

Secrétariat Uniterre

Av. du Grammont 9

1007 Lausanne

Tél : 021 601 74 67

Fax : 021 617 51 75

info@uniterre.ch

www.uniterre.ch

Communiqué de presse

Lausanne, le 13 avril 2011

Printemps des familles paysannes

Politique laitière dans Migros Magazine : la rétention d'informations règne en maître

Dans la rubrique Actualité de son édition du 11 avril 2011, Migros Magazine, titre « Plus d'argent pour les paysans ». L'article explique ensuite que certains produits laitiers vont augmenter de 5 à 10 cts pour le consommateur afin de répercuter la hausse du prix aux producteurs (qui, lui, pourrait augmenter que de 3 cts/kg). Cette communication totalement incomplète n'est pas digne d'un magazine aussi lu que Migros Magazine.

L'article omet :

- De dire que la hausse de 3 centimes ne concerne que le prix indicatif de l'IP-lait (objectif) et non le prix touché par les producteurs, qui est bien plus bas. De plus, le titre de l'article laisse à penser que tous les producteurs en Suisse toucheront 3 cts/kg de plus, ce qui ne sera de loin pas le cas. Toute hausse pourrait être anéantie par une segmentation différente des quantités.
- D'informer que la « fonte » de la montagne de beurre sera financée par tous les producteurs, via une taxe de 1 ct/kg de lait produit et 4 cts/kg de lait supplémentaire. L'effort de Migros pour baisser la montagne de beurre se résume à des hausses de prix aux consommateurs de 5 cts sur le litre de lait entier et 10 cts sur la crème entière et le beurre de cuisine !
- D'expliquer que la hausse ne concernera que le segment A et que la plus grande partie des producteurs ont plusieurs prix du lait (segment A, B, C).
- De dire que la répartition des volumes en A, B et C est décidée par les acheteurs et que les producteurs sont obligés de produire le tout.
- De souligner que la montagne de beurre n'est pas la responsabilité des producteurs puisque ce lait a été produit sous contrat, qu'il a été récolté et transformé par les industries. Les producteurs ne disposent d'aucun système pour maîtriser la production de beurre et de poudre. Les mauvais vendeurs sont donc du côté de l'industrie et de la grande distribution.
- De dire que les producteurs sont à la fois encouragés par l'industrie (par des bonifications de prix) à produire du lait riche en protéines et en matière grasse et taxés pour évacuer les surplus de matière grasse.

- D'avouer que chaque hausse de prix du lait aux producteurs est propice à augmenter de manière disproportionnée les prix aux consommateurs.
- De dire que la photo en tête de l'article ne représente pas la réalité de la grande majorité des producteurs aujourd'hui. Pire, Migros, avec sa politique des prix bas, détruit le type d'agriculture qu'elle met elle-même en avant dans ses publicités. Migros investit des millions de francs pour l'image et le marketing, mais ne souhaite pas influencer l'IP-Lait afin que cette dernière mette en place une véritable politique laitière permettant de maintenir cette même agriculture.

Conclusion

La Migros est fidèle à elle-même. Elle ne représente pas un véritable partenaire commercial, mais un interlocuteur obligatoire pour les producteurs comme pour les consommateurs. Ces derniers sont pris au piège et passent à la caisse. Pour justifier sa politique et doré son image, son organe de communication, Migros Magazine, n'hésite pas à faire de la rétention volontaire d'information auprès de ses lecteurs, qui sont aussi ses clients.

Uniterre est conscient que le marché laitier n'est pas évident à vulgariser auprès de Monsieur et Madame tout le monde. Uniterre est donc ouvert à toute proposition venant de la Migros pour la rédaction d'articles correspondant à la réalité des familles paysannes.

Pour plus d'informations :

(F) Nicolas Bezençon, secrétaire syndical à Uniterre, n.bezencon@uniterre.ch, 079 574 54 12

(F) Eric Ramseyer, vice-président d'Uniterre, mandyram@bluewin.ch, 078 605 65 82

(D-F) Rudi Berli, secrétaire syndical à Uniterre, r.berli@uniterre.ch, 078 707 78 83

(F) Pierre-André Tombez, président d'Uniterre, h.e.p@bluewin.ch, 079 634 54 87