

## **Brisons le tabou**

# **Prix aux producteurs Prix aux consommateurs**

*Ce document a pour objectif de contribuer à briser le mythe d'une agriculture trop chère. Il démontre qu'il est possible de rémunérer de manière juste les personnes qui travaillent la terre tout en gardant les denrées alimentaires accessibles pour les consommateurs. Consommateurs et producteurs peuvent construire une souveraineté alimentaire qui soit un vrai projet de société.*

*Ce document édité pour une première fois en 2009 pour commémorer la journée internationale des luttes paysannes est mis à jour et réédité en 2013.*

*Ce document a permis de réaliser un dépliant A4 de 6 feuillets. Dépliant disponible sur le site [www.uniterre.ch](http://www.uniterre.ch), dossier journée des luttes paysannes.*

Ce document a été réalisé par le syndicat paysan Uniterre.

Avec le soutien de l'Affaire TourneRêve (Genève).

[www.tournereve.ch](http://www.tournereve.ch)



Uniterre, av. du Grammont 9, 1007 Lausanne. [www.uniterre.ch](http://www.uniterre.ch), [info@uniterre.ch](mailto:info@uniterre.ch)

## Table des matières

1.	Introduction .....	3
1.1	Problématique.....	3
1.2	Pour une autre politique.....	4
2	Dépenses publiques pour l'agriculture .....	5
2.1	Bref historique .....	5
2.2	Des soutiens étatiques raisonnables.....	5
3	Dépenses des consommateurs .....	8
3.1	Les mythes.....	8
3.2	Les faits .....	8
3.3	Pouvoir d'achat.....	9
3.4	Dépenses des ménages .....	10
4	La chaîne agro-alimentaire, marges et prix .....	13
4.1	Comparaison des prix des producteurs et des consommateurs .....	13
4.2	Rôles des acteurs dans la chaîne agro-alimentaire .....	13
4.2.1	Exemple du lait en France .....	14
4.2.2	Exemple du bœuf en France.....	15
4.2.3	Exemple de la volaille en France.....	15
4.3	Politique de prix des distributeurs .....	16
4.3.1	Produits laitiers .....	16
4.3.2	Pains .....	18
5	Prix à la production et à la consommation .....	21
5.1	Prix rémunérateur .....	21
5.2	Calcul du prix rémunérateur pour le blé.....	21
5.3	Impact d'une hausse du prix du blé sur le consommateur.....	23
5.4	Calcul du prix rémunérateur pour le lait.....	24
5.5	Impact d'une hausse du prix du lait sur le consommateur .....	25
5.6	Rétribution de la famille.....	25
6	Consentement du consommateur à payer plus .....	26
6.1	Les raisons de choisir « suisse » pour le consommateur .....	26
6.2	Les différents types de consommateurs.....	26
7	Externalités positives de l'agriculture locale.....	27
8	Depuis 2009, deux initiatives rémunératrices .....	28
9	Conclusion.....	29
10	Bibliographie .....	30

# 1. Introduction

## 1.1 Problématique

Depuis de nombreuses années, Uniterre s'engage pour que les familles paysannes puissent obtenir des prix rémunérateurs pour leurs produits. Ces prix doivent obligatoirement au moins couvrir les coûts de production. Sans cela, le marché ne remplit pas son rôle. Si nous voulons maintenir une agriculture vivante, transmissible de génération en génération, à taille humaine, de proximité et écologique, il n'y a pas d'autres voies que la rémunération juste et équitable des personnes qui travaillent la terre.

Aujourd'hui, nous n'y parvenons pas. Ni ici, ni ailleurs. Le rapport de force au sein des filières agro-alimentaires n'est pas en faveur des familles paysannes et des travailleurs. Le premier maillon de la chaîne est le plus souvent oublié lorsqu'il s'agit de répartir la valeur ajoutée au sein de la filière. La concentration dans la distribution et dans l'industrie et le manque d'organisation des paysans ne favorisent de loin pas un dialogue équitable entre les différents acteurs.

Autre biais qui existe dans les relations avec les distributeurs est que ces derniers propagent le « *mythe de l'exploitation de montagne Heidi* » dans leurs publicités alors que leur politique de prix n'encourage qu'à une seule chose : à rationaliser les coûts par un agrandissement des structures et par une pression sur les salaires. Dans la réalité, les distributeurs promeuvent les grandes structures alors que l'imagerie diffusée au grand public est celle des petites exploitations auxquelles le consommateur est émotionnellement attaché. Ils sont gagnants sur les deux plans.

Dans les campagnes, l'érosion du nombre d'exploitations est dramatique. Elle se situe à environ 1'500 par an, soit 4-5 par jour.

Cet état de fait est, de plus, largement influencé par un commerce international facilité par l'abaissement des protections à la frontière. Des modèles de production opposés ou en tous les cas non comparables sont mis en concurrence. Ainsi, une agriculture de proximité se voit quasi en devoir de concourir avec une agriculture industrielle qui ne prend en compte aucun facteur écologique ou social. Cette optique d'un commerce essentiellement basé sur le principe des avantages comparatifs (produire où c'est le « moins cher ») ne peut qu'entraîner les prix vers le bas car, à moyen terme, les impacts écologiques et sociaux ne sont pas suffisamment pris en compte par celles et ceux qui décident des politiques agricoles ou commerciales.

Pourtant, nos prix à la production sont souvent comparés avec un prix supposé « mondial » qui est complètement artificiel. Il est en effet basé sur le prix de référence de surplus bradés sur les marchés internationaux. Par définition, les prix de denrées bradées n'ont plus aucun lien avec les coûts de production. Ce commerce effréné de denrées alimentaires -en cherchant toujours à trouver la denrée au plus bas prix- a des conséquences écologiques et énergétiques très, trop importantes. Vouloir sans cesse comparer l'agriculture suisse à l'agriculture européenne, en arguant que cette seconde est plus performante, est une aberration. En effet, la politique agricole européenne cumule les faiblesses : chaque minute, trois exploitations disparaissent en raison de conditions économiques désastreuses. Les impacts écologiques sont très importants avec, dans certaines régions, des pollutions dramatiques. L'occupation décentralisée du territoire est loin d'être assurée ; des régions entières sont désertées. Enfin, cette politique est loin d'obtenir la légitimité et le soutien de la population. Il y a donc de quoi être surpris par cette

démarche comparative qui aurait pour but de nous convaincre que l'objectif est de s'approcher de ce type de système moribond.

Pour des raisons sociales, économiques et écologiques, il faut absolument repenser nos politiques agricole, alimentaire et commerciale. En Suisse comme dans d'autres entités politiques.

## **1.2 Pour une autre politique**

Il faut aujourd'hui changer de paradigme. Uniterre se bat depuis plus de 15 ans pour réorienter nos politiques agricole et alimentaire vers le concept de souveraineté alimentaire. Celui-ci appelle à une relocalisation de la production et de la consommation en donnant la priorité à la production indigène durable pour nourrir la population, à garantir l'accès aux ressources naturelles, à la terre et aux crédits, à rémunérer les paysans par des prix équitables, à garantir une information transparente aux consommateurs, à autoriser une protection aux frontières pour se protéger du dumping. La souveraineté alimentaire est sans aucun doute une des voies pour rétablir la vérité sur les prix.

Une agriculture de proximité, rémunérée correctement, et des filières alimentaires qui répartissent plus équitablement la valeur ajoutée nous permettraient d'augmenter le nombre de personnes actives dans le secteur agricole. Car Uniterre en est persuadé, les nombreuses tâches attribuées à l'agriculture nécessitent plus de monde dans le secteur.

Nous estimons qu'une hausse justifiée des prix à la production n'aura pas un impact démesuré sur le budget des ménages.

Nous pensons que les consommateurs suisses sont prêts à faire le pas de payer un peu plus, s'ils sont convaincus que la différence de prix permettra de rémunérer les personnes qui travaillent dans le premier maillon de la chaîne ; les familles paysannes et les travailleurs agricoles.

Nous sommes persuadés que les citoyen-ne-s de notre région ne pourront trouver que des avantages à une agriculture de proximité dynamique et rémunérée équitablement. Elle apportera sa contribution à l'écologie, à l'économie locale et répondra aux diverses attentes de notre société.

Il y a un point essentiel à ne jamais perdre de vue lorsqu'il s'agit de parler d'agriculture : la nourriture est un bien essentiel dont nous ne pouvons nous passer.

**Uniterre est convaincu qu'avec des relations plus justes dans le marché, nous pouvons produire de qualité, de proximité, écologique, tout en permettant à l'ensemble de la société d'avoir accès à ces produits.**

**La souveraineté alimentaire est un projet de société qui permet à tout un chacun de faire de l'agriculture et de l'alimentation l'affaire de toutes et tous !**

**C'est ce que nous allons démontrer dans les pages qui suivent.**

## 2 Dépenses publiques pour l'agriculture

L'idée largement répandue est que l'Etat dépense des sommes importantes pour l'agriculture. Il subventionnerait les exploitations agricoles à coups de milliards. Quels sont les montants réels qui sont versés à l'agriculture et pour quels objectifs ?

### 2.1 *Bref historique*

Dès les années 1990, la Suisse a entamé, par étapes, une réforme profonde de la politique agricole. La première phase consistait à découpler les prix du revenu ; en clair, les prix des produits ne devaient plus être « artificiellement » soutenus par la Confédération. Le marché devait théoriquement fixer le niveau des prix. En parallèle, des soutiens à l'agriculture, sous forme de paiements directs, étaient versés aux exploitants.

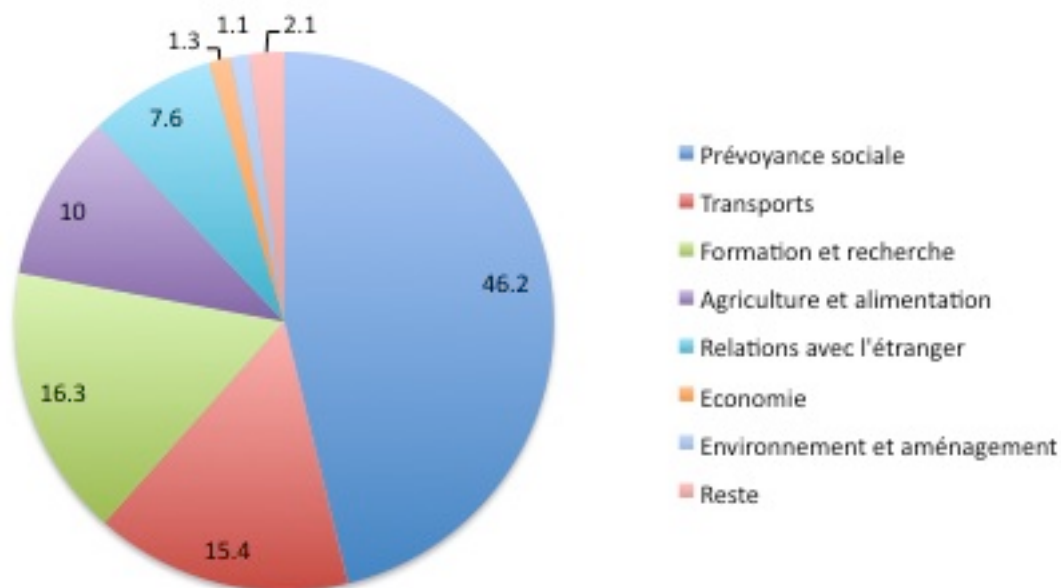
Dans une seconde étape, ces soutiens ont été exclusivement versés aux exploitants fournissant des prestations écologiques de base. C'est le pas supplémentaire de « l'éco-conditionnalité ». Ainsi, les paiements directs sont une rémunération par l'Etat de la famille paysanne, pour une prestation spécifique qu'elle fournit à la société. Une contrepartie à ce paiement est donc réalisée. Ce travail résulte des nouvelles tâches que la société, par le biais de votations populaires, a assignées aux familles paysannes : la multifonctionnalité.

Les étapes suivantes ont consisté à libéraliser de plus en plus les marchés agricoles et à réduire l'intervention de l'Etat au strict minimum. Les producteurs doivent ainsi se confronter aux réalités des marchés : être en mesure de négocier dans des situations où les transformateurs et les grands distributeurs dictent le pas. Des interprofessions, sensées mettre les acteurs autour d'une table de négociation ont été mises en place avec des succès plus ou moins probants suivant les filières.

### 2.2 *Des soutiens étatiques raisonnables*

La part des dépenses de la Confédération attribuée à l'agriculture est de 10%. Néanmoins, **si l'ensemble des dépenses publiques est pris en compte (communes, cantons et Confédération), la part octroyée à l'agriculture chute drastiquement. En 2009 par exemple, elle se situait à 3%**. La raison est que les dépenses pour l'agriculture sont une « affaire fédérale ». Nous sommes donc a priori très loin d'un arrosage massif des exploitations.

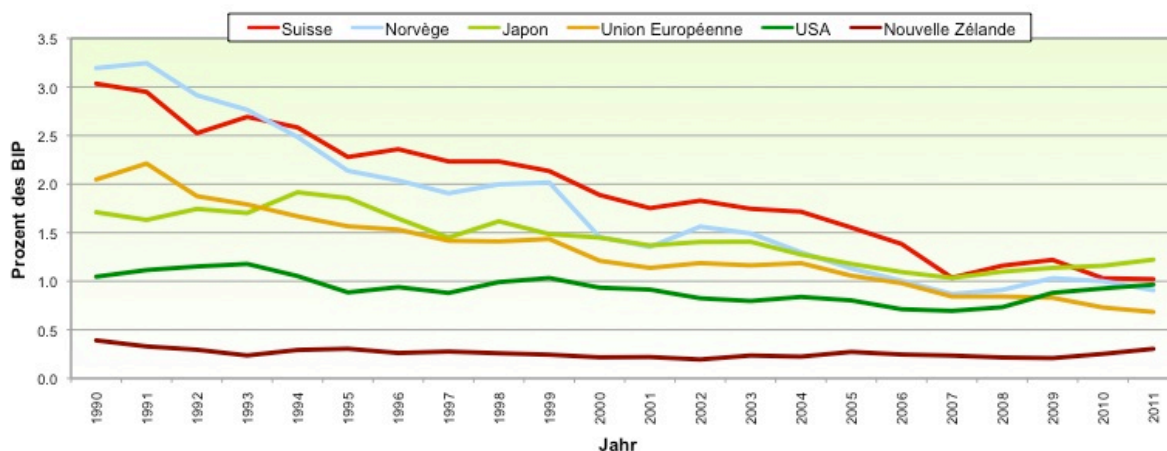
**Figure 1 : Dépenses de la Confédération en % des dépenses totales. Source : administration fédérale des finances 2012**



Depuis 10 ans, nous constatons une baisse continue des montants alloués à l'agriculture suisse. D'abord essentiellement consacrés aux soutiens aux marchés, ils sont aujourd'hui essentiellement alloués aux paiements directs, des rémunérations qui rétribuent des prestations diverses fournies par l'agriculture à la demande de la société.

Par ailleurs, en comparaison internationale, il est vrai que les soutiens à l'agriculture Suisse sont élevés. Mais alors qu'ils ont diminué en Suisse, ils sont restés constants voire ont augmenté aux USA et en Nouvelle Zélande, pays souvent cités comme très libéraux.

**Figure 2 : Soutien de l'agriculture en pourcent du PIB. Source : USP 2012**



Si nous estimons que 3% à 5% des dépenses publiques permettent d'assurer la mise en place de conditions cadres pour une agriculture de qualité et de proximité qui ménage les ressources naturelles et l'environnement tout en produisant 55% des

calories nécessaires aux besoins de la population, cela paraît objectivement raisonnable. Il ne s'agit pas ici de minimiser l'implication des collectivités publiques dans le secteur agricole, mais bien de faire remarquer que contrairement à ce que l'on croit, ce n'est de loin pas une dépense majeure.

Aujourd'hui, cette agriculture paysanne de proximité, écologique et ménageant le climat, **est menacée**. Menacée par des politiques agricoles toujours plus libérales, par les rapports de forces inégaux sur les marchés et, par les tentatives de certains milieux de réduire les budgets destinés à l'agriculture.

### 3 Dépenses des consommateurs

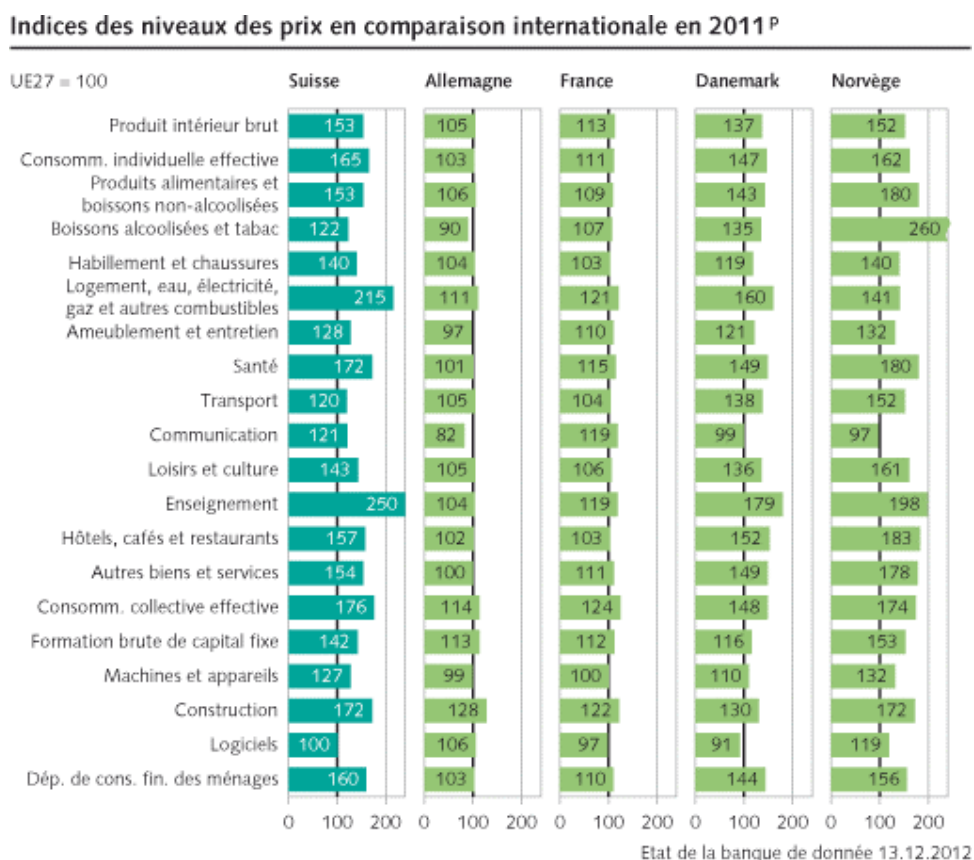
#### 3.1 Les mythes

Il n'est pas rare que l'agriculture soit perçue comme un des facteurs clé de « l'îlot de cherté » suisse. Nos autorités fédérales n'ont eu de cesse de le marteler, notamment dans le cadre des discussions sur un éventuel accord de libre-échange agroalimentaire avec l'Union européenne. Pour leur part, les grands distributeurs répètent à l'envie que l'achat des matières premières agricoles indigènes est onéreux alors que leurs propres marges sont les plus élevées sur le Continent. Un certain nombre de transformateurs tiennent le même discours.

#### 3.2 Les faits

En comparaison internationale (excepté la Norvège), le consommateur suisse est celui qui dépense le moins pour l'alimentation dans son budget. De plus, depuis près de 10 ans, les prix alimentaires en Suisse sont restés relativement stables. Ils ont même baissé en 2011 et 2012 sous la pression de la crise de l'euro. En tenant compte du renchérissement et de l'évolution des prix à la consommation, les prix de l'alimentation ont également baissé par rapport à d'autres biens de consommation.

**Figure 3 : comparaison des indices des prix en Suisse et dans certains pays européens. 100= moyenne de l'UE27. Source : Eurostat, OFS et USP 2012**



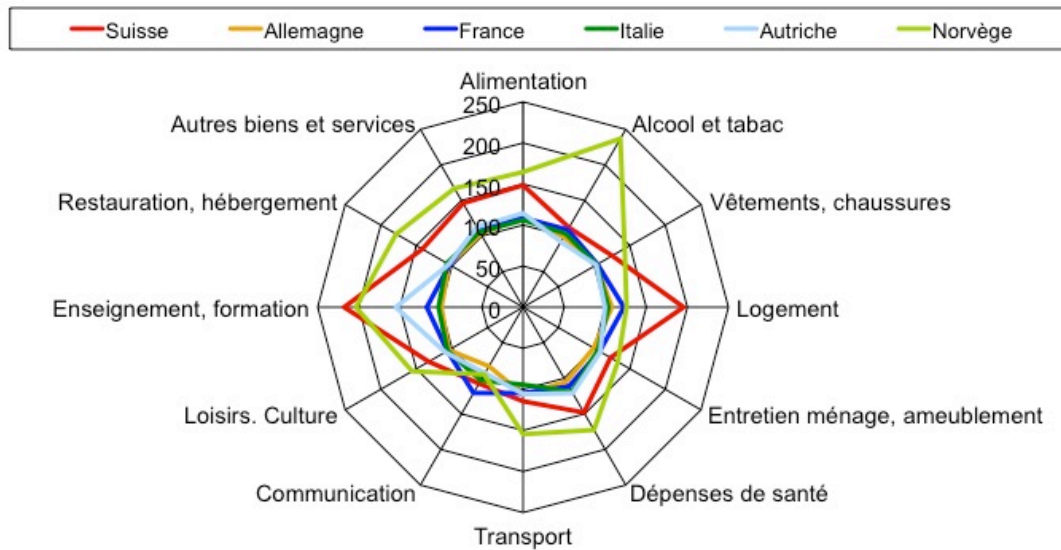
Source: Eurostat

© OFS

*Exemple de lecture "Produits alimentaires et boissons non alcoolisées" : En 2011, un panier-type d'utilité équivalente coûtait 153 CHF en Suisse, 106 CHF en Allemagne, 109 CHF en France, 143 CHF au Danemark et 180 CHF en Norvège. Son coût moyen dans les 27 Etats membres de l'UE était de 100 CHF.*



Figure 4 : Indice du niveau des prix en 2010. Source : Eurostat - statistiques USP 2012



100= moyenne des Etats européens

Nous constatons que si en comparaison européenne, nous restons un pays « plus cher », cela ne se réduit pas à la question alimentaire. Nous sommes particulièrement mal positionnés pour les postes « logement » ou « formation et enseignement ».

### 3.3 Pouvoir d'achat

Le pouvoir d'achat est une donnée qui permet de comparer différentes situations. En effet, le prix à l'étalage ne dit pas grand-chose sur la capacité d'un consommateur à acquérir un produit. Mais en intégrant dans le calcul le salaire et les possibilités financières d'une personne à un endroit donné, il est alors possible de faire des comparaisons.

Parmi les 4 villes au plus haut pouvoir d'achat sur le plan mondial, on trouve Zurich (1) et Genève (4), les deux principales villes de notre pays. Cela s'explique par le fait que malgré des coûts plus élevés du panier des ménages, le haut niveau des salaires suisses compense largement la différence.

Il est intéressant d'illustrer la notion du pouvoir d'achat en calculant le nombre de minutes de travail nécessaires pour acheter une denrée alimentaire. On constate deux tendances :

Tout d'abord, il faut « travailler moins » pour acheter un produit en Suisse que chez nos voisins :

- Il faut six minutes de travail à Genève pour acheter un kg de pain alors qu'à Paris, il faut 15 minutes et à Rome 17 minutes. (en moyenne 5 min de moins qu'en 2009)
- Il faut 14 minutes pour s'acheter un hamburger à Genève, 16 minutes à Paris et 23 minutes à Rome.
- Pour le même temps de travail, il est possible d'acheter deux fois plus de lait à Zurich qu'à Paris

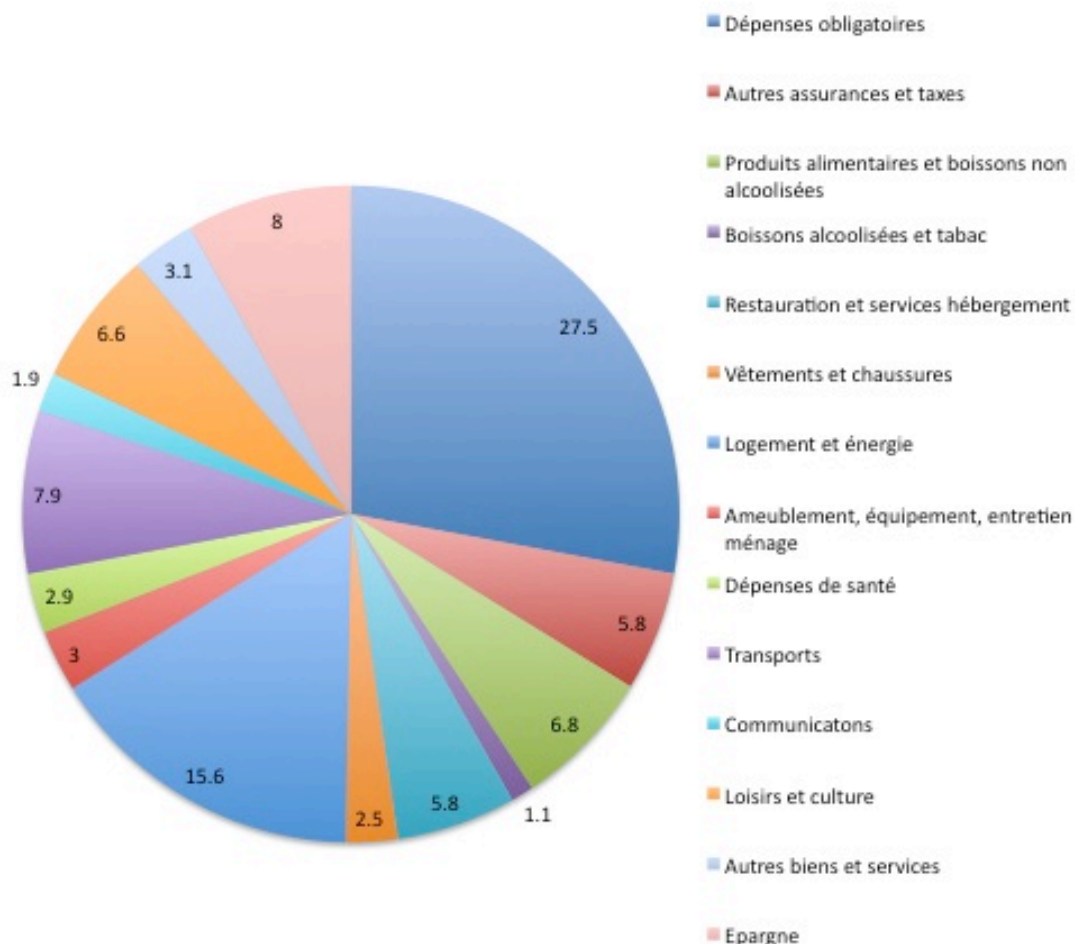
Ensuite, il faut travailler beaucoup moins que par le passé pour acquérir le même produit :

- S'il fallait 226 minutes en Suisse pour acquérir un kilo de beurre en 1952, il ne faut plus que 33 minutes en 2007.

### 3.4 Dépenses des ménages

En Suisse, en moyenne en 2010, un ménage consacrait (hors restaurant, hôtellerie, boissons alcoolisées et tabac) moins de 7% de son budget pour l'alimentation. Ce taux était encore de 27% en 1960.

Figure 5 : Composition du budget moyen des ménages en 2010 (en% du revenu brut). Source OFS, 2012

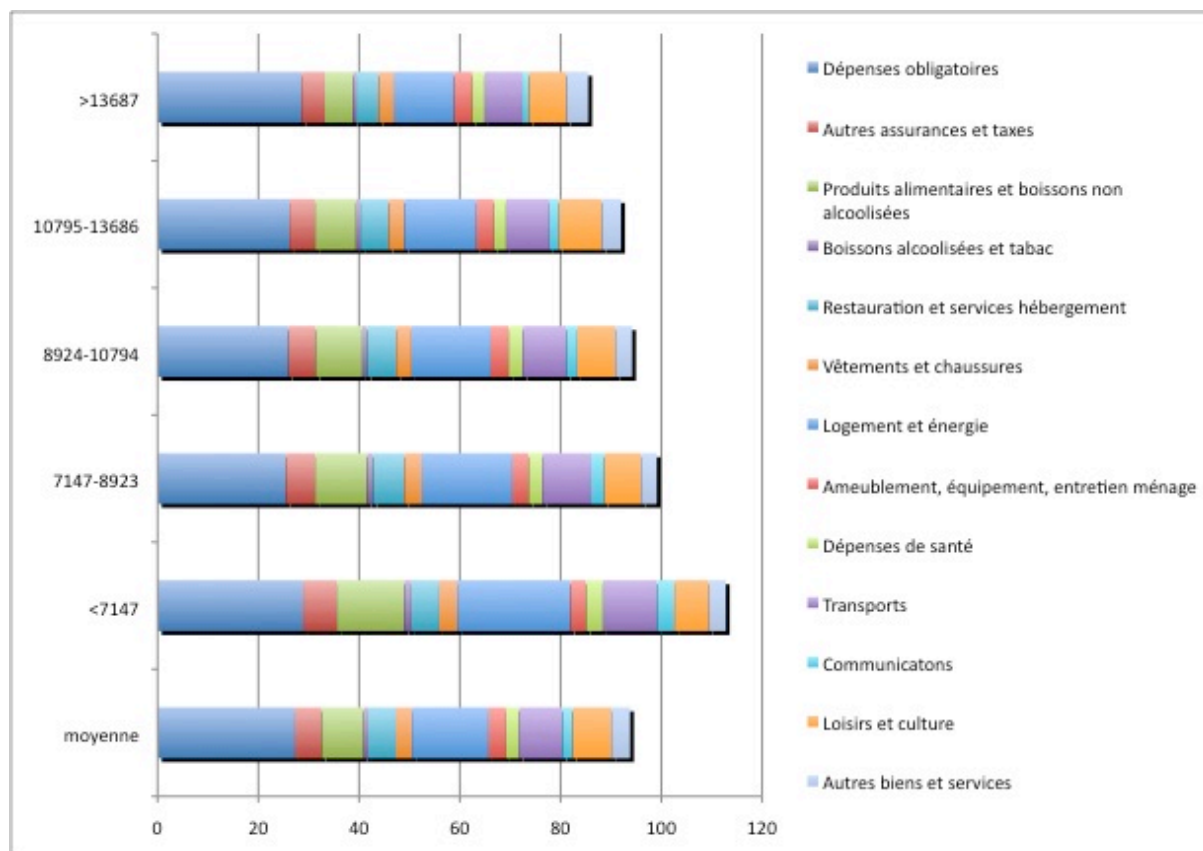


*Dépenses obligatoires = impôts, primes assurance maladie de base et contributions assurances sociales*

Les pourcentages ci-dessus, s'ils indiquent une tendance générale, sont néanmoins à prendre avec précaution. Il faut souligner que ces résultats sont basés sur des enquêtes de l'Office fédéral de la statistique (OFS) auprès de ménages qui sont prêts à noter toutes leurs dépenses. C'est déjà un certain biais puisque ces ménages sont probablement plus minutieux et attentifs que la moyenne. De plus, comme indiqué plus haut, ce taux de 6.8% ne couvre pas les dépenses liées à la consommation à l'extérieur du foyer. Or une part de la population est amenée à manger une fois par jour hors du foyer pour des raisons professionnelles (restauration). Si il est tenu compte de la restauration, de l'alimentaire et des boissons, le taux monte à 13% environ. Enfin, le taux varie en fonction du revenu. Une personne gagnant 500'000 francs par an, ne dépensera sûrement pas 7% de son revenu pour l'alimentation. Par

contre, une personne ayant un salaire de 50-60'000 francs par an, dépensera probablement plus en pourcentage. Sur ce dernier point, l'OFS publie des données plus détaillées sur les groupes sociaux économiques ayant participé à l'enquête. Elles permettent déjà d'affiner les résultats.

**Figure 6 : revenus mensuels et dépenses des ménages, couples avec enfants 2006-2008**  
**Source : OFS 2012**



*Note : En ce qui concerne les dépenses de l'alimentation et boissons non alcoolisées, la moyenne était durant cette période de 8.3% tous revenus confondus, de 13.4% pour les revenus de ménages inférieurs à 7147.-, de 10.3% pour les revenus jusqu'à 8923.-, de 9.2% pour ceux jusque 10'794.- de 8.1% pour ceux jusque 13'686.- et de 5.6% pour les revenus au delà de 13'687.-*

Les revenus les plus bas - bien qu'ils dépensent deux fois moins en francs pour les biens et services que le quintile des revenus supérieurs – consacrent 45% de leur budget à deux postes clé que sont l'alimentation (y compris restauration extérieure) et le loyer. Ces deux postes atteignent à peine 25% pour le quintile supérieur. Cela veut dire que ce dernier groupe a une part beaucoup plus grande à disposition pour les loisirs, la culture etc.

Nous nous permettons d'extrapoler et de considérer **qu'en pourcentage, les dépenses des ménages liées à l'alimentation peuvent se situer dans une fourchette de 7-13%**, (dépenses obligatoires, c'est à dire impôts, assurances sociales et assurance maladie de base étant comptées dans le budget).

Par ailleurs, il faut noter que la part des dépenses consacrée à l'alimentation suit depuis plusieurs années une tendance à la baisse.

La Fédération romande des consommateurs exprime les dépenses en francs plutôt qu'en pourcentage. Les arguments qui amènent la Fédération à utiliser plutôt ce type de référence sont liés aux différences de salaires, à la difficulté d'établir un salaire moyen et au fait que quelque soit le revenu, le prix à l'étalage est le même pour tous les consommateurs. En 2007, elle a effectué une étude en collaboration avec l'espace prévention Lausanne.

**Tableau 1 : dépenses des ménages en francs et en fonction du type de ménage. Source : FRC**

	Par jour	Par mois
Enfants 1-8 ans	Env 7.-	Env 218.-
Enfants 8-13 ans	Env 10.-	Env 306.-
Jeunes 14-20 ans	Env 11.-	Env 357.-
Adultes (vivant en famille)	Env 10.-	Env 319.-
Adultes (vivant en couple)	Env 11.-	Env 357.-
Personnes seules	Env 13.-	Env 414.-

Un ménage composé d'un couple avec 2 enfants de moins de 8 ans consommera en moyenne :  $2 \times 318 + 2 \times 218 = 1072$ .-/mois pour l'alimentation.

### Comparaison européenne

Il est intéressant de comparer nos dépenses avec celles de nos voisins. Dans les statistiques Eurostat, il est possible d'extraire le pourcentage des dépenses pour l'alimentation, les boissons et le tabac. Chez eux, les dépenses de transferts obligatoires (impôts, assurances sociales et assurance maladie) ne sont pas incluses dans le calcul du budget. Nous avons donc pris les mêmes chiffres-clé en Suisse, c'est à dire en fonction du revenu disponible.

**Tableau 2 : dépenses des ménages pour l'alimentation, les boissons alcoolisées et tabac, sans dépenses de transfert obligatoires (en %). Source : Eurostat 2012, OFS 2012**

#### Dépenses des ménages de l'Europe en 2011 (en millions d'euros)

	Suisse	Allemagne	Autriche	France	Espagne (2010)	Italie	UE 27
Total dépenses ménages		1'409'830.00	165'778.80	1'118'840.00	625'624.00	976'874.00	7'172'689.30
Alimentaire et non alcool		161'890.00	16'471.70	150'810.30	88'065.00	139'118.60	924'316.70
Alcool		21'380.00	2'315.40	16'697.70	4'828.00	7'810.00	112'521.50
Tabac		24'090.00	3'086.60	19'057.00	13'804.00	18'868.40	140'256.30
Total 3 postes		207'360.00	21'873.70	186'565.00	106'697.00	165'797.00	1'177'094.50
<b>% sur dépenses totales</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>

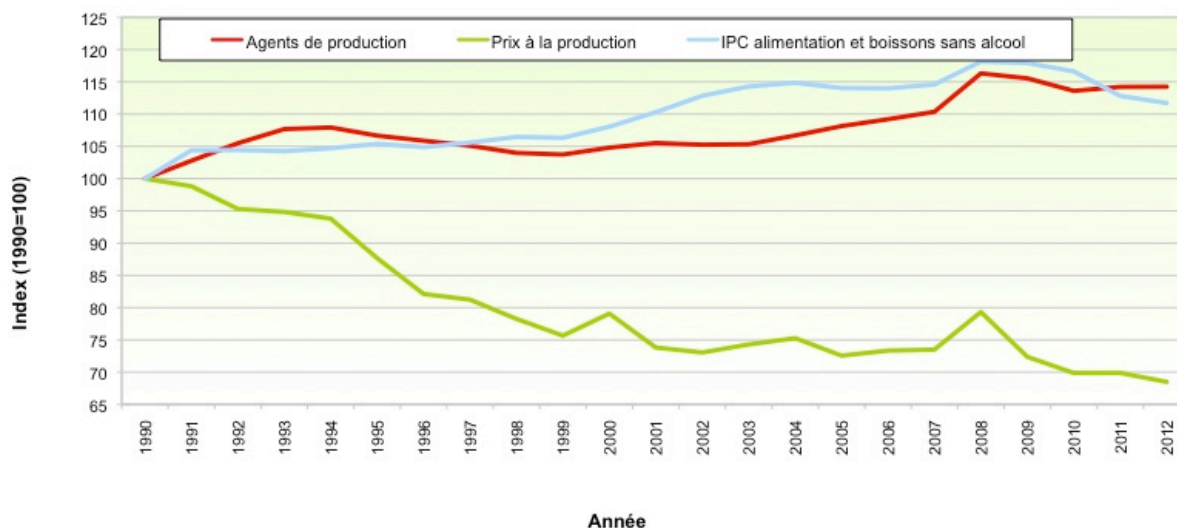
Ce tableau confirme que les Suisses sont ceux qui consacrent la part la plus faible de leur budget à l'alimentation en rapport à nos proches voisins.

## 4 La chaîne agro-alimentaire, marges et prix

### 4.1 Comparaison des prix des producteurs et des consommateurs

Sur une période de 20 ans, les prix aux producteurs et ceux aux consommateurs n'ont cessé de s'éloigner provoquant le phénomène du « ciseau des prix ».

Figure 7: Indice des prix d'achat des agents de production, des prix à la production des produits agricoles et des prix à la consommation des denrées alimentaires et boissons non alcoolisées (IPC), base 1990 = 100. Source USP 2012



Si les prix à la production ont baissé de manière spectaculaire depuis 20 ans (-31%), les prix à la consommation ont eux suivi une tendance à la hausse (+12%) avec un léger fléchissement en 2011-2012 en raison de l'impact de la crise de l'euro. Quant aux coûts moyens de production, s'ils stagnent depuis quelques années, ils démontrent d'une tendance à la hausse depuis 20 ans.

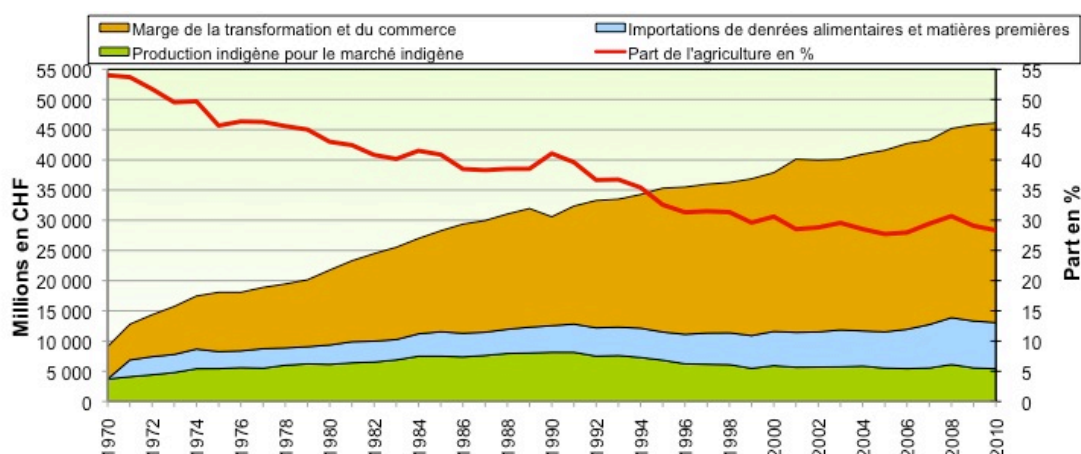
Les prix à la production n'ont qu'une influence marginale sur les prix à la consommation. Plus le produit est transformé, plus l'impact d'une hausse des prix à la production sur le prix aux consommateurs sera faible.

### 4.2 Rôles des acteurs dans la chaîne agro-alimentaire

Il est intéressant d'étudier le rôle des intermédiaires dans la chaîne agro-alimentaire. Si les prix à la consommation ont augmenté depuis 10 ans, et qu'ils ont baissé à la production, la plus value ne s'est pas volatilisée. Nombre d'études en Suisse comme en Europe confirment que les marges des intermédiaires (transformateurs ou distributeurs) n'ont eu de cesse d'augmenter.

En Suisse, les transformateurs ne sont pas ceux qui ont le plus profité de la situation. Leur marge reste plutôt faible et suit relativement bien l'évolution du prix à la production. Ce maillon a surtout amélioré sa situation par des gains en productivité. La distribution, quant à elle, a largement été bénéficiaire de la situation. Elle a en quelque sorte surfé sur les crises alimentaires.

Figure 8 : Part de l'agriculture par franc dépensé par les consommateurs (source LMZ 2012)



Des études en France ont été menées par l'Union française des consommateurs et ont démontré que dans la plupart des cas, si les hausses à la production étaient immédiatement répercutées dans le commerce de détail, ce n'était pas le cas lors d'une baisse des prix à la production qui ne s'illustrait pas par une baisse de prix à la consommation.

#### 4.2.1 Exemple du lait en France

Entre 2000 et 2010, le prix agricole du lait, c'est-à-dire le prix payé aux éleveurs laitiers, est passé de 29,9 centimes d'euros le litre à 30,1 centimes. Il est donc resté quasiment stable (+0,7 %). Dans le même temps le prix moyen aux consommateurs de la brique de lait demi écrémé UHT est passé de 60 centimes en 2000 à 72 centimes le litre (source Insee), soit une augmentation moyenne de 17 %.

La différence entre ces deux prix, prix agricoles et prix en rayon, est constituée d'une part de la marge brute agrégée de l'industrie et de la distribution et d'autre part de la TVA. Cette différence est passée de 32 centimes en 2000 à 42 centimes en 2010, soit une augmentation de 31 %. Le taux de TVA étant fixe, nous nous concentrerons sur la marge brute cumulée de l'industrie et de la distribution et sur les raisons pouvant expliquer son augmentation.

Tableau 3 : évolution du prix agricole et au consommateur. Source : Union française des consommateurs (UFC), 2011.

Période	2000 / 2001	2001 -2007	2007 -2008	2008	2009	Depuis 2010 (évolution constatée à ce jour)
<b>Evolution du prix agricole</b>	Hausse + 2 c.	Baisse - 5 c.	Hausse + 10 c.	Baisse - 6 c.	Baisse - 5 c.	Hausse + 5 c.
<b>Evolution du prix au consommateur</b>	Hausse + 5 c.	Stabilité 0 c.	Hausse + 10 c.	Hausse + 1 c.	Baisse - 5 c.	Hausse + 2 c.

L'Union française des consommateurs constate que l'évolution du prix en rayon sur



la période 2000- 2009, obéit à la règle suivante :

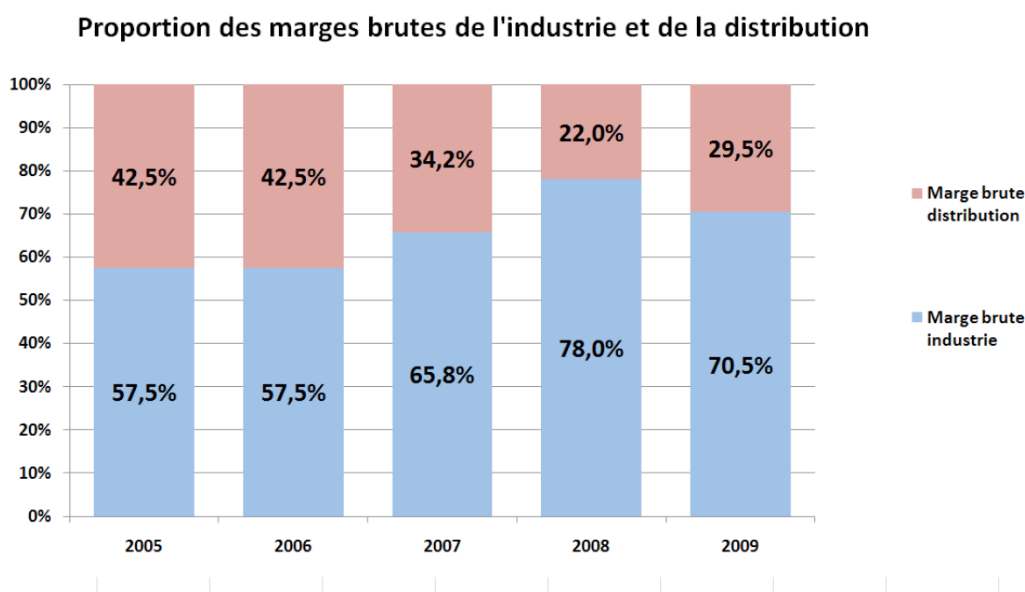
- Les hausses de prix agricoles sont systématiquement répercutées en rayon.
- Les baisses de prix agricoles en revanche ne sont pas ou mal répercutées.

A partir de 2010, fin de la période étudiée, commence une période de hausse dans laquelle qui est la conséquence de la reprise au niveau mondial. Depuis janvier 2010, le prix agricole a augmenté de 5 c. Cette hausse a été répercutée en rayon quelques mois plus tard (+2c.).

Sachant que la consommation de lait annuelle en France est de 66 litres de lait dont 74% sont constitués de lait UHT demi écrémé standard (sources Eurostat et FranceAgriMer), cela représente une consommation de 2,93 milliards de litres de lait UHT demi écrémé chaque année en France. **Sur la base de ces chiffres, l'augmentation cumulée de marge brute sur les 9 dernières années représente une dépense supplémentaire de 1,6 milliard d'Euros subie par les consommateurs.**

En France, ce sont surtout les industries de transformation, plus que la distribution, qui ont profité de la situation. La marge brute est passée de 57 % en 2006 à 70 % en 2009

Figure 9 : proportion des marges brutes de l'industrie et de la distribution. Source UFC



#### 4.2.2 Exemple du bœuf en France

Entre 1990 et 2008, le prix à l'étalage du bœuf a augmenté de 50%. Ceci alors que sur la même période, le prix au producteur a baissé de 15% avec deux baisses drastiques liées aux deux crises de la vache folle (1996 et 2000). Si les professionnelles justifient cette différence par les coûts supplémentaires liés à la sécurisation de la filière en raison de la vache folle, l'Union française des consommateurs réfute cet argument. Selon ses calculs, seule une part de l'augmentation peut être expliquée.

#### 4.2.3 Exemple de la volaille en France

Un autre exemple intéressant est celui de la volaille française. La baisse des prix agricoles n'a jamais été répercutée à l'étalage alors que toutes les hausses l'ont été.

- En 1996 par exemple, les prix agricoles ont augmenté car la volaille a bénéficié du transfert d'achat des consommateurs en remplacement de la viande de bœuf, du fait de la première crise de la vache folle.
- Entre 2000 et 2002, l'anticipation au passage à l'euro ainsi que la deuxième crise de la vache folle ont favorisé la hausse des prix de vente des volailles sortie élevage.
- En 2003-2004, l'augmentation du cours du blé du fait de la sécheresse 2003, a augmenté les coûts de production qui se sont ensuite répercutés sur les éleveurs.
- Par contre, lors de la grippe aviaire, les prix à l'étalage n'ont que peu été touchés. Si le prix agricole a baissé de 8 points, les prix en rayon n'ont quasi pas bougé. Quant à la tendance générale, entre 1990 et 2006, les prix de détail ont augmenté de 19 points alors que les prix agricoles ont baissé de 18 points...

La construction du prix final obéit aux deux règles suivantes : **les hausses de prix agricoles sont systématiquement répercutées en rayon**, alors que **les baisses de prix agricoles ne sont pas ou mal répercutées. C'est l'effet cliquet.**

L'augmentation de ces marges brutes des intermédiaires depuis 2000 est considérable, puisqu'elle représente 7,7 milliards d'Euros pour le poulet, soit 82% de hausse.

Tableau 4 : évolution du prix agricole et du prix au consommateur. Source : UFC

Période	2000 / 2001	2001 -2003	2003 -2004	2004 -2006	2007 -2008	2008 -2010	Depuis 2010 (évolution constatée à ce jour)
<b>Evolution du prix agricole</b>	Hausse + 60 c.	Baisse - 52 c.	Hausse + 50 c.	Baisse - 43 c.	Hausse + 2 €40	Baisse - 1 €20	Hausse + 70 c.
<b>Evolution du prix au consommateur</b>	Hausse + 1 €30	Faible baisse - 28 c.	Hausse + 60 c.	Faible baisse - 13 c.	Hausse + 1 €80	Stabilité +/- 0 c.	Hausse + 26 c.

### 4.3 Politique de prix des distributeurs

#### 4.3.1 Produits laitiers

Les grands distributeurs suisses attirent le consommateur dans leurs magasins en tablant sur un certain nombre de produits d'appel sur lesquels ils ne gardent que très peu de marge. (Nous ne faisons pas ici cas des hard discounters et de la guerre des prix, mais d'une politique générale). C'est le cas avec le lait. En moyenne le lait de consommation pasteurisé est vendu à 1.40.-/l, il peut descendre jusqu'à 0.95.-/l lors d'actions pour des laits UHT en brique de 2 litres. Les lait bio ou avec une étiquette « région » ou marque de distributeurs se vendent autour de 1.70.-/l. Quant aux ½ et ¼ de litre UHT, rapportés au litre cela correspond à respectivement 1.80 à 2.40.-/l.

Par contre, d'autres produits tels que les yaourts ou les fromages, sont eux des produits sur lesquels les acheteurs font des marges importantes. C'est ces produits qui compensent les faibles gains dans certains laits de consommation.

Pour preuve, si on rapporte le prix du lait au producteur au prix du yaourt (0.45.- /180 gr), la marge est forte.  $0,45.- \times 180 \text{gr} / 1000 \text{gr} = 2.5$  francs/kilo de yaourt au

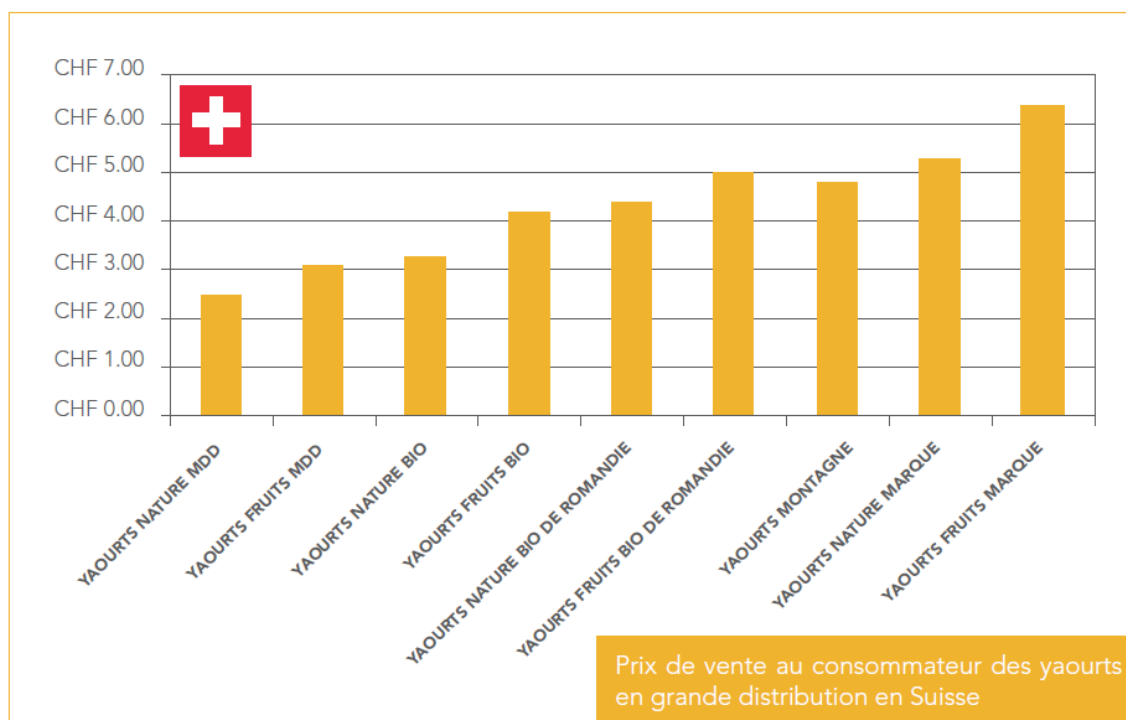


consommateur. Ceci en partant du principe que le yaourt est fait avec du lait entier et non écrémé (ce qui est rarement le cas ; ce qui veut dire que ce calcul est plutôt favorable au distributeur).

Le prix au producteur ne représente plus que 22% du prix final au consommateur. Nous n'avons pas pu aller plus en détail dans le calcul, car la répartition de la marge et la réelle composition des yaourts sont un secret bien gardé par les industriels et les distributeurs.

En 2012, Agridea, sous mandat de l'Union lémanique des Chambres d'agriculture a élaboré une étude sur la formation des prix. Elle démontre que la stratégie de différenciation effectuée par la grande distribution permet un éventail de prix aux consommateurs considérable alors que le producteur n'y voit quasi aucun effet sur le prix qu'il reçoit. L'exemple du yaourt démontre que la différenciation est une stratégie de succès pour le grand distributeur.

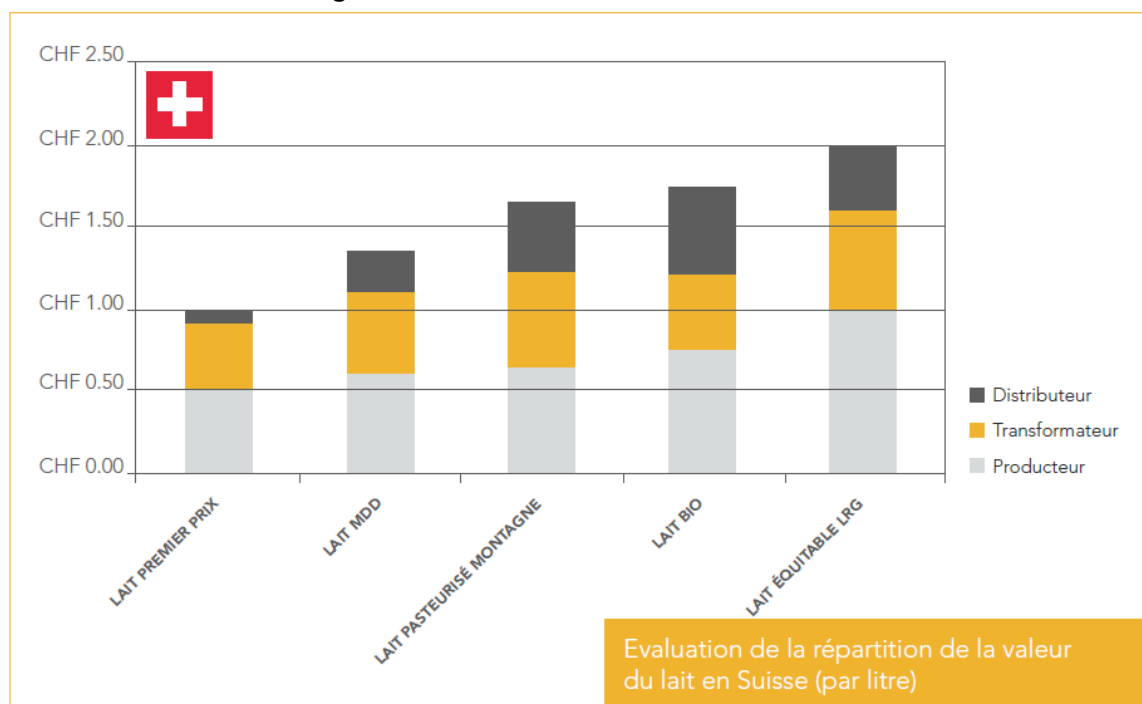
**Figure 10 : Prix de vente des yaourts vendus en grande distribution. Source : Agridea 2012**



MDD: Marque De Distributeur  
 Source: AGRIDEA – relevés en grande distribution – été 2011

En observant la répartition de la valeur entre les différents acteurs et en fonction des produits proposés aux consommateurs, le seul lait qui peut apporter un avantage certain au producteur est le « Lait équitable LRG » mais en terme de quantité il reste extrêmement marginal sur le marché. Le lait bio quant à lui est vendu 1.80.-/l soit 45 ct/l de plus qu'un lait standard à marque de distributeur. Le prix payé au producteur est certes supérieur (+ 13 ct), en lien avec la forte organisation de la filière Bio, mais le distributeur gagne encore plus (+ 25 t). Il profite donc de cette différenciation.

**Figure 11 : Comparaison de la distribution de la valeur entre laits « standard » et « différenciés ». Source : Agridea 2012**



MDD: Marque De Distributeur LRG: Laiteries Réunies Genève  
 Source: AGRIDEA – relevés en grandes surfaces et entretiens – été 2011

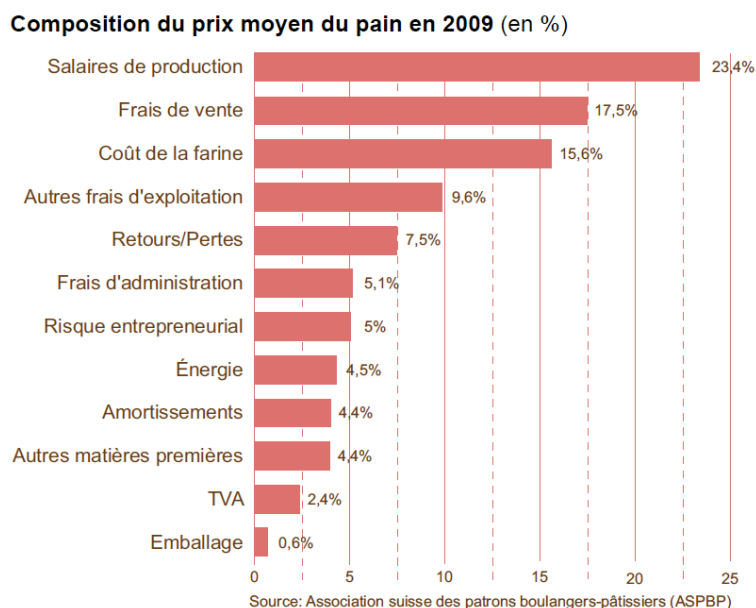
Le retour de valeur n'est pas garanti par une forte différenciation si le producteur ne sait pas dans quelle filière son lait est valorisé et s'il n'a pas moyen de vérifier le prix de vente au consommateur. Cela s'explique dans la plupart des cas par le fait que le lait industriel provient d'un pot commun dont le prix est fixé au niveau national. Le producteur n'a ainsi quasi aucun moyen de négociation avec l'acheteur. Preuve en est, qu'entre 2001 et 2012, le prix du lait payé aux producteurs a diminué de 19.5 centimes (-24 %). Le manque de transparence quant à la valorisation du lait industriel est donc à l'avantage du transformateur et du distributeur.

Le distributeur module son retour de valeur en fonction de la place des produits dans la segmentation des prix. Les produits premiers prix comme du lait UHT ont le taux le plus faible, autour de 10%, car ils sont vendus en quantités et les distributeurs jouent sur les volumes commercialisés. L'autre raison est qu'ils sont une arme de persuasion dans la guerre des prix que se livrent les distributeurs. Par contre, les produits différenciés pourront avoir des taux de plus de 100%.

### 4.3.2 Pains

Il en est de même en boulangerie industrielle. Les pains mi-blancs et bis ne sont pas les produits qui rapportent beaucoup aux distributeurs, Par contre, les pains spéciaux (multi céréales, complet, paysan, campagne etc.), qui représentent près de 60% des ventes, sont de multiples occasions pour augmenter leurs marges. L'information est peu transparente. Il en est de même pour les pâtisseries.

**Figure 12 : composition du prix moyen du pain en 2009. Source : ASPBP**



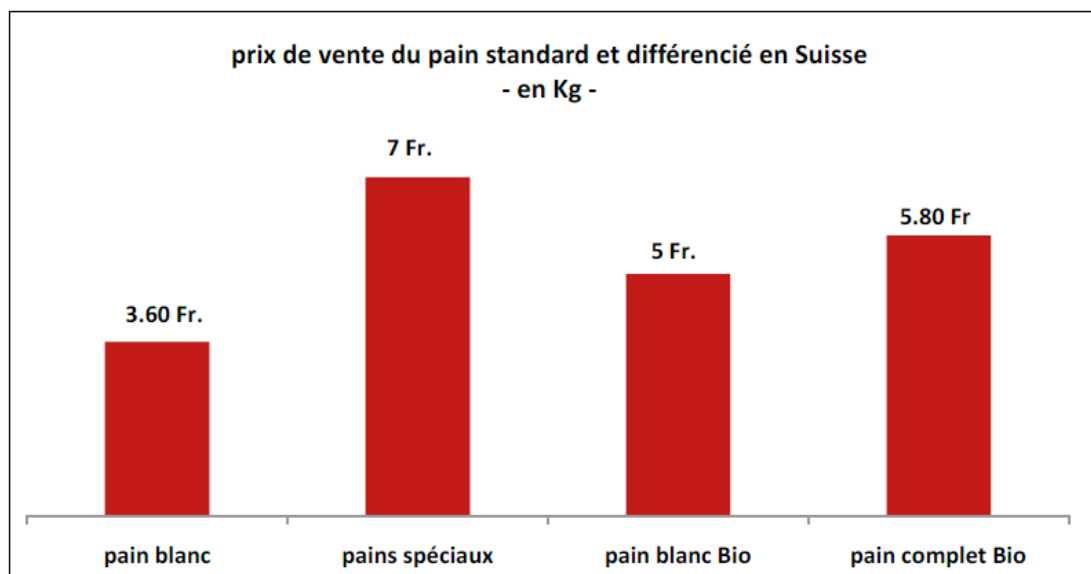
Ce calcul des boulangers est effectué à partir de la **farine** qui représente 15.6% des coûts. Quant **au blé lui-même**, il représente environ 11-12% du prix du pain mi-blanc ou bis et seulement environ 6% du prix des pains spéciaux.

**Tableau 5 : Quelques comparaisons de prix entre les pains, chez un grand distributeur suisse (sondage en février 2013)**

Pain mi-blanc : 2,30.-/kg	Pain aux graines: 7.3.-/kg
Pain bis : 3,6.-/kg	Pain couronne bio: 7.20.-/kg
Pain vaudois: 5.80.-/kg	Pain épeautre: 9.-/kg

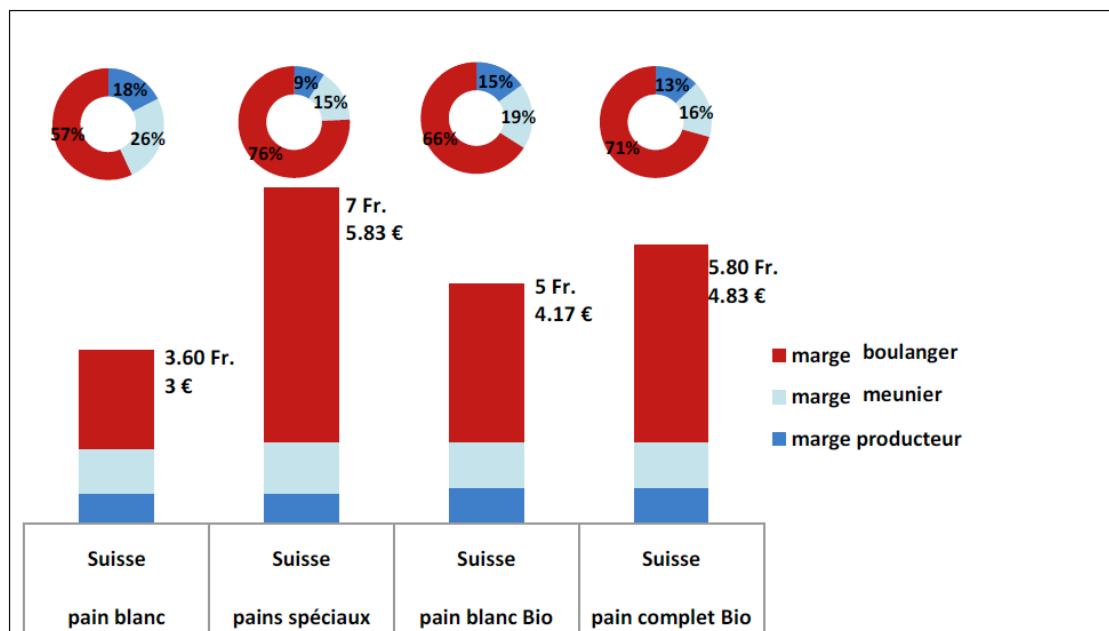
En 2012, Agridea avait fait des constatations similaires.

**Figure 13: prix de vente du pain standard et différencié en Suisse dans la grande distribution. Source: Agridea 2012**



Pour le pain, le faible retour de valeur au producteur est clairement identifiable (voir figure suivante). Le consentement à payer des consommateurs pour des pains dits « spéciaux » est très élevé. Le meunier n'en profite que peu, le producteur pas du tout, c'est l'acteur final qui tire son épingle du jeu.

**Figure 14 : Comparaison de la distribution de la valeur entre pains standard et différenciés.**  
**Source : Agridea 2012**



## 5 Prix à la production et à la consommation

C'est du contexte socio-économique dans lequel évolue l'agriculture suisse que résulte des coûts de production plus élevés que chez nos voisins. Les facteurs de production sont sensiblement plus élevés en Suisse. On peut citer le sol qui est en moyenne quatre fois plus cher qu'en France. Les fermages sont également élevés. La main-d'œuvre est aussi, en comparaison européenne, plus élevée. Le coût du travail est environ 2 fois plus haut. Le prix des fournitures est aussi plus important. En Suisse, environ 60% des coûts de production sont consacrés à l'achat de biens et de services de consommation intermédiaire (engrais, semences, énergie, phytosanitaires, aliments, vétérinaire etc.) alors qu'en France, ces coûts ne dépassent pas les 50%. Enfin, les structures agricoles étant plus petites, les charges d'amortissement des bâtiments et installations fixes sont importantes.

Par ailleurs, rappelons également que les normes plus sévères qui encadrent la production agricole suisse (écologie et éthologie) provoquent nécessairement des coûts de production plus élevés.

Il ne s'agit pas ici de s'en plaindre mais de prendre en compte cette réalité qui permet d'expliquer la « non-compétitivité » de nos prix. Nous évoluons chacun dans des réalités socio-économiques spécifiques et il n'est en aucun cas possible de comparer 1:1 notre situation avec celle d'autres collègues aussi proches géographiquement soient-ils comme les français ou les allemands.

### 5.1 Prix rémunérateur

Qu'est-ce qu'un prix rémunérateur ? C'est le prix qui permet de rétribuer correctement le travail de la famille paysanne tout en couvrant les coûts suivants :

- Les intrants nécessaires à chaque production (semences, engrais, frais vétérinaires, ...),
- La structure de l'entreprise : mécanisation, terres, bâtiments,
- La main d'œuvre salariée,
- Les frais de gestion,
- La rente du capital, soit le maintien de la capacité d'investissement, gage de pérennité de l'entreprise.

Comme chaque exploitation agricole est différente, la structure des coûts engagés pour produire peut varier très fortement. Par exemple, les coûts de structure élevés, peuvent provenir de dettes qui font suite à des investissements importants etc.

Mais il est nécessaire, à un moment donné, de choisir une « exploitation type » qui représente quelque peu une moyenne ; ceci afin de **fixer un prix rémunérateur cible qui répondrait au besoin d'une majorité des familles paysannes. Il se peut ensuite que certaines d'entre elles nécessitent des prix plus élevés et que quelques autres puissent se « contenter » de prix un peu plus faibles.**

### 5.2 Calcul du prix rémunérateur pour le blé

S'il est vrai que la culture du blé est une production peu intensive en travail, il faut relever qu'il n'existe pas en Suisse de production céréalière pure. En raison des normes de production, chaque exploitation doit avoir plusieurs cultures (au moins 4 cultures) afin d'assurer une bonne rotation. De plus pour chaque type de culture, un pourcentage maximum de surface ne doit pas être dépassé.

Les calculs sont basés sur le Rapport de base Agroscope 2011, le catalogue « Marges brutes 2012 » d'Agridea, « Reflex 2012 » d'Agridea et le tableur excel « Coûts de revient » d'Agridea.

Nous avons donc fait un calcul en fonction d'une exploitation type, orientées grandes cultures, en plaine. La SAU choisie est de 30 ha. La culture du blé est une culture phare de l'exploitation, elle couvre un peu plus de 40% de la terre assolée. Cette exploitation garde néanmoins une diversité relativement importante de cultures afin de répondre à l'image que nous nous faisons d'une agriculture paysanne de proximité. Elle produit des oléagineux, protéagineux, un peu de culture pérenne et élève même quelques têtes de bétail. Nous avons fait le calcul pour des cultures pratiquées de manière plutôt extensives.

**Tableau 6 : répartition de la surface de l'exploitation exemple**

	Grandes cultures	
		% TA
Blé	11.5	42%
Avoine	3.5	13%
Epeautre	2	7%
Colza	3	11%
Tournesol	3	11%
Lentilles	2.5	9%
Pommes de terre	2	7%
Terres ouvertes	27.5	
Prairies artificielles	0	0%
Terres assolées	27.5	
Pommes	0.36	
Prairies naturelles	0.00	
SCE (prairies, 10%)	2.00	
SAU	29.86	

En fonction des données de base de l'Agroscope Tânikon et de son budget de travail, cette exploitation nécessite 3922 heures de travail dont 635 heures de salariés extérieurs. Reste donc 3287 heures de travail pour la famille, soit environ 1.2 UMOS (la norme de 1 UMOS= 2800 heures ou 280 jour de travail).

Dans les heures de travail calculées, les heures attribuées aux prestations écologiques requises (que ce soit dans les champs ou pour l'aspect administratif) sont comprises. Nous avons pris l'option d'inclure les paiements directs au calcul (paiement à la surface + supplément terres ouvertes + contribution à la culture des champs ainsi que les paiements UGBFG et SST, SRPA -2013). Par contre les primes extenso ne sont pas comprises puisqu'elles compensent une perte de rendement.

Nous avons effectué un calcul consistant à savoir à combien il faudrait payer chaque produit pour rémunérer les heures de travail qui lui sont attribuées, à hauteur de 40.-/heure pour le travail de la famille.

Tableau 7 : calcul du prix moyen rémunérateur pour l'exploitation exemple 2013

GRANDES CULTURES EXTENSIVES 2013								
Production	Coûts réels totaux	Prétention salaire famille	Coûts calculés totaux	Primes de culture	Solde coûts après primes	Rendement	Prix minimum pour couvrir coûts	Prix rémunérateur (marge de risque 10%)
Blé	2'195	2'587	4'782	0	4'782	54	89	<b>97</b>
Avoine	1'917	2'587	4'504	0	4'504	49	92	<b>101</b>
Epeautre	2'345	2'587	4'931	0	4'931	39	126	<b>139</b>
Colza	2'316	2'587	4'903	0	4'903	30	163	<b>180</b>
Tournesol	2'226	2'553	4'779	0	4'779	28	171	<b>188</b>
Lentilles	2'550	1'534	4'084	0	4'084	25	163	<b>180</b>
Pommes de terre	9'549	10'934	20'483	0	20'483	270	76	<b>83</b>
Pommes	43'875	21'971	65'845	0	65'845	260	253	<b>279</b>

Notes : Prix 2012, catalogue marges brutes Agridea : blé, 53.-/dt, avoine, 31.-/dt, épeautre, 56.-/dt, colza 90.-/dt, tournesol 92.-/dt, lentilles 150.-/dt, pommes de terre, 47.-/dt, pommes 105.-/dt.

Ce calcul permet de ventiler, en fonction du nombre d'heures nécessaires à chaque culture, l'ensemble des coûts réels de l'exploitation en prenant compte, comme indiqué plus haut, une rémunération de 40.- de l'heure qui nous paraît justifiée au regard des responsabilités et de la formation des exploitants. **Il en résulte que le blé devrait être rémunéré près de 1.-/kg pour permettre de rétribuer correctement la famille en prenant une marge de risque de 10%.**

### 5.3 Impact d'une hausse du prix du blé sur le consommateur

Nous faisons le calcul de l'impact de la hausse du prix du blé sur le pain. Si une hausse du prix du blé est effectuée afin que le paysan obtienne un prix rémunérateur, le prix au producteur passerait de **53.-/dt à 97.-/dt**. Quel serait l'impact sur le prix au consommateur ?

Sachant :

- que 1kg blé permet de fabriquer en moyenne environ 1.15 kg pain,
- que la consommation est de 49.3 kg par habitant et par an (2010),
- que les transformateurs industriels et les distributeurs calculent déjà correctement leur marge au vu des quantités écoulées, la hausse de 44 cts/kg de blé est répercutée sur 1 kg de pain, soit 50 cts par kg de pain (44 cts x 1.15).

**Hausse : 24.65.- supplémentaires par habitant et par an pour la consommation annuelle de pain.**

Sachant que le salaire mensuel brut moyen en Suisse est de 5992.-, nous avons fait le calcul pour deux types de revenu légèrement plus bas. Notre objectif étant de vérifier l'impact pour les bas salaires afin d'éviter une alimentation à deux vitesses.

Tableau 8 : salaire mensuel brut (valeur centrale) selon la formation, la position professionnelle et le sexe. Secteur privé et public (Confédération) ensemble. Source : OFS 2010

	Total	Femmes	Hommes
	Médiane	Médiane	Médiane
<b>TOTAL</b>	<b>5 992</b>	<b>5 253</b>	<b>6 394</b>
1-Cadre supérieur	11 116	9 250	11 500
2-Cadre moyen	9 027	7 680	9 443
3-Cadre inférieur	5 506	4 875	5 716
4-Responsable exécution de travaux	4 528	4 126	4 960

- Pour un salaire mensuel brut de **5000.-** (sur 12 mois), soit un salaire horaire d'environ 28.8.-/h (365-52x2=260 jours payés), **la hausse du prix du blé correspond à 51 minutes de travail.**
- Pour un salaire mensuel brut de 4'528.- (sur 12 mois), le salaire horaire est de 26.12.-/h. **La hausse pour une année correspond à 56 minutes de travail.**

#### 5.4 Calcul du prix rémunérateur pour le lait

En Suisse en 2012, 42% du lait étaient transformés en fromage (ligne jaune), et 58% étaient destinés pour la ligne blanche : lait de consommation (12%), yaourts (3%), crème (8%), beurre (17%) etc.

Les consommateurs suisses consomment environ 68 litres de lait de consommation par an.

##### Exemple

Une exploitation laitière de plaine produisant près de 240'000 litres de lait (33 vaches laitières). Pour ce type d'exploitation, le nombre d'heures familiales estimées est de 3840 heures. Soit près de 1.4 UMOS. Actuellement, elle perd 21 cts par kilo de lait en ayant une prétention de rétribution de 28.-/heure pour la famille pour un prix du lait à 58 cts auquel on ajoute la part liées au paiements directs et contributions soit 21 cts/litre (voir tableau suivant). Si cet agriculteur obtenait 21 cts de plus par litre soit 79 cts + 21 cts, il arriverait à 1.00.-/litre, juste de quoi couvrir ses coûts de production comprenant une rétribution de la famille de 28.-/h.

Si comme pour l'exemple du blé, nous estimons que la famille devrait être rétribuée à **40.-/h**, les coûts (inclus rétribution de la famille correspondant à 44 cts par litre) ne seraient pas de 1.00-/l mais de 1,13.-/l. Le prix du lait au producteur devrait augmenter de 34 cts, soit à **0.92.-/litre**. En y ajoutant les 21 cts de paiements directs, il est ainsi possible de couvrir les coûts.

**Tableau 9 : calcul du prix du lait en fonction de 4 rétributions différentes escomptées. Source de base : Agridea, fiche technique production laitière, mise en valeur des données 2009-2011.**

<b>Salaire horaire (fr/heure)</b>		<b>28</b>	<b>40</b>	<b>35</b>	<b>30</b>
<b>Coûts directement attribuables</b>		27	27	27	27
<b>Coûts de structure réel</b>		40	40	40	40
<b>Coûts de structure calculés</b>	<b>cts/kg</b>	<b>33</b>	<b>46</b>	<b>43</b>	<b>38</b>
<i>Intérêt des capitaux propres</i>	cts/kg	2.3	2.3	2.3	2.3
<i>Prétention salariale de la famille</i>	cts/kg	30.6	44	41	36
<b>Coûts de production</b>	<b>cts/kg</b>	<b>100</b>	<b>113</b>	<b>110</b>	<b>105</b>
Prix du lait (moyen industrie 2012) y.c. paiements directs et contributions	cts/kg	79	79	79	79
Paiements directs et contributions	cts/kg	21	21	21	21
Prix du lait (moyen industrie 2012)	cts/kg	58	58	58	58
<b>Bénéfice/perte</b>	<b>cts/kg</b>	<b>20.9</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>26</b>
<b>Prix du lait nécessaire sur le marché (sans part des paiements directs). (=prix du lait + montant de la perte)</b>	<b>cts/kg</b>	<b>78.9</b>	<b>92</b>	<b>89</b>	<b>84</b>



**Avec un prix du lait d'environ 0.92.-/litre au producteur, sur cette exploitation laitière de plaine la famille pourrait être rémunérée 40.-/h. Idéalement, en comptant une marge de risque entrepreneurial de 10%, le prix du lait devrait se situer à 1.-/litre.**

### **5.5 Impact d'une hausse du prix du lait sur le consommateur**

Il s'agit ici de voir quel serait l'effet sur le consommateur d'une hausse du prix du lait permettant un prix rémunérateur à l'échelon de la production.

Voici un calcul sommaire, partant du principe que les autres maillons de la chaîne n'en profitent pas pour étendre leurs marges.

#### **Répartition de la marge dans la chaîne :**

- 58 cts (moyenne du prix du lait industriel en 2012) pour le producteur.
- 30-40cts pour le transformateur industriel (traitement, stockage, conditionnement, emballage, transport).
- 30-40cts pour la distribution (marge bénéficiaire, stockage, marketing).

Si les 2 maillons en aval ne modifient pas leurs besoins, nous pouvons donc « simplement » ajouter les 34 cts nécessaires pour arriver à 0.92.- litre au producteur, sur le prix final au consommateur.

**Soit 1.40.-/litre au consommateur + 34 cts= 1.75.-/l de moyenne.**

**La différence de 34 cts x 68 litres = 23.- supplémentaires par habitant et par an pour les dépenses en lait de consommation.**

- Pour un salaire mensuel brut de 5000.- (sur 12 mois), soit un salaire horaire d'environ 28.8.- (365-52x2=260 jours payés), **la hausse du prix du lait correspond à un peu plus de ¾ d'heure (48 minutes).**
- Pour un salaire mensuel brut de 4'528.- (sur 12 mois), le salaire horaire est de 26.12.-. La hausse pour une année est compensée avec **52 minutes de plus.**

Peut-on dès lors expliquer aux consommateurs qu'un effort de leur part (moins d'une heure pour un « bas salaire ») peut sans aucun doute garantir la pérennité de nombreuses exploitations agricoles. L'objectif est bien de garantir la pérennité des exploitations, d'offrir des perspectives d'avenir à des jeunes qui souhaitent s'installer, tout en permettant aux citoyens suisses d'acquérir les produits de notre agriculture.

**L'objectif n'est pas de pratiquer une alimentation à deux vitesses : une à haute valeur ajoutée accessible seulement à une tranche de la population et une autre « bas de gamme ». Il s'agit bien que toutes et tous puissent avoir accès à des produits de qualité. Nous avons le sentiment que c'est à notre portée.**

### **5.6 Rétribution de la famille**

Nos calculs sont basés sur une rétribution de la famille paysanne à environ 40.-/heure. Il faut préciser que cette rétribution sert encore à couvrir les dépenses n'étant pas directement liées à l'exploitation agricole soit : La prévoyance professionnelle de la famille, les cotisations sociales, les impôts, les assurances (maladie, accident, RC, ménage,...), les frais de santé, les dépenses courantes de la famille (alimentation, boissons, habillement, loisirs. électricité, téléphone, etc.), les transports, la restauration, hôtellerie etc.

Ce n'est donc pas une somme nette que la famille paysanne reçoit. Elle doit encore y soustraire tous les frais habituels d'une famille.

## 6 Consentement du consommateur à payer plus

Il est aussi très utile de se renseigner sur les habitudes de consommation des citoyens. Sont-ils prêts à faire un effort supplémentaire en termes de produits de proximité, même avec des prix plus élevés ?

Une étude effectuée par l'Institut d'économie rurale de Zurich a été publiée en 2009. (Préférence et consentement à payer pour les produits « standard » suisses). Elle s'est déroulée dans les magasins, devant les linéaires concernés et s'est largement basée sur les réponses spontanées des consommateurs lors de l'acte d'achat. Elle s'est concentrée sur quelques produits : les fraises, les pommes et le poulet.

- A prix égal, le poulet suisse à la préférence de 94% (suisse allemande) et 83% (s. romande) des consommateurs.
- 91%, des consommateurs alémaniques et 83% des romands préfèrent la pomme suisse.
- Pour les fraises, on atteint des sommets avec 99%, respectivement 98%.

### 6.1 Les raisons de choisir « suisse » pour le consommateur

Il est intéressant d'analyser les raisons qui poussent les consommateurs à acheter une pomme suisse à prix égal. Près de 50% de ceux-ci le font pour des raisons économiques (soutenir la Suisse ou son agriculture, soutenir l'économie suisse et régionale ou locale). 20% donnent des raisons environnementales tels que l'écologie, le transport ou l'énergie et 11% le feraient pour des raisons « d'enracinement » (patriotisme, provenance, proximité, régional, local). C'est seulement ensuite (7%) qu'arrivent des arguments tels que l'aspect consommation (goûts, fraîcheur, espèce, saisonnalité, qualité suisse), la production avec 8% (mode de production, confiance, contrôles suisses, plus d'écologie etc.) et enfin un groupe de 5% qui le font par « attitude personnelle » (par principe, conscience, solidarité, habitude, anti-importation ou anti-UE).

Pour les fraises suisses, le résultat est quelque peu différent puisque les aspects consommation et production représentent à eux deux 47% des réponses. L'aspect soutien de l'économie atteint 21% (au lieu de 49% pour les pommes).

### 6.2 Les différents types de consommateurs

Cette étude a classifié les consommateurs en plusieurs groupes selon leur fonctionnement à l'achat.

- les « loyal suisse »,
- les « swiss zappers »,
- les « price orientated »,
- les « gourmets ».

Pour le poulet par exemple, 55% de l'ensemble des interrogés sont prêts à choisir suisse même en cas de différence de 7.-/kg (70% pour les loyal suisse). Ils sont 51% pour une différence relativement standard de 10.-/kg (67% pour les loyal suisse) et sont encore 30% lors d'une différence allant jusqu'à 13.-/kg (49% pour les loyal suisse).

Il est utile de savoir que pour tous les cas des produits étudiés, il y a un point de « rupture » dans la courbe de consentement à payer plus. Jusqu'à un certain niveau, le consommateur suit. Ensuite, il y a une nette baisse.

De manière générale, l'étude démontre que 75% des consommateurs suisses sont prêts à payer plus, même avec une différence de prix élevée.

25% n'entrent pas en matière ; ce sont des consommateurs « chasseurs de prix ». Ce quart des consommateurs est pratiquement impossible à convaincre, c'est une attitude, un positionnement dans la consommation qui les amène à chercher la moindre action sur les prix. Il n'est donc pas utile de s'attarder sur ce groupe.

Pour les producteurs, il s'agit surtout de fidéliser le groupe des « loyal suisse » et de gagner les « swiss zappers » qui eux ne demandent qu'à être convaincus. S'ils zappent c'est essentiellement pour des questions liées au budget, tout du moins au sentiment qu'ils n'ont pas de disponibilités en fin de mois par exemple. Quant aux « gourmets », si la qualité est présente, ils sont au rendez-vous.

Cette image des consommateurs est donc encourageante car cela laisse une marge de manœuvre importante aux producteurs. Les familles paysannes doivent être conscientes qu'elles ont un réel capital sympathie chez trois quarts des consommateurs ! Que l'agriculture suisse en tant que telle est aussi très appréciée par les citoyens.

## **7 Externalités positives de l'agriculture locale**

Pourquoi faut-il maintenir une agriculture en Suisse ? Ne pourrions nous pas nous approvisionner meilleur marché en Europe et Outre-mer ?

Notre commerce agricole nous a habitué à consommer des produits provenant des quatre coins de la planète en permettant ainsi aux consommateurs de pouvoir s'approvisionner avec une large gamme de produits, indépendamment de la saison. Mais ce système a évidemment des externalités négatives importantes. Les transports de denrées alimentaires sont énormes... Une botte d'asperges du Mexique vendue en Suisse parcourt 11'800 km en avion et consomme l'équivalent de 5 litres de pétrole alors qu'une botte d'asperges suisses achetée en saison n'en consomme que 0,3 litre.

L'agneau de Nouvelle Zélande fait 19'000 km pour arriver jusqu'à nos assiettes et consomme 6,1 litres de pétrole au lieu de 1,3 litres pour de l'agneau indigène. Si nous devons importer, tous produits confondus, environ 30% de ce que nous produisons actuellement, il faudrait ajouter sur nos routes un peu plus de 50'000 camions.

Par ailleurs, en ce qui concerne le prix, une étude publiée en 2009 et effectuée par « Ecologie libérale » démontre qu'en consommant de saison et de proximité, le consommateur est gagnant.

Quant au climat, il concerne directement l'agriculture à deux niveaux. Tout d'abord, les changements climatiques ont un impact clair pour l'agriculture sur l'ensemble de la planète. Des sécheresses ou des inondations plus fréquentes ou la hausse des températures font que les récoltes sont moins assurées. Ces incertitudes provoquent des fluctuations importantes des prix qui, au final, n'avantagent pas grand monde.

Par ailleurs, l'agriculture industrielle a un impact fort sur le climat puisque plusieurs études estiment qu'elle est responsable de 20 à 30% des gaz à effet de serre. Ce n'est de loin pas négligeable. Par contre, la bonne nouvelle c'est qu'en améliorant nos pratiques, l'agriculture paysanne pourrait même devenir un puits net de carbone et ainsi contribuer à l'amélioration de la situation climatique. Quelles seraient les mesures à prendre ?

- En améliorant la gestion des cultures en évitant les jachères nues, en améliorant les rotations en y intégrant des légumineuses, en instaurant des cultures dérobées et de couverture entre chaque saison et en utilisant de manière plus judicieuse les fertilisants azotés, notamment en calculant les besoins réels des cultures et en les appliquant au moment judicieux.

- En améliorant la gestion des pâturages, en rendant la pratique moins intensive, en évitant la déforestation et en assurant un bon couvert végétal.
- En pratiquant un élevage essentiellement basé sur l'herbe pour les ruminants (principaux responsables des gaz à effet de serre dans la production animale) plutôt qu'en utilisant des fourrages provenant de grandes cultures souvent pratiquées dans l'hémisphère sud suite à de vastes défrichements. En améliorant la gestion des fumiers. En réduisant quelque peu notre consommation de viande.
- En restaurant les sols dégradés, en évitant de convertir les forêts en terres agricoles intensives. En réhabilitant les sols organiques drainés ou en évitant de drainer des zones humides. En luttant contre l'érosion des sols.
- En renonçant autant que possible à la combustion de matière organique et en cherchant à éviter les incendies de forêts.
- En améliorant l'efficacité dans la production des engrais afin de réduire l'énergie nécessaire à leur fabrication et, de manière plus anecdotique, des pesticides.

Il est intéressant de constater qu'une bonne part des mesures proposées par ces études pour que l'agriculture devienne un « puits de carbone » est en partie déjà imposée à l'agriculture suisse dans les règles « prestations écologiques requises » que l'immense majorité des familles paysannes suisses suivent. Ce qui veut dire que nous allons dans la bonne direction. Mais l'application de toutes ces mesures, en partie déjà effectuées en Suisse, a un coût. C'est une part de l'explication d'une agriculture « plus chère » par rapport à celle de nos voisins. **En garantissant qu'une part importante des produits consommés provienne de ce type d'agriculture, le consommateur et le citoyen suisses font un geste direct pour le climat.** Les pratiques agricoles suisses permettent réellement de répondre en bonne part aux enjeux de la lutte contre le changement climatique ; ceci pour autant qu'elles puissent perdurer, voire s'améliorer un assurant un avenir à ce type d'agriculture. Si nous nous coupons de cette opportunité, nous nous approvisionnerons toujours plus avec des produits issus d'une agriculture industrielle peu regardante sur les plans social et écologique.

## 8 Depuis 2009, deux initiatives rémunératrices

Depuis 2009, année de la première édition de ce document, deux produits sont vendus sur le marché genevois qui répondent aux critères présentés précédemment. Il s'agit du « **pain TourneRêve** » fabriqué avec de la farine équitablement rémunérée. Il est façonné et vendu par quelques boulangers-artisans dans leurs magasins et sur les marchés. Les producteurs ont moulu en 2011 et 2012 environ 25 tonnes de céréales, principalement du blé, puis de l'épeautre, du seigle et du sarrasin. Par ailleurs, les producteurs de blé bio genevois ont pu s'appuyer sur ce document pour obtenir un prix rémunérateur pour leur blé écoulé dans les filières traditionnelles.

Sous l'impulsion de la section locale d'Uniterre et à travers le label public « Genève Région Terre Avenir » (GRTA), **les producteurs de lait genevois** bénéficient également d'une filière plus rémunératrice pour le lait. Depuis sa mise sur le marché en 2009, les chiffres de vente augmentent constamment et ceci malgré le refus des principaux distributeurs de commercialiser ce lait. Pour l'heure, seul 15% du lait labellisé GRTA est payé à un prix équitable pour le producteur (1.-/litre). Les 85% restant sont vendus à un prix légèrement plus élevé que le marché national ce qui ne suffit pourtant pas à couvrir les coûts. Un effort financier doit être fourni tant par les collectivités publiques qui s'approvisionnent avec ce lait que de la part des grands distributeurs pour le mettre à disposition des consommateurs souhaitant l'acquérir.

## 9 Conclusion

Nous sommes convaincus que notre agriculture a de multiples atouts pour la société :

- elle maintient une économie locale, régionale et nationale puisque plus de 10% des emplois en Suisse sont directement concernés par l'existence de cette agriculture (secteur agro-alimentaire),
- elle contribue à la protection de l'environnement,
- elle a un impact plus faible sur le climat que bon nombre d'agricultures,
- elle réduit les transports inutiles.

Il y a deux conditions vraisemblables à une adhésion des consommateurs/citoyens :

- L'agriculture doit répondre aux attentes spécifiques de notre société et se différencier des autres agricultures par des externalités positives.
- La hausse des prix à la consommation doit être le reflet d'une hausse à la production et non celle d'une augmentation supplémentaire des marges des intermédiaires.

Les consommateurs sont prêts à faire un effort supplémentaire pour garantir une production agricole en Suisse. Les études citées plus haut comme la réalité du terrain (témoignages de consommateurs lors de la grève du lait par exemple) nous le confirment. Le succès des initiatives telles que le pain TourneRêve et le Lait genevois GRTA démontre que ce n'est plus une utopie que de croire à des filières plus équitables. Pour y parvenir il faut allier l'énergie de producteurs convaincus, la volonté politique et l'acceptation des transformateurs et distributeurs de se mettre véritablement au service des producteurs et des consommateurs.

**Si les consommateurs et les travailleurs de la terre arrivent à parler d'une même voix, les intermédiaires n'auront qu'une option : faire en sorte de répondre aux attentes des deux extrémités de la chaîne agro-alimentaire.**

*Nos remerciements vont à :*

***L'Association TourneRêve*** qui nous a fait confiance pour cette réédition 2013 et n'a de cesse de promouvoir le concept d'une agriculture de proximité rémunératrice.

***L'Office fédéral de la statistique*** qui nous a permis de retrouver un certain nombre de chiffres clés.

***Agridea*** qui nous a mis à disposition des documents ressources et contrôlé des calculs.

***Le service de statistiques de l'Union Suisse des Paysans*** qui nous a mis à disposition des données sources utiles.

## 10 Bibliographie

- AGIR, L'agriculture suisse en chiffres
- Agridea, Réflex 2012
- Agridea, « classeur fiches techniques – production laitière, fiche 9.6.3 », nov. 2010
- Agridea « Formation des prix dans les filières agricoles de l'arc lémanique » rapport à l'Union lémanique des chambres d'agriculture, avril 2012
- Ecole polytechnique fédérale de Zurich, Dr. Sophie RÉVIRON & Conradin BOLLIGER, « Préférence et consentement à payer des consommateurs suisses pour les produits alimentaires frais suisses : volailles, pommes, fraises », janvier 2009
- Ecologie libérale, « consommer des fruits et légumes suisses et de saison est le moins cher », mars 2009
- Eurostat, site internet
- FAT, « rapport de base 2011 », 2012
- Fédération romande des consommateurs, « budget », 2007
- Office fédéral de l'agriculture, site internet - rubrique paiements directs
- Office fédéral de l'agriculture, bulletin du marché du lait
- Office fédéral de la statistique, site internet - rubrique agriculture
- Office fédéral de la statistique, site internet- rubrique « travail et rémunération » « salaires et revenu du travail »
- Office fédéral de la statistique, « Agriculture suisse, statistique de poche 2012 », 2012
- Office fédéral de la statistique, « L'enquête suisse sur la structure des salaires. 2010 », 2012
- Producteurs Suisses de lait, « L'économie laitière suisse en chiffres », édition 2012
- Sophie Réviron, « positionnement et valeur des labels suisses alimentaires », cours Agridea, janvier 2009
- Union française des consommateurs, « Bœuf, porc et volaille : les prix à la consommation se déconnectent des prix agricoles », 2008
- Union française des consommateurs, « Etude sur la construction des prix pour le lait de consommation et le poulet dans le contexte des hausses des prix des matières premières agricoles de 2007 et 2010 », janvier 2011
- UBS, Union de banques suisse, « Prix et salaires ; 2012 », 2012
- Union Suisse des Paysans, « La cherté de l'agriculture : un mythe persistant - Rapport de situation 2008 », 2008
- Union Suisse des Paysans, statistiques