



Switzerland Cheese Marketing AG

Brunnmattstrasse 21

Case postale, CH-3001 Berne

T +41 31 385 26 26

F +41 31 385 26 27

info@scm-cheese.com

www.schweizerkäse.ch

Communiqué de presse du 16 juin 2017

Ralentissement des exportations et incertitudes

La situation politique instable à l'échelle mondiale (Brexit, politique extérieure des États-Unis) et la cherté persistante du franc ont été les sujets phare abordés lors de la 19^e assemblée générale de Switzerland Cheese Marketing AG. Après avoir progressé en 2016, les exportations de fromage suisse marquent un recul de 706 tonnes, soit de 3,2 %, au premier quadrimestre 2017. Afin de ne pas laisser cette tendance négative s'installer, Switzerland Cheese Marketing AG met en œuvre une série complète de mesures de marketing. L'année dernière, son action a permis d'atteindre plus de 14,2 milliards de consommateurs sur les marchés stratégiques.

C'est dans le cadre historique de la fromagerie de démonstration de la Tête de Moine AOP à Bellelay que Switzerland Cheese Marketing AG (SCM) a convié ses actionnaires à leur 19^e assemblée générale ordinaire. Malgré la cherté du franc suisse, la branche fromagère suisse a réalisé de bonnes exportations en 2016 avec 70'198 tonnes de fromage suisse vendu à l'étranger. Ce résultat tient, d'une part, à l'excellente qualité des produits laitiers suisses et, d'autre part, au travail intense et commun réalisé par la branche fromagère afin de gagner des parts de marché. Mais ce résultat positif ne doit pas masquer la situation tendue du marché, nettement mise en évidence par les chiffres du premier quadrimestre 2017 (-706 tonnes ou -3,2%). La concurrence européenne profite des prix élevés des produits suisses pour mener une politique de prix agressive. Il est donc primordial, dans la prospection quotidienne du marché, de convaincre les clients de la qualité du fromage suisse et de mieux leur en faire connaître les atouts. Il s'agit de susciter des émotions et de les inciter à acheter les produits à la fois uniques et variés de notre gamme de fromages suisses. Rappelons-le: l'exportation de nos fromages est de première importance pour toute la branche laitière. 41 % du lait est transformé en fromage et 38% de cette quantité est exportée.

Des rapports directs avec le commerce

Il est de plus en plus important d'être en contact direct avec les commerçants et d'établir des relations personnelles afin de se positionner comme produit haut de gamme. C'est la raison pour laquelle l'un des objectifs de l'an passé a été de développer et de renforcer le marketing de terrain en Allemagne, en Italie, en France et dans les pays du Benelux. Ces professionnels, formés par SCM, se rendent régulièrement sur les points de vente stratégiques afin de présenter nos différentes idées pour commercialiser nos produits, de s'informer des besoins du commerce et d'aider à la réalisation de mesures spécifiques. Les premières évaluations montrent que ces contacts directs améliorent durablement la distribution des produits. De même, nous avons renforcé la prospection de nouveaux marchés en collaboration avec les exportateurs.



Le rapport annuel indique que plus de 224 activités ont été réalisées sur les marchés stratégiques de SCM (publicité, activités au point de vente, salons, réseaux sociaux, travail médiatique, etc.) et qu'elles ont permis de toucher au total 14,2 milliards de consommateurs. Afin de garantir une communication tout aussi efficace à l'avenir en termes de marketing, le budget de promotion des ventes défini par la Confédération pour les produits agricoles se doit d'être, au moins, maintenu au même niveau qu'aujourd'hui. Toute coupe dans ce budget ne ferait qu'affaiblir davantage les principaux marchés d'écoulement.

Pression croissante des importations

La balance commerciale affiche un recul des quantités depuis la libéralisation des marchés en 2007. Alors que l'excédent d'exportation s'élevait encore à 21'866 tonnes en 2007, il ne totalisait plus que 12'011 tonnes en 2016. En revanche, si l'on se rapporte aux valeurs, on constate que la balance commerciale a augmenté de 25 % ces six dernières années pour s'établir à 244,2 millions de francs. Bien que les Suisses soient de fidèles adeptes de fromage (22,05 kg consommés par habitant en 2016) et choisissent en grande majorité des produits du pays, les effets de la cherté du franc se font sentir. Ces dix dernières années, la part des importations est, en effet, passée de 23% à 31%. Afin d'enrayer cette tendance, SCM exerce son action sur le marché suisse avec une série de mesures ciblées, qui comptent notamment diverses activités de formation, la transmission du savoir-faire au personnel spécialisé et des partenariats dans la restauration.

Assemblée générale de SCM

Après l'introduction par le président du conseil d'administration, Lorenz Hirt, le directeur, David Escher, a présenté une rétrospective de l'exercice 2016 aux personnes assistant à la 19^e assemblée générale de SCM. Les actionnaires de SCM ont pris les décisions ci-après:

Décisions

Approbation du rapport annuel, des comptes et du rapport de l'organe de révision

Les actionnaires approuvent le rapport annuel et les comptes; ils prennent connaissance du rapport de l'organe de révision pour 2016.

Décharge à la direction et au conseil d'administration

Les actionnaires donnent décharge à la direction et au conseil d'administration. Ils confirment également, pour une année supplémentaire, le mandat confié à Refiba Treuhand AG, qui assure la révision des comptes de SCM AG.

Des photos sont disponibles sur le site www.fromagesuisse.ch.

Renseignements :

Manuela Sonderegger, responsable relations publiques

Switzerland Cheese Marketing AG

Brunnmattstrasse 21, case postale 8211, 3001 Berne

Téléphone : 031 385 26 22 / 079 796 87 58

E-mail : m.sonderegger@scm-cheese.com