SMP·PSL
Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producents Svizzers da Latg

Rapport annuel 2022

sur l'exécution et l'effet des mesures d'entraide de PSL

à l'attention de

Office fédéral de l'agriculture OFAG
Schwarzenburgstrasse 165
3003 Berne

Berne, le 15 juin 2023

Tables des matières

Remarques préalables et résumé ____ 3
1. Nombre de producteurs non-membres concernés par l'extension des mesures ____ 3
2. Contributions perçues auprès des non-membres en 2022 ____ 4
3. Membres et non-membres ayant refusé de payer les contributions ____ 5
   a) Nombre ____ 5
   b) Raisons invoquées pour justifier le refus ____ 5
   c) État des procédures engagées à l'encontre de ces producteurs ____ 6
   d) Explications sur l'évolution par rapport à 2021 ____ 6
4. Preuve de la vérification par un organisme de révision indépendant de l'utilisation correcte des contributions versées par les non-membres ____ 6
5. Manières de prendre en compte les produits écoulés en vente directe et d'informer les non-membres de leurs droits en matière de vente directe ____ 7
   a) Exploitations à l'année ____ 7
   b) Exploitations d'estivage ____ 7
6. Moyens financiers ____ 9
   a) Total des moyens financiers disponibles pour les mesures communes (membres et non-membres) ____ 9
   b) Utilisation des moyens financiers pour les mesures communes, désignation des diverses activités et montant correspondant ____ 9
   c) Compte de résultat et bilan ____ 10
7. Liste des entreprises ayant mis en œuvre les mesures, c'est-à-dire ayant utilisé les contributions perçues ____ 10
8. Évaluation des mesures et de leur efficacité (effets positifs et négatifs, difficultés de mise en œuvre, possibilités d'amélioration de l'instrument d'extension des mesures d'entraide) ____ 10
Annexes : ____ 11
   a) Bilan, compte de résultat et rapport de révision 2022 du Fonds de marketing (AD 2023) ____ 11
   b) Annexe pour l'assemblée des délégués de PSL du 12 avril 2022 ; Fonds de financement du marketing générique ____ 11
   c) Annexe pour l'assemblée des délégués de PSL du 12 avril 2022 ; marketing générique en faveur du fromage suisse ____ 11
   d) Procès-verbal de l'assemblée des délégués du 12 avril 2022 ____ 11
   e) Collaboration Bio Suisse – PSL (lettre du 7 décembre 2022 ; annexe pour la séance du comité de PSL du 2.2.2023) ____ 11
   f) Rapport de Bio Suisse sur l'utilisation des moyens qui lui ont été versés par PSL, issus des contributions de force obligatoire générale pour la commercialisation du lait de 2022 ____ 11
   g) Accord SSEA – PSL à partir de 2008/09 ____ 11
   h) Règlement « Mesures régionales » de Fromage d'alpage suisse ____ 11
   i) Comptes 2022 de Fromage d'alpage suisse avec commentaire ____ 11
   j) Copie d'une facture aux non-membres avec référence aux articles 1 et 12 de l'OIOP (à partir de mars 2020) ____ 11
   k) Modèle de lettre SSEA – PSL : contributions d'entraide sur le lait d'alpage : détermination annuelle du volume écoulé en vente directe ____ 11

Remarques préalables et résumé

Le 24 novembre 2021, le Conseil fédéral (sur la base de l'ordonnance du 30 octobre 2002 sur les interprofessions et les organisations de producteurs, RS 919.117.72) a prorogé, jusqu'en 2025, la force obligatoire générale accordée aux mesures d'entraide de la fédération des Producteurs Suisses de Lait (PSL) destinées à promouvoir les ventes de produits laitiers (Fonds de marketing – PSL) et les exportations de fromage (marketing générique en faveur du fromage suisse – SCM).

Le présent rapport établi à l'intention de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) rend compte de la provenance et de l'utilisation des moyens en 2022 (année civile). Il se réfère aux exigences notifiées dans la lettre de l'OFAG du 13 juin 2023. Si des questions ont déjà fait l'objet de réponses dans d'autres rapports adressés à l'OFAG, à la Commission « Fromage d'alpage » ou aux délégués de PSL, nous nous permettons de renvoyer le lecteur à ces documents. Les documents correspondants préparés pour l'assemblée des délégués de PSL et la Commission « Fromage d'alpage » sont joints au présent rapport.

1. Nombre de producteurs non-membres concernés par l'extension des mesures

L'affiliation de chaque producteur de lait à une organisation régionale de producteurs et à PSL est enregistrée depuis le 1er mai 2006 dans la BD Lait de TSM Fiduciaire Sàrl (tableau 1). Ces informations sont déterminantes pour l'encaissement des contributions. Les membres sont comptés sur la base de l'ensemble des contrats d'achat de lait (numéros d'exploitation). Un producteur de lait peut avoir plusieurs numéros d'exploitation (p. ex. exploitation à l'année et exploitation d'estivage). C'est pourquoi le total indiqué dans le tableau est plus élevé que le nombre effectif de producteurs de lait en Suisse. L'affectation des membres aux différentes organisations régionales de producteurs est assurée par l'organisation compétente chargée de l'encaissement. Les producteurs qui n'appartiennent à aucune organisation régionale et qui versent leurs contributions directement à PSL sont comptabilisés sous la rubrique Producteurs Suisses de Lait PSL. Les producteurs qui versent les contributions à PSL sont indiqués dans la colonne des membres. L'OPU Chasseral est gérée par MIBA.
Les producteurs de lait ne livrent pas tous du lait chaque mois. Le tableau 1 concerne donc toute l'année 2022. Si un producteur de lait a changé de service d'encaissement en cours d'année, l'exploitation est attribuée au service d'encaissement concerné par le volume de lait commercialisé le plus élevé. Concernant la question de l'obligation intégrale de contribuer, le jour de référence est le 31 décembre 2022.

Tableau 1 : Membres et non-membres de PSL, exploitations d'estivage comprises

Nom de l'organisation d'encaissement obligation intégrale de contribuer	**2021**		**2022**	
	oui	non	oui	non
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	4'670	4	4'541	11
ASMK ZMP	3'233	7	3'145	2
aaremilch AG	2'599	49	2'336	3
Verein Mittelland Milch	1'747	2	1'711	1
MIBA Genossenschaft	1'255	0	1'202	0
Thurgauer Milchproduzenten	744	5	724	2
Fédération des soc. fribourg. de laiterie FSFL	1'489	687	1'444	8
PROLAIT - fédération laitière	1'109	3	1'080	1
Laiteries Réunies de Genève	68	0	62	0
Féd. laitière Valaisanne FLV-WMV	529	5	521	2
Federazione Ticinese Produttori di Latte	149	0	141	1
SMP Schweizer Milchproduzenten	934	1'184	1'210	1'865
Total	**18'526**	**1'946**	**18'117**	**1'896**
Total membres et non-membres	**20'472**		**20'013**	
Part en pourcentage	**90.49%**	**9.51%**	**90.53%**	**9.47%**

Source: BD Lait, avril 2023, PSL

En 2022, la part des producteurs non-membres est restée semblable à celle de 2021. Les non-membres qui étaient enregistrés auprès de la Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie (FSFL) en 2021 sont enregistrés sous PSL en 2022. Il s'agit principalement de producteurs de lait du canton de Berne qui livrent leur lait au transformateur fribourgeois Cremo SA, qui se sont réunis en 2019 au sein de l'organisation « Verein der Berner-Milchproduzenten der CREMO AG (VBMC) ». Lors de l'assemblée des délégués de PSL du 12 avril 2023, VBMC a été accepté en tant que nouveau membre de PSL à compter du 1er mai 2023. Avec l'affiliation de cette organisation à PSL (916 producteurs·trices de lait), le nombre de non-membres diminuera encore au 1er mai 2023 pour atteindre à nouveau la moitié.

2. Contributions perçues auprès des non-membres en 2022

Les contributions correspondent aux chiffres du bouclement comptable de PSL. Les contributions en souffrance y figurent à part.

Tableau 2 : Contributions 2022 des producteurs membres et non-membres

	Quantité	Taux	Montant	Montant (arr.)	Pourcent.
	tonnes	ct./kg	CHF	CHF	%
Fonds de marketing / Membres					
janvier à décembre 2022	3'047'468	0.525	15'999'207	15'999'000	
Total	**3'047'468**		**15'999'207**	**15'999'000**	
Marketing export. Fromage / Membres					
janvier à décembre 2022	3'047'468	0.200	6'094'936	6'095'000	
Total	**3'047'468**		**6'094'936**	**6'095'000**	
Fonds de marketing / Non-membres*					
janvier à décembre 2022	312'664	0.525	1'641'486	1'641'000	
Total	**312'664**		**1'641'486**	**1'641'000**	
Marketing export. Fromages / Non-membres*					
janvier à décembre 2022	312'664	0.200	625'328	625'000	
Total	**312'664**		**625'328**	**625'000**	
Contributions non-membres					
Contributions Fonds de Marketing			1'641'486	1'641'000	
Contributions Marketing export. Fromage			625'328	625'000	
Total contributions non-membres			**2'266'813**	**2'266'000**	**9.31%**
./.Contributions contestées (procédures 2022)			61'635	62'000	0.25%
Contributions non-membres sans procédure			**2'205'179**	**2'204'000**	**9.05%**
Résumé					
Contributions Marketing membres			15'999'207	15'999'000	
Contributions Marketing non-membres			1'641'486	1'641'000	
Total Contributions Fonds de marketing			**17'640'692**	**17'640'000**	
Contributions marketing exprt. Fromage membres			6'094'936	6'095'000	
Contributions marketing exprt. Fromage non-membres			625'328	625'000	
Total contributions marketing export. Fromage			**6'720'264**	**6'720'000**	
Total contributions d'entraide membres et non-membres			**24'360'956**	**24'360'000**	**100.00%**

Le total des contributions des producteurs figurant au compte de résultat du Fonds de marketing (2022) est de 17,506 millions de francs. La différence par rapport au montant indiqué dans le tableau 2 ci-dessus (total des contributions au Fonds de marketing :17,640 millions de fr.) s'explique par les corrections de valeur et les différences de régularisation.

Dans le **tableau 2** figurent toutes les contributions, y compris celles des exploitations biologiques, versées à Bio Suisse. Le versement contractuel à Bio Suisse correspond au montant net selon contrat (montant = 0,525 × quantité de lait commercialisée et transformée en produits bio moins

frais d'encaissement directs de tiers, au pro rata). Contrairement à d'autres organisations, PSL n'impute pas de frais d'encaissement pour ses propres activités à Bio Suisse.

Le **tableau 2** recense également la contribution (nette) versée à SCM. Cette contribution correspond à la quantité totale de lait commercialisée multipliée par 0.2 centime par kilo. Rappelons par ailleurs que PSL ne facture pas de frais d'encaissement à SCM pour ses propres activités. Dans certains cas cependant, des fromagers et des transformateurs de lait déduisent pour eux-mêmes des frais d'encaissement, que nous ne répercutons pas plus loin. SCM est au courant. Parfois, seule la force obligatoire générale permet de réaliser l'encaissement.

3. Membres et non-membres ayant refusé de payer les contributions

Les statuts de PSL prévoient que le paiement des contributions votées par l'assemblée des délégués est obligatoire pour tous les producteurs affiliés à PSL. Si un membre refuse de payer les contributions dues après deux rappels, il est d'abord exclu de PSL par l'intermédiaire des organisations régionales de producteurs. Une fois l'exclusion effective, PSL rend une décision sur les contributions d'entraide. Par conséquent, les producteurs qui refusent de verser les contributions d'entraide sont tous sans exception des non-membres de PSL.

a) Nombre

En 2022, 39 procédures ont été clôturées. Il reste 34 cas en suspens.

Tableau 3 : État d'avancement des procédures au 31 décembre 2022

	2021	2022
Procédures closes avec décision	29	7
Procédures closes avec poursuites	2	3
Procédures closes avec recours administratif	0	29
Total procédures closes	**31**	**39**
Procédures avec décision en suspens	44	27
Procédures avec poursuites en cours	0	2
Procédures avec recours administratif en suspens	0	1
Procédures en cours de clarification	0	4
Total procédures en suspens à la fin de l'année	**44**	**34**
Total procédures	**73**	**34**

Source : PSL, avril 2023

Un même producteur peut être impliqué dans plusieurs cas, ce qui arrive assez souvent.
Les contributions font l'objet d'un décompte périodique. Chaque décision coïncide avec l'ouverture d'une nouvelle procédure, si bien qu'une exploitation peut faire l'objet de plusieurs procédures (phénomène : « client régulier »). En revanche, à l'échelon des poursuites, les procédures à l'encontre d'une exploitation sont regroupées en une seule.

b) Raisons invoquées pour justifier le refus

Les principales raisons de non-versement des contributions sont, dans l'ensemble, les mêmes que l'année précédente :

- Mise en doute de la légalité de la demande de versement de l'organisation de producteurs ;
- Mécontentement concernant la politique agricole et la situation sur le marché du lait en général, et les prix du lait en particulier ;
- Insatisfaction à l'encontre des acheteurs de lait ;

- Divergences sur l'orientation stratégique de la segmentation (livraison facultative de lait B) et sur le développement des exploitations ;
- Bas revenus, coûts de production élevés, problèmes financiers personnels ;
- Vente au commerce, aux hôtels, aux restaurants, etc. considérée de manière erronée comme de la vente directe par les exploitations d'estivage et les vendeurs sans intermédiaires écoulant leur production eux-mêmes ;
- Le marketing générique étant trop abstrait, le producteur n'y voit pas de profit direct pour son exploitation.

En général, on ne fait pas de distinction entre les différents types de contributions. Sur le fond, la nécessité des mesures de marketing n'est presque pas mise en cause. Les raisons invoquées pour justifier un refus de payer sont très constantes.

c) État des procédures engagées à l'encontre de ces producteurs

La situation sur les procédures est exposée au point 3 a).

d) Explications sur l'évolution par rapport à 2021

Personne ne contestera que le travail de persuasion concret pour les mesures d'entraide est toujours plus efficace qu'une démarche juridique. Nous accordons une grande importance à cet élément et menons plusieurs entretiens avant d'en venir à une décision officielle.
En 2021, le Tribunal fédéral a rendu, en tant que plus haute instance, une décision de principe qui était en suspens depuis longtemps (2C_677/2020 du 9 juin 2021 : constitutionnalité et légalité de la force obligatoire générale). De plus, il a également pris une décision concernant un cas d'application de la force obligatoire générale chez PSL et soutenu l'évaluation de PSL (2C_397/2021 du 25 novembre 2021 : décision relative à la force obligatoire générale chez PSL). Ces décisions ont clarifié beaucoup d'incertitudes. En 2021, le nombre de procédures en suspens a été réduit de 81 à 44. Cette tendance s'est poursuivie en 2022 ; à la fin de l'année, on comptait encore 34 procédures en suspens.

4. Preuve de la vérification par un organisme de révision indépendant de l'utilisation correcte des contributions versées par les non-membres

PSL prélève les contributions sur la base des données de la BD Lait, selon une procédure mise en œuvre depuis de nombreuses années et reconnue par l'OFAG. Dans cette banque de données, tous les producteurs de lait sont enregistrés sous un numéro de code qui indique s'ils sont membres ou non de PSL. On peut ainsi contrôler à tout instant, pour n'importe quelle période, les contributions versées par les membres et les non-membres. En raison de cette possibilité de contrôle, il n'est pas absolument nécessaire de comptabiliser les contributions des membres et non-membres sous des comptes différents. En 2016, PSL a adapté ses dispositions statutaires concernant le prélèvement des contributions conformément aux directives de l'OFAG. En 2019 et 2022, PSL a procédé à d'autres modifications des statuts augmentant encore la sécurité du droit de l'encaissement.

Ce procédé est décrit dans le système de contrôle interne (SCI) de PSL et a été contrôlé et accepté par l'organisme de révision indépendant.

Les mesures d'entraide font l'objet de comptes séparés, qui sont contrôlés chacun par l'organisme de révision et adoptés par l'assemblée des délégués.

La comptabilité relative au marketing générique en faveur du fromage suisse est assurée par SCM, qui est également responsable de la révision de ses comptes. L'OFAG est informé de la

comptabilité et de la révision de ces comptes dans le cadre des mesures de promotion des ventes de fromage.

Il en va de même pour les contributions que PSL transfère à Bio Suisse (cf. point 6) et pour les sommes reversées à la Commission paritaire « fromage d'alpage » en vertu d'un accord passé entre la Société suisse d'économie alpestre (SSEA) et PSL.

Les comptes de PSL ainsi que le SCI sont révisés par la société fiduciaire Dr. Röthlisberger AG de Zollikofen. Le rapport de révision 2022 du Fonds de marketing est joint au présent rapport à titre de preuve de la tenue de comptabilités séparées et de leur révision séparée par un organe indépendant.

5. Manières de prendre en compte les produits écoulés en vente directe et d'informer les non-membres de leurs droits en matière de vente directe

Pour la prise en compte de la vente directe, il convient de différencier deux groupes de producteurs :

a) Exploitations à l'année

Le lait écoulé en vente directe est recensé séparément par TSM Fiduciaire Sàrl. Une fois par an, les organisations régionales de producteurs facturent les contributions sur le lait écoulé en vente directe aux membres de PSL. Aucune contribution n'est prélevée sur ce lait auprès des non-membres.

Lorsqu'un cas est signalé à PSL en vue de l'ouverture d'une procédure, l'organisation régionale de producteurs annonce le volume de lait, déduction faite de la quantité écoulée en vente directe.

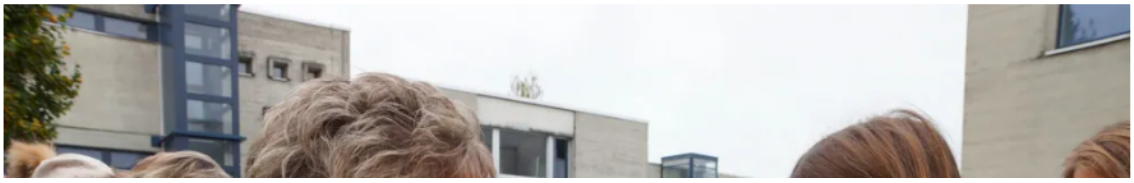
b) Exploitations d'estivage

Les producteurs sont déjà informés de leurs droits par les organisations régionales de producteurs et le sont une nouvelle fois avant que PSL ne rende une première décision, laquelle précise que les volumes écoulés en vente directe peuvent être déduits. Ils sont informés encore une fois dans le cas où PSL rend une première décision. Après la réintroduction, en 2002, de l'encaissement sur les alpages à la suite d'une adaptation de la loi sur l'agriculture (Accords bilatéraux I), un travail d'information intensif a été mené dans toutes les régions. Le processus est maintenant bien rodé. Nous conseillons en parallèle de consulter le site www.swissmilk.ch, où ce thème est traité exhaustivement, avec des exemples (y c. le modèle de lettre pour l'encaissement de la SSEA et PSL, mis en annexe). Voici le lien en question ainsi qu'un aperçu de la page internet :

https://www.swissmilk.ch/fr/producteurs-de-lait/politique/mesures-dentraide/

Mesures d'entraide

Les producteurs de lait versent des contributions au marketing générique. Celles-ci ont statut de force obligatoire générale et permettent d'assurer et de promouvoir les ventes de produits laitiers.



Jurisprudence

Jusqu'ici, l'OFAG n'a donné suite à aucun recours. Le Tribunal administratif fédéral et le Tribunal fédéral confirment tous deux dans leurs jugements le caractère contraignant du statut de force obligatoire générale.

Exception: la vente directe par les non-membres

Le lait et les produits laitiers commercialisés en vente directe ne sont pas touchés par la force obligatoire générale des mesures d'entraide. Il s'agit là des produits vendus directement par le producteur au consommateur final pour être consommés dans son ménage (art. 1, al. 4 de l'ordonnance sur l'extension des mesures d'entraide des interprofessions et des organisations de producteurs (RS 919.117.72)).
À noter que l'exception ne s'applique pas aux produits vendus aux hôtels, aux restaurants, aux autres grands consommateurs, ni aux détaillants.

Déclaration de la vente directe

Les quantités de lait commercialisées en vente directe doivent être annoncées à TSM Fiduciaire Sàrl au moyen du formulaire TSM-1. Vous pouvez vous procurer ce formulaire auprès de TSM Fiduciaire.

L’accord de collaboration conclu par PSL avec la Société suisse d’économie alpestre (SSEA) à partir de 2008/09 est toujours en vigueur. La SSEA y reconnaît la validité du versement des contributions à PSL, que les producteurs de lait soient ou non membres de PSL. Les producteurs de fromage d’alpage sont appelés à verser cette contribution pour la totalité du lait, indépendamment de la nature de la vente. PSL s’engage pour sa part à affecter les contributions générées par le lait d’alpage transformé en fromage à la promotion du fromage d’alpage. L’organe compétent pour la mise en application est la Commission paritaire « Fromage d’alpage ». Cette commission est une société simple fondée par un accord entre la SSEA et PSL, lequel est annexé au présent rapport.

Afin de garantir l'application de la force obligatoire générale, cet accord a été soumis à l'OFAG. Ce dernier l'a examiné et, dans deux lettres datées des 3 et 23 avril 2007, est parvenu à la conclusion que les mesures prévues pour le fromage d'alpage entrent dans le champ des mesures possibles en vertu de l'annexe 2, lettre A, de l'OIOP. L'OFAG a par ailleurs pris connaissance de l'accord et l'a approuvé. L'accord stipule ce qui suit :

- Toutes les contributions prélevées sur le lait d'alpage sont utilisées pour le fromage d'alpage suisse. Une partie des moyens financiers est reversée à des organisations dans les régions.
- Cet accord a permis d'élargir sensiblement le cercle de solidarité par voie contractuelle (de droit privé et non de droit public) du fait que la SSEA soutient explicitement l'encaissement de (toutes) ces contributions (PSL, SCM, etc.) auprès de ses membres.

C'est pourquoi seule une très petite partie des exploitants d'alpage n'est pas liée par des accords de droit privé et ainsi exemptée de l'obligation de verser des contributions pour la quantité écoulée en vente directe.

Nous avons annexé au présent rapport les comptes annuels 2022 (avec commentaire) de Fromage d'alpage suisse. Ceux-ci recensent l'ensemble des mesures réalisées sur mandat de la Commission « Fromage d'alpage ». Les mesures régionales et les charges administratives sont entièrement financées par des fonds propres, tandis que les mesures nationales sont en partie financées par des aides fédérales à la promotion des ventes, par l'intermédiaire de SCM.

À titre de complément, le règlement sur les mesures régionales et l'accord conclu avec CasAlp (l'interprofession des producteurs de Berner Alpkäse AOP et de Berner Hobelkäse AOP) figurent aussi en annexe.

Dans la pratique, nous constatons que la communication générique pour le fromage d'alpage suisse a permis de créer un niveau d'acceptation exceptionnellement élevé et que le fromage d'alpage est devenu un produit modèle à forte valeur ajoutée de l'économie laitière suisse.

6. Moyens financiers

a) Total des moyens financiers disponibles pour les mesures communes (membres et non-membres)

Comme indiqué au point 2, 24,4 millions de francs, faisant l'objet de la force obligatoire générale, ont été mis à disposition pour l'application de mesures d'entraide en 2022. Au total, 9,31 % des contributions d'entraide sont versées par les non-membres, qui représentent 9,47 % des producteurs de lait. L'ouverture d'une procédure n'a été nécessaire que pour 0,25 % des contributions. Les autres contributions ont été versées par les non-membres directement après établissement de la facture ou par le biais de voies de facturation de droit privé sûres **(tableau 2)**.

b) Utilisation des moyens financiers pour les mesures communes, désignation des diverses activités et montant correspondant

S'agissant du Fonds de marketing et du marketing en faveur des exportations de fromage (y c. du fromage d'alpage), l'OFAG est informé de l'utilisation des moyens financiers pour les mesures communes au moyen de rapports complets séparés, ceci dans le cadre de la promotion des ventes. Nous renonçons donc à fournir d'autres détails sur ces mesures d'entraide et renvoyons le lecteur à ces documents, qui sont déjà en possession de l'OFAG.

Les contributions de marketing versées sur le lait biologique sont reversées à Bio Suisse pour la promotion des ventes de lait biologique, en vertu d'un accord de collaboration passé avec ladite organisation. Le rapport sur l'exécution et l'efficacité des mesures de Bio Suisse en faveur du lait biologique figure en annexe.

S'agissant du fromage d'alpage, nous renvoyons en outre le lecteur aux annexes g, h et i (règlements et comptes de Fromage d'alpage suisse).

c) Compte de résultat et bilan

Le compte de résultat et le bilan des mesures d'entraide figurent en annexe.

7. Liste des entreprises ayant mis en œuvre les mesures, c'est-à-dire ayant utilisé les contributions perçues

Concernant l'utilisation des moyens pour le marketing et pour le marketing en faveur des exportations de fromage selon les dispositions de l'art. 12 LAgr, nous renvoyons cette fois encore aux rapports établis dans le cadre de la promotion des ventes. Le marketing étant axé sur des mesures, il est à noter qu'aucune entreprise n'est directement impliquée.

8. Évaluation des mesures et de leur efficacité (effets positifs et négatifs, difficultés de mise en œuvre, possibilités d'amélioration de l'instrument d'extension des mesures d'entraide)

Les mesures ainsi que leur efficacité font l'objet d'une évaluation dans les rapports annuels. Rappelons que les rapports sur les mesures financées par le Fonds de marketing et les mesures de marketing en faveur des exportations de fromage sont envoyés séparément à l'OFAG. Nous renonçons donc à procéder à une évaluation de ces mesures dans le présent rapport.

De manière générale, nous constatons que le marketing pour le lait et celui en faveur des exportations de fromage sont jugés efficaces par toutes les parties concernées. Le détail des contrôles d'efficacité/controlling effectués pour chaque mesure peut être demandé à PSL ou à SCM (y c. pour le fromage d'alpage). Les contrôles d'efficacité des mesures effectuées par PSL sont jugés et évalués par des experts indépendants. Ils ont lieu chaque année, de façon systématique et globale. Pour des raisons de concurrence, leur contenu est confidentiel. Celui-ci est toutefois accessible à la Confédération.

***

Berne, le 15 juin 2023

Annexes :

a) Bilan, compte de résultat et rapport de révision 2022 du Fonds de marketing (AD 2023)

b) Annexe pour l'assemblée des délégués de PSL du 13 avril 2022 ; Fonds de financement du marketing générique

c) Annexe pour l'assemblée des délégués de PSL du 13 avril 2022 ; marketing générique en faveur du fromage suisse

d) Procès-verbal de l'assemblée des délégués du 13 avril 2022

e) Collaboration Bio Suisse – PSL (lettre du 7 décembre 2022 ; annexe pour la séance du comité de PSL du 2.2.2023)

f) Rapport de Bio Suisse sur l'utilisation des moyens qui lui ont été versés par PSL, issus des contributions de force obligatoire générale pour la commercialisation du lait de 2022

g) Accord SSEA – PSL à partir de 2008/09

h) Règlement « Mesures régionales » de Fromage d'alpage suisse

i) Comptes 2022 de Fromage d'alpage suisse avec commentaire

j) Copie d'une facture aux non-membres avec référence aux articles 1 et 12 de l'OIOP (à partir de mars 2020)

k) Modèle de lettre SSEA – PSL : contributions d'entraide sur le lait d'alpage : détermination annuelle du volume écoulé en vente directe