



Switzerland Cheese Marketing AG

Brunnmattstrasse 21

Case postale, CH-3001 Berne

T +41 31 385 26 26

F +41 31 385 26 27

info@scm-cheese.com

www.fromagesuisse.ch

Communiqué de presse du 7 juin 2019

Demande croissante pour les fromages suisses

L'année 2018 est source de satisfaction pour la branche fromagère suisse. Ainsi, non seulement les exportations poursuivent leur croissance mais les consommateurs suisses sont également de plus en plus friands de nos fromages. Par ailleurs, et afin de renforcer encore le dynamisme de la branche, SCM a décidé d'intensifier durablement ses activités sur 6 nouveaux marchés.

Lors de sa 21^e assemblée générale ordinaire, tenue à Affoltern im Emmental, Switzerland Cheese Marketing AG (SCM) a fait le point, avec ses actionnaires, sur les activités déployées durant l'année écoulée. C'est avec satisfaction que David Escher, directeur de SCM, a relevé que, selon les données Nielsen, « la part des fromages suisses acheté en Suisse poursuit sa progression ». Mais il ne s'agit pas de la seule bonne nouvelle ! En effet, les exportations ont également progressé (+1.4% en volume) et cela aussi bien sur les marchés européens que extra-européens. Toutefois, sur les marchés européens, matures et très concurrentiels, la croissance ne peut qu'être faible. C'est pourquoi, SCM a décidé d'intensifier ses activités sur 6 marchés jugés particulièrement prometteurs. Ainsi, les exportateurs pourront s'appuyer, dans les pays nordiques, sur les compétences d'une personne œuvrant uniquement à la promotion des fromages suisses. D'ici quelques mois, un tel fonctionnement devrait également être disponible aux USA. L'exportation de fromage demeure indispensable pour maintenir le niveau de production actuel car celui-ci est supérieur à la consommation suisse. La recherche de nouveaux débouchés est donc un défi que SCM veut contribuer à relever.

Des activités marketing orientées consommateurs mais aussi prescripteurs

SCM a su, au fil de ces 20 dernières années, s'imposer comme le centre de compétences pour le marketing du fromage suisse. Par ses activités, SCM veut ancrer dans l'esprit tant des consommateurs que des professionnels de la distribution mais aussi des métiers de la bouche, que les fromages suisses sont « les fromages Premium le plus apprécié dans le monde ». Et, pour joindre la parole aux actes, le fromage suisse dévoile, au travers de 9 films, ses valeurs intrinsèques. Ses valeurs, il en est fier et il veut les partager avec les consommateurs car celles-ci répondent à ses attentes. Pour Lorenz Hirt, président de SCM, « ces valeurs prennent encore plus d'importance à l'ère de la digitalisation car elles constituent une base solide et intangible dans un monde happé par la vitesse et le superficiel ». Avec ses filiales, SCM a, en 2018, réalisé plus de 300 activités majeures générant plus de 4.7 mia. de contacts. Celles-ci ont permis de mettre le fromage suisse sur le devant de la scène, de mieux le faire connaître mais aussi de le découvrir gustativement pour, finalement, l'apprécier et l'acheter. Nous relèverons ici parmi ces activités les participations à des foires internationales telles que la Internationale Grüne Woche à Berlin ou encore le SIAL à Paris, l'organisation de semaines suisses mais aussi la collaboration avec des médias ou des blogueurs. La concurrence sur le marché mondial du fromage est grande, et les budgets publicitaires dont disposent nos concurrents sont sans commune mesure avec les nôtres. Dans un tel contexte, il n'est pas chose



aisée de se démarquer et d'attirer l'attention du consommateur. Toutefois, les activités déployées par SCM en 2018 ont globalement atteint, voire même dépassé, les objectifs visés. Les valeurs intrinsèques des fromages suisses, comme par exemple, l'excellence du lait suisse, la fabrication traditionnelle ou encore la sévérité des contrôles et des prescriptions ne sont pas étrangères à cet excellent résultat car ces valeurs représentent des atouts indéniables différenciant clairement nos produits de ceux de nos concurrents.

Le fromage frais, principal produit importé

Le fromage frais demeure le principal fromage importé. C'est aussi cette catégorie qui a connu, en 2018, la plus forte croissance. Ainsi, si les importations ont progressé de 1'734 tonnes (+3.0% par rapport à 2017), quelques 1'337 tonnes sont des fromages frais et de la mozzarella soit près de 80% de l'augmentation de volume. Cette catégorie constitue donc bel et bien le moteur des importations. Le prix moyen des importations s'inscrit à nouveau à la hausse à CHF 6.85 / kg contre CHF 6.48 / kg en 2017. L'Allemagne demeure, pour les fromages suisses, un acteur incontournable: principal marché d'exportation pour nos fromages, l'Allemagne est aussi le pays dont proviennent les fromages les plus avantageux donc les plus concurrentiels pour notre marché intérieur. Cette concurrence est particulièrement perceptible dans le secteur de la restauration, très sensible au prix.

Résumé de l'assemblée générale de SCM

Après les mots d'introduction du président du conseil d'administration, Lorenz Hirt, le directeur, David Escher, a présenté une rétrospective de l'exercice 2018. Lors de la 21^e assemblée générale de SCM, les actionnaires de SCM ont pris les décisions ci-après :

- Les actionnaires approuvent le rapport annuel et les comptes ; ils prennent connaissance du rapport de l'organe de révision pour 2018.
- Les actionnaires donnent décharge à la direction et au conseil d'administration. Ils confirment également, pour une année supplémentaire, le mandat confié à Refiba Treuhand AG, pour la révision des comptes de SCM AG.

Photos disponibles sur www.fromagesuisse.ch

Renseignements:

Martin Spahr, Chief Marketing Officer
Switzerland Cheese Marketing AG
Brunnmattstrasse 21, case postale 8211, 3001 Berne
Téléphone 031 385 26 26 / 079 159 94 43
E-mail m.spahr@scm-cheese.com