



Berne, le 18 février 2026

Concurrence et transparence des prix sur le marché de l'alimentation

Rapport du Conseil fédéral
en réponse aux postulats 21.3831 Schneider
Meret du 17 juin 2021, 22.4252 de la CER-E du
10 octobre 2022 et 24.3673 Haab du 13 juin
2024

Table des matières

Condensé	iv
1. Contexte	1
1.1. Mandat	1
1.2. Approche choisie pour répondre aux postulats	1
1.3. Lien avec la PA30+	1
1.4. Transparence du marché et des prix	2
2. Structures des marchés agricoles et alimentaires en Suisse	3
3. Bases légales	6
3.1. En Suisse	6
3.1.1. Loi sur les cartels (LCart)	6
3.1.2. Loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD)	9
3.1.3. Loi fédérale concernant la surveillance des prix (LSPr)	11
3.1.4. Loi sur l'agriculture	12
3.2. Union européenne (UE)	13
3.2.1. France	14
3.2.2. Allemagne	15
3.3. Conclusion : comparaison Suisse-UE	16
4. Comparaison entre les prix indicatifs et les prix effectivement payés	18
5. Observation du marché en Suisse (selon l'art. 27 LAgr)	20
5.1. Observation actuelle du marché	20
5.2. Communication des données relatives au marché	21
5.3. Expériences et défis	22
5.4. Solutions proposées pour optimiser l'observation du marché prévue à l'art. 27 LAgr	22
5.5. Évaluation des solutions proposées et mise en œuvre	30
6. Conclusion	33
7. Bibliographie	35

Annexe A : Liste des pratiques commerciales déloyales selon la directive (UE) 2019/633

Annexe B : Structures des marchés agricoles et alimentaires

Annexe C : Analyse des prix indicatifs par sous-marché

Annexe D : Observation actuelle des différents sous-marchés

Table des illustrations

Figure 1 :	Chaîne de création de valeur	4
Figure 2 :	Part en % des prix effectivement payés par rapport aux prix indicatifs	19
Figure 3 :	Évaluation qualitative de la largeur et de la profondeur de l'observation actuelle du marché prévue à l'art. 27 LAgr	20
Figure 4 :	Solutions proposées pour optimiser l'observation du marché	23
Figure 5 :	Exemple de publication de la création de valeur brute	27
Figure 6 :	Synthèse de l'évaluation	30
Figure 7 :	Proposition de mise en œuvre	31

Table des tableaux

Tableau 1 :	Avantages et inconvénients de la transparence, du point de vue de l'agriculture	3
Tableau 2 :	Principaux groupes cibles de l'observation des marchés avec leurs demandes	21
Tableau 3 :	Description de l'option 2 pour l'optimisation de l'observation du marché	24
Tableau 4 :	Description de l'option 3 pour l'optimisation de l'observation du marché	25
Tableau 5 :	Description de l'option 4 pour l'optimisation de l'observation du marché	28
Tableau 6 :	Description de l'option 5 pour l'optimisation de l'observation du marché	29

Condensé

Contextes, objectifs et approche choisie : les marchés agricoles et alimentaires suisses se caractérisent par une structure en X entre la production et la consommation : de nombreux producteurs et consommateurs y ont affaire à un petit nombre d'entreprises de transformation et de commercialisation. La concentration est également marquée au niveau des consommations intermédiaires. Une telle structure présente des risques d'inefficience et d'inefficacité des marchés, notamment pour les acteurs de petite taille ou faiblement organisés. Les asymétries d'information, les pratiques commerciales déloyales et les cas d'exercice d'un pouvoir de marché sont susceptibles d'entraver le bon fonctionnement des échanges et de saper la confiance accordée aux mécanismes du marché. Dans ce contexte, les trois postulats 22.4252 de la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des États, 21.3831 Schneider Meret et 24.3673 Haab ont chargé le Conseil fédéral d'examiner les possibilités d'accroître la transparence dans la formation des prix tout au long de la chaîne de création de valeur et d'améliorer l'information du public, d'empêcher les pratiques commerciales déloyales dans les secteurs agricole et agroalimentaire, et de veiller à ce que les prix indicatifs représentent les prix effectivement payés à la ferme. Fruit d'un processus participatif, le présent rapport intègre aussi bien des analyses et études publiées sur la question que les bases légales en vigueur, une comparaison internationale et des estimations d'experts.

Structure du marché : l'analyse montre qu'au cours des dernières années, la concentration s'est surtout accrue au niveau de la transformation. Alors qu'au stade de la production les changements structurels prennent du temps, les étapes situées en amont et en aval des différents sous-marchés sont dominées par quelques acteurs importants. Les acteurs de moyenne ou petite taille sont devenus plus rares ces dernières années. Au niveau de la consommation, le nombre d'acteurs a augmenté dans le commerce de détail et diminué dans le commerce de gros. Une telle structure n'est pas sans risques pour le fonctionnement efficace des marchés.

Transparence du marché et des prix : la transparence dans la formation des prix implique la publication de données fiables et utiles sur les prix et les indicateurs déterminants tout au long de la chaîne de création de valeur. Une telle transparence présente de multiples avantages : réduction des asymétries d'information, renforcement de la confiance et de l'esprit de coopération, prise de décision éclairée des entreprises, du monde politique et de l'administration, mais aussi diminution des cas d'exercice d'un pouvoir de marché et des pratiques commerciales déloyales. La position des petits acteurs faiblement organisés s'en trouve d'autant améliorée. Des risques sont néanmoins à craindre : risque de collusion inhérent à la publication de données sensibles, coûts subis par les entreprises et l'administration au titre de la collecte et du traitement des données, pléthore d'informations, voire renforcement du pouvoir de marché des grands acteurs. La littérature scientifique et les expériences pratiques montrent l'utilité d'une transparence des prix efficace et spécifique aux marchés. Les observatoires des marchés influencés par la politique agricole correspondent à une pratique courante au niveau international pour créer des bases de données neutres qui contribuent au bon fonctionnement des marchés sans intervention directe. Les données sont largement utilisées par les milieux économiques, politiques et administratifs.

Bases légales en Suisse : les conditions-cadres légales pertinentes pour le présent objet sont définies dans la loi du 6 octobre 1995 sur les cartels (LCart)¹, dans la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD)² et dans la loi fédérale du 20 décembre 1985 concernant la surveillance des prix (LSP)³. Les divers instruments en place permettent globalement de gérer les risques inhérents aux structures de marché existantes. Le Parlement s'est opposé à ce que le régime de protection contre les pratiques commerciales déloyales inscrit dans la LCD soit étendu aux entreprises (dont les exploitations agricoles).

Perspective internationale : l'Union européenne (UE) a adopté ces dernières années de nouvelles mesures visant à renforcer la position des producteurs dans la chaîne de création de valeur. Il convient de citer ici la réduction de l'asymétrie de l'information par l'observation du marché, ou le durcissement

¹ RS 251

² RS 241

³ RS 942.20

des règles contre les pratiques commerciales déloyales avec l'introduction d'une directive européenne fixant des exigences minimales ainsi que l'adoption par les États membres de bases légales parfois plus strictes. Le nouvel observatoire européen de la chaîne agroalimentaire (*Agri-food chain Observatory, AFCO*) vise également à assurer la transparence des prix, des coûts, de la répartition des marges ainsi que de la valeur ajoutée.

Possibilités d'empêcher les pratiques commerciales déloyales dans les secteurs agricole et agroalimentaire : les bases légales visant à prévenir et combattre les pratiques commerciales déloyales sont déjà suffisamment détaillées au niveau de l'ensemble de l'économie, et donc une législation spéciale n'est pas indiquée. Les filières concernées ont en particulier une part de responsabilité dans la prévention et la lutte contre les pratiques commerciales déloyales. Plusieurs approches seraient ici envisageables : introduction de directives ou d'un code de conduite sectoriel, mise en place d'un service de médiation, ancrage de telles règles dans des conventions d'objectifs ou des contrats-types.

Possibilités d'améliorer la transparence des prix dans les secteurs agricole et alimentaire : deux instruments de la loi du 29 avril 1998 sur l'agriculture (LAgr)⁴ sont particulièrement indiqués pour améliorer la transparence des prix :

- *Prix indicatifs* : selon l'art. 8a LAgr, les interprofessions et les organisations de producteurs peuvent publier, à l'échelon national ou régional, des prix indicatifs pour des produits ou des groupes de produits. Les prix indicatifs favorisent la transparence dans la formation des prix, en l'absence de toute intervention directe dans les marchés. Ils fournissent des indications déterminantes sur l'évolution du marché, notamment pour les petits acteurs du marché ou ceux qui ne sont pas organisés. Il ressort des évaluations menées pour le présent rapport que les prix indicatifs ont l'effet de signal souhaité dans la formation des prix. Compte tenu de ces résultats, le Conseil fédéral estime qu'il n'y a pas lieu de modifier l'art. 8a LAgr.
- *Observation du marché* : l'observation du marché au sens de l'art. 27 LAgr consiste à collecter et à publier des données sur les prix et les indicateurs déterminants pour les marchés suivants : viande, produits carnés et charcuterie, lait et produits laitiers, œufs et volaille, produits des grandes cultures et produits dérivés, fruits et légumes et produits dérivés, de même qu'à titre facultatif les moyens de production agricoles. La base légale actuelle ne met pas l'accent sur l'observation des effets obtenus en termes de création de valeur ajoutée. Générant des bases de données factuelles sur l'évolution des prix dans les principaux marchés influencés par la politique agricole, l'observation du marché constitue un instrument central pour promouvoir la transparence des prix. Elle comporte des lacunes, notamment pour la viande, les fruits et légumes, ainsi qu'aux échelons de la transformation et du commerce, en raison principalement d'un manque de coopération, l'obligation de collaborer des acteurs du marché n'étant pas dûment mise en œuvre, mais aussi à cause de ressources limitées.

Adaptations proposées en matière d'observation du marché (art. 27 LAgr) : sur la base de l'analyse menée, l'accent sera mis sur la correction ciblée des lacunes de l'observation du marché actuelle dans tous les marchés et à tous les échelons de la chaîne de création de valeur, afin d'accroître la transparence des prix et ainsi de réduire les asymétries d'information le long de la chaîne de création de valeur. Il convient en particulier d'établir l'observation du marché dans le domaine des consommations intermédiaires pertinentes pour l'agriculture. La transparence en sera d'autant meilleure dans ce marché. En outre, il s'agit d'observer et de communiquer, pour certains groupes de produits, les chiffres de la valeur ajoutée brute. Un transfert accru des connaissances et une communication plus active permettront par ailleurs d'améliorer l'utilité et la compréhension des données pour certains groupes cibles. Afin de garantir une collecte de données représentative, la base légale relative à l'obligation de fournir des données devra être précisée pour renforcer la participation aux relevés.

Lien avec la politique agricole à partir de 2030 (PA30+) : la consolidation de la création de valeur est au cœur de la politique agricole 2030+. Les mesures proposées dans le présent rapport y contribuent et renforceront le bon fonctionnement des marchés, sans intervention directe de la part de l'État. Les

⁴ RS 910.1

adaptations nécessaires de la loi sur l'agriculture, qui seront soumises au Parlement avec le message sur la PA30+, tiendront dûment compte des résultats de la procédure de consultation qui nous intéresse.

Bilan : les mesures proposées permettront de créer une base équilibrée pour une évolution ciblée et porteuse d'avenir de la transparence des marchés et des prix dans l'économie agroalimentaire. Elles consolident la base de données sur laquelle reposent les décisions politiques et économiques, réduisent les asymétries d'information et contribuent à la résilience de la chaîne de création de valeur et, partant, au bon fonctionnement des marchés.

1. Contexte

1.1 Mandat

Les marchés agricoles et alimentaires se caractérisent par des spécificités sectorielles, et, typiquement, par une structure en X à partir du stade de la production : les nombreux producteurs ont affaire à un petit nombre d'entreprises de transformation et de commercialisation, qui écoulent ensuite leur marchandise auprès de nombreux consommateurs. Cette concentration du marché au milieu de la chaîne de création de valeur constitue un réel défi pour un fonctionnement efficace des marchés. La transparence du marché et des prix peut toutefois favoriser l'efficacité et la compétitivité. Aussi les instruments juridiques correspondants sont-ils au cœur de la politique agricole et de la politique de la concurrence de la Suisse. Le Parlement a transmis trois postulats sur cette thématique :

Postulat [22.4252](#) de la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des États « Concurrence sur le marché de l'alimentation »

Étant donné la forte concentration, en Suisse, du marché agroalimentaire, notamment dans le commerce de détail, le Conseil fédéral est chargé d'analyser et d'évaluer la concurrence sur ce marché dans un rapport. Ce rapport devra déterminer si des instruments supplémentaires sont nécessaires pour atténuer les éventuelles conséquences négatives de la concentration. Il convient notamment d'examiner s'il y a lieu de renforcer et de développer l'observation du marché prévue à l'art. 27 de la loi sur l'agriculture, afin d'accroître la transparence dans la formation des prix tout au long de la chaîne de création de valeur et d'améliorer l'information du public.

Postulat [22.4252](#) Schneider Meret « Produits agricoles dans le commerce de détail. Transparence des prix »

Le Conseil fédéral est chargé d'examiner de quelle manière empêcher les pratiques commerciales illicites dans le commerce de détail pour les produits agricoles et rendre les prix transparents pour les consommateurs pour ce qui est des prix à la production et à la consommation et pour ce qui est des marges.

Postulat [24.3673](#) Haab « Achats à la ferme. Les prix indicatifs ne représentent pas les prix effectifs »

Le Conseil fédéral est chargé de montrer dans un rapport comment les prix indicatifs des produits agricoles représentent les prix effectivement payés à la ferme.

1.2 Approche choisie pour répondre aux postulats

Des experts des marchés étudiés ont été consultés en vue de l'élaboration du présent rapport. Un groupe d'experts du marché laitier spécialement constitué, notamment, s'est réuni lors d'ateliers afin de discuter des avantages et des inconvénients de l'observation du marché actuelle, et pour développer et évaluer les variantes présentées dans le présent rapport. Ce groupe d'experts comprenait des représentants de tous les échelons de la chaîne de création de valeur (production, commerce du lait, transformation, distribution), de la recherche et de la vulgarisation. En outre, diverses discussions bilatérales ou manifestations ont eu lieu, notamment dans le cadre des travaux sur la politique agricole à partir de 2030 (PA30+).

1.3 Lien avec la PA30+

Le 22 juin 2022, le Conseil fédéral a présenté un rapport en réponse aux postulats 20.3931 et 21.3015 sur l'orientation future de la politique agricole. Dans la motion 22.4251 du 10 octobre 2022, la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des États (CER-E) a chargé le Conseil fédéral de concrétiser la ligne stratégique proposée et de lui soumettre un message à ce sujet d'ici à fin 2027 (PA30+). Le projet devra notamment veiller à améliorer les perspectives économiques et sociales pour l'agriculture et le secteur agroalimentaire, le renforcement de la création de valeur étant

ici prioritaire. Les mesures formulées dans le présent rapport font écho à ces préoccupations et visent à soutenir le bon fonctionnement des marchés sans prévoir d'intervention étatique supplémentaire.

Les thématiques abordées dans le présent rapport seront remaniées à l'issue de la procédure de consultation et soumises au Parlement dans le cadre du message sur la PA30+.

1.4 Transparence du marché et des prix

Définitions et vue d'ensemble

La transparence du marché fait référence au degré d'information sur les prix, les quantités, les acteurs et les autres données du marché qui sont disponibles, fiables et utiles (Ménard, 2018). Elle est atteinte dès lors que tous les acteurs du marché disposent des informations essentielles sur la formation des prix et l'évolution du marché. La transparence des prix en fait partie et implique notamment la divulgation d'informations sur les prix tout au long de la chaîne de création de valeur, afin de permettre des décisions éclairées et une concurrence efficace.

La transparence du marché et des prix est essentielle au bon fonctionnement des marchés, elle assure une meilleure comparabilité des prix et des indicateurs déterminants et renforce d'autant la concurrence. Grâce aux données disponibles, les acteurs du marché peuvent prendre des décisions éclairées, et la formation des prix gagne en efficacité. La transparence du marché améliore pour toutes les personnes concernées la disponibilité d'informations sur les prix, les quantités, les acteurs du marché ou sur d'autres données pertinentes, et réduit l'asymétrie de l'information. Elle renforce la confiance entre les acteurs, favorise la coopération et réduit les incertitudes dans le processus de formation des prix. Les petits acteurs du marché ou ceux qui sont faiblement organisés, pour qui il devient plus simple de s'informer, profitent tout particulièrement de la transparence du marché. Cette accessibilité publique des données réduit les asymétries d'information et assure une meilleure transmission des prix tout au long de la chaîne de création de valeur. La transparence peut en outre freiner les pratiques commerciales déloyales et réduire l'exercice par certains acteurs d'un pouvoir de marché, ce qui conduit à une meilleure allocation des ressources.

En dépit de ses avantages, la transparence du marché comporte également des risques, qui peuvent toutefois être réduits grâce à une observation du marché bien conçue. Car si les petits acteurs du marché bénéficient d'un meilleur accès à l'information, il est à craindre que les grands acteurs ne tirent davantage parti de leur pouvoir de marché. Des ententes (collusions) sont notamment à prévoir, si de plus grandes quantités de données sont publiées. La mise en œuvre entraînera également des coûts liés à la collecte des données, à leur évaluation et à la communication. En outre, les grands acteurs du marché sont susceptibles d'utiliser de telles informations mieux et plus rapidement que les petits acteurs, ce qui risque d'exacerber encore les rapports de force. La publication de données sensibles peut causer un préjudice stratégique à certaines entreprises. Un flux d'informations dépourvues de structure claire augmente par ailleurs le risque d'interprétation erronée des données de la part des différents acteurs.

Impact de la transparence des prix sur l'agriculture et ses acteurs

Il n'y a pas de réponse scientifique irréfutable à la question de l'impact fondamental que la transparence du marché, et plus particulièrement celle des prix, peut avoir sur l'agriculture et ses acteurs. De nombreuses études (pour une vue d'ensemble, voir notamment Ménard [2018] et Commission européenne [2019]) examinent les effets de la transparence sur les marchés, sur la formation des prix et les dynamiques concurrentielles notamment, et résument les travaux scientifiques pertinents. Il est particulièrement difficile et coûteux de surcroît pour les petits acteurs de collecter eux-mêmes des informations sur le marché, ce qui fait qu'ils tirent davantage parti de la transparence du marché (assurée par l'État) que les grands acteurs (Bessembinder & Maxwell, 2008). Le tableau ci-dessous résume les avantages et les inconvénients de la transparence du marché et des prix, dans l'optique de l'agriculture.

Tableau 1 : Avantages et inconvénients de la transparence, du point de vue de l'agriculture

Avantages possibles
Plus grand pouvoir de négociation : les agriculteurs qui disposent d'informations transparentes peuvent accroître leur pouvoir de négociation. S'ils connaissent les gains réalisés en bout de chaîne, ils peuvent d'autant mieux étayer leur argumentation pour obtenir des prix équitables. Exemple : en France, la mise en place de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires a permis aux agriculteurs de mieux comprendre la composition des prix.
Gestion des risques et sécurité de planification : des informations transparentes aident les entreprises à mieux comprendre les fluctuations de prix et à s'y adapter. Elles peuvent ainsi mieux planifier leurs investissements et leurs décisions de production. Exemple : dans l'industrie laitière britannique, la publication des prix de gros et des prix moyens à la production permet d'identifier suffisamment tôt les tendances de prix et de réduire les fluctuations en la matière.
Réduction des asymétries d'information : sur les marchés fortement concentrés, les transformateurs et les commerçants en savent généralement plus que les agriculteurs. La transparence peut réduire cette asymétrie. Exemple : en Irlande, les agriculteurs veulent mieux connaître les marges dans la transformation de viande, afin de repérer les pratiques commerciales déloyales et de rétablir la confiance dans la chaîne d'approvisionnement.
Développement de la coopération et de la confiance : le fait que tout le monde ait accès aux mêmes informations peut stimuler le dialogue et la collaboration. Exemple : en Espagne, les publications portant sur la structure des prix aux divers niveaux de la chaîne de création de valeur ont favorisé les échanges et la recherche de solutions communes.
Revendications politiques étayées par des arguments factuels : des données publiques fiables permettent au secteur agricole d'étayer solidement ses revendications politiques. Grâce à une argumentation factuelle, il pourra faire ressortir les abus tels que les pratiques commerciales déloyales ou la répartition inéquitable de la valeur ajoutée dans la chaîne d'approvisionnement.
Inconvénients ou limitations possibles
Renforcement du pouvoir de marché des grands acteurs : au cas où des informations détaillées, concernant principalement l'agriculture, seraient accessibles au public, les grands acteurs pourront en tirer parti plus rapidement et mieux que les petites exploitations agricoles, au risque d'accroître encore l'inégalité du pouvoir de négociation. La transparence des prix doit donc englober tous les échelons de la chaîne de création de valeur.
Risque d'entente sur les prix : si tous les acteurs du marché ont accès aux mêmes données sur les prix, une uniformisation des stratégies en la matière est à craindre.
Complexité et surinformation : les compétences numériques sont parfois limitées et les ressources insuffisantes pour examiner et analyser les données disponibles. En pareil cas, la transparence n'aboutit pas automatiquement à de meilleures décisions et peut au contraire semer la confusion. La transparence des prix doit donc s'accompagner de mesures de communication adaptées.
Absence de pertinence ou niveau de détail insuffisant : les données sont souvent agrégées, lacunaires ou disponibles trop tard pour être utiles aux exploitations. Et comme les étapes intermédiaires de la chaîne de création de valeur en sont fréquemment absentes, il est difficile aux exploitations d'évaluer leur position exacte.
Coût et effort requis : la collecte, le traitement et l'exploitation des données génèrent des coûts et demandent beaucoup de temps. De telles opérations peuvent représenter un surcroît de charges pour les petites entreprises, surtout si les avantages concrets et immédiats d'une transparence accrue leur échappent. Le monde numérique offre en l'occurrence des solutions pour réduire cette charge.

Source : (Ménard, 2018), (Sappington & Turner, 2023), (Shepherd, 1997)

La chaîne de création de valeur des marchés agricoles et alimentaires comporte différentes étapes, des consommations intermédiaires jusqu'à la distribution par le commerce des denrées alimentaires prêtes à la consommation. En début de chaîne apparaissent les consommations intermédiaires, dont font partie les intrants tels que les semences, les engrais, les produits phytosanitaires, les aliments pour animaux, ainsi que les machines et services agricoles. Tous ces biens et services sont consommés au stade de la production agricole en vue de l'obtention des matières premières végétales ou animales, comme les céréales, le lait, la viande ou les fruits. Les produits sont ensuite acheminés vers les commerces et les points de collecte, où ils sont triés, stockés et préparés en vue de leur transformation. Cette étape comportant deux niveaux aboutit à la transformation des produits bruts en denrées alimentaires prêtes à la consommation, par exemple grâce à la mouture des céréales en farine ou à la fabrication des produits laitiers. Les produits finis n'ont plus qu'à être distribués aux consommateurs (principalement par le commerce de gros et de détail). Les importations et exportations concernent essentiellement les étapes des consommations intermédiaires, de la transformation et de la distribution. Chaque étape est indissociable des autres et influence directement la qualité des produits, leur disponibilité et la fixation de leur prix. Les conditions économiques, politiques et écologiques ont également un impact significatif sur tous les maillons de cette chaîne complexe.

Figure 1 : Chaîne de création de valeur



La situation en matière de concurrence aux diverses étapes de la chaîne de création de valeur sur les marchés du lait, de la viande de porc, des pommes et des céréales panifiables analysés dans le présent rapport se présente de la manière suivante (pour plus de détails, voir annexe B) :

- Consommations intermédiaires** : les consommations intermédiaires, dont la contribution à la valeur de production aux prix de base oscille entre 60 et 65 %, constituent un élément-clé de la chaîne de création de valeur des marchés agricoles et alimentaires. Les aliments pour animaux en sont la principale catégorie, avec une part de 36 % des consommations intermédiaires (Office fédéral de la statistique, 2024). La structure du marché des consommations intermédiaires se caractérise par une plus grande concentration que dans la production agricole, avec un petit nombre d'acteurs. Leur nombre a diminué ces dernières années, et certains sont également actifs à d'autres étapes de la chaîne de création de valeur.
- Production** : en 2023, la Suisse comptait 47 719 exploitations agricoles. Leur nombre est en recul, en raison du changement structurel (2003 : 65 866 exploitations), tandis que leur taille moyenne a augmenté. La production végétale représente environ 40 % et la production animale 60 % de la production agricole (Office fédéral de la statistique, 2024). Ces dernières années, la part de la production avicole n'a cessé de croître dans la production animale. Si les prix (p. ex. prix indicatifs) sont négociés entre les interprofessions et les autres maillons de la chaîne de création de valeur, les contrats individuels sont conclus entre l'exploitation agricole et l'acheteur des produits.
- Commerce et centres de collecte** : après la production, les produits sont souvent écoulés dans le commerce (p. ex. acheteurs de lait du premier échelon, commerce de bétail) ou acheminés vers des centres collecteurs (p. ex. céréales). Le marché laitier est fragmenté, avec un grand nombre d'organisations et d'entreprises. Le commerce de la viande de porc est par contre très largement consolidé et dominé par deux grandes entreprises couvrant ensemble près de la moitié du marché. Dans le cas des céréales panifiables, les centres collecteurs organisés en coopératives constituent le principal débouché de l'agriculture, collectant et stockant près de 75 % des récoltes. La concentration au niveau des centres collecteurs a augmenté ces dernières années. Quant au marché des pommes de table, il est dominé par deux grandes entreprises.
- Transformation** : les structures de marché de l'étape de transformation présentent une évolution hétérogène, toutefois globalement marquée par une hausse de la concentration. Le nombre de moulins est en régression, à la suite, notamment, de la disparition des petites structures. Près de 90 % de la production céréalière suisse est moulue par sept entreprises, dont les deux principales réalisent une part de marché d'environ 60 %. Sur le marché de la viande, le nombre d'abattoirs et d'établissements de transformation a également reculé, avec la fermeture de nombreuses PME. Les quatre principaux établissements assurent aujourd'hui près des trois quarts de l'activité d'abattage. Le lait de centrale a pour principaux acheteurs six grandes entreprises industrielles, alors que de nombreuses entreprises artisanales sont actives sur le marché du fromage, qui se distingue par une grande variété de sortes. Trois entreprises transforment par ailleurs à elles seules la majeure partie des pommes à cidre.
- Distribution** : la plupart des produits agroalimentaires parviennent aux consommateurs par l'intermédiaire du commerce de gros et de détail. Les détaillants sont le principal canal de vente

dans l'agriculture. Il est dominé par deux acteurs majeurs, dont les parts de marché ont légèrement reculé ces dernières années. Les discounters ont par contre légèrement progressé dans ce secteur. Le commerce de gros fournit les entreprises de restauration et autres établissements professionnels. Près de 40 % de la main-d'œuvre du commerce de gros et de détail est employée dans le commerce de gros (Office fédéral de la statistique, 2025). Il existe dans le commerce de gros plusieurs grandes entreprises actives au niveau national ou international, qui sont parfois étroitement liées au commerce de détail. Leurs parts de marché ne sont toutefois pas connues en détail.

De nombreuses entreprises des marchés agricoles et alimentaires opèrent en Suisse à plusieurs niveaux. Leurs activités déployées tout au long de la chaîne de création de valeur contribuent à l'intégration verticale des marchés, laquelle peut aller de la production à la vente, en passant par la transformation. Une telle structure présente de nombreux avantages, à commencer par une efficacité accrue, un meilleur contrôle de la qualité, des débouchés stables et la sécurité de planification dans la production. Les entreprises recourent à l'intégration verticale afin d'optimiser leurs processus et de croître sur le marché intérieur exigu de la Suisse. Un tel modèle comporte néanmoins des risques : la concentration du pouvoir de marché peut entraîner une dépendance économique, au détriment des petits producteurs notamment, dont les débouchés se raréfient. En outre, l'accès au marché risque d'être toujours plus difficile.

Bilan

Toutes les analyses font ressortir la structure oligopolistique bien connue des marchés agricoles et alimentaires suisses. Dans une telle structure, un petit nombre de grands acteurs dominant le marché. Ce genre de situation présente à la fois des avantages et des inconvénients. La stabilité du marché constitue un atout majeur. Comme il n'y a que de rares entreprises en activité, le comportement des acteurs du marché est souvent prévisible, ce qui est propice aux investissements à long terme et à l'innovation. Les entreprises oligopolistiques disposent d'ailleurs souvent de gros budgets de recherche et de développement, ce qui favorise le progrès technologique et les améliorations de produits. Les économies d'échelle réalisées se traduisent par des processus de production plus efficaces et des prix potentiellement plus bas. D'un autre côté, un oligopole comporte de graves risques pour la concurrence. Même sans s'être expressément mis d'accord, les quelques acteurs du marché sont susceptibles d'aligner leurs prix et de coordonner leurs comportements, ce qui peut aboutir à des asymétries d'information et à une moindre concurrence, rendre le marché inefficace et nuire aux acteurs, au stade de la production comme de la consommation. La dynamique d'innovation risque d'en pâtir, les prix d'augmenter et les consommateurs d'avoir un choix restreint (Bokusheva, Fischer, Grass, & Grau, 2019) (Cerca, et al., 2019) (Logatcheva, et al., 2019). En outre, les nouveaux prestataires auront d'autant plus de peine à percer que, grâce à leur taille et à leur pouvoir de marché, les entreprises établies sont en mesure d'instaurer des barrières à l'entrée élevées.

3. Bases légales

3.1 En Suisse

Le présent rapport s'intéresse tant à la réglementation de la concurrence qu'aux bases légales de l'observation du marché. Les bases du droit de la concurrence sont définies dans la LCart. La LCD lutte par ailleurs contre les pratiques commerciales déloyales. La LSPr règle encore les compétences du Surveillant des prix. De manière générale, le droit de la concurrence vise à protéger la concurrence en garantissant l'accès aux marchés et leur transparence et en encourageant la concurrence, notamment en interdisant et en sanctionnant la concurrence déloyale et les pratiques abusives des entreprises. De son côté, la LAgr prévoit des mesures ciblées pour organiser la concurrence et la transparence sur les marchés agricoles et alimentaires. Le présent chapitre résume les lois et ordonnances pertinentes pour le présent rapport.

3.1.1 Loi sur les cartels (LCart)

Le but de la LCart est défini à son art. 1 de la manière suivante : « La présente loi a pour but d'empêcher les conséquences nuisibles d'ordre économique ou social imputables aux cartels et aux autres restrictions à la concurrence et de promouvoir ainsi la concurrence dans l'intérêt d'une économie de marché fondée sur un régime libéral. » La Commission de la concurrence (COMCO), autorité fédérale indépendante, et son secrétariat sont chargés de l'exécution de la LCart, dont les dispositions s'appliquent en principe à tous les secteurs économiques, agriculture comprise. L'art. 3 LCart règle le rapport de cette loi avec d'autres prescriptions légales. Ainsi, alors que la LCart s'applique à tous les secteurs économiques, la LAgr ne concerne que l'agriculture, en tant que norme spéciale (*lex specialis*). Il convient dès lors d'examiner dans chaque cas d'espèce jusqu'à quel point les dispositions d'une loi spéciale, en l'occurrence l'art. 8a LAgr, ont pour effet d'exclure l'applicabilité du droit des cartels⁵.

À cet effet, la LCart prévoit essentiellement les trois instruments suivants :

1. La LCart interdit les **accords** entre entreprises qui affectent de manière notable la concurrence et qui ne sont pas justifiés par des motifs d'efficacité économique (art. 5 LCart).
2. L'**abus** d'une position dominante ou d'un pouvoir de marché relatif par une ou plusieurs entreprises est interdit (art. 7 LCart).
3. Les **concentrations** d'entreprises doivent être préalablement signalées à la COMCO, si les seuils de notification prévus sont atteints (art. 9 LCart). Cette dernière examine si la concentration crée ou renforce une position dominante capable de supprimer une concurrence efficace. Si tel est le cas et si la concentration ne provoque pas une amélioration des conditions de concurrence sur un autre marché, qui l'emporte sur les inconvénients de la position dominante, il incombe à la COMCO d'interdire la concentration ou de l'autoriser moyennant des conditions ou des charges (art. 10 LCart).

Les pages qui suivent expliquent dans quelle mesure les trois instruments susmentionnés (réglementation des accords en matière de concurrence, interdiction des abus de position dominante, contrôle des concentrations) peuvent déjà contribuer aujourd'hui à une concurrence efficace dans l'agriculture⁶.

Réglementation des accords en matière de concurrence

Des accords peuvent en principe intervenir à tous les échelons du marché. Ainsi, des entreprises fabriquant ou distribuant des moyens de production agricoles (engrais, produits phytosanitaires, etc.) peuvent très bien passer des accords entre elles. Des accords peuvent également être conclus entre des exploitations agricoles ou sur des marchés en aval (p. ex. entre des négociants en produits

⁵ À propos du rapport entre la LCart et les mesures d'entraide des producteurs agricoles visées aux art. 8 ss LAgr, voir Patrick Ducrey, *Marktmacht und schweizerische Landwirtschaft – Kartellrecht als Korrektiv?*, Communications de droit agraire 2008, 123–136, 126 ss.

⁶ Pour une réflexion dépassant les frontières suisses sur l'utilisation des instruments du droit de la concurrence dans l'agriculture, voir *Concurrence dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire* (OCDE, 2024)

agricoles). Les accords restreignant la concurrence peuvent avoir un caractère horizontal – entre des acteurs situés au même niveau du marché – ou être de nature verticale – entre des entreprises opérant à divers niveaux du marché.

Contrairement à certains marchés situés en amont ou en aval, la production agricole elle-même est très fragmentée : ne serait-ce que pour cette raison, la formation de cartels entre exploitations agricoles est très improbable, du moins en dehors des interprofessions et organisations de producteurs. Par contre, certains marchés en amont ou en aval sont fortement concentrés. Ce constat vaut par exemple pour le commerce de détail alimentaire. Or si des acheteurs de produits agricoles se coordonnent, les prix à la production des produits agricoles sont susceptibles de baisser. La législation sur les cartels impose néanmoins certaines limites pour les concentrations d'entreprises à des fins de coopérations d'achat⁷.

Outre les accords horizontaux susmentionnés, des accords verticaux entre des entreprises opérant à différents échelons du marché peuvent entraver la concurrence. S'agissant de la Suisse, de tels accords visent souvent à empêcher les importations parallèles, avec pour résultat un renchérissement des moyens de production agricoles⁸.

Interdiction des abus de position dominante

Les cartels ont un pouvoir de marché, dès lors que plusieurs concurrents coordonnent leur comportement. Il peut en résulter des restrictions de la concurrence (p. ex. prix surfaits). Mais il arrive aussi qu'une seule entreprise occupe une position dominante sur le marché et parvienne ainsi, à elle seule, à entraver la concurrence. L'art. 7 LCart dresse une liste de pratiques illicites pour de telles entreprises. En particulier, elles ne doivent pas empêcher les autres entreprises de leur faire concurrence. Il est également interdit d'entraver la concurrence sur les marchés en amont ou en aval. Enfin, les entreprises en position dominante n'ont pas le droit de désavantager leurs partenaires commerciaux (fournisseurs ou acheteurs), par exemple en leur imposant des prix inéquitable.

Prises isolément, les exploitations agricoles sont trop petites pour accéder à une position dominante. Par conséquent, les dispositions du droit des cartels relatives aux abus en la matière ne leur sont pas applicables dans la pratique. Mais comme la concentration est plus marquée sur les marchés en amont et en aval, des positions dominantes sont susceptibles d'y apparaître. Les exploitations agricoles bénéficient alors de différentes manières de la protection de la LCart. D'abord, les entreprises en position dominante ne sont pas autorisées à leur imposer des conditions inéquitables⁹. Ce principe vaut tant pour l'achat de moyens de production agricoles auprès de fournisseurs ayant une position dominante que pour la vente de produits agricoles à des acheteurs dominant le marché. Ensuite, l'interdiction des abus de position dominante peut contribuer au maintien de la concurrence sur les marchés concentrés situés en amont et en aval¹⁰, ce qui peut se traduire par de meilleures conditions d'achat et de vente au profit des exploitations agricoles.

Depuis le 1^{er} janvier 2022, les pratiques illicites prévues à l'art. 7 LCart ne s'appliquent pas qu'aux entreprises ayant une position dominante, mais également à celles ayant un pouvoir de marché relatif. Il s'agit ici d'entreprises dont d'autres entreprises sont dépendantes en matière d'offre ou de demande

⁷ Voir le communiqué de presse de la COMCO du 8 juillet 2025 « La COMCO établit une pratique en matière de coopérations d'achat » (WEKO, 2025).

⁸ En 2019, la COMCO a par exemple bouclé une enquête sur les pièces de rechange de tracteurs. Elle a interdit certaines clauses contractuelles conclues entre un importateur général et ses revendeurs pour freiner les importations parallèles de telles pièces de rechange : DPC 2019/4, 1155 ss, *Bucher Landtechnik / Ersatzteilhandel Traktoren*.

⁹ Le Tribunal fédéral a toutefois fixé la barre très haut pour l'abus consistant à imposer des prix ou d'autres conditions commerciales inéquitables au sens de l'art. 7, al. 2, let. c, LCart, dans son arrêt du 5 mars 2024 (arrêt TF 2C_698/2021, *Swisscom WAN-Anbindung*). En particulier, les prix inéquitables doivent être fixés unilatéralement par l'entreprise en position dominante (consid. 7.7) et il doit y avoir une disproportion flagrante entre les coûts de cette entreprise et le prix de vente (consid. 7.9).

¹⁰ En particulier, les entreprises ayant une position dominante ne doivent pas entraver l'exercice de la concurrence (art. 7, al. 1, LCart, sous réserve d'éventuelles raisons objectives). Tel serait par exemple le cas si un fabricant en position dominante n'accordait un rabais à ses clients qu'à condition qu'ils achètent tous leurs produits chez lui. Une telle pratique d'entrave est susceptible d'empêcher les concurrents de ce fabricant d'accéder au marché. La disposition relative à l'abus de position dominante vise à proscrire de telles méthodes d'éviction de la concurrence. La pression concurrentielle croît ainsi sur les entreprises en position dominante, qui auront par exemple plus de peine à empêcher l'arrivée de nouveaux concurrents sur le marché (voir p. ex. Massimo Motta, *Competition Policy*, 2004, chap. 7).

d'un bien ou d'un service, faute de possibilité suffisante et raisonnable de se tourner vers d'autres entreprises (art. 4, al. 2^{bis}, LCart).

Alors qu'une entreprise dominante peut fondamentalement se comporter de manière indépendante par rapport à tous les autres acteurs du marché, le pouvoir de marché relatif ne concerne que la relation bilatérale établie entre l'entreprise ayant un pouvoir de marché relatif et celle qui en dépend. Il s'agit avant tout d'empêcher les abus lorsqu'une entreprise est à la merci d'une autre sans qu'il y ait eu faute de sa part¹¹. Si, par exemple, une exploitation agricole ne peut vendre ses produits qu'à un acheteur déterminé, après avoir réalisé des investissements ciblés (p. ex. dans une étable) en réponse aux exigences spécifiques de ce client, l'acheteur en question est susceptible de disposer d'un pouvoir de marché relatif. Il faut toutefois examiner dans chaque situation si c'est vraiment le cas.

Pour pouvoir contrôler si une entreprise a un pouvoir de marché relatif et en abuse, la COMCO a besoin d'indices d'une telle infraction à la LCart. En règle générale, une dénonciation de l'entreprise présumée dépendante est nécessaire. En outre, la COMCO ne peut enquêter sur un abus de pouvoir de marché relatif que si le dénonciateur consent à révéler son identité à l'entreprise présumée disposer d'un tel pouvoir. À ce jour, la COMCO n'a reçu aucune dénonciation renfermant des indices d'abus de pouvoir de marché relatif à l'encontre d'une exploitation agricole spécifique ou d'une entreprise située aux niveaux de marché en amont ou en aval. Elle n'a donc pas encore ouvert d'enquête allant dans ce sens.

En plus de déposer une dénonciation auprès de la COMCO, les victimes d'un abus présumé de pouvoir de marché relatif peuvent engager une procédure civile. Il est vrai que les exigences de preuve à satisfaire quant à l'existence d'un pouvoir de marché relatif et d'un présumé abus sont relativement élevées¹². Alors que dans une procédure de droit administratif c'est au secrétariat de la COMCO à mener l'enquête, le fardeau de la preuve incombe dans une procédure civile à la partie demanderesse¹³.

Contrôle des concentrations

Tandis que les réglementations concernant les accords en matière de concurrence et le contrôle des abus mettent fin à des atteintes injustifiées à la concurrence ayant déjà eu lieu, le contrôle des concentrations a un effet préventif. Il s'agit d'empêcher toute monopolisation des marchés, susceptible d'avoir les mêmes effets que les cartels. Lors d'une concentration d'entreprises, il devient par exemple possible à des entreprises jusque-là indépendantes de s'entendre sur leurs prix et les quantités proposées, puisqu'il ne s'agit en pareil cas que d'une coordination interne, et non d'un accord en matière de concurrence au sens de la LCart. En outre, les concentrations peuvent aboutir à une position dominante sur le marché, avec les risques d'abus qui s'ensuivent.

Moyennant un contrôle efficace, il est possible d'éviter toute concentration excessive, notamment sur les marchés situés en amont ou en aval de la production agricole. D'une part, le contrôle des concentrations peut contribuer à faire baisser les prix des moyens de production agricoles. D'autre part, il peut empêcher l'apparition de monopoles au niveau des acheteurs de produits agricoles, et donc prévenir un affaiblissement de la position des exploitations agricoles aux négociations. Au cours des 20 dernières années, la COMCO a examiné plus de 50 projets de concentration dans le secteur agricole et sur les marchés en amont ou en aval¹⁴. Bien que toutes ces concentrations aient été autorisées, elles

¹¹ Pour plus d'informations sur le pouvoir de marché relatif, voir la première décision de la COMCO sur cette nouvelle disposition (Verfügung vom 24. Juni 2024 im Verfahren 32-0277: Fresenius Kabi, www.weko.admin.ch/weko/fr/home/praxis/dernieres-decisions.html, 10.12.2024)

¹² Voir la décision susmentionnée de la COMCO du 24 juin 2024 dans la procédure d'enquête 32-0277 : Fresenius Kabi (note 11)

¹³ Voir l'arrêt de la cour civile du Tribunal cantonal de Bâle-Campagne du 13 décembre 2023 (430 23 144), où la partie demanderesse avait invoqué devant la justice un abus de pouvoir de marché relatif.

¹⁴ DPC 2005/1, 171 ss, *fenaco/Primo-Visavis* ; DPC 2005/2, 342 ss, *transGourmet Holding AG* ; DPC 2005/3, 476 ss, *Migros/Valora* ; DPC 2006/1, 131 ss, *Denner/Pick Pay* ; DPC 2006/2, 261 ss, *Emmi AG/Aargauer Zentralmolkerei AG AZM* ; DPC 2007/3, 467 ss, *fenaco/Granador* ; DPC 2007/4, 526 ss, *Nestlé SA/Sources Minérales Henniez SA* ; DPC 2008/1, 129 ss, *Migros/Denner* ; DPC 2008/2, 290 ss, *fenaco/Steffen-Ris Holding AG* ; DPC 2008/2, 268 ss, *fenaco/Kellenberger Frisch Service AG* ; DPC 2008/2, 279, *Orior/Spiess* ; DPC 2008/3, 422, *Heineken/Eichhof* ; DPC 2008/4, 593 ss, *Coop/Carrefour* ; DPC 2008/4, 663 ss, *Mifroma SA/Emil Dörig Käsehandel AG* ; DPC 2009/1, *transGourmet Holding AG* ; DPC 2009/1, 63 ss, *Micarna SA/Natura Fleischrocknerei P. Peduzzi* ; DPC 2009/1, 77 ss, *Valora AG/cevanova AG* ; DPC 2009/1, 81 ss, *Migros/cevanova AG* ; DPC 2009/2, 169 ss, *Dörig Käsehandel AG/Alois Koch Käsehandel AG* ; DPC 2009/3, 227 ss, *Emmi AG/Nutrifrais SA* ; DPC 2009/4, 451 ss, *Emmi Interfrais SA/Kellenberger Frisch Services AG* ; DPC 2010/1, 184 ss, *Bischofszell Nahrungsmittel AG/Weissenhorn Food Specialities GmbH* ; DPC 2010/3, 572 ss, *Emmi AG/Fromalp* ; DPC 2011/1, 202, *Coop/transGourmet Holding AG* ; DPC 2011/1, 203, *Emmi AG/Ziegenmilchsparte Bettex* ; DPC 2011/2, 285 ss, *Bell/Toni Hilti Treuhandsgesellschaft/Hilcona* ; DPC 2011/3, 413, *Emmi AG/Onken* ; DPC 2011/3, 415, *Emmi AG/Rutz* ; DPC 2012/4, 846 ss, *Migros/Galaxus* ; DPC 2012/4, 857 ss, *Hilcona/Gastro*

ont été assorties de charges dans trois cas¹⁵. Selon l'art. 10, al. 2, LCart, la COMCO ne peut interdire une concentration ou l'autoriser moyennant des conditions ou des charges que si celle-ci crée ou renforce une position dominante capable de supprimer une concurrence efficace. Encore faut-il que la concentration ne provoque pas une amélioration des conditions de concurrence sur un autre marché, qui l'emporte sur les inconvénients de la position dominante. Au vu de ces exigences élevées, le seuil d'intervention de la COMCO n'est que rarement atteint en comparaison internationale. Le 19 décembre 2025, le Parlement a décidé une révision partielle de la LCart¹⁶. La COMCO pourra à l'avenir interdire les concentrations ou les autoriser moyennant des charges ou des conditions, lorsqu'elles entravent de manière significative une concurrence efficace et ne génèrent pas des gains d'efficacité qui compensent les inconvénients ainsi causés¹⁷. Suite à l'introduction du test SIEC¹⁸, la COMCO sera mieux à même de lutter contre de nouvelles concentrations, par exemple sur les marchés des moyens de production agricoles ou dans le commerce des produits agricoles.

Bilan

Les instruments en place dans la LCart peuvent contribuer à empêcher les entreprises des marchés en amont ou en aval de s'entendre au détriment des exploitations agricoles suisses ou des consommateurs. En outre, la COMCO peut intervenir contre les abus d'entreprises ayant une position dominante ou un pouvoir de marché relatif. Elle ne disposera par contre que de possibilités limitées dans le cadre du contrôle des concentrations jusqu'à l'entrée en vigueur de la révision partielle de la LCart. L'introduction du test SIEC devrait permettre d'éviter de nouvelles concentrations aux niveaux de marché en amont et en aval, et donc de ne pas affaiblir la position des exploitations agricoles à la table des négociations. Outre les instruments déjà décrits plus haut, la COMCO a la possibilité d'observer la situation de la concurrence, en vertu de l'art. 45, al. 1, LCart. Or faute d'obligation de renseigner dans le cadre de ces observations du marché, il s'avère difficile de mener des examens approfondis. L'introduction d'une obligation de renseigner lors d'enquêtes sectorielles (selon le modèle européen¹⁹) permettrait aux autorités compétentes en matière de concurrence d'analyser plus facilement les causes des problèmes de concurrence, indépendamment de toute violation de la LCart. Le Conseil fédéral a étudié, en réponse au postulat 23.3444 de la CER-N, les avantages et inconvénients que présenterait en droit des cartels l'instrument de l'enquête sectorielle. Il préconise de rejeter l'introduction de cet instrument, qui entraînerait une charge administrative accrue et une insécurité juridique pour les entreprises²⁰.

3.1.2 Loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD)

La LCD vise à garantir, dans l'intérêt de toutes les parties concernées, une concurrence loyale et qui ne soit pas faussée (art. 1 LCD). Est déloyal et illicite tout comportement ou pratique commerciale qui est trompeur ou qui contrevient de toute autre manière aux règles de la bonne foi et qui influe sur les rapports entre concurrents ou entre fournisseurs et clients (art. 2 LCD)²¹. Il en résulte que les actes ne peuvent

Star ; DPC 2013/3, 325 ss., *Emmi AG/Studer Holding AG* ; DPC 2014/2, 418 ss., *Coop/Marché* ; DPC 2015/1, 95 ss., *Chiquita Brands International INC./Cutrale/Safra* ; DPC 2015/1, 105 ss., *Valora Holding AG/LS Distribution Suisse SA* ; DPC 2015/1, 86 ss., *Emmi AG/Molkerei Biedermann/Gläserne Meierei* ; DPC 2015/4, 792 ss., *Migros/Lüchinger+Schmid-Gruppe* ; DPC 2016/2, 555 ss., *Lekkerland (Schweiz) AG/Grosshandelsgeschäft der Contadis AG* ; DPC 2017/3, 493 ss., *Bell Food Group AG/Hilcona AG* ; DPC 2017/3, 512, *Demaurex/CCA* ; DPC 2019/3b, 1021 ss., *Transgourmet Holding AG/Emmi Frisch-Service AG* ; DPC 2019/4, 1177 ss., *Migros/IP-SUISSE* ; DPC 2020/1, 240 ss., *Emmi AG/Leeb Biomilch GmbH und Hale GmbH* ; DPC 2020/1, 249 ss., *Emmi AG/Pasticceria Quadrifoglio S.r.l.* ; DPC 2020/4b, 1904 ss., *Emmi AG/Chäs Hütte Zollikon GmbH* ; DPC 2021/1, 278 ss., *HEBA Food Holding AG/Saviva AG* ; DPC 2021/2, 425 ss., *SPAR Holding AG/Store Service AG* ; DPC 2021/3, 679 ss., *Swissgenetics/New Generation Genetics* ; DPC 2021/4, 857 ss., *Coop/Jumbo-Markt AG* ; DPC 2023/1, 134 ss., *Valora Schweiz AG/Unternehmensteil der Volare-Gruppe* ; DPC 2023/4, 907 ss., *Nestlé/PAI Partners/JV* ; DPC 2024/1, 190 ss., *Transgourmet/Pomona Suisse* ; DPC 2024/3, 817 ss., *Transgourmet/Saviva* ; décisions pas encore publiées : *Emmi AG/Mademoiselle Desserts International SAS* et *Emmi AG/Hochstrasser*

¹⁵ DPC 2008/1, 129 ss., *Migros/Denner* ; DPC 2008/2, 290 ss., *fenaco/Steffen-Ris Holding AG* ; DPC 2008/4, 593 ss., *Coop/Carrefour*

¹⁶ Le dossier du Parlement porte le numéro 23.047.

¹⁷ Voir art. 10 n-LCart

¹⁸ L'abréviation SIEC signifie « Significant Impediment to Effective Competition ». Le test SIEC est utilisé dans de nombreux pays ainsi que dans l'UE lors du contrôle des concentrations.

¹⁹ La COMCO serait favorable à l'introduction dans le droit suisse d'enquêtes sectorielles selon le modèle européen, comme elle l'a dit dans sa prise de position concernant la fusion UBS/CS. Voir COMCO, 25.9.2023, ch. marg. 683, *Stellungnahme der WEKO gemäss Artikel 10 Abs. 3 KG und Empfehlungen gemäss Artikel 45 Abs. 2 KG an die Eidgenössische Finanzmarktaufsicht FINMA in Sachen UBS Group AG/Credit Suisse Gruppe AG*, <www.weko.admin.ch> Jurisprudence > Décisions (24.10.2024).

²⁰ Rapport du Conseil fédéral du 12 décembre 2025 en réponse au postulat 23.3444 CER-N du 4 avril 2023 « Fusion UBS-CS. Évaluation de l'importance du point de vue du droit de la concurrence et de l'économie nationale ».

²¹ Agit de façon déloyale celui qui, notamment, donne des indications inexactes ou fallacieuses sur lui-même, son entreprise, sa raison de commerce, ses marchandises (dont tous les produits et prestations en lien avec l'agriculture), ses œuvres, ses prestations, ses prix, ses stocks,

être déloyaux que s'ils sont objectivement propres à influencer la concurrence ou le fonctionnement du marché²². L'ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (OIP)²³ a en outre été édictée en vertu de la LCD. Elle protège les consommateurs contre l'indication fallacieuse de prix.

Utilisation de conditions commerciales abusives (art. 8 LCD)

Selon l'art. 8 LCD, agit de façon déloyale celui qui, notamment, utilise des conditions générales qui, en contradiction avec les règles de la bonne foi prévoient, au détriment du consommateur, une disproportion notable et injustifiée entre les droits et les obligations découlant du contrat. Par conditions générales, il faut entendre ici des clauses contractuelles visant à uniformiser un grand nombre de transactions individuelles, en fixant à l'avance aussi précisément que possible les droits et obligations des partenaires contractuels. Elles figurent dans des textes préformulés du fournisseur²⁴. Il ne doit toutefois pas y avoir de disproportion ou de déséquilibre entre les droits et les obligations découlant du contrat. Un tel déséquilibre apparaît notamment lorsque les droits de résiliation des parties sont soumis à des conditions différentes, quand des droits de rétractation sont accordés unilatéralement, si seule la responsabilité de l'utilisateur est exclue, en cas de prescriptions de forme applicables à une seule partie ou de délais de résiliation de durée différente²⁵. D'autres exemples méritent d'être cités, comme l'exclusion de responsabilité en cas de négligence grave, le calcul des intérêts à payer sur le montant total de la dette alors qu'une partie a déjà été réglée, ou encore le droit de l'utilisateur de modifier en tout temps les conditions générales²⁶.

Les conditions générales enfreignant l'art. 8 LCD sont nulles, car elles affectent le contenu du contrat et tombent ainsi sous le coup de l'art. 20 du code des obligations (CO)^{27, 28}.

Il convient de souligner que contrairement au projet de l'époque du Conseil fédéral, l'art. 8 LCD ne protège que les consommateurs contre l'utilisation de conditions commerciales abusives²⁹. Autrement dit, les entreprises (à commencer par les PME) ne bénéficient d'aucune protection contre les conditions commerciales abusives. Ce constat vaut également pour les exploitations agricoles. L'initiative parlementaire 14.440 Flach « Article 8 LCD. Conditions commerciales abusives » demandait de supprimer cette limitation aux seuls consommateurs. Bien que les commissions des affaires juridiques des deux chambres lui aient donné suite, elle a depuis été classée, le 15 décembre 2017³⁰.

À la différence du droit européen, l'art. 8 LCD ne dresse pas de liste des clauses « noires » ou « grises ». Les clauses de conditions générales figurant sur une liste noire sont considérées comme abusives sans restriction et ne sont donc pas contraignantes. Quant aux clauses grises, elles ont un caractère purement indicatif et leur caractère abusif peut être contesté dans certains cas. La loi suisse diffère encore de la loi allemande pertinente en ceci qu'elle ne comporte pas d'annexe énumérant les pratiques commerciales à l'égard des consommateurs qui sont en toutes circonstances illicites³¹.

ses méthodes de vente ou ses affaires ou qui, par de telles allégations, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents (art. 3, al. 1, let. b, LCD).

²² ATF 136 III 23 consid. 9.1

²³ RS 942.211

²⁴ Reto Heizmann, Wettbewerbsrecht II, Kommentar, 2021, n. 8 ad art. 3, al. 1, let. f, LCD ; Helmut Heiss in : Heizmann/Loacker, Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Zürich 2018, n. 71 ad art. 8

²⁵ Reto Heizmann, Wettbewerbsrecht II, Kommentar, 2021, n. 24 ad art. 3, al. 1, let. f, LCD avec renvoi au Basler Kommentar-Thouvenin, n. 118

²⁶ Ces exemples ont été évoqués lors du débat parlementaire portant sur la révision de la LCD adoptée le 17 juin 2011 et en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012, soit le 1^{er} juin 2012 dans le cas de l'art. 8 LCD (Helmut Heiss in: Heizmann/Loacker, Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Zürich 2018, n. 234 ad art. 8).

²⁷ RS 220

²⁸ Reto Heizmann, Wettbewerbsrecht II, Kommentar, 2021, n. 30 ss ad art. 8

²⁹ Reto Heizmann, loc. cit., n. 17 ad art. 8

³⁰ [14.440 | Article 8 LCD. Conditions commerciales abusives | Objet | Le Parlement suisse](#)

³¹ § 3, al. 3, [loi allemande sur la concurrence déloyale \(UWG\)](#) Köhler/Bornkamm/Feddersen, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 2024, § 3 UWG, p. 245 et p. 350 ss

Exécution de la LCD

Toute personne dont, suite à des infractions à la LCD, les intérêts économiques sont menacés ou lésés peut intenter une action en justice (art. 9, al. 1, LCD). Les associations professionnelles et les associations économiques, ainsi que les organisations de protection des consommateurs peuvent également agir contre les pratiques commerciales déloyales, pour autant que les conditions prévues soient remplies (art. 10, al. 2, let. a et b, LCD). En outre, le SECO peut intenter au nom de la Confédération des actions contre les entreprises aux pratiques commerciales déloyales, si des intérêts collectifs sont menacés ou subissent une atteinte (art. 10, al. 3, let. b, LCD en relation avec l'art. 1 de l'ordonnance du 12 octobre 2011 concernant le droit de la Confédération d'intenter une action dans le cadre de la loi contre la concurrence déloyale.³²). Les pratiques commerciales déloyales peuvent être signalées au SECO à l'aide d'un formulaire de réclamation publié sur son site. À ce jour, le SECO n'a reçu aucune réclamation concernant spécifiquement le secteur agricole.³³.

Bilan

La LCD protège la concurrence loyale en interdisant les pratiques commerciales déloyales. Son art. 8 s'avère déterminant pour la lutte contre les pratiques commerciales déloyales dans les secteurs agricole et agroalimentaire. À ce jour, la protection contre les conditions commerciales abusives prévue dans cet article s'applique exclusivement aux consommateurs et non aux entreprises (exploitations agricoles comprises). Une extension de cette protection à toute la chaîne économique ou à tous les acteurs du marché aurait pour effet d'inclure aussi les exploitations agricoles.

3.1.3 Loi fédérale concernant la surveillance des prix (LSPr)

Le Surveillant des prix a pour tâches principales d'empêcher les abus de prix, d'observer l'évolution des prix et de renseigner le public sur son activité (art. 4 LSPr ; (Surveillant des prix, 2024)). Les consommateurs peuvent lui signaler les prix abusifs. Le Surveillant des prix examine les faits et recherche une solution à l'amiable avec les parties. Si ce n'est pas possible, l'art. 10 LSPr lui confère la compétence d'interdire tout ou partie de l'augmentation ou d'ordonner un abaissement du prix.

Dans l'agriculture, la surveillance des prix s'intéresse tant aux prix des intrants qu'aux prix de détail. Les marchés agricoles et alimentaires ont ainsi fait l'objet de plusieurs enquêtes portant sur le prix des consommations intermédiaires, dont les aliments composés et les produits phytosanitaires (Surveillant des prix, 2005), (Surveillant des prix, 2006), (Surveillant des prix, 2007), (Surveillant des prix, 2015). À cette occasion, les prix des produits phytosanitaires de Syngenta ont été liés pour une durée limitée (entre 2007 et 2010) à un prix de référence, soit au prix moyen des mêmes produits vendus en Allemagne, en France, en Italie, aux Pays-Bas, en Belgique et en Pologne, un supplément de prix maximum de 15 % étant autorisé (Surveillant des prix, 2007). Dans une optique de protection des agriculteurs, la surveillance des prix préfère aux mesures de soutien des prix d'autres mesures telles que les paiements directs (Surveillant des prix, 2024). Quant aux prix à la consommation, ils ont donné lieu à une enquête sur l'impact de la protection douanière sur les prix (Surveillant des prix, 2016) et à une enquête préalable concernant les marges réalisées sur les produits bio dans le commerce de détail (Surveillant des prix, 2023).

La LSPr permet d'ordonner des abaissements de prix. Or il s'agit toujours d'une réduction de prix au profit des consommateurs finaux et des entreprises et non d'une hausse des prix d'achat payés aux producteurs. Par conséquent, la LSPr n'est adaptée pour augmenter la valeur ajoutée des étapes en amont de la vente qu'en ce qui concerne la réduction des prix des consommations intermédiaires. Elle a beau contribuer ponctuellement à la transparence par des analyses et examens approfondis, elle n'est pas en mesure d'instaurer la transparence du marché comme le ferait un monitoring général à long terme.

³² RS 241.3

³³ [Données statistiques relatives aux réclamations](#)

3.1.4 Loi sur l'agriculture

À côté des lois évoquées ci-dessus, qui visent à garantir sur tous les marchés une concurrence équitable et efficace, la LAgr prévoit des réglementations propres à l'agriculture. Ses art. 8a (Prix indicatifs) et 27 (Observation du marché) contribuent en particulier à la transparence du marché et des prix. En outre, l'art. 8 LAgr permet aux filières d'adopter des mesures d'entraide ayant pour but de promouvoir la qualité des produits et les ventes ainsi que d'adapter la production et l'offre aux exigences du marché. À cet effet, les interprofessions peuvent élaborer des contrats-types (al. 1^{bis}). Enfin, l'art. 37 LAgr régit le contrat-type pour l'achat et la vente de lait cru en Suisse.

Prix indicatifs (art. 8a LAgr)

Les structures de marché propres au secteur agricole, caractérisées par de nombreux fournisseurs et de rares acheteurs, font que les producteurs ont besoin d'informations sur la situation actuelle du marché. Ainsi les prix indicatifs constituent d'utiles repères pour les négociations de prix entre les divers échelons de la chaîne de valeur. Leur niveau reflète encore l'évolution attendue de l'offre et de la demande. Selon l'art. 8a LAgr, les organisations de producteurs et les interprofessions peuvent fixer des prix indicatifs. Autrement dit, les accords correspondants conclus entre les partenaires d'une filière ne sont en principe pas soumis aux dispositions du droit des cartels sur les accords en matière de concurrence. Les prix indicatifs des organisations de producteurs et des interprofessions visés à l'art. 8a LAgr doivent être négociés verticalement au sein d'une filière par des représentants des acheteurs et des vendeurs. Ils sont à moduler selon des niveaux de qualité. Par ailleurs, les entreprises ne sont pas tenues de respecter ces prix, et il ne peut être fixé de prix indicatifs pour les prix à la consommation.

Observation du marché (art. 27 LAgr)

L'art. 27 LAgr ainsi que l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'observation du marché dans le domaine de l'agriculture.³⁴ définissent les domaines d'activité suivants :

- enregistrement du niveau des prix des produits agricoles et des produits agricoles transformés. Le niveau des prix de certains moyens de production peut également être enregistré ;
- amélioration de la transparence sur la formation des prix par l'information du public.

Pour remplir son mandat légal, le service d'observation du marché collecte des données sur les prix et les indicateurs déterminants de certains produits agricoles, et les agrège pour obtenir des indicateurs pertinents. Il publie régulièrement des informations sur l'évolution des marchés agricoles, afin d'accroître la transparence du marché et de cerner les tendances à long terme. Les connaissances ainsi acquises familiarisent les acteurs du marché et les autres groupes cibles avec l'évolution du marché et ses mécanismes, et sont mises à profit tant lors des négociations sur les prix que pour l'anticipation de l'évolution des marchés. Au sein de l'administration, les données agrégées servent de base de connaissances pour l'aménagement et l'évaluation de la politique (p. ex. traités internationaux, développement de la politique agricole, rapport agricole).

L'art. 27 LAgr remonte au message de 1996 concernant la réforme de la politique agricole (Politique agricole 2002).³⁵, qui prévoyait que l'État ne devrait plus intervenir directement dans la formation des prix. Il s'agissait d'améliorer la transparence du marché, en publiant régulièrement des informations sur l'évolution des prix à tous les niveaux de la chaîne de création de valeur. Ces informations devaient permettre à tous les acteurs de comprendre l'évolution du marché, et notamment fournir au monde politique une base solide pour l'élaboration d'instruments de politique agricole. En outre, l'information continue et la réduction des asymétries d'information visaient à favoriser la concurrence. Par souci d'acceptabilité, l'observation du marché a été créée comme service indépendant, dépourvu de tout droit d'intervention. Elle a été rattachée à l'OFAG parce qu'elle n'observe que des produits agricoles, mais

³⁴ RS 942.31

³⁵ [FF 1996 IV 1](#)

aussi pour souligner son indépendance par rapport aux questions touchant à la législation sur la concurrence et aux droits des consommateurs.

Lors de la consultation relative au message concernant l'évolution future de la politique agricole (Politique agricole 2011)³⁶, tant les producteurs que les consommateurs ont appelé de leurs vœux un renforcement de l'activité d'observation du marché et la publication des marges brutes. À cet effet, la formulation potestative de l'art. 27 LAgr a été remplacée par une formulation impérative et l'« observation des prix » est devenue l'« observation du marché ». Et comme l'observation du marché se heurtait à de la résistance en aval, au niveau de la transformation et du négoce, le Conseil fédéral a été habilité à régler les modalités de la collaboration avec les acteurs du marché. Cette mesure visait à améliorer la qualité des données et à réduire les efforts nécessaires à l'administration fédérale en vue de leur collecte.

3.2 Union européenne (UE)

Les questions liées à la transparence des prix et aux pratiques commerciales déloyales sont réglées de différentes manières au niveau international. Les bases légales à l'étranger diffèrent de celles en vigueur en Suisse, mais ont toujours davantage pris en compte, ces dernières années, les intérêts des petits groupes faiblement organisés tout au long de la chaîne de création de valeur. Le présent chapitre se concentre sur l'Allemagne et la France. Deux États voisins qui, bien qu'étant soumis aux mêmes normes minimales fixées par l'UE, se distinguent tant dans leur manière de les transposer que par les règles plus ou moins strictes édictées au-delà des normes minimales.

Le règlement (UE) 1308/2013 ainsi que ses adaptations figurant dans le règlement d'exécution (UE) 2017/1185 et le règlement d'exécution 2019/1746 couvrent une partie de la politique agricole commune (PAC) et fixent en particulier les exigences relatives aux données du marché qu'il incombe aux États membres de fournir à la Commission européenne. Le règlement d'exécution 2019/1746 fait partie de la mise en œuvre de l'« **initiative de l'UE sur la transparence** » des marchés agricoles et alimentaires et prévoit une extension des déclarations obligatoires. Les nouvelles mesures réglementaires destinées à améliorer la transparence du marché ont pour priorité de combler les lacunes aux stades intermédiaires de la chaîne d'approvisionnement alimentaire. La réduction des asymétries d'information vise ainsi à renforcer la position des petits opérateurs économiques, en leur donnant la possibilité de mieux comprendre les relations du marché. À cet effet, il convient d'enregistrer aussi bien les prix à la production que les prix à la consommation, sans oublier les prix à la transformation (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2024a).

« Initiative de l'UE sur la transparence »

Au niveau européen, la transparence des marchés repose essentiellement sur les **observatoires du marché de l'Union** (Commission européenne, 2024c). Depuis 2014, des marchés spécifiques, dont le lait, la viande, le sucre, les grandes cultures, les fruits et légumes, le vin et les engrais, font l'objet d'une surveillance plus étroite. Le but est d'encourager la transparence des prix, des structures de coûts, des marges et de la répartition de la valeur ajoutée. Les informations collectées visent à permettre aux acteurs du marché et au monde politique de prendre des décisions éclairées tout au long de la chaîne de création de valeur (Commission européenne, 2023). À cet effet, des tableaux de bord et des rapports de marché sont publiés sur les pages Internet des différents marchés.

En outre, un observatoire européen de la chaîne agroalimentaire (**EU agri-food chain Observatory, AFCO**) a vu le jour en 2024. Le groupe d'experts de l'AFCO, formé d'acteurs des secteurs tant privé que public, se réunit en principe deux fois par an. Les secteurs de la production, de la transformation, de la logistique, du commerce de gros et de détail ainsi que des consommateurs y sont représentés. L'AFCO a pour principaux objectifs d'échanger des informations, d'accroître la transparence et de fournir son expertise sur les pratiques commerciales et les dispositions contractuelles susceptibles d'avoir une incidence sur le fonctionnement de la chaîne agroalimentaire (Commission européenne, 2024).

³⁶ [FF 2006 6027](#)

L'AFCO vise également à optimiser l'usage fait des bases de données existantes (Commission européenne, 2024b), à commencer par le portail sur les données agroalimentaires de la Commission européenne (*Agri-food data portal*) et Eurostat.

Directive (UE) 2019/633 sur les pratiques commerciales déloyales au sein de la chaîne d'approvisionnement agricole et alimentaire (directive UTP)

Bien souvent, les agriculteurs et les petits acteurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire n'ont pas un pouvoir de négociation suffisant pour se défendre face aux pratiques commerciales déloyales (Commission européenne, 2018). L'UE a donc décidé d'améliorer la protection des agriculteurs, et aussi des petits fournisseurs, en édictant des dispositions contraignantes interdisant certaines pratiques commerciales déloyales.

Les pratiques commerciales déloyales représentent des pratiques entre entreprises qui s'écartent de la bonne conduite commerciale et sont contraires aux principes de la bonne foi. En règle générale, elles sont imposées unilatéralement par une partie à l'autre (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2024). Elles peuvent apparaître à toutes les étapes de la relation contractuelle : lors des négociations, pendant l'exécution des contrats ou encore dans la phase post-contractuelle.

La directive UTP du 17 avril 2019 a introduit pour la première fois dans toute l'UE une norme minimale uniforme de protection pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement agricole et alimentaire. Elle fait partie intégrante d'un programme plus large de la Commission visant à lutter contre la concurrence déloyale et inefficace, ainsi que contre le fréquent déséquilibre significatif entre le pouvoir de négociation des fournisseurs et celui des acheteurs. Selon cette directive, les fournisseurs les plus faibles doivent être protégés contre les acheteurs plus forts, ce qui inclut notamment tout fournisseur de produits agricoles et alimentaires dont le chiffre d'affaires annuel ne dépasse pas 350 millions d'euros, avec des niveaux de protection différenciés en dessous de ce plafond. Tant les agriculteurs que les organisations de producteurs et les distributeurs sont concernés. Ce régime vaut également pour les fournisseurs et acheteurs situés en dehors de l'UE, pour autant que l'une des parties ait son siège dans l'UE (Commission européenne, 2024e).

La directive interdit seize pratiques commerciales déloyales. Une distinction y est établie entre les pratiques figurant sur une liste « noire » et celles figurant sur une liste « grise ». Alors que les pratiques commerciales déloyales de la liste noire sont interdites, quelles que soient les circonstances, les pratiques de la liste grise sont autorisées si le fournisseur et l'acheteur en conviennent au préalable de manière claire et non équivoque (voir annexe A : Liste des pratiques commerciales déloyales selon la directive UE 2019/633).

La directive protège la confidentialité des réclamations, en réponse à la crainte des plaignants de subir des représailles de la part des acheteurs. Un producteur souhaitant déposer une plainte peut par exemple demander à l'autorité d'application un traitement confidentiel (de son identité et de ses secrets d'affaires). Le plaignant peut également prier une organisation de producteurs dont il est membre de déposer plainte en son nom (Commission européenne, 2024d).

Les États membres de l'UE sont responsables de la mise en œuvre de la directive UTP. Chacun d'eux a désigné une autorité compétente pour en faire appliquer les règles. Ces autorités doivent avoir le pouvoir de lancer des enquêtes et d'infliger des amendes aux opérateurs qui enfreignent les prescriptions en place (Commission européenne, 2024e).

3.2.1 France

L'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM) coordonne la collecte et le traitement des données à fournir en vertu des obligations de renseigner prévues dans le cadre de l'initiative européenne sur la transparence, avec le concours de différents acteurs publics ou privés. Par ailleurs la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), organisme public rattaché au ministère de l'économie et des finances, est

responsable de la régulation des marchés, de la protection des consommateurs ainsi que de la lutte contre la fraude ; elle est également chargée de la mise en œuvre de la directive UTP.

La DGCCRF surveille toutes les phases de l'activité économique, de la production à la distribution en passant par la transformation, et intervient dans différentes formes de relations commerciales (Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie; Ministère chargé du Budget des Comptes publics, 2019). Les bases légales figurent dans les lois EGalim 1, EGalim 2 et EGalim 3, qui vont parfois au-delà des mesures prévues par la directive UTP, prévoyant par exemple l'utilisation obligatoire de contrats³⁷, des mesures spécifiques pour la détermination des prix³⁸, des sanctions plus sévères et des mécanismes de mise en œuvre³⁹. Une nouvelle extension de la loi (EGalim 4) est à l'étude. Ces réformes constantes indiquent qu'en dépit d'une réglementation nettement plus stricte des pratiques commerciales déloyales, les parties concernées ne sont pas pleinement satisfaites (Robin, 2024).

Avant la création de l'OFPM en 2010, différentes collectes de données étaient déjà en place dans les secteurs agricole et alimentaire. Comme elles constituent encore, sous leur forme individuelle, la base de données de l'OFPM, les systèmes sont hétérogènes et dépendent à chaque fois du secteur concerné. La collecte des données, qui exige d'importantes ressources, est en grande partie externalisée au Service de la statistique et de la prospective (SSP) (agreste, 2024). L'OFPM rédige principalement des rapports annuels sur la situation du marché à l'intention du Parlement français. L'observation globale porte sur l'évolution des prix et des marges tout au long de la chaîne de création de valeur de 36 produits, représentatifs de dix filières alimentaires. Les informations sont publiées avec un décalage d'un an pour les prix à la production et les marges brutes, de deux ans pour les marges nettes et de quatre ans dans le cas de l'euro alimentaire (Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires, 2024). Ce décalage temporel tient notamment à des raisons méthodologiques. En outre, l'OFPM vise moins à fournir une base de données actuelle aux acteurs du marché qu'à créer des séries chronologiques à long terme, qui facilitent le processus de décision politique.

3.2.2 Allemagne

En Allemagne, il incombe à l'Institut fédéral pour l'agriculture et l'alimentation (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, BLE) aussi bien de fournir les données exigées par l'initiative sur la transparence que d'assurer l'application de la directive UTP, en tant qu'autorité de mise en œuvre. En droit allemand, la mise en œuvre de l'initiative sur la transparence repose sur l'ordonnance sur la déclaration des produits relevant d'organisations de marché ainsi que sur la première ordonnance d'application de la loi sur la viande. Ces deux textes réglementent la mise à disposition des données par les entreprises, en particulier les obligations de déclaration des quantités à transformer, des produits fabriqués et vendus ainsi que des stocks entreposés, avec les prix correspondants. En complément des activités du BLE, l'organisme de cotations de prix allemand AMI (Agrarmarktinformations-Gesellschaft) publie des rapports sur le marché (Agrarmarkt Informations-Gesellschaft, 2024). Le BLE établit aussi ses propres rapports sur le marché et les prix, ainsi que des bilans d'approvisionnement. Par ailleurs, l'Office fédéral des statistiques (Statistisches Bundesamt) publie des indices de prix dans le domaine de la sylviculture et de l'agriculture (Statistisches Bundesamt, 2024).

La mise en œuvre de la directive UTP est régie par la loi sur les organisations et les chaînes d'approvisionnement dans le secteur agricole (AgrarOLkG) et son ordonnance d'exécution (AgrarOLkV). Lors de la transposition de la directive (UE) 2019/633, l'Allemagne a introduit toute une série de mesures allant au-delà de la norme minimale fixée par l'UE pour renforcer la protection des fournisseurs de la chaîne alimentaire : protection accordée aux entreprises jusqu'à concurrence d'un chiffre d'affaires d'un milliard d'euros, liste étendue des pratiques commerciales déloyales, mécanismes d'application plus stricts introduits par l'Office fédéral des cartels (Bundeskartellamt), durcissement des exigences de contrôle et de transparence, protection accrue face aux résiliations de contrats et aux mesures de

³⁷ EGalim 2 oblige les producteurs et les acheteurs à conclure des contrats écrits prenant en compte les coûts de production. La directive UE ne renferme toutefois pas d'exigences contractuelles aussi détaillées (Commission européenne, 2024a).

³⁸ EGalim 1 et 3 renferment des mesures spécifiques pour la détermination des prix, comme la limitation des opérations promotionnelles et l'interdiction de vendre à perte. De telles mesures vont au-delà des interdictions générales figurant dans la directive UE.

³⁹ Les lois EGalim prévoient des sanctions plus sévères et des mécanismes de mise en application spécifiques. La directive UE délègue dans une large mesure la mise en œuvre aux États membres.

représailles, etc. Le BLE a encore pris en compte la crainte de subir des représailles en instaurant un système de signalement anonyme⁴⁰ (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2024b).

Par ailleurs, les producteurs de produits agricoles ou de produits transformés peuvent former des groupements ou des organisations de producteurs. À condition d'être reconnus par l'AgrarOLkG et l'AgrarOLkV, ils ne tomberont pas le cas échéant sous le coup de l'interdiction des ententes et pourront ainsi conclure des accords sur les quantités et les prix (Landwirtschaftskammer Niedersachsen, 2024). Les groupements visent à améliorer la compétitivité et la position sur le marché des exploitations agricoles leur étant affiliées. Quant aux organisations de producteurs, elles doivent compter au moins cinq membres et poursuivre au moins l'un des objectifs définis dans l'AgrarOLkV, à savoir (1) garantir une production planifiée et adaptée à la demande, notamment en termes qualitatifs et quantitatifs, (2) regrouper l'offre des membres et commercialiser leur production, et (3) optimiser les coûts de production et stabiliser les prix à la production (Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie, 2024).

Autre particularité allemande, les directives en matière de protection contre les pratiques commerciales déloyales ont été considérablement renforcées par rapport à la norme minimale de l'UE. L'observation du marché a notamment été développée au sein du BLE, de façon à remplir toutes les obligations de déclaration prévues dans l'initiative sur la transparence. Il est vrai que dans l'ensemble, la surveillance du marché n'a plus été renforcée après ces adaptations.

3.3 Conclusion : comparaison Suisse-UE

Une analyse de 2019 montre que les activités déployées pour observer le marché en Suisse se situent dans la moyenne internationale pour ce qui est de leur coût et de leur degré de détail (Commission européenne, 2019). Depuis, l'UE notamment a accéléré ses efforts en vue d'accroître la transparence des prix. Les obligations de fournir des données concernant les prix ont été étendues et concrétisées pour tous les marchés et pour tous les échelons de la chaîne de création de valeur. De plus, en France, l'observation porte tant sur les marges brutes que sur les marges nettes. Au niveau européen, depuis 2024, tout en veillant au respect des règles relatives à la confidentialité et à la concurrence, le nouvel observatoire européen de la chaîne agroalimentaire (AFCO) cible davantage la transparence des prix, la transparence de la structure des coûts et la transparence dans la répartition des marges et dans la répartition de la création de valeur dans la chaîne d'approvisionnement. Cette démarche a pour but de garantir une rémunération adéquate de tous les acteurs pour leur contribution et leur travail dans la chaîne agroalimentaire tout en réduisant l'asymétrie d'information, l'exercice du pouvoir sur le marché et la formation de cartels.

La directive UTP et la mise en application en Allemagne et en France, plus spécifiques et plus détaillées, règlent par une réglementation spéciale les pratiques commerciales déloyales dans la filière alimentaire. De type horizontal, la réglementation suisse est conçue de manière plus générale : elle couvre la concurrence déloyale dans différentes filières sans que des dispositions particulières ne soient prévues pour le secteur agroalimentaire. De plus, l'UE dispose d'une structure claire pour l'application de la directive UTP par les autorités spécialisées de chaque État membre. En Suisse, par contre, la mise en application est exécutée par les autorités qui traitent de la concurrence en général. Des pratiques commerciales considérées comme déloyales et donc interdites dans l'UE peuvent être employées en Suisse pour autant qu'elles respectent les règles générales de la concurrence ainsi que les accords contractuels individuels.

Étant donné le faible recul temporel, il n'est pas possible de juger de manière définitive de l'efficacité de la directive UTP dans l'UE. En Allemagne, une expertise de la commission sur les monopoles (Monopolkommission) conclut que depuis 2007, la filière alimentaire a connu d'importants changements dans les rapports de force ; elle conclut aussi que les mesures légales introduites ces dernières années

⁴⁰ Fin décembre 2022, le BLE a mis en place un système de signalement anonyme. Les particuliers et les entreprises directement touchés par des pratiques commerciales déloyales ou ayant connaissance de tels agissements peuvent ainsi lui transmettre anonymement de telles informations privilégiées. Le BLE n'ignore pas que même avec un système de signalement anonyme, les craintes de représailles ne disparaissent pas complètement. L'exercice 2023 lui a toutefois confirmé le bien-fondé d'une telle offre. En 2023, le BLE a reçu nettement plus de réclamations et d'indices d'infractions potentielles à l'interdiction des pratiques commerciales déloyales qu'au cours des deux années précédentes.

sont restées sans effet durable et signale que d'autres analyses sont prévues (Monopolkommission, 2024).

Les discussions actuelles montrent les limites de la mise en œuvre du droit en vigueur, aussi bien en Suisse que dans l'UE. Les entreprises qui se trouvent dans une dépendance économique évitent souvent les voies de droit pour des raisons financières ou par peur d'être désavantagées par rapport à des partenaires commerciaux puissants sur les marchés. Des services de médiation sont donc envisagés ou ils ont été mis sur pied (en Autriche p. ex.). Ces services neutres ont pour vocation d'abaisser les seuils procéduraux, de garantir un rapport de force équilibré, d'offrir une meilleure protection juridique et de garantir l'anonymat dans un premier temps. À la différence de l'approche de l'UE qui prévoit des services de médiation, les débats en Suisse ne portent pas sur une solution particulière destinée au secteur agroalimentaire, mais sur une solution intersectorielle. Un service qui serait le répondant pour tous les secteurs pourrait fournir une procédure uniforme ; la sécurité du droit mais aussi l'égalité face au droit pourraient donc être ainsi améliorées.

4. Comparaison entre les prix indicatifs et les prix effectivement payés

L'art. 8a LAgr prévoit que les organisations de producteurs d'un produit ou d'un groupe de produits donnés ou des branches concernées peuvent publier des prix indicatifs à l'échelon national ou régional. L'utilisation précise de ces prix est régie séparément pour chacun des sous-marchés agroalimentaires et les prix doivent être fixés d'un commun accord par des représentations des fournisseurs et des représentations des acquéreurs. Voici les éléments qui doivent être respectés :

- Les prix indicatifs doivent être modulés selon des niveaux de qualité.
- Ils ne peuvent être imposés aux entreprises.
- Il n'est pas permis de fixer de prix indicatifs pour les prix à la consommation.

La publication des prix indicatifs incombe aux filières. L'art. 8a leur offre la possibilité de publier ces prix sans enfreindre les réglementations sur les accords cartellaires. Il leur revient aussi de définir précisément comment les prix indicatifs sont établis. Elles sont libres de publier, pour plus de transparence, les détails sur la manière dont ces prix sont fixés.

Étant donné que les prix indicatifs constituent des valeurs indicatives non contraignantes, les prix effectivement payés peuvent en diverger. L'ampleur de ces écarts a été analysée pour une sélection de produits. Voici les conditions qui devaient être remplies pour l'analyse :

- **Utilisation de l'instrument** : des prix indicatifs au sens de la définition de l'art. 8a LAgr⁴¹ sont publiés pour les produits analysés.
- **Disponibilité des données** : le marché en question fait déjà l'objet d'un relevé des prix effectivement payés (selon l'art. 27 LAgr).
- **Comparabilité** : les prix indicatifs et les prix effectivement payés sont au même échelon de la chaîne de création de valeur⁴².

Une analyse détaillée des marchés du lait, des légumes, des céréales panifiables et des aliments pour animaux figure à l'annexe C. Propres aux différents marchés, les estimations sont complétées par les informations nécessaires. Notons que les prix effectivement payés relevés par l'OFAG sont des moyennes pondérées par les quantités qui se fondent sur les annonces faites par les fournisseurs de données. Au niveau d'une exploitation donnée, les écarts peuvent être nettement plus marqués ou plus faibles que ces chiffres, car des contrats individuels sont conclus entre fournisseurs et acquéreurs. De plus, les structures propres aux différents producteurs et acquéreurs ont une influence sur les prix susceptibles d'être payés pour les produits ou sur les prix auxquels les producteurs sont disposés à fournir leurs produits.

Les prix indicatifs constituent un élément important de la transparence des prix et de la formation des prix qui n'impliquent pas d'intervention directe sur les marchés. Ils offrent des repères cruciaux sur l'évolution des marchés, notamment pour des acteurs de taille modeste ou peu organisés. L'évaluation montre que les prix indicatifs et les prix moyens effectivement payés aux producteurs présentent en général une évolution comparable. Les prix indicatifs remplissent donc une fonction de signal pour la formation des prix dans la filière. Dans les marchés analysés, les écarts entre les prix effectivement payés aux producteurs et les prix indicatifs sont très majoritairement inférieurs à 10 % (voir *Figure 2* :

Part en % des prix effectivement payés par rapport aux prix indicatifs).

⁴¹ Les prix hebdomadaires du marché de la viande sont par exemple exclus de l'analyse. S'ils sont bel et bien utilisés par les acteurs du marché à titre indicatif, ces prix ne constituent toutefois pas un prix indicatif au sens de l'art. 8a LAgr, mais relèvent plutôt de l'ordonnance sur le bétail de boucherie (OBB ; RS 916.341). Proviande est chargée de relever chaque semaine les prix du marché par voie de sondage. Les prix fixés pour les animaux vivants sont contraignants pour les désengorgements saisonniers prévus sur les marchés publics. Les animaux invendus sont cédés aux détenteurs de parts de contingents aux prix hebdomadaires fixés. Un prix hebdomadaire est aussi fixé pour les carcasses. À la différence des prix prévus pour les animaux vivants, ce prix n'est pas contraignant. Dans l'ensemble, les prix effectivement payés franco abattoir tels qu'ils sont relevés par le sondage de Proviande ne divergent que de façon minime des prix hebdomadaires fixés pour les carcasses (Proviande, 2025).

⁴² Si les échelons diffèrent, la comparaison n'est pas précise. Prenons pour exemple le marché des fruits à pépins : alors que l'OFAG y relève les prix à partir de l'échelon du commerce de gros, la FUS donne des prix indicatifs au niveau de la production. Comparer ces prix ne serait pas utile, puisque de la valeur est créée entre ces deux échelons par le transport, le stockage et la logistique. La différence de prix ne dit donc rien sur l'écart entre les prix effectivement payés aux producteurs et le prix indicatif.

Les écarts entre les prix à la production et les prix indicatifs peuvent avoir différentes causes. Ces causes sont notamment des événements conjoncturels qui influent sur l'offre ou la demande à court ou moyen terme et qui n'ont pas été pris en compte, ou qui ne pouvaient pas être anticipés par les interprofessions et les organisations de producteurs au moment où les prix indicatifs ont été fixés. Des fluctuations dans les différences entre prix indicatifs et prix à la production montrent donc que le fonctionnement des marchés n'est pas entravé. La présente analyse montre qu'il n'y a pas lieu d'intervenir concernant l'instrument que sont les prix indicatifs au sens de l'art. 8a LAgr.

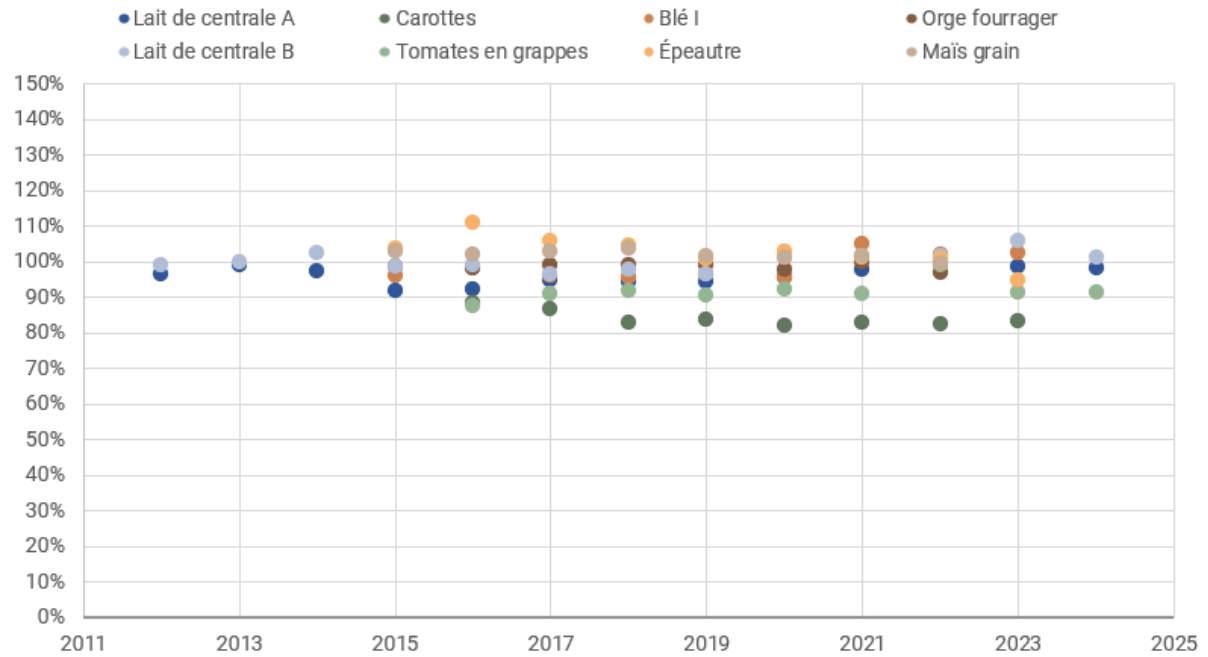
Figure 2 : Part en % des prix effectivement payés par rapport aux prix indicatifs

REPRÉSENTATION SYNOPTIQUE DES PRIX INDICATIFS

Part en % des prix effectivement payés par rapport aux prix indicatifs

en %

2012..2024



Remarques : la définition précise du prix indicatif et du prix payé varie selon le secteur du marché. Le pourcentage est calculé sous forme de quotient : prix payé / prix indicatif.

Sources : OFAG, IP Lait, CCM, UMS, swiss granum

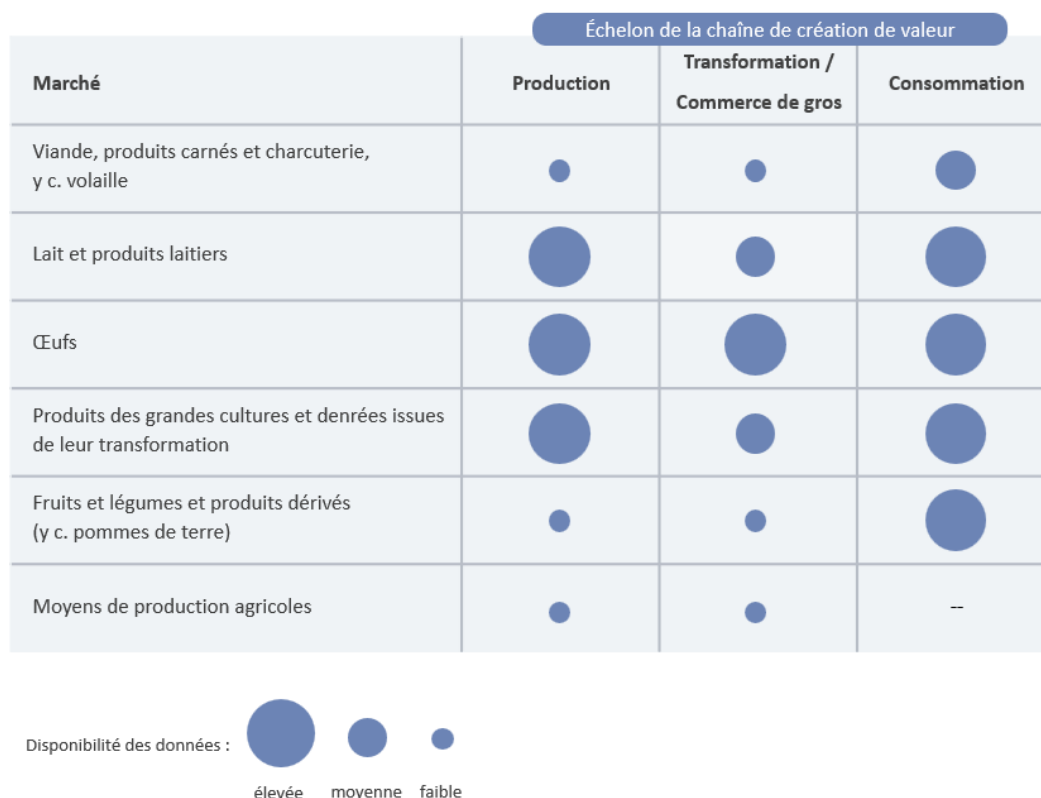
5. Observation du marché en Suisse (selon l'art. 27 LAgr)

5.1 Observation actuelle du marché

L'observation du marché relève et publie les données relatives aux prix et aux indicateurs qui définissent les prix ; elle élabore et publie aussi des analyses et des rapports pour tous les marchés observés. Pour appliquer l'art. 27 LAgr, l'OFAG fonde ses publications sur des relevés des prix des marchandises et des indicateurs qui définissent les prix. Représentatifs et reposant sur une base scientifique, ces relevés sont réalisés par l'OFAG ou par des tiers. Ils incluent notamment les quantités de certains produits et ils sont obtenus auprès de 400 acteurs des échelons de la production, de la transformation, du commerce de gros et du commerce de détail. Une majorité des données sont relevées et publiées chaque mois après une analyse de leur plausibilité. L'observation du marché dispose encore de différentes données secondaires relatives aux indicateurs qui définissent les prix. Ces données sont fournies par des services de la Confédération, par des interprofessions ou par des entreprises. Conformément à l'art. 2a de l'ordonnance sur l'observation du marché dans le domaine de l'agriculture, les acteurs du marché doivent présenter à l'OFAG les données nécessaires à la détermination du niveau de prix atteint. L'OFAG publie les données ainsi fournies à un rythme propre au marché, sous une forme agrégée qui empêche d'identifier les divers acteurs. L'OFAG publie chaque année une douzaine de rapports. Fondés sur ses propres relevés et sur les données secondaires, ces rapports présentent l'évolution des marchés et les analysent. De plus, afin d'en faciliter la compréhension, l'OFAG a conçu des infographies pour certains marchés.

Le tableau qui suit présente la largeur et la profondeur de l'observation actuelle des marchés prévus dans l'ordonnance sur l'observation du marché. Un marché observé avec une largeur et une profondeur bien développées dispose de données représentatives et valides pour tous les niveaux de la chaîne de création de valeur, depuis la production jusqu'à la consommation. Ensemble, ces données offrent une transparence adéquate et elles remplissent le mandat prévu à l'art. 27 LAgr.

Figure 3 : Évaluation qualitative de la largeur et de la profondeur de l'observation actuelle du marché prévue à l'art. 27 LAgr



Cette figure montre que l'observation du marché du lait, du marché des œufs et du marché des produits des grandes cultures dispose globalement d'une grande largeur et d'une grande profondeur

d'observation. Il manque uniquement des données ponctuelles. Pour la viande et les fruits et légumes (pommes de terre comprises), des données détaillées existent pour les prix des marchandises à la consommation ; aux échelons de la production et de la transformation / commerce de gros, elles sont toutefois largement absentes. Pour l'heure, l'observation des moyens de production agricoles (aliments pour animaux, aliments composés) a été effectuée uniquement de façon ponctuelle, en tant que possibilité (formulation potestative).

La situation en matière d'observation du marché dans les différents sous-marchés est dépeinte en détail à l'annexe D (jour de référence : 15.7.2025).

5.2 Communication des données relatives au marché

Pour favoriser une utilisation simple et pratique des données et renforcer ainsi leur impact, il est essentiel de disposer d'un portail de données facile à trouver, clair, convivial et interactif. Ce portail doit encore offrir les possibilités suivantes : évaluations personnalisées, téléchargement des chiffres aux formats de fichiers usuels et mise en relation des données avec des interfaces automatisées. Les données issues de l'observation du marché sont donc disponibles en permanence sur la plateforme de communication <https://www.donnees-agrimarche.ch/>. Conçue comme un service complet, la plateforme propose des données gratuites et récentes dans des formats ouverts et lisibles automatiquement. Elle répond ainsi aux exigences posées dans la [loi fédérale du 17 mars 2023 sur l'utilisation de moyens électroniques pour l'exécution des tâches des autorités \(LMETA\)](#)⁴³ et dans la [stratégie Open Government Data Suisse](#). Elle offre aux groupes cibles intéressés par les rouages des marchés une vue d'ensemble de l'évolution récente des prix des marchandises et des indicateurs qui définissent les prix. De plus, des rapports approfondis et des infographies sont publiés pour contextualiser les évolutions des marchés.

Les données issues de l'observation des marchés sont disponibles à titre de monitoring pour toute personne intéressée. Les utilisateurs de ces données et des informations relatives au marché sont des acteurs des filières, de la formation, de la recherche et de la vulgarisation, mais aussi le public, l'administration et le monde politique (voir le tableau ci-après). Chaque année, l'OFAG traite entre 80 et 90 demandes émises par ces groupes cibles.

Tableau 2 : Principaux groupes cibles de l'observation des marchés avec leurs demandes

Groupe cible	Demande
Spécialistes (filières, entreprises, administration, recherche)	Aperçu détaillé et visible en un coup d'œil de l'évolution du marché, accès direct aux données
Décideurs (entreprises, organisations et administration)	Aperçu de l'évolution du marché à grande échelle et visible en un coup d'œil, historique long et informations contextuelles
Médias et société	Informations contextuelles et analyses de marché approfondies, accès direct aux données
Agriculteurs, vulgarisation et formation	Aperçu de l'évolution du marché visible en un coup d'œil, informations contextuelles et analyses de marché approfondies

Interpréter les données issues de l'observation des marchés est exigeant et demande de bien comprendre ces derniers. Faciliter la compréhension de ces marchés, notamment pour les consommateurs, est essentiel. Un enrichissement continu de la plateforme de données et la mise à disposition d'infographies et d'indicateurs simples et clairs facilite l'accès aux données et leur interprétation. Ces prochaines années, l'une des priorités consistera à améliorer l'accès aux données issues de l'observation du marché et leur utilité pour un large public, et plus particulièrement pour les consommateurs.

⁴³ RS 172.019

5.3 Expériences et défis

Dans le cadre du processus participatif relatif au présent rapport, l'expérience de divers acteurs du marché par rapport à l'observation du marché a été saisie. Ce relevé d'expériences, auquel a été joint l'expérience de l'OFAG dans la conduite de l'observation, a produit les résultats suivants.

Utilité et efficacité : dans de nombreux marchés, différents acteurs livrent les données nécessaires conformément aux consignes de l'OFAG. Ces données permettent une observation du marché bien étayée et éprouvée. Lors des deux ateliers destinés aux spécialistes du marché du lait, les acteurs ont confirmé qu'avec leur exhaustivité et leur représentativité, ces données contribuaient de manière importante à la transparence du marché ; ils ont aussi confirmé qu'il était possible de concrétiser les avantages offerts par une observation du marché. Les données sont utilisées de nombreuses manières par les acteurs de la filière, par le monde politique et l'administration et dans le cadre de la formation, de la recherche et de la vulgarisation. Elles sont notamment employées pour fixer les prix indicatifs et les subventions à l'exportation (de droit privé), pour l'élaboration de contrats, pour le développement d'instruments politiques, pour la formation initiale et la formation continue et comme bases décisionnelles en politique, dans la science et la recherche.

Participation : la participation désigne l'obligation des acteurs du marché de fournir des données relatives à ce marché conformes aux spécifications temporelles et matérielles définies pour l'observation du marché. De plus, des séries de données ou des statistiques réalisées par d'autres autorités dans le cadre de recensements de prix, doivent être mises à la disposition de l'observation du marché. La participation reste insuffisante aux échelons de la transformation et du commerce, avec à la clé diverses conséquences : les prix des marchandises au niveau de la transformation ne peuvent pas être recensés ni publiés. Il n'est donc pas possible de réduire équitablement l'asymétrie d'information tout au long de la chaîne de création de valeur ; la transparence reste plus élevée pour la production et pour la consommation qu'entre ces deux échelons. De ce fait, il n'est possible d'évaluer ni les distributions le long de la chaîne de création de valeur ni les effets des transmissions de prix. Une amélioration à la fois de la participation et de la compréhension, par les acteurs du marché, du contenu, de l'ampleur et de la forme de l'obligation de fournir des données, nécessite la concrétisation de l'art. 27 LAgr et de l'ordonnance sur l'observation du marché. Il faut aussi créer des possibilités de faire respecter l'obligation de participer.

Quelques éléments sur la méthode : les méthodes employées pour observer les marchés sont exigeantes, car la formation des prix dans le secteur agroalimentaire dépend d'un grand nombre de facteurs. Souvent, les matières premières ne représentent qu'une fraction du prix final et la transformation, l'emballage, le stockage, le transport et la distribution varient fortement. Des méthodes différenciées de calcul doivent être employées en raison des différences dans les produits, les marchés et les canaux de commercialisation. L'analyse est aussi rendue plus difficile par le temps qui peut s'écouler entre la production et la vente, par des différences entre les régions ou par des déclassements. De plus, dans certaines filières, comme le marché des légumes, des exploitations de production qui se professionnalisent assument de plus en plus d'étapes de transformation. De ce fait, les limites entre les différents échelons de la chaîne de la création de valeur tendent à s'estomper. L'intégration verticale de grandes entreprises produit le même effet.

Plusieurs conséquences en découlent : d'une part, pour assurer une bonne utilité et une interprétation pertinente des résultats, ainsi que leur diffusion au sein de la filière et à l'extérieur de celle-ci, il est important que la filière participe à la conception des recensements, à la fourniture et à l'interprétation des données et aux analyses ; d'autre part, il faut garantir une dotation suffisante en ressources pour l'observation des marchés.

5.4 Solutions proposées pour optimiser l'observation du marché prévue à l'art. 27 LAgr

Pour le présent rapport, cinq solutions visant à optimiser l'observation du marché ont été développées et analysées avec la participation de spécialistes des marchés en question. Ces propositions, qui s'intègrent partiellement les unes aux autres, reposent sur les fondements suivants : demandes formulées dans les trois postulats, bases théoriques, analyses d'une sélection de marchés et

comparaison avec les objectifs et les activités des services d'observation des marchés dans l'UE, en France et en Allemagne notamment.

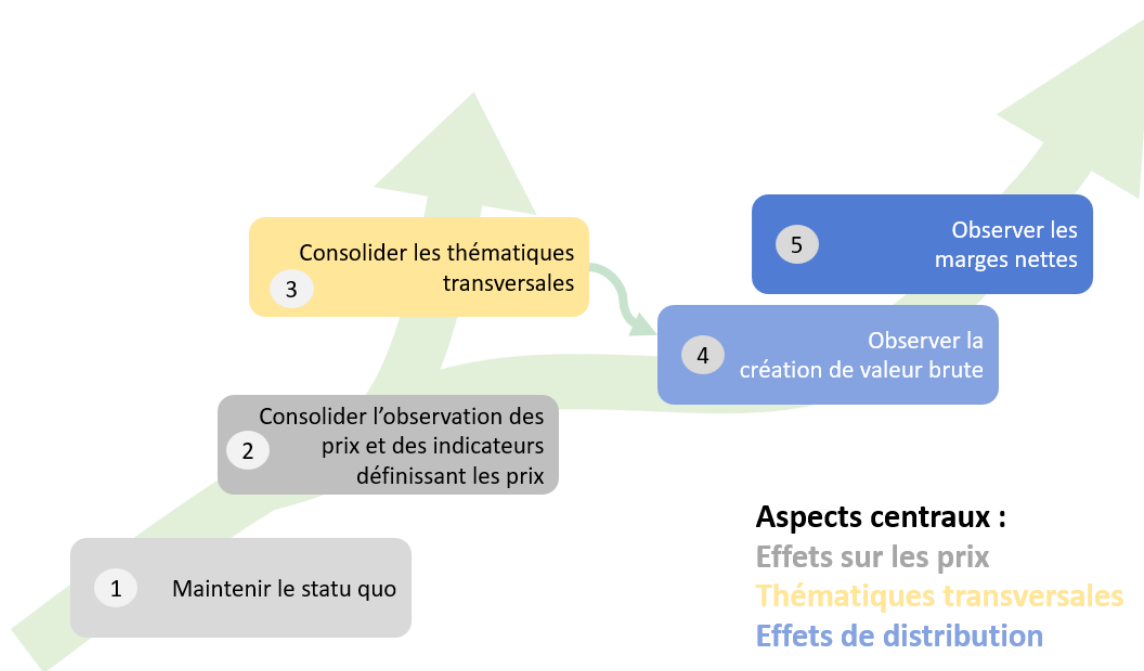
La figure qui suit montre les principales solutions proposées. Elles reposent sur la situation actuelle (voir chapitre 4), ce qui permet d'intégrer l'expérience acquise dans le cadre de l'observation actuelle du marché. Les options 2 et 3 consolident l'observation du marché en ciblant particulièrement les prix et les facteurs qui déterminent les prix et comblent des lacunes existantes. Les options 4 et 5 étendent l'observation du marché aux aspects relatifs à la création de valeur.

Les différentes solutions proposées sont présentées et discutées dans les lignes qui suivent. Le texte qui accompagne les options 2 à 5 synthétise et met en regard les arguments présentés dans les tableaux.

Les cinq solutions proposées sont évaluées à l'aune des avantages et des chances qu'elles offrent, ainsi que des inconvénients et des risques que chacune présente, compte tenu des questions suivantes :

- Quels sont les effets positifs ou négatifs de la solution proposée sur la transparence dans la formation des prix ?
- À quels acteurs la transparence accrue bénéficie-t-elle ? de quelle manière concrètement ?
- Dans quelle mesure une transparence accrue pourrait-elle influencer sur la compétitivité du marché ?
- D'autres critères employés sont les coûts prévisibles pour les acteurs du marché et la faisabilité (disponibilité des données, méthode de mise en œuvre, convivialité).

Figure 4 : Solutions proposées pour optimiser l'observation du marché



Option 1 : statu quo

Cette solution maintient tels quels les objectifs, les priorités et les ressources affectées à l'observation du marché prévue à l'art. 27 L'Agr (voir annexe pour une description détaillée). En d'autres termes, l'autorité chargée de l'observation du marché continue de relever et de publier les données relatives aux prix des marchandises à tous les échelons de la chaîne de création de valeur, en continuant de cibler particulièrement les prix à la production et à la consommation, surtout en raison de la participation défaillante des entreprises de la transformation et du commerce et des ressources limitées. Dans certains marchés, la largeur et la profondeur de l'observation restent suffisantes et contribuent de manière essentielle à l'amélioration de la transparence. Dans d'autres filières, comme celles des fruits

et légumes et de la viande notamment, des lacunes restent prévisibles en raison de la dotation limitée en ressources de l'observation du marché. Cette dernière n'est pas non plus étendue à des produits régionaux, à des systèmes de production ou à d'autres attributs qui ne constituent pas d'ores et déjà une partie essentielle de l'observation du marché. Cette solution ne prévoit pas non plus d'améliorer la transparence dans la formation des marges. La publication de données et d'analyses continuera de permettre une meilleure compréhension du marché. Aucun élément de communication spécifique au groupe cible n'est développé. Cette première option offre l'avantage de ne pas nécessiter d'augmentation de la dotation en ressources ni de renforcement de l'obligation de fournir des données.

Option 2 : consolidation de l'observation des prix et des indicateurs qui définissent les prix

Le processus participatif a montré que, sur les marchés dans lesquels la largeur et la profondeur de l'observation sont consolidées, l'observation peut sensiblement améliorer la transparence et qu'elle est appréciée par différents groupes cibles. On ne constate pas qu'il en découle de collusion plus marquée. Dans cette deuxième option, la transparence des prix est donc développée de manière ciblée sur les marchés concernés dans lesquels il existe aujourd'hui des lacunes. Il s'agit des marchés des **fruits et légumes et de la viande** et plus particulièrement des **échelons de la transformation et du commerce (surtout le commerce de gros)**. L'observation **du marché des moyens de production** doit elle aussi être développée en ciblant les principaux moyens de production (aliments pour animaux, aliments composés notamment) influencés par la politique agricole. Les données qui manquent concrètement doivent être définies et recensées pour le marché en question en coordination avec les filières. Les prix des marchandises et les indicateurs définissant les prix (quantités, surfaces p. ex.) sont nécessaires pour relever les prix moyens pondérés par les quantités.

La **transmission des connaissances auprès de différents groupes cibles** doit elle aussi être développée, afin de faciliter l'interprétation des données et de les rendre encore plus utiles. L'expérience acquise dans les marchés actuellement observés montre que la faisabilité méthodologique est garantie lorsqu'on se concentre sur les grands sous-marchés et les produits phares.

Cette solution présente notamment les inconvénients suivants : aucune amélioration de la transparence dans la formation des marges n'est apportée. De plus, par rapport au statu quo, il peut y avoir un faible accroissement du risque de collusion, car des données qui ne sont actuellement pas recensées seront publiées. Ce faible accroissement peut être contrebalancé par un avantage essentiel : l'amélioration de la transparence dans des marchés et à des échelons aujourd'hui peu observés.

Tableau 3 : Description de l'option 2 pour l'optimisation de l'observation du marché

Option 2 : consolidation de l'observation des prix et des indicateurs qui définissent les prix	
Description	Extension du statu quo par les démarches suivantes : • Relevé et publication de données relatives aux prix pour les moyens de production • Comblement de lacunes concernant les données sur les prix à l'échelon de la production (fruits et légumes, viande) et aux échelons de la transformation et du commerce • Transmission de connaissances qui cible les acteurs extérieurs à la filière (les consommateurs p. ex.)
Avantages et chances	• Réduction de l'asymétrie d'information • Encouragement de décisions qui reposent sur des preuves et collaboration des acteurs du marché • Contribution à la réduction de l'exercice d'un pouvoir de marché • Des données complètes concernant les prix permettent un monitoring à long terme, fondement du développement et de l'évaluation des politiques • Mise à disposition de connaissances sur les marchés pour les petits acteurs faiblement organisés, notamment les consommateurs • Poursuite de l'amélioration de la transparence des prix sur les marchés concernés, tels que les marchés des moyens de production, de la viande, des fruits et légumes p. ex. • Accroissement ciblé de la transparence des prix aux échelons concernés de la transformation et du commerce • Concordance avec l'évolution européenne, qui permet des comparaisons internationales

Option 2 : consolidation de l'observation des prix et des indicateurs qui définissent les prix	
Inconvénients et risques	• Absence de transparence concernant la formation des marges • Faible accroissement du risque de collusion
Coûts prévisibles pour les acteurs du marché	• Mise en œuvre de l'obligation existante de fournir des données, d'où un nombre plus important d'acteurs du marché qui fournissent des données • En cas d'exécution d'un relevé mensuel : 1 jour/an environ (estimation)
Faisabilité	• La faisabilité méthodologique et la disponibilité des données auprès des acteurs du marché sont garanties lorsqu'on se concentre sur les marchés principaux et les produits phares • La concrétisation de la base légale contribue à la clarté de l'art. 27 L'Agr et à son application. • Défi principal : participation des acteurs du marché, soit la mise en œuvre de l'obligation de fournir des données

Option 3 : consolidation des thématiques transversales

Le débat politique demande notamment un élargissement de l'observation du marché à des thématiques transversales : il s'agit de l'ouvrir à d'autres systèmes de production (production intégrée, production biologique) et aux produits régionaux. On compte également parmi les autres thématiques transversales intéressantes certains aspects du développement durable (bien-être des animaux p. ex.). Fondée sur la deuxième option, l'option 3 intègre systématiquement ces thématiques transversales dans l'observation du marché, ce qui implique le relevé et la publication des prix des marchandises le long de la chaîne de création de valeur en fonction du système de production (conventionnelle, intégrée, biologique), le relevé des prix des marchandises pour les produits régionaux et le relevé des prix des marchandises pour des produits accompagnés d'une sélection de critères de développement durable. Il faudra aussi développer en conséquence la transmission des connaissances si l'on veut s'assurer que les nouvelles données puissent être employées et comprises.

Cette solution améliore la transparence des prix pour des thématiques transversales, ce qui pourrait avoir un effet positif sur la formation des prix, la prise de décision et la collaboration sur les marchés concernés. Elle prévoit la création de banques de données utiles aux stratégies de création de valeur des acteurs du marché et à la politique (l'évolution future de la politique agricole notamment). Ces avantages s'accompagnent d'une légère augmentation du risque de collusion en raison du relevé et de la publication de données supplémentaires. L'obligation de fournir des données est elle aussi étendue à de nouveaux acteurs du marché (p. ex. producteurs, transformateurs ou commerçants de produits régionaux). L'un des inconvénients de cette solution est, qu'en raison des thématiques transversales, divers labels privés seront soumis à l'observation du marché par l'État, alors qu'ils contribuent déjà à la transparence du marché par leurs propres relevés et publications, qui pourraient être concurrencés par l'observation réalisée par l'État. Cette redondance est inefficace.

L'extension de l'observation du marché à des thématiques transversales entraîne l'observation de petits (sous-)marchés et de caractéristiques additionnelles des produits. Pour des raisons de méthode, c'est-à-dire pour éviter l'identification de certaines entreprises ou la communication d'informations sensibles, ces données ne pourront être publiées que sous forme fortement agrégée, ce qui restreint les possibilités d'utilisation.

Tableau 4 : Description de l'option 3 pour l'optimisation de l'observation du marché

Option 3 : consolider les thématiques transversales	
Description	Extension de l'option 2 par les moyens suivants : • Relevé et publication de données relatives aux prix pour des thématiques transversales : systèmes de production (production intégrée), produits régionaux, indicateurs de développement durable • Transmission de connaissances sur des thématiques transversales
Avantages et chances	Avantages et chances de l'option 2 avec en plus : • Transparence des prix pour les systèmes de production, les produits régionaux et le développement durable

Option 3 : consolider les thématiques transversales	
	- Banques de données utiles aux stratégies de création de valeur des acteurs - Banques de données utiles à un développement de la politique agroalimentaire qui repose sur des preuves
Inconvénients et risques	- Absence de transparence concernant la formation des marges - L'observation de l'évolution des prix des labels privés n'est pas une tâche centrale de la Confédération - Accroissement du risque de collusion à l'échelle régionale en cas d'observation du marché des produits régionaux
Coûts prévisibles pour les acteurs du marché	- Extension à de nouveaux acteurs du marché de l'obligation de fournir des données en cas d'intégration des systèmes de production ou des produits régionaux - En cas d'exécution d'un relevé mensuel : 1 jour/an environ (estimation)
Faisabilité	- La faisabilité méthodologique et la disponibilité des données auprès des acteurs du marché sont garanties lorsqu'on se concentre sur les marchés principaux et les produits phares - Si la dotation en ressources est adéquate et avec la participation des acteurs du marché, des approfondissements ciblés sont d'ores et déjà possibles avec la base légale actuelle ; la concrétisation de la base légale contribue à la clarté de l'art. 27 L'Agr et à son application - Les structures d'un marché (le nombre de ses acteurs notamment) limitent les évaluations multidimensionnelles - Concernant les thématiques transversales, des structures différentes et les spécificités des sous-marchés limitent la comparabilité - Défi principal : participation des acteurs du marché, soit la mise en œuvre de l'obligation de fournir des données

Option 4 : observation de la création de valeur brute

Fondée sur la deuxième option, l'option 4 comprend, en plus de l'observation des prix des marchandises et des indicateurs qui définissent les prix, les effets sur la création de valeur. Avec cette solution, la création de valeur brute serait dorénavant publiée pour une sélection de segments de produits, de marchés et d'échelons. Parallèlement, la transmission de connaissances est étendue en conséquence, pour permettre une interprétation et une utilisation optimales des données.

Dans le secteur agroalimentaire, la création de valeur brute désigne la valeur économique créée tout au long de la chaîne de création de valeur aux échelons de la production, de la transformation et du commerce, autrement dit, elle désigne la contribution fournie à toute la chaîne par chaque échelon (agriculture, transformation, commerce p. ex.) (voir la *Figure 5 : Exemple de publication de la création de valeur brute*). La création de valeur brute correspond à la valeur de la production (le produit de la vente p. ex.) moins les consommations intermédiaires (semences, aliments pour animaux, énergie, emballage p. ex.). Elle montre quelle est la valeur créée à un échelon défini de la chaîne et représente un indicateur de la performance économique. Elle ne correspond pas au bénéfice, car elle implique que tous les coûts qui incombent à l'échelon en question (p. ex. les salaires) doivent encore être payés.

Concernant la méthode de calcul de cette création de valeur brute, les recettes totales d'un produit, d'un segment de produit ou d'un panier-type sont calculées pour chaque échelon sur la base des prix de vente et des quantités vendues annoncés ainsi qu'en fonction des sous-produits, des déclassements ou d'autres aspects pertinents⁴⁴. Les recettes totales sont corrigées de la valeur des taxes et du soutien de la Confédération. La méthode de calcul effectivement employée doit être développée pour le marché en question d'entente avec la filière concernée.

La publication de la part du prix à la consommation du lait entier qui revient au producteur, présentée ci-dessous, est un exemple d'application possible de la création de valeur brute. Si les données

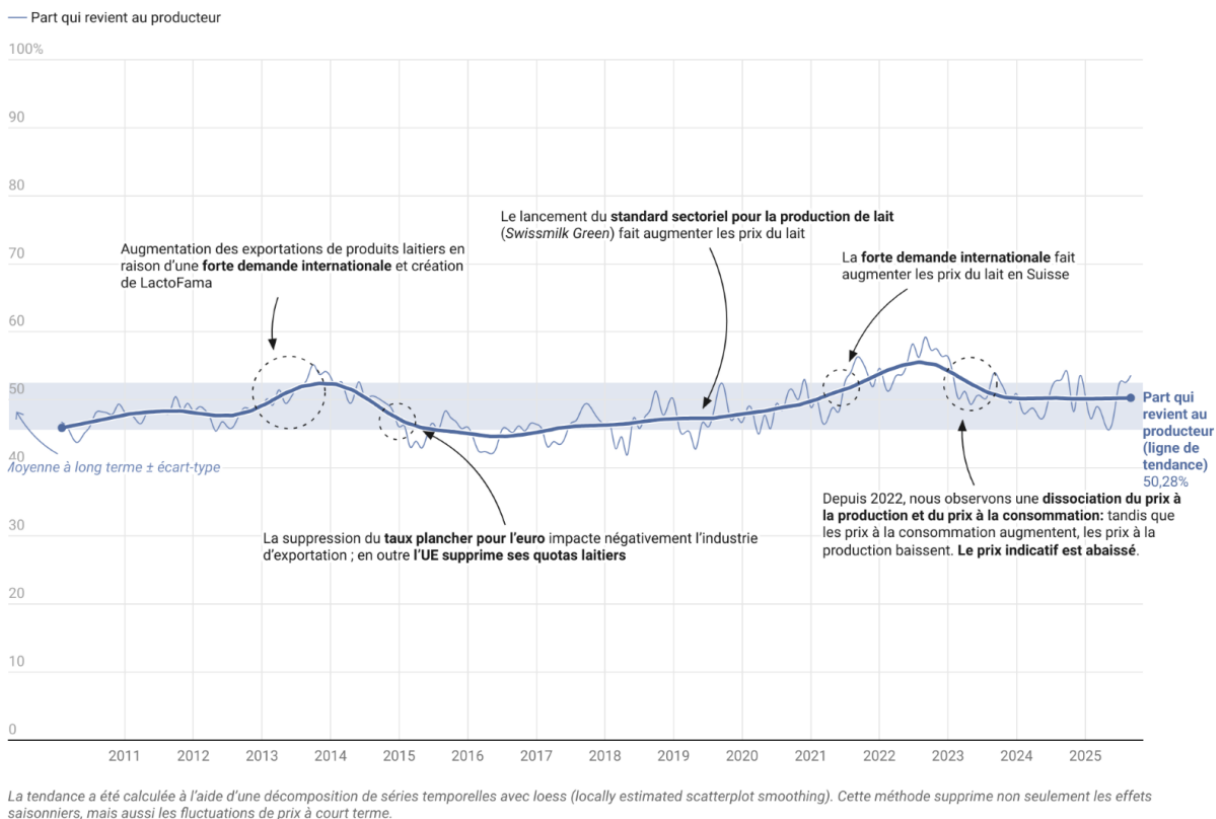
⁴⁴ Cette approche est fondée sur le *produit*, car la création de valeur brute est calculée au moyen de produits donnés. L'approche *sectorielle* pour sa part consiste à calculer la création de valeur de certains sous-marchés à partir de la comptabilité nationale. Par rapport aux buts visés, l'approche fondée sur les produits présente les avantages suivants : dans l'option 2, les données nécessaires sont largement disponibles, l'indicateur est plutôt bien compris par un large public et l'approche offre de la souplesse puisque la création de valeur brute peut par exemple être calculée à partir de différents paniers-types.

correspondantes sont disponibles, il est aussi possible de présenter les parts qui reviennent au commerce et à la transformation (ces données sont disponibles dans l'option 2).

Figure 5 : Exemple de publication de la création de valeur brute

Tendance de la part du prix à la consommation qui revient au producteur

La part du prix à la consommation qui revient au producteur correspond au rapport entre prix à la production et prix à la consommation.



Source : OFAG

Cette solution offre divers avantages. Elle implique (y compris en comparaison internationale) une amélioration importante de la transparence, car la répartition de la création de valeur tout au long de la chaîne est calculée, agrégée puis publiée pour chacun des échelons (production, transformation, commerce). D'importantes connaissances du marché sont ainsi mises à la disposition de tous les groupes cibles. Le calcul de la création de valeur brute nécessite des données relatives aux prix et aux indicateurs qui définissent les prix à tous les échelons. Comme elles sont aussi nécessaires pour la deuxième option, l'obligation de fournir des données n'est pas étendue à des données additionnelles dans l'option 4. Aucune augmentation des coûts dus aux livraisons de données n'est donc à prévoir pour les acteurs du marché qui fournissent déjà des données pour l'option 2. Durant la phase de conception, par contre, la participation des acteurs des filières est souhaitable en raison de la complexité de la méthode. Cette participation permettra le développement d'une méthode pertinente pour calculer la création de valeur brute, avec à la clé des résultats utilisables de manière polyvalente. La faisabilité méthodologique est garantie lorsqu'on se concentre sur les marchés principaux et les produits phares.

Cette solution a pour inconvénient le manque de preuves scientifiques attestant du fait que la transparence accrue des prix et l'accroissement des données ont un effet positif sur la collaboration au sein de la branche, sur la qualité des décisions des acteurs ou sur la réduction du pouvoir exercé sur le marché. Étant donné que cette solution contient non pas des données supplémentaires, mais des évaluations supplémentaires par rapport à la deuxième option, le risque de collusion s'accroît légèrement. De plus, dans cette solution, le haut niveau d'agrégation prévisible restreint légèrement l'utilisation des évaluations. Toutefois, il faut supposer qu'à long terme, la mise à disposition d'informations sur l'évolution de la répartition de la création de valeur brute le long de la chaîne fournira

des bases sur lesquelles développer des instruments politiques et concevoir des conditions-cadres adaptées à l'agriculture et au secteur agroalimentaire.

Tableau 5 : Description de l'option 4 pour l'optimisation de l'observation du marché

Option 4 : observer la création de valeur brute	
Description	Extension de l'option 2 par les moyens suivants : • Relevé et publication de données relatives à la création de valeur brute d'une sélection de segments de produits, de marchés et d'échelons • Transmission de connaissances relatives à la création de valeur brute
Avantages et chances	Avantages et chances de l'option 2 avec en plus : • Amélioration de la transparence des prix pour viser un effet sur la répartition • Transparence sur la création de valeur brute d'une sélection de segments de produits pour chacun des échelons de la chaîne de création de valeur • Un monitoring à long terme des différents échelons de la chaîne de création de valeur montre l'évolution de la répartition de la création de valeur brute • Réduction plus marquée de l'asymétrie d'information et mise à disposition de connaissances plus approfondies sur les marchés • Une communication bien étayée sur le sujet améliore la compréhension du marché par le public et rend les discussions plus objectives grâce à des données factuelles.
Inconvénients et risques	• Absence de preuves scientifiques quant à l'utilité de la transparence au niveau de la création de valeur brute par rapport à l'observation des prix et des indicateurs qui définissent les prix • Risque de collusion légèrement accru • En raison du haut niveau d'agrégation (qui vise à réduire le risque de collusion), possibilités restreintes d'utilisation des données par les acteurs du marché pour prendre des décisions étayées par des preuves • Charge induite par la transformation et la publication des données pour l'administration
Coûts prévisibles pour les acteurs du marché	• Mise en œuvre de l'obligation existante de fournir des données, d'où un nombre plus important d'acteurs du marché qui fournissent des données • Charge initiale due à la participation conceptuelle pour certains acteurs du marché
Faisabilité	• La faisabilité méthodologique et la disponibilité des données auprès des acteurs du marché sont garanties lorsqu'on se concentre sur les marchés principaux et les produits phares • Les bases légales actuelles permettent d'ores et déjà le relevé des données nécessaires ; la concrétisation de la base légale en vue de la publication de la création de valeur brute contribue à la clarté de l'art. 27 L'Agr et à son application • Défi principal : participation des acteurs du marché, soit la mise en œuvre de l'obligation de fournir des données
Estimations sur la base du processus participatif	• En ce qui concerne la charge comparable avec l'option 2, les acteurs du marché ont un point de vue critique sur l'utilité (débat susceptible de créer de la rancœur avec des effets potentiellement négatifs sur une collaboration actuellement bonne) • Les consommateurs saluent la transparence qui sera faite pour la création de valeur brute, qui favorisera la réduction de l'asymétrie d'information, le monitoring, le développement d'une politique agroalimentaire qui repose sur des preuves et une meilleure compréhension des marchés

Option 5 : observation des marges nettes

Une autre répartition de la création de valeur brute peut être réalisée à partir de l'option 4. En soustrayant de la création de valeur brute les coûts imputés à un maillon de la chaîne de création de valeur (salaires, coûts de l'énergie p. ex.), on obtient – pour le formuler simplement – la marge nette.

En France, l'Observatoire des prix et des marges calcule les marges nettes de différentes catégories de produits et de niveaux de la chaîne de création de valeur. Pour ce faire, il faut disposer, en plus des données relatives aux prix et aux quantités de marchandises, d'informations sur les postes de coûts (tels que les coûts de personnel ou d'exploitation et les frais généraux comme les frais financiers, la séparation des affaires internationales ou encore les immeubles). Calculer et publier les marges nettes du marché agroalimentaire suisse pose des défis divers et variés concernant la méthode. Les éléments suivants notamment sont particulièrement pertinents : la délimitation des activités pertinentes, le traitement des sous-produits, déchets et déclassés, la taille du marché, les questions de délimitation

qui découlent de l'intégration verticale ou horizontale et la ventilation des frais généraux dans chacun des produits ou segments de produits.

Cette solution implique une forte augmentation de la transparence du marché pour viser un effet sur la répartition, elle offre une transparence des prix pour une sélection de produits, de marchés et d'échelons et englobe aussi les coûts en plus des prix. L'asymétrie d'information s'en trouve fortement réduite et de nombreuses connaissances sur le marché sont mises à disposition. En raison des données additionnelles qui devront être relevées, la charge des fournisseurs de données croît de façon marquée ; de plus, étant donné les informations relatives aux coûts et aux structures des coûts, un nombre nettement plus important de données seront rendues publiques, ce que les entreprises considèrent comme une ingérence forte. Il faudra donc impérativement modifier la base légale, et la concrétisation de la participation pourrait représenter un défi. Les données additionnelles relatives aux structures des coûts augmentent le risque de collusion. Face à ces coûts, la plus-value par rapport à l'option 4 n'est pas claire.

Cette solution pourra être envisagée comme un développement ultérieur en cas d'évaluation positive d'une phase pilote avec création de valeur brute.

Tableau 6 : Description de l'option 5 pour l'optimisation de l'observation du marché

Option 5 : observer les marges nettes	
Description	Extension de l'option 4 par les moyens suivants : • Relevé et publication de données relatives aux marges nettes d'une sélection de segments de produits, de marchés et d'échelons • Transmission de connaissances relatives aux marges nettes
Avantages et chances	Avantages et chances de l'option 4 avec en plus : • Amélioration marquée de la transparence des prix pour viser un effet sur la répartition • Transparence sur les marges nettes d'une sélection de segments de produits pour chacun des échelons de la chaîne de création de valeur • Le relevé et la publication des marges nettes permettent l'analyse des évolutions des facteurs de coûts concernés à chacun des échelons • Réduction marquée de l'asymétrie d'information et mise à disposition de connaissances sur les marchés
Inconvénients et risques	• Absence de preuve scientifique quant à l'utilité de la transparence au niveau des marges nettes par rapport à la création de valeur brute • Risque de collusion accru • Réticences des entreprises (restriction de la liberté d'entreprise) • Un manque de volonté pour participer complique la mise en œuvre et augmente les coûts
Coûts prévisibles pour les acteurs du marché	• Extension de l'obligation de fournir des données (structures des coûts) • Charge initiale due à la participation conceptuelle pour certains acteurs du marché • Net surcroît de travail pour la fourniture des données
Faisabilité	• La faisabilité méthodologique et la disponibilité des données auprès des acteurs du marché sont garanties lorsqu'on se concentre sur les marchés principaux et les produits phares • Nécessité marquée de procéder à des modifications de la base légale • Phase de développement exigeante du point de vue de la méthode ; l'interprétation des données nécessite un appui pour la communication • Défi principal : faire respecter l'obligation de fournir des données auprès des acteurs du marché

Synthèse de l'évaluation

L'évaluation des différentes solutions proposées montre que la transparence des prix présente une utilité croissante au fur et à mesure que l'on passe du statu quo à l'option 5. Les options 2 et 3 présentent les mêmes inconvénients et risques qu'un statu quo, puisque les relevés restent limités aux prix des marchandises et aux indicateurs qui définissent les prix. Les coûts de l'option 2 dépassent légèrement ceux de l'option 1, car de nouveaux fournisseurs de données devraient livrer des données qui seraient traitées puis publiées par l'administration. Les coûts de l'option 3 sont encore un peu plus élevés étant

donné la présence de nouveaux fournisseurs de données. Comme elle se fonde sur les données de l'option 2, l'option 4 ne présente *a priori* pas d'augmentation des coûts pour les acteurs du marché. L'option 5 implique par contre une charge nettement plus forte pour les acteurs du marché, car le calcul des marges nettes exigerait qu'un grand nombre de données relatives aux coûts et à d'autres indicateurs soient fournies. La faisabilité des options 1, 2 et 4 est garantie. La faisabilité de l'option 3 est limitée, car les thématiques transversales (produits régionaux p. ex.) impliqueraient l'observation de nouvelles variables, ce qui pourrait avoir notamment pour conséquence, dans les structures qui comptent peu d'acteurs, une impossibilité de publier les données relatives aux prix en raison du risque d'identification des acteurs. L'option 5 est réalisable. Les défis principaux qu'elle présente sont le développement d'une méthode d'approche adaptée et le respect de l'obligation de fournir des données.

Figure 6 : Synthèse de l'évaluation

	1 : statu quo	2 : consolidation de l'observation des prix et des indicateurs qui définissent les prix	3 : consolidation des thématiques transversales	4 : observation de la création de valeur brute	5 : observation des marges nettes
Avantages et chances <i>Par rapport au statu quo</i>	●	●●	●●●	●●●	●●●●
Inconvénients et risques <i>Par rapport au statu quo</i>	●	●	●	●●	●●●●
Coûts pour les acteurs du marché <i>Par rapport au statu quo</i>	●	●●	●●●	●●	●●●●
Faisabilité <i>Oui ; limitée</i>	●	●	●	●	●

5.5 Évaluation des solutions proposées et mise en œuvre

Compte tenu des analyses qui précèdent et après consultation des spécialistes des marchés analysés, la mise en œuvre de l'option 4 semble être à privilégier. La future observation du marché de l'OFAG intégrera les principes suivants :

L'observation du marché crée la transparence tout en améliorant la compréhension du marché

- *L'observation montre l'évolution des prix des marchandises et des indicateurs qui définissent les prix à tous les échelons de la chaîne de création de valeur, des moyens de production à la consommation en passant par la production, et ce, dans tous les marchés observés.*
- *Les effets sur la création de valeur sont présentés pour des groupes de produits importants.*
- *L'observation transmet des connaissances sur le marché destinées à différents groupes cibles.*

Les sous-marchés observés restent les mêmes qu'aujourd'hui, avec la consolidation de certains éléments :

Établir une observation du marché pour les moyens de production (partie des options 2 et 4) : il s'agit actuellement d'une formulation potestative. Pour améliorer la transparence de ce sous-marché important, il faudra aussi fournir les données relatives aux prix des marchandises et aux indicateurs qui définissent les prix des principaux moyens de production agricoles influencés par les mesures de politique agricole de la Confédération.

Extension ciblée de la largeur et de la profondeur de l'observation des marchés (partie des options 2 et 4) : La base légale actuelle doit être mise en œuvre de manière égale dans tous les sous-marchés. En d'autres termes, il faut que des données relatives aux prix et aux indicateurs qui définissent les prix soient publiées pour tous les maillons de la chaîne de création de valeur, pour tous les sous-

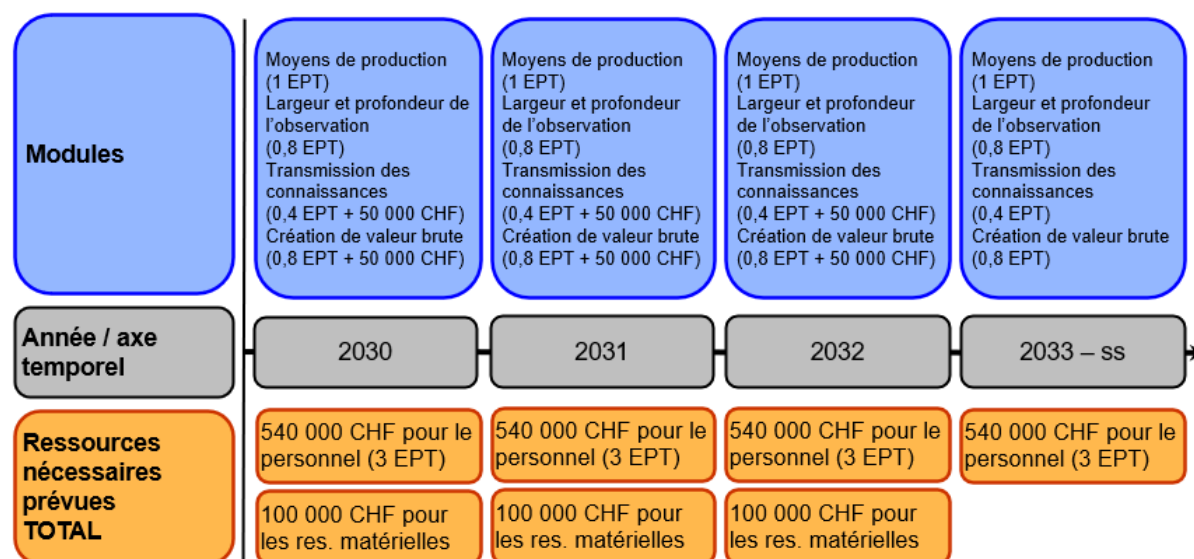
marchés spécifiés dans la base légale actuelle. Au niveau de la production, les données relatives aux prix des fruits et légumes et de la viande doivent être relevées et publiées de manière plus détaillée. La situation doit être améliorée pour les données collectées aux échelons de la transformation et du commerce dans tous les sous-marchés.

Développer la transmission de connaissances (partie des options 2 et 4) : pour permettre une meilleure compréhension du marché, les activités visant à transmettre les connaissances et à exploiter les données issues de l'observation du marché sont développées. La plateforme de communication de la Confédération qui existe déjà (donnees-agrimarche.ch) offre les bases techniques nécessaires pour ce faire. La mise à disposition ciblée des données (sous forme de tableaux de bord p. ex.) et des analyses faciliteront la compréhension du marché par les groupes cibles extérieurs au marché agroalimentaire (les consommateurs notamment).

Calcul et communication de la création de valeur brute des marchés observés (option 4) : les données relatives aux prix forment la base du calcul des effets de la création de valeur brute. Le relevé des prix des marchandises au niveau de la transformation doit permettre d'analyser et de suivre au fil du temps la création de valeur brute aux différents échelons.

La mise en œuvre de l'option 4 (voir la figure qui suit) nécessitera des ressources de l'ordre de 3 équivalents plein temps (EPT) et des fonds temporaires de 100 000 francs pour les trois premières années (travaux de conception et projets pilotes). Le début de la mise en œuvre est prévu en 2030. La mise en œuvre de l'option 2 entraîne une réduction des ressources supplémentaires nécessaires de 0,8 EPT et de 50 000 francs par an de ressources matérielles pour les trois premières années. La base légale devra elle aussi être modifiée pour renforcer l'obligation de participation, pour préciser les buts et les objectifs de l'observation du marché et pour clarifier les besoins concrets de données relatives aux prix et aux indicateurs qui définissent les prix. Cette modification interviendra dans le cadre de la mise en œuvre de la PA30+ et de la loi prévue sur les informations dans l'agriculture et le secteur alimentaire.

Figure 7 : Proposition de mise en œuvre



Cette forme d'observation du marché permettra l'amélioration ciblée de la transparence des prix et des indicateurs qui définissent les prix sur le marché agroalimentaire suisse, en se fondant sur les bases existantes et estimées. Elle permettra de réduire l'asymétrie d'information et l'exercice d'un pouvoir de marché, de renforcer la collaboration entre les acteurs du marché, de faciliter la prise de décisions reposant sur des preuves et d'améliorer la compréhension du marché par le public. Le fait de limiter les données aux prix et aux indicateurs qui définissent les prix (autrement dit le fait de renoncer à relever et à publier les postes de coûts) réduit encore le risque de collusion.⁴⁵.

⁴⁵ Correspond à la pratique pour l'observation du marché du lait.

Les sous-marchés agricoles et agroalimentaires suisses se caractérisent par une structure en X, dans laquelle un grand nombre de producteurs et de consommateurs font face à un nombre comparativement faible d'entreprises actives dans la transformation et le commerce. Cette structure est encore renforcée par la concentration horizontale (fusions à un même échelon de la filière) et par l'intégration verticale (fusions qui englobent plusieurs échelons, p. ex transformateurs et commerçants.). Alors que le changement structurel se poursuit aux niveaux de la production et de la transformation ainsi que dans le commerce de gros, dans le commerce de détail, le nombre d'acteurs connaît une légère croissance. Ce type de structure favorise différents risques qui pèsent négativement sur l'efficacité des marchés et qui peuvent être défavorables notamment à des acteurs de taille modeste ou peu organisés tout au long de la chaîne de création de valeur. Ces risques sont l'asymétrie d'information, les pratiques commerciales déloyales, des arrangements et l'exercice d'un pouvoir de marché.

Au cours des dernières années, l'UE a développé les mesures visant à renforcer la position des producteurs dans la chaîne de création de valeur. On compte parmi celles-ci la réduction de l'asymétrie d'information par l'observation du marché, le renforcement des règles de lutte contre les pratiques commerciales déloyales par une directive de l'UE qui fixe des exigences minimales ou encore l'adaptation des lois dans les États membres qui vont parfois au-delà de ces exigences minimales. Récemment créé par l'UE, l'observatoire européen de la chaîne agroalimentaire (AFCO) a pour but d'améliorer la transparence des prix, des coûts, de la répartition des marges et de la valeur ajoutée.

En Suisse, la LCart, la LCD et la LSPr constituent des instruments adaptés pour faire face aux risques mentionnés sur le marché agroalimentaire.

Si les pratiques commerciales déloyales existent aussi en Suisse, il manque néanmoins une vue d'ensemble de la problématique dans les différentes filières. Relevons l'art. 8 LCD pour ce qui concerne la lutte contre les pratiques commerciales déloyales dans le secteur agroalimentaire : selon cet article, la protection contre les conditions générales abusives s'applique uniquement aux consommateurs et non pas aux entreprises, ce qui inclut les exploitations agricoles. Élargir cette protection à toute la chaîne économique ou à tous les acteurs du marché permettrait d'inclure les exploitations agricoles dans cette protection. Mais cet élargissement a été rejeté par le Parlement. L'analyse montre que les bases légales de prévention et de lutte contre les pratiques commerciales déloyales au niveau macro-économique existent et qu'une législation spéciale n'est pas indiquée. Pour les spécialistes des marchés analysés appelés à participer au présent rapport, il n'est pas non plus nécessaire de procéder à des adaptations légales, mais ils jugent qu'une responsabilité partagée est nécessaire pour prévenir et lutter contre les pratiques commerciales déloyales. Les approches suivantes sont envisageables : introduction de directives ou d'un code de conduite sectoriel, mise en place d'un service de médiation, ancrage de telles règles dans des conventions d'objectifs ou des contrats-types. Le cas échéant, la tâche de l'État est d'instaurer un cadre adapté.

Pour améliorer la transparence des prix, la loi sur l'agriculture prévoit les deux instruments principaux ci-après :

- L'article 8a LAgr prévoit que les organisations de producteurs d'un produit ou d'un groupe de produits ou des branches concernées peuvent publier, à l'échelon national ou régional, des prix indicatifs fixés d'un commun accord par des représentants des fournisseurs et des représentants des acquéreurs. Les prix indicatifs soutiennent la formation des prix sans intervention directe sur les marchés. Ils fournissent des indications déterminantes sur l'évolution du marché, notamment pour les petits acteurs du marché ou ceux qui ne sont pas organisés. Il ressort des évaluations menées pour le présent rapport que les prix indicatifs ont l'effet de signal souhaité dans la formation des prix. Dans les marchés analysés, les écarts entre les prix effectivement payés aux producteurs et les prix indicatifs sont majoritairement inférieurs à 10 % et ils s'expliquent par des conjonctures particulières. Face à ces résultats, le Conseil fédéral ne voit pas la nécessité de modifier l'art. 8a LAgr.
- Consolidation de l'observation du marché prévue à l'art. 27 LAgr. Les services étatiques d'observation des marchés de l'industrie alimentaire représentent un instrument largement

accepté au niveau international pour accroître la transparence des prix, qui offre des avantages variés : ils réduisent l'asymétrie d'information et l'exercice d'un pouvoir de marché, renforcent la collaboration entre les acteurs du marché, permettent la prise de décisions reposant sur des preuves et facilitent la compréhension du marché par le grand public. En Suisse, le service d'observation du marché n'est pas compétent pour intervenir et influe indirectement sur l'évolution des marchés, en préparant et en fournissant les données et les informations. À l'aide des données, tous les acteurs du marché et d'autres milieux intéressés peuvent observer les tendances du marché, y compris l'évolution des prix, aux différents échelons de la chaîne de création de valeur pour estimer les effets de cette évolution. Il faut toutefois aussi tenir compte des risques. Ce sont notamment la charge qu'impliquent la préparation et la fourniture des données et un risque de collusion susceptible de s'accroître avec une plus grande transparence. Grâce à une transparence accrue, les acteurs de la chaîne de création de valeur de taille modeste ou peu organisés et les organisations qui les représentent peuvent obtenir des données relatives au marché susceptibles d'améliorer la qualité de leurs propres décisions et d'équilibrer leur position pour négocier avec des acteurs plus grands.

Un service étatique d'observation du marché vise en général la mise à disposition de données relatives aux prix et d'autres données qualifiées de sensibles par certains acteurs. L'observation du marché par l'État offre le grand avantage d'être indépendant et neutre : les services publics ne poursuivent pas d'intérêts commerciaux propres et sont en mesure de fournir des données objectives, représentatives et fiables. L'État peut aussi garantir, grâce aux prescriptions légales, que les données soient relevées de manière représentative, uniforme et objective. Les informations et les données sont gratuites et librement accessibles à tous les intéressés. Elles peuvent servir de fondement à des décisions reposant sur des preuves pour les acteurs du marché et les décideurs politiques.

L'observation du marché prévue à l'art. 27 LAgr a aussi démontré son efficacité en Suisse en tant qu'instrument central pour améliorer la transparence des prix. Toutefois, dans sa forme actuelle, elle n'est pas encore conçue de manière optimale en ce qui concerne sa largeur, sa profondeur et son effet potentiel. L'analyse montre qu'il manque des données utiles notamment aux échelons de la transformation et du commerce. Or, si l'on veut parvenir à une transparence des prix efficace, l'observation du marché doit porter sur tous les échelons de la chaîne de création de valeur. Pour le Conseil fédéral, les éléments suivants semblent donc à privilégier : un renforcement de l'observation du marché par une observation rigoureuse des prix des marchandises importants et des indicateurs importants qui définissent les prix, à tous les échelons de la chaîne de création de valeur (c'est-à-dire pour combler de manière ciblée les lacunes actuelles), l'élargissement de l'observation du marché aux moyens de production, ainsi que le calcul et la communication des effets de la création de valeur brute (p. ex. pourcentage du prix à la consommation qui revient au producteur) pour les sous-marchés observés. La transmission des connaissances est en outre renforcée à titre complémentaire pour améliorer l'utilisation et l'interprétation des données disponibles.

La mise en application demande une adaptation de la base légale relative à l'observation du marché dans le domaine de l'agriculture, un renforcement de l'obligation de participer ainsi que des ressources en personnel destinées à l'observation du marché de l'ordre de 3 EPT et des fonds temporaires de 100 000 francs par an durant trois ans. Le Conseil fédéral prévoit de présenter au Parlement les modifications légales requises en même temps que la PA30+.

Les mesures proposées permettent de créer une base équilibrée pour le développement ciblé de la transparence du marché agroalimentaire. Elles rendent plus solide la base sur laquelle reposent des décisions économiques et politiques, réduisent l'asymétrie d'information et contribuent à la résilience de la chaîne de création de valeur. Elles contribuent en ce sens au bon fonctionnement des marchés.

7. Bibliographie

- Agrarmarkt Informations-Gesellschaft. (2024). *Die Ami*. Consulté le 1^{er} novembre 2024
<https://www.ami-informiert.de/ueber-die-ami>
- agreste. (20 août 2024). *Le Service de la statistique et de la prospective : les missions du Service statistique ministériel*. Consulté le 4 novembre 2024
https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/statistique/MISSIONS-SSP/Missions-SSP_EN.pdf
- BAK Basel Economics. (2014). *LANDWIRTSCHAFT – BESCHAFFUNGSSEITE Vorleistungsstrukturen und Kosten der Vorleistungen*. Consulté le 12 juin 2025 https://www.bak-economics.com/fileadmin/documents/reports/bakbasel_landwirtschaft_beschaffungsseite_nr_24_2014.pdf
- BAK Basel Economics. (2017). *Die Kosten des Schweizer Detailhandels im Internationalen Vergleich. Eine Studie im Auftrag der Swiss Retail Federation*. Consulté le 22 avril 2025 http://www.swiss-retail.ch/wp-content/uploads/2017/05/studie_kosten_detailhandel.pdf
- BAK Economics. (2021). *Analyse der Schweizer Detailhandelspreise im internationalen Vergleich*. Studie im Auftrag der Swiss Retail Federation und der IG Detailhandel Schweiz. Consulté le 6 avril 2025
https://www.swiss-retail.ch/wp-content/uploads/2017/05/BAK_Economics_Internationaler_Preisvergleich_Detailhandel_SRF_IGDHS.pdf
- BAK Economics. (2022). *Die Bedeutung des Detailhandels für die Schweizuer Volkswirtschaft. Eine Studie im Auftrag der Interessengemeinschaft Detailhandel IG D*. Consulté le 22 avril 2025
https://ig-detailhandel.ch/download/406/BAK_Economics_Economic_Footprint_Detailhandel_2022_Online_Deutsch.pdf
- Bänninger, A., Python, P., Estève, M., & Métrailler, G. (octobre 2024). *Analyse de la filière laitière suisse, 2024*. Agridea. Consulté le 22 novembre 2024
https://www.agridea.ch/fileadmin/AGRIDEA/Theme/Marches__filieres_agricoles_et_alimentaires/Marches_agricoles_et_alimentaires/V12_Rapport_LAIT_OFAG_FR_def_corr08102024.pdf
- Basler Kommentar. (2013). *Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*. Basel: Helbing Lichtenhahn Verlag.
- Bessembinder, H., & Maxwell, W. (2008). Markets: Transparency and the Corporate Bond Market. *Journal of Economic Perspectives*, 22(2), 217-234. Consulté le 13 novembre 2024
<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.22.2.217>
- Böheim, M., Pennerstorfer, D., & Sinabell, F. (2016). *Strukturanpassung im österreichischen Lebensmittelhandel Auswirkung auf die Versorgung und wettbewerbsökonomische Implikationen*. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO). Consulté le 1^{er} mai 2025
https://www.wifo.ac.at/wp-content/uploads/upload-8527/mb_2016_03_04_lebensmitteleinzelhandel_-3.pdf
- Bokusheva, R., Fischer, S., Grass, M., & Grau, A. (25 février 2019). *Strukturberichterstattung Nr. 60/4 "Eine Analyse von Food-Wertschöpfungsketten auf Basis internationaler Vergleichsdaten und Fallstudien"*. Consulté le 25 octobre 2024
https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Strukturwandel_Wachstum/Branchenanalysen/eine-analyse-von-food-wertschoepfungsketten-auf-basis-internatio.html

- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung. (2024). *Unlautere Handelspraktiken*. Consulté le 25 juillet 2024
https://www.ble.de/DE/Themen/Marktorganisation/UTP/Info_Verbotene-Praktiken.html
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung. (2024a). *Umsetzung der EU-Transparenzinitiative*. Consulté le 25 juillet 2024
<https://www.ble.de/DE/Themen/Landwirtschaft/Warenmeldungen/EU-Transparenz/Initiative.html>
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung. (2024b). *Verbot unlauterer Handelspraktiken in der Lebensmittellieferkette - Tätigkeitsbericht der Durchsetzungsbehörde für das Jahr 2023*. Consulté le 31 octobre 2024
https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Marktorganisation/Unlautere-Handelspraktiken/Taetigkeitsbericht_2023.pdf;jsessionid=28EE7FDAF60B918B7E8B77ADA43CBE91.internet012?__blob=publicationFile&v=4
- Cerca, M., Mann, S., Kohler, A., Wunderlich, A., Logatcheva, K., van Galen, M., . . . Baltussen, W. (2019). *SECO Strukturberichterstattung 60/2 "Concentrate animal feed as an input good in Swiss agricultural production - The effects of border protection and other support measures" 2019*. Consulté le 4 avril 2025
https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Strukturwandel_Wachstum/Branchenanalysen/concentrate-animal-feed-as-an-input-good-in-swiss-agricultural-p.html
- COMCO. (8 juillet 2025). *Communiqué de presse de la Commission de la concurrence*.
<https://www.news.admin.ch/fr/newnsb/80qECKyzDZxK8gAq-0GcC>
- Commission européenne. (12 avril 2018). *Lutter contre les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire*. Consulté le 15 juillet 2024
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/memo_18_2703
- Commission européenne. (1^{er} octobre 2019). *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT - Market transparency in the EU's food supply chain*. Consulté le 8 novembre 2024
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019SC0360>
- Commission européenne. (31 octobre 2023). *Report from the Commission to the European Parliament and the Council On Union Market Observatories*. Consulté le 30 octobre 2024
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52023DC0679>
- Commission européenne. (17 juillet 2024). Opening speech by Mr Janusz Wojciechowski at the first meeting of the EU Agri-Food Chain Observatory. Consulté le 30 octobre 2024
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_24_3842
- Commission européenne. (2024a). *La politique agricole commune en bref*. Consulté le 29 octobre 2024
https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_fr
- Commission européenne. (2024b). *Informal Commission Expert Group EU Agri-Food Chain Observatory Terms of Reference*. Consulté le 22 novembre 2024
<https://ec.europa.eu/transparency/expert-groups-register/core/api/front/expertGroupAdditionalInfo/51218/download>
- Commission européenne. (2024c). *Market observatories*. Consulté le 22 novembre 2024
https://agriculture.ec.europa.eu/data-and-analysis/markets/overviews/market-observatories_en

- Commission européenne. (2024d). *Unfair Trading Practices (UTP) - Overview tables on Member States' transposition choices and enforcement activities*. Consulté le 22 novembre 2024
Unfair Trading Practices (UTP) - Overview tables on Member States' transposition choices and enforcement activities.
- Commission européenne. (2024e). *Pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire*. Consulté le 25 juillet 2024
https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/agri-food-supply-chain/unfair-trading-practices_fr
- Conseil fédéral. (2006). *Message concernant l'évolution future de la politique agricole (Politique agricole 2011)*. Consulté le 13 novembre 2024
<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2006/775/fr>
- Conseil fédéral. (2010). *Mesures de renforcement des instruments du marché agricole*. Berne. Consulté le 22 novembre 2024
<https://www.news.admin.ch/news/message/attachments/22480.pdf>
- Diethelm, P. (31 octobre 2024). Il ne doit plus y avoir de raison d'aller chez un discounter. (Migros, Interview)
<https://corporate.migros.ch/fr/story/migros-baisse-ses-prix>
- Ducrey, P. (2008). Marktmacht und schweizerische Landwirtschaft – Kartellrecht als Korrektiv? *Communications de droit agraire*
- Economie & Perspective. (Septembre 2024). *Chambre d'agriculture pays de la Loire*. Consulté le 20 février 2025
<https://rd-pays-de-la-loire.chambres-agriculture.fr/publications/toutes-les-publications/detail-publication/actualites/lois-egalim-quel-bilan-et-queelles-perspectives/>
- Elias, J., & Balaster, P. (2006). L'évolution de la concurrence dans le commerce de détail suisse. *La Vie économique*. Consulté le 21 avril 2025
<https://dievolkswirtschaft.ch/fr/2006/06/balaster-elias-2/>
- Fédération suisse des producteurs de céréales. (2025). *Allègement de marché : déclassements pour éviter une chute des prix*. Consulté le 12 mai 2025
<https://www.sgpv.ch/declassements/>
- Flury & Giuliani GmbH. (2025). *Analyse Wertschöpfungsketten - Apfel, Brotweizen und Schweinefleisch*. Zürich.
- Gentile, E., Gentile, M., Loi, A., Bruni, M., Sguatti, A., Berisio, S., . . . Esposti, R. (2019). *SECO Strukturberichterstattung 60/1 "Fertilizers and pesticides: Price differences between Switzerland and neighbouring countries"*. Consulté le 2 avril 2025
https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Strukturwandel_Wachstum/Branchenanalysen/fertilizers-and-pesticides-price-differences-between-switzerland.html
- GfK Switzerland AG. (2024). *Detailhandel Schweiz 2024*. Root.
- Heizmann, R. (2018). Wettbewerbsrecht II, Kommentar. *Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*. Zürich: Heizmann/Loacker.
- Interprofession du lait. (14 avril 2023). *Règlement sur le contrat-type et sur les modalités pour l'achat de lait aux premier et deuxième échelons et pour la segmentation*. Consulté le 25 octobre 2024
<https://www.ip-lait.ch/230414-Reglement-contrat-type-et-segmentation.pdf>

- Köhler, H., Bornkamm, J., & Feddersen, J. (2024). *Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*. München: C.H. Beck.
- Landwirtschaftskammer Niedersachsen. (2024). *Erzeugergemeinschaften / Erzeugerorganisationen*. Consulté le 11 novembre 2024
https://www.lwk-niedersachsen.de/lwk/news/40879_Erzeugergemeinschaften_Erzeugerorganisationen
- Logatcheva, K., van Galen, M., Janssens, B., Rau, M. L., Baltussen, W., van Berkum, S., . . . Cerca, M. (25 février 2019). *Strukturberichterstattung Nr. 60/3 "Factors driving up prices along the food value chain in Switzerland - Case studies on bread, yoghurt, and cured ham"*. (Wageningen Economic Research und Agroscope im Auftrag des SECO) Consulté le 28 octobre 2024
https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Publikationen_Dienstleistungen/Publikationen_und_Formulare/Strukturwandel_Wachstum/Branchenanalysen/factors-driving-up-prices-along-the-food-value-chain-in-switzerl.html
- Ménard, C. (2018). *Market transparency in food supply chain: Goals, Means, limits*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi:10.2760/285157
- Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie ; Ministère chargé du Budget des Comptes publics. (3 juillet 2019). *La direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF)*. Consulté le 4 novembre 2024
<https://agriculture.gouv.fr/egalim-1-ce-que-contient-la-loi-agriculture-et-alimentation>
- Monopolkommission. (2024). *Hauptgutachten XXV: Wettbewerb 2024*. Consulté le 7 août 2024
<https://www.monopolkommission.de/de/gutachten/hauptgutachten/450-xxv-gesamt.html>
- Motta, M. (2004). *Competition Policy*. Cambridge.
- Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires. (2024). *Rapport au Parlement 2024*. Consulté le 4 novembre 2024
https://observatoire-prixmarges.franceagrimer.fr/sites/default/files/pictures/2024_rapport_complet_ofpm_v2.pdf
- OCDE. (2024). *Concurrence dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire. OECD Roundtables on Competition Policy Papers, Nr. 319*. Paris.
https://www.oecd.org/fr/publications/concurrence-dans-la-chaine-d-approvisionnement-alimentaire_eeeab061-fr.html
- Office fédéral de l'agriculture. (2023). *Rapport agricole 2023 - Production laitière*. Consulté le 25 octobre 2024
<https://2023.agrarbericht.ch/fr/production/production-animale/production-laitiere>
- Office fédéral de l'agriculture. (2023a). *Rapport agricole 2023 - Lait et produits laitiers*. Consulté le 11 novembre 2024
<https://2023.agrarbericht.ch/fr/marche/produits-animaux/lait-et-produits-laitiers>
- Office fédéral de l'agriculture. (2024). *Rapport agricole 2024 - Comptes économiques de l'agriculture*. Consulté le 2 avril 2025
<https://2024.agrarbericht.ch/fr/exploitation/situation-economique/comptes-economiques-de-lagriculture>
- Office fédéral de la statistique. (2024). *Comptes économiques de l'agriculture*. Consulté le 8 mai 2025
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/agriculture-sylviculture/comptes-economiques-satellites/agriculture.html>

- Office fédéral de la statistique. (2025). *Statistique structurelle des entreprises*. Consulté le 16 juin 2025
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/industrie-services/enquetes/statent.html>
- Panagiotou, D. (2018). Market Power Effects of the Livestock Mandatory Reporting Act in the U.S. Meat Industry: a Stochastic Frontier Approach Under Uncertainty. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 19, 103-122.
- Proviande. (2025). *Prix hebdomadaires et données du marché de bétail de boucherie*. Consulté le 14 février 2025
<https://www.proviande.ch/fr/prix-hebdomadaires-et-donnees-du-marche-de-betail-de-boucherie>
- Robin, C. (21 mai 2024). *Relationship between Suppliers and Distributors Egalim 4 : Another reform of the French law on commercial negotiations ?* (a. avocats, éditeur)
<https://www.alerionavocats.com/en/relationship-between-suppliers-and-distributorsegalim-4-another-reform-of-the-french-law-on-commercial-negotiations/>
- Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie. (2024). *Erzeuger- und Agrarorganisationen*. Consulté le 11 novembre 2024
<https://www.landwirtschaft.sachsen.de/erzeugerorganisationen-und-andere-agrarorganisationen-8232.html>
- Sappington, D., & Turner, D. (2023). Information Sharing and Collusion: General Principles and the Agri Stats Experience. *The Antitrust Bulletin*, 68(1), 10-23.
- Shepherd, A. W. (1997). Market Informaiton Services - Theory and Practice. *FAO Agricultural Services Bulletin*, 1-58. Consulté le 8 novembre 2024
<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/d2406213-9874-4255-b1ec-cb782417c71e/content>
- Sotomo. (2022). *Sparen und Konsumieren in der Schweiz*. Zürich. Consulté le 12 juin 2025
https://sotomo.ch/site/wp-content/uploads/2022/11/SwissRetail_SparenKonsumieren.pdf
- SRF. (mars 2025). Preisoffensive bei der Migros. Consulté le 22 avril 2025
<https://www.srf.ch/news/wirtschaft/preisoffensive-bei-der-migros-tiefe-preise-und-doch-qualitaet>
- Statistisches Bundesamt. (2024). *Preisindex für Land- und Forstwirtschaft*. Consulté le 1^{er} novembre 2024
https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Landwirtschaftspreisindex-Forstwirtschaftspreisindex/_inhalt.html
- Surveillant des prix. (2005). *Rapport annuel 2005*. Consulté le 8 novembre 2024
https://www.preisueberwacher.admin.ch/dam/pue/fr/dokumente/jahresberichte/jahresbericht_2005.pdf.download.pdf/rapport_annuel_2005.pdf
- Surveillant des prix. (2006). *Rapport annuel 2006*. Consulté le 8 novembre 2024
https://www.preisueberwacher.admin.ch/dam/pue/fr/dokumente/jahresberichte/jahresbericht_2006.pdf.download.pdf/rapport_annuel_2006.pdf
- Surveillant des prix. (2007). *Rapport annuel 2007*. Consulté le 8 novembre 2024
https://www.preisueberwacher.admin.ch/dam/pue/fr/dokumente/jahresberichte/jahresbericht_2007.pdf.download.pdf/rapport_annuel_2007.pdf
- Surveillant des prix. (2015). *Marktbeobachtung Mischfuttermarkt*. Consulté le 8 novembre 2024

- Surveillant des prix. (2016). *Die Wirkung des Grenzschutzes auf die Preise von landwirtschaftlichen Erzeugnissen*. Consulté le 8 novembre 2024
https://www.preisueberwacher.admin.ch/dam/pue/de/dokumente/studien/Die%20Wirkung%20des%20Grenzschutzes%20auf%20die%20Preise%20von%20landwirtschaftlichen%20Erzeugnissen.pdf.download.pdf/30_06_16_Bericht%20Z%C3%B6lle_d.pdf
- Surveillant des prix. (2023). *Vorabklärung des Preisüberwachers betreffend die Preise der (Bio-)Lebensmittel im Detailhandel*. Consulté le 8 novembre 2024
https://www.preisueberwacher.admin.ch/dam/pue/de/dokumente/studien/bio-bericht-27012023.pdf.download.pdf/Bio_Bericht_20230127.pdf
- Surveillant des prix. (2024). *F.A.Q.* Consulté le 29 octobre 2024
<https://www.preisueberwacher.admin.ch/pue/fr/home/services/f-a-q-.html>
- Surveillant des prix. (2024). *Agriculture*. Consulté le 29 octobre 2024
<https://www.preisueberwacher.admin.ch/pue/fr/home/themes/divers/agriculture.html>
- swiss granum. (2024). *Prix indicatifs des céréales panifiables*. Consulté le 9 janvier 2025
https://www.swissgranum.ch/fileadmin/user_upload/swiss-granum/dokumente/Marktzahlen/Preise/2024-06-10_Ernterichtpreise_Brotgetreide_01.pdf
- swiss granum. (2025). *Prix indicatifs des céréales et prix du marché des oléagineux*. Consulté le 10 février 2025
<https://www.swissgranum.ch/zahlen/preise>
- swiss granum. (2025). *Statistique Production indigène*. Consulté le 12 mai 2025
https://www.swissgranum.ch/fileadmin/user_upload/swiss-granum/dokumente/Marktzahlen/Inlandproduktion/2025-03-03_Verwendbare_Produktion.pdf

Annexe A : Liste des pratiques commerciales déloyales selon la directive (UE) 2019/633

Les dix pratiques commerciales déloyales de la liste noire

Les dix pratiques décrites ci-après sont interdites en toutes circonstances

- Échéances de paiement de plus de 30 jours pour les produits agricoles et denrées alimentaires périssables ;
- Échéances de paiement de plus de 60 jours pour les autres produits agroalimentaires ;
- Annulations à brève échéance de commandes de produits agroalimentaires périssables ;
- Modifications unilatérales d'un contrat par l'acheteur ;
- Paiements sans lien avec une transaction spécifique ;
- Transfert des risques de perte et de détérioration vers le fournisseur ;
- Refus de l'acheteur de confirmer par écrit le contrat de fourniture au fournisseur, malgré les demandes de ce dernier ;
- Utilisation abusive de secrets d'affaires par l'acheteur ;
- Représailles commerciales exercées par l'acheteur ;
- Transfert des coûts liés à l'examen des plaintes des clients vers le fournisseur.

Les six pratiques commerciales déloyales de la liste grise

Les six pratiques suivantes ne sont autorisées que si elles ont été convenues au préalable de manière claire et non ambiguë.

- Retour des invendus ;
- Paiement du stockage, de l'exposition et du référencement des produits par le fournisseur ;
- Paiement de la promotion par le fournisseur ;
- Paiement de la commercialisation par le fournisseur ;
- Paiement de la publicité par le fournisseur ;
- Paiement, par le fournisseur, de l'aménagement des locaux par le personnel de l'acheteur.

Annexe B : Structures des marchés agricoles et alimentaires

Lors de la rédaction du présent rapport, les structures des marchés suivants ont été analysées : lait, céréales panifiables, viande de porc et pommes. Les résultats de cette analyse sont présentés dans la présente annexe.

Consommations intermédiaires de l'agriculture

Les consommations intermédiaires se trouvent au premier niveau des marchés agricoles et alimentaires. En font notamment partie les moyens de production tels que les semences et plants, les engrais et produits phytosanitaires, les aliments pour animaux, les frais de vétérinaire et de médicaments vétérinaires, l'énergie ou encore d'autres intrants. À ces intrants s'ajoutent les biens d'investissement, tels que les machines, les équipements et les bâtiments. En 2024, les consommations intermédiaires représentaient 61 % de la valeur de production.¹ aux prix de base (Bundesamt für Statistik, 2024). Une partie des biens intermédiaires sont produits par l'agriculture (p. ex. semences et plants, aliments pour animaux, prestations agricoles), et une autre partie est achetée. La figure B1 représente l'évolution dans le temps de la part des consommations intermédiaires dans la valeur de production calculée sur la base de données tirées des Comptes économiques de l'agriculture de l'Office fédéral de la statistique (OFS). Depuis 1996, les coûts des consommations intermédiaires représentent toujours entre 60 et 65 % de la valeur de production agricole.

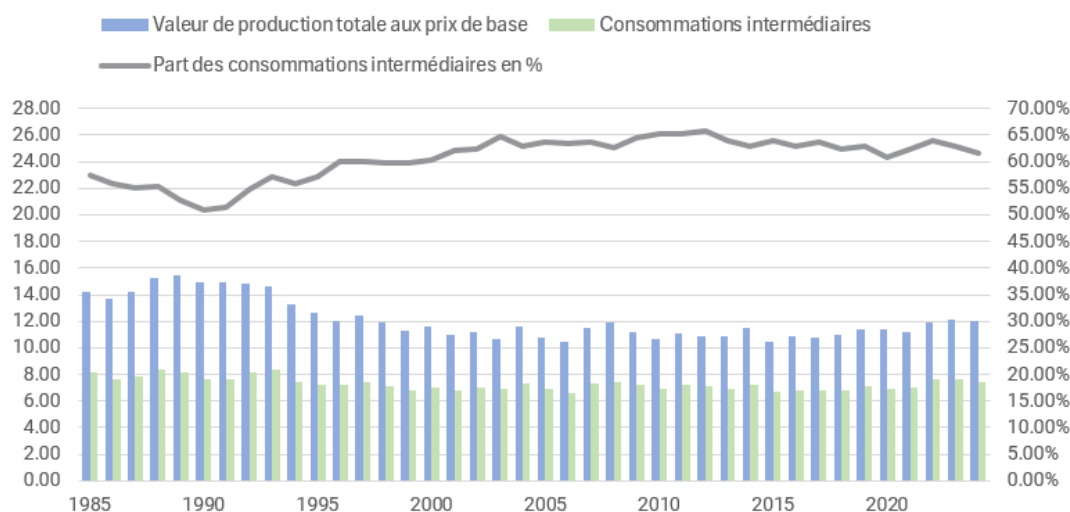
Une étude de BAK Basel Economics datant de 2014 montre qu'en Suisse, les prix d'achat des consommations intermédiaires sont en moyenne supérieurs de 32 points de pourcentage à ceux des pays limitrophes. Les écarts sont particulièrement grands pour les semences et plants (47 points de pourcentage), les aliments pour animaux (41 points de pourcentage) et les bâtiments ruraux (41 points de pourcentage) (BAK Basel Economics, 2014).

Fig. B1 : Part des consommations intermédiaires dans la valeur de production agricole totale (aux prix courants)

CONSOMMATIONS INTERMÉDIAIRES

Part des consommations intermédiaires dans la valeur de production totale de l'agriculture

en milliards de CHF
1985..2024

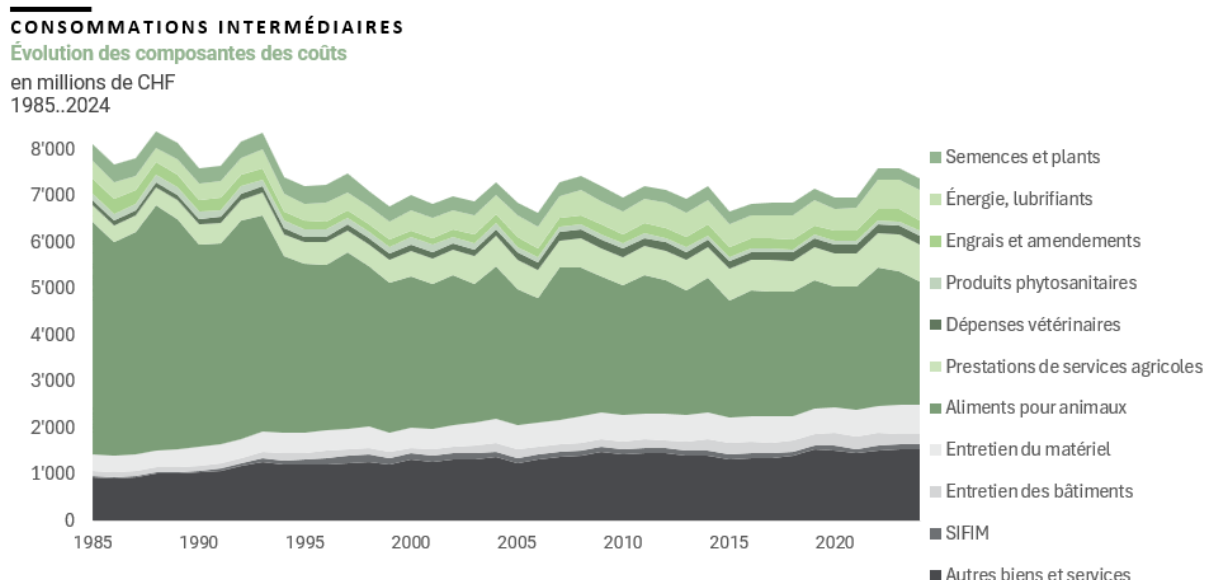


Source : OFS, Comptes économiques de l'agriculture 2024

¹ La valeur de production se compose de la production du marché, de la production pour sa propre utilisation et de la production non marchande (cette dernière est sans importance pour le secteur primaire suisse). Voir : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/agriculture-sylviculture/comptes-economiques-satellites/agriculture.assetdetail.18524202.html>

La figure B2 illustre les diverses composantes des coûts des consommations intermédiaires. En 2024, la principale catégorie de coûts était celle des aliments pour animaux, suivie des services d'intermédiation financière indirectement mesurés² et des coûts des produits phytosanitaires.

Fig. B2 : Évolution des composantes des coûts des consommations intermédiaires (aux prix courants)



Source : OFS, Comptes économiques de l'agriculture 2024

En 2024, les aliments pour animaux représentaient 36 % des coûts totaux (Bundesamt für Statistik, 2024). La part des aliments pour animaux dans les consommations intermédiaires a reculé au cours des 20 dernières années. La majeure partie des aliments pour animaux (notamment les fourrages grossiers) sont en effet produits et utilisés sur l'exploitation. Depuis le début des années 1980, la part des aliments pour animaux achetés hors de l'agriculture représente 20 à 25 % de tous les aliments pour animaux (Office fédéral de la statistique, 2024).

Les analyses du Surveillant des prix révélaient en 2015 les informations suivantes sur la structure du marché des aliments composés : la part de marché du groupe fenaco (UFA SA, Landi, Meliofeed SA) est estimée à 55-60 %, celle de Provimi Kilba SA³ à 20 %, celle de Kunz Kunath SA à 7,5 % et celle de tous les autres moulins fourragers à 15 % (Preisüberwacher, 2015).

Le rapport du SECO sur les structures 60/1 montre que les prix des engrais et des pesticides sont nettement plus élevés en Suisse qu'en France, en Allemagne ou en Italie. La concentration des marchés est particulièrement élevée au niveau de la distribution, et les chaînes de distribution sont bien établies. En outre, les prestations spécifiques à la Suisse, telles que les petits emballages des engrais ou les services de conseil pour les pesticides, compliquent l'entrée sur le marché de nouvelles entreprises (Gentile, et al., 2019).

² Les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (SIFIM) sont la part des frais bancaires que les banques ne facturent pas directement à leurs clients, mais qu'elles répercutent dans la marge d'intérêts. Voir Office fédéral de la statistique, 2024, pour de plus amples informations sur les méthodes appliquées.

³ Provimi Kilba SA a fusionné avec Protector SA en 2018, pour devenir Granovit SA.

Production agricole

Le nombre d'exploitations agricoles recule en Suisse, une tendance qui se confirme également dans les quatre sous-marchés considérés. Au total, le nombre d'exploitations agricoles a diminué de 14 % entre 2013 et 2023 (passant de 55 207 à 47 719)⁴. La taille des exploitations a par contre augmenté pendant cette même période. La production végétale représente 40 % et la production animale 60 % de la production agricole en moyenne à long terme (Bundesamt für Statistik, 2024). Ces dernières années, l'aviculture a pris de plus en plus d'importance dans la production animale.

On constate également un recul du nombre d'exploitations sur les différents marchés considérés. En 2023, 1774 exploitations ont produit des pommes, soit 25 % de moins qu'en 2013. La surface cultivée a quant à elle reculé de 14 % pendant la même période. En 2023, 13 338 exploitations ont produit des céréales panifiables, soit 14 % de moins qu'en 2013. La surface cultivée a de son côté reculé de 13 % pendant la même période. Quant au nombre d'exploitations d'engraissement de porcs, il est passé de 7083 exploitations en 2013 à 5303 dix ans plus tard (-25 %). Dans le même temps, le nombre moyen de porcs par exploitation a augmenté, passant de 116 à 142 places⁵. Quant aux exploitations laitières, elles sont passées de 24 103 à 17 073 entre 2013 et 2023⁶.

Les prix indicatifs (art. 8a LAgr) sont un instrument important pour la formation des prix. Ils sont négociés par les interprofessions au sein de commissions, elles-mêmes composées d'acteurs du marché. Si ces acteurs n'arrivent pas à se mettre d'accord, il se peut qu'aucun prix indicatif ne soit défini (p. ex. comme pour les céréales fourragères entre 2023 et 2025). Toutefois, les contrats individuels sont conclus entre l'exploitation agricole et l'acheteur des produits. Les prix effectivement payés ne doivent donc pas forcément correspondre aux prix indicatifs.

Sur le marché de la viande de porc, les acteurs renégocient chaque semaine les prix, qui sont directement influencés par l'offre et la demande. Les prix indicatifs du lait sont en revanche renégociés tous les trimestres, et ceux des pommes et des céréales panifiables tous les ans. Les diverses variétés de pommes sont subdivisées en classes de qualité, qui ont une incidence sur le prix payé aux producteurs. Le classement des pommes dans la première ou la deuxième classe a donc toute son importance pour les exploitations. Il existe aujourd'hui pour les pommes de table des « variétés club ». Pour ces variétés, ce sont les propriétaires de la marque (et donc de la variété) qui définissent les prix et les exigences de qualité à chaque échelon de la filière. La filière est donc intégrée de manière verticale.

Ces différents sous-marchés bénéficient par ailleurs de mécanismes de soutien des prix, régis par le droit privé. Ainsi, pour les céréales panifiables, la Fédération suisse des producteurs de céréales (FSPC) a créé un fonds d'allègement du marché, qui est financé par les producteurs. Celui-ci sert à financer le déclassement des céréales panifiables en céréales fourragères les années de trop grande récolte. Il sert également à compenser le prix des exportations de produits de boulangerie. Sur le marché du lait, la Confédération soutient la production nationale de lait à l'aide de trois suppléments : le supplément pour le lait transformé en fromage (art. 38 LAgr), le supplément de non-ensilage (art. 39 LAgr) et le supplément pour le lait commercialisé (art. 40 LAgr). La filière dispose également de mesures de droit privé : la segmentation du lait (prix et volume), le standard sectoriel (Tapis vert) et les fonds « Réduction du prix des matières premières dans l'industrie alimentaire » et « Régulation » de l'IP Lait (Bänninger, Python, Estève, & Métrailler, 2024).

⁴ Voir Office fédéral de la statistique, Relevé des structures agricoles

⁵ Les chiffres relatifs aux marchés des pommes, des céréales panifiables et de la viande de porc proviennent de Flury und Giuliani GmbH (2025).

⁶ Les chiffres relatifs aux marchés des pommes, des céréales panifiables et de la viande de porc proviennent de Bänninger, Python, Estève, & Métrailler (2024).

Commerce et centres de collecte

Le commerce et les points de collecte sont les maillons de la chaîne de création de valeur qui font le lien entre la production et la transformation. Sur les marchés des céréales panifiables et du lait, la production est achetée et collectée par des centres de collecte. Cet échelon est nécessaire pour les producteurs de céréales panifiables, car les capacités de stockage sont insuffisantes dans de nombreuses exploitations agricoles. Les centres collecteurs, qui sont répartis dans toutes les zones de grandes cultures du pays, paient souvent immédiatement une partie du prix de la récolte aux producteurs. Une retenue est versée une fois que toute la récolte a été commercialisée. Le paiement aux producteurs dépend de l'évolution du marché. Selon les dernières estimations, la concurrence au niveau des centres collecteurs a augmenté au cours des dernières années, une hausse attribuée à la baisse des frais de transport, elle-même due à l'amélioration de la mécanisation (Flury & Giuliani GmbH, 2025).

Sur le marché du lait, deux canaux sont à disposition dans un premier temps pour la collecte du lait cru à l'échelon de la production. Il s'agit, d'une part, de sociétés coopératives de fromagerie et d'organisations de producteurs (OP), qui achètent le lait aux producteurs (achat au premier échelon), avant de le revendre aux transformateurs (achat au deuxième échelon). On retrouve, d'autre part, les organisations de producteurs et d'utilisateurs de lait (OPU). Les 16 OP et OPU les plus grandes collectent 66 % du lait commercialisé, les 34 % restants étant transformés par des fromageries artisanales (Bänninger, Python, Estève, & Métrailler, 2024). La part du lait commercialisé des dix principales organisations de producteurs est passée de 74 à 64 % depuis la suppression du contingentement laitier. Le nombre d'OP et d'OPU est quant à lui passé de 27 à 38 organisations. On observe ainsi un plus grand morcellement au niveau du lait commercialisé sur davantage de petites organisations (Bänninger, Python, Estève, & Métrailler, 2024).

Le marché de la viande de porc se caractérise par un commerce intermédiaire. Plusieurs organisations, qui prennent la forme de coopératives ou appartenant au secteur privé, sont actives dans le commerce de bétail. Actuellement, la majeure partie des porcs sont vendus et livrés par l'intermédiaire de négociants en bétail. Seule une petite partie des porcs de boucherie sont directement vendus par les producteurs aux abattoirs.

Sur les marchés de la viande de porc, des pommes de table et des céréales panifiables, le commerce intermédiaire est dominé par quelques grandes organisations. Les deux principaux négociants en bétail représentent près de la moitié du commerce de porcs. Les trois entreprises commerciales qui viennent ensuite représentent environ un quart du marché. Le reste du marché est réparti entre de petites entreprises. En 2011, onze entreprises se partageaient encore les trois quarts du marché. On assiste donc ici à une concentration du marché.

Sur le marché des céréales panifiables, les deux plus grosses entreprises (à savoir fenaco GOF et IP-Suisse) se partagent deux tiers du commerce de céréales (Flury & Giuliani GmbH, 2025). Le volume commercialisé restant est réparti entre onze autres entreprises de négoce et moulins. Quelques autres entreprises s'occupent en outre exclusivement de la commercialisation de céréales importées. Par le passé, le commerce de céréales s'est caractérisé par une concentration du marché. D'une part, IP-Suisse a continué d'augmenter ses parts de marché, au détriment d'autres entreprises. D'autre part, certaines entreprises ont été reprises, ce qui a contribué à réduire la concurrence, et quelques entreprises ont pénétré le marché.

Trois entreprises dominent le marché des pommes de table (Flury & Giuliani GmbH, 2025), qui sont suivies de plusieurs petites entreprises actives au niveau régional, voire suprarégional. Le commerce intermédiaire s'occupe de la commercialisation à proprement parler des pommes, de leur classement, de leur stockage et de l'assurance-qualité. Selon Flury & Giuliani (2025), une concentration du marché a eu lieu ces dernières années.

Transformation

Avant de parvenir aux consommateurs finaux par l'intermédiaire des grossistes et des détaillants, les produits sont transformés. La transformation est un maillon essentiel entre l'agriculture et le commerce. Les entreprises de transformation, tels que les laiteries et fromageries, les abattoirs, les moulins ou les usines de sucre, transforment la matière première agricole en produits transformés. La transformation du lait ou des pommes à cidre est organisée en un seul maillon de la chaîne de création de valeur, alors que la transformation de la viande de porc ou des céréales panifiables est organisée sur deux échelons.

Le lait cru est transformé dans les laiteries et les fromageries. Six grandes entreprises industrielles sont les principaux acheteurs de lait de centrale. En comparaison des pays limitrophes (Allemagne, Autriche, Italie et France), la concentration du marché suisse de la transformation du lait, calculée à l'aide de l'indice de Herfindahl-Hirschman (IHH), est relativement élevée (ration IHH = 2,5)⁷. Néanmoins, l'IHH de l'Autriche, dont la structure du marché laitier est semblable à celle de la Suisse, ne diverge pas beaucoup de celui de la Suisse (Bokusheva, Fischer, Grass, & Grau, 2019). Une estimation d'un indicateur de pouvoir de marché, différenciée selon le type d'utilisation, suggère que les laiteries ne devraient pas disposer d'un pouvoir de marché sur le marché du lait de centrale. En d'autres termes, elles ne peuvent pas influencer le prix en modifiant les quantités achetées. Le marché du lait destiné à la fabrication de Gruyère AOP semble en revanche plus concentré. Cette plus forte concentration pourrait s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'un marché plutôt petit et géographiquement limité et que les producteurs de lait ne peuvent pas livrer leur lait à toutes les fromageries mais à un nombre restreint de fromageries locales (Bokusheva, Fischer, Grass, & Grau, 2019)⁸.

Trois grandes entreprises dominent le marché de la transformation des pommes à cidre, qui en transforment à elles trois la majeure partie (Flury & Giuliani GmbH, 2025). À celles-ci s'ajoute une autre entreprise qui transforme les pommes à cidre et œuvrant au niveau national. On recense encore 15 cidreries artisanales et 300 à 400 petites entreprises qui vendent leurs produits localement, voire directement aux consommateurs (Flury & Giuliani GmbH, 2025). Le marché des pommes à cidre se caractérise par une forte fluctuation des volumes de production, due aux conditions naturelles. C'est pourquoi il existe actuellement un système de compensation des récoltes mis en place par la filière⁹. Les années où l'offre excède la demande en fruits à cidre, des contributions compensatoires viennent soutenir la valorisation ou les ventes. La Confédération verse en outre une aide pour les frais de stockage et les coûts du capital du concentré de jus de pommes, ce qui permet d'approvisionner le marché en jus de pomme suisse les années de faible récolte.

L'industrie de transformation contribue également à la fabrication de produits à base de pommes, notamment de compote de pomme et de pommes séchées. Les quantités transformées, la structure de cet échelon de la filière et la concurrence en son sein ne sont toutefois pas connues. La Confédération verse des aides aux entreprises pour favoriser la transformation de certains de ces produits à base de fruits.

Sur le marché de la viande de porc, la transformation est subdivisée en deux parties : l'abattage d'un côté, et la découpe et la transformation à proprement parler de l'autre. Le nombre d'abattoirs a reculé de 36 % entre 2014 et 2022 pour s'établir à 188¹⁰. De nouvelles directives, la transition technologique

⁷ Un IHH égal à 1 signifie que la concentration du marché suisse mesurée serait équivalente à la moyenne des quatre pays de l'UE (Allemagne, France, Italie et Autriche).

⁸ Les résultats doivent être interprétés avec prudence, d'une part car le modèle se fonde sur des hypothèses relativement restrictives (notamment que les agriculteurs produisent à des coûts marginaux), et, d'autre part, car les résultats se fondent sur l'année de référence 2015 et qu'on ne peut pas dire précisément dans quelle mesure les rapports de pouvoir du marché ont évolué depuis.

⁹ Ce système a remplacé le système d'aides publiques de rééquilibrage du marché, en vigueur jusqu'en 2009.

¹⁰ Chiffres tirés de Flury & Giuliani (2025)

et le manque de main-d'œuvre sont autant de facteurs qui expliquent ce changement structurel. D'après Flury & Giuliani (2025), les entreprises sont devenues plus grandes au fil des ans.

On observe aussi une légère diminution du nombre d'entreprises actives au niveau de la découpe et de la transformation à proprement parler de la viande de porc (502 entreprises, soit -5 % entre 2014 et 2022). La plupart des entreprises restantes sont des petites structures employant moins de 9 équivalents plein temps.¹¹ On observe une concentration des entreprises d'importance nationale ou régionale, qui a conduit au recul du nombre d'établissements de taille moyenne. Les données publiques disponibles ne permettent pas de tirer de conclusions sur la structure du marché et sur la concurrence à l'échelon de la découpe et de la transformation de la viande de porc. Il ressort des entretiens avec des experts que les quatre principales entreprises de transformation couvrent environ les trois quarts du marché (Flury & Giuliani GmbH, 2025). Les entreprises de petite et de moyenne taille perdurent sur le marché, malgré la forte pression exercée sur les coûts à cet échelon de la chaîne de création de valeur.

Les moulins transforment les céréales panifiables en farine, puis les boulangeries et les confiseries travaillent la farine. La Fédération des meuniers suisses (FMS) regroupe actuellement 34 entreprises de meunerie. Plusieurs petits moulins seraient actifs hors de la FMS. Certaines entreprises possèdent plusieurs sites. Le nombre de minoteries régresse en Suisse : on recense 17 % de moulins en moins qu'il y a cinq ans. Ce sont surtout les petites structures qui ont disparu. Le nombre de grands moulins est en revanche resté stable. Plus de 90 % des céréales sont moulues par sept entreprises. À elles deux, les deux principales se taillent une part de marché de 60 %. Plusieurs facteurs (notamment le recul des importations destinées à la fabrication d'amidon¹²) expliquent le recul des volumes de céréales à moudre. Pendant la campagne 2023/2024, la transformation de céréales en farine a diminué de 7 % par rapport à la campagne 2013/2014 (Flury & Giuliani GmbH, 2025). Cette situation n'est pas facile à gérer pour les moulins, qui ont des frais fixes élevés.

Le nombre de fabricants de produits de boulangerie en Suisse a augmenté de 19 % entre 2013 et 2022, passant à 1816 entreprises. Le nombre de personnes actives a en revanche diminué de 2 %, passant à 21 675 équivalents plein temps. La hausse du nombre d'entreprise pourrait donc s'expliquer par une augmentation dans les petits établissements (Flury & Giuliani GmbH, 2025). Au niveau industriel, la fabrication de produits de boulangerie se caractérise par des acteurs de plus petite taille, parfois rattachés aux détaillants.

Commerce international

Le commerce international est très important pour le marché agricole suisse. De nombreuses consommations intermédiaires importantes (p. ex. aliments pour animaux) et des produits agricoles transformés sont importés. Les importations agricoles représentaient 14,81 milliards de francs en 2023, soit 7 % de la valeur totale des importations. Les exportations de denrées alimentaires ne sont pas non plus à négliger (notamment sur le marché du lait). En 2023, les exportations agricoles s'élevaient à 10,48 milliards de francs, soit 4 % de la valeur totale des exportations.¹³

Les importations de produits agricoles sont souvent régies par des contingents tarifaires. Ceux-ci correspondent à une certaine quantité de marchandises, qui peut être importée à un taux de droits de douane réduit. Ce contingent peut être augmenté si la production nationale ne suffit plus à couvrir la demande intérieure.

¹¹ Chiffres tirés de Flury & Giuliani (2025) et basés sur le rapport annuel 2024 de l'Union professionnelle suisse de la viande (UPSV)

¹² Voir la définition de l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF) : https://www.bazg.admin.ch/bazg/fr/home/informationen-firmen/ausfuhr-aus-der-schweiz/befreiungen-verguenstigungen-und-zollpraeferenzen_ausfuhr/passiver-veredelungsverkehr.html (consulté pour la dernière fois le 19.05.2025)

¹³ Voir le Rapport agricole 2024 : <https://www.agrarbericht.ch/fr/marche/developpement-du-marche/commerce-exterieur-agricole-suisse> (consulté pour la dernière fois le 31.07.2025)

Pour les importations de pommes, l'année est en outre divisée en une période administrée et en une période non administrée. La première correspond à la période pendant laquelle des pommes suisses sont disponibles sur le marché. L'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) peut alors autoriser des parts de contingent, qui sont répartis entre les entreprises autorisées en fonction des parts de marché qu'elles détenaient au cours de l'année précédente. Pendant la période non administrée (généralement 30 jours entre le 15 juin et le 14 juillet), il est possible d'importer des pommes à un taux préférentiel, sans restriction de quantités.

S'agissant des contingents de viande de porc, des parts doivent être autorisées chaque année pour le jambon, le jambon cru et la charcuterie. Le volume restant du contingent n° 6 peut être librement réparti entre la viande de volaille et la viande de porc. Lorsque l'approvisionnement ne peut plus être assuré par la production nationale, des contingents supplémentaires sont autorisés pour l'importation de viande de porc en demi-carcasses. C'est l'OFAG qui autorise les contingents supplémentaires, sur demande de la filière.

Le taux des droits de douane pour les céréales n'est pas fixe. Cette solution souple vise à ce que la valeur dédouanée du blé importé corresponde à 53 fr./100 kg. Le taux des droits de douane peut s'élever au maximum à 23 fr./100 kg. Les parts du contingent sont attribuées en fonction de l'ordre d'arrivée des déclarations en douane. Pour les farines importées, le taux des droits de douane est calculé en fonction du rendement spécifique à chaque type de farine. Le supplément douanier maximal s'élève à 20 fr./100 kg. Un taux préférentiel est appliqué lors de l'importation de blé ou de farine à des fins de fabrication d'amidon ou à des fins techniques. La Confédération verse en outre un supplément pour les céréales, calculé en fonction de la surface cultivée. L'objectif est d'atténuer la pression concurrentielle accrue, résultat de la suppression des anciennes contributions à l'exportation pour les produits à base de céréales. La Confédération verse un supplément pour le blé, l'épeautre, le seigle, l'amidonner, l'engrain, l'orge, l'avoine, le triticale, le riz, le millet, le sorgo et les mélanges de ces céréales. Ce supplément est octroyé sur la base de l'art. 55 LAgr, en relation avec la section 2 de l'ordonnance du 23 octobre 2013 sur les contributions à des cultures particulières¹⁴. Le supplément par hectare est redéfini chaque année en fonction des moyens financiers budgétés par l'OFAG et de la surface donnant droit au supplément.

On importe également de plus en plus de produits transformés contenant du blé, tels que des plats préparés (p. ex. pizzas), des produits de boulangerie ou encore des pâtons contenant de la farine de blé. Pour ces produits, seul un droit de douane sur les matières premières contenues doit être payé. Un rabais est en outre accordé pour les importations depuis l'Union européenne (UE).

Le marché du fromage a été libéralisé en 2007. Sur le reste du marché laitier, des contingents et des droits de douane protègent les produits légèrement substituables de la pression qu'exercent les importations sur les prix. Conséquence de la protection douanière sur les produits de laiterie, les prix à la consommation restent élevés (Bokusheva, Fischer, Grass, & Grau, 2019). Ce niveau élevé des prix met sous pression les détaillants, qui, avec le tourisme d'achat, sont en concurrence avec les supermarchés de l'autre côté de la frontière. Les exportations jouent aussi un rôle important pour les produits laitiers : 22,2 % des produits laitiers fabriqués en Suisse ont été exportés en 2022. Il s'agit en l'occurrence principalement de produits comme le fromage, qui se démarquent de la concurrence par leur qualité élevée et pour lesquels les consommateurs sont prêts à mettre le prix. D'autres produits légèrement substituables, tels que le yogourt, ne sont en revanche presque pas exportés (Logatcheva, et al., 2019). Les conserves de lait sont aussi des produits facilement exportés. Il s'agit de produits que l'on fabrique beaucoup en cas d'excédent saisonnier, comme le lait en poudre. Lorsque le marché national est saturé, l'excédent doit être exporté, mais aux prix du marché mondial.

Distribution (commerce de gros et commerce de détail)

¹⁴ RS 910.17

Après être passés par l'étape de transformation, qui est très spécifique à chaque produit, les produits sont vendus soit dans le commerce de gros, soit dans le commerce de détail. Le premier fournit les entreprises de restauration et autres établissements professionnels, tels que les hôtels, les boulangeries, les établissements médicaux-sociaux, etc. En d'autres termes, il fournit de gros acheteurs et non directement les consommateurs. À l'inverse, le commerce de détail vend les produits directement aux consommateurs.

En Suisse, les grossistes et les détaillants (hors secteur automobile) occupent quelque 570 000 personnes (y c. travailleurs à temps partiel). 40 % d'entre eux travaillent pour le commerce de gros (Bundesamt für Statistik, 2025). L'importance de ces deux types de commerce varie selon les différents sous-marchés agricoles, et les ordres de grandeur ne sont pas connus.

Commerce de gros : le commerce de gros fournit les entreprises de restauration et autres établissements professionnels. Dans ce domaine, plusieurs grandes entreprises œuvrent au niveau national et international. Le commerce de gros est étroitement lié au commerce de détail. Les entreprises suivantes sont actives dans plusieurs sous-marchés du secteur agroalimentaire (Flury & Giuliani GmbH, 2025) :

- Transgourmet Holding AG / Prodega / Saviva : en 2011, Coop a repris tout le groupe Transgourmet, un grossiste actif au niveau européen occupant une place dominante sur le marché suisse sous le nom de Transgourmet Schweiz AG, anciennement Prodega. Depuis 2024, Saviva fait partie de Transgourmet Schweiz.
- Aligro : entreprise nationale active dans le commerce de gros suisse depuis 1960.
- TopCC : filiale de l'entreprise SPAR Holding AG, dont le siège se trouve à Gossau.

Il existe aussi d'autres entreprises spécialisées dans le commerce de gros de certains produits. Par exemple, Mérat AG est un fournisseur de viande pour les entreprises de restauration à travers toute la Suisse. L'entreprise est intégrée dans le processus logistique de Micarna, qui fait elle-même partie du groupe Migros. Tipesca AG, spécialiste en produits de la mer, fait partie de Mérat AG depuis 2017. Plusieurs grandes entreprises sont également actives dans le commerce de gros de produits de boulangerie, dont Romers Hausbäckerei, Pistor, Arzyta et Valora (Flury & Giuliani GmbH, 2025).

Commerce de détail : les détaillants suisses sont le principal canal de vente des produits de l'agriculture suisse. Migros et Coop sont de loin les plus grands distributeurs du commerce de détail alimentaire. Ces deux entreprises organisées sous forme de coopératives se sont établies sur le marché au fil des ans et restent les deux détaillants réalisant les plus gros chiffres d'affaires du pays. Outre les deux géants orange, les discounters gagnent en importance dans ce secteur. Au début des années 2000, l'arrivée sur le marché des deux discounters allemands Aldi (2005) et Lidl (2009) ont exacerbé la concurrence dans le commerce de détail suisse. On s'attendait surtout à une intensification de la concurrence dans le segment des discounters (Elias & Balaster, 2006). En intégrant progressivement Denner au groupe Migros en 2007 et en 2009, Migros a aussi fait son entrée dans ce segment.

La figure B3 illustre l'évolution des parts de marchés des différents détaillants entre 2015 et 2023. Dans l'ensemble, les discounters ont réussi à consolider leurs parts de marché. Lidl Suisse, qui est aussi le dernier discounter à avoir fait son entrée sur le marché, est celui qui enregistre la plus forte hausse : sa part est passée de 3,78 % à 6,93 %. Denner et Aldi ont eux aussi augmenté leurs parts de marché, de respectivement 1,33 et 0,34 point de pourcentage.

Migros enregistre quant à elle le plus grand recul en termes de chiffres d'affaires, de -4,04 points de pourcentage, des pertes qui n'ont pas pu être entièrement compensées par l'accroissement de la présence de Denner sur le marché. Les pertes totales du groupe Migros (supermarchés Migros et Denner) dans le commerce de détail alimentaire s'élèvent à 2,72 points de pourcentage. Coop a elle

aussi perdu des parts de marché, et accuse un recul de 1,2 point de pourcentage. Le marché suisse des détaillants présente malgré tout encore une forte concentration. Les deux plus grandes entreprises, à savoir Coop et Migros (y c. Denner), représentaient à elles deux encore 78,22 % du chiffre d'affaires global en 2023.

Ni l'Allemagne, ni la France, ni l'Italie n'ont un marché aussi concentré (Logatcheva, et al., 2019). Le marché autrichien présente en revanche une concentration plutôt élevée : les trois plus grosses entreprises, à savoir REWE, Spar et Hofer, couvraient à elles trois 80 % du marché en 2014 (Böheim, Pennerstorfer, & Sinabell, 2016).

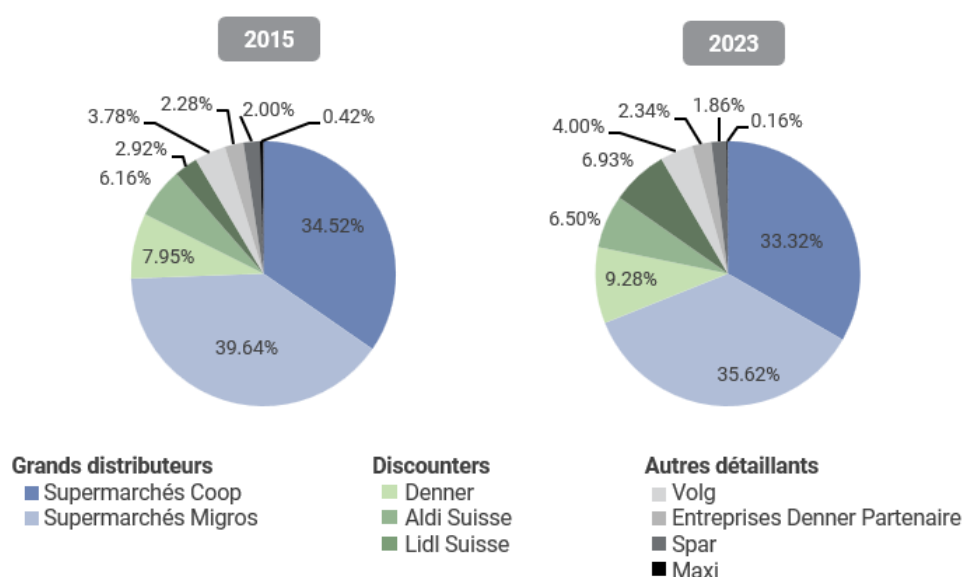
Fig. B3 : Comparaison des parts de marché (sur la base du chiffre d'affaires) des détaillants en 2015 et en 2023

COMMERCE DE DÉTAIL

Évolution des parts de marché

en %

2015..2023



Remarques : les parts de marché sont calculées en tant que parts du chiffres d'affaires total sur l'ensemble de l'échantillon.

Source : GfK Switzerland AG

Les effets de cette concentration du marché peuvent être interprétés de différentes manières. Cette concentration peut être considérée comme un indicateur de manque de concurrence. Sur les marchés oligopolistiques, une collusion tacite peut empêcher ou atténuer les batailles des prix (Logatcheva, et al., 2019). Et sans bataille des prix, les entreprises peuvent vendre leurs produits à un prix supérieur au coût marginal. Des prix surfacts entraînent une perte de prospérité pour les consommateurs. En 2023, le surveillant des prix a analysé les marges sur les denrées alimentaires bio lors d'une enquête préliminaire. Cette analyse a montré que le supplément de prix (en francs par taille d'emballage) des produits bio sélectionnés était supérieur à celui de leurs pendants conventionnels. Cependant, en raison des particularités du marché bio, il n'est pas possible de passer directement de la marge brute à la marge nette.

Le niveau des prix dans le commerce de détail suisse est élevé. Dans les quatre pays européens limitrophes, les marchandises sont meilleur marché qu'en Suisse (de 27 % pour le segment alimentaire et de 16 % pour le non-alimentaire) (BAK Economics, 2021). Les prix élevés ne sont pas forcément le résultat d'une faible concurrence. Les facteurs suivants y contribuent aussi : coûts d'approvisionnement en marchandises, coûts immobiliers et coûts de main-d'œuvre plus élevés dans tous les secteurs (BAK Basel Economics, 2017).

Comparé à ceux des pays voisins, le marché suisse est petit. L'abandon des petits fournisseurs au profit de plus grands formats lors de nouveaux investissements a entraîné des économies d'échelle (BAK Economics, 2022). L'intégration verticale, en tant que stratégie visant à optimiser les processus commerciaux, contribue également à réduire le nombre d'acteurs sur le marché, par exemple lorsqu'un détaillant possède sa propre entreprise de transformation. L'intégration en amont de détaillants ou de transformateurs remonte parfois jusqu'à l'échelon de l'agriculture. L'intégration verticale induit aussi une baisse de l'intensité des négociations de prix entre les différents maillons de la chaîne de création de valeur (Logatcheva, et al., 2019). Vient encore s'y ajouter la densité particulièrement élevée des succursales en Suisse (BAK Basel Economics, 2017), (BAK Economics, 2022), qui fait aussi grimper les coûts. Entre 2015 et 2023, le nombre de points de vente a augmenté de près de 8 % (GfK Switzerland AG, 2024).

En Suisse, on observe par ailleurs une préférence marquée pour les produits durables ou pour les produits rattachés à des normes élevées de bien-être animal (Logatcheva, et al., 2019). Cette préférence accordée aux produits de qualité influence aussi le niveau des prix. Ces dernières années, l'inflation a rendu la clientèle plus sensible aux prix, mais dans une moindre mesure que dans d'autres pays. En Suisse, seuls 31 % des consommateurs se sont restreints dans leurs achats, contre près du double en Allemagne (60 %) (Sotomo, 2022). La qualité reste néanmoins un critère essentiel, pour lequel les clients en Suisse sont prêts à mettre un certain prix (SRF, 2025). En 2023 aussi, Coop et Migros ont enregistré une hausse de leurs chiffres d'affaires par rapport à 2022 dans le segment des produits issus de leurs marques propres orientées durabilité (GfK Switzerland AG, 2024). En octobre 2024, Migros a annoncé vouloir baisser le prix de plus de 1000 articles courants (Diethelm, 2024). Les effets de l'offensive de prix lancée par Migros ne peuvent pour l'heure pas être estimés. La baisse des prix pourrait toutefois être interprétée comme l'indicateur d'une intensification de la concurrence en matière de prix. De manière générale, on constate que les chiffres d'affaires réalisés dans le segment des prix bas ont également augmenté chez les deux géants orange entre 2020 et 2023 (GfK Switzerland AG, 2024).

Annexe C : Analyse des prix indicatifs par sous-marché

L'annexe C présente en détail l'analyse comparant les prix indicatifs aux prix effectivement payés dans certains sous-marchés du secteur agroalimentaire. Une attention particulière est accordée aux caractéristiques spécifiques au marché des prix indicatifs et à la comparabilité des prix indicatifs avec les prix payés. En outre, l'évolution des différences est replacée dans le contexte des événements du marché.

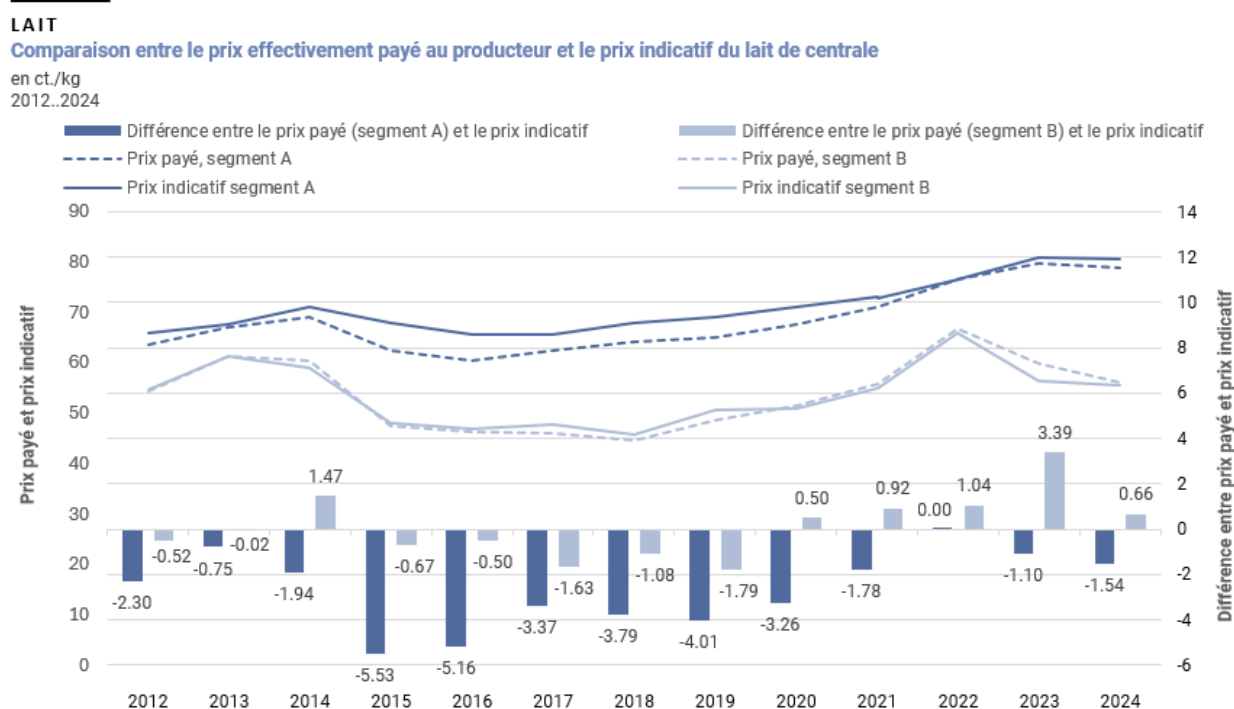
Prix indicatifs du lait

L'analyse du marché laitier a porté sur la divergence entre les prix effectifs du **lait de centrale** et les prix indicatifs, en considérant le lait des **segments A et B** entre 2012 et 2024. La figure C1 compare le prix indicatif fixé par l'Interprofession du lait (IP Lait) et le prix effectivement payé, recensé par l'OFAG, et montre l'évolution de la différence de prix au fil des ans. Les prix sont définis comme suit :

- **Prix indicatif de l'IP Lait** : prix franco rampe du transformateur, hors TVA.
- **Prix payé** : prix départ ferme (majoritairement), TVA incluse.

Afin que les deux prix soient comparables, le prix effectif de l'OFAG a été corrigé de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et complété par un facteur correspondant aux frais de transport estimés. Après consultation de l'IP Lait, les frais de transport ont été estimés à +3.6 ct./kg. Les deux prix peuvent ainsi être comparés franco rampe du transformateur, hors TVA. Pour chaque année, on a calculé la valeur moyenne des prix mensuels (moyenne arithmétique).

Figure C1 : Comparaison du prix payé et du prix indicatif du lait



Source : OFAG, IP Lait

L'analyse montre que les prix effectifs divergent du prix indicatif ; ils y sont parfois supérieurs, parfois inférieurs. En 2023, par exemple, les turbulences sur le marché du lait ont conduit à un transfert des quantités du segment A (baisse) vers le segment B (hausse). Cette année-là, la production et les exportations de fromage ont reculé, alors que la production de poudre de lait écrémé et de beurre a

augmenté. C'est pour ces raisons que le prix payé en 2023 dans le segment B était supérieur au prix indicatif.

Des variations individuelles peuvent survenir, notamment, à cause de suppléments ou de déductions sur le prix du lait pour des raisons de saisonnalité, de qualité, de quantité ou de déductions du marché. Autre divergence : le prix indicatif dans le segment A est en principe fixé tous les trimestres, alors que le prix effectivement payé est recensé tous les mois. L'analyse montre globalement que la différence entre le prix indicatif et le prix effectivement payé s'est amenuisée au fil des ans.

Prix indicatifs des légumes

Sur le marché des légumes, c'est l'Union maraîchère suisse (UMS) qui communique chaque semaine aux personnes intéressées les prix indicatifs hebdomadaires de différents types de légumes. Elle publie les prix pour la semaine suivante dans les Infos du marché, accessibles aux abonnés. Vous trouverez ci-dessous la comparaison des prix indicatifs avec les prix de gros recensés par l'OFAG pour les tomates en grappes et les carottes. Les prix sont définis comme suit :

- **Prix indicatif Suisse Garantie** : prix franco grands distributeurs, lavés, dans des caisses IFCO, hors TVA et RPLP incluse.
- **Prix de gros payé** : prix franco détaillants traditionnels (hors discounters, restauration et commerce de gros pour la restauration), frais de transport inclus, hors TVA, après déduction des rabais et des escomptes pour la marchandise suisse conventionnelle.

Les deux prix se situent au même échelon de la chaîne de création de valeur et sont comparables au niveau des frais de transport et de la taxe sur la valeur ajoutée, mais l'échantillon utilisé pour le relevé des prix de gros est plutôt restreint. L'OFAG essaie d'agrandir la taille de son échantillon. Le type de conditionnement est un autre facteur influençant le prix : les différences de taille d'emballage et de contenants engendrent des coûts différents et des écarts de prix. L'analyse fait certes la distinction entre les produits en vrac et les produits emballés, mais la base de données disponible n'a pas permis d'effectuer d'ajustements plus détaillés. Les différences au niveau de l'emballage et des contenants influencent donc les divergences de prix.

Dans l'évaluation présentée dans la figure C2 ci-dessous, les valeurs hebdomadaires des prix indicatifs et les valeurs mensuelles des prix de gros payés sont agrégées à l'aide de la moyenne arithmétique, et la différence entre les deux valeurs est représentée. L'analyse porte sur les différences pour les **carottes** et les **tomates en grappes**.

En moyenne, les prix payés sont inférieurs aux prix indicatifs, mais évoluent en parallèle dans une large mesure. On s'aperçoit ainsi que les prix payés et les prix indicatifs ne sont pas complètement dissociés. L'évolution dynamique des écarts de prix montre que le marché fonctionne. Les prix indicatifs servent de point de repère ; le prix payé divergera plus ou moins du prix indicatif selon la situation qui règne sur le marché. De tels écarts surviennent notamment lorsque des facteurs externes inattendus influencent l'offre ou la demande.

Une partie des différences peut également résulter, entre autres, de variations des conditions de reprise réglementées individuellement ou de manière spécifique au produit. Par exemple, le type de conditionnement (en caisses IFCO, en vrac, etc.), les déductions relatives à la qualité ou les déductions pour participations à des promotions peuvent avoir une incidence sur les différences entre les prix indicatifs et les prix payés.

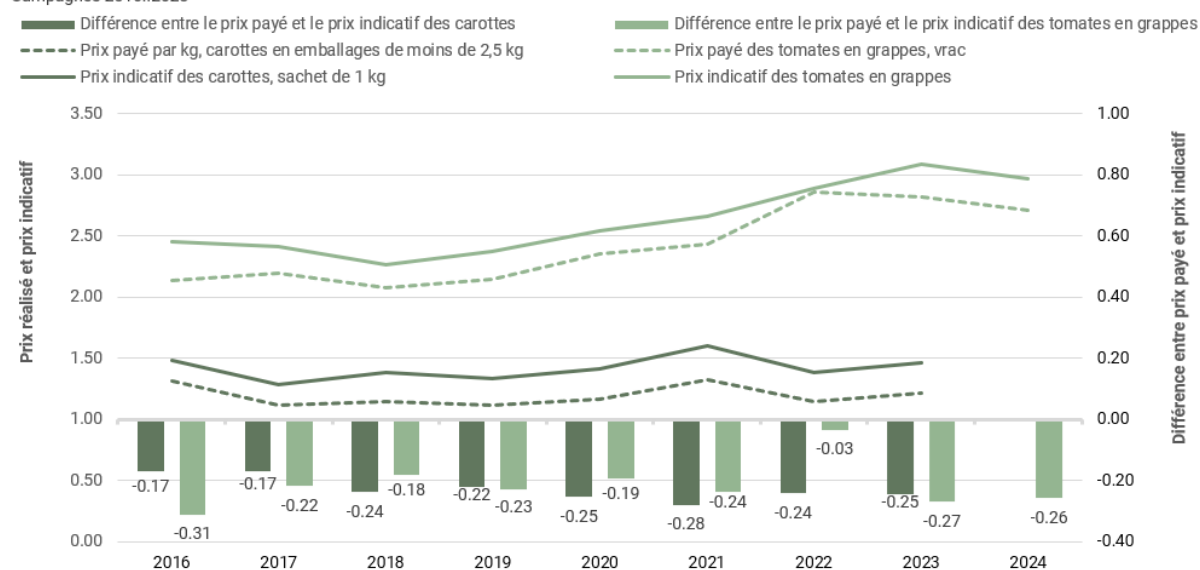
Figure C2 : Comparaison du prix payé et du prix indicatif des légumes

LÉGUMES

Comparaison entre le prix de gros réalisé franco détaillant et le prix indicatif des carottes et des tomates en grappes

en fr./kg

Campagnes 2016..2023



Source : OFAG, CCM, UMS

Prix indicatifs dans les grandes cultures

L'Interprofession de la branche suisse des céréales, des oléagineux et des protéagineux (swiss granum) publie les prix indicatifs pour les céréales panifiables et les aliments pour animaux. Il n'y a pas de prix indicatifs pour les oléagineux. L'évaluation des céréales panifiables et des fourrages montre comment la différence entre les prix indicatifs et les prix effectivement payés aux producteurs a évolué. Les prix sont définis comme suit :

- **Prix indicatif swiss granum** : « prix indicatif aux producteurs pour une marchandise livrée au centre collecteur et répondant aux conditions de prise en charge de swiss granum. » (les coûts de réception, de nettoyage, de séchage et les cotisations des producteurs sont déduits aux producteurs) (swiss granum, 2024).¹⁵
- **Prix payé** : prix au producteur brut franco centre collecteur, hors TVA, pour la marchandise livrée (sans déductions de la taxe d'entrée, des frais du contrôle qualité et de nettoyage, de la taxe de séchage et d'autres taxes, des cotisations à la FSPC, à swiss granum, à l'USP, au fonds d'allègement du marché de la FSPC, du fonds de promotion des céréales et de la contribution à la CI épeautre).

Prix indicatifs des céréales panifiables : pour les céréales panifiables, un prix indicatif est fixé avant la récolte et un autre après la récolte. Le premier est toujours défini à la fin du mois de juin et vaut en principe pour toute l'année de récolte. Si, pour des raisons météorologiques, la qualité ou le volume de la récolte devait considérablement varier, un prix post-récolte, fixé début octobre sur demande d'un membre de la commission « Marché-qualité céréales », remplace le prix défini avant la récolte (swiss granum, 2025). Durant la période sous revue, un prix post-récolte n'a dû être fixé qu'en 2022 pour les

¹⁵ Correspond à la définition actuelle, qui a été précisée en 2023 pour correspondre à la pratique. La définition était alors la suivante : « Prix indicatif "récolte" resp. "après récolte" pour les céréales panifiables, départ centre collecteur, répondant aux conditions de prise en charge de swiss granum. »

variétés de blé des classes Top, I, II et Biscuit ; c'est alors le prix post-récolte qui est considéré dans l'évaluation.

Historiquement parlant, le prix indicatif des céréales panifiables est étroitement lié au prix de référence pour les importations (dédouané). Jusqu'en 2021, le prix indicatif se fondait sur le prix de référence déterminé au niveau politique de 53 fr./100 kg, fixé à l'art. 6 de l'ordonnance du 26 octobre 2011 sur les importations agricoles¹⁶. La protection douanière pour les importations au sein du contingent tarifaire n° 27 (céréales panifiables), qui est limitée à 23 fr./100 kg, est calculée sur la base de la différence entre le prix de référence et le prix franco frontière douanière suisse. La situation sur le marché international a toutefois beaucoup changé à partir de 2022, et il a fallu adapter les prix indicatifs en conséquence.

La figure C3 présente l'évaluation du **blé de la classe de qualité I** et de **l'épeautre**, pour différents types de produits présents sur le marché des céréales panifiables : le blé de la classe I représente 30 % de l'offre en blé panifiable suisse et est ainsi l'un des produits phare du marché des céréales panifiables, aux côtés du blé de la classe Top. En revanche, l'épeautre est un produit de niche. Grâce à la stratégie de démarcation avec la marque « PurEpeautre », ce produit peut être fabriqué et commercialisé en Suisse. Le choix de ces deux produits permet de représenter différentes situations du marché, qui se reflètent dans des écarts de prix plus ou moins importants entre le prix indicatif et le prix payé.

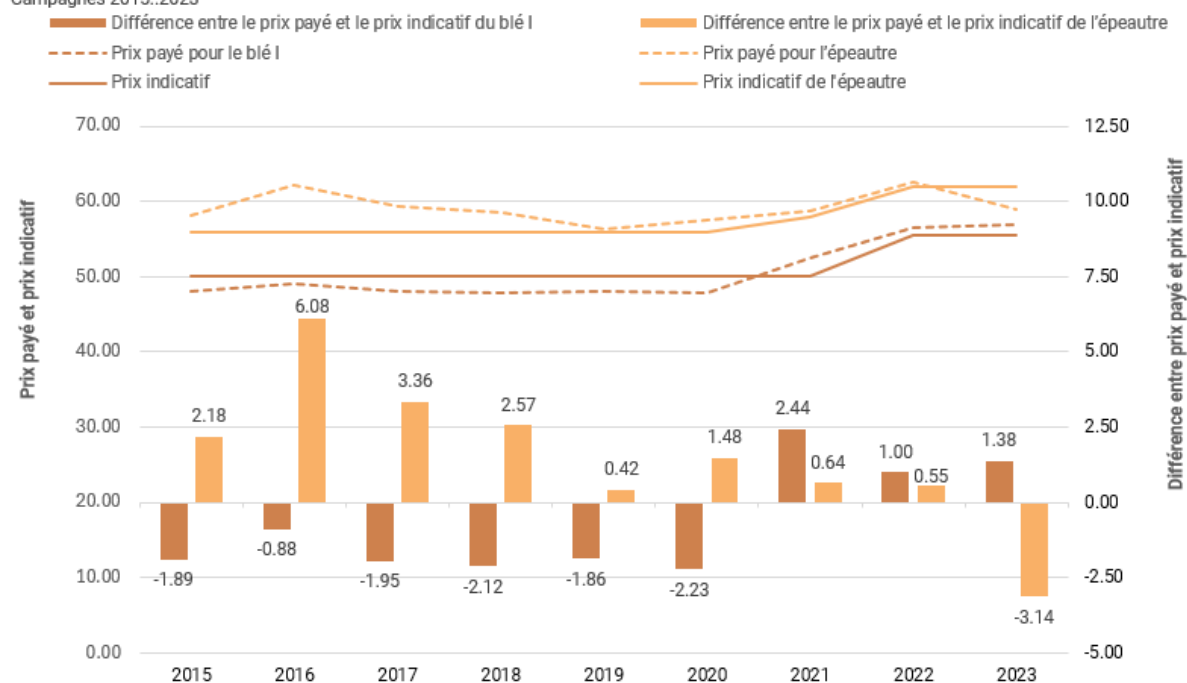
Figure C3 : Comparaison du prix payé et du prix indicatif des céréales panifiables

CÉRÉALES PANIFIABLES

Comparaison entre le prix effectivement payé au producteur franco centre collecteur et le prix indicatif du blé de la classe I et de l'épeautre

en fr./100 kg

Campagnes 2015..2023



Source : OFAG, swiss granum

¹⁶ RS 916.01

Entre 2017 et 2020, il a fallu déclasser.¹⁷ à plusieurs reprises du blé panifiable en blé fourrager : pendant cette période, entre 16 037 et 22 767 tonnes de blé panifiable ont été déclassées chaque année en raison d'une offre excédentaire (swiss granum, 2025). Malgré les déclassements, l'offre a été relativement élevée entre 2017 et 2020, ce qui a pu exercer une certaine pression sur les prix payés.

Les années suivantes, les prix ont augmenté : dans l'hémisphère nord, les conditions météorologiques défavorables ont entraîné une mauvaise récolte de céréales en 2021. En parallèle, la hausse des prix de l'énergie, notamment due à la guerre en Ukraine, a provoqué une augmentation des coûts des moyens de production, tels que les engrais et les produits phytosanitaires. Les coûts des matières premières et les frais de production ont alors augmenté. Cette hausse s'est répercutée en 2022 sur les prix indicatifs, qui ont eux aussi augmenté. Les prix indicatifs étaient jusqu'alors constants depuis 2015.

L'épeautre est largement commercialisé sous la marque « PurEpeautre ». Jusqu'en 2022, les prix payés étaient supérieurs aux prix indicatifs, car l'offre était inférieure au potentiel de vente. En 2023, la motivation des consommateurs à payer un certain prix pour ce produit a baissé. Cette baisse de motivation, associée à des importations d'épeautre à des prix relativement bas, a freiné les ventes en 2023. Les prix payés ont donc été inférieurs au prix indicatif.

On constate également une fluctuation des écarts sur le marché des céréales panifiables, qui s'explique par des situations de marché différentes.

Prix indicatifs des aliments pour animaux

L'évaluation ci-après porte sur l'**orge fourrager** et le **maïs fourrager**. Il s'agit en effet, selon les statistiques de la production de swiss granum, des deux principales cultures en termes de volume dans la production suisse d'aliments pour animaux (swiss granum, 2025). En 2023 et 2024, la filière n'a pas réussi à se mettre d'accord sur des prix indicatifs pour les céréales fourragères. C'est pourquoi la série chronologique prend fin en 2022.

Près de 50 % des besoins en céréales fourragères sont couverts par des importations. Les aliments pour animaux sont soumis aux prix-seuils au sens de l'art. 20 L'Agr. Le Conseil fédéral et le Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche (DEFR) fixent les prix cibles (prix-seuils et valeur indicative d'importation), qui correspondent aux prix visés des importations. L'OFAG évalue mensuellement la protection douanière et l'adapte lorsque les prix des importations (dédouanées) divergent des prix cibles. Le prix cible de l'orge fourrager (n° du tarif douanier 1003.9059) s'élève à 36 fr./100 kg. Jusqu'en 2021, l'interprofession déterminait le prix indicatif de sorte qu'il corresponde à peu près au prix payé, déduction faite des frais de stockage et de commercialisation. S'agissant des aliments pour animaux, l'écart entre les prix payés et les prix indicatifs est relativement faible comparé aux autres marchés, compte tenu des mécanismes du marché.

Les explications relatives à l'orge fourrager s'appliquent par analogie au maïs fourrager. Le 1^{er} juillet 2017, le prix cible du maïs grain (1005.9039) est passé de 38 à 37 fr./100 kg, à la suite de la révision de la valeur des aliments pour animaux par Agroscope. Malgré un prix cible plus bas et un volume de production plus petit, le taux d'autosuffisance de l'orge est supérieur à celui du maïs grain. Ce dernier peut être plus largement utilisé dans l'alimentation animale pour des raisons nutritionnelles.

En 2022, la guerre en Ukraine a provoqué une brève réduction de la protection douanière à zéro, ce qui a entraîné une légère répercussion du niveau élevé des prix internationaux sur les prix nationaux des céréales fourragères. À l'instar du marché des céréales panifiables, le marché des aliments pour

¹⁷ Le déclassement est un instrument permettant de désengorger un marché saturé : les producteurs touchent le prix du blé panifiable, mais le blé est ensuite écoulé dans le canal du blé fourrager. La différence de prix entre les deux types de blé, qui est versée aux centres collecteurs, est compensée par le fonds d'allègement du marché de la FSPC. Ce fonds est alimenté par des contributions des producteurs (Schweizerischer Getreideproduzentenverband, 2025).

animaux a également connu en 2022 une nouvelle hausse des prix indicatifs, qui étaient jusqu'alors restés stables pendant plusieurs années.

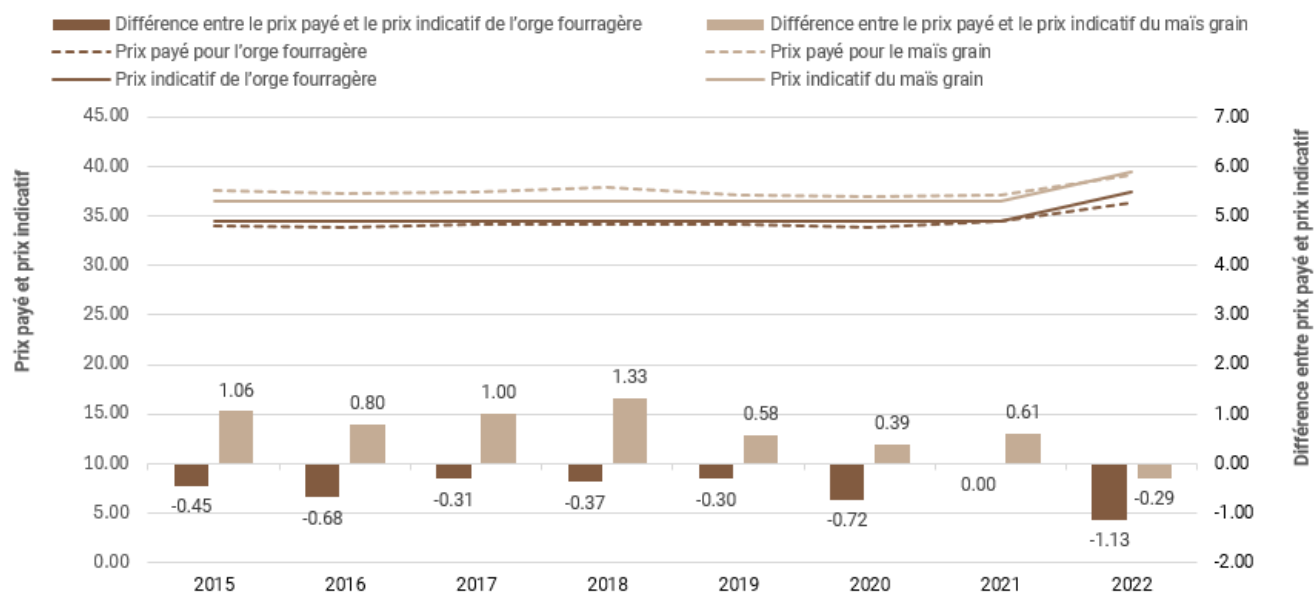
Figure C4 : Comparaison du prix payé et du prix indicatif des aliments pour animaux

ALIMENTS POUR ANIMAUX

Comparaison entre le prix effectivement payé au producteur franco centre collecteur et le prix indicatif de l'orge fourragère et du maïs grain

en fr./100 kg

Campagnes 2015..2022



Source : OFAG, swiss granum

Annexe D : Observation actuelle des différents sous-marchés

La présente annexe donne un aperçu des données de l'observation du marché au 30.11.2025. Toutes les données sont disponibles sur www.donnees-agrimarche.ch.

Observation du marché « Viande, produits à base de viande et charcuterie », y c. la volaille

Actuellement, deux corpus de données sont publiés dans le cadre de l'observation du marché de la viande : d'une part, les **prix à la consommation** (mensuels) relevés dans le cadre des chiffres des marchés bio/non bio et, d'autre part, les **volumes de viande en équivalents viande fraîche** (EVF, annuels). Les indications de prix portent sur 30 produits carnés, dont neuf produits de charcuterie, à base de viande de bœuf, de veau, de porc, d'agneau et de poulet, pour l'AQ Viande Suisse et pour divers labels (p. ex. SST, TerraSuisse, CNf, Agri Natura, Manor). Le calcul des prix tient compte de la part effective du marché de la viande produite sous label et des prix promotionnels pondérés en fonction des produits. Les volumes produits et consommés, exprimés en équivalents viande fraîche (EVF), sont par ailleurs publiés chaque année. Les données couvrent les années 2017 à 2023 et englobent la viande de bœuf, de porc, de veau, de volaille, de mouton, de cheval, de chèvre, de lapin et de gibier. Les quantités sont réparties entre les catégories suivantes : viande fraîche, conserves, charcuterie, produits à base de viande et catégories non attribuables. La conversion s'effectue à l'aide de facteurs spécifiques à la filière et de données modélisées sur la restauration hors domicile. D'autres séries de données, notamment les prix à la production (1995-2022) et les prix de gros (2004-2022), ont été temporairement suspendues en 2022 en raison d'un manque de ressources. Les prix à la production se fondent sur les prix hebdomadaires par kilo de poids de carcasse à chaud pour AQ Viande Suisse, différenciés selon le type de production et le canal de vente. Les prix de gros englobent 64 produits et ont été calculés en tant que valeur moyenne pondérée selon les parts de marché. Seuls les prix conventionnels ont été publiés. Il est prévu de relancer la publication de ces séries chronologiques en 2026.

Observation du marché « Lait et produits laitiers »

À l'**échelon de la production**, les prix à la production moyens pondérés du lait sont calculés sur la base d'un relevé mensuel des prix et des quantités chez les principaux acheteurs du premier échelon.¹⁸ Les calculs sont publiés pour l'ensemble de la Suisse et par région, selon la méthode de production (lait bio, lait des prés IP-Suisse, lait conventionnel), par variétés fromagères et segment du marché (A, B, C). Les prix du lait sur le marché international sont également représentés à titre comparatif. À l'**échelon de la transformation / du commerce de gros**, ce sont les prix de gros effectifs et les quantités correspondantes de beurre industriel et de poudre de lait pour l'industrie et les professionnels qui sont relevés auprès des principales entreprises qui fabriquent et commercialisent respectivement du beurre industriel et de la poudre de lait. Les prix de gros de la crème destinée à la fabrication de beurre et les quantités correspondantes sont aussi collectés auprès des principaux producteurs de beurre, puis calculés en tant qu'indice du prix de la crème. À l'**échelon de la consommation**, sont relevés les prix de certains produits laitiers fabriqués à base de lait bio ou conventionnel, en se basant sur le relevé mensuel de différents détaillants suisses. L'observation porte sur les principaux produits laitiers, tels que le lait de consommation, le fromage, le beurre, la crème de consommation et les yogourts. Sont également publiés dans des rapports sur le marché, sous forme de données secondaires, les prix et les volumes des ventes de produits laitiers dans le libre-service et dans la livraison en gros. En tant qu'**indicateur pour le marché du lait**, l'indice du prix du lait de centrale calculé sert de base au calcul du prix indicatif. Cet indice du prix du lait de centrale représente l'évolution mensuelle des prix des produits à base de lait de centrale, tels que le lait de consommation, le beurre ou la crème, aux niveaux de la transformation et de la consommation. Il tient également compte des prix à la production du lait et des prix de gros dans les pays limitrophes. Par ailleurs, d'autres **indicateurs** internationaux et nationaux externes (p. ex. quantité de lait produite en Suisse, valeur de

¹⁸ Les acheteurs du premier échelon sont les entreprises qui achètent le lait directement aux producteurs de lait.

la matière première Lait de l'île en Allemagne, prix du lait sur le marché spot en Italie, prix du beurre et de la poudre de lait dans l'UE) sont également publiés. Sur le marché du lait, les données sur les prix de quelque 140 entreprises sont prélevées à tous les échelons de la filière. On recense 110 **séries de données** mensuelles sur le marché laitier et entre trois et huit **rapports sur le marché** sont publiés chaque année.

Observation du marché « Œufs »

Chaque mois, l'OFAG relève les prix à la production, classés par système de production et par classe de poids, auprès des centres d'emballage et de collecte et les publie. Il communique également, sous forme de données secondaires, les données relatives aux quantités ainsi que les prix et les volumes des importations. Au niveau du commerce de gros pour la restauration, les prix de gros sont indiqués chaque année pour le libre-service et la livraison en gros, classés en fonction du système de production et des caractéristiques des produits. Au niveau de la consommation, l'OFAG relève chaque mois auprès de plusieurs détaillants et publie les prix des œufs en coquille (classés selon les critères suivants : cuits/crus, tailles d'emballage, classe de poids, système de production et provenance). Les quantités consommées sont également publiées, sous forme de données secondaires. Pour une meilleure compréhension, l'observation du marché donne en outre un aperçu des mesures de désengorgement du marché des œufs, de la consommation par habitant, des contingents d'importation et des importations par pays d'origine ainsi que du trafic de perfectionnement actif. Un aperçu de la structure du marché est également donné sous forme d'infographie. Dans le cadre de l'observation du marché des œufs, l'OFAG collecte des données auprès d'une cinquantaine d'acteurs du marché et publie un rapport annuel dépeignant la situation à tous les échelons de la filière des œufs.

Observation du marché « Produits des grandes cultures et denrées issues de leur transformation »

Les prix à la production¹⁹ des céréales panifiables, des oléagineux et des protéagineux, classés par système de production, sont relevés à l'**échelon de la production**. Les données sont collectées chaque année auprès d'un échantillon de centres collecteurs de différentes tailles, à l'issue du décompte de la récolte. Les prix s'entendent sans déductions ni coûts facturés par les centres collecteurs aux producteurs²⁰. Il s'agit donc de prix à la production bruts. Ce sont en outre les centres collecteurs qui communiquent les quantités produites qui ont été réceptionnées. Celles-ci sont utilisées pour calculer les prix moyens pondérés des différentes cultures. L'OFAG publie les prix indicatifs des grandes cultures et est informé chaque année par swiss granum des quantités produites. Au niveau de la **transformation et du commerce de gros**, l'OFAG recense les prix payés par les moulins, classés par système de production, pour les céréales panifiables²¹. Il relève mensuellement les données auprès d'un échantillon d'entreprises de différentes tailles. Comme à l'échelon de la production, sont ensuite calculées des moyennes pondérées à l'aide des volumes réceptionnés qui ont été livrés. Aucun recensement n'a pour l'heure lieu à ce niveau pour les oléagineux et les protéagineux²². L'OFAG collecte les données relatives à la **consommation** par ses propres moyens auprès de huit grands distributeurs et discounters. Il s'agit notamment des prix de produits définis, classés par système de production, comme divers pains, farines et huiles. Les prix sont pondérés en fonction des chiffres d'affaires du commerce de détail dans le secteur alimentaire. Dans le cadre de l'observation des marchés des céréales panifiables, des oléagineux et des protéagineux, l'OFAG collecte des données auprès d'une **quarantaine d'acteurs du marché**. Il publie au total **45 séries de données mensuelles**

¹⁹ Hors taxe sur la valeur ajoutée

²⁰ En font notamment partie une taxe de réception, les frais du contrôle qualité et de nettoyage ou encore la taxe de séchage.

²¹ Hors taxe sur la valeur ajoutée

²² Ce relevé est à l'ordre du jour à l'OFAG. Le nombre d'acteurs sur le marché étant réduit et au vu de leur degré de spécialisation, il faudra opter pour un niveau d'agrégation élevé, si l'on veut éviter de pouvoir remonter jusqu'à certaines entreprises.

et 130 séries annuelles relatives à ces marchés, et des rapports périodiques sur les différents marchés.

Observation du marché « Fruits, légumes et leurs produits dérivés »

Aucun prix n'est recensé à l'**échelon de la production** pour les fruits et légumes frais (pommes de terre comprises), c'est-à-dire pour la marchandise non conditionnée en provenance directe du champ. Les petites structures de production et les spécificités des chaînes d'approvisionnement, propres à chaque produit, nécessitent une réflexion méthodique approfondie coordonnée avec la filière. L'OFAG n'a pour l'heure pas pu mettre en place un tel recensement pour des raisons de manque de ressources.

Actuellement, les prix mensuels de 37 produits disponibles en différents conditionnements sont relevés au niveau du **commerce de gros / de la transformation**. Les prix déclarés concernent les produits suisses non bio. Les prix moyens sont calculés sur la base des volumes et des chiffres d'affaires réalisés pour des produits tels qu'ils sont livrés aux détaillants et à la restauration (c.-à-d. parés, nettoyés et triés). Les entreprises participantes font partie d'un cercle de commerçants et de grands producteurs qui s'occupent du conditionnement de la marchandise. Le relevé des prix entraîne une charge considérable pour les entreprises participantes, ce qui explique que les acteurs du marché se montrent réticents à participer à la collecte de données. De plus en plus d'entreprises ont en outre fusionné depuis le début des relevés, et toutes ne commercialisent pas un large assortiment de produits. Pour la plupart des articles, l'échantillon est donc trop petit pour permettre la publication régulière de données valides et représentatives. Plusieurs produits ont des prix indicatifs au niveau du commerce de gros, voire de la production. On dispose en outre pour de nombreux produits des volumes de production, des quantités vendues, des données sur le commerce extérieur et sur les surfaces, qui sont utilisés en tant que données secondaires pour des analyses et la pondération interne des prix. Le canal de la transformation n'est actuellement pas pris en compte pour les fruits et légumes. On utilise, pour déterminer les quantités de légumes et de pommes de terre destinés à la transformation, des données secondaires fournies par la filière. L'OFAG dispose en principe des volumes et des prix des fruits utilisés par les transformateurs et pour lesquels des demandes de contributions pour la compensation du prix de la matière première ont été déposées. Toutefois, comme les demandes de contributions peuvent être déposées rétroactivement sur plusieurs années, il n'est pas possible d'analyser ces chiffres en temps réel. Le commerce de gros pour la restauration publie régulièrement les prix moyens des produits transformés à base de pommes de terre (frites, chips, etc.). On ne dispose actuellement d'aucune donnée sur les pommes de terre, fruits et légumes frais dans la restauration en raison d'un manque de coopération de la part des fournisseurs de données dans ce secteur.

Au niveau de la **consommation**, les prix hebdomadaires de 108 produits issus de l'assortiment de pommes de terre, fruits et légumes frais sont recensés dans le commerce de détail (en distinguant le bio du non bio). Le relevé est effectué auprès de quatre détaillants (pas de discounters). Pour des raisons de comparabilité des prix entre le bio et le non bio sur différentes périodes, on a considéré des articles standard pour chaque produit, ce qui signifie que les produits de l'assortiment bon marché et ceux haut de gamme ont été exclus du relevé. Le niveau des prix dans le segment des fruits et légumes est calculé à partir d'un panier de fruits et légumes. Les volumes des ventes de 45 produits de l'assortiment frais bio et non bio dans le commerce de détail (y c. discounters) sont par ailleurs publiés chaque mois. Pour ces volumes, il n'est pas possible de distinguer de manière fiable les importations des marchandises suisses.

Observation du marché « Moyens de production agricoles »

Les aliments pour animaux et les aliments composés font partie de l'observation du marché de l'OFAG. Au **niveau de la production**, l'OFAG relève chaque année auprès des centres collecteurs, à des fins de publication, les prix des principaux aliments pour animaux produits en Suisse (p. ex. orge fourrager, blé fourrager, maïs grain). Les volumes produits et les prix indicatifs sont également publiés (données

secondaires). Au **niveau du commerce de gros**, l'OFAG recense les prix d'achat moyens des aliments pour animaux auprès des moulins. Depuis 2024, les prix de vente moyens des aliments composés standardisés sont aussi collectés auprès des fabricants d'aliments pour animaux et publiés²³. Sont également des moyens de production agricoles, en plus des aliments pour animaux, les engrais, les semences et plants, les produits phytosanitaires, les machines, etc. (voir annexe B : Consommations intermédiaires). Actuellement, les prix de ces produits ne sont pas recensés. L'OFAG collecte les données relatives aux moyens de production agricoles auprès d'une trentaine d'acteurs du marché (centres collecteurs et moulins). Les données sont publiées sous forme de chiffres du marché et de tableaux de bord.

²³ Sont prélevés divers prix d'aliments composés pour le bétail laitier, les bovins à l'engrais, les porcs à l'engrais et les porcelets, les poules pondeuses et la volaille de chair. Les prix de 14 aliments composés conventionnels et 10 bio sont recensés. Une autre méthode de relevé était utilisée jusqu'en 2023.