama@swissmilk.ch
www.lactofama.ch

Coordonnées bancaires :
BCBE SA, 3001 Berne
Compte n° 16.929.454.6.32
IBAN CH18 0079 0016 9294 5463 2

N° de TVA
CHE-435.655.758 TVA



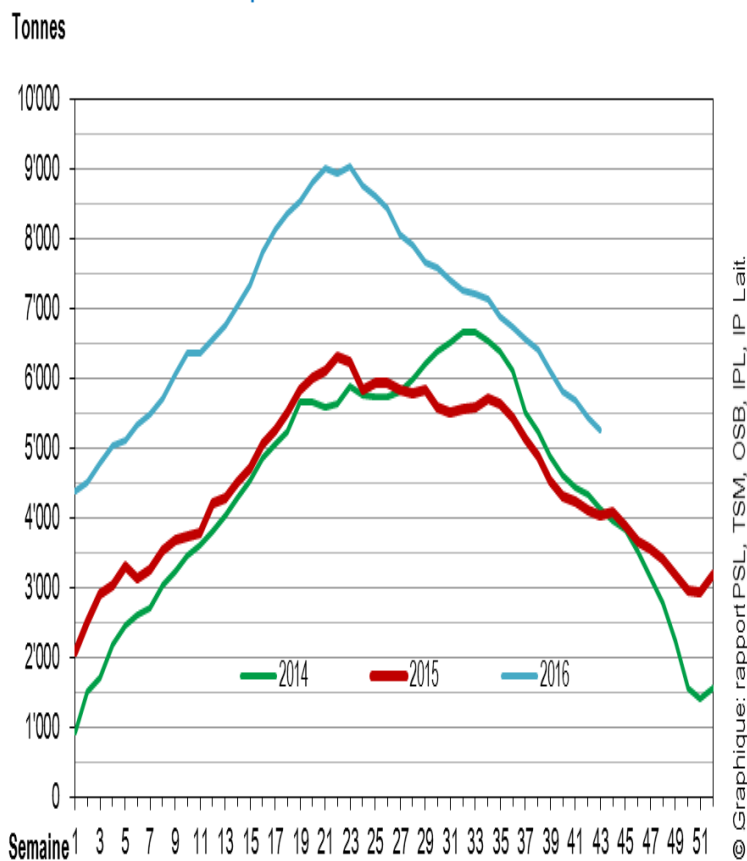
Lait C: la segmentation a été nettement mieux respectée en 2016!

Mois	Lait C	
	production	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		
Total cumulée année	85'884	97'235

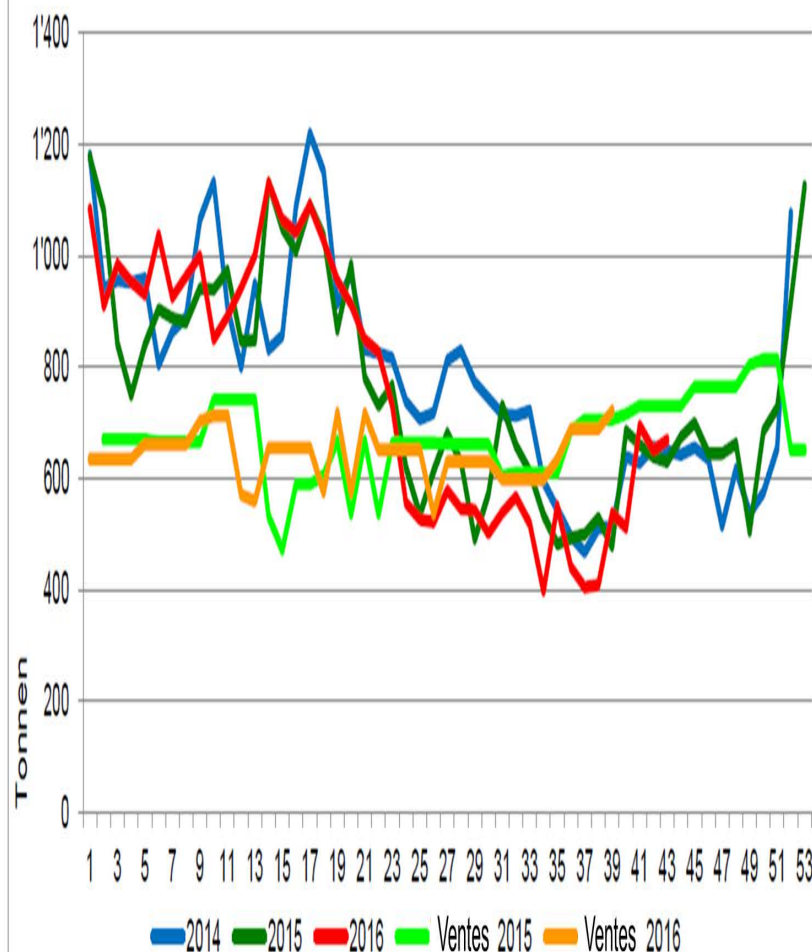


Stocks de beurre: volumes critiques – production?

Stocks de beurre
Comparaison hebdomadaire 2014 - 2016



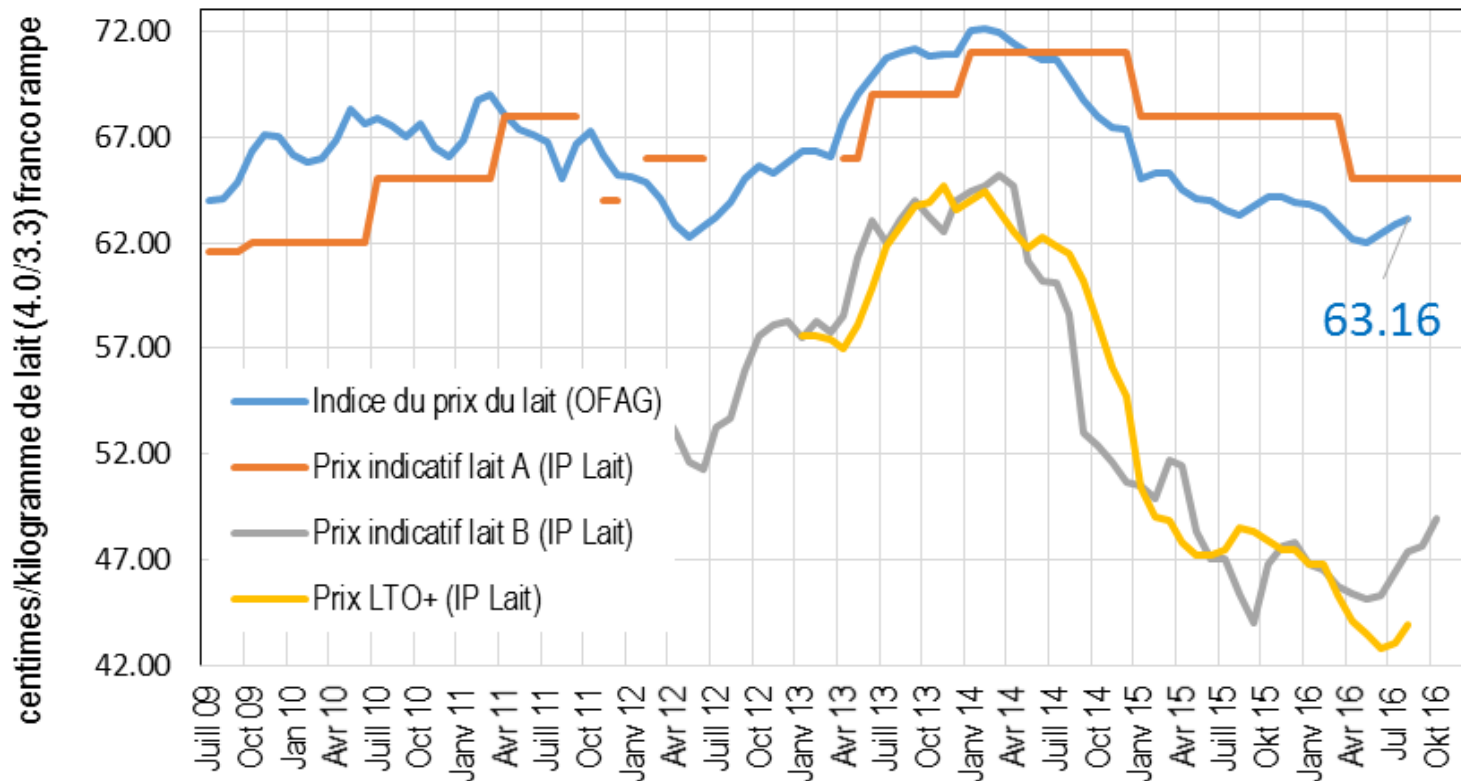
Production / Vente de beurre hebdomadaire 2014 - 2016



swissmilk

Perspectives pour le prix indicatif A?

Indices et prix indicatifs IP-Lait



swissmilk

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:

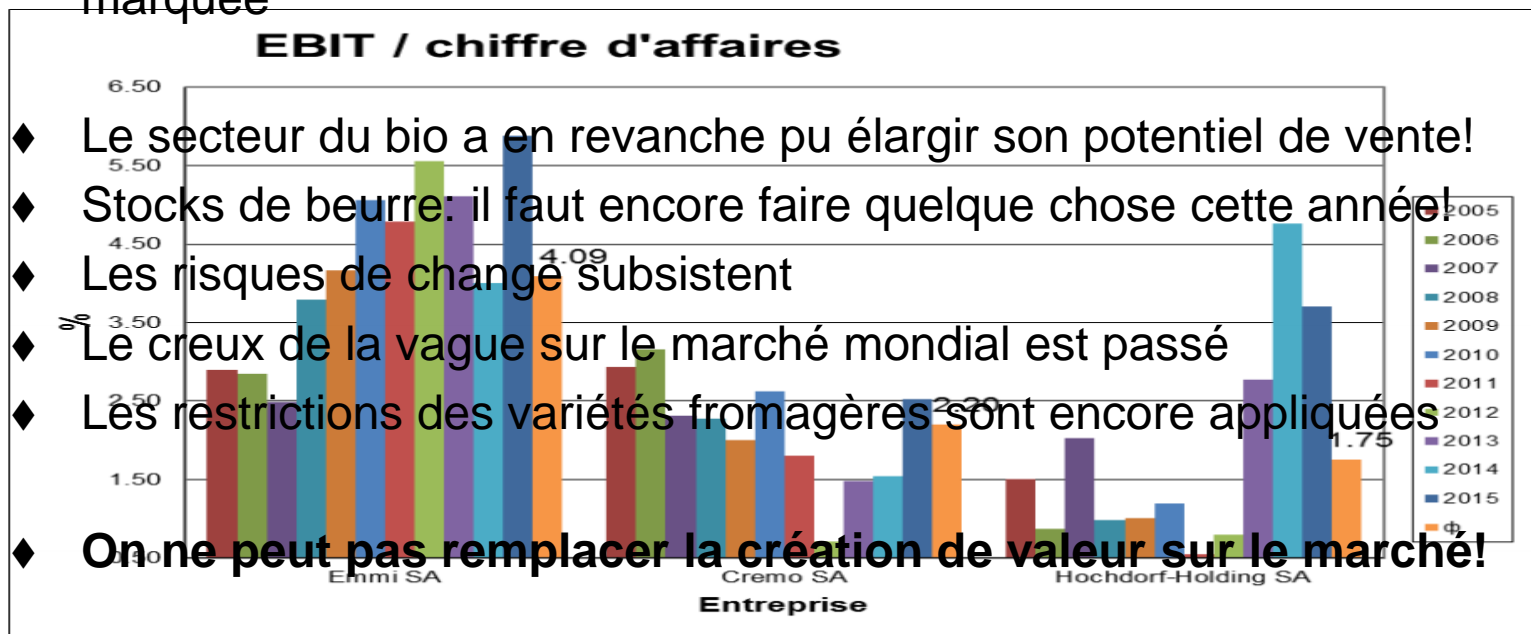
- l'amélioration des prix constatée sur les marchés internationaux ces derniers mois en raison d'une diminution de l'offre, en particulier dans l'UE;
- une probable baisse de la production de lait en Suisse;
- de très faibles quantités de lait C prévues pour 2017 par d'importantes organisations de commercialisation 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.



swissmilk

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



- ◆ Le secteur du bio a en revanche pu élargir son potentiel de vente!
- ◆ Stocks de beurre: il faut encore faire quelque chose cette année!
- ◆ Les risques de change subsistent
- ◆ Le creux de la vague sur le marché mondial est passé
- ◆ Les restrictions des variétés fromagères sont encore appliquées
- ◆ On ne peut pas remplacer la création de valeur sur le marché!



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
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	



Résultats du sommet du lait du 27 mai 2016

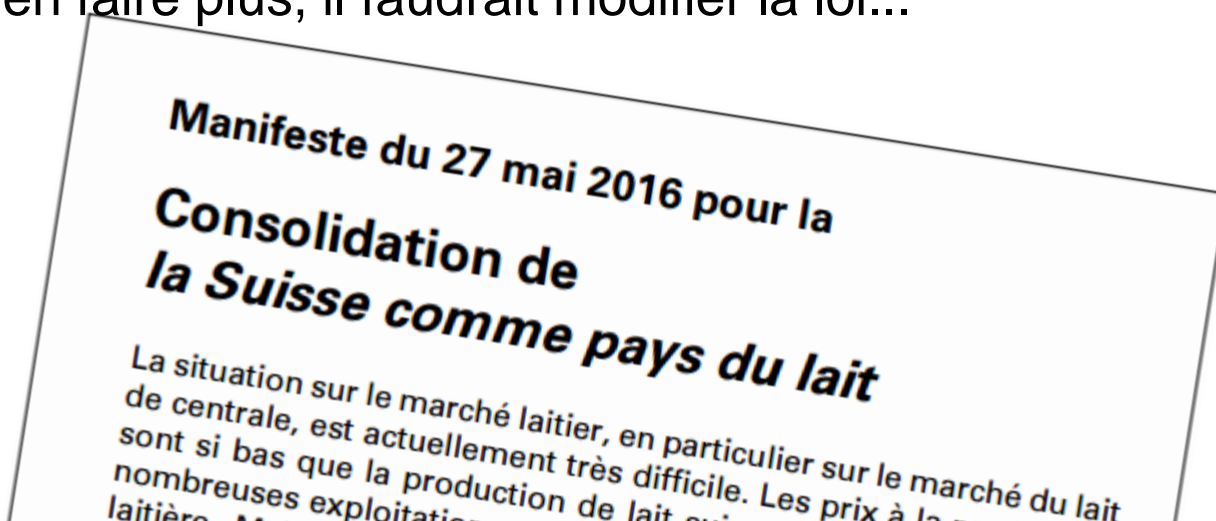
Activités politiques de grande importance

- ◆ 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...



swissmilk

7. - 11.11.2016



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»...!



swissmilk

Paielements 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

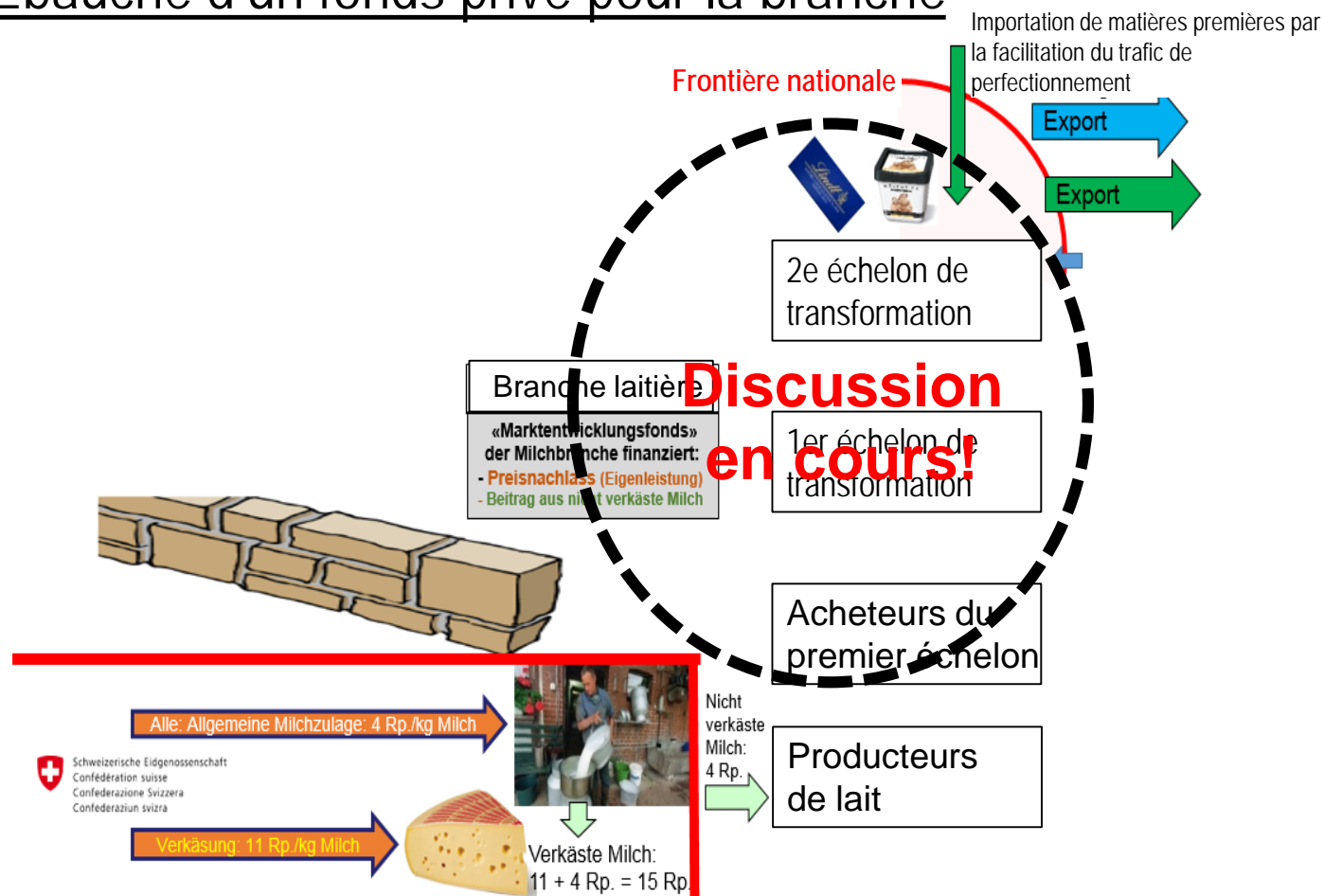
- Davantage axé sur les fourrages grossiers indigènes
- Ration: réduction de la part «basée sur les herbages» (p. ex. 60-65%)
- Simplification

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

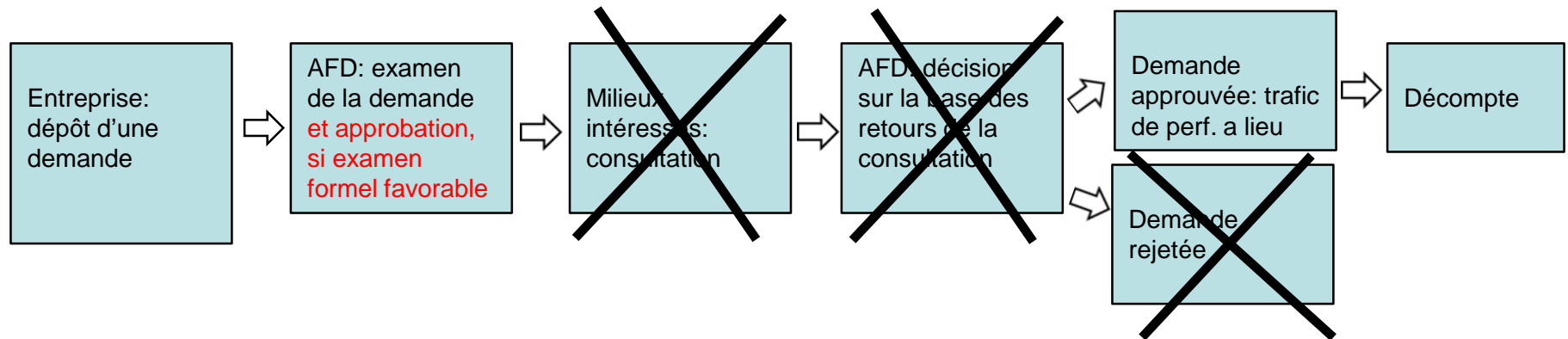


Remplacement de la loi chocolatière crucial pour les producteurs de lait

- ◆ 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)**
 - ¹ La Confédération ~~peut octroyer~~ **octroie** aux producteurs un supplément pour le lait commercialisé.
 - ² **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.~~
 - ³ **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



swissmilk

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 différenciation 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 and ammoniac
No net loss of biodiversity

DUURZAME ZUIVELKETEN



Market



Quality



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
 - ...



swissmilk

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



swissmilk

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



swissmilk

Forum du lait à Lausanne – 12 jours de Swissness – 1^{er} bilan

S M P • P S L



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



Concours International bovin



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	Halle 3, salle Rome
9 h 40	Lait suisse et valeur ajoutée	Stefan Kohler, gérant de l'IP Lait	
10 h	Avec le lait suisse, nous vendons de la valeur ajoutée	Roland Frefel, resp. Produits frais Coop	
10 h 20	Douze jours de « Swissness » en Suisse et à l'étranger	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



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
Paievements dir.	10 985	11 256	11 250
Total	13 278	13 792	13 560

Source: OFAG 2016



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
Total des économies	74.6	84.6	96.3	96.3	96.3



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		
Amélioration des bases de production et mesures sociales	168.5	153.6	-14.8	-8.8
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		
Production et ventes	443.6	443.6	0.0	0.0
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
Paielements directs	2809.0	2750.5	-58.5	-2.1







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

	Proposition Conseil fédéral	Requête USP	Plénium CdF-N 9-11 nov.	Plénium CdF-E 17-18 nov.	Session d'hiver CE et CN
Paielements directs	2750.5	2812.4			
Crédits d'investissement	7.0	7.0			
Améliorations structurelles	96.0	96.0			
Promotion de la qualité et des ventes	67.5	70.0			
Loi chocolatière	67.9	94.6			

Source: OFAG 2016, USP



Quatre initiatives agricoles (I)

	«Sécurité alimentaire»	«Fair Food»	«Souveraineté alimentaire»	«Vaches à cornes»
				
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



swissmilk

Source: OFAG 2016

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»
				
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer la production indigène de denrées alimentaires • Protection des terres cultivables • Faible charge administrative • Sécurité du droit et des investissements 	<ul style="list-style-type: none"> • Normes de durabilité CH pour les importations • Avantage économique pour les denrées issues de l'agriculture, du commerce équitable et de production régionale et saisonnière • Réduction du gaspillage de denrées alimentaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Agriculture diversifiée basée sur des petites exploitations • Approvisionnement régional • Protection des terres cultivables • Normes de durabilité CH pour les importations • Prix et revenus équitables • CCT pour les employés agricoles • Interdiction des OGM 	Promotion financière des animaux à cornes suivants <ul style="list-style-type: none"> • Vaches • Taureaux d'élevage • Chèvres • Boucs

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

«Retenue»

«Retenue»

Pas dans la Constitution fédérale!

Source: OFAG 2016



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
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	



Marketing pour le lait et les produits laitiers

Stefan Arnold, directeur du marketing FPSL



swiss**milk**

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



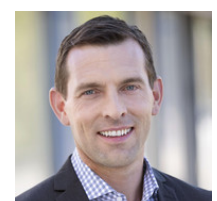
Relations publiques
Barbara Paulsen Gysin



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



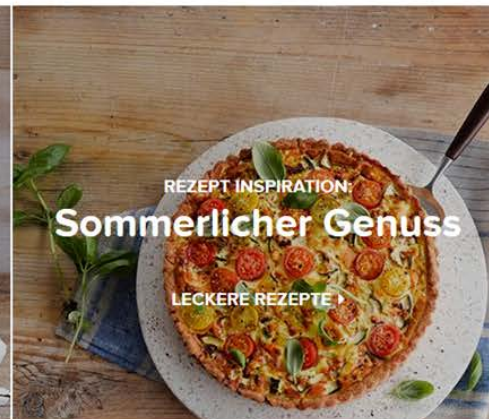
Unsere Produkte Rezepte Pflanzenkraft Smoothie Maker



Smoothies mit Alpro

So bunt wird der Sommer!

JETZT SMOOTHIE KREIEREN >



Auf dieser Webseite werden Cookies eingesetzt. Einstellungen [ändern](#).



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



Grenzwache
Garde-frontière
guardia di confine

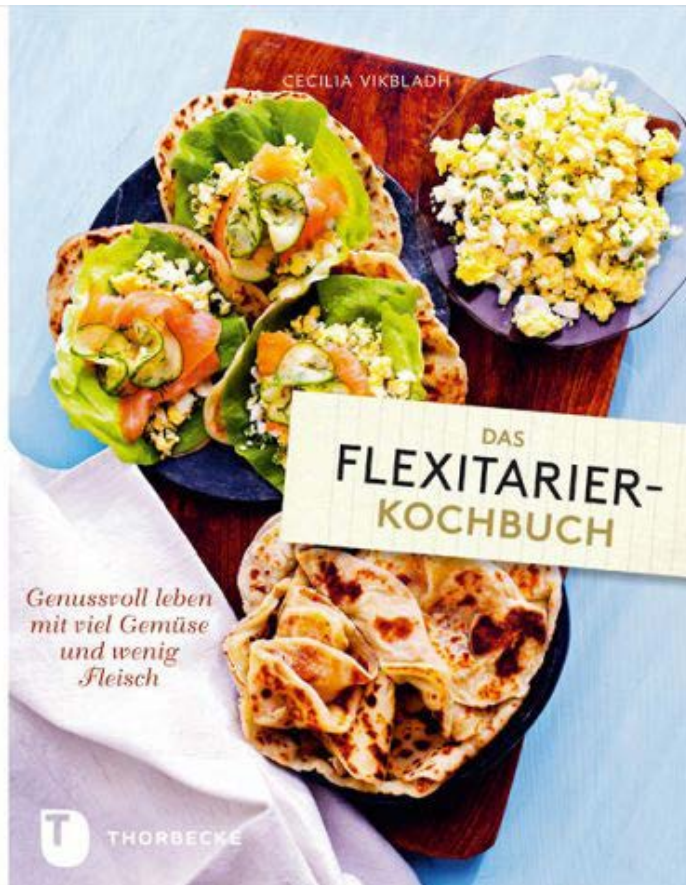


Schweiz. Natürlich.



swissmilk

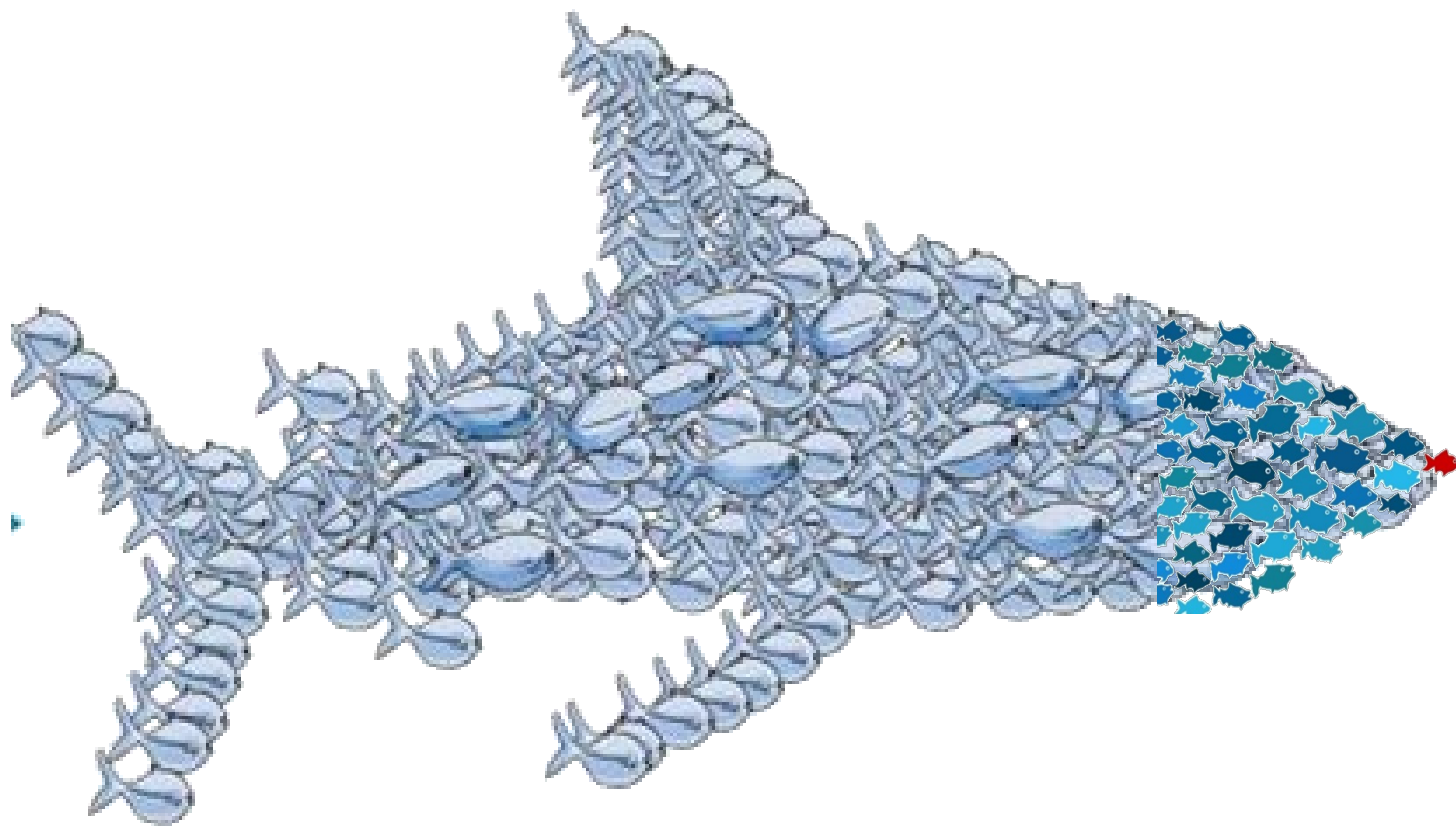
50% des consommateurs se déclarent flexitariens



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**



**Enfants
(1-12 ans)**

**Adolescents &
jeunes adultes**

**Familles avec
enfants**



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

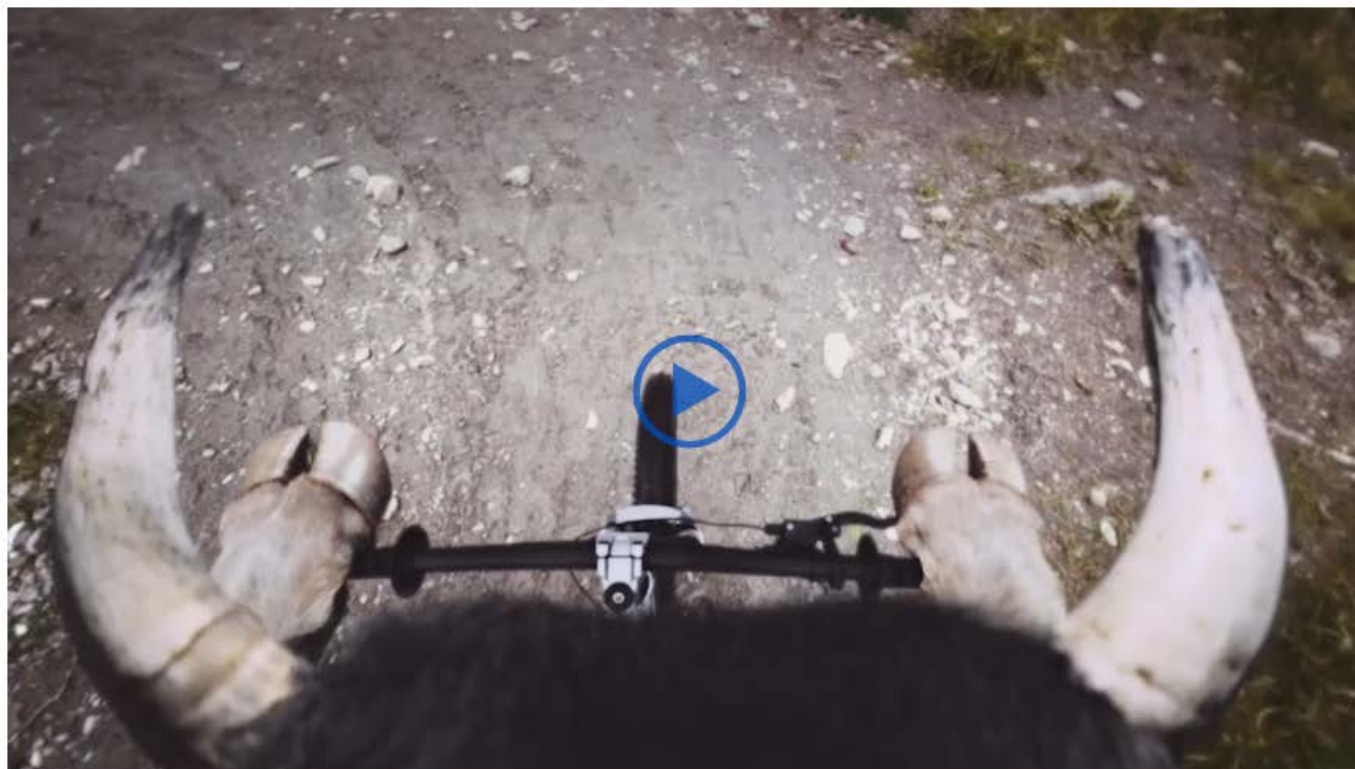






Es-tu en forme? Montre-le-nous. Télécharge. Vote. Et gagne!

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



**CONTENT
PUSH**

La plateforme digitale

Blog motivant
Recettes sympas
Informations pratiques



PULL TRAFFIC

Les contenus

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

**Un post tous les
deux jours**

**CONTENT
PUSH**



Nos canaux Content-Push

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







swiss
milk

Schweiz. Natürlich.



SUISSE
GARANTIE



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Viele weitere tolle Prämienartikel
unter 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.

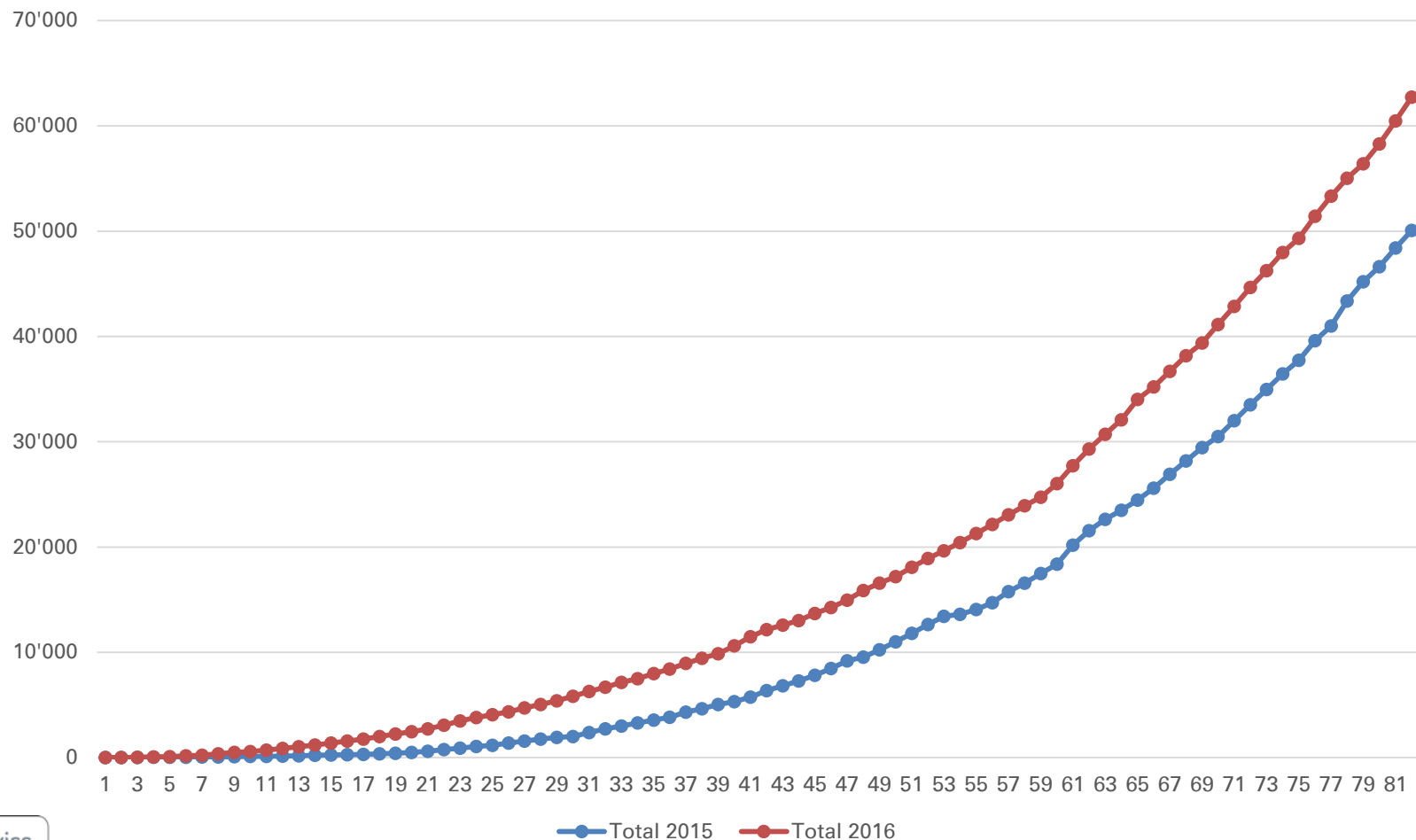
Éventail des primes, collecteur de points et informations par téléphone au 031 359 57 28 ou sur www.swissmilk.ch

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



Courbe de retour / total du nombre de primes

Comparaison des 89 premiers jours



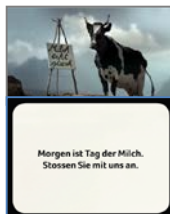
Schweiz. Natürlich.



swissmilk

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

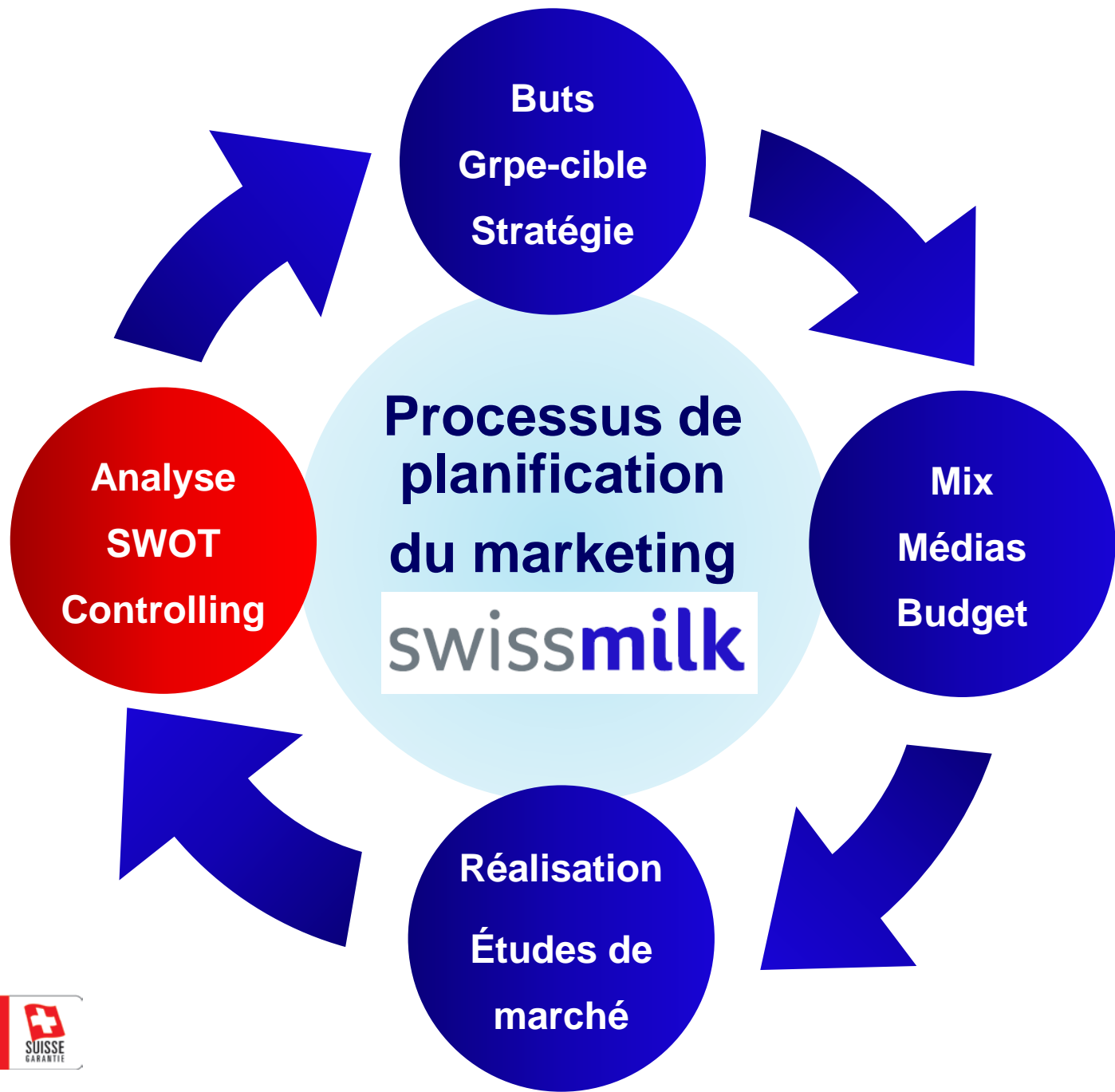


Affiches foot dès la mi-juin



Fête des Mères 8.5







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

Production

- Les quantités sont en recul actuellement, mais la situation est trompeuse
- Il faut encore réduire les stocks de beurre, sinon le début de l'année 2017 sera difficile



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

