REGLES DE REGULATION DE L'OFFRE

DU FROMAGE SOUS APPELLATION D'ORIGINE PROTEGEE

BEAUFORT

Du 1er avril 2015 au 31 mars 2016

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

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 bilan de production et de marché permettant un traitement global de la production en fin d'année n. 6

5. Un système d'ajustement et de remboursement des surcotisations 7

6. 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 2015-2016 9

1. L'état des indicateurs de marché du Beaufort 9

1.1 Conséquence sur l'évolution des références *10*

1.2 Conséquence sur le volume d'ouverture pour la campagne 2015-2016 ..... *10*

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

3. Un bilan de production et de marché permettant un traitement global de la production en fin d'année n 10

4. Un système de réajustement des surcotisations en fonction de l'état du marché fin novembre 2016 11

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 n°1151/2013 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 des meules.

Afin d'apprécier l'état du marché, on utilise deux indicateurs au 31 mars de la campagne n :

- l'évolution des stocks entre la campagne n-1 et n ;
- l'évolution des stocks de fromages de moins de 5 mois. Ce sont les fromages fabriqués en cours d'affinage qui ne peuvent encore prétendre à l'AOP puisqu'ils n'ont pas encore atteint la durée d'affinage minimale (cinq mois) prévue par le Cahier des Charges.

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 3500 €/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 de l'article 150 du règlement (UE) n°1308/2013 (OCM)

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 d'importantes capacités de stockage dans les ateliers de la filière Beaufort. 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 des ventes) 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

Conformément à 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.

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 bilan de production et de marché permettant un traitement global de la production en fin d'année 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 le signe de qualité.

Pour ce faire, chaque atelier dispose d'une référence de production. Elles sont régulièrement mises à jour 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 année, la production de certains ateliers 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, il est proposé de mettre en place une gestion globale des références pour l'année. Les conditions de la mise en place sont les suivantes :

- le traitement « global » concerne la production dans la limite du volume de la somme de toutes les références ;
- 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 le permet.

5. 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.

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

Les principes décrits dans les 5 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 sa 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 selon les principes énoncés au point 3 de la première partie 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 sur le traitement qui est réalisé (global ou individuel) et 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, pour une campagne donnée, les productions qui ne sont pas vendues sous le nom Beaufort à la suite de déclassement effectué par un agent de l'ODG, 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 de :
- 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 2015-2016

1. L'état des indicateurs de marché du Beaufort

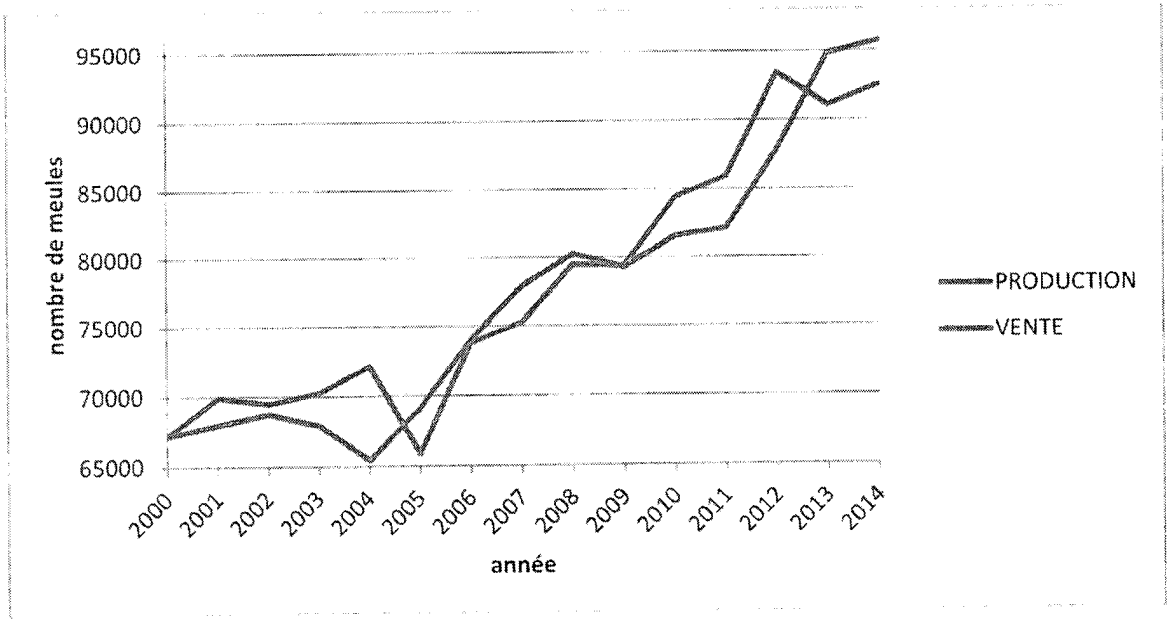
a) La progression des ventes 2014 : + 1,13 % par rapport à 2013.

b) La production en 2014 de 5000 tonnes a augmenté de 2% par rapport à 2013.

c) Les stocks fin novembre 2014 : - 3,5 % par rapport au 30 novembre 2013.

d) L'âge moyen des fromages à la vente au 30 novembre 2014 a diminué de 3% : - 7 jours par rapport au 30 novembre 2013.

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



Comme en 2013, en 2014, on a vendu plus de fromages que l'on en a produits ce qui a contribué à la diminution des stocks. . Ce niveau de stock nous permet à la fois d'avoir une offre suffisante et une durée d'affinage en adéquation avec l'attente qualité du consommateur.

f) L'équilibre du marché atteint en 2014 se confirme sur le début de l'année 2015 :

Les indicateurs de marché ont ainsi évolué :

- durant le 1er trimestre :
    - la production est en hausse de 1,2% par rapport au 1er trimestre 2014 ;
    - les ventes ont diminué sur ce premier trimestre de près de 2400 meules. On peut clairement expliquer ce chiffre par une diminution de l'offre et pas par un essoufflement de la demande. En effet, l'assainissement du marché depuis deux ans, favorable au maintien de la qualité des fromages, a eu comme conséquence de diminuer le volume de fromages fabriqués au printemps 2014 et commercialisables début 2015. De plus, les quantités de beaufort produites pendant l'été 2014 et commercialisés début 2015, ont été médiocres du fait des conditions climatiques exceptionnellement mauvaises (99% du lait produit sur la zone est transformé en beaufort
    - au 31 mars 2015, l'âge moyen des fromages a diminué de 4 jours (- 1,6%) et les stocks étaient identiques à ceux constatés fin mars 2014.

1.1 Conséquence sur l'évolution des références

Considérant l'ensemble des données présentées ci-dessus :

Pour la régulation des 12 mois compris entre le 1er avril 2015 et le 31 mars 2016, 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 3 500 € par tonne de fromage produite au-delà de la référence.

1.2 Conséquence sur le volume d'ouverture pour la campagne 2015-2016

Considérant également les données de marché et de production présentées ci-dessus, mais aussi que le niveau de production de l'exercice est inférieur de 1% à la somme des références, 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 1,20% du marché actuel du beaufort.

2. 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.

3. Un bilan de production et de marché permettant un traitement global de la production en fin d'année n

Elles seront appliquées selon les principes énoncés au point 4 de la première partie du document.

Pour l'année 2015-2016, au 31 mars 2016, le traitement « global » entre les ateliers dans la limite du volume de la somme de toutes les références, sera possible si :

- le niveau des ventes est au-moins équivalent à celui de l'année n-1 ;
- les stocks n'ont pas augmenté de plus de 6% (comparaison 31 mars 2015) ;
- les stocks de fromages de moins de 5 mois n'ont pas augmenté de plus de 6% (comparaison 31 mars 2015).

4. Un système de réajustement des surcotisations en fonction de l'état du marché fin novembre 2016

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 n'augmente pas 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.