

# *os* **Beurre** S.à r.l.

*Organisation sectorielle pour le beurre OSB*



RAPPORT ANNUEL 2021



## LES FABRICANTS DE BEURRE

CREMO SA  
Case postale  
1701 Fribourg  
Tel. 026 407 21 11  
Fax 026 407 29 69  
[www.cremo.ch](http://www.cremo.ch)



MITTELLAND MOLKEREI AG  
Obertelweg 2  
Postfach  
5034 Suhr  
Tel. 058 227 41 41  
Fax 058 227 43 54  
[www.emmi.com](http://www.emmi.com)



FUCHS + CO. AG  
Greinastrasse 10  
Postfach  
9400 Rorschach  
Tel. 071 846 81 80  
Fax 071 846 81 81  
[www.fuchsmilch.ch](http://www.fuchsmilch.ch)

## RAPPORT ANNUEL 2021 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. PROMOTION DES VENTES .....	16
11. ALIMENTATION.....	18
12. MARCHÉ MONDIAL DU BEURRE .....	19

## 11. AVANT-PROPOS DU PRÉSIDENT

Que ce soit à la radio, dans les journaux ou en présence de toute personne avec laquelle on s'entretenait, il était invariablement question de la pandémie de COVID-19. Également durant la deuxième année de pandémie, le coronavirus a affecté tous les domaines de notre vie, tant privée que collective; le système politique, social et économique a également été mis à l'épreuve en 2021. Depuis, une certaine lassitude par rapport au coronavirus se fait ressentir de toute part. Même si l'ancienne «normalité» ne reviendra probablement pas complètement, j'espère sincèrement que nous pourrons à nouveau reprendre tous ensemble notre vie en main et l'apprécier au plus vite.

L'année 2021 n'a pas réservé de grandes surprises à la branche du beurre. Au cours de l'année sous revue, la Suisse a produit au total 37 088 tonnes de beurre. Par rapport à l'année précédente, cela correspond à une baisse de production de 1042 tonnes, soit 2,7%. Surtout vers la fin de l'année, la production de beurre a nettement baissé, une tendance qui se poursuit début 2022. Les ventes de beurre ont reculé de 1492 tonnes pour atteindre 39 670 tonnes, ce qui est principalement dû à l'augmentation du trafic de perfectionnement et aux importations directes par les acheteurs.

Comme les années précédentes, la Suisse a importé du beurre en 2021. Grâce à l'importation de 2574 tonnes de beurre, l'approvisionnement du marché a pu être garanti à tout moment. L'OS Beurre a pour objectif et s'engage à ce que les deux marques «LE BEURRE» et «Floralp» soient toujours fabriquées exclusivement à partir de beurre suisse.

En raison de la faiblesse persistante des livraisons de lait au début de l'année 2022, la production nationale de



beurre ne suffira pas, cette année encore, à couvrir l'intégralité des besoins. En 2022 également, des importations de beurre garantiront l'approvisionnement.

J'espère que nous connaîtrons à nouveau un quotidien plus insouciant et plus libre en 2022 et, pour la branche du beurre, que les consommateurs suisses et l'industrie alimentaire nationale continueront à acheter, respectivement à transformer, du beurre suisse. C'est dans cet esprit que je souhaite à tous nos associés une bonne marche des affaires en 2022. Je remercie le secrétariat pour son engagement sans pareil et son agréable collaboration durant l'année écoulée.

Ganterschwil, janvier 2022

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Urs Werder'. The signature is fluid and cursive, written on a white background.

Urs Werder, Président de l'OS Beurre

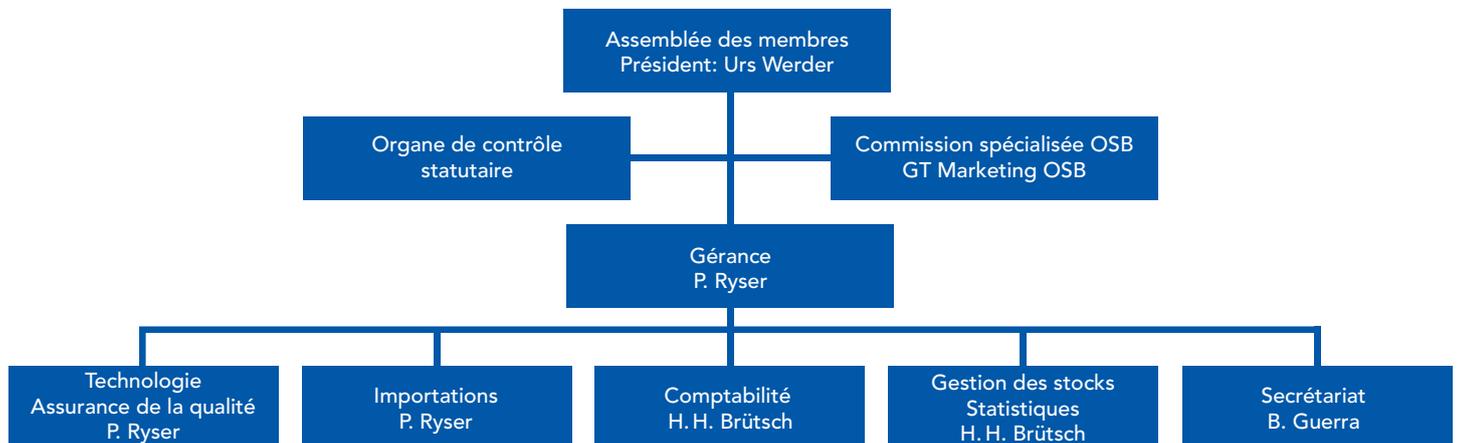
## 2 ORGANISATION SECTORIELLE POUR LE BEURRE

### SIÈGE DE LA SOCIÉTÉ

- OS Beurre S.à.r.l.  
Brunnmattstrasse 21  
3007 Berne  
Téléphone 031 359 56 11  
www.bobutter.ch

### ASSOCIÉS

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



Organigramme de l'OS Beurre, état 1<sup>er</sup> janvier 2022



## SITE INTERNET DE L'OS BEURRE

Internet devient de plus en plus une source d'information utilisée aussi bien par les spécialistes que par les consommateurs. Cette évolution est également constatée au niveau de l'utilisation du site internet de l'OS BEURRE qui informe sur ses activités, ses statistiques et ses marques de beurre.

En 2021, le site internet de l'OS BEURRE a été consulté par 6158 utilisateurs, dont 5086 domiciliés en Suisse. Cela correspond à une part de 82,6 %. La part des visiteurs qui consultent le site pour la première fois, soit 91,3 %, est très élevée. 59,0 % des utilisateurs ont accédé au site internet depuis un ordinateur de bureau. Les autres accès provenaient d'appareils mobiles tels que téléphones portables et tablettes.



### 3.3. PRINCIPAUX ÉVÉNEMENTS DANS LE SECTEUR DU BEURRE

En janvier, l'OS Beurre dépose une demande d'augmentation du contingent d'importation de beurre de 1500 tonnes auprès de la commission Importations de beurre. En février, l'Office fédéral de l'agriculture met aux enchères un contingent d'importation de 1500 tonnes.

En avril, la commission Importations de beurre de l'IP Lait ne parvient pas à se mettre d'accord sur une quantité d'importation. La planification évolutive faisant état d'un besoin, l'automatisme entre en vigueur et l'IP Lait doit demander à l'Office fédéral de l'agriculture une augmentation des contingents d'importation à hauteur de 1000 tonnes. Elles sont mises aux enchères en juin.

À la fin de la semaine 22, le pic saisonnier des stocks est atteint avec 5446 tonnes. Sans les importations de beurre en cours, le stock des entrepôts de congélation serait inférieur d'environ 1300 tonnes.

Du fait de l'amélioration de la situation liée au coronavirus au début de l'été, les conditions sont assouplies en juin

et il redevient plus facile pour les consommateurs de faire leurs achats à l'étranger. Les ventes au détail baissent à nouveau. En revanche, les volumes de vente dans le secteur de l'artisanat et de l'industrie augmentent, toutefois pas à hauteur des attentes étant donné que le trafic de perfectionnement continue d'augmenter au cours du second semestre.

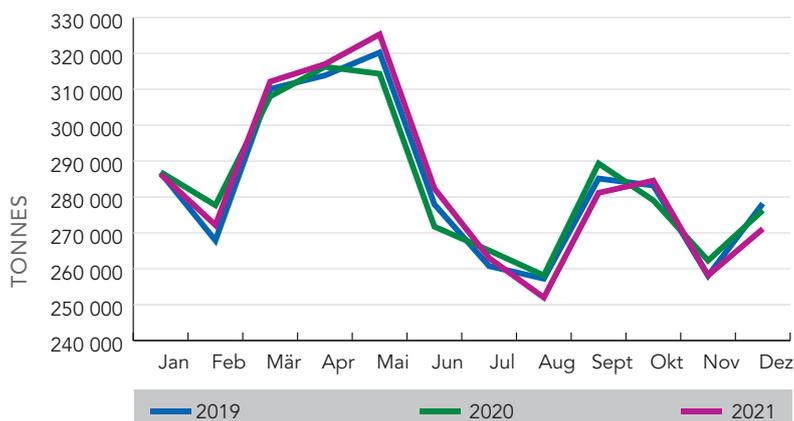
En octobre, l'OS BEURRE trouve un accord extrajudiciaire avec un fournisseur de graisse végétale qui a mis sur le marché un produit à base de graisse végétale dont la présentation est très proche de celle du beurre Floralp.

En automne, les quantités produites restent en permanence inférieures à celles de l'année précédente, ce qui entraîne une pénurie d'approvisionnement vers la fin de l'année. À la fin de la semaine 50, il ne reste plus que 242 tonnes de beurre dans les entrepôts de congélation, dont une grande partie de beurre bio ou de beurre de crème de petit-lait.



### 4 MISE EN VALEUR DU LAIT COMMERCIALISÉ

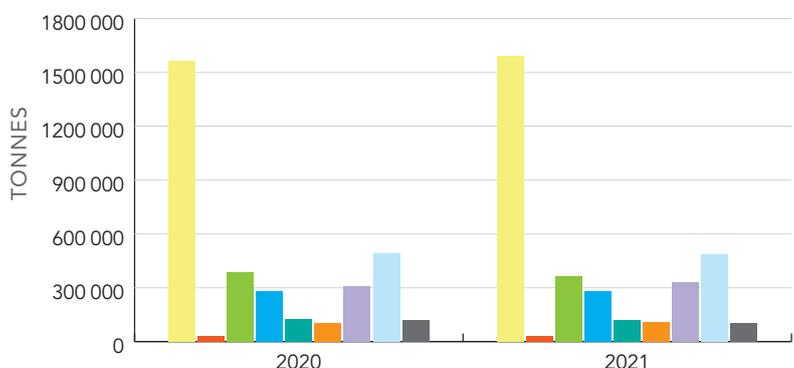
LIVRAISONS DE LAIT 2019 – 2021 (lait de zone et lait d'alpage inclus)



source TSM

	2019	2020	2021
Jan.	286 718	286 931	286 358
Févr.	267 882	277 692	272 175
Mars	310 089	308 012	312 144
Avril	313 862	316 266	317 004
Mai	320 254	314 324	325 313
Juin	277 958	271 730	282 385
Juil.	260 730	265 095	262 985
Août	257 232	258 140	251 971
Sept.	285 128	289 318	281 144
Oct.	283 192	279 059	284 550
Nov.	258 065	262 282	258 127
Déc.	278 165	276 290	271 124
<b>Total</b>	<b>3 399 271</b>	<b>3 405 388</b>	<b>3 405 307</b>

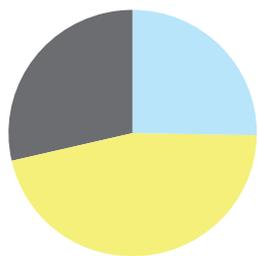
MISE EN VALEUR DU LAIT (en équivalents-lait)



source TSM

	2020	2021
Fromage	1 564 059	1 591 397
Séré	30 143	28 672
Lait de consommation	384 737	365 898
Crème de consom.	278 266	279 071
Yogourt	124 139	120 495
Produit laitiers frais y c. glaces	103 890	107 117
Conserves de lait	307 991	328 472
Beurre	491 509	483 991
Autres mises en valeur	120 654	100 194
<b>Total</b>	<b>3 405 388</b>	<b>3 405 307</b>

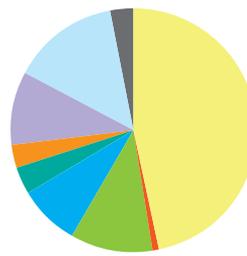
MISE EN VALEUR DE LA MATIÈRE GRASSE (par groupe de produits)



2021

D'après les données de TSM Fiduciaire Sàrl, 14,2 % du lait, exprimés en équivalents-lait, ont été transformés au cours de l'année sous revue. Dans les faits, 25,4 % de la graisse lactique ont été transformés en beurre. Par rapport à l'année précédente, cela correspond à une baisse de 0,2 %.

Beurre	25,4%
Fromages	46,1%
Autres mise en valeur	28,5%



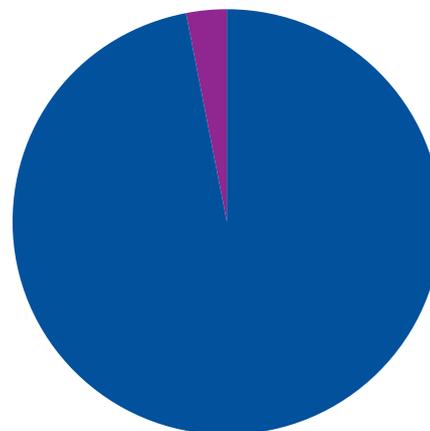
2021

	2021
Fromage	46,7%
Séré	0,8%
Lait de consommation	10,7%
Crème de consom.	8,2%
Yogourt	3,5%
Produit laitiers frais y c. glaces	3,1%
Conserves de lait	9,6%
Beurre	14,2%
Autres mises en valeur	2,9%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>

## 5 PRODUCTION INDUSTRIELLE DE BEURRE

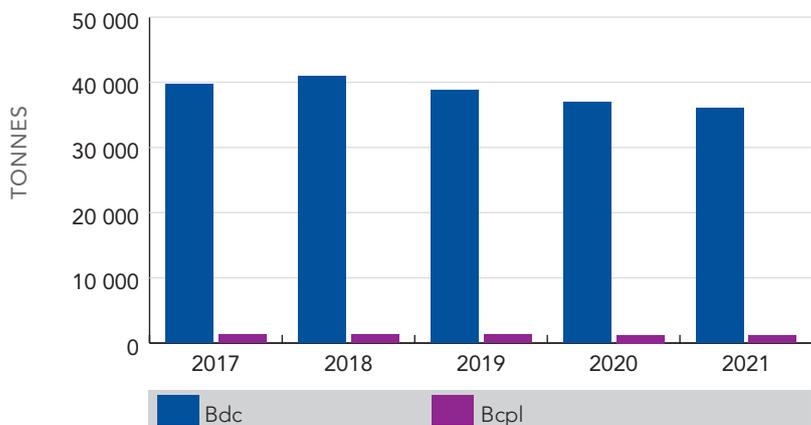
En 2021, l'industrie suisse a produit 37 088 tonnes de beurre à partir de crème de lait et de crème de petit-lait. Par rapport à l'année précédente, cela correspond à une baisse de production de 1 042 tonnes, soit 2,7%. La production de beurre de crème de lait est inférieure de 920 tonnes, soit de 2,5%, à celle de l'année précédente. La diminution du beurre de crème de petit-lait a été de 122 tonnes, soit 9,9%.

Au cours du premier semestre, 63,7% de la production annuelle de beurre de crème de lait ont été fabriqués. La production supplémentaire de 916 tonnes par rapport à la quantité de l'année précédente au premier semestre est à mettre en parallèle avec une production de beurre très faible (-1836 tonnes) au second semestre.



Beurre de choix (Bdc):	97,0%
Beurre de crème de petit-lait (Bcpl):	3,0%

### PRODUCTION DE BEURRE 2017 – 2021

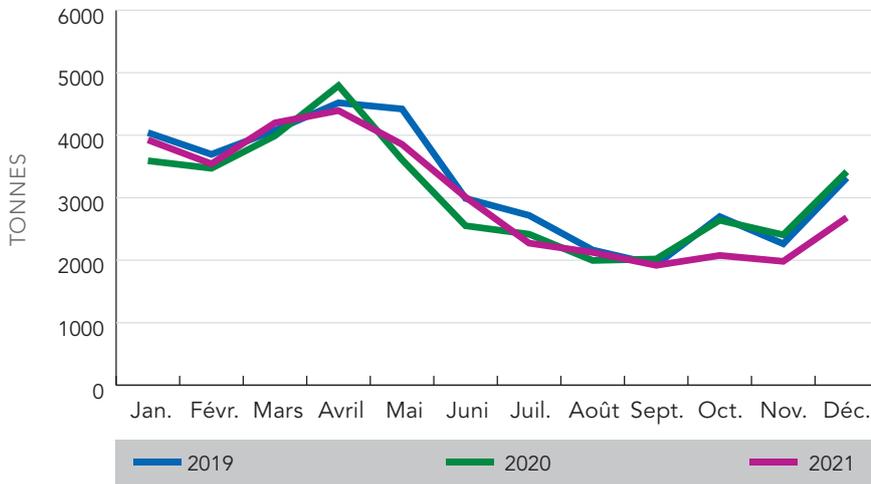


### PRODUCTION DE BEURRE

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

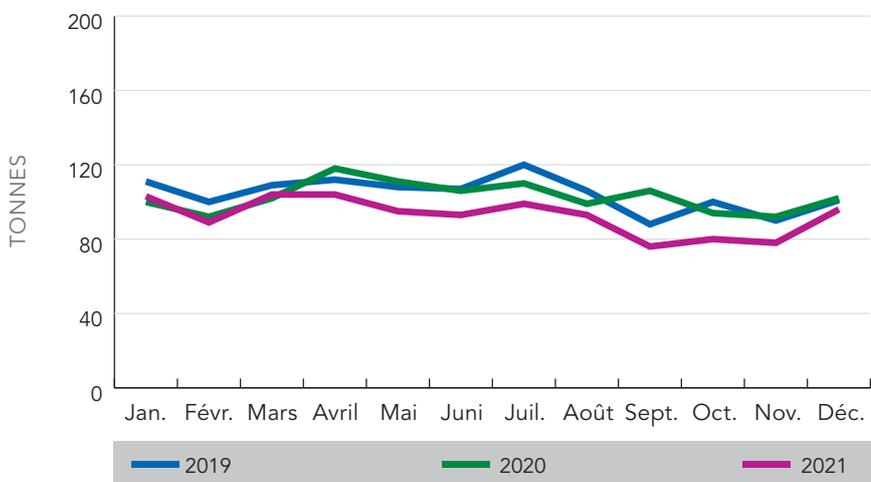
	2017 en tonnes	2018 en tonnes	2019 en tonnes	2020 en tonnes	2021 en tonnes	+/- en tonnes	+/- en tonnes
Bdc	39 741	40 885	38 827	36 898	35 978	- 920	- 2,5
Bcpl	1 374	1 340	1 252	1 232	1 110	- 122	- 9,9
<b>Total</b>	<b>41 115</b>	<b>42 225</b>	<b>40 079</b>	<b>38 130</b>	<b>37 088</b>	<b>- 1 042</b>	<b>- 2,7</b>

PRODUCTION DE BEURRE DE CHOIX 2019 – 2021



	2019	2020	2021
Jan.	4 041	3 591	3 925
Févr.	3 694	3 471	3 542
Mars	4 078	3 991	4 198
Avril	4 519	4 793	4 394
Mai	4 420	3 608	3 854
Juin	2 989	2 551	3 008
Juil.	2 717	2 416	2 273
Août	2 163	1 996	2 125
Sep.	1 928	2 019	1 918
Oct.	2 697	2 639	2 076
Nov.	2 263	2 406	1 982
Déc.	3 318	3 417	2 683
<b>Total</b>	<b>38 827</b>	<b>36 898</b>	<b>35 978</b>

PRODUCTION DE BEURRE DE CRÈME DE PETIT-LAIT 2019 – 2021



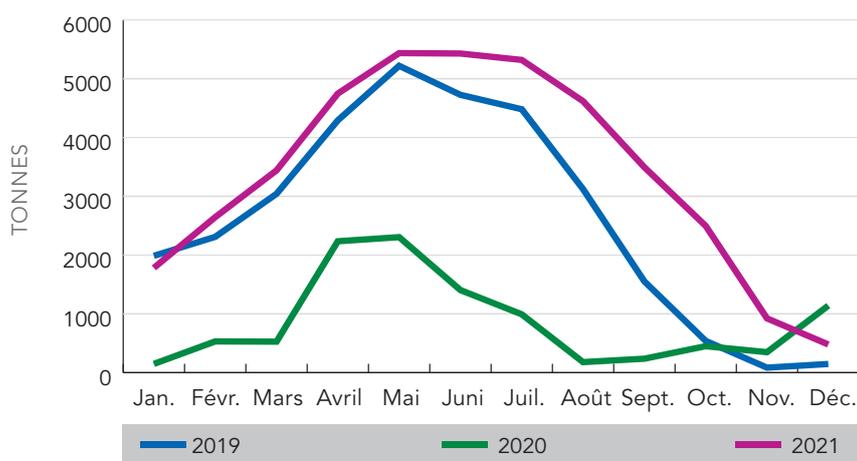
	2019	2020	2021
Jan.	111	100	103
Févr.	100	92	89
Mars	109	102	104
Avril	112	118	104
Mai	108	111	95
Juin	107	106	93
Juil.	120	110	99
Août	106	99	93
Sep.	88	106	76
Oct.	100	94	80
Nov.	90	92	78
Déc.	101	102	96
<b>Total</b>	<b>1 252</b>	<b>1 232</b>	<b>1 110</b>

## 6 GESTION DES STOCKS ET FONDS DE GESTION DES STOCKS

Début 2021, les entrepôts de congélation suisses des fabricants de beurre contenaient 1140 tonnes de beurre. Grâce à l'augmentation de la production de beurre, il a été possible de stocker davantage de beurre au cours du premier semestre que l'année précédente. À la fin de la semaine 22, le pic des stocks est atteint avec 5446 tonnes. La très faible production de beurre au cours du deuxième semestre, soit 1836 tonnes de moins que l'année précédente, a toutefois fait fondre ces stocks de beurre. Grâce au beurre d'importation, la forte réduction des stocks a pu être retardée. À la fin de l'année, les stocks des entrepôts de congélation s'élevaient à 479 tonnes.

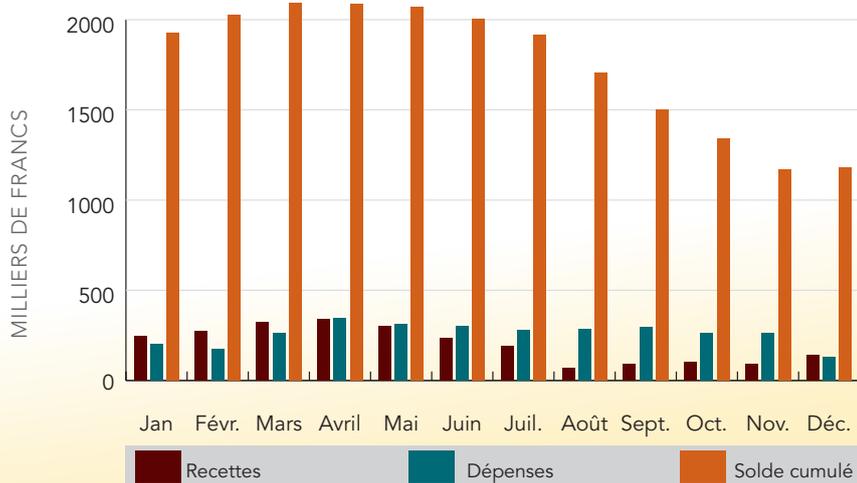
Au début de l'année, la fortune du fonds de gestion des stocks s'élevait à CHF 1 883 300.-. L'actif financier élevé du fonds a conduit à la décision de réduire les contributions au fonds de gestion des stocks. Depuis le 1er juillet 2021, les cotisations pour le beurre de crème de lait s'élèvent à CHF 0.06 et celles pour le beurre de crème de petit-lait à CHF 0.03. Avec prise en compte des faibles productions de beurre, le stock a été réduit d'un peu plus de CHF 700 000.- au cours de l'année. À la fin de l'année, le solde du fonds s'élevait à CHF 1 179 177.-.

STOCKS DE BEURRE DE CHOIX SURGELÉ 2019 – 2021



	2019	2020	2021
Jan.	1 987	148	1 782
Févr.	2 310	531	2 645
Mars	3 042	527	3 441
Avril	4 292	2 235	4 747
Mai	5 220	2 305	5 436
Juin	4 726	1 404	5 429
Juil.	4 481	992	5 320
Août	3 123	179	4 618
Sep.	1 552	237	3 494
Oct.	540	450	2 497
Nov.	85	348	923
Déc.	147	1 140	479

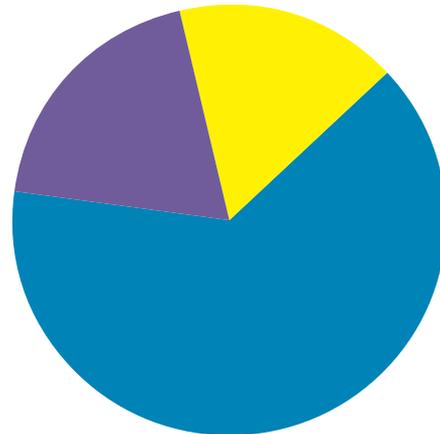
FONDS DE GESTION DES STOCKS 2021



	Recettes	Dépenses	Solde cumulé
Jan.	248 460	203 862	1 927 904
Févr.	275 834	176 314	2 027 424
Mars	325 470	260 707	2 092 187
Avril	340 534	347 374	2 085 346
Mai	298 482	312 872	2 070 955
Juin	234 132	300 801	2 004 286
Juil.	191 935	280 377	1 915 843
Août	69 691	282 018	1 703 516
Sep.	93 241	295 791	1 500 966
Oct.	102 177	261 039	1 342 104
Nov.	93 757	265 026	1 170 835
Déc.	138 818	130 476	1 179 177
<b>Total</b>	<b>2 412 529</b>	<b>3 116 658</b>	

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	
Depuis 1er jan. 2014	6	3	
2015 inchangé	6	3	
Depuis 1er jan. 2016	9	6	
2017 inchangé	9	6	
2018 inchangé	9	6	
2019 inchangé	9	6	
2020 inchangé	9	6	
Depuis 1er juil. 2021	6	3	

CHARGES DU FONDS DE GESTION  
DES STOCKS 2021

Intérêts	16,7%
Stockage	64,0%
Transport	19,3%



## 7 CONTRÔLE DE LA QUALITÉ

Au cours de l'année sous revue, des échantillons de beurre ont été analysés tant dans le cadre du monitoring sectoriel que dans celui des contrôles de qualité réguliers. Aucun échantillon n'a dû être contesté dans le cadre du monitoring sectoriel dans le cadre duquel les échantillons de beurre sont analysés afin de détecter la présence de substances étrangères.

Dans le cadre du contrôle régulier de la qualité, où les échantillons de beurre font l'objet d'une évaluation sensorielle et où l'on détermine leurs valeurs chimiques et physiques ainsi que leur qualité microbiologique, il a été renoncé au printemps à l'évaluation sensorielle par le panel d'experts en raison de la situation liée au coronavirus, et seuls les examens en laboratoire ont été effectués. L'évaluation sensorielle par le panel d'experts a été

relancée en été. Les diverses analyses n'ont donné lieu qu'à des réclamations isolées. Deux fois, une teneur en matière grasse trop faible a été déplorée, et une fois, une teneur élevée en germes étrangers (germes aérobies, mésophiles) et une valeur pH élevée ont dû être critiquées. Les résultats des deux dernières réclamations se situaient cependant dans le cadre légal; elles ont été émises dans le cadre des directives plus strictes de la branche.

Les objectifs de qualité définis par l'OS Beurre correspondent en partie à des exigences plus strictes que celles imposées par la loi applicable au beurre. Les exigences prescrites par la branche dépassent en particulier le cadre légal, tant dans le domaine microbiologique que dans celui de la fabrication du beurre.



## 8 IMPORTATION ET EXPORTATION DE BEURRE

La pénurie de beurre en Suisse a continué à se faire sentir en 2021. Du beurre a été importé pour assurer l'approvisionnement du pays. Au total, selon les statistiques de l'Office fédéral des douanes et de la sécurité frontalière (OFDF), 4431 tonnes de beurre (converties en beurre 82%MG) ont été importées de différents pays européens. Sur ces importations de beurre, 1605 tonnes, soit 36,2 %, ont été traitées par l'OS Beurre et transmises aux associés. Le deuxième échelon de transformation, composé de fabricants de chocolat et de biscuits, mise de plus en plus sur le trafic de perfectionnement pendant cette période. L'augmentation du trafic de perfectionnement a été de 905 tonnes, soit 137,1 %. Les importations de petites quantités ont augmenté de 30 tonnes pour atteindre 66 tonnes, ce qui confirme l'ouverture des frontières aux touristes d'achat.

Les statistiques de l'OFDF font état de 155 tonnes d'exportation de beurre pour l'année 2021, soit 216 tonnes ou 139,6 % de moins que l'année précédente. La principale destination du beurre exporté (82%MG) est Singapour (102 tonnes), suivi du Japon (25 tonnes) et de l'Allemagne (11 tonnes).

### EXPORTATIONS DE BEURRE

	2018	2019	2020	2021	Diff
Égypte					
Émirats arabes unis					
Australie					
Bangladesh					
Belgique					
Chine		1	7	2	-5
Danemark					
Allemagne	8	10	7	11	3
France	11	20	10	8	-2
Indonésie	2	1	1	2	1
Italie					
Japon	260	171	167	25	-142
Yémen					
Jordanie					
Colombie					
Koweït					
Liban	93				
Maroc					
Mexique					
Pays-Bas	2	2	1	2	2
Autriche					
Pakistan					
Russie	89	70			
Arabie Saoudite			1		-1
Suède	1				
Sénégal					
Singapour	328	77	177	102	-75
Slovaquie					
Syrie					
Turquie					
Tchéquie					
Hongrie					
Grande-Bretagne					
divers Pays	1			1	1
<b>Total</b>	<b>795</b>	<b>352</b>	<b>371</b>	<b>155</b>	<b>-216</b>

Source: 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%MG.

### IMPORTATIONS DE BEURRE (huile de beurre incluse)

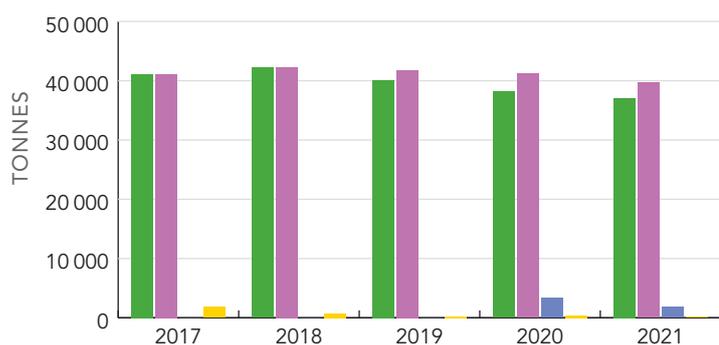
	2020	2021	Diff
Importations de l'OSB (dans le contingent tarifaire OFAG)	3 345	1 430	-1 915
Importations de tiers (dans le contingent tarifaire OFAG)	1 553	1 144	-409
Importations de l'OSB pour le trafic de perfectionnement (régime extraordinaire)	902	175	-727
Importations de tiers pour le trafic de perfectionnement (régime extraordinaire)	217	51	-166
Importations pour le trafic de perfectionnement (régime ordinaire)	660	1 565	905
Importation de petites quantités	36	66	30
<b>Total</b>	<b>6 713</b>	<b>4 431</b>	<b>-2 282</b>

## 9 CONSOMMATION DE BEURRE (INDUSTRIE BEURRIÈRE)

En 2021, les ventes de beurre ont diminué de 1492 tonnes, soit de 3,6 % par rapport à l'année précédente. Les baisses de ventes les plus importantes ont été enregistrées pour le beurre de crème de lait ainsi que pour les mélanges de beurre en emballages destinés aux consommateurs. Pour le beurre de crème de lait, le recul a été de 858 tonnes, soit 9,9 %. Les ventes se sont élevées à 7786 tonnes. Il s'est vendu 11 278 tonnes de mélanges de beurre (petits emballages), ce qui représente une baisse de 575 tonnes ou 4,9 %. Le recul du beurre industriel et commercial a été de 137 tonnes, soit 0,9 %, ce qui donne une quantité vendue de 14 863 tonnes.

Les ventes de beurre de crème de lait et crème de petit-lait se sont élevées à 44 tonnes. Par rapport à l'année précédente, cela correspond à une augmentation quantitative de 2 tonnes, soit de 4,8 %. Dans le domaine du beurre déshydraté (y compris MFF et crème à rôtir), 5287 tonnes ont été vendues, ce qui représente une augmentation de 54 tonnes ou 1,0 %. Avec 412 tonnes, 22 tonnes de beurre de plus, soit 5,6 %, ont été transformées en beurre spécial. Outre les quantités livrées par les fabricants de beurre, 1144 tonnes de beurre (sans trafic de perfectionnement) ont été directement importées par les acheteurs.

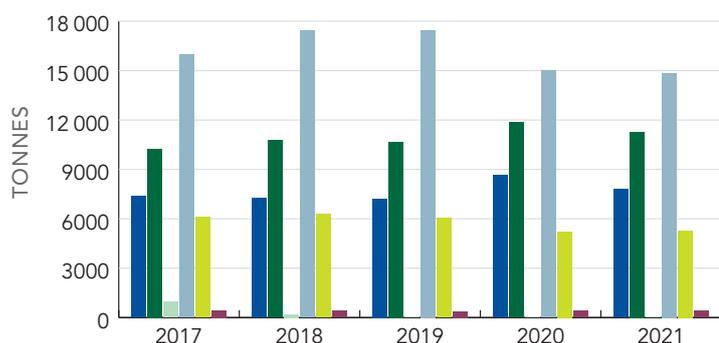
PRODUCTION, CONSOMMATION, IMPORTATIONS, EXPORTATIONS 2017 – 2021



	2017	2018	2019	2020	2021
Production	41 115	42 225	40 079	38 130	37 088
Consom.	41 067	42 331	41 813	41 162	39 670
Importations*	0	0	0	3 319	1 812
Exportations	1 793	678	247	341	124

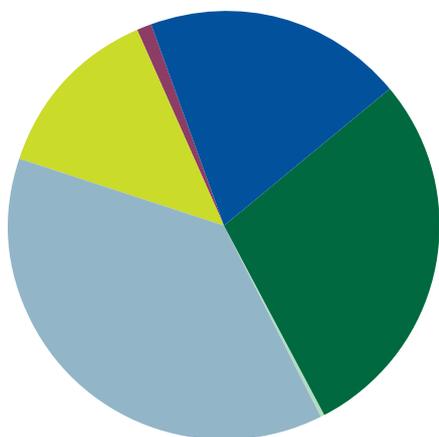
\* Importations par L'OSB

VENTES DE BEURRE 2017 – 2021



	2017 en tonnes	2018 en tonnes	2019 en tonnes	2020 en tonnes	2021 en tonnes	+/- en tonnes	+/- en tonnes
Beurre de choix	7 381	7 251	7 226	8 644	7 786	- 858	- 9,9
LE BEURRE	10 240	10 768	10 675	11 853	11 278	- 575	- 4,9
Beurre de fromagerie	936	191	36	42	44	2	4,8
Beurre d'industrie	15 983	17 418	17 452	15 000	14 863	- 137	- 0,9
Beurre déshydraté	6 087	6 298	6 041	5 233	5 287	54	1,0
Beurre spécial	441	405	383	390	412	22	5,6
<b>Total</b>	<b>41 068</b>	<b>42 331</b>	<b>41 813</b>	<b>41 162</b>	<b>39 670</b>	<b>- 1 492</b>	<b>- 3,6</b>

## VENTES DE BEURRE EN 2021 (par variété)



Beurre de choix:	19,6%
Mélanges de beurre petits emballages:	28,4%
Beurre de fromagerie:	0,1%
Beurre d'industrie:	37,5%
Beurre déshydraté:	13,3%
Beurre spécial:	1,0%

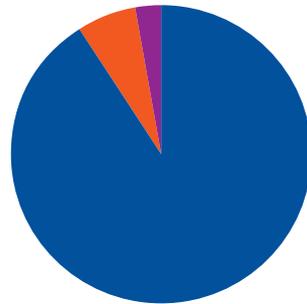
## COMPORTEMENT D'ACHAT ET PRIX À LA CONSOMMATION (beurre et margarine)

	Kaufende Haushalte in %		Menge in Mio. kg		Preisdurchschnitt in CHF/kg		Wert in Mio. CHF	
	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma
2018	91,7	51,7	18,3	4,9	14,3	8,1	261,9	39,4
2019	90,4	50,3	18,6	4,7	14,3	8,1	266,1	37,9
2020	92,1	53,2	21,6	5,6	14,8	8,0	318,6	44,2
2021	90,5	50,6	20,9	5,3	15,2	8,1	317,5	42,5

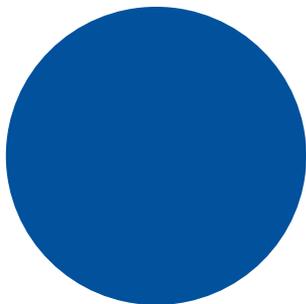
Be: Beurre y compris beurre à rôtir  
Ma: Margarine et Minarine

source 2018–2021 Nielsen

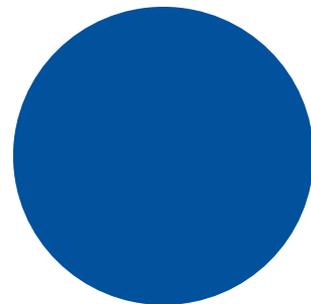
TRANSFORMATION DE LA MATIÈRE PREMIÈRE EN BEURRE POUR LE MARCHÉ SUISSE EN 2021  
(en beurre 82,0%MG)



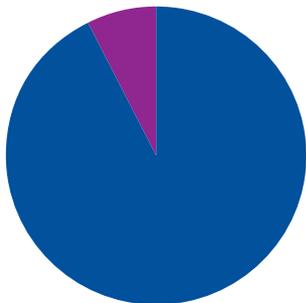
Transformation: 40 814 Tonnes  
 Bdc: 37 130 t  
 Bcpl: 1 110 t  
 Bdim: 2 574 t



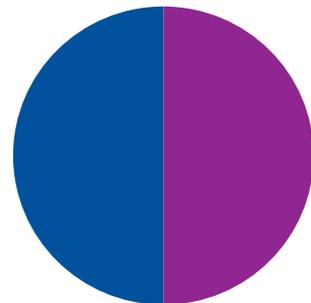
Beurre de choix: 7 786 t  
 Bdc: 7 786 t



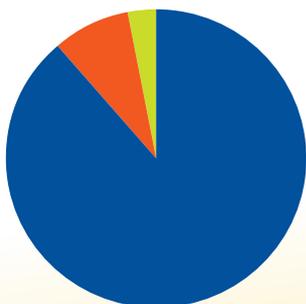
Spécialités de beurre: 412 t  
 Bdc: 412 t



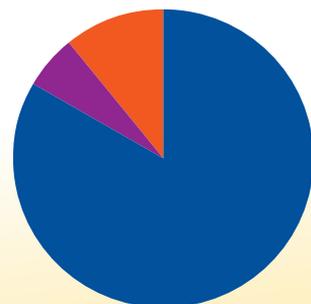
Beurre déshydraté: 5 747 t  
 Bdc: 5 331 t  
 Bcpl: 416 t



Beurre de fromagerie: 44 t  
 Bdc: 22 t  
 Bcpl: 22 t



Beurre d'industrie: 15 307 t  
 Bdc: 13 567 t  
 Bdesh: 460 t  
 Bdesh: 1 280 t



Mélanges de beurre petits emballages: 11 978 t  
 Bdc: 10 012 t  
 Bcpl: 672 t  
 Bdesh: 1 294 t

## 10 PROMOTION DES VENTES

### FLORALP

Le goût incomparable du beurre de choix Floralp est la clé de son succès. Pour sa fabrication, on utilise exclusivement de la crème de lait fraîche d'origine suisse, qui garantit une excellente qualité. Les consommatrices et consommateurs suisses sont ciblés tout au long de l'année par trois grandes campagnes autour des points de vente Floralp (à proximité des magasins et au plus près des rayons frais). Cette année également, les lapins en beurre Floralp ont été très appréciés en période de Pâques. Plus de 18 800 unités ont été commandées et livrées. L'action collection a été promue dans les magazines clients et sur les réseaux sociaux.

Le nouveau sujet avec un cœur tressé en beurre a fait son apparition lors de la fête des mères. La campagne a été diffusée sur des panneaux numériques dans les neuf plus grandes villes de Suisse. Par ailleurs, la campagne a été soutenue par des mesures en ligne et sur les réseaux sociaux afin de renforcer la notoriété de la marque Floralp ainsi que l'attention portée à la boutique de primes.

La campagne avec les nouveaux minis animés Floralp a été lancée à l'automne. Elle a été diffusée pour la première fois sur YouTube. Cette campagne a été soutenue simultanément par des bannières en ligne.

À partir de mi-novembre et jusqu'à fin décembre 2021, la période de l'Avent a de nouveau été embellie par l'emballage spécial Floralp au design de Noël pour les modèles de 100 g et 200 g sous film. L'emballage était décoré d'une maille de Noël rouge et d'étoiles, et disponible dans tous les rayons réfrigérés du commerce de détail suisse. Ce changement d'emballage limité dans le temps, en harmonie avec la saison, a intensifié l'attention sur le point de vente. Le doublement de la valeur des points de fidélité sur les emballages a constitué une valeur ajoutée promotionnelle complémentaire pour les consommateurs. Ainsi, pendant la période de Noël et uniquement lors de l'achat de ces emballages spéciaux, les clientes et clients ont reçu 2 points de fidélité au lieu de 1 pour le modèle de 100 g et 4 points au lieu de 2 pour le modèle de 200 g. Cette action avait pour but de récompenser les clients de Floralp pour leur fidélité. Une campagne DOOH nationale avec le célèbre bonhomme en pâte, mention des points de fidélité doublés incluse, a été diffusée en soutien à l'emballage spécial pendant la période de Noël. Parallèlement, l'action de Noël a été présente pendant toute la période de l'Avent

avec des annonces dans divers journaux et magazines ainsi que sur différents canaux en ligne et réseaux sociaux.

Le marketing en ligne a en outre été développé dans l'esprit du marketing orienté sur la performance. C'est ainsi que des publicités ont été de plus diffusées sur Google (SEA), divers tableaux de bord ayant été mis en place afin d'observer les progrès de l'ensemble des mesures en ligne et sur les réseaux sociaux, et de les adapter si nécessaire. Cette année encore, la présence de Floralp sur les réseaux sociaux a été renforcée. La marque est présente sur Instagram, Facebook et désormais aussi sur Pinterest.

Sur Facebook et Instagram, une portée de 1 349 544 et 805 403 impressions a pu être atteinte avec une fréquence de 5,97 (moyenne).

La landing page a été consultée 30 412 fois, ce qui a généré 332 téléchargements (conversion) du formulaire de commande, 98 426 clics et 37 723 clics de lien. Au 31 décembre, on comptait 27 709 fans sur Facebook et 4319 followers sur Instagram. Plus de 1,1 million d'impressions ont été générées sur Pinterest.



## LE BEURRE

La période de Pâques et de Noël est synonyme de biscuits faits maison. Il s'agit donc de l'une des principales périodes de vente et de consommation de beurre, notamment pour la marque LE BEURRE. Afin d'accroître la notoriété de la marque «LE BEURRE» et de créer des impulsions d'achat au point de vente, une campagne a été lancée à Pâques et à Noël avec des annonces dans les magazines clients et en ligne, sur e-boards et sur les réseaux sociaux ainsi que dans le cadre d'un Digital Out of Home. Un concours a permis d'obtenir plus de 45 000 nouvelles adresses. Celles-ci sont désormais contactées dans la nouvelle newsletter, avec des contenus respectivement passionnants. Afin de se démarquer positivement dans les rayons des points de vente et de stimuler ainsi les ventes, de nouveaux emballages spécialement conçus pour Noël ont été imprimés mi-novembre/décembre. Deux biscuits de Noël typiquement suisses (un milanais en forme d'étoile et un miroir avec un cœur) ont été intégrés bien en évidence au design. Pour compléter cette mesure spéciale, faire un lien avec l'espace numérique et offrir plus de valeur ajoutée au consommateur, une mention indiquait que des recettes de biscuits au beurre se trouvaient sur les sites internet [www.lebeurre.ch](http://www.lebeurre.ch) et [www.diebutter.ch](http://www.diebutter.ch). Six recettes de biscuits invitant le consommateur à choisir la marque «LE BEURRE» pour les cuisiner étaient placées sur ces sites internet pendant la période de Noël. Désormais, la marque est également présente sur Instagram. Différents créateurs de contenu y proposent des idées de recettes accompagnées de photos appétissantes. Naturellement, le packshot de «LE BEURRE» est bien visible sur l'image.

## «SWISSMILK GREEN» DANS LES DESIGNS D'EMBALLAGE

Tout le matériel d'emballage des marques Floralp et «LE BEURRE» a été repensé et la marque «swissmilk green» a été intégrée bien en évidence dans les designs des emballages. À présent, les nouveaux emballages sont présents dans tous les rayons réfrigérés des détaillants suisses. La marque «swissmilk green» signifie «Lait durable suisse». Les prescriptions de ce standard de production permettent de mettre en œuvre le niveau élevé de l'ensemble de l'économie laitière suisse en matière de bien-être et d'alimentation des animaux, de durabilité et d'aspects sociaux.



## CAMPAGNE GÉNÉRIQUE: LE BEURRE SUISSE

La campagne générique pour le beurre suisse a pour but de présenter ses atouts pour le consommateur: les trois dimensions stratégiques que sont le naturel, la durabilité et le plaisir gustatif ont joué un rôle central dans la communication pour le beurre suisse en 2021. La campagne positionne le beurre suisse en tant que produit naturel, local et exempt d'additifs. Avec Sarina Arnold et ses enfants, des protagonistes qui représentent toutes ces valeurs d'une manière sympathique ont été trouvés. Le top-modèle suisse avait déjà fait la promotion du beurre suisse dans les années 2000. À Pâques, Arnold et ses enfants Felice et Lean ont à nouveau fait de la publicité pour le beurre suisse au moyen de spots télévisés, d'affiches et de réseaux sociaux.





## 11 ALIMENTATION

Dans l'UE, le Nutri-Score fait partie des lignes directrices pour l'étiquetage de la face avant des emballages (FOPL). Actuellement, l'UE procède à une évaluation des 14 FOPL différents. Le comité de pilotage de l'UE a chargé un comité scientifique (ScC) d'examiner le Nutri-Score en vue d'éventuelles adaptations; ce comité a commencé ses travaux en février 2021. Le rapport intermédiaire du comité scientifique du 24 janvier 2022 (Update of the Nutri-Score algorithm, yearly report from the Scientific Committee of the Nutri-Score) a dressé un premier bilan intermédiaire.

Le comité scientifique traite les demandes relatives à une éventuelle adaptation du Nutri-Score. Outre les demandes du comité de pilotage, il étudie les demandes de l'industrie alimentaire, d'associations de consommateurs ou de représentants d'intérêts. Si une adaptation du Nutri-Score doit avoir lieu, elle doit être scientifiquement fondée. Par exemple, une demande visant à améliorer le classement de l'huile d'olive a été rejetée par la majorité, car les preuves n'étaient pas suffisantes pour obtenir un meilleur classement que d'autres huiles ayant un profil nutritionnel comparable. De plus, le calcul par 100 grammes ou 100 millilitres et non par portion doit continuer à être appliqué à toutes les catégories de produits.

Dans le domaine du lait, les boissons lactées contenant plus de 80 % de lait sont actuellement considérées comme des aliments solides. Le comité scientifique se demande

si le lait et les boissons à base de lait ne devraient pas toujours être classés en tant que boissons. Selon lui, la distinction générale entre les différents produits laitiers pourrait également être améliorée dans plusieurs domaines. Le Nutri-Score permettrait surtout de faire une distinction entre les groupes de produits laitiers (p. ex. beurre et lait), mais pas au sein d'un même groupe (p. ex. différents types de lait).

Le comité scientifique a maintenant l'intention de publier une version entièrement révisée de l'algorithme du Nutri-Score mi-2022. Selon les progrès réalisés, cela pourrait également faire l'objet de documents distincts pour les aliments solides (y compris le fromage, les graisses et les huiles) et les boissons.

Les autorités suisses soutiennent l'introduction du Nutri-Score, son utilisation est toutefois facultative pour les producteurs de denrées alimentaires.

**NUTRI-SCORE**



## 12 MARCHÉ MONDIAL DU BEURRE

Au cours de l'année sous revue, la situation sur le marché international du beurre a évolué en ce sens que les grands exportateurs de beurre que sont la Nouvelle-Zélande et l'UE ont exporté beaucoup moins de beurre (-54 600 tonnes). Par contre, les exportations de beurre des États-Unis ont plus que doublé, passant de 33 200 tonnes à 60 100 tonnes. L'Argentine a également enregistré une nette augmentation de ses exportations de beurre avec une hausse de 9700 tonnes pour un total de 30 400 tonnes, de même que l'Australie avec une hausse de 5500 tonnes pour un total de 20 700 tonnes. La Suisse n'a exporté 124 tonnes de beurre qu'au printemps, puis a

complètement cessé d'exporter en raison du sous-approvisionnement du marché national en beurre suisse. Depuis, la Suisse est exclusivement une importatrice de beurre.

EXPORTATION DE BEURRE DE CERTAINS PAYS EN 1000 T

	2020	2021	Différence	
UE-27	236,5	211,3	-25,2	-10,7%
Nouvelle-Zélande	423,2	394,4	-28,8	-6,8%
Australie	15,2	20,7	5,5	36,1%
USA	26,9	60,1	33,2	123,3%
Suisse	0,3	0,1	-0,2	-63,6%
Argentine	20,7	30,4	9,7	46,9%
Uruguay	13,7	12,4	-1,3	-9,1%

Source ZMB

La production laitière a connu une évolution différente de celle des exportations de beurre. La Nouvelle-Zélande a produit un peu plus de lait, mais a exporté moins de beurre que l'année précédente, et l'Australie a connu une situation inverse, sachant qu'avec une production de lait plus faible, elle a exporté plus de beurre. La production laitière et l'évolution des exportations de beurre ont été identiques au cours de l'année sous revue, d'une part pour l'UE, avec des quantités en baisse, d'autre part pour les États-Unis, avec des quantités en hausse.

	Production laitière 2021	Variation
Union européenne	144,7	-0,3%
Nouvelle-Zélande	21,9	0,3%
Australie	9,0	-0,6%
États-Unis	102,6	1,6%

Source ZMB





Brunnmattstrasse 21  
3007 Bern  
031 359 56 11  
[info@bobutter.ch](mailto:info@bobutter.ch)  
[www.bobutter.ch](http://www.bobutter.ch)