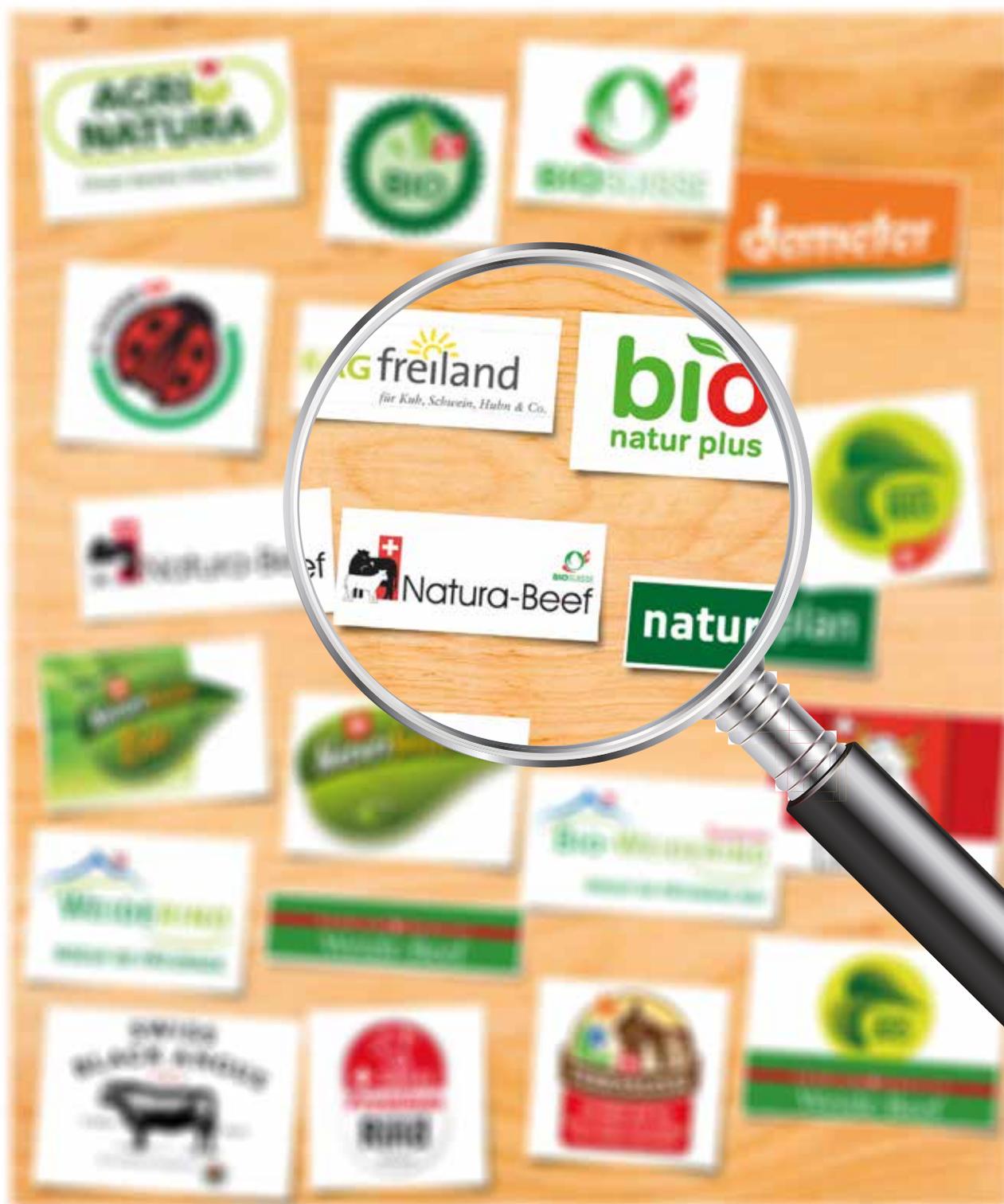


PROTECTION SUISSE DES ANIMAUX PSA

## Analyse de la valeur ajoutée des viandes de bœuf et de porc

**Comparaison des viandes d'élevage conventionnel, labellisés et bio.**

Une recherche de la Haute école pédagogique de la Suisse du Nord-Ouest sous mandat de la Protection Suisse des Animaux PSA



## Sommaire

1.	Situation initiale	3
2.	Résultats d'étude et hypothèses à ce jour	3
2.1	Opacité des marchés sous label et différentes évolutions de volume	3
2.2	Distorsion des prix sur le marché avec des écarts de prix excessifs	4
2.3	Répartition de la chaîne de valeurs et couverture des coûts insuffisante dans l'agriculture	4
3.	Évaluation des hypothèses à l'aide des résultats de l'étude de la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse	5

Analyse de la valeur ajoutée des viandes de bœuf et de porc		
Une recherche de la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse sous mandat de la Protection Suisse des Animaux PSA		6
Situation initiale		6
Catégories et produits carnés		6
Prix et sources de données		7
Grands distributeurs, discounters		7
Période		8
Cycle du porc		8
Prix et partage de valeur ajoutée pour la viande hachée de bœuf vendue par les grands distributeurs		9
Prix et partage de valeur ajoutée pour la viande hachée de bœuf vendue par les discounters		10
Prix et partage de valeur ajoutée pour les escalopes de bœuf vendues par les grands distributeurs		11
Prix et partage de valeur ajoutée pour les filets de porc vendus par les grands distributeurs		12
Prix et partage de la valeur ajoutée pour les filets de porc vendus par les discounters		13
Prix et partage de la valeur ajoutée pour les jambons vendus par les grands distributeurs		14
Prix et partage de valeur ajoutée pour les jambons vendus par les discounters		15
Résultats		16
Interprétation des résultats		17
Prix utilisés		18

**Vision:** la Protection des animaux PSA considère que la détention des animaux de rente est un élément essentiel d'un secteur agroalimentaire durable. Dans la mesure où des produits animaux sont consommés, nous considérons qu'il est de notre devoir que dans une Suisse durable, tous les animaux de rente soient détenus dans des systèmes de production réellement respectueux des animaux et que les labels actuels continuent d'évoluer.

© Novembre 2022 Protection Suisse des Animaux PSA

### Auteur

Prof. Dr. Mathias Binswanger  
Haute école spécialisée du  
Nord-Ouest de la Suisse  
Haute école d'économie  
Riggenbachstrasse 16  
4600 Olten

### Éditeur/donneur d'ordre

Protection Suisse des Animaux PSA  
Dr. Stefan Flückiger, Directeur de la  
politique agricole  
Dornacherstrasse 101, case postale, 4018 Bâle  
Tél. 061/365 99 99  
sts@tierschutz.com, www.tierschutz.com

## 1. Situation initiale

Les ventes de produits garantissant le bien-être animal sont sous très forte pression, en particulier en ce qui concerne la viande labellisée (y compris le bio) qui accuse une stagnation voire une baisse des ventes (cf. Statistiques des labels de la PSA 2022<sup>1</sup>). Pour cette raison, la PSA a lancé en 2020 la campagne «Offensive de ventes de produits labellisés» (viande, œufs et produits laitiers). L'objectif est de mettre en évidence les évolutions des marchés labellisés, d'indiquer le nombre d'animaux détenus de façon conforme à leurs impératifs biologiques, et de mettre en lumière voire supprimer les résistances dans le «mouvement de labellisation». La campagne comprend des études des marchés labellisés importants<sup>2</sup>, des projets de recherche pour examiner les conditions-cadres<sup>3</sup> ainsi que des travaux dans les secteurs de la restauration et de la consommation durable<sup>4</sup>.

«Produit dans le respect des animaux» s'applique aux produits ayant été classés TOP et OK dans l'évaluation des labels de la PSA mangeravecducoeur.ch<sup>5</sup>, soit les normes et labels recommandés par la PSA, dont les exigences garantissent suffisamment de bien-être animal, par exemple liberté de mouvement, occupations, sorties ou pâturages. Le concept d'«animaux sous label» comprend également ceux détenus et commercialisés par des systèmes de production respectueux des animaux, tels que Bio Suisse, IPSuisse, Naturafarm, Viande de bœuf swiss premium ou bœuf de pâturage.

## 2. Résultats d'étude et hypothèses à ce jour

### 2.1 Opacité des marchés sous label et évolutions variables des volumes

La PSA a tenté plusieurs fois au niveau politique d'œuvrer pour plus de transparence dans les marchés des produits garantissant le bien-être animal, ce qui a été refusé à chaque fois par le Conseil national et le Parlement. C'est pour cette raison qu'en 2020, la PSA a développé l'outil de la statistique des labels, pour émettre des avis sur les développements des animaux sous label et leurs ventes. Dans la statistique des labels 2022<sup>6</sup>, nous constatons qu'en dépit des impulsions de croissance et des bons chiffres de vente dans divers segments durables tels que bio, régional ou éthique, le marché des viandes sous label constitue la grande exception, en dépit du programme de subventions fédérales (SST et SRPA). La part des animaux provenant d'élevages respectueux de l'animal et vendus sous label est d'environ 10 millions de têtes et a baissé de 12,2% (2020) à 12% (2021), pour un accroissement des animaux abattus de 86,5 millions au total (hors importations). Cette évolution ne peut pas être imputée en première ligne aux consommateurs et consommatrices. Une certaine «lassitude des labels» se propage plutôt dans la branche et dans le commerce de détail, ainsi que la politique appliquée de valeur ajoutée qui se fourvoie (voir hypothèse 2). Le faible niveau des ventes dans la restauration est préoccupant. Bien que faible, le marché du lait labellisé est un peu meilleur, et enregistre une progression intéressante. Seuls les œufs bio et de plein air labellisés génèrent un chiffre d'affaires satisfaisant.

1 Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche statistiques des labels 2022 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelstatistik.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelstatistik.html))

2 Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Analyse de marché œufs et volaille, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_eier\\_gefluegel.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_eier_gefluegel.html)); Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Analyse de marché de la viande sous label, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelfleisch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelfleisch.html)); Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Analyse de marché lait et produits laitiers, 2021 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_milch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_milch.html))

3 Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Rapport d'analyse des branches d'exploitation, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_betriebszweiganalyse.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_betriebszweiganalyse.html)); Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche options d'action concernant le bien-être animal, 2020

4 Protection Suisse des Animaux PSA, Campagne bien-être animal dans la restauration, 2021 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_gemeinschaftsgastro.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_gemeinschaftsgastro.html)); Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Protection des animaux et consommation durable, 2022 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/nachhaltiger\\_konsum.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/nachhaltiger_konsum.html))

5 Protection Suisse des Animaux PSA, Évaluation des labels mangeravecducoeur.ch (<https://essenmitherz.ch/>)

6 Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche statistiques des labels 2022 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelstatistik.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelstatistik.html))

**Hypothèse n° 1:** les marchés des produits respectueux des animaux, connus sous le nom de marchés labellisés, sont trop opaques. Un besoin d'action considérable demeure pour le marché de la viande labellisée, dont les ventes stagnent voire baissent sur certains segments. Les raisons en sont un manque d'intérêt et de mauvaises incitations tarifaires des fournisseurs dans le commerce de détail et la restauration (cf. Hypothèse n° 2).

## 2.2 Distorsion des prix sur le marché avec des écarts de prix excessifs

L'analyse du marché de la viande sous label 2020<sup>7</sup> a démontré qu'il existe une forte distorsion des prix des assortiments de viande produits de façon durable et respectueuse des animaux, ou que ceux-ci sont particulièrement mal positionnés financièrement sur le marché - guerres des prix et promotions à prix cassés des assortiments conventionnels d'un côté et prix non compétitifs des produits labellisés de l'autre côté. Une étude d'Agroscope<sup>8</sup> a permis de confirmer une élasticité particulièrement marquée de la demande en viande issue d'une production garantissant le bien-être animal et que par conséquent la fourchette de prix entre les produits conventionnels et les produits labellisés ou bio est particulièrement importante. Des progrès effectifs du marché de la viande produite de manière respectueuse des animaux ne sont réalisables que si les produits labellisés ou bio sont plus compétitifs ou que si les écarts de prix artificiellement élevés par rapport aux produits conventionnels peuvent être fortement réduits. Bien qu'il faille tenir compte de certaines composantes de coûts dans les produits labellisés (par exemple dépréciation), les écarts de prix excessifs sont opaques. Les produits garantissant le bien-être animal sont aujourd'hui largement reconnus par le public et figurent en bonne place de la politique incitative de la Confédération (stratégie développement durable 2030). Mais de plus en plus d'experts mettent en cause le rôle du marché en tant que vecteur de transformation vers des systèmes d'alimentation durables et respectueux de l'animal. Ils demandent ainsi à la Confédération ou aux autorités de la concurrence d'agir, afin de favoriser les évolutions souhaitées en matière de viandes labellisées et bio.

**Hypothèse n° 2:** l'élasticité de la demande en produits carnés respectueux de l'animal est supérieure à la moyenne. Le creusement de l'écart de prix entre produits conventionnels et produits labellisés ou bio est donc un obstacle central aux améliorations dans la vente de produits garantissant le bien-être animal, ce qui justifie la demande d'une meilleure transparence dans la formation du prix tout au long de la chaîne de valeurs. Il y a un vaste besoin de régulation étatique.

## 2.3 Partage de la valeur ajoutée et couverture des coûts insuffisante dans l'agriculture

Les énormes écarts des prix de vente entre produits conventionnels et labellisés ne se reflètent pas dans les prix de production. Avec la politique de valeur ajoutée pratiquée actuellement dans le commerce de détail, les producteurs labellisés profitent à peine des prix de vente à la consommation élevés. Leur part dans la valeur ajoutée totale est nettement plus faible que pour les produits conventionnels. Une étude Agroscope<sup>9</sup> a clairement mis en évidence que les producteurs ne récupèrent pas intégralement le surcoût lié aux prestations en faveur du bien-être animal par les majorations des produits labellisés, et ceci en dépit des aides reçues dans le cadre des programmes éthologiques SST et SRPA. Pour les producteurs labellisés en bovins à l'engrais, plus d'un quart des dépenses en faveur du bien-être animal n'est pas couvert, un chiffre atteignant 10% pour les porcs à l'engrais. Le mouvement de labellisation ne connaîtra le succès à moyen terme que si les producteurs peuvent participer de façon proportionnelle au succès commercial et couvrir leurs coûts.

7 Recherche Analyse de marché de la viande sous label, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_labelfleisch.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_labelfleisch.html)); Protection Suisse des Animaux PSA

8 STS, Recherche Options d'actions concernant le bien-être animal, 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_handlungsoptionen.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_handlungsoptionen.html))

9 Protection Suisse des Animaux PSA, Recherche Rapport sur les statistiques des labels 2020 ([www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index\\_betriebszweiganalyse.html](http://www.tierschutz.com/agrarpolitik/absatzoffensive/index_betriebszweiganalyse.html))

**Hypothèse n° 3:** la part des éleveurs dans la valeur ajoutée des produits labellisés et bio est plus faible que pour les produits standard, quelle que soit la catégorie carnée considérée. Les producteurs ne peuvent donc pas participer de façon proportionnelle au succès commercial des produits labellisés et bio, bien que ce soit eux qui génèrent la plus-value liée au bien-être animal.

### 3. Évaluation des hypothèses à l'aide des résultats de l'étude de la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse

La Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse a reçu mandat de mettre à jour l'analyse de marché de la PSA sur la viande sous label 2020 et de faire la lumière sur le partage de la valeur ajoutée pour les produits carnés entre la production, la transformation et le commerce de détail. La recherche a également porté sur les différences de partage de valeur ajoutée entre produits conventionnels et produits labellisés et bio. L'étude doit répondre à la question de savoir si et comment les ventes du marché de la viande labellisée sont impactées.

En ce qui concerne les trois hypothèses précitées, les conclusions suivantes ont été tirées des études:

**Hypothèse n° 1:** les évolutions de volume ne faisaient pas l'objet de l'étude. Les résultats des études apportent toutefois des informations importantes sur l'hypothèse n° 1: La transparence de la formation des prix tout au long de la chaîne de valeurs permet de confirmer les causes économiques du creusement de l'écart de prix, ce qui génère des problèmes de vente des produits éthologiques et impacte finalement fortement le mouvement de labellisation dans les étables suisses.

**Hypothèse n° 2:** les résultats de l'étude permettent de confirmer l'hypothèse n° 2: les écarts de prix entre les produits standard et labellisés ou bio sont extrêmement élevés. Pour la viande de porc, les produits bio coûtent par exemple le double d'un produit conventionnel correspondant. Avec de telles conditions commerciales, les consommateurs n'ont pas d'incitation pour augmenter leur consommation de viande bio et labellisée. Les produits labellisés et bio sont moins concurrentiels surtout par rapport aux prix cassés des produits standard. C'est pourquoi selon l'étude, les produits labellisés et bio ne s'adressent qu'à une petite part de clients plus exigeants ou sensibilisés à la protection des animaux et à plus fort pouvoir d'achat, et prêts à s'acquitter d'un prix élevé. Ceci permet de confirmer les dires selon lesquels l'écart de prix actuel entre les produits labellisés et standard ne permet pas d'éliminer la «crise du bien-être animal» dans les ventes de viande.

**Hypothèse n° 3:** l'étude a aussi pu confirmer l'hypothèse n° 3: les prix payés aux éleveurs pour les animaux détenus conformément aux directives des labels de bien-être animal ou des directives bio sont à peine supérieurs aux prix payés pour les animaux détenus conventionnellement. En revanche, les écarts de prix sont nettement plus importants en ce qui concerne les prix à la consommation. Par conséquent la part de valeur ajoutée des producteurs pour les produits bio et labellisés est sensiblement plus faible tandis que celle du commerce de détail est nettement plus élevée. On peut donc en conclure à regret que le faible niveau des prix à la production par rapport aux prix à la consommation s'explique par le pouvoir commercial des acheteurs, qui tend à faire baisser les prix à la production. Il est donc manifeste que les marchés des viandes labellisées et bio souffrent d'un manque de régulation et que les forces du marché ne suffisent pas à offrir aux animaux une vie conforme aux impératifs biologiques. Il est urgent que la Confédération prenne des mesures.

**Recherche de la Haute école spécialisée du Nord-Ouest de la Suisse  
sous mandat de la PSA**

# Analyse de la valeur ajoutée dans la viande bovine et porcine

**Comparaison des viandes conventionnelles, labellisées et bio**

Prof. Dr. Mathias Binswanger

## **Situation initiale**

La présente étude examine le partage de la valeur ajoutée pour les produits carnés entre la détention des animaux (paysans), la transformation et le commerce. Il s'agit d'une part de savoir quelle est la part revenant à l'éleveur sur un franc acquitté par un consommateur pour l'achat d'un produit carné. D'autre part, il s'agit de savoir si le partage de valeur ajoutée est différent entre les produits carnés conventionnels et les produits carnés labellisés ou bio. Comme les consommateurs s'acquittent d'un prix plus élevé pour la viande bio ou labellisée que pour les produits carnés conventionnels, la question se pose de savoir si les éleveurs profitent de cette majoration de prix. C'est dans ce cas seulement qu'ils seront également incités à convertir leur élevage.

## **Catégories et produits carnés**

Les produits standard suivants ont été pris en compte dans l'enquête, de façon analogue à l'étude de marché de la viande sous label (PSA 2020):

### **Bœuf:**

- Viande hachée
- Escalope de bœuf

### **Porc:**

- Filet de porc
- Jambon

Les catégories suivantes ont été distinguées pour ces produits:

### **Standard inférieur:**

Offres à bas coût telles que Prix Garantie (Coop) ou M-Budget (Migros).

### **Standard supérieur:**

Offres de qualité supérieure telles que Qualité&Prix (Coop) ou M-Classic (Migros).

### **Label:**

Offres prenant en compte le bien-être animal et certifiées en conséquence telles que Natura farm ou IP-Suisse. Ces catégories labellisées sont recommandées par la Protection Suisse des Animaux PSA selon l'évaluation du label de la PSA [mangeravecducoeur.ch](http://mangeravecducoeur.ch).

### **Bio:**

Offres produites selon les directives bio et certifiées en conséquence selon Biosuisse, telles que Naturplan Bio ou viande de pâturage bio. Il s'agit ici aussi de catégories évaluées et recommandées par la PSA sur [mangeravecducoeur.ch](http://mangeravecducoeur.ch).

Il n'a pas été possible de discriminer pour tous les produits et fournisseurs entre les catégories «standard inférieur» et «standard supérieur». Une catégorie «Standard» a été indiquée dans ce cas. Les données des discounters étaient incomplètes pour les escalopes de bœuf, de sorte que seules les ventes de la grande distribution ont été prises en compte pour ce produit.

### **Prix et sources de données**

L'analyse repose sur les prix qui comprennent la valeur ajoutée aux différents niveaux de transformation. Ces prix sont:

#### **Le prix producteurs**

Les éleveurs reçoivent ce prix pour les animaux (bovins, porcs) qui sont livrés à l'abattoir (prix franco abattoir). Le prix comprend la valeur ajoutée au niveau de l'élevage. Il s'agit d'un prix de marché pour lequel il existe des statistiques correspondantes. Ces statistiques sont publiées chaque semaine dans la Schweizer Bauernzeitung. Pour les bovins, nous avons utilisé les prix à la production pour la catégorie AQ Muni MT T3 (qui correspond également au prix pour la catégorie AQ Bovins RG T3). Pour les porcs, il s'agit du prix pour QM porcs de boucherie. Dans la même statistique, on trouve également les primes payées pour les animaux élevés selon les labels utilisés dans cette étude. Pour la viande bovine, ces primes varient en fonction du label. Comme les primes payées pour les labels utilisés dans cette étude sont différentes, un prix moyen a été utilisé.

#### **Prix de la matière première**

Ce prix comprend la valeur de la viande après abattage et découpe de l'animal. Il comprend la valeur ajoutée au niveau de la transformation, qui inclut également la valeur ajoutée de l'élevage. L'écart entre le prix de la matière première et le prix producteur donne la valeur ajoutée au niveau de la transformation. À la différence du prix producteur, le prix de la matière première n'est pas un prix de marché pour lequel il existe des statistiques correspondantes. Il est réalisé à partir de calculs de prix effectués par la société Metzger-Treuhand AG, à l'aide de sa méthode de calcul standard sur la base du schéma de découpe reconnu, avec les prix du bétail de boucherie de la semaine 49/2019. Ces calculs n'ont pas pu être reproduits pour la période sous revue en 2022. Nous présumons que les coûts de la transformation n'ont pas fondamentalement évolué depuis. De ce fait, le même montant brut défini par la société fiduciaire Metzger dans ses calculs pour la transformation en semaine 49/2019 a été ajouté aux prix producteurs, pour calculer le prix de la matière première.

#### **Prix à la consommation**

Les consommateurs s'acquittent de ce prix à l'achat de produits carnés (par ex. viande hachée) auprès des grands distributeurs ou des discounters. Le prix à la consommation comprend la valeur ajoutée à tous les niveaux de transformation. L'écart entre prix à la consommation et prix de la matière première donne la valeur ajoutée obtenue dans le commerce. Les prix correspondants ont été relevés directement auprès des grands distributeurs et discounters aux différentes dates de l'enquête.

#### **Grand distributeur, discounter**

En matière de commerce, nous distinguons deux catégories: les grands distributeurs et les discounters. Migros et Coop sont les deux grands distributeurs. Aldi, Lidl et Denner ont été considérés comme les discounters. La discrimination entre grands distributeurs et discounters doit montrer une éventuelle différence de partage de valeur ajoutée pour la viande vendue par des discounters au lieu de grands distributeurs. Les prix indiqués sont des prix moyens exigés par les grands distributeurs ou les discounters. Les données collectées auprès des discounters sont parfois incomplètes, de sorte que nous n'avons pas toujours pu utiliser les prix des trois discounters.

### **Période**

Les prix ont été déterminés à trois dates différentes.

1<sup>re</sup> collecte: novembre 2019 (semaine 49)

2<sup>e</sup> collecte: février 2022 (semaine 8)

3<sup>e</sup> collecte: juin 2022 (semaine 23)

Une première collecte a eu lieu en novembre 2019 juste avant la pandémie de coronavirus. Les données correspondantes ont déjà été publiées dans l'«Analyse de marché de la viande sous label» (PSA, 2020). La 2<sup>e</sup> collecte a eu lieu en février 2022, soit juste avant l'augmentation de quelques prix alimentaires liée à l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Pour recueillir d'éventuelles modifications en résultant, une deuxième collecte a été réalisée en juin 2022.

### **Cycle du porc**

Les prix des porcs de boucherie sont soumis à ce que l'on appelle le cycle du porc, qui résulte périodiquement en des sur- et sous-productions. Lorsque la demande en viande de porc est supérieure à l'offre, les prix augmentent. Pour les éleveurs porcins, il s'avère lucratif d'augmenter la production. Mais le délai d'arrivée de ces porcs sur le marché est assez long, car il faut environ 42 semaines entre l'élevage et l'abattage. Si trop de paysans augmentent leur production, l'offre est typiquement excédentaire trois à quatre ans plus tard, en raison des délais. Les paysans ne peuvent plus vendre leurs porcs à des prix élevés, ce qui génère une nouvelle baisse de prix.

Les prix considérés dans l'enquête sont concernés par le cycle du porc. Ainsi les prix du porc ont atteint un pic début 2020, qui concerne aussi la première collecte de prix en novembre 2019, semaine 49, dans le cadre de cette enquête. Jusqu'en 2022, le prix du porc était en revanche en net recul. Les variations de prix provoquées par le cycle du porc doivent être prises en compte, si nous souhaitons comparer les prix du porc 2019 et 2022.

### Prix et partage de la valeur ajoutée pour la viande hachée de bœuf vendue par les grands distributeurs

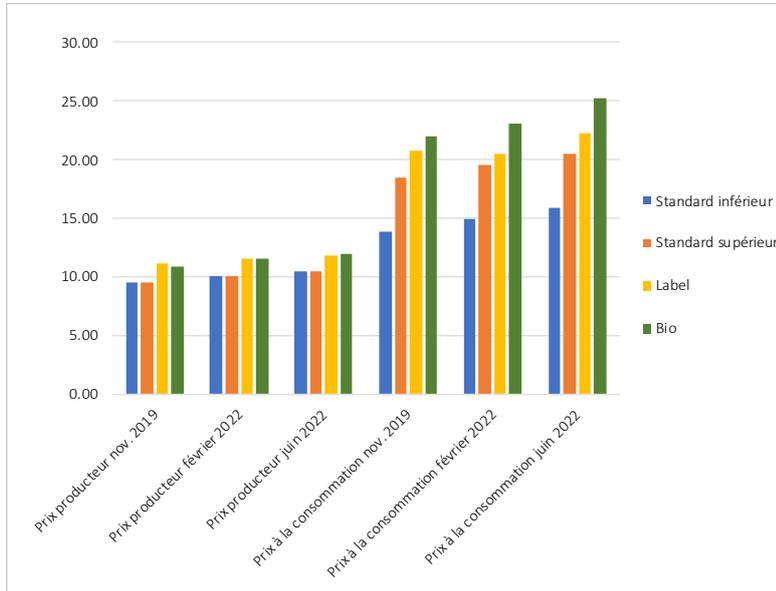


Figure 1: Prix producteurs et prix à la consommation

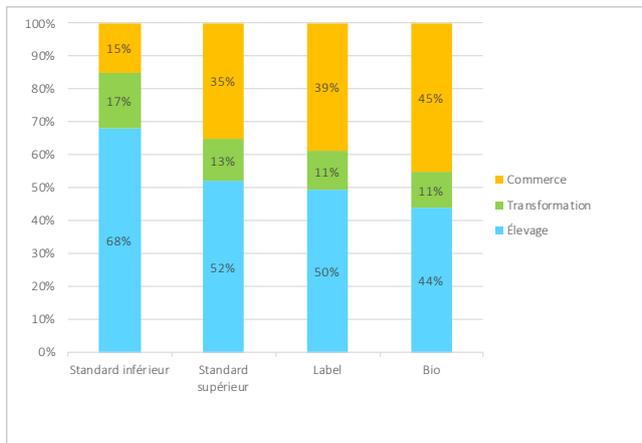


Figure 2: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

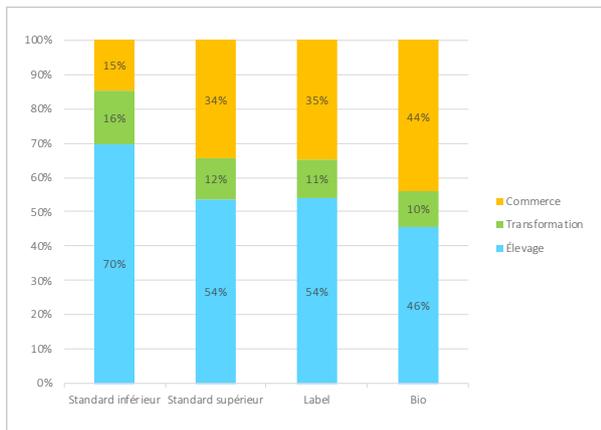


Figure 3: Partage de la valeur ajoutée Février 2022

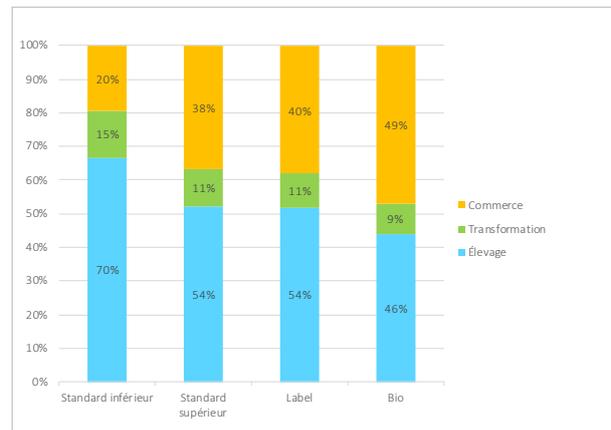


Fig. 4: Partage de la valeur ajoutée Juin 2022

**Prix et partage de la valeur ajoutée pour la viande hachée de bœuf vendue par les discounters**

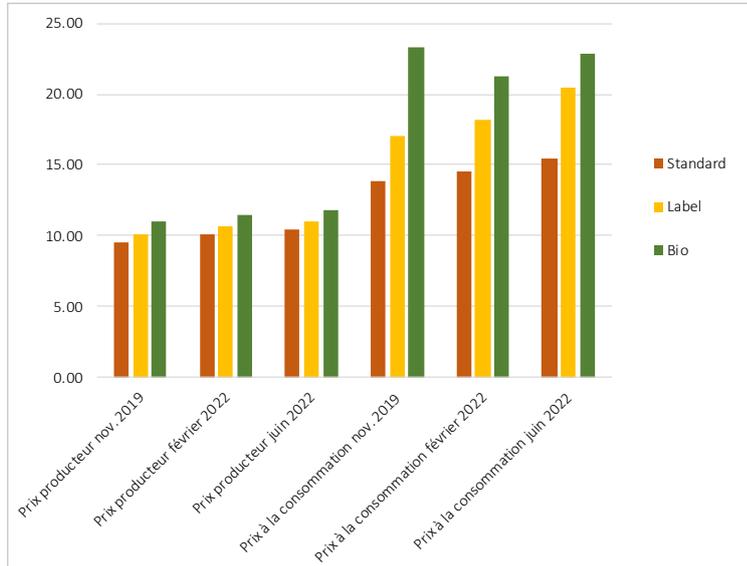


Figure 5: Prix producteurs et prix à la consommation

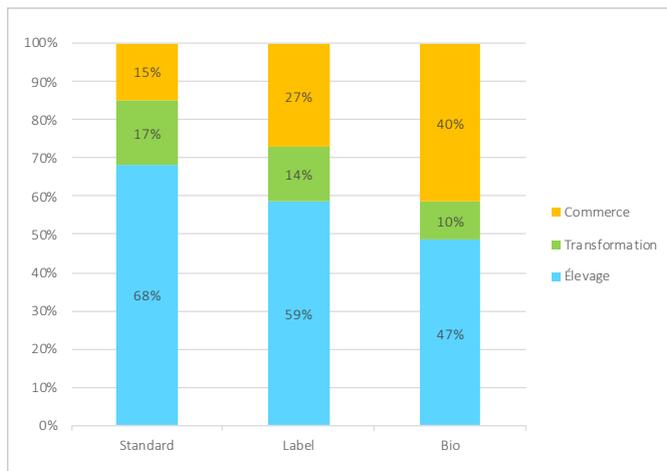


Figure 6: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

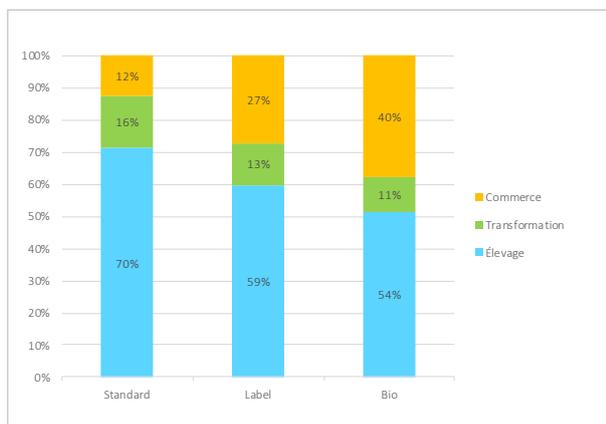


Figure 7: Partage de la valeur ajoutée février 2022

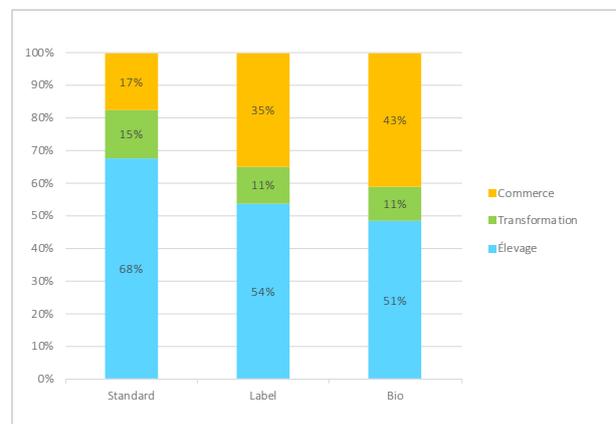


Fig. 8: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

### Prix et partage de la valeur ajoutée pour l'escalope de bœuf vendue par les grands distributeurs

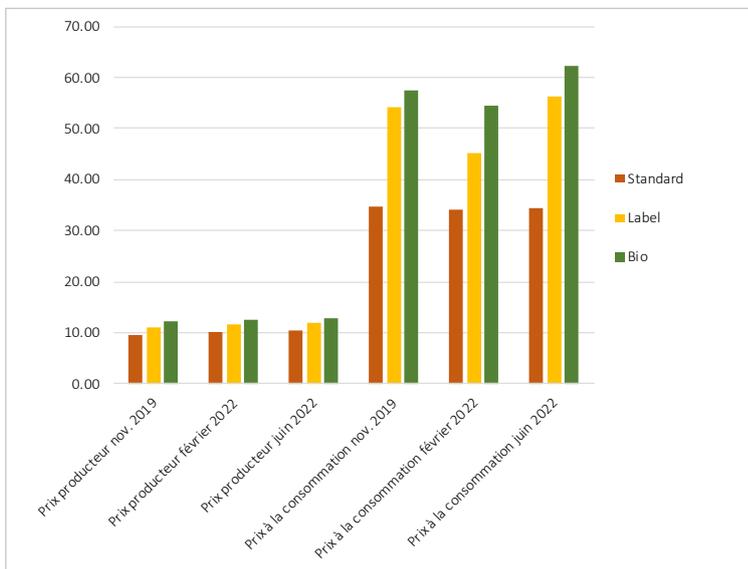


Figure 9: Prix producteurs et prix à la consommation

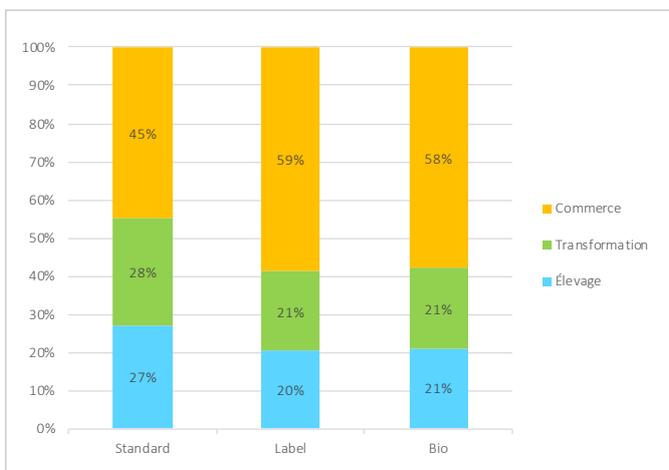


Figure 10: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

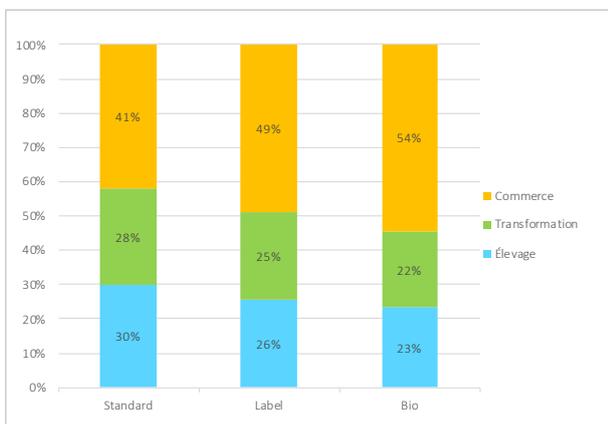


Figure 11: Partage de la valeur ajoutée février 2022

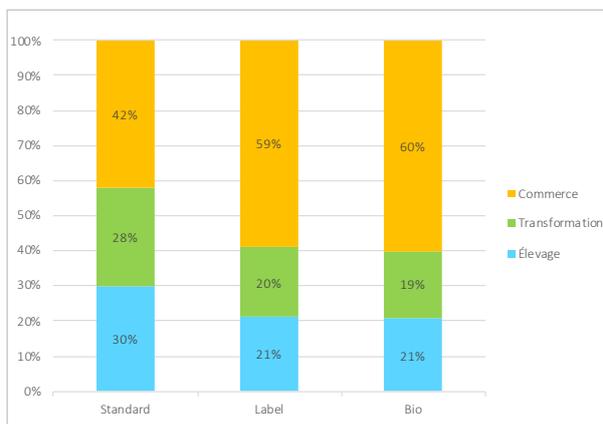


Fig. 12: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

### Prix et partage de la valeur ajoutée pour les filets de porc vendus par les grands distributeurs

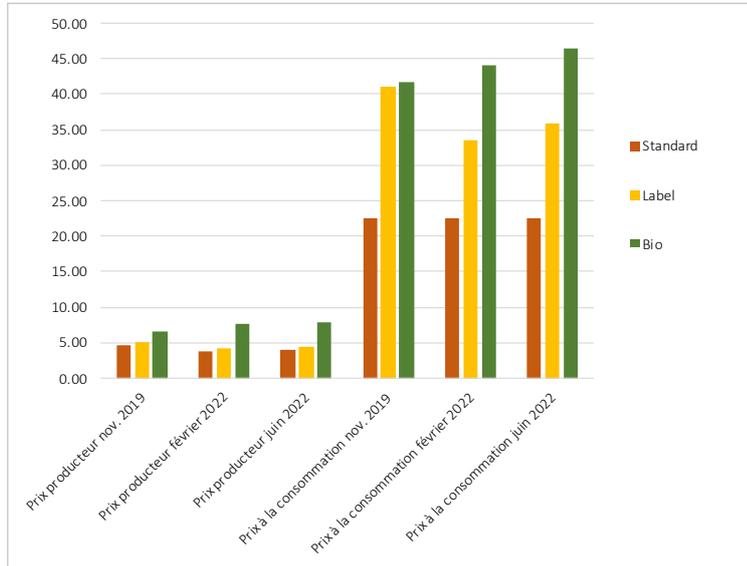


Figure 13: Prix producteurs et prix à la consommation

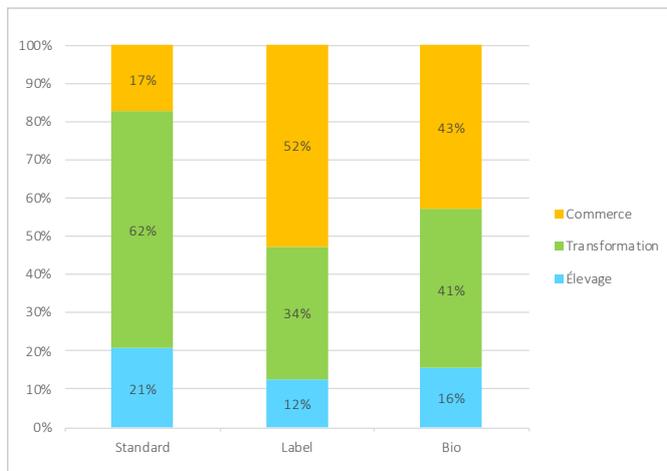


Figure 14: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

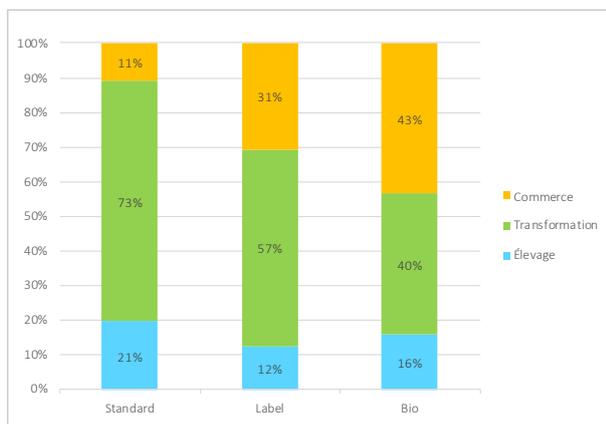


Figure 15: Partage de la valeur ajoutée février 2022

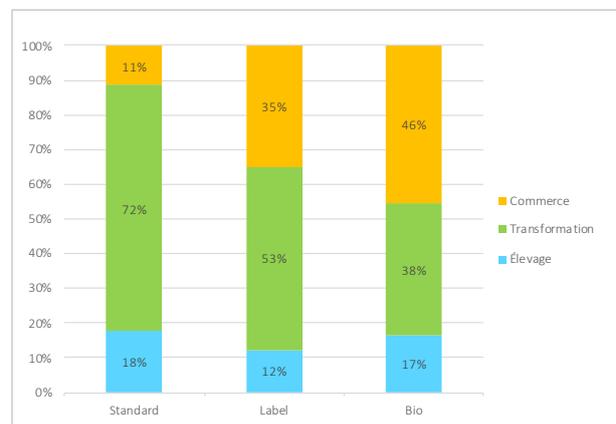


Fig. 16: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

### Prix et partage de la valeur ajoutée pour les filets de porc vendus par les discounters

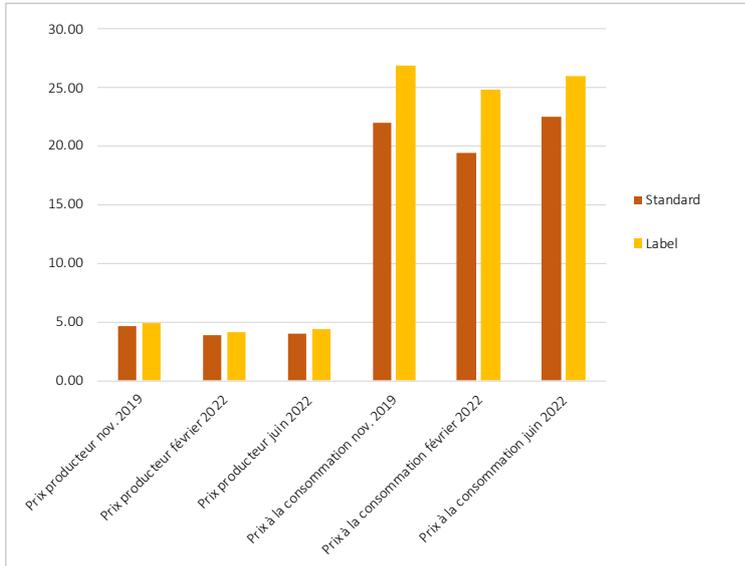


Figure 17: Prix producteurs et prix à la consommation

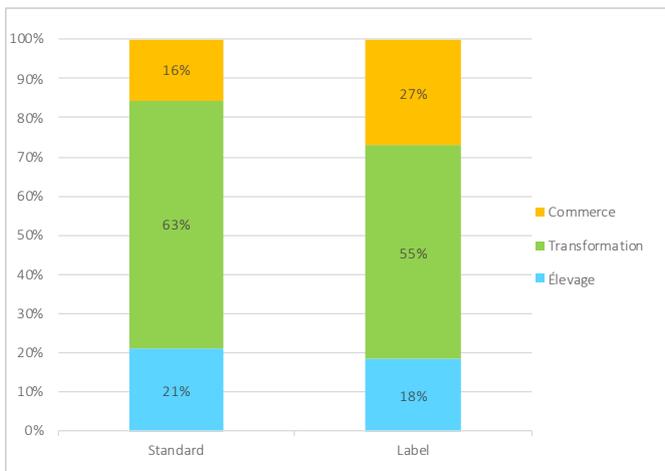


Figure 18: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

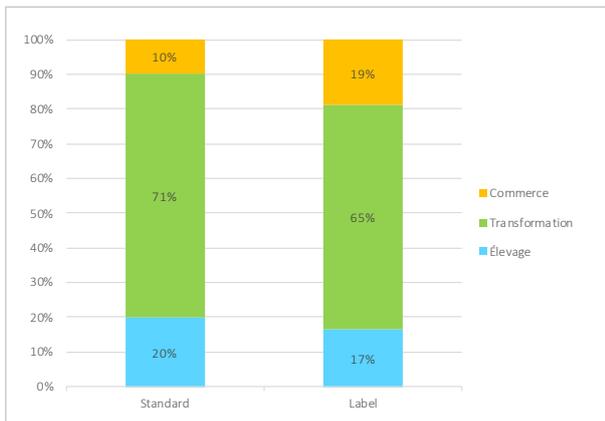


Figure 19: Partage de la valeur ajoutée février 2022

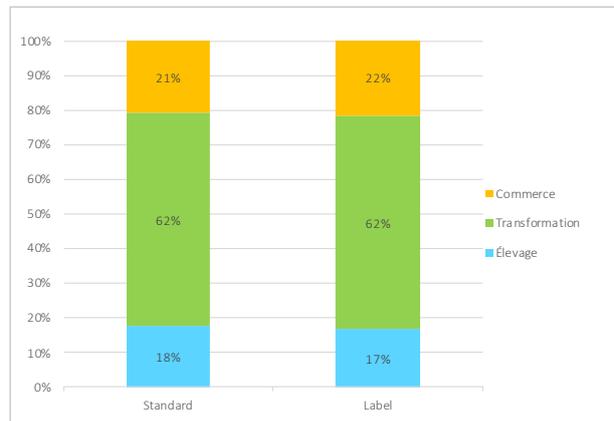


Fig. 20: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

### Prix et partage de la valeur ajoutée pour les jambons vendus par les grands distributeurs

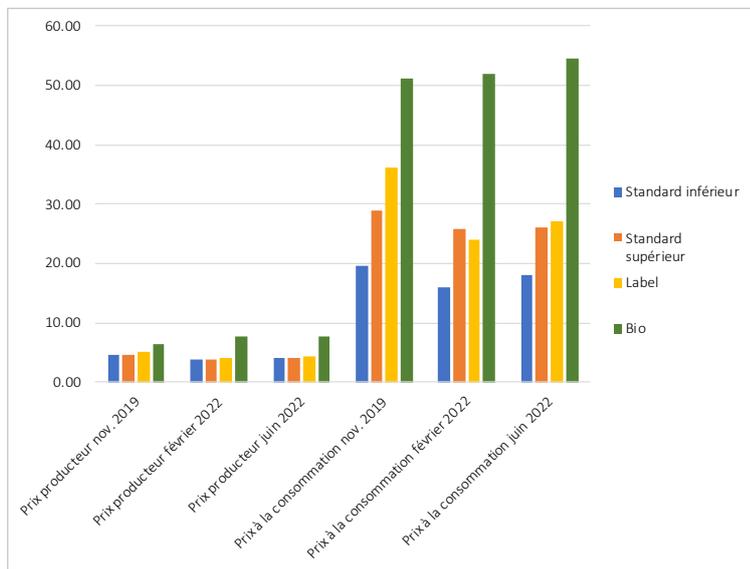


Figure 21: Prix producteurs et prix à la consommation

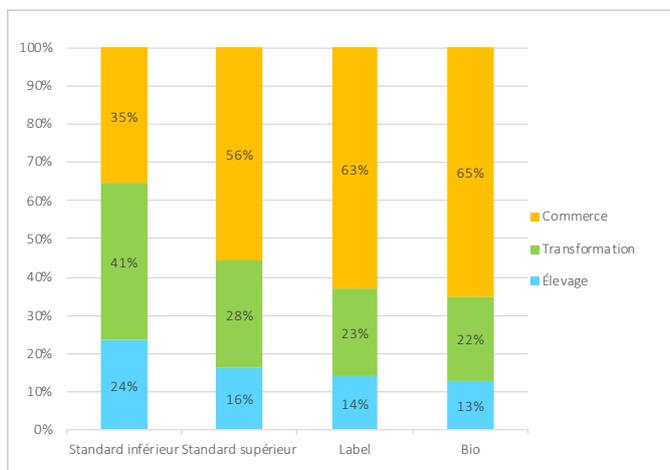


Figure 22: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

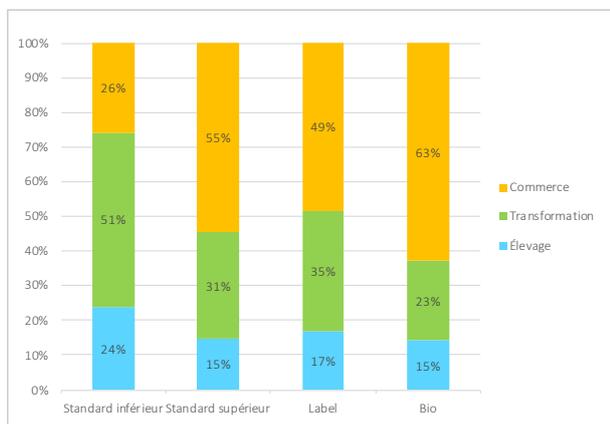


Figure 23: partage de la valeur ajoutée février 2022

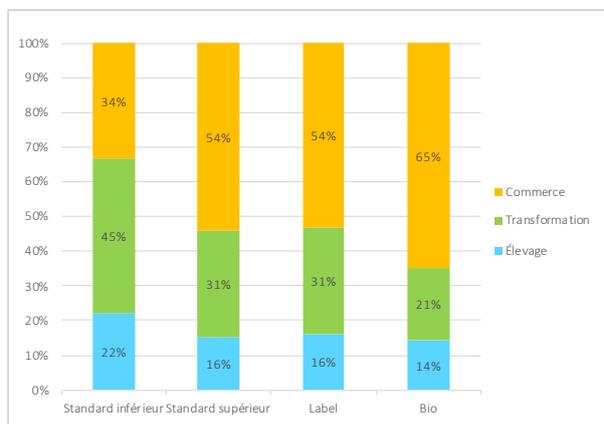


Figure 24: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

**Prix et partage de la valeur ajoutée pour les jambons vendus par les discounters**

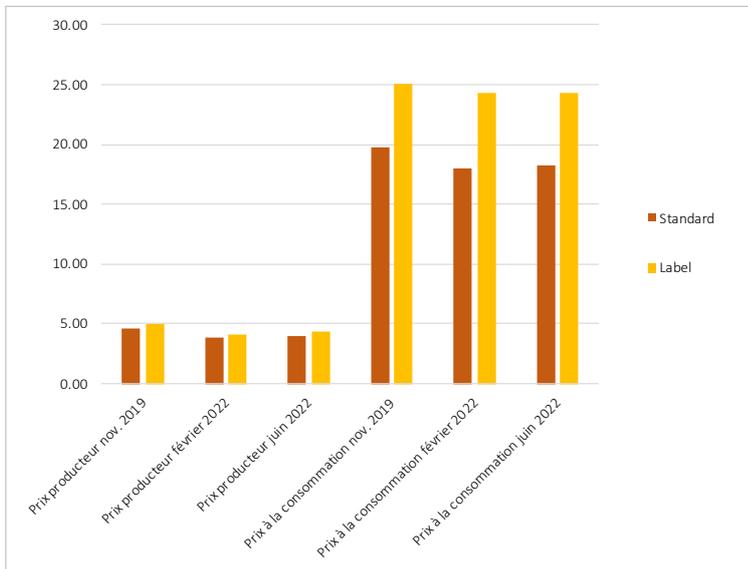


Figure 25: Prix producteurs et prix à la consommation

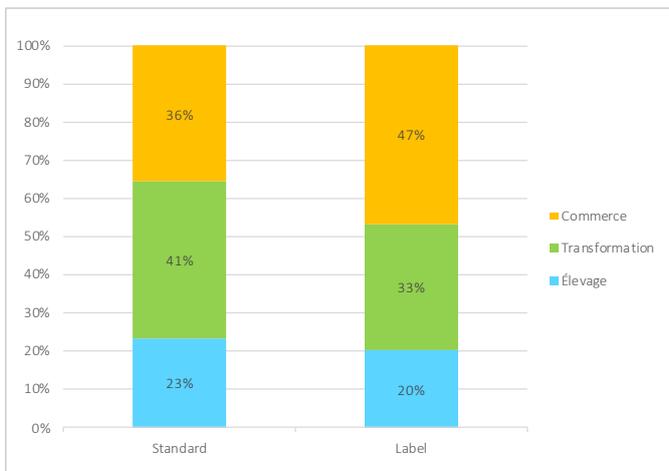


Figure 26: Partage de la valeur ajoutée, novembre 2019

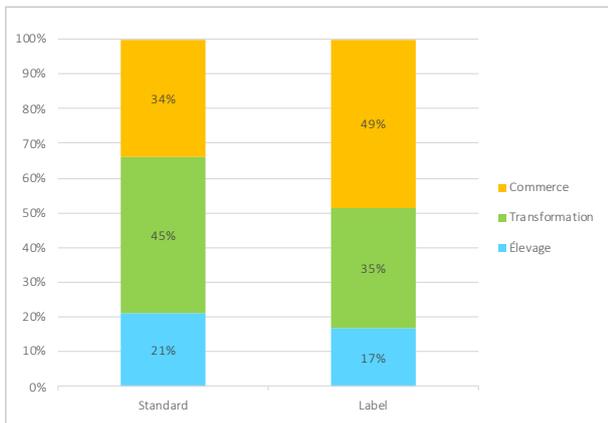


Figure 27: Partage de la valeur ajoutée février 2022

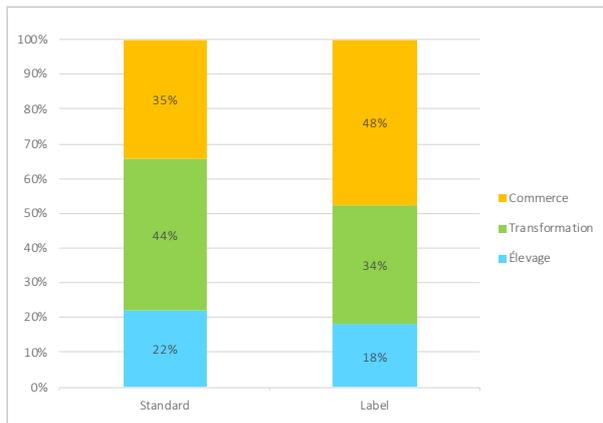


Figure 28: Partage de la valeur ajoutée juin 2022

## Résultats

### Les éleveurs ne perçoivent qu'un faible supplément pour le respect des directives sur le bien-être animal et bio

Les prix payés aux éleveurs pour les animaux élevés selon les directives des labels de bien-être animal et des labels biologiques sont plus élevés. ou biologiques sont à peine plus élevés que ceux des animaux élevés en bio. élevés de manière conventionnelle. Par exemple, en juin 2022, les éleveurs recevaient par kilogramme de poids mort pour les bovins transformés en viande hachée recevraient un prix de CHF 10,40 si ceux-ci étaient élevés de manière conventionnelle. Si les animaux étaient élevés selon les directives bio, ils recevaient, selon le label, un supplément de 20 centimes (Muni MT) à CHF 2.50 (Vache mère Suisse, Natura Beef, bio)

### Les consommateurs paient un surcoût élevé pour les produits labellisés et bio

Des écarts de prix conséquents persistent dans les prix à la consommation. Les produits labellisés et bio sont nettement plus chers que les produits carnés conventionnels et les produits bio sont eux-mêmes plus chers que les produits labellisés. Par exemple en juin 2022 les consommateurs payaient chez les grands distributeurs un jambon en moyenne CHF 18,03/kg pour les offres à bas coût tels que Prix Garantie (Coop) ou M-Budget (Migros). Pour les offres bio, le prix moyen était de CHF 54,55/kg au même moment. Soit plus du triple!

### La part des éleveurs dans la valeur ajoutée est nettement plus faible pour les produits labellisés et bio que pour les produits standard, tandis que la part du commerce est nettement plus élevée.

La part des éleveurs dans la valeur ajoutée des produits labellisés et bio est plus faible que pour les produits standard, quelle que soit la catégorie carnée considérée. En revanche, la part du commerce (marge commerciale) est nettement plus élevée dans les produits labellisés et bio que dans les produits standard. Cette distorsion tend à être encore plus fortement marquée chez les grands distributeurs que chez les discounters.

### Seule une petite part d'un franc dépensé par les consommateurs pour l'achat de viande revient aux éleveurs.

Notre analyse montre également quelle est la part d'un franc dépensé par les consommateurs pour des produits carnés revenant effectivement aux éleveurs. Cette part correspond à la part des éleveurs dans la valeur ajoutée totale.

### Part d'un franc dépensé par les consommateurs (en %) revenant aux éleveurs (valeurs moyennes approximatives)

Catégorie de viande	Vendus par Grands distributeurs		Vendus par Grands Discounters	
	Standard	Label, Bio	Standard	Label, Bio
Viande hachée de bœuf	60%*	50%	70%*	53%
Escalope de bœuf	30%	23%	–	–
Filet de porc	20%	14%	20%	17%
Jambon	18%*	15%	22%*	18%

*\*Les taux pour les produits standard des catégories Viande hachée et Jambon ne sont pas identiques chez les grands distributeurs et les discounters, car chez les premiers un prix moyen a été retenu pour les catégories «standard inférieur» et «standard supérieur», tandis que chez les seconds seul un prix standard a été considéré.*

pour les escalopes de bœuf est nettement plus élevée que pour le porc, ce qui est surtout imputable à la part plus élevée de transformation dans la valeur ajoutée des produits porcins.

**Pour le porc, on constate un recul de la part des éleveurs dans la valeur ajoutée en raison du cycle du porc.**

Le cycle du porc influe fortement sur les prix (à l'exception des produits bio). En 2022 les prix producteurs surtout étaient nettement inférieurs à ceux de 2019. Par conséquent, les parts de valeur ajoutée des éleveurs pour la viande de porc ont baissé de 2019 à 2022. Mais il n'est pas possible d'en déduire des tendances à long terme. Nous n'avons pas noté de tendance précise pour la viande de bœuf entre 2019 et 2022.

### **Interprétation des résultats**

Les prix producteurs, payés aux éleveurs, relativement faibles par rapport aux prix à la consommation, s'expliquent par la force du marché côté demande. De nombreux petits fournisseurs (les éleveurs individuels) sont ici confrontés à quelques grands demandeurs (surtout les grands distributeurs). Dans de telles conditions de marché, le prix producteur a tendance à être tiré vers le bas, car les demandeurs peuvent définir le prix. Les fournisseurs n'ont pas la possibilité de vendre à d'autres acheteurs. Cette situation de marché fait en sorte que les prix producteurs des animaux de boucherie, transformés en produits labellisés et bio, sont à peine plus élevés que les prix des autres animaux de boucherie.

En revanche, il existe de grandes différences pour les prix à la consommation, si l'on compare les produits standard aux produits labellisés et bio. Il se peut que ceci soit lié à une concurrence plus intense sur les produits standard. Les marchés y jouent un rôle plus restreint et la viande hachée standard Migros est à peine différente de celle de Coop, d'Aldi ou de Lidl. Les consommateurs sur ce segment de prix ont tendance à acheter là où le produit est le meilleur marché. Ce comportement crée de la concurrence et tire le prix vers le bas. Ceci est moins le cas pour les produits labellisés et bio. Ils s'adressent à une part plus restreinte de clients plus exigeants et/ou sensibilisés à la protection des animaux et la plupart du temps ayant aussi un pouvoir d'achat supérieur. En conséquence, des prix nettement plus élevés sont pratiqués sur ces produits par rapport aux produits standard. Ceci est également dû au fait que les produits sont différenciés par divers labels, de sorte que les prix ne peuvent plus toujours être comparés directement entre les fournisseurs.

La présente étude explique économiquement le constat qu'au cours des dernières années la vente de produits carnés labellisés et bio stagne à 12% des animaux abattus. Les éleveurs n'ont pas d'incitation à se convertir davantage à une détention respectueuse des animaux, car les frais supplémentaires afférents sont à peine couverts. Les consommateurs en revanche doivent payer de fortes majorations pour les produits carnés labellisés et bio, que seul un petit segment de clients à fort pouvoir d'achat est prêt à payer.

Si l'on souhaite promouvoir davantage le bien-être animal et la détention d'animaux selon les directives biologiques et celles des labels, il est premièrement nécessaire de payer un supplément loyal aux paysans pour cela. Et deuxièmement, l'écart de prix entre produits conventionnels et produits labellisés et bio doit être diminué pour les consommateurs. Les filets de porc et jambons bio coûtent parfois deux à trois fois d'un produit conventionnel correspondant. Ni les producteurs, ni les consommateurs ne sont incités, dans des conditions de marché données, à augmenter la production ou la consommation de produits labellisés et bio.

## Prix utilisés (CHF/kg)

	Prix producteurs novembre 2019	Prix producteurs février 2022	Prix producteurs juin 2022	Prix à la consommation novembre 2019	Prix à la consommation février 2022	Prix à la consommation juin 2022	Prix matière première pour le commerce après abattage et découpe novembre 2019	Prix matière première pour le commerce après abattage et découpe février 2022	Prix matière première pour le commerce après abattage et découpe juin 2022
--	--------------------------------	-------------------------------	----------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	--	---	--

### Viande hachée grand distributeur

Standard inférieur	9.50	10.10	10.40	13.90	14.90	15.90	11.83	12.73	12.73
Standard supérieur	9.50	10.10	10.40	18.50	19.50	20.50	11.83	12.73	12.73
Label	11.10	11.55	11.85	20.75	20.50	22.25	12.44	13.34	13.34
Bio	10.85	11.55	11.90	22.00	23.00	25.25	11.83	12.83	12.93

### Viande hachée discounter

Standard	9.50	10.10	10.40	13.90	14.50	15.40	11.83	12.73	12.73
Label	10.05	10.65	11.00	17.07	18.20	20.50	12.44	13.34	13.34
Bio	10.95	11.50	11.75	23.30	21.30	22.85	14.03	12.83	12.93

### Escalope de bœuf grand distributeur

Standard	9.50	10.10	10.40	34.70	34.05	34.45	19.02	19.92	19.92
Label	11.10	11.55	11.85	54.25	45.20	56.25	22.49	23.24	23.24
Bio	12.15	12.65	12.85	57.50	54.50	62.25	24.38	25.18	25.13

### Filet de porc grand distributeur

Standard	4.65	3.85	4.05	22.50	22.50	22.50	18.59	19.92	19.92
Label	5.05	4.15	4.40	41.00	33.45	35.85	19.82	23.24	23.24
Bio	6.50	7.60	7.80	41.75	44.00	46.50	23.95	25.18	25.13

### Filet de porc discounter

Standard	4.65	3.85	4.05	22.03	19.40	22.50	18.59	17.54	17.74
Label	4.95	4.15	4.40	26.84	24.75	26.00	19.50	20.10	20.35

### Jambon grand distributeur

Standard inférieur	4.65	3.85	4.05	19.68	15.88	18.03	12.77	11.72	11.92
Standard supérieur	4.65	3.85	4.05	28.90	25.80	26.10	12.77	11.72	11.92
Label	5.05	4.15	4.40	36.05	24.05	27.15	13.47	12.32	12.57
Bio	6.50	7.60	7.80	51.25	51.88	54.55	18.07	18.97	19.17

### Jambon discounter

Standard	4.65	3.85	4.05	19.8	18.00	18.2	12.77	11.87	11.92
Label	5.05	4.15	4.35	25	24.30	24.35	13.37	12.32	12.77