Rapport d'activités **2023**

LRG
LAITERIES RÉUNIES GENÈVE
Depuis 1911

Table des matières

2 **Le mot de la Direction**

4 **Économie laitière**

6 Une économie fragile

8 **L'essentiel en chiffres**

10 **Mission et Vision**

12 Au service des producteurs d'ici

14 Consommer local : de la fourche à la fourchette

16 Panier d'ici : des produits durables et responsables

18 La durabilité avec conviction

21 Manger sainement en se faisant plaisir et au meilleur prix

22 **Produits frais**

24 La croissance malgré l'inflation

26 Des produits maison qui séduisent

28 Un secteur négoce en forme

30 La Tomme Jean-Louis : une fabrication et un savoir-faire presque centenaires

32 **Secteur carné**

34 Un secteur qui demeure encore fragile

36 Des recettes qui évoluent avec le temps

37 **Secteur logistique**

38 De nouveaux investissements pour la logistique

40 Labels et certifications

41 **Au rythme des vaches**

48 **Chiffres clés du Groupe LRG 2023**

49 **Organes sociaux**

50 **Direction et responsables par société**

Notre mission est claire : « garantir la pérennité des exploitations de nos producteurs, en assurant le développement de notre coopérative et ses engagements pour la société d'aujourd'hui et de demain. »

Un environnement toujours plus complexe

Après une année 2022 fortement perturbée par la guerre en Ukraine, la hausse des coûts de production et la cyberattaque qui nous ont impactées, nous espérions que 2023 s'annoncerait plus sereinement. Même si la décision de soutenir significativement le prix payé à nos producteurs était importante, l'année 2023 a porté de nouveaux défis pour notre coopérative, dans un contexte d'inflation toujours soutenue, de perturbations majeures sur la place bancaire suisse, de tensions géopolitiques attisées par un nouveau conflit au Moyen-Orient, et enfin par la pression constante sur les prix d'achat de nos produits. Pourtant, dans ce contexte contraignant, notre Groupe a su faire preuve d'agilité en poursuivant sa stratégie basée sur l'innovation, la mise sur le marché de produits de proximité et de haute qualité, ainsi qu'une excellente réactivité et flexibilité face aux besoins de nos clients.

C'est ainsi qu'en 2023, le Groupe Laiteries Réunies Genève enregistre une progression de 4.2% de son chiffre d'affaires (CA) par rapport à 2022, s'établissant désormais à 197.1 millions de CHF.

Cette croissance a pu être réalisée grâce aux forces multiples de notre Groupe qui reposent sur la diversité de nos activités, dans les secteurs des produits laitiers, de la viande et de la charcuterie, du négoce ou de la distribution de nombreuses spécialités alimentaires. La reprise de la consommation dans la gastronomie, déjà bien engagée en 2022, s'est confirmée cette année encore alors que la fréquentation des consommateurs dans la grande distribution classique marquait le pas. Notre secteur logistique a poursuivi une croissance régulière grâce au savoir-faire et au niveau de service très appréciés de nos mandants partenaires. En revanche, le secteur carné a souffert d'un prix du porc historiquement bas qui n'a pu être répercuté à sa juste mesure, dans un contexte d'inflation affectant le pouvoir d'achat de nombreux ménages.

Mais si la croissance de notre chiffre d'affaires est réjouissante, l'exercice 2023 affiche toutefois un résultat juste en-dessous de l'équilibre.

Dominique Monney, Directeur général

Le défi reste donc de taille afin de retrouver une croissance de la rentabilité, non seulement par une augmentation régulière de notre volume d'affaires, mais aussi et surtout par notre capacité à réduire nos coûts de production. Ceci ne se fera que par des économies substantielles et continues, tant au niveau des achats et de la gestion de nos intrants, qu'au travers de l'optimisation permanente de nos structures et processus internes.

Au niveau de la production laitière, dans un régime climatique globalement toujours plus chaud et perturbé, la diminution des volumes de lait collecté en Suisse, bien que contenue, reste toujours sensible sur le long terme (–0.6% en moyenne annuelle par rapport à 2022). Il est toutefois difficile de prévoir l'évolution future à partir de ces chiffres car, à court terme, les évolutions du marché, des conditions météorologiques et de la qualité du fourrage se superposent toujours. Parallèlement à la baisse de la production laitière au cours des derniers mois, la production et les exportations de fromage ont également diminué.

Dans ce contexte, il est intéressant de noter que le recul de la production laitière de ces derniers mois ne se limite pas à la Suisse. Les grands pays producteurs de l'UE ont également annoncé des chiffres de production en baisse *(source : Rapport mensuel sur le marché du lait et des produits laitiers en Suisse et la production et la transformation du lait bio Informations sur le marché du lait à l'étranger 2024).*

Des engagements concrets

Dans une période d'incertitude, de contraintes de production et de rentabilité croissantes, notre mission est claire : garantir la pérennité des exploitations de nos producteurs en assurant le développement de notre coopérative et ses engagements pour la société d'aujourd'hui et de demain.

Pour ce faire, nous entreprendrons en 2024 une série de projets majeurs au travers de concepts et produits innovants et authentiques. L'accent sera mis sur nos produits frais avec des recettes mettant en valeur nos origines suisses, des évolutions vers des emballages encore plus écologiques et la promotion d'une consommation locale et responsable. Nous allons également diversifier nos gammes fromagères avec des propositions de saison et une mise en valeur du lait sous des formes nouvelles. Dans le secteur de la viande et de la charcuterie, un assortiment très riche en nouveautés sera proposé tout au long de l'année et des innovations importantes dans les technologies de conservation confirmeront notre savoir-faire unique.

Enfin, notre capacité logistique et la qualité de nos services seront encore améliorées grâce à l'extension de notre site de Bannwil (BE), avec plus de 1'350 m² additionnels disponibles dès ce printemps.

C'est donc avec force et ambition que nous nous engagerons cette année, comme depuis plus de 113 ans, à offrir des produits sains, au meilleur prix, et des services de haute qualité pour tous nos clients et pour le bien-être de nos milliers de consommatrices et consommateurs en Suisse.

Dominique Monney
Directeur général

Économie laitière

Une économie fragile

Une diminution de la production laitière

L'économie laitière, qui représente 23.7% de la production agricole totale, est un secteur important de l'agriculture suisse.

En 2022, la Suisse comptait encore 17'531 producteurs de lait, dont 8'651 en montagne, 8'880 en plaine et 1'933 dans des exploitations d'estivage. Par rapport à 2021, le nombre d'exploitations laitières a diminué de 2.1%, soit 379 exploitations en moins.

Le volume total collecté par les Laiteries Réunies en 2023 s'élève à 38'308'834 litres de lait, soit une baisse de collecte de 3.6% par rapport à l'année précédente.

Au niveau de nos producteurs sociétaires vaudois, la production a été réduite par rapport à 2022. Cette diminution s'explique par le départ de plusieurs producteurs de lait qui se sont rapprochés d'un autre acheteur. Elle a été absorbée de manière réfléchie et rigoureuse par l'achat de lait extérieur via notre Fédération afin de couvrir tous les besoins de nos outils de transformation. De ce fait, du côté suisse, le volume total collecté est en baisse de 0.5% par rapport à 2022.

Concernant les Zones franches, une baisse de production laitière de 5.6% est à souligner également. L'arrêt d'exploitation de l'un de nos producteurs ainsi que l'orientation de deux autres producteurs vers des filières AOP expliquent la baisse de collecte sur le territoire français.

Il est intéressant de noter que la diminution de la production laitière n'est pas limitée à la Suisse. En effet, l'Union Européenne affiche elle aussi une baisse de 2.5%.

Malgré une baisse de la production de lait, la demande par habitant reste stable en Suisse.

Standard Sectoriel pour le Lait Durable Suisse

Selon PSL, la branche laitière suisse a franchi en 2023 une étape significative avec le « Standard Sectoriel pour le Lait Durable Suisse ». Le lait commercialisé sous la marque « Swissmilk Green » met en valeur un mode de production durable (par exemple, en interdisant l'huile de palme), ainsi que le respect de normes en faveur du bien-être animal. Ce label de l'IP Lait a poursuivi son développement et, début janvier 2024, seuls quelques centaines de producteurs ne remplissaient pas encore les exigences du label au niveau national. Une analyse et un comptage précis seront prochainement réalisés au sein de l'IP Lait.

Au sein de notre coopérative laitière, au 1er janvier 2024, tous nos producteurs sociétaires se sont inscrits au label « Tapis Vert », sur la base d'une auto-déclaration, avec l'aide de notre Fédération laitière. Le statut de chaque exploitation sera vérifié lors de contrôles mis en place au printemps 2024. En contrepartie, ce label donne droit à un bonus de 3 cts/kg sur le volume de lait A pour tous les producteurs de lait conventionnel. Les Laiteries Réunies sont donc en phase avec les recommandations de l'IP Lait ainsi que celles des organes de certification.

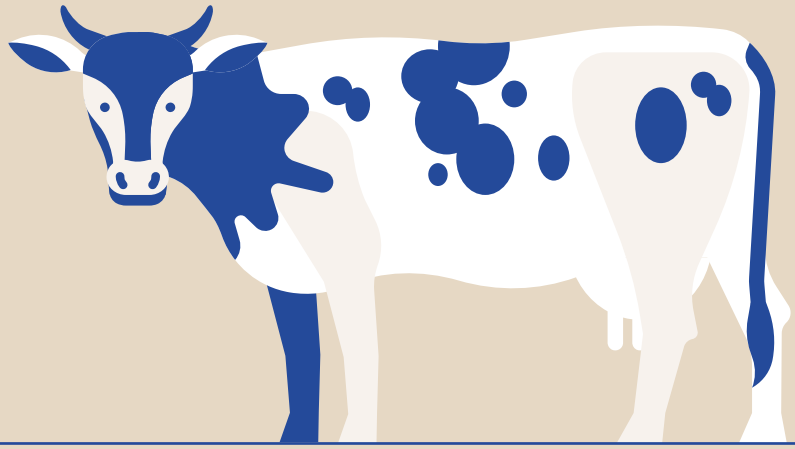
L’essentiel en chiffres

Lait acheté total
38’308’834 litres

Ventes en France
1’986’456 litres

Total lait entré en centrale laitière
36’322’378 litres

Nous collectons le lait de
5’000
vaches laitières



En Suisse, la production moyenne annuelle d’une vache laitière s’élève à
7’000 kg

Certaines races, comme la prim’ Holstein, peuvent produire jusqu’à
12’000 kg
/ lactation (60 kg par jour au pic de lactation).

Les races les plus représentées sont :
Montbéliarde
Simmental
Tachetée rouge
Holstein
Brune des Alpes

65
sociétés de laiteries actives

14
exploitations individuelles

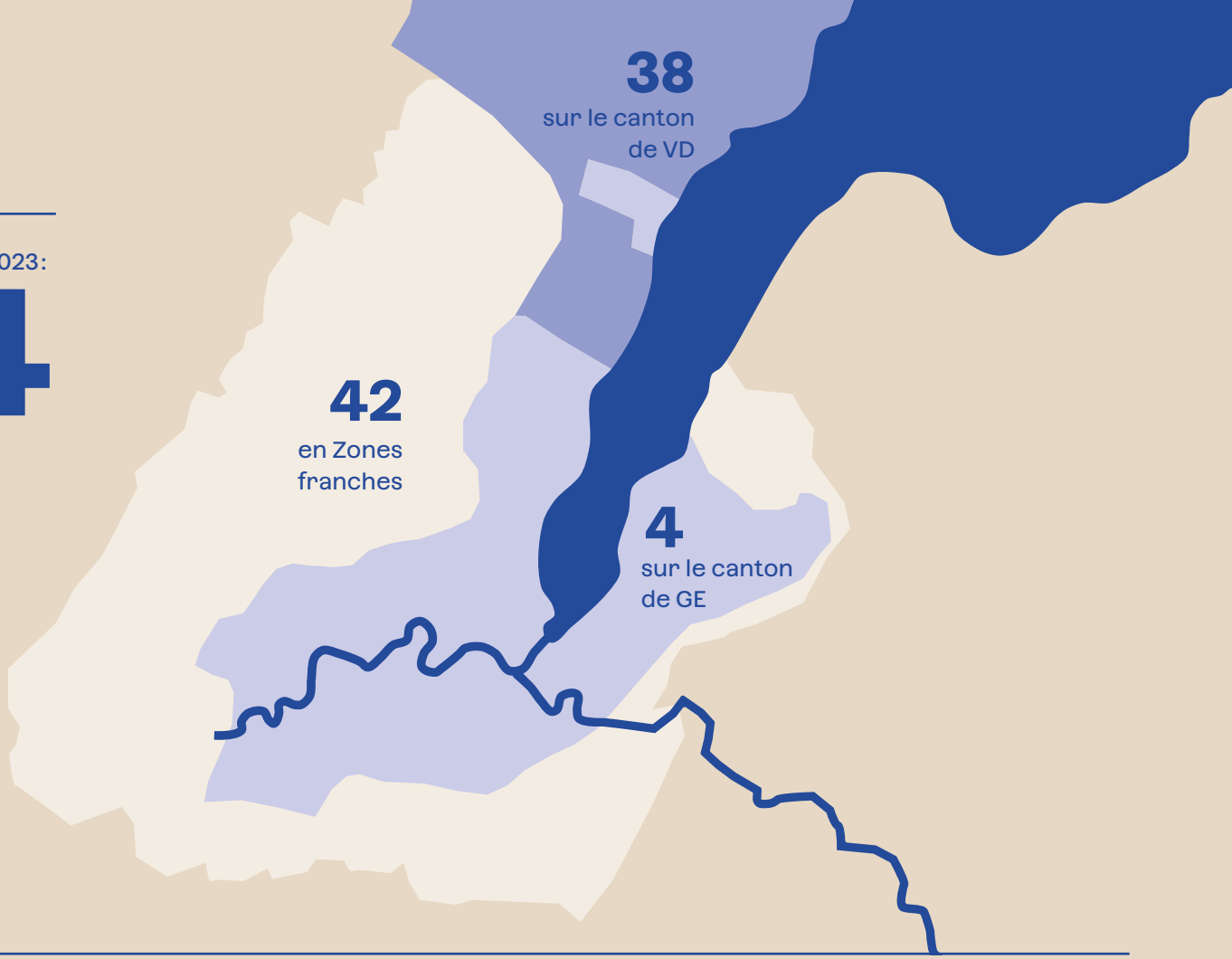
543
sociétaires

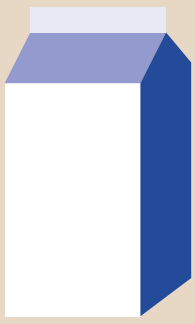
Les volumes de réception de lait à notre centrale de Plan-les-Ouates se situent entre
70’000 et 150’000 litres/jour
en fonction de la période de l’année.

Au 1er janvier 2023:

84

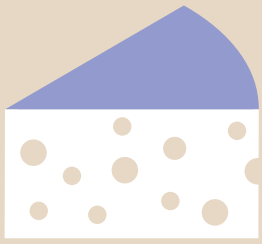
producteurs





12%

en lait et crème de consommation (UHT, pasteurisé)



25%

du lait réceptionné dans notre centrale laitière est transformé en fromage à pâte molle

10%

pour les yoghourts et desserts

Top 4 des marques phares

Gamme Essentiel Del Maître

+45%

Yoplait

+3.3%

TamTam

+1.9%

Jean-Louis

+1.0%

Mission et Vision

Au service des producteurs d'ici

Véritable institution depuis 1911, la Société Coopérative Laiteries Réunies Genève accompagne ses producteurs, chaque jour, de génération en génération. En défendant les intérêts de ses producteurs genevois, vaudois et français voisins, la coopérative contribue au maintien des zones agricoles, des zones vertes et au développement d'une agriculture régionale vivante et productive.

Lors de la création des Laiteries Genevoises Réunies en 1911, l'ambition était de garantir la distribution de lait à toute la population du canton de Genève. Aujourd'hui, l'ambition et la responsabilité de la coopérative sont d'assurer autant que possible l'approvisionnement alimentaire tout en répondant aux nouvelles attentes des consommateurs.

« Travailler avec les Laiteries Réunies de Genève, c'est garantir aux consommateurs des produits de proximité et de qualité, tout en assurant aux producteurs la sécurité de la collecte du lait, et sa bonne mise en valeur. »

Marc Bory, Producteur de lait (VD) et Vice-Président des Laiteries Réunies Genève

La mission des Laiteries Réunies est inscrite dans son ADN de coopérative – Servir le bien commun de ses producteurs et coopérateurs.

Il garantit l'indépendance du groupe et en fait sa spécificité. Intégré dans ses statuts, la coopérative n'a pas de but lucratif. Elle s'engage, jour après jour à une rémunération du lait le plus juste possible tout en tenant compte des spécificités du marché. Ses valeurs communes au monde agricole rappellent son rôle social, solidaire et son attachement au terroir.

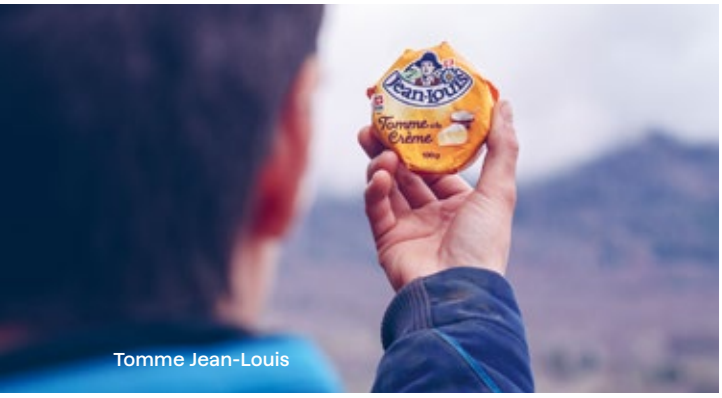
Depuis plus de 113 ans, les Laiteries Réunies poursuivent leur mission principale : valoriser le lait et la viande de leurs producteurs en produits à forte valeur ajoutée.

Le saviez-vous ?

Que sont les Zones franches ?

Datant de 1815, les Zones franches constituent une particularité du canton de Genève. À la fin des guerres napoléoniennes et au rattachement de Genève à la Confédération Suisse, Genève négocia avec la France la création des Zones franches du Pays de Gex et de la Haute-Savoie pour garantir son approvisionnement en produits alimentaires. Ces territoires sont exemptés de droits de douanes et bénéficient aujourd'hui encore d'un statut spécial.

Consommer local : de la fourche à la fourchette



Tomme Jean-Louis

Les modes traditionnels de consommation et de production évoluent. L'année 2023 a connu des températures records et des catastrophes environnementales soulignant les changements climatiques et l'importance de la conscience envers la durabilité.

Les consommateurs sont de plus en plus conscients de leur alimentation et ont désormais tendance à chercher des produits qui correspondent à leurs valeurs éthiques, environnementales et nutritionnelles. Les choix sont souvent guidés par des considérations comme la durabilité, le bien-être animal ou les pratiques agricoles responsables.

La préférence pour les aliments locaux et de saison restera une tendance très forte pour 2024. Les consommateurs portent une attention particulière à l'origine des produits. Ils cherchent à soutenir les producteurs locaux et à réduire leur empreinte carbone en choisissant des aliments cultivés et produits proche de chez eux. Les circuits courts jouent donc un rôle crucial dans la construction de systèmes alimentaires plus durables, résilients et centrés sur la communauté.

Privilégier et acheter des produits à proximité de son lieu de résidence porte désormais un nom : le « locavorisme ». Ce terme exprime le choix d'une alimentation plus responsable et respectueuse de l'environnement mais aussi des producteurs. En consommant local, provenance et traçabilité sont assurés.

Consommer local, c'est aussi assurer moins d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs et c'est donc soutenir l'économie locale. La dernière enquête suisse sur les comportements d'achat montre que les principales raisons à l'achat de produits agricoles suisses sont les circuits de distributions courts, le soutien aux agriculteurs suisses et la haute qualité des produits[1].

Ainsi, selon cette étude, en 2023, plus de 50% des personnes interrogées ont déclaré préférer les produits suisses pour le lait et 65% pour les produits laitiers frais[2]. Ces données montrent l'attachement des Suisses à la consommation locale.

En conclusion, le « produit suisse » est un critère décisif dans l'acte d'achat. Les Laiteries Réunies soutiennent et défendent l'importance de la production de proximité. En récoltant le lait des producteurs de la région, la coopérative s'engage à son dynamisme.

À titre d'exemple, certaines gammes de produits, en particulier celles portant le label Genève Région – Terre Avenir (GRTA) offrent aux consommateurs des produits au plus près de chez eux.

1 Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche DEFR, Importance de l'origine des produits agricoles 2023, Enquête réalisée à la demande de l'Office fédéral de l'agriculture, mai 2023.

2 Rapport agricole 2023, https://www.agrarbericht.ch/fr/lhumain/societe/comportement-dachat.

Truffé et Délice de l'Horloger

Lait entier genevois

Yoghourts de Genève au miel

« Les produits des Laiteries Réunies au plus proche de la nature. »

Panier d'ici : des produits durables et responsables

Selon une analyse réalisée par le cabinet d'audit Deloitte, basée sur l'étude « Une bouchée à la fois : les consommateurs et la transition vers une alimentation durable » de l'Organisation européenne des consommateurs, 79% des personnes interrogées déclarent que les préoccupations sur le développement durable ont une influence sur leurs habitudes alimentaires[3]. Le secteur de l'agroalimentaire est désigné comme principal responsable d'une alimentation durable (39%). Les consommateurs pensent à 31% que la principale responsabilité d'une alimentation durable leur incombe[4].

Né d'une réflexion simple : afin d'offrir aux consommatrices et consommateurs de bons produits de proximité cultivés par des productrices et producteurs de la région, les Laiteries Réunies Genève ont lancé « Panier d'ici ». Il s'agit d'une plateforme de vente en ligne où chacun peut retrouver, en quelques clics, des produits certifiés Genève Région – Terre Avenir (GRTA). GRTA est une marque de garantie créée en 2004 par l'État de Genève et permettant d'identifier les produits de l'agriculture genevoise. Panier d'ici s'inscrit dans la volonté du Groupe de distribuer et produire des produits portant ces mêmes valeurs.

Concrètement, les consommateurs peuvent passer leurs commandes sur le site internet, www.panierdici.ch et venir récupérer leurs produits dans des points de retrait situés en ville et sur le canton de Genève.

Panier d'ici soutient le lien direct entre les producteurs et les *consomm'acteurs*. Afin d'offrir des produits frais, Panier d'ici ne stocke aucune marchandise et le gaspillage alimentaire est inexistant.

Ce sont plus de 20 productrices et producteurs de Genève qui proposent désormais leurs produits sur la plateforme de vente en ligne. Suite à l'engouement des professionnels pour cette nouvelle solution, au second trimestre 2024, un site internet Panier d'ici PRO sera disponible. Les professionnels pourront ainsi regrouper toutes leurs commandes en une seule livraison.

Chiffres clés

23
producteurs

+300
produits locaux

8
points de retrait

2024
nouvelle plateforme pour les professionnels

3 Alimentation durable. Ce qu'attendent les consommateurs suisses des entreprises et des décideurs politiques, https://www2.deloitte.com/ch/fr/pages/consumer-business/articles/sustainable-food.html.

4 Ibid.

«Panier d'ici est produit ici pour ici.»

www.panierdici.ch

Assortiment de produits Panier d'ici

La durabilité avec conviction

Les Laiteries Réunies Genève ont à cœur de contribuer au développement durable par des actions quotidiennes permettant une réduction importante de la consommation de ressources naturelles, limitant ainsi les impacts environnementaux. Le pilier social du développement durable est aussi pris en compte avec des actions pour les communautés et l'insertion de personnes en situation de handicap. C'est un engagement fort et constant depuis des années, qui s'est traduit par des actions concrètes en 2023.

Économies d'énergies

Les économies d'énergies sont au centre des préoccupations, car elles contribuent à atténuer les changements climatiques. Ainsi, le Groupe travaille constamment à réduire et optimiser ses consommations d'énergies avec une vision d'ensemble de ses centres d'activités et logistiques.

Électricité : concernant la centrale laitière de Plan-les-Ouates, la consommation a été réduite de 1,36 mios de KWh, **soit la consommation de plus de 270 foyers en Suisse**. (Source confédération = moyenne de 5'000 kwh par foyer). C'est une preuve que les investissements pour des installations plus efficientes portent leurs fruits. À titre d'exemple, les nouveaux groupes de refroidissement installés récemment, et le nouveau parc de chariots élévateurs plus efficients, à recharge uniquement la nuit, permettent des économies significatives.

> « C'est un engagement fort et constant depuis des années, qui s'est traduit par des éléments concrets en 2023. »

L'effort a été également mis dans les pratiques quotidiennes : mise en place de systèmes d'éclairage modulaire, sensibilisation permanente du personnel aux économies d'énergie.

Enfin, le parc de panneaux photovoltaïques permet de compenser 13% de la consommation électrique propre sur le site de Plan-les-Ouates.

Gaz : une optimisation de la chaudière de Plan-les-Ouates a permis une réduction importante de la consommation de gaz (–96'318 Kwh). Le site de Satigny a accru son efficience énergétique avec l'investissement d'une nouvelle chaudière bicombustible.

Pour Del Maître, un vaste projet de changement des producteurs de froid et d'isolation de la toiture est à l'étude dans le but de réduire les coûts énergétiques.

Matériaux

Une réflexion constante est portée sur l'utilisation optimale des emballages des produits laitiers et carnés. Les équipes travaillent sur de nouveaux matériaux dans un contexte où les filières de recyclage, notamment de plastique, sont peu développées en Suisse pour le moment.

Concernant les produits de charcuterie Del Maître, un effort important a été réalisé sur les emballages avec **une réduction du plastique de 16 tonnes en 2023.** Le lancement d'un nouveau jambon de la gamme Del Maître « Essentiel » en barquette carton permet une économie de 80% de plastique par rapport aux emballages précédents. Par ailleurs, l'ensemble des emballages sont fabriqués avec **30% de plastique recyclé**.

Concernant les flans TamTam, la languette en aluminium sous les pots a été supprimée, permettant **une réduction de la consommation d'aluminium annuelle de 225 kilos**.

Eau

Les produits laitiers jouent un rôle précieux dans une alimentation équilibrée, mais leur fabrication génère une importante consommation d'eau, en particulier durant les phases de nettoyage. Celle-ci a été significativement réduite cette année de plus de 14'994 m^3, l'équivalent de **4 piscines olympiques de 3 mètres de profondeur**. *(Source : fluidra.com = 3'750 m^3/ piscine de 3 m de fond).*

Ceci a été possible grâce à une sensibilisation des équipes, à l'optimisation des consommations, au changement des groupes de refroidissement, et à l'installation d'une nouvelle centrale de nettoyage des camions. Le procédé permet de récupérer l'eau de nettoyage et d'économiser ainsi entre 10 et 15 m^3 par semaine.

Santé et sécurité des consommateurs

La santé et la sécurité de nos consommateurs sont bien évidemment des préoccupations majeures pour la société coopérative. Ainsi, les méthodes d'analyses bactériologiques respectent les normes les plus strictes. Pour le secteur carné, les équipes travaillent constamment à l'amélioration des produits avec moins d'additifs et une évolution des techniques de conservation. Ainsi, la gamme Del Maître « Essentiel » a développé, en 2023, 7 nouveaux produits ne contenant ni conservateurs ni exhausteurs de goût.

Déchets et valorisation du lait

Les déchets sont rigoureusement triés et valorisés. La filière de méthanisation des déchets a été renforcée au travers d'un partenariat avec une société spécialisée. Les déchets cartons ont aussi été réduits de 1.6 tonnes par rapport à 2022.

Concernant le lait, tous ses composants sont valorisés lors des phases de transformation de façon à ne produire qu'un minimum de déchets. Le lait est commercialisé en briques mais également transformé en fromages, yoghourts et desserts, la matière grasse et les protéines permettant différentes recettes et préparations. **Le sérum ou petit lait récupéré** lors de la production de la fromagerie est également mis en valeur. Par exemple, la crème du sérum doux (lactose) est achetée par un producteur de beurre, et le sérum acide sert d'aliment pour les porcs.

Communautés et développement local

L'engagement de la coopérative vis-à-vis de la société est dans l'ADN historique des Laiteries Réunies. Ainsi, à travers sa marque TamTam, le Groupe s'est engagé en 2023 avec la Fondation Théodora qui vient en aide aux enfants hospitalisés ou en situation de handicap, en offrant des moments de rire et d'évasion avec des artistes professionnels appelés Docteurs Rêves dans 32 hôpitaux et 27 institutions spécialisées en Suisse. Ce partenariat, débuté en septembre 2023, repose sur l'offre d'un centime par pot de flan TamTam vendu, avec un objectif de 100'000 CHF de dons sur la période.

Au-delà des dons, la coopérative participe au développement de la région au travers de partenariats sportifs, locaux et associatifs. Ainsi, une collaboration avec PRO, Entreprise Sociale Privée a débuté en 2023. Cette Fondation de droit privé reconnue d'utilité publique réinsère des personnes exclues du premier marché, notamment en raison de handicap.

Manger sainement en se faisant plaisir et au meilleur prix

Constamment en évolution, les préférences des consommateurs poussent l'agroalimentaire à innover et à se réinventer chaque jour. Les consommateurs soucieux de leur santé sont à la recherche de produits de qualité et sains. La santé est aujourd'hui au cœur des préoccupations. Le souci de l'équilibre nutritionnel et de la sécurité alimentaire déterminent les comportements d'achat.

Ainsi, les consommateurs dépensent plus pour leur santé et pour des produits durables. Bien que les consommateurs soient de plus en plus attirés par des aliments plus naturels et moins transformés, ils accordent toujours beaucoup d'importance au goût et au plaisir.

Les tendances pour l'année 2024 annoncent un intérêt encore plus marqué pour la durabilité, le bien-être et l'authenticité.

La coopérative accompagne les consommateurs tout au long de leur vie grâce à des produits authentiques, locaux, et pour le plaisir des petits et des grands. Depuis plus d'un siècle, le Groupe perpétue une tradition de qualité et d'excellence. Cet engagement est attesté par l'obtention de plusieurs labels et certifications. La coopérative travaille chaque jour au développement de ses recettes pour proposer des produits de qualité, savoureux, variés, et qui répondent aux besoins de toutes et tous.

Cette année, le Groupe a aussi retravaillé ses recettes de yoghourts pour proposer des produits avec un taux de sucre réduit de près de 10% dans toute la gamme des yoghourts Balko, mais aussi dans les flans TamTam chocolat, vanille et vanille nappée.

Sur ce même axe, Del Maître a développé sa gamme « Essentiel » avec réduction des additifs dans les recettes et remplacement ou suppression, partout où cela est possible, d'ingrédients controversés.

Ces résultats sont le fruit de l'innovation constante et de l'expertise de nos équipes de Recherche & Développement qui améliorent constamment les procédés technologiques tout en garantissant la sécurité alimentaire et la durée de conservation de nos produits.

Produits frais

La croissance malgré l'inflation

Le Groupe Laiteries Réunies enregistre une progression de son chiffre d'affaires de 4.2% par rapport à 2022, s'établissant ainsi à 197.1 mios de CHF. Malgré la forte mobilisation de ses producteurs de lait et de son personnel pour permettre cette croissance, l'exercice 2023 affiche un résultat juste en dessous de l'équilibre. L'effectif du Groupe s'établit à 316 personnes (ETP*) à la fin 2023.

Chiffres clés

Produits Laitiers

71.0

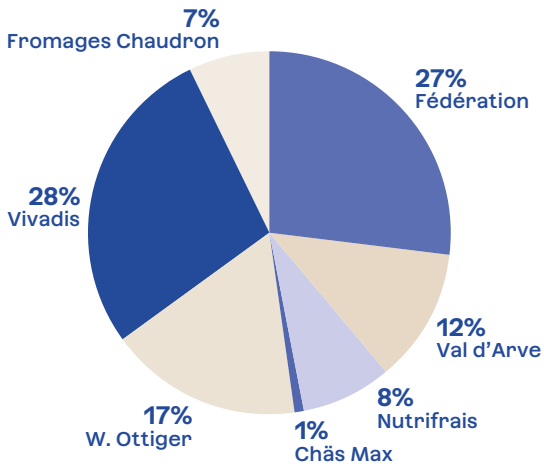
millions (+2.5%)

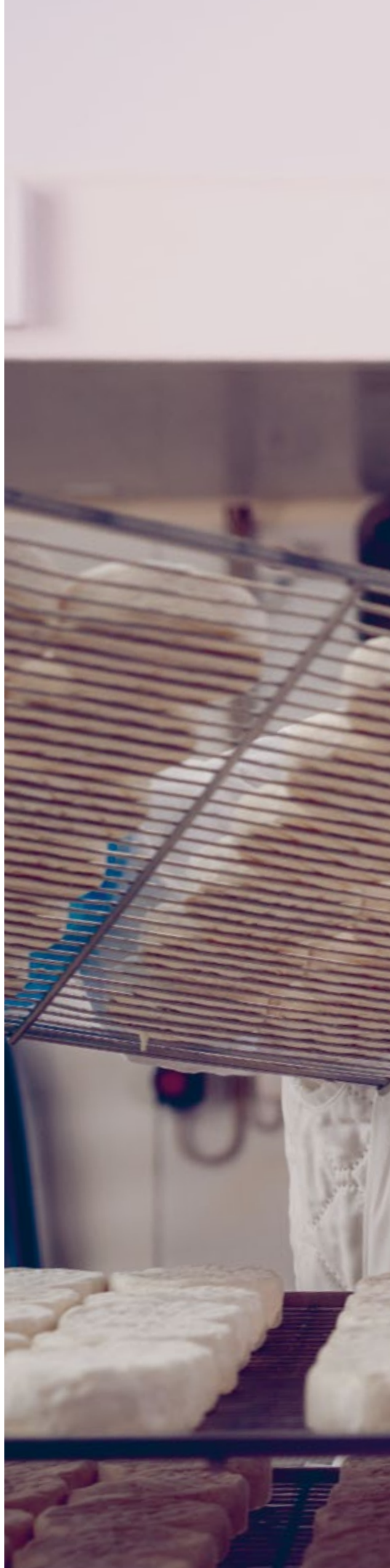
Négoce

76.0

millions (+3.4%)

Parts dans le CA des produits frais





* Équivalent temps plein.

Des produits maison qui séduisent

Val d'Arve

Les ventes de Val d'Arve enregistrent une progression de 3.3% avec de belles performances chez Migros et une stabilité chez Coop. Ce bon résultat démontre l'attachement des consommateurs à des produits authentiques, responsables et locaux.

Leader sur le marché des pâtes molles, la tomme à la crème Jean-Louis s'est déclinée en 2023 en une tomme fraîche, Tomino'. Ce produit novateur sur le marché a su trouver sa clientèle et les ventes sont prometteuses.

La marque Jean-Louis a fêté ses 90 ans en 2023 et continue à évoluer et à ravir ses consommateurs au quotidien. Par ailleurs, l'épaisseur de papier des emballages et l'utilisation de plastique ont été réduites pour les Tommes Jean-Louis.

« Notre mission est d'assurer le futur de nos productrices et producteurs tout en nous engageant pour la société d'aujourd'hui et de demain. »

Dominique Monney, Directeur général

Nutrifrais

Dans une tendance positive du marché de l'Ultra-Frais, les ventes de Nutrifrais progressent de plus de 4.5%. Cette évolution s'explique par une très belle performance des seaux, plus de 45% des ventes sont enregistrées auprès des clients Gastro et 22% auprès des clients Vivadis.

Produit à la centrale laitière de Plan-les-Ouates, le flan TamTam, continue depuis plus de 50 ans à occuper une place de choix dans le cœur des petits et des grands, mais aussi à illuminer les goûters de nombreuses familles. La marque TamTam s'engage dans la durabilité. Le partenariat avec la Fondation Théodora a permis de récolter plus de 26'000 CHF jusqu'à présent.

L'année a aussi été marquée par le référencement de Perle de Lait nature, coco, citron, pêche et vanille chez un grand distributeur.

TamTam, c'est plus rigolo, plus écolo et des sourires à gogo!

Chäs Max

Malgré un chiffre d'affaires en baisse, Chäs Max progresse auprès des grossistes et de la clientèle Vivadis. Les équipes innovent constamment pour proposer des nouveautés. Les tommes fourrées sont également très appréciées dans la distribution fine.

Un secteur négoce en forme

Vivadis

Vivadis SA se défend bien et voit son chiffre d'affaires progresser de 7.7% par rapport à 2022. Le concurrence est plus vive que jamais dans le commerce des produits laitiers, la priorité est donnée avant tout à la rentabilité plutôt qu'à la croissance.

La filiale suisse allemande basée à Bannwil (BE) a vu son chiffre d'affaires augmenter de 2% grâce au commerce du fromage et aux stations-services.

Les ventes en Suisse romande progressent de 7% grâce essentiellement à la restauration collective dans les cantines scolaires, les restaurants d'entreprise, ainsi que dans les hôpitaux et Etablissements médico-sociaux (EMS).

Tous les camions de distribution Vivadis en Suisse Romande sont équipés d'un compartiment à température négative permettant de grouper les livraisons des clients, que ce soit des glaces, des surgelés, des produits laitiers ou des produits frais : une livraison plus responsable !

La gamme de glaces et de sorbets TamTam continue son développement. Grâce au partenariat avec Swissmilk, 3 parfums (stracciatella, vanille, yoghourt/fruits des bois) ont été distribués durant l'été 2023 au cinéma en plein air « Allianz cinéma » au Port Noir à Genève.

Vivadis SA maintient sa position de leader pour les produits laitiers frais en Suisse Romande. Ceci est rendu possible grâce au dévouement, au savoir-faire et à l'implication des équipes de Téléventes de Genève et Bannwil (BE), des commerciaux ainsi que des trois tournées de distribution « vente à la chine ».

Le saviez-vous ?

Qu'est-ce qu'une tournée de distribution « vente à la chine » ?

Ce système de vente est pratiqué par des commerçants non sédentaires (chineurs ou colporteurs) qui sollicitent les clients soit à domicile, soit dans les rues, et non sur les marchés. Le livreur « à la chine » quittant l'usine avec son camion en emportant les commandes qu'il doit livrer au cours de sa tournée, prend également en charge un certain nombre de marchandises disponibles, qu'il peut laisser sur place aussitôt pour répondre à une demande. Dans ce dernier cas, il prend la commande, l'exécute, facture et encaisse. Ce chinage se pratique couramment pour des marchandises qui comportent des approvisionnements fréquents, sinon quotidiens (alimentation, par exemple) ; il présente l'avantage de simplifier et d'accélérer de multiples opérations.

Fromages Chaudron

La filiale spécialisée dans la vente de fromages a vu son chiffre d'affaires reculer de 2.5%. En revanche, avec l'hôtellerie et la restauration, le dépôt de Leysin (VD) a vu ses ventes progresser de 8% par rapport à 2022. Les secteurs de Verbier et de Château d'Œx se développent de manière très satisfaisante.

Cette bonne dynamique contraste avec les ventes à la chine pour les laiteries et crèmeries qui, en raison d'un temps d'automne chaud, ont marqué le pas cette année.

Le magasin et l'automate situés au dépôt de Colombey-Muraz (VS) ont enregistré une progression des ventes de 9%.

Depuis le 1er mai 2023, la société Fromages Chaudron SA utilise la même plateforme informatique que celle des Laiteries Réunies Genève, permettant d'offrir plus de flexibilité et de répondre ainsi à toutes les nouvelles exigences liées au commerce alimentaire.

W. Ottiger

Le chiffre d'affaires Ottiger est en recul. Il est fortement diminué suite à des baisses sur certains fournisseurs. D'autres produits ont également cessé d'être référencés via Ottiger et sont désormais importés en direct.

Ces baisses sont partiellement compensées par les ventes en forte progression chez les grossistes.

La Tomme Jean-Louis : une fabrication et un savoir-faire presque centenaires

Facilement reconnaissable par son emballage jaune, la fameuse tomme à la crème qui rythme les pique-niques, les sorties d'école ou les apéros de nombreux amateurs, Jean-Louis occupe une place toujours importante dans le cœur des consommateurs.

Chaque jour, ce sont entre 70'000 et 150'000 litres de lait qui sont livrés par camions-citernes à la centrale de Plan-les-Ouates. Avant d'arriver dans les ateliers, le lait est soumis à des analyses bactériologiques. Après avoir passé ces contrôles, la masse laitière est écrémée ou enrichie en matière grasse, selon les besoins. Le lait est ensuite mis à disposition des ateliers de fabrication. « Le lait est pasteurisé et ensemencé avec des ferments lactiques spécifiques que nous fabriquons nous-mêmes. Nous ajoutons ensuite une moisissure particulière en fonction de la typicité du produit.

C'est ainsi que nous obtenons le caillé qui servira de base à la Tomme Jean-Louis », détaille Christophe Bertrand, responsable de fabrication.

Après une phase de repos, le caillé et le petit lait sont mélangés et versés dans les moules. Les fromages sont stockés plusieurs heures à 30 degrés pour permettre l'acidification de la pâte. Le repos dans les hâloirs dure 6 à 7 jours à 14 degrés. Lorsque le développement de la moisissure est uniforme, le fromage peut être emballé et enfin trôner dans les rayons des supermarchés. La texture et la saveur de Jean-Louis 30, 100 ou 200 grammes, sont différentes. En revanche, ses caractéristiques sont identiques.

La Tomme Jean-Louis s'est installée comme le leader des tommes en Suisse.

« Le croûtage est léger et blanc. La pâte est onctueuse avec un bon goût de crème. »

Christophe Bertrand, responsable de fabrication

Secteur carné

Un secteur qui demeure encore fragile

Depuis la crise du porc en décembre 2022, le prix du porc est resté historiquement bas sur 2023, ne permettant pas à l'entreprise Del Maître, grand producteur de charcuterie à base de viande de porc, d'absorber la hausse des coûts des énergies, du transport et de la main d'œuvre. Le chiffre d'affaires de Del Maître progresse, cependant de 3.1% par rapport à 2022.

La production nationale de porc suisse est toujours trop élevée, rendant ce secteur fragile. Des hausses du prix du porc ont été confirmées pour début 2024.

Del Maître enregistre de bonnes ventes sur la gamme grill en été et sur la choucroute en hiver. Les ventes de la gamme « Essentiel » connaissent une nette progression dans les magasins. Ce bon résultat démontre l'attrait des consommateurs pour des produits plus naturels et plus simples.

Del Maître

L'année 2023 a été marquée par des événements importants. Tout d'abord, en décembre, Del Maître a ouvert ses premiers rayons boucherie et charcuterie au sein des Halles de Small City au Petit-Lancy (GE). Grâce à son savoir-faire presque centenaire, Del Maître offre à ses nouveaux clients des produits locaux, diversifiés et de qualité supérieure.

Engagé dans la durabilité, Del Maître a pour objectif de mettre en place des emballages plus respectueux de l'environnement, tout en garantissant la qualité et la sécurité alimentaire de ses produits. Dans la mesure où celui-ci ne contribue pas à une fonction essentielle, Del Maître travaille à réduire au maximum les quantités de plastique utilisées dans ses emballages. Sur l'année 2023, la consommation de plastique a été réduite de 16 tonnes et tous les emballages sont désormais fabriqués avec un minimum de 30% de plastique recyclé. Le nouveau jambon de la gamme Del Maître « Essentiel », certifié IP-Suisse, est d'ailleurs emballé dans une barquette en carton, ce qui représente une économie de 80% de plastique par rapport aux emballages traditionnels.

Les consommateurs recherchent des produits sains avec le moins d'ingrédients possible. C'est la raison pour laquelle, après plusieurs mois de travail, Del Maître a élargi sa gamme « Essentiel » avec 7 produits élaborés sans conservateur et sans exhausteur de goût. Ces nouveaux produits sont également garantis sans allergènes et 100% de viande suisse. Pour sa première participation au concours Suisse des produits du terroir, Del Maître a remporté deux médailles d'or pour deux spécialités : la Longeole IGP et les chipolatas de porc GRTA. L'obtention de ces médailles représente pour Del Maître une grande fierté et un gage de reconnaissance de la qualité de ses produits.

Chiffres clés

Produits carnés

35.8

millions (+7.9%)

CA Del Maître

74%

du CA du secteur carné

CA Maître Boucher

26%

du secteur carné

Maître Boucher

Grâce à un service de livraison performant et au développement de nouveaux clients, le chiffre d'affaires de Maître Boucher progresse de 24.2% en gastronomie. En collaboration avec Del Maître, Maître Boucher a développé une gamme de produits « frais emballés » comprenant de la viande fraîche de bœuf, de porc, des brochettes et de la saucisserie.

Des recettes qui évoluent avec le temps

Proposer des produits de qualité, savoureux, variés et qui répondent aux besoins de toutes les familles fait partie de la philosophie Del Maître. La société adapte en permanence ses recettes afin de réduire les additifs alimentaires et ainsi répondre à l'évolution des besoins nutritionnels.

Dans cette tendance, Del Maître a choisi de retravailler ses recettes en réduisant les additifs et, dès que cela est possible, en remplaçant ou en supprimant les ingrédients controversés. Les produits de la gamme Del Maître « Essentiel » sont ainsi élaborés autours de trois axes différents :

- **Des produits élaborés sans sel nitrité. Aujourd'hui, toutes les saucisses à rôtir et chipolatas sont fabriquées uniquement avec du sel de cuisine.**
- **Des produits avec une teneur en nitrites réduite. Depuis 2017, Del Maître propose une gamme de produits fabriqués avec des conservateurs produits de façon naturelle grâce à l'utilisation d'un bouillon de légumes et de ferments.**
- **Des produits sans aucun conservateur. Depuis le mois de septembre, Del Maître propose sept produits garantis sans conservateur, sans exhausteur de goût et sans allergène.**

Le saviez-vous ?

Le nitrate (ou nitrite) est une substance présente naturellement dans le sol ou dans les végétaux. Certains végétaux comme par exemple le céleri, la betterave, le radis ou encore les épinards sont naturellement riches en nitrate.

« Proposer des produits de qualité, savoureux, variés et qui répondent aux besoins de toutes les familles, fait partie de la philosophie Del Maître. »

Secteur logistique

De nouveaux investissements pour la logistique

Plus que jamais, la stratégie du secteur logistique est d'accompagner les grandes marques alimentaires suisses et internationales et de bien servir les clients dans leur évolution sur le marché Suisse.

La logistique, c'est le monde de l'entrepôt. Le volume d'affaires sur l'ensemble des deux sites de Bannwil (BE) et de Plan-les-Ouates (GE) a progressé de 8% par rapport à 2022, tandis que celui des transports a progressé de 7.4%. Cette belle progression est rendue possible grâce à la confiance de nos clients.

La construction d'un congélateur à Muraz

La plateforme logistique de Muraz, chez Fromages Chaudron SA, société qui appartient entièrement aux Laiteries Réunies Genève, a accueilli cet été un nouveau client pour stocker des palettes de produits frais.

Le Conseil d'administration des Laiteries Réunies a validé la construction d'un congélateur d'une capacité de 160 palettes. Le chantier sera terminé en mai 2024 pour recevoir un nouveau client.

Une surface agrandie à Bannwil

Le chantier d'agrandissement du dépôt de Bannwil pour une surface de 1'350 m^2 sous 12 m de haut avance selon le plan. La livraison est prévue au mois de mai 2024.

Un effort marqué sur l'empreinte carbone

La conclusion de nouveaux accords logistiques et le renforcement du partenariat avec la maison Galliker apportent une contribution significative à ce succès. Depuis 2022, le Groupe soutien l'association Galliker Green Logistics. Ensemble, ce sont plus de 7'500 kg de CO_2 économisés en 2023.

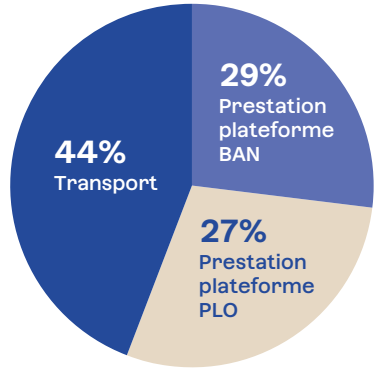
Chiffres clés

LRGL

14.4

millions (+7.4%)

Part dans le secteur logistique



SUTTER
LRG
Galliker

Labels et certifications

Label	Description	Validité	
Bio Suisse	Le Bourgeon est la marque de Bio Suisse, la Fédération faîtière des organisations bio. Les produits Bourgeon proviennent d'exploitations entièrement biologiques.	31.12.2024	
Bio France	Certificat relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques.	31.03.2024	
Suisse Garantie	Les produits arborant le label Suisse Garantie sont certifiés produits et transformés en Suisse.	31.12.2025	
GRTA	GRTA permet d'identifier les produits de l'agriculture de la région genevoise. Elle concerne tous les produits agricoles, à chacune des étapes de leur transformation, du champ à l'assiette.	31.12.2025	
IP Suisse	IP-Suisse est une marque de certification collective destinée aux produits agricoles suisses.	31.12.2024	
Alpage **Montagne**	Utilisation des dénominations Alpage et Montagne pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui sont issues.	31.12.2025	
Migros DLR	Les coopératives Migros mettent en vente les produits de leur région sous le label « De la région. Pour la région », soutenant ainsi l'agriculture locale.	31.12.2025	
Coop ma région	Coop signale les produits du terroir au moyen du label de qualité Ma région, promouvant ainsi la création de valeur ajoutée dans la région.	31.12.2024	
Manor local	Marque régionale Manor de la région de Genève.	31.12.2024	
Tapis Vert	Le label Swissmilk green distingue le lait et les produits laitiers répondant à la norme du lait durable suisse. Cette norme comprend des exigences dans les domaines du bien-être animal, de l'affourragement, de l'écologie et des questions sociales.	31.12.2025	
Fairtrade	Ce label de qualité distingue les produits issus de l'agriculture durable et du commerce équitable des pays en développement et émergents.	17.01.2026	
Référentiel et normes			
FSS22000	Le standard FSSC 22000 reconnu par la GFSI (Global Food Safety Initiative) est un référentiel international de certification en matière de sécurité alimentaire. Cette norme existe depuis plus de 12 ans et regroupe l'ISO 22000, l'ISO 9001 ainsi que des exigences supplémentaires. Un audit annuel de plusieurs jours permet de le valider. Le référentiel se base sur l'HACCP de l'entreprise pour garantir un système de fonctionnement sain et performant.	12.03.2026	
IGP	Les produits IGP sont des produits à forte identité qu'ils puisent dans leur origine géographique. C'est le terroir qui confère au produit sa personnalité. Le produit doit démontrer un ancrage dans le terroir, une histoire garante d'une tradition toujours respectée sous la forme d'un cahier des charges.	31.12.2024	
IFS Food	Référentiel pour assurer la maîtrise de la sécurité des denrées alimentaires.	NTF : 18.05.2024 VDA/CMX : 31.07.2024	
ISO 9001	Cette norme permet d'établir un système de gestion de la qualité efficace au sein de notre organisation afin de répondre aux besoins de nos clients et améliorer constamment nos processus internes.	19.04.2026	
ISO 14001	Cette norme permet de mettre en place un système de gestion environnementale et vise à identifier, gérer, contrôler et réduire notre impact sur l'environnement.	19.04.2026	
ISO 22000	Cette norme vise à garantir la sécurité alimentaire tout le long de la chaîne d'approvisionnement et assurer la salubrité des produits alimentaires.	09.06.2026	

Au rythme des vaches

Céligny (GE)

Domaine de la Grande Coudre

Didier Pradervand

Crassier (VD)

La Ferme de Montelly

Thibault Melly

La Rippe (VD)

Ferme du Vivier

Association Bory-Melly-Rillet

Genthod (GE)

Domaine de Rennex

Christophe Baumgartner

Burtigny

Ferme du Molard

Olivier Humbert

Neydens

EARL la Ferme Huffin

Famille Felix

Chiffres clés du Groupe LRG 2023

Chiffre d'affaires

197.1

millions de CHF

Effectif du personnel au 31.12.2023

316

ETP

Participation sociétés filiales Laiteries Réunies Société coopérative détient directement ou indirectement les filiales suivantes:	
Nutrifrais SA	100%
Val d'Arve SA	66.7%
LRG Logistics SA	100%
Del Maître SA	100%
Vivadis SA	100%
W. Ottiger AG	100%
Fromages Chaudron SA	100%
Chäs Max GmbH	100%
Maître Boucher Sàrl	100%

Apport de lait	**Total**
Lait acheté (y compris lait bio)	38'308'834 litres
Revente en France des surplus de lait des Zones franches dépassant le contingent d'importation	1'986'456 litres
Total entré en centrale laitière	**36'322'378 litres**

Utilisation	**Litres**
Lait entier transformé en produits laitiers: crème de consommation, fromages à pâte molle, yoghourts, desserts et flans, crème transformée et sous-produits divers	31'855'467
Lait entier livré à d'autres fabricants et revente de surplus saisonniers	4'397'015
Différence d'inventaire	69'896
Total équivalent	**36'322'378**

Sociétaires	**Nombres**
Sociétés coopératives locales	65
Individuels	14
Total des membres affiliés	**543**

Organes sociaux

Conseil d'administration des Laiteries Réunies	Sortant à fin
M. Marc Zeller**, président Vernier	2023
Marc Bory*, vice-président La Rippe	2023
Laurent Dubettier*, secrétaire Beaumont	2023
Stéphane Baumgartner Gland	2024
Claude Bieri Avully	2024
Raphaël Chardon Saint-Julien-en-Genevois	2025
Henri-Pierre Dupraz Soral	2025
Sylvain Duriez Saint-Jean-de-Gonville	2024
Eric Joly Longirod	2025
Romain Merme Collonges-Fort-L'Ecluse	2024
Olivier Chambaz* Duillier	2023

* Proposé à l'élection par l'assemblée des délégués du 25 avril 2024 pour un nouveau mandat de trois ans.
** Démissionnaire au 25 avril 2024.

Conseil d'administration des sociétés filiales
Représentation différente selon les sociétés

Organe de révision	PricewaterhouseCoopers, Genève
Direction générale	**M. Dominique Monney** Directeur général et Directeur Val d'Arve, Nutrifrais et W. Ottiger
	Mme Christelle Perrollaz Directrice de Del Maître et Maître Boucher
	M. Jean-Pierre Dunand Directeur du secteur Logistique et Transport (LRGL) – Vivadis SA – Fromages Chaudron SA

Direction et responsables par société

LAITERIES RÉUNIES SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 80 00
info@lrgg.ch
www.lrgg.ch

Dominique Monney
Direction générale

Philippe Lebrun
Secrétariat général
Sociétaires

Julien Duret
Gestion des laits

Jean Borella
Administration et finances

Marlène Gex-Fabry
Contrôle général de gestion

Sarah Tornare
Ressources humaines

Magalie Tricard
Informatique

Jacky Pihour
Service technique PLO

Mouhsine Riad
Qualité et R&D

Laurie Klein
Achats Groupe

Sametha Jeyakumar
Communication & événementiel

SECTEUR LAITIER

Val d'Arve SA
Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 81 50
secretariat-vda@lrgg.ch

Nutrifrais SA
Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 82 30
secretariat-ntf@lrgg.ch

Chäs Max GmbH
Neufeldweg 1
4913 Bannwil

062 386 91 00

Dominique Monney
Direction

Désiré Mercando
Ventes nationales / Marketing

Christophe Bertrand
Exploitation Val d'Arve

Gaëlle Béal
Production Nutrifrais

SECTEUR NÉGOCE

Vivadis SA
Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 81 02
info-vivadis@lrgg.ch

W. Ottiger AG
Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 82 21
info-wottiger@lrgg.ch

Fromages Chaudron SA
ZA Avançon 12
1893 Muraz

024 433 03 60
info@fcsa.ch

Jean-Pierre Dunand
Direction Vivadis & Chaudron

Jean-Pierre Dunand a.i.
Ventes Suisse romande

Gregor Toggwyler
Ventes Suisse alémanique

Christophe Duchâtel
Resp. transport et garage

Christophe Baly
Resp. exploitation Chaudron

Dominique Monney
Direction W. Ottiger

Désiré Mercando
Ventes nationales

SECTEUR LOGISTIQUE

LRG Logistics SA
Chemin des Aulx 6
Plan-les-Ouates/GE
Case Postale 1055
1211 Genève 26

022 884 80 90
logistics-geneve@lrgg.ch
logistics-bannwil@lrgg.ch

Jean-Pierre Dunand
Direction

Marie Greboval
Contrôle de gestion

Patrice Spahr
Plateforme de Genève

Patrice Spahr
Plateforme de Bannwil

SECTEUR CARNÉ

Del Maître SA / Maître Boucher Sàrl
Route de Satigny 60
1242 Satigny/Genève

022 989 00 77
info-dlm@lrgg.ch
www.delmaitre.ch

Christelle Perrollaz
Direction

Nelson Santos
Contrôle de gestion

Olivier Roche
Ventes nationales et export

Loïc Muller
Exploitation

Christophe Lavy
Ventes

José Pereira
Achats

Ludivine Caron
Qualité et R&D

Silvestre de Matos
Production

Ventes au chalet

Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates

Lundi, mercredi et vendredi
10h30 – 13h et 15h – 17h30

Mardi* et jeudi
11h – 13h

*réservé au personnel et sociétaires LRG

Distributeur Panier d'ici

Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates

24/24 heures – 7/7 jours – 365 jours/an

Plateforme de vente en ligne

Panier d'ici

www.panierdici.ch

IMPRESSUM

Éditeur
Laiteries Réunies
Société Coopérative

Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates

022 884 80 00
info@lrgg.ch
www.lrgg.ch

Rédaction
Dominique Monney
Sametha Jeyakumar
Jocelyne Uribe-Zamora
Benoit Catry

Crédits photos
David Wagnières
Christophe Michaud
Mark Drotsky
Cédric Prat
Fondation Théodora

Création et réalisation
Alternative.ch

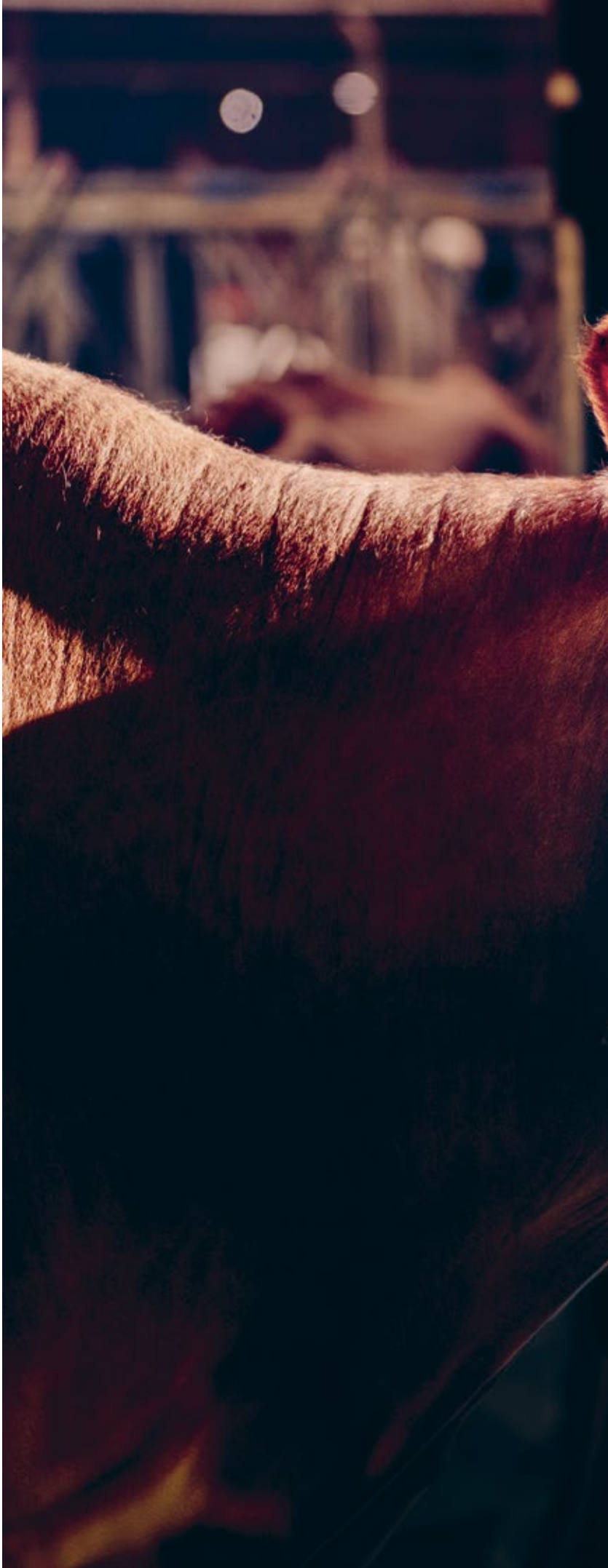
Impression
Atar Roto Presse SA

Tirage
500 exemplaires

Parution
Avril 2024

RECYCLÉ
Papier fait à partir de matériaux recyclés
FSC® C154575

myclimate neutral
Imprimé
myclimate.org/01-24-610230



LRG
LAITERIES RÉUNIES GENÈVE
Depuis 1911

Case Postale 1055 CH – 1211 Genève 26
www.lrgg.ch