

Forum du lait PSL/ZMP «Quel lait pour demain?»

Des labels crédibles pour renforcer la confiance des consommateurs-trices



Prisca Birrer-Heimo, conseillère nationale (LU), présidente de la Fondation suisse pour la protection des consommateurs

Labels pour le lait en Suisse

KONSUMENTEN
SCHUTZ
engagiert. unabhängig.



Association Heumilch
Schweiz



Lait des prés IP-Suisse



Lait bio (bourgeon) Bio Suisse



Di fair Milch



Fair



Fairmilk Aldi Suisse



Pro Montagna



De la région



Demeter



Suisse Garantie



Produit suisse de montagne



Terra Suisse



Swiss milk inside

Faites votre choix!

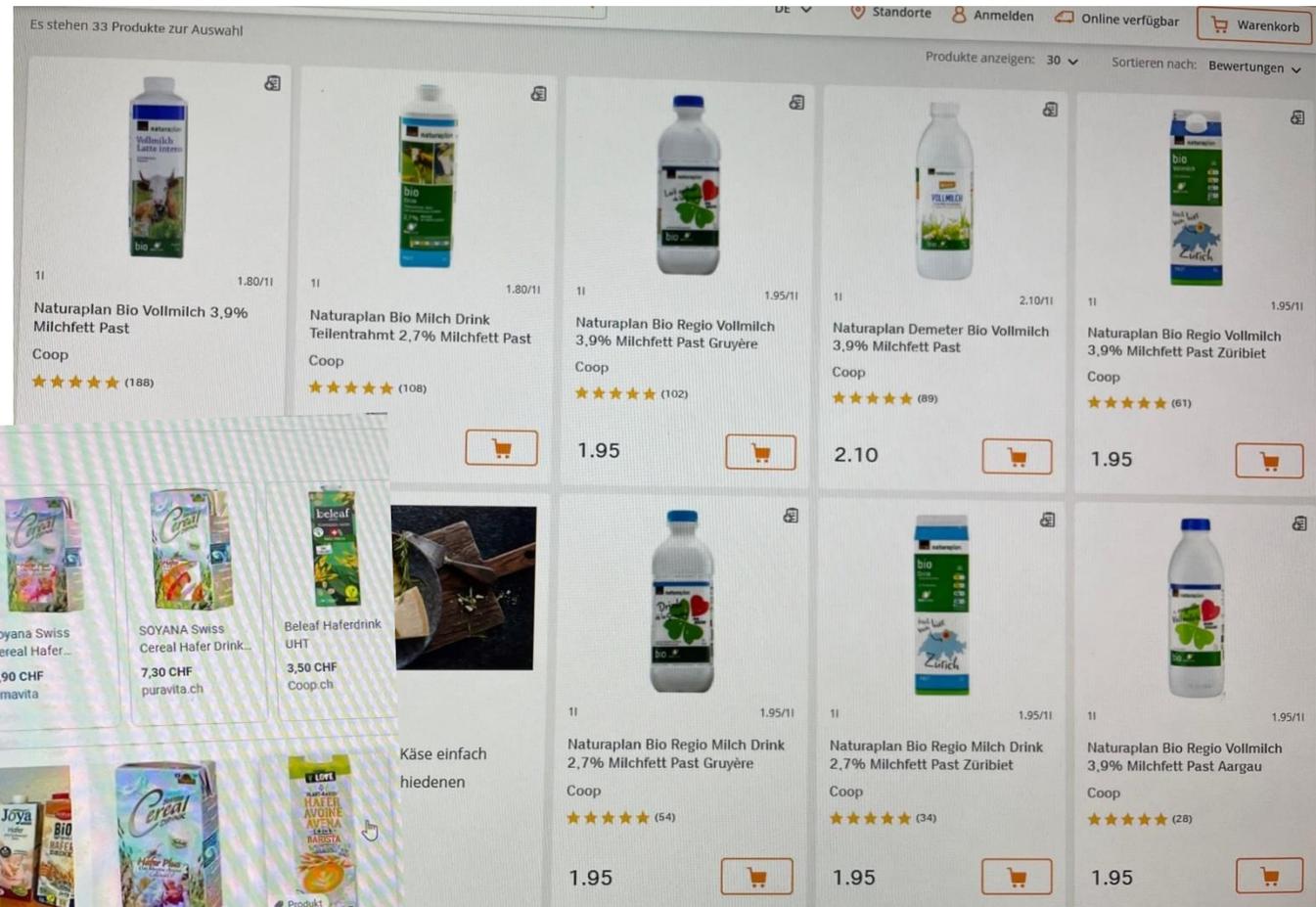
**KONSUMENTEN
SCHUTZ**
engagiert. unabhängig.



L'embarras du choix sur les shops en ligne!

KONSUMENTEN SCHUTZ
engagiert. unabhängig.

Lait frais: 33 produits
Lait: 213 produits
Végane: 71 produits

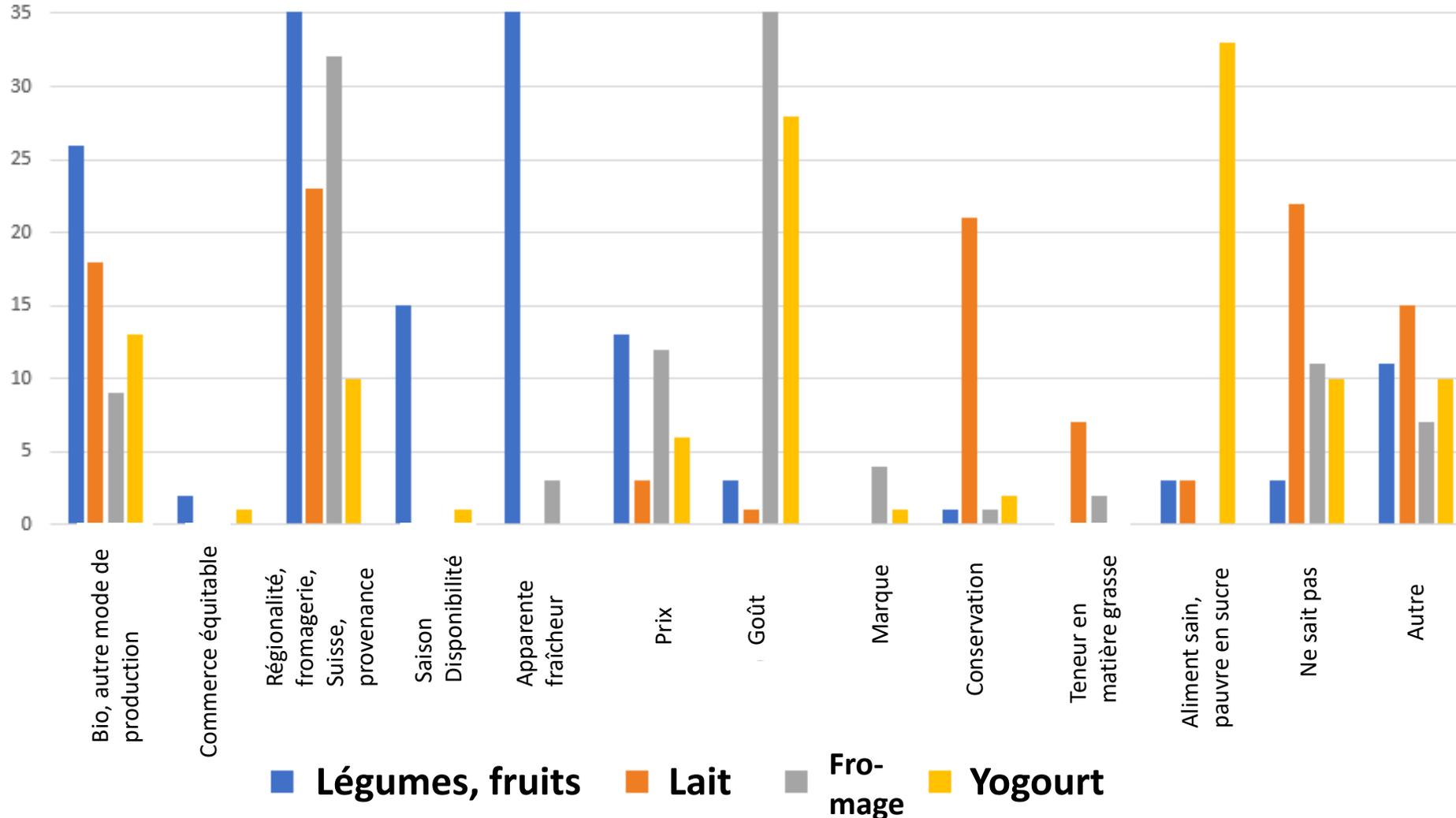


Google, 18.11.2021

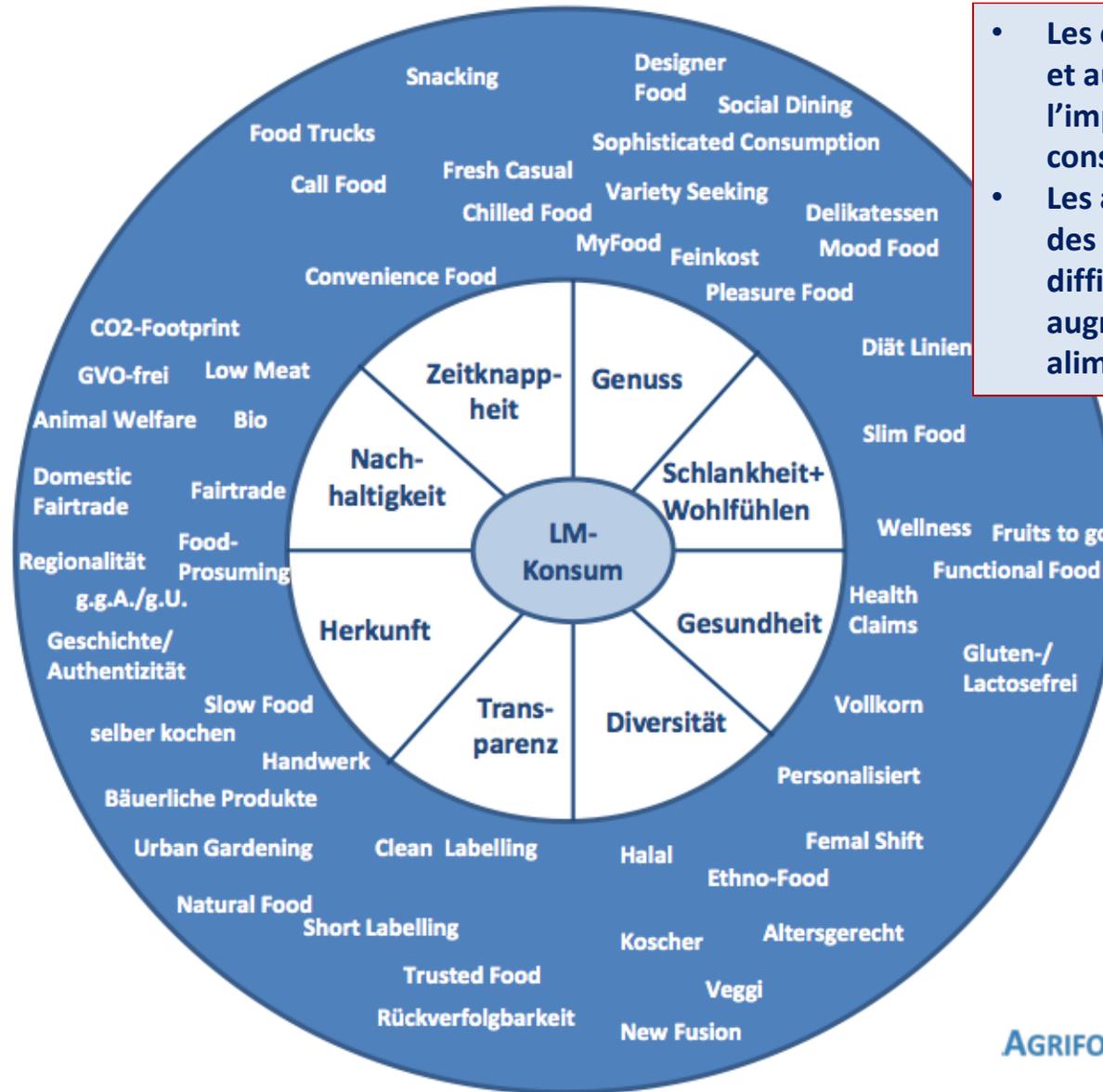
Coop online, 18.11.2021

Y voyez-vous clair? Critères d'achat?

À quoi faites-vous attention lorsque vous achetez...?



Roue des tendances pour les denrées alimentaires: motifs d'achat au-delà du prix



- Les critères touchant à la confiance et au processus prennent de l'importance pour beaucoup de consommateurs·trices.
- Les arguments de vente basés sur des critères de qualité, et donc difficiles à vérifier, sont en nette augmentation sur le marché alimentaire.

**KONSUMENTEN
SCHUTZ**
engagiert. unabhängig.



WWF Milch-Benchmark

WWF Benchmark von Schweizer Milchproduktionsstandards 2019

Schweizer Milchproduktionsstandards

Aperçu du taux de respect (en %) des critères du standard en termes de contenu et de gouvernance

Standard	Gouvernance	Contenu
Directives légales générales (PER)	pas évalué	6
Origin Green	44	27
aldi Fairmilk	28	20
Bio Suisse	80	75
Coop Milch-Programm	22	53
di fair Milch	26	19
Fair	26	53
Heumilch Schweiz	59	33
IP Suisse Wiesenmilch (Grundanforderung)	83	50
IP Suisse Wiesenmilch (Zusatzleistungen)	83	50 - 77
Nachhaltige Milch Migros (Grundanforderung)	70	39
Nachhaltige Milch Migros (Zusatzleistungen)	70	39 - 63
Suisse Garantie	65	11
Swiss family Milk (Grundanforderung)	20	36
Swiss family Milk (Zusatzleistungen)	20	36 - 53
«swissmilk green»	39	36

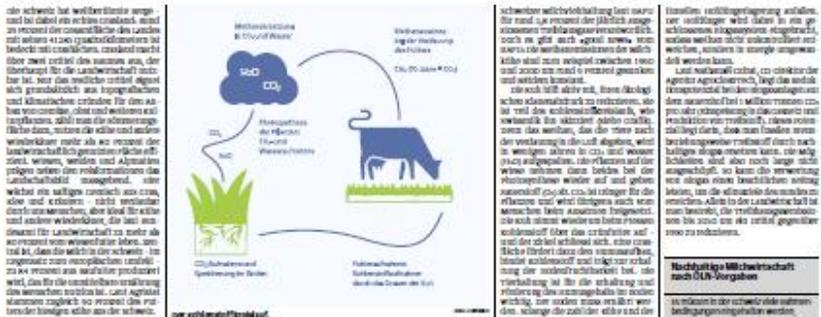
- >86% einer Kategorie/eines Bereichs erfüllt
- 34-86% einer Kategorie/eines Bereichs erfüllt
- <33% einer Kategorie/eines Bereichs erfüllt
- Musterung = möglicher Punkte-Bereich





Passen Klimaschutz und Kuhmilch zusammen?

Milch und Milchprodukte sind optimal für eine gesunde und ausgewogene Ernährung. Aber Kühe produzieren auch Methan, ein Treibhausgas. Ist somit Milch gar nicht gut fürs Klima? Wie verträgt sich das? Da kommen spannende biologische Kreisläufe ins Spiel.



Nachhaltige Beweidung
 Eine nachhaltige Beweidung ist wichtig, um die Umwelt zu schonen. Sie bedeutet, dass die Weiden so genutzt werden, dass sie sich regenerieren können. Dies geschieht durch eine gezielte Auswahl der Tiere und eine zeitliche Begrenzung der Weidung.

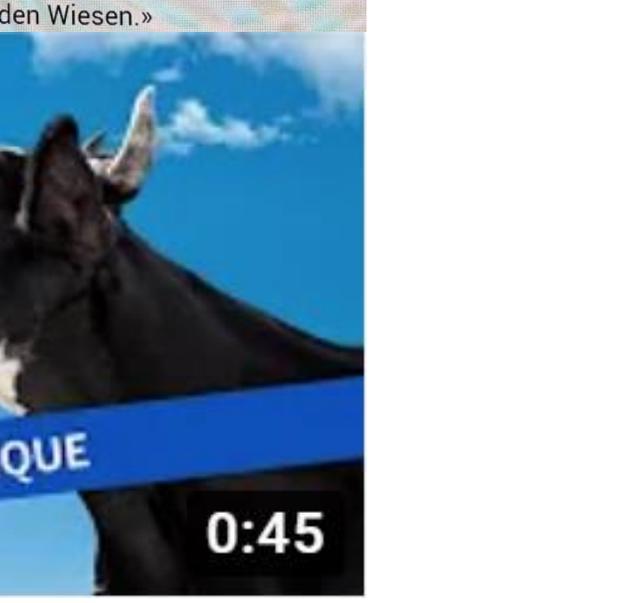
Die Klimaauswirkungen reduzieren
 Aber es ist kein einfaches Ziel, die Klimaauswirkungen der Milchproduktion zu reduzieren. Dies erfordert eine Kombination aus verschiedenen Maßnahmen, wie der Optimierung der Fütterung und der Zucht.

schweizer Milchviehhaltung. Das ist ein Prozess, bei dem die Tiere in der Weide grasen und die Milch in der Farm verarbeitet wird. Dieser Prozess ist nicht nur für die Produktion von Milch wichtig, sondern auch für die Erhaltung der Landschaft und der Biodiversität.

Einige Erwartungen hat Potenzial
 Es gibt einige Bereiche, in denen die Milchproduktion nachhaltiger werden könnte. Dazu gehören die Optimierung der Fütterung und die Zucht von Tieren, die weniger Methan produzieren.

Einzelne, vielfältige Ökosysteme aufbauen, um die Biodiversität zu fördern. Dies ist ein wichtiger Aspekt der nachhaltigen Landwirtschaft, der dazu beiträgt, die Widerstandsfähigkeit der Ökosysteme zu erhöhen.

Nachhaltige Milchwirtschaft nach CHL-Vorgaben
 Die Schweizerische Eidgenossenschaft hat Richtlinien für eine nachhaltige Milchwirtschaft entwickelt. Diese Richtlinien zielen darauf ab, die Umwelt zu schützen und die Qualität der Milch zu verbessern.



SPOT PUBLICITAIRE
LOVELY ET LE CYCLE ÉCOLOGIQUE

0:45

KONSUMENTEN SCHUTZ
engagiert. unabhängig.

Lauterkeitskommission prüft Milch-Werbung

Pascal Sigg / 12.11.2021 Milch fördern die Biodiversität, sagt Swissmilk in einer aktuellen Kampagne. Darüber hat sich Pro Natura beschwert.

Die Schweizer Kuhmilchwirtschaft fördere die Biodiversität, sagt Swissmilk, der Verband der Schweizer Milchproduzenten, in einer aktuellen Kampagne. Diese Kampagnenbotschaft hat Pro Natura kürzlich bei der Lauterkeitskommission beanstandet. «Die Aussagen des SMP sind fachlich ganz klar falsch. Herr und Frau Schweizer werden irreführt», schreibt Marcel Liner, Landwirtschaftsexperte von Pro Natura in der entsprechenden Mitteilung. Tatsächlich schädige die heute in der Schweiz praktizierte intensive Milchproduktion eindeutig die Biodiversität.

Der Verband Schweizer Milchproduzenten verbreitet in einem aktuellen Werbevideo und auf Plakaten: Schweizer Kühe fördern das CO₂-Bindepotenzial und die Biodiversität von Schweizer Wiesen. Auf der Swissmilk-Website heisst es: «Unsere Weiden tragen zu einer hohen Artenvielfalt bei. Eine vielfältige Vegetationsstruktur fördert dabei die Biodiversität der Flora und Fauna in den Wiesen.»



Le greenwashing et la profusion de labels nuisent à la branche



Signes de greenwashing:

- utilisation de termes non définis tels que «naturel», «durable», «green», «responsable», «issu d'un partenariat», etc.
- un seul aspect du produit est mis en avant comme étant durable, p. ex. l'emballage, ou un seul ingrédient, p. ex. l'huile de palme certifiée RSPO
- le produit est placé près des produits bio alors qu'il ne respecte qu'un aspect, par exemple une production sans pesticides
- les directives de production durable des aliments et des matières premières ne sont pas affichées sur le site web
- marques et gammes de produits qui font penser à un label visuellement, mais qui n'offrent aucune plus-value ou très peu, comme certaines gammes de produits de montagne, etc.

Ne pas en faire trop, mais faire les choses bien en étant crédible!

Derrière un label crédible se cachent beaucoup de travail, des critères et processus clairement définis et des contrôles indépendants réguliers.

=> Voilà comment les labels renforcent la confiance des consommateurs·trices!