



## Crise du lait : quelle voie suivre ?

Depuis la suppression du taux-plancher du franc suisse face à l'euro et l'abolition des contingents dans l'UE, le marché laitier suisse est en crise. Dans ce contexte difficile, certains segments résistent mieux que d'autres, comme les produits biologiques ou les appellations d'origine protégées (AOP). Tous les producteurs n'ont toutefois pas la capacité ou la possibilité de s'orienter vers ces segments de marché plus rentables, si bien que plus de la moitié de la production du lait en Suisse rencontre aujourd'hui de sérieux problèmes financiers. En outre, même les produits les mieux positionnés sur le marché en subissent les contrecoups, à l'instar de certaines filières AOP qui ont dû restreindre leur production afin de faire face aux difficultés rencontrées à l'exportation. Il y a donc un intérêt général à ce que toute la branche travaille à la recherche de solutions durables.

Nous sommes convaincus que le lait suisse de centrale ne survivra que s'il se démarque clairement des laits européens, tant pour ses qualités intrinsèques que par son image. L'objectif devrait être qu'à terme, on ne puisse plus comparer le lait suisse avec celui de nos voisins et que son prix soit découplé de l'évolution de ces derniers. Pour y arriver, il est impératif d'arrêter une stratégie cohérente avec les forces (qualité intrinsèque des produits, respect des animaux, paysages herbagers) et les faiblesses (coûts de production élevés, topographie accidentée, petites surfaces et structures) de la production laitière suisse. Cette stratégie doit en outre tenir compte des opportunités qu'offrent le marché (demande croissante pour produits naturels et sains, de proximité, durables). Nous esquissons ci-dessous quelques mesures qui permettraient à notre avis de différencier le lait suisse par sa haute qualité et son positionnement résolument « vert », lié à la valorisation des herbages.

- *Au niveau de la recherche agronomique*

Production fourragère : renforcement de la recherche en faveur d'une production d'herbages de qualité, de systèmes de gestion des pâtures efficaces adaptés aux conditions locales et de méthodes rentables de conservation des fourrages (objectif : apport maximal de protéines par les herbages afin de diminuer l'importation de compléments fourragers).

Production animale : recherche en faveur de vaches laitières qui valorisent encore mieux les herbages par une génétique adaptée aux conditions locales (objectif : production moins dépendante de l'apport en concentrés externes à l'exploitation agricole).

- *Au niveau de la vulgarisation et de l'enseignement agricoles*

Analyse des données économiques des exploitations agricoles les plus rentables parmi celles qui basent leur production sur les herbages et vulgarisation des paramètres-clés auprès des autres producteurs de lait (objectif : amélioration générale de la qualité du lait et augmentation de la part de la production obtenue avec les herbages).

- *Au niveau de la politique agricole*

Avec le regroupement et l'agrandissement des exploitations, moins de bétail est mené à la pâture, souvent trop éloignée de l'écurie. Or, il est fondamental dans une stratégie de différenciation par la qualité que les ruminants continuent à brouter. Nous proposons ainsi d'augmenter les contributions SRPA (en faveur des animaux qui pâturent) et PLVH (en

faveur de la production de lait et de viande basée sur les herbages) pour rendre ce système de détention et ce type de production plus attractifs.

- *Au niveau du marketing et de la communication*

Une telle stratégie implique de « reverdir » l'image du lait suisse en orientant clairement la communication et le packaging sur les herbages. La communication sur le lait suisse doit mettre en exergue les avantages de ce dernier en termes de santé humaine (part d'acides gras insaturés plus importante que dans d'autres laits), bien-être animal (les vaches suisses broutent de l'herbe sans entraves), paysages (sans bétail, de nombreux paysages typiquement suisses disparaîtraient) et durabilité (plus grande autonomie de la production), tout en expliquant que l'on ne retrouve pas ces qualités dans les produits laitiers importés (moins de 10% des rations fourragères européennes sont constituées d'herbe contre environ 2/3 en Suisse !)

Présentée de manière globale et explicite par les instances dirigeantes, cette stratégie du « lait vert » aurait le mérite de préserver de la valeur ajoutée dans le pays et de montrer une voie à suivre pour les années à venir, que chaque producteur et transformateur de lait choisirait de suivre ou non, en toute connaissance de cause. Pour réussir, le plus grand nombre doit y adhérer, ce qui n'est pas gagné d'avance, car cela implique de fixer des priorités et de renoncer à certains segments de marché. Mais pour en gagner d'autres, plus rémunérateurs, y compris à l'exportation. Le statu quo n'offre par contre aucun avenir à la branche !

*Alain Farine, directeur de l'Association suisse des AOP-IGP*