

Bonjour,

Nous vous envoyons ci-dessous les news du jour mises en ligne sur www.agirinfo.com / www.agriculture.ch / www.agrigate.ch / www.sbv-usp.ch

Avec nos meilleurs messages,

News du 24 janvier 2012

Production de beurre record en 2011

L'agriculture suisse a franchi un nouvel échelon en matière de production de beurre. Le cap des 50'000 tonnes a été dépassé en 2011.

Heureusement pour la situation des agriculteurs, le marché a pu en absorber davantage aussi, permettant à la montagne de beurre de se réduire. La production de beurre industriel a atteint 48'600 tonnes en 2011, soit 848 tonnes de plus qu'un an plus tôt, a indiqué mardi l'Interprofession du beurre dans un communiqué. Il faut y ajouter la production artisanale qui dépassait 1700 tonnes en octobre, soit un total de plus de 51'300 tonnes. En Suisse, les ventes de beurre se sont montées à 42'249 tonnes en 2011. Il faut y ajouter 9134 tonnes exportées, souvent grâce au soutien de l'Etat et à la contribution des producteurs eux-mêmes. En 2011, le stock de beurre s'est ainsi réduit de 2600 tonnes, à près de 3000 tonnes encore.

Ensemble tout irait mieux !

Les hôteliers suisses désignent le coût des denrées alimentaires comme partiellement responsable du handicap concurrentiel des établissements helvétiques. L'USP s'inquiète de ce postulat et rappelle l'apport de l'agriculture à la qualité du paysage suisse, atout majeur du tourisme.

"Si l'hôtellerie suisse avait pu acheter ses fournitures alimentaires aux prix pratiqués en Autriche, elle aurait pu économiser 1,1 milliard de francs" en 2010, a indiqué mardi devant la presse à Berne Christian Hunziker de l'institut BAKBASEL. Celui-ci présentait une étude à ce sujet commandé par hôtelleriesuisse, l'association suisse des hôteliers. Selon ce document, les prix du tourisme en France, en Allemagne, en Italie et en Autriche étaient en moyenne 22% meilleur marché qu'en Suisse en 2010. L'agriculture et l'industrie alimentaire représentent 17,5% du total des dépenses de l'hôtellerie et la restauration en Suisse, poursuit l'institut. Les prix à la production y sont par ailleurs environ 30% plus chers que dans ses quatre voisins européens. Cette situation dérange hôtelleriesuisse qui y voit une cause du manque de compétitivité de la branche par rapport à ses concurrents européens. Elle souligne qu'une libéralisation du marché pourrait avoir un impact direct sur les prix. L'USP a réagi fortement dans un communiqué de presse : « La signature d'un accord de libre-échange agricole entraînerait une chute de 40% du revenu sectoriel de l'agriculture suisse, déjà très bas à l'heure actuelle ! ». Cette chute aurait ainsi des répercussions sur les prestations que pourrait fournir l'agriculture à l'entretien des paysages helvétiques : « il est inconcevable que l'organisation hôtelleriesuisse soit prête à affaiblir l'attraction exercée par la Suisse sur les touristes étrangers pour réaliser, dans le meilleur des cas, des économies minimales en achetant des produits. », souligne encore l'USP.

Jura : intégration des installations solaires et des constructions agricoles

La Commission cantonale des paysages et des sites (CPS) précise ses lignes directrices

La commission a la mission de préavisier les projets de constructions, de démolitions et d'aménagement, notamment lorsqu'ils sont réalisés sur des sites protégés ou qu'ils touchent sensiblement l'aspect des paysages et des sites bâtis. Il n'existe pas à proprement parler de code du paysage, de norme d'intégration dans les sites bâtis ou non. Dans une société où les énergies renouvelables sont appelées à se renforcer nettement à l'avenir, la directive concernant les

installations solaires individuelles entend faciliter la pose de panneaux solaires, en indiquant à chacun la procédure à suivre ainsi que quelques principes simples pour atteindre une bonne intégration au bâtiment et au site. Quant à l'agriculture, elle est actuellement en profonde mutation. De nouveaux bâtiments, de taille toujours plus grande, sont nécessaires pour permettre une production rationnelle. Quelques règles simples et l'utilisation de différents matériaux permettent de minimiser l'impact de ces constructions dans le paysage, très souvent de grande qualité et parfois particulièrement sensible. La directive concernant les installations solaires individuelles et le guide pour les constructions à vocation agricole constituent des aides au projet, apportant des conseils aux projeteurs et visant à faciliter les démarches de construction.

Nestlé lance une nouvelle ligne de pralinés sur mesure

Les consommateurs suisses et du Lichtenstein peuvent désormais commander, en fonction de leurs préférences, via Internet, des chocolats de luxe sous la griffe Maison Cailler. La nouvelle marque de pralinés a été lancée mardi au Centre d'excellence du chocolat à Broc (FR).

Au cours d'une présentation à la presse, le directeur général de Nestlé Laurent Freixe a inauguré officiellement à Broc la mise en ligne du nouveau site internet www.MaisonCailler.com, a indiqué le groupe dans un communiqué de presse. Confectionnés dans la fabrique Cailler en Gruyère, les chocolats, tous de même forme et de même taille, sont soit combinés en cinq assortiments différents, soit proposés en coffret de chocolats de la même variété. Ils sont assortis d'un guide expliquant les caractéristiques d'une "personnalité chocolat" donnée et les facettes de son caractère. Sous 48 heures après la commande, ou à une date choisie par le client, un service va sélectionner une boîte de chocolats frais en fonction des préférences personnelles du destinataire. La boîte est ensuite expédiée directement au client dans un emballage conçu pour protéger au mieux la fraîcheur des chocolats. "Maison Cailler s'adapte à notre époque en pleine mutation", a expliqué Cédric Lacroix, directeur du Centre d'excellence du chocolat. Selon lui, l'entreprise chocolatière utilise les dernières technologies pour parfaire ses relations avec ses clients. La vente via le web-shop raccourcit au maximum le temps entre la fabrication des pralinés et leur livraison finale.

Vranken-Pommery

Chiffre d'affaires 2011 en baisse

Vranken-Pommery Monopole a accusé une baisse de 6,8% de son chiffre d'affaires l'an dernier à près de 340 millions d'euros (410,4 millions de francs). Mais le deuxième producteur français de champagne mise sur un rebond de l'activité en 2012. Le chiffre d'affaires du 4e trimestre, période clef pour les ventes, est en baisse de 20% à 144,5 millions d'euros. Ce recul est dû en grande partie à une base de comparaison défavorable, le groupe ayant réalisé au dernier trimestre 2010 une transaction exceptionnelle de cession de champagne pour 22,3 millions d'euros. Hormis cette opération d'ajustement des stocks, le chiffre d'affaires du 4e trimestre est en baisse de 8,8% et celui de 2011 en recul de 0,7%, a souligné le groupe. La baisse du chiffre d'affaires est aussi due à la politique de destockage des clients du groupe en 2011, une "année pleine d'incertitude", a expliqué mardi à l'AFP, Paul-François Vranken, patron du groupe. En 2011 Vranken-Pommery aura expédié quelque 20,5 millions de bouteilles de champagne, soit environ 300'000 à 350'000 bouteilles de moins qu'en 2010.

>>> Plus d'infos sur le site de l'Agence AGIR : www.agirinfo.com

Vincent Bailly

Agence d'information agricole romande (AGIR)

Av. des Jordils 3 – 1006 Lausanne

Tél. 021 613 11 31 – Fax. 021 613 11 30 www.agirinfo.com – info@agirinfo.com