Règles de Régulation de l'Offre

du fromage sous Appellation d'Origine Protégée

BEAUFORT

Du 1er avril 2018 au 31 mars 2019

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 matières

Table des matières 2

GLOSSAIRE 3

Première Partie : les principes de la régulation des volumes 5

1. Les références « fromage Beaufort » de l'entreprise 5

2. Bilan des capacités de croissance et d'ouverture à la suite de l'examen des données de marché 6

3. Un accès pour chaque entreprise à un poids de référence supplémentaire au titre de la croissance du marché 7

3.1 Gestion de l'ouverture 7

3.2 Gestion de la référence additionnelle 9

4. Des règles de transfert de référence d'une entreprise à une autre 10

5. Surcotisation pour toute production au-delà des références estivale et hivernale . 10

6. Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations 11

6.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars de la campagne N 11

6.2 Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations au 30 novembre de la campagne N+1 12

7. Commission de conciliation et d'arbitrage 13

Deuxième partie : modalités des Règles de Régulation de l'Offre de l'AOP Beaufort pour la campagne 2018-2019 13

1. **La référence « fromage Beaufort » de l'entreprise** 14

2. **Un accès pour chaque entreprise à un poids de référence supplémentaire au titre de la croissance du marché** 14

3. **Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations** 15

3.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars 2019 15

3.2 L'ajustement et le remboursement des surcotisations au 30 novembre 2019 15

GLOSSAIRE

Atelier de fabrication de Beaufort : entité physique comprenant les murs et 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 le matériel 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 fabrication et l'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 : créé en 1975, il est reconnu groupement au sens du règlement UE n°1151/2013 et Organisme de Défense et de Gestion (ODG) de l'appellation Beaufort depuis le 4 décembre 2007.

Fromage en blanc : fromage porteur de la plaque bleue de caséine propre au Beaufort à la sortie de fabrication et avant son entrée en affinage.

Campagne N 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.

Rendements Fromagers « estival » et « hivernal » de référence : quantité de fromage en blanc qui peut être fabriquée à partir de 100 kg de lait. Chaque entreprise dispose d'un rendement « estival », établi à partir des données des mois de juin à octobre inclus, et d'un rendement « hivernal » obtenu à partir des données des mois d'avril, mai et novembre à mars. Les rendements fromagers de référence de la campagne N sont les résultats de la moyenne pondérée des rendements des deux campagnes précédentes.

Référence « fromage Beaufort » de l'entreprise : quantité de fromage en blanc (exprimée en poids) pour une campagne N donnée constituée de :

- une référence « hivernale » : c'est une référence établie pour la production de fromages en blanc fabriqués les mois d'avril et mai de l'année N et novembre, décembre, janvier, février et mars de l'année N+1 ;

- une référence « estivale » : c'est une référence établie pour la production de fromages en blanc fabriqués les mois de juin, juillet, août, septembre et octobre de l'année N.

Surcotisation : toute entreprise peut fabriquer des quantités de Beaufort supplémentaires à sa référence « hivernale » et sa référence « estivale » pour la campagne. Mais elle devra s'acquitter d'une surcotisation de 3 500 €/tonne produite au-delà de la référence « hivernale » et de 2 500 €/tonne produite au-delà de la référence « estivale ».

Indicateurs de marché : en cours et en fin de campagne N, on utilise des indicateurs pour l'application des Règles de Régulation de l'Offre (RRO) de la campagne N et l'élaboration de celles de la campagne N+1. Ils sont issus des données statistiques portant notamment sur l'état de la production, les ventes, l'âge moyen des fromages à la vente, le volume total de fromages en stock et celui des fromages de moins de cinq mois.

Ces indicateurs permettent d'apprécier l'état du marché notamment en le comparant à celui de la campagne précédente à deux dates :

- au 31 mars de la campagne N : à cette période, ils permettent de déterminer les modalités d'application des RRO de la campagne N et de permettre au Conseil d'Administration de déterminer le volume de croissance composé du volume d'ouverture et du volume de référence additionnelle pour la campagne N+1 ;

- au 30 novembre de la campagne N+1 : ils permettent alors de déterminer si une partie des surcotisations appelées pour la campagne N peut être remboursée et de préparer les RRO de la campagne N+2.

Première Partie : les principes de la régulation 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 » du Syndicat 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 de l'article 150 du règlement (UE) n°1308/2013 (OCM).

1. Les références « fromage Beaufort » de l'entreprise

1.1 Définition des références

La référence « fromage Beaufort » de chaque entreprise est constituée de :

- une référence « hivernale » : référence de fromages (poids en blanc) fabriqués les mois d'avril et mai de l'année N et novembre, décembre, janvier, février et mars de l'année N+1,

- une référence « estivale » : référence de fromages (poids en blanc) fabriqués les mois de juin, juillet, août, septembre et octobre de l'année N.

Ces références sont établies sur la base des références de la campagne précédente également dénommées « références historiques ».

Si en fin de campagne N, la production hivernale est inférieure à la référence « hivernale » de l'entreprise, alors la différence vient s'ajouter à la référence « estivale » de l'entreprise pour la campagne N.

A l'inverse, si la production estivale d'une entreprise est inférieure à sa référence « estivale », la différence ne peut s'ajouter à la référence « hivernale » de l'entreprise pour la même campagne.

Chaque entreprise reçoit avant le 30 mai de la campagne N une information comprenant :

- une information sur l'état du marché,
- sa référence « fromage Beaufort » (notifiée selon les modalités reprises au glossaire) constituée de sa référence « hivernale » et de sa référence « estivale »,
- le niveau de surcotisation pour toute production au-delà de la référence « hivernale »,
- le niveau de surcotisation pour toute production au-delà de la référence « estivale ».

Chaque mois, les entreprises, comme le prévoit le Cahier des Charges de l'AOP, transmettent les obligations déclaratives dont le nombre de fromages fabriqués et le poids de fromage en blanc fabriqué.

Il est dès lors aisé de suivre mensuellement, entreprise par entreprise, le poids de fromage en blanc fabriqué au cours de la campagne considérée et d'effectuer un bilan des volumes de productions hivernale et estivale en fin de campagne.

1.2 Modalités d'évolution des références

Le Conseil d'Administration du Syndicat propose une évolution des références des entreprises. 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).

Si les indicateurs de marché montrent un équilibre entre offre et demande au moment de l'élaboration des RRO de la campagne N+1, alors le Conseil d'Administration proposera de baser la référence de chaque entreprise pour la campagne N+1 sur la référence de la campagne précédente à laquelle s'ajouteront les volumes d'ouverture et de référence additionnelle accordés pendant la campagne N+1. Dans ce cas, la croissance sera positive.

Si les indicateurs montrent que le marché rencontre des difficultés au moment de l'élaboration des RRO de la campagne N+1, alors le Conseil d'Administration proposera d'établir la référence des entreprises sur une proportion de la référence de la campagne N (% inférieur ou égal à 100 de la campagne N) à laquelle s'ajoutera le volume d'ouverture accordé pendant la campagne N+1. Dans ce cas, la croissance peut être stable ou négative. Ceci signifie que les opérateurs en place acceptent de réduire leur production pour maintenir un marché ouvert.

Toujours en fonction des indicateurs de marché, en particulier la production relative « hivernale » et « estivale », le Conseil d'Administration décide aussi d'appliquer un principe de répartition de la référence entre une référence « estivale » et une référence « hivernale », basée la plupart du temps sur la situation historique de chaque entreprise.

2. Bilan des capacités de croissance et d'ouverture à la suite de l'examen des données de marché

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. Le Cahier des Charges prévoit 5 mois minimum d'affinage. En général, les fromages sont vendus entre 7 et 10 mois, certains 12 mois. Par nécessité, il y a d'importantes capacités de stockage dans les entreprises de la filière Beaufort, ce qui permet d'exercer un effet tampon vis-à-vis des déséquilibres momentanés quand l'offre est supérieure à la demande.

Lors de la préparation des règles de régulation de l'offre, le Syndicat de Défense du Beaufort dispose des données suivantes :

a) les ventes de la campagne précédente pour les coopératives et une entreprise industrielle (soit 85% du volume des ventes) et de leur tendance,

b) la production de la campagne précédente (pour 100% de la production) et de sa tendance,
c) les valeurs chiffrées des indicateurs permettant une évaluation des stocks de fromages au 31 mars de la campagne N-1 et au 30 novembre de la campagne N 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 termes d'équilibre entre offre et demande.

Dans le cadre du respect de l'article 150 du règlement (UE) n°1308/2013, 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.

Ces statistiques permettent de faire un diagnostic et d'apprécier la tendance conjoncturelle du marché afin de déterminer le **volume de croissance** qui est la somme du volume d'ouverture et du volume de référence additionnelle.

Aussi, la **notion de croissance** est à distinguer de la **notion d'ouverture,** puisque pour certaines campagnes, la croissance peut être inférieure à l'ouverture, ce qui signifie que les opérateurs en place acceptent de réduire leur production pour maintenir un marché ouvert.

3. Un accès pour chaque entreprise à un poids de référence supplémentaire au titre de la croissance du marché

En début de campagne N, le Conseil d'Administration, au vu des indicateurs de marché, détermine le volume de croissance qui est fixé précisément entre un minimum de 60 T et un maximum de 180 T, auquel s'ajoute le volume de Beaufort correspondant aux cessations d'activité des exploitants agricoles intervenues pendant la même période. La cessation correspond à un arrêt de production soldée par une sortie des listes des opérateurs de l'AOP Beaufort (soit au maximum un an après la dernière livraison de lait à des entreprises de la filière Beaufort).

Le Conseil d'Administration détermine également la répartition entre le volume réservé au traitement des demandes d'ouverture et celui de la référence additionnelle.

3.1 Gestion de l'ouverture

Chaque **nouvelle entreprise** est dotée d'une référence forfaitaire dans la limite de 5 tonnes pour la première campagne où elle produit du Beaufort (année d'habilitation dans l'AOP Beaufort). Les nouvelles entreprises pourront renouveler leur demande de référence supplémentaire au cours des campagnes suivantes grâce aux mécanismes de croissance.

Chaque **entreprise déjà en place** peut demander l'augmentation de sa référence en fonction de plusieurs critères :

1. L'habilitation de nouvelles exploitations (dans la limite de 5 tonnes pour la première campagne, avec possibilité de renouvellement de demande de référence supplémentaire au cours des campagnes suivantes),
2. L'installation de jeunes agriculteurs dans des exploitations déjà habilitées,

3. La modernisation des exploitations,
4. Toute autre situation exceptionnelle nécessitant une révision de référence qui sera motivée.

Quand la somme des demandes d'accès à l'ouverture excède le poids de référence disponible pour toute la filière, le poids de référence supplémentaire accordé à chaque entreprise est calculé au prorata de sa demande.

En appliquant ces principes, le Conseil d'Administration décidera in fine des volumes attribués. Le volume de référence obtenu est réparti entre la référence estivale et la référence hivernale. Cette répartition est établie au cas par cas en fonction des critères de demandes, du fonctionnement structurel des exploitations pour lesquelles sont motivées les demandes et des objectifs de maintien de l'équilibre global des productions hivernale et estivale de Beaufort.
Suite à la réception des demandes, les entreprises sont informées des décisions du Conseil d'Administration et de l'évolution de leur référence avant le 30 juin et le 31 décembre de la campagne N. Si des attributions sont accordées alors le courrier reprendra systématiquement les justifications des choix de répartition entre les références hivernales et estivales.

3.2 Gestion de la référence additionnelle

Le volume de référence additionnelle est d'abord défini par le Conseil d'Administration puis réparti selon des principes identiques entre les entreprises. Dans un souci de préserver l'avenir des exploitations agricoles et la fourniture d'un lait présentant les qualités nécessaires à sa transformation en Beaufort, le Conseil d'Administration a décidé de ne pas appliquer une stricte proportionnalité des attributions aux entreprises mais de prendre en compte un ratio entre production laitière et main-d'œuvre présente sur les exploitations qui livrent à ces entreprises**.**

➢ Modalités de calcul du plafond de volume de lait par rapport à la main-d'œuvre dans les exploitations de la zone filière Beaufort :

La grille ci-dessous a été déterminée par le Conseil d'Administration en s'appuyant sur une étude réalisée en 2013 auprès de tous les producteurs de lait de la filière portant notamment sur la main-d'œuvre au sein des exploitations.

		Plafond de production en fonction de la main-d'œuvre et de son statut dans les exploitations de la zone Beaufort (en litres de lait)
Individuel ou 1er associé de GAEC		110 000
GAEC 2ème associé		90 000
GAEC 3ème associé		90 000
GAEC 4ème associé		50 000
EARL	**Si 1 individu**	110 000
	Si 2 associés	160 000
Aide familial		40 000
Salarié à plein		50 000
Groupement d'employeurs		20 000

A partir de ces éléments, en connaissant le nombre d'actifs et leur statut sur les exploitations, on peut déterminer un plafond de production laitière par exploitation et le comparer à la production laitière des exploitations de la campagne N-1.

➢ Modalités de calcul de la quantité équivalente de Beaufort attribuée à chaque entreprise dans le cadre de la référence additionnelle :

La diversité des exploitations entraîne que pour une même entreprise, les attributions sont dépendantes de la catégorie dans laquelle sont classées les exploitations selon les principes ci-dessus appliqués de façon identique pour toutes les entreprises :

- Catégorie 1 : les exploitations qui ont une production laitière inférieure à 150 000 litres et dont le niveau de production est inférieur au plafond théorique de production en fonction de la main-d'œuvre ;

- Catégorie 2 : les exploitations qui ont une production laitière supérieure à 150 000 litres et dont le niveau de production est inférieur au plafond théorique de production en fonction de la main-d'œuvre ;

- Catégorie 3 : les exploitations qui ont une production laitière supérieure au plafond théorique de production calculé en fonction de la main-d'œuvre.

Les calculs suivants sont alors réalisés pour chaque entreprise :

Catégorie d'exploitations laitières	**Principe d'attribution selon les catégories d'exploitation***	**Quantité équivalente de Beaufort** (calculée selon le rendement fromager tel que défini dans le glossaire**)**
Catégorie 1	forfait par exploitation	A tonnes de Beaufort
Catégorie 2	pourcentage de la production laitière de l'exploitation	B tonnes de Beaufort
Catégorie 3	pourcentage du plafond de production en fonction de la main-d'œuvre	C tonnes de Beaufort

* Le forfait et les pourcentages sont calculés sur la base du volume de référence additionnelle décidé par le Conseil d'Administration.

Référence additionnelle pour chaque entreprise (en tonnes de Beaufort) = A+B+C.

4. 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 par l'exploitation (calculée selon le rendement fromager de cette entreprise) tandis que la référence de l'entreprise B est créditée d'une quantité de fromage en blanc équivalente à 80% du lait livré par l'exploitation (calculée selon le rendement fromager de l'entreprise B).
Cette règle s'applique dès lors que le Syndicat de Défense est saisi d'une demande provenant soit d'un producteur de lait soit de l'entreprise A ou de l'entreprise B. Après s'être assuré auprès des trois parties de la connaissance de cette demande, le syndicat modifie les références des deux entreprises selon les principes décrits ci-dessus et notifie alors les références revues aux entreprises A et B si la demande intervient en début de la campagne N.
Si cette demande intervient en cours de campagne N et que plus de 20% en équivalent fromage a été livré à l'entreprise A par le producteur de lait, alors pour la campagne N, l'entreprise B verra sa référence revue proportionnellement à la quantité de fromage restante en équivalent lait. Ce n'est qu'au cours de la campagne N+1 que la règle des 20/80 sera appliquée pour revoir la référence des entreprises A et B.

5. Surcotisation pour toute production au-delà des références estivale et hivernale

Une surcotisation s'applique aux entreprises qui produiront au-delà de leur référence « estivale » et/ou « hivernale ». Cette surcotisation est de :

- 3 500 €/tonne de fromage en blanc produit au-delà de la référence « hivernale » ;
- 2 500 €/tonne de fromage en blanc produit au-delà de la référence « estivale ».

Dès lors qu'il n'est pas possible d'appliquer les règles d'ajustement prévues au point 6.2 (cf. ci-dessous), on confronte les productions réelles aux références respectives correspondantes.

Si les volumes réels sont supérieurs aux références, un courrier est adressé à l'entreprise avant le 31 mai de la campagne N+1. Il mentionne :

- les références « hivernale » et « estivale » prises comme base de calcul en fin de campagne N (après application des principes du point 2),
- les productions réelles pour la campagne N,
- le montant des surcotisations possibles pour la campagne N.

L'entreprise sera alors invitée à faire connaître son avis, dans un délai d'un mois suivant l'envoi du courrier.
En absence de retour, les factures seront alors émises avant le 31 juillet de la campagne N+1.
Si l'entreprise émet des objections, alors celles-ci seront étudiées par le Conseil d'Administration qui donnera son avis sur leur recevabilité. La facture sera alors établie suite à l'émission de cet avis.

Les montants collectés permettent d'accroître les actions promotionnelles pour développer le marché et les activités de recherche en vue d'améliorer la maîtrise de la qualité des fromages et leur capacité de garde.

6. Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations

6.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars de la campagne N

L'objectif des Règles de Régulation de l'Offre est de garantir la meilleure adéquation entre l'offre et la demande consommateur afin d'assurer le maintien de la qualité du fromage sous signe de qualité et de participer au développement dudit fromage et des exploitations laitières des producteurs engagés dans l'AOP Beaufort.

Pour ce faire, chaque entreprise dispose d'une référence de production qui peut évoluer selon les principes décrits ci-dessus afin d'être le plus en phase possible avec les volumes nécessaires pour satisfaire la demande. La somme des références représente donc le volume de production permettant d'atteindre l'équilibre du marché pour une campagne donnée.

Au cours d'une campagne, la production de certaines entreprises dépasse leur référence tandis qu'elle est inférieure à leur référence pour d'autres. Pourtant, c'est bien la somme des volumes de production qui constitue la totalité de l'offre Beaufort.

Partant de ce constat, et parce qu'il est sans objet de mobiliser un budget pour gérer une production excessive alors qu'il n'existe pas de déséquilibre de marché, le traitement « global » entre les entreprises sera possible dans la limite du volume de la somme de toutes les références, **si les conditions suivantes sont réunies** :

- le niveau des ventes est au moins équivalent à celui de l'année N-1 ;
- l'état du marché, apprécié grâce aux valeurs des indicateurs au 31 mars de la campagne N comparés au 31 mars de la campagne N-1 (notamment concernant l'évolution des stocks globaux et des stocks de fromages de moins de 5 mois).

6.2 Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations au 30 novembre de la campagne N+1

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 N. 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 le Syndicat 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, si l'application de la règle du traitement global n'a pas été possible, 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'application de ce système d'ajustement permet d'effectuer un remboursement partiel des surcotisations qui 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 (augmentation du stock total et quantification du vieillissement des stocks) ;
- 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.

Le Conseil d'Administration statuera sur l'application de ce mécanisme pour chaque entreprise.

7. Commission de conciliation et d'arbitrage

Les entreprises qui contestent l'application d'un ou plusieurs principes des RRO de l'AOP Beaufort peuvent saisir la commission de conciliation et d'arbitrage.
Elle a vocation à régler les litiges survenant notamment à l'occasion de l'application des Règles de Régulation de l'Offre et dont le fonctionnement est décrit à l'article 20 des statuts de l'ODG Beaufort.

Deuxième partie : modalités des Règles de Régulation de l'Offre de l'AOP Beaufort pour la campagne 2018-2019

Un guide des procédures est mis en ligne dans l'espace Docspro du site Internet du Beaufort et mis à la disposition de toutes les entreprises et producteurs de lait engagés dans la filière Beaufort.

L'état des indicateurs de marché du Beaufort

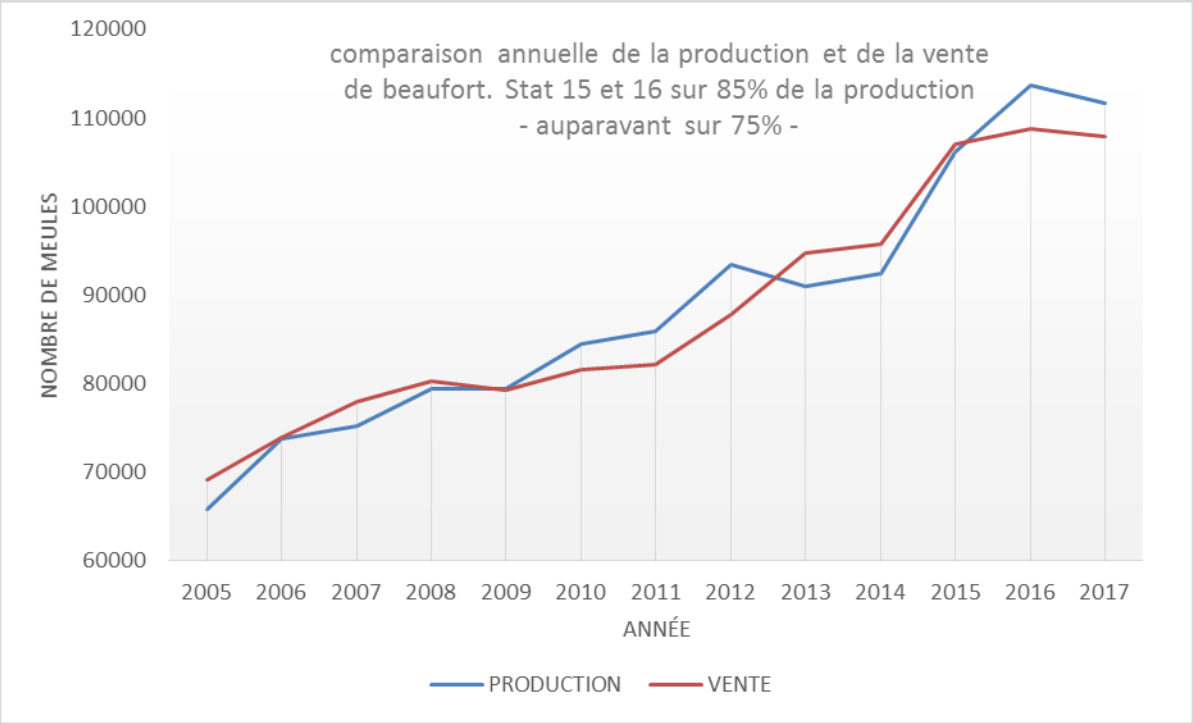
a) L'évolution des ventes de janvier à décembre 2017 : pour les coopératives et une entreprise privée (soit 85% du volume) : **- 0,5 % ;**

b) La production depuis le début d'année 2017 : - 4,8 % ;

c) Les stocks fin novembre 2017 : + 5 911 meules soit + 8,8 % par rapport au 30 novembre 2015.

d) L'âge moyen des fromages à la vente au 30 décembre 2017 : + 12 jours par rapport au 30 décembre 2016.

e) L'évolution comparée des ventes et de la production sur 12 années (cf. tableau ci-dessous) :



De l'ensemble de ces indicateurs, il ressort que malgré le ralentissement de la production durant l'année 2017, la stagnation des ventes n'a pas permis de rééquilibrer la demande par rapport à l'offre avec en conséquence un vieillissement des fromages mis en vente.

1. La référence « fromage Beaufort » de l'entreprise

La référence globale est identique à celle de la campagne 2017-2018 à laquelle s'ajoutent les volumes obtenus dans le cadre de l'ouverture et de la référence additionnelle.

Elle est constituée d'une référence « hivernale » et d'une référence « estivale » établies sur l'historique de chaque entreprise et exprimées en poids de fromage en blanc.

2. Un accès pour chaque entreprise à un poids de référence supplémentaire au titre de la croissance du marché

Le Conseil d'Administration fixe le volume total de croissance et le répartit de la manière suivante entre volume de référence additionnelle et volume d'ouverture :

Volume de croissance = Y+ Z compris entre : **60T + vol cessation < croissance < 180T + vol cessation**		Catégories	Volume par catégorie
	Z = Volume de référence additionnelle	Toutes les entreprises	Z réparti selon des principes identiques entre toutes les entreprises appartenant à une même catégorie
	Y = Volume d'ouverture	X = Installation de nouvelles entreprises + habilitation de nouvelles exploitations	5 T maximum*X
		Installation de jeunes agriculteurs dans des exploitations déjà habilitées	Y – (5 T maximum*X) si 5 maximum*X < Y 0 sinon
		Modernisation de l'exploitation agricole	
		Situations exceptionnelles	

3. Traitement global et règles d'ajustement et de remboursement des surcotisations

3.1 Un traitement global entre les entreprises au 31 mars 2019

Pour la campagne 2018-2019, le traitement « global » entre les entreprises, dans la limite du volume de la somme de toutes les références sera possible si les conditions suivantes sont réunies :

- le niveau des ventes est au moins équivalent à celui de la campagne 2018-2019,
- les stocks n'ont pas augmenté de plus de 6% (comparaison 31 mars 2018),
- les stocks de fromages de moins de 5 mois n'ont pas augmenté de plus de 6%

(comparaison 31 mars 2018).

3.2 L'ajustement et le remboursement des surcotisations au 30 novembre 2019

Si le traitement global au 31 mars 2019 n'a pas été possible, alors un remboursement des surcotisations appelées peut aller jusqu'à 70% maximum du montant aux conditions suivantes :

- un état du marché satisfaisant apprécié grâce aux valeurs des indicateurs au 30 novembre 2019 (un maximum de 6% d'augmentation de stock en nombre de meules et moins de 12 jours d'allongement de l'âge des fromages) comparé au 30 novembre 2018,

- 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.