

# **Ordonnance sur l'extension des mesures d'entraide des interprofessions et des organisations de producteurs (Ordonnance sur les interprofessions et les organisations de producteurs, OIOP)**

**Modification du 23 novembre 2005**

---

*Le Conseil fédéral suisse*

*arrête:*

I

L'ordonnance du 30 octobre 2002 sur l'extension des mesures d'entraide des interprofessions et des organisations de producteurs<sup>1</sup> est modifiée comme suit:

*Introduction d'une abréviation du titre*

*Ne concerne que le texte allemand.*

*Art. 11, al. 1, let. a, et 2*

<sup>1</sup> Sont fixées dans l'annexe 2:

- a. les contributions que les non-membres concernés par les mesures sont tenus de verser aux diverses interprofessions et organisations de producteurs;

<sup>2</sup> Si une interprofession ou une organisation de producteurs baisse le montant des contributions de ses membres durant la durée de validité de l'obligation de cotisation des non-membres, les cotisations des non-membres sont réduites en conséquence. L'organisation informe le Département fédéral de l'économie des modifications de contribution. Le Département fédéral de l'économie adapte l'annexe en conséquence.

II

<sup>1</sup> L'annexe 1 est modifiée conformément au texte ci-joint.

<sup>2</sup> L'annexe 2 est remplacée par la version ci-jointe.

<sup>1</sup> RS 919.117.72

III

La présente modification entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2006.

23 novembre 2005

Au nom du Conseil fédéral suisse:

Le président de la Confédération, Samuel Schmid

La chancelière de la Confédération, Annemarie Huber-Hotz

## **Interprofession du Gruyère**

### *Ch. 3*

#### **3. Informations concernant les autres fromages fabriqués dans les fromageries produisant du Gruyère**

En cas de procédure juridique, les fabricants de Gruyère communiquent sur demande à l'Interprofession du Gruyère les quantités d'autres fromages fabriqués, le nom de l'acheteur et la dénomination sous laquelle le produit est vendu.

### *Ch. 5*

#### **5. Durée de validité**

Les mesures sont applicables jusqu'au 31 décembre 2007.

## **A. Organisation de producteurs Producteurs Suisses de Lait**

### **1. Montant des contributions**

Les non-membres doivent verser les contributions suivantes à la Fédération des Producteurs Suisses de Lait (PSL), en tant qu'organisation de producteurs au sens de l'art. 2, al. 2:

- a. 1 centime/kg de lait commercialisé pour les mesures visées au ch. 2.1;
- b. 0,725 centime/kg de lait commercialisé pour les mesures prévues au ch. 2.5.

### **2. Utilisation des contributions**

2.1. La contribution versée conformément au ch. 1, let. a, doit être utilisée pour les mesures suivantes:

- a. des actions de soutien pour des produits laitiers déterminés;
- b. la promotion des exportations de denrées alimentaires contenant une part élevée de lait ou de produits laitiers;
- c. l'ouverture de nouveaux débouchés.

Au terme d'une année, les moyens non utilisés peuvent être reportés sur l'année suivante pour les mêmes mesures.

2.2. L'organisation des artisans fromagers (Fromarte) et l'Association de l'industrie laitière suisse seront consultées avant l'application des mesures prévues au ch. 2.1.

2.3. Un appel d'offres doit être organisé pour les mesures visées au ch. 2.1, lorsque cela est possible sur le plan technique.

2.4. Les moyens engagés par entreprise doivent être indiqués, à l'attention de l'administration, dans le rapport annuel visé à l'art. 13.

2.5. La contribution versée conformément au ch. 1, let. b, doit être utilisée pour les mesures d'entraide internationales, nationales ou régionales ci-après servant à promouvoir les ventes en Suisse et à l'étranger indépendamment de la marque:

- a. la recherche marketing;
- b. la publicité de base générique;
- c. les mesures génériques de promotion des ventes;
- d. les relations publiques concernant la valeur nutritionnelle, la fraîcheur et la qualité du lait et des produits laitiers;
- e. les mesures portant sur plusieurs branches prises en collaboration avec Agro-Marketing Suisse AMS;
- f. les mesures marketing de Switzerland Cheese Marketing SCM au profit des fromages suisses.

### **3. Transmission de données**

Les services administratifs chargés du contingentement laitier et la TSM transmettent sur demande à la PSL les données suivantes:

- a. les adresses des utilisateurs de lait et des vendeurs sans intermédiaire;
- b. la quantité de lait vendue aux utilisateurs par les producteurs.

### **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

## **B. Organisation de producteurs Union suisse des paysans**

### **1. Montant des contributions**

Les non-membres doivent verser les contributions suivantes à l'Union suisse des paysans (USP), en tant qu'organisation de producteurs au sens de l'art. 2, al. 2:

- a. 9 centimes par animal né de l'espèce bovine;
- b. 2,5 centimes par animal né de l'espèce porcine;
- c. 2 centimes par animal né de l'espèce ovine;
- d. 1 centime par animal né de l'espèce caprine.

### **2. Utilisation des contributions**

Les contributions versées conformément au ch. 1 doivent être utilisées pour des mesures de communication liées au marketing de l'agriculture suisse conformément à l'art. 1 de l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles<sup>2</sup>.

### **3. Transmission de données**

L'office transmet sur demande à l'USP les adresses des détenteurs de bétail et les données concernant leurs cheptels.

### **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

## **C. Organisation de producteurs GalloSuisse**

### **1. Montant des contributions**

1.1. Les non-membres doivent verser les contributions suivantes à GalloSuisse en tant qu'organisation de producteurs au sens de l'art. 2, al. 2:

- a. 30 centimes par animal auprès des acheteurs de poussins femelles ou de poulettes;
- b. 12 centimes par œuf auprès des acheteurs d'œufs à couver.

1.2. Seuls les acheteurs gardant au moins 500 animaux d'élevage destinés à la ponte (production d'œufs) ou 500 poules pondeuses sont assujettis à l'obligation de payer des contributions.

### **2. Utilisation des contributions**

Les contributions versées conformément au ch. 1 doivent être utilisées pour des mesures de communication liées au marketing pour les œufs conformément à l'art. 1 de l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'aide à la promotion des ventes de produits agricoles.

### **3. Transmission de données**

L'office transmet sur demande à GalloSuisse les données suivantes:

- a. les adresses des producteurs suisses détenant plus de 500 animaux d'élevage destinés à la ponte ou 500 poules pondeuses et le nombre des animaux effectivement détenus;
- b. les adresses des importateurs d'œufs à couver, de poussins et de poulettes ainsi que les quantités importées.

### **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

## **D. Interprofession Emmentaler Switzerland**

### **1. Montant des contributions**

1.1. Les fabricants non-membres (fromagers) doivent verser à l'Emmentaler Switzerland (ES), en tant qu'interprofession au sens de l'art. 2, al. 1, une contribution de 17 centimes/kg d'Emmentaler fabriqué.

1.2. Lorsque la contribution est calculée sur la base de la quantité de lait transformée en Emmentaler, le facteur de conversion entre le poids mûr et le lait utilisé doit être de 8,15.

## **2. Utilisation des contributions**

La contribution versée conformément au ch. 1 doit être utilisée pour les mesures suivantes:

- a. la publicité;
- b. les relations publiques;
- c. les foires et expositions.

## **3. Transmission de données**

La TSM transmet sur demande à ES les données suivantes par fabricant produisant de l'Emmentaler ou «d'autres fromages à pâte dure, gras» (let. d), selon la liste des produits SAAL:

- a. les adresses des fabricants et, le cas échéant, celles des affineurs;
- b. les quantités d'Emmentaler fabriquées (poids du fromage en blanc) et le nombre de meules;
- c. la quantité de lait transformée en Emmentaler;
- d. les quantités fabriquées «d'autres fromages à pâte dure, gras», d'un poids de meule supérieur à 70 kg (poids du fromage en blanc), et le nombre de meules;
- e. la quantité de lait transformée en «autres fromages à pâte dure, gras», d'un poids de meule supérieur à 70 kilos;
- f. les quantités fabriquées de «fromages à pâte dure pour la fonte, gras», d'un poids de meule supérieur à 70 kilos (poids du fromage en blanc), et le nombre de meules;
- g. la quantités de lait transformée en «fromages à pâte dure pour la fonte, gras», d'un poids de meule supérieur à 70 kilos.

## **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

## **E. Interprofession du Vacherin Fribourgeois**

### **1. Contributions financières visant à soutenir les mesures d'entraide**

1.1. Les fabricants non-membres (fromagers) doivent verser à l'Interprofession du Vacherin Fribourgeois, en tant qu'interprofession au sens de l'art. 2, al. 1, une contribution de 80 centimes/kg de Vacherin Fribourgeois fabriqué

1.2. Lorsque la contribution est calculée sur la base de la quantité de lait transformée en Vacherin fribourgeois, le facteur de conversion entre le poids mûr et le lait utilisé doit être de 11,026.

## **2. Mesure d'entraide**

La contribution versée conformément au ch. 1 doit être utilisée pour les mesures suivantes:

- a. la publicité;
- b. les relations publiques;
- c. les foires et expositions.

## **3. Transmission de données**

La TSM transmet sur demande à l'Interprofession du Vacherin fribourgeois les données suivantes par fabricant produisant du Vacherin fribourgeois ou «d'autres fromages à pâte mi-dure, gras» (let. d), selon la liste des produits SAAL:

- a. les adresses des fabricants et, le cas échéant, celles des affineurs;
- b. les quantités de Vacherin fribourgeois fabriquées (poids du fromage en blanc) et le nombre de meules;
- c. la quantité de lait transformée en Vacherin fribourgeois;
- d. les quantités fabriquées «d'autres fromages à pâte mi-dure, gras», d'un poids de meule compris entre 5 et 12 kilos (poids du fromage en blanc), et le nombre de meules;
- e. la quantité de lait transformée en «autres fromages à pâte mi-dure, gras», d'un poids de meule compris entre 5 et 12 kilos.

## **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

# **F. Interprofession Sbrinz Käse GmbH**

## **1. Montant des contributions**

1.1. Les fabricants non-membres (fromagers) doivent verser à la Sbrinz Käse GmbH, en tant qu'interprofession au sens de l'art. 2, al. 1, une contribution de 1,15 fr./kg de Sbrinz fabriqué.

1.2. Lorsque la contribution est calculée sur la base de la quantité de lait transformée en Sbrinz, le facteur de conversion entre le poids mûr et le lait utilisé doit être de 7,8.



## **2. Utilisation des contributions**

La contribution versée conformément au ch. 1 doit être utilisée pour les mesures suivantes:

- a. la publicité;
- b. les relations publiques;
- c. les foires et expositions.

## **3. Transmission de données**

La TSM transmet sur demande à la Sbrinz Käse GmbH les données suivantes par fabricant, produisant du Sbrinz ou «d'autres fromages à pâte dure, gras» (let. d), selon la liste des produits SAAL:

- a. les adresses des fabricants et, le cas échéant, celles des affineurs;
- b. les quantités de Sbrinz fabriquées (poids du fromage en blanc) et le nombre de meules;
- c. la quantité de lait transformée en Sbrinz;
- d. les quantités fabriquées «d'autres fromages à pâte dure, gras», d'un poids de meule compris entre 20 kg et 50 kg (poids du fromage blanc) et le nombre de meules;
- e. la quantité de lait transformée en «autres fromages à pâte dure, gras», d'un poids de meule compris entre 20 et 50 kilos.

## **4. Durée de validité**

L'obligation des non-membres de payer des contributions s'applique jusqu'au 31 décembre 2007.

