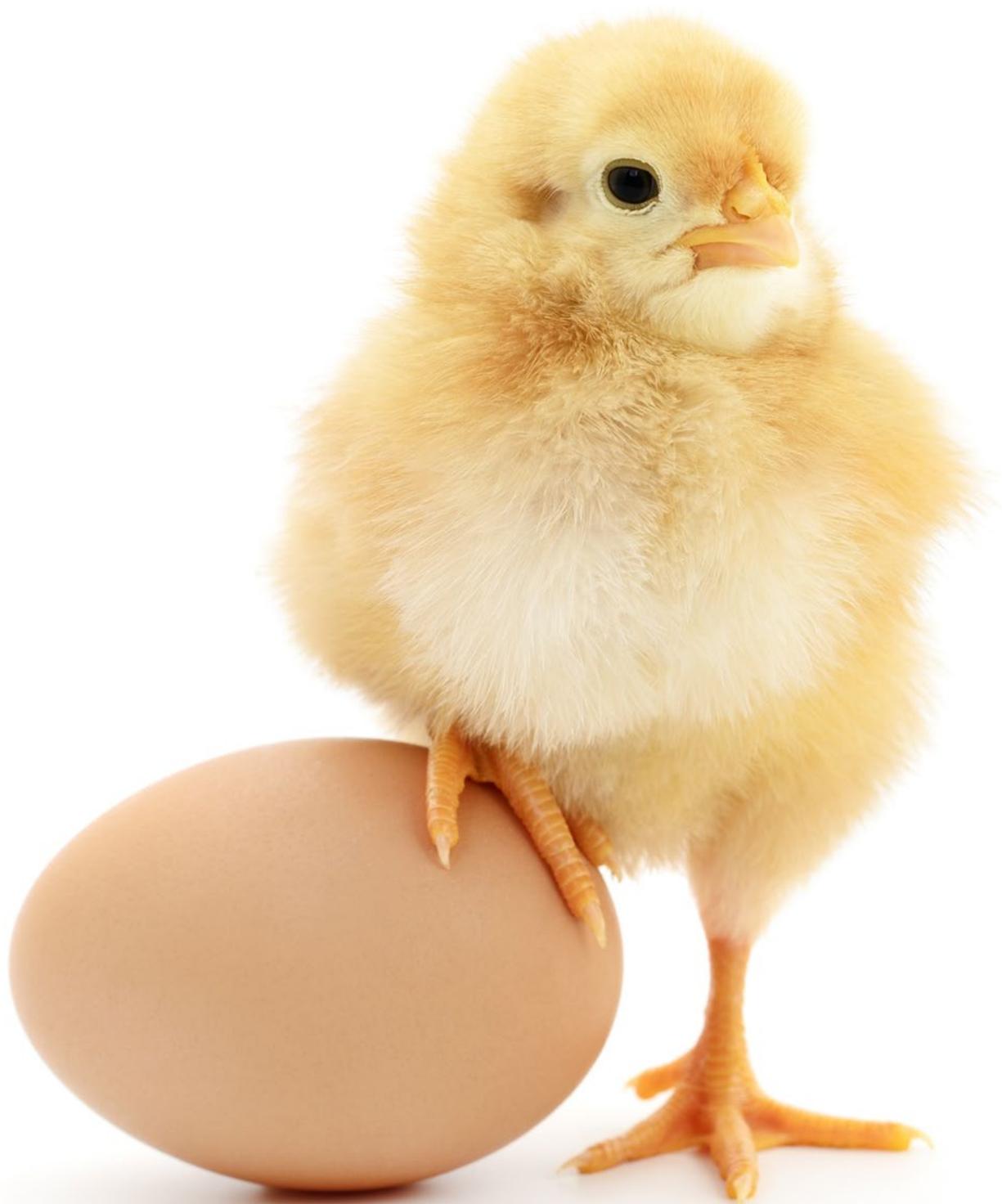


Analyse de marché œufs et volaille



Contenu

À propos de l'étude	3
1. Situation de départ	3
2. Vue d'ensemble de l'évolution dans la production d'œufs et de volaille	4
2.1 Œufs et volaille: une production où la tendance est clairement à la hausse	4
2.2 Production d'œufs: évolution réjouissante vers un élevage plus respectueux des animaux	5
2.3 Production de volaille: recul de la production de niche – grand potentiel	6
2.4 Relations relatives aux prix des œufs: prix ruineux pour l'élevage au sol – différences de prix élevées	7
3. Analyse des prix et des parts producteurs sur le marché des œufs	9
3.1 Introduction explicative à la méthode de calcul	9
3.2 Rapports de prix des œufs : prix ruineux dans l'élevage en étable – écarts de prix élevés	10
3.3 Part producteur pour les œufs: les producteurs d'œufs d'élevage en plein air sont ceux qui profitent le moins des prix élevés	11
4. Analyse des prix et des parts producteurs sur le marché de la volaille	13
4.1 Rapports de prix des poulets de chair: fortes marges pour une production respectueuse des animaux	13
4.2 Part producteur des poulets de chair: la rémunération des valeurs ajoutées n'est pas transparente	15
Annexe: résultats de l'analyse de marché des œufs et de la volaille	17
Sources	19
Revendications adressées aux acteurs du marché, aux consommateurs et à la politique	20

© 2020 Protection Suisse des Animaux PSA

Editeur

Protection Suisse des Animaux PSA, Dornacherstrasse 101, Case postale, 4018 Bâle
Tél. 061 365 99 99, Fax 061 365 99 90, Compte postale 40-33680-3
psa@protection-animaux.com, www.protection-animaux.com

Auteur

Dr Stefan Flückiger, directeur de la politique agricole

Recherche de la Protection Suisse des Animaux PSA:**«Analyse de marché œufs et volaille»**

Questionnement: Comment évolue la production des œufs et de la volaille, en particulier sous l'angle du nombre d'animaux détenus conformément aux impératifs biologiques?

Les prix des produits issus des systèmes d'élevage conventionnel (élevage au sol), des labels (élevage en plein air) et bio renseignent-elles sur l'importance du soutien apporté aux modèles respectueux des animaux?

Dans quelle mesure les producteurs de prestations de bien-être animal profitent-ils des prix de vente payés par le consommateur?

Réalisation: mars/mai 2020

Données: relevé des données au point de vente, sur Internet au cours des semaines 49/2019 et 12/2020; calcul relatif à la viande en collaboration avec la fiduciaire des bouchers.

À propos de l'étude

La PSA a révélé dans l'analyse du marché de la viande sous label en mars 2020 pour le bœuf et le porc que les distorsions de prix sont une cause essentielle de la stagnation de la demande de viande sous label et donc un frein à la poursuite de l'essor des systèmes d'élevage respectueux des animaux. L'étude suivante transpose ce concept sur le marché des œufs et de la volaille, où de tout autres conditions préalables règnent. Les coûts/prix et prestations entre les trois niveaux de bien-être animal figurent d'abord au premier plan et moins les valeurs ajoutées non quantifiables de produits sous label (par exemple valeur de sympathie, de confiance). Bien que justement sur le marché des œufs de telles valeurs ajoutées soient très plébiscitées, il n'est pas possible d'approfondir. De même il n'est pas possible de traiter du manque d'information et de sensibilisation aux produits respectueux des animaux. Afin qu'il n'y ait pas d'entreprise distincte sous les feux de la rampe, les données sont présentées de façon anonymisée. Toutefois l'étude doit créer de la transparence, et mettre en évidence les rapports entre les prix de vente finaux des trois niveaux de bien-être animal et des parts de création de valeur des producteurs de prestations de bien-être animal.

1. Situation de départ

Le marché de la volaille est constitué de deux marchés partiels bien distincts, qui agissent de manière complètement différente en termes de niveau de bien-être animal. Sur le marché des œufs, les systèmes d'élevage respectueux des animaux sont solidement établis et occupent de bonnes parts du marché. Sur le marché de la viande de volaille (poulets de chair), ces systèmes sont moins courants, malgré les programmes de subventions de la Confédération (SST/SRPA) et la sensibilité croissante en matière de traitement des animaux de rente dans la société. La présente étude s'intéresse aux causes de ces évolutions différentes et vient compléter l'analyse de marché de la PSA consacrée à la viande sous label (publiée en mars 2020).

L'objectif de la PSA est d'accroître les ventes de produits issus de systèmes d'élevage respectueux des animaux. Pour cette raison, l'analyse des prix est structurée en fonction des trois qualités, respectivement niveaux de bien-être animal: conventionnel (c'est-à-dire en règle générale conformément aux dispositions de la loi sur la protection des animaux ou de l'élevage au sol SST), sous label (élevage en plein air) et bio (directives de Bio Suisse). La PSA recommande les systèmes de production d'élevage au sol et bio, conformément à l'évaluation des labels sur www.mangeravecducoeur.ch (cf. encadré).

L'évaluation des labels sur www.mangeravecducoeur.ch de la Protection Suisse des Animaux PSA renseigne sur les labels et normes recommandés en matière de bien-être animal. **La PSA recommande les labels ayant obtenu les évaluations TOP et OK, dont les exigences garantissent un haut niveau de bien-être animal, c'est-à-dire liberté de mouvement, occupation, sortie ou pâturage.** En procédant à ces évaluations, la PSA ne veut pas seulement mettre en avant la valeur des différents produits en matière de protection des animaux. Il est à ses yeux tout aussi important que les efforts entrepris en la matière par les entreprises qui s'engagent sur ce thème soient soulignés (cf. «Engagement des acteurs par les parts de marché» dans les tableaux 1 et 2).

En lançant sa campagne «Offensive pour la vente de viande et d'œufs sous label», la PSA veut faire progresser les ventes de produits issus de la production respectueuse des animaux, avec le concours des organismes certificateurs, car elles stagnent dans de nombreux secteurs ou sont même en recul. La campagne comprend des projets dans les domaines de la recherche, de la communication et du travail de relations publiques et adresse des revendications aux acteurs du marché, aux consommateurs et à la politique.

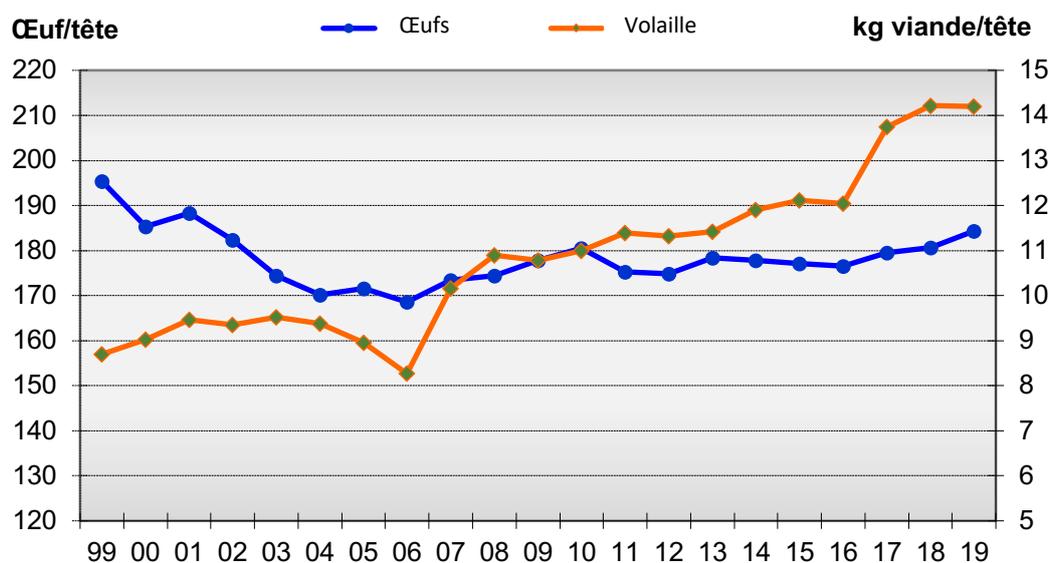
Vision: la PSA poursuit l'objectif à long terme que tous les animaux de rente en Suisse proviennent d'élevage respectueux des animaux (labellisation TOP ou OK).

2. Vue d'ensemble de l'évolution dans la production d'œufs et de volaille

2.1 Œufs et volaille: une production où la tendance est clairement à la hausse

La volaille bénéficie d'une popularité croissante depuis quelque temps. Dans ce domaine, la consommation par habitant a doublé au cours des 30 dernières années, passant à 14,2 kg de viande prête à la vente actuellement (Aviforum 2019a, figure 1). Des raisons nutritionnelles et les prix sont probablement à l'origine de cet essor. La production de volaille indigène est passée durant cette période à 102,5 millions de kg d'animaux abattus (figure 2). Reportée sur la statistique des poussins, cette progression représente environ 72 millions d'animaux abattus (Aviforum 2020). Le degré d'auto-alimentation n'a cessé d'augmenter pour atteindre aujourd'hui près de 65% (figure 3).

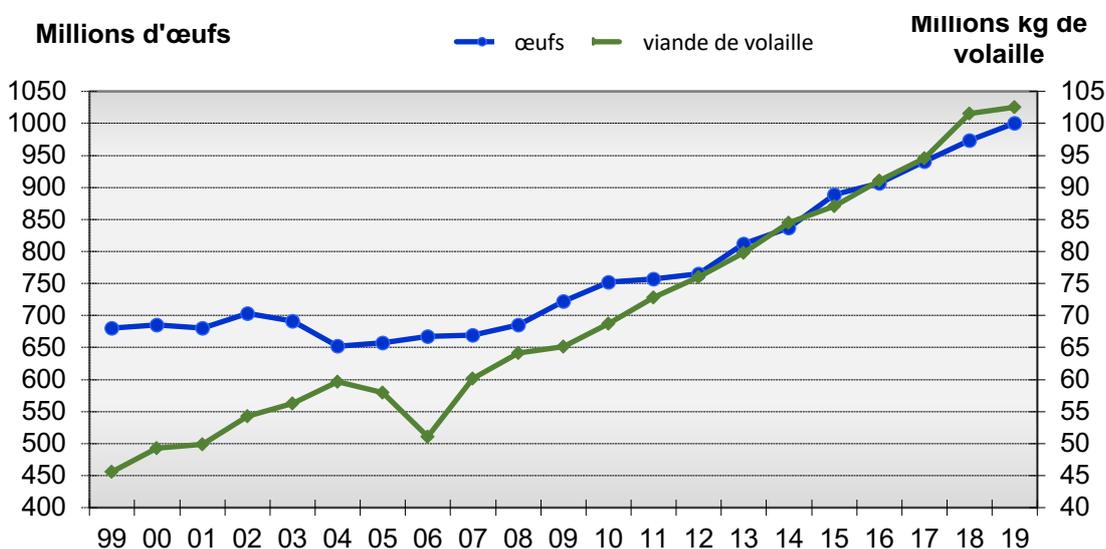
Figure 1: consommation d'œufs (à la pièce) et de volaille par habitant depuis 1999 (en kg de viande prête à la vente)



Source: Aviforum 2019a

La consommation d'œufs par habitant est aujourd'hui inférieure à celle d'il y a 30 ans (1991: 202; 2019: 184) mais montre une légère tendance à la hausse ces dernières années (figure 1). Comme les consommateurs achètent de plus en plus d'œufs suisses, la production indigène n'a cessé d'augmenter depuis 2004, au point de passer de 700 à 1000 millions d'unités. Cette progression a été particulièrement marquée ces 8 dernières années (figure 2). En 2019, la consommation totale était de près de 1,55 milliard d'œufs. Le taux d'auto-alimentation indigène en matière d'œufs de consommation ou en coquille atteint 78%, y compris les œufs destinés à la transformation et les ovoproduits pour un total de 63% (Aviforum 2019a, figure 3).

Figure 2 : évolution de la production d'œufs indigènes (à l'unité) et de volaille depuis 1999 (en kg d'animaux abattus)



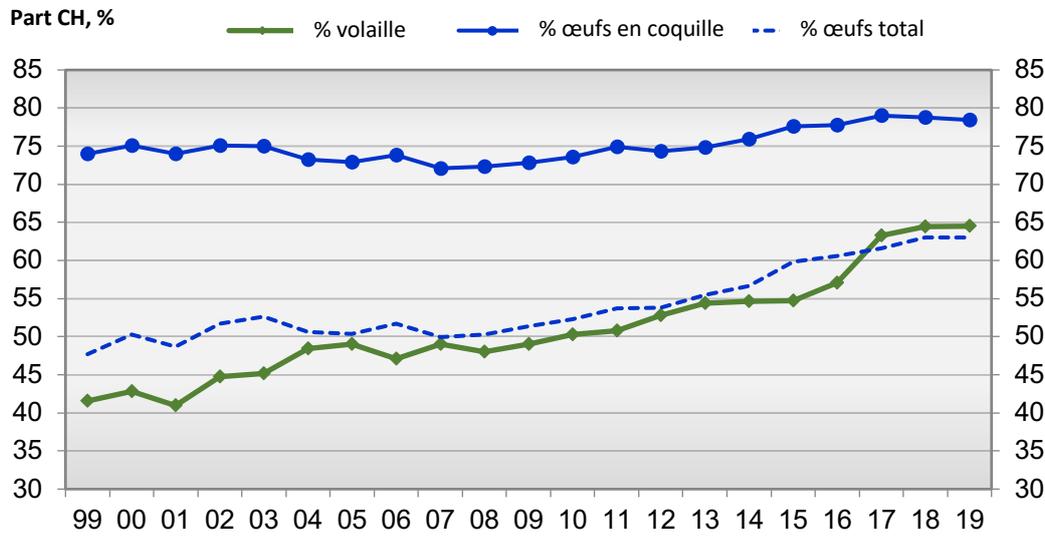
Source: Aviforum 2019a

2.2 Production d'œufs: évolution réjouissante vers un élevage plus respectueux des animaux

En Suisse, toutes les poules peuvent se déplacer librement dans leur poulailler, l'élevage en cages étant interdit. 92% des poules pondeuses sont élevées dans des poulaillers particulièrement respectueux des animaux (programme SST de la Confédération) (OFAG, rapport agricole 2019a, figure 4 à gauche). Un poulailler SST doit contenir un parcours extérieur où les poules peuvent s'ébattre quotidiennement. Les œufs des élevages SST sont vendus en tant qu'œufs d'élevage au sol. 80,7% des poules pondeuses suisses sont élevées conformément aux exigences SRPA de la Confédération et peuvent régulièrement sortir à l'air libre (OFAG, rapport agricole 2019a, figure 4 à gauche), tendance à la hausse. Ce chiffre englobe 63% d'élevage en plein air et 17% de production bio (OFAG, rapport agricole 2019a). Pour la volaille de rente, le programme SRPA prescrit qu'à partir d'un certain âge, les animaux doivent avoir accès quotidiennement à un parcours enherbé. Il s'agit d'un atout certain pour le bien-être animal. Un parcours enherbé leur permet en effet d'être à l'air frais, de bouger beaucoup et de se comporter de manière conforme à l'espèce, en l'occurrence de gratter ou de picorer le sol. Dans l'évaluation du bien-être animal sur www.mangeravecducoeur.ch, seuls les labels avec élevage en plein air sont notés TOP ou OK. Du point de vue de la protection des animaux, il existe encore un potentiel d'amélioration dans l'élevage en plein air ou bio, par exemple en matière de recours à des races bivalentes, où il n'est pas nécessaire d'abattre les poussins mâles ou au niveau des objectifs d'élevage, comme la meilleure santé possible des poules pondeuses.

Environ 60% des œufs suisses sont vendus dans le commerce de détail. Sur les 784 millions d'œufs commercialisés en tout dans ce canal (y compris les importations à hauteur de 23% et les œufs d'élevage au sol suisses à hauteur de 27%), près de 34% des œufs étaient issus d'élevages en plein air et 16% d'élevages bios en 2019 (OFAG 2020). En les additionnant, on obtient un total de 50%, ce qui est nettement inférieur à la part des poules effectivement élevées dans le respect des exigences du programme SRPA. Cela signifie que d'importantes quantités d'œufs d'élevage en plein air doivent être déclassées.

Figure 3: évolution de la part de la production indigène et des importations depuis 1999 en %

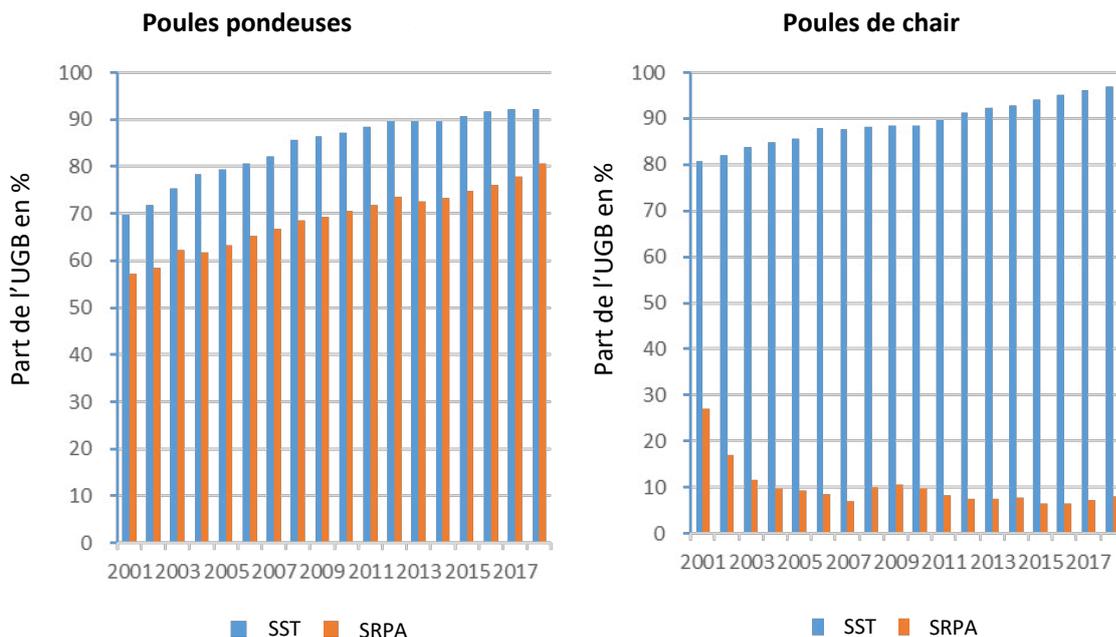


Source: Aviforum 2019a

2.3 Production de volaille: recul de la production de niche – grand potentiel

L'image est nettement différente pour les poulets de chair. La part SRPA de 7,9% (OFAG, rapport agricole 2019a) est particulièrement faible. Sur ce nombre, 2,3% sont produits dans le respect des directives bios (Aviforum 2019b). Cela correspond à une part d'élevage en plein air et bio de 5,7 millions sur un total de 72,3 millions d'animaux abattus. Cette valeur est nettement inférieure à la moyenne de 32% des autres catégories principales bœuf, porc, agneau (analyse de marché 2020 de la viande sous label par la PSA).

Figure 4: évolution des systèmes d'élevage respectueux des animaux sur la base de la participation aux programmes de bien-être animal SST et SRPA depuis 2001



Une unité de gros bétail (UGB) correspond à 100 poules pondeuses ou 250 poulets de chair (OFAG 2018).

Source: OFAG, rapport agricole 2019a

Concernant l'engraissement des poulets conformément au programme SST, la durée de l'engraissement est d'environ 37,5 jours (Agridea 2017). Des races à croissance lente sont utilisées pour l'engraissement des poulets élevés en plein air et bios, une durée d'engraissement minimale étant prescrite dans ce cas (au moins 56 jours pour SRPA, 63 jours pour Bio Suisse). La croissance quotidienne de ces races est deux fois moins élevée et la conversion alimentaire est 1,5 fois inférieure à celle des animaux d'engraissement à croissance rapide (Aviforum 2020). Les coûts de production accrus qui en résultent pourraient être la raison de l'importante diminution des animaux élevés dans le cadre du programme SRPA, qui est passé de 27% en 2001 à 7,9% actuellement (figure 4, à droite). Tandis que la production d'œufs dans les systèmes d'élevage au sol, en plein air et bios est réalisée avec des animaux dont les performances sont équivalentes, les écarts de coûts dans la production des poulets sont nettement plus conséquents.

Selon les experts, on peut partir du principe que la majeure partie de la viande d'élevage en plein air et bio est écoulée dans le commerce de détail. Dans la restauration, les ventes devraient se limiter à quelques points de pourcentage. D'après Aviforum 2019a, la consommation totale de volaille se monte à 124,3 millions de kg de viande prête à la vente, dont 45,1 millions de kg sont importés. D'après les chiffres Nielsen 2019, près de 80 millions de kg de volaille sont écoulés dans le commerce de détail (y c. viande surgelée et contenue dans les produits transformés et prêts à consommer).

2.4 Relations relatives aux prix des œufs: prix ruineux pour l'élevage au sol – différences de prix élevées

L'engagement des principaux acteurs du marché est indiqué dans le tableau 1: d'après les chiffres de 2019, le commerce de détail a écoulé en 2019 pas moins de 601 millions d'œufs en coquille (OFAG 2020). Sur les 393 millions d'œufs d'élevage en plein air et bio, les deux grands distributeurs en ont commercialisé une part conséquente de près de 85%, soit 335 millions d'œufs. Les autres commerçants ont écoulé 58 millions d'œufs d'élevage en plein air et bio.

Dans le cas de la viande de volaille, les parts de marché des labels Bio et de plein air sont dans l'ensemble faibles (tableau 2). Sur la somme totale de 102,5 millions de kg d'animaux abattus, près de 79,1 millions de kg de viande prête à être vendue est finalement produite en Suisse. En répartissant ces quantités entre les deux catégories de poulet d'élevage en plein air et bio, on obtient près de 6,25 millions de kg. D'après le sondage effectué dans le commerce de détail, près de 90% sont vendus chez Coop et près de 10% chez Migros et d'autres commerçants.

Tableau 1: parts de marché estimées des œufs (en millions d'œufs)

Ventes totales Commerce de détail œufs en coquille	784
dont œufs en coquille importés	183
Ventes totales Commerce de détail œufs en coquille Suisse	601
Dont œufs d'élevage au sol Suisse	208
Ventes totales Commerce de détail œufs plein air/bios Suisse	393
Part Migros	220
Part Coop	115
Part résiduelle (Volg, discounteur etc.)	58

Tableau 2: parts de marché estimées de la volaille en millions de kg

Production totale Volaille Suisse (poids carcasse)	102,50
Vente totale Volaille Suisse (prête à la vente)	79,14
dont part non SRPA (prête à la vente) 92,1%	72,89
Vente totale SRPA Suisse Volaille (prête à la vente) 7,9% *	6,25
dont part bio 2,3%	1,82
dont part plein air 5,6%	4,43
Part Migros (20% des ventes bios)	0,40
Part Coop (100% des ventes plein air / 65% des ventes bio)	5,60
Part résiduelle tiers et vente directe (15% des ventes bios)	0,25

* La part totale du programme SRPA à l'échelle suisse est reportée sur les parts en quantité du commerce de détail. Selon ce calcul, la volaille prête à la vente dans le commerce de détail provient à 7,9% d'élevage en plein air et bio.

Source Tableaux 1 et 2: calculs réalisés sur la base des chiffres fournis par l'OFAG 2020, Aviforum 2019a, Nielsen et des informations d'experts.

Conclusion 1: évolution de la production et des ventes sur le marché des œufs et de la volaille

- **Œufs: parts de marché élevées conduisant à un déclassement**

La hausse de la demande indigène liée à un développement de la part du bio et de l'élevage en plein air est un phénomène positif. 80% des poules pondeuses en Suisse ont accès quotidiennement à un parcours extérieur. Il est en revanche moins réjouissant que tous les œufs d'élevage en plein air ne puissent pas être vendus au prix des œufs de cette catégorie, ce qui entraîne le déclassement d'une grande quantité de la production. Seuls 50% des œufs en coquille écoulés par le commerce de détail sont vendus en tant qu'œufs bios et d'élevage en plein air suisses, auxquels s'ajoutent 27% d'œufs vendus en tant qu'œufs d'élevage au sol et 23% en tant qu'œufs importés. Ces derniers sont pour l'essentiel issus d'élevages intensifs industriels.

- **Viande de volaille: poulets élevés en plein air – faiblesse inquiétante de la part de production**

L'évolution dans la production respectueuse des animaux de poulets de chair est très problématique: seule Coop vend des poulets bios et d'élevage en plein air (près de 90% de toutes les quantités commercialisées), Migros uniquement des poulets bio. Les autres distributeurs n'ont jamais proposé une telle offre, y ont mis fin ou n'écoulent que de très faibles quantités. Cela confirme que pour encourager les systèmes de production respectueux des animaux, des consommateurs sensibilisés au bien-être des animaux sont autant nécessaires que des agriculteurs et la Confédération (les contribuables). Mais surtout, le commerce de détail joue une fonction charnière capitale. Ce n'est qu'avec son engagement combiné à une politique attractive en matière de prix et de marges que la production respectueuse des animaux de poulets de chair pourra sortir de sa niche. La restauration constitue un débouché potentiel important.

3. Analyse des prix et des parts producteurs sur le marché des œufs

3.1 Introduction explicative à la méthode de calcul

L'analyse des prix effectuée dans l'étude se concentre sur la vente d'œufs dans le commerce de détail. Le canal de la restauration et les œufs importés n'ont pas été pris en compte.¹ Comme les structures des prix diffèrent, les résultats des trois niveaux de qualité sont présentés séparément (tableau 3) avec d'un côté la grande distribution (Coop, Migros) et les discounteurs de l'autre (Aldi, Lidl et Denner). Les données détaillées et anonymisées sont fournies en annexe.

Comme indiqué au paragraphe 2, l'œuf d'élevage en plein air et bio est un succès en termes de part de production: pratiquement 80% des poules pondeuses suisses bénéficient d'un parcours extérieur. Pour la PSA toutefois, tant que le commerce de détail vendra encore 27% d'œufs d'élevage au sol et 23% d'œufs importés, l'objectif «100% des animaux peuvent sortir et ont accès au pâturage» restera encore très éloigné. La PSA souhaite, en analysant le marché, déterminer les causes antagonistes. En parallèle, la PSA a mandaté des recherches auprès d'Agroscope, dans le but de montrer dans quelle mesure les ventes de produits sous label ou l'élevage respectueux des animaux peuvent être encouragés par une politique des prix plus attractive (publication à la fin de l'été 2020).

Explications sur la méthode de calcul: la marge brute est calculée en tant que majoration du prix de revient en % et en ct par œuf. Cela doit permettre d'obtenir des informations sur les prestations et la part de création de valeur du commerce de détail pour la distribution et la vente. Elle résulte de la différence entre le **prix de vente** et le **prix de revient**.

Remarque: comme les prix ou les marges de la collecte et du commerce de détail ne sont pas disponibles, il a fallu se baser sur des suppositions. La marge brute calculée peut donc varier pour certains produits ou entreprises. Nous en avons tenu compte en travaillant, pour l'interprétation des résultats, avec des valeurs moyennes de la grande distribution et des discounteurs. Il faut également noter que les calculs ne tiennent pas compte de coûts exceptionnels tels que des promotions ou des baisses de prix spéciales.

Prix de vente: les prix de vente ont été relevés durant la semaine 49/2019 en magasin ou en ligne chez la grande distribution et les discounteurs (exception: prix des discounteurs 2 et 3 en semaine 11/2020).

Prix de revient: le prix de revient est composé du prix de production et d'une «marge de collecte» normalisée pour les prestations des entreprises qui commercialisent les œufs, c'est-à-dire qui se chargent de les collecter, trier, emballer, frais de matériel d'emballage, de transport et de logistique compris. Ce prix est estimé à 6,5 ct en moyenne par œuf sur la base des recherches et des entretiens menés avec des experts. En raison de la taille variable des exploitations, il peut varier dans la pratique.

Prix de production: les prix de production sont extraits de la statistique mensuelle de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG 2019a). Il s'agit de prix moyens qui peuvent s'écarter du prix effectivement payé. Le label «Plein air» définit des exigences allant nettement au-delà de celles du programme SRPA (p. ex. contrôles plus stricts, occupation sur les parcours extérieurs et taille limitée des troupeaux). La majoration du prix de production de l'élevage en plein air ordinaire a été évaluée sur la base d'entretiens avec des experts. Ce label est désigné par le terme «Plein air Plus».

¹ La part des œufs importés est d'environ 23% des œufs vendus dans le commerce de détail (OFAG 2020). Selon l'OFAG, les œufs de consommation importés coûtaient en 2019 en magasin en moyenne 23,6 ct la pièce, contre 13,6 ct à la frontière.

3.2 Rapports de prix des œufs: prix ruineux dans l'élevage en étable – écarts de prix élevés

Les marges et les prix des œufs d'élevage au sol sont de loin les plus bas. La marge varie entre 3,8 (discounteurs) et 9,9 ct (grande distribution) par œuf, ce qui représente une majoration de 13 à 33% (tableau 3). La comparaison avec les marges des œufs d'élevage en plein air et bio confirme la guerre des prix ruineuse dans l'assortiment d'entrée de gamme, où les prix des œufs conventionnels sont maintenus artificiellement bas. En contrepartie, l'image positive des œufs d'élevage en plein air et bio est facile à véhiculer jusqu'aux consommateurs et permet une différenciation marquée des prix. Les prix des œufs d'élevage en plein air et bio sont nettement plus élevés, les marges des distributeurs évoluent entre 17 et 28 ct par œuf. Des marges nettement plus confortables sont prélevées pour une prestation pratiquement identique. Dans le cas des œufs d'élevage en plein air, la majoration du prix de revient est en moyenne de 58% à 78%, contre 32% à 52% pour les œufs bios. Ce constat est particulièrement dérangeant dans le cas des œufs, les détaillants ne pouvant pas arguer de coûts supplémentaires dus aux pertes de dépréciation, contrairement à ce qui se passe avec la viande.

Tableau 3: marge brute (MB) pour les œufs en coquille divisée entre «Grande distribution» et «Discounteurs», en % (distribution, moyenne) et en ct/œuf

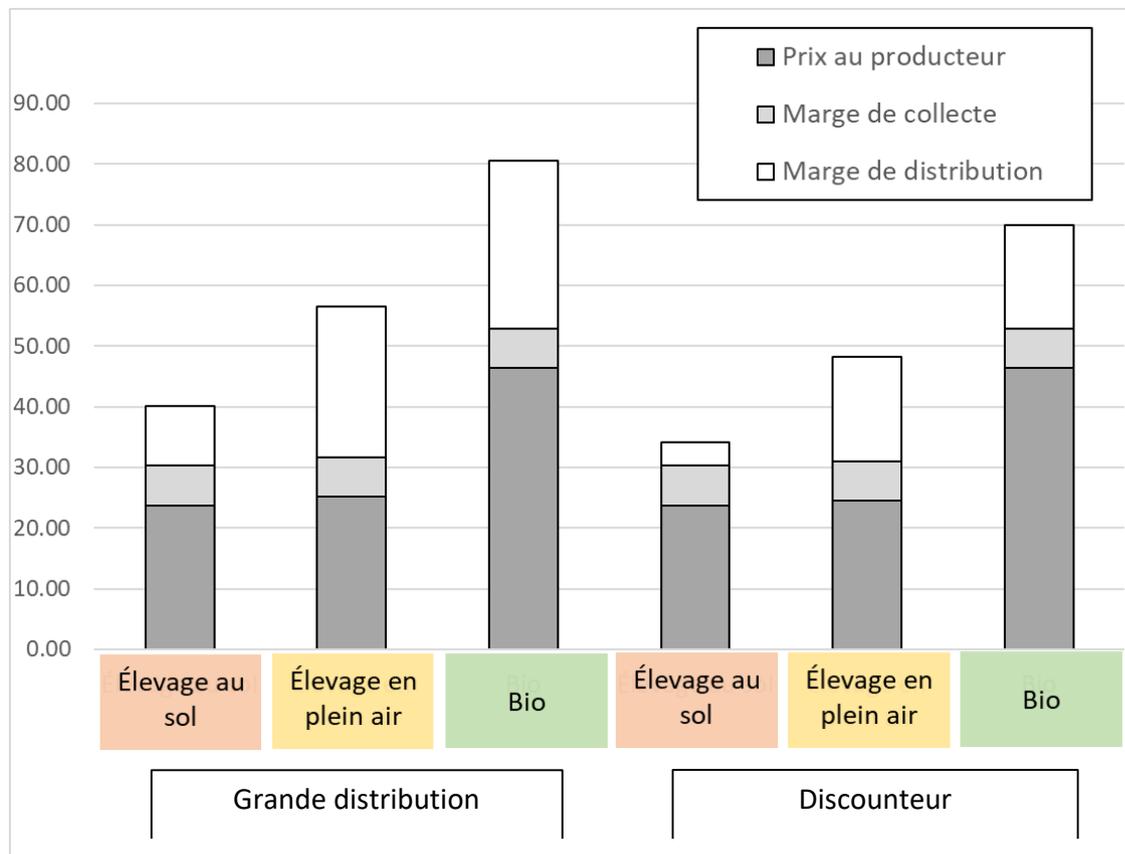
		Marge brute: supplément sur le prix d'achat calculé (matière brut, y c. collecte, emballage) en % et en ct/œuf (qualité > 53 g)					
		Grande distribution			Discounteur		
Œufs en coquille	Système d'élevage	Distribution	Moyenne	MB en ct/œuf	Distribution	Moyenne	MB en ct/œuf
	Élevage au sol	30 – 35 %	Ø =33 %	9,89	12 – 14 %	Ø =13 %	3,82
	Élevage en plein air	61 – 99 %	Ø =78 %	24,79	58 %	Ø =58 %	17,22
	Bio	46 – 58 %	Ø =52 %	27,70	26 – 41 %	Ø =32 %	16,99

Source: résultats de l'analyse de marché 2020 de la PSA calculée avec des prix de vente et des prix de revient normalisés, composés des prix de production et de la marge pour la collecte des œufs.

Malgré la propension à payer un prix plus élevé pour les œufs d'élevage en plein air et bio, celle-ci devrait avoir atteint ses limites avec des prix de vente de 50 à 60 ct pour un œuf d'élevage en plein air et d'environ 80 ct pour un œuf bio (tableau 7, annexe). Ce fait est nettement révélé dans le tableau 3, qui montre que les acteurs du marché ont fixé leurs marges de distribution pour les œufs bios au niveau ou légèrement au-dessus de celle des œufs d'élevage en plein air.

Avec une propension à payer davantage plus importante pour les produits régionaux, on constate que des valeurs ajoutées supplémentaires peuvent jouer un rôle important dans la politique des prix (cf. œufs Regio dans le tableau 7, en annexe) Bien que les œufs Regio ne s'accompagnent pratiquement pas de prestations supplémentaires au niveau de la distribution et de la vente, le consommateur est prêt à payer des prix jusqu'à 15% plus élevés comparés aux autres œufs d'élevage en plein air produits en Suisse.

Figure 5: composition du prix de vente dans le prix de production, marge de la collecte et marge du distributeur (marge brute) pour les œufs en coquille, divisée entre «Grande distribution» et «Discounteurs», en ct/œuf



Source: cf. tableau 3

3.3 Part producteur pour les œufs: les producteurs d'œufs d'élevage en plein air sont ceux qui profitent le moins des prix élevés

Comme l'indique la figure 5, les différences au niveau des prix à la production sont extrêmement faibles entre les œufs d'élevage au sol (23.78 ct/œufs selon OFAG 2019a) et ceux d'élevage en plein air (24.55 ct/œufs selon OFAG 2019a). Pour leur participation aux programmes SST et SRPA, les producteurs reçoivent pour chaque programme environ un centime par œuf sous forme de paiements directs. Cela permet aux acteurs du marché d'acheter des œufs d'élevage en plein air à des prix pratiquement identiques à ceux des œufs d'élevage au sol. À l'heure actuelle, il n'est pas possible d'évaluer précisément si les coûts supplémentaires du bien-être animal des producteurs sont entièrement couverts et rémunérés équitablement. Pour le clarifier, la PSA a lancé un projet de recherche. Pour l'heure, on retiendra que les producteurs ne participent pas proportionnellement au succès sur le marché (prix de vente) avec les valeurs ajoutées de bien-être animal produites par leurs soins (tableau 4): dans le cas des œufs d'élevage au sol, les producteurs obtiennent en moyenne 59% ou 70% de la création de valeur. Les véritables producteurs de prestations de bien-être animal supplémentaires s'en sortent nettement moins bien avec 45% ou 50% pour les œufs d'élevage en plein air. Même les producteurs bios ont – malgré un prix de production nettement plus élevé (46,40 ct/œuf) – avec un taux de 58% ou 67%, une part inférieure à la création de valeur que les producteurs d'œufs d'élevage au sol.

Tableau 4: part producteur moyenne d'œufs de consommation par rapport au prix de vente (PV) en pourcentage, divisée entre «Grande distribution» et «Discounteurs» ainsi que prix de production en ct/œuf

		part producteur moyenne des œufs de consommation par rapport au prix de vente		Prix de production en ct/œuf
		Grande distribution	Discounteur	
Œufs en coquille	Élevage au sol	59 %	70 %	23,78
	Élevage en plein air	45 %	50 %	24,55/26,50 *
	Bio	58 %	67 %	46,40

* Les prix à la production varient suivant le système d'élevage en plein air

Source: tableau 3

Conclusion 2: analyse du marché des œufs

- **Guerre des prix ruineuse et écarts de prix massifs:** l'analyse montre une distorsion de prix systématique entre les trois niveaux de bien-être animal: malgré des prestations comparables dans la distribution et la vente, les marges des distributeurs sont nettement plus élevées pour les œufs d'élevage en plein air et bios que pour les œufs d'élevage au sol. Les prix de vente élevés devraient solliciter à l'extrême la propension de nombreux consommateurs à payer davantage pour le bien-être animal. C'est probablement la raison pour laquelle une part importante des œufs d'élevage en plein air doit être déclassée en œufs d'élevage au sol. Pour réaliser l'objectif «100% des animaux peuvent sortir et ont accès au pâturage», il existe encore une grande marge de manœuvre dans la différenciation des prix, vers l'égalité de traitement ou la promotion tarifaire des assortiments labellisés par rapport aux assortiments conventionnels.
- **Part producteur: les valeurs ajoutées ne profitent pas au producteur:** en raison de la situation au niveau des prix et des marges dans le commerce de détail, il apparaît clairement que les valeurs ajoutées résultant du bien-être animal ne profitent pas au producteur. Les producteurs d'œufs d'élevage en plein air ou bio ne peuvent pas être satisfaits de leurs parts à la création de valeur globale. Ils produisent les prestations supplémentaires souhaitées par les consommateurs mais affichent les plus mauvais résultats par rapport au prix de vente.

4. Analyse des prix et des parts producteurs sur le marché de la volaille

4.1 Rapports de prix des poulets de chair: fortes marges pour une production respectueuse des animaux

Dans l'analyse des prix du commerce de détail, deux produits standard, le blanc et la cuisse de poulet, ont été examinés. Ensemble, ils représentent près de 50% du poulet entier (fiduciaire des bouchers 2020). Les prix sont calculés pour les trois niveaux de bien-être animal: conventionnel (exigences SST, élevage au sol) et les labels d'élevage en plein air (exigences SRPA) et bio (directives Bio Suisse). La grande distribution (Coop, Migros) et les discounteurs (Aldi, Lidl, Denner) sont analysés séparément. Les promotions et les importations ne sont pas prises en compte. Les chiffres détaillés sont disponibles dans le tableau 8, en annexe.

Explications sur la méthode de calcul: le calcul des marges brutes révèle l'écart entre le **prix de vente** dans le commerce de détail et le **prix de la matière brute**:

Prix de vente: les prix de vente ont été relevés durant la semaine 12/2020 en magasin ou en ligne chez la grande distribution et les discounteurs.

Prix de la matière brute: ce prix comprend les coûts d'abattage et de découpe, les coûts d'élimination (carcasse), la charge des parties moins nobles de l'animal ainsi que le prix de production agricole. Jusqu'au prix de vente de détail, d'autres prestations sont nécessaires (p. ex. découpe fine, emballage, préparation de commande, transport, etc.); contenues dans la marge brute, elles ne sont pas connues avec précision. Les prix de revient peuvent ainsi s'écarter du prix de la matière brute. Dans l'étude, le prix de la matière brute est utilisé de manière conséquente (fiduciaire des bouchers 2020).

Prix de production: l'engraissement des poulets a lieu presque exclusivement dans le cadre d'une production intégrée (toute la chaîne, depuis l'œuf couvé jusqu'à l'abattoir a lieu au sein de la même entreprise, raison pour laquelle on parle d'intégration). Les prix de production sont basés sur des systèmes de calcul individuels à chaque intégration, et ne sont pas publiés. Comme le calcul des prix de ces entreprises repose en général sur les calculs des coûts de production, les hypothèses de la présente analyse des prix s'appuient sur les méthodes de calcul standard par kg de poids vif conformément au calcul de la marge brute (Agridea 2017). La durée d'engraissement plus longue et la consommation de nourriture plus élevée par kg de poids vif (voir au paragraphe 2.3) sont, outre les différences de poulaillers, les causes principales des coûts de production plus élevés des animaux bios et d'élevage en plein air (Aviforum 2020). Bien que les prix de production des différents transformateurs puissent varier, l'étude repose sur un prix de production moyen de 2.40 pour les poulets conventionnels et de 6.50 par kg de poids vif pour les poulets bios. L'unique label de poulet d'élevage en plein air pris en compte dans cette analyse impose des exigences nettement plus élevées que celles du programme SRPA en certains points (p. ex. taille limitée des troupeaux). Sur la base d'Agridea 2017 et d'estimations d'experts, un prix de production de 3,50 par kg de poids vif est supposé.

Contrairement aux autres catégories de viande (cf. analyse de marché de la viande sous label 2020), le prix discount n'est pas impérativement le prix conseillé pour les assortiments d'entrée de gamme du secteur conventionnel. Dans le cas du blanc de poulet, produit leader très apprécié et très demandé, la grande distribution parvient à imposer des prix nettement plus élevés que ceux des discounteurs (cf. tableau 5 et tableau 8 en annexe). La situation est similaire pour les cuisses de poulet, moins populaires.

Tableau 5: marges des distributeurs pour deux produits de volaille standard (distribution, moyenne), divisées entre «Grande distribution» et «Discounteurs»

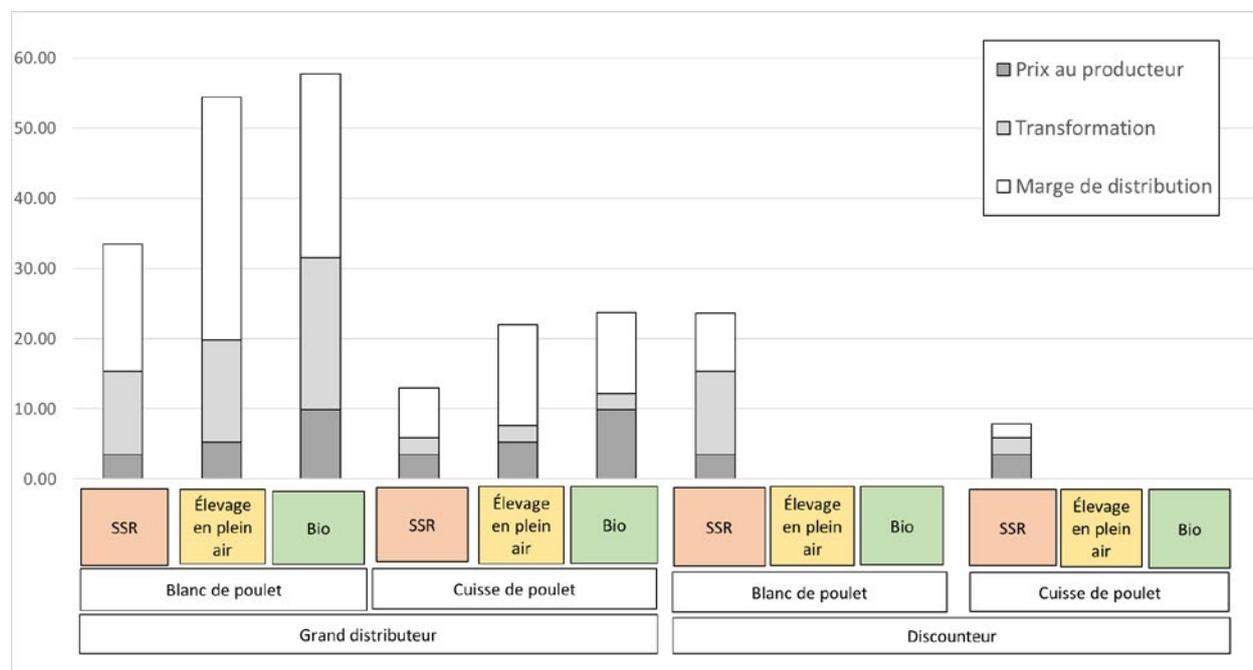
		Marge brute (MB): supplément sur le prix calculé de la matière brute (y c. abattage, découpage) en % et CHF/kg					
		Grande distribution			Discounteur		
	Système d'élevage	Distribution	Moyenne	Marge en CHF/kg	Répartition	Moyenne	Marge en CHF/kg
Blanc de poulet	SST *	115 – 121 %	Ø = 118 %	18,13	61 – 69 %	Ø =64 %	8,33
	Élevage en plein air	175 %	Ø = 175 %	34,59			
	Bio	77 – 88 %	Ø = 83 %	26,17			
Cuisse de poulet	SST *	120 %	Ø = 120 %	7,09	22 – 49 %	Ø =32 %	1,92
	Élevage en plein air	198 %	Ø = 189 %	14,38			
	Bio	89 – 102 %	Ø = 95 %	11,60			

* SST: système d'élevage: système de stabulation particulièrement respectueux des animaux (programme fédéral).

Source: résultats de l'analyse de marché 2020 de la PSA: calculé avec les prix de vente et les prix de la matière brute sur la base des prix de production, y compris abattage, découpage, coûts d'élimination (carcasse) et charge des parties moins nobles de l'animal (fiduciaire des bouchers 2020). Prix de vente relevés en magasin et en ligne durant la semaine 12/2020.

Dans les assortiments d'élevage en plein air et bio, la situation est identique aux autres catégories de viande: des marges excessives provoquent une distorsion de prix au détriment des produits à base de poulet de chair élevés respectueusement. Les majorations de prix en francs sont indiquées dans la figure 6 (les discounteurs n'ont pas d'assortiments de labels). Dans le cas du poulet élevé en plein air, les marges de près de 35 francs- (blanc) ou 15 francs (cuisse) par kg augmentent les prix de vente, qui passent à 54francs ou 22francs par kg. Dans l'assortiment bio, le seuil de la propension de nombreux clients à payer davantage devrait être franchi avec un prix légèrement inférieur à 60francs pour le blanc de poulet. Ceci est certainement aussi la raison principale pour laquelle les consommateurs ne suivent plus en matière de volaille produite dans le respect des animaux et que la production en plein air et bio reste confinée dans une niche.

Figure 6: composition du prix de vente en prix de production, transformation et marge du distributeur (marge brute) pour deux produits standard de volaille, divisée entre «Grande distribution» et «Discounteurs», en CHF/kg



Source: cf. tableau 5

4.2 Part producteur des poulets de chair: la rémunération des valeurs ajoutées n'est pas transparente

Malgré des prix de vente plus élevés pour les célèbres blancs de poulet, les producteurs ne profitent que très peu du prix de vente final (tableau 6). Ils sont prisonniers d'un système de production intégrée compliqué et sont rarement en mesure d'évaluer comment leurs prix de production se reflètent dans l'ensemble de la chaîne de création de valeur. Leur part se situe entre 10% et 25% (et entre 17% et 42% pour le bio). Elle est un peu plus élevée chez les discounteurs. Bien que selon le tableau 6, les producteurs des élevages en plein air et bios sont à égalité, voire un peu mieux placés que les producteurs SST en valeur relative, il n'est pas possible de déterminer avec exactitude si les coûts sensiblement plus élevés (races à croissance plus lente, pâturage, etc.) sont effectivement couverts. La PSA étudie actuellement, dans le cadre d'un projet de recherche en cours, si les produits de la vente (y c. paiements directs) couvrent entièrement les charges supplémentaires des producteurs et les coûts des investissements supplémentaires dans le domaine du bien-être animal.

Tableau 6: résumé de la part producteur pour la volaille par rapport au prix de vente (PV) en pourcentage divisée entre «Grande distribution» et «Discounteurs» et prix du producteur en CHF/kg d'animaux abattus

	Système d'élevage	Part producteur grande distribution e %	Part producteur discounteur en %	Prix de production en sem. 12/2020 en CHF/kg PA
Blanc de poulet	SST *	10 %	15 %	3,45
	Élevage en plein air	10 %		5,22
	Bio	17 %		9,85
Cuisse de poulet	SST *	27 %	44 %	3,45
	Élevage en plein air	24 %		5,22
	Bio	42 %		9,85

*SST: système d'élevage: système de stabulation particulièrement respectueux des animaux (programme fédéral).

Source: cf. tableau 5

Conclusion 3: marché de la volaille

- **Distorsion de prix et discrimination tarifaire:** les poulets d'élevage en plein air et bio produits dans le respect des animaux sont catapultés dans la niche de luxe en raison de prix surfaits, en raison de marges plus élevées de 1,5 à 2 fois. Les parts de marché sont modestes, à tout juste 8 points de pourcentage. Dans de telles conditions, la production de poulets de chair n'a aucune chance d'évoluer vers davantage de bien-être animal. Ceci ne correspond pas aux objectifs d'une production alimentaire durable et au principe de la véricité des coûts. Les produits avec un niveau inférieur de bien-être animal ne devraient pas bénéficier d'incitations tarifaires artificielles. Selon le principe de la véricité des coûts, les produits durables devraient être avantagés par rapport à ceux qui le sont moins, car ces derniers peuvent être proposés à des prix tellement bas au détriment des animaux ou de l'environnement. Comme les marchés ne font pas leur travail à ce niveau, l'État doit intervenir pour rectifier la situation
- **Part producteur peu transparente:** les systèmes intégrés proposent au producteur certains avantages, les coûts de production étant calculés avec précision et l'écoulement des produits assuré. Néanmoins, la grande dépendance vis-à-vis du système crée des marchés quasiment fermés et présente aussi des inconvénients, en particulier un manque de transparence en matière de rémunération des valeurs du bien-être animal et d'absence de possibilités de diversification vers davantage de bien-être animal.

Annexe: résultats de l'analyse de marché des œufs et de la volaille

Les résultats de l'analyse des prix sont représentés de manière anonymisée (c'est-à-dire Grande distribution 1, Grande distribution 2, Discounteur 1, Discounteur 2, Discounteur 3)

Tableau 7: données brutes et résultats de l'analyse de marché des œufs

Entreprise	Désignation du produits	Système d'élevage	Pce	Recette: prix de vente en ct/œuf, > 53 g ***	Marge brute: supplément sur le prix d'achat en %, > 53 g	Marge brute: supplément sur le prix d'achat en ct/œuf, > 53 g	Prix de revient: matière brute, collecte, emballage en ct/œuf	Marge de collecte: coûts de la collecte, emballage, transport en ct/œuf**	Prix de production: prix en ct/œuf, >53 g, nov. 19 OFAG *
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage au sol	10,00	39,50	30 %	9,22	30,28	6,5	23,78
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage au sol	6,00	40,83	35 %	10,55	30,28	6,5	23,78
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	FreilandPlus	6,00	65,83	99 %	32,83	33,00	6,5	26,50
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	FreilandPlus	10,00	59,50	80 %	26,50	33,00	6,5	26,50
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	4,00	83,75	58 %	30,85	52,90	6,5	46,40
Grande distribution 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	9,00	77,22	46 %	24,32	52,90	6,5	46,40
Grande distribution 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air	6,00	53,33	72 %	22,28	31,05	6,5	24,55
Grande distribution 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air	10,00	50,00	61 %	18,95	31,05	6,5	24,55
Grande distribution 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air, œuf Regio	12,00	52,17	68 %	21,12	31,05	6,5	24,55
Grande distribution 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air, œuf Regio	8,00	58,13	87 %	27,08	31,05	6,5	24,55
Grande distribution 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	6,00	80,83	53 %	27,93	52,90	6,5	46,40
Discounteur 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage au sol	10,00	33,90	12 %	3,62	30,28	6,5	23,78
Discounteur 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air	6,00	49,17	58 %	18,12	31,05	6,5	24,55
Discounteur 1	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	6,00	74,83	41 %	21,93	52,90	6,5	46,40
Discounteur 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage au sol	10,00	33,90	12 %	3,62	30,28	6,5	23,78
Discounteur 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage en plein air	6,00	49,17	58 %	18,12	31,05	6,5	24,55
Discounteur 2	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	6,00	66,50	26 %	13,60	52,90	6,5	46,40
Discounteur 3	Œuf en coquille, CH +53 g	Élevage au sol	10,00	34,50	14 %	4,22	30,28	6,5	23,78
Discounteur 3	Œuf en coquille, CH +53 g	Bio, élevage en plein air	6,00	68,33	29 %	15,43	52,90	6,5	46,40

Source/légende: résultats de l'analyse de marché de la PSA: relevé des prix de vente dans le commerce de détail (***) au POS et en ligne en semaine 49/2019 (à l'exception des prix des discounteurs 2 et 3 en semaine 11/2020); calcul des prix de revient: prix moyen de production (OFAG, novembre 2019a) plus «marge de collecte» normalisée (estimations sur la base d'entretiens avec des experts). La marge de collecte (**) comprend les coûts de la collecte et du tri, de l'emballage, du matériel d'emballage, de la valorisation des pertes et de la logistique. Elle peut différer en pratique, surtout en raison de la taille variable des exploitations. En plus des prix de production de l'OFAG (*), un supplément pour le système d'élevage «Plein air Plus» a été estimé sur la base d'entretiens avec des experts. Ce label impose des exigences plus élevées en plusieurs points (p. ex. taille limitée des troupeaux).

Tableau 8: données brutes et résultats de l'analyse de marché de la volaille

Entreprise	Désignation du produits	Système d'élevage ****	Recette: Prix de vente en CHF/kg ***	Marge brute: Supplément sur le prix de la matière brute en %	Marge brute: Supplément sur le prix de la matière brute en CHF/kg	Prix de la matière brute: prix par morceaux, y c. abattage, découpage en CHF/kg sem. 12/20 **	Prix de production: Prix du poulet entier en CHF/kg de poids carcasse*
------------	-------------------------	---------------------------	---	---	--	--	---

Blanc de poulet

Grande distribution 1	Blanc de poulet	SST	34,00	121 %	18,63	15,37	3,45
Grande distribution 1	Blanc de poulet	Élevage en plein air	54,40	175 %	34,59	19,81	5,22
Grande distribution 1	Blanc de poulet	Bio, élevage en plein air	59,50	88 %	27,92	31,58	9,85
Grande distribution 2	Blanc de poulet	SST	33,00	115 %	17,63	15,37	3,45
Grande distribution 2	Blanc de poulet	Bio, élevage en plein air	56,00	77 %	24,42	31,58	9,85
Discounteur 1	Blanc de poulet	SST	23,30	52 %	7,93	15,37	3,45
Discounteur 2	Blanc de poulet	SST	23,30	52 %	7,93	15,37	3,45
Discounteur 3	Blanc de poulet	SST	24,50	59 %	9,13	15,37	3,45

Cuisse de poulet

Grande distribution 1	Cuisse de poulet	SST	13,00	120 %	7,09	5,91	3,45
Grande distribution 1	Cuisse de poulet	Élevage en plein air	22,00	189 %	14,38	7,62	5,22
Grande distribution 1	Cuisse de poulet	Bio, élevage en plein air	24,50	102 %	12,35	12,15	9,85
Grande distribution 2	Cuisse de poulet	SST	13,00	120 %	7,09	5,91	3,45
Grande distribution 2	Cuisse de poulet	Bio, élevage en plein air	23,00	89 %	10,85	12,15	9,85
Discounteur 1	Cuisse de poulet	SST	7,19	22 %	1,28	5,91	3,45
Discounteur 2	Cuisse de poulet	SST	8,80	49 %	2,89	5,91	3,45
Discounteur 3	Cuisse de poulet	SST	7,50	27 %	1,59	5,91	3,45

Source/légende: figurent dans les systèmes d'élevage (****): SST (programme fédéral Système de stabulation particulièrement respectueux des animaux), élevage en plein air bio (directives de Bio Suisse) et plein air (label plus strict en différents points que les exigences SRPA, p. ex. taille limitée des troupeaux). Résultats de l'analyse de marché de la PSA: relevé des prix de vente du commerce de détail (***) au POS et en ligne en semaine 12/2020; calcul standardisé (**) des prix de la matière brute (morceaux de matière brute, y c. abattage, découpe, coûts d'élimination (carcasse), charge des parties moins nobles de l'animal) par la fiduciaire des bouchers 2020 sur la base des prix de production en CHF par kg d'animaux abattus (*). Ceux-ci sont à leur tour calculés sur la base des coûts de production du poids vif conformément au catalogue des marges brutes.

Sources

- Agridea, catalogue des marges brutes, 2017
- Aviforum, formes d'élevage des poules pondeuses sur la base SRPA/STS, 2018
- Aviforum, chiffres de la production et de la consommation, 2019a
- Aviforum, statistique des poussins, 2019b
- Aviforum, statistique des poussins, indications sur la durée de l'engraissement, la conversion alimentaire et la production, 2020
- Office fédéral de l'agriculture (OFAG), ordonnance sur la terminologie agricole, 2018
- Office fédéral de l'agriculture (OFAG), secteur Analyses du marché, prix mensuels de production d'œufs, novembre 2019a
- Office fédéral de l'agriculture (OFAG), participation au programme SRPA/SST 2018, Rapport agricole, 2019b
- Office fédéral de l'agriculture (OFAG), secteur Analyses du marché avec chiffres 2019, rapport du marché des œufs, mars 2020
- Grande distribution/discounteurs: prix de vente dans le commerce de détail (relevés au POS, sur internet), base de données de la semaine 49/2019 et 12/2020 pour la volaille.
- Fiduciaire des bouchers, schéma de découpe et calcul des prix de revient normalisés, 2019/2020
- Nielsen, chiffres des ventes dans le commerce de détail pour la volaille, chiffres du panel 2019
- Proviande, production et consommation de viande en 2018, rapport du marché 2019
- Protection Suisse des Animaux PSA, outil en ligne «Manger avec du cœur» avec évaluation des labels pour les produits alimentaires d'origine animale, www.mangeravecducoeur.ch
- Protection Suisse des Animaux PSA, analyse de marché de la viande sous label, mars 2020

Revendications adressées aux acteurs du marché, aux consommateurs et à la politique

Sur la base de nos connaissances de la situation actuelle du marché et des résultats des deux analyses de marché effectuées par la Protection Suisse des Animaux PSA, nous formulons les exigences suivantes.

Revendications adressées aux acteurs du marché

Exigence 1: mesures concrètes en faveur d'une production éthiquement responsable

La filière viande, le commerce de détail et les consommateurs doivent prendre leurs responsabilités à l'égard d'une production éthiquement responsable et assurer la transparence. À plus large échelle, ils intensifient l'engagement en faveur de produits issus d'élevages respectueux des animaux.

Les acteurs du marché montrent concrètement comment stimuler les ventes labellisées à court (1er/2e semestre 2020, moyen (2021) et long terme (2022).

Exigence 2: convergence des prix de vente et calcul de prix compréhensible

Les décalages entre les prix des matières premières et ceux payés par les consommateurs doivent être éliminés. Cette correction vaut en particulier pour la politique des prix les plus bas possibles dans les assortiments conventionnels, qui nuisent de manière avérée aux ventes des produits sous label et bios. Nous exigeons des prix compréhensibles entre les assortiments sous label et conventionnels, afin que les consommateurs achètent à nouveau davantage de produits sous label.

Les acteurs du marché positionnent de façon financièrement attractive les assortiments sous label («à prestation équivalente, marge équivalente»).

Exigence 3: rémunération à leur juste valeur des prestations animales commandées

Des revenus équitables doivent être possibles pour tous les partenaires du marché. La rémunération des producteurs doit rémunérer intégralement les prestations de bien-être animal supplémentaires «commandées» (travail, investissement). Ce qui signifie que ceux qui produisent les valeurs ajoutées, à savoir les producteurs, doivent principalement profiter des plus-values imputables «à la vente» du bien-être animal.

La rémunération de la valeur ajoutée des prestations de bien-être animal est équitable et son rapport aux coûts et à la création globale de valeur est compréhensible.

Exigence à l'égard de la politique

Exigence 4: incitations à fournir des prestations de bien-être animal et à assurer la véracité des coûts

La Confédération doit créer des incitations pour que la production de prestations de bien-être animal soit plus attractive. Elle doit agir dans le sens d'une production alimentaire durable en favorisant le produit durable au détriment de celui qui l'est moins (véracité des coûts).

Selon le principe «Les contributions doivent être versées à ceux qui produisent plus de bien-être animal», les programmes correspondants doivent être valorisés et le principe de la véracité des coûts mis en œuvre.