

Rapport d'activités 2025




LRG
LAITERIES RÉUNIES GENÈVE
Depuis 1911

Table des matières

2	Mot du Président	
4	Économie laitière	
6	Un marché du lait sous tension malgré une météo au beau fixe	
8	L'essentiel en chiffres	
10	Nos engagements	
11	Mission, vision et valeurs	
12	Stratégie RSE	
16	Secteur laitier	
19	Un secteur laitier en action	
22	Secteur carné	
25	Une mobilisation constante pour se maintenir face à un marché en profonde transformation	
28	Secteur négoce	
31	Un secteur négoce toujours en progression	
34	Secteur logistique & transport	
37	Toujours plus efficace et solidement structuré	
41	Labels & Certifications	
42	Portraits des collaboratrices et collaborateurs	
44	Événements	
46	Chiffres clés du Groupe	
47	Organes sociaux	
48	Structure du groupe	

« Maintenir le cap dans un contexte exigeant »

L'exercice 2025 s'inscrit dans un contexte économique, agricole et sanitaire exigeant. Tout au long de l'année, la coopérative a évolué dans un environnement marqué par de fortes incertitudes, tant au niveau des marchés que des conditions de production. Grâce à l'engagement des productrices et producteurs, de ses partenaires ainsi que de l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs, elle a néanmoins su faire preuve de résilience, de responsabilité et de cohésion.

L'activité laitière a poursuivi son évolution dans un contexte contrasté. En Suisse, la production a continué de progresser, soutenue par la qualité des fourrages et par le travail rigoureux des exploitations membres. À l'inverse, la forte baisse des prix du lait et du beurre observée sur les marchés européens a exercé une pression accrue sur la rentabilité des exploitations. Face à cette situation, la coopérative est restée pleinement engagée dans sa mission : assurer une valorisation optimale du lait et garantir des débouchés fiables et durables à ses producteurs.

Sur le plan du développement, l'acquisition de la Fromagerie de Martigny représente l'un des événements majeurs de l'exercice 2025. Cette opération stratégique ouvre de nouvelles perspectives pour la valorisation du lait, notamment par l'élargissement de la gamme de produits avec des fromages à pâte mi-dure. Elle renforce par ailleurs la présence de la coopérative en Valais et s'inscrit dans la volonté de proposer des produits régionaux authentiques à forte valeur ajoutée.

Le contexte sanitaire européen est venu rappeler la fragilité structurelle des filières agricoles. L'apparition de la dermatose nodulaire contagieuse (DNC) en France et dans plusieurs régions voisines a conduit à la mise en œuvre de mesures sanitaires strictes, avec plus de 678 000 bovins vaccinés et 117 foyers confirmés au 17 janvier 2026. Bien que la Suisse soit restée indemne, ces événements ont entraîné des répercussions indirectes sur la coopérative, notamment à travers des perturbations des flux d'animaux dans les zones franches et des difficultés d'approvisionnement pour le secteur carné Del Maître et Maître Boucher. Les équipes ont été fortement mobilisées afin d'assurer la continuité des activités dans un environnement contraint.

Dans les activités de négoce, la pression concurrentielle s'est encore renforcée au cours de l'exercice. Face à cet environnement exigeant, la coopérative a confirmé son positionnement stratégique fondé sur la proximité, la disponibilité et la présence sur le terrain. Cette approche, centrée sur la relation humaine et la confiance, demeure un facteur différenciant essentiel et contribue à la solidité des relations avec les partenaires commerciaux.

Le secteur logistique a, une fois encore, joué un rôle central dans le bon fonctionnement de l'ensemble des activités. Souvent peu visible, elle constitue néanmoins un maillon indispensable reliant les différents métiers de la coopérative. Quelles que soient les contraintes opérationnelles, climatiques ou économiques, les équipes logistiques ont assuré tout au long de l'année des prestations fiables, ponctuelles et professionnelles.



Dans son ensemble, l'exercice 2025 démontre la capacité de la coopérative à faire face à des environnements complexes tout en poursuivant ses objectifs stratégiques. Cette performance repose avant tout sur l'engagement des productrices et producteurs, ainsi que sur le professionnalisme et l'implication des collaboratrices et collaborateurs. Forte de ces bases solides, la coopérative aborde l'avenir avec confiance, en restant fidèle à ses valeurs et à sa mission de valorisation durable des productions et de service à ses membres.

L'année 2025 revêt également une dimension symbolique à l'approche du 60^e anniversaire de la marque TamTam, qui sera célébré en 2026. Référence majeure de l'ultra-frais romand, TamTam s'est imposée au fil des décennies comme une marque emblématique, profondément ancrée dans le paysage régional. Son intégration au sein de la coopérative constitue un atout stratégique important et illustre la solidité de ses fondations ainsi que son attachement aux valeurs de proximité et de qualité.

Grâce à cet engagement, le secteur carné a poursuivi la valorisation des animaux tout en maintenant les standards de qualité attendus par la clientèle.

À l'horizon 2026, Del Maître célébrera son centenaire, offrant l'occasion de mettre en lumière un siècle de tradition, de savoir-faire et d'ancrage régional. Dans ce contexte exigeant, notre coopérative confirme la solidité de sa trajectoire ainsi que la pertinence et la cohérence des choix stratégiques opérés au service de ses missions et de son développement à long terme.

A stylized, handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Eric Joly'.

Eric JOLY
Président du Conseil d'Administration





Économie laitière

Un marché du lait sous tension malgré une météo au beau fixe

L'année 2025 s'inscrit dans un contexte climatique marqué par des contrastes prononcés. Elle a débuté par un hiver doux, suivi d'un printemps précoce et relativement sec, avec des précipitations globalement suffisantes pour couvrir les besoins des principales cultures végétales. Dans plusieurs régions, les premières fauches réalisées dès la fin avril laissaient entrevoir une année prometteuse en matière de qualité des fourrages. Dès le mois de juin, les premiers épisodes de chaleur ont toutefois ravivé les inquiétudes liées à une possible sécheresse et à une pression accrue sur les ressources en eau. Le mois de juillet s'est ensuite distingué par des conditions plus fraîches et humides que lors des dernières années, ponctuées de précipitations parfois intenses et localisées. Un ensoleillement généreux en fin d'été a précédé un automne frais et humide, à nouveau très contrasté selon les régions.

Malgré ces conditions météorologiques parfois extrêmes, l'année agronomique a globalement permis d'obtenir des volumes conséquents et de bonne qualité, tant pour les productions végétales que pour les productions animales, tout en révélant la vulnérabilité croissante du secteur agricole face aux aléas climatiques.

La production laitière en 2025 a débuté sur des bases similaires à celles de 2024, avec des volumes stables jusqu'à la fin du mois de juin, sans interruption de la collecte au sein de la filière. À partir du mois de juillet, la production a toutefois connu une hausse continue.

À la fin du mois de juin, la détection d'un premier cas de dermatose nodulaire contagieuse en France voisine a exercé une forte pression sur l'ensemble de la région proche de notre centrale laitière. Des zones de surveillance et de protection ont été

instaurées, accompagnées de mesures strictes concernant les mouvements de bétail, les transports et l'utilisation du lait. Bien qu'aucune de nos exploitations n'ait été touchée, ces restrictions ont contraint les producteurs à conserver davantage de vaches sur leurs exploitations, entraînant ainsi une augmentation des volumes de lait produits.

En août 2025, les États-Unis ont instauré une surtaxe de 39 % sur de nombreux produits suisses, notamment les fromages. Cette surtaxe a été ramenée à 15 % à la mi-novembre 2025. Dans ce contexte, une partie des volumes de lait destinés à la fromagerie a été redirigée vers les filières industrielles, en raison de restrictions de production et de quotas. À titre d'exemple, la production de Gruyère AOP a été réduite de 5 % pour l'année 2025, contre une réduction initialement prévue de 3 %.

En cette fin d'année 2025, malgré les mesures mises en place par l'IP-Lait en concertation avec les principaux acteurs de la branche, la production continue d'augmenter. Une qualité et une quantité de fourrages très favorables, combinées à une baisse des exportations observée en début d'automne, ont entraîné de fortes tensions sur le marché et exercent une pression significative sur les prix pour les mois à venir. Le 15 décembre dernier, l'IP-Lait a ainsi décidé une baisse de 4 centimes du prix du lait A, applicable dès le 1^{er} février 2026 et pour l'ensemble de l'année.

Dans un contexte géopolitique mondial incertain et face à une baisse marquée des prix du lait sur les marchés internationaux à la fin de l'année 2025, cette décision apparaît comme la plus appropriée afin d'éviter une situation de surproduction et un marché saturé.



L'essentiel en chiffres



Lait acheté
total

39'347'519
litres



Ventes
en France

2'255'207
litres



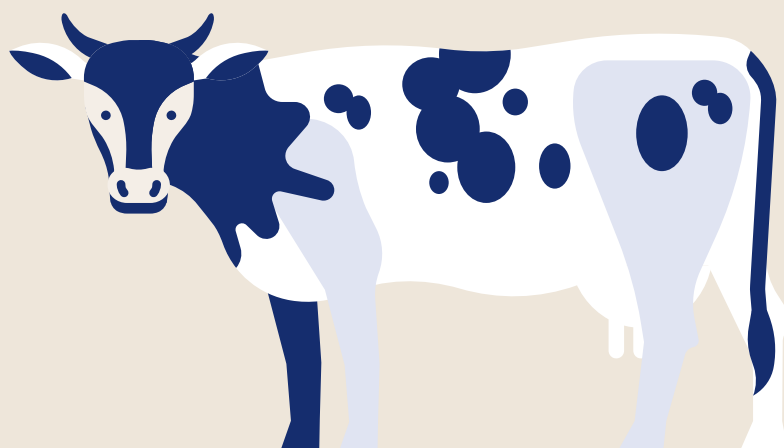
Total lait entré
en centrale laitière

37'092'312
litres

Nous collectons le lait d'environ

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

64

sociétés de laiteries actives

15

sociétaires individuels

500

sociétaires, MAJ en cours

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

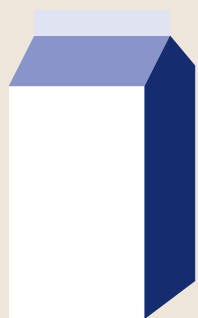
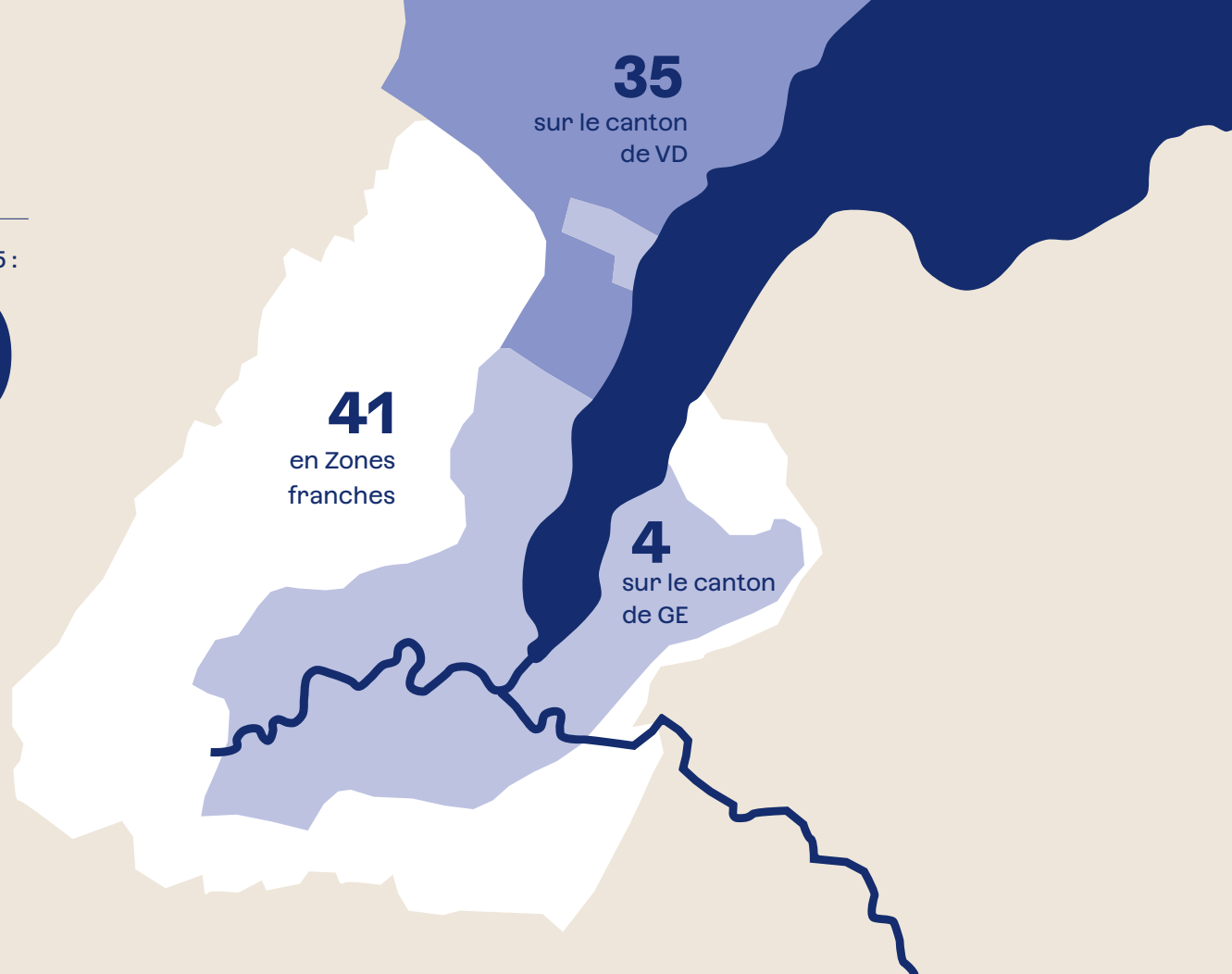
70'000 et 150'000 litres/jour

en fonction de la période de l'année.

Au 1^{er} janvier 2025 :

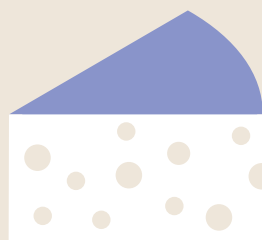
80

producteurs



11%

en lait et crème de consommation (UHT, pasteurisé)



24%

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



7%

pour les yogourts et desserts

Top 4 des marques phares

Perle de lait

+13%

GRTA

+3%

Jean-Louis

+4%

Gamme Essentiel Del Maître

+25%

Nos engagements

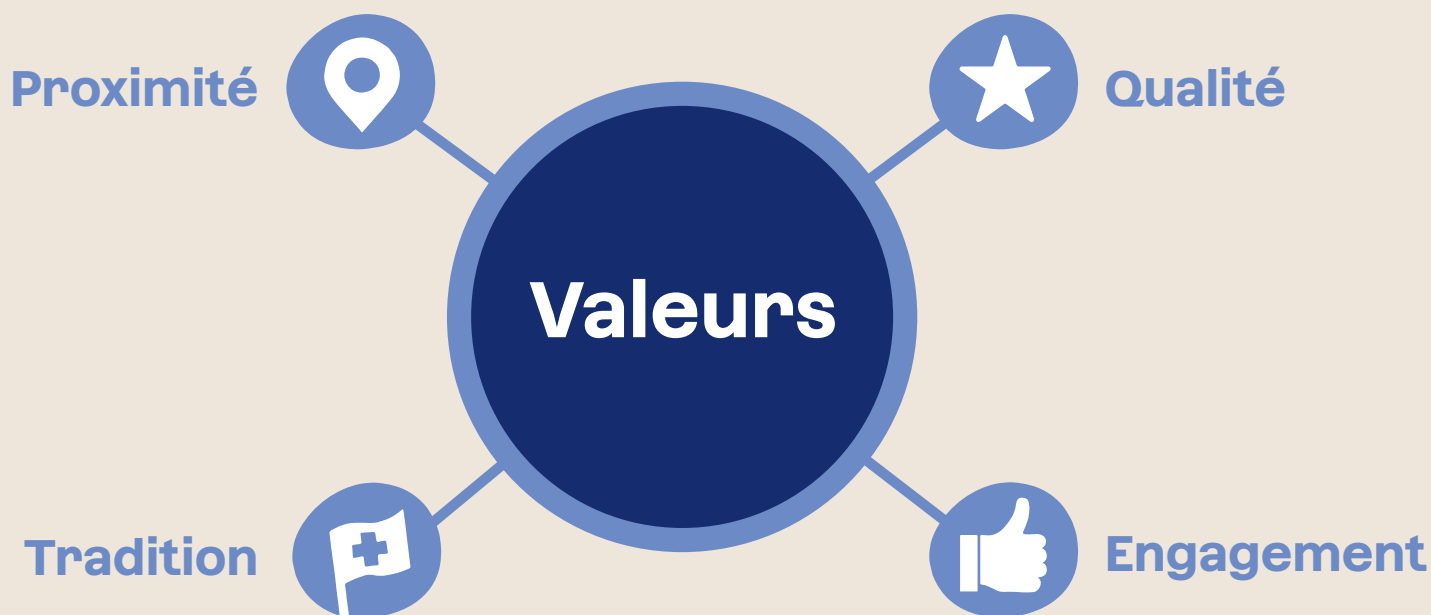


Mission

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.

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.



Stratégie RSE



De l'engagement à l'action : notre stratégie RSE en mouvement

Initiée en 2024, notre coopérative a placé la Responsabilité Sociétale dans sa stratégie, affirmant ainsi sa volonté de structurer sa démarche et de continuer à agir de manière durable et responsable. Durant l'année 2025, nous avons consolidé cette ambition en formalisant nos engagements.



SWISS
triple impact
DIRECTORY LEADER

Intégration au répertoire du Swiss Triple Impact

Afin d'améliorer notre impact social et environnemental, nous nous sommes inscrits au programme Swiss Triple Impact (STI), initié par B Lab Suisse. En s'appuyant sur les 17 Objectifs de développement durable (ODD), le programme STI permet aux entreprises de mesurer leur contribution et d'améliorer ainsi leur performance en matière de développement durable.

Sur cette base et après plusieurs mois de préparation, nous avons pu cibler les ODD les plus importants pour notre coopérative et mettre en place un plan d'action concret. Ces objectifs ont ensuite été soumis à un processus de vérification au cours duquel B Lab Suisse a examiné l'impact et la pertinence de chaque engagement de durabilité. Ces étapes nous ont permis d'intégrer le répertoire des entreprises engagées du Swiss Triple Impact en septembre 2025.

Nos quatre engagements



Engagement 1

D'ici 2030, nous réduisons les déchets et le gaspillage alimentaire de 30 % par rapport à 2023 en production, comprenant les déchets et les excédents de productions ainsi que les retours clients.



Engagement 2

D'ici 2026, nous mesurons nos émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble des trois scopes et nous alignons notre trajectoire de réduction avec les exigences de la Science Based Targets Initiative (SBTi).



Engagement 3

D'ici 2030, 100 % des cahiers des charges de nos collaborateur.ice.s intègrent des objectifs en matière de durabilité ou sur les pratiques responsables, par rapport à 0% en 2023.



Engagement 4

D'ici 2030, 100 % de nos collaborateur.ice.s suivent au moins une formation par année de type professionnel afin d'assurer leur employabilité, par rapport à 34 % en 2023.

Former pour transformer : managers au cœur de la transition

La formation, en particulier celle des managers, a été la priorité en 2025 et se poursuivra en 2026. Dans un contexte en constante évolution, les compétences managériales jouent un rôle clé pour accompagner les équipes, favoriser l'engagement et garantir la performance collective. Former les managers, permet de leur donner les outils nécessaires pour piloter le changement, développer une communication efficace et instaurer un climat de confiance. Cette démarche vise non seulement à renforcer leurs compétences techniques et comportementales, mais aussi à promouvoir un leadership capable d'intégrer les enjeux sociaux et environnementaux.

Stratégie RSE



Notre coopérative soutient le développement de la filière du recyclage plastique en Suisse

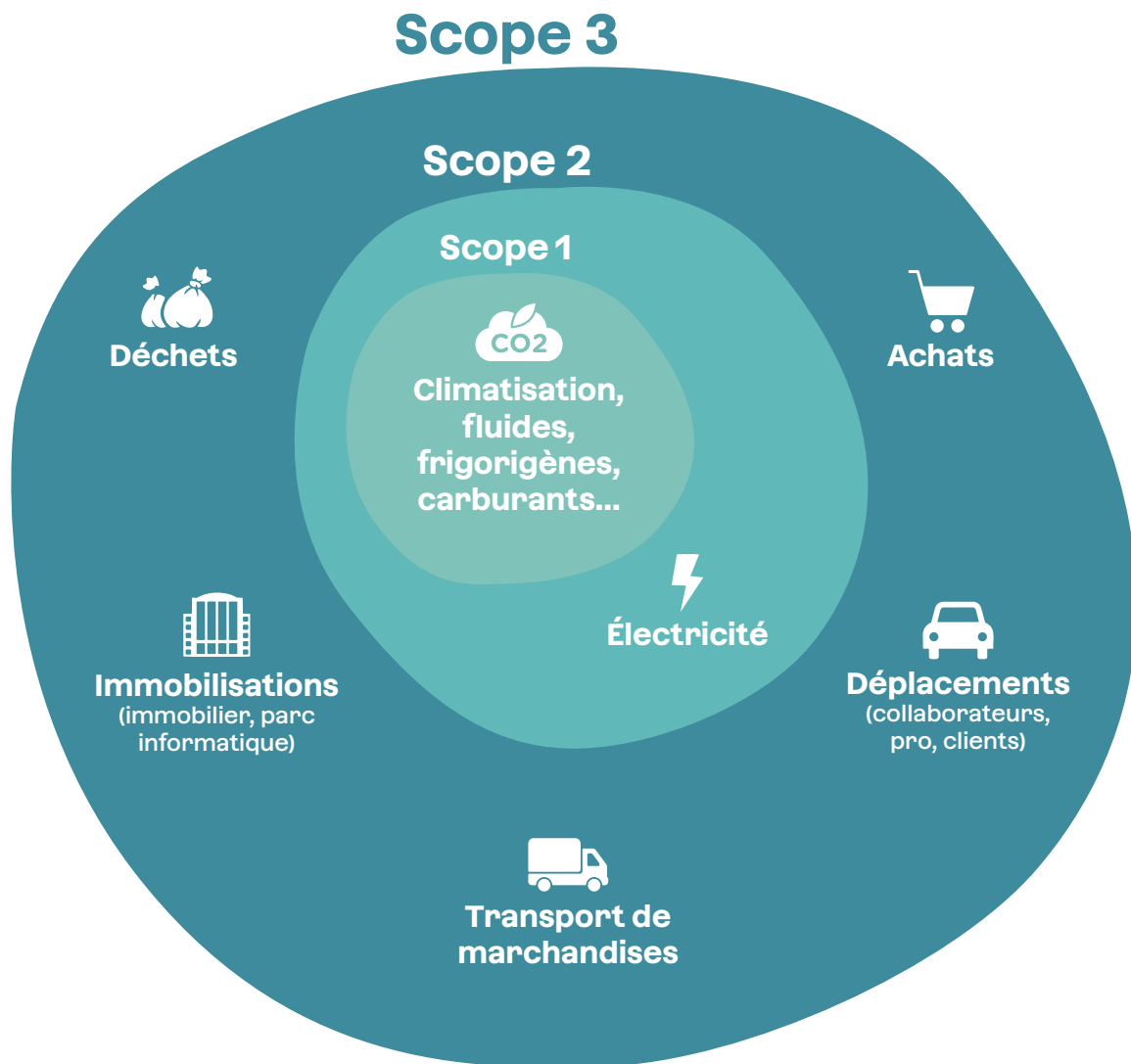
Chaque jour, des tonnes de plastique circulent dans notre économie. Trop souvent, elles terminent leur parcours en incinération, alors qu'elles pourraient redevenir une ressource. Nous avons rejoint l'association Recypac car nous croyons qu'un autre scénario est possible : celui d'une filière suisse qui transforme le plastique en opportunité. Cette ambition s'inscrit dans une dynamique nationale forte. Dès 2021, le Parlement suisse a reconnu la nécessité d'une solution uniforme pour la collecte des emballages plastiques.

Pour mettre en œuvre cette exigence, Recypac s'est fixé un objectif : créer une organisation sectorielle nationale chargée de coordonner la collecte et la valorisation des plastiques et briques à boissons, afin de structurer une filière performante et durable.

En rejoignant Recypac, nous participons à notre échelle à cette transformation pour faire évoluer les pratiques, inspirer les partenaires et prouver qu'une économie alternative est possible.

Intégration progressive du Scope 3 : première étape vers une approche globale des émissions

Le Scope 3 représente aujourd'hui le cœur de notre défi climatique : il concentre la majorité de notre empreinte carbone et englobe toutes les émissions indirectes générées par notre chaîne de valeur, depuis la production des matières premières jusqu'à la fin de vie de nos produits. Cette approche collaborative nous permet d'identifier les leviers les plus efficaces, de réduire les impacts à chaque étape et d'innover pour transformer nos pratiques. Notre ambition est claire : faire du Scope 3 un moteur de progrès collectif, en inscrivant la réduction des émissions au cœur de nos décisions stratégiques. Parce que la transition ne se fait pas seul, nous croyons à la force de l'engagement partagé pour atteindre nos objectifs climatiques et créer un avenir qui a du sens.



En savoir plus

Retrouvez notre Roadmap RSE 2025-2027 :







Secteur laitier



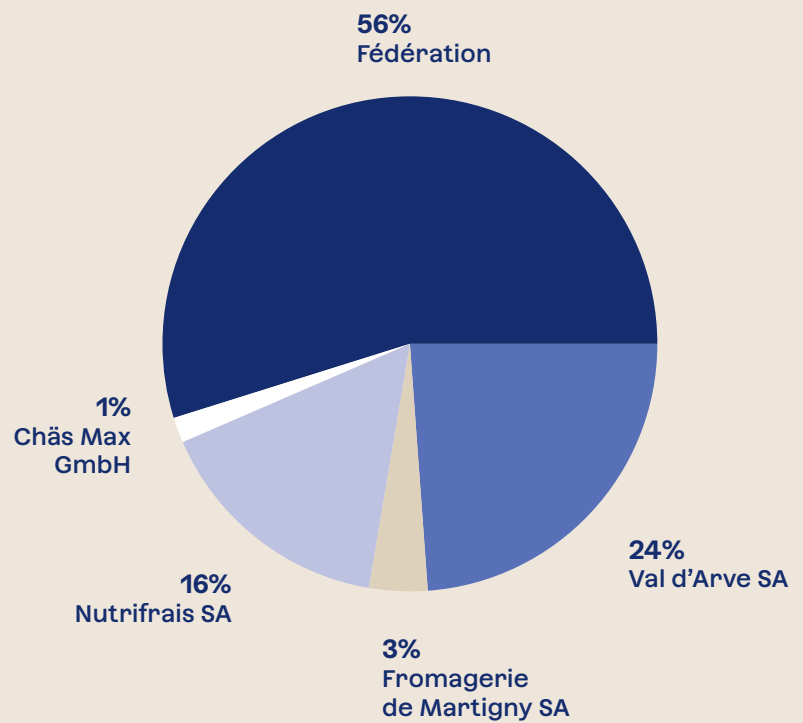
Chiffres clés

Secteur laitier

71.0

millions (+2%)

Répartition du CA dans le secteur laitier



Un secteur laitier en action



« 2025 restera une année charnière pour notre secteur laitier : un moment où, face aux défis, nous avons choisi non seulement de résister, mais d'avancer. Dans un marché sous pression, les Laiteries Réunies Genève ont une nouvelle fois démontré leur capacité à se transformer tout en préservant leur identité.

Malgré un environnement très concurrentiel et la restructuration d'un acteur majeur de la distribution, nous avons poursuivi notre stratégie marketing fondée sur quatre piliers : Tradition, Innovation, Durabilité et Swissness. Cette vision nous a permis d'atteindre plusieurs objectifs significatifs, dont le lancement du Piccolino sous la marque Jean Louis, le relaunch de Perle de Lait pour renforcer son positionnement suisse et l'introduction de la marque ombrelle Edelweiss destinée au commerce de proximité et aux secteurs professionnels.

L'année a aussi été marquée par l'acquisition de la Fromagerie de Martigny par notre filiale Fromages Chaudron SA. Reconnue pour ses fromages aux trois laits, cette fromagerie continuera de rayonner localement. Elle contribuera en outre à renforcer et diversifier notre assortiment, notamment à travers le développement de la marque Edelweiss.

Trois projets clés orienteront notre développement en 2026 : les nouveaux pots Edelweiss produits chez Nutrifrais, une diversification de Piccolino pour le marché To-Go et le déploiement commercial des produits de la Fromagerie de Martigny.

Je remercie chaleureusement l'ensemble des collaborateurs pour leur engagement et leur professionnalisme, qui permettent aux Laiteries Réunies de Genève de rester un acteur solide et apprécié, reconnu pour la qualité de ses produits à travers toute la Suisse. »

Désiré MERCANDO
Directeur du secteur laitier



Val d'Arve SA

Piccolino, le petit nouveau de la marque Jean-Louis

Cette année, Jean-Louis a réalisé un lancement majeur en proposant un snack fromager suisse pour les enfants. Après un processus de développement de près de 2 ans en R&D et mise au point en production, Piccolino a été lancé sur le marché en septembre 2025.

Cette nouveauté reflète à la fois notre savoir-faire en matière d'innovation et la qualité de nos partenariats en associant :

- du fromage suisse fondant, labellisé Switzerland Cheese Marketing AG, avec une recette sans conservateur et sans colorant.
- des gressins Roland®, issus d'un co-branding exclusif avec le biscuitier suisse.

De plus, outre le fait que ce nouveau produit nous donne l'opportunité de nous diversifier sur le segment des fromages fondus, il nous permet également de valoriser nos fromages déformés lors de la production de nos tommes.

Pour accompagner ce lancement, nos équipes ventes/marketing ont mis en place une vaste campagne de promotion/communication sur le terrain et sur les réseaux sociaux. Les consommateurs ont ainsi pu découvrir Piccolino lors de dégustations et de samplings organisés en magasin, ainsi que sur les principaux événements suisses de l'automne, tels que l'Olma, la Foire du Valais ou encore les World Cheese Awards à Berne. En ce qui concerne les réseaux sociaux, notre campagne a connu un réel succès avec plus de 14 millions d'impressions, permettant de toucher près de 2.3 millions de personnes.

Une belle réussite collective qui illustre notre capacité à allier authenticité et innovation.

Nutrifrais SA

Cette année, Perle de Lait a bénéficié d'un important relooking, adoptant une identité rétro-moderne plus authentique et résolument ancrée dans le local. Cette nouvelle signature met davantage en valeur notre savoir-faire, tout en renforçant la lisibilité de l'offre autour de deux univers distincts : la gamme Classic (nature et citron) et la gamme Exotic (coco et vanille). Par ailleurs, la gamme Perle de Lait de nos régions s'est enrichie de deux nouveaux parfums saisonniers : la rhubarbe pour la saison printemps-été et le kiwi pour la saison automne-hiver.





Edelweiss

L'année 2025 a marqué le lancement de la marque Edelweiss, développée spécifiquement pour les canaux traditionnels des Laiteries Réunies Genève : commerce de proximité, HORECA et grossistes travaillant ces canaux de distribution. Edelweiss incarne une offre suisse authentique, lisible et cohérente, destinée à valoriser le savoir-faire laitier régional auprès des professionnels.

Le lancement s'est appuyé sur l'intégration de produits emblématiques, notamment certaines références Val d'Arve, et sur le développement de nouvelles recettes, dont la Tomme à la crème Edelweiss. Les laits et la crème ont également été repositionnés sous la marque, renforçant la cohérence globale de l'assortiment.

En décembre 2025, Edelweiss a lancé une gamme de yogourts en pots en verre, répondant à une demande du marché, en particulier de clients de l'hôtellerie Suisse qui recherchent de la durabilité dans les emballages. Ce développement a été rendu possible grâce à l'acquisition et à la mise en service rapide d'une conditionneuse pour pots en verre.

Par ailleurs, l'acquisition de la Fromagerie de Martigny a permis d'enrichir significativement la gamme Edelweiss avec des fromages valaisans, comprenant notamment des raclettes au lait pasteurisé et thermisé, ainsi que des raclettes au lait de brebis et de chèvre. Cette offre sera également complétée par des tommes à pâte mi-dure qui arriveront sur le marché en janvier-février 2026.

La marque a également bénéficié d'une forte visibilité externe avec une présence à l'IGEHO à Bâle en novembre, principal salon de l'hôtellerie-restauration en Suisse.

Enfin, deux journées de kick-off destinées à la force de vente ont été organisées en octobre. Elles ont permis aux équipes de s'approprier la marque, de renforcer les liens entre les différentes équipes réparties en Suisse et de partager un moment clé du lancement Edelweiss.



A person wearing a white lab coat and a blue apron is working in a meat processing plant. The background shows industrial machinery, including a large metal cage and a blue hose. The scene is brightly lit, and the overall atmosphere is clean and professional.

Secteur carné



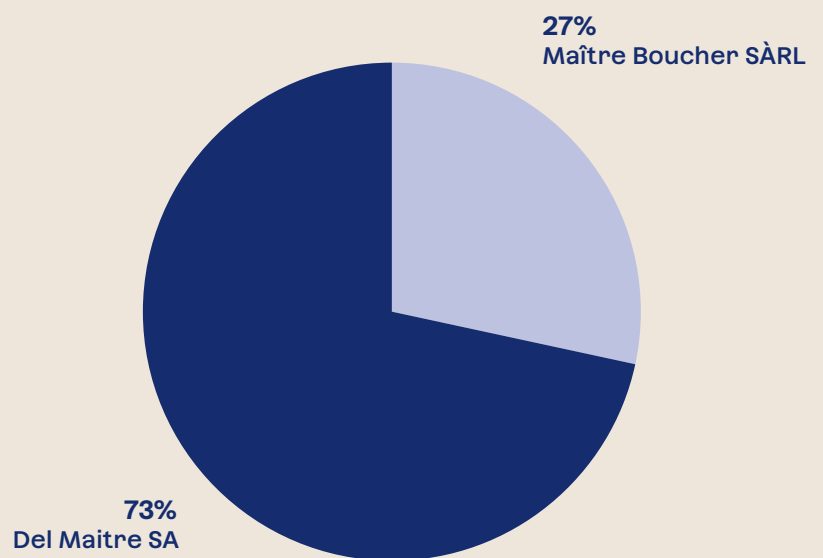
Chiffres clés

Secteur carné

38.3

millions (-1,1%)

Répartition du CA dans le secteur carné



Une mobilisation constante pour se maintenir face à un marché en profonde transformation



« La première force de notre secteur est le personnel qui le compose et la capacité de ses équipes à s'adapter aux changements, avec réactivité et professionnalisme.

Cela permet au secteur carné des LRG de trouver des solutions face aux marchés et aux canaux de distribution en pleines mutations.

En 2025, le marché alimentaire suisse connaît une année agricole globalement positive, avec une hausse des prix de la production animale bovine et ovine, grâce à une bonne demande.

Cependant, plusieurs épizooties comme les virus de la langue bleue et la dermatose nodulaire contagieuse touchent gravement notre bassin d'approvisionnement en gros bétail et nécessitent des mesures de contrôle strictes et des campagnes de vaccination. Les restrictions de mouvement d'animaux de la zone franche de Genève vers la Suisse ont un impact considérable sur les marges du secteur carné.

Malgré une tendance de fond vers le flexitarisme, la consommation de viande de porc, de bœuf et de charcuterie reste globalement stable et se maintient à des niveaux élevés. La consommation de viande de volaille continue sa tendance à la hausse et se positionne en deuxième place des viandes les plus consommées, juste derrière le porc.

Face à la complexité croissante des marchés, à la pression constante sur les prix de vente et aux changements de stratégie des clients, le secteur carné résiste plutôt bien, grâce aux orientations stratégiques prises et à sa réactivité. »

Christelle PERROLLAZ
Directrice du secteur carné



Del Maître SA

Dans un contexte où les produits ultra-transformés sont de plus en plus remis en question pour leur impact sur la santé, les consommateurs sont nombreux à rechercher des produits plus simples, plus sains. En proposant des produits avec des taux de nitrite réduits, la gamme Essentiel répond pleinement à ces nouvelles attentes et enregistre de très bonnes performances sur l'année 2025 avec une augmentation de 25% du volume des ventes.

Les terrinettes 350g affichent également une dynamique positive, avec des ventes en nette augmentation. Ces produits trouvent leur place sur le marché et leur emballage en barquette réutilisable, apportent une valeur ajoutée en termes de praticité et de responsabilité écologique.



Avec une augmentation des volumes de 17%, la choucroute Del Maître continue d'afficher de très bons résultats. Cette progression la place désormais comme une référence au sein de sa catégorie et confirme sa parfaite adéquation avec les attentes des consommateurs.

Fort de ce succès, le lancement d'un plat romand a été engagé afin d'enrichir la gamme des plats cuisinés.



Face à une société de consommation en perpétuelle mutation, les produits traditionnels du terroir doivent s'adapter et parfois même se réinventer pour trouver leur place sur le marché. Pour répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus pressée, la longeole IGP Del Maître se refait une jeunesse en se déclinant en version pré-cuite. Nouvel emballage, QR code avec des idées recettes en fonction des saisons, partenariat avec des chefs de cuisine sur les réseaux sociaux, notre Longeole IGP se fait également glamour en ligne afin de mettre en avant l'aspect gourmand de ce produit auprès des plus jeunes générations.



Preuve que tradition et innovation ne sont pas contradictoires, les longeoles IGP Del Maître ont obtenu cette année la médaille d'argent au Concours Suisse des produits du terroir.



SCHWEIZER WETTBEWERB
DER REGIONALPRODUKTE
CONCOURS SUISSE
DES PRODUITS DU TERROIR
CONCORSO SVIZZERO
DEI PRODOTTI REGIONALI



Maître Boucher Sàrl

En 2025, la société Maître Boucher est parvenue à maintenir ses résultats malgré un environnement de marché particulièrement exigeant. La forte concurrence, conjuguée à la fermeture de nombreux établissements, ont exercé une pression accrue sur l'ensemble de l'activité.

Dans ce contexte, la stabilité des performances témoigne de la pertinence des choix stratégiques opérés et de la capacité de l'entreprise à s'adapter aux évolutions du marché. Cette résilience reflète également l'engagement constant des équipes pour préserver la qualité du service et de la relation client, tout en optimisant les processus internes.

Partenaire
GENÈVE REGION TERRE AVENIR

100% LOCAL,
DIRECT ET
ÉCO-RESPONSABLE

Panier d'ici
La ferme de Genève

www.panierdici.ch

LRG
LACTERIES RÉUNIES GENÈVE

QR code

The advertisement is displayed on the side of a truck. The main graphic shows a vibrant sunflower field under a blue sky with white clouds. A stylized logo of a heart with green and blue stripes and a sun is centered. To the right, a close-up of a brown cow's head is shown. The text '100% LOCAL, DIRECT ET ÉCO-RESPONSABLE' is written in white on a dark blue background above the cow. The website 'www.panierdici.ch' is prominently displayed in white. A QR code is located in the bottom left corner of the main graphic. Logos for 'Partenaire GENÈVE REGION TERRE AVENIR' and 'LRG LACTERIES RÉUNIES GENÈVE' are also present.



Secteur négoce



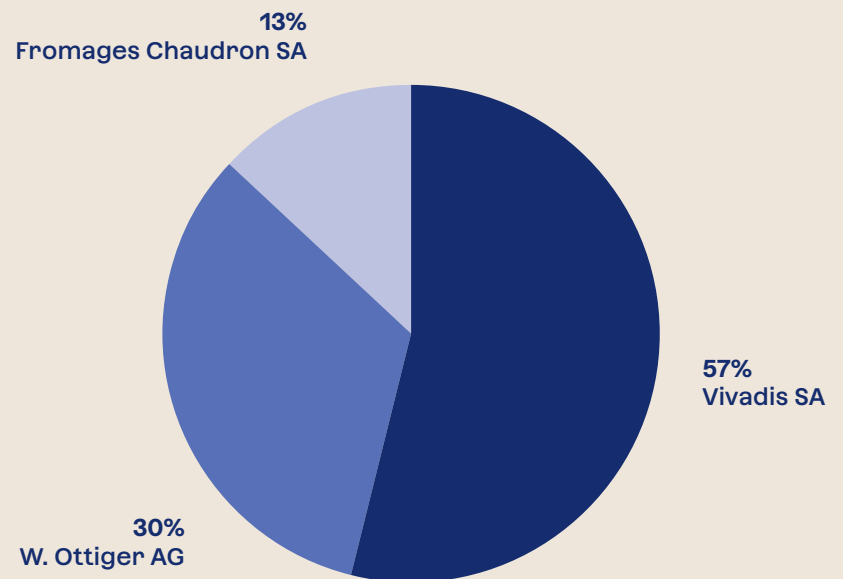
Chiffres clés

Secteur négoce

72.1

millions (-0,6%)

Répartition du CA dans le secteur négoce



Un secteur négoce toujours en progression



« En 2025, notre secteur Négoce, composé de Vivadis SA, Fromages Chaudron SA et W. Ottiger AG, confirme sa solidité avec un chiffre d'affaires global de 72.1 millions en légère progression.

La distribution fine poursuit une belle dynamique, portée par une croissance soutenue en Suisse romande de + 9,3%, tant interne qu'externe, et par l'essor de nos produits LRG.

Malgré un contexte concurrentiel exigeant, notamment dans la grande distribution et le commerce de détail, nos équipes ont su maintenir notre position de leader régional. Le développement de nouvelles gammes, l'expansion de notre plateforme « Panier d'ici PRO » et la performance de nos services logistiques illustrent notre capacité à nous renouveler.

Grâce à l'engagement des télévendeuses, de notre force de vente et de nos équipes de distribution, nous poursuivons notre mission avec professionnalisme et proximité. Cette mobilisation collective nous permet de rester proches de nos clients et d'accompagner durablement leurs besoins. Nous abordons ainsi l'avenir avec confiance, ambition et détermination. »

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Jean-Pierre Dunand'.

Jean-Pierre DUNAND
Directeur du secteur négoce

Vivadis SA

Vivadis SA spécialisée dans la distribution fine voit son chiffre d'affaires en Suisse progresser de 6.4% par rapport à 2024 pour atteindre 40.8 millions.

Le secteur de la gastronomie progresse de 9%, le secteur de l'industrie progresse de 17% tandis que celui du commerce de détail reste stable.

La croissance interne des ventes de Vivadis SA en Suisse Romande est de 5,4% grâce au développement et à l'acquisition de nouveaux clients, essentiellement dans les domaines de la restauration collective, de l'hôtellerie, des hôpitaux, des cantines scolaires, des EMS, de la boulangerie et des artisans.

La croissance externe des ventes de Vivadis SA en Suisse Romande est de 3,9% grâce à la reprise au 1^{er} mai de la clientèle de Fromajoie SA basée à Alle dans le Jura, environ 150 clients répartis dans un triangle Bâle, Soleure, La Chaux de Fonds. Cette nouvelle activité nous permet de vendre nos propres produits LRG sur le secteur du Jura, complété par un assortiment de produits avec le label « Jura région garantie ».

Notre filiale Vivadis AG en Suisse Allemande, basée à Bannwil (BE) a vu son chiffre d'affaires progresser de 1,1% dû à la gastronomie et à l'industrie. Tandis que le chiffre d'affaires du commerce de détail, avec les crémeries, recule de 5,4% dû à une forte pression effectuée sur les prix par les commerces en gros.

La vente des produits du groupe LRG représente 25% du CA total pour atteindre 8,5 millions avec une progression de 5%. Les plus fortes progressions sont pour les produits laitiers de base, les laits et les crèmes +9% suivi des fromages à pâte molle +14%. À noter également les ventes de 1 million réalisées avec les 18 produits laitiers, laits, yogourts et fromages sous le label GRTA.



Une nouvelle gamme de pots en verre destinée à l'hôtellerie et au commerce de détail a été lancée fin 2025.

Nos ventes de glaces et surgelés représentent 5% du chiffre d'affaires total avec une progression de 104% due à la commercialisation en 2025 d'une gamme de pains et viennoiseries surgelés de la marque PaniConcept appartenant à la boulangerie BISA située à La Pallanterie.

Ces livraisons en bi-température sont possibles grâce à nos camions de distribution équipés avec un compartiment négatif. Une seule livraison groupée pour le frais et pour le surgelé permet de réduire notre empreinte carbone.

Notre plateforme « Panier d'ici PRO », destinée aux professionnels, est maintenant opérationnelle sur notre application VG Peem. Elle complète notre site de vente en ligne - www.panierdici.ch, à destination des particuliers. Ces 2 plateformes regroupent plus de 200 produits, avec des petits et gros conditionnements, issus de l'agriculture genevoise sous le label GRTA - Genève Région Terre Avenir. Produit ici et pas là-bas, c'est l'assurance de consommer local, des produits du Terroir.





Fromages Chaudron SA

Les ventes de Fromages Chaudron SA, basée en Valais et spécialisée dans le commerce de fromages, ont reculé de 2.4% par rapport à 2024 pour atteindre 9,4 millions. Deux grands clients achètent dorénavant en partie en direct chez les fournisseurs. La position du grossiste entre la marque et le client final est parfois difficile à tenir.

Le secteur de la gastronomie progresse de 7% notamment sur le secteur de Leysin malgré la fermeture de quatre grands hôtels pour travaux. L'atelier de découpe à Muraz fonctionne bien avec un chiffre d'affaires supérieur à 300'000.-. Le congélateur central pour les Laiteries Réunies, construit en 2024 sur le site de Muraz, réalise un chiffre d'affaires de 2 millions.

Afin de diminuer les coûts, trois contrats de leasing de camions sur quatre ont été arrêtés.

W. Ottiger AG

W. Ottiger AG, située à Bannwil dans le canton de Berne, spécialisée dans le commerce de fromages pour la grande distribution, voit son chiffre d'affaires reculer de 6,8% par rapport à 2024 pour atteindre 21,9 millions. Les grandes marques sont désormais bien organisées pour distribuer leurs gammes en direct via un prestataire logistique, notre société sœur LRG Logistics SA. Le chiffre d'affaires est ainsi simplement déplacé d'une entité du groupe à une autre.

Grâce au savoir-faire des télévendeuses situées sur les 4 sites de Genève (GE), Muraz (VS), Alle (JU), Bannwil (BE), à l'indispensable travail de terrain effectué par les 6 commerciaux qui composent la force de vente nationale et nos 6 tournées de distribution « vente à la chine », le secteur du négoce se défend bien et maintient ainsi sa position de leader pour les produits laitiers et produits frais en Suisse Romande.



A photograph of a warehouse interior. The scene is filled with tall metal shelving units (pallet racks) that are mostly empty, with some boxes visible on the shelves in the background. A person's arm in a dark blue jacket is visible on the left side of the frame. The lighting is somewhat dim, typical of an industrial setting. The text 'Secteur logistique & transport' is overlaid in large white font in the center-right of the image.

Secteur logistique & transport



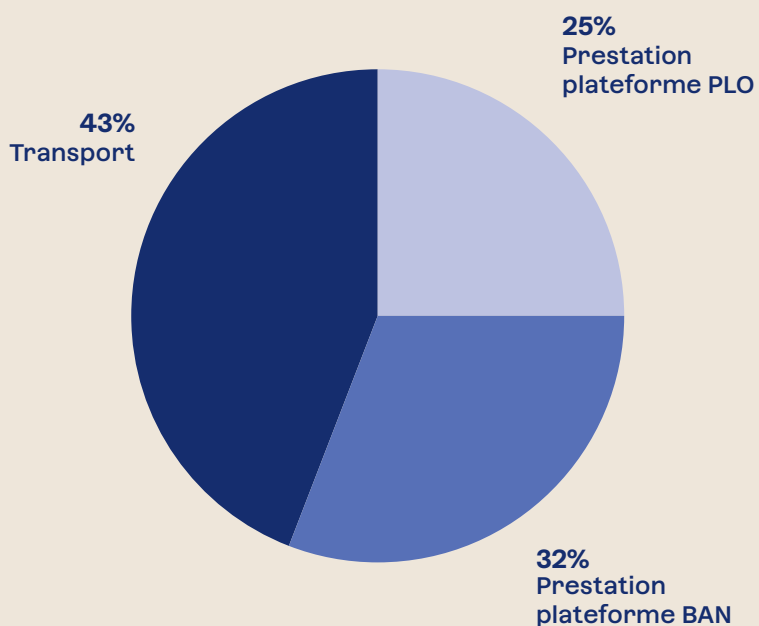
Chiffres clés

Secteur logistique et transport

15.6

millions (+6,2%)

Répartition du CA dans le secteur logistique & transport



Toujours plus efficace et solidement structuré



« L'année 2025 a été particulièrement structurante pour notre organisation. Les efforts déployés en matière d'optimisation des flux, de fiabilisation des stocks et d'amélioration des délais ont permis de renforcer la performance globale de notre chaîne logistique. L'intégration progressive d'outils numériques associés à une meilleure coordination interservices, constitue un levier essentiel qui continuera à porter nos ambitions dans les années à venir.

Nos équipes ont fait preuve d'un engagement remarquable, notamment lors des périodes de forte activité. Leur professionnalisme, leur réactivité et leur sens des responsabilités ont largement contribué à la maîtrise de nos coûts logistiques et à la satisfaction de nos clients, qui demeurent une priorité constante.

Les perspectives de l'année à venir s'inscrivent dans la continuité de cette dynamique. Nous concentrerons nos efforts sur la modernisation de nos infrastructures, l'amélioration continue de nos processus et le développement des compétences de nos collaboratrices et de nos collaborateurs. Ces orientations nous permettront de répondre avec agilité aux évolutions du marché et de renforcer durablement notre compétitivité.

Je tiens à remercier l'ensemble des équipes pour leur contribution à ces résultats. Leur mobilisation est un atout majeur pour la poursuite de notre stratégie et la réussite de nos projets futurs. »

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patrice SPAHR', with a large, sweeping flourish above the name.

Patrice SPAHR
Directeur du secteur logistique & transport

LRG Logistics SA

En 2025, LRG Logistics affirme avec énergie son ambition de conjuguer performance opérationnelle et développement. Nos trois plateformes logistiques, stratégiquement réparties en Suisse, nous permettent d'assurer chaque étape du stockage et de garantir une chaîne du froid de qualité :

Plan-les-Ouates : 7 000 m² dédiés au stockage frais à +5°C.

Bannwil : 6 100 m² d'entrepôt frais à +5°C.

Muraz : 1 000 m², incluant 200 m² de congélateur à -20°C pour les produits nécessitant des conditions de stockage spécifiques.

Cette année a été marquée par une progression collective et une meilleure efficacité opérationnelle. Composée de 79 collaboratrices et collaborateurs investis, notre équipe veille chaque jour à assurer une gestion précise, fluide et sécurisée de l'ensemble des produits stockés. L'arrivée de deux nouvelles machines de copacking a fait évoluer les possibilités proposées. Elles nous permettent désormais de travailler sur des actions duo ou trio, renforçant notre polyvalence.



Dix ans d'un partenariat pérenne avec Galliker Transports AG

L'année 2025 s'est également distinguée par une étape importante pour LRG Logistics SA, qui célèbre 10 ans de partenariat avec Galliker Transports. Une décennie de collaboration fondée sur la confiance, la fiabilité et des valeurs communes, au service d'une logistique performante et durable.

À cette occasion, des membres du Conseil d'administration ainsi que des collaboratrices et collaborateurs ont eu le plaisir de se rendre sur le site de Galliker Transports à Altishofen.

Cette visite a permis de découvrir les infrastructures, les processus logistiques et les innovations mises en place par notre partenaire, tout en favorisant des échanges enrichissants entre les équipes. Ce moment de rencontre a également été l'opportunité de revenir sur les temps forts de ces dix années de collaboration.

Forts de ce partenariat solide, LRG Logistics et Galliker Transports se projettent avec confiance vers l'avenir, avec la volonté commune de poursuivre et de renforcer cette collaboration au service de projets ambitieux et responsables.



LRG

CARTON



Labels et certifications

	Labels	Description	Validité
	Bio Suisse	Le Bourgeon est la marque de Bio Suisse, la Fédération faitière des organisations bio. Les produits Bourgeon proviennent d'exploitations entièrement biologiques.	31.12.2026
	Bio France	Certificat relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques.	31.03.2026
	Suisse Garantie	Les produits arborant le label Suisse Garantie sont certifiés produits et transformés en Suisse.	31.12.2027
	GRTA	GRTA permet d'identifier les produits de l'agriculture de la région genevoise. Il concerne tous les produits agricoles, à chacune des étapes de leur transformation, du champ à l'assiette.	31.12.2027
	Vaud+	Le label promeut l'agriculture vaudoise et le savoir-faire des artisans vaudois.	31.12.2027
	IP Suisse	IP-Suisse est une marque de certification collective destinée aux produits agricoles suisses.	31.12.2026
	Alpage Montagne	Utilisation des dénominations Alpage et Montagne pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issus.	31.12.2027
	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.	LRG 31.12.2027 DLM 31.12.2026
	Migros BIO	Migros Bio, c'est une gamme de produits biologiques, proposée par Migros. Tous les produits sont certifiés bio.	31.12.2026
	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.	31.12.2027
	Manor local	Marque régionale Manor de la région de Genève.	31.12.2026
	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'affouragement, de l'écologie et des questions sociales.	31.12.2027
	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
Référentiels 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.	12.03.2029
	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 sous la forme d'un cahier des charges un ancrage dans le terroir, une histoire garante d'une tradition toujours respectée.	31.12.2026
	IFS Food	Référentiel pour assurer la maîtrise de la sécurité des denrées alimentaires.	NTF : 18.05.2026 VDA/CMX : 31.07.2026
	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 19.04.2026 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

Portraits des collaboratrices et collaborateurs



« Je veille à créer une expérience au chalet à la fois chaleureuse et authentique. »

J'assure la gestion quotidienne du chalet, je veille à proposer nos produits avec soin et à conseiller les clients dans leurs choix. Mon objectif est que chaque client vive une expérience agréable et reparte pleinement satisfait.

Guillaume BOLAY

Responsable chalet - Plan-les-Ouates

« Être chineur c'est bien plus que vendre : c'est créer des rencontres et faire découvrir des produits qui méritent d'être partagés. »

Je vends des produits en direct, en privilégiant le contact humain et la proximité. Mon rôle est de proposer des spécialités fromagères aux clients. Cette méthode me permet de créer une relation authentique avec les clients et de valoriser des produits qui ont une histoire.

Yannick GUILLOU

Vendeur à la chine - Muraz



« Fédérer l'humain et transformer l'organisation pour bâtir une relation de confiance durable avec nos clients. »

J'encadre l'équipe des préparateurs, organise et optimise l'activité de préparation des commandes dans le dépôt de Bannwil.

Allan BERTRAND

Responsable préparateurs - Bannwil



« Mon rôle est d'assurer à chaque étape la sécurité alimentaire et la conformité des produits. »

Je veille à garantir la sécurité alimentaire et la conformité des produits, de la matière première jusqu'au consommateur final, en assurant un suivi rigoureux à chaque étape.

Claire GAILLARD

Adjointe responsable qualité - Satigny



« Je suis le garant de la bonne gestion des stocks et de la fluidité logistique de l'entreprise, de la réception à l'expédition des marchandises. »

De la réception au stockage jusqu'à l'expédition des marchandises, j'assure chaque étape avec efficacité. Polyvalent et méthodique, j'occupe un rôle essentiel au sein de la chaîne logistique.

Laurent TERZULLI

Responsable économat - Plan-les-Ouates



Événements

les automnales



140'000
visiteurs



40'000
visiteurs



30'000
visiteurs



Chiffres clés du Groupe

Chiffre d'affaires

197.1

millions de CHF

Effectif du personnel
au 31.12.2025

339

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%
Fromagerie de Martigny SA	75%

Apport de lait	Total
Lait acheté (y compris lait bio)	39'347'519 litres
Revente en France des surplus de lait des Zones franches dépassant le contingent d'importation	2'255'207 litres
Total entré en centrale laitière	37'092'312 litres

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	32'621'575
Lait entier livré à d'autres fabricants et revente de surplus saisonniers	4'467'492
Différence d'inventaire	3'245
Total équivalent	37'092'312

Sociétaires	Nombres
Sociétés de laiteries actives	64
Sociétaires individuels	15
Total des membres affiliés	500 MAJ en cours

Organes sociaux

Conseil d'Administration des Laiteries Réunies	Sortant à fin
Eric Joly , Président* Saint-George	2025
Henri-Pierre Dupraz , vice-président démissionnaire** Soral	2025
Laurent Dubettier , secrétaire Beaumont	2026
Marc Bory La Rippe	2026
Stéphane Baumgartner Gland	2027
Claude Bieri , vice-président depuis le 28 août 2025 Avully	2027
Raphaël Chardon* Saint-Julien-en-Genevois	2025
Sylvain Duriez Collonges-Fort-L'Ecluse	2027
Romain Merme Collonges-Fort-L'Ecluse	2027
Olivier Chambaz Duillier	2026
Didier Pradervand Céligny	2026

* Proposé à l'élection par l'assemblée des délégués du 30 avril 2026 pour un nouveau mandat de trois ans

** Démission au 23 juin 2025

Conseil d'Administration des sociétés filiales

Représentation différente selon les sociétés

Organe de révision	PricewaterhouseCoopers, Genève
Direction générale	M. Eric Joly Président du Conseil d'Administration
	M. Désiré Mercado Directeur du secteur laitier - Val d'Arve SA - Nutrifrais SA - Chàs Max GmbH - Fromagerie de Martigny SA
	Mme Christelle Perrollaz Directrice du secteur carné - Del Maître SA - Maître Boucher Sàrl
	M. Jean-Pierre Dunand Directeur du secteur négoce - Vivadis SA Fromages Chaudron SA - W. Ottiger AG
	M. Patrice Spahr Directeur du secteur logistique et transport - LRG Logistics SA

Structure du groupe

LAITIERIES RÉUNIES SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates/GE
022 884 80 00
info@lrgg.ch
www.lrgg.ch

Eric Joly
Président
du Conseil d'Administration

Elodie Renoulet
Assistante de Direction
Générale

Benoît Catry
Gestion de la Fédération

Julien Duret
Gestion & traitement des
laits

José Molina
Finances

Nelson Santos
Administratif et contrôle
de gestion

Jaël Bicho
Ressources humaines

Magalie Tricard
Informatique

Mouhsine Riad
Qualité et R&D

Laurie Klein
Achats Groupe

Eva Er
Communication

SECTEUR LAITIER

Val d'Arve SA
Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates/GE
022 884 81 50

Nutrifrais SA
Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates/GE
022 884 82 30

Chäs Max GmbH
Neufeldweg 1
4913 Bannwil
062 386 91 00

Fromagerie de Martigny SA
Rue des Planches 2
1920 Martigny
027 565 07 36
info@fromageriedemartigny.ch

Désiré Mercado
Directeur secteur laitier

Christophe Bertrand
Production Val d'Arve

Colline Rinaldi
Production Nutrifrais

Jérôme Duay
Production Fromagerie
de Martigny

SECTEUR NÉGOCE

Vivadis SA
Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates/GE
022 884 81 02
info-vivadis@lrgg.ch

W. Ottiger AG
Chemin des Aulx 6
1228 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
Directeur secteur négoce

Jean-Pierre Dunand a.i.
Ventes Suisse romande

Gregor Toggwyler
Ventes Suisse alémanique

Christophe Baly
Exploitation Chaudron

Désiré Mercado
Ventes nationales

SECTEUR LOGISTIQUE

LRG Logistics SA
Chemin des Aulx 6
1228 Plan-les-Ouates/GE
022 884 80 90
logistics-geneve@lrgg.ch
logistics-bannwil@lrgg.ch

Patrice Spahr
Directeur secteur logistique
et transport

Marie Greboval
Contrôle de gestion

Remy Converset
Plateforme de Genève

Aurélien Almy
Plateforme de Bannwil

Christophe Duchâtel
Transport et garage

Jacky Pihour
Service technique PLO

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
Directrice secteur carné

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

IMPRESSUM

Éditeur

Laiteries Réunies Société
Coopérative

Chemin des Aux 6
1228 Plan-les-Ouates

022 884 80 00

info@lrgg.ch

www.lrgg.ch

Rédaction

Benoit Catry

Eva Er

Jennifer Henriet

Charlotte Hubert

Elodie Renoulet

Crédits photos

David Wagnières

Bureau TUK

RecyPac

KNM Productions

Caterina Lodo

Création graphique

Alternative

Dinezine Design

Réalisation

Eva Er

Impression

Atar Roto Presse SA

Tirage

175 exemplaires

Parution

Avril 2026



Chalet des Laiteries Réunies



Chemin des Aux 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



Rue du Chablais 101
1893 Collombey-Muraz

24/24 heures - 7/7 jours - 365 jours/an

Fromages Chaudron



Rue du Chablais 101
1893 Collombey-Muraz

Du lundi au samedi de **09h00 à 12h00** et de **13h30 à 17h00**

Plateforme de vente en ligne



www.panierdici.ch

LRG
LAITERIES RÉUNIES GENÈVE
Depuis 1911
www.lrgg.ch

