

BUTS

La libéralisation du marché du fromage avec l'UE en 2007 a mis certains produits laitiers suisse en concurrence avec l'étranger. Le but de la segmentation – mise en place en 2011 – est de **réduire la pression** que le marché international exerce sur le prix du lait **dans les secteurs protégés ou soutenus**. En même temps, elle ouvre une possibilité aux exportateurs d'acheter du lait à un prix plus proche du prix européen **pour les marchandises exportées** et ainsi **de rester concurrentiels**.

La segmentation s'applique au **lait de centrale**. Le Conseil fédéral l'a déclarée de **force obligatoire**.

Segment A

Produits protégés ou soutenus



Marché Suisse

- Lait, crème, beurre, yogourt... (*protection douanière*)
- Fromage (*supplément*)



Marché étranger

- Poudre et concentrés, beurre pour l'industrie alimentaire (*soutien fonds IP Lait*)
- Fromage de non-ensilage

Utilité

- Prix plus stables, le lait A n'étant pas soumis aux fluctuations du marché extérieur
- Prix au producteur de 2 à 5 ct/kg plus élevé que sans segmentation

„D'après les estimations, la segmentation produit une hausse de valeur de plus de 60 millions pour l'achat du lait sur l'ensemble du marché.“

Travail de bachelor de N. Leibundgut, HAFL (2025)

CONTRÔLE

Les transformateurs doivent prouver que la quantité de lait par segment entre l'achat et les produits commercialisés correspondent (marge de tolérance de 5%).

REFERENCES

- IP Lait (2023). Règlement sur le contrat-type et la segmentation. [Règlement segmentation](#).
- IP Lait (2025). Rapport d'activité 2024: Segmentation. [Rapport d'activités 2024 - IP Lait](#).
- Leibundgut, N. (2025). Auswirkungen der Segmentierung und Richtpreise im Milchmarkt: Perspektiven von Marktakteuren entlang der Wertschöpfungskette. BFH-HAFL, Zollikofen.