

RAPPORT DE GESTION DE PROVIANDE 2016



PROVIANDE

CONTENU

Introduction

Dr Markus Zemp, président du CA, et Heinrich Bucher, directeur 1

Proviande société coopérative

Organisation 2

Vue d'ensemble de l'année 2016

| | |
|---------------------------------------|----|
| 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 2016 | 19 |

Annexe

Les connaissances actuelles de la population suisse sur
des thèmes importants autour de la viande suisse 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.



Les produits d'impression
certifiés Cradle to Cradle™
produits par Vögeli AG.

LA CONFIANCE DES CONSOMMATEURS EN TANT QUE FACTEUR-CLÉ



Avec cinquante et un kilos par personne, la consommation de viande est restée relativement stable en Suisse. Mais à l'échelle mondiale, elle augmentera nettement dans les années qui viennent, notamment dans les pays émergents et en voie de développement. La critique à l'égard de la production de viande et de l'économie carnée augmentera elle aussi en conséquence. En Suisse également, des articles de presse négatifs et des interventions politiques viseront de plus en plus à réglementer la consommation de viande et à détériorer les conditions-cadres pour les produits agricoles.

Dans la comparaison internationale, notre économie carnée est très en avance au niveau de la réalisation de mesures visant à renforcer la filière, et la collaboration au sein de la chaîne de création de plus-value fonctionne bien. Les défis vont toutefois s'accroître davantage dans un avenir proche.

C'est pourquoi il sera décisif de consolider et de continuer d'accroître la confiance des consommatrices et consommateurs à l'égard de la viande suisse. Pour y parvenir, il sera nécessaire de déployer à l'avenir également de gros efforts concernant la durabilité, le bien-être des animaux et la santé animale. De plus, les points de vue et arguments de la filière doivent être transmis d'une manière offensive et crédible, et les opinions erronées ou les demi-vérités doivent être corrigées d'une manière offensive. Proviande doit endosser un rôle central dans ce contexte. Elle le peut et le fera.

Dr Markus Zemp,
président du Conseil d'administration

Heinrich Bucher,
directeur



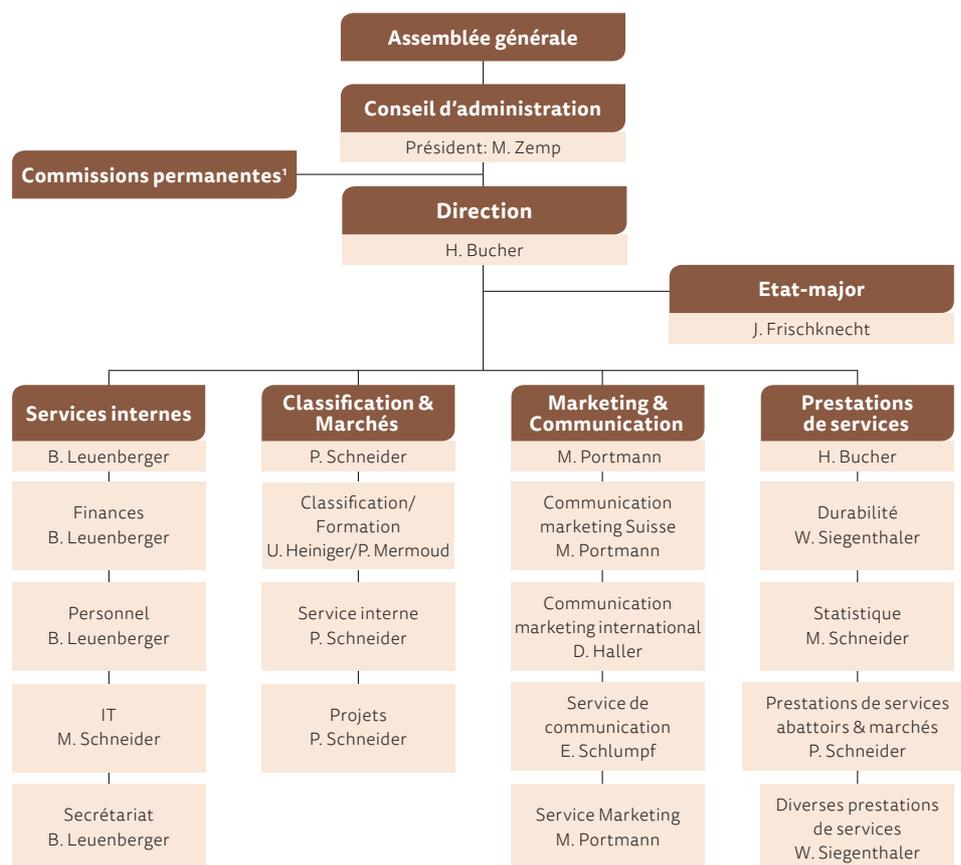
PROVIANDE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE

Proviande est l'organisation centrale pour toutes les questions autour des marchés suisses du bétail de boucherie et de la viande, ainsi que de l'aliment viande. Elle exécute un mandat de prestations de la Confédération qui prévoit des travaux d'exécution comme la classification d'animaux et de carcasses ainsi que la surveillance du marché, mène à bien des projets et services pour la filière et encourage les ventes de viande suisse.

i 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 des organisations et des entreprises de toute la chaîne de création de plus-value viande en activité en Suisse: 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 des engraisseurs de veaux, Brougg |
| Fédération suisse d'élevage ovin, Niederönz |
| 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, Lupfig |
| Association suisse du commerce de porcs, Stetten |
| Bell Suisse SA, Bâle |
| Centravo SA, Lyss |
| Coop, Bâle |
| Fédération des coopératives Migros, Zurich |
| GVFI Internationale 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

Zemp Markus, Schafisheim (depuis le 3.6.16)
Heinzelmann Johannes, Geroldswil (jusqu'au 25.4.16)

Membres

Organisations de producteurs

Herzog Kurt, Gundetswil
Nicod Bernard, Granges-près-Marnand
Oberle Jörg, Rickenbach LU
Oberli Christian, Rossrüti
Rufer Martin, Brougg
Ullmann Claus, Eschenz

Organisations d'utilisateurs et d'intermédiaires

Arnold Walter, Schönenberg an der Thur
Baumann Albert, Bazenheid
Birrer Heiner, Nottwil
Spiess Jürg, Berneck
Sutter Reto, Gossau
Wyss Lorenz, Bâle

Organisations de consommateurs*

Fehlmann Remo, Zurich (jusqu'au 26.8.16)
Staub Susanne, Murzelen

Vice-président

Sutter Reto, Gossau SG (depuis le 3.6.16)
Oberle Jörg, Rickenbach LU (jusqu'au 3.6.16)

Membres suppléants

Organisations de producteurs

Rösti Hans, Kandersteg
Gruet Philippe, Gressy (depuis le 3.6.16)
Wicki Werner, Sörenberg
Windlin Arnold, Giswil
Noël Christophe, Vuissens
Mosimann Christoph, Rüegsbach

Organisations d'utilisateurs et d'intermédiaires

Humbel Otto, Stetten
Von Strauss Lutz, Courtepin
Gerber Ulrich, Villeneuve
Kyburz Hans Rudolf, Lupfig
Martinetti Glauco, Stabio
Dähler Josef, Oensingen

Organisations de consommateurs*

Meier-Schmid Brigitte, Zurich (depuis le 3.6.16)

*Avec voix consultative.



Commissions

Commission Communication marketing

| | |
|-------------------------------|--|
| Portmann Marcel, Berne | Proviande (présidence) |
| Elia Davide, Bâle | Bell Suisse SA |
| Grob Felix, Sempach | Suisseporcs |
| Gygax Corinne, Grünenmatt | Association suisse des producteurs de volailles |
| Härter Daniel, Gossau | Ernst Sutter SA |
| Heiniger Markus, Moosseedorf | Transgourmet Suisse SA |
| Hinder Peter, Bazenhaid | Micarna SA |
| Hofstetter Mirjam, Brougg | Union Suisse des Paysans |
| Meier-Schmid Brigitte, Zurich | GastroSuisse |
| Schneider Fabian, 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, Bazenhaid | Micarna SA |
| Hofstetter Mirjam, Brougg | Union Suisse des Paysans |
| Oberli Christian, Rossrüti | Suisseporcs |
| Schenk Martin ⁴ , 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, Bazenhaid | Micarna SA |
| Oberle Jörg, Rickenbach LU | Fédération suisse des engraisseurs de veaux |
| Pfister Meinrad, Altshofen | Suisseporcs |
| Rösti Hans, Kandersteg | CI Marchés publics |
| Rufer Martin, Brougg | Union Suisse des Paysans |
| Schorderet Daniel, Estavayer-le-Lac | Marmy Viandes en gros SA |
| Schwab Stefan, Zollikofen | Anicom SA |
| Seiler Stefan, Oensingen | Bell Suisse SA |
| Siegrist Christian, Bazenhaid | 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 |
| Engeli Oliver, Englishofen | Producteurs de bétail bovin |
| Helfenstein Raphael, Sempach | Producteurs de porcs |
| Hofer Hans Rudolf ¹ , Zurich | Groupe spécialisé des abattoirs industriels |
| Schneider Peter, Berne | Proviande |

Commission du personnel

| | |
|---|--|
| Zemp Markus ² , Schafisheim | Proviande (présidence) |
| Heinzelmann Johannes ² , Geroldswil | Proviande (présidence) |
| Baumann Albert, Bazenhaid | Micarna SA |
| Oberli Christian, Rossrüti | Suisseporcs |
| Ullmann Claus, Eschenez | Association suisse des producteurs de volailles |
| Wyss Lorenz, Bâle | Coop |

¹ Depuis 1.1.2016. ² Jusqu'au 25.4.2016. ³ Depuis 3.6.2016. ⁴ Jusqu'au 31.8.2016.

Organe de révision

Metreba AG, Dübendorf



VUE D'ENSEMBLE DE L'ANNÉE 2016

Proviande a eu l'immense regret d'apprendre en avril le décès de son président de longue date Johannes Heinzlmann. Un successeur expert de la filière a toutefois pu être trouvé en la personne de Markus Zemp. L'exécution du mandat de prestations de la Confédération, la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de communication «Viande suisse. La différence est là.» et le projet OQuaDu «Savoir-Faire» ont constitué les points forts de 2016.

LE MARCHÉ DE LA VIANDE

Production de bétail de boucherie

Les effectifs de bétail bovin ont de nouveau reculé, mais cela n'a pas eu de répercussions négatives sur l'approvisionnement du pays en viande bovine. En effet, la production de viande d'étable a augmenté de 4,5% supplémentaires et la quantité de viande d'animaux de fabrication a également augmenté, de 0,4%, en dépit des faibles effectifs de vaches laitières. La part indigène de la viande bovine s'élevait à 82%.

La production de viande de veau a, quant à elle, reculé de 1,8%. En raison de l'utilisation de la génétique des races à viande, l'engraissement du gros bétail a reçu en priorité des veaux maigres.

S'agissant des porcs, une offre excédentaire est survenue à partir de la fin août et le poids des animaux bons pour l'abattoir a augmenté en conséquence. Le marché devait retrouver un équilibre avec des actions menées dans le commerce de gros et le commerce de détail, sans succès jusqu'à la fin de l'année. On a abattu au

total 2'678'378 animaux, et la part indigène s'élevait à 95,8%.

Au niveau de la viande de volaille, la tendance à la hausse s'est maintenue. La production indigène a pu être augmentée de 4,4%, et s'élevait à 90'969 tonnes poids mort. Quelques cas de grippe aviaire chez des oiseaux sauvages n'ont heureusement eu pratiquement aucune incidence sur la consommation.

Consommation

En 2016, on a consommé quasiment autant de viande qu'en 2015 (431'760 tonnes poids à la vente). La volaille et le bœuf, notamment, ont progressé (respectivement +0,3%, quantité totale, poids à la vente, et +1,1%). Avec 22,49 kg par habitant, la viande de porc est restée la viande la plus prisée. Plus de quatre cinquièmes de la viande consommée étaient issus de la production indigène.

Les mesures de promotion des ventes de viande de veau n'ont malheureusement pas eu le succès escompté, et la consommation a de nouveau baissé de

2,4%, passant ainsi à 2,71 kg poids à la vente par personne. Des mesures sont par conséquent prévues également pour 2017, notamment pour la phase critique de l'offre excédentaire saisonnière au printemps.

L'ESSENTIEL EN BREF

Classification & Marchés

L'exécution du mandat de prestations de la Confédération, la réaccréditation réussie du système AQ «Classification neutre de la qualité» ainsi que les divers projets de la filière étaient au centre des activités. Une solution sectorielle a pu être trouvée pour prévenir l'abattage de génisses et de vaches en gestation.

Marketing & Communication

La critique croissante à l'égard de la production et de la consommation de viande a été très marquée également en 2016 – le positionnement de la viande suisse est de plus en plus important. Dans ces circonstances, la stratégie de communication développée et approuvée par le Conseil d'administration

a été mise en œuvre et la nouvelle devise «Viande suisse. La différence est là.» a été introduite avec succès.

Prestations de services

Dans le cadre des concepts OQuaDu, les premières mesures du projet «Nose to Tail» «Savoir-Faire» ont pu être mises en œuvre, notamment un workshop propre à la filière ayant accueilli une cinquantaine de professionnels de la viande et restaurateurs. Par ailleurs, le Conseil d'administration a approuvé le concept de base d'un système de traçabilité au moyen de profils ADN pour la viande bovine.



ACTIVITÉS DES ORGANES

Assemblée générale

Le vice-président Jörg Oberle a ouvert l'Assemblée générale le 3 juin à Sempach par une minute de silence en mémoire du président Johannes Heinzelmann, décédé en avril.

Dans son allocution, Jörg Oberle s'est interrogé sur l'avenir de la viande suisse, qui est définie d'une manière déterminante par des valeurs telles que crédibilité

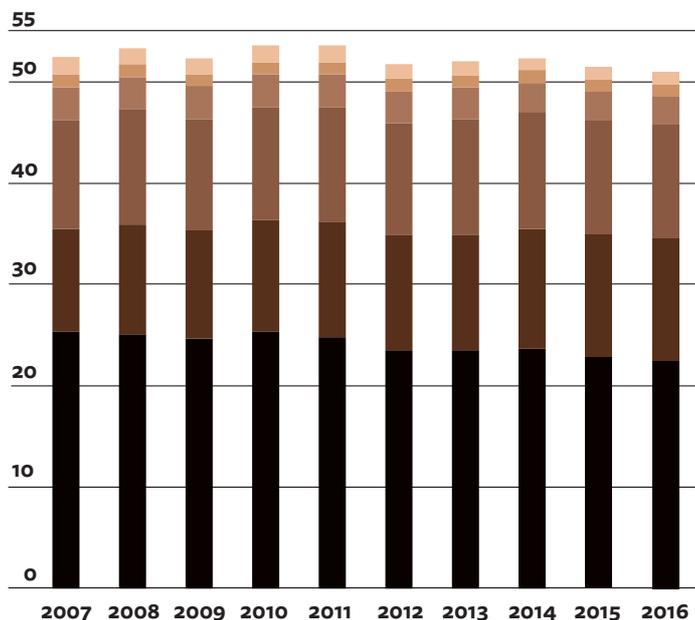
et confiance. «Le terme «viande suisse» est synonyme de plaisir responsable. On sait ce que l'on mange!»

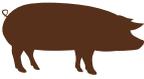
L'Assemblée générale a adopté les comptes annuels 2015 et approuvé une modification statutaire précisant la compétence du Conseil d'administration en matière de fixation des contributions pour la promotion des ventes de viande suisse ainsi que pour des projets de promotion de la qualité et de la durabilité.

Ont été élus à l'unanimité Dr Markus Zemp de Schafisheim pour occuper la fonction de président pour le mandat en cours, ainsi que Brigitte Meier-Schmid, Bassersdorf, et Philippe Gruet, Gressy, comme nouveaux membres suppléants du Conseil d'administration. Reto Sutter, Gossau, a été élu vice-président pour un an.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION PAR HABITANT

Kilogramme poids vente par habitant/an



1^{er} rang
 **22,49 kg** par habitant

2^e rang
 **12,04 kg** par habitant

Consommation totale par habitant 2016:
50,98 kg

■ Porc ■ Volaille ■ Bœuf¹
 ■ Veau ■ Mouton ■ Autres

¹ 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 le traitement des affaires ordinaires, le Conseil d'administration a décidé de ne pas adhérer pour le moment à l'association prévue pour la stratégie qualité du secteur agroalimentaire suisse. Il a adopté toute une série de prises de position et approuvé entre autres la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de communication, le concept de base pour un système de traçabilité ADN, la proposition concernant le futur rôle de Proviande en matière de durabilité ainsi que la modification des spécifications d'importation pour la viande de veau au tarif douanier. Une demande de soutien financier du projet «Pig&Pork» de Suisseporcs a également été autorisée.

Le Conseil d'administration a consacré un workshop à l'avenir de Proviande. Sous le titre «Quelle sera la situation de la filière viande et de Proviande en 2025?», des scénarios ont été discutés et des mesures définies. En guise de mission découlant du workshop, un plan de réalisation visant à poursuivre la promotion de la marque Viande Suisse a été élaboré et une «Journée de l'avenir du bétail bovin en Suisse» sera organisée en 2017.

Direction

Heinrich Bucher a participé au 21^e World Meat Congress à Punta del Este en Uruguay. Il en est ressorti que la consommation de viande mondiale – et donc la critique à l'égard de la production de viande – continuera de croître parallèlement à une tendance à la hausse des prix, le tout propulsé par les pays émergents et en voie de développement, notamment par la Chine.

Dans l'intérêt de l'ensemble de la filière viande, le directeur a représenté Proviande au sein des organes externes suivants:

- Agro-Marketing Suisse AMS (vice-président)
- Approvisionnement économique du pays (chef du service Viande et membre de la direction du domaine Alimentation)
- Groupe spécialisé Qualité de la viande porcine (président)
- Association Suisse pour les Sciences Animales (comité)
- Agroscope: conseil des parties prenantes, groupe d'accompagnement des parties

prenantes Production 2020, forum Production de viande porcine

- Organe paritaire de la Caisse de prévoyance Publica (représentant des employeurs)
- Conseil de la foire «Suisse Tier»

Comité de direction

Les affaires ont été préparées pour le Conseil d'administration et pour d'autres organes lors des séances ordinaires. Outre le programme d'activités et les objectifs annuels 2017, le Comité de direction a adopté notamment plusieurs prises de position, la proposition sur le futur rôle de Proviande concernant la durabilité ainsi qu'en complément, un logo «Viande Suisse» modifié dans le cadre des nouvelles dispositions «Swissness».

Un nouveau sondage des collaborateurs a été réalisé en 2016. Le Comité de direction a analysé le résultat et défini des mesures d'optimisation. De plus, les déroulements internes à Proviande et la répartition des tâches ont été remis en question, et la

procédure concernant les prochains départs en retraite a été définie.

Cadres

«Convaincre et susciter l'adhésion!» Tel était l'intitulé d'une formation organisée avec le professionnel de la communication Kurt Schmid. Lors d'un séminaire d'une journée au château de Münchenwiler, les cadres ont reçu d'importantes impulsions pour une communication efficace et couronnée de succès.

Lors des Journées des cadres, les résultats du sondage des collaborateurs ont par ailleurs été abordés, et le programme d'activités ainsi que les objectifs annuels 2017 ont été discutés.

Commissions Communication marketing et Marketing exportation

Lors de deux séances ordinaires et deux séances extraordinaires de la CCM, la nouvelle stratégie et sa mise en œuvre avec la nouvelle devise ont été présentées, de même que les mesures 2017.





Dans le domaine du marketing des exportations, la CME a discuté des activités complémentaires SWISS APÉRO, notamment les livraisons-tests au commerce de détail de denrées alimentaires allemand et le deuxième bar pop-up à Munich.

Commission Marchés et pratiques commerciales

Parmi les thèmes abordés, on recense notamment le projet de découpe Animaux de fabrication VK avec une modification des dispositions en matière de rendement pour les animaux d'élevage et de fabrication ou la modification des déductions de prix pour le bétail bovin JB et pour les ovins.

S'agissant des veaux, la modification de la définition de la viande de veau dans le tarif douanier, la constatation hebdomadaire des prix et les répercussions de la recommandation de la branche sur les veaux maigres (maintien sur l'exploitation de naissance pendant au moins 21 jours) ont constitué des points importants de l'ordre du jour. Par ailleurs, l'information technique sur la prévention de l'abattage de vaches et de génisses en gestation a été abordée.

Commission du personnel

Outre les affaires ordinaires telles que la préparation de l'Assemblée générale ou l'approbation du budget, de l'extrapolation et de la clôture des comptes à l'attention du Conseil d'administration, la nomination de

Markus Zemp en tant que président du CA pour le mandat en cours a été abordée en tant qu'affaire extraordinaire.

ÉTAT-MAJOR

La mission centrale de l'état-major est de soutenir l'entreprise dans les domaines de l'organisation et de l'administration. Dans cette fonction, il a administré et surveillé les affaires statutaires, organisé treize séances du Conseil d'administration et l'Assemblée générale, préparé les affaires en détail et élaboré les propositions et documents correspondants.

Les positions de Proviande et de la filière ont été intégrées dans diverses prises de position dans le cadre d'auditions sur des modifications de lois. A l'appui du règlement sur le financement, l'état-major a relevé les chiffres d'abattages pour le calcul des fonds propres. Sur cette base, les contributions individuelles ont été calculées et la facturation a été surveillée.

L'état-major a représenté Proviande lors des quatre séances de la Commission technique d'Agro-Marketing Suisse. Proviande est également impliquée dans le projet SUISSSE GARANTIE. Le règlement sectoriel Viande remanié par l'état-major a pu entrer en vigueur en janvier comme prévu. De plus,

la compatibilité de trois programmes d'assurance-qualité avec SUISSSE GARANTIE a été contrôlée, et les autorisations correspondantes ont été délivrées.

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

L'année a été marquée par des attaques à l'encontre de la filière viande, tant à travers des comptes rendus unilatéraux dans les médias que des interventions politiques. Toutes les actions poursuivaient au final le même objectif: celui de restreindre la consommation de viande. L'initiative parlementaire Jans («Pas de subventions en faveur des publicités pour la viande») et une pétition de l'association «Tier im Fokus», notamment, veulent rogner la promotion des ventes de la Confédération pour la viande et les produits carnés, infligeant ainsi de sérieux dommages aux exploitations agricoles et à l'ensemble de la chaîne de création de plus-value Viande. La filière viande doit par conséquent s'ériger comme un seul homme contre de telles attaques, comme cela a été le cas sous la houlette de Proviande vis-à-vis de l'initiative Jans.

Proviande a une fois de plus pu se positionner auprès des médias en tant qu'organisme d'information compétent. Des réponses ont été données à une centaine de requêtes médiatiques et à de nombreuses questions de la population. Plusieurs interviews ont par ailleurs été données. En collaboration avec Suisseporcs, Aviforum et l'Union Suisse des Paysans, les faits concernant la détention animale en Suisse et à l'étranger ont été analysés et publiés. Associé à l'argumentaire remanié, le document constitue une importante source d'information.

Il a également été possible de profiter plusieurs fois en 2016 du système d'information actualisé «Radar». La castration des porcelets et la viande aux hormones étaient deux des thèmes abordés. Le manuel de gestion des crises a également été mis à jour, afin que nous soyons armés à tout moment en cas d'urgence.

DÉPARTEMENT CLASSIFICATION & MARCHÉS

Le mandat de prestations

La principale mission était à nouveau l'exécution du mandat de prestations de la Confédération pour des travaux d'exécution au sens de l'article 26 de l'ordonnance sur le bétail de boucherie.

Peu avant la fin de l'année, le programme d'austérité du Parlement pour le budget fédéral 2017 a été dévoilé. Il comporte aussi une réduction de CHF 323'200.- de la rémunération de Proviande pour le mandat de prestations. Après la coupe déjà effectuée en 2014, il faut à nouveau trouver des solutions pour relever cet autre défi massif et pouvoir le compenser.

Classification neutre de la qualité

La classification neutre de la qualité par Proviande a été réalisée dans 26 abattoirs et sur 990 marchés de bétail bovin et de moutons.



Marchés publics du bétail de boucherie

Au total, 61'108 animaux ont été apportés sur 680 marchés de bétail bovin (+7,7%), dont principalement des animaux de fabrication (65%). Bien que les effectifs de bétail bovin aient globalement diminué en 2016, la hausse au niveau des animaux apportés est un signe réjouissant et la preuve que le système fonctionne bien. Sur les marchés publics des moutons, le

nombre d'animaux apportés est resté à peu près identique à celui de l'année précédente. 68'058 moutons (-0,3%) ont été classifiés sur 310 marchés.

Interventions sur le marché

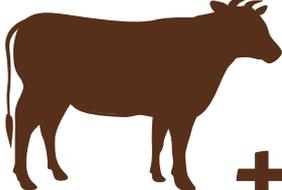
Tandis que l'attribution d'animaux à partir de marchés publics est restée pratiquement inchangée pour le bétail bovin – seules 129 bêtes ont dû être attribuées

ÉVOLUTION DES APPORTS SUR LES MARCHÉS PUBLICS SURVEILLÉS

| | |  Bovins |  Ovins |
|--------------|-------------------|--|---|
| Marchés | 2015 | 683 | 320 |
| | 2016 | 680 | 310 |
| | Différence | -3 | -10 |
| Apports | 2015 | 56'735 | 68'280 |
| | 2016 | 61'108 | 68'058 |
| | Différence | +4'373 | -222 |
| Attributions | 2015 | 119 | 434 |
| | 2016 | 129 | 1'708 |
| | Différence | +10 | +1'274 |

-3
marchés

+4'373
apports



CLASSIFICATION NEUTRE DE CARCASSES EN 2016

| Espèce animale | Abattages | Classifiés par Proviande | Part des classifications en % |
|--|-----------|--------------------------|-------------------------------|
|  Gros bétail | 399'933 | 352'173 | 88,1% |
|  Veaux | 229'479 | 203'643 | 88,7% |
|  Porcs | 2'670'878 | 2'461'175 | 92,1% |
|  Ovins | 220'266 | 126'593 | 57,5% |

à des maisons de commerce autorisées à importer –, la situation du marché différente pour les agneaux et les moutons a causé, avec 1'708 animaux attribués, une multiplication par quatre par rapport à l'année précédente.

Afin de soulager le marché de l'offre excédentaire saisonnière de veaux d'étal, environ 627 tonnes de viande de veau ont dû être mises en stock.

Projets divers

Projet de découpe Animaux de fabrication VK

Sur la base des chiffres-clés relevés et calculés, les exigences en matière de rendement sur le tableau des prix hebdomadaires ont été contrôlées, les résultats ont été publiés dans un rapport final et les taux de rendement dans les catégories MT, OB, RG, MA, RV et VK ont été adaptés en fonction des résultats nouvellement obtenus.

Prévention de l'abattage d'animaux en gestation

Avec le concours de l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires, de la Protection Suisse des Animaux et de participants de la chaîne de création de plus-value Viande, Proviande a élaboré une information technique visant à sensibiliser dans un premier temps les détenteurs et marchands d'animaux à la problématique, et à prévenir au maximum l'abattage d'animaux en gestation à l'avenir.

Revue du marché

En raison des faibles effectifs de vaches, les prix des animaux de fabrication ont augmenté, atteignant un niveau excessif.

En août, les prix des animaux de fabrication VK ont toutefois baissé en quelques semaines, passant de CHF 8,50 à CHF 7,30 par kilo poids mort, ce qui a entraîné un appel au boycott de la part des producteurs.

Les bases de calcul ont été contrôlées et modifiées afin d'optimiser la fixation des prix.

A notre sujet

Les deux domaines de spécialisation Abattoirs et Marchés ont été réunis dans le cadre d'une réorganisation pour devenir le domaine Classification et formation. Désormais, deux experts en assurent la codirection et veillent à ce que la classification soit encore plus équilibrée et la formation adaptée en permanence aux besoins changeants.

Les activités du service de classification ont été contrôlées lors d'un audit interne et de deux audits externes. Le domaine a passé les audits avec succès et est accrédité pour cinq années supplémentaires.

Formation et formation continue

Pour la première fois, les licences des classificateurs des marchés ont été renouvelées conformément au nouveau concept avec un nombre de points fixé comme référence. Le contenu du cours modifié et les exigences minimales ont fait leurs preuves et les éventuels déficits peuvent désormais être éliminés d'une manière ciblée.



**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.



Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/c+m

DÉPARTEMENT MARKETING & COMMUNICATION

«Viande suisse. La différence est là.»

Dans le contexte d'une propagation croissante de demi-vérités concernant la détention des animaux de rente également dans le domaine des médias, la mise en œuvre de la stratégie de communication développée est d'une importance centrale. Depuis le lancement de la nouvelle campagne publicitaire en octobre – des messages explicatifs sur la viande suisse sont maintenant diffusés dans toutes les annonces et tous les spots TV –, les avantages de la viande indigène sont montrés tout à fait dans le sens de la nouvelle devise «La différence est là».



La Viande Suisse Academy a un an

Depuis le lancement de l'appli gratuite Viande Suisse Academy, celle-ci a été téléchargée 150'000 fois jusqu'à fin 2016, et a atteint un taux de notoriété de 25%. L'appli a reçu l'or dans le cadre du prix Edi, qui récompense les films publicitaires suisses.

A la rencontre des gens!

Comme les années précédentes, les engagements dans les sports d'hiver, le tennis et le beach-volley ont permis à un large public d'entrer en contact avec Viande Suisse et de déguster avec tous leurs sens des produits carnés indigènes.

La conception détaillée et la négociation des nouveaux partenariats étaient toutefois au centre de l'intérêt. Viande Suisse sera présente à partir de 2017 sur des festivals de musique sélectionnés avec un concept de sponsoring recentré.

«Nose to Tail»

L'année 2016 était entièrement placée sous le signe d'une valorisation intégrale des animaux de boucherie. Entre le museau et la queue, l'animal offre, outre le filet, l'entrecôte & Co., une multitude d'alternatives savoureuses que l'on ne devrait pas manquer.

– Avec la campagne principale RP, on a donné aux consommateurs l'envie de goûter des plats «Nose to Tail» moins connus.

– Le propre magazine gastronomique «Fourchette & Couteau» (tiré à 34'000 ex.) a organisé quatre Challenges «Nose to Tail», lors desquels deux grands cuisiniers s'affrontaient chaque fois afin de sensibiliser les restaurateurs à la préparation créative de morceaux de viande presque oubliés.



Petits et grands gastronomes

Très appréciés, les cours de cuisine pour les enfants ont été organisés pour la seconde fois déjà en collaboration avec la *Guilde suisse des Restaurateurs-Cuisiniers*. Lors de 47 cours, 489 petits gourmets et les personnes qui les accompagnaient se sont laissé enthousiasmer par la cuisine, la nourriture et la dégustation.

Près de 1'000 visiteurs ont goûté les délicieux canapés au cœur de bœuf et au diaphragme du cuisinier *No Food Waste Mirko Buri* lors du salon professionnel de la gastronomie *ZAGG* à Lucerne sur le tout nouveau stand de *Viande Suisse*. Ils ont accueilli les messages de *Viande Suisse* avec intérêt – de la même manière que les visiteurs du salon *Gastronomia* à Lausanne.

À l'automne, la grande finale du concours de cuisine «*La Cuisine des Jeunes*» a réuni les quatre finalistes – dont une jeune femme – à Interlaken pour préparer leurs créations innovantes à base de viande de veau suisse.

Bien informés

Il a été possible de transmettre des faits importants sur la viande suisse via les partenariats médiatiques, avec de propres communiqués de presse et la réponse à de nombreuses demandes de journalistes, de consommateurs et d'étudiants.

Un réseau bien développé est indispensable pour la communication avec des groupes-cibles spécifiques. C'est en ce sens qu'un échange intensif avec d'importants spécialistes en diététique a eu lieu, et que le nouveau groupe-cible «*économie familiale*» à atteindre a reçu deux mailings de découverte.



Deux notices d'information enrichissantes ont renseigné les diététicien(ne)s diplômé(e)s sur tout ce qu'il faut savoir à propos de la production de viande et de la détention animale, et avec la *Société Suisse de Nutrition SSN*, sept nouveaux modèles d'«*assiette optimale*» avec de la viande suisse ont été élaborés sur le thème «*Nose to Tail*».



www.facebook.com/viandesuisse

Viande Suisse – désormais aussi sur Facebook! Les amateurs de viande trouveront ici des faits intéressants, des conseils ainsi que des réponses à de nombreuses questions autour de la viande et de l'alimentation.

SWISS APÉRO – le deuxième!

La traditionnelle culture suisse de l'apéro a convaincu également les Munichois. Pendant près de trois semaines, les clients du deuxième bar pop-up ont profité de l'ambiance suisse pleine de style et dégusté des spécialités carnées suisses séchées à l'air. www.swiss-apero.com

SWISS APÉRO a aussi suscité une grande attention auprès du commerce de denrées alimentaires allemand. De premiers référencement-tests ont pu être réalisés dans les quatre chaînes de supermarchés *Kaufland*, *Rewe*, *Tegut* et *Edeka Melic* à Munich. Et en décembre, le nouveau magazine *Food & Lifestyle* avec des contenus informatifs et divertissants a été mis en ligne.



**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
MARCEL PORTMANN**

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.



Informations supplémentaires:
www.viandesuisse.ch

DÉPARTEMENT PRESTATIONS DE SERVICES

Durabilité et «Nose to Tail»

Plate-forme Durabilité

Le Comité de direction et le Conseil d'administration ont déterminé le futur rôle de Proviande concernant la durabilité, et dissout par la suite la plate-forme Durabilité dans sa forme existante. Proviande va toutefois sonder à l'avenir aussi les besoins de la filière dans le cadre de cette thématique, et réaliser des projets sectoriels ainsi que des publications éloquentes.

«Savoir-Faire» – un projet OQuaDu exemplaire

Le projet «Nose to Tail» «Savoir-Faire», étalé sur plusieurs années, a pour objectif de soutenir une chaîne de création de plus-value Viande tournée vers l'avenir, et de participer activement à la discussion autour de l'alimentation durable. Il aspire à une valorisation intégrale des animaux de boucherie, en ce sens que la viande, en tant que précieuse denrée alimentaire, doit servir dans les proportions les plus grandes possibles à l'alimentation humaine

et n'être utilisée comme fourrage ou matière première énergétique que lorsqu'il est impossible de faire autrement. Après de vastes travaux préliminaires, le projet a démarré par un workshop pour les groupes-cibles primaires. Professionnels de la viande, enseignants en écoles professionnelles, producteurs et restaurateurs ont discuté des défis et opportunités d'une consommation «Nose to Tail» accrue. Le résumé: le principe «Nose to Tail» est une tendance assortie d'un fort potentiel.

Dans le but de redécouvrir le bœuf et de se familiariser avec les recommandations du maître-boucher en matière de morceaux pour les initiés, le cours-pilote «Le meilleur du bœuf – le filet?» a été réalisé avec vingt participants issus du secteur gastronomique, qui se sont vu expliquer la découpe de l'animal et les morceaux, et montrer quels morceaux de viande conviennent pour quels plats. La série de cours sera poursuivie en 2017.

Outre la préparation d'une brochure «Découpes spéciales», une étude axée sur la pratique concernant le comportement d'achat et de consommation a été réalisée. Elle évalue la consommation en dehors

de la maison le midi et expose les raisons du comportement de consommation.

Le projet «Savoir-Faire» est cofinancé par la Confédération dans le cadre de l'ordonnance sur la promotion de la qualité et de la durabilité dans le secteur agroalimentaire (OQuaDu). Il a été sélectionné par l'Office fédéral de l'agriculture en tant que projet OQuaDu exemplaire et présenté à une cinquantaine de participants dans le cadre d'un cours Agridea.

i Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/sf

Traçabilité via l'ADN

Un système de traçabilité ADN pourrait permettre à l'avenir de prouver que la viande et les produits carnés d'origine déclarée suisse proviennent réellement d'animaux qui ont été détenus et abattus en Suisse. Pour le compte du Conseil d'administration, un concept correspondant a été élaboré et un groupe de travail composé de représentants de tous les maillons de la chaîne de création de plus-value Viande a été constitué.

La traçabilité via l'ADN susciterait auprès du consommateur final un sentiment accru de sécurité et de confiance dans la viande suisse, ce qui influencerait de manière positive sa décision d'achat. De premiers tests ont été réalisés dans plusieurs abattoirs. Le Conseil d'administration doit décider du financement et de la mise en œuvre du projet d'ici mai 2017.

Autres projets

«Connaissances de base sur les marchés du bétail de boucherie et de la viande 2015/2016»

Proviande et l'Union Suisse des Paysans ont réalisé ensemble une brochure qui expose, de manière aisément compréhensible, les bases des marchés du bétail de boucherie et de la viande. La brochure sera mise à jour chaque année.





**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
HEINRICH BUCHER**

Des statistiques très éloquentes

Le Département Prestations de services a élaboré durant l'année 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 et des médias.

Groupe spécialisé TTS

En 2016 également, Proviande a géré le secrétariat du Groupe spécialisé pour des transports d'animaux et des abattoirs conformes à la législation sur la protection des animaux. Entre autres activités, l'information technique «Exigences posées aux personnes transportant des animaux» a été réalisée avec l'OSAV, et la brochure ASVC «Dispositions générales en matière de transport» a été remaniée.

Décomptes du bétail de boucherie

Dans le cadre de la convention de droit privé passée avec les organisateurs de marchés des cantons BE, BL, VS et TI, le Département a établi les décomptes pour un total de 21'231 animaux de l'espèce bovine ainsi que pour les animaux des autres cantons attribués conformément au mandat de prestations.

Association des amis des bouchers

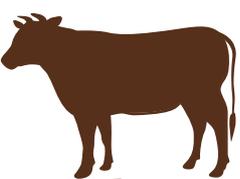
Le 14^e Championnat suisse de désossage s'est déroulé chez Bell SA à Oensingen, sous l'égide et avec la coopération de Proviande. Par ailleurs, Proviande a apporté son soutien pour l'organisation de l'Assemblée générale et l'administration des membres.

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.

 Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/services

COMPARAISON DES PRODUCTIONS INDIGÈNES

| Espèce animale | Poids mort 2015 (tonnes) | Poids mort 2016 (tonnes) | Evolution (tonnes) | Evolution (%) | Part indigène 2016 (%) |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------|---------------|------------------------|
|  Gros bétail | 112'153 | 115'170 | 3'017 | 2,7 | 82,0 |
|  Veaux | 29'103 | 28'579 | -524 | -1,8 | 97,1 |
|  Ovins | 4'776 | 5'076 | 300 | 6,3 | 36,8 |
|  Porcs | 241'322 | 238'614 | -2'708 | -1,1 | 95,8 |
|  Volaille | 87'096 | 90'969 | 3'873 | 4,4 | 57,0 |


**+3'017
tonnes**

DÉPARTEMENT SERVICES INTERNES

Collaboratrices et collaborateurs

Sondage des collaborateurs

Après trois ans d'interruption, Proviande a de nouveau réalisé, en collaboration avec SwissBenchmark Sursee, un vaste sondage des collaborateurs. Le taux de retour a atteint 80,9%, si bien que les résultats ont donné une image représentative. L'évaluation a débouché sur une valeur moyenne totale de 3,12 (sur une échelle de 4), ce qui correspond à une bonne évaluation. Pour les domaines dans lesquels un potentiel d'amélioration a été mis au jour, le Comité et les cadres ont décidé de mesures correspondantes, qui ont en partie déjà été mises en œuvre.

Effectif du personnel

Proviande a employé en moyenne, hors membres du Conseil d'administration, membres des commissions et collaborateurs externes, 93 personnes (contre 94 en 2015), correspondant à 46,7 emplois à plein temps (contre 48,3 en 2015). La fluctuation des collaborateurs a évolué

à un niveau légèrement supérieur à celui de l'année précédente en raison de changements au niveau du personnel dans les Départements Services internes et Classification & Marchés.

IT et informatique

La solution ERP Microsoft Dynamics NAV existante est devenue désuète et doit être adaptée aux exigences actuelles. Jusqu'à la fin de l'année, les travaux de préparation nécessaires pour la mise à niveau à la version 2016 ont pu être effectués et les modifications logicielles des différentes applications ont fait l'objet de tests intensifs. La transition productive aura lieu après la clôture des comptes annuels au printemps 2017.

La nouvelle version offre d'une part des interfaces utilisateurs modernes et adaptables, et d'autre part, elle permet de franchir une étape vers une gestion de processus soutenue par un logiciel.

Révision réussie

La révision de la comptabilité et de la clôture annuelle 2016 par la société Metreba AG Dübendorf n'a donné lieu à aucune contestation.

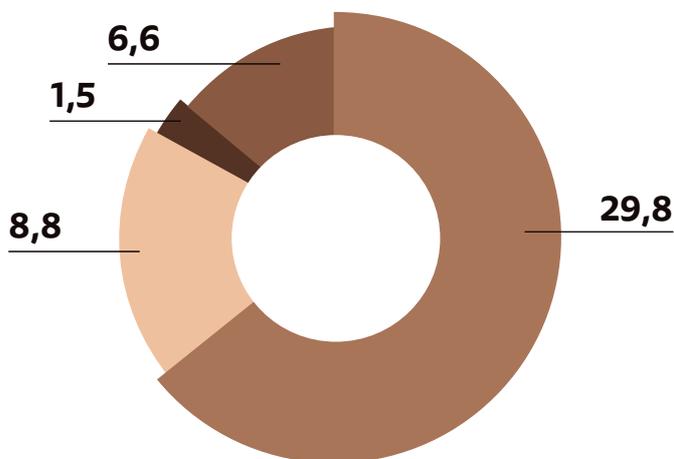


**RESPONSABLE DE DÉPARTEMENT
BEAT LEUENBERGER**

Le Département Services internes s'acquitte de diverses missions dans les domaines des finances, des ressources humaines, de l'informatique et du secrétariat. Par ailleurs, il soutient l'entreprise grâce à une amélioration constante des processus de déroulement et une organisation structurée au mieux.

 Informations supplémentaires:
www.proviande.ch/cooperative

RÉPARTITION DES EMPLOIS À PLEIN TEMPS SUR LES DIFFÉRENTS DÉPARTEMENTS



 Direction et dpt Services internes

 Dpt Classification & Marchés

 Dpt Marketing & Communication

 Dpt Prestations de services

46,7
emplois à
plein temps



FINANCES

Le bénéfice annuel atteignait en 2016 CHF 45'042.-, avec une baisse de 7,4% de la somme du bilan. La structure patrimoniale des actifs est restée inchangée par rapport à l'année précédente.

COMPTE DE RÉSULTAT

| | Année 2016 CHF | Année 2015 CHF |
|--|--------------------|--------------------|
| Recettes mandat OFAG | 5'975'000 | 5'975'000 |
| Recettes crédits d'encouragement OFAG | 6'155'213 | 5'972'066 |
| Recettes fonds propres | 6'574'719 | 6'500'430 |
| Recettes prestations de services | 749'790 | 746'650 |
| Réductions sur recettes / modification du croire | -43'250 | 35'143 |
| Contributions annuelles des coopérateurs | 66'000 | 66'000 |
| Total recettes des prestations de services | 19'477'471 | 19'295'289 |
| Charges mandat de prestations / projets | -320'186 | -288'059 |
| Charges liées aux projets Promotion des ventes et OQuaDu | -11'670'544 | -11'369'194 |
| Charges résultant des prestations de services | -11'110 | -41'171 |
| Total charges résultant des prestations de services | -12'001'839 | -11'698'424 |
| Bénéfice brut | 7'475'632 | 7'596'865 |
| Charges de personnel | -6'043'276 | -6'250'692 |
| Charges d'exploitation et d'administration | -1'310'685 | -1'222'917 |
| EBITDA | 121'671 | 123'256 |
| Résultat financier | -1'618 | -1'031 |
| Amortissements | -32'988 | -37'413 |
| Résultat d'exploitation avant impôts | 87'065 | 84'812 |
| Impôts | -42'023 | -15'292 |
| Bénéfice de l'exercice | 45'042 | 69'520 |

BILAN

| Actif | 31.12.2016 CHF | 31.12.2015 CHF |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Actifs circulants | 7'046'108 | 7'588'728 |
| Actifs immobilisés | 83'233 | 112'845 |
| Total de l'actif | 7'129'341 | 7'701'573 |

Passif

| | | |
|------------------------|------------------|------------------|
| Dettes | 5'787'097 | 6'384'871 |
| Fonds propres | 1'342'245 | 1'316'702 |
| Total du passif | 7'129'341 | 7'701'573 |

AFFECTATION DU BÉNÉFICE

| | 31.12.2016 CHF Proposition du Conseil d'administration | 31.12.2015 CHF Décision de l'Assemblée générale |
|--|---|--|
| Bénéfice disponible résultant du bilan | | |
| Bénéfice de l'exercice | 45'042 | 69'520 |
| Report | 639'997 | 593'455 |
| Total du bénéfice disponible résultant du bilan | 685'039 | 662'975 |

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 | 2'252 | 3'480 |
| Solde reporté à nouveau | 663'287 | 639'995 |
| Total du bénéfice résultant du bilan | 685'039 | 662'975 |

COMMENTAIRE SUR LES COMPTES 2016

Le compte de résultat

Près de deux tiers des recettes résultant des prestations de services générées provenaient des contributions d'encouragement pour Viande Suisse et pour les projets OQuaDu. Le reste provenait de rémunérations pour l'exécution du mandat de prestations et des recettes résultant des autres prestations de services.

Les contributions d'encouragement des producteurs et des abattoirs ainsi que les recettes générées par Proviande avec les projets ont apporté plus de la moitié des fonds alloués à la promotion des ventes et aux projets OQuaDu.

Au total, les recettes résultant des prestations de services étaient supérieures d'environ KCHF 182 à celles de l'année précédente, notamment parce que la Confédération a mis à disposition davantage de fonds de promotion et la filière davantage de fonds propres pour la promotion des ventes et les projets OQuaDu.

Les charges résultant des prestations de services ont elles aussi augmenté, d'environ KCHF 303, principalement en raison de dépenses plus élevées pour la promotion des ventes et les projets OQuaDu, ainsi que suite à une légère hausse des prestations externes au sein du Département Prestations de services.

Les charges de personnel ont diminué au cours de l'année sous revue comme l'avait prévu le budget, notamment en raison de changements au niveau de l'effectif du personnel ainsi que d'une baisse des dépôts dans la réserve de contributions de l'employeur.

L'augmentation des charges d'exploitation et d'administration d'environ KCHF 96 est le fruit d'une hausse des coûts pour des projets IT réalisés, sachant que les charges d'amortissement ont légèrement diminué par rapport à l'année précédente.

Tandis qu'il n'y a eu aucun succès extraordinaire enregistré en 2016, la charge fiscale a augmenté en raison de paiements ultérieurs pour les années précédentes.



Dr Markus Zemp,
président du Conseil
d'administration



Heinrich Bucher,
directeur

Berne, le 3 mars 2017

Le bilan

La somme du bilan a diminué de 7,4% par rapport à 2015 à la date de référence, notamment en raison des actifs circulants, qui ont diminué surtout à cause de la baisse des liquidités résultant d'une optimisation de la gestion des crédateurs.

La gestion améliorée des crédateurs a également permis la baisse des dettes à court terme côté passif.

La structure patrimoniale des actifs est restée inchangée par rapport à l'année précédente. Près de 98,8% des actifs sont à attribuer aux actifs circulants, ce qui correspond à une hausse de 0,3%.

S'agissant du passif, les fonds propres ont progressé de 1,9% et la part de fonds propres est montée à env. 18,8% suite à la diminution de 1,7% des dettes.

L'organe de révision

La société METREBA AG a contrôlé les comptes annuels de Proviande pour l'exercice 2016 et les a confirmés dans son rapport de révision du 10 mars 2017.



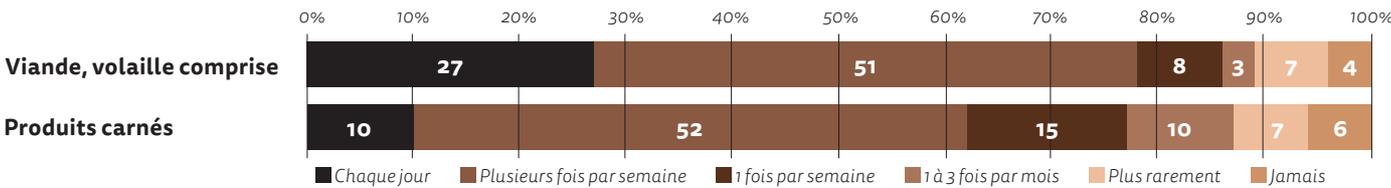
VIANDE SUISSE: QUE SAIT LA SUISSE?

A l'été 2016, la société Dichter Research AG, Motiv-, Marketing- und Marktforschung, a réalisé pour le compte de Proviande une étude représentative en Suisse alémanique et en Suisse romande. L'objectif de cette étude était de montrer le point de vue de la population sur la viande d'origine suisse et l'état des connaissances de celle-ci sur d'importants thèmes ayant trait à la viande.

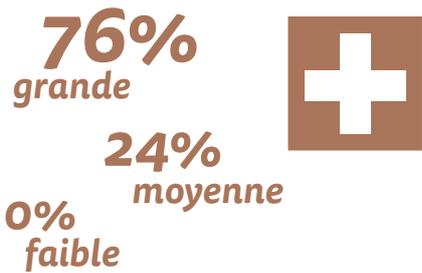
Le sondage concernant l'état des connaissances des consommatrices et consommateurs a révélé une méconnaissance assez importante. De nombreux faits ne leur sont pas familiers, et sont sous- ou surestimés par les personnes interrogées. Les directives, lois et autres programmes de promotion étatiques sont peu voire pas du tout connus de la plupart des participants. L'étude sera réitérée dans approximativement trois ans, afin de constater les évolutions à moyen terme.

PETIT EXTRAIT DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE:

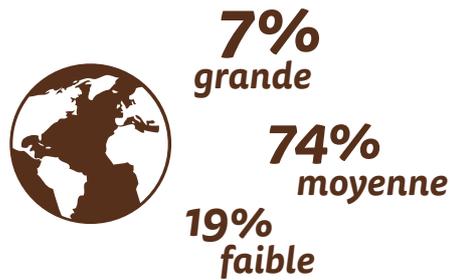
«A quelle fréquence consommez-vous en moyenne de la viande, de la volaille ou des produits carnés (comme du jambon ou des saucisses), que ce soit chez vous ou à l'extérieur?»



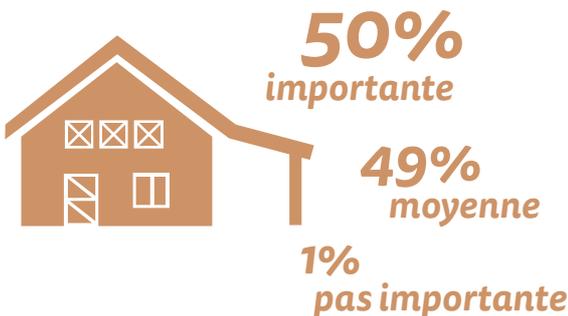
«Quelle est l'ampleur de votre confiance dans la viande suisse?»



«Quelle est l'ampleur de votre confiance dans la viande étrangère?»



«Dans quelle mesure l'origine suisse de la viande est-elle importante pour vous?»



«Quelle est votre disposition à dépenser plus pour de la viande suisse que pour de la viande étrangère?»

