

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Berne, le 5 avril 2017

Pistes de réflexion et perspectives pour le marché laitier

*Direction*Weststrasse 10
Case postale
CH-3000 Berne 6Téléphone 031 359 51 11
Télécopie 031 359 58 51
psl@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch**swissmilk**

Le Conseil fédéral a publié aujourd'hui le rapport "Marché laitier. Perspectives". Il suit la voie choisie, qui consiste à transférer de plus en plus de responsabilités à la branche avec un accompagnement étatique. Il ne met pas pour autant davantage de ressources financières à disposition. L'ouverture sectorielle de la "ligne blanche" est officiellement mise de côté – ce qui représente un changement de paradigme – et sera abordée dans le cadre d'une future stratégie globale, ce qui est réjouissant. Pour le Conseil fédéral, le potentiel de la branche laitière suisse est exploité avantageusement grâce à la différenciation et à la création de valeur. Il oublie malheureusement que celles-ci sont très difficiles à réaliser dans le secteur du lait de centrale pour les produits substituables. C'est pourquoi la Fédération des Producteurs Suisses de Lait (FPSL) attend et exige de la Confédération qu'elle exploite sa marge de manœuvre en politique agricole et contribue à ce que la valeur ajoutée de la production laitière suisse ne soit pas sacrifiée face à la pression économique. La FPSL saisit la balle au bond et retravaillera les "pistes de réflexion" et les "champs thématiques" pour la Suisse, pays laitier, abordés dans le rapport. Le rapport ne présente par ailleurs pas d'autres branches de production dans les secteurs agricole et alimentaire, ce qui est considéré comme une lacune.

Le postulat "Marché laitier. Perspectives" (15.3380), contenant douze demandes, a été déposé par la Commission de l'économie et des redevances le 14 avril 2015 et chargeait le Conseil fédéral d'établir un rapport. Ce dernier, qui s'étend sur 140 pages, répond aux questions et examine en détail le contexte politico-économique et le marché laitier depuis l'an 2000, à l'aide de nombreux faits et chiffres. Bien qu'il ne contienne que peu de nouveautés, il aborde toutefois des sujets "explosifs". Les principales propositions portent sur des modèles durables de création de valeur ajoutée. Selon le rapport, "(i)l faut privilégier des solutions à caractère durable visant une production laitière adaptée aux conditions locales et basée sur les herbages, recourant largement à des systèmes de stabulation libre et au pacage ainsi qu'à une génétique animale appropriée (haut rendement, robustesse, races mixtes)". Le rapport pénalise ainsi les systèmes à hauts intrants. Sous la forme de "pistes de réflexion", le Conseil fédéral exprime aussi ses attentes claires à l'égard des partenaires de la branche. Ces dernières vont notamment dans le sens des activités déjà engagées dans la branche laitière.

Pas de ressources financières supplémentaires et de nouveaux outils

Avec son rapport, le Conseil fédéral envoie un double signal. D'une part, il souligne que l'État continuera de jouer un rôle important sur le marché laitier sans soutien financier supplémentaire et à l'aide des instruments existants de la politique agricole. D'autre part, la marge de manœuvre entrepreneuriale des exploitations innovantes doit être aussi grande que possible. S'agissant de la "réglementation des quantités", le rapport met en avant qu'une réduction des quantités en Suisse n'entraînerait pas forcément de hausse du prix du lait dans le pays. Par contre, d'un point de vue économique, une réduction des quantités peut s'avérer judicieuse pour un producteur de lait.

Différenciation et valeur ajoutée: le Saint Graal

Les producteurs suisses de lait mettent en avant depuis bien longtemps les valeurs ajoutées de leur lait face à la concurrence étrangère. On compte parmi celles-ci les herbages, les pâturages, le caractère régional, le bien-être animal, la nature, un savoir-faire dans la transformation ancré régionalement et les exploitations familiales. Dans son rapport, le Conseil fédéral atteste ces divers aspects de la valeur ajoutée et recommande à la branche de se concentrer sur ceux-ci. La majorité de ces critères de distinction sont générés sur l'exploitation, soulevant la question de la répartition des recettes supplémentaires du côté des producteurs. Pour la FPSL, la mise en place d'une stratégie de différenciation est centrale, par rapport au niveau de coûts élevé. Nous attendons de la Confédération qu'elle oriente les mesures de politique agricole parallèles (programmes SRPA, PLVH) davantage sur la stratégie relative à la valeur ajoutée. Nos revendications concrètes à ce sujet ont été formulées à maintes reprises.

La FPSL s'engage sur plusieurs fronts: elle participe d'une part à l'élaboration de la stratégie sur la valeur ajoutée du lait suisse dans le cadre de l'IP Lait et, d'autre part, à la mise en œuvre de celle-ci par l'intermédiaire du marketing générique Swissmilk. La promotion des ventes par la Confédération jouera également un rôle crucial. Les producteurs suisses de lait veulent en outre défendre les parts de marché national dans le segment des produits substituables également. Le rapport sous-estime totalement le véritable défi que cela représente, notamment dans le secteur du lait de centrale, dans un environnement suisse où les coûts sont particulièrement élevés.

Le fromage suisse génère des recettes supplémentaires

Le fromage est le produit conférant la plus grande valeur ajoutée au lait suisse. Toutefois, le franc fort freine actuellement les exportations et favorise les importations. Grâce à une gestion rigoureuse des quantités, à une politique de marque et à des mesures parallèles les variétés de fromage suisses ont pu générer une valeur ajoutée généralement supérieure à la moyenne, également pour les producteurs de lait. La FPSL est convaincue que le fromage gagnera encore en importance pour l'économie laitière suisse et dans le cadre de la concurrence internationale.

Le lait suisse, un produit sain et unique

Le rapport publié récemment par l'OSAV relatif à l'enquête sur l'alimentation MenuCH a montré que la nouvelle stratégie du marketing générique pour le lait va dans la bonne direction. Le lait et les produits laitiers font partie d'une alimentation équilibrée. L'enquête montre également que la population suisse ne consomme que deux portions de produits laitiers au lieu des trois recommandées. Ce message (consommer trois portions de lait et de produits laitiers par jour) restera la base de la communication de Swissmilk afin que la consommation par habitant reste stable. En renforçant l'appréciation positive de la valeur ajoutée du lait suisse, le marketing générique de la FPSL se situe exactement dans la ligne de la Confédération, à savoir: provenance, santé et plaisir.

Renseignements:

Stephan Hagenbuch, directeur de la FPSL

079 292 97 52

Reto Burkhardt, responsable de la communication

079 285 51 01

6733 signes (espaces comprises)

www.swissmilk.ch

