

## Analyse de marché de la viande sous label



**Contenue**

---

Recherche de la Protection Suisse des Animaux PSA: «Analyse de marché de la viande sous label»	3
1. Situation de départ	3
2. Vue d'ensemble de la situation actuelle et évolution sur le marché de la viande sous label	3
2.1 Les parts de marché des labels stagnent ou sont même en recul	3
2.2 Distorsion des prix sur le marché avec différences de prix excessives – pas de véracité des coûts	4
2.3 Rémunération insuffisante des valeurs ajoutées par les prestations de bien-être animal	7
Annexe: Résultats de l'analyse de marché de la viande sous label	8
Sources	9
Exigences à l'égard des acteurs du marché et de la politique	10

---

© 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 CCP 40-33680-3  
psa@protection-animaux.com, www.protection-animaux.com

**Auteur**

**2** Dr Stefan Flückiger, directeur de la politique agricole

**Recherche de la Protection Suisse des Animaux PSA:  
«Analyse de marché de la viande sous label»**

<b>Questionnement:</b>	Comment évolue le marché de la viande sous label, en particulier sous l'angle du nombre d'animaux détenus de manière conforme à l'espèce?  Le rapport entre les prix des produits conventionnels, sous label et bio renseignent-ils sur les raisons de la stagnation des ventes de la viande sous label?  Dans quelle mesure les producteurs de prestations de bien-être animal profitent-ils des prix de vente payés par le consommateur?
<b>Réalisation:</b>	décembre/janvier 2020
<b>Base de données:</b>	Collaboration entre PSA et Metzger-Treuhand (voir récapitulatif dans la mention des sources)

## 1. Situation de départ

Concernant la vente de viande sous label produite dans le respect des animaux (viande bio comprise), une tendance négative se dessine actuellement dans de nombreux secteurs d'assortiment. Le mouvement en faveur du bien-être animal s'en ressent. En effet, malgré les programmes de soutien de la Confédération (SST/SRPA) et les sensibilités actuelles en matière de consommation éthiquement responsable, il s'essouffle. Un facteur est le système de fixation des prix: de nombreux clients nous font régulièrement remarquer que les assortiments des labels et bio sont trop chers, en particulier par rapport aux produits conventionnels.

Les recherches de la PSA se concentrent d'une part sur le nombre d'animaux détenus dans le respect de l'espèce (animaux sous label et bio). D'autre part, elles mettent l'accent sur la structure des prix des trois niveaux de qualité (viande conventionnelle, sous label et bio). Le terme de «label» désigne les animaux qui sont élevés dans des systèmes de production recommandés par la protection Suisse des Animaux PSA (évaluation des labels [www.mangeravecducoeur.ch](http://www.mangeravecducoeur.ch))<sup>1</sup> tels qu'IP Suisse, Coop Naturafarm, Bio Suisse, viande de bœuf Swiss Premium et Bœuf de pâturage.

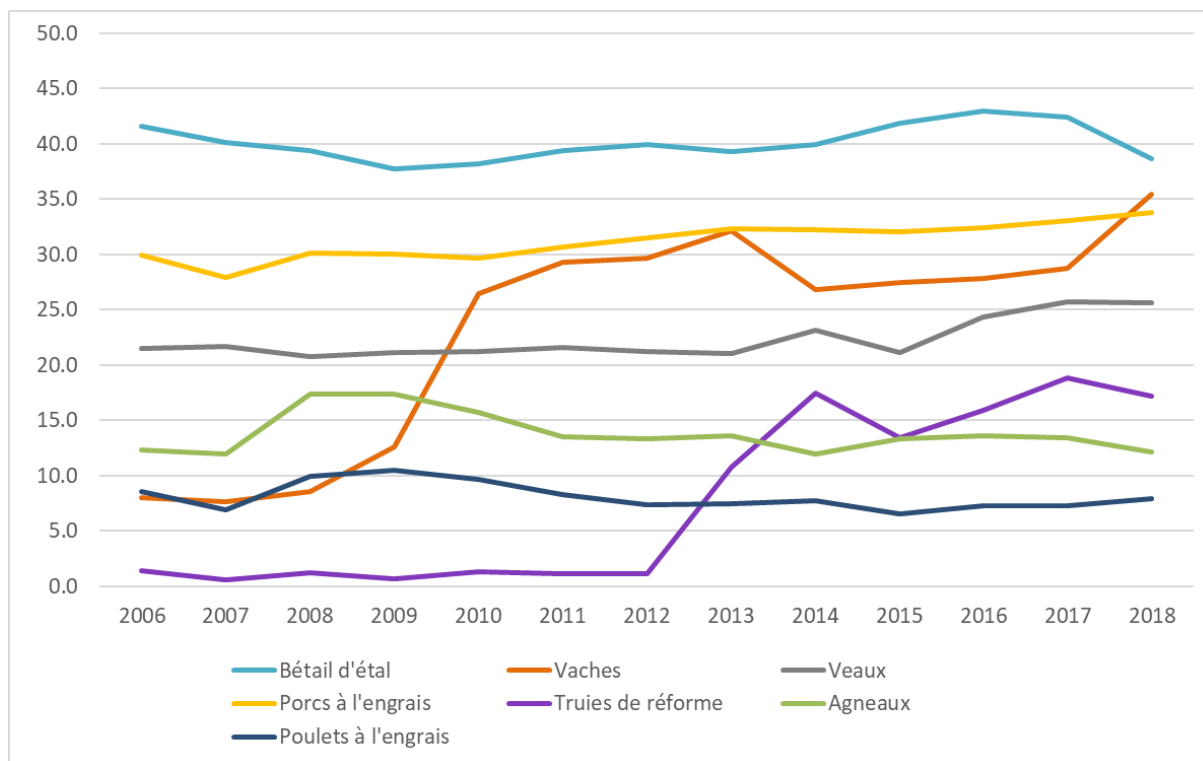
## 2. Vue d'ensemble de la situation actuelle et évolution sur le marché de la viande sous label

### 2.1 Les parts de marché des labels stagnent ou sont même en recul

Le mouvement en faveur du bien-être animal, c'est-à-dire l'évolution vers davantage de produits sous label respectueux des animaux stagne, en particulier en ce qui concerne la viande sous label. La figure 1 montre la part en pour cent des animaux sous label en relation avec le total des animaux abattus pour la période entre 2006 et 2018. Comme plusieurs détaillants ont redimensionné ou même suspendu leurs programmes de label en 2019, il faut s'attendre à des réductions non négligeables pour l'année écoulée dans différentes catégories d'animaux. Les pourcentages de la figure 1 correspondent, dans les catégories principales sans volaille, à environ 1,1 million d'animaux sous label en tout, ce qui représente 32 % des 3,4 millions d'animaux abattus en tout. Dans le cas des poulets d'engraissement, la part des labels et du bio était nettement moindre avec 5,7 millions sur 72,3 millions d'animaux en tout (soit 7,8 %).

La majeure partie de la viande sous label et bio est vendue dans le commerce de détail. Ces valeurs sont particulièrement faibles dans la gastronomie et ne représentent que quelques points de pourcentage. Ceci bien que 51 % de la viande soit écoulée dans le canal de la restauration (commerce de détail 49 % = 217 000 t, selon les chiffres Nielsen 2019). Au total, 445 000 t de viande ont été vendues en 2018 (Proviande 2019).

1 La récente évaluation des labels de la Protection Suisse des Animaux PSA [www.mangeravecducoeur.ch](http://www.mangeravecducoeur.ch) renseigne sur les labels et normes recommandés (dans un premier temps pour la viande uniquement, le lait et les œufs seront ajoutés en 2020).

**Figure 1: Parts des labels du total des animaux abattus en pour cent (évolution de 2006 à 2018)**

Source: données USP 2019 et OFAG 2019 (OFAG: données SRPA pour le calcul de la part de label des poulets)

### Conclusion 1:

Les parts des labels restent à un faible niveau (poulet, agneau), stagnent ou sont même en recul (bétail d'étal/vaches, veaux et porcs à l'engraissement), comme ce fut surtout le cas en 2019. En Suisse, le mouvement de bien-être animal risque d'échouer puisque malgré les aides de l'État, la production respectueuse de l'espèce régresse. La situation est toujours telle qu'à peine un tiers des animaux se trouve dans les systèmes de production que la PSA peut recommander. Dans le cas des poulets à l'engraissement, cette proportion n'est que de 8%.

## 2.2 Distorsion des prix sur le marché avec différences de prix excessives – pas de véracité des coûts

En matière d'analyse des prix, cette étude se concentre sur le commerce de détail. Les acteurs du marché identifient les raisons du recul essentiellement dans le manque de disposition des clients à payer davantage. L'analyse des prix vise à examiner ces arguments en profondeur sur la base des produits standard des catégories bœuf et porc. Comme les structures des prix diffèrent, les résultats des trois niveaux de qualité sont présentés séparément dans le tableau 1 avec d'un côté les grands distributeurs (Coop, Migros) et les discounters (Aldi, Lidl et Denner).

Concernant les assortiments conventionnels (c'est-à-dire la production conforme à la loi sur la protection des animaux), les marges et donc aussi les prix sont de loin les plus faibles (sans les promotions ni les importations). Tout indique que les prix de vente sont maintenus artificiellement à un niveau bas pour rester concurrentiels dans un marché où la guerre des prix fait rage. En tenant compte des promotions et des importations, les résultats pourraient être encore plus spectaculaires. Cette évolution est problématique à deux titres: la promotion de produits non durables a pour effet d'externaliser divers coûts (p. ex. la souffrance des animaux, l'impact sur

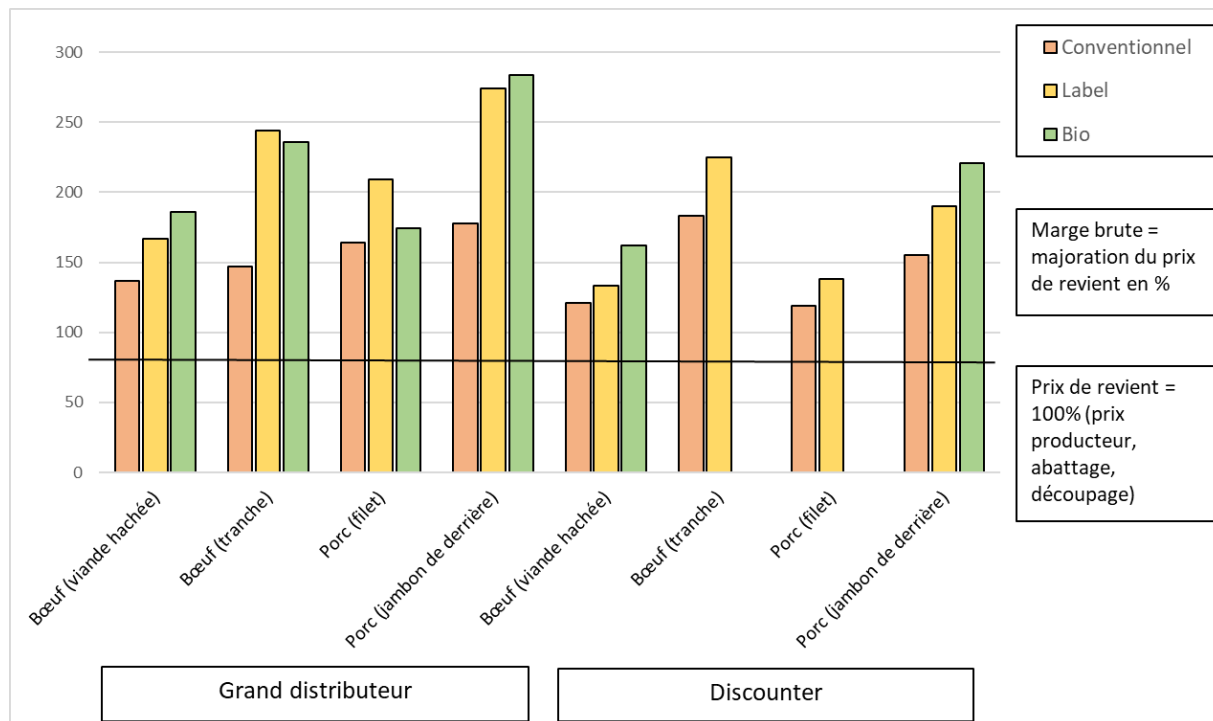
l'environnement). De plus, les différences de prix avec les produits sous label sont excessives. En fixant les prix sur la base des calculs des marges pratiqués jusqu'à présent, les prix des labels sont excessivement onéreux et donc, difficilement concurrentiels sur le marché. Ce constat vaut pour les grands distributeurs et les discounters, bien qu'à des niveaux différents.

**Tableau 1: Marges des distributeurs pour quatre produits de viande standard (répartition, moyenne), divisées entre «Grands distributeurs» et «Discounters»**

		Marge brute en %: Différence entre prix de vente et prix de revient calculé (mat. brute, y c. abattage, découpage)	
		Grand distributeur	Discounter
Bœuf (viande hachée)	conventionnel	17-73% (Ø = 37%)	17-29% (Ø = 21%)
	Label	45-89% (Ø = 67%)	29-37% (Ø = 33%)
	Bio	61-111% (Ø = 86%)	62%
Bœuf (tranche)	conventionnel	12-82% (Ø = 47%)	83%
	Label	122-166% (Ø = 144%)	125%
	Bio	125-148% (Ø = 136%)	-
Porc (filet)	conventionnel	21-104% (Ø = 64%)	7-27% (Ø = 19%)
	Label	90-121% (Ø = 107%)	36-39% (Ø = 38%)
	Bio	50-98% (Ø = 74%)	-
Porc (jambon de derrière)	conventionnel	53-126% (Ø = 78%)	55%
	Label	151-184% (Ø = 169%)	90%
	Bio	171-196% (Ø = 184%)	121%

Source: résultats de l'analyse de marché de la viande sous label par la PSA, calcul des prix de revient standardisé (matière première, y compris abattage, découpage) sur la base des prix du bétail de boucherie de la semaine 49/2019 par Metzger-Treuhand.

**Figure 2: Vue d'ensemble des marges de distributeur moyennes pour quatre produits de viande standard réparties entre «Grands distributeurs» et «Discounters»**



Source: résultats de l'analyse de marché de la viande sous label par la PSA, calcul des prix de revient standardisé (matière première, y compris abattage, découpage) sur la base des prix du bétail de boucherie de la semaine 49/2019 par Metzger-Treuhand.

**Conclusion 2:**

- Distorsion sur le marché – les assortiments de viande de production durable et respectueuse des animaux ne sont pas positionnés de manière attractive sur le marché. Par rapport aux prix des assortiments de label et bio, les prix des assortiments conventionnels sont maintenus bas et proposés au-dessous de leur valeur normale (à des «prix agressifs»). Les ventes sont ainsi soutenues de manière unilatérale, la véracité des coûts n'existe pas (dumping au détriment du développement durable et des animaux!).
- Bien qu'il faille tenir compte d'éléments particuliers dans les coûts (p. ex. dépréciations, utilisation partielle de l'animal), les différences de prix importantes ne sont pas justifiables. Le fait est qu'en raison des différences de prix élevées entre la viande sous label et conventionnelle, le potentiel important des produits sous label ne peut pas être pleinement exploité.

### 2.3 Rémunération insuffisante des valeurs ajoutées par les prestations de bien-être animal

Les énormes différences entre les prix de vente des produits sous label et conventionnels ne se retrouvent pas dans les prix payés aux producteurs. Les producteurs sous label n'en profitent pratiquement pas, leurs parts dans la création de valeur complète sont par conséquent inférieures à celles qu'ils obtiendraient avec des produits conventionnels (voir tableau 2). Il faut en particulier partir du principe que l'effort supplémentaire et les coûts des investissements supplémentaires ne sont pas pleinement couverts (ces questions sont examinées dans un projet de recherche en cours).

**Tableau 2: Résumé de la part moyenne versée aux producteurs de viande (prix de la matière première/kg PA) en relation avec le prix de vente**

		Part producteur grand distributeur en %	Part producteur discounter en %	Prix producteur en sem. 49/2019 en CHF/kg PA
Bœuf (tous les produits)	conventionnel	52%	57%	9.50
	Label	35%	48%	10.10/12.10 *
	Bio	33%	50%	9.50/11.70/12.50 *
Porc (tous les produits)	conventionnel	19%	22%	4.65
	Label	13%	19%	4.95/5.15 *
	Bio	14%	16%	6.50

\* = correspond, suivant le produit, aux prix des différents producteurs sous label.

Source: résultats de l'analyse de marché de la PSA de la viande sous label sur la base du calcul des marges, prix du bétail de boucherie en semaine 49/2019, calculé par Metzger-Treuhand.

#### Conclusion 3:

- Les parts des producteurs dans la création de valeur totale sont nettement inférieures pour les produits sous label à celles dans l'assortiment conventionnel. Dans ces conditions, les producteurs ne peuvent pas participer proportionnellement au marché, bien que ce soit eux qui produisent les plus-values du bien-être animal. Un système de prix privant le producteur de la valeur ajoutée obtenue ne peut pas être qualifié de «juste».
- Si le marché ne prend pas ses responsabilités et ne rétribue pas entièrement les prestations de bien-être animal produites et conformes au marché, le fonctionnement des marchés dans le secteur agro-alimentaire doit sans délai être remis en question. L'État doit être chargé de prendre des mesures pour faire évoluer la situation.

## Annexe: Résultats de l'analyse de marché de la viande sous label

Les résultats de l'analyse de marché sont représentés de manière anonymisée (c'est-à-dire Grand distributeur 1, Grand distributeur 2, Discounter 1, Discounter 2, Discounter 3)

**Tableau 3: Résultats de l'analyse de marché pour le bœuf (viande hachée, tranches de bœuf)**

Entreprise	conventionnel, label, bio	Produit	Recette: Prix de vente en CHF/kg	Marge brute: Supplément sur le prix de revient en %	Prix de revient: matière première, abattage, découpage en CHF/kg sem. 49/19	Matière brute: prix producteur en CHF/kg PA
<b>Viande hachée:</b>						
Grand distributeur 1	Bœuf	Viande hachée	13.90	17%	11.83	9.50
Grand distributeur 1	Bœuf	Viande hachée	20.50	73%	11.83	9.50
Grand distributeur 1	Bœuf, label	Viande hachée	23.50	89%	12.44	10.10
Grand distributeur 1	Bœuf, bio	Viande hachée	25.00	111%	11.83	9.50
Grand distributeur 2	Bœuf	Viande hachée	13.90	17%	11.83	9.50
Grand distributeur 2	Bœuf	Viande hachée	16.50	39%	11.83	9.50
Grand distributeur 2	Bœuf, label	Viande hachée	18.00	45%	12.44	10.10
Grand distributeur 2	Bœuf, bio	Viande hachée	19.00	61%	11.83	9.50
Discounter 1	Bœuf	Viande hachée	13.90	17%	11.83	9.50
Discounter 1	Bœuf, label	Viande hachée	16.00	29%	12.44	10.10
Discounter 2	Bœuf	Viande hachée	15.30	29%	11.83	9.50
Discounter 2	Bœuf, bio, Pâturage	Viande hachée	23.30	62%	14.40	11.70
Discounter 3	Bœuf	Viande hachée	13.90	17%	11.83	9.50
Discounter 3	Bœuf, label	Viande hachée	17.07	37%	12.44	10.10
<b>Tranche de bœuf</b>						
Grand distributeur 1	Bœuf	Tranche de bœuf	21.30	12%	19.02	9.50
Grand distributeur 1	Bœuf, Label, Pâturage	Tranche de bœuf	55.00	122%	24.83	12.10
Grand distributeur 1	Bœuf, bio, Pâturage	Tranche de bœuf	57.50	125%	25.61	12.50
Grand distributeur 2	Bœuf	Tranche de bœuf	34.70	82%	19.02	9.50
Grand distributeur 2	Bœuf, label	Tranche de bœuf	53.50	166%	20.15	10.10
Grand distributeur 2	Bœuf, bio, Pâturage	Tranche de bœuf	57.50	148%	23.15	11.70
Discounter 1	Bœuf, label	Tranche de bœuf	45.40	125%	20.15	10.10
Discounter 3	Bœuf	Tranche de bœuf	34.80	83%	19.02	9.50

Source: résultats de l'analyse de marché de la viande sous label de la protection Suisse des Animaux PSA: relevé des prix de vente au POS dans le commerce de détail, Internet; calcul des prix de revient standardisé (matière première, y compris abattage, découpage) et réalisé selon les prix du bétail de boucherie de la semaine 49/2019 par Metzger-Treuhand.



**Tableau 4: Résultats de l'analyse de marché pour le porc (filet, jambon de derrière)**

Entreprise	conventionnel, label, bio	Produit	Recette: Prix de vente en CHF/kg	Marge brute: Supplément sur le prix de revient en %	Prix de revient: matière première, abattage, découpage en CHF/kg sem. 49/19	Matière brute: prix producteur en CHF/kg PA
<b>Filet de porc</b>						
Grand distributeur 1	Porc	Filet	22.50	21%	18.59	4.65
Grand distributeur 1	Porc, label	Filet	44.50	121%	20.14	5.15
Grand distributeur 1	Porc, bio	Filet	47.50	98%	23.95	6.50
Grand distributeur 2	Porc	Filet	31.00	67%	18.59	4.65
Grand distributeur 2	Porc	Filet	38.00	104%	18.59	4.65
Grand distributeur 2	Porc, label	Filet	37.00	90%	19.50	4.95
Grand distributeur 2	Porc, label	Filet	41.00	110%	19.50	4.95
Grand distributeur 2	Porc, bio	Filet	36.00	50%	23.95	6.50
Discounteur 1	Porc	Filet	19.90	7%	18.59	4.65
Discounteur 1	Porc, label	Filet	26.60	36%	19.50	4.95
Discounteur 2	Porc	Filet	23.70	27%	18.59	4.65
Discounteur 3	Porc	Filet	22.50	21%	18.59	4.65
Discounteur 3	Porc, label	Filet	27.08	39%	19.50	4.95
<b>Jambon de derrière:</b>						
Grand distributeur 1	Porc	Jambon de derrière	19.60	53%	12.77	4.65
Grand distributeur 1	Porc	Jambon de derrière	28.90	126%	12.77	4.65
Grand distributeur 1	Porc, label	Jambon de derrière	39.10	184%	13.76	5.15
Grand distributeur 1	Porc, bio	Jambon de derrière	53.50	196%	18.07	6.50
Grand distributeur 2	Porc	Jambon de derrière	19.75	55%	12.77	4.65
Grand distributeur 2	Porc, label	Jambon de derrière	36.00	173%	13.17	4.95
Grand distributeur 2	Porc, label	Jambon de derrière	33.00	151%	13.17	4.95
Grand distributeur 2	Porc, bio	Jambon de derrière	49.00	171%	18.07	6.50
Discounteur 1	Porc, label	Jambon de derrière	25.00	90%	13.17	4.95
Discounteur 1	Porc, bio	Jambon de derrière	39.90	121%	18.07	6.50
Discounteur 3	Porc	Jambon de derrière	19.80	55%	12.77	4.65

Source: résultats de l'analyse de marché de la viande sous label de la protection Suisse des Animaux PSA: relevé des prix de vente au POS dans le commerce de détail, Internet; calcul des prix de revient standardisé (matière première, y compris abattage, découpage) et réalisé selon les prix du bétail de boucherie de la semaine 49/2019 par Metzger-Treuhand.

### Sources

- Agristat, part des labels dans la production indigène totale (animaux abattus) entre 2006 et 2018, 2019
- Office fédéral de l'agriculture, chiffres SRPA entre 2006 et 2018 (poulets à l'engraissement), 2019
- Grands distributeurs/discounters: prix de vente dans le commerce de détail (relevé au POS, sur Internet), base de données de la semaine 49/2019, 2019
- Metzger-Treuhand, prix des producteurs, prix de revient standardisés (semaine 49/2019), 2019
- Nielsen, chiffres des ventes dans le commerce de détail 2018, chiffres des panels, 2019
- Proviande, production et consommation de viande en 2018, 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](http://www.mangeravecducoeur.ch)

## Exigences à l'égard des acteurs du marché et de la politique

Sur la base de nos connaissances de la situation actuelle du marché et des résultats de l'analyse du marché effectuée par la Protection Suisse des Animaux PSA, nous formulons les exigences suivantes:

### Acteurs du marché

#### **Exigence 1: responsabilité d'une production éthiquement responsable assortie d'étapes concrètes**

Le secteur de la viande et le commerce de détail doivent prendre leurs responsabilités à l'égard d'une production éthiquement responsable et assurer la transparence. Des étapes concrètes assorties de mesures contraignantes doivent être définies.

Les mesures concrètes montrent comment les ventes de viande sous label peuvent être stimulées à court (1er/2e semestre 2020), moyen (2021) et long terme (2022).

#### **Exigence 2: convergence des prix de vente et de la véracité des coûts dans l'optique du bien-être animal**

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 bio. Nous exigeons des rapports compréhensibles entre les assortiments sous label et conventionnels.

Des mesures concrètes doivent éliminer les distorsions au niveau des prix pratiqués sur le marché et permettre de positionner les assortiments sous label de manière plus attractive.

#### **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 couvrir les coûts des prestations de bien-être animal supplémentaires «commandées» (travail, investissement). Les corrections de prix en magasin ne doivent donc pas avoir lieu au détriment des prix payés aux producteurs.

La rémunération de la valeur ajoutée des prestations de bien-être animal doit être juste et donc dans un rapport compréhensible avec le prix de vente.

### Politique

#### **Exigence 4: incitations à fournir des prestations et à développer des programmes de bien-être animal**

La Confédération doit créer des incitations pour que la production de prestations de bien-être animal soit plus attractive. Les efforts allant dans le sens d'une production alimentaire durable doivent être encouragés.

PA22+: selon le principe «Les contributions doivent être versées à ceux qui produisent plus de bien-être animal», il est nécessaire de mettre davantage de moyens à la disposition des programmes correspondants.