

Commission agricole intercommunale du Val d'Illeiez

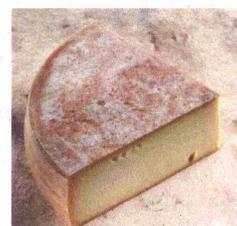
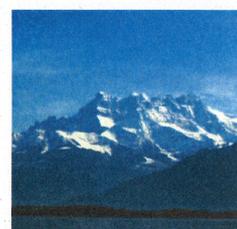
Projet de développement régional

Val d'Illeiez

Etude préliminaire

Valorisation de la filière lait du Val d'Illeiez

25 juillet 2011



Commission agricole intercommunale du Val d'Illeiez

Patrice Dubosson

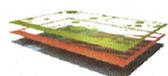
Président du Groupe lait

Repetti sàrl, mandataire

Dr Alexandre Repetti

Ingénieur EPFL en génie rural

leCové
FIDUCIAIRE - 1880 BEX


repetti sàrl

Auteurs

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

Christian Bernasconi, agronome EPF, LeCové SA, Bex

Experts

Patrick Chevrier, forestier EPF, Sion

Pierre-François Veillon, agronome EPF, Le Cové SA, Bex

Claude-Alain Vuillerat, ingénieur EPF génie rural, B+C ingénieurs SA, Montreux

Pour traiter:

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Sommaire

1. Titre du projet	5
2. Nom de l'organisation porteuse du projet	6
2.1 Au stade de l'étude préliminaire et de la planification de détail	6
2.2 Au stade de la mise en œuvre	6
3. Situation initiale et idée de projet	7
3.1 Périmètre du projet	8
3.2 Description de la situation initiale	12
3.3 Atelier participatif I: consolidation de l'idée de projet	18
3.4 Exposé succinct de l'idée de projet	21
3.5 Lien de l'idée de projet avec l'agriculture	21
4. Objectifs du projet	22
4.1 Objectif global	22
4.2 Objectifs du projet	22
5. Organisme porteur du projet et coordination	26
5.0 Mesures	26
5.1 Organisme porteur du projet, organisation du projet	26
5.3 Coordination, ancrage régional et participation	27
6. Potentiel de valeur ajoutée et intérêts publics	30
6.1 Résumé des produits et services envisagés	30
6.2 Définition des produits et services envisagés et évaluation du potentiel de valeur ajoutée	31
6.2 Définition des mesures d'intérêt public comprise dans le PDR	44
7. Viabilité économique et financement	45
7.1 Mesure 0 : marketing, communication, commercialisation	45
7.2 Mesures 1 et 2 : local de coulage centralisé et valorisation locale du lait	46
7.3 Mesure 3 : Cave d'affinage centralisée	47
7.4 Mesure 4: Augmentation de la fabrication en alpage	48
8. Avis des services compétents	49
8.1 Procédures d'autorisation nécessaires	49
8.2 Avis des autorités compétentes	49
9. Planification de la mise en œuvre (étapes, activités)	50
9.1 Etapes et objectifs intermédiaires	50
9.2 Analyse des risques	50
10. Instruments de mise en œuvre potentiels	52
10.1 Dispositions légales fédérales	52
10.2 Dispositions légales cantonales	52
10.3 Mise en œuvre du projet	52
11 Forces, faiblesses, chances et risques du projet	54
12 Concept de controlling	57
Références	58
13 Annexes	59

1. Titre du projet

Valorisation de la filière lait du Val d'Ille-et-Vilaine.

2. Nom de l'organisation porteuse du projet

2.1 Au stade de l'étude préliminaire et de la planification de détail

Nom de l'organisation

Commission agricole intercommunale du Val d'Iliez (CAI)

Responsable du groupe lait

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Monsieur Dubosson a présidé les activités liées à l'élaboration de l'étude préliminaire. Il est agriculteur à Troistorrents membre du comité de la société de laiterie de Troistorrents et de la commission agricole intercommunale du Val d'Iliez.

2.2 Au stade de la mise en œuvre

Nom de l'organisation

Association de promotion des produits agricoles du Val d'Iliez

Membres

Agriculteurs, structures collectives agricoles, autres.

L'association sera créée à l'issue de la planification de détail.

3. Situation initiale et idée de projet

Le Val d'Illeiz est une région de montagne qui a été orientée dans les années 1970 à la production de lait industriel destiné principalement à la Fédération laitière valaisanne. Le Val d'Illeiz produit un volume annuel d'environ cinq millions de kilos de lait, par environ 90 producteurs.

Face à la baisse continue du prix du lait, les agriculteurs et le Service cantonal de l'agriculture ont mené différentes réflexions depuis 2001 à l'échelle de la vallée. Ces travaux ont abouti à la construction d'une maison des terroirs à l'entrée de la vallée, La Cavagne, qui commercialise les produits de la vallée, à la réouverture de l'abattoir de Champéry, alors que d'autres idées n'ont pas abouti, comme la construction d'une fromagerie centrale.

Depuis 2008, les trois communes de la vallée se sont dotées d'une Commission agricole intercommunale (CAI) qui mène les projets agricoles d'envergure régionale. Cette commission a fait le constat d'une forte dégradation de la situation des producteurs de lait, d'un déclin de la motivation et d'un abandon progressif de la production laitière.

La Commission agricole intercommunale a pris l'initiative de reprendre la réflexion sur la mise en valeur de la filière lait, avec le soutien du Service cantonal de l'agriculture. Elle s'est donnée comme objectifs d'analyser la filière lait et la faisabilité de différentes mesures de développement régional, en priorité: local de coulage centralisé, cave d'affinage, soutien à la fabrication de fromage, étude de marché et des conditions de commercialisation.

La commission a déposé une esquisse de projet auprès du Service cantonal de l'agriculture et de l'Office fédéral de l'agriculture. Cette esquisse a été acceptée et a abouti au lancement d'une étude préliminaire de projet de développement régional (PDR), centré sur la valorisation de la filière lait du Val d'Illeiz. La commission a créé un Groupe lait, avec pour mission de réaliser cette étude préliminaire avec un coaching des mandataires Repetti sàrl et le Cové SA.

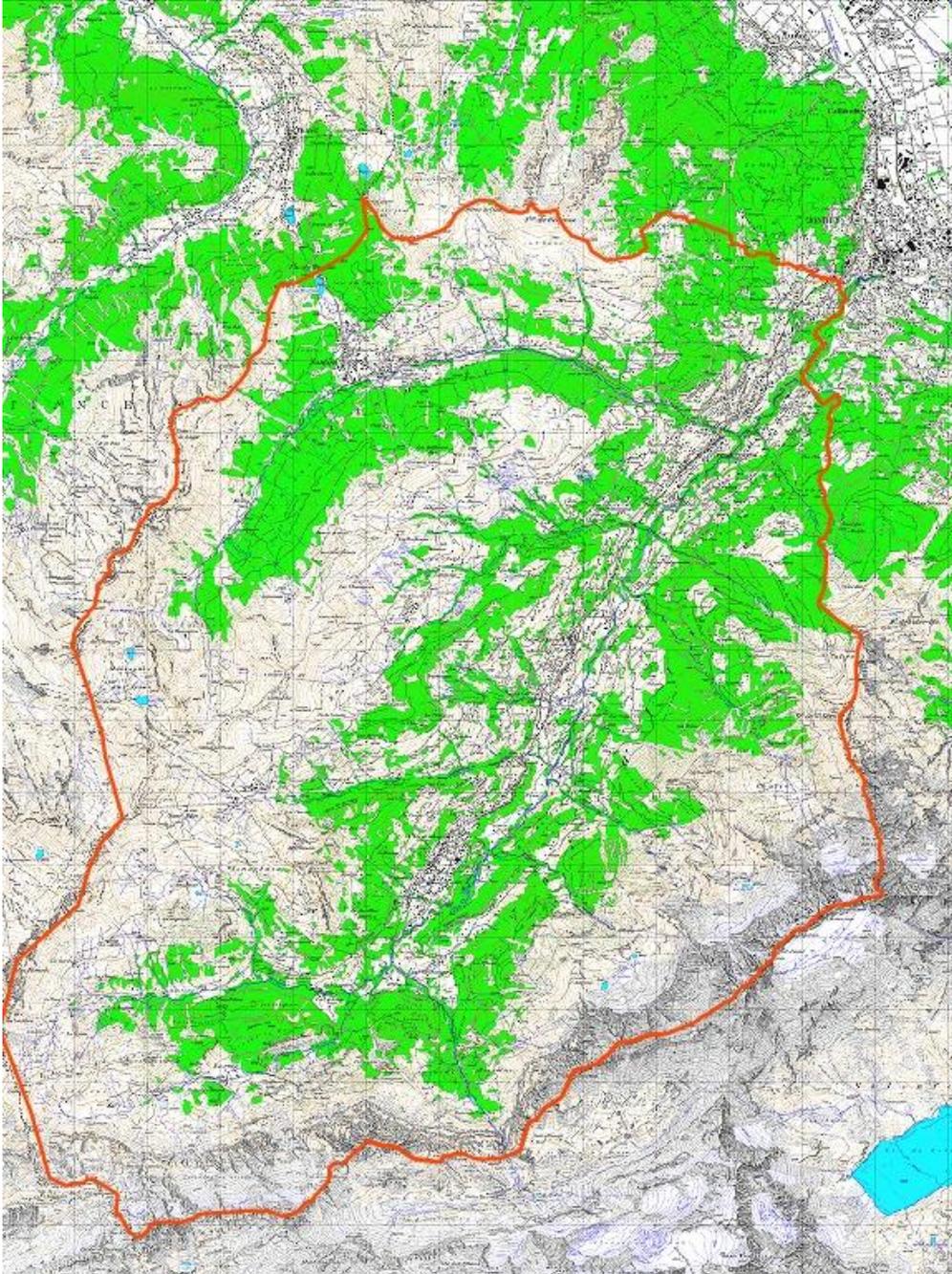
Les travaux de la commission ont confirmé l'idée de projet initiale, tout en les précisant et en assurant l'adhésion de la plus grande partie des producteurs de lait. Les mesures proposées sont les suivantes:

- Marketing, communication, commercialisation
- Local de coulage centralisé
- Valorisation local du lait (produits frais)
- Cave d'affinage centralisée
- Amélioration de la fabrication en alpages
- Production de biogaz

3.1 Périmètre du projet

Le périmètre du projet est le Val d'Illiez, qui comprend le territoire des communes de Champéry, Troistorrents, Val d'Illiez, ainsi que le Vallon de They appartenant à la commune de Monthey.

Le périmètre a une surface de 12'000 ha, dont une partie seulement est exploitée par l'agriculture sous forme de surface agricole utile ou d'estivages.



Périmètre au 1:100'000.

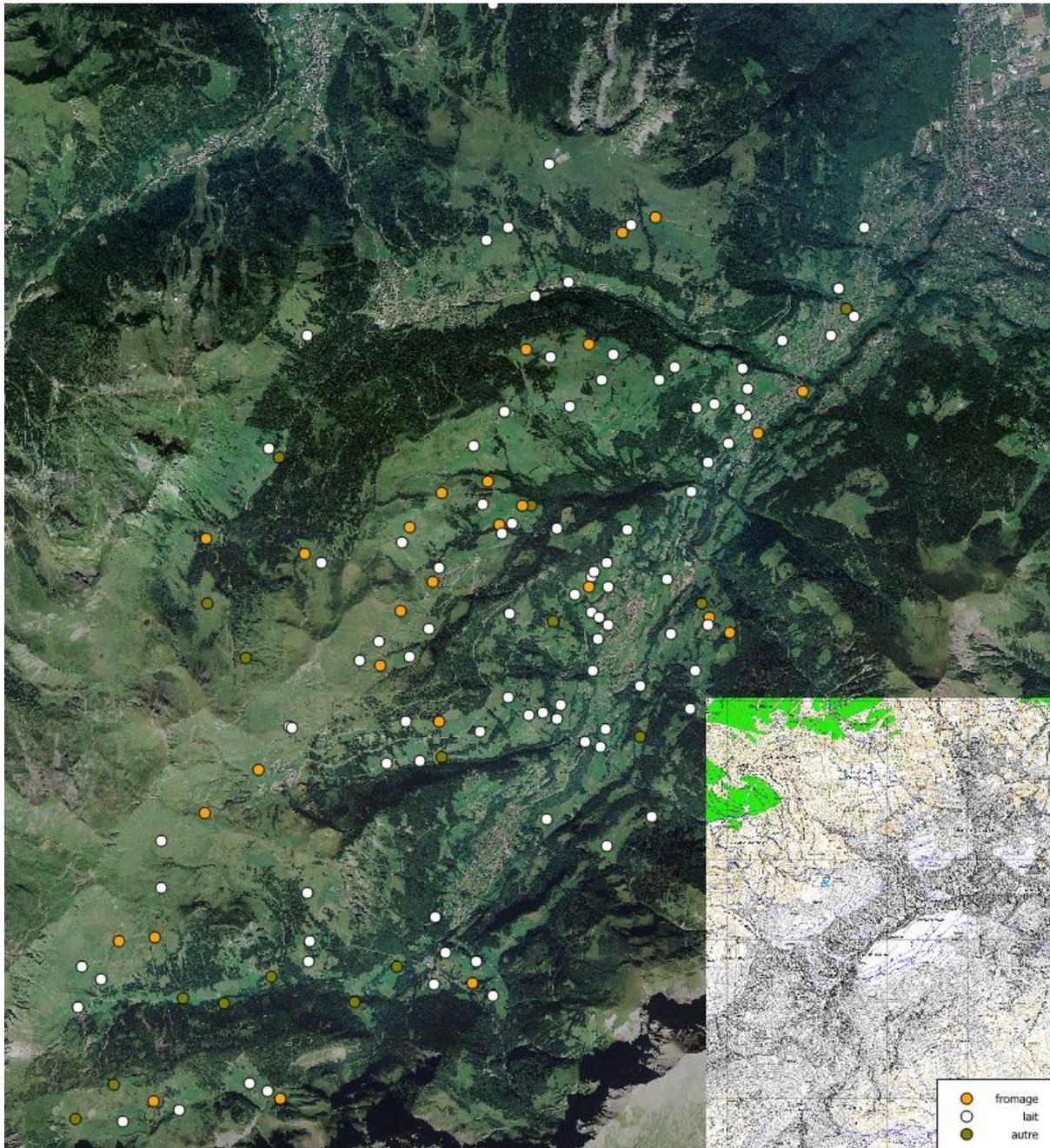
Les agriculteurs situés dans le périmètre du projet sont au nombre de 74, pour un total de 135 exploitations et alpages. La liste des exploitants (2010) est présentée dans le tableau ci-dessous:

Nom	Prénom	Commune	Lieux De Production
BERRA	Jean-Pierre	Champéry	Alpage De Barme 29
BERRA	Stéphane et Marc	Champéry	Exploitation de base
			Alpage Des Traverses
CLEMENT	Séraphin	Champéry	Alpage Du Pont
			Exploitation de base
GEX-COLLET	Reynald et Hubert	Champéry	Exploitation de base
			Alpage De Barme & Chaz
GILLABERT	Edouard	Champéry	Exploitation de base
GILLABERT	Ephrem	Champéry	Exploitation de base
			Alpage Des Clavets 18
GILLABERT	Marc et Laurent	Champéry	Exploitation de base
			Alpage De Barme
MARCLAY	Georges-André	Champéry	Alpage De Berroi
			Alpage De La Lechere
MARCLAY	Hubert et Jean-Pierre	Champéry	Exploitation de base
			Alpage La Pisa
MARIETAN	Fernand	Champéry	Exploitation de base
			Alpage De Dejaillieux
MARIETAN	Frédéric	Champéry	Alpage De Berroi 2
			Exploitation de base
MARIETAN	Gabriel+Benoît	Champéry	Exploitation de base
			Alpage De Berroi 3
			Alpage De Berroi
			Seumon
TROMBERT	René	Champéry	Exploitation de base
ULDRY	Nicolas	Champéry	Alpage De La Pierre
			Les Creuses
ALBISSER	Albert	Monthey	Alpage De They
AVANTHAY	Gabriel	Troistorrents	Exploitation de base
		Val d'Illeiz	Exploitation de base
BELLON	Antoine et Florian	Troistorrents	Exploitation de base
BELLON	Antoine	Troistorrents	Alpage De La Chauz 39
CATHELAZ	Jean-Louis	Collombey	Alpage D'onne
DUBOSSON	Emmanuel	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage Les Cretes
DUBOSSON	Fernand	Troistorrents	Alpage De Champcot
DUBOSSON	Grégoire	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Culet 19
DUBOSSON	Irénée	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Champcot 2
DUBOSSON	Guy	Troistorrents	Alpage Le Motteux
DUBOSSON	Joseph-Marie	Troistorrents	Alpage De Champcot 3
DUBOSSON	Laurent	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage Le Sepaz
DUBOSSON	Olivier	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Champarin
DUBOSSON	Oscar	Troistorrents	Exploitation de base
DUBOSSON	Patrice	Troistorrents	Exploitation de base
			Exploitation de base
DUBOSSON	Pierre-Maurice	Troistorrents	Exploitation de base
			Exploitation de base
GEX-COLLET	Gilbert	Troistorrents	Exploitation de base
GEX-FABRY	Denis et Jean-Daniel	Monthey	Alpage De They
			Dronnaire
GRANGER	Bernard	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Bonavau
GRANGER	Guy-Albert	Troistorrents	Alpage De Madze 49
GRANGER	Hubert	Troistorrents	Exploitation de base
GRANGER	Joël	Troistorrents	Alpage De Bochasse
			Alpage De Bonnavau
GRANGER	Pierre-André et Damien	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Savolaire 2
PERRIN	Théophile	Troistorrents	Alpage De Savolaire 44
PREMAND	Emmanuel	Troistorrents	Exploitation de base

			Alpage De Fecon 34
TURIN	Simon	Collombey	Alpage De Chermeu
UDRESSY	Jean-Michel	Troistorrents	Exploitation de base
			Alpage De Sepaz 2
BOVARD	Auguste	Val d'Illeiz	Exploitation de base
CAILLET-BOIS	Irénée	Val d'Illeiz	MIMONT
			Exploitation de base
			ALPAGE DE VAILLIME 21B
CAILLET-BOIS	Jean-Marc	Val d'Illeiz	Exploitation de base
		Val d'Illeiz	Exploitation de base
DEFAGO	Patrice	Val d'Illeiz	ALPAGE DE CHAUX PALIN 28
		Val d'Illeiz	ALPAGE DE CHAUX PALIN 28
ECOEUR	Joël	Val d'Illeiz	LE SARJAY
			LISA
			LISA
ECOEUR	Laurent et André	Val d'Illeiz	ALPAGE DE L'AU 19
		Troistorrents	Champareins
ECOEUR	Roger	Val d'Illeiz	LES FLATS
			ALPAGE DES PAS 13
ES-BORRAT	Liliane et René	Val d'Illeiz	LISA
			ALPAGE DE L'AU
GEX-COLLET	Olivier	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			ALPAGE DE NOLE - Grantis
			Exploitation de base
GEX-FABRY	Alexis	Val d'Illeiz	ALPAGE LES PAS
GEX-FABRY	Dominique	Val d'Illeiz	ALPAGE DE CULET 2
		Val d'Illeiz	Exploitation de base
GEX-FABRY	Guy et Jean-Daniel	Val d'Illeiz	ALPAGE DE PLAGNOIX
GEX-FABRY	Eddy	Val d'Illeiz	SITE DE FABRICATION
GILLABERT	Elisabeth et Jean-Luc	Val d'Illeiz	LA MEURAYE
			Exploitation de base
GILLABERT	Emmanuel	Val d'Illeiz	ALPAGE LES CROSETS 2
HAGER	Christian	Val d'Illeiz	ALPAGE DE MONT CORBA
HISCHIER	Gilbert	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			Exploitation de base
JORDAN	Robert	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			Exploitation de base
MARIETAN	Serge	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			ALPAGE DE L'AU
			ALPAGE DE L'AU
MUSY-PERRIN	Fabienne	Val d'Illeiz	ALPAGE DES CHAMPEYS 3
			Exploitation de base
			Exploitation de base
PERRIN	Emeric	Val d'Illeiz	ALPAGE DE CHAMPEYS
			Exploitation de base
PERRIN	Gérald	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			Exploitation de base
PERRIN	Jean-Daniel	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			ALPAGE DE L'AU ET
PERRIN	Jean-Paul	Val d'Illeiz	ALPAGE DE L'AU ET
			Exploitation de base
PERRIN	Michel et Pascal	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			ALPAGE DES JEURS-HAUT
PERRIN	Paul-André	Val d'Illeiz	ALPAGE DE RIPAILLE 14
			Exploitation de base
			TRONCHAY
PERRIN	Raphael	Val d'Illeiz	Exploitation de base
			Exploitation de base
			ALPAGE DE POPENE 54
REY-MERMET	Albert	Val d'Illeiz	Exploitation de base
		Monthey	ALPAGE DE TOVASSIERE
			ALPAGE DE SASSEX
			LISA
TROMBERT	Francis	Val d'Illeiz	ALPAGE DE FRACHETTE
			Vaillime

TROMBERT	Patrick	Val d'Illeiz	Exploitation de base ALPAGE DE NOLE
TROMBERT	Willy	Val d'Illeiz	Exploitation de base ALPAGE DE THIERS
VIEUX	Didier	Val d'Illeiz	ALPAGE DE SEPAYA
WALTI	Suzanne	Val d'Illeiz	Alpage la Pâle
BAPST	Eugène	Val d'Illeiz	

La carte ci-dessous présente la répartition des agriculteurs dans la vallée, avec en blanc les producteurs qui coulent du lait et en jaune ceux qui produisent du fromage.

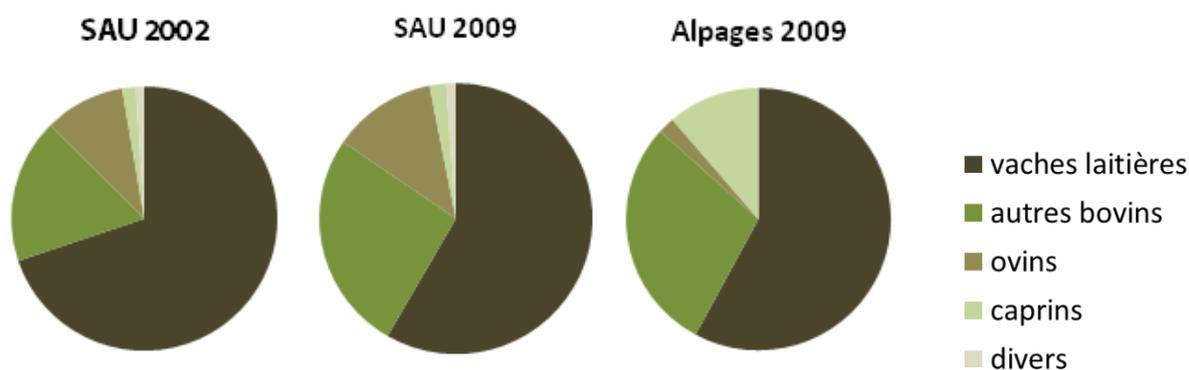


3.2 Description de la situation initiale

3.2.1 L'agriculture du Val d'Illeze en général

En 2010, le Val d'Illeze a produit 5'280'000 kg de lait. Une petite partie de ce lait est transformé en fromage au lait cru (730'000 kg), le reste est vendu sous forme de lait industriel. La production laitière est la principale activité agricole, mais l'élevage ovin, caprin et de vaches allaitantes est significatif au niveau de certaines exploitations agricoles.

La quantité de bétail est en légère diminution, avec une diminution du nombre de vaches laitières (-17% entre 2002 et 2009) au profit des vaches allaitantes. Les trois graphiques ci-dessous montrent les proportions des différents types de bétail, en UGB.



En conséquence de cette évolution, la charge des alpages est en diminution et aujourd'hui, un quart des alpages est sous-exploité (moins de 75% de la charge usuelle).

La production de fromage à l'alpage s'effectue à une échelle artisanale. Certains alpages disposent d'infrastructures de fabrication et des caves d'affinage de taille modeste. Dans la majorité des cas c'est l'exploitant lui-même qui fabrique et soigne les fromages. Les alpages font face au problème de la qualité de l'eau et de l'évacuation du petit lait. Peu d'entre eux sont aujourd'hui en parfaite conformité avec les normes en vigueur.

La production de produits frais de type yaourts, crème et beurre s'effectue également à l'échelle artisanale. Actuellement, deux personnes produisent des yaourts.

Au niveau des structures, les conditions de production sont généralement bonnes dans les exploitations de base, alors que les alpages présentent des conditions difficiles en termes de qualité des eaux, d'énergie, d'accès et de conditions de logement. En particulier, la qualité de l'eau dans les alpages pose problème pour le nettoyage du matériel de traite et pour la fabrication de fromage. Ces problèmes ont été confirmés par des analyses biochimiques lors des dernières saisons.

Le réseau de desserte des alpages est généralement bon, avec une route du lait.

L'élevage et la production laitière sont les activités agricoles prédominantes dans le Val d'Illeze. Afin d'assurer la vente directe de leurs produits, les producteurs, avec l'appui du Service cantonal de l'agriculture, ont réalisé en 2007 un espace de vente des produits régionaux, la Cavagne, puis en 2009 rouvert l'abattoir de Champéry.

3.2.2 La production laitière du Val d'Illeze

La production laitière du Val d'Illeze est de 5'280'000 kg en 2009-2010. De cette production, 730'000 kg ont été transformés en fromage au lait cru sur les alpages.

Le tableau ci-dessous présente les volumes produits par société de laiterie (la ligne Vallait correspond aux producteurs qui livrent directement à Vallait sans passer par les sociétés de laiterie).

2010	Eté		Hiver		Total
	Fromage	Lait industriel	Lait sans silo	Lait avec silo	
Troistorrents	-	-	77'000	566'000	643'000
Morgins	146'000	652'000	-	-	798'000
Val d'Illeiz	450'000	874'000	-	473'000	1'797'000
Champéry	135'000	280'000	217'000	862'000	1'494'000
Vallait	-	372'000	-	173'000	545'000
Total	731'000	2'178'000	294'000	2'074'000	5'277'000

Quelques producteurs n'utilisent pas de silo en hiver, ce qui leur permet de fabriquer du fromage au lait cru.

Les comparaisons de ces chiffres avec ceux de 2007 montrent que la filière lait est en évolution rapide avec une baisse générale de la production (-6% en 3 ans) et une augmentation de la fabrication de fromage (+250% en 3 ans). Plusieurs alpages ont commencé la production de fromage ces trois dernières années, le plus souvent pour une partie de leur production seulement.

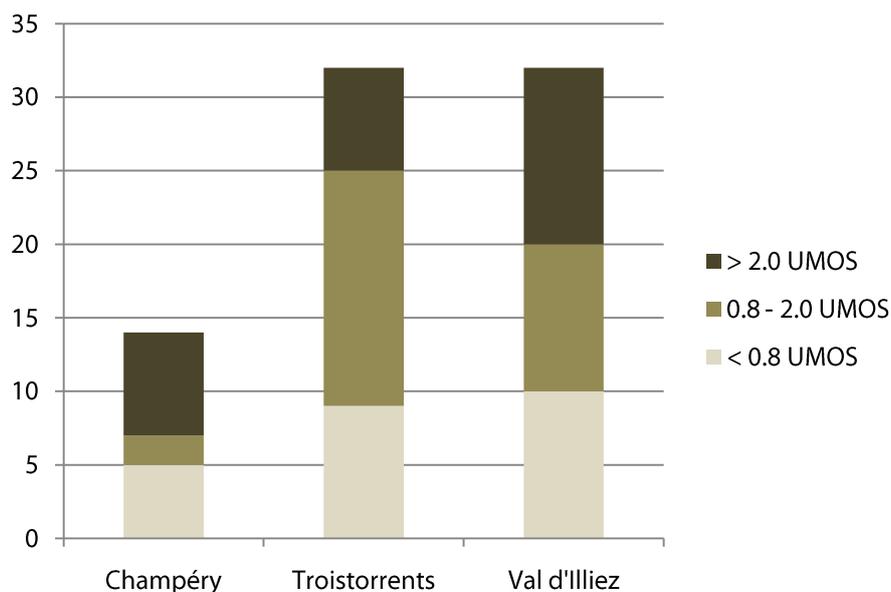
La comparaison entre les trois communes montre des réalités différentes qui répondent probablement aux résultats de discussions entre les agriculteurs des communes pour chercher des solutions face à la baisse du prix du lait. La commune de Val d'Illeiz voit une forte augmentation de la fabrication fromagère, beaucoup plus que les autres communes. Champéry privilégie le lait d'hiver alors que les deux autres communes ont tendance à retarder les vêlages et à produire plus de lait en été.

Plusieurs exploitations de plaine (ou d'autres régions) mettent du bétail en estivage dans le Val d'Illeiz. Les effectifs 2010 montrent que 850 vaches laitières ont passé l'hiver dans la vallée et que 1150 vaches sont montées de la plaine pour l'estivage. Au total près de 2000 vaches laitières ont donc passé l'été dans la vallée, la plupart en alpage (1825 vaches) et quelques-unes en SAU (175 vaches).

Le tableau ci-dessous montre que 89 exploitations de base sont présentes dans le Val d'Illeiz, dont 72 détiennent des vaches laitières. 61 détenteurs de vaches laitières coulent du lait ou fabriquent du fromage, les 11 autres ont de très petits volumes de production et donnent le lait aux veaux.

	SAU	Estivage	Exploitations de base	Détenteurs de vaches laitières
	<i>ha</i>	<i>PN</i>	<i>#</i>	<i>#</i>
Champéry	300	1510	15	12
Troistorrents	440	1358	30	26
Val d'Illeiz	672	1497	44	34

Les exploitations agricoles avec vaches laitières sont des exploitations de taille familiale, avec typiquement une exploitation de base et un alpage ou des mayens en SAU. Une partie des agriculteurs travaille à temps partiel hors de l'exploitation, notamment en hiver aux remontées mécaniques. Le graphique ci-dessous montre la taille des exploitations détentrices de vaches laitières (y inclut les alpages) en unités de main d'œuvre standard (UMOS).



Finalement, il est intéressant de constater que le renouvellement des responsables d'exploitation fonctionne bien: 30% des producteurs de lait ont moins de 40 ans, 60% 40 à 60 ans et 10% plus de 60 ans.

3.2.3 L'avis des agriculteurs

La production laitière constitue une très large partie de l'économie agricole du Val d'Illeiz, avec une large proportion de lait industriel. La baisse des prix du lait a un impact direct sur le revenu des exploitations agricoles. Ces réalités ont amené les agriculteurs à travailler en priorité sur les possibilités de restructuration de la filière lait.

Une enquête a été réalisée auprès de l'ensemble des exploitations agricoles de la vallée. 36 producteurs y ont répondu, représentant plus de la moitié de la production laitière de la vallée.

Selon cette enquête, l'évolution des alpages va suivre la tendance actuelle, à savoir une diminution progressive du nombre de vaches laitières, remplacées par les vaches allaitantes et autres bétails. Certains producteurs sont intéressés à reprendre un ou plusieurs alpages ou à agrandir leur exploitation.

En grande majorité, les producteurs de la vallée produisent la totalité ou presque de leur fourrage sur l'exploitation durant les mois d'été. Cette activité occupe largement la main d'œuvre agricole et limite de fait la disponibilité des agriculteurs pour d'autres activités, comme la fabrication du fromage sur leur alpage.

La valorisation du lait constitue le défi majeur pour les producteurs de la vallée. La majorité du lait est vendu comme lait industriel l'hiver et une partie l'été à un prix moyen d'environ -.50/kg. Le potentiel de fabrication de fromage est limité du fait de la large utilisation du silo en hiver, de l'utilisation de la main œuvre agricole en été pour la production du fourrage et de la difficulté de commercialiser le fromage, majoritairement affiné sur l'exploitation et vendu en vente directe.

Les attentes des agriculteurs sont en premier lieu un développement et un renforcement du marketing, de la communication et de la commercialisation des produits agricoles. Actuellement dans ce domaine, les pratiques individuelles prédominent et la commercialisation et le marketing ne sont pas coordonnés. Cette situation a une influence directe sur les prix de vente des produits.

En ce qui concerne la production de fromages, les producteurs mettent en évidence leur crainte de la concurrence sur le marché au niveau de la vallée. Cette préoccupation est réelle puisque que chaque producteur suit une stratégie individuelle de commercialisation. Avec l'augmentation de la production régionale, l'écoulement des produits est un facteur limitant et nécessite une meilleure structuration de la commercialisation et du marketing.

En second lieu, les producteurs veulent le développement de mesures techniques concrètes. La création d'une cave d'affinage centralisée et un développement des infrastructures de production de fromages dans les alpages sont des défis importants.

Les producteurs veulent également améliorer les conditions générales de travail (souplesse des horaires) et améliorer l'image de la profession. Dans ce sens, la création d'un local de coulage centralisé apparaît aux yeux des producteurs comme une mesure importante, pour autant que cela représente un gain économique.

Concernant les équipements et l'énergie, les producteurs veulent trouver des solutions durables pour l'approvisionnement et la valorisation des déchets (compost, petit lait). L'idée d'une installation de biogaz constitue un élément de réponse.

La question de la qualité de l'eau sur l'alpage est une préoccupation majeure pour les producteurs. Tous les alpages ne sont pas équipés en eau de qualité potable et cela pose notamment le problème du nettoyage des installations de traite de fabrication.

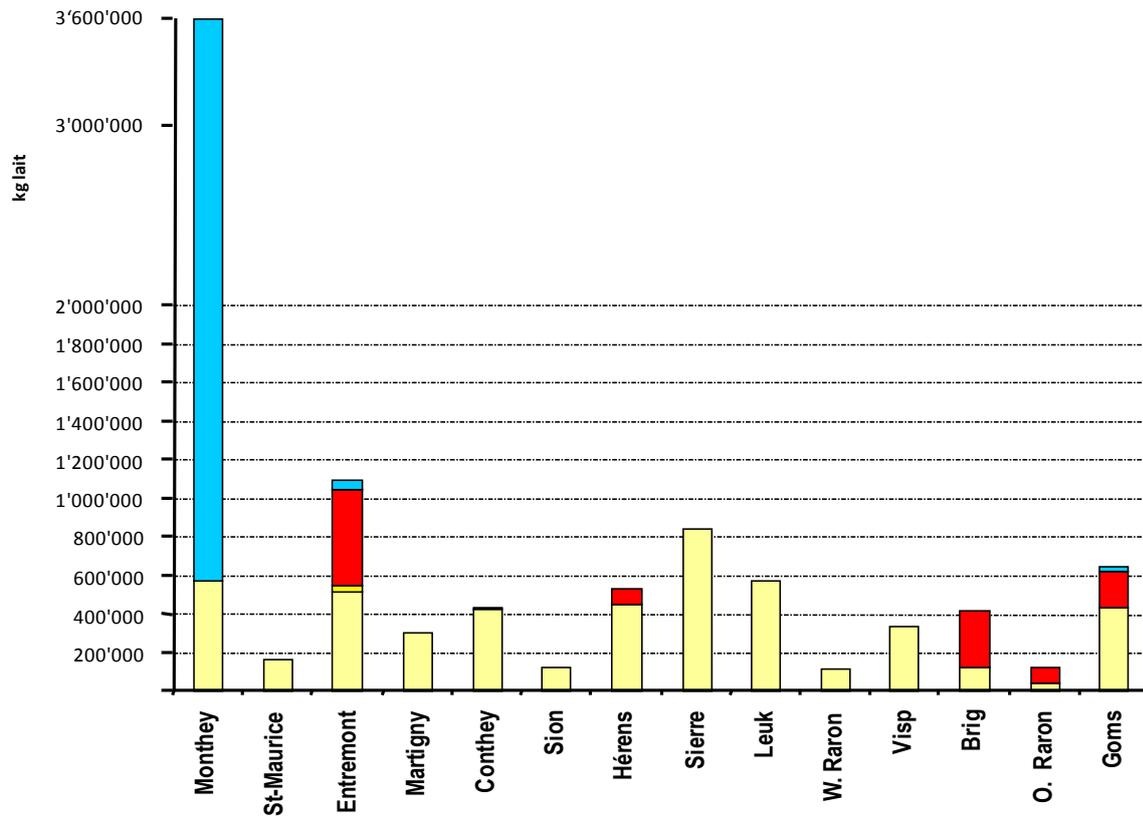
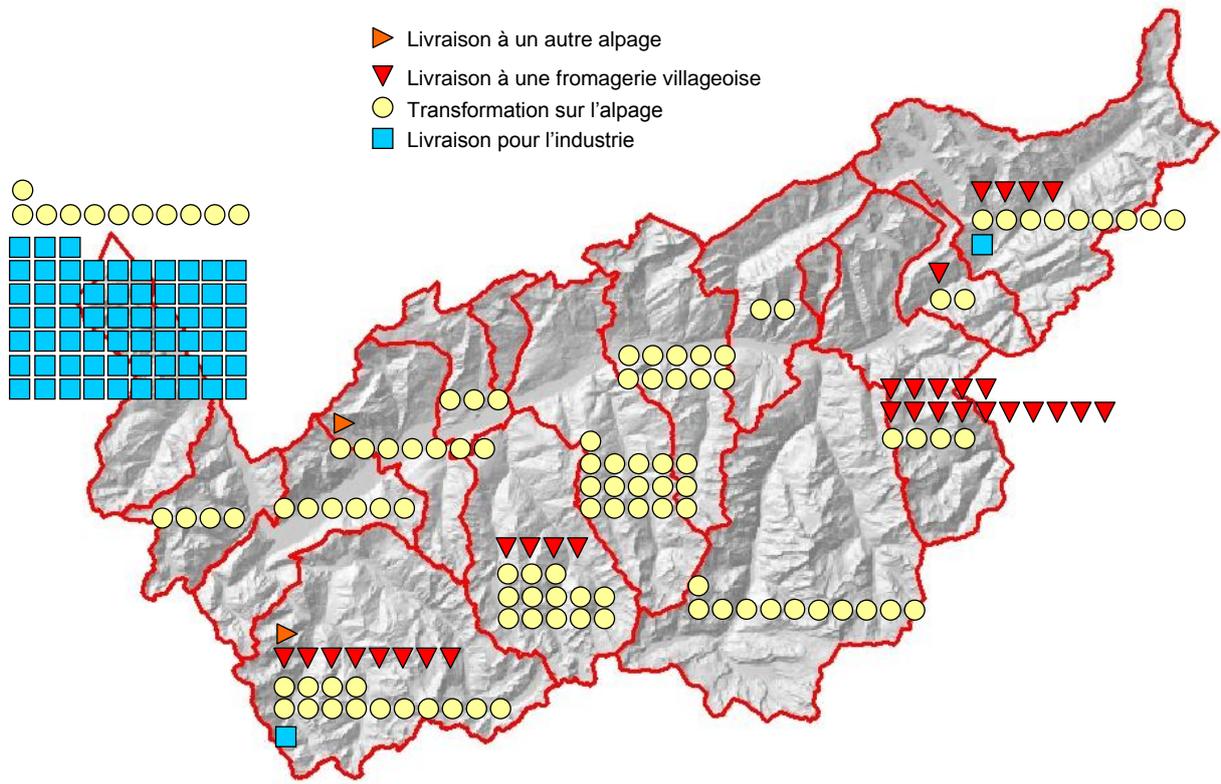
En résumé, les producteurs mettent la priorité sur deux groupes de mesures : d'une part un renforcement du marketing, de la commercialisation, de la structuration de la filière et des liens avec le tourisme. D'autre part, un soutien à la fabrication de fromage au lait cru d'alpage (et de montagne), à racler, au travers d'une cave d'affinage centralisée, d'amélioration des fromageries pour des alpages individuels ou pour des groupes de 2 à 5 alpages qui fabriqueront en commun.

3.2.4 Lait d'alpage

Le Val d'Illeiz produit 5.28 mio de kilos de lait (2010), soit 13% de la production cantonale. La production est essentiellement orientée vers le lait industriel. La particularité du Val d'Illeiz est de ne pas valoriser la production laitière d'été pour la fabrication de fromage, contrairement au reste du canton.

La carte et le graphique ci-dessous (extraits de l'observatoire cantonal des alpages réalisé par le Service cantonal de l'agriculture) présentent la production laitière des alpages et son utilisation. Ils mettent en évidence l'importante production laitière des alpages du district de Monthey, dans lequel le Val d'Illeiz représente la plus grande part, et également la grande proportion de ce lait livré à l'industrie, contrairement au reste du canton.

Les prix d'achat du lait fluctuent en fonction de la saison et selon des conditions particulières. Actuellement, il se situe entre 49 cts et 66 cts.

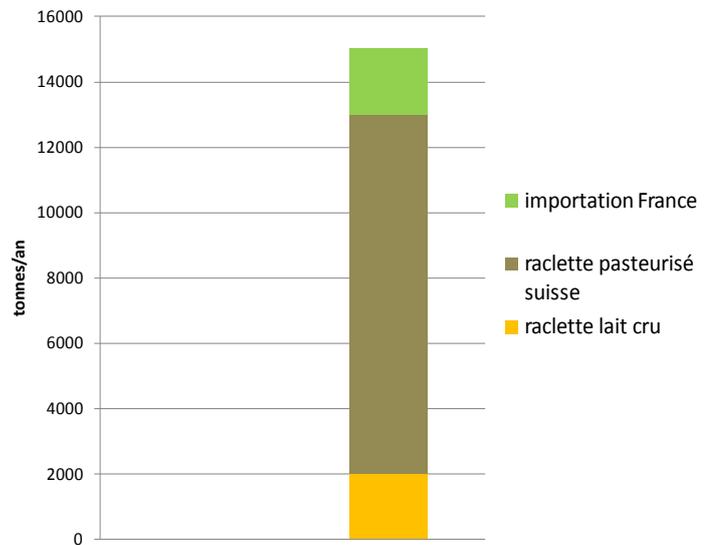


3.2.5 Fromage à raclette

Le principal fromage produit aujourd'hui dans le Val d'Illeze est du fromage à raclette d'alpage au lait cru.

Le marché du fromage à raclette fait l'objet de deux grands segments de marché très différents (voir graphique ci-contre) :

- Le fromage pasteurisé, qui représente 85% du marché.
- Le fromage au lait cru, du Valais, qui représente 15% du marché, constituant ainsi un marché de niche.
- Le Val d'Illeze produit actuellement 70 t de fromage au lait cru par année et le Valais en produit environ 2'000 t. Cette production ne représente qu'une petite partie de la production de fromage de type raclette et constitue un produit de niche.



La plus grande partie du fromage au lait cru valaisan est produite en hiver, dans les fromageries des vallées de montagnes. La production hivernale, mise sur le marché au printemps et en été, est difficile à commercialiser, du fait de la baisse saisonale de la demande. Le marché faisant face à des difficultés d'écoulement, toute augmentation de la production renforce encore la concurrence et de faire baisser les prix.

La plus petite partie du fromage au lait cru valaisan est produite en été, dans des chalets d'alpages. Elle est en grande partie écoulee en vente directe. La production d'été est très intéressante du fait de sa qualité (alpage) et de son arrivée sur le marché qui correspond au pic hivernal de consommation. Ce segment de marché n'est pas saturé et présente un intéressant potentiel.

La production du Val d'Illeze fait partie de ce dernier segment.

Le marché du fromage à raclette a la particularité d'être à 45% affiné et commercialisé par la Fédération laitière valaisanne et ses filiales Valcrème et Alpgold. Le solde de 55% est vendu directement par les producteurs à divers intermédiaires et aux consommateurs.

Le fromage à raclette au lait cru est consommé essentiellement en Valais (75%) et dans le bassin lémanique (20%).

Au niveau du marketing, le fromage au lait cru et le fromage pasteurisé sont en concurrence. Le fromage au lait cru mise sur l'AOC, l'authenticité des produits, la typicité, le savoir-faire et l'historicité. De son côté, le fromage pasteurisé cherche à séduire un public jeune, à lancer sur le marché des fromages non conventionnels: aromatisés, affinés en grotte ou prétranchés, ainsi qu'à inciter à la consommation estivale.

Seul un producteur du Val d'Illeze a le label Raclette AOC en 2011. En général, les producteurs du Val d'Illeze ont des relations tendues avec l'interprofession et avec la Fédération laitière valaisanne, dues notamment à la baisse des prix du lait et aux négociations liées.

Le prix du fromage à raclette varie énormément et il n'existe pas de prix de référence. La concurrence des fromages industriels exerce une pression à la baisse sur le prix des fromages au lait cru. Divers tests de dégustation, menés notamment par la TSR, montrent qu'il est très difficile d'établir une corrélation entre les labels (AOC, lait cru, pasteurisé), les prix, les qualités gustatives et l'apparence de la raclette dans l'assiette. Les fromages pasteurisés ressortent souvent comme mieux adaptés aux raclonettes, alors que les fromages au lait cru ont souvent la préférence des raclers.

3.2.6 Autres produits laitiers

Des tommes et produits frais sont également produits dans le Val d'Illeze. Il s'agit de yaourt, sérac, fromages frais, beurre et crème. La production de ces produits s'effectue à l'échelle de l'exploitation et représente

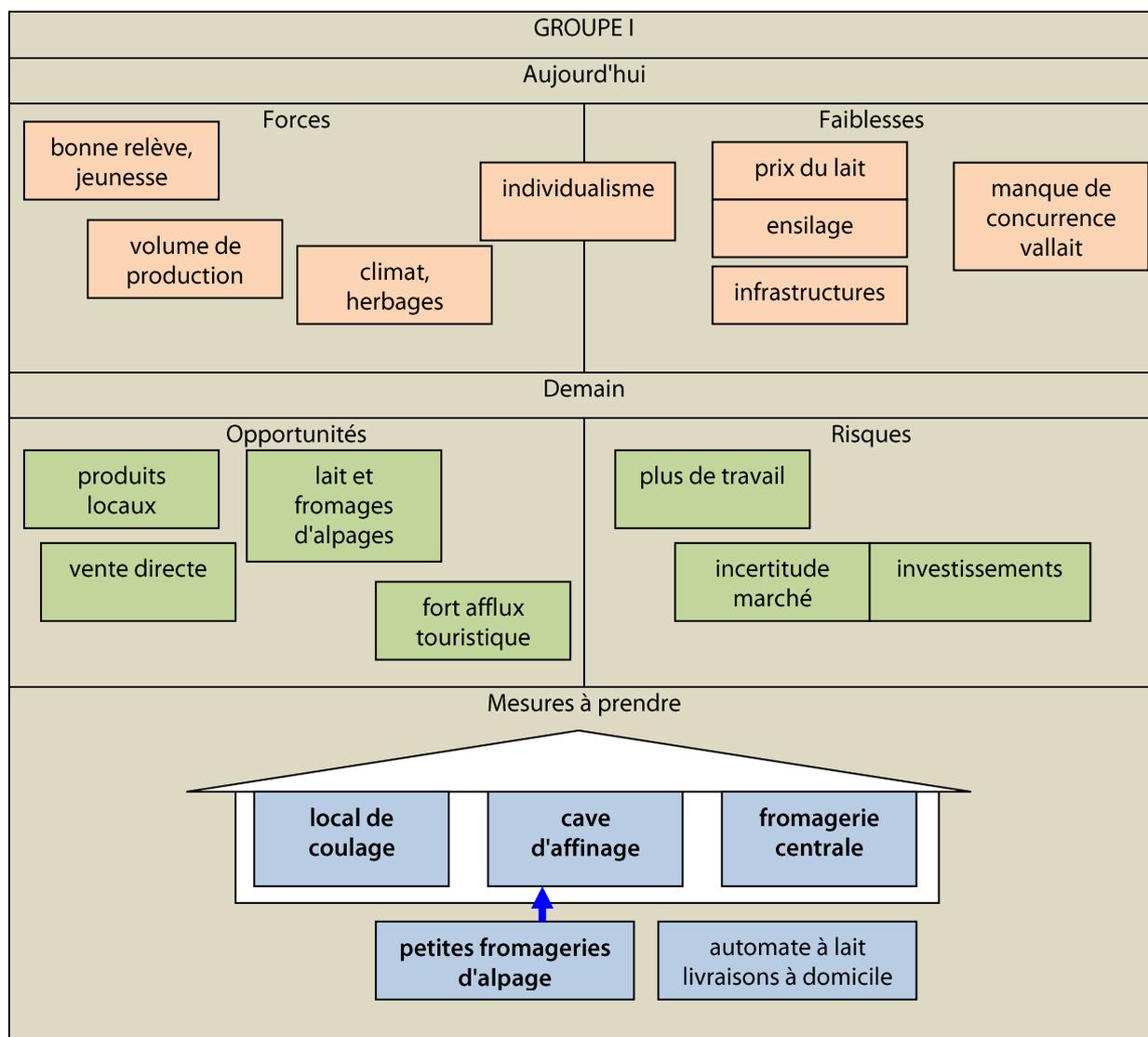
actuellement de faibles quantités. La commercialisation est effectuée à travers la Cavagne pour une partie, et par la vente directe pour l'autre partie. Le potentiel de consommation de ces produits est élevé si l'on considère qu'actuellement, la population de la vallée et les touristes ne consomment pratiquement pas de produits laitiers locaux en dehors du fromage à raclette. Il n'y a actuellement peu ou pas de partenariat établi avec les milieux touristiques (hôtels, restaurants) ou les commerces pour l'écoulement de ces spécialités.

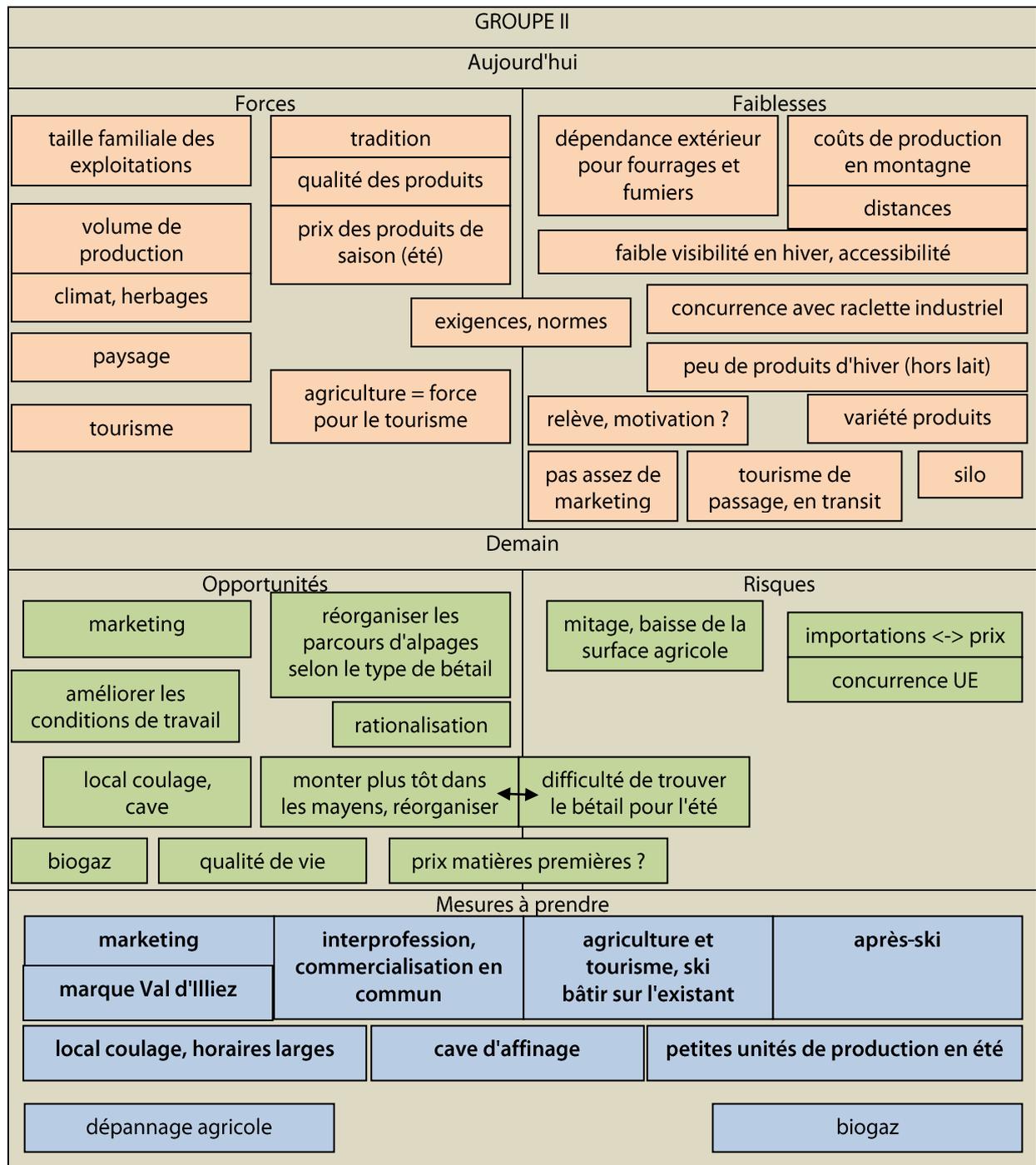
3.3 Atelier participatif I: consolidation de l'idée de projet

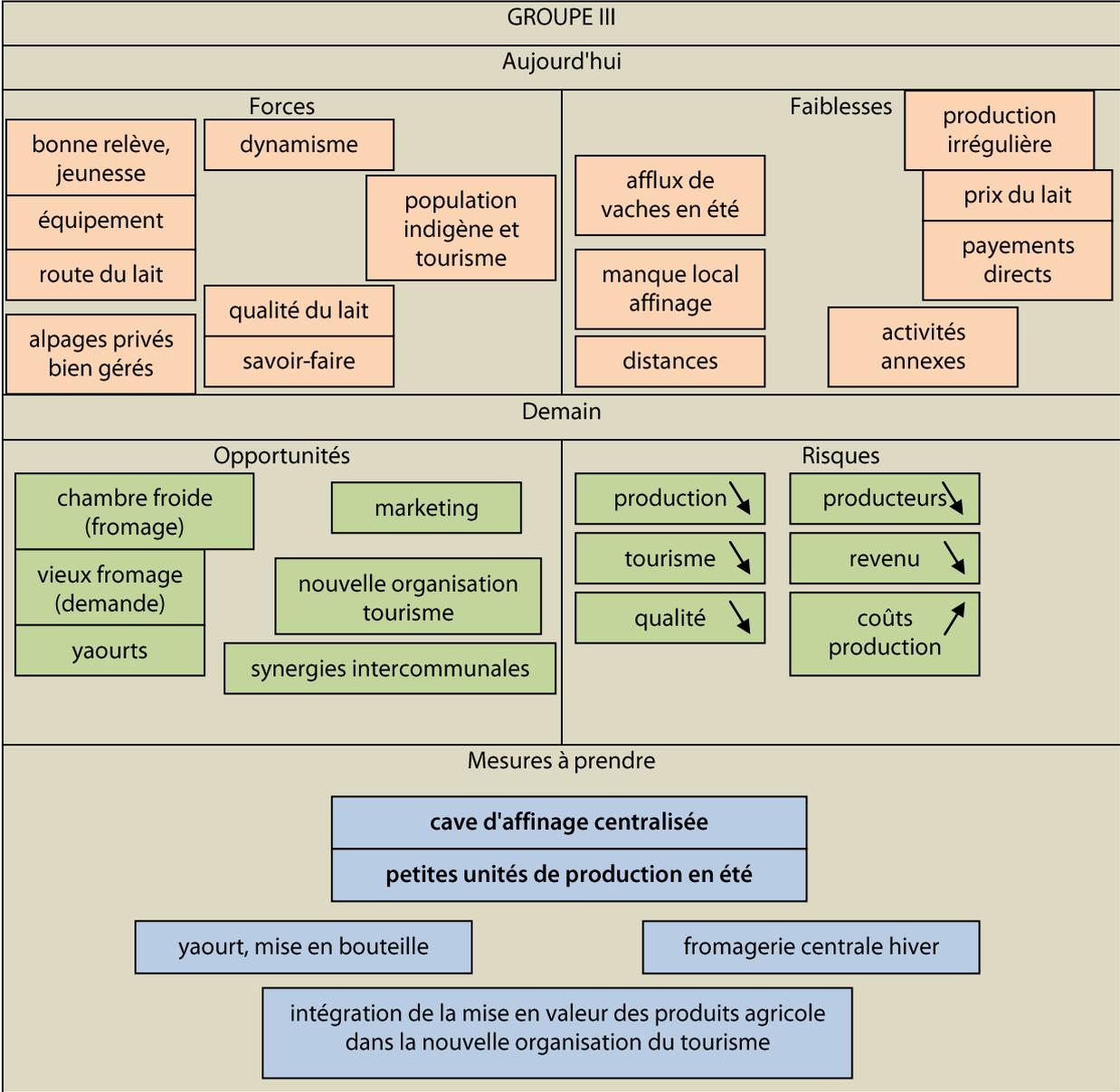
Partant de l'idée de projet présentée dans l'esquisse de projet, l'assemblée générale de la Commission agricole intercommunale du 17 novembre 2010 a montré que les agriculteurs étaient tous à la recherche de solutions, avec des idées nombreuses et parfois opposées de l'idée de projet et des objectifs à atteindre.

Pour consolider l'idée de projet, l'atelier du 14 décembre a réuni le Groupe lait, constitué de producteurs de lait, de producteurs de fromages et autres produits laitiers, d'un producteur de plaine qui vient en estivage dans le Val d'Illeiez, de représentant de la filière (fromager, vendeuse à la cavagne, restaurateur) et de conseillers communaux. Suite à la présentation de la situation initiale, l'atelier a été mené en trois groupes, afin d'identifier les forces et faiblesses de la filière lait aujourd'hui, les potentialités et risques pour demain, ainsi que les mesures prioritaires à traiter pour constituer le projet.

Les travaux des trois groupes ont abouti aux résultats suivants:







Les ateliers suivants ont affiné l'idée de projet et discuté des mesures, de façon approfondie.

3.4 Exposé succinct de l'idée de projet

L'idée de projet est de mettre en valeur les produits laitiers et agricoles de la vallée, au travers d'une restructuration de la filière laitière qui favorise la transformation locale du lait et la commercialisation des produits laitiers dans un cycle court.

L'idée de projet se décline au travers des mesures suivantes:

Mesure 0 : Marketing, communication, commercialisation

Mesure 1 : Local de coulage centralisé

Mesure 2 : Valorisation locale du lait cru

Mesure 3 : Cave d'affinage centralisée

Mesure 4 : Amélioration de la fabrication en alpages

Mesure 5 : Unité(s) de biogaz

3.5 Lien de l'idée de projet avec l'agriculture

L'idée de projet est foncièrement agricole. Elle résulte d'un travail de la commission agricole intercommunale, sous l'impulsion des producteurs de lait.

Le premier objectif du projet est de créer de la valeur ajoutée pour l'agriculture, sous la forme d'une augmentation du prix du lait et de sa transformation dans la vallée.

Les agriculteurs sont les porteurs du projet et des mesures. Ils collaborent avec les communes et les milieux touristiques pour développer des synergies entre le projet et les autres aspects du développement régional.

4. Objectifs du projet

4.1 Objectif global

L'objectif global du PDR Val d'Illeze est la valorisation de la filière lait de la vallée et l'amélioration des conditions de production. Des synergies avec les milieux touristiques de la vallée sont également recherchées.

4.2 Objectifs du projet

4.2.1 Ensemble d'objectifs

15 objectifs sont proposés pour couvrir l'ensemble des enjeux liés au PDR Val d'Illeze. Les objectifs sont hiérarchisés et structurés symétriquement, à savoir 5 objectifs principaux, décomposé pour chacun d'entre eux en 3 objectifs détaillés. Ces objectifs ont été élaborés sur la base des enjeux mis en évidence lors des ateliers participatifs, des objectifs de l'OFAG en matière de développement rural, ainsi que les objectifs issus du projet pilote de développement régional du Val d'Hérens « PDR Val d'Hérens ». Les objectifs retenus sont le résultat d'échanges et discussions qui ont eu lieu entre le Groupe lait, le Service cantonal de l'agriculture et les mandataires.

Objectif principal		N°	Objectif détaillé
A	Economie agricole: Améliorer la situation économique globale	1	Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière hivernale: Mise en valeur de la production laitière d'hiver
		2	Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale: Mise en valeur de la production laitière d'alpage
		3	Création de valeur ajoutée à l'échelle locale: Vente directe, commercialisation directe, transformation de produits dans le Val d'Illeze
B	Familles paysannes: Améliorer les conditions de travail et la qualité de vie des exploitations et des familles	4	Valorisation de la profession et flexibilité des horaires: Mettre en valeur le métier d'agriculteur, aussi bien dans ses dimensions professionnelles que sociales, avec des exploitations performantes, novatrices et rationnelles.
		5	Diversification des revenus: Encourager la diversification des activités en vue d'obtenir des revenus complémentaires para-agricoles
		6	Familles agricoles: Améliorer les conditions de travail et la flexibilité des horaires
C	Labellisation, marketing et tourisme: Promouvoir les produits agricoles et para-agricoles régionaux	7	Cohérence régionale et intégration: Gestion intégrée de l'image de la région et cohérence avec les autres planifications sectorielles.
		8	Image de marque: Véhiculer l'image d'une agriculture et d'une production régionale de haute qualité
		9	Développer des synergies avec le tourisme: Développement de l'offre touristique et planification d'un réseau régional
D	Equipement: Optimiser les équipements et limiter les impacts sur l'environnement	10	Accessibilité : Renforcer la desserte des exploitations agricoles et alpages
		11	Energies: Encourager et développer la mise en œuvre des énergies renouvelables
		12	Qualité des eaux: Protéger la qualité des eaux souterraines et des eaux superficielles
E	Patrimoine: Préserver et valoriser le patrimoine de la vallée	13	Paysage: Préserver les spécificités caractéristiques de la vallée, des villages et des alpages
		14	Produits locaux: Maintenir le savoir-faire, proposer des formations et échanges, assurer une production de haute qualité
		15	Patrimoine bâti Préserver et valoriser le patrimoine bâti régional

La validation de ces objectifs a été effectuée par les membres du Groupe lait lors de la séance du 15 février 2011. Les objectifs ont été pondérés afin de faire ressortir les priorités.

4.2.2 Identification participative des priorités

Les objectifs ont été pondérés individuellement par les participants aux ateliers et répartis en deux groupes d'intérêts, à savoir les producteurs et les non producteurs. Chaque participant a exprimé ses préférences sous forme de poids en suivant une pondération relative, puis une pondération absolue. La pondération relative s'effectue de manière hiérarchique, en rapportant la pondération des objectifs détaillés à celle des objectifs principaux. La pondération absolue tient compte uniquement des objectifs détaillés pondérés pour eux-mêmes. Le poids en pourcentage est ensuite calculé pour chacun des objectifs.

Groupe d'intérêts Producteurs						
Code Prod						
Représentants 11						
no	relative			absolue		
	poids		rang	poids		rang
1	9.5		2	8.9		1
2	10.9	26.6	1	8.7	23.9	2
3	6.2		7	6.3		10
4	9.2		3	6.9		7
5	5.0	22.1	12	6.6	21.6	9
6	7.9		4	8.2		3
7	4.2		15	4.5		13
8	7.3	16.1	6	6.6	19.2	8
9	4.6		14	8.1		4
10	5.8		10	3.9		15
11	7.6	19.4	5	7.6	15.9	5
12	6.0		8	4.4		14
13	5.1		11	5.8		12
14	5.9	15.7	9	6.3	19.4	11
15	4.7		13	7.3		6

Groupe d'intérêts Non-producteurs						
Code Non-Prod						
Représentants 3						
no	relative			absolue		
	poids		rang	poids		rang
1	9.3		5	7.6		5
2	10.0	30.0	4	7.3	21.7	7
3	10.7		2	6.8		8
4	8.7		6	7.4		6
5	20.7	40.0	1	8.2	21.5	4
6	10.7		2	5.9		10
7	3.5		11	4.8		13
8	3.0	11.7	13	8.5	22.3	3
9	5.2		7	9.0		2
10	3.5		11	3.9		15
11	4.0	11.7	9	5.6	18.6	11
12	4.2		8	9.1		1
13	3.7		10	5.3		12
14	1.7	6.7	14	6.5	16.0	9
15	1.3		15	4.2		14

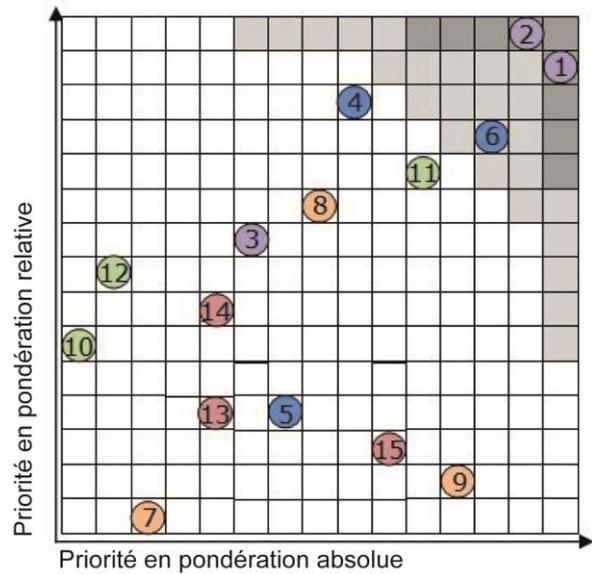
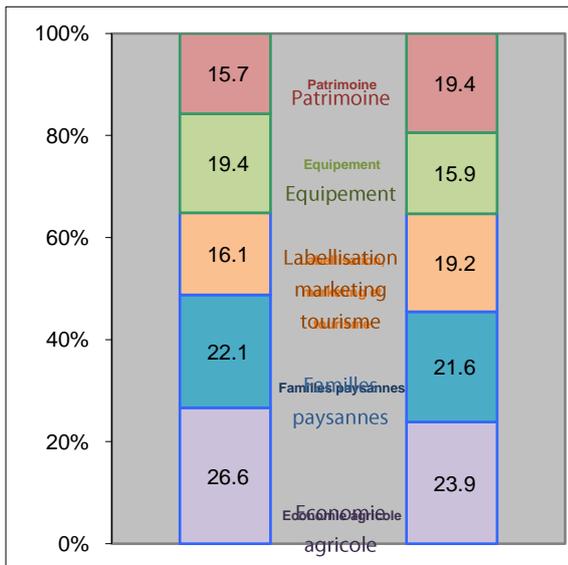
Pour faciliter la lecture, les objectifs agricoles sont en mauve, les objectifs liés aux familles paysannes sont en bleu, les objectifs relatifs à la labellisation, marketing et tourisme sont en orange, les objectifs liés aux équipements en vert et ceux relatifs au patrimoine en rouge.

Les producteurs mettent la priorité sur les objectifs agricoles et touchant les conditions de travail des familles paysannes. Les objectifs de labellisation, liés aux équipements et au patrimoine sont jugés moins importants. Globalement, nous ne constatons pas de grands écarts de considération entre les différents objectifs principaux.

Les objectifs détaillés correspondant à la création de valeur ajoutée pour la production d'hiver et d'été semblent être des objectifs prioritaires par l'ensemble des producteurs. Concernant les familles agricoles, les objectifs détaillés visant à la valorisation de la profession ainsi qu'à l'amélioration des conditions de travail sont également jugés importants et consensuels. L'encouragement et le développement de la mise en œuvre d'énergies renouvelables constitue également un objectif prioritaire.

A l'inverse, les objectifs détaillés liés à la préservation et à la valorisation du patrimoine de la vallée sont jugés comme non prioritaires, tout comme ceux liés à l'accessibilité des exploitations et à la qualité des eaux. Enfin, l'objectif de gestion intégrée de l'image de la région n'est lui aussi pas considéré comme prioritaire.

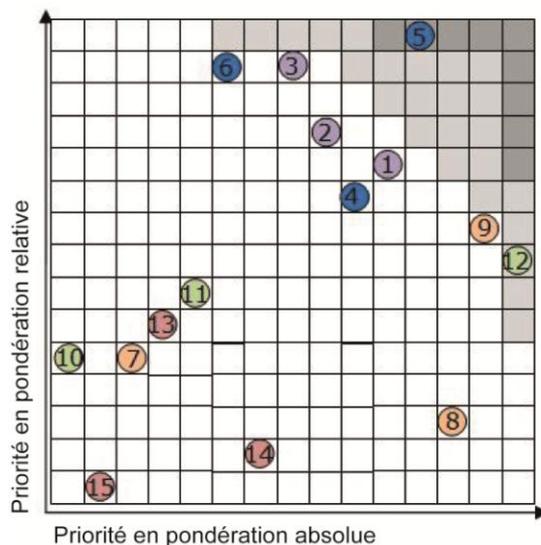
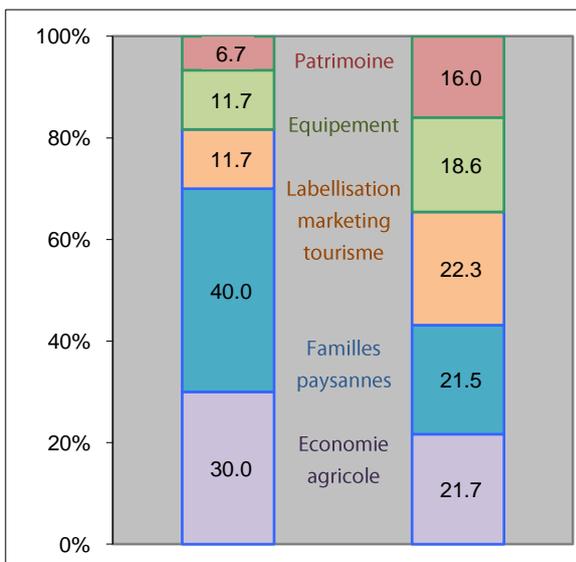
Finalement, l'objectif lié au développement du tourisme agricole est jugé important par certains producteurs et constitue un objectif non-consensuel.



Les non producteurs mettent eux aussi l'accent sur les objectifs principaux liés à l'économie agricole et aux familles paysannes. Tout comme les producteurs, les objectifs de labellisation, liés aux équipements et au patrimoine sont jugés moins importants. Globalement, il n'y a pas de grands écarts entre les différents objectifs principaux.

L'objectif détaillé jugé prioritaire par les non producteurs concerne la diversification des revenus. Dans les objectifs détaillés considérés comme importants mais moins prioritaires, nous retrouvons les objectifs liés à l'économie agricole, à la valorisation de la profession et à l'amélioration des conditions de travail. Il en est de même pour les objectifs détaillés concernant l'agritourisme et la qualité des eaux.

A l'inverse, l'ensemble des objectifs détaillés liés au patrimoine, ainsi que les objectifs d'accessibilité des exploitations, d'encouragement des énergies renouvelables et de gestion intégrée de l'image de la vallée ne sont pas considérés comme prioritaires. Enfin, notons que l'objectif détaillé visant à véhiculer une image de marque et une production régionale de haute qualité est jugé important par certains.



L'analyse des pondérations montre que 4 objectifs sur les 15 ressortent comme des priorités très fortes et consensuelles. Globalement, nous constatons que ce sont les objectifs liés à la l'économie agricole et aux familles paysannes qui sont considérés comme prioritaires.

4.2.3 Synthèse des priorités

Les objectifs suivants ressortent comme les priorités consensuelles pour l'ensemble des groupes d'intérêts :

1	Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière hivernale: Mise en valeur de la production laitière d'hiver
2	Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale: Mise en valeur de la production laitière d'alpage
5	Diversification des revenus: Encourager la diversification des activités en vue d'obtenir des revenus complémentaires para-agricoles
6	Familles agricoles: Améliorer les conditions de travail et la flexibilité des horaires

L'analyse des résultats montre également que deux objectifs ressortent comme étant des priorités pour une partie des producteurs et constituent ainsi des priorités non-consensuelles.

8	Image de marque: Véhiculer l'image d'une agriculture et d'une production régionale de haute qualité
9	Développer des synergies avec le tourisme: Développement de l'offre touristique et planification d'un réseau régional

Les objectifs suivants ne sont pas des priorités fortes, mais sont des aspects importants à prendre en compte pour assurer que les projets satisfassent aux conditions d'un développement durable :

11	Energies: Encourager et développer la mise en œuvre des énergies renouvelables
12	Qualité des eaux: Protéger la qualité des eaux souterraines et des eaux superficielles

Globalement, 4 concepts centraux ressortent comme prioritaires :

Création de valeur ajoutée à travers la valorisation de la production laitière : principale source de revenu, la production laitière et sa mise en valeur constituent un enjeu majeur du PDR Val d'Illicz. Il s'agira de mettre en place des mesures qui tiennent compte des caractéristiques de la production dans la Val d'Illicz, en différenciant, par exemple, la production d'été (à l'alpage) et la production d'hiver.

Amélioration des conditions de travail, de la qualité de vie des familles paysannes et mise en valeur de la profession d'agriculteur : acteurs économiques importants du Val d'Illicz, les familles paysannes doivent constamment s'adapter à l'évolution du marché du lait et à ses contraintes (notamment économiques) qui peuvent s'avérer lourdes. Ainsi, le PDR Val d'Illicz devra mettre en place les conditions cadres pour assurer la pérennité de cette activité économique tout en veillant à la mise en valeur de la profession.

Mise en valeur de la production et des produits régionaux de qualité : les produits issus du Val d'Illicz sont d'une qualité supérieure et recherchés par une clientèle désireuse de tels produits. Dans ce sens, il est nécessaire de valoriser ces produits afin qu'ils puissent rayonner au-delà de la vallée. Le PDR Val d'Illicz doit ainsi mettre en place les conditions cadres à cette mise en valeur, à savoir la création d'une identité régionale forte utilisable à des fins de marketing.

Assurance d'une agriculture compatible avec le développement durable : le domaine des énergies renouvelables constitue un enjeu majeur du XXI^e siècle. Ainsi, l'apport énergétique des exploitations, aussi bien de base qu'en alpage, doit être considéré sur le long terme. De plus, la protection de la nature, sans devenir trop contraignante, doit aussi être intégrée à la réflexion, en considérant notamment le cycle de l'eau dans la production en alpage.

5. Organisme porteur du projet et coordination

5.0 Mesures

Les mesures retenues sont :

- Mesure 0 : Marketing, communication, commercialisation
- Mesure 1 : Local de coulage centralisé
- Mesure 2 : Valorisation locale du lait cru
- Mesure 3 : Cave d'affinage centralisée
- Mesure 4 : Amélioration de la fabrication en alpages
- Mesure 5 : Unité(s) de biogaz

5.1 Organisme porteur du projet, organisation du projet

5.1.1 Porteur général

Pour les phases d'étude du projet, la Commission agricole intercommunale (CAI) est le porteur de projet. La CAI regroupe l'ensemble des producteurs du Val d'Illeiz.

Pour la mise en œuvre du projet, l'organisme porteur du projet sera l'Association de promotion des produits agricoles du Val d'Illeiz, qui va regrouper l'ensemble des structures et privés participant au projet. Cette association sera créée à l'issue de la planification de détail.

Les communes et les milieux touristiques sont partenaires du projet, mais ne sont pas porteurs. Ils pourront éventuellement être membres de l'association.

5.1.2 Organisation du projet

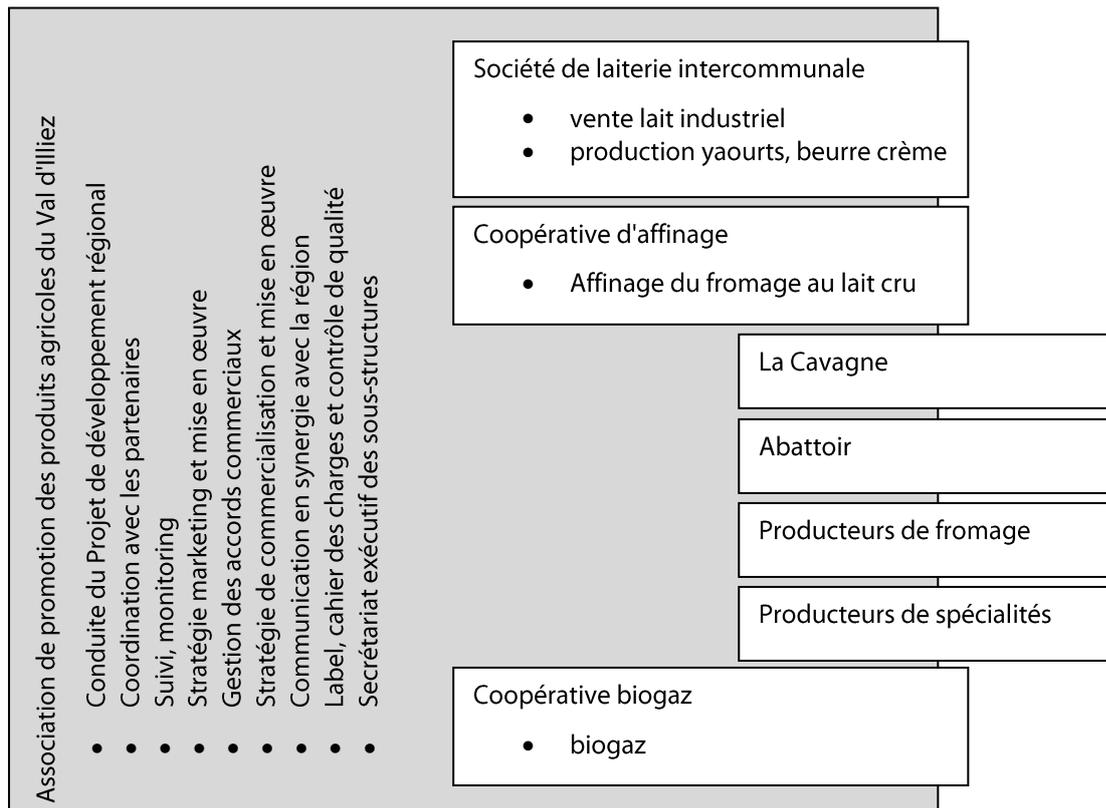
L'Association de promotion des produits agricoles du Val d'Illeiz va être créée à l'issue de la planification de détail. Sa création matérialisera symboliquement le passage des étapes de préparation à la mise en œuvre. L'Association fonctionnera comme le secrétariat exécutif du projet : elle assurera la conduite générale du projet, le suivi des mesures, le monitoring et la coordination avec les partenaires, les communes, le Canton et la Confédération.

L'Association sera responsable de la conduite générale du projet, mais également du marketing, de la communication en synergie avec les autres partenaires de la région, et de l'administration des sous-structures suivantes :

- Société de laiterie intercommunale, regroupant les producteurs de lait.
- Coopérative d'affinage, regroupant les producteurs de fromage.
- Coopérative biogaz (structure à préciser)

L'association travaillera en étroite collaboration avec les agriculteurs de la vallée, en particulier avec ceux qui seront porteurs de mesures d'amélioration des conditions de production de fromage.

L'Association travaillera en coordination avec la Cavagne et l'abattoir de Champéry, en particulier pour la commercialisation (promotion, vente, écoulement) des produits agricoles. La structure exacte de la collaboration reste à préciser lors de la planification de détail.



Les porteurs de mesures varient selon les mesures :

- Mesure 0 : Association de promotion des produits agricoles du Val d'Illeiez
- Mesures 1 et 2 : Société intercommunale de laiterie, sous-structure de l'Association
- Mesure 3 : Coopérative d'affinage, sous-structure de l'Association
- Mesure 4 : Privé ou regroupements de privés
- Mesure 5 : Coopérative de biogaz, sous-structure de l'Association

5.3 Coordination, ancrage régional et participation

5.3.1 Coordination avec des projets en cours ou planifiés dans la région ou dans les régions voisines

La région a un projet de remise en état périodique des équipements d'alpage. La coordination entre les deux projets est réalisée au niveau de la planification de détail.

Les milieux touristiques réfléchissent à la mise en place d'une offre régionale globale, intégrant l'agriculture. La mesure 0 prévoit un développement du marketing et de la communication commun avec les milieux du tourisme. Les contacts préalables ont mis en évidence que le logo et la ligne graphique de la région touristique pourront être repris par les agriculteurs et décliné sous forme agricole.

Dans le domaine des labels, le projet considère également la possibilité de travailler avec la marque Valais et avec l'AOC Raclette du Valais.



5.3.2 Conformité avec les objectifs de développement d'ordre supérieur de la région et de l'aménagement du territoire

Au niveau du développement régional, le projet s'inscrit dans la ligne politique des communes et des milieux du tourisme. Les trois communes ont participé au cinq ateliers groupe de travail, de façon à assurer la conformité avec les objectifs de développement d'ordre supérieur.

Les milieux touristiques et notamment les remontées mécaniques, ont différents projets en cours dans les zones d'alpages. Des représentant des milieux du tourisme ont participé à certains ateliers et le projet a été présenté aux milieux touristiques à plusieurs reprise par les agriculteurs.

5.3.3 Participation des personnes concernées par le projet

Les principaux concernés par le projet sont les agriculteurs producteurs de lait. Une présentation initiale du projet a eu lieu en novembre 2010 dans le cadre de l'Assemblée générale de la Commission agricole intercommunale.

La Commission agricole a invité les agriculteurs intéressés à participer au travaux du Groupe lait. Le groupe de travail s'est réuni à cinq reprises entre décembre 2010 et mai 2011. Les thématiques abordées lors de ces ateliers sont les suivantes :

- Atelier 1 (14.12.2010) : Analyse SWOT
- Atelier 2 (18.02.2011) : Mesures : objectifs et conditions de mise en œuvre
- Atelier 3 (15.02.2011) : Mesures : Intérêts et mise en œuvre
- Atelier 4 (12.04.2011) : Mesures : Produits et mise en œuvre
- Atelier 5 (19.04.2011) : Mesures et limites du projet, analyse SWOT

Les membres du groupe lait ont participé à l'ensemble des ateliers.

	Nom	Prénom	Lieu	Fonction
1	Dubosson	Patrice	1872 Troistorrents	Producteur lait, comité laiterie Troistorrents
2	Bellon	Florian	1875 Morgins	Producteur lait, yaourt
3	Premand	Emmanuel	1872 Troistorrents	Producteur lait
4	Granger	Joël	1872 Troistorrents	Producteur de fromages
5	Ecoeur	Laurent	1873 Val d'Illiciez	Producteur + Gpt des producteurs de val d'Illiciez
6	Perrin	Paul-André	1873 Val d'Illiciez	Producteur fromages
7	Jordan	Robert	1873 Val d'Illiciez	Producteur lait
8	Ecoeur	Joël	1873 Val d'Illiciez	Producteur lait
9	Gex-Fabry	Alexis	1868 Collombey	Producteur de plaine et alpage, lait
10	Marclay	Hubert	1874 Champéry	Producteur fromage, buvette alpage
11	Gex-Collet	Reynald	1874 Champéry	Producteur lait, président laiterie Champéry
12	Berra	Marc	1874 Champéry	Producteur lait, vice-président laiterie
13	Reygnier	Evelyne	1872 Troistorrents	Collaboratrice Cavagne
14	Berra	Christophe	1874 Champéry	Restaurateur
15	Roten	Albert	1920 Martigny	FRC
16	Bellon	Pierre	1880 Bex	Fromager + magasin à Bex
17	Dubosson	Oscar	1872 Troistorrents	Conseiller communal
18	Gillabert	Jean-Luc	1873 Val d'Illiciez	Conseiller communal
19	Meier	Laurent	1874 Champéry	Conseiller communal

Trois agriculteurs sont membre du bureau (en gras ci-dessus) font partie du bureau et préparent les ateliers avec les mandataires.

Le service de l'agriculture, représenté par Mme Monique Perriard, a également participé aux séances du bureau et aux ateliers du groupe de travail.

Dans le cas du Val d'Ille, les agriculteurs sont les véritables porteurs du projet. Le bureau du Groupe lait a mené les contacts avec les autres agriculteurs, les commerces et grossistes, les communes et les milieux touristiques.

5.3.4 Implication des communes, organisations régionales et cantons concernés

Trois conseillers communaux de chacune des trois communes ont participé aux ateliers. Les membres du bureaux ont par ailleurs eu des contacts réguliers avec les présidents de communes.

Une discussion a eu lieu entre le bureau et le responsable des remontées mécaniques, afin de lui présenter le projet et de discuter des synergies possibles.

Le dernier atelier du groupe de travail a invité les communes et milieux touristiques. Le projet leur a été présenté à cette occasion.

6. Potentiel de valeur ajoutée et intérêts publics

6.1 Résumé des produits et services envisagés

Mesure	Services	Produits
0 : Marketing, communication, commercialisation	<p>Conduite du projet de développement régional et suivi des mesures.</p> <p>Stratégie marketing et commercialisation.</p> <p>Communication.</p> <p>Labellisation et contrôle de qualité.</p> <p>Gestion des accords commerciaux.</p>	
1 : Local de coulage centralisé	<p>Collecte de tout le lait de la vallée.</p> <p>Regroupement des volumes et rationalisation des coûts.</p> <p>Réfrigération du lait et possibilité de stockage de courte durée.</p>	<p>Lait industriel.</p> <p>Lait pour la valorisation locale du lait.</p>
2 : Valorisation locale du lait	<p>Transformation locale de 15% du lait industriel de la vallée.</p> <p>Lieu de transformation participant à l'image de la région et des produits de qualité.</p> <p>Vente directe.</p>	<p>Lait en bouteille (pasteurisé, cru).</p> <p>Yaourt, crème, divers produits laitiers.</p>
3 : Cave d'affinage centralisée	<p>Affinage de 80 t de fromage par an.</p> <p>Lieu de transformation participant à l'image de la région et des produits de qualité.</p> <p>Vente directe.</p>	<p>Affinage du fromage montagne/alpage au lait cru.</p>
4 : Augmentation de la fabrication en alpage	<p>Augmentation de 40 t de la production de fromage.</p> <p>Lieux de production participant à l'image de la région et des produits de qualité.</p> <p>Vente directe sur les réseaux de tourisme pédestre.</p>	<p>Fromage montagne/alpage au lait cru.</p> <p>Diverses spécialités.</p>
5 : Biogaz	<p>Collecte et traitement des fumiers, du petit lait, des déchets verts communaux, des déchets de l'hôtellerie et restauration.</p>	<p>Energie électrique, chaleur.</p> <p>Compost mis à disposition des privés.</p> <p>Résidus liquides et solides à épandre par les agriculteurs.</p>

6.2 Définition des produits et services envisagés et évaluation du potentiel de valeur ajoutée

6.1.0 Mesure 0 : marketing, communication, commercialisation

Contexte

Ces dernières décennies, le Val d'Illeze a produit principalement du lait industriel destiné à l'industrie laitière. Les agriculteurs regroupés en sociétés de laiteries ne se sont que peu préoccupés des débouchés pour les autres produits.

Avec la baisse du prix du lait, plusieurs producteurs ont mis ou remis l'accent sur la fabrication de fromage au lait cru en estivage, qui atteint 70 t en 2010. Chaque producteur s'est jusqu'ici occupé individuellement de la vente de sa production, sous forme de vente directe, auprès des restaurateurs, des commerces ou auprès de grossistes. Plusieurs producteurs connaissent des difficultés au niveau de la commercialisation (temps nécessaire, prix, concurrence, capital mobilisé, régularité de la qualité, etc.).

Avec la réalisation de La Cavagne, magasin de vente des produits de la région, un débouché stable s'est mis en place pour près de 10% de la production de fromage. La Cavagne travaillant exclusivement avec les produits de la région, elle donne une certaine identification aux produits du Val d'Illeze. Les produits qui sont vendus hors de La Cavagne perdent cependant cette identification. Cette infrastructure a par ailleurs incité certains producteurs à proposer de nouveaux produits artisanaux: yaourts, crème, charcuterie et diverses spécialités.

Mesure

L'Association de valorisation des produits agricoles du Val d'Illeze est chargée de la conduite de la mise en œuvre du projet de développement régional et du suivi des mesures. Il fonctionne comme le porteur du projet et le secrétariat exécutif pour la gestion des sous-structures.

L'association met en place une stratégie de marketing et commercialisation pour les produits agricoles de la vallée: label, cahier des charges pour les produits concernés, contrôle de qualité, points de vente porteurs, accords commerciaux, publicité sur les pistes, promotion par les producteurs, actions coordonnées avec les milieux touristiques, etc.

La communication est gérée au niveau de l'ensemble des produits agricoles et touristiques de la destination Val d'Illeze, en synergie avec les remontées mécaniques, les milieux touristiques et les communes.

La commercialisation (promotion, vente, distribution) des produits agricoles et réalisée par une équipe de vente spécialisée qui travaille pour l'ensemble des produits de la région et qui passe des accords commerciaux avec les intermédiaires et clients finaux: hôtellerie et restauration de la région, commerces de la région, Manor, vallait, clients privés.

Synergies

- Mesure 2 (valorisation locale du lait cru)
- Mesure 3 (cave d'affinage centralisée)
- Mesure 4 (amélioration de la fabrication en alpages)

Objectifs

- Valorisation de la profession (objectif 4)
- Cohérence régionale et intégration (objectif 7)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)
- Développer des synergies avec le tourisme (objectif 9)
- Valoriser les produits locaux (objectif 14)

Cette mesure ayant un impact direct sur les autres mesures, la quasi-totalité des objectifs est directement ou indirectement atteinte. Le degré d'atteinte des objectifs est de 100% (analyse d'utilité), mais par le biais des autres mesures.

Faisabilité

L'enquête réalisée auprès des grossistes et grands distributeurs a démontré que le potentiel de vente des produits est fort, pour autant que le marketing, la communication et la commercialisation soient réalisés en commun pour tous les produits agricoles de la vallée et en synergie avec le tourisme et la promotion de la région.

Le label reste à définir plus en détail. L'idée est de travailler sur un label fantaisie de type "Portes du Soleil" décliné pour les produits agricoles et avec la dénomination alpage ou montagne. Les remontées mécaniques, propriétaires du label "Portes du Soleil" sont ouvertes à son utilisation pour les produits agricoles. Le choix définitif du label reste à faire, en tenant compte de l'image véhiculée par les appellations "Portes du Soleil", "Val d'Illyez" ou "Dents du Midi" et des synergies possibles avec la marque Valais et les AOC/IGP.

Le cahier des charges doit préciser quels produits agricoles et artisanaux peuvent obtenir le label et sous quelles conditions. L'idée est d'ouvrir sur une gamme élargie de produits de la vallée: fromage, lait frais, lait pasteurisé, yaourts, crème, autres produits laitiers, charcuterie, autres spécialités. Dans le cas du fromage d'alpage, porte drapeau de la palette de produits agricoles, des conditions strictes seront mises en place par la cave d'affinage centralisée (mesure 3). Pour les autres produits, les cahiers des charges seront précisés en commun entre les producteurs et l'association.

L'association de promotion des produits agricoles du Val d'Illyez est responsable d'établir la stratégie marketing pour les produits agricoles. L'idée est de travailler sur la qualité des produits, l'authenticité, l'image positive de l'agriculture et la proximité avec les producteurs. En plus de la présentation et promotion des produits auprès des intermédiaires, des actions spécifiques pourraient être menées: promotion au bas des pistes, présence sur les marchés du bassin lémanique, présentation des produits aux touristes, portes ouvertes dans les fromageries d'alpage, visite de la cave d'affinage, etc. Les marchés cibles sont la clientèle locale (résidents et touristes), les hôtels et restaurants, ainsi que la clientèle du bassin lémanique. Un partenariat avec Manor et quelques détaillants de fromages pourrait être mis en place. L'association est également responsable de la mise en œuvre de la stratégie et contribue à cette mise en œuvre.

L'association travaille en synergie avec les partenaires: tourisme, remontées mécaniques, communes. Elle défend les intérêts des producteurs et assure leur intégration dans les actions de communication: foires, presse, vente de la destination Val d'Illyez, campagnes publicitaires.

La commercialisation des produits est assurée par les structures de production et commercialisation. L'association soutient cette commercialisation.

En conséquence, la faisabilité de la mesure dépend principalement de:

- la confirmation de la volonté de travailler ensemble avec les milieux touristiques et les communes.
- la confirmation de la possibilité d'utiliser le logo Portes du Soleil.
- la réalisation des mesures 2, 3 et 4.

Les producteurs sont largement favorables à la mesure et prêts à s'engager dans la promotion des produits régionaux lors de manifestations ou actions de promotion. Le succès de La Cavagne donne envie aux producteurs d'aller plus loin dans la voie de la commercialisation et le marketing.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: La mesure est une condition nécessaire pour le succès du projet de développement régional. Elle a un impact indirect sur la valeur ajoutée.

Réduction des risques: Indirectement, les producteurs deviennent moins dépendants du prix du lait industriel et des débouchés parfois hasardeux de la vente directe.

Valeur ajoutée économique régionale: La mesure implique la création d'un poste de travail pour le marketing et la commercialisation.

Image de l'agriculture: La mise en place d'un marketing structuré et professionnel pour la filière lait va renforcer l'image de l'agriculture. La communication sera coordonnée pour l'ensemble des produits, avec labellisation.

6.1.1 Mesure 1 : local de coulage centralisé

Contexte

Chaque producteur dispose sur son exploitation d'installations pour réfrigérer et conserver le lait qui est livré toutes les 48 heures.

A Val d'Illeziez, les producteurs disposent d'un local de coulage non réfrigéré, dont ils ne sont pas propriétaires.

A Troistorrents, les producteurs disposent également, via une société de laiterie, d'un local de coulage non réfrigéré qui pose des problèmes de sécurité pour les écoliers lors du coulage.

A Champéry et à Morgins, les producteurs livrent directement au camion sur des parkings.

Les solutions actuelles ne permettent pas de stocker le lait, ni de le réfrigérer. En conséquence, les horaires de livraison sont fixes et entraînent une mobilisation du camion pour toute la durée de la livraison à Morgins et Champéry. Par ailleurs, les solutions actuelles rendent difficile toute valorisation locale du lait.

Mesure

Un nouveau local de coulage est créé à Val d'Illeziez. Il est réfrigéré et équipé d'un système de prise d'échantillons. Ce local devient le site unique de coulage de la vallée et raccourci significativement le temps de mobilisation des camions. Il permet aux producteurs de livrer avec des heures plus souples.

Les producteurs de Morgins continuent éventuellement à livrer au camion une partie de l'été, lorsque la quantité produite rentabilise le trajet.

Synergies

- Mesure 0 (marketing, communication, commercialisation).
- Mesure 2 (valorisation locale du lait cru)

Objectifs

- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière hivernale (objectif 1)
- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale (objectif 2)
- Valorisation de la profession (objectif 4)
- Améliorer les conditions de travail et la flexibilité des horaires (objectif 6)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)

Le degré d'atteinte des objectifs est de 63% (analyse d'utilité).

Faisabilité

L'étude de faisabilité se base sur les prévisions de production effectuées par le Groupe lait à l'horizon 2020. Elle considère une diminution de 15% de la quantité de lait industriel qui tient compte de l'augmentation de la fabrication de fromage. Le lait valorisé localement passe par le local de coulage.

Actuellement, Vallait organise le prélèvement du lait dans les trois communes. Un à deux camions montent tous les jours ou tous les deux jours pour prélever la production. Les camions sont immobilisés sur les sites de Morgins et Champéry durant toute la durée du coulage. Certaines périodes de l'année, les camions ne sont que partiellement remplis. Selon notre estimation, cette immobilisation du camion et du chauffeur a un surcoût pour Vallait d'environ 3 à 7 cts/kg de lait (selon si un camion est maintenu à Morgins tout ou partie de l'été).

En créant un local de coulage centralisé à Val d'Illezie, les producteurs des autres communes auront des frais de transports plus élevés de 1.4 cts en moyenne. Ces frais seront remboursés à un tarif forfaitaire (basé sur des livraisons types de 500 kg et un coût de 1.-/km):

- 1.6 cts/kg de lait pour les producteurs de Champéry (8 km aller)
- 1.2 cts /kg de lait pour les producteurs de Troistorrens (hiver, 6 km)
- 4.4 cts /kg de lait pour les producteurs de Morgins (été, 11 km)
- 0 cts/kg de lait pour les producteurs de Val d'Illezie

Les coûts d'exploitation du nouveau local de coulage (personnel, charges) sont estimés comme équivalents à ceux des deux locaux actuels et ne sont pas pris en compte à ce stade.

En conséquence, la faisabilité de la mesure dépend principalement de:

- la possibilité de négocier avec l'acheteur une plus-value de 3 à 7 cts pour le regroupement des volumes.
- la mise à disposition d'un terrain par la commune de Val d'Illezie.
- l'acceptation des producteurs de centraliser le coulage à l'échelle de la vallée, avec exclusivité du local de coulage (pas de livraison directement au camion excepté pour Morgins durant quelques mois).

Les producteurs sont dans l'ensemble favorables à la mesure, bien que leur décision finale dépende de la plus-value qui pourra être négociée avec l'acheteur. Ils proposent de prendre la décision par votation des producteurs de lait, à la majorité des volumes produits.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: Les coûts de transports du lait sont importants aujourd'hui, en raison du nombre de sites de coulage et de l'absence de possibilité de stocker le lait quelques heures. La rationalisation du transport va permettre une économie de 3 à 7 cts sur le transport pour l'acheteur. Une partie de ces coûts, estimée à 1.4 cts, est de fait reportée sur les producteurs qui doivent livrer le lait plus loin. La différence (1.6 à 5.6 cts/kg) est une plus-value économique pour les producteurs.

Souplesse pour les agriculteurs: Les producteurs doivent aujourd'hui livrer le lait à heures fixes au camion ou aux locaux de coulage non réfrigérés. Le nouveau local de coulage permettra aux producteurs de disposer de plus de souplesse dans les horaires de livraison.

Valorisation locale du lait cru: Un local de coulage réfrigéré avec prise d'échantillons automatique est un pré-requis pour toute valorisation locale du lait (mesure 2). Sans cette infrastructure, le lait ne peut être valorisé que sur les exploitations à une échelle artisanale (yaourts, crème, etc.).

Investissement à long terme: Malgré l'augmentation de la production fromagère et en tenant compte des possibilités de valorisation locale du lait, le Val d'Illezie va rester un gros producteur de lait industriel. Beaucoup d'exploitants ne souhaitent pas modifier cette vocation. Les enquêtes réalisées auprès des producteurs indiquent qu'en 2020, 3'000'000 de kg de lait industriel seront encore coulés. L'investissement sur le local de coulage est donc pleinement justifié et s'inscrit dans une perspective à moyen et long termes.

Image de l'agriculture: La mise en place d'une solution structurée pour le coulage est conforme à l'image de qualité que l'agriculture doit donner. Les livraisons dans des locaux de coulage non réfrigérés ou directement au camion ne sont pas en adéquation avec l'image de qualité que l'agriculture doit donner. Le local de coulage est un des éléments à partir desquels la communication et le marketing peuvent être repensés.

Priorité

Cette mesure est jugée prioritaire par les membres du Groupe lait.

Elle a un degré d'atteinte des objectifs de 63%, répond à une préoccupation partagée de tous et correspond à un investissement relativement limité et peu risqué, avec un taux de retour sur investissement intéressant.

Localisation

Local de 50 m² et 120 m³.

Un site est retenu à titre préliminaire pour la localisation du local de coulage: à Val d'Illiez, sur la route de Champéry, à 650 m. du centre du village, situé sur le domaine public.



6.1.2 Mesure 2 : valorisation locale du lait

Contexte

Aujourd'hui, 90% du lait d'hiver et 75% du lait d'été sont coulés comme lait industriel. Le lait d'hiver est en grande majorité produit avec des fourrages ensilés, contrairement au lait d'été.

Le prix du lait industriel est en baisse constante, particulièrement en hiver. Il fait craindre un abandon progressif de l'élevage laitier et une diminution du cheptel pâtureur en été.

Le groupe lait a mis en évidence que la valorisation du lait d'hiver est leur objectif le plus important pour le projet de développement régional.

Mesure

Une unité de transformation du lait est créée à Val d'Illiez, intégrée au local de coulage centralisé. Elle permet de produire des yaourts, de la crème et de mettre en bouteille du lait cru et pasteurisé. Elle permet de valoriser localement une partie du lait de la vallée.

L'unité de transformation a pour objectif de produire l'équivalent de la consommation de 3200 habitants, soit 20% de la population résidentielle et touristique de la vallée.

La commercialisation et la distribution sont réalisées en commun avec d'autres mesures (mesure 0 (marketing, communication, commercialisation). Les commerces, hôtels et restaurants de la vallée sont ciblés, de même que Manor Monthey.

Synergies

- Mesure 0 (marketing, communication, commercialisation).
- Mesure 1 (local de coulage centralisé)
- Mesure 3 (cave d'affinage centralisée)

Objectifs

- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière hivernale (objectif 1)
- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale (objectif 2)
- Créer de la valeur ajoutée à l'échelle régionale (objectif 3)
- Valorisation de la profession (objectif 4)
- Diversification des revenus (objectif 5)
- Cohérence régionale et intégration (objectif 7)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)
- Valoriser les produits locaux (objectif 14)

Le degré d'atteinte des objectifs est de 96% (analyse d'utilité).

Faisabilité

L'étude de faisabilité se base sur la consommation de l'équivalent de 3200 habitants, soit 20% de la population résidentielle et touristique de la vallée en yaourts, crème et lait (cru et pasteurisé). L'offre sera adaptée en fonction de la demande.

La consommation en produits laitiers par habitant est basée sur la consommation moyenne suisse:

Produit laitier	Consommation annuelle (valeur moyenne suisse)	Potentiel de consommation 3200 hab.	Moyenne par jour
Lait en bouteille (cru/pasteurisé)	75 l	240'000 litres	660 l
Yaourts	19 kg	60'800 kg	170 kg
Crème	8 kg	25'600 kg	70 kg

En considérant que 10 litres de lait sont nécessaires pour produire 1 kg crème, l'objectif de production est ainsi de valoriser localement environ 500'000 kg de lait par an, soit 15% de la production de lait industriel de la vallée à l'horizon 2020.

La faisabilité est largement conditionnée par la capacité à vendre les produits issus de la mesure. Les contacts préliminaires réalisés avec les commerçants, restaurateurs, hôteliers de la vallée et avec Manor montrent qu'il y a un intérêt déclaré pour les produits, sous conditions que la distribution soit également assurée par le producteur. Une action de promotion vente devra être réalisée dès le début de la mise en œuvre de la mesure.

Les discussions préliminaires montrent également que le succès de la commercialisation des produits locaux passe par une offre globale qui concerne également le fromage, l'agritourisme et l'image de l'agriculture. Cette offre devra être renforcée par une labellisation ad-hoc, par une identification claire des restaurateurs et commerces partenaires et par une communication globale de l'image agricole.

En conséquence, la faisabilité de la mesure dépend principalement de:

- la possibilité de procéder à une entrée en production progressive.
- la possibilité de mettre l'accent sur la vente, en préparation de la production.

- la possibilité d'organiser une vente et distribution proactive auprès des clients potentiels.
- la coordination du marketing avec l'offre agricole et régionale.
- la mise en place d'une labellisation et d'un contrôle de qualité.
- l'acceptation des producteurs.

Les producteurs sont dans l'ensemble favorables à la mesure. Ils proposent de prendre la décision par votation des producteurs de lait, à la majorité des volumes produits.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: Le lait est aujourd'hui vendu à Vallait à un prix de 50 à 60 cts par kg. Le lait valorisé localement pourra être valorisé avec une plus-value estimée à 20 à 30 cts par kg, pour 500'000 kg par an. Ceci représente une valeur ajoutée de 3 à 4 cts par kg de lait en moyenne pour les producteurs.

Réduction des risques: Les producteurs deviennent moins dépendants du prix du lait industriel. Ils diversifient les valorisations locales du lait et réduisent les risques en cas de baisse des prix dans l'un ou l'autre des segments de marché.

Valeur ajoutée économique régionale: Le lait est aujourd'hui valorisé par Vallait hors de la vallée. La mesure va générer un chiffre d'affaire de 325'000 à 475'000 pour la transformation (en plus de la plus-value pour les producteurs de lait), avec création de deux à trois postes de travail pour la transformation et la commercialisation.

Valorisation de la filière lait: L'agriculture et l'offre en produits agricoles deviennent un élément fort du Val d'Illeiez, région fortement touristique. La région étoffe sa palette de prestations avec la valorisation des produits agricoles, correspondant à une demande. L'offre est coordonnée au niveau régional. Elle est vendue hors de la vallée au travers de certains grands distributeurs attentifs à la qualité.

Priorité

Cette mesure est jugée prioritaire par les membres du Groupe lait.

Elle a un degré d'atteinte des objectifs de 96%, répond à une préoccupation partagée de tous et correspond à un investissement relativement limité et peu risqué, avec un taux de retour sur investissement intéressant.

Localisation

Local de 30 m² et 100 m³.

Le site retenu à titre préliminaire est le même que pour le local de coulage, à Val d'Illeiez.

6.1.3 Mesure 3 : cave d'affinage centralisée

Contexte

Aujourd'hui, les producteurs du Val d'Illeiez fabriquent 70 t de fromage par an, essentiellement lors de la saison d'estivage. Les producteurs disposent de caves d'affinages artisanales, de taille et qualité variable, dans lesquelles le travail est effectué à la main.

La plupart des producteurs vendent leur fromage en vente directe durant l'automne et l'hiver. Ceci a pour conséquence un manque de liquidités et une tendance à vendre le fromage jeune. Par ailleurs, le travail de vente directe demande beaucoup de temps aux producteurs pour de petits volumes.

Pour des questions de travail, de caves et de liquidités, quelques producteurs vendent à 10 jours à Valcrème qui se charge de l'affinage.

Mesure

Une cave d'affinage centralisée est créée à Val d'Illicz. Elle est réfrigérée et équipée d'un robot pour les soins des fromages. La cave est créée sous forme de coopérative qui se charge de l'affinage, de la commercialisation et de la promotion du fromage au lait cru. La cave d'affinage a pour objectif d'affiner 80 t de fromage par an. Elle est réalisée en deux modules de 40 t chacun.

Synergies

- Mesure 0 (marketing, communication, commercialisation).
- Mesure 2 (valorisation locale du lait)
- Mesure 4 (amélioration de la fabrication en alpages)

Objectifs

- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale (objectif 2)
- Valorisation de la profession (objectif 4)
- Améliorer les conditions de travail et la flexibilité des horaires (objectif 6)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)
- Développer des synergies avec le tourisme (objectif 9)
- Valoriser les produits locaux (objectif 14)

Le degré d'atteinte des objectifs est de 92% (analyse d'utilité).

Faisabilité

L'étude de faisabilité se base sur la construction de deux modules d'une capacité de 40 t chacun. Le dimensionnement d'un module est de 9 m x 19 m x 4.5 m pour un volume utile d'environ 800m³. Equipé de claies en inox pouvant contenir 90 fromages chacune, un module possède une capacité 8'650 pièces. La cave est équipée d'un robot pour les soins des fromages.

La cave d'affinage permet d'améliorer les conditions de stockage (volumes, qualité) et de diminuer la charge de travail pénible (affinage) des producteurs. Les producteurs peuvent éventuellement produire davantage de fromage, n'étant plus limités par l'affinage.

La faisabilité est également liée à la capacité à vendre les fromages de la cave. Les contacts préliminaires réalisés avec différents grossistes et avec Manor montrent qu'il y a un intérêt déclaré pour des fromages à raclette au lait cru d'alpage. Une action de promotion vente devra être réalisée dès le début de la mise en œuvre de la mesure.

Les discussions préliminaires montrent également que le succès de la commercialisation des produits locaux passe par une offre globale qui concerne également l'agritourisme et l'image de l'agriculture. Cette offre devra être renforcée par une labellisation ad-hoc, par une identification claire des restaurateurs et commerces partenaires et par une communication globale de l'image agricole.

Les discussions avec d'autres affineurs permettent d'estimer la plus-value liée à l'affinage et à la commercialisation entre 4.- et 5.- par kg de fromage. Afin que cet effort porte ses fruits, il importe que la plupart des producteurs de fromage adhèrent au projet, afin d'éviter un marché parallèle.

En conséquence, la faisabilité de la mesure dépend principalement de:

- la mise à disposition d'un terrain par la commune de Val d'Illicz.
- la possibilité d'organiser une vente et distribution proactive auprès des clients potentiels.
- la coordination du marketing avec l'offre agricole et régionale.
- la mise en place d'une labellisation et d'un contrôle de qualité.
- l'acceptation des producteurs.
- La faisabilité d'une éventuelle extension future de la cave.

Les producteurs de fromages sont dans l'ensemble favorables à la mesure. En raison des incertitudes sur la quantité de fromage affinée dans la cave et l'augmentation de la quantité de fromage produite, une cave en

deux modules paraît mieux adaptée. Leur décision finale dépend du nombre d'agriculteurs qui vont acheter des parts sociales.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: La cave d'affinage a pour but de maintenir le prix du fromage, puis de le faire monter en assurant un travail de vente spécifique. Les prix de vente actuels variant considérablement, il est difficile d'évaluer la valeur ajoutée économique pour les producteurs qui peut aller de 50'000.- à 250'000.- par an. Certains producteurs vont cesser d'affiner et réduire la valeur ajoutée liée à la production de fromage. Cette baisse sera largement compensée à l'échelle régionale par l'augmentation de la production et l'augmentation progressive des prix.

Réduction des risques: Les producteurs deviennent moins dépendants de la vente directe. Avec des volumes commercialisés moyens, ils peuvent passer des contrats avec des grossistes et grandes surfaces. Ils réduisent ainsi les risques liés à la vente directe. Ils assurent un contrôle strict de qualité et limitent les risques de problème majeur.

Valeur ajoutée économique régionale: La mesure va générer un chiffre d'affaire de 320'000 à 400'000 pour la transformation, avec création d'un poste de travail pour la transformation et la commercialisation.

Valorisation de la filière lait: L'agriculture et l'offre en produits agricoles deviennent un élément fort du Val d'Illicz, région fortement touristique. La région étoffe sa palette de prestations avec la valorisation des produits agricoles, correspondant à une demande. L'offre est coordonnée au niveau régional. Elle est vendue hors de la vallée au travers de certains grands distributeurs attentifs à la qualité.

Priorité

Cette mesure est jugée prioritaire par les membres du Groupe lait.

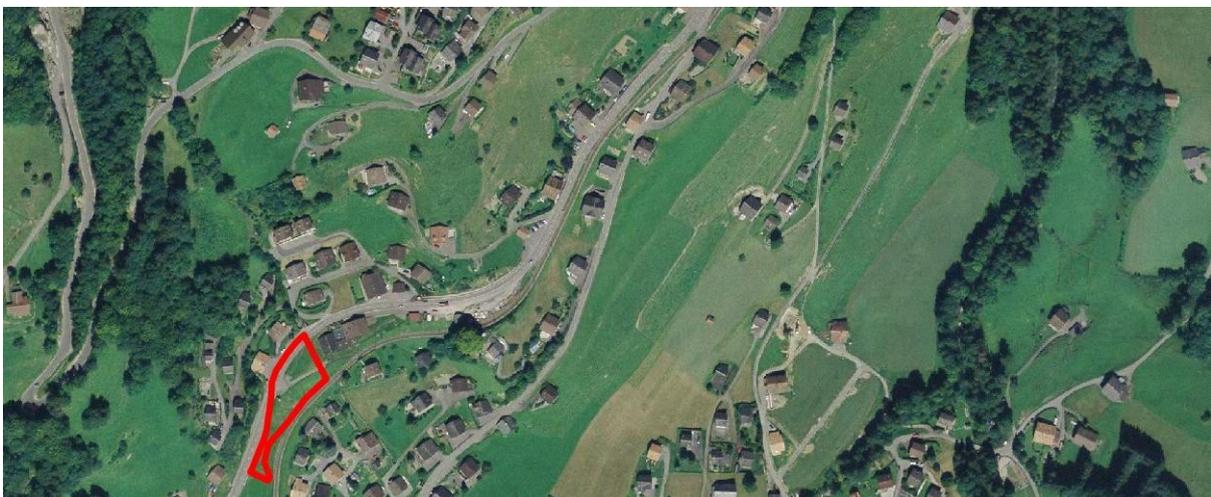
Elle a un degré d'atteinte des objectifs de 92% et répond à une préoccupation partagée de tous. Elle correspond à un investissement important, mais la demande est réelle et les expériences comparables dans d'autres régions motivent les producteurs.

Localisation

Local de 2 x 200 m² et 2 x 800 m³.

Un site est retenu à titre préliminaire pour la localisation de la cave d'affinage: à Val d'Illicz, avec unité de valorisation locale du lait cru: à Val d'Illicz, sur la route de Champéry, à 850 m. du centre du village, situé en zone d'intérêt général à aménager.

Le site est distant de quelques mètres du local de coulage. La possibilité de regrouper les deux projets sur un site unique sera évaluée dans le cadre de la planification de détail.



6.1.4 Mesure 4 : augmentation de la fabrication en alpage

Contexte

En 2010, la production de fromage à raclette au lait cru atteint 70 t dans le Val d'Illeiez, soit 25% du lait d'estivage. Cette production est en augmentation régulière. La production est artisanale, réalisée par les producteurs de lait individuellement. Une grande partie des producteurs ne fabriquent qu'une partie de la saison et quelques-uns rachètent du lait à des alpages voisins.

La croissance de la production de fromage est limitée par la qualité de l'eau potable en alpage, l'approvisionnement en énergie, la taille des caves et par la main d'œuvre disponible pour la fabrication, l'affinage et la commercialisation. Les solutions actuelles ne permettent pas une rationalisation du travail.

Le groupe lait a mis en évidence l'intérêt de soutenir une augmentation de la production, soit en améliorant les équipements de certains chalets, soit en créant des fromageries communes à quelques alpages proches.

Une réflexion menée en 2002 par le service cantonal de l'agriculture avait démontré la volonté des producteurs de continuer à fabriquer individuellement (sur le modèle L'Etivaz), ce qui avait abouti à l'abandon d'un projet de fromagerie centrale. La typicité des produits est ainsi conservée.

Mesure

Les alpages qui fabriquent déjà augmentent leur production et transforment tout leur lait en fromage. D'autres alpages se mettent à la fabrication, individuellement ou en créant une fromagerie commune à quelques alpages proches (avec chaudrons séparés par alpage). Les alpages qui fabriquent sont systématiquement équipés d'eau potable (le cas échéant avec filtration de l'eau) et d'énergie (avec possibilité d'installations solaires). Les accès sont améliorés.

Une planification des alpages sera réalisée au niveau de la planification de détail, afin de préciser un mode d'organisation des alpages, sur la base des travaux menés au niveau de l'étude préliminaire.

L'augmentation de la fabrication atteint 40 t en 2020, soit 110 t au total.

Synergies

- Mesure 0 (marketing, communication, commercialisation)
- Mesure 3 (cave d'affinage centralisée)

Objectifs

- Créer de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale (objectif 2)
- Créer de la valeur ajoutée à l'échelle régionale (objectif 3)
- Valorisation de la profession (objectif 4)
- Diversification des revenus (objectif 5)
- Cohérence régionale et intégration (objectif 7)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)
- Développer des synergies avec le tourisme (objectif 9)
- Valoriser les produits locaux (objectif 14)

Le degré d'atteinte des objectifs est de 94% (analyse d'utilité).

Faisabilité

L'étude de faisabilité se base sur deux questionnaires envoyés à l'ensemble des producteurs intéressés par la fabrication de fromage en alpages. Ces enquêtes ont révélé que certains producteurs sont intéressés par vendre leur lait pour la fabrication et que d'autres sont prêts à se regrouper pour la fabrication.

Un projet de regroupement est bien avancé à Champéry avec un potentiel de production de 18 t par an. D'autres projets de regroupement sont en phase de gestation. Plusieurs producteurs ont également annoncé

leur intérêt pour une amélioration des équipements et une augmentation de la fabrication, tout en souhaitant continuer à fabriquer de façon indépendante.

En conséquence, la faisabilité de la mesure dépend principalement de:

- la capacité des producteurs à se regrouper pour fabriquer ensemble du fromage.
- la possibilité de disposer d'une cave d'affinage centralisée.
- la possibilité d'organiser une vente et distribution proactive auprès des clients potentiels.

Quelques producteurs sont favorables à la mesure et s'engagent dans la mise en place de projets. La majorité des producteurs reste observatrice du processus et hésite sur l'attitude à adopter. Certains producteurs ne souhaitent pas investir ou se restructurer. Leur décision finale dépend du nombre d'agriculteurs qui vont déposer des projets individuellement ou à plusieurs.

Il n'est cependant pas exclu que dans une période de 4 à 5 ans, une deuxième étape d'assainissement des alpages soit à prévoir.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: La production de fromage en alpage représente une plus-value économique importante pour les agriculteurs. Selon notre estimation, le lait destiné à la fabrication est vendu à 75 cts par kg, soit 20 cts de plus que le lait industriel. Par ailleurs la fabrication représente une plus-value de 4.- à 5.- par kg de fromage (avant affinage). L'affinage étant prévu dans la cave d'affinage, il n'est pas considéré à ce stade. Avec une augmentation de 40 t de fromage produit, la valeur ajoutée pour les producteurs de lait est donc de 80'000.- par an et de 180'000.- pour la fabrication de fromage.

Réduction des risques: Les producteurs deviennent moins dépendants du prix du lait industriel. Ils diversifient les valorisations locales du lait et réduisent les risques en cas de baisse des prix dans l'un ou l'autre des segments de marché.

Valorisation de la filière lait: L'agriculture et l'offre en produits agricoles deviennent un élément fort du Val d'Ille, région fortement touristique. La région étoffe sa palette de prestations avec la valorisation des produits agricoles, correspondant à une demande. L'offre est coordonnée au niveau régional.

Priorité

Cette mesure est jugée prioritaire par les membres du Groupe lait.

Elle a un degré d'atteinte des objectifs de 94%, et répond à une préoccupation partagée de tous et correspond à un investissement relativement limité.

Projets de nouvelles fromageries en commun

Fromagerie Champéry Le Pont

Fabrication de 18 t par an

- Alpages du Pont et Traverses, Berra M. et S.
- Alpage les Pas, Gex-Fabry A:
- Alpage Culet 2, Gex-Fabry D.

Fromagerie des Crosets (Défago)

Fabrication de 11 t par an

- Alpage Chaux Palin 28, Défago P. et J.-B.
- Alpage Crosets 2, Gillabert E.
- en SAU, Bovard A.

Fromagerie Crosets Vaillime

Eventuellement en commun avec Champoussin ou Crosets, à mieux définir

Fabrication de 12 t par an

Esquisse de planification des fromagerie d'alpages



- Alpage Vaillime 21B, Caillier-Bois I.
- Alpage Vaillime, Trombert F.
- Alpage Les Grantis, Gex-Collet O.

Projets d'amélioration des conditions dans les alpages pour des projets de fabrication en commun existants

Fromagerie de Champoussin (Chez Gaby)

Fabrication de 15 t par an

- Alpage de l'Au et SAU, Es-Borrat L. et R.
- Alpage Champeys, Perrin E.
- Alpage Popène 54, Perrin R.
- Alpage La Chaux 39, Bellon A. et F.: ne participe pas, opportunité de rejoindre le groupe ?

Projets d'augmentation de la fabrication par alpages individuels, avec amélioration des équipements

- Alpages Bochasse et Bonnavau, Granger J.
- Alpage Savolaire 2, Granger D.
- Alpage Champsot 2, Dubosson I. et B.
- Alpage Champsot 3, Dubosson J.-M.
- Alpage La Pisa, Marclay H.
- Alpage L'Au 19, Ecoeur L.

Cette liste des alpages participants est établie à titre préliminaire. Certains projets peuvent être modifiés, abandonnés et d'autres ajoutés. Certains exploitants d'alpages ont été très impliqués dans le processus et d'autres moins. Il reviendra à l'avant-projet de préciser les volontés des uns et des autres.

6.1.5 Mesure 5 : biogaz

Contexte

Le Val d'Illeize compte au total environ 1500 UGB: vaches laitières, génisses, vaches allaitantes, moutons, chèvres, etc.

Le groupe lait a mis en évidence l'intérêt de valoriser les fumiers sous forme de biogaz, afin de produire de l'énergie et de renforcer l'image de l'agriculture.

Description de la mesure

Une unité centralisée de biogaz est créée dans la vallée. Elle produit du biogaz à partir des fumiers et lisiers agricoles, du petit lait, des déchets verts des communes et des déchets des hôtels et restaurants.

Objectifs

- Créer de la valeur ajoutée à l'échelle régionale (objectif 3)
- Cohérence régionale et intégration (objectif 7)
- Améliorer l'image de la filière lait de la vallée (objectif 8)

Le degré d'atteinte des objectifs est de 30% (analyse d'utilité).

Etude préliminaire et faisabilité

Une étude de faisabilité est en phase de lancement, en partenariat entre la Commission agricole intercommunale et une société spécialisée dans les énergies renouvelables.

Preuve de la valeur ajoutée

Valeur ajoutée économique: La valeur ajoutée économique reste à préciser à ce stade.

Valeur ajoutée économique régionale: La valeur ajoutée économique reste à préciser à ce stade.

Valorisation de la filière lait: L'agriculture et l'offre en prestations agricoles deviennent un élément fort du Val d'Ille-et-Vilaine. L'offre est coordonnée au niveau régional.

6.2 Définition des mesures d'intérêt public comprise dans le PDR

Le développement d'une marque régionale est une mesure d'intérêt public. Elle catalyse les attentes des communes, des milieux politiques, des milieux économiques, en particulier touristiques et agricoles de la région.

Le projet comprend à ce stade pas d'autre mesure d'intérêt public spécifique.

L'ensemble des mesures a cependant des impacts positifs sur le développement régional, avec la création d'environ 6 emplois (hors exploitations agricoles), la mise en place d'un tissu artisanal-industriel agroalimentaire et une amélioration de l'image répondant précisément aux attentes de la clientèle du bassin lémanique.

7. Viabilité économique et financement

Les business plans détaillés sont présentés en annexe. Le présent chapitre résume les principaux éléments.

Au stade de l'étude préliminaire, les coûts sont estimés avec une incertitude qui, selon les mesures, peut atteindre 25%. En particulier, le détail des rénovations et équipements ruraux de la mesure 4 sont estimés à partir d'un des cas de création de laiterie à trois alpages et généralisés.

7.1 Mesure 0 : marketing, communication, commercialisation

Résumé

Investissement	1'875'000
Subventions (Confédération, Canton, communes)	1'687'500
Solde à charge des agriculteurs	188'500
Liquidités nécessaires (fonds de roulement, etc.)	62'500
Fonds propres à amener par les agriculteurs (4 cts par kg de lait)	120'000
Crédit agricole	90'000
Crédit bancaire	40'000
Valeur ajoutée	Vente efficace des produits agricoles

Recettes et dépenses

Les recettes sont liées aux revenus sur la transformation locale du lait (mesure 2) et l'affinage du fromage (mesure 3), établis à 250'000 par an à l'horizon 2020. Pour les trois premières années, le projet considère des recettes nulles, du fait de la phase de démarrage des activités.

Les dépenses se montent à 210'000 par an à l'horizon 2020. Elles couvrent essentiellement des coûts des ressources humaines: un responsable marketing et vente à 100% et une secrétaire comptable à 50%.

Investissements

Le total des investissements se monte à 1'875'000, imputables à 100%.

Les investissements comprennent la création du label, l'établissement du cahier des charges des produits labellisés, l'élaboration de la stratégie marketing et commercialisation, l'acquisition de matériel promotionnel, de trois distributeurs de lait et d'un stand mobile pour les marchés.

Les investissements comprennent également le lancement de la vente et du marketing, sur les 4 premières années. Cet investissement est central pour assurer que les débouchés commerciaux seront en phase avec la réalisation des mesures.

Les investissements comprennent finalement la planification de détail et les travaux de conduite du projet durant la phase de mise en œuvre.

Capital étranger, liquidités, fonds propres

Il est prévu que les producteurs de lait versent 1ct/kg de lait coulé en 2014, 2015, 2016 et 2017, afin de créer les fonds propres nécessaires.

Il est prévu un crédit de 130'000 (crédit agricole et crédit durée 5 ans), de façon à assurer le financement du projet et la disponibilité des liquidités.

Résultats

A l'horizon 2020, il est attendu un résultat positif d'environ 40'000.- par an, permettant de mener des actions diverses de renforcement de la stratégie marketing.

7.2 Mesures 1 et 2 : local de coulage centralisé et valorisation locale du lait

Résumé

Investissement	690'000
Subventions (Confédération, Canton, communes)	410'000
Solde à charge des agriculteurs	280'000
Liquidités nécessaires (fonds de roulement, etc.)	-
Fonds propres à amener par les agriculteurs (2 cts par kg de lait)	60'000
Crédit agricole	200'000
Ponction sur bénéfice 2013-2014	20'000
Valeur ajoutée annuelle	6 cts par kg de lait

Production

Le local de coulage va centraliser la totalité du lait de la vallée dès son entrée en fonction, prévue fin 2013.

En 2010, le Val d'Illeiz lait coule 4'200'000 kg de lait industriel. Il est attendu que la production baisse à 3'100'000 en 2020, en raison de la baisse de la production et de l'augmentation de la fabrication de fromage.

	2014	2015	2016	2017	2018
Lait total en kg	3'920'000	3'770'000	3'620'000	3'460'000	3'310'000
Lait industriel en kg	3'920'000	3'570'000	3'220'000	2'910'000	2'760'000
Yaourt en kg ²	-	25'000	50'000	60'000	60'000
Lait en bouteille en kg ²	-	100'000	200'000	240'000	240'000
Crème ¹ en kg ²	-	7'500	15'000	25'000	25'000
Lait écrémé en kg ³	-	67'500	135'000	225'000	225'000

¹: 10 kg de lait son nécessaires pour produire 1 kg de crème et 9 kg de lait écrémé.

²: l'objectif est que 3'200 équivalents-habitants consomment des produits laitiers de la vallée.

³: le lait écrémé est utilisé pour l'engraissement du jeune bétail.

Recettes et dépenses

Les recettes sont liées à la vente du lait et des produits laitiers, avec une augmentation croissante au cours des années pour s'établir à 2'522'500 en 2020.

Les dépenses sont les frais d'achat du lait, de transport, de transformation locale et de marketing (transféré à la mesure 0). Les dépenses sont estimées à 2'045'000 en 2020.

Investissements

Les investissements comprennent la construction des bâtiments et les installations de transformation.

Les investissements se montent au total à 690'000, imputables à 66%

Capital étranger, liquidités, fonds propres

Il est prévu que les producteurs de lait versent 1ct/kg de lait coulé en 2014 et 2015, afin de créer les fonds propres nécessaires.

Il est prévu un crédit agricole de 200'000, de façon à assurer le financement du projet et la disponibilité des liquidités.

Résultats

A l'horizon 2020, il est attendu un résultat positif d'environ 180'000.- par an, permettant de payer plus cher le prix du lait au producteur (+6 cts par kg).

7.3 Mesure 3 : Cave d'affinage centralisée

Résumé

Investissement	3'300'000
Subventions (Confédération, Canton, communes)	1'960'000
Dons, mécénat	500'000
Solde à charge des agriculteurs	840'000
Liquidités nécessaires (fonds de roulement, etc.)	620'000
Fonds propres à amener par les agriculteurs (5.- par kg de fromage)	400'000
Crédit agricole	700'000
Crédit hypothécaire	360'000
Valeur ajoutée	Achat du fromage à 11.- à 4 jours

Recettes et dépenses

Les recettes sont liées à la vente du fromage affiné et s'établissent à 1'224'000.- par an en 2020.

Les dépenses sont les frais d'achat du fromage non affiné, les frais de contrôle de qualité, de personnel et de marketing (géré par le mesure 0). Elles totalisent 1'130'000.

Investissements

Les investissements comprennent la construction des bâtiments et les installations d'affinage automatisées.

Les investissements se montent au total à 3'300'000, imputables à 66%.

Capital étranger, liquidités, fonds propres

Il est prévu que les producteurs de fromage versent une cotisation unique de 5.- par kg de fromage affiné à la cave, ceci afin de créer les fonds propres nécessaires.

Il est prévu de rechercher des financements extérieurs à hauteur de 500'000, auprès d'institutions de soutien et de partenaires privés: Aide suisse au montagnards, Banque cantonale, Industries de Monthey, Manor, Loterie romande, etc.

Il est prévu un crédit de 1'060'000 (crédit agricole et hypothécaire) de façon à assurer le financement du projet et la disponibilité des liquidités.

Résultats

A l'horizon 2020, il est attendu que les comptes soient équilibrés.

7.4 Mesure 4: Augmentation de la fabrication en alpage

Résumé

Investissement pour les alpages se mettant ensemble	1'750'000
Subventions (Confédération, Canton, communes)	1'040'000
Solde à charge des agriculteurs	710'000
Fonds propres à amener par les agriculteurs	450'000
Crédit agricole	180'000
Ponction sur bénéfice 2013-2014	80'000
Valeur ajoutée	Bénéfice de 100'000.-/an

Recettes et dépenses

Les recettes sont liées à la vente du fromage non-affiné et s'établissent à 480'000.- par an en 2020 pour la production supplémentaire.

Les dépenses sont les frais d'achat du lait et les rais de personnel et de production. Elles totalisent 370'000 à l'horizon 2020.

Investissements

Les investissements comprennent la rénovation des bâtiments, des équipements de filtration de l'eau et des équipements ruraux.

Pour les trois laiteries collectives et les chalets participants, les investissements se montent à 1'750'000.

Pour les chalets individuels souhaitant améliorer leurs conditions de production, les investissements sont estimés à 1'950'000.

Les coûts de filtration de l'eau sont imputables à 100%, les calcul des autres coûts imputables seront fait sur la base du détail des mesures et en application de l'OIMAS. A ce stade, il est évalué qu'en moyenne 66% des coûts seront imputables.

Capital étranger, liquidités, fonds propres

Il est prévu que les alpages qui se mettent ensemble versent des fonds-propres en moyenne de 50'000 par producteur participant. Il est prévu un crédit de 200'000, de façon à assurer le financement du projet et la disponibilité des liquidités.

Il est prévu que les alpages qui améliorent leurs conditions de production individuellement assurent eux-mêmes la totalité des fonds propres nécessaires (environ 40% des investissements).

Résultats

A l'horizon 2020, il est attendu un résultat positif d'environ 100'000.- par an pour les alpages produisant ensemble, permettant d'acheter le lait à un prix plus élevé au producteur (0.75/kg).

8. Avis des services compétents

8.1 Procédures d'autorisation nécessaires

Les services et communes n'ont pas relevé de procédures nécessaires à ce stade.

Une prise de position a été demandée aux services de l'Etat concernés par le projet, portant en particulier sur les procédures d'autorisation nécessaires et la conformité aux politiques sectorielles de l'Etat. Ces préavis seront pris en compte au niveau de la planification de détail.

8.2 Avis des autorités compétentes

Communes

Les Communes de Champéry, Troistorrents et Val d'Illeiz ont toutes donné un préavis favorable pour la poursuite de l'étude sous forme de planification de détail.

La commune de Troistorrents a fait part de ses réserves par rapport au financement de la mesure cave d'affinage, dans l'attente des résultats de la planification de détail.

Copie des préavis des communes sont annexés.

Service cantonal de l'agriculture

Le Service cantonal de l'agriculture a donné un préavis favorable pour la poursuite de l'étude sous forme de planification de détail.

Le Service cantonal de l'agriculture a mis en évidence la valeur stratégique de ce projet dans le contexte conjoncturel actuel. Il a confirmé la pertinence des mesures proposées, notamment en termes de promotion, marketing et structure administrative du projet.

En fonction des ressources financières à disposition et en fonction de la législation cantonale, le Service estime que le soutien du Canton devrait être plus élevé que celui esquissé dans le business plan. Le business plan étant par ailleurs prudent, ceci vient confirmer la faisabilité financière des mesures proposées.

Le préavis complet du service est annexé.

9. Planification de la mise en œuvre (étapes, activités)

9.1 Etapes et objectifs intermédiaires

Novembre-mai 2011	En cours: <ul style="list-style-type: none"> • Etude préliminaire
Juin à décembre 2011	Etape intermédiaire: <ul style="list-style-type: none"> • Consultation. • Communication avec communes, milieux touristiques, agriculteurs, grossistes, Vallait.
2012	Planification de détail PDR
2013-2014-2015	Etape 1, mise en œuvre / démarrage de: <ul style="list-style-type: none"> • mesure 0 • mesure 1 • mesure 2 • mesure 3, module I • mesure 4, une partie des alpages
2015-2016-2017	Etape 2, mise en œuvre / démarrage de: <ul style="list-style-type: none"> • mesure 3, module II • mesure 4, autre partie des alpages • mesure 5

9.2 Analyse des risques

Risques possibles	Mesures
Personnes clés ...si un porteur de projet, une personne clé est absent ?	<p>La structure associative en place limite les risques. Le projet ne dépend que peu de personnes individuelles. La Commission agricole intercommunale nomme les membres du Groupe lait.</p> <p>Une bonne définition des tâches et des responsabilités est, comme dans toute organisation, un moyen de pallier rapidement des défaillances éventuelles.</p> <p>Concernant la mesure 4 et les améliorations sur les alpages, les règles en matière d'améliorations structurelles seront suivies.</p>
Equipe de projet ...si nous avons des problèmes importants au niveau de l'équipe de projet	<p>En première instance, ces problèmes seront gérés au sein de la Commission agricole intercommunale. En seconde instance, le Service cantonal de l'agriculture sera alerté est une médiation par le service ou par un bureau externe mise en place.</p>

<p>Evolution du chiffre d'affaire ...si le chiffre d'affaire de ne développe pas comme prévu</p>	<p>La planification de détail doit travailler avec un scénario pessimiste, en plus du scénario réaliste, de façon à mettre en évidence les risques.</p> <p>Une plus-value plus réduite sur le prix du lait reste une plus-value.</p> <p>Une comptabilité analytique pointue à prévoir, avec des éléments de monitoring performants. Des décisions sur la gestion doivent pouvoir être prises rapidement, sans grever dans une mesure insupportable les plus value attendues.</p> <p>Les exigences de qualité des produits doivent être être un élément central permettant de satisfaire les consommateurs, donc les objectifs du projet. Dans la mesure où ces objectifs qualitatifs sont remplis, il y a diminution des risques de perte de clientèle.</p>
<p>Marché et qualité ...si de nouvelles conditions sont fixées par le marché pour les produits et services</p>	<p>Les problèmes mineurs seront réglés au niveau de la Commission agricole intercommunale.</p> <p>Pour les problèmes de moyen importance, le Service de l'agriculture sera alerté.</p> <p>Les problèmes majeurs se poseront à l'échelle cantonale et devront être résolu par des mesures politiques.</p> <p>Le cahier des charges de la certification doit permettre de garantir la qualité des produits. Il en va ainsi notamment pour les désignations "alpage" et "montagne". Il est donc importants de fixer des bases qui permettent de limiter les risques liés à la qualité des produits. Des réflexions devront être menées dans l'av. projet non seulement pour le volet production/transformation, mais sur toute la chaîne de commercialisation. Solutions adaptées à définir pour les différents éléments de la filière lait.</p> <p>Au besoin, les standards de qualité ou de conditionnement des produits devront être adaptées à de nouvelles exigences ou circonstances.</p> <p>Attention à ne pas porter de trop grandes attentes sur les autorités politiques cantonales, qui ne peuvent parfois, sinon souvent, être que des exécutants de décisions d'ordre supérieur. L'effort le plus important que peut faire le canton en la matière concerne le volet promotion, sous une bannière cantonale, d'où l'importance d'adopter des cahiers des charges compatibles avec la marque Valais.</p>
<p>Intérêts ...si les intérêts ou les coûts d'investissements augmentent subitement</p>	<p>Un marge de manœuvre (divers et imprévus) devra être intégrées dans le budget des mesures.</p> <p>Au delà d'une augmentation raisonnable, certaines mesures pourraient être abandonnées. A clarifier par la planification de détail.</p>
<p>...si d'importants fournisseurs de lit fond défauts</p>	<p>Le projet est basé sur une démarche volontaire. Seule la mesure 1 (nouveau local de coulage) sera imposée pour autant que la majorité des producteurs vote en faveur de cette mesure.</p>

10. Instruments de mise en œuvre potentiels

10.1 Dispositions légales fédérales

Loi fédérale du 29 avril 1998 sur l'agriculture (Loi sur l'agriculture, LAgr).

Projets de développement régional, au sens de l'art. 93.1c LAgr.

Ordonnance du 28 mai 1997 concernant la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et des produits agricoles transformés (Ordonnance sur les AOP et les IGP)

Ordonnance du 8 novembre 2006 sur les désignations «montagne» et «alpage» relatives aux produits agricoles et produits agricoles transformés (Ordonnance sur les désignations «montagne» et «alpage», ODMA) (en révision).

Ordonnance du 7 décembre 1998 sur les améliorations structurelles dans l'agriculture (Ordonnance sur les améliorations structurelles, OAS)

Ordonnance de l'OFAG du 26 novembre 2003 sur les aides à l'investissement et les mesures d'accompagnement social dans l'agriculture (OIMAS)

Loi fédérale du 22 juin 1979 sur l'aménagement du territoire (Loi sur l'aménagement du territoire, LAT)

Ordonnance du 28 juin 2000 sur l'aménagement du territoire (OAT)

10.2 Dispositions légales cantonales

Loi sur l'agriculture et le développement rural (loi sur l'agriculture; LcADR) du 8 février 2007

Ordonnance sur l'agriculture et le développement rural (OcADR) du 20 juin 2007

10.3 Mise en œuvre du projet

Etude d'opportunité

Réalisation de l'étude d'opportunité : novembre 2010 à juin 2011.

Préavis du canton et de l'OFAG : juillet à octobre 2011.

Compléments à l'étude d'opportunité

Juin-Décembre 2011

- Communication avec les producteurs de lait
- Communication presse
- Participation comme partenaire agricole aux projets régionaux, communaux et touristiques (la démarche du monde agricole a suscité l'intérêt des communes et milieux touristiques qui souhaitent intégrer le monde agricole à leur réflexion en cours et à venir).
- Information et entrée en négociation avec les grossistes et Vallait.
- Préparation du cahier des charges de la planification de détail selon directives OFAG.
- Décision du lancement de la planification de détail (par la Commission agricole intercommunale, sur la base des préavis des services).

Appui coaching nécessaire.

Planification de détail

2012

Selon cahier des charges.

Mise en œuvre

2013-2017

Selon cahier des charges.

11 Forces, faiblesses, chances et risques du projet

L'atelier du 20 avril 2011 a réuni les Groupe lait, élargi aux milieux du tourisme. Il a mis en évidence les éléments suivants:

Groupe 1

<i>Forces et faiblesses des mesures</i>	
<i>Local de coulage centralisé</i>	
<p style="text-align: center;"><i>Forces</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Centralisation • Volume négociable intéressant • Flexibilisation dans les horaires • Roulement financier rapide 	<p style="text-align: center;"><i>Faiblesses</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Producteurs décentrés • Frais de fonctionnement ?
<i>Solutions de valorisation du lait d'hiver</i>	
<p style="text-align: center;"><i>Forces</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Plus-value • Investissement modéré • Complémentarité • Roulement financier rapide 	<p style="text-align: center;"><i>Faiblesses</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Salaires • Frais de fonctionnement ?
<i>Amélioration de la fabrication en alpage</i>	
<p style="text-align: center;"><i>Forces</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Amélioration des conditions de travail • Typicité 	<p style="text-align: center;"><i>Faiblesses</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Limite de la collaboration
<i>Cave d'affinage centralisée</i>	
<p style="text-align: center;"><i>Forces</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Gain de temps • Régularité de l'affinage • Plus gros volumes 	<p style="text-align: center;"><i>Faiblesses</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Le marché • Gestion des volumes
<i>Installation(s) collective(s) de biogaz</i>	
<p style="text-align: center;"><i>Forces</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur des engrais de ferme • Gestion des déchets 	<p style="text-align: center;"><i>Faiblesses</i></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Les substrats

Groupe 2

Forces et faiblesses de la commercialisation et de la communication

Logo :

- Participation de la CAI à l'élaboration du logo « Portes du Soleil » unique
- Intégrer un symbole de l'agriculture dans le nouveau logo (vache)
- Sous-titre : « Ferme et terroir »
- Charte pour l'utilisation du logo

Commercialisation

- Nécessité d'avoir un commercial qui vend les produits de la vallée et l'image
- Les producteurs doivent toujours avoir le contrôle sur la commercialisation (exemple de l'Etivaz)
- Intégration aux offices du tourisme
- Signe de reconnaissance dans les restaurants/hôtels qui offrent ces produits (exemple de la bière)
- « Les paniers de la vallée »
- Exemple de Gstaad

Communication

- Les paysans se montrent : site Internet
- Présentation des produits dans les foires (en collaboration avec le tourisme)
- Présence lors des événements locaux : Désalpes, « pieds dans l'eau », etc.
- Information dans les buvettes d'alpages, restaurants :
 - Dépliants
 - Cartes
 - Documents

Groupe 3

Forces et faiblesses du périmètre du projet

Les forces

- Label « Portes du Soleil »
- Diversification des produits goût terroir
- Vente des produits dans les commerces
- Produits de proximités mis en valeur
- Excellente qualité des produits
- Produits écologiques, durables et locaux
- Vente des produits dans les commerces

- Du lait à plus de 50 cts / litre

- Intégration avec le tourisme

Faiblesses

- Dispersion
- Baisse de qualité du lait industriel
- Marché des acheteurs ?
- Morgins : plus assez de producteurs → Val d'Ille ?
- Emmener avec le projet ceux qui fabriquent déjà -

Opportunités

- Approvisionnement de la qualité sur 12 mois
- Agriculture présente dans les marchés touristiques
- Marché du bassin lémanique
- Restaurants / Hôtels : produits du terroir, label
- Lieu décentralisé de la Cavagne : dans / hors vallée

- Viande : Charcuterie ? Fraîche ?
- Proximité des abattoirs
- Raclonettes ?
- Diversité des qualités ?
- Fondue ? Pâtes diverses ?
- Montagne → plus de pâtes dures

- Petit lait aux bains de Val d'Ille
- Mettre scène la montagne
- Réseau des alpages avec ventes des produits.

12 Concept de controlling

Indicateurs	Unité de mesure	Valeur cible	poids
Valeur ajoutée			
Prix moyen du lait payé aux producteurs de la vallée	cts/kg lait	100 cts/kg pour le lait transformé (fromage et produits frais)	10%
Progression des ventes	%	Degré de conformité aux hypothèses établies.	10%
Progression des plus-values	%	Degré de conformité aux hypothèses établies.	10%
Volume de lait transformé	kg lait	1'100'000 en fromage 500'000 en produits frais	10%
Volume de lait industriel total	kg lait	3'000'000	5%
Dette totale	CHF		5%
Clientèle			
Satisfaction des clients	Enquête satisfaction		10%
Image des produits de la région	Enquête satisfaction		10%
Marketing	Communication média Communication visuelle	Nombre d'articles presse, tv, radio Nombre de visiteurs site web	5%
Innovation	Nouvelles idées	Partenariat fort avec le tourisme Partenariat fort avec les communes Initiatives individuelles des agriculteurs Nombres de produits agricoles (spécialités) sur le marché	5%
Processus			
Nombre d'agriculteurs participants	% des producteurs de lait	80%	5%
Nombre d'emplois créés	Emplois 100%	5	5%
Conditions de travail	Amélioration des conditions de travail des familles paysannes	80% des familles bénéficient de bonnes conditions, selon autoévaluation	10%

Références

A. Cairey-Remonnay : Etude de faisabilité d'un circuit court de distribution dans le Val d'Illeiez. Stage de fin d'étude VALPESMONT, Université de Savoie, 2011.

A. Cairey-Remonnay : Enquête auprès de la restauration hors-domicile du Val d'Illeiez. Stage au Service cantonal de l'agriculture, 2011.

AGRIDEA : Comment accompagner avec succès les projets de développement régional ?. 2011.

Alpgold : Rapport d'activité 2007-2008. Alpgold, 2009.

OFAG: Planification agricole: Position et développement de l'agriculture en relation avec les projets ayant des incidences sur le territoire. 2008.

S. Reviron : Accroître la valeur des filières durables de produits agricoles en Valais à l'horizon 2011. ETH, 2006.

DROSERA : Conception d'évolution du paysage du Val d'Illeiez. 2004.

M. Darbellay : L'avenir de la production laitière dans le Val d'Illeiez. Travail de diplôme HES Be - Zollikofen, 2004.

13 Annexes

Préavis des Communes de Champéry, Troistorrents et Val d'Illicz

Préavis du Service cantonal de l'agriculture

Business plan pour le mesure 0: marketing, communication, commercialisation

Business plan pour les mesures 1 et 2: laiterie

Business plan pour la mesure 3: cave d'affinage centralisée

Business plan pour la mesure 4: trois laiteries collectives pour chacune trois à quatre alpages

Compte rendu des ateliers du Groupe lait



COMMUNE DE CHAMPERY
Rue du Village 46
Case postale 67
1874 Champéry

Tél. +41 24 479 09 09
Fax. +41 24 479 09 00
secretariat@admin-champéry.ch

**Madame
Monique Perriard
Office de consultation et
d'économie animale
Service de l'agriculture
Case Postale 437
1951 Châteauneuf/Sion**

Champéry, le 20 juillet 2011

***Projet de développement régional du Val d'Illeiz
Valorisation de la filière lait du Val d'Illeiz
Etude préliminaire***

Madame,

Lors de ses séances respectives des 20 juin et 18 juillet 2011, le Conseil Municipal a débattu de l'objet susmentionné.

Nous sommes à même de vous communiquer que la commune de Champéry, par décision du Conseil Municipal, donne un préavis favorable pour la poursuite de l'étude, soit la planification de détail du projet de valorisation de la filière lait du Val d'Illeiz.

Vous laissant le soin de prendre note de ce qui précède nous vous prions de croire, Madame, à l'assurance de nos sentiments les meilleurs.

Municipalité de Champéry

Le président

Le secrétaire

Luc Fellay

Alain Monnay



Copie va pour information à :

- **M. Laurent Meier, municipal responsable du dicastère « Sécurité, Agriculture et Environnement »**
- **M. Alexandre Repetti, Case Postale 400, 1820 Montreux 2**
- **Communes de Val d'Illeiz et de Troistorrents**

COMMUNE DE TROISTORRENTS



Case postale 65
1872 TROISTORRENTS
Tél. 024 476 80 10
Fax 024 476 80 20
www.troistorrents.ch

Troistorrents, le 5 juillet 2011

COPIE

DEET
Service de l'agriculture
Office de consultation et d'économie
animale
Att. Madame Monique Perriard
Case postale 437
1950 Sion (Châteauneuf)

Réf. : MAM/cas

Concerne : Projet de développement régional du val d'Illicz – valorisation de la filière lait
du val d'Illicz – étude préliminaire

Madame,

Nous vous informons que le Conseil municipal, réuni en séance le 4 courant, a pris connaissance en détail de l'étude susmentionnée et de ses conclusions.

Ledit Conseil adhère totalement à la mesure concernant le local de coulage centralisé, mais est plus dubitative quant à la viabilité de la cave d'affinage.

Notre Exécutif réserve donc sa position sur ce 2^{ème} point dans l'attente de la réception des détails du business plan et des subventionnements.

Fort de ces réserves, notre Conseil municipal donne un préavis favorable à la poursuite de l'étude.

Tout en vous souhaitant bonne réception de ce courrier, nous vous prions d'agréer, Madame, nos salutations distinguées.

Pour la Municipalité :

La Présidente :



Le Secrétaire :

Copie à : - Communes de Val-d'Illicz et de Champéry
- M. Alexandre Repetti, Case postale 400, 1820 Montreux 2
- M. Oscar Dubosson, conseiller municipal



Val-d'Illiez, le 30 juin 2011

COMMUNE DE VAL-D'ILLIEZ

1873 VAL-D'ILLIEZ

☎ 024 476 87 87

☎ 024 476 87 88

administration@illiez.ch

COPIE

Madame
Monique Perriard
Office de consultation et
d'économie animale
Service de l'agriculture
Case postale 437
1951 Châteauneuf-Sion

N. réf. : PEB/CB - 024 476 87 81

**Projet de développement régional du Val d'Illiez
Valorisation de la filière lait du Val d'Illiez /
Etude préliminaire**

Madame,

Faisant suite à votre courriel du 10 ct, nous vous informons que le Conseil communal a pris connaissance en détail de l'étude préliminaire et de ses conclusions lors de sa séance du 27 juin 2011.

Le Conseil communal donne un préavis favorable pour la poursuite de l'étude, soit la planification de détail du projet de valorisation de la filière lait du Val d'Illiez.

Nous vous prions de prendre bonne note de ce qui précède et nous vous adressons, Madame, nos meilleures salutations.

AU NOM DU CONSEIL COMMUNAL

LE PRÉSIDENT :


Philippe ES-BORRAT



LA SECRÉTAIRE :



Colette BALMER

Copie :

- Monsieur Alexandre Repetti, Case postale 400, 1820 Montreux 2
- Communes de Champéry et Troistorrents



Département de l'économie, de l'énergie et du territoire
Service de l'agriculture - Direction

Departement für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung
Dienststelle für Landwirtschaft - Direktion

CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS

Office fédéral de l'agriculture
Unité de direction « Paiements directs et
développement rural »
Section « Développement rural »
Mattenhofstrasse 35

3001 Berne

Notre réf. P. Michelet

Votre réf.

Date 14 juillet 2011

Projet de développement régional de la Vallée d'Illiez – Etude préliminaire « Valorisation de la filière lait du Val d'Illiez »

Madame, Monsieur,

L'étude préliminaire cofinancée par la Confédération, le canton et les communes, touche à sa fin. Nous avons pu prendre connaissance avec intérêt du rapport établi pour cette étude, ainsi que du point de vue exprimée par M. Munz de votre Office, le 24 mai écoulé. Nous tenons à vous faire part de notre position sur les éléments décrits dans le rapport préliminaire.

1. Contexte général relatif à l'économie laitière.

La production laitière dans sa composante de lait de consommation courante vit une période particulièrement difficile. La libéralisation du marché conduit à des prix à la production excessivement faibles, sinon bradés.

De manière générale, on constate dans notre pays, que les productions fromagères qui se sont fortement engagées à réguler et protéger leur production via les appellations d'origines AOC ont bien mieux résisté à la pression sur les prix. Certaines productions ont même sensiblement augmenté leurs parts de marché, notamment sur les marchés d'exportation.

Le Val d'Illiez avait jadis misé sur une production de lait industriel ; il en était devenu le « poumon » de d'alimentation du Valais, à une époque où chaque région devait satisfaire ses besoins de consommation. Aujourd'hui, les conditions cadre du marché ont radicalement changé. Le critère de proximité n'existe plus, et une région de production telle que le Val d'Illiez, située en zones de montagne II à IV et en région d'estivage ne peut pas rivaliser avec les régions de plaine sur ce marché libéralisé, en prise qu'elle est avec des coûts de production incompressibles.

Si les paiements directs ont pendant des années soulagé les comptes et les revenus des exploitations de montagne, ce n'est hélas plus le cas aujourd'hui : le compte laitier n'est plus source de revenu, mais de charges... Ce constat consternant a poussé les agriculteurs du Val d'Illiez à revoir les bases de leur production. Les premières réflexions se sont faites jour dans les années 2000, et ont été concrétisées, avec succès, par la coopérative de « La Cavagne ». Puis une initiative a permis la réouverture des abattoirs de Champéry, pour quelques années du moins. La présente initiative vise à revoir les fondamentaux de la production, de la transformation et de la commercialisation laitières au travers de l'outil dynamique des projets régionaux au sens de la LAgr.

Le souci exprimé par les agriculteurs du Val d'Illiez est largement partagé par le canton du Valais. Le Chef du département en charge de l'agriculture a exprimé ce printemps son avis sur la question de l'économie animale. « *Notre souci majeur reste la production animale, notamment en montagne, menacée par la faible rémunération de la viande, et surtout, des laits industriels.* »



2. Valorisation de la filière lait du Val d'Illeiz : un projet régional comme une évidence...

Ainsi qu'explicité ci-devant, le projet régional dont l'étude préliminaire s'achève est le fruit d'une démarche longue, régulière, et qui illustre la montée en puissance de la réflexion des agriculteurs locaux. Les circonstances économiques ont graduellement fait naître ce besoin de revoir de manière approfondie l'avenir de l'agriculture de la vallée.

De ces réflexions, il s'ensuit un projet de développement régional de Val d'Illeiz remarquablement construit et équilibré, et ce pour plusieurs raisons :

- Dès la réalisation de l'esquisse de projet, il y a eu une mobilisation et une réflexion de fond des acteurs agricoles, doublées d'un appui politique des communes concernées via leurs commissions agricoles ;
- Les véritables acteurs de la réflexion, tout au long de l'étude préliminaire, ont été les agriculteurs locaux. Ils ont su, avec beaucoup d'à propos, se poser les vraies questions sur les objectifs qu'il fallait cerner pour faire valoir les atouts qui étaient les leurs afin d'augmenter la valeur ajoutée sur leur produit essentiel, à savoir le lait ;
- Ce projet est très réaliste.
 - o Les faiblesses notées au plan des exploitations de base –lait d'ensilage ne permettant pas la transformation en fromage au lait cru- ont été prises en compte. Très opportunément, les agriculteurs locaux ont évalué les opportunités sous deux angles complémentaires : la valorisation maximale des produits d'alpage, et sur les moyens de diminuer les frais de production d'autre part. Ces deux volets ont un objectif convergent : augmenter leurs marges et leurs revenus tirés de leur production ;
 - o Il n'y a pas eu de dispersion des actions au niveau des objectifs fixés : la diversification recherchée au niveau de leurs activités s'est focalisée sur leur production et la meilleure façon possible de la valoriser. A ce titre, la valorisation du lait via la production d'un fromage d'alpage –avec la possibilité de valoriser la dénomination alpage- a été plébiscitée.
 - o Cet objectif est emblématique de ce que peut revêtir pour le canton du Valais une mise en valeur optimale du potentiel de production sur les alpages. Il ne comporte quasiment aucune concurrence avec les produits issus de la fabrication de lait d'hiver. Par ailleurs, il assure un approvisionnement du marché pour une période clef –fêtes de fin d'année-, où la demande est objectivement présente, et l'offre objectivement faible. Le différentiel de prix est donc à cette période de l'année le plus intéressant.
 - o Le projet ne néglige pas le créneau de production de lait industriel d'hiver. Les mesures de rationalisation proposées pour la collecte du lait de consommation industriel dans des conditions optimales doivent permettre de négocier étroitement les marges avec les acheteurs. Grâce aux mesures prévues, les quantités critiques intéressantes pour les acheteurs sont probablement remplies. Ce qui accroît l'intérêt pour les acheteurs, et favorise, lors des négociations des contrats de livraison, des marges positives pour les producteurs.

Au lieu d'un projet nourrissant une concurrence acharnée, ce projet développe une complémentarité exemplaire au plan cantonal. D'autres atouts sont également mis en valeur, comme en particulier l'exploitation d'un potentiel de clientèle régional et supra-régional intéressant.

Pour les raisons ci-devant évoquées, nous estimons ce projet de première importance pour l'économie laitière du Val d'Illeiz, et également pour le Valais.

3. Promotion et marketing

L'étude préliminaire « Valorisation de la filière lait du Val d'Illeiz » fait une place remarquable aux démarches promotion et marketing. Des analyses de marché ont été faites et confirment plusieurs voies et approches :

- Il y a un créneau intéressant à exploiter, à forte valeur ajoutée, pour les produits fermiers de qualité, et ce tant au plan du commerce régional que local. Divers acteurs grossistes ou de la vente de détail, ainsi que de mise en valeur locale, sont intéressés, à condition que la qualité soit garantie ;
- Ce message a été particulièrement bien compris dans la vallée d'Illeiz, où les faiblesses actuelles au niveau de la régularité de la qualité des produits ont été mises en évidence. En premier lieu figure la nécessité, en particulier pour la production alpestre, de maîtriser la qualité de l'eau potable pour la transformation du lait ;
- En second lieu, et dans le sens d'une lisibilité accrue de la ligne de la production, la nécessité de profiler le produit sur le marché à l'aide d'un label régional a été applaudie, et ce aussi bien par les milieux agricoles que touristiques ;

- Enfin, les désignations « montagne » et « alpage », porteurs d'une image d'authenticité des produits et de leur qualité agro-environnementale, sont désirées par les acteurs.

En conclusion de ce point, le canton du Valais ne peut que féliciter les initiateurs de ce projet régional d'avoir misé sur des objectifs convergents et cohérents afin de faire valoir les qualités de leurs produits. Le canton souligne que la volonté d'utiliser un label régional et des désignations reconnues par la Confédération va dans le sens souhaité, à savoir l'accréditation d'un produit de qualité, contrôlée par des organes indépendants.

Il souhaite cependant qu'un pas de plus soit accompli. Bien que mentionné de manière discrète dans le rapport, l'adhésion à la démarche valaisanne de « l'AOC fromage à raclette au lait cru », et partant la possibilité de démarquer le produit sur le marché à l'aide de la marque collective ®Valais, est souhaitée par le canton, car étant un élément fédératif fort des produits de qualité du canton du Valais.

Le Service de l'agriculture du canton du Valais est cependant d'avis qu'une adhésion volontaire est préférable à une adhésion forcée. En tout état de cause, les avantages et inconvénients, respectivement forces et faiblesses d'une appropriation du cahier des charges de l'AOC « fromage à raclette au lait cru du Valais » devront être appréciés dans la démarche de marketing, communication et commercialisation que nous souhaitons poursuivre dans la phase intermédiaire entre étude préliminaire et phase de planification. (Cf. conclusions).

4. Structure administrative du projet

Nous avons été très attentif aux remarques formulées sur ce sujet par M. Munz lors de sa visite du 24 mai écoulé. Nous ne pouvons toutefois pas rejoindre totalement ses conclusions visant à la constitution d'une société coopérative unique pour l'ensemble des sous projets du projet régional de Val d'Illeiez. Très concrètement nous estimons les choses sous cet angle :

- Le local de coulage du lait industriel doit sans aucun doute faire l'objet d'une seule société unifiée des producteurs de lait d'hiver ou d'été ayant fait le choix de livraison de lait d'alpage industriel ;
- Les fromageries d'alpages sont le fait de privés ou d'associations de privés pour la mise en valeur de la production de lait et de la transformation de fromage ;
- Tous les producteurs transformant leur lait en production fromagère doivent naturellement se retrouver dans une société unifiée traitant l'affinage du produit ;
- Une société de commercialisation des produits, de marketing et de promotion doit comprendre l'ensemble des acteurs de production de lait industriel et de lait transformé. La Cavagne, doit être intégrée dans cet ensemble.

La segmentation des sociétés, défendues dans l'étude préliminaire, est à notre sens logique, car tous les producteurs de lait industriel d'hiver ne transforment pas les produits sur les alpages.

D'autre part, les exploitants d'alpages n'appartiennent pas à la famille exclusive des producteurs de lait d'hiver de Val d'Illeiez. Certains exploitants d'alpage ont leur exploitation hivernale hors périmètre des trois communes considérées.

Il nous paraît par contre logique que la logistique de tous ces projets partiels soit regroupée sous une même enseigne au plan de la commercialisation, du marketing et de la promotion des produits.

Dès lors, nous ne voyons pas comment une seule société coopérative pourrait représenter l'ensemble des intérêts partiels de tous les acteurs. Nous suggérons dès lors de nous entretenir encore avec l'OFAG sur le moyen de structurer de manière durable et logique les trois activités principales décrites par l'étude préliminaire du projet régional.

5. Conclusion

Pour le canton du Valais, ce projet régional, tel que constitué par les acteurs locaux **est un projet phare** d'une rare qualité dans le domaine spécifique de l'économie laitière. Il correspond à la vision cantonale dans le domaine de la production animale. Nous entendons le soutenir de manière consistante. Dans la mesure des ressources financières à disposition et en fonction de la législation cantonale sur l'agriculture et le développement rural, le soutien du canton devrait être plus élevé que celui esquissé dans le Business-Plan. Nous espérons que la Confédération soutiendra ce projet avec des conclusions encore plus favorables au vu du caractère remarquable de l'implication des acteurs agricoles. Nous mettons en perspective, au vu du dynamisme dont ont

fait preuve les agriculteurs locaux, les premières réalisations dans le courant de 2013.

Pour le canton du Valais, l'ensemble des éléments démontre la faisabilité tant technique qu'économique du projet. Nous estimons que les perspectives esquissées par le Business-plan sont réalistes et se situent plutôt dans la fourchette des prévisions pessimistes, ce qui accroît l'intérêt économique du projet.

Nous observons pour le que le calcul de la plus-value amenée par le projet ne met pas en lumière le fait que sans le projet, de nombreuses exploitations agricoles de la région sont vouées à périr fortement, voir à disparaître. Ce facteur reste important dans notre appréciation. Nous estimons que sans la réalisation du projet régional, une quinzaine de familles agricoles seraient à moyen terme contraintes à l'abandon d'exploitation.

Nous remarquons pour le surplus que certains aspects n'ont été que peu abordés dans l'étude préliminaire. Ce sont notamment les questions relatives à l'amélioration de l'accessibilité dans les alpages principalement. La vente de produits sur les lieux de production, ni l'agritourisme de manière générale, n'ont été évoqués que pour un seul projet partiel. Il est probable que dans la phase de planification ces éléments fassent l'objet d'un intérêt accru.

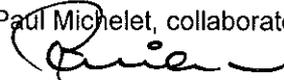
Cela étant, et au vu de l'enveloppe financière relative à l'étude préliminaire qui laisse une marge de manœuvre de financement tant au plan du canton que de la Confédération, et compte tenu des entretiens du 24 mai écoulé, nous entendons octroyer un mandat d'une portée limitée de gré à gré pour affiner les démarches de promotion, commercialisation et marketing durant la période d'évaluation de l'étude préliminaire auprès de l'OFAG. La décision et le rapport décrivant la portée et l'étendue de ce mandat vous parviendront dans les meilleurs délais.

En conclusion, l'étude préliminaire du projet de développement régional de Val d'Illiez démontre que les voies étudiées sont opportunes. A notre avis, les conditions sont réunies pour que la phase de planification du projet puisse être lancée dès cet automne.

En vous souhaitant bonne réception de la présente, veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

Service cantonal de l'agriculture
Direction

Paul Michelet, collaborateur scientifique.



Projet de développement régional

Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Business plan

Mesure 0: Marketing, communication, commercialisation



	Objectif 2020 Fr.	Evolution											
		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
		%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.
Recettes													
<i>liées au produit/service</i>	250'000												
revenu de mesures 1+2	150'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250'000
revenu de mesure 3	100'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	250'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250'000
1: lait industriel vendu avec une plus-value de 5 cts par kg, de fait du regroupement des volumes de chargement.													
Dépenses sans les intérêts													
<i>variables</i>	190'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	190'000
Responsable marketing et vente 100%	140'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	140'000
Secrétaire comptable 50%	50'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>fixes</i>	20'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20'000
Entretien		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges et divers	20'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	210'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	210'000
Excédent monétaire avant intérêt	40'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40'000

de la feuille Investissements

Remarque**Remarque:**

Veuillez choisir avec laquelle des deux variantes relatives à l'évolution des recettes et dépenses vous souhaitez travailler

En ce qui concerne la présente variante, veuillez estimer l'objectif cible de l'année x (100%), puis reportez dans les années précédentes les pourcentages qui correspondent à une évolution possible de l'année du lancement du projet jusqu'à l'année X

Plan d'investissement

Etude préliminaire: PDR Val d'Illiez
Mesure 0: Marketing, commercialisation, communication

Description et année de l'investissement		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Investissement 1	Montant	100'000						OK
Label, cahier des charges	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
Année	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
Investissement 2	Montant	50'000						OK
Stratégie marketing	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
Année	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
Investissement 3	Montant	220'000	20'000	10'000				OK
stand mobile et matériel promotionnel, 3 distributeurs lait	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
lancement vente : 4 ans	Montant	250'000	250'000	250'000	250'000			OK
	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
Année	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
Investissement 5	Montant	50'000						OK
divers	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
Année	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
Investissement 6	Montant	200'000	100'000	50'000	25'000	25'000	25'000	OK
conduite projet	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
Total	Investissements totaux	870'000	370'000	310'000	275'000	25'000	25'000	OK
	Total des amortissements	-	-	-	-	-	-	
	Total des coûts d'entre	-	-	-	-	-	-	

Évaluation des coûts imputables (Pourcentage des sommes investies)

100% 1'875'000

L'ordre de grandeur du taux des contributions de la Confédération et du canton est connu mais les coûts ne sont généralement pas tous pris en compte. Il est donc utile, lors de l'évaluation des contributions, de demander d'abord au canton la part approximative des coûts imputables

Remarque: Les investissements qui sont en partie financés avec des contributions à fond perdu sont répartis sur deux lignes vu que la contribution à fond perdu ne doit pas être amortie dans le compte des résultats. Par contre les frais d'entretien doivent être calculés pour l'ensemble de l'investissement.

Exemple: Admettons des investissements effectués pour des bâtiments pour un montant de Fr. 200'000, dont les 2/3 seront vraisemblablement subventionnés. Cet investissement sera réparti entre la partie subventionnée (Fr. 133'000) sans amortissements et sur la partie non subventionnée (Fr. 67 000) avec amortissements.

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total de l'investissement figurant dans les champs de la colonne F correspond à la somme des montants figurant dans la ligne correspondante. Exemple: L'investissement 1 s'élève à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est réalisé au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants figurant dans les cases F2 et G2 doit donner 200 000, soit le montant figurant dans la case E2.

Description des dettes et crédits		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Crédit agricole	Montant Fr.	90'000						OK
	Remboursement %	-6.60	-5'940	-5'940	-5'940	-5'940	-5'940	OK
	Intérêt %	0.00						
Crédit bancaire 5 ans	Montant Fr.	40'000	20'000	10'000	10'000			OK
	Remboursement %	-20.00		-4'000	-6'000	-6'000	-6'000	
	Intérêt %	-5.00	-1'000	-1'700	-2'500	-2'800	-3'100	OK
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							
	Intérêt %							
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							
	Intérêt %							
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							
	Intérêt %							
Total	Dettes totales	130'000	20'000	10'000	10'000	10'000	10'000	OK
	Total des remboursements	-	-5'940	-9'940	-11'940	-11'940	-11'940	OK
	Total des intérêts	-	-1'000	-1'700	-2'500	-2'800	-3'100	OK

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total du crédit figurant dans les champs de la colonne E correspond à la somme des montants partiels figurant dans la ligne correspondante. Exemple: Le crédit 1 s'élève à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est remboursé en deux tranches au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants dans les cases F2 et G2 doit donner 200'000, soit le montant figurant dans la case E2.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Opérations courantes (chiffre d'affaires)						
Total des recettes	-	-	-	-	200'000	250'000
Total des coûts spécifiques	-	-	-	-	190'000	190'000
Total des coûts de structure (sans intérêts ni amortiss.)	-	-	-	-	20'000	20'000
Excédent monétaire avant intérêts	-	-	-	-	-10'000	40'000
Investissements						
- Investissements	-870'000	-370'000	-310'000	-275'000	-25'000	-25'000
- Besoins en fond de roulement						
+ Désinvestissements						
+ Subventions spécifiques (liées à un objet)						
Total	-870'000	-370'000	-310'000	-275'000	-25'000	-25'000
Financements						
<i>Emprunts et fonds propres</i>						
+ Fonds propres (4 x 0.01/kg lait)		30'000	30'000	30'000	30'000	
+ Nouvelles dettes	90'000	20'000	10'000	10'000	-	-
- Remboursements	-	-5'940	-9'940	-11'940	-11'940	-11'940
- Intérêts de dettes et frais financiers	-	-1'000	-1'700	-2'500	-2'800	-3'100
<i>Contributions à fonds perdu</i>						
+ Contributions de la confédération	348'000	148'000	124'000	110'000	10'000	10'000
+ Contributions du canton	348'000	148'000	124'000	110'000	10'000	10'000
+ Contributions communales	87'000	37'000	31'000	27'500	2'500	2'500
+ Contributions d'autres organisations						
Total	873'000	376'060	307'360	273'060	37'760	7'460
Prélèvement de moyens financiers:						
Variation de la trésorerie *)	3'000	6'060	-2'640	-1'940	2'760	22'460
Trésorerie totale	3'000	9'060	6'420	4'480	7'240	29'700

*) Trésorerie basée sur la VTNG (variation de la trésorerie nette globale) = Caisse + CCP + Compte courant + Créances + Dettes fournisseurs

Compte de résultats

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prestation (produits)						
- recettes liées au produits / services	-	-	-	-	200'000	250'000
- autres recettes	-	-	-	-	-	-
- prestations non monétaires *)						
prestation totale	-	-	-	-	200'000	250'000
Coûts						
spécifiques						
- Dépenses	-	-	-	-	190'000	190'000
- coûts non monétaires *)						
-						
-						
total coûts variables	-	-	-	-	190'000	190'000
Marge brute	-	-	-	-	10'000	60'000
coûts fixes						
- consommation de capital fixe (amortisse	-	-	-	-	-	-
- Intérêts	-	-1'000	-1'700	-2'500	-2'800	-3'100
- dépenses fixes de la feuille Evolution rec	-	-	-	-	20'000	20'000
- coûts non monétaires *)						
total coûts fixes	-	-1'000	-1'700	-2'500	17'200	16'900
Gain ou perte	-	1'000	1'700	2'500	-7'200	43'100

*) p. ex. facturations, biens en nature, livraisons, valeur locative

Projet de développement régional

Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Business plan

Mesures 1 et 2 : Laiterie



	Objectif 2020 Fr.	Evolution											
		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
		%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.
Recettes													
<i>liées au produit/service</i>	2'522'500												
Lait industriel (0.55/kg) ¹	1'650'000	-	2'161'500										
Yaourt (4.20/kg)	240'000	-	131	2'161'500	119	1'963'500	107	1'765'500	97	1'600'500	92	1'518'000	
Lait frais/pasteurisé en bouteille (1.50/kg)	360'000	-	-	-	40	96'000	80	192'000	100	240'000	100	240'000	
Crème (10.-/kg)	250'000	-	-	-	40	144'000	80	288'000	100	360'000	100	360'000	
Lait écrémé (0.15/kg)	22'500	-	-	-	30	75'000	60	150'000	100	250'000	100	250'000	
Autres	-	-	-	-	30	6'750	60	13'500	100	22'500	100	22'500	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total	2'522'500	-	2'161'500			2'285'250		2'409'000		2'473'000		2'390'500	
1: lait industriel vendu avec une plus-value de 5 cts par kg, de fait du regroupement des volumes de chargement.													
Dépenses sans les intérêts													
<i>variables</i>	1'845'000												
Prix de base du lait (-.50/kg)	1'500'000	-	2'023'950			2'096'700		2'169'450		2'076'750		1'999'500	
Transport du lait	45'000	-	131	1'965'000	126	1'890'000	121	1'815'000	115	1'725'000	110	1'650'000	
Achat matériel de production	100'000	-	131	58'950	126	56'700	121	54'450	115	51'750	110	49'500	
Personnel (2 employés)	200'000	-	-	-	50	50'000	100	100'000	100	100'000	100	100'000	
		-	-	-	50	100'000	100	200'000	100	200'000	100	200'000	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
fixes	200'000												
Entretien		-	21'000			41'000		61'000		211'000		211'000	
		-	11'000			11'000		11'000		11'000		11'000	
Marketing (géré par la mesure 0)	150'000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Charges et divers	50'000	-	20	10'000	60	30'000	100	50'000	100	50'000	100	50'000	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total	2'045'000	-	2'044'950			2'137'700		2'230'450		2'287'750		2'210'500	
Excédent monétaire avant intérêt	477'500	-	116'550			147'550		178'550		185'250		180'000	

de la feuille Investissements

Remarque**Remarque:**

Veillez choisir avec laquelle des deux variantes relatives à l'évolution des recettes et dépenses vous souhaitez travailler

En ce qui concerne la présente variante, veuillez estimer l'objectif cible de l'année x (100%), puis reportez dans les années précédentes les pourcentages qui correspondent à une évolution possible de l'année du lancement du projet jusqu'à l'année X

Plan d'investissement

Etude préliminaire: PDR Val d'Illiez
Mesure 1+2: Laiterie

Description et année de l'investissement		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Investissement 1	Montant	Fr. 140'000	120'000					OK
Constructions	Amortissement	% 5.00	13'000	13'000	13'000	13'000	13'000	
	Entretien	% 2.00	5'200	5'200	5'200	5'200	5'200	
Investissement 2	Montant	Fr. 140'000						OK
cuve, pesage, échantillons	Amortissement	% 5.00	7'000	7'000	7'000	7'000	7'000	
	Entretien	% 2.00	2'800	2'800	2'800	2'800	2'800	
Investissement 3	Montant	Fr. 150'000	150'000					OK
chaîne yaourt, bouteille, crè	Amortissement	% 5.00	7'500	7'500	7'500	7'500	7'500	
	Entretien	% 2.00	3'000	3'000	3'000	3'000	3'000	
Investissement 4	Montant	Fr. 140'000	50'000					OK
études, divers	Amortissement	% -	-	-	-	-	-	
	Entretien	% -	-	-	-	-	-	
	Montant	Fr.						OK
	Amortissement	%						
	Entretien	%						
	Montant	Fr.						OK
	Amortissement	%						
	Entretien	%						
Total	Investissements totaux		320'000	-	-	-	-	OK
	Total des amortissements		27'500	27'500	27'500	27'500	27'500	
	Total des coûts d'entre		11'000	11'000	11'000	11'000	11'000	

Évaluation des coûts imputables
(Pourcentage des sommes investies)

66%

L'ordre de grandeur du taux des contributions de la Confédération et du canton est connu mais les coûts ne sont généralement pas tous pris en compte. Il est donc utile, lors de l'évaluation des contributions, de demander d'abord au canton la part approximative des coûts imputables

Remarque: Les investissements qui sont en partie financés avec des contributions à fond perdu sont répartis sur deux lignes vu que la contribution à fond perdu ne doit pas être amortie dans le compte des résultats. Par contre les frais d'entretien doivent être calculés pour l'ensemble de l'investissement.

Exemple: Admettons des investissements effectués pour des bâtiments pour un montant de Fr. 200'000, dont les 2/3 seront vraisemblablement subventionnés. Cet investissement sera réparti entre la partie subventionnée (Fr. 133'000) sans amortissements et sur la partie non subventionnée (Fr. 67 000) avec amortissements.

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total de l'investissement figurant dans les champs de la colonne F correspond à la somme des montants figurant dans la ligne correspondante. Exemple: L'investissement 1 s'éleve à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est réalisé au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants figurant dans les cases F2 et G2 doit donner 200 000, soit le montant figurant dans la case E2.

Description des dettes et crédits			2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Crédit agricole	Montant Fr.	200'000	160'000	40'000					OK
	Remboursement %	-6.60	-	-10'560	-13'200	-13'200	-13'200	-13'200	OK
	Intérêt %	0.00	-	-	-	-	-	-	OK
	Montant Fr.								OK
	Remboursement %								OK
	Intérêt %								OK
	Montant Fr.								OK
	Remboursement %								OK
	Intérêt %								OK
	Montant Fr.								OK
	Remboursement %								OK
	Intérêt %								OK
	Montant Fr.								OK
	Remboursement %								OK
	Intérêt %								OK
Total	Dettes totales	200'000	160'000	40'000	-	-	-	-	OK
	Total des remboursements		-	-10'560	-13'200	-13'200	-13'200	-13'200	
	Total des intérêts		-	-	-	-	-	-	

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total du crédit figurant dans les champs de la colonne E correspond à la somme des montants partiels figurant dans la ligne correspondante. Exemple: Le crédit 1 s'élève à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est remboursé en deux tranches au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants dans les cases F2 et G2 doit donner 200'000, soit le montant figurant dans la case E2.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Opérations courantes (chiffre d'affaires)						
Total des recettes	-	2'161'500	2'285'250	2'409'000	2'473'000	2'390'500
Total des coûts spécifiques	-	2'023'950	2'096'700	2'169'450	2'076'750	1'999'500
Total des coûts de structure (sans intérêts ni amortiss.)	-	21'000	41'000	61'000	211'000	211'000
Excédent monétaire avant intérêts	-	116'550	147'550	178'550	185'250	180'000
Investissements						
- Investissements	-370'000	-320'000	-	-	-	-
- Besoins en fond de roulement		-50'000	-50'000			
+ Désinvestissements						
+ Subventions spécifiques (liées à un objet)						
Total	-370'000	-370'000	-50'000	-	-	-
Financements						
<i>Emprunts et fonds propres</i>						
+ Fonds propres (2 x 0.01/kg lait)	-	30'000	30'000			
+ Nouvelles dettes	160'000	40'000	-	-	-	-
- Remboursements	-	-10'560	-13'200	-13'200	-13'200	-13'200
- Intérêts de dettes et frais financiers	-	-	-	-	-	-
<i>Contributions à fonds perdu</i>						
+ Contributions de la confédération	97'680	84'480				
+ Contributions du canton	97'680	84'480				
+ Contributions communales	24'420	21'120				
+ Contributions d'autres organisations						
Total	379'780	249'520	16'800	-13'200	-13'200	-13'200
Prélèvement de moyens financiers:						
Variation de la trésorerie *)	9'780	-3'930	114'350	165'350	172'050	166'800
Trésorerie totale	9'780	5'850	120'200	285'550	457'600	624'400

*) Trésorerie basée sur la VTNG (variation de la trésorerie nette globale) = Caisse + CCP + Compte courant + Créances + Dettes fournisseurs

Compte de résultats

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prestation (produits)						
- recettes liées au produits / services	-	2'161'500	2'285'250	2'409'000	2'473'000	2'390'500
- autres recettes	-	-	-	-	-	-
- prestations non monétaires *)						
prestation totale	-	2'161'500	2'285'250	2'409'000	2'473'000	2'390'500
Coûts						
spécifiques						
- Dépenses	-	2'023'950	2'096'700	2'169'450	2'076'750	1'999'500
- coûts non monétaires *)						
-						
-						
total coûts variables	-	2'023'950	2'096'700	2'169'450	2'076'750	1'999'500
Marge brute	-	137'550	188'550	239'550	396'250	391'000
coûts fixes						
- consommation de capital fixe (amortisse	-	27'500	27'500	27'500	27'500	27'500
- Intérêts	-	-	-	-	-	-
- dépenses fixes de la feuille Evolution rec	-	21'000	41'000	61'000	211'000	211'000
- coûts non monétaires *)						
total coûts fixes	-	48'500	68'500	88'500	238'500	238'500
Gain ou perte	-	89'050	120'050	151'050	157'750	152'500

de la feuille Recettes-Dépenses
de la feuille Recettes-Dépenses

de la feuille Recettes-Dépenses

de la feuille Investissements
de la feuille Capital étranger
de la feuille Recettes-Dépenses

*) p. ex. facturations, biens en nature, livraisons, valeur locative

Projet de développement régional

Val d'Illeiez

Etude préliminaire

Business plan

Mesure 3: Cave d'affinage centralisée



	Objectif 2020 Fr.	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
		%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.
Recettes													
<i>liées au produit/service</i>	1'224'000												
Vente fromage affiné (18.-)	1'224'000	-	-	40	489'600	50	612'000	80	979'200	100	1'224'000	100	1'224'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-												
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1'224'000	-	-		489'600		612'000		979'200		1'224'000		1'224'000
1: lait industriel vendu avec une plus-value de 5 cts par kg, de fait du regroupement des volumes de chargement.													
Dépenses sans les intérêts													
<i>variables</i>	980'000												
Achat fromage à 4 jours (11.-)	880'000	-	-	40	422'000	50	515'000	80	794'000		980'000	100	980'000
1/2 employé production	50'000	-	-	100	352'000	100	440'000	100	704'000	100	880'000	100	880'000
Frais labellisation	50'000	-	-	40	20'000	50	25'000	80	40'000	100	50'000	100	50'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
fixes	150'000												
Entretien		-	-		59'500		79'500		79'500		129'500		179'500
		-	-		19'500		29'500		29'500		29'500		29'500
Marketing (géré par la mesure 0)	100'000	-	-		-		-		-		50'000	100	100'000
Charges et divers	50'000	-	-	80	40'000	100	50'000	100	50'000	100	50'000	100	50'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1'130'000	-	-		481'500		594'500		873'500		1'109'500		1'159'500
Excédent monétaire avant intérêt	94'000	-	-		8'100		17'500		105'700		114'500		64'500

de la feuille Investissements

Remarque**Remarque:**

Veillez choisir avec laquelle des deux variantes relatives à l'évolution des recettes et dépenses vous souhaitez travailler

En ce qui concerne la présente variante, veuillez estimer l'objectif cible de l'année x (100%), puis reportez dans les années précédentes les pourcentages qui correspondent à une évolution possible de l'année du lancement du projet jusqu'à l'année X

Plan d'investissement

Etude préliminaire: PDR Val d'Illiez
Mesure 3: Cave d'affinage

Description et année de l'investissement		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Investissement 1	Montant Fr.	1'600'000						OK
Constructions	Amortissement %	2.00	22'000	32'000	32'000	32'000	32'000	
Année	Entretien %	1.00	11'000	16'000	16'000	16'000	16'000	
Investissement 2	Montant Fr.	850'000		500'000				OK
robot, claires, clim	Amortissement %	2.00	17'000	27'000	27'000	27'000	27'000	
Année	Entretien %	1.00	8'500	13'500	13'500	13'500	13'500	
Investissement 3	Montant Fr.	350'000		100'000				OK
Études, divers	Amortissement %	-	-	-	-	-	-	
Année	Entretien %	-	-	-	-	-	-	
	Montant Fr.							OK
	Amortissement %							
	Entretien %							
	Montant Fr.							OK
	Amortissement %							
	Entretien %							
	Montant Fr.							OK
	Amortissement %							
	Entretien %							
Total	Investissements totaux	3'300'000		1'100'000				OK
	Total des amortissements	275'000	39'000	59'000	59'000	59'000	59'000	
	Total des coûts d'entretien	137'500	19'500	29'500	29'500	29'500	29'500	

Évaluation des coûts imputables
(Pourcentage des sommes investies)

66%

L'ordre de grandeur du taux des contributions de la Confédération et du canton est connu mais les coûts ne sont généralement pas tous pris en compte. Il est donc utile, lors de l'évaluation des contributions, de demander d'abord au canton la part approximative des coûts imputables

Remarque: Les investissements qui sont en partie financés avec des contributions à fond perdu sont répartis sur deux lignes vu que la contribution à fond perdu ne doit pas être amortie dans le compte des résultats. Par contre les frais d'entretien doivent être calculés pour l'ensemble de l'investissement.

Exemple: Admettons des investissements effectués pour des bâtiments pour un montant de Fr. 2'000'000, dont les 2/3 seront vraisemblablement subventionnés. Cet investissement sera réparti entre la partie subventionnée (Fr. 1'333'000) sans amortissements et sur la partie non subventionnée (Fr. 667'000) avec amortissements.

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total de l'investissement figurant dans les champs de la colonne F correspond à la somme des montants figurant dans la ligne correspondante. Exemple: L'investissement 1 s'élevé à Fr. 2'000'000.- (montant dans la case E2). Il est réalisé au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants figurant dans les cases F2 et G2 doit donner 2'000'000, soit le montant figurant dans la case E2.

Description des dettes et crédits			2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Crédit agricole	Montant	Fr.	600'000	30'000	70'000	-46'200	-46'200	-46'200	OK
	Remboursement	%	-	-39'600	-41'580	-	-	-	
	Intérêt	%	-	-	-	-	-	-	
Crédit hypothécaire	Montant	Fr.	-	-	330'000	30'000	-7'200	-7'200	OK
	Remboursement	%	-	-	-	-6'600	-11'214	-11'430	
	Intérêt	%	-	-	-9'900	-10'998	-	-	
	Montant	Fr.	-	-	-	-	-	-	OK
	Remboursement	%	-	-	-	-	-	-	
	Intérêt	%	-	-	-	-	-	-	
	Montant	Fr.	-	-	-	-	-	-	OK
	Remboursement	%	-	-	-	-	-	-	
	Intérêt	%	-	-	-	-	-	-	
	Montant	Fr.	-	-	-	-	-	-	OK
	Remboursement	%	-	-	-	-	-	-	
	Intérêt	%	-	-	-	-	-	-	
Total	Dettes totales		600'000	30'000	400'000	30'000	-	-	OK
	Total des remboursements		-	-39'600	-41'580	-52'800	-53'400	-53'400	
	Total des intérêts		-	-	-9'900	-10'998	-11'214	-11'430	

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total du crédit figurant dans les champs de la colonne E correspond à la somme des montants partiels figurant dans la ligne correspondante. Exemple: Le crédit 1 s'élève à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est remboursé en deux tranches au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants dans les cases F2 et G2 doit donner 200'000, soit le montant figurant dans la case E2.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Opérations courantes (chiffre d'affaires)						
Total des recettes	-	489'600	612'000	979'200	1'224'000	1'224'000
Total des coûts spécifiques	-	422'000	515'000	794'000	980'000	980'000
Total des coûts de structure (sans intérêts ni amortiss.)	-	59'500	79'500	79'500	129'500	179'500
Excédent monétaire avant intérêts	-	8'100	17'500	105'700	114'500	64'500
Investissements						
- Investissements	-2'200'000	-	-1'100'000	-	-	-
- Besoins en fond de roulement		-256'000	-64'000	-192'000	-128'000	
+ Désinvestissements						
+ Subventions spécifiques (liées à un objet)						
Total	-2'200'000	-256'000	-1'164'000	-192'000	-128'000	-
Financements						
<i>Emprunts et fonds propres</i>						
+ Fonds propres (1 x 5.-/kg fromage)		160'000	40'000	120'000	80'000	-
+ Revenus financiers (intérêts de placements, etc.)						
+ Nouvelles dettes	600'000	30'000	400'000	30'000	-	-
- Remboursements	-	-39'600	-41'580	-52'800	-53'400	-53'400
- Intérêts de dettes et frais financiers	-	-	-9'900	-10'998	-11'214	-11'430
<i>Contributions à fonds perdu</i>						
+ Contributions de la confédération	580'800		290'400			
+ Contributions du canton	580'800		290'400			
+ Contributions communales	145'200		72'600			
+ Contributions d'autres organisations (1)	300'000	100'000	100'000			
Total	2'206'800	250'400	1'141'920	86'202	15'386	-64'830
Prélèvement de moyens financiers:						
- prélèvement pour						
Variation de la trésorerie *	6'800	2'500	-4'580	-98	1'886	-330
Trésorerie totale	6'800	9'300	4'720	4'622	6'508	6'178

*) Trésorerie basée sur la VTNG (variation de la trésorerie nette globale) = Caisse + CCP + Compte courant + Créances + Dettes fournisseurs

Compte de résultats

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prestation (produits)						
- recettes liées au produits / services	-	489'600	612'000	979'200	1'224'000	1'224'000
- autres recettes	-	-	-	-	-	-
- prestations non monétaires *)						
prestation totale	-	489'600	612'000	979'200	1'224'000	1'224'000
Coûts						
spécifiques						
- Dépenses	-	422'000	515'000	794'000	980'000	980'000
- coûts non monétaires *)						
-						
-						
total coûts variables	-	422'000	515'000	794'000	980'000	980'000
Marge brute	-	67'600	97'000	185'200	244'000	244'000
coûts fixes						
- consommation de capital fixe (amortisse	-	39'000	59'000	59'000	59'000	59'000
- Intérêts	-	-	-9'900	-10'998	-11'214	-11'430
- dépenses fixes de la feuille Evolution rec	-	59'500	79'500	79'500	129'500	179'500
- coûts non monétaires *)						
total coûts fixes	-	98'500	128'600	127'502	177'286	227'070
Gain ou perte	-	-30'900	-31'600	57'698	66'714	16'930

de la feuille Recettes-Dépenses
de la feuille Recettes-Dépenses

de la feuille Recettes-Dépenses

de la feuille Investissements
de la feuille Capital étranger
de la feuille Recettes-Dépenses

*) p. ex. facturations, biens en nature, livraisons, valeur locative

Projet de développement régional

Val d'Illeiez

Etude préliminaire

Business plan

Mesure 4: Trois fromageries collectives pour trois à quatre alpages chacune



	Objectif 2020 Fr.	2013		2014		2015		2016		2017		2018	
		%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.
Recettes													
<i>liées au produit/service</i>	440'000												
Vente fromage non-affiné (11.-)	440'000	-	-	40	176'000	80	352'000	80	352'000	100	440'000	100	440'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-												
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	440'000				176'000		352'000		352'000		440'000		440'000
1: lait industriel vendu avec une plus-value de 5 cts par kg, de fait du regroupement des volumes de chargement.													
Dépenses sans les intérêts													
<i>variables</i>	320'000												
Achat lait (-50)	200'000	-	-	40	80'000	60	120'000	80	160'000	100	200'000	100	200'000
3 employés fromagers en saison	120'000	-	-	40	48'000	80	96'000	80	96'000	100	120'000	100	120'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
fixes	30'000												
Entretien		10'300	10'300		22'300		39'500		39'500		45'500		45'500
		10'300	10'300		10'300		15'500		15'500		15'500		15'500
Marketing (géré par la mesure 0)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Charges et divers	30'000	-	-	40	12'000	80	24'000	80	24'000	100	30'000	100	30'000
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	350'000				150'300		255'500		295'500		365'500		365'500
Excédent monétaire avant intérêt	90'000				25'700		96'500		56'500		74'500		74'500

de la feuille Investissements

Remarque**Remarque:**

Veuillez choisir avec laquelle des deux variantes relatives à l'évolution des recettes et dépenses vous souhaitez travailler

En ce qui concerne la présente variante, veuillez estimer l'objectif cible de l'année x (100%), puis reportez dans les années précédentes les pourcentages qui correspondent à une évolution possible de l'année du lancement du projet jusqu'à l'année X

Plan d'investissement

Etude préliminaire: PDR Val d'Illiez
Mesure 4: Trois fromageries collectives pour trois à quatre alpages

Description et année de l'investissement		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Investissement 1	Montant	600'000		300'000				OK
Constructions	Amortissement	12'000	12'000	18'000	18'000	18'000	18'000	
	Entretien	6'000	6'000	9'000	9'000	9'000	9'000	
Investissement 2	Montant	300'000		150'000				OK
filtration eau	Amortissement	6'000	6'000	9'000	9'000	9'000	9'000	
	Entretien	3'000	3'000	4'500	4'500	4'500	4'500	
Investissement 3	Montant	130'000		70'000				OK
raccordement, routes	Amortissement	2'600	2'600	4'000	4'000	4'000	4'000	
	Entretien	1'300	1'300	2'000	2'000	2'000	2'000	
Investissement 4	Montant	130'000		70'000				OK
divers	Amortissement	-	-	-	-	-	-	
	Entretien	-	-	-	-	-	-	
Investissement 5	Montant							OK
	Amortissement	-	-	-	-	-	-	
	Entretien	-	-	-	-	-	-	
Investissement 6	Montant							OK
	Amortissement	-	-	-	-	-	-	
	Entretien	-	-	-	-	-	-	
Total	Investissements totaux	1'160'000		590'000				OK
	Total des amortissements	20'600	20'600	31'000	31'000	31'000	31'000	
	Total des coûts d'entretien	10'300	10'300	15'500	15'500	15'500	15'500	

Évaluation des coûts imputables
(Pourcentage des sommes investies)

66%

L'ordre de grandeur du taux des contributions de la Confédération et du canton est connu mais les coûts ne sont généralement pas tous pris en compte. Il est donc utile, lors de l'évaluation des contributions, de demander d'abord au canton la part approximative des coûts imputables

Remarque: Les investissements qui sont en partie financés avec des contributions à fond perdu sont répartis sur deux lignes vu que la contribution à fond perdu ne doit pas être amortie dans le compte des résultats. Par contre les frais d'entretien doivent être calculés pour l'ensemble de l'investissement.

Exemple: Admettons des investissements effectués pour des bâtiments pour un montant de Fr. 200'000, dont les 2/3 seront vraisemblablement subventionnés. Cet investissement sera réparti entre la partie subventionnée (Fr. 133'000) sans amortissements et sur la partie non subventionnée (Fr. 67 000) avec amortissements.

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total de l'investissement figurant dans les champs de la colonne F correspond à la somme des montants figurant dans la ligne correspondante. Exemple: L'investissement 1 s'élevé à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est réalisé au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants figurant dans les cases F2 et G2 doit donner 200 000, soit le montant figurant dans la case E2.

Description des dettes et crédits		2013	2014	2015	2016	2017	2018	Contrôle
Crédit agricole emprunt	Montant Fr.	180'000						OK
	Remboursement %	-6.60	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	OK
	Intérêt %	0.00						OK
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							OK
	Intérêt %							OK
	Montant Fr.	-						OK
	Remboursement %							OK
	Intérêt %							OK
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							OK
	Intérêt %							OK
	Montant Fr.							OK
	Remboursement %							OK
	Intérêt %							OK
Total	Dettes totales	180'000	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	OK
	Total des remboursements	-	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	OK
	Total des intérêts	-	-	-	-	-	-	OK

Le contrôle indique "OK" lorsque le montant total du crédit figurant dans les champs de la colonne E correspond à la somme des montants partiels figurant dans la ligne correspondante. Exemple: Le crédit 1 s'élève à Fr. 200'000.- (montant dans la case E2). Il est remboursé en deux tranches au cours des années 1 et 2. La somme des deux montants dans les cases F2 et G2 doit donner 200'000, soit le montant figurant dans la case E2.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Opérations courantes (chiffre d'affaires)						
Total des recettes	-	176'000	352'000	352'000	440'000	440'000
Total des coûts spécifiques	-	128'000	216'000	256'000	320'000	320'000
Total des coûts de structure (sans intérêts ni amortiss.)	10'300	22'300	39'500	39'500	45'500	45'500
Excédent monétaire avant intérêts	-10'300	25'700	96'500	56'500	74'500	74'500
Investissements						
- Investissements	-1'160'000	-	-590'000	-	-	-
- Besoins en fond de roulement						
+ Désinvestissements						
+ Subventions spécifiques (liées à un objet)						
Total	-1'160'000	-	-590'000	-	-	-
Financements						
<i>Emprunts et fonds propres</i>						
+ Fonds propres (50'000 par partenaire)	300'000		150'000			
+ Revenus financiers (intérêts de placements, etc.)	180'000					
+ Nouvelles dettes						
- Remboursements		-11'880	-11'880	-11'880	-11'880	-11'880
- Intérêts de dettes et frais financiers						
<i>Contributions à fonds perdu</i>						
+ Contributions de la confédération	308'000		154'000			
+ Contributions du canton	308'000		154'000			
+ Contributions communales	77'000		38'500			
+ Contributions d'autres organisations (1)						
Total	1'173'000	-11'880	484'620	-11'880	-11'880	-11'880
Prélèvement de moyens financiers:						
- prélèvement pour						
Variation de la trésorerie *)	2'700	13'820	-8'880	44'620	62'620	62'620
Trésorerie totale	2'700	16'520	7'640	52'260	114'880	177'500

*) Trésorerie basée sur la VTNG (variation de la trésorerie nette globale) = Caisse + CCP + Compte courant + Créances + Dettes fournisseurs

Compte de résultats

Etude préliminaire: PDR Val d'Illiez
Mesure 4: Trois fromageries collectives pour trois à quatre alpages

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Prestation (produits)						
- recettes liées au produits / services	-	176'000	352'000	352'000	440'000	440'000
- autres recettes	-	-	-	-	-	-
- prestations non monétaires *)						
prestation totale	-	176'000	352'000	352'000	440'000	440'000
Coûts						
spécifiques						
- Dépenses	-	128'000	216'000	256'000	320'000	320'000
- coûts non monétaires *)						
-						
-						
total coûts variables	-	128'000	216'000	256'000	320'000	320'000
Marge brute	-	48'000	136'000	96'000	120'000	120'000
coûts fixes						
- consommation de capital fixe (amortisse	20'600	20'600	31'000	31'000	31'000	31'000
- Intérêts	-	-	-	-	-	-
- dépenses fixes de la feuille Evolution rec	10'300	22'300	39'500	39'500	45'500	45'500
- coûts non monétaires *)						
total coûts fixes	30'900	42'900	70'500	70'500	76'500	76'500
Gain ou perte	-30'900	5'100	65'500	25'500	43'500	43'500

*) p. ex. facturations, biens en nature, livraisons, valeur locative

Commission agricole intercommunale du Val d'Illeiz

Projet de développement régional

Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Compte rendu de l'atelier I
du 14 décembre 2010 à Champéry

Version provisoire du 23 décembre 2010



Ordre du jour

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs
2. Présentation du diagnostic
3. Atelier SWOT
- 4 résultats du SWOT
5. Suites des activités
6. Divers et clôture

Pour traiter

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Auteur du compte rendu

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs

Patrice Dubosson présente l'idée de projet, rappelle l'historique de la démarche et présente l'ordre du jour des travaux.

2. Présentation du diagnostic

Alexandre Repetti présente le diagnostic.

Les principaux éléments sont présentés en annexe 1.

3. Atelier SWOT

Les principaux éléments sont présentés en annexe 2.

4 résultats du SWOT

L'atelier participatif du 17 novembre 2010 a confirmé l'intérêt des agriculteurs pour, en première priorité, un projet orienté sur l'amélioration des conditions de production de fromage d'alpage au lait cru, avec les mesures suivantes:

- Local de coulage centralisé à Val d'Illeiz
- Cave d'affinage centralisée
- Amélioration des conditions de fabrication du fromage dans certains alpages
- Regroupements d'une partie des alpages par unités de 2 à 5 autour d'une fromagerie commune
- Marketing, labellisation, commercialisation

En seconde priorité, le projet doit intégrer la faisabilité d'un centre de production de biogaz à partir des fumiers.

D'autres mesures techniques pourront compléter le projet de développement régional.

5. Suites des activités

Le bureau du groupe lait va confronter ces idées avec les producteurs, au niveau des trois sociétés de laiterie.

Il va réaliser une enquête avec les grossistes et détaillants de fromage pour mieux appréhender le marché du Raclette.

Il va rencontrer la Fédération laitière valaisanne pour discuter des conditions du marché.

Le prochain atelier est prévu le mardi 18 janvier à 20h à Troistorrens

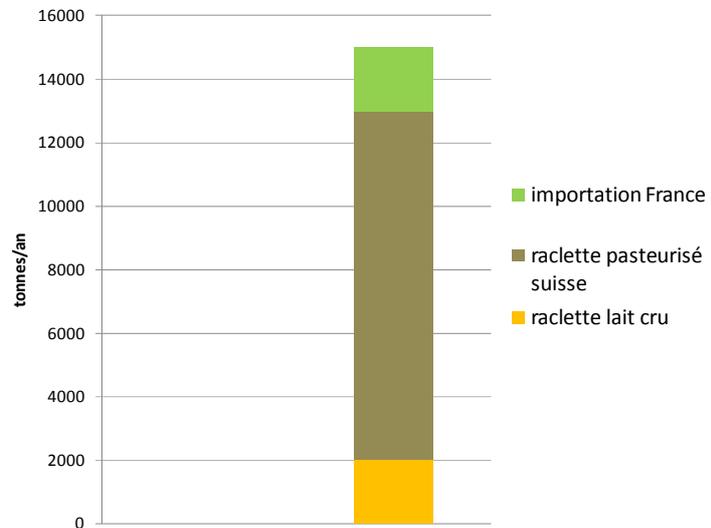
Annexe 1 : diagnostic

Fromage à raclette

Le principal fromage produit aujourd'hui dans le Val d'Illyez est du Raclette d'alpage au lait cru. Le Val d'Illyez fait partie du périmètre du Raclette AOC.

Le Valais produit environ 2'000 to/an de fromage à raclette au lait cru. Cette production ne représente qu'une petite partie de la production de fromage à Raclette, dont l'essentiel est produit à partir de lait pasteurisé (voir ci-contre).

La fédération laitière valaisanne et ses filiales Valcrème et Alpgold représentent environ 45% de la commercialisation du marché du Raclette au lait cru. Le solde de 55% est vendu directement par les producteurs à divers intermédiaires et aux consommateurs.



Le prix du fromage à raclette varie énormément et il n'existe pas de prix de référence. La concurrence des fromages industriels exerce une pression à la baisse sur le prix des fromages au lait cru. Divers tests de dégustation, menés notamment par la TSR, montrent qu'il est très difficile d'établir une corrélation entre les qualités (AOC, lait cru, pasteurisé), les prix, les qualités gustatives et l'apparence de la raclette dans l'assiette. Les fromages pasteurisés ressortent souvent comme mieux adaptés aux raclonettes, alors que les fromages au lait cru ont souvent la préférence des raclers.

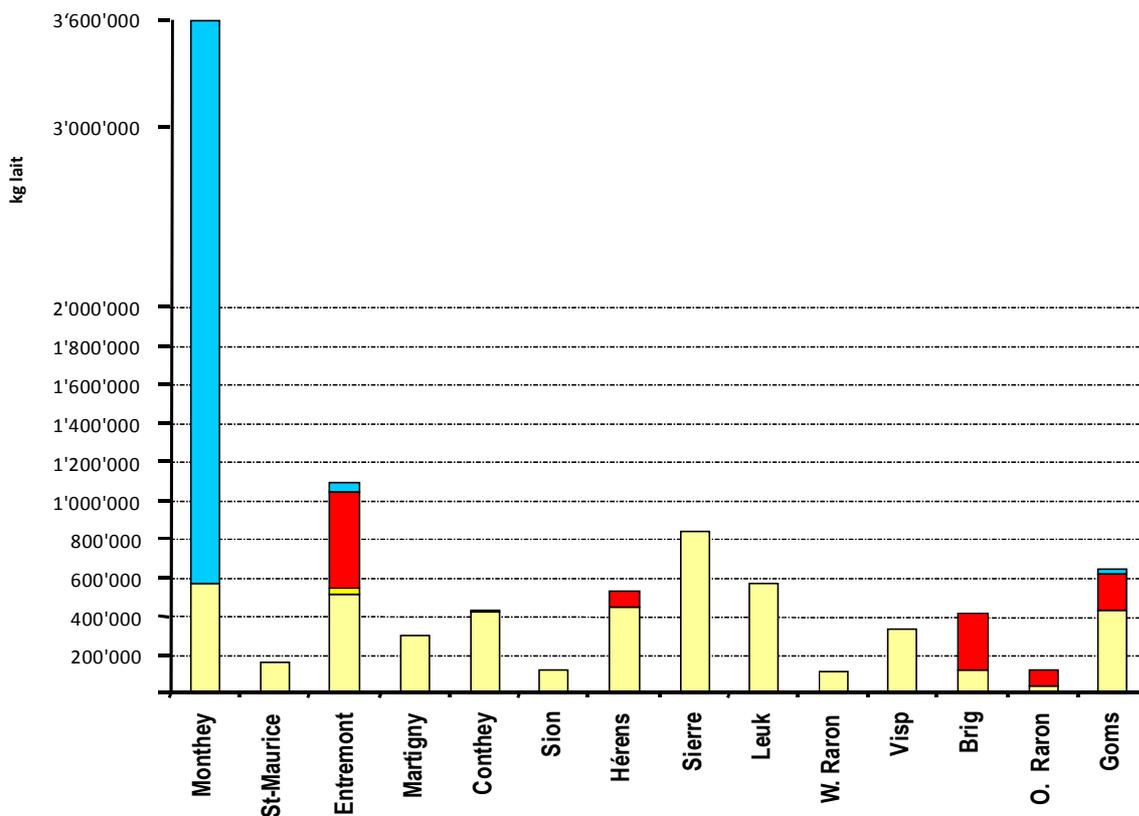
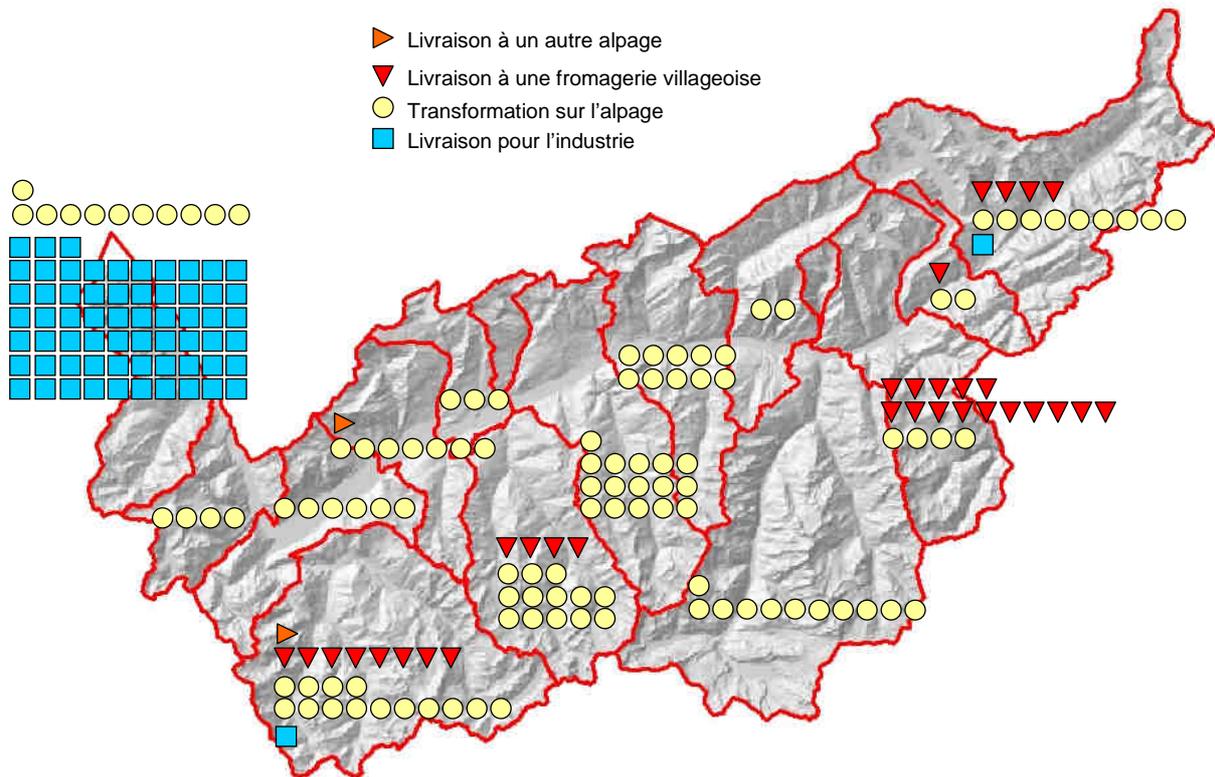
Au niveau du marketing, le fromage au lait cru et le fromage pasteurisé sont en concurrence. Le fromage au lait cru mise sur l'AOC, l'authenticité des produits, la typicité, le savoir-faire et l'historicité. De son côté, le fromage pasteurisé cherche à séduire un public jeune, à lancer sur le marché des fromages non conventionnels: aromatisés, affinés en grotte ou prétranchés, ainsi qu'à inciter à la consommation estivale.

Le Raclette au lait cru est consommé essentiellement en Valais (75%) et dans le Bassin Lémanique (20%).

Production laitière valaisanne

Le Val d'Illyez produit 5.2 mio de kilos de lait (2010), soit 13% de la production cantonale. La production est essentiellement orientée à plus de 80% vers le lait industriel. La particularité du Val d'Illyez est de ne pas valoriser la production laitière d'été pour la fabrication de fromage, contrairement au reste du canton.

La carte et le graphique ci-dessous présentent la production laitière des alpages et son utilisation, d'après l'observatoire cantonal des alpages réalisé par le service cantonal de l'agriculture. Ils mettent en évidence l'importante production laitière des alpages du district de Monthey, dans lequel le Val d'Illyez représente la plus grande part, et également la grande proportion de ce lait livré à l'industrie.



Utilisation de la production laitière d'alpage, en Valais.

Production laitière du Val d'Illicz

La production laitière du Val d'Illicz a atteint 5'280'000 kg en 2009-2010. De cette production, 730'000 kg ont été transformés en fromage au lait cru sur les alpages.

Le tableau ci-dessous présente les volumes produits par société de laiterie (la ligne Vallait correspond aux producteurs indépendants qui livrent directement à Vallait sans passer par les sociétés de laiterie).

2010	été		hiver		total
	fromage	lait d'été	lait hiver sans silo	lait hiver avec silo	
Troistorrents	-	-	77'000	566'000	643'000
Morgins	146'000	652'000	-	-	798'000
Val d'Illicz	450'000	874'000	-	473'000	1'797'000
Champéry	135'000	280'000	217'000	862'000	1'494'000
indépendants	-	372'000	-	173'000	545'000
total	731'000	2'178'000	294'000	2'074'000	5'277'000

Les comparaisons de ces chiffres avec ceux de 2007 montrent que la filière lait est en évolution rapide avec une baisse générale de la production (-6% en 3 ans) et une augmentation de la fabrication de fromage (+250% en 3 ans). Plusieurs alpages ont commencé la production de fromage ces trois dernières années, le plus souvent pour une partie de leur production seulement.

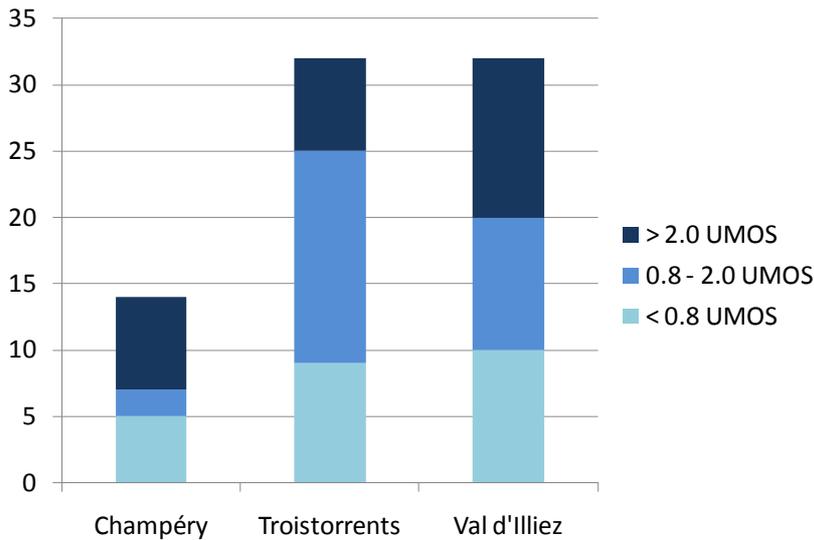
La comparaison entre les trois communes montre des réalités différentes qui répondent probablement aux résultats de discussions entre les agriculteurs des communes pour chercher des solutions face à la baisse du prix du lait. Val d'Illicz a ainsi vu une forte augmentation de la fabrication fromagère, beaucoup plus que les autres communes. Champéry a privilégié le lait d'hiver alors que les autres communes ont tendance à retarder les vêlages et à produire plus de lait en été.

Plusieurs exploitations de plaine (ou d'autres régions) mettent leur bétail en estivage dans le Val d'Illicz. Les effectifs 2010 montrent que 850 vaches laitières ont passé l'hiver dans la vallée et que 1150 vaches sont montées de la plaine pour l'estivage. Au total près de 2000 vaches laitières ont donc passé l'été dans la vallée, la plupart en alpage (1825 vaches) et quelques-unes en SAU (175 vaches).

Le tableau ci-dessous montre que 89 exploitations de base sont présentes dans le Val d'Illicz, dont 72 détiennent des vaches laitières. 61 détenteurs de vaches laitières coulent du lait ou fabriquent du fromage, les 11 autres ont de très petits volumes de production et donnent le lait aux veaux.

	SAU	estivage	exploitations de base	détenteurs de vaches laitières
	ha	PN	#	#
Champéry	300	1510	15	12
Troistorrents	440	1358	30	26
Val d'Illicz	672	1497	44	34

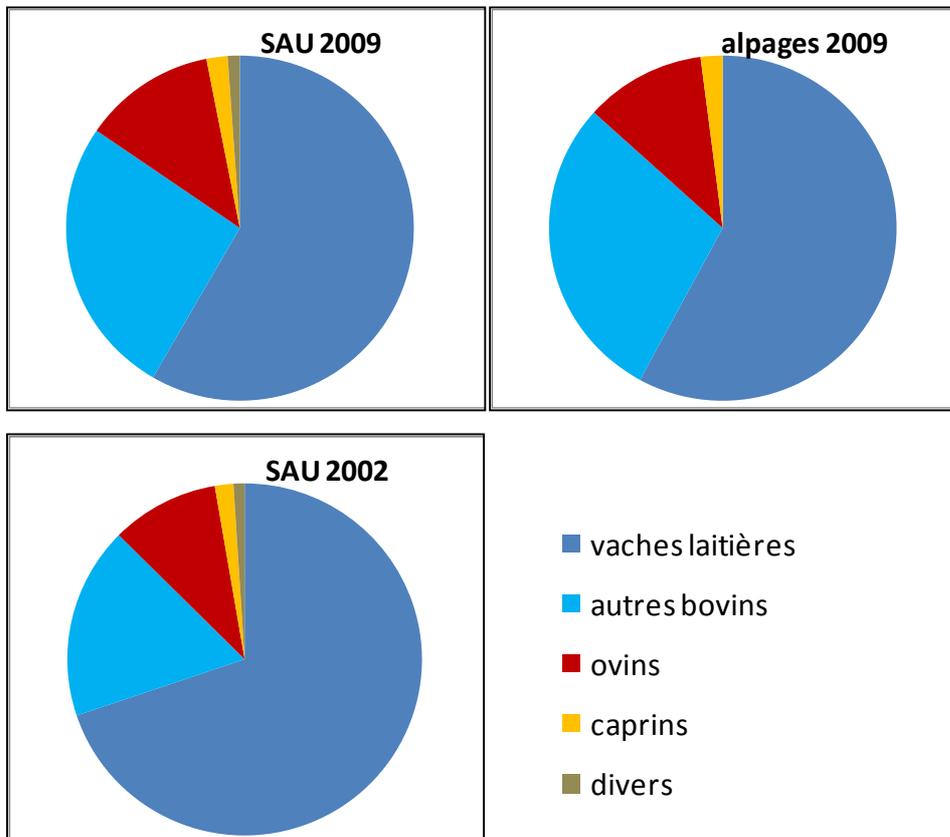
Les exploitations agricoles avec vaches laitières sont des exploitations de taille familiale, avec une exploitation de base, un alpage et une partie des agriculteurs qui travaillent ailleurs à temps partiel, notamment en hiver aux remontées mécaniques. Le graphique ci-dessous montre la taille des exploitations détentrices de vaches laitières (y inclut les alpages) en unités de main d'œuvre standard (UMOS)



Finalement, il est intéressant de constater que le renouvellement des responsables d'exploitation fonctionne bien: 30% des producteurs de lait ont moins de 40 ans, 60% 40 à 60 ans et 10% plus de 60 ans.

L'agriculture du Val d'Illeiz

La production laitière est la principale filière agricole du Val d'Illeiz, mais les ovins, caprins et vaches allaitantes sont également significatifs au niveau de l'exploitation agricole. La quantité de bétail est en légère diminution, avec une diminution du nombre de vaches laitières (-17% en 7 ans) au profit des vaches allaitantes. Les trois graphiques ci-dessous montrent les proportions des différents types de bétail, en UGB.



En conséquence de cette évolution, la charge des alpages est en diminution et aujourd'hui, un quart des alpages est sous-exploité (moins de 75% de la charge usuelle).

Conditions de production

Les équipements de base sont généralement bons, orientés sur l'ensilage. Une réorientation pour produire du lait de fromagerie dans la vallée demanderait une réorganisation importante des exploitations. Les alpages présentent des conditions difficiles en termes d'équipements.

La production laitière impose de disposer d'eau potable pour le nettoyage des équipements de traite. Les analyses biochimiques ont montrée que plusieurs problèmes étaient apparus en alpage lors des dernières saisons.

Les alpage ne sont pour la plupart pas raccordés au réseau électrique. Chacun a mis en place des solutions individuelles pour la traite, mais ceci impose des contraintes pour la fabrication de fromage.

Le réseau de desserte des alpages est généralement bon, avec une route du lait.

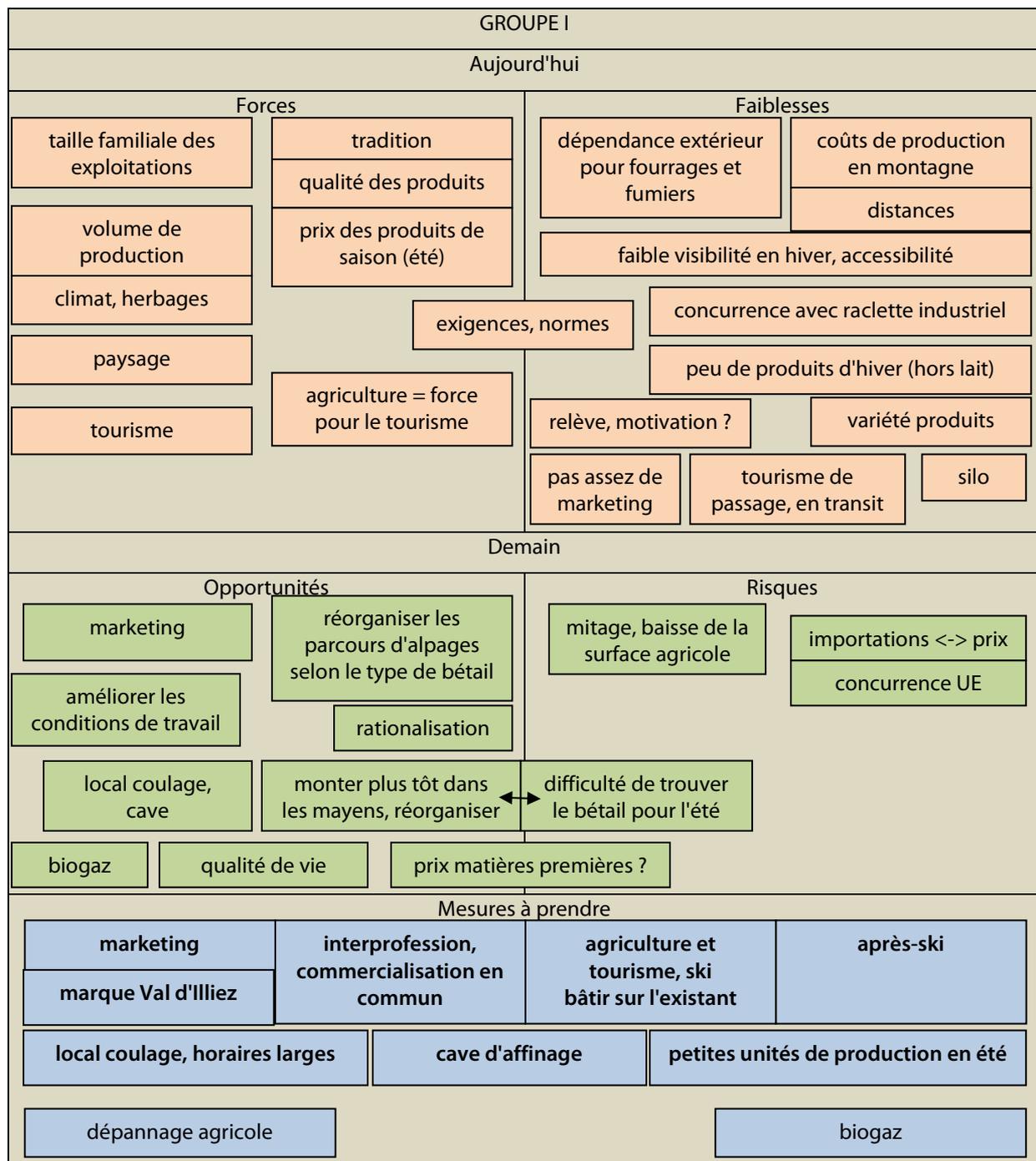
Les alpages qui fabriquent du fromage font face au problème de l'évacuation du petit lait. Peu d'alpages sont aujourd'hui en parfaite conformité avec les normes actuelles.

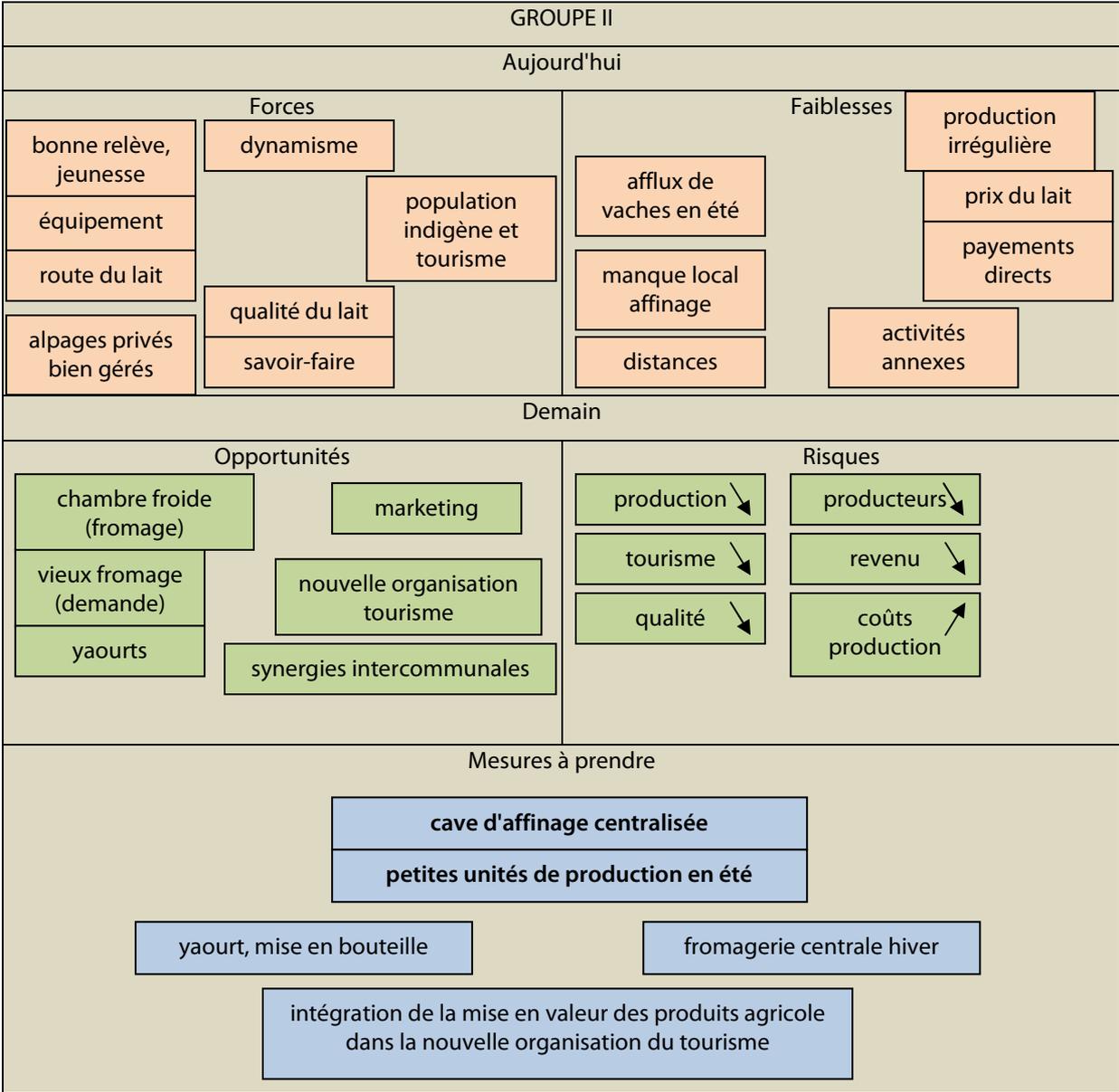
Annexe 2: atelier SWOT

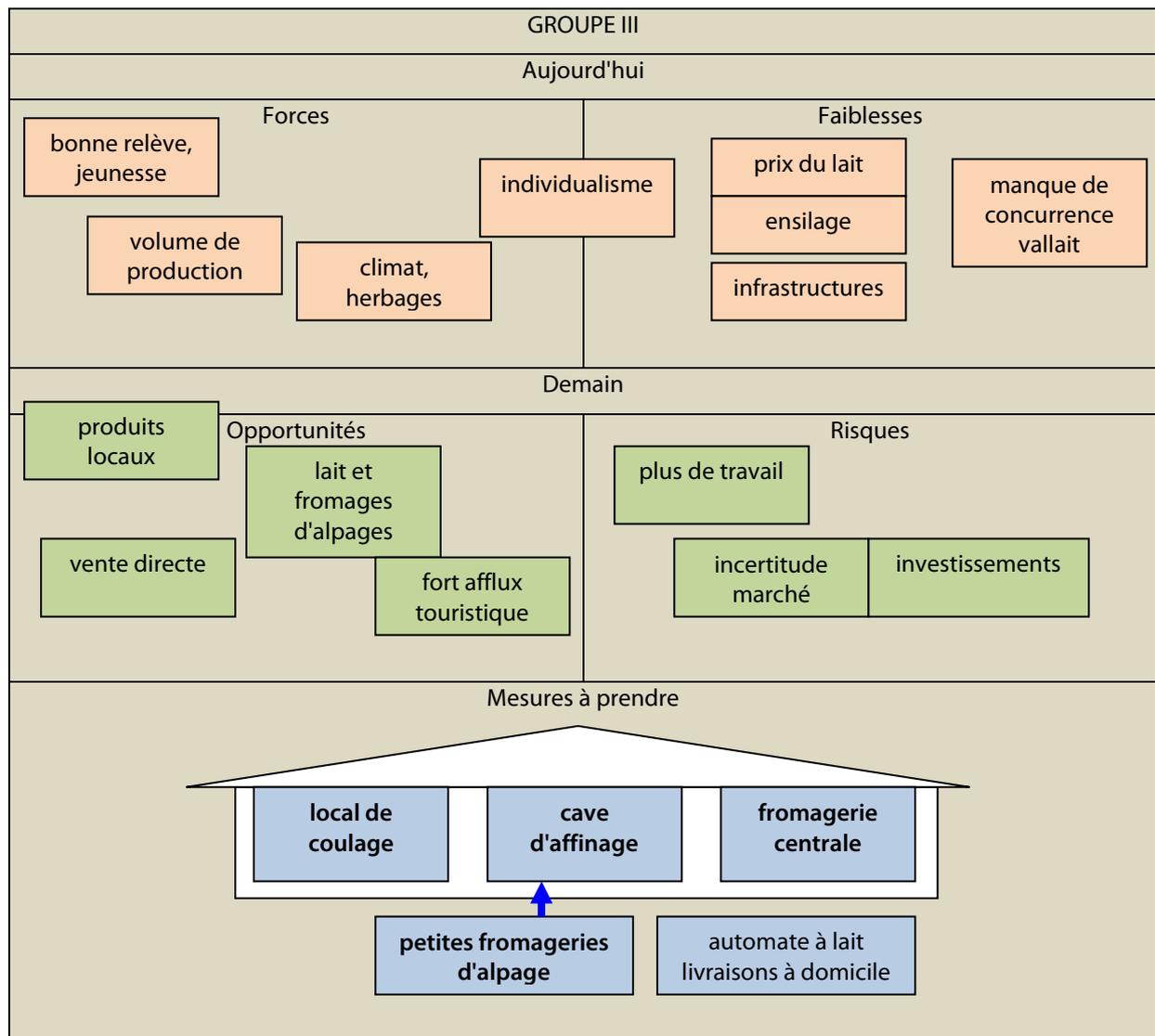
Partant de l'idée de projet présentée dans l'esquisse de projet, l'assemblée générale de la commission agricole intercommunale du 17 novembre 2010 a montré que les agriculteurs étaient tous à la recherche de solutions, avec des idées nombreuses et parfois opposées de l'idée de projet et des objectifs à atteindre.

Pour consolider l'idée de projet, l'atelier du 14 décembre a réuni le groupe lait, constitué de producteurs de lait, de producteurs de fromages et autres produits laitiers, d'un producteur de plaine qui vient en estivage dans le Val d'Illeiez, de représentant de la filière (fromager, vendeuse à la cavage, restaurateur) et de conseillers communaux. Suite à la présentation du diagnostic, l'atelier a été mené en trois groupes, afin d'identifier les forces et faiblesses de la filière lait aujourd'hui, les potentialités et risques pour demain, ainsi que les mesures prioritaires à traiter pour constituer le projet.

Les travaux des trois groupes ont abouti aux résultats suivants:







L'atelier participatif du 17 novembre 2010 a confirmé l'intérêt des agriculteurs pour, en première priorité, un projet orienté sur l'amélioration des conditions de production de fromage d'alpage au lait cru, avec les mesures suivantes:

- Local de coulage centralisé à Val d'Illeiz
- Cave d'affinage centralisée
- Amélioration des conditions de fabrication du fromage dans certains alpages
- Regroupements d'une partie des alpages par unités de 2 à 5 autour d'une fromagerie commune
- Marketing, labellisation, commercialisation

En seconde priorité, le projet doit intégrer la faisabilité d'un centre de production de biogaz à partir des fumiers.

D'autres mesures techniques pourront compléter le projet de développement régional.

Commission agricole intercommunale du Val d'Illeiz

Projet de développement régional

Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Compte rendu de l'atelier II
du 18 janvier 2011 à Troistorrents

Version provisoire du 26 janvier 2011



Ordre du jour

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs
2. Compte rendu de l'atelier du 14 décembre
3. Enquête producteurs
4. Enquête grossistes
5. Atelier "Objectifs et mesures"
6. Prochaine séance et divers

Pour traiter

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Auteur du compte rendu

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs

Patrice Dubosson ouvre la séance.

Alexandre Repetti présente l'ordre du jour des travaux et rappelle l'idée de projet.

2. Compte rendu de l'atelier du 14 décembre

Alexandre Repetti présente le compte rendu de l'atelier et revient en détail sur les conclusions.

Le compte rendu de l'atelier est validé.

Le compte rendu de l'atelier sera repris comme une des parties du rapport de l'étude de faisabilité.

3. Enquête producteurs

Alexandre Repetti présente les principaux résultats de l'enquête réalisée auprès des producteurs.

Les principaux éléments sont présentés en annexe 1.

4. Enquête grossistes

Alexandre Repetti présente les principaux résultats de l'enquête réalisée auprès des grossistes.

Patrice Dubosson et Laurent Ecoeur complètent la présentation.

Les principaux éléments sont présentés en annexe 2.

La discussion générale montre la préoccupation des producteurs face aux prix du lait et aux perspectives peu réjouissantes, face aux répercussions du prix du lait sur l'économie paysanne et la structure des exploitations, avec de moins en moins de bétail.

La discussion montre l'intérêt général des grossistes pour un produit de saison Raclette Alpage AOC, qui constitue un potentiel intéressant, mais qui ne concerne qu'une partie des producteurs.

5. Atelier

Le groupe lait discute des mesures sur lesquelles l'étude de faisabilité doit être menée. Ces mesures sont les suivantes:

- **Marketing et communication**
- **Fabrication par alpage et quartiers, y inclus mesures techniques liées**
- **Cave d'affinage centralisée**
- **Local de coulage centralisé**
- **Solutions de mise en valeur du lait d'hiver**
- **Installation de biogaz**

Les trois premiers points sont travaillés par groupes de travail, au niveau des objectifs, des conditions de mise en œuvre et des éléments à analyser.

Le local de coulage centralisé et ses conditions de mises en œuvre sont discutées par l'ensemble du groupe lait.

Les solutions de mise en valeur du lait d'hiver sont importantes pour garantir une filière à moyen terme. Les prix du lait en hiver sont si bas que ne rien faire aura des conséquences importantes sur la filière, induisant des difficultés croissantes à trouver du bétail laitier pour l'estivage.

L'installation de biogaz est un point technique qui nécessite une vérification de la faisabilité économique, en premier lieu.

Les résultats de l'atelier sont présentés en annexe 3.

6. Prochaine séance et divers

La date initialement fixée du prochain atelier ne convenant pas, une nouvelle date est proposée:

15 février, 20h (à confirmer).

Annexe 1 : enquête producteurs

Participation

Un questionnaire « producteurs » a été préparé par les mandataires et envoyé aux 74 producteurs de lait qui coulent du lait ou produisent du fromage dans le Val d'Illeiz. 36 producteurs ont répondu, sur lesquels 28 ont indiqués qu'ils étaient intéressés au projet.

Les producteurs ayant répondu et intéressés ne sont que 38% des producteurs. Ils totalisent par contre 53% de la production laitière du Val d'Illeiz. La moitié des producteurs de fromage ont répondu positivement au questionnaire.

Evolution des alpages

La plupart des producteurs pensent que l'évolution actuelle va se maintenir, soit une diminution progressive du nombre de vaches laitières, remplacée par les vaches allaitantes et autres bétails.

4 producteurs se sont dits intéressés à reprendre un alpage ou agrandir leur exploitation.

Production de fourrage

En grande majorité, les producteurs de la vallée produisent la totalité ou presque de leur fourrage sur l'exploitation durant les mois d'été. Il s'agit de fourrage sec et de silo. Seulement 12% des producteurs achètent plus de 20% de leur fourrage.

La production du fourrage en été est une activité qui occupe largement la main d'œuvre agricole et qui limite la disponibilité des agriculteurs pour fabriquer du fromage sur leur alpage.

Valorisation du lait

Le lait est en majorité vendu à Vallait comme lait industriel, à un prix variant entre -.49 et -.66, selon la saison et les conditions particulières.

En été, quelques alpages vendent leur lait à un fromager, à un prix d'environ -.75.

Plusieurs producteurs de lait fabriquent du fromage, principalement en été. Le fromage est vendu soit à Vacrème/Alpgold autour de 6 semaines à un prix de 10.50, soit en vente directe, affiné à un prix de 15.- à 17.-.

Quelques producteurs proposent d'autres produits finis : yaourts, sérac, beurre, lait cru, en vente directe et au travers des épiceries locales et de la Cavagne.

Finalement une partie du lait est utilisée pour engraisser les veaux.

Mesures prioritaires

Les producteurs ont dans une grande majorité (85% des participants) demandé en priorité des mesures de renforcement du marketing et de la commercialisation.

Concernant les mesures techniques, un consensus se dégage en faveur d'une cave d'affinage centralisée et d'un soutien à la fabrication dans les alpages ou/et dans des fromageries communes à 3 ou 4 alpages. 80% des producteurs ayant répondu vont dans ce sens, en proposant différentes options pour la fabrication et l'affinage. Ils souhaitent en général améliorer l'existant, tout en laissant ouvert le choix de la participation de chaque alpage.

Une fromagerie centralisée pour toute l'année n'obtient que 15% de suffrages. Une fromagerie qui ne fonctionnerait que l'hiver retient l'intérêt de 40% des sondés.

Un local centralisé de coulage n'obtient également que 40% des suffrages, pour autant que cela représente un gain économique. Plusieurs producteurs de Champéry sont fortement opposés à cette solution.

Concernant les équipements, 55% des sondés soutiennent l'idée d'une installation de biogaz. 40% des producteurs sont intéressés à une solution énergétique nouvelle pour leur alpage, 40% à une solution pour l'eau sur leur alpage. Quelques producteurs demandent une amélioration des accès, une formation complémentaire en fabrication de fromage ou une installation de traitement du petit lait.

Finalement, plusieurs producteurs mettent en évidence leur crainte de la concurrence sur le marché du fromage, au niveau de la vallée et au niveau national. Derrière ces notions se cachent des réalités très différentes: la concurrence sur le marché national est forte mais peu influencée par les stratégies du Val d'Illy, alors que la question de la concurrence régionale est aujourd'hui réelle puisque chaque producteur suit une stratégie individuelle de commercialisation et craint la saturation du marché. Avec l'augmentation de la production régionale, l'écoulement des produits devient aujourd'hui un des facteurs limitant et nécessite une meilleure structuration de la commercialisation et du marketing.

Ce dernier point est également soulevé par plusieurs producteurs qui mettent en avant la nécessité de regrouper les forces paysannes et d'être solidaire, contrairement à l'esprit individuel qui prévaut aujourd'hui.

Conclusion

En premier lieu, il est important de retenir de cette enquête que l'idée d'une réorganisation de la filière lait du Val d'Illy n'est pas aujourd'hui un projet partagé par tous. Les plus gros producteurs y sont en général favorables, alors que de nombreux petits producteurs souhaitent probablement rester sur le mode actuel, malgré la baisse du prix du lait.

En deuxième lieu, on notera que l'esprit individualiste et la concurrence sur le marché du fromage rendent les agriculteurs prudents. Ils sont en faveur de mesures de restructuration de la filière, mais craignent une simple augmentation de la production de fromage sans mesures fortes de marketing, de commercialisation et d'organisation communautaire.

Au niveau du projet, les producteurs de lait mettent la priorité sur deux groupes de mesures: d'une part un renforcement du marketing, de la commercialisation, de la structuration de la filière et des liens avec le tourisme. D'autre part, un soutien à la fabrication de Raclette au lait cru d'alpage (et de montagne), au travers d'une cave d'affinage centralisée, d'amélioration des fromageries pour des alpages individuels ou pour des groupes de 2 à 5 alpages qui fabriqueront en commun.

Les autres mesures (fromagerie centrale, local de coulage centralisé) n'obtiennent pas de majorité des voix et sont sources d'oppositions de certains producteurs. Ces autres mesures ne sont pas consensuelles aujourd'hui, à l'exception d'une installation de biogaz dont la faisabilité reste à préciser.

Annexe 2 : étude de marché

Cette partie reste à compléter ultérieurement, sur la base des enquêtes producteurs toujours en cours.

Annexe 3 : atelier objectifs, mesures et conditions de mise en œuvre

Groupe 1

MARKETING ET COMMERCIALISATION
<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none">• Faire connaître les produits hors du Val d'Illeiz et mettre en valeur leurs qualités• Labellisation• Faire connaître la région, les alpages et les paysages• Augmenter la valeur ajoutée sur l'année (été et hiver) et pour le plus grand nombre• Etaler la fabrication sur l'hiver, selon le marché
<p>Mesures et conditions de mise en œuvre</p> <p>Produit mis en avant: <i>Raclette au lait cru d'Alpage AOC du Val d'Illeiz</i>, produit de haute qualité, de saison, disponible en automne et hiver, durant le pic de consommation.</p> <p>Ce produit étant demandé par le marché, la stratégie passe par une augmentation de la production de fromage.</p> <p>Au vu de l'intérêt des producteurs, 30 à 70 to supplémentaires par an n'est envisageable qu'à long terme.</p> <p>Objectif réaliste à moyen terme: 10 à 30 to supplémentaire par an.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Travailler sur un label. A préciser par analyse des consommateurs.2. Un label pour tous, derrière lequel tout le monde peut s'identifier et se ranger.3. Optimiser la qualité de la production existante.4. Ajouter quelques unités de production, par alpage individuel ou par 2-5 alpages qui se mettent ensemble pour fabriquer.5. Faire progresser les volumes.6. Organiser la commercialisation avec quelques grossistes, sondages de qualité, le tout en complément de la vente directe existante. <p>L'objectif étant relativement modeste en terme de production supplémentaire, il n'y a pas de besoin de s'associer avec Valcrème-AlpGold. La commercialisation doit se faire au niveau de l'association des producteurs.</p>
<p>Risque</p> <p>On aide surtout les producteurs qui fabriquent déjà en alpage. Pas de solution pour l'hiver. Y aura-t-il encore du bétail laitier ?</p>

Groupe 2

CAVE D'AFFINAGE CENTRALISEE
<p><i>Objectifs</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Rationaliser le travail (robot) (pénible, ingrat)• Gagner en qualité (-> prix!)• Augmenter les volumes fabriqués
<p><i>Conditions de mise en œuvre</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Constitution d'une société coopérative• Lieu accessible toute l'année• Engagement minimum (parts sociales), avec un nombre de sociétaires et un volume• Garder des possibilités d'agrandir• Inclure des cellules de froid pour stopper la maturation
<p><i>Faisabilité</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Coût à charge des sociétaires ? (coût total - subventions)• Propositions de sites ? Champéry-Rénovation ? Val d'Illeiz, en synergie avec le local de coulage ? Troistorrents, Morgins, à la Cavagne ?

Groupe 3

FABRICATION A L'ALPAGE

Objectifs

- Valorisation du prix du lait
- Compensation du prix bas du lait en hiver
- Valorisation du terroir
- Image positive, revalorisation du métier
- Assurer le maintien d'une agriculture

Conditions de mise en œuvre

- Se mettre ensemble pour engager un fromager
 - > Confiance vis-à-vis du lait indispensable
 - > Trouver des fromagers: pas facile
- Garder la typicité de chaque fromage
 - > Possibilité de fabriquer le lait séparément ? (confiance sur la qualité)
 - > Affinages personnalisés ?
- Améliorer les installations dans les alpages
 - > Elles sont en général déjà bonnes. Peu d'investissement nécessaire.
 - > Approvisionnement en eau (de qualité), en électricité
 - > Elimination des eaux usées et du petit lait
 - > Grandes distances, beaucoup d'alpages
- L'écoulement doit être assuré
 - > Cave d'affinage centralisée indispensable / coopérative
 - > Prix minimum du fromage à 3 mois: 16.-, prix unique

Commission agricole intercommunale du Val d'Illeiz

Projet de développement régional

Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Compte rendu de l'atelier III du 15 février 2011 à Val d'Illeiz

Version provisoire du 16 février 2011



Ordre du jour

1. Mot de bienvenue
2. Compte rendu de l'atelier du 18 janvier
3. Objectifs et pondération
4. Installation de biogaz
5. AOC et labels
6. Local de coulage centralisé
7. Atelier
8. Prochaine séance et divers

Pour traiter

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Auteurs du compte rendu

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

Gregory Huguelet, géographe, Repetti sàrl, Montreux

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs

Patrice Dubosson ouvre la séance.

Alexandre Repetti présente l'ordre du jour des travaux et rappelle l'idée de projet.

2. Compte rendu de l'atelier du 18 janvier

Alexandre Repetti présente le compte rendu de l'atelier et revient en détail sur les conclusions.

Le compte rendu de l'atelier est validé.

3. Objectifs et pondération

Sur la base des précédents ateliers et des objectifs de l'OFAG, un système d'objectifs est proposé. La validation des objectifs s'effectue au travers d'une pondération. Les résultats de la pondération sont disponibles en annexe 1.

4. Installation de biogaz

Selon des informations préliminaires prises auprès de spécialistes, Alexandre Repetti présente les questions clés liées à une installation de biogaz dans le Val d'Illyez :

- les substrats d'été (fumier, petit lait, etc.)
- les co-substrats (possibilité d'utiliser les compostes communaux)
- la réutilisation de la chaleur fournie (condition pour un subventionnement) : chauffer un quartier
- la reprise des compostes à la sortie du système

Actuellement, il y a peu (ou pas) d'exemples d'une telle installation collective et en montagne.

Il a alors décidé d'approfondir cette thématique et de mandater un spécialiste pour effectuer une étude de faisabilité.

5. AOC et labels

Alexandre Repetti présente l'AOC Raclette du Valais, ainsi que différentes variantes de labellisation. Concernant l'AOC, le cahier des charges, actuellement en révision, délimiterait une liste nominative d'alpages et une dénomination « Alpage du Val d'Illyez » serait possible. En dehors de l'AOC, l'utilisation du terme « Raclette » est limitée et nécessite une coordination avec le chimiste cantonal.

Pour la suite de la démarche, il s'agit d'étudier les différentes possibilités (AOC et labellisation), mais aussi de réfléchir en termes de commercialisation et de marketing (ce qui fait notamment l'objet de l'atelier n°3).

6. Local de coulage centralisé

Christian Bernasconi présente une estimation préliminaire des coûts et des frais liés à la création d'un local de coulage centralisé. Cette estimation tient compte des frais engendrés pour acheminer le lait (distance et temps), des quantités prévisionnelles basées sur l'analyse du SCA, sur une diminution de 15% de la production d'été désormais fabriquée, ainsi que de la plus-value réalisée par l'économie des frais de transport par Vallait.

Cette première estimation démontre qu'un local de coulage centralisé permettrait à la vallée de réaliser un bénéfice. Il s'agit maintenant d'affiner ces projections pour aller plus loin dans la démarche.

Le détail de cette estimation préliminaire est disponible en annexe 2

7. Atelier

Dans la continuité des précédents ateliers, le groupe lait est réparti en trois groupes de travail traitant d'une des thématiques suivantes :

- Mise en valeur du lait d'hiver
- Marketing, communication et commercialisation
- Identification des alpages et quartiers

Le premier groupe aborde la thématique de la mise en valeur de la production d'hiver en s'interrogeant notamment sur les types de produits, les intérêts liés, le(s) type(s) de fabrication, les marchés visés et les moyens de distribution. Le deuxième groupe traite la thématique de la labellisation, les variantes de labels, la qualité, la délimitation des produits labellisés, la dénomination et la commercialisation. Le troisième groupe procède à une identification des alpages fabriquant ainsi que des types d'améliorations possibles, que cela soit de manière groupée ou individuelle.

Cette dernière thématique nécessite une identification des (potentiels) producteurs, dans le but de pouvoir les réunir pour discuter des possibilités de regroupement, d'amélioration, etc. Il est décidé de leur envoyer un questionnaire leur demandant leurs souhaits et leurs intentions pour l'avenir.

Les résultats de l'atelier sont présentés en annexe 3

8. Prochaine séance et divers

La prochaine séance est fixée au 22 mars. Les producteurs ayant répondu au questionnaire y seront également conviés.

Annexe 1 : Identification participative des priorités

Voir document séparé

Annexe 2 : Local de coulage centralisé

Prévision de la production laitière à l'horizon 2010 :

Prévision 2020 *	lait	couleurs	moyenne	
			par an	par jour
Champéry	620'500 kg	5	137'889 kg	378 kg
Troistorrents (hiver, 240 j.)	395'000 kg	11	35'909 kg	150 kg
Morgins (été, 125 j.)	794'750 kg	15	52'983 kg	424 kg
Val-d'Illeiez	1'865'388 kg	18	103'633 kg	284 kg
	3'675'638 kg	49	75'786 kg	208 kg

* Quantités prévisionnelles basées sur l'analyse SCA et avec une diminution de 15% du lait d'été désormais fabriqué

Estimation des coûts de transport du lait

Prévision 2020	Distance * (à 0.70 Fr./km)				temps (à 30 Fr./h)			
	par jour		total	par kg	par jour		total	par kg
Champéry	4 km	5.60	9'198	0.01	6'	6.00	9'855	0.02
Troistorrents (hiver, 240 j.)	3 km	4.20	11'319	0.03	4'	4.00	10'780	0.03
Morgins (été, 125 j.)	11 km	15.40	27'720	0.04	15'	15.00	27'000	0.04
Val-d'Illeiez	0 km	-	-	-	0'	-	-	-
Total frais			48'237				47'635	

*La distance est calculée depuis le centre du village

Les frais effectif de transport avec 500 kg de lait sont de 0.01, 0.01 resp. 0.03 Fr./kg pour la distance et de 0.01, 0.01 resp. 0.03 Fr./kg pour le temps.

Bilan d'un acheminement du lait au local de coulage centralisé

Prévision 2020	coût total		seulement km		coût total		seulement km	
	total	par kg	total	par kg	total	par kg	total	par kg
Champéry	19'053	0.03	9'198	0.01	19'053	0.03	9'198	0.01
Troistorrents (hiver, 240 j.)	22'099	0.06	11'319	0.03	22'099	0.06	11'319	0.03
Morgins (été, 125 j.)	54'720	0.07	27'720	0.04	sans		sans	
Val-d'Illeiez	-	-	-	-	-	-	-	-
Total frais	95'872		48'237		41'152		20'517	
+ Lait centralisé *	147'026		147'026		115'236		115'236	
Solde disponible	51'154		98'789		74'084		94'719	

*Plus-value espérée de 0.04 Fr./kg, qui correspond au gain de temps pour le camion.

Annexe 3 : Atelier

Groupe 1

<i>Mise en valeur du lait d'hiver</i>
<p>PRODUITS</p> <ul style="list-style-type: none">• Lait frais• Yaourts• Beurre• Crème• Tommes, pâtes molles• Fromages à pâtes dures pour la fondue• Fromages au lait cru • Mise en valeur par le biogaz
<p>INTERETS</p> <p>La mise en valeur du lait d'hiver a pour intérêt la fabrication de produits de proximité.</p>
<p>TYPE DE FABRICATION</p> <ul style="list-style-type: none">• Usine de mise en bouteille du lait• Usine de fabrication de yaourts• Fromageries sur les pistes (ouvertes également l'été)• Fromageries d'alpages ouvertes en hiver pour la vente de fromages frais• Fromageries proposant des produits au lait de moutons et de chèvres
<p>CIBLES VISEES</p> <ul style="list-style-type: none">• Les consommateurs indigènes (le Chablais)• Les touristes
<p>DISTRIBUTION</p> <ul style="list-style-type: none">• Dans les villages :<ul style="list-style-type: none">○ A travers les commerces villageois○ Distributeurs de lait• Dans les stations<ul style="list-style-type: none">○ A travers un satellite de la Cavagne

Groupe 2

Labellisation

VARIANTES DE LABEL ET DELIMITATION DES PRODUITS

- La dénomination « Alpage » est retenue comme une composante essentielle de la dénomination :

Fleurs des alpages

- Yaourts
- Fromages de chèvres
- Séré
- Viandes (cochons, ...)
- ...

Cette variante permet d'englober toute sorte de produits issus de l'alpage

Fromages d'alpage Val d'Illicz

- Fromages d'alpages
- Sérac
- Tommes
- ...

Cette variante suppose la mise en place de normes de production et n'est réservée qu'à la production de fromages

- La dénomination « Alpage » ne permet pas d'inclure les produits issus de la production hivernale. Dans ce sens, une dénomination plus générale telle que « Fleur d'Illicz » offre plus de possibilités.
- La dénomination doit s'effectuer selon une étude déterminant un nom porteur du marché.

DISTRIBUTION

- Au d'une association responsable du contrôle de la qualité
- Vente directe (pour conserver le potentiel actuel)
- Commercialisation groupée (1-2-3 centrales), visant les hôtels
- Marketing

- Taxation au niveau de la cave d'affinage (2/mois)
- Contrôle de la qualité par 3 experts indépendants et neutres.

Groupe 3

Identification des quartiers

IDENTIFICATION DES ALPAGES

- Les différents alpages fabriquant ont été identifiés sur une carte

AMELIORATIONS

- Au niveau :
 - Cave
 - Eau
 - Local de fabrication
 - ...

REGROUPEMENT

- Trois regroupements possibles (synergies déjà en place ou possibles)
 - Champéry
 - Les Crosets
 - Champoussin
- Synergies possibles à Morgins ? Troistorrents ?

COMMUNICATION AVEC LES PRODUCTEURS

- Envoi d'un questionnaire permettant aux intéressés par la production à l'alpage de s'annoncer
- Réunion intercommunale de tous les intéressés, puis travail par sous-groupes de communes
- Inclure les producteurs de la SAU dans la démarche

Projet de développement régional

Val d'Iliez

Etude préliminaire

**Compte rendu de l'atelier IV
du 12 avril 2011 à Val d'Iliez**

Version provisoire du 13 avril 2011



Ordre du jour

1. Mot de bienvenue
2. Compte rendu de l'atelier du 18 janvier
3. Objectifs et pondération
4. Installation de biogaz
5. AOC et labels
6. Local de coulage centralisé
7. Atelier
8. Prochaine séance et divers

Pour traiter

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Auteurs du compte rendu

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

Gregory Huguelet, géographe, Repetti sàrl, Montreux

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs

Patrice Dubosson ouvre la séance.

Alexandre Repetti présente l'ordre du jour et rappelle l'idée du projet.

2. Compte rendu de l'atelier du 15 février

Alexandre Repetti présente le compte rendu de l'atelier et revient en détail sur les conclusions.

Le compte rendu de l'atelier est validé.

3. Résultats de la pondération des objectifs

Alexandre Repetti présente les résultats de la pondération des objectifs, dégageant ainsi des priorités consensuelles, non-consensuelles et secondaires :

Priorités consensuelles

- 1 **Création de valeur ajoutée l'hiver** : mise en valeur de la production laitière d'hiver.
- 2 **Création de valeur ajoutée l'été** : mise en valeur de la production laitière d'alpage
- 5 **Diversification des revenus** : Encourager la diversification des activités en vue d'obtenir des revenus complémentaires para-agricoles
- 6 **Familles agricoles** : Améliorer les conditions de travail et la flexibilité des horaires.

Priorités non-consensuelles

- 8 **Image de marque** : véhiculer l'image d'une agriculture et d'une production régionale de haute qualité.
- 9 **Agritourisme** : développement de l'offre touristique et planification d'un réseau régional

Priorités secondaires

- 11 **Energies** : encourager et développer la mise en œuvre des énergies renouvelables.
- 12 **Qualité des eaux** : protéger la qualité des eaux souterraines et des eaux superficielles.

Ainsi, l'évaluation participative des objectifs révèle les 4 priorités suivantes :

- Création de valeur ajoutée à travers la valorisation de la production laitière
- Amélioration des conditions de travail, de qualité de vies des familles paysannes et mise en valeur de la profession
- Mise en valeur de la production et des produits régionaux de qualité
- Assurance d'une agriculture compatible avec le développement durable

4. Evaluation préliminaire des mesures

Une évaluation préliminaire des mesures est effectuée sur la base des coûts d'investissement, de la valeur ajoutée économique et du degré d'atteinte des 15 objectifs du projet. Le tableau suivant synthétise les investissements, les valeurs ajoutées créées (agricole et régionale) ainsi que le degré d'atteinte des objectifs

pour chacune des mesures. La mesure liée au marketing, commercialisation et promotion n'est pas prise en compte dans ce tableau puisqu'elle dépend fortement des autres mesures.

L'ensemble des valeurs présentées dans ce tableau est le résultat de l'étude de faisabilité et ne représente que des ordres de grandeurs approximatifs.

	Investissements	valeur ajoutée agriculteur	valeur ajoutée régionale	Note
Fabrication par alpage et par quartiers (+40 to)	2'500'000.-	80'000.-	200'000.-	94%
Cave d'affinage centralisée 2 x 40 to	5'300'000.-	160'000.-	160'000.-	92%
Local de coulage centralisé	400'000.-	128'000.-	0.-	63%
Solutions de valorisation du lait d'hiver (20%)	évaluation en cours			96%
Installation de biogaz	évaluation en cours			39%

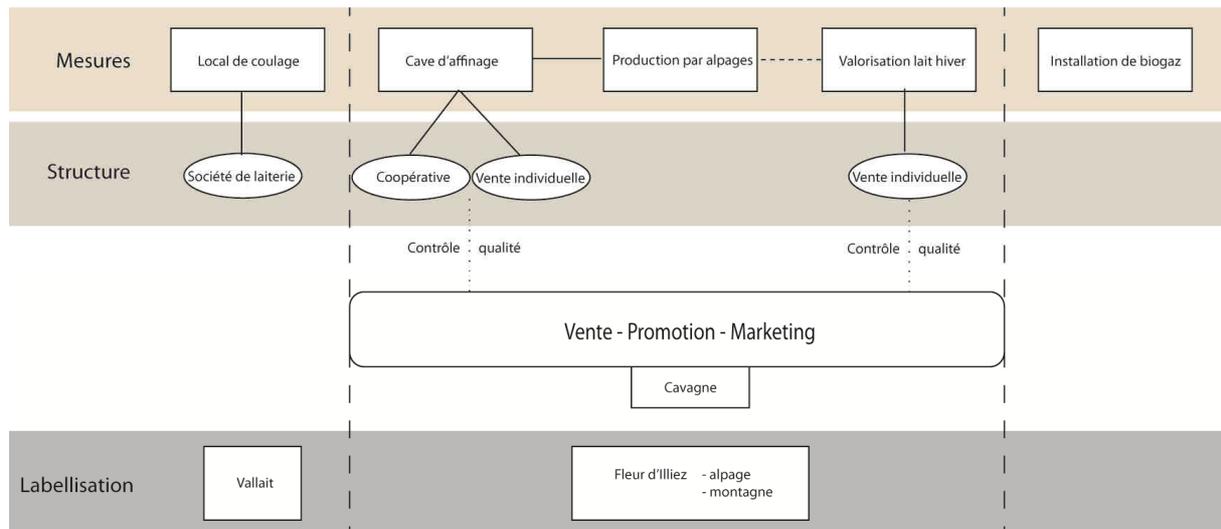
Sur la base de ces résultats préliminaires et des différents ateliers menés jusqu'alors, le bureau du groupe lait et les mandataires ont déterminé les priorités suivantes :

Priorité	Mesure
I	Local de coulage centralité
II	Solutions de mise en valeur du lait d'hiver
III	Cave d'affinage centralisée Fabrication par alpages et quartiers, y inclus mesures techniques liées
IV	Installation de biogaz
Hors priorité	Marketing, commercialisation et communication

5. Fiches de mesures

Alexandre Repetti présente l'ensemble des mesures et l'état d'avancement de celles-ci dans l'étude de faisabilité.

L'ensemble des mesures s'inscrivent dans un système de mesures que l'on peut résumer comme suit :



Local de coulage centralisé

Au stade de l'étude de faisabilité, la mise en place du local de coulage centralisé est déterminée par les éléments suivants :

- Local centralisé à Val d'Illiciez
- Réfrigération et système de prise d'échantillon
- Site unique de coulage de la vallée
- Raccourcissement significatif du temps de mobilisation des camions
- Horaires de livraison plus souples pour les producteurs

Les détails de cette mesure ont été discutés en atelier et les résultats sont présentés dans l'annexe 1.

Les autres mesures seront présentées plus en détails dans la séance du 19 avril 2011.

6. Ateliers

Dans la continuité des précédents ateliers, le groupe lait est réparti en trois groupes de travail traitant d'une des thématiques suivantes :

- Solutions de mise en valeur du lait d'hiver
- Cave d'affinage et local de coulage centralisés
- Production à l'alpage

Le premier groupe aborde dans les détails les solutions de mise valeur de la production d'hiver, en termes de produits, d'unité de produit et de dimensionnement de la production. Le second groupe traite des éléments liés à la localisation, au dimensionnement et aux caractéristiques d'un local de coulage centralisé et d'une cave d'affinage centralisée. Le troisième groupe détermine, sur la base des résultats du questionnaire envoyés aux producteurs intéressés par la fabrication à l'alpage, les regroupements possibles ainsi que les modalités d'exécution et les mesures techniques liées.

Les résultats de l'atelier sont présentés en annexe 1

7. Prochaine séance et divers

La prochaine séance se déroulera le mardi 19 avril à 20h à Morgins, salle de la Jeur.

Annexe 1 : Atelier

Groupe 1

<i>Solutions de mise en valeur du lait d'hiver</i>
<p><u>Principes de base</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Il y a un réel potentiel de vente des produits laitiers de la vallée• La labellisation constitue un élément essentiel pour la commercialisation de ces produits• Le marketing et la communication sont des mesures d'accompagnement nécessaires à la vente et à la commercialisation de ces produits
<p><u>Produits</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Yaourts : produit principal• Mini Yaourts (éventuellement)• Lait cru/pasteurisé• Crème (produit secondaire)• Peu ou pas de beurre
<p><u>Production et organisation</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Production centralisée dans le local de coulage• Contrôle qualité strict• Ne pas suivre la fluctuation du tourisme • Constitution d'une société coopérative (Société de laiterie)• Répartition de la plus-value en pourcentage de lait entre les producteurs.
<p><u>Mesures techniques</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Pasteurisateur• Homogénéisateur• Mise en bouteilles (450 kg/h) • Machine à Yaourts (mise en bouteilles)• Pasteurisateur

Groupe 2

Cave d'affinage et local de coulage centralisés

Cave d'affinage centralisée

Emplacement

- Val d'Illicz, parcelle du canton située aux abords de la Route de Champéry 17

Organisation

- Constitution d'une coopérative d'affinage
- La cave achète le fromage et le taxe à 10-20 jours
- Plus-value réalisée par l'affinage et la commercialisation se monte à 4.-/5.- par kg
- Le fromage est vendu par la cave
- Les producteurs peuvent reprendre leurs fromages après affinage au prix d'achat plus 4.-/5.- par kg
- Les coûts règlent les marchés parallèles

Produits et qualité

- Produits labellisés
- Contrôle strict de la qualité

- Produit principal :
 - Fromage au lait cru Alpage / Montagne de saison

- Produits secondaires :
 - Fromage au lait cru d'hiver
 - Tommes
 - Vieux fromages
 - Etc.

Local de coulage centralisé

- Emplacement : ancienne place Milko
- Remboursement des frais de déplacements selon la distance réellement parcourue ?

Groupe 3

Production à l'alpage

Sur la base des réponses au questionnaire envoyé aux producteurs intéressés par la fabrication à l'alpage, 6 producteurs sont intéressés à mettre en place des unités de production communes.

Champéry

Les alpages du Culet, les Pas, Pont et Traverse sont intéressés à mettre en place une unité de production commune selon les modalités suivantes :

- Reconversion du Chalet du Pont en fromagerie
- Engagement d'un fromager
- Productions séparées (3 chaudrons)
- Prise d'échantillon journalière
- Aménagement d'une cave
- Vaches laitières : 120
- Production lait (estimation 2020) : 176'000

Mesures techniques :

- Solaire thermique
- Raccordement électrique
- Aménagement d'un chemin d'accès de 50m
- Captage d'eau et microfiltrage
- Microfiltrage pour l'ensemble des 4 alpages
- Unité de traite mobile pour 1 alpage

Les Crosets

2 producteurs sont intéressés à vendre leur lait pour la fabrication, mais ne souhaitent pas fabriquer eux-mêmes. Il s'agit des alpages de Vaillime (2), Frachette et Mimont.

Champoussin

Un groupement de producteurs possède déjà une fromagerie commune (60 vaches). Ils ne sont pas contre une ouverture à d'autres partenaires mais doivent encore en discuter.

Mesures techniques individuelles

Un tour de table des participants à cet atelier démontre que les mesures suivantes doivent être prises dans les alpages :

Alpage les Bochasses : Microfiltrage (alpage) et cave (SAU)

Champsat 2 : local de fabrication à l'alpage ; microfiltration de l'eau

Annexe 2 : liste des participants

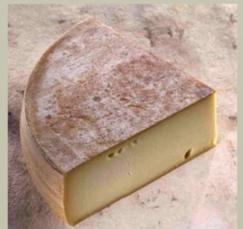
	Nom	Prénom	Lieu	Fonction	12.04.2011
1	Dubosson	Patrice	1872 Troistorrents	Producteur lait, comité laiterie Troistorrents	x
2	Bellon	Florian	1875 Morgins	Producteur lait, yahourt	x
3	Premand	Emmanuel	1872 Troistorrents	Producteur lait	excusé
4	Granger	Joël	1872 Troistorrents	Producteur de fromages	x
5	Ecoeur	Laurent	1873 Val d'Illeiez	Producteur + Gpt des producteurs de val d'Illeiez	x
6	Perrin	Paul-André	1873 Val d'Illeiez	Producteur fromages	x
7	Jordan	Robert	1873 Val d'Illeiez	Producteur lait	excusé
8	Ecoeur	Joël	1873 Val d'Illeiez	Producteur lait	x
9	Gex-Fabry	Alexis	1868 Collombey	Producteur de plaine et alpage, lait	x
10	Marclay	Hubert	1874 Champéry	Producteur fromage, buvette alpage	x
11	Gex-Collet	Reynald	1874 Champéry	Producteur lait, président laiterie Champéry	x
12	Berra	Marc	1874 Champéry	Producteur lait, vice président laiterie	x
13	Reygnier	Evelyne	1872 Troistorrents	Collaboratrice Cavagne	x
14	Berra	Christophe	1874 Champéry	Restaurateur	excusé
15	Roten	Albert	1920 Martigny	FRC	excusé
16	Bellon	Pierre	1880 Bex	Fromager + magasin à Bex	x
17	Dubosson	Oscar	1872 Troistorrents	Conseiller communal	excusé
18	Gillabert	Jean-Luc	1873 Val d'Illeiez	Conseiller communal	x
19	Meier	Laurent	1874 Champéry	Conseiller communal	excusé
20	Repetti	Alexandre	1820 Montreux 2	Repetti sàrl	x
21	Bernasconi	Christian	1880 Bex	Le Cové	x
22	Perriard	Monique	1951 Châteauneuf-Sion	Conseillère agricole	x
23	Huguelet	Gregory	1820 Montreux 2	Repetti sàrl	x
24	Cairey	Augustin	1951 Châteauneuf-Sion	stagiaire SCA	x
25	Chevier	Patrick	1950 Sion	Chef de Projet PDR Val d'Hérens	x
26	Hischier	Gilber	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
27	Gillabert	Emmanuel	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
28	Mariétan	Gabriel	1874 Champéry	Agriculteur	x
29	Gex-Fabry	Dominique	1874 Champéry	Agriculteur	x
30	Ecoeur	André	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
31	Trombert	Francis	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
32	Défago	Patrice	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
33	Perrin	Michel	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x
34	Granger	Sophie	1872 Troistorrents	Agriculteur	x
35	Dubosson	Irénée	1872 Troistorrents	Agriculteur	x
36	Berra	Stéphane	1874 Champéry	Agriculteur	x
37	Caillet-Bois	Irénée	1873 Val d'Illeiez	Agriculteur	x

Projet de développement régional
Val d'Illeiz

Etude préliminaire

Compte rendu de l'atelier V du 19 avril 2011 à Morgins

Version provisoire du 20 avril 2011



Ordre du jour

1. Mot de bienvenue
2. Présentation des mesures
3. Opportunités d'un PDR : l'exemple du Val d'Hérens
4. Ateliers
5. Prochaine séance et divers

Pour traiter

Patrice Dubosson

Ch. des Croires 8, 1872 Troistorrents

079 4187785, petrapatrice@bluewin.ch

Auteurs du compte rendu

Dr Alexandre Repetti, ingénieur EPF génie rural, Repetti sàrl, Montreux

Gregory Huguelet, géographe, Repetti sàrl, Montreux

1. Mot de bienvenue et rappel des objectifs

Patrice Dubosson ouvre la séance.

Alexandre Repetti présente l'ordre du jour et rappelle l'idée du projet.

2. Présentation des mesures

Les mesures sont présentées successivement par Alexandre Repetti, Laurent Ecoeur, Marc Berra et Patrice Dubosson.

Local de coulage centralisé

Un nouveau local de coulage est créé à Val d'Ille. Il est réfrigéré et équipé d'un système de prise d'échantillons. Ce local devient ainsi le site unique de coulage de la vallée, ce qui raccourci significativement le temps de mobilisation des camions. Il permet aux producteurs de livrer avec des horaires plus souples.

Les caractéristiques de cette mesure sont les suivantes :

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">• Création de la valeur ajoutée sur la production laitière hivernale et estivale• Valorisation de la profession• Amélioration des conditions de travail et la flexibilité des horaires• Amélioration l'image de la filière lait de la vallée
<p>Organisation :</p> <ul style="list-style-type: none">• Constitution d'une nouvelle société de laiterie intercommunale.• Tout le lait industriel de la vallée passe par le local de coulage, les livraisons directement au camion ne sont plus possibles.• Accord entre la société de laiterie et l'acheteur concernant les prix, les volumes et l'exclusivité
<p>Faisabilité :</p> <ul style="list-style-type: none">• Coûts de transport : 1.35 cts en moyenne• Vente : + 3 à 7 cts (négociation avec l'acheteur)• Plus-Value : 1.65 à 5.65 cts / kg (plus intéressant avec Morgins) <p>Pour 3'500'000 kg / an :</p> <ul style="list-style-type: none">• Investissement 400'000.-• Plus-value 128'000.- par an (basé sur +4 cts, hors transport)• Subventionnement : à discuter• Souplesse pour les producteurs• Meilleure image de l'agriculture• Synergies avec la valorisation du lait d'hiver

Cave d'affinage centralisée

Une cave d'affinage réfrigérée et équipée d'un robot pour les soins des fromages est créée à Val d'Illiez. Cette cave permet une gestion intégrée de l'affinage à la commercialisation. Ainsi, cette mesure permet aux producteurs l'optimisation de leur temps de travail.

Les caractéristiques de cette mesure sont les suivantes :

Objectifs : <ul style="list-style-type: none">• Création de la valeur ajoutée sur la production laitière estivale• Valorisation de la profession• Amélioration des conditions de travail et la flexibilité des horaires• Améliorer l'image de la filière lait de la vallée• Synergies avec l'agritourisme• Valorisation des produits locaux
Organisation : <ul style="list-style-type: none">• Constitution d'une nouvelle coopérative d'affinage
Produits : <ul style="list-style-type: none">• Fromage au lait cru alpage/montagne été (principalement)• Fromage au lait cru d'hiver, tommes• Vieux fromages, etc. (secondaire)
Commercialisation : <ul style="list-style-type: none">• La cave achète à 10-20 jours• La cave affine• La cave contrôle la qualité, labellise et vend l'image• Les producteurs peuvent reprendre leur fromage (plus-value de 4.- à 5.- par kg)• La cave vend le solde du fromage aux grossistes et détaillants (prix selon offre-demande)
Faisabilité : <ul style="list-style-type: none">• Capacité: 2 module de 40 to chacun• Investissement: 3'000'000.-• Plus-value (4.- à 5.- /kg): 360'000.- /an• Subventionnement: à discuter• Souplesse pour les producteurs• Meilleure image de l'agriculture

Augmentation de la fabrication en alpages

Cette mesure vise l'augmentation de la fabrication de fromages en alpages, sous la forme d'augmentation individuelle de la production ou sous forme de regroupements d'alpages. La production, séparée par chaudron, est réalisée par un fromager employé. Les alpages doivent tous être équipés en système de captage et de filtration de l'eau, ainsi qu'en approvisionnement électrique. L'accessibilité aux véhicules agricoles doit également être garantie.

Les caractéristiques de cette mesure sont les suivantes :

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">• Création de valeur ajoutée l'été• Valorisation et rationalisation de la profession, image de marque• Cohérence régionale, produits locaux• Diversification des revenus et agritourisme
<p>Organisation :</p> <ul style="list-style-type: none">• Regroupements d'alpages• Production séparée• Fromager comme employé
<p>Faisabilité :</p> <ul style="list-style-type: none">• Pour une unité de 180'000 litres,• Laiterie : 300'000.-• Amélioration des chalets : 300'000.-• Plus-value sur le lait : 20 cts par kg de lait• Fabrication : 5.- par kg de fromage (non affiné)• Affinage par la cave centralisée

Solution de mise en valeur du lait d'hiver.

Cette mesure vise à la mise en place d'unités de valorisation du lait d'hiver (lait cru, yaourts, évt. Crème) au local de coulage-laiterie. La commercialisation et la labellisation s'effectuent en synergie avec la cave d'affinage. L'objectif préliminaire est d'occuper 20% du marché en produits laitiers de la vallée (touristes et résidents). La création de partenariats avec Manor, la Cavagne, les restaurants et les milieux hôteliers est également visée.

Les caractéristiques de cette mesure sont les suivantes :

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none">• Création de valeur ajoutée l'hiver et l'été• Création de valeur ajoutée à l'échelle régionale• Cohérence régionale et intégration• Valorisation de la profession• Diversification des revenus• Valorisation des produits locaux et image de marque
<p>Organisation :</p> <ul style="list-style-type: none">• Productions principales: lait pasteurisé, lait cru, yaourts (évt. crème)• Production centralisée dans le local de coulage-laiterie• Valeur ajoutée redistribuée sur le prix du lait
<p>Faisabilité :</p> <ul style="list-style-type: none">• Marché: 20% de la consommation de la vallée (touristes et résidents)• Correspond à 10% à 15% de la production de lait de la vallée.• Ordre de grandeur de l'investissement: 400'000.-• Valeur ajoutée: 450'000.- à 600'000/ an<ul style="list-style-type: none">○ 100'000.- à 200'000.- pour les producteurs○ 350'000.- à 400'000.- pour la transformation et commercialisation

Installation de biogaz collective

Cette mesure vise la création d'installation(s) de biogaz collective(s) permettant la valorisation du fumier, petit lait et compost. La production de chaleur permet d'alimenter un quartier de la vallée.

Les objectifs liés à cette mesure sont les suivants :

Objectifs :

- Création de la valeur ajoutée à l'échelle régionale
- Cohérence régionale
- Image de marque

Marketing, communication et commercialisation

L'agriculture constituant un élément fort de la région, avec des produits de qualité et un patrimoine, le projet de développement régional agricole est un moteur pour l'ensemble de la région. Cette mesure vise ainsi la promotion de la région à travers une communication et un marketing commun à l'ensemble des produits, avec déclinaison du label « Portes du Soleil » pour les produits agricoles. La commercialisation de ces produits sera structurée et rationnelle.

Les objectifs liés à cette mesure sont les suivants :

Objectifs :

- Cohérence régionale
- Image de marque
- Agritourisme
- Produits locaux

A ce stade de l'étude faisabilité, l'estimation des mesures, en termes d'investissements, de valeur ajoutée et de degré d'atteinte des objectifs, se résume ainsi :

	Investissements	valeur ajoutée agriculteur	valeur ajoutée régionale	Note
Fabrication par alpage et par quartiers (+40 to)	2'500'000.-	80'000.-	200'000.-	94%
Cave d'affinage centralisée 2 x 40 to	3'000'000.-	180'000.-	180'000.-	92%
Local de coulage centralisé	400'000.-	128'000.-	0.-	63%
Solutions de valorisation du lait d'hiver (20%)	400'000.-	150'000.-	350'000.-	96%
Installation de biogaz	évaluation en cours			39%

3. Opportunités d'un projet de développement régional : l'exemple du Val d'Hérens

Patrick Chevrier, chef de projet Développement régional, présente succinctement le PDR Val d'Hérens.

Les opportunités du PDR

- Maintenir et renforcer le concept de région et le réseau entre les exploitations
- Associer les agriculteurs aux projets agritouristiques à travers un projet majeur promouvant leurs produits et services
- Soutenir la formation des exploitants et l'organisation des exploitations agricoles intégrant l'agritourisme
- Offrir une destination touristique englobant l'offre traditionnelle et l'offre agritouristique du Val d'Hérens
- Améliorer les outils et supports de promotion et communication
- Répondre aux attentes des agriculteurs en matière de valorisation des produits par des labels régionaux (produits et hébergement)
- professionnaliser le marketing touristique/agritouristique de la région

Résultats pour le Val d'Hérens

- Création de l'association des communes du Val d'Hérens
- Création de l'association fermes et terroir
- Création de la destination Val d'Hérens
- mise à disposition d'un budget de communication et marketing important sur 6 ans

Les moyens financiers disponibles

- Mise en commun et coordination des budgets communication /marketing du vdh: plus de moyens, plus d'efficacité, moins de doublons, objectifs plus ambitieux
- Structure performante du secrétariat de l'acvh
- Stratégie régionale des actions touristiques: intégration de l'agritourisme dans le tourisme
- Participation régionale à des foires, manifestations...
- Intégration des autres projets régionaux dans la démarche: parc naturel, interreg, PDR, maison des alpes etc...

4. Ateliers

Dans la continuité des précédents ateliers, le groupe lait est réparti en trois groupes de travail traitant d'une des thématiques suivantes :

- Forces et faiblesses des mesures
- Forces et faiblesses de la commercialisation, communication
- Forces et faiblesses du périmètre du projet

Le premier groupe procède à une analyse SWOT des forces et des faiblesses de chacune des mesures présentées ci-dessus. Le second groupe traite en détails des éléments liés à la commercialisation et à la communication à travers la déclinaison du label « Portes du Soleil ». Le troisième groupe procède à une analyse des forces et des faiblesses du périmètre du projet, en s'interrogeant notamment sur la pertinence de la délimitation à la filière lait.

5. Prochaine séance et divers

Le bureau et les mandataires préparent le rapport du PDR.

Une présentation du projet à l'OFAG et au SCA est prévue le 24 mai 2011.

La mesure 5, installation de biogaz, fait l'objet d'une étude séparée qui va débiter en avril-mai.

Le dossier sera présenté lors de la prochaine réunion de la commission agricole intercommunale.

Annexe 1 : Atelier

Groupe 1

<i>Forces et faiblesses des mesures</i>					
<i>Local de coulage centralisé</i>					
<table border="1"><thead><tr><th><i>Forces</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Centralisation• Volume négociable intéressant• Flexibilisation dans les horaires• Roulement financier rapide</td></tr></tbody></table>	<i>Forces</i>	<ul style="list-style-type: none">• Centralisation• Volume négociable intéressant• Flexibilisation dans les horaires• Roulement financier rapide	<table border="1"><thead><tr><th><i>Faiblesses</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Producteurs décentrés• Frais de fonctionnement ?</td></tr></tbody></table>	<i>Faiblesses</i>	<ul style="list-style-type: none">• Producteurs décentrés• Frais de fonctionnement ?
<i>Forces</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Centralisation• Volume négociable intéressant• Flexibilisation dans les horaires• Roulement financier rapide					
<i>Faiblesses</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Producteurs décentrés• Frais de fonctionnement ?					
<i>Solutions de valorisation du lait d'hiver</i>					
<table border="1"><thead><tr><th><i>Forces</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Plus-value• Investissement modéré• Complémentarité• Roulement financier rapide</td></tr></tbody></table>	<i>Forces</i>	<ul style="list-style-type: none">• Plus-value• Investissement modéré• Complémentarité• Roulement financier rapide	<table border="1"><thead><tr><th><i>Faiblesses</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Salaires• Frais de fonctionnement ?</td></tr></tbody></table>	<i>Faiblesses</i>	<ul style="list-style-type: none">• Salaires• Frais de fonctionnement ?
<i>Forces</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Plus-value• Investissement modéré• Complémentarité• Roulement financier rapide					
<i>Faiblesses</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Salaires• Frais de fonctionnement ?					
<i>Augmentation de la fabrication en alpage</i>					
<table border="1"><thead><tr><th><i>Forces</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Amélioration des conditions de travail• Typicité</td></tr></tbody></table>	<i>Forces</i>	<ul style="list-style-type: none">• Amélioration des conditions de travail• Typicité	<table border="1"><thead><tr><th><i>Faiblesses</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Limite de la collaboration</td></tr></tbody></table>	<i>Faiblesses</i>	<ul style="list-style-type: none">• Limite de la collaboration
<i>Forces</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Amélioration des conditions de travail• Typicité					
<i>Faiblesses</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Limite de la collaboration					
<i>Cave d'affinage centralisée</i>					
<table border="1"><thead><tr><th><i>Forces</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Gain de temps• Régularité de l'affinage• Plus gros volumes</td></tr></tbody></table>	<i>Forces</i>	<ul style="list-style-type: none">• Gain de temps• Régularité de l'affinage• Plus gros volumes	<table border="1"><thead><tr><th><i>Faiblesses</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Le marché• Gestion des volumes</td></tr></tbody></table>	<i>Faiblesses</i>	<ul style="list-style-type: none">• Le marché• Gestion des volumes
<i>Forces</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Gain de temps• Régularité de l'affinage• Plus gros volumes					
<i>Faiblesses</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Le marché• Gestion des volumes					
<i>Installation(s) collective(s) de biogaz</i>					
<table border="1"><thead><tr><th><i>Forces</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Mise en valeur des engrais de ferme• Gestion des déchets</td></tr></tbody></table>	<i>Forces</i>	<ul style="list-style-type: none">• Mise en valeur des engrais de ferme• Gestion des déchets	<table border="1"><thead><tr><th><i>Faiblesses</i></th></tr></thead><tbody><tr><td><ul style="list-style-type: none">• Les substrats</td></tr></tbody></table>	<i>Faiblesses</i>	<ul style="list-style-type: none">• Les substrats
<i>Forces</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Mise en valeur des engrais de ferme• Gestion des déchets					
<i>Faiblesses</i>					
<ul style="list-style-type: none">• Les substrats					

Groupe 2

Forces et faiblesses de la commercialisation et de la communication

Logo :

- Participation de la CAI à l'élaboration du logo « Portes du Soleil » unique
- Intégrer un symbole de l'agriculture dans le nouveau logo (vache)
- Sous-titre : « Ferme et terroir »
- Charte pour l'utilisation du logo

Commercialisation

- Nécessité d'avoir un commercial qui vend les produits de la vallée et l'image
- Les producteurs doivent toujours avoir le contrôle sur la commercialisation (exemple de l'Etivaz)
- Intégration aux offices du tourisme
- Signe de reconnaissance dans les restaurants/hôtels qui offrent ces produits (exemple de la bière)
- « Les paniers de la vallée »
- Exemple de Gstaad

Communication

- Les paysans se montrent : site Internet
- Présentation des produits dans les foires (en collaboration avec le tourisme)
- Présence lors des événements locaux : Désalpes, « pieds dans l'eau », etc.
- Information dans les buvettes d'alpages, restaurants :
 - Dépliants
 - Cartes
 - Documents

Groupe 3

Forces et faiblesses du périmètre du projet

Les forces

- Label « Portes du Soleil »
- Diversification des produits goût terroir
- Vente des produits dans les commerces
- Produits de proximités mis en valeur
- Excellente qualité des produits
- Produits écologiques, durables et locaux
- Vente des produits dans les commerces

- Du lait à plus de 50 cts / litre

- Intégration avec le tourisme

Faiblesses

- Dispersion
- Baisse de qualité du lait industriel
- Marché des acheteurs ?
- Morgins : plus assez de producteurs → Val d'Ille ?
- Emmener avec le projet ceux qui fabriquent déjà-

Opportunités

- Approvisionnement de la qualité sur 12 mois
- Agriculture présente dans les marchés touristiques
- Marché du bassin lémanique
- Restaurants / Hôtels : produits du terroir, label
- Lieu décentralisé de la Cavagne : dans / hors vallée

- Viande : Charcuterie ? Fraîche ?
- Proximité des abattoirs
- Raclonettes ?
- Diversité des qualités ?
- Fondue ? Pâtes diverses ?
- Montagne → plus de pâtes dures

- Petit lait aux bains de Val d'Ille
- Mettre scène la montagne
- Réseau des alpages avec ventes des produits.

Annexe 2 : Liste des présences

	Nom	Prénom	Lieu	Fonction	19.04.11
1	Dubosson	Patrice	1872 Troistorrents	Producteur lait, comité laiterie Troistorrents	x
2	Bellon	Florian	1875 Morgins	Producteur lait, yahourt	x
3	Premand	Emmanuel	1872 Troistorrents	Producteur lait	excusé
4	Granger	Joël	1872 Troistorrents	Producteur de fromages	x
5	Ecoeur	Laurent	1873 Val d'Illicz	Producteur + Gpt des producteurs de val d'Illicz	x
6	Perrin	Paul-André	1873 Val d'Illicz	Producteur fromages	x
7	Jordan	Robert	1873 Val d'Illicz	Producteur lait	x
8	Ecoeur	Joël	1873 Val d'Illicz	Producteur lait	x
9	Gex-Fabry	Alexis	1868 Collombey	Producteur de plaine et alpage, lait	x
10	Marclay	Hubert	1874 Champéry	Producteur fromage, buvette alpage	x
11	Gex-Collet	Reynald	1874 Champéry	Producteur lait, président laiterie Champéry	x
12	Berra	Marc	1874 Champéry	Producteur lait, vice président laiterie	x
13	Reygnier	Evelyne	1872 Troistorrents	Collaboratrice Cavagne	x
14	Berra	Christophe	1874 Champéry	Restaurateur	excusé
15	Roten	Albert	1920 Martigny	FRC	x
16	Bellon	Pierre	1880 Bex	Fromager + magasin à Bex	x
17	Dubosson	Oscar	1872 Troistorrents	Conseiller communal	x
18	Gillabert	Jean-Luc	1873 Val d'Illicz	Conseiller communal	x
19	Meier	Laurent	1874 Champéry	Conseiller communal	x
20	Repetti	Alexandre	1820 Montreux 2	Repetti sàrl	x
21	Bernasconi	Christian	1880 Bex	Le Cové	x
22	Perriard	Monique	1951 Châteauneuf-Sion	Conseillère agricole	x
23	Huguelet	Gregory	1820 Montreux 2	Repetti sàrl	x
24	Cairey	Augustin	1951 Châteauneuf-Sion	stagiaire SCA	x
25	Chevrier	Patrick	1950 Sion	Chef projet PDR Val d'Hérens	x
26	Granger	Sophie	1872 Troistorrents	Producteurs de lait	x
27	Granger	Pierre-André	1872 Troistorrents	Producteur de lait	x
28	Fellay	Luc	1874 Champéry	Président de Champéry	x
29	Monnay	Raymond	1874 Champéry	Directeur des remontées mécaniques de Champéry Les Crosets	x
30	Rey-Mermet	Joël	1875 Morgins	Directeur de Morgins Tourisme	x