



SMP · PSL

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

PSL INFO-EXPRESS: Marché laitier 2009+

Quatre outils pour corriger les défaillances du marché

Pour survivre sur un marché sans contingentement, les producteurs de lait comptent sur quatre instruments: segmentation, intervention, concentration de l'offre et interprofession.

La nouvelle ère sans contingentement commence aujourd'hui. Ce sera donc: «Moins d'Etat et plus de marché». Mais pas «liberté totale». La politique garantira en effet toujours une certaine protection en matière de commerce extérieur. Par ailleurs, il incombera aux producteurs de lait de s'organiser – eux-mêmes et mieux –, afin d'être en mesure d'influer sur la redistribution de la valeur ajoutée.

La politique reste dans le jeu

La protection douanière dont bénéficient les produits de laiterie, la fameuse «ligne blanche», subsistera. Pour la «ligne jaune», à savoir le fromage, il restera le supplément pour le lait transformé en fromage et le supplément de non-ensilage. Sans compter la «loi chocolatière», qui continuera à réduire le prix de la matière première exportée sous forme de produits transformés. Trois millions de tonnes environ, ou 90 pour cent des droits de livraison actuels, sont dans le champ de ces instruments (lire ci-dessous), qui offrent une certaine stabilité permettant de réaliser un prix supérieur au niveau de l'UE. Mais cette valeur ajoutée ne tombera

dans l'escarcelle des producteurs que s'ils agissent de manière coordonnée, en acteurs du marché.

Objectif stabilité

Malheureusement, aujourd'hui encore, certains refusent de comprendre que les marchés agricoles, celui du lait en particulier, ne fonctionnent pas selon les règles du manuel du marché idéal. En effet, de nombreux petits fournisseurs de lait d'industrie font face à quelques gros acheteurs. De plus, l'offre de lait ne peut être suffisamment ajustée à la demande à brève échéance. Il est donc de la responsabilité des organisations de vente du lait, et dans leur intérêt, de corriger cette défaillance du marché. Le degré d'organisation des producteurs sera à cet égard capital, car il déterminera le montant de la valeur

ajoutée, donc le revenu que pourront réaliser les producteurs en vendant leur lait. Par ailleurs, les transformateurs ont eux aussi intérêt au fonctionnement normal du marché.

Tâche de la FPSL

En avril 2006, ce contexte leur étant connu, les délégués de la FPSL avaient déjà complété les buts statutaires de leur organisation par cette disposition: «d'adapter la production et l'offre aux besoins du marché». Ils avaient ainsi précisé la dimension de la défense professionnelle économique et de la tâche consistant à «défendre les producteurs de lait contre les abus et les diktats économiques». Le comité central et l'assemblée des délégués de la FPSL ont confirmé cette orientation à plusieurs reprises. La récente assemblée des délégués leur

a emboîté le pas le 15 avril dernier. Il est clair que la mise en oeuvre de ces structures ne pourra pas être réalisée sous la contrainte, mais par l'écoute, la persuasion et le consensus.

La solution FPSL

Pour parvenir au but, de nombreux responsables régionaux issus de la base de la FPSL ont travaillé d'arrache-pied ces derniers mois. Leur solution repose sur quatre piliers:

- segmentation du marché
- soutien de la matière grasse
- concentration de l'offre
- interprofession

Vu l'érosion actuelle des prix et la pression économique, il faut s'attendre à ce que les organisations de vente du lait aillent de l'avant avec la mise en oeuvre de ces instruments.

Patience et confiance

PETER GFELLER, PRÉSIDENT DE LA FPSL

En cinq ans de présidence de la FPSL, j'ai appris notamment deux choses: d'abord à être patient, ensuite à avoir confiance.



La patience est nécessaire pour venir à bout de tâches complexes. Il faut du temps, en effet, pour

que des décisions importantes rassemblent une majorité et pour convaincre les producteurs et les organisations régionales de les mettre en oeuvre. La confiance est nécessaire parce que dans une organisation pratiquant la démocratie directe, comme la FPSL, de nombreuses décisions se prennent hors du champ d'influence du comité central et de la direction. Chacun agit en effet à son niveau en toute indépendance.

De ce point de vue, tous ceux qui ont soutenu avec leur cœur les buts et les statuts de la FPSL ces derniers mois ont obtenu beaucoup. La grande majorité des producteurs veut en effet que la FPSL s'occupe de l'organisation du marché. Il vaut donc la peine que nous aidions les producteurs à harmoniser leurs revendications entre organisations de vente de lait et à les porter au sein de la nouvelle interprofession laitière à créer. Les solutions que nous proposons, à savoir segmentation, soutien de la matière grasse et concentration de l'offre, sont crédibles. Reste à s'accorder à leur propos avec les transformateurs au sein de l'interprofession et à les appliquer.



Sur le marché, les producteurs ne pourront améliorer leur position sans s'écouter, convaincre et rechercher le consensus. Pour cela, les instruments sont prêts.

PHOTO: JEAN-RODOLPHE STUCKI

Mesures décidées

Les stocks de beurre dépassent de 5000 tonnes leur niveau normal. Il s'agit d'un héritage de 2008, avec une augmentation inchangée de la production laitière et une restriction simultanée de la production fromagère. Pour ramener ces stocks à un niveau normal, diverses décisions ont été prises concernant les produits et les moyens financiers:

- Exportation de 1200 tonnes de beurre avec l'aide du Fonds de soutien de la FPSL;
- Exportation de 1200 tonnes d'équivalents-beurre sous forme de crème, conformément à la décision de la table ronde de l'OFAG;
- Exportation de 1250 tonnes de beurre financée par une déduction de 1 franc par kilo sur la crème de collecte des fromageries;
- Exportation de 1250 tonnes d'équivalents-beurre via 5 pour cent des exportations de poudre de lait entier (avril à juin).

FPSL

Le B.-A.-BA de la segmentation

La segmentation des quantités et des prix jusqu'à la fiche de paie du producteur améliore la valeur ajoutée et la transparence.

Outre le soutien temporaire de la matière grasse (cf. Info-express du 5 décembre 2008), la segmentation du marché est un instrument important pour atteindre les objectifs en termes de valeur ajoutée et de revenu. Segmenter signifie scinder le marché du lait en deux quantités A et B, vendues à des prix différents. Si la situation est normale, ces deux quantités doivent satisfaire la demande totale. D'après les calculs de la FPSL, 90 pour cent au moins des droits de livraison d'origine, soit trois

millions de tonnes de lait, pourront être vendus au prix A. Ces quantités bénéficient en effet encore de diverses mesures de protection, vis-à-vis de l'UE surtout. La quantité A sera composée comme ceci:

- 70%: lait bénéficiant d'une protection douanière ou du supplément pour le lait transformé en fromage.
- 10%: lait exporté sous forme de produits transformés avec les contributions de la loi chocolatière.
- 15%: lait transformé en beurre et soutenu par le Fonds de soutien. Compte tenu des livraisons supérieures à la moyenne enregistrées ces douze derniers mois, la part du lait située dans le secteur protégé a baissé à 85 pour cent environ de la quantité totale de lait commercialisé actuellement. Faute d'instrument de protection, le

prix des 15 pour cent restants subit une pression accrue. Si l'on entend conserver les parts de marché, un prix du lait plus bas, inférieur à celui de l'UE dans le pire des cas, est inévitable.

Il n'existe normalement plus aucune demande pour du lait excédant les quantités A et B. Pour une quantité C, le prix serait celui du marché mondial, car ce lait ne peut être exporté que sous forme de poudre de lait entier ou de beurre.

Pour que les producteurs de lait perçoivent la situation du marché et puissent réagir immédiatement, la FPSL approuve des systèmes de prix du lait répercutant la segmentation en quantités A et B à l'échelon du producteur de lait. Ainsi, celui qui livre du lait pour lequel il n'existe aucune demande fera au bout du mois l'expérience douloureuse du prix C.

FPSL

Contributions d'entraide

Conformément aux décisions de l'assemblée des délégués du 19 novembre et du 15 avril derniers, les contributions suivantes sont prélevées pour le financement des mesures:

- Fonds de marketing: 0.525 ct./kg*
- Marketing générique fromage suisse: 0.2 ct./kg*
- Fonds de soutien: 1.0 ct./kg*
- Frais administratifs: 0.15 ct./kg
- Encaissement de la cotisation à l'USP: 0.04 ct./kg.

Les contributions signalées par un astérisque (*) sont des mesures d'entraide des producteurs de lait dont la force obligatoire générale a été décrétée par le Conseil fédéral et qui sont prélevées sur la totalité du lait commercialisé. D'autres informations sur www.swissmilk.ch > Pour les producteurs > Mesures d'entraide.

FPSL