

os **Beurre** S.à r.l.

Organisation sectorielle pour le beurre OSB



RAPPORT ANNUEL 2017

LES FABRICANTS DE BEURRE



CREMO SA
Case postale
1701 Fribourg
Tel. 026 407 21 11
Fax 026 407 29 69
www.cremo.ch



MITTELLAND MOLKEREI AG
Obertelweg 2
Postfach
5034 Suhr
Tel. 058 227 41 41
Fax 058 227 43 54
www.emmi.com



FUCHS + CO. AG
Greinastrasse 10
Postfach
9400 Rorschach
Tel. 071 846 81 80
Fax 071 846 81 81
www.fuchsmilch.ch

RAPPORT ANNUEL 2017 DE L'OS BEURRE

SOMMAIRE.....	PAGE
1. AVANT-PROPOS DU PRÉSIDENT	2
2. ORGANISATION SECTORIELLE POUR LE BEURRE.....	3
3. PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DANS LE SECTEUR DU BEURRE	5
4. MISE EN VALEUR DU LAIT COMMERCIALISÉ	6
5. PRODUCTION INDUSTRIELLE DE BEURRE	7
6. GESTION DES STOCKS ET FONDS DE GESTION DES STOCKS	9
7. CONTRÔLE DE LA QUALITÉ.....	11
8. IMPORTATION ET EXPORTATION.....	12
9. CONSOMMATION DE BEURRE (INDUSTRIE BEURRIÈRE).....	13
10. MARCHÉ DE LA MATIÈRE GRASSE	16
11. PROMOTION DES VENTES.....	18
12. NUTRITION	20
13. MARCHÉ MONDIAL DU BEURRE.....	21

1 AVANT-PROPOS DU PRÉSIDENT

Les associés de l'OS Beurre m'ont élu à la présidence de leur organisation sectorielle lors de l'AG du 27 avril 2017. Je suis heureux qu'ils m'aient accordé cette confiance et, par conséquent, la possibilité de m'engager avec énergie en faveur du beurre suisse.

Par rapport à l'exercice précédent, la production de beurre s'est contractée de quelque 4400 tonnes en 2017. Cette baisse de la production est imputable, d'une part, à l'augmentation de la production fromagère et, d'autre part, à la légère baisse des teneurs en matière grasse du lait. En 2017, les ventes ont connu une évolution réjouissante, 123 tonnes de beurre supplémentaires ayant été écoulées par rapport à l'année précédente. En raison de la production plus modeste, il a fallu écouler l'an passé 3500 tonnes de beurre de moins par le canal des exportations. Vers la fin de l'année, les entrepôts étaient pratiquement vides. Sur les marchés internationaux, les prix de la matière grasse ont été par moment très élevés durant l'année écoulée. Les prix ont rapidement pris l'ascenseur à l'automne 2017, le kilo de beurre se négociant vers huit francs sur le marché de l'Union européenne. Un facteur essentiel pour ces prix élevés a été les faibles stocks de beurre dans l'UE. La production laitière ayant été réduite en raison des bas prix du lait, les stocks de beurre ont enregistré une baisse spectaculaire.

La relation entre le volume de la production laitière et le prix de la matière grasse est devenue très évidente durant l'été 2017. Pendant cette période, quand les prix internationaux du lait sont repartis à la hausse, entraînant une augmentation de la production laitière, les prix de la matière grasse ont été mis sous pression. À la fin de l'année, les prix du beurre dans l'UE étaient de nouveau inférieurs à cinq francs.

Comme les graisses végétales sont toujours plus sous pression (notamment l'huile de palme), je suis convaincu



que la consommation de beurre augmentera. Via nos activités spécifiques dans les secteurs de la communication et du marketing, nous allons continuer à informer les consommatrices et les consommateurs des propriétés positives du produit naturel et sain qu'est notre beurre. Demain, la société accordera encore davantage d'attention aux denrées alimentaires naturelles et produites de manière durable, si bien que je suis optimiste pour l'avenir de la branche beurrière. C'est dans cet esprit que je souhaite une bonne marche des affaires à tous nos associés durant l'exercice 2018. Je remercie le secrétariat de la qualité et des résultats de son travail durant l'exercice écoulé.

Urs Werder, président de l'OS Beurre

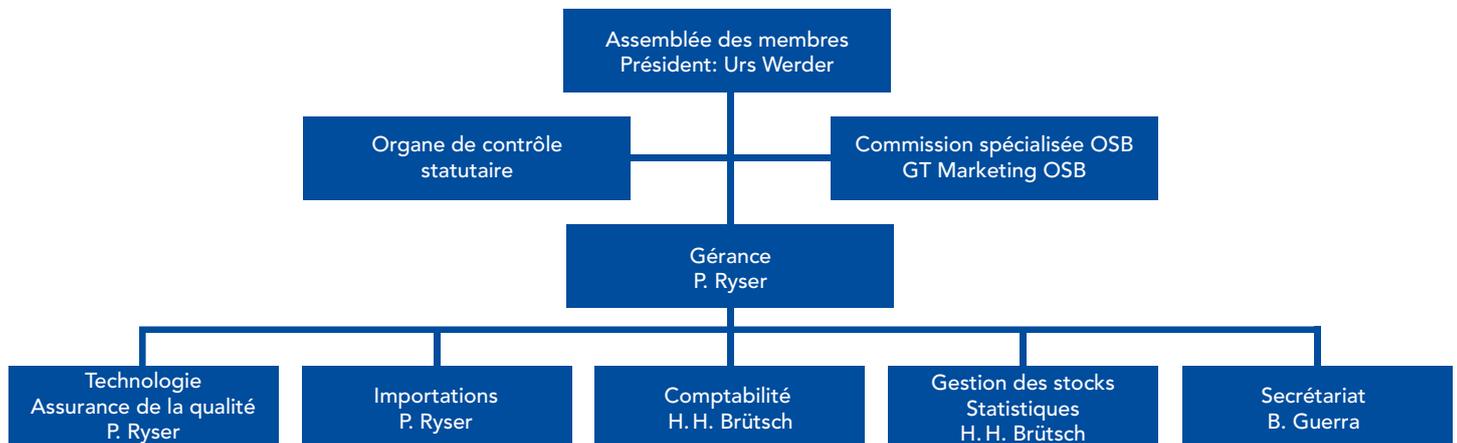
2 ORGANISATION SECTORIELLE POUR LE BEURRE

SIÈGE DE LA SOCIÉTÉ

- OS Beurre S.à.r.l.
Brunnmattstrasse 21
3007 Berne
Tél. 031 359 56 11
Fax 031 382 37 12
www.bobutter.ch

ASSOCIÉS

- Cremo SA, Fribourg
- Fuchs + Co. AG, Rorschach
- Mittelland Molkerei AG, Suhr
- Producteurs Suisses de Lait PSL, Berne



Organigramme de l'OS Beurre, état 1^{er} janvier 2018



SITE INTERNET DE L'OS BEURRE

Le site Internet de l'OS Beurre donne des informations sur les activités de la société, sur ses statistiques et sur ses marques de beurre. Ce site est une importante source d'informations pour l'agriculture et l'économie laitière. En 2017, il a été visité 5566 fois par 4587 utilisateurs, soit une augmentation de 16,1 % par rapport à l'année précédente.

Les visiteurs provenaient principalement de Suisse (81,5%), d'Allemagne (5,1%), de France (2,7%), du Canada (2,4%) et des États-Unis (2,0%). Le rapport entre les nouveaux visiteurs (89,6%) et les visiteurs récurrents (10,4 %) montre que le site s'adresse tant aux consommateurs qu'aux professionnels



3 PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DANS LE SECTEUR DU BEURRE

L'OS Beurre fête ses 20 ans le 13 mars. L'événement est célébré le 14 juillet.

Urs Werder est élu à la présidence de l'organisation lors de l'assemblée générale du 27 avril. Il prend la succession de Hansjörg Schmid le 1er septembre.

Le plus haut niveau des stocks en entrepôts de congélation est atteint au cours de la semaine 23, avec 5317 tonnes, soit 3725 tonnes en dessous des stocks de 2016.

Le 14 juin, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) décide que les produits véganes ne peuvent être vendus sous des dénominations telles que «beurre de tofu» ou «fromage végétal». En Suisse, l'occasion de créer une réglementation claire en la matière avait été manquée lors de la révision de la législation fédérale sur les denrées alimentaires, mais la Cour de justice de l'UE a désormais mis les points sur les i.

Le 23 juin, les médias annoncent la sortie de MIGROS de l'IP Lait. MIGROS explique avoir pris cette décision car certains membres de l'IP Lait n'ont pas soutenu sa position loyale et constructive.

Les revendications de respect du prix indicatif du lait A s'étant succédées au printemps et au début de l'été, l'OS Beurre déclare dans un communiqué de presse que la nette baisse des revenus tirés de la vente au cours des dernières années empêche de payer le prix A pour le lait d'industrie.

Le 23 août, l'IP Lait décide d'augmenter le prix indicatif du lait A de 3 centimes par kilo et demande par ailleurs dans son communiqué de presse une augmentation des composants gras (crème et beurre) allant au delà, afin de

réduire quelque peu le fossé entre le prix du lait effectivement payé et le prix indicatif A. La mise en œuvre de ces augmentations de prix supplémentaires s'avère toutefois extrêmement difficile.

Au cours de la semaine 37, on atteint avec moins de 400 tonnes la plus faible production de beurre de l'année.

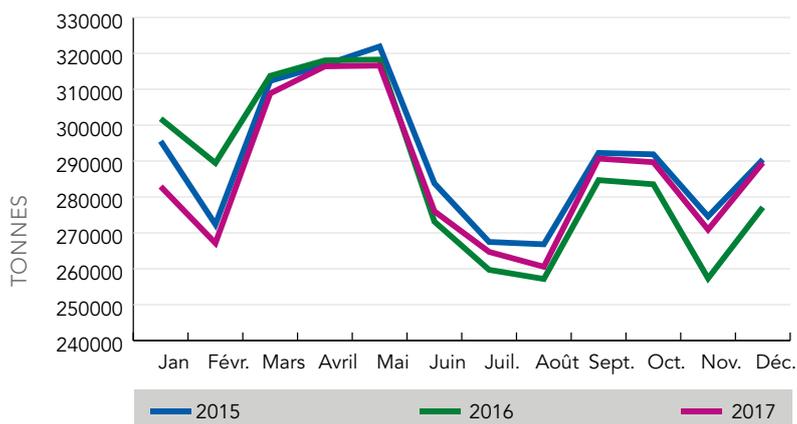
En raison de la situation internationale des marchés, les demandes d'exportation de beurre s'accumulent en septembre. Outre de pays comme la Russie et la Serbie, des demandes proviennent également de Belgique. Comme les prix internationaux du beurre sont très élevés à ce moment-là, les exportations seraient les plus rémunératrices. Mais les stocks suisses sont également très bas.

En octobre, l'habituelle hausse saisonnière de la production fait défaut et les stocks de beurre fondent rapidement. À ce moment-là, la branche calcule que les stocks suffiront à peine.

Le 31 octobre, l'Union suisse des paysans (USP) annonce une pénurie de beurre en Suisse pour Noël. L'USP veut ainsi faire pression pour que les prix du beurre augmentent. À la suite de l'intervention de l'USP, les médias s'emparent du sujet pendant des semaines. L'OS Beurre n'a jamais envisagé l'absence de beurre dans les rayons des magasins et s'exprime en ce sens sur la situation du marché au cours des semaines suivantes. Le niveau le plus bas des stocks est atteint durant la semaine 50, avec 149 tonnes, mais ce creux est rapidement suivi d'une hausse.

4 MISE EN VALEUR DU LAIT COMMERCIALISÉ

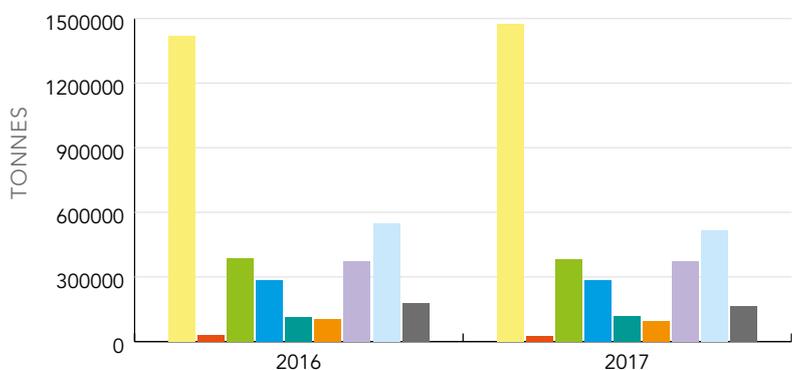
LIVRAISONS DE LAIT 2015 – 2017 (lait de zone et lait d'alpage inclus)



source TSM

	2015	2016	2017
Jan.	295 548	301 799	282 922
Févr.	272 349	289 459	267 147
Mars	312 338	313 729	308 839
Avril	316 802	318 051	316 393
Mai	321 921	318 270	316 613
Juin	283 794	273 141	276 013
Juil.	267 467	259 698	264 699
Août	266 816	257 158	260 555
Sept.	292 261	284 692	290 689
Oct.	291 878	283 539	289 685
Nov.	274 572	257 318	270 900
Déc.	290 430	277 127	289 545
Total	3 486 177	3 433 975	3 434 004

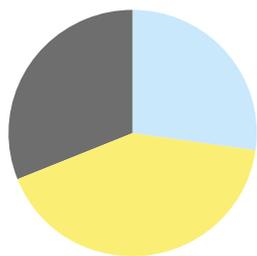
MISE EN VALEUR DU LAIT (en équivalents-lait)



source TSM

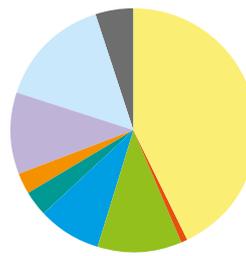
	2016	2017
Fromage	1 417 552	1 475 039
Séré	30 880	26 735
Lait de consommation	388 647	384 258
Crème de consom.	282 867	283 930
Yogourt	111 776	116 532
Produit laitiers frais y c. glaces	102 006	94 452
Conserves de lait	374 270	370 509
Beurre	549 093	516 547
Autres mises en valeur	176 884	166 002
Total	3 433 975	3 434 004

MISE EN VALEUR DE LA MATIÈRE GRASSE (par groupe de produits)



2017

La mise en valeur du lait en équivalents-lait calculée par TSM montre que 15% du lait, convertis en équivalents-lait, ont été acheminés dans la production beurrière. Dans les faits, 26,6% de la matière grasse du lait a été transformée en beurre.



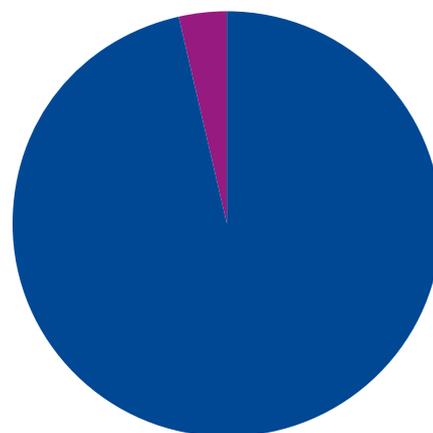
2017

Beurre	26,6%
Fromages	41,6%
Autres mise en valeur	31,8%

	2017
Fromage	43,0%
Séré	0,8%
Lait de consommation	11,2%
Crème de consom.	8,3%
Yogourt	3,4%
Produit laitiers frais y c. glaces	2,8%
Conserves de lait	10,8%
Beurre	15,0%
Autres mises en valeur	4,8%
Total	100,0%

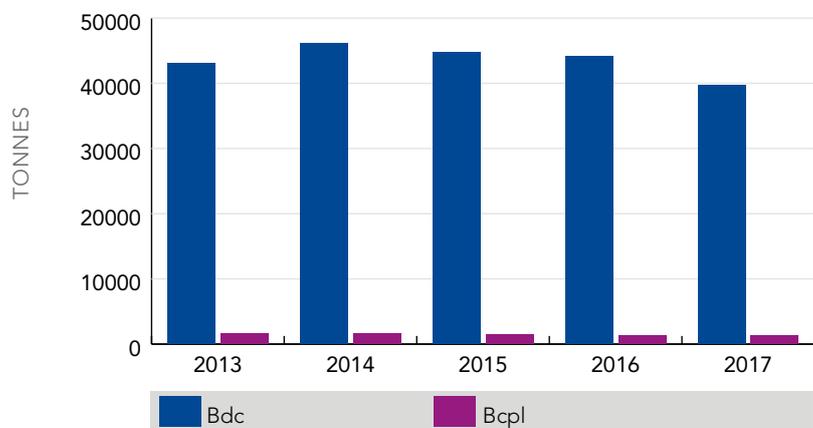
5 PRODUCTION INDUSTRIELLE DE BEURRE

La production industrielle suisse de beurre s'est élevée à 41 115 tonnes, soit 4409 tonnes ou 9,7 % de moins que l'année précédente. Il s'agit de la plus faible production des dix dernières années. La production de beurre de choix a atteint 39 741 tonnes, soit une baisse de 4442 tonnes ou 10,1 % par rapport à 2016. La production de beurre de fromagerie a en revanche progressé de 33 tonnes pour atteindre 1374 tonnes, soit une augmentation de 2,5 %.



■	Beurre de choix (Bdc):	96,7 %
■	Beurre de crème de petit-lait (Bcpl):	3,3 %

PRODUCTION DE BEURRE 2013 – 2017

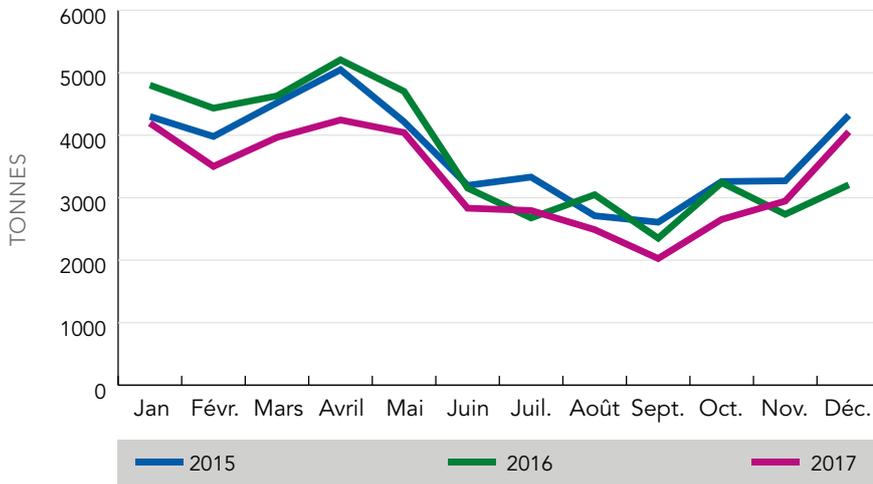


PRODUCTION DE BEURRE

(par rapport à l'année précédente, sans fabrication ni ventes locales)

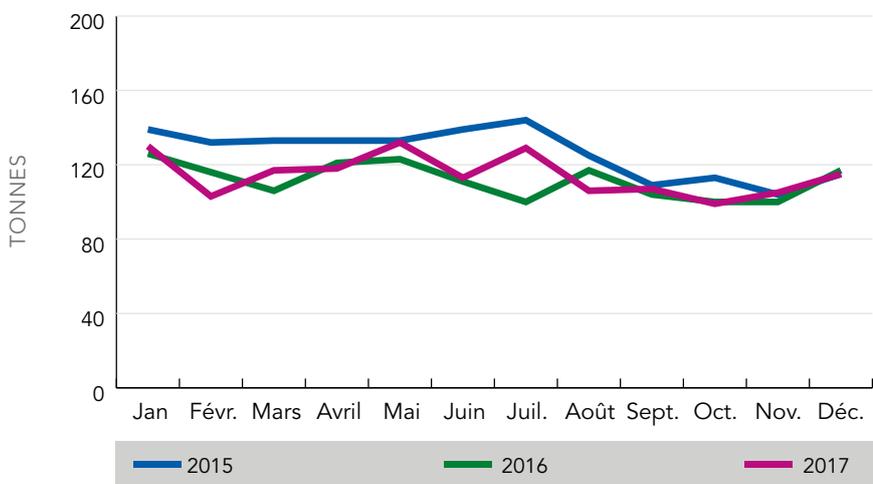
	2013 en tonnes	2014 en tonnes	2015 en tonnes	2016 en tonnes	2017 en tonnes	+/- en tonnes	+/- en %
■ Bdc	43 083	46 138	44 757	44 183	39 741	- 4 442	- 10,1
■ Bcpl	1 616	1 574	1 519	1 341	1 374	33	2,5
Total	44 699	47 712	46 276	45 524	41 115	- 4 409	- 9,7

PRODUCTION DE BEURRE DE CHOIX 2015 – 2017



	2015	2016	2017
Jan.	4 300	4 801	4 193
Févr.	3 980	4 433	3 501
Mars	4 520	4 629	3 965
Avril	5 048	5 206	4 244
Mai	4 215	4 702	4 042
Juin	3 197	3 154	2 832
Juil.	3 330	2 676	2 795
Août	2 711	3 048	2 489
Sept.	2 608	2 352	2 027
Oct.	3 259	3 241	2 653
Nov.	3 270	2 735	2 946
Déc.	4 319	3 206	4 054
Total	44 757	44 183	39 741

PRODUCTION DE BEURRE DE CRÈME DE PETIT-LAIT 2015 – 2017



	2015	2016	2017
Jan.	139	126	130
Févr.	132	116	103
Mars	133	106	117
Avril	133	121	118
Mai	133	123	132
Juin	139	111	113
Juil.	144	100	129
Août	125	117	106
Sept.	109	104	107
Oct.	113	100	99
Nov.	104	100	105
Déc.	115	117	115
Total	1 519	1 341	1 374

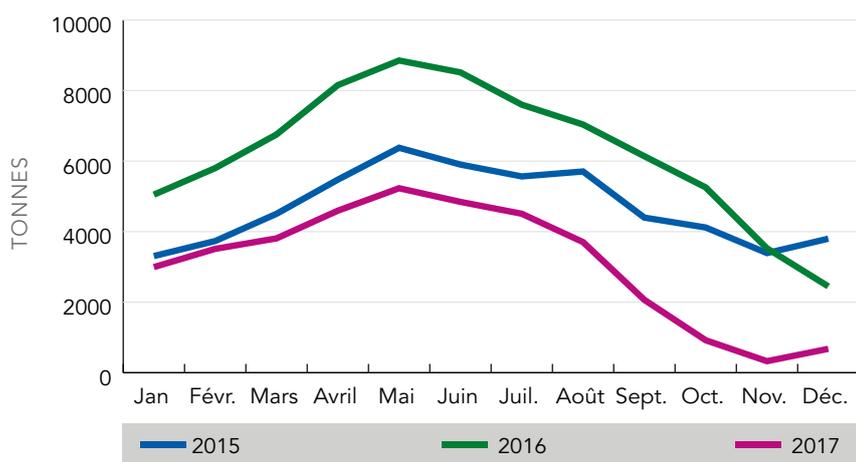
6 GESTION DES STOCKS ET FONDS DE GESTION DES STOCKS

Au début de l'année 2017, 2447 tonnes de beurre étaient stockées dans les entrepôts de congélation suisses. Par rapport aux années précédentes, production et stockage de beurre étaient plutôt mesurés. Au cours du premier semestre 2017, on a produit 4148 tonnes de beurre de moins que durant la même période de l'année précédente. En raison de la faible production beurrière et des exporta-

tions, les stocks ont atteint leur pic à la fin de la semaine 23 avec 5317 tonnes. À la fin juin 2017, les entrepôts de congélation suisses abritaient 4844 tonnes de beurre.

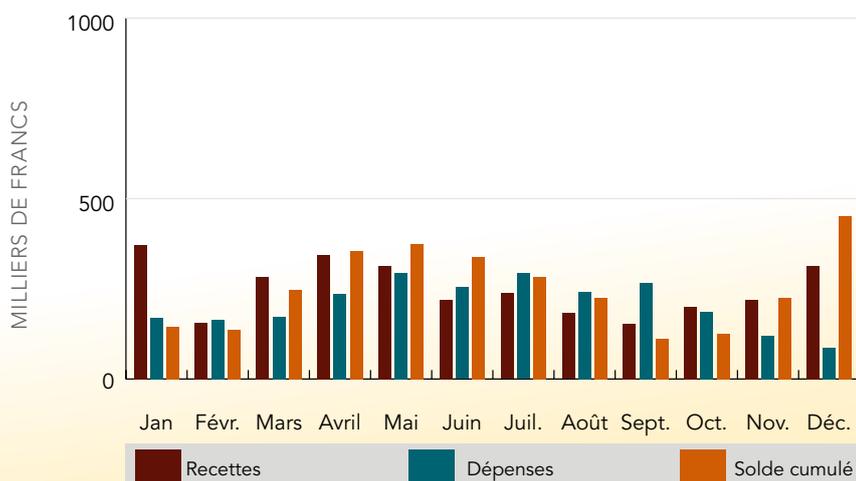
Au cours du deuxième semestre (jusqu'à Noël), les ventes de beurre ont été supérieures d'environ 4700 tonnes à la production, avec pour conséquence une fonte des stocks de beurre à 149 tonnes à la fin de la semaine 50.

STOCKS DE BEURRE DE CHOIX SURGELÉ 2015 – 2017



	2015	2016	2017
Jan.	3 308	5 049	2 995
Févr.	3 734	5 802	3 512
Mars	4 506	6 755	3 809
Avril	5 474	8 154	4 594
Mai	6 378	8 853	5 231
Juin	5 902	8 516	4 844
Juil.	5 566	7 600	4 508
Août	5 706	7 037	3 704
Sept.	4 398	6 138	2 066
Oct.	4 118	5 255	921
Nov.	3 393	3 527	327
Déc.	3 800	2 447	677

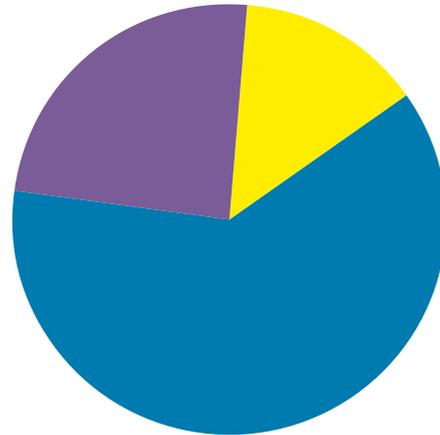
FONDS DE GESTION DES STOCKS 2017



	Recettes	Dépenses	Solde cumulé
Jan.	371 464	168 713	145 895
Févr.	155 908	164 579	137 224
Mars	282 824	173 614	246 434
Avril	344 820	235 616	355 638
Mai	313 835	295 186	374 287
Juin	218 946	254 159	339 075
Juil.	237 271	292 538	283 808
Août	182 142	242 032	223 918
Sept.	153 939	265 882	111 975
Oct.	201 008	187 001	125 982
Nov.	220 396	120 511	225 866
Déc.	313 329	87 317	451 878
Total	2 995 881	2 487 147	

CONTRIBUTIONS DES CENTRALES
DU BEURRE

	Bdc ct./kg	Bcpl ct./kg	Bcoll ct./kg
2007 inchangé	9	6	6
Depuis 1er juil. 2008	11	8	8
2009 inchangé	11	8	8
Depuis 1er août 2010	22	19	19
2011 inchangé	22	19	19
Depuis 1er jan. 2012	14	11	11
Depuis 1er jan. 2013	9	6	0
Depuis 1er jan. 2014	6	3	
2015 inchangé	6	3	
Depuis 1er jan. 2016	9	6	
2017 inchangé	9	6	

CHARGES DU FONDS DE GESTION
DES STOCKS 2017

Intérêts	13,8%
Stockage	61,8%
Transport	24,4%

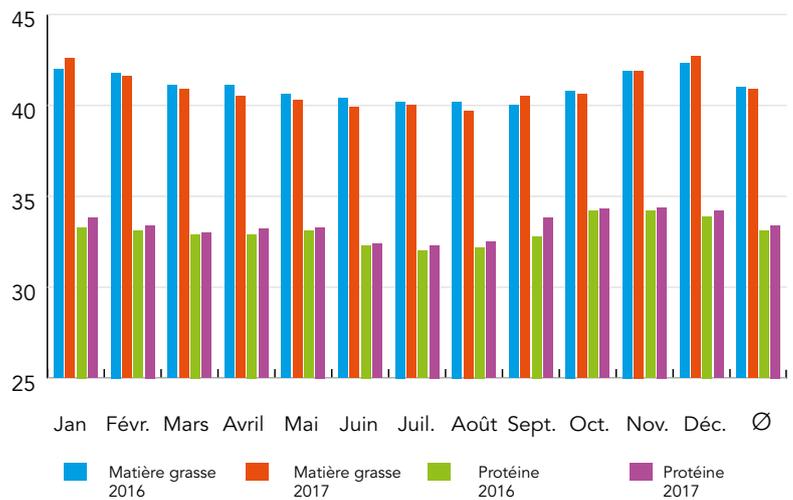


7 CONTRÔLE DE LA QUALITÉ

Dans le cadre de la surveillance sectorielle, le beurre a été régulièrement soumis à un contrôle pour détecter la présence d'aflatoxine M1, de PCB, de dioxine, de métaux lourds, de pesticides, de chloroforme, d'hydrocarbure et d'OGM. Les résultats n'ont donné lieu à aucune réclamation. Lors de sa séance du 31 octobre 2017, la commission spécialisée de l'OS Beurre a décidé d'étendre la surveillance sectorielle au beurre bio, si bien que les analyses de routine concernent désormais le beurre de choix, le beurre de fromagerie et le beurre bio. Durant l'exercice, les teneurs du lait ont évolué différemment. La teneur en matière grasse a baissé en moyenne annuelle de 0,01% par rapport à 2016. Le lait était tendanciellement moins gras durant la période d'affouragement d'été. L'évolution

a été inverse pour la protéine. Sans exception, la teneur en protéine mensuelle a été supérieure à celle du même mois de l'année précédente et, en moyenne annuelle, l'augmentation a atteint 0,03 point de pourcentage par rapport à l'année précédente. Cette évolution des teneurs du lait a connu des variations régionales. En Suisse romande, la teneur en matière grasse plus faible et la teneur en protéine plus élevée ont permis durant une longue période de fabriquer du fromage sans standardisation préalable du lait. La baisse du volume de crème issu de la production fromagère et la légère baisse de la teneur en matière grasse du lait ont participé au net recul de la production de beurre en 2017.

COMPOSITION DU LAIT EN SUISSE (en g/kg)



source TSM



8 IMPORTATION ET EXPORTATION DE BEURRE

La statistique de la Direction générale des douanes (DGD) indique qu'un total de 147 tonnes de beurre (converti en beurre à 82% MG) ont été importées en Suisse en 2017, soit une augmentation de 52 tonnes ou 54,7% par rapport à l'année précédente. 37 tonnes de beurre (-9t ; -19,6%) ont été importées dans le cadre du contingent tarifaire de l'OFAG. Par ailleurs, les importations de petites quantités de beurre ont reculé de 2 tonnes pour atteindre 21 tonnes. 89 tonnes de beurre ont été importées dans le cadre du trafic de perfectionnement, soit environ 3,5 fois le volume de l'année précédente.

D'après la statistique douanière, 2022 tonnes de beurre (en beurre à 82% MG) ont été exportées au cours de l'exercice écoulé. Cela représente un recul de 3266 tonnes (-61,8%) par rapport à 2016. Parmi les principales destinations des exportations de beurre suisse (82% MG), on trouve l'Arabie saoudite (603t), la Turquie (396t), la Russie (210t), le Liban (186t) et Singapour (177t). En raison de la faible production beurrière, il est apparu au terme du 1er semestre que les excédents de beurre suisse seraient absorbés à la fin de l'année, si bien que la plupart des exportations ont été stoppées.

La France et la Grande-Bretagne ont été les deux destinations de la matière grasse lactique à tartiner. Les exportations de beurre déshydraté (en beurre à 82% MG) ont augmenté à 11 tonnes, les plus grands volumes ayant égalé rejoint la France et la Grande-Bretagne.

EXPORTATIONS DE BEURRE

	2013	2014	2015	2016	2017	Diff
Égypte			46	650		- 650
Émirats arabes					121	121
Australie					23	23
Bangladesh				23		- 23
Chine	424	65	115	109		- 109
Danemark	4	4	1			
Allemagne				65		- 65
France	11	15	127	30	8	- 22
Indonésie	959	529	439	468	135	- 332
Italie		1	11		1	1
Japon	1	1				
Yémen	1	26	50	284	49	- 235
Jordanie		193		46	46	
Colombie				23		- 23
Koweït	1	3				
Liban			46	46		- 46
Maroc		371	402	325	186	- 139
Mexique		698				
Pays-Bas	1					
Autriche		1			22	22
Pakistan					3	3
Russie				139		- 139
Arabie Saoudite					210	210
Suède		703	93	1 040	603	- 437
Sénégal			1	1		- 1
Singapour				23		- 23
Slovaquie	43	126	204	249	177	- 72
Espagne	17					
Syrie		236				
Turquie	49	716	1 383	1 608	396	- 1 212
Tchéquie	17					
Hongrie	137					
Grande-Bretagne			367	157	42	- 115
divers Pays	1					
Total	1 665	3 688	3 286	5 288	2 022	- 3 266

(QuSource: statistique douanière DGD; les produits sur-gras (beurre déshydraté) et sous-gras (graisse lactique à tartiner, préparations à base de beurre) sont ramenés à 82% de MG.

IMPORTATIONS DE BEURRE (huile de beurre incluse)

	2016	2017	Diff
Importation de la Suisse (selon contingent douanier de l'OFAG ou selon contingent loi chocolatière)			
Importations de tiers dans le contingent tarifaire OFAG	46	37	- 9
Importations pour trafic de perfectionnement selon loi chocolatière (régime extraordinaire)	13	66	53
Importations pour trafic de perfectionnement (régime ordinaire)	13	23	10
Importation de petites quantités	23	21	- 2
Total	95	147	52

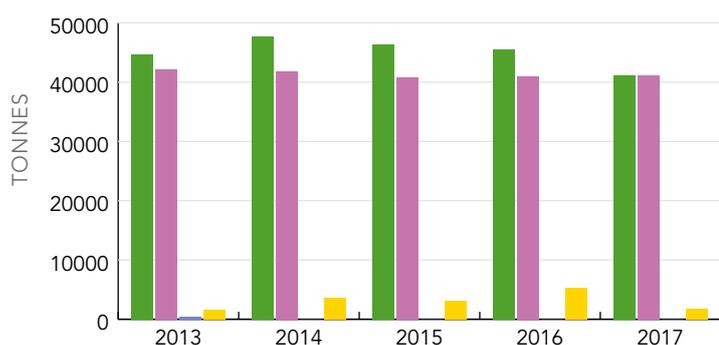
9 CONSOMMATION DE BEURRE (INDUSTRIE BEURRIÈRE)

En 2017, les fabricants suisses de beurre industriel ont commercialisé 41 067 tonnes de beurre. Comme l'année précédente, on a enregistré une augmentation de 0,3% ou 123 tonnes. On a enregistré une hausse pour le beurre de crème de lait en petits emballages (+717 t; +10,8%), le beurre de fromagerie (+408 t; +77,3%) et le beurre fondu (+117 t; +2,1%). Le volume des ventes de beurres spéciaux (-1 t; -0,2%), de beurre industriel et artisanal (+7 t; +0,0%) et de fractions de graisse de lait (-4 t; -1,7%) a été pratiquement similaire à celui de l'année précédente. Les ventes de

crème à rôtir ont en revanche baissé de 22 tonnes ou 7,7%. Ce sont les petits emballages de mélange de beurres qui ont enregistré le plus fort recul avec des ventes en baisse de 1099 tonnes ou 9,7%.

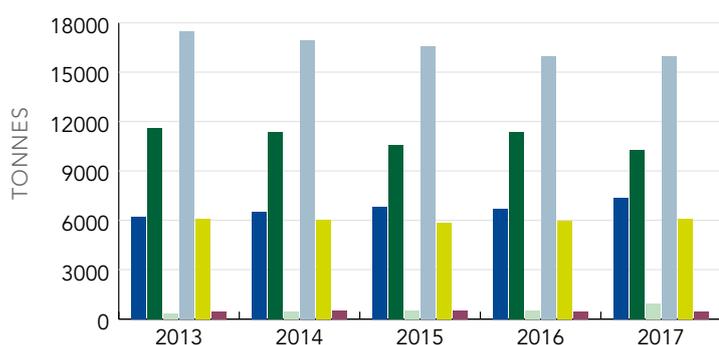
En raison de la très faible production de beurre (-4409 t; -9,7%) durant l'exercice 2017, de la stabilité du volume des ventes et de l'exportation de 1793 tonnes de beurre (-3468 t; -65,9%), les stocks à la fin décembre avaient baissé à 677 tonnes (-1770 t; -72,3%).

PRODUCTION, CONSOMMATION, IMPORTATIONS, EXPORTATIONS 2013–2017



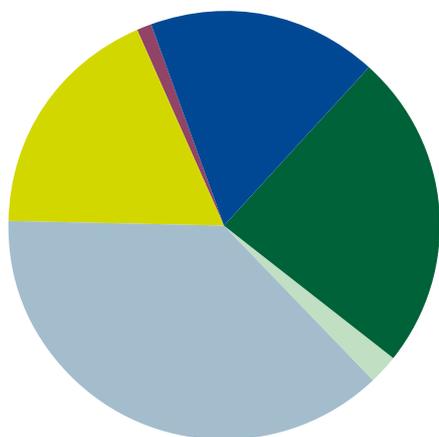
	2013	2014	2015	2016	2017
Production	44 699	47 712	46 276	45 524	41 115
Consom.	42 119	41 791	40 824	40 944	41 067
Importations	504	0	0	0	0
Exportations	1 616	3 685	3 190	5 261	1 793

VENTES DE BEURRE 2013–2017



	2013 en tonnes	2014 en tonnes	2015 en tonnes	2016 en tonnes	2017 en tonnes	+/- en tonnes	+/- en pour cent
Beurre de choix	6 230	6 497	6 812	6 664	7 381	717	10,8%
LE BEURRE	11 577	11 343	10 551	11 339	10 240	- 1 099	- 9,7%
Beurre de fromagerie	311	447	494	528	936	408	77,3%
Beurre d'industrie	17 482	16 948	16 555	15 975	15 982	7	0,0%
Beurre déshydraté	6 064	6 039	5 873	5 996	6 087	91	1,5%
Beurre spécial	455	517	539	442	441	- 1	- 0,2%
Total	42 119	41 791	40 824	40 944	41 067	123	0,3%

VENTES DE BEURRE EN 2017 (par variété)



Beurre de choix:	18,0%
LE BEURRE petits emballages:	24,9%
Beurre de fromagerie:	2,3%
Beurre d'industrie:	38,9%
Beurre déshydraté:	14,8%
Beurre spécial:	1,1%

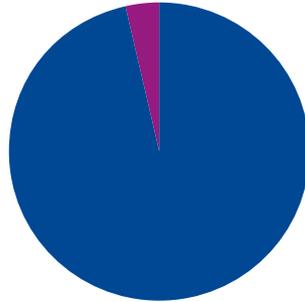
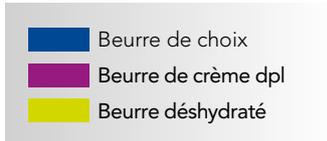
COMPORTEMENT D'ACHAT ET PRIX À LA CONSOMMATION (beurre et margarine)

	Ménages acheteurs en %			Volume en millions de kg			Prix moyen en fr./kg			Valeur en millions de francs		
	Be	Ma	BeRo	Be	Ma	BeRo	Be	Ma	BeRo	Be	Ma	BeRo
2013	91,5	53,3	k,A,	18,0	5,8	0,6	14,0	8,2	18,7	251,3	47,6	12,1
2014	91,4	54,8	k,A,	17,9	5,7	0,6	14,4	8,3	19,1	258,1	46,8	12,3
2015	90,1	51,7	k,A,	17,2	5,3	0,6	14,2	8,2	19,3	243,0	43,2	11,8
2016	89,0	49,6	k,A,	17,3	5,1	0,6	13,9	8,1	19,7	240,4	41,5	12,4
2017	90,9	48,3	k,A,	17,3	4,9	0,6	13,9	8,1	19,8	240,7	39,5	11,7

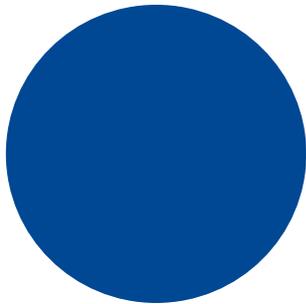
Be: Beurre y compris beurre à rôtir
 Ma: Margarine et Minarine
 BeRo: Crème et beurre à rôtir
 ND: Non déclaré

source 2013–2017 Nielsen

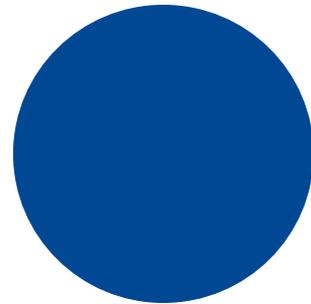
TRANSFORMATION DE LA MATIÈRE PREMIÈRE EN BEURRE POUR LE MARCHÉ SUISSE EN 2017
(en beurre 82,0% MG)



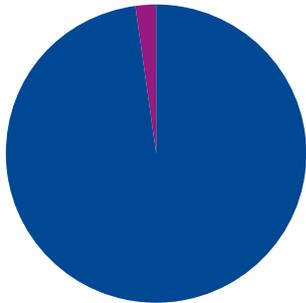
Transformation: 41 067 Tonnen
Bdc: 39 693 t
Bcpl: 1 374 t



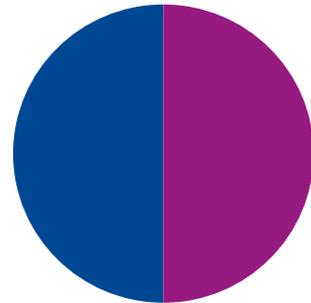
Beurre de choix: 7 381 t
Bdc: 7 381 t



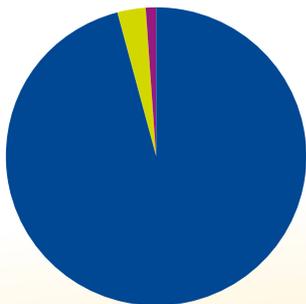
Spécialités de beurre: 441 t
Bdc: 441 t



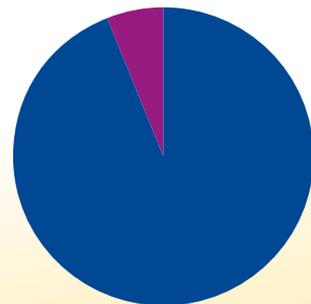
Beurre déshydraté: 6 571 t
Bdc: 6 439 t
Bcpl: 132 t



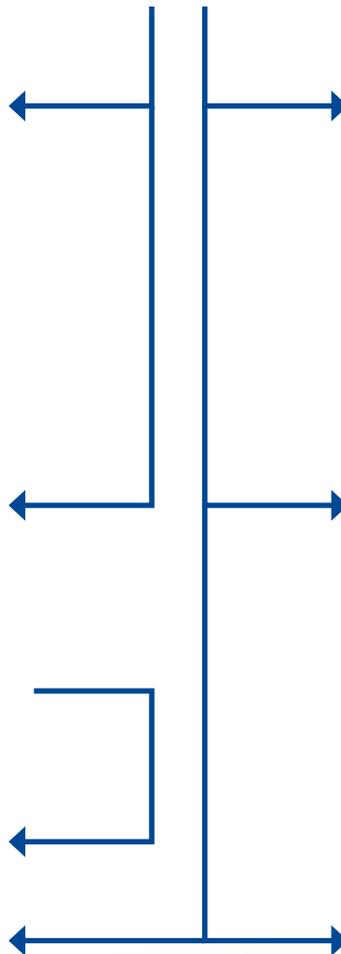
Beurre de fromagerie: 936 t
Bdc: 468 t
Bcpl: 468 t



Beurre d'industrie: 15 982 t
Bdc: 15 321 t
Bcpl: 169 t
Bdesh: 484 t



LE BEURRE en plaques: 10 240 t
Bdc: 9 635 t
Bcpl: 605 t



10 MARCHÉ DE LA MATIÈRE GRASSE

CONSOMMATION TOTALE DE MATIÈRE GRASSE

Dans l'année sous rapport, 192099 tonnes de produits à base de beurre et de graisses végétales ont été commercialisées. Par rapport à l'année précédente, les ventes ont augmenté de 1580 tonnes, soit 0,8 %. L'augmentation du volume des ventes est due en grande partie aux graisses aqueuses. Tandis que les ventes de graisses aqueuses ont augmenté de 1212 tonnes ou 2,4 % par rapport à l'année précédente pour s'établir à 52125 tonnes, les ventes de graisses anhydres n'ont augmenté que de 368 tonnes ou 0,3 % pour atteindre 139974 tonnes, soit une hausse nettement inférieure.

Les ventes de beurre se sont élevées au total à 44700 tonnes (+713 t ; +1,6 %). En ce qui concerne le beurre aqueux, 38613 tonnes ont été écoulées, soit 622 tonnes de plus que l'année précédente (+1,6 %). Pour le beurre anhydre, le volume des ventes de 6087 tonnes a dépassé celui de l'année précédente de 91 tonnes (+1,5 %).

Les ventes de graisses végétales ont évolué de manière

semblable à celles de beurre. Elles ont augmenté de 867 tonnes ou 0,6 % pour atteindre 147399 tonnes. Les ventes de graisses végétales aqueuses ont enregistré une hausse significative de 590 tonnes ou 4,6 % et se sont élevées à 13512 tonnes. La hausse des ventes de graisses végétales anhydres a quant à elle été légèrement inférieure, soit de 277 tonnes ou 0,2 %, pour un total de 133887 tonnes commercialisées. Au sein des graisses végétales anhydres, la tendance observée l'année précédente, à savoir un glissement des ventes de graisses solides au profit des huiles, s'est poursuivie. Tandis que les ventes de graisses végétales anhydres solides ont reculé de 1458 tonnes ou 3,4 % à 40948 tonnes, les ventes d'huiles ont atteint 92939 tonnes, soit une progression de 1735 tonnes ou 1,9 %. Ce glissement des graisses solides aux huiles est imputable au secteur industriel. Dans le commerce de détail, l'évolution inverse s'est produite avec un recul des ventes d'huiles au profit des graisses solides.

ÉVOLUTION DES DIVERS TYPES DE MATIÈRE GRASSE

(par rapport à l'année précédente)

	2016 en tonnes	2017 en tonnes	+/- en tonnes	+/- en pour cent
Beurre aqueux	37 991	38 613	622	1.6
Beurre déshydraté	5 996	6 087	91	1.5
Beurre (vente locale et trafic de perfect. incl.)	43 987	44 700	713	1.6
Margarine	11 170	11 583	413	3.7
Minarine	1 752	1 929	177	10.1
Total Margarine / Minarine	12 922	13 512	590	4.6
Huiles et graisses végétales	133 610	133 887	277	0.2
Total	190 519	192 099	1 580	0.8
Ventes de tiers (gros emballages y compris)	3 043	3 633	590	19.4
Beurre: trafic de perfectionnement	13	89	76	584.6

CONSOMMATION DE MATIÈRE GRASSE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Durant l'année sous rapport, les ventes dans le commerce de détail ont augmenté de 2772 tonnes ou 5,1 % et se sont élevées à 56962 tonnes. Les ventes de graisses végétales ont joué un rôle déterminant dans cette hausse en progressant de 2782 tonnes (+8,0 %) pour s'établir à 37367 tonnes. Les ventes de beurre ont quant à elles stagné pendant l'année considérée. Au total, 19595 tonnes de beurre ont été vendues, soit 10 tonnes ou 0,1 % de moins que l'année précédente.

	+/- en %
Beurre aqueux	0.1
Beurre déshydraté	-7.7
Margarine / minarine	35.5
Graisse végétale	82.5
Huile végétale	-1.3
Matière grasse commerce total	5.1

GRAISSES AQUEUSES DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

Dans l'année sous rapport, les ventes de graisses aqueuses se sont élevées au total à 24 374 tonnes, ce qui correspond à une hausse de 1 376 tonnes, soit 6,0 %. Pour le beurre, les ventes ont progressé de 26 tonnes (+0,1 %) à 19 157 tonnes. La margarine et la minarine ont pour leur part affiché une augmentation de 1 350 tonnes (+35,5 %) pour s'élever à 5 157 tonnes, ce qui compense largement le recul enregistré l'année précédente. L'augmentation la plus notable concerne la minarine avec 10,1 %, contre 3,7 % pour la margarine.

GRAISSES ANHYDRES DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

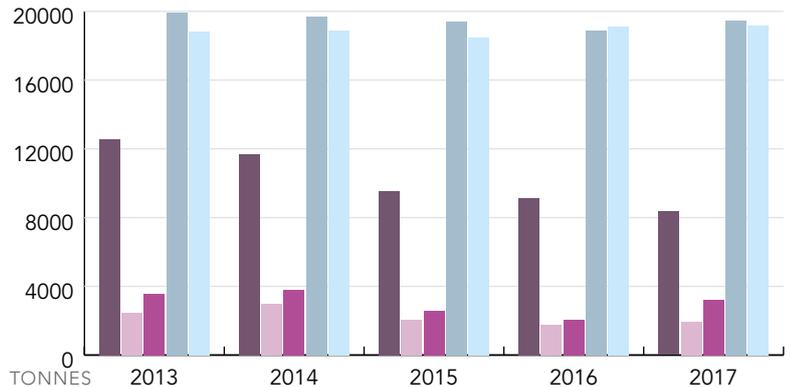
En 2017, les ventes totales de graisses anhydres dans le commerce de détail ont progressé de 1 396 tonnes (+4,5 %) à 32 648 tonnes. Les divers segments ont évolué différemment. Les ventes de beurre déshydraté ont enregistré un nouveau recul de 36 tonnes ou 7,7 %, tombant à 438 tonnes. Les huiles végétales s'affichent également en recul de 360 tonnes (-1,3 %) pour un total de 28 247 tonnes. Les ventes de graisses végétales solides, en revanche, ont nettement augmenté pour s'établir à 3 963 tonnes, soit une hausse de 1 792 tonnes (+82,5 %).

CONSOMMATION DE MATIÈRE GRASSE PAR L'ARTISANAT ET L'INDUSTRIE

La tendance de l'année précédente à l'augmentation du volume des ventes dans les secteurs de l'industrie et de l'artisanat ne s'est pas poursuivie. Le volume total des ventes a ainsi reculé de 1 192 tonnes ou 0,9 % à 135 137 tonnes. Tant les graisses aqueuses que les graisses anhydres ont reculé, respectivement de 27 811 tonnes (-164 t ; -0,6 %) et 107 326 tonnes (-1 028 t ; -0,9 %). Les ventes de beurre et de graisses végétales ont toutefois évolué différemment. Au total, pendant l'année considérée, les ventes de beurre ont enregistré 723 tonnes d'augmentation (+3,0 %). Le volume des ventes de beurre aqueux s'est accru de 596 tonnes (+3,2 %), contre 127 tonnes (+2,3 %) pour le beurre anhydre. En ce qui concerne les ventes de graisses végétales, elles ont reculé de 1 915 tonnes (-1,7 %) à un total de 110 032 tonnes. Les ventes de margarine et de minarine ont également enregistré un recul en 2017, comme les années précédentes. Elles se sont ainsi montées à 8 355 tonnes, soit 760 tonnes de moins (-8,3 %). S'agissant des graisses végétales anhydres, un glissement a été enregistré des graisses solides vers les huiles. Les ventes de graisses anhydres solides se sont élevées à 36 985 tonnes (-3 250 t ; -8,1 %), tandis que 64 692 tonnes d'huiles ont été écoulées (+2 095 ; +3,3 %). Dans l'ensemble, le volume des ventes de graisses végétales anhydres a néanmoins reculé de 1 155 tonnes.

MATIÈRE GRASSE AQUEUSE 2013 – 2017

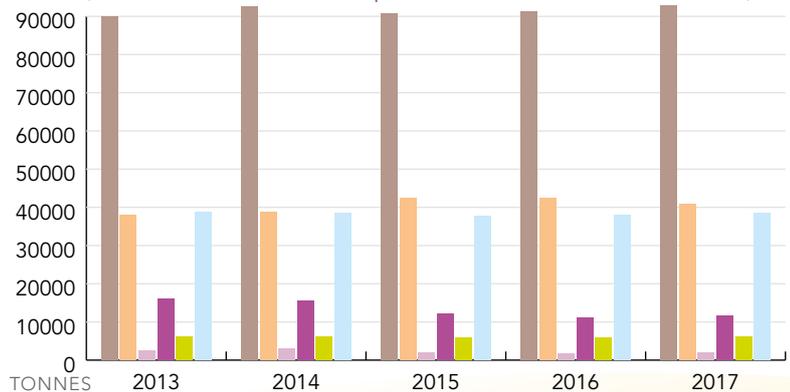
(ventes locales et trafic de perfectionnement du beurre inclus)



	2013	2014	2015	2016	2017
Margarine artisanat/industrie	12 571	11 694	9 516	9 115	8 355
Minarine vente détail	2 463	3 005	2 032	1 752	1 929
Margarine vente détail	3 591	3 801	2 567	2 055	3 228
Beurre artisanat/industrie	19 927	19 715	19 387	18 860	19 456
Beurre vente détail	18 818	18 887	18 457	19 131	19 157
Total	57 370	57 102	51 959	50 913	52 125

CONSOMMATION DE MATIÈRE GRASSE 2013 – 2017

(ventes locales et trafic de perfectionnement du beurre inclus)



	2013	2014	2015	2016	2017
Huile vég.	89 250	92 453	90 653	91 204	92 939
Graisse vég.	39 386	38 680	42 483	42 406	40 948
Minarine	3 040	3 005	2 032	1 752	1 929
Margarine	15 216	15 495	12 083	11 170	11 583
Beurre désh.	5 873	6 039	5 873	5 996	6 087
Beurre	37 710	38 602	37 844	37 991	38 613
Total	191 157	194 274	190 968	190 519	192 099

11 PROMOTION DES VENTES

FLORALP

Le beurre de choix FLORALP est synonyme d'excellente qualité. Fabriqué exclusivement à partir de crème de lait fraîche d'origine suisse, il ne contient aucun additif. Le beurre de choix FLORALP est le luxe culinaire quotidien sur le pain. La promesse de la marque est traduite dans la campagne publicitaire par le slogan «LE BEURRE DE CHOIX SUISSE. L'ORIGINAL. IRRÉSISTIBLE.» Les mesures de marketing recueillent chez les consommateurs des indices de sympathie et de notoriété élevés, qui sont consolidés avec humour par des campagnes de communication aux points de vente. Au printemps 2017 est parue une affiche avec trois petits pains hérissons tentant de s'approprier une plaque de beurre FLORALP. Sans succès, en raison du couvercle en verre du beurrier. Cette affiche a été placardée dans toute la Suisse à l'occasion de la campagne d'affichage, elle-même soutenue par des mesures en ligne et sur les réseaux sociaux. L'objectif était de renforcer la notoriété de la marque FLORALP et l'attention portée à la boutique de primes.

Pour la période de l'Avent, à partir de la mi-novembre jusqu'à la fin décembre 2017, l'emballage de fêtes spécial FLORALP pour les plaques de 100g et de 200g a fait son grand retour. Décoré de motifs de Noël, l'emballage était disponible dans tous les rayons frais du commerce de détail helvétique. Ce changement saisonnier et provisoire de l'aspect de l'emballage a attiré l'attention des consommateurs dans les points de vente. Par ailleurs, le doublement de la valeur des points à collectionner sur les emballages a constitué une plus-value supplémentaire en termes de promotion des ventes pour le consommateur. Il a ainsi reçu durant la période de Noël et uniquement à l'achat de ces emballages spéciaux deux points de fidélité au lieu d'un avec chaque plaque de 100 g et quatre points au lieu de deux avec la plaque de 200 g. Les plus fidèles clients de FLORALP ont ainsi été récompensés par cette promotion. Durant la période de Noël, une campagne d'affichage nationale illustrée du petit bonhomme en pâte tant apprécié et annonçant le doublement des



points de fidélité est venue appuyer les emballages spéciaux dans les rayons frais. La promotion de Noël a également bénéficié de mesures de soutien via des annonces publiées dans divers journaux et magazines, et via une présence renforcée sur Internet et les réseaux sociaux.

La communication générique est par ailleurs accompagnée toute l'année par la promotion de points à collectionner. Cette mesure de marketing récompense les consommateurs FLORALP de leur fidélité et renforce durablement leur lien émotionnel avec la marque. Cette promotion a pour objectif de faire de nos fidèles consommateurs des ambassadeurs de la marque FLORALP en parlant positivement du produit dans leur entourage.

La gamme de primes est complétée sans arrêt avec de nouveaux produits premium de grande qualité, afin de surprendre en permanence les consommateurs. Elle comprend notamment de l'élégante vaisselle en porcelaine, des couverts de qualité gravés et un beau sac en cuir orné d'une gentiane brodée. Pour Pâques, le lapin de beurre a été proposé comme prime spéciale, afin de relancer la collecte des points de fidélité FLORALP. Ce lapin de 200 g de beurre de choix suisse a de nouveau connu un beau succès, puisque ce ne sont pas moins de 16800 unités qui ont été commandées. En 2017, plus de 236000 points de fidélité nous ont été retournés, ce qui constitue un nouveau record.

Au printemps, après le lancement du nouveau site Internet FLORALP, plusieurs newsletters ont été adressées à la communauté des fans de FLORALP. Une mesure convaincante qui a enregistré un taux d'ouverture supérieur à la moyenne, débouchant sur une hausse des commandes de primes. Désormais présente sur Facebook et YouTube, la marque FLORALP peut informer en permanence des nouveautés de l'univers FLORALP. Ainsi, les consommateurs sont informés encore plus rapidement, et le dialogue avec le groupe cible est entretenu.

LE BEURRE – EMBALLAGE DE NOËL

Les emballages de la marque « LE BEURRE » ont été pour la première fois modifiés pendant la période de l'Avent pour attirer l'attention sur la saison des biscuits. Milanais en forme d'étoile et coquin avec un cœur étaient mis en scène de telle sorte qu'on ne pouvait les ignorer dans les rayons frais. L'emballage encourageait pâtisseries et pâtisseries du dimanche à se mettre aux fourneaux dès le début de l'Avent.



CAMPAGNE GÉNÉRIQUE POUR LE BEURRE, LE BEURRE À RÔTIR ET LA CRÈME À RÔTIR

Les objectifs marketing de la campagne générique pour le beurre sont de renforcer les produits beurriers dans un contexte de concurrence et de maintenir les parts de marché du beurre sur le marché suisse des matières grasses. La présentation de l'éventail des utilisations et la mise en valeur du côté naturel du beurre et des produits beurriers suisses sont les principaux piliers de la stratégie de communication. Le beurre doit apparaître comme un aliment suisse de son temps, naturel et polyvalent. Le cœur de cible du marketing générique pour le beurre est constitué de toutes les personnes gérant un ménage en Suisse. En 2017, l'essentiel des promotions ont été réalisées en ligne, reprenant comme thème les valeurs clés (caractère naturel et saveur) et la diversité des utilisations du beurre dans la

cuisine (cuisine chaude, cuisson à la poêle ou à l'étuvée, pâtisserie). Les campagnes régulières promeuvent les ventes de beurre. Les périodes de Pâques et de Noël sont particulièrement importantes, car on ne se consacre jamais autant à la pâtisserie et à la cuisine que durant ces jours de fêtes. Le quiz en ligne de Pâques a enregistré 41 000 personnes ayant répondu correctement à cinq questions sur le thème du beurre suisse, et celui de l'Avent 70000. Les plus chanceux ont reçu un cadeau. La promotion du beurre pour les boulangers a de nouveau été un succès, les boulangeries ayant distribué plus de 50000 cabas pour remercier leurs clients.



12 NUTRITION

Pendant l'année sous rapport, deux questions ont particulièrement concerné le secteur du beurre : le débat sur la présence d'huile de palme dans les denrées alimentaires et une nouvelle étude comparative sur les habitudes alimentaires à laquelle ont participé plus de 135000 personnes.

La question de l'utilisation de l'huile de palme dans la fabrication d'aliments et d'autres produits a été omniprésente dans les médias. Comme l'a rapporté Cash en janvier, l'huile de palme est utilisée dans la fabrication de denrées alimentaires telles que margarines, crèmes glacées ou pâtisseries et de produits tels que rouges à lèvres ou lessives. La problématique de l'huile de palme revêt de nombreux aspects. D'une part, l'Autorité européenne de sécurité des aliments a indiqué que cette huile génère plus de substances potentiellement cancérigènes que les autres huiles végétales lorsqu'elle est raffinée à des températures avoisinant les 200 °C. D'autre part, la façon dont le palmier à huile est cultivé fait l'objet de critiques récurrentes. Le défrichage et les monocultures qui en résultent ont en effet de graves conséquences tant pour les agriculteurs locaux que pour la faune. Dans un article paru en octobre, le journal 20 Minuten a appelé la population suisse à renoncer à l'huile de palme, qui est une graisse végétale bon marché privilégiée par l'industrie alimentaire pour des raisons technologiques.

Le même débat a concerné les fourrages. Une fois révélée la présence de graisse de palme dans les fourrages, les organisations agricoles se sont engagées pour que ce type de graisse soit éliminé du fourrage suisse. Les fabricants d'aliments fourragers ont rapidement réagi. À la fin de

l'année sous rapport, l'huile de colza avait pour l'essentiel remplacé la graisse de palme dans la nourriture du bétail laitier : une raison de plus de préférer les produits laitiers suisses à leurs concurrents étrangers !

Sur le front des denrées alimentaires, la situation est tout autre. En dépit des avertissements relatifs aux risques accrus pour la santé et malgré l'appel lancé à boycotter les produits contenant de l'huile de palme, celle-ci demeure actuellement l'une des principales graisses végétales utilisées. L'industrie alimentaire n'allant pas rapidement remplacer cette graisse par d'autres, il incombe aux consommateurs de décider si, à l'avenir, l'huile de palme doit continuer d'être utilisée dans de telles quantités.

En août, la revue scientifique The Lancet a publié les résultats d'une étude comparative menée dans 18 pays du monde entier auprès de 135000 participants et intitulée «Associations of fats and carbohydrate intake with cardiovascular disease and mortality in 18 countries from five continents (PURE): a prospective cohort study». Pour la première fois, les habitudes alimentaires et les maladies cardio-vasculaires graves ainsi que les cas de décès ont été recensés sur une période de plusieurs années. L'étude a montré qu'une consommation plus élevée de matière grasse réduit le risque de maladie cardio-vasculaire et que le risque de décès diminue de près d'un tiers. À l'inverse, on a constaté que lorsqu'on couvre les besoins énergétiques par un apport accru en glucides, tels que pâtes, pain ou riz, le risque de maladie cardio-vasculaire augmente et le risque de décès est nettement plus élevé.

Il y a cinq ans, en raison des observations faites au cours des années précédentes, la part de graisse recommandée pour la couverture des besoins énergétiques était passée de 20 % maximum à 40 % maximum en Suisse. Notre pays a donc adapté ses recommandations en la matière aux découvertes scientifiques les plus récentes. L'étude a par ailleurs confirmé qu'il n'existe aucune différence entre les acides gras saturés et insaturés. Les acides gras saturés naturels ne portent donc aucunement atteinte à la santé. Cette constatation ne date certes pas d'hier. Ce qui est nouveau en revanche, c'est que la recommandation de nombreux pays, dont la Suisse, de ne pas dépasser 10 % d'acides gras saturés pour la couverture des besoins énergétiques va à l'encontre des résultats de l'étude. Celle-ci a en effet révélé qu'une part si faible d'acides gras saturés augmente le risque de décès.



13 MARCHÉ MONDIAL DU BEURRE

Durant l'exercice sous revue, le marché du beurre de l'UE a été marqué par la hausse des prix. Durant les mois d'été, le prix du beurre a fait à plusieurs reprises les gros titres de la presse européenne. En France, on a même vu les rayons du beurre entièrement vides. Plusieurs médias ont évoqué la pénurie de beurre dans ce pays. Il n'y a toutefois pas eu de pénurie de beurre en France et les besoins auraient pu être couverts, mais les acheteurs ont refusé de payer des prix élevés et n'ont donc plus été livrés. Au printemps 2016, le prix du beurre dans l'UE était encore d'environ 2 euros 50 (env. CHF 2.70) par kilo de beurre en bloc. Puis les prix ont augmenté continuellement jusqu'en septembre 2017 pour dépasser 6 euros 80 (CHF 7.81). Le marché était animé par une certaine « fièvre de l'or », comme dix ans auparavant. Mais on a vite déchanté. En effet, les bons prix du beurre ont permis de payer des prix du lait

nettement meilleurs, ce qui a provoqué une hausse de la production laitière et donc des volumes de beurre. À partir d'octobre, les prix sont repartis à la baisse. Les ventes de Noël sont seulement parvenues à les stabiliser brièvement, avant qu'ils ne retombent sous les 4 euros 50 (CHF 5.26) en décembre. L'évolution du marché international du beurre en 2017 a reflété la volatilité croissante du marché du lait et le fait que les baisses de prix sont plus rapides et plus marquées que les augmentations.

On a constaté une évolution semblable hors de l'UE. En 2016, les prix du beurre se situaient vers CHF 2.70, puis les prix ont augmenté, mais de façon moins marquée que dans l'UE. Les prix les plus élevés (fob Europe de l'Ouest) ont

été cotés à plus de CHF 6.40 en septembre 2017. Les prix hors de l'UE sont ensuite rapidement retombés. Cette situation plutôt inhabituelle dans l'UE et sur le marché mondial s'est reflétée dans les volumes de production et d'exportation. À elles seules, en 2017, l'UE, l'Australie et la Nouvelle-Zélande ont exporté 126 600 tonnes de beurre de moins qu'en 2016.

EXPORTATIONS DE BEURRE DE CERTAINS PAYS EN 1000 T

	2016	2017	Différence	
UE-28	213,1	174,8	-38,3	-18,0 %
Nouvelle-Zélande	545,8	470,6	-75,2	-13,8 %
Australie	28,3	15,2	-13,1	-46,2 %
USA	26,1	28,9	+2,8	+11,0 %
Suisse	5,3	1,8	-3,5	-65,9 %
Biélorussie	76,6	72,1	-4,5	-5,9 %
Argentine	6,9	5,1	-1,8	-26,1 %
Uruguay	20,3	12,5	-7,8	-38,3 %

Source ZMB

	Production laitière 2017	Variation
Union européenne	154,8 Mio.t	+ 2,1 %
Nouvelle-Zélande	21,5 Mio.t	+ 1,6 %
Australie	9,4 Mio.t	- 0,2 %
États-Unis	97,7 Mio.t	+ 1,7 %

Source ZMB

osBeurre s.à.r.l.

Brunnmattstrasse 21
3007 Berne
Tél. 031 359 56 11
Fax 031 382 37 12
www.bobutter.ch
Courriel: info@bobutter.ch

