

RAPPORT DE GESTION DE PROVIANDE 2015



PROVIANDE

CONTENU

Introduction

Johannes Heinzelmann, président du CA, et Heinrich Bucher, directeur	1
---	---

Proviande société coopérative

Organisation	2
--------------	---

Vue d'ensemble de l'année 2015

Le marché de la viande	6
L'essentiel en bref	6
Activités des organes	7
Etat-major	9
Communication d'entreprise	9
Département Classification & Marchés	10
Département Marketing & Communication	12
Département Prestations de services	14
Département Services internes	16

Finances

Compte de résultat	17
Bilan	18
Affectation du bénéfice	18
Commentaire sur les comptes 2015	19

Annexe

La viande suisse offre des valeurs ajoutées décisives	20
---	----

Impressum

Proviande société coopérative | Brunnhofweg 37 | Case postale | CH-3001 Berne | Tél. +41 (0)31 309 41 11 | Fax +41 (0)31 309 41 99
info@proviande.ch | www.proviande.ch | www.viandesuisse.ch | www.swiss-meat.com

Mise en page: Polyconsult AG, Berne

Impression: Vögeli AG, Langnau i. E.

UTILITÉ ET EFFICACITÉ SONT CAPITALES



En tant que partenaire de la filière efficiente et compétente, Proviande remplit des missions exigeantes d'intérêt national. Les collaborateurs mettent tout en œuvre pour apporter la plus grande utilité possible aux membres. Cette utilité se situe d'une part dans la qualité des prestations, mais d'autre part aussi dans la neutralité et l'indépendance vécues de Proviande, qui sont particulièrement importantes dans le cadre de la taxation de la qualité sur les marchés publics du bétail de boucherie et dans les abattoirs.

Cependant, au final, ce sont les consommatrices et consommateurs qui sont le principal maillon de la chaîne de création de plus-value. Sans consommation de viande, pas de vente de viande! S'agissant des réserves croissantes concernant la consommation de viande telles qu'elles ont été propagées, notamment par la Commission fédérale de l'alimentation, un travail d'information

complet de la part de Proviande est indispensable. L'efficacité ainsi atteinte se révèle dans l'attitude globalement positive vis-à-vis de la consommation de viande et dans la grande confiance de la population à l'égard de la viande suisse.

Susciter et préserver la confiance est l'une des tâches les plus exigeantes de la chaîne de création de plus-value Viande. Mais au final, c'est le seul chemin qui mène à l'utilité, à l'efficacité et au succès.

Johannes Heinzelmann,
président du Conseil d'administration

Heinrich Bucher,
directeur



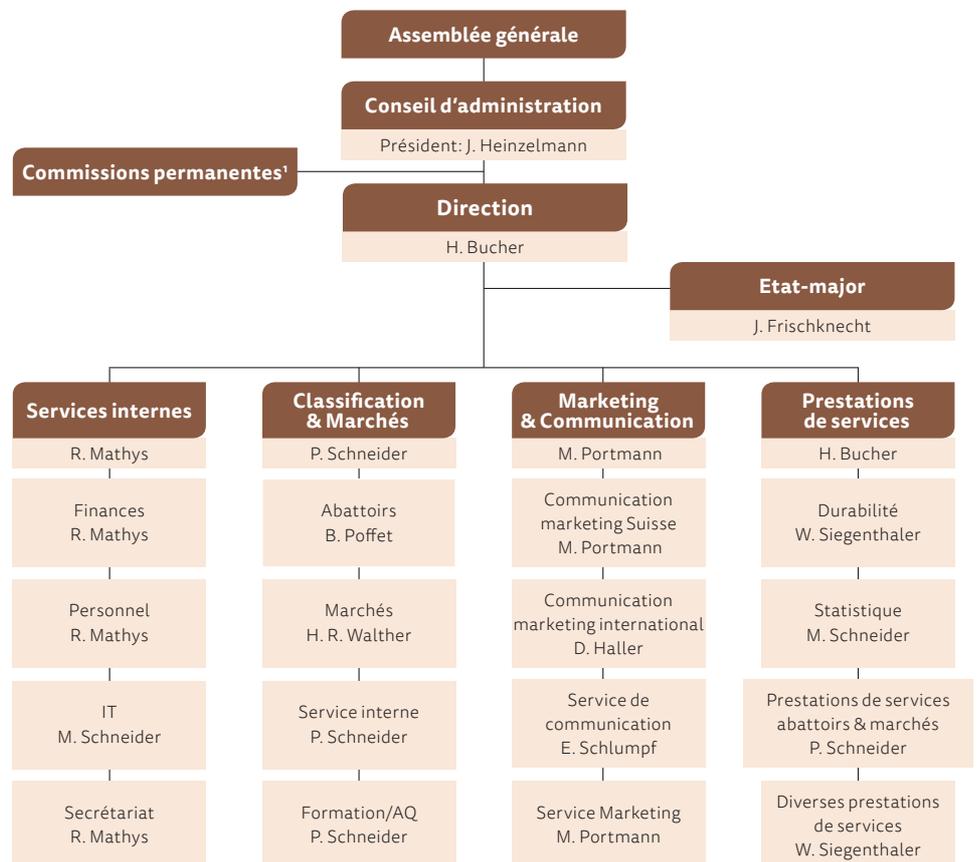
PROVIANDE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

En tant que coopérative sise à Berne, Proviande exécute un mandat de prestations de la Confédération qui prévoit des travaux d'exécution tels que la classification d'animaux et de carcasses et la surveillance du marché, mène à bien des projets au service de la filière, encourage les ventes de viande suisse et s'engage en faveur de conditions-cadres optimales au profit d'une filière viande performante.

 Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/cooperative

ORGANISATION

Organigramme



¹ Commission Communication marketing
Commission Marketing exportation
Commission Marchés et
pratiques commerciales
Commission du personnel

Coopérateurs

Les membres de Proviande sont les principales organisations et entreprises nationales de l'ensemble de la chaîne de création de plus-value viande: producteurs, intermédiaires et utilisateurs d'animaux de boucherie, de viande et de sous-produits de boucherie, détaillants, importateurs et exportateurs.

Organisations des producteurs

Anicom SA, Berne
Association suisse des producteurs de volailles, Grünenmatt
Communauté d'intérêts des marchés publics, Brougg
Fédération des Producteurs Suisses de Lait FPSL, Berne
Fédération suisse d'élevage ovin, Niederönz
Fédération suisse des engraisseurs de veaux, Brougg
Fromarte, Berne
Producteurs Suisses de Bétail Bovin PSBB, Brougg
Suisseporcs, Sempach
Swiss Beef CH, Brougg
Union suisse des paysans, Brougg

Organisations des utilisateurs et des intermédiaires

Association suisse des importateurs de volaille et de gibier, Oensingen
Association suisse du commerce de porcs, Stetten
Bell Suisse SA, Bâle
Centravo SA, Lyss
Coop, Bâle
Fédération des coopératives Migros, Zurich
GVFI International SA, Bâle
Micarna SA, Courtepin
Syndicat suisse des marchands de bétail, Coire
Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zurich
VB Food International SA, Brüttisellen



Conseil d'administration

Président

Heinzelmann Johannes, Geroldswil

Membres

Organisations des producteurs

Herzog Kurt, Gundetswil

Nicod Bernard, Granges-près-Marnand

Oberle Jörg, Rickenbach LU

Oberli Christian, Rossrüti

Rufer Martin, Brougg

Ullmann Claus, Eschenz

Organisations des utilisateurs et des intermédiaires

Arnold Walter, Schönenberg an der Thur

Baumann Albert, Bazenheid

Birrer Heiner, Nottwil

Spiess Jürg, Berneck

Sutter Reto, Gossau

Wyss Lorenz, Bâle

Organisations des consommateurs*

Fehlmann Remo, Zurich (depuis le 29.5.2015)

Staub Susanne, Murzelen

Vice-président

Oberle Jörg, Rickenbach LU (depuis le 29.5.2015)

Spiess Jürg, Berneck (jusqu'au 29.5.2015)

Membres suppléants

Organisations des producteurs

Rösti Hans, Kandersteg

Gavin Bertrand, Chesalles (jusqu'au 18.3.2015)

Wicki Werner, Sörenberg (depuis le 29.5.2015)

Keller Martin, Buchs SG (jusqu'au 29.5.2015)

Windlin Arnold, Giswil (depuis le 29.5.2015)

Hegglin Franz, Unterägeri (jusqu'au 29.5.2015)

Noël Christophe, Vuissens

Mosimann Christoph, Rüegsbach

Organisations des utilisateurs et des intermédiaires

Humbel Otto, Stetten

Von Strauss Lutz, Courtepin

Gerber Ulrich, Villeneuve

Kyburz Hans Rudolf, Lupfig

Martinetti Glauco, Stabio

Dähler Josef, Oensingen

Organisations des consommateurs*

Jaisli Hannes, Zurich (jusqu'au 28.8.2015)

* Avec voix consultative.



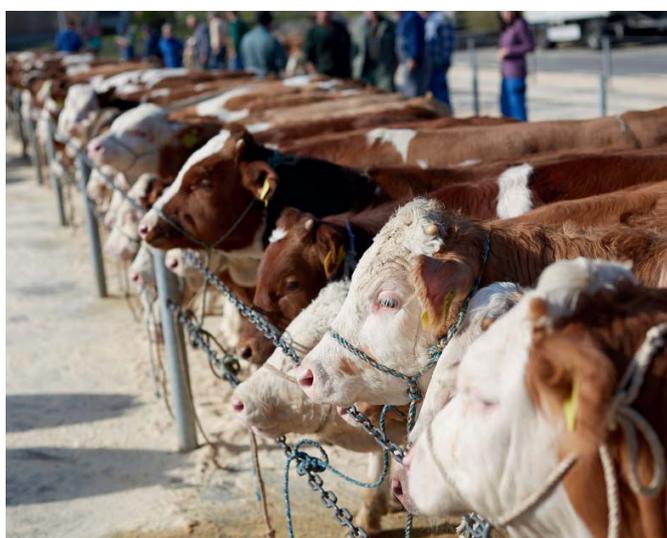
Commissions

Commission Communication marketing

Portmann Marcel, Berne	Proviande (présidence)
Elia Davide, Bâle	Bell Suisse SA
Graber Markus ² , Bâle	Coop
Grob Felix, Sempach	Suisseporcs
Gygax Corinne, Grünenmatt	Association suisse des producteurs de volailles
Härter Daniel ¹ , Gossau	Ernst Sutter SA
Heiniger Markus ¹ , Moosseedorf	Transgourmet Suisse SA
Hinder Peter, Bazenheim	Micarna SA
Hofstetter Mirjam, Brougg	Union suisse des paysans
Horisberger Bruno ² , Moosseedorf	Transgourmet Suisse SA
Meier-Schmid Brigitte, Zurich	GastroSuisse
Schneider Fabian ¹ , Bâle	Coop
Welti Elias, Zurich	Union Professionnelle Suisse de la Viande

Commission Marketing exportation

Portmann Marcel, Berne	Proviande (présidence)
Elia Davide, Bâle	Bell Suisse SA
Härter Daniel, Gossau	Ernst Sutter SA
Hinder Peter, Bazenheim	Micarna SA
Hofstetter Mirjam, Brougg	Union suisse des paysans
Oberli Christian, Rossrüti	Suisseporcs
Schenk Martin ¹ , Landquart	Fleischrocknerei Churwalden SA
Zimmermann Markus, Lenzbourg	Traitafina SA



Commission Marchés et pratiques commerciales

Bucher Heinrich, Berne	Proviande (présidence)
Arnold Walter, Schönenberg an der Thur	Syndicat suisse des marchands de bétail
Bertschi Hans, Orsonnens	Swiss Beef CH
Bosshard Peter, Coire	Syndicat suisse des marchands de bétail
Egger Christoph, Bazenheim	Micarna SA
Oberle Jörg, Rickenbach LU	Fédération suisse des engraisseurs de veaux
Pfister Meinrad, Altishofen	Suisseporcs
Rösti Hans, Kandersteg	Communauté d'intérêts des marchés publics
Rufer Martin, Brougg	Union suisse des paysans
Schorderet Daniel, Estavayer-le-Lac	Marmy Viandes en gros SA
Schwab Stefan ¹ , Zollikofen	Anicom SA
Seiler Stefan, Oensingen	Bell Suisse SA
Siegrist Christian, Bazenheim	Ernst Sutter SA
Uhlmann Ruedi, Hinwil	Lucarna Macana SA

Commission de contrôle de la classification neutre de la qualité

Bucher Heinrich, Berne	Proviande (présidence)
Achermann Thomas, Inwil	Commerce
Baumann Kurt, Zollikofen	Groupe spécialisé des abattoirs industriels
Engeli Oliver, Engishofen	Producteurs de bétail bovin
Helfenstein Raphael ³ , Sempach	Producteurs de porcs
Käppeli Markus ⁴ , Sempach	Producteurs de porcs
Schneider Peter, Berne	Proviande

Commission du personnel

Heinzelmann Johannes, Geroldswil	Proviande (présidence)
Baumann Albert, Bazenheim	Micarna SA
Oberli Christian, Rossrüti	Suisseporcs
Ullmann Claus, Eschenz	Association suisse des producteurs de volailles
Wyss Lorenz, Bâle	Coop

¹ Depuis le 18.9.2015. ² Jusqu'au 18.9.2015. ³ Depuis le 1.6.2015. ⁴ Jusqu'au 30.4.2015.

Organe de contrôle

Metreba AG, Dübendorf



VUE D'ENSEMBLE DE L'ANNÉE 2015

En 2015, l'exécution du mandat de prestations de la Confédération et la promotion des ventes de viande suisse, qui est basée pour les prochaines années sur une stratégie de communication perfectionnée, étaient au centre des activités. Le nouveau et net recul des ventes de viande de veau a notamment nécessité des mesures particulières. Des élections de renouvellement global ont eu lieu lors de l'Assemblée générale.

LE MARCHÉ DE LA VIANDE

Production de bétail de boucherie

La tendance toujours à la baisse des effectifs de bétail bovin a eu des répercussions sur l'approvisionnement du pays. Tandis que la production de viande d'égal a connu une nouvelle hausse (+0,7%), l'approvisionnement en animaux de fabrication a baissé de 2,3%. Par conséquent, la bonne à très bonne demande tout au long de l'année a régulièrement nécessité des importations correspondantes. La part indigène du gros bétail a augmenté de 0,1%, passant ainsi à 80,6%.

La production de viande de veau a enregistré une nette baisse (-4%) au cours de l'année sous revue, et se situait encore à 29 103 t poids mort. Des représentants des partenaires du marché ont par conséquent discuté, sous la direction de Proviande, de la situation insatisfaisante, et sont tombés d'accord pour mettre en place un plan de mesures visant à contenir l'évolution négative.

La production de viande porcine a légèrement baissé (-0,3%, passant ainsi à 241 322 t PM), mais la production de volaille a quant à elle augmenté (+3,1%, passant ainsi à 87 096 t PM). La part indigène a augmenté tant au niveau des porcs (+2,1% pour atteindre 96,4%) qu'au niveau de la volaille (+0,2%, s'élevant ainsi à 54,8%).

Bien que la production indigène ait reculé de 3,3% au niveau de la viande d'ovins (part indigène de 35%), il est réjouissant de constater que la consommation totale de viande de mouton et d'agneau a augmenté de 4,6% par rapport à 2014.

Consommation

Les statistiques révèlent qu'après trois années de progression, on a de nouveau consommé un peu moins de viande en 2015. Cela dit, la baisse de 2%, tombant ainsi à 51,35 kg poids mort par habitant, doit être relativisée, car le tourisme de consommation (achats des consommateurs à l'étranger) a de nouveau nettement augmenté, mais il n'est pas pris en compte dans la statistique de consommation. La quantité totale consommée a reculé de 0,8%, passant ainsi à 431 852 t poids à la vente.

L'ESSENTIEL EN BREF

Classification & Marchés

Comme c'était déjà le cas les années précédentes, la réduction des effectifs de bétail bovin, la concentration sur de moins en moins d'abattoirs et la baisse des ventes de viande de veau se sont poursuivies en 2015.

Outre l'exécution du mandat de prestations de la Confédération, l'élaboration d'une solution sectorielle pour les veaux maigres et la vérification des formules d'estimation PVM avec la nouvelle grille des prix, entre autres, ont été d'importantes tâches.

Marketing & Communication

Les exigences posées à la communication pour la viande suisse ont fortement évolué ces dernières années. Les partisans d'une alimentation exempte de viande, voire végétalienne, se font de plus en plus entendre, le tourisme de consommation dans les pays limitrophes augmente, et au niveau politique également, on dépose de plus en plus de motions visant à réduire ou supprimer les contributions de promotion

des ventes de la Confédération et à réglementer la consommation de viande. Dans ce contexte, la stratégie de communication a été remaniée et l'efficacité de diverses mesures a été contrôlée.

Prestations de services

L'année 2015 était consacrée au thème de la durabilité. Dans le cadre de l'Ordonnance sur la promotion de la qualité et de la durabilité (OQuaDu), les travaux préliminaires correspondants ayant trait au projet «Nose to Tail» ont été bouclés et le soutien de l'Office fédéral de l'agriculture demandé a été accepté.



ACTIVITÉS DES ORGANES

Assemblée générale

Le président du Conseil d'administration Johannes Heinzlmann a ouvert la 16^e Assemblée générale du 29 mai 2015 à Rorschach et accueilli les personnes présentes par ces mots: «Susciter la confiance à l'égard de la viande suisse est l'un des défis les plus ambitieux de l'ensemble de la chaîne de création de plus-value. Mais cela est au final le chemin qui mènera au succès.»

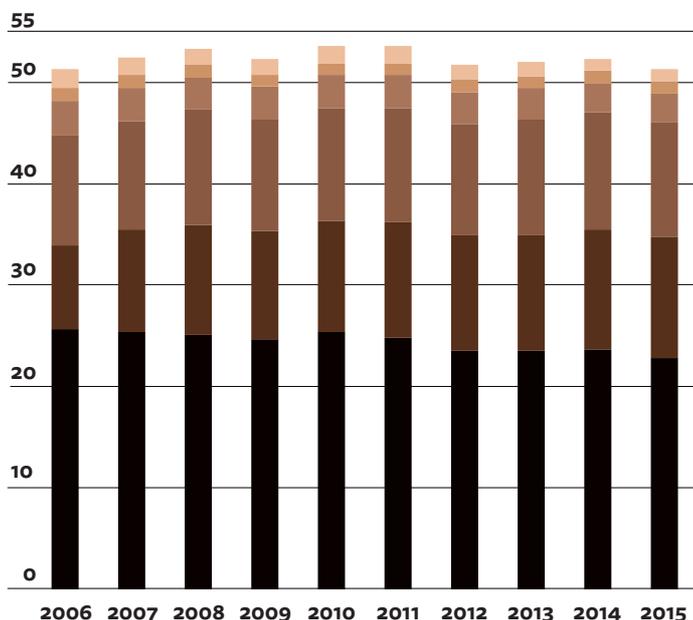
Au terme de l'allocution du président, l'Assemblée générale a approuvé les comptes annuels 2014. Le mandat des membres du Conseil d'administration prenant fin en 2015, des élections de renouvellement global ont dû être organisées. Suite au départ de Bertrand Gavin, Franz Hegglin et Martin Keller, Remo Fehlmann, Zurich, a été élu représentant des organisations de consommateurs, et Arnold Windlin, Giswil, et Werner Wicki, Sörenberg, ont

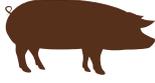
été nommés membres suppléants du CA. Mis à part les sortants, toutes les personnes en place ont été réélues à l'unanimité.

Le mandat du président Johannes Heinzlmann, Geroldswil, a également été reconduit à l'unanimité, et Jörg Oberle, Rickenbach LU, a été élu à l'unanimité vice-président pour un an.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION PAR HABITANT

Kilogramme poids vente par habitant



 **-3,7%** par habitant
Consommation en baisse

 **+1,5%** par habitant
Consommation en hausse

Consommation totale par habitant 2015:
51,35 kg

■ Porc ■ Volaille¹ ■ Bœuf²
■ Veau ■ Mouton ■ Autres

¹ Changement de méthode à partir de 2007: augmentation de la part «viande utilisable»

² Changement de méthode pour la production indigène à partir de 2009: répartition des catégories de bétail bovin à l'aide de la Banque de données sur le trafic des animaux (BDTA)



Conseil d'administration

Outre les affaires ordinaires, le Conseil d'administration a discuté de propositions d'amélioration pour la constatation des prix ainsi que pour les relations et la communication entre les membres de la filière et Proviande. Il a procédé aux élections de renouvellement global des membres des commissions et approuvé notamment la solution sectorielle Veaux maigres, une nouvelle grille des prix pour les porcs de boucherie, le règlement sectoriel Viande pour SUISE GARANTIE remanié ainsi que la nouvelle stratégie de communication.

Le Conseil a décidé une suspension provisoire de la troisième tranche de l'augmentation des contributions Communication, car en raison de la situation économique de plus en plus difficile, l'approbation unanime n'aurait pas été possible. Il a toutefois étendu le Règlement pour le financement de la promotion des ventes à des projets de promotion de la qualité et de la durabilité, et autorisé tant le business plan que les fonds propres nécessaires pour le projet OQuaDu «Nose to Tail».

Par ailleurs, le Conseil d'administration a adopté une série de prises de position et prié le Bureau d'élaborer un concept

visant à permettre la traçabilité de la viande suisse au moyen de profils ADN. Enfin, il a demandé l'organisation d'une «table ronde Ventes de viande de veau» afin de contenir la baisse de la consommation de viande de veau.

Comité de direction

Lors de ses séances, le Comité de direction a décidé notamment une réorganisation assortie d'une nouvelle répartition des tâches au sein du Département Prestations de services, ainsi que le programme d'activité avec les objectifs annuels 2016. Il a approuvé les propositions de concept pour la gestion des connaissances sur la durabilité et la réorientation de l'Extranet et du E-Shop.

En raison du départ anticipé à la retraite de René Mathys prévu en 2016, il a fallu réglementer la succession de ce dernier au poste de responsable du Département Services internes. De plus, le Comité de direction a préparé les affaires pour les organes et le workshop des cadres, et surveillé la réalisation des objectifs 2015.

Direction

Heinrich Bucher a représenté la filière viande lors d'une manifestation du

conseiller fédéral Schneider-Ammann sur le thème des perspectives d'avenir du secteur agroalimentaire. D'illustres représentants des principales associations agricoles et de l'industrie agroalimentaire étaient présents.

Par ailleurs, il a rencontré des représentants de l'Union suisse des paysans, le directeur général et les responsables de la programmation de la SRG/SRF pour un échange d'informations.

Le directeur a représenté Proviande dans l'intérêt de la filière suisse de la viande au sein des organes suivants:

- Agro-Marketing Suisse AMS (vice-président)
- groupe spécialisé Qualité de la viande porcine (président)
- Association Suisse pour la Production Animale (comité)
- groupe consultatif Agroscope
- atelier viande de l'OFAG
- conseil du salon Suisse Tier
- groupe d'accompagnement des parties prenantes Production 2020
- Swiss Agricultural Outlook (SAO) 2014-2024

Cadres

C'est sur la base d'un exposé d'entrée en matière de Manfred Bötsch (FCM) sur le thème «L'avenir des marchés agricoles et de la viande: quelle voie pour la Suisse?» que s'est déroulé les 24 et 25 mars à Oberdorf le workshop des cadres «Proviande quo vadis» pour le développement futur de Proviande à l'horizon 2022. Une analyse complète de la situation avec contrôle de la structure, organisation, instruments et déroulements ainsi que les futures conditions-cadres avec leurs opportunités, risques et conséquences, faisaient partie des principaux thèmes abordés. Pour finir, le cadre a établi un catalogue de mesures avec des ordres assortis d'échéances.

Commissions Communication marketing et Marketing exportation

Lors des séances de la CCM, les responsables techniques ont présenté les mesures en cours et celles prévues pour 2016. L'accent a été mis sur la nouvelle stratégie de communication et l'évaluation permanente de l'agence ainsi que la remise en

question critique des engagements de sponsoring, du Barbecue d'hiver et du symposium «La viande dans l'alimentation».

Dans le domaine du marketing des exportations, les activités de marketing SWISS APÉRO ont été abordées, notamment les coopérations avec des blogueurs et des médias, ainsi que le lancement du premier bar Pop-Up à Stuttgart.

Commission Marchés et pratiques commerciales

Lors de ses séances, la commission a traité de toute une série d'affaires, dont les différentes appréciations de la constatation des prix, une possible modification de la détermination de l'âge pour le bétail bovin et les travaux préliminaires pour la mise en œuvre du projet de découpe d'animaux de fabrication.

De plus, les instructions pour les marchés des ovins ont été remaniées et mises en œuvre avec succès, et la procédure de recours dans le cadre de la saisie de la qualité de la graisse des porcs a été adoptée. Les nouvelles formules d'estimation PVM et le rendement d'abattage des truies ont également été abordés.

Commission du personnel

La commission a traité notamment des thèmes suivants:

- état des lieux concernant l'encaissement des contributions de promotion des ventes
- préparation de l'Assemblée générale, y.c. les propositions

- définition des directives en matière de rémunération et d'indemnisation 2016
- adoption du budget, de l'extrapolation et de la clôture des comptes 2015 à l'attention du Conseil d'administration

ÉTAT-MAJOR

L'état-major a organisé, administré et surveillé les affaires statutaires. Il a organisé 13 séances du Conseil d'administration et l'Assemblée générale, préparé les affaires dans le détail et élaboré des propositions et documents correspondants. Les élections de renouvellement global, notamment, ont été préparées et organisées en 2015.

Dans le cadre de consultations sur des modifications de loi, l'état-major a élaboré huit prises de position en tout. Ont été incluses les opinions de Proviande et de la filière, qui faisaient l'objet d'un large consensus.

Au titre de la promotion des ventes, l'état-major a relevé les chiffres d'abattages pour le calcul des fonds propres qu'il a ensuite prélevés. Sur la base des données recueillies auprès d'entreprises d'abattage et d'autres organisations, les contributions d'exploitation ont été calculées et la facturation a été surveillée.

Pour SUISSE GARANTIE, l'état-major a remanié le règlement sectoriel Viande, qui avait été adopté en février par le Conseil d'administration et qui est en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2016. Il a représenté Proviande

au sein de la Commission technique AMS, contrôlé la compatibilité avec SUISSE GARANTIE de trois programmes d'assurance-qualité pour la production animale, et rédigé les autorisations correspondantes.

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

Les attaques à l'encontre de la filière viande se sont nettement multipliées ces derniers temps. Non seulement dans les médias, mais aussi dans la sphère politique. Un travail médiatique intensif, des argumentaires en faveur de la viande et un travail d'information sur la question de savoir pourquoi la promotion des ventes de la Confédération pour les produits agricoles est judicieuse et nécessaire, ont été encore plus importants qu'à l'ordinaire.

Afin de pouvoir réagir plus rapidement aux attaques sur des sujets sensibles, Proviande a lancé le système d'alerte rapide «Radar» – un outil simple pour garantir un flux d'informations rapide entre les membres de la filière concernés. De plus, le manuel de crise a été mis à jour, afin qu'à tout moment, chacun sache quoi faire en cas d'urgence.

Quelle position défend Proviande et, par là, la filière suisse de la viande sur des sujets faisant l'objet de discussions publiques comme la «consommation de viande versus le changement climatique ou la protection des animaux»? Une prise de position correspondante donne des réponses. Elle a été approuvée par le Conseil d'administration et mise à la disposition des membres de la filière en guise d'auxiliaire d'argumentation.

En 2015 également, il a de nouveau été possible de répondre à un grand nombre de demandes de médias sur des thèmes actuels tels que consommation de viande, abattages de veaux, études sur l'alimentation, etc., et de diffuser de manière proactive des informations sur ces sujets. Au sein de la filière, Proviande a informé sur tous les envois à la presse ainsi que, avec «À la minute», sur quelques mesures de communication réalisées.



DÉPARTEMENT CLASSIFICATION & MARCHÉS

Le mandat de prestations

L'exécution du mandat de prestations de la Confédération qui prévoit des travaux d'exécution au sens de l'article 26 de l'ordonnance sur le bétail de boucherie était également en 2015 la principale mission du département Classification & Marchés.

Taxation neutre de la qualité

La concentration sur de moins en moins d'abattoirs est aujourd'hui une réalité. Tandis que Proviande avait encore pu procéder à la classification neutre de la qualité dans 28 abattoirs au cours de l'année précédente, ces derniers n'étaient plus que 26 en 2015. La taxation des animaux sur pied a été réalisée sur un total de 1003 marchés publics.

Le système CH-TAX est basé sur les données d'un projet consacré à la viande bovine réalisé à la fin des années 80. Le développement de l'élevage nécessite une vérification régulière de la base de données. Comme pour le projet de découpe de bétail d'étal (2012), un concept relatif à la



Découpe rouge-blanc pour la viande de porc.

vérification des animaux de fabrication VK a été élaboré. La mise en œuvre est prévue pour 2016.

Marchés publics du bétail de boucherie

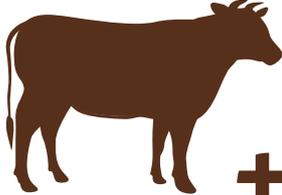
Au total, on a apporté un peu plus d'animaux sur les marchés publics des bovins que l'année précédente. Les mois d'été secs ont déclenché dans certaines régions des ventes précoces, d'où une réduction de l'offre à l'automne. Les réserves de fourrage étant restées inférieures aux attentes,

les cheptels ont été réduits et l'offre en génisses et en vaches était bonne à très bonne jusqu'à la fin de l'année.

Contrairement au bétail bovin, les apports de moutons et d'agneaux sur les marchés publics ont reculé de 7%. Après accord de la commission Marchés et pratiques commerciales, les nouvelles instructions pour l'organisation de marchés des ovins au 1^{er} juillet 2015 ont pu entrer en vigueur.

ÉVOLUTION DES APPORTS SUR LES MARCHÉS PUBLICS SURVEILLÉS

		 Gros bétail	 Ovins
Marchés	2014	709	325
	2015	683	320
	Différence	-26	-5
Apports	2014	55'721	73'383
	2015	56'735	68'280
	Différence	+1'014	-5'103
Attributions	2014	304	2'677
	2015	119	434
	Différence	-185	-2'243

 **-26**
marchés

+1'014
apports

CLASSIFICATION NEUTRE DE CARCASSES EN 2015

Espèce animale	Abattages	Classifiés par Proviande	Part des classifications en %
 Gros bétail	393'270	345'634	87,9
 Veaux	236'359	208'796	88,3
 Porcs	2'744'936	2'517'231	91,7
 Ovins	211'035	125'775	59,6

Interventions sur le marché

Le marché de la viande de veau était déjà dans l'impasse avant Pâques. En guise de mesure d'allègement du marché, 523 tonnes de viande de veau ont été mises en stock au total, mais elles ont pu être libérées à nouveau pour le déstockage à l'automne.

Projets divers**Veaux maigres:****une solution sectorielle a été trouvée**

Un groupe de travail dirigé par Proviande, composé de membres de la filière viande ainsi que des représentants des Producteurs Suisses de Lait et de l'Union suisse des paysans, a élaboré une solution sectorielle d'envergure régissant le premier changement de détenteur pour les veaux maigres. Le point essentiel était la durée de détention minimale de 21 jours sur l'exploitation de naissance visant la promotion de la santé et, par là aussi, la réduction de l'utilisation de médicaments.

La solution est entrée en vigueur le 1^{er} novembre 2015. Elle bénéficie d'un large assentiment au sein de la filière, et est également saluée par la Protection Suisse des Animaux PSA.

Les formules d'estimation PVM ont été vérifiées

Les formules d'estimation PVM ont été vérifiées et adaptées pour les appareils

Fat-O-Meater II, Autofom I et pour la carte à 2 points. L'Autofom III a également été contrôlé et autorisé en Suisse. Avec la modification correspondante de l'ordonnance sur la taxation de la qualité des porcins abattus, le projet a pu être bouclé le 4 mai 2015.

Une nouvelle grille des prix basée sur les modifications des formules a été approuvée à l'unanimité par la filière.

Rendement d'abattage des truies

Lors de l'abattage de truies, on obtient en fonction de la technique employée («écorché» ou «échaudé») différents poids morts, ce qui entraîne des rendements d'abattage et des prix disparates.

Pour le compte de la commission Marchés et pratiques commerciales, les deux systèmes ont été contrôlés et il a été constaté que les facteurs de conversion conformément aux enquêtes de 2006 et 2011 restaient toujours valables.

Formation et formation continue

Lors d'un séminaire avec les experts et le service interne, le concept de formation et de formation continue pour la taxation neutre de la qualité a été analysé et des profils d'exigences pour les différentes activités ont été définis. Les amorces de solutions qui en ont découlé ont été développées et seront mises en œuvre dans le courant de l'année 2016.



**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
PETER SCHNEIDER**

Le Département Classification & Marchés effectue la classification neutre de la qualité des animaux sur pied et des carcasses pour le compte de la Confédération, surveille les marchés, participe à des projets internes et externes et organise des formations et cours de perfectionnement.



Autres informations:
www.proviande.ch/c-et-m

DÉPARTEMENT MARKETING & COMMUNICATION

Evolution de la communication

Dans le contexte d'une opposition croissante face à la consommation de viande, le temps était venu de contrôler et d'adapter la stratégie de communication existante. Après que l'idée directrice en termes de communication s'est intitulée pendant près de huit ans «Les saveurs de chez nous», la nouvelle orientation a été déterminée lors d'un workshop du département, et le slogan **«Consommation responsable et locale»** a été défini comme étant la nouvelle valeur-clé pour la viande suisse. Désormais, on accorde une importance particulière au groupe-cible des 25 à 35 ans ayant leur propre foyer.

Ensuite, quatre agences de communication ont été invitées à présenter leurs idées de mise en œuvre. Dans le cadre d'une procédure d'évaluation à plusieurs niveaux, l'agence actuelle a clairement convaincu. C'est pourquoi elle continuera de travailler pour Proviande dans les années qui viennent.

Viande Suisse Academy

Des sondages ont montré qu'un grand nombre de Suissesses et de Suisses ne sont pas sûrs d'eux lorsqu'il s'agit de préparer

de la viande, et notamment les plus jeunes. Afin de combler ces lacunes, Proviande a lancé Viande Suisse Academy, le premier portail entièrement consacré à la viande et à ses multiples possibilités de préparation.

L'Academy est en premier lieu une appli pour smartphones et tablettes. Dans la zone principale intitulée «Préparation de la viande», 34 vidéos et instructions en photos montrent étape par étape les divers modes de préparation de la viande, et les débutants peuvent cuisiner facilement des menus complets en suivant un cours de cuisine numérique.

Informés au mieux

En 2015 également, la campagne publicitaire Viande Suisse a garanti avec des annonces et des spots TV auprès du public la nécessaire disposition à enregistrer les différents messages relatifs à la viande suisse. Les faits ont été diffusés par le

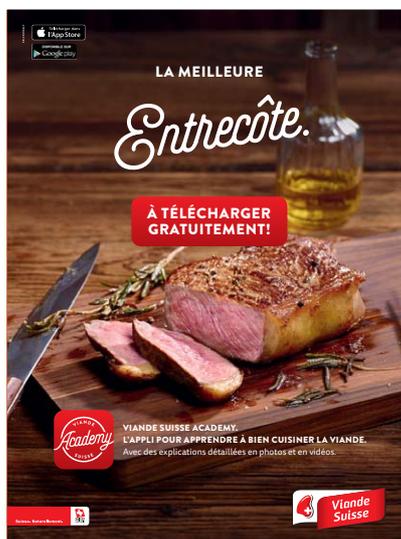
biais de partenariats médiatiques avec des maisons d'édition connues, des communiqués de presse, et en répondant à de nombreuses demandes de journalistes.

De précieux partenariats

Un réseau étendu est indispensable pour une communication efficace. En conséquence, Proviande a entretenu également au cours de l'année sous revue des contacts intensifs avec d'importantes organisations du domaine de l'alimentation (Société Suisse de Nutrition, Association Suisse des Diététicien-ne-s diplômé-e-s) et du secteur gastronomique (notamment Gastro-Suisse, Société suisse des cuisiniers, Best of Swiss Gastro). Avec la Guilde suisse des Restaurateurs-Cuisiniers, des cours de cuisine pour enfants ont été organisés pour 300 petits gourmets au total, et les Jeunes Restaurateurs d'Europe Suisse étaient également en 2015 partenaires du concours de cuisine «La Cuisine des Jeunes».



Remise des prix du concours de cuisine «La Cuisine des Jeunes» 2015.



Préparer correctement la viande avec l'appli Viande Suisse Academy.



Nouveau look pour les magazines «Fourchette & Couteau» et «bon Appétit».



**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
MARCEL PORTMANN**

Eprouvées depuis longtemps et relookées

Deux manifestations existant depuis de nombreuses années ont attiré un vaste public en janvier. Près de 5000 personnes ont dégusté au dernier Barbecue d'hiver de succulentes spécialités carnées, et près de 150 – dont 40 spécialistes en diététique – ont assisté au 11^e symposium «La viande dans l'alimentation» sur le thème de l'évolution de la culture culinaire.

La présentation Web de Viande Suisse a été entièrement remaniée – complétée notamment par un compteur de valeurs nutritives en ligne et des connaissances sur la viande complètes –, ainsi que les deux magazines «bon Appétit» et «Fourchette & Couteau» (tirés à 34 000 exemplaires chacun). Des textes plus courts et une présentation moderne garantissent maintenant un meilleur accompagnement du lecteur.

«La viande suisse recèle bien des choses!»

Avec cette campagne principale, les consommateurs ont été sensibilisés au thème de la viande et de la santé, et informés sur les précieux composants de la viande et leurs effets. Un quiz en ligne ayant attiré 17 000 internautes, une brochure spécialisée et une brochure grand public, Facebook et le site Web avec près de 70 000 visites, ont été d'importants supports d'information.

Sentir, se régaler, profiter

A la rencontre des gens! Nos engagements dans les domaines du sport de neige, du tennis et du beach-volley ont permis en 2015

également de faire profiter les visiteurs des plaisirs de la viande suisse non seulement sur le papier, mais aussi en vrai.

La stratégie de sponsoring a été entièrement remaniée et les hommes et les femmes entre 25 et 35 ans ont été définis comme étant le principal groupe-cible. Des manifestations culturelles remplaceront progressivement les actuels engagements sportifs.

SWISS APÉRO – un morceau de Suisse à Stuttgart

Le marketing des exportations s'est concentré sur la marque SWISS APÉRO. Les nombreuses activités de marketing s'étendaient des relations avec les blogueurs à la mise en œuvre réussie du premier bar Pop-Up SWISS APÉRO à Stuttgart, en passant par des coopérations avec des médias.

En Suisse, le traditionnel apéro est un incontournable. En Allemagne, en revanche, cette culture du plaisir est encore réservée aux initiés. Mais cela vient de changer à Stuttgart: Proviande y avait ouvert pour trois semaines le premier bar Pop-Up SWISS APÉRO. Nos voisins ont pu découvrir toute l'authenticité du sympathique style de vie suisse ainsi que les spécialités carnées séchées à l'air – le tout dans une magnifique ambiance. Les clients étaient ravis, et le bar Pop-Up est devenu en peu de temps le haut-lieu de la scène gastronomique de Stuttgart.

Le Département Marketing & Communication encourage dans l'intérêt de tous les membres (producteurs, utilisateurs, vente finale) la confiance dans la production de viande indigène de l'étable à l'assiette et, ainsi, les ventes de viande suisse en Suisse et à l'étranger. De plus, il assure la communication d'entreprise.

Autres informations:
www.viandesuisse.ch



SWISS APÉRO – un morceau de tradition suisse.

DÉPARTEMENT PRESTATIONS DE SERVICES

Pleins feux sur la durabilité

«Nose to Tail», un projet OQuaDu

Le projet «Nose to Tail» aspire à la valorisation intégrale des animaux de boucherie. En tant que précieuse denrée alimentaire, la viande doit servir au maximum à la consommation humaine (Food) et être utilisée au minimum comme denrée fourragère (Feed) ou comme matière première énergétique (Energy).

En 2015, dans le cadre de l'ordonnance sur la promotion de la qualité et de la durabilité dans le secteur agroalimentaire (OQuaDu), les clarifications préalables à ce projet ont été bouclées, un business plan a été approuvé par le Conseil d'administration et les fonds de promotion demandés pour l'année à venir ont été autorisés par l'Office fédéral de l'agriculture. A l'automne 2016, une décision doit être prise concernant la suite du financement.

Tout au long de ce projet de quatre ans, Proviande veut créer une plate-forme ouverte et évolutive pour l'ensemble de la chaîne de création de plus-value Viande, et réaliser des mesures et des projets correspondants au sein de la filière. Les principaux objectifs sont la sauvegarde des morceaux non nobles, la valorisation de produits «oubliés» et la promotion des innovations.

Plate-forme Durabilité

Des représentants de diverses organisations (chaîne de création de plus-value Viande, autorités, recherche, consommateurs) se sont réunis au printemps et à l'automne pour échanger des informations et des expériences sur les sujets suivants:

- Initiative de recherche Agroscope Production 2020: développement d'un système de connaissances porteur d'avenir sur la conception et la gestion des systèmes agricoles en Suisse.
- Projets OQuaDu: l'Office fédéral de l'agriculture a exposé les critères de vérification pour le soutien de projets innovants.

- AgroCleanTech: promotion d'une agriculture efficiente en termes de ressources et écologique, check énergétique et climatique, programme d'encouragement «Production de lait efficiente» et protection du climat.

Des statistiques éloquentes

Le Département Prestations de services a élaboré diverses statistiques sur tous les thèmes importants des marchés du bétail de boucherie et de la viande, et les a mises à la disposition de la filière, des journalistes et d'autres personnes intéressées. Outre le rapport statistique annuel «Vue d'ensemble du marché de la viande», les chiffres actuels du marché ont été publiés chaque mois et diverses séries de données ont été évaluées individuellement.

Groupe spécialisé TTS

Proviande gère le secrétariat du Groupe spécialisé pour des transports d'animaux et des abattoirs conformes à la législation sur la protection des animaux TTS, et dirige les séances correspondantes.





**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
HEINRICH BUCHER**

Le Département Prestations de services analyse le marché suisse de la viande et publie des statistiques correspondantes, établit des décomptes du bétail de boucherie pour diverses organisations de marché, dirige des projets internes et externes, et fournit enfin d'autres prestations de services pour le compte de la filière viande.

 **Autres informations:**
www.proviande.ch/services

Au cours de l'année sous revue, on a notamment réalisé des films pédagogiques pour la formation et la formation continue des transporteurs d'animaux et du personnel d'abattoir, élaboré une information technique sur le thème de la transportabilité des animaux de rente – elle a été publiée en septembre par l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV sous la forme d'un communiqué de presse spécialisé – et adopté une prise de position concernant l'ordonnance sur la protection des animaux, notamment sur la nouvelle réglementation de la durée maximale du transport.

Décomptes du bétail de boucherie

Dans le cadre de la convention de droit privé passée avec les organisateurs de marchés des cantons de Berne, Bâle-Campagne, Vaud, Valais et Tessin, le département a établi les décomptes pour un total de 28 380 animaux de l'espèce bovine, pour les animaux des autres cantons attribués conformément au mandat de prestations ainsi que pour 4223 cabris.

COMPARAISON DES PRODUCTIONS INDIGÈNES

Espèce animale	Poids mort 2014 (tonnes)	Poids mort 2015 (tonnes)	Evolution en tonnes	Evolution en %	Part indigène 2015 en %
 Gros bétail	112'900	112'153	-747	-0,7	80,6
 Veaux	30'301	29'103	-1'198	-4,0	97,4
 Ovins	4'940	4'776	-164	-3,3	35,0
 Porcs	242'024	241'322	-702	-0,3	96,4
 Volaille	84'505	87'096	2'591	3,1	54,8

DÉPARTEMENT SERVICES INTERNES

Contrôles couronnés de succès

Au cours de l'année sous revue, les révisions suivantes ont été réalisées sans donner lieu à aucune contestation:

- comptabilité et clôture annuelle 2014 (par l'organe de révision Metreba AG)
- décomptes d'assurance sociale 2012-2014 (par l'organe de révision de l'AVS)
- décompte des projets 2014 pour la promotion des ventes de viande suisse (par l'Office fédéral de l'agriculture)

Collaboratrices et collaborateurs

En 2015, Proviande a employé en moyenne, hors membres du Conseil d'administration et collaborateurs externes, 94 personnes (contre 108 en 2014), ce qui correspond à 48,3 emplois à plein temps (contre 50,8 en 2014).

Le nombre de collaborateurs a diminué de 14 personnes principalement en raison d'une suppression de personnel et de

départs à la retraite au sein du Département Classification & Marchés, tandis que le nombre d'emplois à plein temps a baissé de seulement 2,5 postes. La fluctuation des collaborateurs est restée à peu près identique à celle de l'année précédente.

IT et informatique

Au cours de l'année sous revue, une nouvelle banque de données a été évaluée et intégrée dans le système informatique en guise de remplacement de FoxPro tombé en désuétude.

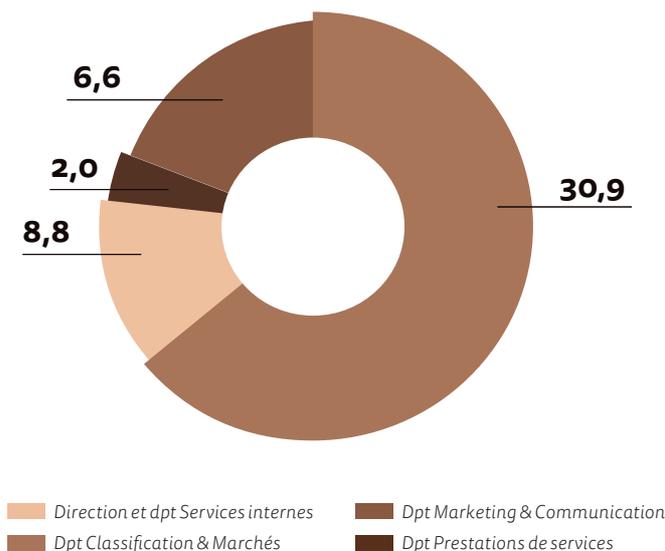
Le site Internet de Proviande, Viande Suisse et SwissMeat a été entièrement remanié, modernisé et structuré de manière plus claire. En collaboration avec le service Communication, l'Extranet a par ailleurs été adapté au nouveau site Web et étendu de manière à ce que tous les collaborateurs ainsi que des groupes externes clairement définis puissent accéder à tout moment aux documents importants pour eux.



**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
RENÉ MATHYS**

Le Département Services internes s'acquitte de diverses missions dans le domaine des finances, des ressources humaines, de l'informatique et du secrétariat. En outre, il dote l'entreprise de processus optimisés et d'une organisation structurée pour l'exécution de ses diverses missions.

RÉPARTITION DES EMPLOIS À PLEIN TEMPS SUR LES DIFFÉRENTS DÉPARTEMENTS



Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/cooperative



FINANCES

La somme du bilan a augmenté de 11,5% et le bénéfice annuel s'élevait à CHF 69 520.-.

COMPTE DE RÉSULTAT

	Année 2015 CHF	Année 2014 CHF
Recettes mandat OFAG	5'975'000	5'975'000
Recettes crédits d'encouragement OFAG	5'972'066	6'259'000
Recettes fonds propres	6'500'430	6'946'233
Recettes prestations de services	746'650	780'922
Réductions sur recettes / modification du croire	35'143	-9'963
Contributions annuelles des coopérateurs	66'000	66'000
Total recettes des prestations de services	19'295'289	20'017'192
Charges mandat de prestations / projets	-288'059	-344'911
Charges liées aux projets Promotion des ventes et OQuaDu	-11'369'194	-11'926'263
Charges résultant des prestations de services	-41'171	-75'120
Total charges résultant des prestations de services	-11'698'424	-12'346'294
Bénéfice brut	7'596'865	7'670'898
Charges de personnel	-6'250'692	-6'326'899
Charges d'exploitation et d'administration	-1'222'917	-1'273'203
EBITDA	123'256	70'796
Résultat financier	-1'031	1'291
Amortissements	-37'413	-40'947
Résultat d'exploitation avant impôts	84'812	31'140
Impôts	-15'292	-7'793
Bénéfice de l'exercice	69'520	23'347

BILAN

Actif	31.12.2015 CHF	31.12.2014 CHF
Actifs circulants	7'588'728	6'778'014
Actifs immobilisés	112'845	129'140
Total de l'actif	7'701'573	6'907'154

Passif

Dettes	6'384'871	5'640'473
Fonds propres	1'316'702	1'266'681
Total du passif	7'701'573	6'907'154

AFFECTATION DU BÉNÉFICE

	31.12.2015 CHF	31.12.2014 CHF
	Proposition du Conseil d'administration	Décision de l'Assemblée générale
Bénéfice disponible résultant du bilan		
Bénéfice de l'exercice	69'520	23'347
Report	593'455	590'778
Total du bénéfice disponible résultant du bilan	662'975	614'125

Proposition du Conseil d'administration concernant l'affectation du bénéfice

Intérêt de 5% sur le capital de la coopérative	19'500	19'500
Attribution aux réserves légales	3'480	1'170
Solde reporté à nouveau	639'995	593'455
Total du bénéfice résultant du bilan	662'975	614'125

COMMENTAIRE SUR LES COMPTES 2015

Le compte de résultat

Les recettes résultaient principalement des rémunérations pour l'exécution du mandat de prestations et des contributions allouées à la promotion des ventes de viande suisse et au programme OQuaDu «Nose to Tail».

Plus de la moitié des fonds alloués à la promotion des ventes et au projet OQuaDU provenait des contributions des producteurs et des abattoirs ainsi que des recettes générées par les projets de Proviande.

Au total, les recettes résultant des prestations de services ont diminué de KCHF 722 par rapport à l'année précédente. Cela est dû notamment à des fonds de promotion de l'Office fédéral de l'agriculture inférieurs, et au fait que la filière a utilisé moins de fonds propres pour la promotion des ventes et le projet OQuaDu.

Les charges résultant des prestations de services ont reculé par rapport à 2014 principalement suite à une utilisation moindre de fonds de promotion et de fonds propres pour la promotion des ventes et le projet OQuaDu, ainsi qu'en raison d'une diminution des prestations externes pour le mandat de prestations d'env. KCHF 648 au total.

Les charges de personnel ont baissé d'env. KCHF 76 au cours de l'année sous revue, notamment grâce à la réalisation d'importantes économies de coûts au sein du Département Classification & Marchés.

Les charges d'exploitation et d'administration ont diminué en 2015 d'env. KCHF 50 grâce à des économies de coûts. Les charges d'amortissement étaient également légèrement inférieures à l'année précédente.

Aucune recette extraordinaire n'a été enregistrée en 2015, mais les impôts ont augmenté suite à la hausse du résultat d'exploitation.

Le bilan

La somme de bilan a augmenté de 11,5% par rapport à 2014 à la date de référence, et ce notamment à cause des actifs circulants, qui ont augmenté surtout en raison d'un montant de liquidités supérieur, le-

quel est à attribuer entre autres à l'optimisation des rappels et de la facturation.

Côté passif, le capital étranger a augmenté en particulier grâce à l'optimisation de la gestion des créiteurs et à des paiements anticipés plus importants.

La structure patrimoniale des actifs s'est également légèrement modifiée par rapport à l'année précédente. Les actifs circulants ont notamment augmenté, et les actifs immobilisés légèrement diminué. Les actifs circulants correspondent à environ 98,5% de l'actif.

S'agissant du passif, les fonds propres ont progressé de 3,9% et la part de fonds propres a reculé à env. 17,1% suite à l'augmentation des dettes.



Le président
Johannes Heinzelmann



Le directeur
Heinrich Bucher

Berne, le 4 mars 2016



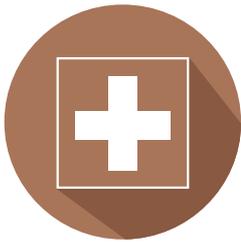
L'organe de révision

La société Metreba AG a contrôlé les comptes annuels de Proviande pour l'exercice 2015 et les a confirmés dans son rapport de révision du 29 février 2016.

LA VIANDE SUISSE OFFRE DES VALEURS AJOUTÉES DÉCISIVES

La viande suisse est un produit de grande qualité. Il vaut la peine de veiller à la provenance.

Un morceau de Suisse



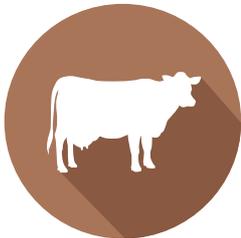
Dans le pays d'herbages qu'est la Suisse, de nombreuses exploitations paysannes familiales transforment les ressources naturelles en précieuses denrées alimentaires, entretiennent notre paysage et veillent à une biodiversité saine.

Transport respectueux des animaux



La Suisse possède la loi sur les transports d'animaux la plus sévère au monde. Cela signifie moins de stress pour les animaux et donc une viande de meilleure qualité.

Détention conforme aux exigences des espèces



Une détention d'animaux de rente conforme aux exigences des espèces revêt une grande importance en Suisse et est protégée par la loi. 80% des détenteurs d'animaux de rente se conforment même volontairement à des normes encore plus sévères.

Une denrée alimentaire sûre



La viande suisse mérite votre confiance. La traçabilité des produits est assurée jusqu'à la ferme, la Suisse est reconnue largement exempte d'épizooties et des lois sévères veillent à une production de viande sûre à tous les niveaux.

Affouragement naturel



Pour l'affouragement des animaux de rente, on utilise des aliments respectueux de l'environnement et exclusivement exempts d'OGM. 86% de ces aliments pour animaux sont d'origine suisse. Les hormones et antibiotiques en tant que stimulateurs de performance sont proscrits.



Une seule chose est valable pour un plaisir en toute bonne conscience: la viande d'origine suisse.

www.viandesuisse.ch

