REGLES DE REGULATION DE L'OFFRE DU FROMAGE SOUS APPELLATION D'ORIGINE PROTEGEE BEAUFORT

Syndicat de Défense du Beaufort
228, chemin de Californie
ZA des Vernes
73200 ALBERTVILLE

tél : 04-79-31-22-57
info@fromage-Beaufort.com

TABLE DES MATIERES

GLOSSAIRE : 3

PREMIERE PARTIE : LES PRINCIPES DE LA REGULATION DES VOLUMES 5

1. Un bilan des capacités de croissance de la production et fixation d'une ouverture 5
2. Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre 5
3. Un accès pour chaque atelier à un poids de référence supplémentaire au titre de l'ouverture du marché 6
4. Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations 6
5. Modalités de gestion annuelle de la régulation de l'offre Beaufort. 7

DEUXIEME PARTIE : MODALITES DE L'ACCORD DE REGULATION DE L'OFFRE DE L'AOP BEAUFORT POUR LA CAMPAGNE 2013-2014 8

1. L'état des indicateurs de marché 8
1.1 Conséquence sur l'évolution des références 9
1.2 Conséquence sur le volume d'ouverture pour la campagne 2013-2014. 9
3. Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre 10
4. Un système de réajustement des surcotisations en fonction de l'état du marché fin novembre 2014 10

GLOSSAIRE :

Atelier de fabrication de Beaufort : entité physique comprenant les murs, le matériel de fabrication. Chaque atelier dispose d'un code attribué par les services administratifs compétents qui lui est spécifique et qui est porté sur la plaque bleue de caséine dont l'apposition est obligatoire au moment de la fabrication sur chaque meule de fromage destinée à l'AOP Beaufort.

Atelier d'affinage : entité physique comprenant les murs, les équipements et matériels nécessaires à la maturation de la pâte du Beaufort pendant la durée d'affinage qui est de cinq mois minimum.

Entreprise : entité juridique qui assure à la fois la partie fabrication et affinage du Beaufort. Cette entreprise peut être de taille importante ou ne transformer le lait que d'un seul troupeau. L'affinage peut être conduit dans les locaux de cette entreprise ou dans un atelier d'affinage qui assurera une prestation de travail à façon. Elle est responsable des fromages qu'elle produit jusqu'à la première commercialisation après les cinq mois minimum d'affinage.

Syndicat de Défense du Beaufort (SDB) : créé en 1975, il est reconnu groupement au sens du règlement UE 1151/2012 ou Organisme de Défense et de Gestion - ODG de l'appellation Beaufort depuis le 9 décembre 2007.

Fromage en blanc : fromage porteur de la plaque de caséine propre au Beaufort à la sortie de fabrication et avant son entrée en atelier d'affinage. Le poids des fromages en blanc est environ 7% plus élevé que celui des fromages au moment de la commercialisation. En général les fromages ont un poids proche de 40 kg. Mais, il peut varier de 20 à 70 kg (fourchette nécessaire pour prendre en compte les variations de lait mis en fabrication particulièrement pour les fabrications à l'alpage).

Campagne de production du « fromage Beaufort » : période de douze mois allant du 1er avril de l'année n au 31 mars de l'année n+1.

Rendement Fromager de Référence : quantité de fromage en blanc qui peut être fabriquée à partir de 100 kg de lait. Pour chaque entreprise, le rendement fromager de référence est le résultat de la moyenne pondérée des rendements des deux campagnes N-1 et N-2.

Référence « fromage Beaufort » de l'entreprise :

La référence de chaque entreprise est une quantité de fromage en blanc pour une campagne donnée.
Cette référence entreprise n'est pas figée mais évolue en fonction des conditions de marché. Il existe aussi des attributions de références supplémentaires pour les nouveaux entrants dans la filière.

Indicateurs de marché : afin d'apprécier l'état du marché, on utilise deux indicateurs au 30 novembre de la campagne n+1 :

- l'évolution des stocks entre la campagne n et n+1 ;
- l'évolution de l'âge moyen à la vente

Ces indicateurs sont utilisés pour la mise en œuvre des règles de régulation pour l'année N.

Surcotisation : toute entreprise peut fabriquer des quantités de Beaufort supplémentaires à sa référence de base mais elle doit dès lors s'acquitter d'une surcotisation de 3493 €/tonne produite au-delà de la référence. A titre indicatif ce montant représente environ 1/3 du prix de vente en gros départ cave. En fin d'exercice, un bilan annuel de production est établi pour chaque entreprise. Si les poids de fromages produits sont supérieurs à ceux de la référence, alors un appel de surcotisation est émis.

Commission d'appel : les opérateurs de la filière qui s'estimeraient lésés par l'application du présent des règles de régulation ou ceux qui souhaiteraient voir pris en considération leur cas particulier peuvent en référer à une commission d'appel dite de « Recours et Conciliation » dont la composition et le fonctionnement sont définis à l'article 20 des statuts de l'ODG. Ce dernier qui assure le secrétariat de cette commission, rend anonyme le dossier de présentation du cas particulier de chaque opérateur concerné. L'opérateur peut également choisir de lever son anonymat et de venir expliquer son dossier à la commission

PREMIERE PARTIE : LES PRINCIPES DE LA REGULATION DES VOLUMES

Les principes de régulation sont soumis à l'approbation du collège « ateliers de transformation et d'affinage » et du collège « producteurs de lait » de l'ODG qui donnent mandat au conseil d'administration de l'ODG de présenter et mettre en œuvre les règles de régulation de l'offre Beaufort dans le respect des dispositions du règlement CE n°1234/2007 et l'article 150 CE n°1308/2013 (OCM unique).

1. Un bilan des capacités de croissance de la production et fixation d'une ouverture

Réguler l'offre de Beaufort exige de rassembler des données et de les exploiter pour mettre annuellement au point l'organisation qui sera soumise à l'approbation des opérateurs.
Le Beaufort est un fromage à affinage long. Par nécessité, il y a en filière Beaufort d'importantes capacités de stockage. Leur existence permet d'exercer un effet tampon vis-à-vis des déséquilibres momentanés quand l'offre est supérieure à la demande.

Lors de la préparation d'un plan de gestion de l'offre, le Syndicat de Défense du Beaufort dispose des données suivantes :

a) les ventes de l'année précédente pour les coopératives (soit 75% du volume) et de leur tendance,
b) la production de l'année précédente (pour 100% de la production) et de sa tendance,
c) les valeurs chiffrées des indicateurs permettant une évaluation des stocks de fromages au 30 novembre tels que décrits dans le glossaire,
d) L'évolution comparée des ventes et de la production qui permet d'évaluer les tendances du marché en terme d'équilibre entre offre et demande

Ces données permettent au Syndicat de Défense du Beaufort d'élaborer les principes de son action. L'examen de ces éléments permet d'établir :

- une évolution des références. Le principe est de se baser sur la production objective de la campagne précédente et de l'adapter, le cas échéant, en fonction de l'analyse de la situation des marchés et des perspectives (production, consommation, stocks) ;
- Un accès pour chaque atelier à un poids de référence supplémentaire au titre de l'ouverture du marché. (cf. point 4 ci-dessous)

2. Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre

Il ne s'agit pas d'augmenter des références « fromage Beaufort » pour accroître l'offre mais de définir des règles quand une exploitation agricole de lait à Beaufort suspend sa livraison à une entreprise A pour livrer une entreprise B. Dans ce cas, la référence de l'entreprise A est amputée d'une quantité de fromage en blanc équivalente à 80% du lait livré (calculée selon le rendement fromager de cette entreprise).

La référence de l'entreprise B est créditée d'une quantité de fromage en blanc équivalente à 80% de la production laitière (calculée selon le rendement fromager de l'entreprise B).

3. Un accès pour chaque atelier à un poids de référence supplémentaire au titre de l'ouverture du marché

Afin que la maîtrise de la croissance de la filière Beaufort ne conduise pas à l'indisponibilité d'une proportion excessive de Beaufort, ne crée pas de discriminations entre les opérateurs, ne fasse pas obstacle à l'entrée de nouveaux venus sur le marché et ne porte pas préjudice aux petits producteurs, la mise en place de la régulation est conditionnée à l'ouverture du marché de la filière à chaque campagne.

Chaque entreprise (qu'elle transforme uniquement le lait de son seul troupeau ou la production laitière de plusieurs producteurs) peut demander l'augmentation de sa référence de base en fonction de plusieurs critères :

a) les dotations spécifiques jeunes agriculteurs (dotations JA) : la filière Beaufort souhaite faire bénéficier d'un poids de référence spécifique les ateliers dans lesquels le lait de jeunes exploitants est transformé.
b) l'accueil de nouveaux producteurs : compte tenu de sa réussite économique, la filière Beaufort exerce un pouvoir d'attraction. Certaines entreprises à Beaufort sont donc sollicitées, et l'ouverture qui leur est accordée leur permet d'intégrer progressivement ces producteurs de lait.
c) toute autre situation exceptionnelle nécessitant une révision de référence qui sera motivée.

4. Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations

La difficulté de gestion d'une régulation de l'offre pour un fromage à affinage long comme le Beaufort est réelle. En effet, on propose les principes d'une gestion de la production en amont du démarrage d'une campagne. Dans le même temps, on commercialise les fromages qui ont été produits lors de la campagne n-1 tandis que ceux fabriqués au même instant seront commercialisés sur la campagne n+1. Les entreprises de taille modeste commercialisent leur production auprès de grossistes qui eux commercent avec la grande distribution. Même si le syndicat investit pour acquérir des données statistiques de distribution, les entreprises et l'ODG n'ont pas de contact direct avec les acheteurs de Grandes et Moyennes Surfaces permettant d'apprécier et de prévoir l'évolution du marché. Lorsque le bilan d'une campagne de gestion de maîtrise de l'offre est en cours, on peut constater que les principes qui ont été appliqués sont trop contraignants au regard de la réalité du marché. C'est pourquoi, on pratique un système d'ajustement permettant, si le marché est équilibré, de ne pas pénaliser les entreprises redevables d'une surcotisation. En effet, si des efforts promotionnels ou d'amélioration de la qualité ne sont pas justifiés pour pallier un déséquilibre entre offre et demande, alors la filière n'a pas vocation à appeler des financements supplémentaires.

L'ajustement et le remboursement peut aller jusqu'à 70% maximum du montant de la surcotisation si les principes suivants sont respectés :

- un état du marché satisfaisant apprécié grâce aux valeurs des indicateurs au 30 novembre de la campagne n+1,

- une vérification systématique (au-delà des fréquences de contrôle prévues par le plan de contrôle de l'AOP) du respect des règles de l'AOP (production et qualité du produit fini) de l'entreprise qui demande l'ajustement.

5. Modalités de gestion annuelle de la régulation de l'offre Beaufort.

Les principes décrits dans les 4 points précédents sont gérés pratiquement de la manière suivante :

- *chaque entreprise reçoit une information en début de campagne sur :*

  - sa référence « fromage Beaufort » (notifiée selon les modalités reprises au glossaire) ;
  - le niveau de surcotisation pour toute production au-delà de la référence.

- *le suivi de la production de chaque atelier :*

Les plaques de caséine sont distribuées chaque mois selon les commandes des entreprises. Et, chaque mois comme le prévoit le Cahier des Charges de l'AOP, les entreprises transmettent les obligations déclaratives dont :

  - le poids de fromage en blanc fabriqué,

Il est dès lors aisé de suivre atelier par atelier mensuellement le poids de fromage fabriqué en blanc au-cours de la campagne considérée et d'effectuer un bilan en fin de campagne.

- *l'ouverture du marché*

La commission « gestion de l'application des règles de régulation de l'offre beaufort » se réunit pour étudier toutes les demandes et propose des attributions permettant dans la mesure du possible de satisfaire l'ensemble des demandeurs.

Quand les demandes d'accès à l'ouverture excèdent le poids de référence supplémentaire globalement disponible, le poids de référence supplémentaire accordé à chaque entreprise est calculé au prorata de sa demande pour que le plafond ne soit pas dépassé.

- *Un bilan en fin de campagne conduisant à une information des entreprises qui ont produit au-delà de leur référence.*

En tenant compte de la production réelle de la campagne pour chaque entreprise, une surcotisation est calculée. La gestion des références est annuelle. En effet, des facteurs climatiques responsables de la production de fourrage influencent les volumes de lait produit. On peut donc avoir des variations de production mensuelle importantes entre deux années.

Sur l'année N, une campagne donnée, les productions qui ne sont pas vendues sous le nom Beaufort à la suite de déclassement sont déduites et ne donnent pas lieu à paiement de surcotisation.

Une commission « gestion de l'application des règles de régulation de l'offre beaufort » est chargée l'application de la gestion de la régulation de l'offre en particulier la répartition de l'ouverture de marché, l'application du système d'ajustement. Ses propositions sont ensuite entérinées par le conseil d'administration.

DEUXIEME PARTIE : MODALITES DE L'ACCORD DE REGULATION DE L'OFFRE DE L'AOP BEAUFORT POUR LA CAMPAGNE 2013-2014

1. L'état des indicateurs de marché

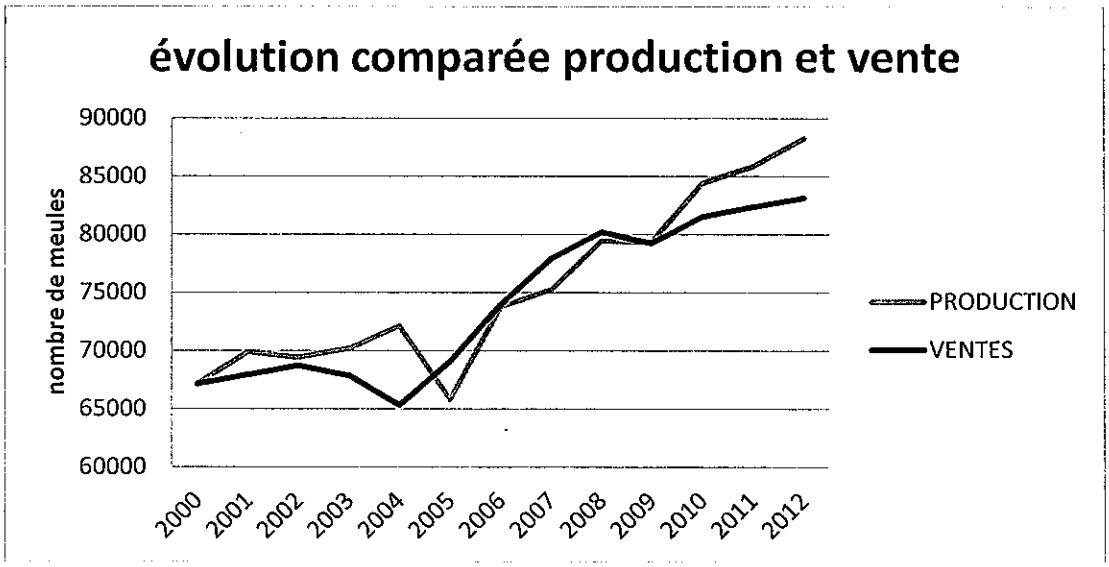
a) La progression des ventes 2012 : + 1,20% par rapport à 2011.

b) La production en 2012 de 5026 tonnes a progressé de 1,20% /2011. La progression en 3 ans depuis 2009 est de 11,10 %.

c) Les stocks fin novembre 2012 : + 10,86 % par rapport au 30 novembre 2011 (lui-même 7,5% plus élevé que le stock fin novembre 2011).

d) L'âge moyen des fromages à la vente au 30 novembre 2011 a progressé de : + 15 jours par rapport au 30 novembre 2011.

e) L'évolution comparée des ventes et de la production sur douze années pour les coopératives (75% du tonnage)



Par rapport à cette courbe le différentiel entre production et vente s'est encore accru en 2012 puisqu'il est passé d'un peu plus de 3000 meules fin 2011 à un peu plus de 5000 meules fin 2012.

f) Une diminution de la production sensible et durable depuis septembre 2012.

production	2011 (en nombre de meules)	2012 (en nombre de meules)	évolution (en nombre de meules)
septembre	9461	8826	-635
octobre	7748	7231	-517
novembre	6572	5875	-697
décembre	7183	6816	-367
janvier	8163	7750	-413
février	8670	7187	-1483
TOTAL	**47797**	**43685**	**-4112**

La baisse des 6 derniers mois est conséquente.
D'autre part, à la fin janvier 2013, les estimations des fromages de second choix en stock est au moins de 1700 meules (pour les ateliers qui ont répondu à nos demandes d'information).
Dans le même temps, les ventes ont progressé de 1500 meules en janvier et sont aussi en progression de 788 meules en février (+8,1% / février 2011).

1.1 Conséquence sur l'évolution des références

Considérant
- l'évolution de la production sur les 6 derniers mois,
- les volumes rendus indisponibles sur le marché des premiers choix de fait de la dégradation de la qualité.

Pour la régulation des 12 mois compris entre le 1er avril 2013 et le 31 mars 2014, le conseil d'administration propose de maintenir les références « fromage Beaufort » dont disposent les entreprises identiques à celles du précédent exercice.
Il est proposé de conserver un niveau de surcotisation de 3 493€ par tonne de fromage produite au-delà de la référence.

1.2 Conséquence sur le volume d'ouverture pour la campagne 2013-2014.

Sur les mêmes bases de réflexion, le conseil d'administration propose de fixer le volume d'ouverture de base à 60 tonnes de fromage en blanc. Cela correspond à un volume de 1,2% du marché actuel du beaufort.

3. Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre

Elles seront appliquées en fonction des demandes selon les principes énoncés au point 2 de la première partie du document.

4. Un système de réajustement des surcotisations en fonction de l'état du marché fin novembre 2014

Il est proposé pour cette campagne de maintenir un système d'ajustement et de remboursement allant jusqu'à 70% maximum du montant de la surcotisation basé sur les principes suivants :

- Un contexte de marché favorable apprécié à partir de deux indicateurs : le jour moyen de vente n'augmente pas de plus de 12 jours et le stock de plus de 3 500 meules entre les mois de novembre des campagnes n et n+1) ;
- une vérification systématique (au-delà des fréquences de contrôle prévues par le plan de contrôle de l'AOP) du respect des règles de l'AOP (conditions de production et qualité du produit fini) de l'entreprise qui demande l'ajustement.

Afin de mettre en œuvre la gestion des règles de régulation de l'AOP Beaufort, un guide d'application strictement conforme aux principes énoncés dans ces règles de régulation peut être élaboré par le Syndicat de Défense du Beaufort. Il pourra préciser notamment les possibilités de recours contre une décision liée à l'application de la gestion de l'offre pour une campagne donnée.

Il pourra être communiqué, ainsi que les modalités de la campagne, à toutes les entreprises par courrier et consultable dans l'espace professionnel du site internet officiel du fromage AOP Beaufort (www.fromage-Beaufort.com).