

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 25 février 2009

Le Conseil fédéral suisse

arrête:

I

L'annexe 2 de l'ordonnance du 30 octobre 2002 sur les interprofessions et les organisations de producteurs¹ est modifiée conformément au texte ci-joint.

II

La présente modification entre en vigueur le 15 mars 2009.

25 février 2009

Au nom du Conseil fédéral suisse:

Le président de la Confédération, Hans-Rudolf Merz
La chancelière de la Confédération, Corina Casanova

¹ RS 919.117.72

Annexe 2
(art. 11)*Partie A***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 visées au ch. 2.6.

2. Utilisation des contributions

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

- a. l'intervention en cas de demande de trafic de perfectionnement;
- b. l'intervention pour la promotion des ventes de beurre destiné à une utilisation artisanale ou industrielle en Suisse;
- c. l'intervention pour la vente de crème destinée à la fabrication de glaces comestibles;
- d. l'intervention en faveur d'exportations de crème.

Les moyens non dépensés à la fin de l'année peuvent être utilisés l'année suivante pour les mêmes mesures.

2.2 L'organisation des artisans fromagers (Fromarte), l'Association de l'industrie laitière suisse (AIL), l'Organisation sectorielle pour le beurre (OSB) et l'Association Lait suisse (ALS) sont consultées avant l'application des mesures visées au ch. 2.1. La consultation porte sur la nécessité de l'intervention, le type de mesures et leur durée, ainsi que sur les fonds engagés.

2.3 PSL informe immédiatement les organisations consultées et l'office des mesures décidées et de leur durée et, après leur mise en oeuvre, du montant engagé par mesure (quantité × taux = montant).

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

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

2.6 La contribution versée conformément au ch. 1, let. b, doit être utilisée pour les mesures d'entraide internationales, nationales ou régionales suivantes visant 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 AMS Agro-Marketing Suisse;
- 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:

- a. pour la contribution au sens du ch. 1, let. a, jusqu'au 31 décembre 2009;
- b. pour la contribution au sens du ch. 1, let. b, jusqu'au 31 décembre 2011.

