

# Rapport d'activités 2024





# Table des matières

## 3 **Mot du Président**

---

## 4 **Rétrospective du Directeur**

---

## 6 **Économie laitière**

---

8 Une année très contrastée

---

## 10 **L'essentiel en chiffres**

---

## 12 **Nos engagements**

---

13 Mission & Vision

14 Valeurs

15 Stratégie RSE

18 Tapis Vert : Swissmilk Green

20 Panier d'Ici : des produits qui sentent bon la terre et suivent le rythme de la nature

---

## 22 **Produits laitiers & Fromages**

---

24 L'innovation au cœur de nos engagements

26 Des produits au gré des saisons

---

## 28 **Négoce**

---

30 Un secteur négoce toujours aussi dynamique

---

## 32 **Viande & Charcuterie**

---

34 Des perspectives favorables malgré un environnement toujours difficile

---

## 36 **Logistique**

---

38 La logistique : un secteur en développement

---

## 40 **Labels & Certifications**

---

## 41 **Et bien plus que ça...**

---

## 44 **Événements & Partenariats**

---

## 48 **Chiffres clés du Groupe**

---

## 49 **Organes sociaux**

---

## 50 **Structure du groupe**

---



# Une année de défis et d'opportunités pour les Laiteries Réunies Genève



Eric JOLY, Président du Conseil d'Administration

En tant que nouveau Président du Conseil d'Administration des Laiteries Réunies Genève, je suis honoré de vous adresser ces quelques mots. Notre coopérative, riche de ses valeurs et de son histoire, se tient à un carrefour où les enjeux du monde agricole, tant en Suisse qu'en Europe, se révèlent cruciaux pour notre avenir commun.

La pression sur les agriculteurs n'a jamais été aussi forte. Entre exigences environnementales croissantes et concurrence internationale, nous devons redoubler d'efforts pour préserver et valoriser notre agriculture locale. C'est dans cet esprit que nous réaffirmons notre volonté de développer des produits régionaux et de favoriser les circuits courts. Il est plus-que-jamais essentiel de soutenir nos producteurs locaux, garants de la qualité et de l'authenticité de nos produits, et ainsi renforcer les liens entre la ville et la campagne.

Notre coopérative incarne un modèle de solidarité et de partage, elle place ainsi ses agriculteurs au cœur de la gouvernance et du projet de développement du groupe. Ensemble, nous faisons face aux difficultés et ensemble, nous trouvons des solutions. C'est cette unité qui nous permet de surmonter les obstacles et de saisir les opportunités qui se présentent à nous.

L'année qui s'annonce sera celle de l'innovation et de la résilience. Nous devons continuer à travailler main dans la main pour que notre coopérative reste un pilier de notre région et un exemple de réussite et de durabilité. Ensemble, nous porterons haut les valeurs de notre terroir et assurerons un avenir prospère aux générations futures.

Merci à tous pour votre engagement et votre confiance renouvelés.

Avec toute ma gratitude,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Eric Joly'. The signature is stylized and fluid.

**Eric JOLY**  
Président du Conseil  
d'Administration

# « Plus que jamais, la rentabilité est au cœur de nos objectifs, tout en intégrant l'aspect durable de nos activités au niveau de l'environnement et des communautés. »

## Un environnement économique perturbé

À l'instar des 3 dernières années, nous avons fait face, cette année encore, à une performance contrastée selon nos différents secteurs d'activités, mais globalement toujours influencée par les grands facteurs économiques, politiques et climatiques régissant une économie mondiale toujours fébrile.

Bien que la Suisse soit restée relativement épargnée en 2024 par les conséquences directes des perturbations politiques et économiques en Europe et dans le monde, le climat d'incertitude latent, la gestion plus serrée du budget alimentaire et la recherche permanente de prix bas guident majoritairement les ménages suisses et expliquent les changements de consommation et de canaux d'approvisionnement. La réorganisation globale des grands acteurs de la distribution en Suisse, afin de conserver leurs consommateurs en offrant des produits à prix toujours plus bas, constitue un facteur de pression très important pour l'ensemble des producteurs et transformateurs.

Cependant, les notions de proximité, d'équité et de durabilité sur l'ensemble de la chaîne de valeur constituent un facteur toujours plus dé-

terminant des actes d'achat. L'équation économique pour nos activités de transformation est donc complexe et la pression sur notre rentabilité de plus en plus forte. Par ailleurs, la force du Franc suisse, ayant atteint des records historiques cette année encore, continue à encourager un tourisme d'achat très difficile à maîtriser.

En 2024, nous avons fait le choix de maintenir le meilleur prix possible du lait payé à nos producteurs, en poursuivant activement notre stratégie basée sur l'innovation dans nos produits et services, en continuant à rationaliser nos structures et processus internes et en réduisant nos pertes de produits et déchets. En 2024 si le Groupe Laiteries Réunies Genève enregistre une diminution de son chiffre d'affaires agrégé de 0.7% par rapport à 2023, passant de 197.1 à 195.7 millions de CHF, la croissance organique du Groupe progresse quant à elle de 0.8%, attestant que la stratégie de création de valeur nette suit une trajectoire positive.

Le défi reste donc de taille et, plus que jamais, la rentabilité est au cœur de nos objectifs, tout en intégrant l'aspect durable de nos activités au niveau de l'environnement et de nos communautés.



Dominique Monney, Directeur Général

### Des engagements durables

Dans une période d'incertitude et de conditions difficiles pour nos producteurs, de contraintes de production et de pression sur les prix, nous sommes convaincus que notre engagement au travers de projets concrets soutenant l'aspect durable de nos activités constituera un moteur de croissance additionnel et répondra aussi bien aux attentes de nos clients qu'à celles de nos consommatrices et consommateurs.

À titre d'exemples, nous avons réalisé cette année un premier bilan de gaz à effet de serre et élaboré une feuille de route de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE), dans laquelle nous avons redéfini nos valeurs essentielles avec tous les employé-es du Groupe. Ce ne sont pas moins de 10 projets majeurs qui se poursuivront en 2025, visant à réduire notre empreinte carbone, améliorer la valorisation des déchets, lutter contre le gaspillage alimentaire et offrir des conditions attractives et inclusives à toutes celles et ceux qui travaillent dans notre belle coopérative.

Enfin, une réflexion importante sur l'amélioration de notre parc industriel et logistique se poursuivra, avec pour objectif de continuer à améliorer la performance et la qualité de nos produits et services, tout en répondant au plus près à nos objectifs de réduction de notre empreinte carbone et de notre consommation énergétique.

C'est donc avec détermination et un plan clair que nous nous engageons, cette année encore, à poursuivre le développement de notre coopérative au travers d'une offre de produits et de services répondant aux plus hautes exigences du marché et garantissant ainsi la pérennité des exploitations de nos productrices et producteurs au travers d'un modèle économique durable.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'D. Monney', with a stylized flourish at the end.

**Dominique Monney**  
Directeur Général



A photograph of a modern dairy processing plant. The image shows a complex network of stainless steel pipes, tanks, and machinery. The lighting is dramatic, with strong highlights and deep shadows, creating a sense of industrial scale and precision. The text 'Économie laitière' is overlaid in the center in a large, white, sans-serif font.

# Économie laitière

# Une année très contrastée

Les tensions géopolitiques continuent d'affecter la croissance économique mondiale et, par ricochet, l'économie suisse. Au cours du premier trimestre, l'instabilité mondiale a indirectement entraîné une forte appréciation du franc suisse, valeur refuge traditionnelle. La compétitivité des produits et services suisses à l'étranger s'étiole, le secteur fromager a connu des bouleversements notables. Pour la première fois, les importations de fromage ont dépassé les exportations en volume, créant un déséquilibre pour les producteurs de lait et une forte pression sur le prix du lait, y compris le lait industriel.

Le début d'année a également été marqué par les contestations des agriculteurs dans toute l'Europe. Les questions des revenus, de la surréglementation et de la reconnaissance de la filière étaient des sujets décisifs. Les tensions se sont apaisées en cours d'année en conservant des points sensibles à surveiller. Les politiciens essaient de trouver des solutions pour améliorer la situation en intégrant ces sujets dans les futures politiques agricoles, que ce soit en Suisse ou dans l'Union européenne.

Initiée en 2023, la future politique agricole 2030 + est un cadre stratégique de la Confédération suisse visant à orienter le développement de l'agriculture et de la chaîne alimentaire vers une durabilité accrue. Les sujets prioritaires aborderont notamment des aspects tels que la garantie de la sécurité alimentaire nationale, la réduction de l'empreinte écologique en tenant compte de l'impact des importations, l'amélioration des perspectives économiques et sociales pour les agriculteurs ainsi que la simplification et la réduction de la charge administrative.

## **Un secteur laitier adaptable, entre stabilité et ajustements**

Synonyme de défis pour le monde agricole et la société dans son ensemble, le changement climatique s'est fait particulièrement ressentir en 2024. En Suisse, le printemps a été caractérisé par une chaleur exceptionnelle, des pluies fréquentes et un ensoleillement déficitaire.

Ces conditions ont favorisé le développement de maladies dans certaines cultures et pénalisé les récoltes de foin, entraînant une baisse nationale de 17,3% de la production fourragère. Ces circonstances ont également facilité l'arrivée de nouvelles maladies en Europe, comme celle de la langue bleue. La Suisse n'a pas été épargnée, ce qui a entraîné des répercussions entre autres, sur la production laitière.

Par ailleurs, la stabilité du cheptel de vaches laitières suisses s'est confirmée en 2024 grâce à l'adaptation et à la modernisation des fermes permettant de maintenir les volumes de production des 2 années précédentes. Malgré une production de lait suisse qui reste stable, la population mondiale continue d'augmenter, ce qui laisse présager, à l'avenir, une augmentation de la consommation de produits laitiers. La filière laitière suisse s'efforce de s'adapter.

Des initiatives telles que la promotion du lait local et équitable ou encore la diversification des gammes ont émergé pour répondre aux nouvelles tendances de consommation et améliorer la compétitivité sur le marché intérieur. La forte appréciation du franc suisse a pénalisé les exportations de fromages et a eu pour conséquence le déclassement du lait de fromagerie qui est venu engorger le marché du lait industriel avec un surplus de matière grasse. De fait, le marché du beurre reste sous tension, avec des stocks importants, nécessitant des exportations pour réguler l'offre et tirer parti des prix élevés à l'international.

L'interprofession du lait a tenu à augmenter le prix du lait industriel pour compenser en partie la hausse des prix de production. Des discussions sont en cours afin d'éviter une baisse du prix du lait en 2025.

L'année 2024 a mis en évidence des défis majeurs pour le secteur laitier suisse, nécessitant des adaptations stratégiques pour assurer sa pérennité face à un environnement économique et commercial en constante évolution. Ces performances témoignent d'une industrie résiliente.



# L'essentiel en chiffres

---



Lait acheté  
total

**37'709'989**  
litres



Ventes  
en France

**1'279'850**  
litres



Total lait entré  
en centrale laitière

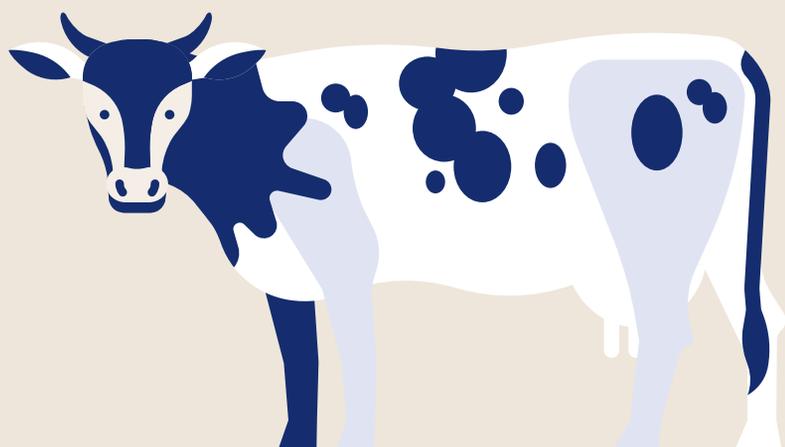
**36'430'139**  
litres

---

Nous collectons le lait de

**4'950**

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**

---

**61**

sociétés de laiteries actives

**14**

exploitations individuelles

**542**

sociétaires

---

Les volumes de réception de lait à notre centrale de Plan-les-Ouates se situent entre

**70'000 et 150'000 litres/jour**

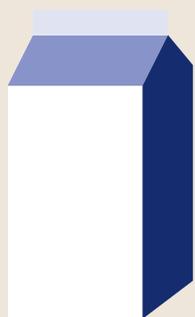
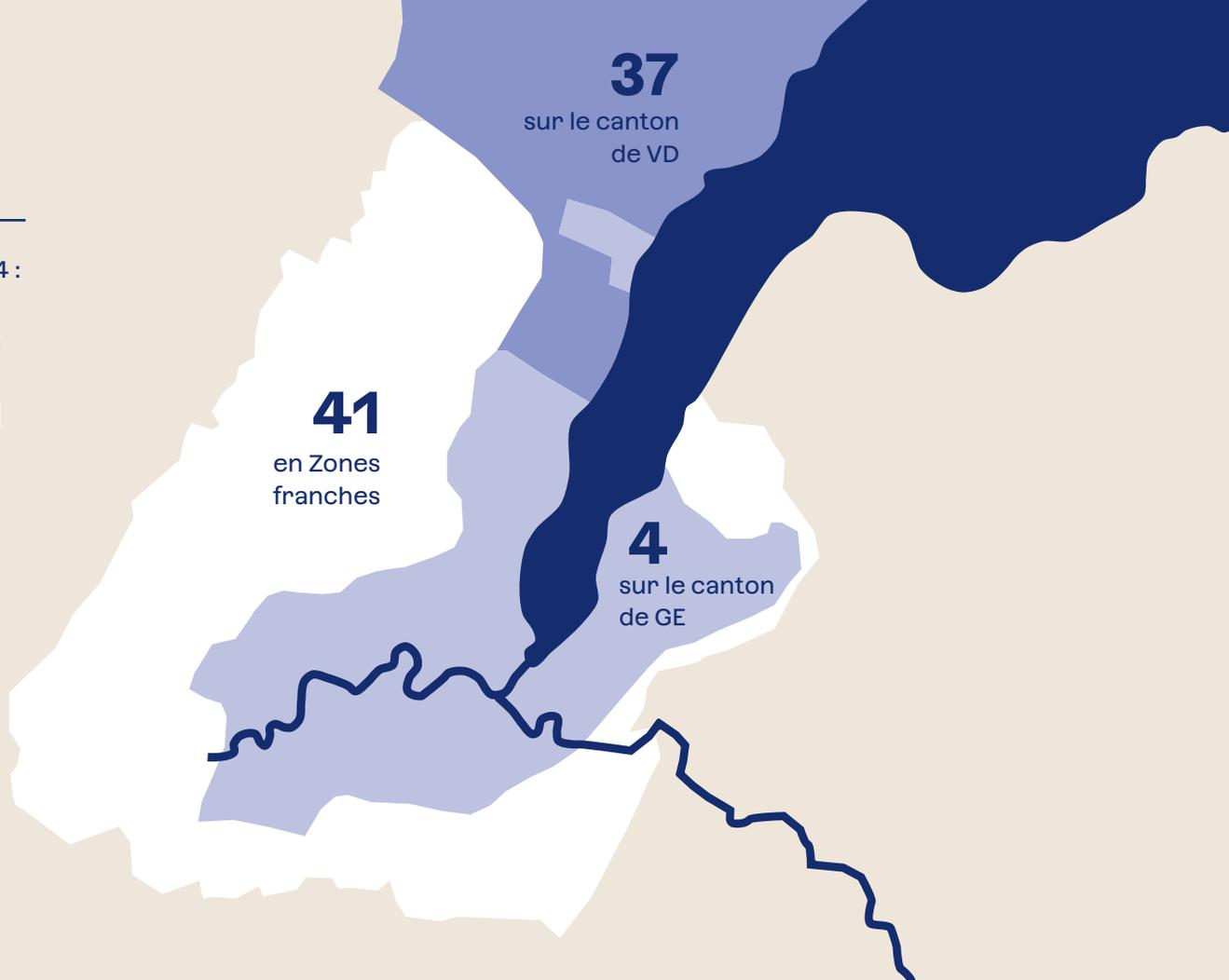
en fonction de la période de l'année.

---

Au 1<sup>er</sup> janvier 2024 :

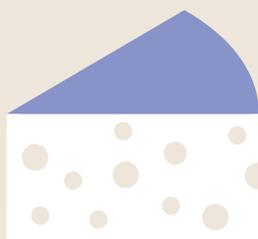
# 82

producteurs



## 10%

en lait et crème de consommation (UHT, pasteurisé)



## 25%

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



## 9%

pour les yogourts et desserts

Top 4 des marques phares

Perle de lait

## +7%

GRTA

## +10%

Jean-Louis

## +4%

Gamme Essentiel Del Maître

## +55%

# Nos engagements



# Mission

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.

## Laitier et Carné :

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.



## Négoce et Logistique :

Depuis 1930, nous répondons aux attentes de nos clients avec un large assortiment de produits frais et offrons aux grandes marques suisses ou internationales de l'alimentaire un réseau de distribution en Suisse performant.



# Vision

Développer notre présence sur le marché agroalimentaire suisse grâce au savoir-faire et à l'agilité de notre coopérative en renforçant notre responsabilité envers les générations futures.

# Valeurs

Notre coopérative porte ses valeurs à travers une vision collective, construite dans le cadre d'un processus participatif sur lequel tous les collaborateurs ont été invités à se prononcer. Les femmes et les hommes qui la composent jouent un rôle capital dans son ADN, leurs avis comptent.

Tous partagent la conviction que ces valeurs contribuent à la fois à la prospérité de l'entreprise et à la satisfaction de la clientèle.



## Tradition

Le savoir-faire façonne l'identité de notre coopérative depuis 1911.



## Proximité

L'ADN coopératif rappelle que nous sommes au service du bien commun local envers nos producteurs, nos collaborateurs et nos clients.



## Qualité

L'objectif premier de notre groupe est d'offrir aux consommateurs et aux clients des produits d'une qualité irréprochable à des prix abordables.



## Engagement

Notre coopérative s'implique dans une production responsable pour assurer aux consommateurs des produits variés, sains et accessibles.

# Stratégie RSE

## Une première étape vers le développement durable

Débutée en 2023, la démarche de la responsabilité sociétale de notre coopérative a été accompagnée par le canton de Genève au travers du Diagnostic-Action. Ce soutien nous a permis de suivre plusieurs recommandations, faites par des experts mandatés, sur les trois piliers : environnemental, social et de gouvernance.

La stratégie RSE a été intégrée officiellement en 2024 avec l'ouverture d'un poste dédié permettant de piloter les projets menés dans le cadre de la durabilité. 2 comités RSE (stratégique et opérationnel) ont également été mis en place pour assurer la diffusion d'une démarche collaborative et transversale. Ce travail est le fruit d'un mouvement engagé depuis plusieurs années, qui nécessitait une formalisation et une centralisation. Le secteur agro-alimentaire est un acteur incontournable de la transition. Nous prenons conscience de notre rôle envers les générations futures.

« Notre approche de la responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) n'est pas une simple case à cocher. C'est un axe de développement stratégique qui est en train de transformer durablement nos façons de collaborer, d'interagir et de contribuer au monde de demain. »

### Le saviez-vous ?

## Qu'est-ce que la RSE ?

La responsabilité sociétale de l'entreprise selon la norme ISO 26 000 est la responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui :

- contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société
- prend en compte les attentes des parties prenantes
- respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement
- est intégré à l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations



### Le dialogue parties prenantes

L'intégration des parties prenantes dans notre démarche est essentielle pour garantir une approche inclusive. Nous avons identifié les parties prenantes directement ou indirectement affectées aux activités ou qui exercent une influence significative sur notre coopérative.

Analyse des attentes : par le biais d'enquêtes (clients, fournisseurs) l'objectif est de comprendre les priorités, les besoins d'information et les engagements attendus.

Intégration dans la stratégie RSE et partenariats : implication des parties prenantes clés dans la mise en œuvre de projets dans le but de favoriser l'engagement mutuel et d'échanger sur les bonnes pratiques.

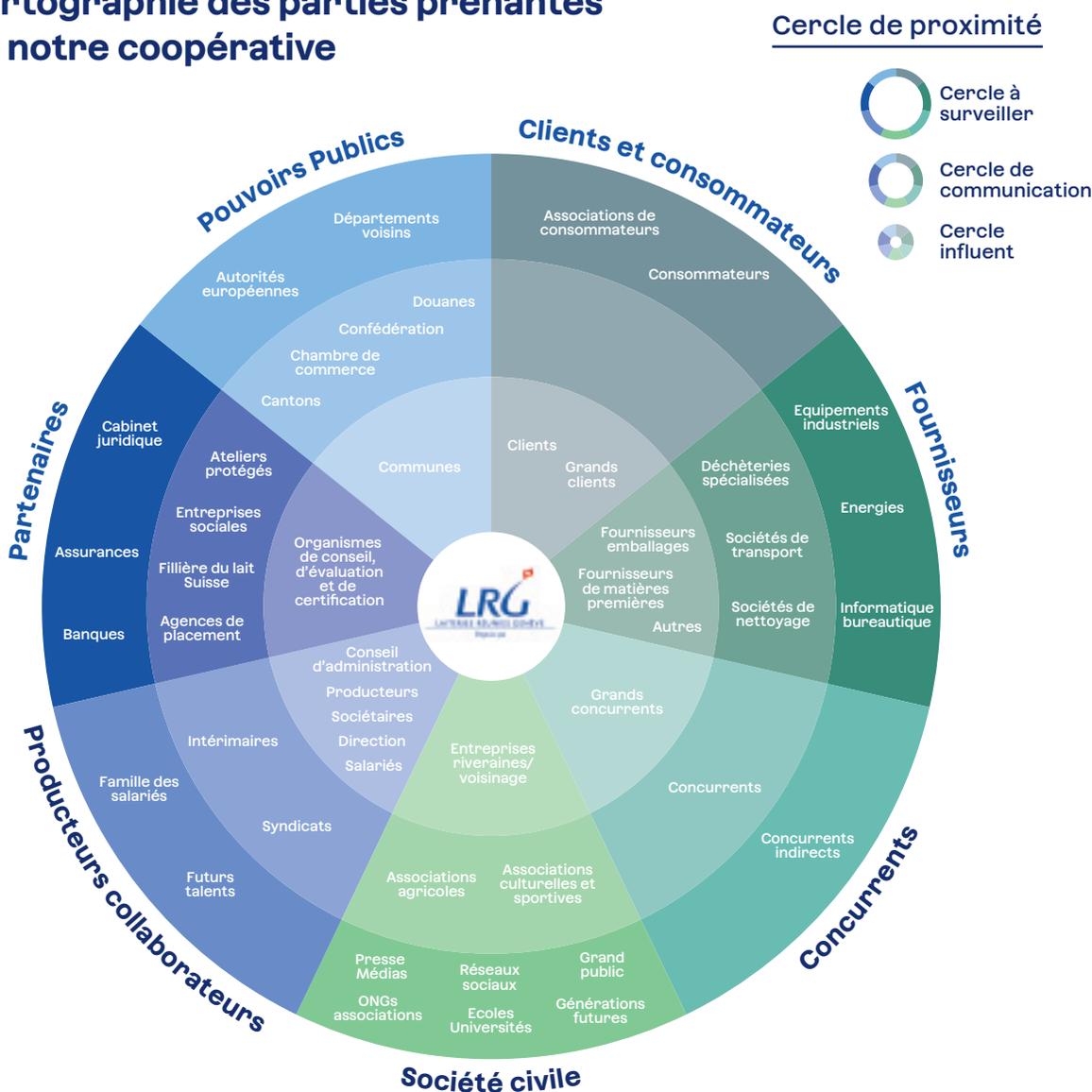
### Priorisation des enjeux et matrice de matérialité

La conception d'une matrice de matérialité a permis d'évaluer et de hiérarchiser les enjeux identifiés. C'est un outil d'aide à la décision permettant de définir nos objectifs de durabilité.

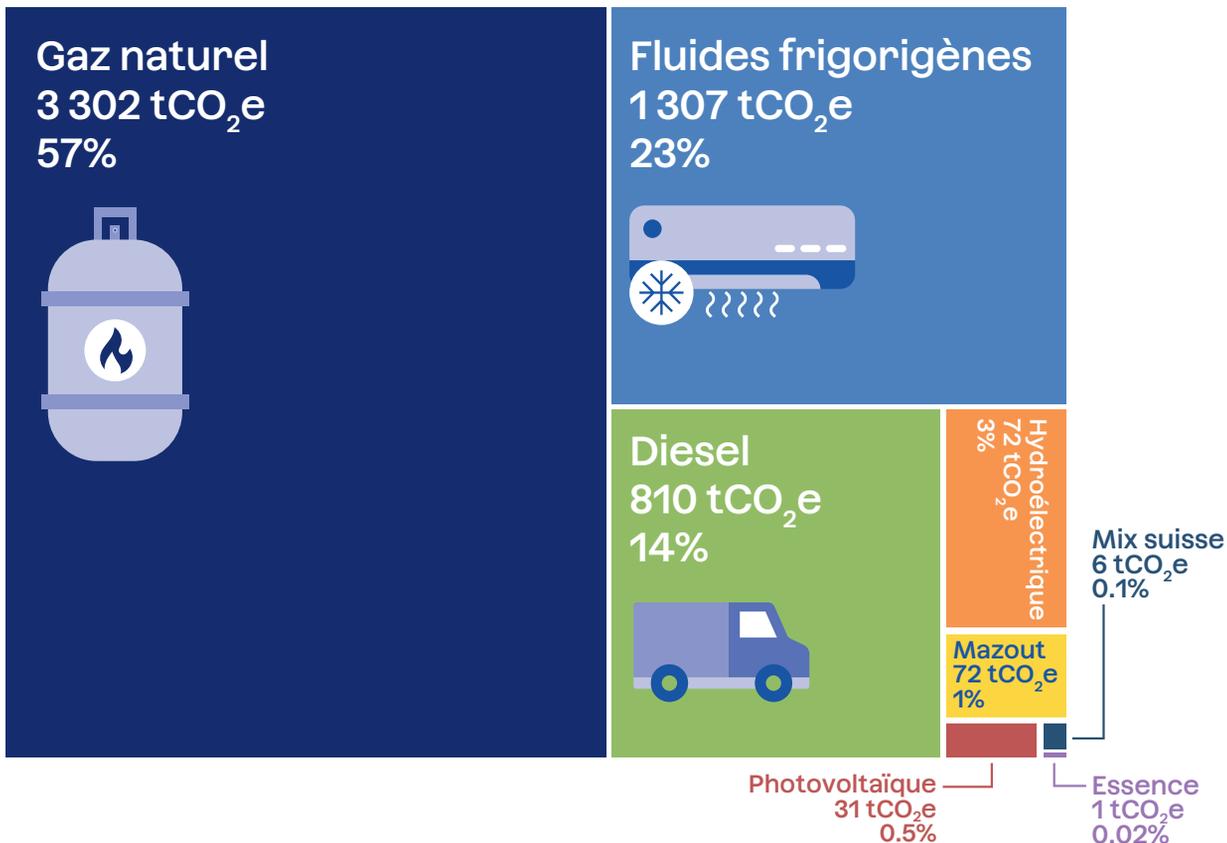
### Axes d'engagement : Swiss Triple Impact

La priorisation des enjeux nous a permis d'établir une vision claire de nos axes d'engagement liés à notre cœur de métier. En 2024, nous avons souhaité rejoindre le Swiss Triple Impact qui permet de définir des engagements vérifiés. En 2025, nous allons travailler sur ce plan d'action afin de pouvoir intégrer le répertoire du Swiss Triple Impact réservé aux entreprises incluant la durabilité dans leur stratégie.

## Cartographie des parties prenantes de notre coopérative



## Bilan gaz à effet de serre sur les données 2023 selon le GHG protocol, scope 1 et 2 – Laiteries Réunies



### Nous avons défini 4 axes prioritaires :

1. Réduction de notre empreinte environnementale.
2. Réduction des déchets et du gaspillage alimentaire.
3. Intégration et déploiement de la culture RSE.
4. Attractivité et pérennisation des savoir-faire de la filière.

### Une démarche progressive et continue : le bilan de gaz à effet de serre (GES)

Notre coopérative a identifié le thème de la réduction de l'empreinte environnementale de la filière comme thème majeur. Pour initier les premières actions, nous avons été accompagnés par une société experte externe pour réaliser un bilan de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2 dans un premier temps.

L'objectif de ce bilan est de prendre conscience des émissions de gaz à effet de serre engendrées par nos activités et d'en identifier les sources les plus importantes afin d'y travailler sur l'ensemble de nos 4 sites.

Aucune source d'émission n'est à négliger, mais nous nous concentrerons principalement sur les sources importantes pour nous permettre de travailler sur des réductions pertinentes.

Nous avons pour objectif d'améliorer cette analyse en intégrant en 2025 le périmètre du scope 3 pour prendre en compte nos émissions indirectes. Cette approche nous semble nécessaire afin d'intégrer l'ensemble de nos émissions de gaz à effet de serre pour créer une feuille de route ambitieuse.

### En savoir plus

Retrouvez notre Roadmap RSE 2025-2027 :



# Tapis Vert : standard sectoriel pour le lait durable suisse

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, la production, la commercialisation et la transformation du lait suisse doivent obligatoirement être conformes aux exigences du Tapis Vert. Ce standard vise à uniformiser et à élever les pratiques de l'industrie laitière suisse en matière de bien-être animal, d'alimentation, de biodiversité et d'engagement social. Les directives de cette norme de production concrétisent le niveau élevé de qualité du lait suisse. Les producteurs qui respectent ces 12 critères reçoivent un supplément de trois centimes par kilo de lait A, récompensant ainsi leurs efforts en faveur de la durabilité.

Nos producteurs sociétaires se sont inscrits au label Tapis Vert sur la base d'une autodéclaration et se sont engagés à respecter les 10 exigences de base ainsi qu'au moins 2 exigences supplémentaires au choix parmi les 8 répertoriées. Les producteurs peuvent ainsi opter pour des mesures qui correspondent au mieux à leur exploitation. Dans un souci d'harmonisation avec nos mandants, les contrôles officiels auront lieu à partir de 2025.



## Bien-être animal

7 exigences liées aux conditions d'élevage et à l'utilisation d'antibiotiques



## Biodiversité

1 exigence liée aux prestations spéciales en faveur de la biodiversité



## Affouragement

2 exigences liées à la qualité et la durabilité du fourrage



## Exigences supplémentaires

2 exigences au choix favorisant la formation, le social ou le bien-être animal



# Swissmilk Green

La marque Swissmilk Green distingue les produits laitiers qui respectent les exigences du standard de production. Comparé à l'international, le niveau des normes de production de l'économie laitière suisse est déjà plus élevé. Avec ce standard de production, le respect des normes valorise encore davantage l'engagement des producteurs suisses.

L'objectif de Swissmilk Green est de garantir aux consommateurs que les produits laitiers arborant ce label proviennent d'une production respectueuse de l'environnement et des animaux, tout en soutenant les producteurs dans leur démarche durable.



Perle de Lait de nos régions est une spécialité laitière unique, alliant un lit de fruits savoureux à une recette onctueuse et gourmande qui se distingue des autres yogourts. Lait, crème, fruits et sucre : les ingrédients ont été soigneusement sélectionnés, tous issus de l'agriculture suisse.



Développement de 3 recettes de glaces Tam Tam labellisées Swissmilk Green en partenariat avec Swissmilk. 1 pot offert pour 1 place de cinéma achetée lors de l'Allianz Cinéma Genève 2024.

# Panier d'ici : des produits qui sentent bon la terre et suivent le rythme de la nature

## Panier d'ici : qu'est-ce que c'est ? Pourquoi ?

Panier d'ici c'est un assortiment de plus de 300 produits issus de l'agriculture genevoise, en majorité certifiés GRTA – Genève Région Terre Avenir.

Panier d'ici est né d'une réflexion : offrir de bons produits de proximité, cultivés par des productrices et producteurs du canton de Genève.

Plus de 20 productrices et producteurs fiers de proposer leurs produits sur la plateforme Panier d'ici, garantissant ainsi à toutes et tous de bien manger en consommant local.

## Pour qui ? Comment ?

**Pour les particuliers**, commandes en ligne via le site [www.panierdici.ch](http://www.panierdici.ch) et retrait chez l'un de nos partenaires du canton de Genève.

**Pour les professionnels**, un assortiment « Panier d'ici PRO » avec des plus gros conditionnements, dédié aux spécialistes de la restauration et du commerce de détail, sera disponible sur notre plateforme de vente en ligne VG Peem courant février 2025.

Dans une démarche d'éco-responsabilité, les commandes de produits Panier d'ici et Vivadis seront groupées afin de ne pas augmenter le nombre de livraisons.

## Valeurs



## Le Terroir

Nous soutenons l'agriculture de proximité et les productrices et producteurs du canton de Genève, porteurs du label GRTA. Nos produits sont toujours de saison.



## Circuits courts

Nous valorisons le lien direct entre productrices et producteurs, consommatrices et consommateurs, contribuant ainsi à bâtir des relations durables et authentiques.



## Eco-responsabilité

Nous favorisons une consommation éco-responsable. Engagés dans la durabilité, nous avons décidé de ne pas livrer les commandes à domicile pour les particuliers. Chaque consommateur récupère sa commande dans l'un des points de retrait du canton. Afin d'offrir des produits de première fraîcheur, nous ne stockons pas. Ainsi, le gaspillage alimentaire est inexistant. Panier d'ici a aussi une vocation sociale et contribue à soutenir les artisans de votre région.



LAITE

*Panier d'ici*

C AND





# Produits laitiers & Fromages

# L'innovation au cœur de nos engagements

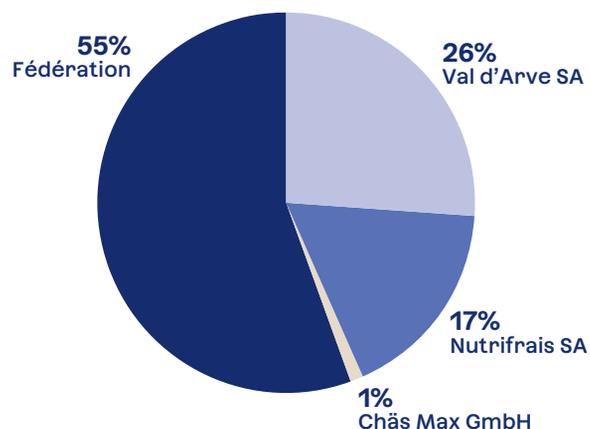


## Chiffres clés

Secteur laitier

**69.7**  
millions (-2,4%)

## Répartition du CA dans le secteur laitier



## La gamme «Tomme Saison»

Les tommes fourrées offrent des possibilités de déclinaison infinies. Avec sa gamme « Tomme Saison », Val d'Arve invite les consommateurs à découvrir une nouvelle saveur à chaque saison, insufflant ainsi dynamisme et variété à l'assortiment.



### Tomme au Four Jean-Louis

Une manière d'innover sur un marché saturé consiste à revisiter nos produits phares en offrant de nouvelles façons de les consommer. Ici la tomme Jean-Louis dans sa version « au four » inspirée du Vacherin Mont d'Or.

### Perle de Lait de Nos Régions

Les terroirs suisses regorgent de fruits savoureux, Perle de Lait de Nos Régions les sublime en s'appuyant sur un élément différenciateur puissant : le Swissness. Cette approche renforce le lien émotionnel entre les consommateurs et le produit.

L'innovation, ce mot si souvent évoqué, va bien au-delà de la simple nouveauté et traduit un état d'esprit, une inclinaison naturelle à penser autrement, à remettre en question l'existant et à explorer de nouvelles possibilités.

À l'ère de l'intelligence artificielle et de l'hyperabondance, où presque tout semble déjà inventé, comment continuer à innover ? La réponse réside dans notre capacité à voir au-delà des évidences, à adapter les technologies à des usages utiles, durables et accessibles.

Dans le secteur agroalimentaire, le défi est colossal : avec une population mondiale supérieure à 8 milliards, nous devons impérativement repenser notre manière de produire et de consommer. Les opportunités d'innovation sont multiples, mais elles exigent vision, courage et engagement.

Aux Laiteries Réunies, réévaluer chaque produit, chaque emballage, chaque recette, chaque concept et chaque communication est une démarche au cœur de notre stratégie. Cependant, nous croyons que l'innovation ne se limite pas au développement de nouveaux produits ou services. Elle réside également dans notre habilité à repenser nos processus, à optimiser nos ressources, à intégrer des approches innovantes au sein de nos équipes et à renforcer notre impact environnemental et sociétal.

L'innovation devient alors le trait d'union entre l'évolution de la société et la capacité de notre entreprise à s'adapter, à se renouveler et à rester pertinente dans un monde en perpétuelle mutation. Plus qu'un mot à la mode, l'innovation est notre boussole, une démarche essentielle pour bâtir l'avenir et renforcer nos bases.

# Des produits au gré des saisons



Incorporation manuelle de la farce au safran dans les tommes lors de la fabrication des fromages Chäs Max.

## Val d'Arve SA

Les ventes de Val d'Arve affichent une baisse de 5,2 %, principalement suite à une diminution des volumes liés au préemballage de produits tiers chez Coop et à l'arrêt de la commercialisation du Brie bio chez Migros au niveau national. En revanche, les discounters enregistrent une croissance significative, avec une hausse des ventes variant entre 3% et 37%.

Globalement, le marché des pâtes molles reste stable en Suisse, ce qui nous permet de maintenir une croissance continue dans ce segment.

Cette année, la famille Jean-Louis s'est agrandie avec le lancement de la Tomme au four qui connaît un franc succès, tant auprès de la grande distribution nationale que des canaux de la gastronomie.



## Nutrifrais SA

Dans un marché difficile et ultra-concurrentiel comme celui de l'ultra-frais, les ventes de Nutrifrais enregistrent une progression de 1,2%. Cette évolution s'explique principalement par l'excellente performance des nouveaux produits « Perle de Lait de nos régions », lancés avec succès sur l'ensemble des canaux de distribution en Suisse romande, y compris Migros qui, 12 ans après l'avoir abandonné, a réintroduit la marque Perle de Lait dans ses rayons.

On observe une augmentation de 34% de nos ventes chez Migros, notamment grâce au lait de la région et au référencement des « Perle de Lait de nos régions » dans toutes les coopératives romandes. Les ventes de produits ultra-frais aux clients de Vivadis ont également progressé de 9.5%.

Cette année, un important travail a par ailleurs été initié pour optimiser l'assortiment de l'ultra-frais et définir des axes de développement stratégiques.

« Le savoir-faire transforme chaque action en création, où la maîtrise et l'engagement se conjuguent pour produire l'exceptionnel. »

## Chäs Max GmbH

Les ventes de Chäs Max, portées par le succès des nouvelles Tommes fourrées de saison chez Coop et des Tommes fourrées classiques Val d'Arve, particulièrement appréciées par les clients de la distribution fine, enregistrent une progression de 13,6%.







# Négoce

# Un secteur négoce toujours aussi dynamique

**Vivadis voit son chiffre d'affaires en Suisse progresser de 1% par rapport à 2023. Le secteur de la gastronomie progresse de 7% tandis que celui du petit commerce de détail recule de 9%.**

## Vivadis SA

Les ventes de Vivadis progressent de 4% en Suisse romande, essentiellement grâce à la restauration indépendante, aux chaînes de restauration, aux cantines scolaires, aux EMS, à l'hôtellerie et aux hôpitaux.

Notre filiale Vivadis en Suisse Allemande, basée à Bannwil (BE), a vu son chiffre d'affaires reculer de 4,9% suite à l'évolution des relations commerciales avec deux chaînes de magasins et à l'arrêt volontaire des ventes avec des clients peu solvables.

La vente des produits ultra-frais progresse de 5% avec les yogourts GRTA, les « Perle de lait de nos régions » et les seaux de yogourt Yoplait. En parallèle, les ventes d'œufs et de charcuterie augmentent respectivement de 26% et 8%.

Nos ventes de glaces et surgelés représentent 3% du chiffre d'affaires total avec une part prédominante de 65% pour les ventes de glaces. Des livraisons en bi-température sont possibles grâce à nos camions de distribution équipés d'un compartiment négatif. Ainsi, grâce à une livraison groupée pour le frais et le surgelé, nous réduisons notre impact environnemental.

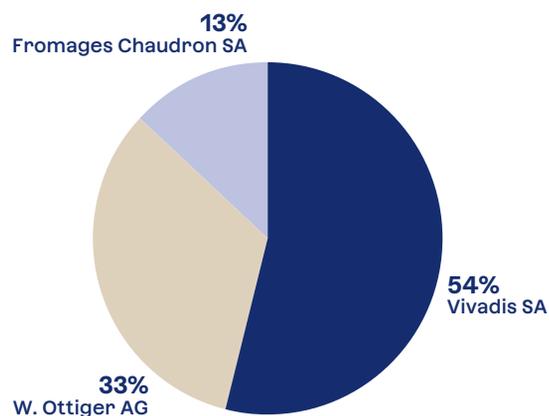
Notre site de vente en ligne « Panier d'ici » [www.panierdici.ch](http://www.panierdici.ch) regroupe plus de 300 produits en majorité labellisés GRTA et continue de se développer.

Un assortiment « Panier d'ici PRO », avec de plus gros conditionnements adaptés aux professionnels sera très prochainement disponible sur notre plateforme de vente en ligne VG Peem.

Grâce au savoir-faire des télévendeuses de Genève, Muraz (VS) et Bannwil (BE), à l'indispensable travail de terrain effectué par la force de vente nationale et à nos 6 tournées de distribution « vente à la chine » en Romandie, le secteur du Négoce se défend bien et maintient ainsi sa position de leader pour les produits laitiers et produits frais en Suisse romande.



## Répartition du CA dans le secteur négoce



## Chiffres clés

Secteur négoce

**72.6**  
millions (-4,5%)

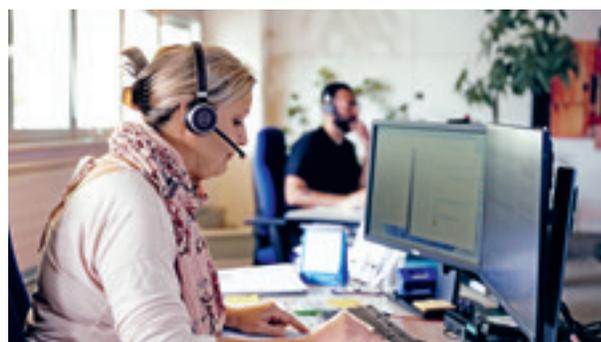


### Fromages Chaudron SA

Les ventes de Fromages Chaudron en Valais ont reculé de 1,5%, essentiellement suite au faible enneigement du début d'année. Bonne reprise pour le second semestre où le chiffre d'affaires a progressé de 4,4%. Début janvier 2024, nous avons commencé à livrer les 10 restaurants de Télé Verbier.

Un congélateur central pour les Laiteries Réunies a été construit sur le site de Muraz chez Fromages Chaudron et permet de stocker la totalité de notre assortiment de glaces et surgelés.

Les mesures de rationalisation prises sur le site de Muraz (VS) en 2023 ont pleinement porté leurs fruits, le résultat opérationnel a doublé en 2024.



### W. Ottiger AG

Le chiffre d'affaires de W. Ottiger a été fortement impacté en 2024 par 2 facteurs principaux : l'arrêt de la commercialisation de certains produits peu rentables auprès de grands distributeurs et la fermeture du canal d'affaires de fromages suisses à Rungis (France).

De ce fait et malgré une diminution du chiffre d'affaires de 2 millions de CHF, W. Ottiger améliore sa marge brute et en conséquence fortement sa rentabilité.





# **Viande & Charcuterie**

# Des perspectives favorables malgré un environnement toujours difficile



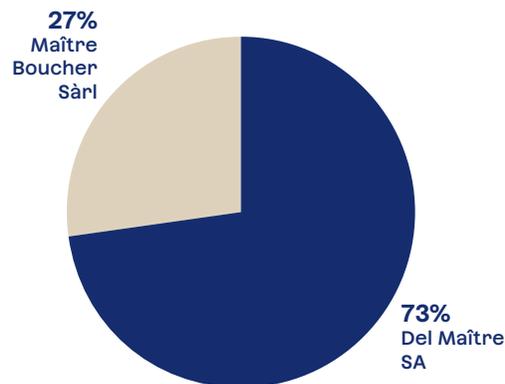
## Chiffres clés

Secteur carné

# 38.7

millions (+8,1%)

## Répartition du CA dans le secteur carné



### Del Maître SA

Le chiffre d'affaires de Del Maître progresse en 2024 de 7.5% par rapport à 2023. Les hausses du prix du porc se sont succédées jusqu'au 1<sup>er</sup> semestre 2024 pour atteindre un prix adapté au marché au 2<sup>ème</sup> semestre, avec une production nationale suffisante et non excédentaire de porc. La saison d'été et des grillades Del Maître a cependant été grandement perturbée par une météo non estivale et a impacté le résultat de l'entreprise. La distribution des choucroutes et terrines Del Maître cet automne à l'échelle nationale a permis d'augmenter les ventes de manière significative. La gamme Essentiel poursuit son développement dans les magasins et répond toujours aux attentes des consommateurs pour des produits avec des recettes plus simples.



La durabilité fait partie intégrante de la stratégie de Del Maître. Nous nous efforçons de limiter notre consommation énergétique afin de baisser au maximum notre empreinte carbone.

Fin 2024, nous avons également investi dans de nouveaux producteurs de froid plus efficaces en consommation d'énergie. L'emballage de nos produits est composé de 30 % de plastique recyclé et nous travaillons à réduire au maximum les quantités de plastique utilisées.

Lors du Concours Qualité 2024 de l'Union Professionnelle Suisse de la Viande (UPSV), Del Maître a reçu pour ses produits de charcuterie le trophée d'excellence « Niveau de Qualité Supérieur » et a décroché 15 médailles d'or, 4 médailles d'argent et 2 en bronze. Nous devons ce succès au savoir-faire de nos équipes et à leur engagement au quotidien.



Del Maître a toujours été force de proposition dans son secteur en matière de Recherche et Développement. Une nouvelle gamme innovante de rôtis cuits tranchés avec sauce sera lancée en 2025.

### Maître Boucher Sàrl

Le chiffre d'affaires de Maître Boucher progresse en 2024 de 10.2% par rapport à 2023. La réactivité des équipes, la qualité des produits et un service de livraison adapté ont permis à l'entreprise de développer le chiffre d'affaires dans un contexte concurrentiel bien présent.





Laiteries Réunies Genève

5

6

7

8

9

10

**Le Flan**  
des grands et des petits  
[www.tamtam.ch](http://www.tamtam.ch)

**LRG**  
LAITERIES RÉUNIES GENEVE  
Cœur romand  
depuis plus  
de 100 ans!  
Écroulé,  
partagez votre savoir-faire  
et vos traditions.  
[www.lrgg.ch](http://www.lrgg.ch)

340

**LRG**  
LOGISTICS  
[www.lrgg.ch](http://www.lrgg.ch)



# Logistique

# La logistique : un secteur en développement



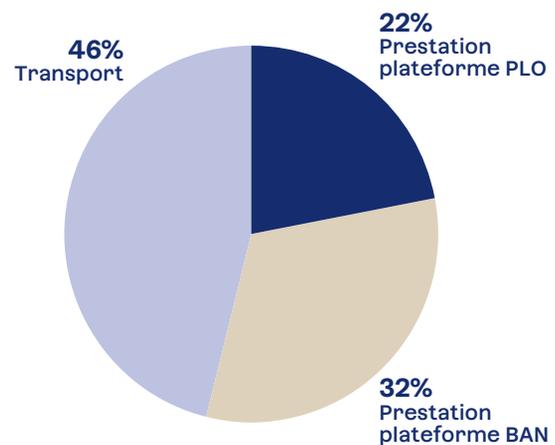
## Chiffres clés

Secteur Logistique

# 14.7

millions (+4,3%)

## Répartition du CA dans le secteur logistique



## LRG Logistics SA

En 2024, LRG Logistics continue de démontrer son engagement en faveur de l'efficacité opérationnelle et du développement durable. Nous exploitons 3 plateformes logistiques situées dans des lieux stratégiques en Suisse, assurant ainsi une gestion optimale du stockage et de la chaîne du froid :

**Plan-les-Ouates** : 7 000 m<sup>2</sup> dédiés au stockage frais à +5°C.

**Bannwil** : 4 764 m<sup>2</sup> d'entrepôt frais à +5°C, ainsi qu'une extension de 1 435 m<sup>2</sup> en cours qui viendra renforcer notre capacité de stockage.

**Muraz** : 1 000 m<sup>2</sup>, incluant 200 m<sup>2</sup> de congélateur à -20°C pour les produits nécessitant des conditions de stockage spécifiques.

Nos équipes, composées de 66 collaborateurs et collaboratrices compétents et engagés, œuvrent chaque jour pour garantir une gestion fluide et fiable des produits stockés.

Dans le cadre de notre stratégie de modernisation et de durabilité, nous avons investi dans le renouvellement complet de nos systèmes de production de froid sur le site de Bannwil. Ces nouvelles installations intègrent les technologies les plus récentes pour optimiser notre consommation d'énergie et réduire notre empreinte carbone.

Parallèlement, nous avons mis en place des panneaux photovoltaïques sur le site de Bannwil, avec un total de 478 panneaux couvrant une surface de 864 m<sup>2</sup> et générant une puissance de 186 kW. Cette initiative contribue à la réduction de notre dépendance énergétique et à la promotion d'une logistique plus verte.

Enfin, la société LRG Logistics est fière d'être membre de Green Logistics, une initiative fondée par notre partenaire Galliker Transport, visant à promouvoir une logistique durable et respectueuse de l'environnement.

Ces actions mises en place illustrent notre volonté de rester à la pointe de l'innovation tout en répondant aux défis du secteur logistique avec responsabilité et anticipation.

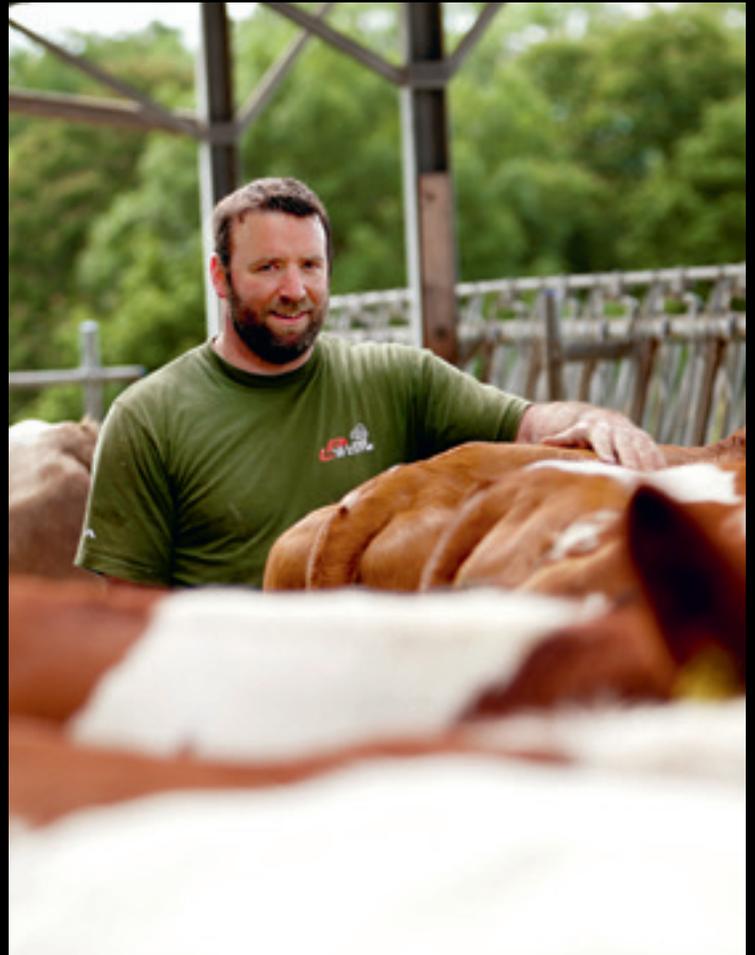


# Labels et Certifications

Labels	Description	Validité
 <b>Bio Suisse</b>	Le Bourgeon est la marque de Bio Suisse, la Fédération faitière des organisations bio. Les produits Bourgeon proviennent d'exploitations entièrement biologiques.	31.12.2025
 <b>Bio France</b>	Certificat relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques.	31.03.2026
 <b>Suisse Garantie</b>	Les produits arborant le label Suisse Garantie sont certifiés et transformés en Suisse.	31.12.2025
 <b>GRTA</b>	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
 <b>IP Suisse</b>	IP-Suisse est une marque de certification collective destinée aux produits agricoles suisses.	31.12.2025
 <b>Alpage Montagne</b>	Utilisation des dénominations Alpage et Montagne pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issus.	31.12.2025
 <b>Migros DLR</b>	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
 <b>Migros BIO</b>	Migros Bio, c'est une gamme de produits biologiques, proposée par Migros. Tous les produits sont certifiés bio.	31.12.2025
 <b>Coop ma région</b>	Coop signale les produits du terroir au moyen du label de qualité Ma région, promouvant ainsi la création de valeur ajoutée dans la région.	LRSC 31.12.2025 NTF 31.12.2026
 <b>Manor local</b>	Marque régionale Manor de la région de Genève.	31.12.2026
 <b>Tapis Vert</b>	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'affouragement, de l'écologie et des questions sociales.	31.12.2025
 <b>Fairtrade</b>	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
<b>Référentiels et normes</b>		
 <b>FSS22000</b>	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
 <b>IGP</b>	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.	31.12.2026
 <b>IFS Food</b>	Référentiel pour assurer la maîtrise de la sécurité des denrées alimentaires.	NTF : 18.05.2025 VDA/CMX : 31.07.2025
 <b>ISO 9001</b>	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
 <b>ISO 14001</b>	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
 <b>ISO 22000</b>	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

**Et bien plus  
que ça...**







Retrouvez notre  
film institutionnel  
sur notre chaîne YouTube :  
@LaiteriesReuniesGeneve

# Événements & Partenariats



**Théodora & TamTam**



**Slow Ups**

**+ 30'000**  
visiteurs

**Fondation Pro & LRG**



# Journée du Lait



**LRG**  
Lait Romand  
Lait Romand  
Lait Romand

**SAMEDI  
20 AVRIL**  
DE 10H À 16H

**JOURNÉE  
DU LAIT**

Visite  
des ateliers  
de production  
de 10h à 14h  
Animations  
Dégustations  
de produits  
Animaux  
de la ferme

www.lrog.ch



**2'000**  
visiteurs



# Événements & Partenariats



**140'000**  
visiteurs





**FESTI' TERROIR**

30 AOÛT  
AU  
01 SEPTEMBRE  
2024

PARC DES BASTIONS

LE MOIS DU VIN

UN MOIS DE LA BIÈRE

MARCHÉ DE PRODUCTEUR-TRICE'S & ARTISAN-E-S DE SOUVÈRE GENEVOIS-ES

RESTAURATION  
ATELIERS  
ANIMATIONS  
CONCERTS

NOUVEAUX

VENDREDI 17h-23h APÈRES D'OUVERTURE

SAMEDI 10h-22h AVEC MARCHÉ JUSQU'À 10h

SUNDAY 10h-17h AVEC MARCHÉ

FESTITERROIR.CH

**25'000**  
visiteurs

# Chiffres clés du Groupe

Chiffre d'affaires

**195.7**  
millions de CHF

Effectif du personnel  
au 31.12.2024

**316**  
ETP

## Participation sociétés filiales

Laiteries Réunies Société coopérative détient directement ou indirectement les filiales suivantes :

Nutrifrais SA	100%
Val d'Arve SA	66%
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)	37'709'989 litres
Revente en France des surplus de lait des Zones franches dépassant le contingent d'importation	1'279'850 litres
<b>Total entré en centrale laitière</b>	<b>36'430'139 litres</b>

Utilisation	Litres
Lait entier transformé en produits laitiers : crème de consommation, fromages à pâte molle, yogourts, desserts et flans, crème transformée et sous-produits divers	31'123'908
Lait entier livré à d'autres fabricants et revente de surplus saisonniers	5'293'266
Différence d'inventaire	12'965
<b>Total équivalent</b>	<b>36'430'139</b>

Sociétaires	Nombres
Sociétés coopératives locales	61
Individuels	14
<b>Total des membres affiliés</b>	<b>542</b>

# Organes sociaux

<b>Conseil d'administration des Laiteries Réunies</b>	<b>Sortant à fin</b>
<b>Eric Joly</b> , président Saint-George	2025
<b>Henri-Pierre Dupraz</b> , vice-président Soral	2025
<b>Laurent Dubettier</b> , secrétaire Beaumont	2026
<b>Stéphane Baumgartner*</b> Gland	2024
<b>Claude Bieri*</b> Avully	2024
<b>Marc Bory</b> La Rippe	2026
<b>Olivier Chambaz</b> Duillier	2026
<b>Raphaël Chardon</b> Saint-Julien-en-Genveois	2025
<b>Sylvain Duriez*</b> Pougny	2024
<b>Romain Merme*</b> Collonges-Fort-L'Ecluse	2024
<b>Didier Pradervand</b> Céligny	2026

\* Proposé à l'élection par Assemblée des Délégués du 17 avril 2025 pour un nouveau mandat de trois ans.

## **Conseil d'administration des sociétés filiales**

Représentation différente selon les sociétés

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

# Structure du groupe

## LAITIÈRES RÉUNIES SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

---

Chemin des Aulx 6  
Plan-les-Ouates/GE  
022 884 80 00  
info@lrgg.ch  
www.lrgg.ch

---

**Dominique Monney**  
Direction générale

---

**Philippe Lebrun**  
Secrétariat général

---

**Jocelyne Uribe-Zamora**  
Assistante de Direction  
Générale

---

**Benoît Catry**  
Gestion des producteurs  
de lait

---

**Julien Duret**  
Gestion & traitement  
des laits

---

**Jean Borella**  
Administration et finances

---

**Marlène Gex-Fabry**  
Contrôle général de gestion

---

**Jaël Bicho**  
Ressources humaines

---

**Magalie Tricard**  
Informatique

---

**Jacky Pihour**  
Service technique PLO

---

**Mouhsine Riad**  
Assurance Qualité et R&D

---

**Laurie Klein**  
Achats Groupe

---

**Eva Er**  
Communication

---

## SECTEUR LAITIER

---

**Val d'Arve SA**  
Chemin des Aulx 6  
Plan-les-Ouates/GE  
022 884 82 30  
secretariat-vda@lrgg.ch

---

**Nutrifrais SA**  
Chemin des Aulx 6  
Plan-les-Ouates/GE

---

022 884 82 30  
secretariat-ntf@lrgg.ch

---

**Chäs Max GmbH**  
Neufeldweg 1  
4913 Bannwil  
022 884 82 21

---

**Dominique Monney**  
Direction

---

**Désiré Mercado**  
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  
022 884 81 02  
info-vivadis@lrgg.ch

---

**W. Ottiger AG**  
Chemin des Aulx 6  
Plan-les-Ouates/GE  
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 Mercado**  
Ventes nationales

---

## SECTEUR LOGISTIQUE

---

**LRG Logistics SA**  
Chemin des Aulx 6  
Plan-les-Ouates/GE  
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.delmaître.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

---





Case Postale 1055 CH – 1211 Genève 26  
[www.lrgg.ch](http://www.lrgg.ch)

