

# RAPPORT ANNUEL DE PROVIANDE 2021



**PROVIANDE**



# LA FILIÈRE VIANDE RELÈVE LES DÉFIS

L'année 2021 a demandé une certaine flexibilité de la part de l'économie de la viande. En raison de la pandémie de coronavirus et des restrictions qui en ont résulté dans le secteur gastronomique pratiquement jusqu'au milieu de l'année, les ventes de viande sont restées sous pression dans ce secteur. Cela s'est notamment fait sentir au niveau de la viande de veau, et l'offre excédentaire en début d'année a dû être compensée par des mesures d'allègement du marché. Le commerce de détail a quant à lui profité des restrictions en termes de restauration en dehors du domicile et d'achats à l'étranger qui sont restées en vigueur durant une grande partie de l'année.

La filière viande a fourni beaucoup de travail en 2021. Proviande s'est réorientée stratégiquement afin de pouvoir continuer à l'avenir à façonner le secteur agroalimentaire en tant que partenaire importante au sein du dialogue.

Les débats politiques ont exigé de la flexibilité et de la réactivité. La pandémie de coronavirus ayant été quelque peu reléguée au second plan au fur et à mesure que l'année avançait, les discussions autour de la sécurité de l'approvisionnement, de l'élevage intensif et de la protection du climat ont repris. Proviande a donc intensifié – et continuera de le faire à l'avenir – son travail de relations publiques et de communication d'entreprise. Elle se présentera notamment d'une seule voix face aux autorités et au monde politique.

Une nouvelle année pleine de défis attend désormais la filière. En plus de la pandémie de coronavirus qui n'est pas encore terminée, la sécurité alimentaire va prendre de l'importance avec la mauvaise année de récolte 2021 et la situation actuelle sur le marché mondial. La votation relative à l'initiative sur l'élevage intensif, qui met l'accent sur le bien-être animal, et la stratégie climatique de la Confédération, dont la mise en œuvre fait actuellement l'objet de discussions au sein des offices fédéraux, ne sont que quelques-uns des défis qui se présentent à la filière.

Cette dernière a toutefois toujours fait preuve de la flexibilité nécessaire, et chaque membre de la chaîne de création de plus-value contribue à convaincre la majorité de la population du caractère sain et de l'excellence de son produit. Des sondages montrent que la viande suisse est appréciée. Il s'agit donc maintenant de proposer suffisamment de produits indigènes à un prix qui tienne compte de cette estime tout en étant acceptable pour les consommatrices et consommateurs. Car en effet, ces derniers continueront à décider de ce qu'il y a dans leurs assiettes.



Dr Markus Zemp, président du Conseil d'administration



Heinrich Bucher, directeur

# CONTENU RAPPORT ANNUEL 2021

PROVIANDE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE .....	4
VUE D'ENSEMBLE DE L'ANNÉE 2021 .....	11
COMMUNICATION D'ENTREPRISE ET RELATIONS PUBLIQUES .....	16
DÉPARTEMENT CLASSIFICATION & MARCHÉS.....	18
DÉPARTEMENT COMMUNICATION MARKETING VIANDE SUISSE .....	22
DÉPARTEMENT PRESTATIONS DE SERVICES.....	25
DÉPARTEMENT SERVICES INTERNES .....	30
FINANCES.....	32



# PROVIANDE SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE



Proviande est une société coopérative basée à Berne. Les coopérateurs sont des organisations et entreprises suisses de producteurs, d'intermédiaires et d'utilisateurs de bétail de boucherie, de viande et d'abats, ainsi que le commerce de détail, les importateurs et les exportateurs. Son but et son organisation sont régis par les statuts.

## Membres de la coopérative

### Organisations des producteurs

- Anicom SA, Bern
- Association suisse des producteurs de volailles, Grünenmatt
- Communauté d'intérêts des marchés publics, Brugg
- Fédération des producteurs suisses de lait, Bern
- Fédération suisse d'élevage ovin, Niederönz
- Fédération suisse des engraisseurs de veaux, Brugg
- Fromarte, Bern
- Producteurs Suisses de Bétail Bovin, Brugg
- Union suisse des paysans, Brugg
- Suisseporcs, Sempach
- Swiss Beef CH, Brugg

## Organisations des utilisateurs et intermédiaires

- Association suisse du commerce de porcs, Stetten
- Association suisse des importateurs de volaille et de gibier, Lupfig
- Bell Suisse SA, Basel
- Centravo SA, Lyss
- Coop, Basel
- Fédération des coopératives Migros, Zürich
- GVFI Internationale SA, Basel
- Micarna SA, Courtepin
- Société suisse des Importateurs et marchands de comestibles, Pratteln
- Syndicat suisse des marchands de bétail, Chur
- Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- VB Food International SA, Brüttsellen

## Conseil d'administration

Le Conseil d'administration (CA) de Proviande dirige, surveille et contrôle les activités de gestion. Il est tenu notamment de définir les objectifs et la stratégie de l'entreprise, qui s'appuient sur la vision, la mission et les principes directeurs qu'il a déterminés.

### Présidence

- Président: Zemp Markus, Schafisheim
- *Vice-président: Birrer Heiner, Nottwil (jusqu'au 28.5.2021)*
- *Vice-président: Windlin Arnold, Giswil (depuis le 28.5.2021)*

### Membres d'organisations de producteurs ainsi que leurs suppléants

- Engeli Oliver, Swiss Beef CH, Brugg  
*Rösti Hans, Communauté d'intérêts des marchés publics, Brugg*
- Nicod Bernard, Producteurs Suisses de Bétail Bovin, Brugg  
*Gruet Philippe, Producteurs Suisses de Bétail Bovin, Brugg*
- Oberle Jörg, Fédération suisse des engraisseurs de veaux, Brugg  
*Beffa Peppino, Fédération suisse d'élevage ovin, Niederönz*
- Rufer Martin, Union Suisse des Paysans, Brugg (jusqu'au 28.5.2021)  
Darbellay Michel, Union Suisse des Paysans, Brugg (depuis le 28.5.2021)  
*Noël Christophe, Producteurs Suisses de Bétail Bovin, Brugg*
- Waldvogel Adrian, Association Suisse des Producteurs de Volaille, Grünenmatt  
*Mosimann Christoph, Fédération suisse du franches-montagnes (FSFM), Avenches*
- Windlin Arnold, Suisseporcs, Sempach  
*Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach*

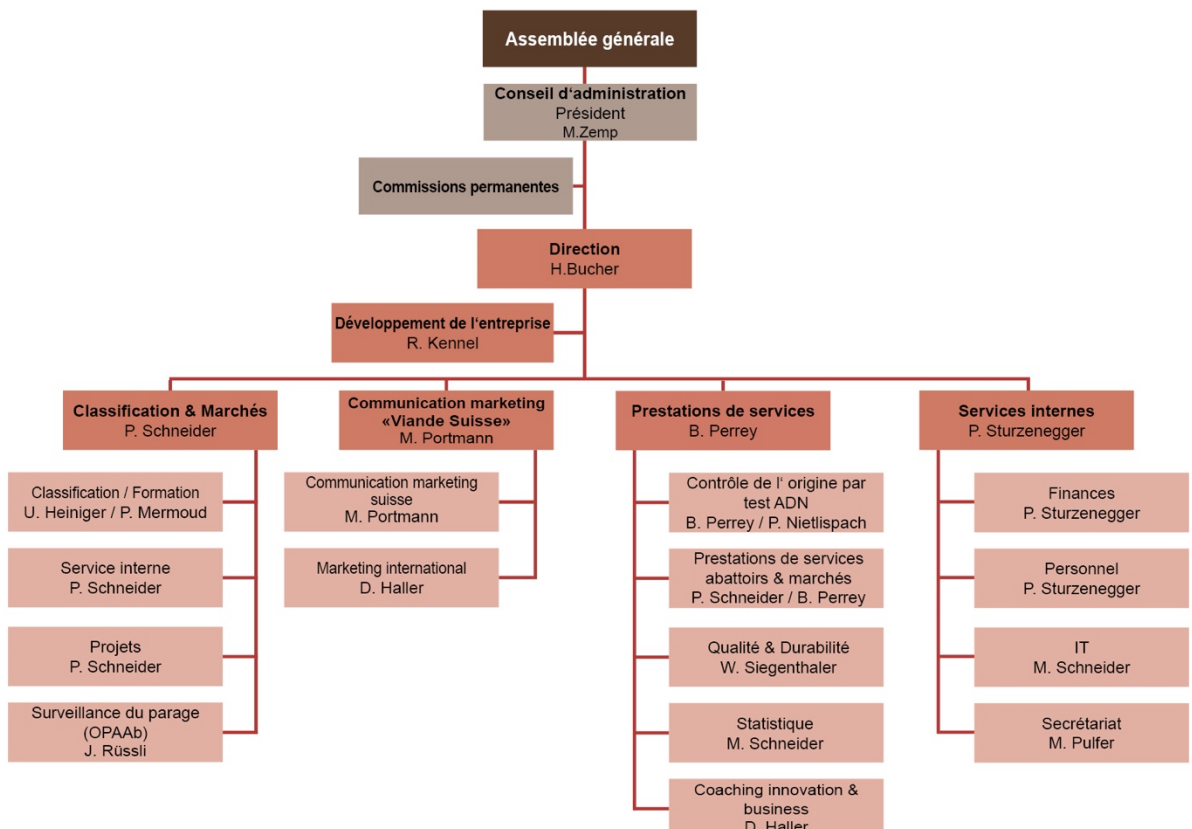
## Membres d'organisations d'utilisateurs et d'intermédiaires ainsi que leurs suppléants

- Arnold Walter, Syndicat suisse des marchands de bétail, Chur  
*Humbel Otto, Association suisse du commerce de porcs, Stetten*
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin  
*Von Strauss Lutz, Micarna SA, Courtepin*
- Birrer Heiner, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich  
*Gerber Michel, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich*
- Spiess Jürg, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich  
*Kyburz Hans Rudolf, Association suisse des importateurs de volaille et de gibier, Lupfig*
- Sutter Reto, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich  
*Martinetti Glauco, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich (jusqu'au 28.5.2021)*  
*Koller Walter, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich (depuis le 28.5.2021)*
- Wyss Lorenz, Bell Suisse SA, Basel  
*Allemann Philipp, Bell Suisse SA, Basel*

## Membres d'organisations de consommateurs ainsi que leurs suppléants

(avec voix consultative)

- Rogger Moritz, GastroSuisse, Zürich  
*Meier-Schmid Brigitte, GastroSuisse, Zürich (jusqu'au 28.5.2021)*  
*Lustenberger Bruno, GastroSuisse, Zürich (depuis le 28.5.2021)*
- Staub Susanne, Forum suisse des consommateurs fc, Bern



## Commissions

Conformément aux statuts, le Conseil d'administration peut transférer des tâches et des compétences à des commissions permanentes ou des groupes de travail formés ad hoc. Par analogie au Conseil d'administration, les membres des commissions permanentes sont élus pour trois ans. Les élections de renouvellement global ont lieu dans les quatre mois après les élections de renouvellement global du Conseil d'administration.

### Commission Communication marketing (CCM)

#### Tâches:

1. Recommandation de l'orientation stratégique de la Communication marketing Viande Suisse en Suisse à l'attention du Conseil d'administration.
2. Consultation de la Direction et du Comité de direction lors de la mise en œuvre de l'orientation stratégique de la Communication marketing Viande Suisse en Suisse approuvée par le Conseil d'administration.
3. Encouragement de la coordination avec les éventuelles mesures de marketing des membres de la filière et d'Agro-Marketing Suisse (AMS).

#### Membres:

- Portmann Marcel (présidence), Proviande, Bern
- Albrecht Adrian, Transgourmet Suisse SA, Moosseedorf
- Bechter Alexandra, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Bosshard Peter, Syndicat suisse des marchands de bétail, Chur
- Dettling Marcel, Fédération suisse des engraisseurs de veaux, Brugg
- Elia Davide, Bell Suisse SA, Basel
- Gerber Michel, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Grob Felix, Suisseporcs, Sempach (jusqu'au 20.8.2021)
- Gygax Corinne, Association Suisse des Producteurs de Volaille, Grünenmatt
- Hasler-Olbrych Patrik, GastroSuisse, Zürich (depuis le 20.8.2021)
- Härter Daniel, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Hofstetter Mirjam, Union Suisse des Paysans, Brugg
- Meier Brigitte, GastroSuisse, Zürich (jusqu'au 20.8.2021)
- Müller Stefan, Suisseporcs, Sempach (depuis le 20.8.2021)
- Pfister Roland, Micarna SA, Courtepin
- Schneider Fabian, Coop, Basel
- Zahner Bernhard, Société suisse des Importateurs et marchands de comestibles, Pratteln (depuis le 20.8.2021)



## **Commission Marketing exportation (CME)**

### **Tâches:**

1. Recommandation de l'orientation stratégique de la Communication marketing Viande Suisse pour le marketing des exportations à l'attention du Conseil d'administration.
2. Consultation de la Direction et du Comité de direction lors de la mise en œuvre de l'orientation stratégique de la Communication marketing Viande Suisse dans le domaine du marketing des exportations approuvée par le Conseil d'administration.

### **Membres:**

- Portmann Marcel (présidence), Proviande, Bern
- Betken Rainer, Centravo SA, Lyss (depuis le 20.8.2021)
- Bürki Bruno, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Elia Davide, Bell Suisse SA, Basel
- Härter Daniel, Ernst Sutter SA, Gossau
- Hofstetter Mirjam, Union Suisse des Paysans, Brugg
- Oberli Christian, Suisseporcs, Sempach
- Reutegger Hans, Micarna SA, Courtepin
- Saurina Jennifer, Plateforme pour les exportations agricoles, Berne (depuis le 20.8.21)
- Zimmermann Markus, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich

## **Commission Marchés et pratiques commerciales (CMP)**

### **Tâches:**

1. Surveillance du marché conformément au mandat de prestations de la Confédération Conseil de la Direction et du Comité de direction concernant le relevé, l'évaluation et la publication des prix du bétail de boucherie, les questions relatives à la réalisation du dégagement du marché conformément à l'ordonnance sur le bétail de boucherie, les mesures d'allègement du marché ainsi que les dispositions d'habillage selon l'ordonnance sur le bétail de boucherie.
2. Pratiques commerciales  
Recensement et évaluation des modalités de décompte (adéquation) pour le paiement d'animaux de boucherie, contrôle des niveaux de qualité, traitement de questions ayant trait à la garantie, contrôle de l'observation des prescriptions en matière de pesage ainsi que préparation d'éventuelles mesures.
3. Autres tâches  
Exécution, suivi et surveillance de projets pour la filière ainsi que des tâches attribuées par le Conseil d'administration.

### Membres:

- Bucher Heinrich (présidence), Proviande, Bern
- Achermann Thomas, Syndicat suisse des marchands de bétail, Chur
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin (depuis le 20.8.2021)
- Bosshard Peter, Syndicat suisse des marchands de bétail, Chur
- Darbellay Michel, Union Suisse des Paysans, Brugg (depuis le 20.8.2021)
- Egger Christoph, Micarna SA, Courtepin
- Glur Christian, Swiss Beef CH, Brugg
- Kyburz Hans Rudolf, Association suisse des importateurs de volaille et de gibier, Oensingen
- Oberle Jörg, Fédération suisse des engraisseurs de veaux, Brugg
- Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach
- Röstli Hans, CI des marchés publics, Brugg (jusqu'au 20.8.21)
- Rufer Martin, Union Suisse des Paysans, Brugg (jusqu'au 20.8.21)
- Schorderet Daniel, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Schwab Stefan, Anicom SA, Bern
- Seiler Stefan, Bell Suisse SA, Basel
- Siegrist Christian, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Uhlmann Ruedi, Union Professionnelle Suisse de la Viande, Zürich
- Wandfluh Ernst, Communauté d'intérêts des marchés publics, Brugg (depuis le 20.8.21)

### Commission du personnel (CoPe)

#### Tâches:

1. Définition des directives en matière de rémunération et d'engagement.
2. Proposition au Conseil d'administration, notamment pour la fixation de la masse salariale annuelle.
3. Proposition au Conseil d'administration pour la fixation des indemnités du Conseil d'administration, du président du Conseil d'administration ainsi que des membres des commissions permanentes et ad hoc.
4. Préparation de l'engagement / la révocation du directeur à l'attention du Conseil d'administration.
5. Élection des membres du Comité de direction sur proposition du directeur.
6. Définition de la rémunération du directeur ainsi que de la masse salariale totale pour la rémunération des autres membres du Comité de direction.
7. Autres tâches attribuées par le président ou par le Conseil d'administration.

### Membres:

Deux représentants des producteurs et deux représentants des intermédiaires et utilisateurs issus du Conseil d'administration.

- Zemp Markus (présidence), président de Proviande
- Baumann Albert, Bazenheim
- Nicod Bernard, Granges-près-Marnand
- Windlin Arnold, Giswil
- Wyss Lorenz, Basel

## **Commission de contrôle des domaines d'activité accrédités (CC)**

La CC assiste le Département Classification & Marchés en tant qu'organe de surveillance compétent et lié à la filière pour les domaines d'activités accrédités. Elle veille à ce que les tâches soient effectuées de façon neutre, dans les règles de l'art et conformément aux directives du mandat de prestations.

### **Membres:**

- Bucher Heinrich (présidence), Proviande, Bern
- Achermann Thomas, représentant du commerce, Inwil
- Helfenstein Raphael, représentant des producteurs de porcs, Sempach
- Kipfer Werner, représentant des producteurs de bétail bovin, Säriswil
- Schneider Peter, Proviande, Bern
- Siegrist Christian, Groupe spécialisé Abattoirs industriels, Bazenheid

## **Groupe spécialisé pour des transports d'animaux et des abattoirs conformes à la législation sur la protection des animaux (GS TTS)**

Le GS TTS s'occupe de toutes les questions pratiques concernant la protection des animaux dans le cadre des transports d'animaux et dans les abattoirs. La coordination de la formation initiale et continue du personnel de transport et d'abattoir en constitue un point central, et la responsabilité de sa mise en œuvre incombe à la filière conformément à l'ordonnance sur la protection des animaux.

Le groupe spécialisé revêt une importance non négligeable également dans d'autres domaines. Étant donné que toutes les organisations importantes sont représentées, les discussions sont efficaces et peuvent si besoin être poursuivies au sein de groupes de travail spécifiques.

### **Membres:**

- Bucher Heinrich (présidence), Proviande, Bern
- Angst Michael, Union Suisse des Paysans, Brugg
- Bosshard Peter, Syndicat suisse des marchands de bétail SSMB, Chur
- Hofer Hans Rudolf, Groupe spécialisé Abattoirs industriels, Zürich
- Hofer Niklaus, IP-SUISSE, Zollikofen
- Jenni Markus, Formation pour le transport d'animaux, Chur
- Loup Fabien, Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires OSAV, Bern
- Matti Rudolf, ASTAG Association suisse des transports routiers, Bern
- Neuenschwander Jacques, centre de formation pour l'économie carnée suisse, Spiez
- Sciarra Cesare, Protection Suisse des Animaux PSA, Aarau
- Vogel Regula, Association suisse des vétérinaires cantonaux ASVC, Bern
- Zweifel Ruedi, Aviforum, Zollikofen

# VUE D'ENSEMBLE DE L'ANNÉE 2021



En 2021, Proviande et ses membres ont continué à être au cœur de la politique et du débat public. La sécurité de l'approvisionnement, l'élevage intensif et la protection du climat sont des sujets récurrents dans les médias et font l'objet de revendications politiques. La consommation de viande a stagné au niveau des années précédentes.

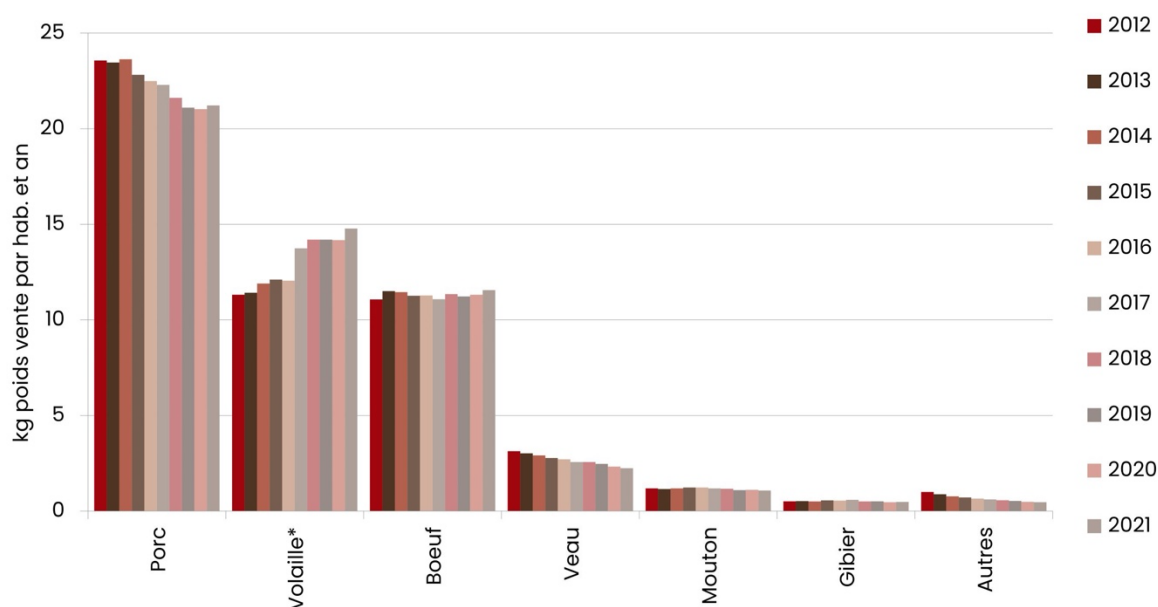
## Le marché de la viande

Les Suissesses et les Suisses apprécient toujours un bon morceau de viande suisse. En dépit de tous les articles de presse et des revendications politiques, la consommation de viande est restée en 2021 au niveau des années précédentes, soit à 51,8 kg par personne. La production indigène de bœuf, de porc et de volaille a légèrement augmenté. Ainsi, pour couvrir la demande, il a notamment fallu importer plus de bœuf et de volaille qu'en 2020. Le taux d'auto-suffisance pour toutes les sortes de viande est resté inchangé, à près de 81 %.

En 2021, le secteur gastronomique a encore dû faire face à des restrictions liées à la pandémie de coronavirus. Les dispositions de décembre ont même été renforcées en janvier, et ce n'est qu'à la fin du mois de juin que les restaurants ont à nouveau pu ouvrir leurs portes presque sans restriction. En 2021, la consommation a donc également davantage eu lieu à la maison. De fait, les ventes de viande et de produits carnés dans le commerce de détail ont également été supérieures à leur niveau de 2019.



## Évolution de la consommation par habitant 2012–2021



\* Changement de méthode à partir de 2017: modification des facteurs de rendement, augmentation de la quantité de viande prête à la vente.

### Marché des porcs

Sur le marché des porcs, la stabilité de l'année précédente n'a pas pu être maintenue. L'offre n'a cessé d'augmenter et les excédents qui en ont résulté ont entraîné des baisses de prix pour les producteurs. Les demandes d'importation n'ont été émises et autorisées qu'en avril, mai et juin. La consommation de viande de porc est restée constante par rapport à l'année précédente, pour un taux d'autosuffisance de 94 %.

### Génisses et vaches

Le marché du gros bétail a été très équilibré tout au long de l'année. La bonne demande a entraîné en début d'année une hausse des prix à la production, qui sont restés constants toute l'année. La demande en viande de bœuf était bonne et la consommation, de 11,5 kg/personne, supérieure de 2 % à celle de l'année précédente. De ce fait, pour couvrir les besoins, il a fallu importer régulièrement de la viande de fabrication et des aloyaux. Le taux d'autosuffisance est ainsi passé légèrement en dessous des 80 %.

### Marché des veaux

Le marché des veaux d'étable a également été turbulent en 2021. En raison de la situation toujours tendue sur le marché de la restauration, les prix ont baissé en début d'année et n'ont pu être compensés que par des mesures d'allègement du marché. La situation était tout autre au second semestre: l'absence d'offres pour répondre à la demande croissante a entraîné des prix élevés pour les producteurs. La consommation de viande de veau a légèrement baissé, pour atteindre 2,25 kilos par personne.

## Vision et mission

*«La viande suisse est très appréciée et reconnue.» (Vision)*

*«Proviande est source d'impulsions, ambassadrice, médiatrice et prestataire de services.» (Mission)*

En 2021, Proviande s'est tenue à disposition en tant que médiatrice pour plusieurs questions. Les discussions sur les mesures d'amélioration du bien-être animal, mais aussi sur le développement durable de l'économie de la viande, prennent toujours plus d'importance et mettent la filière à l'épreuve de trouver des solutions communes.

En tant qu'ambassadrice, Proviande se donne pour mission d'étayer le débat sur le climat par des faits et de renforcer l'importance de la viande dans une alimentation équilibrée et variée. Et ce, non seulement vis-à-vis du public et des médias, mais aussi de plus en plus souvent vis-à-vis des autorités et du monde politique.

En tant que source d'impulsions, Proviande a élargi en 2021 son propre rayon d'action dans le domaine des prestations de services et s'est engagée dans diverses études. Ainsi, Proviande et l'Interprofession du lait ont-elles soutenu une étude sur la protection du climat dans la production de bétail bovin.

## Communication marketing Viande Suisse

En 2021, l'accent a été mis sur la stratégie de Communication marketing, qui a été soumise à un contrôle. Les objectifs généraux ont été examinés quant aux leviers d'action et aux groupes-cibles. Sur la base d'une analyse complète, les mesures existantes ont été étendues et adaptées. La stratégie sera adoptée par le Conseil d'administration au printemps 2022.

Le nombre de motions politiques qui exigent directement ou indirectement la suppression des fonds fédéraux dédiés à la promotion de la viande suisse, mais aussi le nombre de plaintes concernant des déclarations de « Viande Suisse » qui ont été déposées auprès de la Commission pour la Loyauté et rejetées par cette dernière, montrent à quel point les mesures de la Communication marketing Viande Suisse sont considérées d'un oeil critique.

## Mandat de prestations de l'OFAG

Sur la base de son offre pour la période 2022 à 2025, Proviande a obtenu pour la septième fois déjà l'adjudication de l'accord de prestations avec l'Office fédéral de l'agriculture pour des tâches d'exécution au sens de l'article 26 de l'ordonnance sur le bétail de boucherie, notamment pour la surveillance des marchés publics du bétail de boucherie et la classification neutre de la qualité des animaux de boucherie.

# Environnement de marché

## Proviande prend position

En 2021 également, l'économie de la viande dans son ensemble et Proviande en tant qu'interprofession suisse de la filière viande étaient au centre de la politique et des débats publics. En complément de la Communication marketing Viande Suisse, il est donc important d'exploiter les synergies dans le travail de relations publiques afin que la filière se présente avec des messages et des arguments uniformes.

Avec la révision du règlement de financement, les fonds propres de la filière peuvent désormais aussi, comme c'était le cas jusqu'à présent pour la Communication marketing Viande Suisse ainsi que pour des projets de promotion de la qualité et de la durabilité, être utilisés pour la communication d'entreprise et le travail de relations publiques. Les membres de l'interprofession ont ainsi confirmé leur volonté de prendre également position sur le plan politique quant à des thèmes concernant la chaîne de création de plus-value Viande.

Le travail politique permet d'informer, dans le cadre d'alliances avec d'autres organisations du secteur agroalimentaire ou en tant que porte-parole de la filière viande, les partis politiques et les décideurs sur le positionnement de l'économie de la viande. Proviande participe ainsi à la campagne de votation contre l'initiative sur l'élevage intensif.

## Collaboration avec les offices fédéraux

Au cours de l'exercice 2021, Proviande a pris position sur des modifications de diverses ordonnances concernant le droit des médicaments vétérinaires, sur le projet de loi sur l'application du génie génétique au domaine non humain (prolongation du moratoire sur le génie génétique) et sur le train d'ordonnances agricoles 2021. En l'occurrence, les prises de position de la filière viande ont notamment eu pour effet le renoncement, dans l'ordonnance sur le bétail de boucherie, à une prolongation de la période d'importation de viande d'animaux de l'espèce bovine.

En automne, Proviande a participé à l'exercice national de simulation d'épizootie NOSOS 21 du Service vétérinaire suisse consistant à combattre un foyer fictif de peste porcine africaine. Du point de vue de la profession, Proviande a fait ses preuves en tant que point de contact central entre les différents acteurs et les autorités. La coordination des informations et des activités au sein de la filière a été assurée par un comité de crise, sous la direction du Bureau. Les conclusions ont été intégrées dans le manuel «Gestion de crise» de Proviande.

## Politique

Une grande partie des postulats et motions qui concernaient Proviande ont été traités lors des sessions sous la forme d'un bref débat (catégorie de traitement IV), notamment la demande de suppression des subventions destinées à la publicité pour la viande, traitée sous différents titres.

Lors de la session d'hiver, le Conseil national a rejeté le contre-projet direct du Conseil fédéral à l'initiative sur l'élevage intensif, tout comme les Commissions de l'économie et des redevances du Conseil national (CER-N) l'avaient fait en octobre. Afin qu'une sélection de politiciens puisse défendre les intérêts de l'économie de la viande (de la production à la consommation), ils ont reçu du matériel de fond et été informés lors d'entretiens personnels. Ils disposaient ainsi de faits sur le marché de la viande en général et sur les affaires spécifiques en particulier.



# COMMUNICATION D'ENTREPRISE ET RELATIONS PUBLIQUES



Les thèmes sociétaux autour de la santé et du changement climatique exercent une forte pression sur la filière viande à tous les niveaux de la chaîne de création de plus-value. Il est important que celle-ci se présente dans la communication avec des arguments uniformes et qu'elle exploite les synergies dans le travail de relations publiques.

Avec des argumentaires et des dossiers accessibles à toutes et à tous sur la production et la détention animale en Suisse, mais aussi sur l'importance de la viande dans l'alimentation, Proviande et ses membres peuvent montrer où en est la filière, comment elle relève les défis, ce qu'elle veut atteindre et ce qu'elle a atteint. Au sein de la filière, des idées sont transmises et des informations mises à disposition afin d'être diffusées auprès des médias, des ONG, des collaborateurs, des partenaires, etc.

À cet effet, des cartes à collectionner auxquelles il est possible de s'abonner ont été conçues. Elles présentent les principaux arguments en matière de bien-être animal, de développement durable et d'alimentation. Des dossiers volumineux ont par ailleurs été élaborés sur les thèmes très discutés au sein de la société tels que le cycle du CO<sub>2</sub>, la détention animale et les aliments pour animaux. Ces dossiers sont disponibles sur le site Internet.

Le service de communication de Proviande jouit d'une grande crédibilité auprès des producteurs en médias et est régulièrement contacté, que ce soit sur des thèmes d'actualité, pour soutenir des recherches de fond, pour nouer des contacts ou tout simplement pour prendre le pouls de la filière suisse de la viande. En 2021 également, le service de communication a veillé avec des discours convenus et des prises de position à ce que la filière parle «d'une seule voix» sur les thèmes sociétaux et épineux, a informé la filière sur des recherches

«critiques» des producteurs en médias et a coordonné, là où cela était nécessaire, les réponses et les informations au sein de la filière.

Vis-à-vis des politiciens et des autorités, Proviande a pu s'établir en 2021 comme une partenaire de dialogue fiable. Les premières rencontres informelles avec de (jeunes) politiciens ont été très appréciées et, du côté des autorités, des représentants de Proviande sont impliqués dans divers projets du secteur agroalimentaire.



## **Regula Kennel**

*Responsable de l'État-major Développement de l'entreprise*

L'État-major est responsable de la communication d'entreprise et des relations publiques. Il coordonne l'information et la communication parmi les membres de Proviande et dirige le service de communication en tant qu'interlocuteur central pour toutes les questions relatives à l'aliment viande.

# DÉPARTEMENT CLASSIFICATION & MARCHÉS



## Le mandat de prestations

### Marchés publics du bétail de boucherie

Les marchés publics surveillés de bétail de boucherie ont pu être organisés comme prévu. Pendant pratiquement toute l'année, la demande a été bonne à très bonne sur les marchés du bétail bovin et des moutons. Au total, 59 268 animaux ont été commercialisés sur 647 marchés de bétail bovin et 63 955 animaux ont été vendus sur 282 marchés de moutons.

### Évolution du marché

#### Génisses et vaches

L'évolution des prix des animaux d'étable et de fabrication a été conforme à celle du marché. Peu après le début de l'année, ils ont augmenté et sont restés très constants. Les variations saisonnières étaient à peine perceptibles.

#### Marché des veaux

Le marché a été plus turbulent dans la catégorie Veaux d'étable. Une mesure d'allègement du marché a permis tout d'abord de freiner la forte baisse des prix au cours des premières semaines de l'année. Au deuxième semestre, la situation s'est très rapidement rétablie. La baisse des offres a entraîné des prix considérablement élevés.

## Marché des porcs

En ce qui concerne les porcs, la situation du marché très stable de l'année précédente a été rompue. Les offres n'ont cessé d'augmenter, si bien qu'elles ont été nettement excédentaires. Malgré des chiffres d'abattages élevés, les porcs se sont accumulés. Il en a résulté des baisses de prix régulières, jusqu'à un plus bas de Fr. 3.60.

## Marché de moutons

Le recul de la production et la forte demande en animaux de l'espèce ovine se sont également reflétés dans la formation des prix. Les activités automnales avec de la viande d'agneau suisse ont encore dynamisé le marché. Malgré les désalpes, les prix sont restés constants, à un niveau satisfaisant.

## Classification neutre dans les abattoirs

Le Département Classification & Marchés a effectué en 2021 la classification neutre de la qualité dans 22 abattoirs. Depuis avril 2021, la classification neutre de la qualité est désormais également relevée par Proviande dans l'abattoir d'Avenches, dans le cadre du mandat de prestations. La concentration des abattages dans les principaux abattoirs était comparable à celle de l'année précédente.

Le temps consacré à la classification neutre de la qualité dans les abattoirs a même légèrement augmenté par rapport à l'année précédente en raison de l'augmentation du volume d'abattage, tant dans le domaine CH-TAX que dans celui des porcs.

### Classification neutre des carcasses en 2021

	Abattages	Classifiés par Proviande	Part des classifications
Gros bétail	405'104	351'545	86,8%
Veaux	190'688	167'043	87,6%
Porcs	2'544'399	2'346'129	92,2%
Ovins	235'812	142'993	60,6%

## **Interventions sur le marché**

Les restrictions liées à la pandémie pour les établissements gastronomiques ont de nouveau eu des répercussions sur les ventes de viande de veau en début d'année. Afin de rétablir l'équilibre du marché, 425 tonnes de viande de veau ont été provisoirement congelées. Grâce à la baisse des offres et à la bonne demande au deuxième semestre, les stocks ont pu être à nouveau libérés.

Contrairement à l'année précédente, aucune autre mesure d'allègement du marché n'a été nécessaire.

## **Contrôle du pesage des animaux abattus**

L'année 2021 a été la troisième année civile complète au cours de laquelle Proviande a surveillé le respect des dispositions de parage. Cela permet une première comparaison annuelle complète. Il s'avère que la mise en œuvre de ce mandat a permis d'atteindre l'objectif visé. Les mêmes règles s'appliquent à tous les abattoirs, ce qui contribue dans une large mesure à la bonne acceptation de la procédure au sein de la filière. Ainsi, en 2021, aucun abattoir fautif n'a dû être signalé à l'OFAG, si bien qu'aucune enquête ne s'est avérée nécessaire.

## Vastes projets

### Prévention de l'abattage de génisses et de vaches en gestation

La première réglementation a été introduite au sein de la filière en 2017 et remaniée par le groupe de travail sur la base des expériences pratiques. Des mesures supplémentaires et des précisions dans la recommandation doivent permettre d'éviter dans une large mesure les abattages injustifiés d'animaux en gestation. Une attestation vétérinaire est ainsi désormais nécessaire pour l'abattage d'un animal en gestation, et la taxe pour les abattages injustifiés est augmentée à CHF 200.-. La recommandation adoptée par la filière entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> février 2022.

### Appareil de classification pour animaux à poils

Après un long processus d'examen, le test d'aptitude pour le BCC-3 a été achevé par la validation. Les exigences minimales ambitieuses ont été atteintes conformément aux prescriptions, de sorte qu'en milieu d'année, la demande d'autorisation a pu être déposée auprès de l'Office fédéral de l'agriculture. L'évaluation positive de l'OFAG est une étape importante du perfectionnement de la classification du bétail bovin dans les abattoirs suisses. Le BCC-3 est le premier appareil de classification électronique à pouvoir être utilisé en Suisse. Le projet a ainsi pu être achevé avec succès. Le premier appareil est en service à l'abattoir de St. Gall depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022.



#### **Peter Schneider**

*Responsable du Département Classification & Marchés*

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 publics du bétail de boucherie et contrôle le pesage des animaux abattus. Il s'investit par ailleurs dans la formation et la formation continue des agriculteurs, et apporte son savoir-faire dans divers projets internes et externes.



# DÉPARTEMENT COMMUNICATION MARKETING VIANDE SUISSE



## Communication marketing Suisse

### «La différence est là»

La communication de base avec les spots publicitaires autour du slogan «La différence est là» a de nouveau obtenu des résultats exceptionnels. Les spots publicitaires, qui présentent des entreprises et des personnalités des régions les plus diverses, se distinguent par leur authenticité. La publicité de base a été diffusée pendant 34 semaines à la télévision, au cinéma et en ligne.

Viande Suisse a également été largement présente sur les réseaux sociaux: en 2021, ceux-ci ont permis d'atteindre plus de 2,3 millions d'utilisatrices et utilisateurs suisses. Avec Pinterest, Instagram et Facebook, Viande Suisse est présente sur les plus grandes plates-formes en ligne. Avec des séries telles que «How to Meat» et «Meatfacts», d'une part, les transformateurs sont mis en avant, et d'autre part, les avantages de la viande suisse sont présentés de manière visuellement attrayante.

Les articles de relations publiques publiés dans la presse écrite et en ligne permettent de transmettre des connaissances plus approfondies que les articles publiés sur les réseaux sociaux. Avec un total de 49 articles publiés dans 17 médias imprimés et en ligne, Viande Suisse était visible pratiquement chaque semaine et représentée de manière adaptée aux groupes-cibles.

## **Le site Web comme média de base**

Le plaisir de cuisiner retrouvé par les Suissesses et les Suisses durant le confinement se reflète toujours dans les chiffres positifs de [www.viandesuisse.ch](http://www.viandesuisse.ch). Avec plus de 6 millions de visites, le site Web est très apprécié.

Il associe des arguments en faveur de la viande suisse à des conseils culinaires et des recettes: ainsi, les recettes, qui renvoient la plupart des visiteuses et visiteurs vers le site Web, sont complétées par des boîtes de dialogue fournissant des faits et des informations complémentaires.

La Newsletter Viande Suisse, à laquelle il est possible de s'abonner directement sur le site Web de Viande Suisse, a permis de partager diverses informations autour de la viande suisse avec les abonné-e-s.

## **Un temps fort gastronomique**

En 2021 également, les activités du secteur gastronomique ont été marquées par les restrictions liées à la pandémie de coronavirus. La 19e édition du concours de cuisine de «La Cuisine des Jeunes», qui a pu être organisé malgré les incertitudes, a donc été un moment particulièrement fort. Il était entièrement placé sous le signe de l'agneau suisse: «The Art of Lamb – montre-nous l'étendue de tes talents culinaire».

Le concours de cuisine a atteint un large public: plus de 15 800 contacts sur le site Web, plus de 500 000 via les réseaux sociaux. Cela montre que le secteur gastronomique constitue un large public intéressé par la viande suisse.

425 000 contacts ont pu être générés grâce à diverses publications dans les médias spécialisés et de la filière. Le magazine gastronomique spécialisé «Fourchette & Couteau» propose quant à lui un infodivertissement axé sur la pratique: avec un tirage de 33 000 exemplaires et près de 100 000 contacts, il s'agit d'un précieux outil de communication pour l'ensemble de la branche gastronomique.

## **Encore une année difficile pour le Campfire Viande Suisse**

La filière de l'événementiel et donc le Campfire Viande Suisse ne s'étaient pas encore tout à fait remis de la situation liée au coronavirus. Avec le «Hiking Sounds», plusieurs événements ont toutefois pu être organisés dès le début de l'été en petit comité.

En collaboration avec les différents partenaires de festival, il a été possible de participer à une version réduite du Zermatt Unplugged en tant que Village Partner, et au Heitere Open Air en tant que partenaire «on tour». Grâce à l'amélioration de la situation liée à la pandémie, il a même été possible, à partir de la mi-août, de participer aux deux seuls festivals organisés normalement, l'OpenAir Gampel et le Seaside Festival. Le «Campfire» faisait partie intégrante du programme des deux festivals.

## Sensibilisation des spécialistes en diététique et des enseignants ETM

Cette année, le contact avec le groupe-cible «spécialistes en diététique» s'est principalement fait via les mailings de l'association ASDD ainsi que par des publiereportages et des suppléments dans les principaux magazines consacrés à la nutrition. Par ailleurs, divers flyers listant des arguments ont été envoyés aux participantes et participants des deux plus grands congrès sur l'alimentation, qui ont eu lieu en ligne.

Dans le domaine ETM (économie – travail – ménage, anciennement «économie familiale»), plusieurs nouveaux documents ont été réalisés et promus. Le nombre de contacts dans la base d'adresses a pu être augmenté de 10 %. La publication «bon Appétit» disponible dans les boucheries paraît toujours 8 fois par an, dans un tirage annuel d'environ 190 000 exemplaires.

## Marketing international

La prospection du marché chinois a de nouveau été marquée par l'incertitude et le dynamisme. Des succès importants ont toutefois été enregistrés: 3877,5 tonnes de produits suisses utilisables ont été acheminées en Chine sous forme de délicatesses. Le prix moyen du marché était supérieur de 18 % à celui des concurrents pour des produits d'importation de même nature. Autres jalons de ce projet d'exportation: les décideurs chinois ont davantage perçu la marque faîtière «swiss meat» et les différentes mesures de marketing ont montré leurs effets. Le site Web [swiss-meat.com](http://swiss-meat.com) a été réalisé, la présence sur les réseaux sociaux intensifiée, et la participation à des salons pertinents mise en œuvre. Les perspectives de succès sont à nouveau très prometteuses, de sorte que la prospection du marché chinois – en collaboration avec la société Centravo SA – pourra être poursuivie en 2022.



### **Marcel Portmann**

*Responsable du Département Communication marketing Viande Suisse*

Le Département Communication marketing Viande Suisse 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 dans notre pays et à l'étranger.

# DÉPARTEMENT PRESTATIONS DE SERVICES



## Contrôle de l'origine par test ADN

Le domaine du monitoring du marché a su convaincre la restauration collective d'autres hôpitaux et de l'Armée suisse. Depuis l'école de recrues de l'été, l'Armée suisse utilise le «contrôle de l'origine par test ADN» dans le but de faire prélever régulièrement des échantillons sur toutes les places d'armes et d'instruction. Par ailleurs, le monitoring du marché a été certifié ISO 9001:2015 le 9 avril 2021.

3300 échantillons ont été prélevés au total dans le cadre du monitoring du marché. Parmi ces échantillons, 2153 provenaient du commerce de détail, 131 du commerce de gros, 811 des boucheries et 205 de la restauration collective. 27 412 profils ADN ont été déterminés au total.

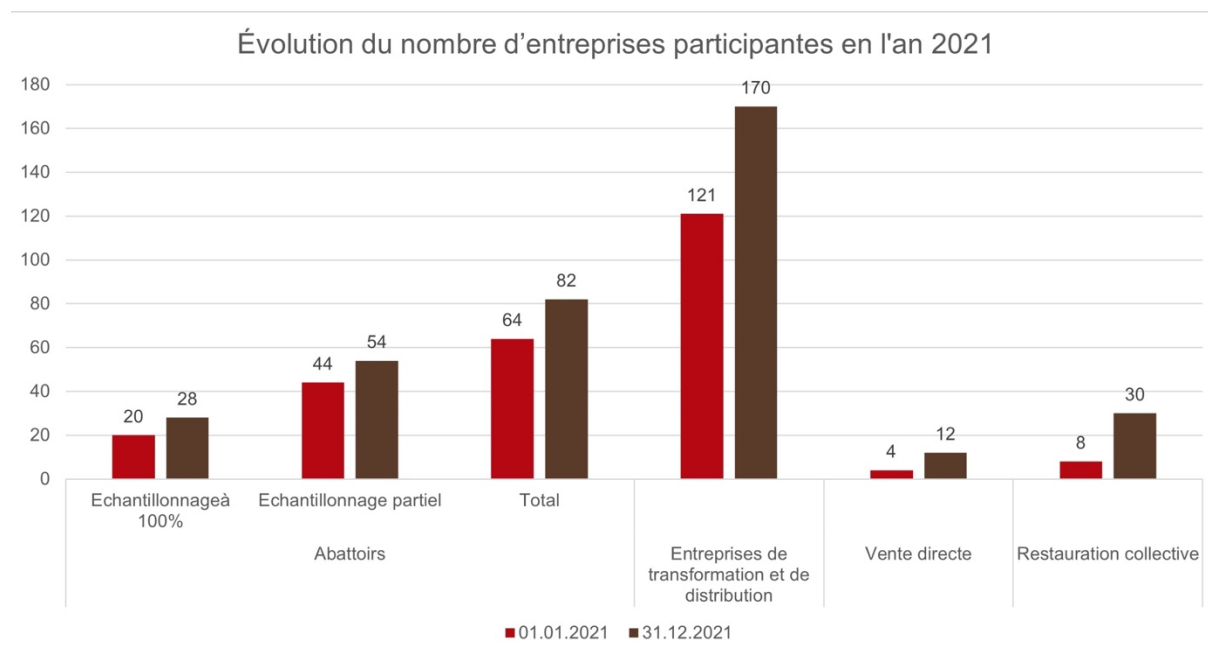
Les prestations du «contrôle de l'origine par test ADN» ont pu être intégrées et mises en œuvre chez d'autres partenaires en 2021. C'est notamment le cas de la marque Genève Région Terre Avenir (GRTA), détenue par le canton de Genève. Depuis l'automne 2021, Swissgenetics utilise également le «contrôle de l'origine par test ADN» pour le contrôle de ses processus internes et la traçabilité des doses de sperme vendues. Il a en outre été possible d'élaborer avec la marque LIMOUSIN REGIONAL une prestation permettant d'examiner et de contrôler régulièrement la chaîne de création de plus-value.

Les prestations supplémentaires proposées aux entreprises participantes ont été davantage sollicitées au cours de l'exercice sous revue, notamment le «contrôle des processus internes». Les raisons en sont la simplicité d'utilisation pour les entreprises et la mise en œuvre autonome par le personnel responsable de la qualité.

Pour 2022, on ambitionne une augmentation de 1 à 2 % de la part d'échantillons d'ADN de référence, une croissance du nombre d'établissements de restauration collective participants et un

échantillonnage équilibré des différents canaux de vente dans le monitoring du marché, avec un total de 3600 échantillons.

Les prélèvements d'échantillons doivent tenir compte de plus en plus de produits transformés tels que la viande hachée et les produits restructurés. Les prestations de services supplémentaires proposées aux entreprises participantes et aux tiers doivent faire l'objet d'une publicité accrue et être mises en œuvre sur le marché.



## Organe de médiation bien-être des animaux

L'organe de médiation de Proviande en faveur du bien-être des animaux créé en 2020 fonctionne bien, mais il est encore trop peu utilisé. Il a fait l'objet d'une plus large publicité en 2021 grâce à diverses mesures de communication, de sorte que les signalements de la filière permettent d'identifier précocement les manquements aux dispositions en matière de protection des animaux de rente. En 2021, six signalements ont été reçus puis transmis aux services compétents pour traitement.

## Statistique

En collaboration avec le secteur Analyses du marché de l'Office fédéral de l'agriculture, le projet «Ventes effectives de viande dans le commerce de détail suisse» a été réalisé afin de permettre une meilleure compréhension des canaux de vente de la viande, notamment dans le commerce de détail.

Les bilans de consommation et de denrées alimentaires existants (Proviande/Agristat) ne donnent aucune indication sur la consommation effective ou les canaux de vente. D'un autre côté, les ventes de viande du commerce de détail selon Nielsen ne représentent qu'une partie du marché. Les composants carnés manquent dans les produits prêts à l'emploi (pizzas surgelées,



sandwiches, etc.). Les chiffres ne sont donc pas comparables avec le bilan de consommation (poids à la vente viande fraîche vs poids à la vente produit carné).

L'objectif du projet était de déterminer les ventes effectives de viande dans le commerce de détail en kilos poids à la vente en équivalents viande fraîche, et de pouvoir ainsi comparer le volume des ventes dans le commerce de détail avec la quantité de l'offre conformément à la statistique de Proviande.

## **Business Coaching**

Les secteurs agricoles et alimentaires sont de plus en plus au centre des réglementations politiques et des changements sociétaux. Consciente que l'évolution rapide est un véritable défi pour de nombreuses entreprises, Proviande propose un Business Coaching afin que celles-ci puissent considérer le changement comme une opportunité et redéfinir leurs processus. Selon la devise: parce que les choses que l'on croyait immuables changent.

Le Business Coaching n'a pas pu être réalisé en 2021 avec l'intensité prévue en raison de la pandémie de coronavirus persistante. Le temps a été mis à profit pour affiner la gamme d'offres. Les dirigeants sont de plus en plus amenés à s'intéresser à l'agilité, aux nouvelles formes de travail telles que le travail hybride, la performance des équipes et les compétences pour l'avenir. Souvent, il s'agit de revoir ses propres points de vue et opinions. C'est ici qu'intervient le Business Coaching de Proviande. La pression du public, du monde politique et des médias sur la filière viande s'est de nouveau accrue. Une première formation aux médias a pu être organisée avec succès. Cette offre devrait constituer une mesure efficace pour les organisations et les entreprises – dans la perspective de l'initiative sur l'élevage intensif 2022. Outre des formations aux médias et à la communication, Proviande propose des coachings pour les dirigeants, les équipes, les apprentis et la promotion de l'innovation.

## **Collaboration au sein de commissions et de groupes de travail**

### **Programme national de recherche 72 «La résistance aux antimicrobiens»**

Les travaux menés dans le cadre du programme national de recherche sur la résistance aux antimicrobiens ont abouti à de vastes recommandations pour la médecine humaine et vétérinaire. Les résultats de cette vision intersectorielle pour la Suisse ont été présentés le 31 mars 2022 à Berne. En tant que membre du groupe d'accompagnement (Sounding Board), Proviande a pu faire valoir le point de vue de la filière.



## **Durabilité**

L'étude «Protection du climat dans le secteur bovin» a été publiée et les résultats ont été présentés au salon Suisse Tier. L'étude fait partie du développement de la stratégie de valeur ajoutée du secteur agroalimentaire suisse. Elle a été mise en œuvre conjointement avec l'Interprofession du lait et avec le soutien de l'Office fédéral de l'agriculture. L'étude, menée par la centrale de vulgarisation agricole AGRIDEA, identifie les quatre principaux leviers en faveur de la protection du climat: l'amélioration de la gestion des engrais de ferme, l'utilisation d'additifs alimentaires inhibant le méthane, l'amélioration du rendement grâce à l'augmentation des performances et à l'allongement de la durée d'utilisation, ainsi que l'obtention d'une haute efficacité de l'affouragement associée à une réduction des émissions de méthane.

Durant l'exercice sous revue, Proviande a également soutenu les travaux finaux de l'étude de Centravo «Inventaire du cycle de vie du bilan climatique des produits, de l'utilisation des terres et de la performance sociale de la production de viande bovine suisse».

## **Groupe spécialisé TTS**

En 2021 également, Proviande a été chargée de la direction du Groupe spécialisé pour des transports d'animaux et des abattoirs conformes à la législation sur la protection des animaux, et en a en même temps assuré le secrétariat. La participation à l'élaboration du nouveau guide des services vétérinaires sur l'évaluation de l'aptitude au transport d'animaux de boucherie malades et blessés a notamment été au cœur des activités.

## **Programmes santé des porcs Plus**

Proviande administre depuis 2018 le fonds de financement incitatif des programmes santé des porcs Plus. En août 2021, celui-ci a pu être dissous conformément au règlement du fonds, et les derniers montants ont été versés aux producteurs participants. Proviande a coordonné la dissolution ainsi que la révision finale, et établi un rapport final à l'attention du groupe de pilotage.

## Aperçu des projets à partir de 2022

### Projet «Détermination de l'ADN par biopsie»

Développé en collaboration avec la Communauté de travail des éleveurs bovins suisses, la conception du projet «Détermination de l'ADN par biopsie» a débutée en 2022. Les principaux objectifs sont un prélèvement généralisé d'échantillons d'ADN du bétail bovin sur les exploitations de naissance et l'utilisation commune des synergies qui en résultent en faveur du contrôle de l'origine par test ADN ainsi que des estimations de la valeur d'élevage génomiques des races bovines suisses.



#### **Blaise Perrey**

*Responsable du Département Prestations de services*

Proviande fournit diverses prestations de services pour la filière viande. Le Département compétent en la matière dirige le contrôle de l'origine par test ADN et gère l'organe de médiation en faveur du bien-être des animaux, le règlement sectoriel Suisse Garantie et la statistique concernant le marché de la viande. En parallèle, le Département analyse le marché suisse de la viande et publie des statistiques correspondantes. Divers mandataires issus de la filière viande bénéficient de prestations de services supplémentaires sur une base de droit privé.

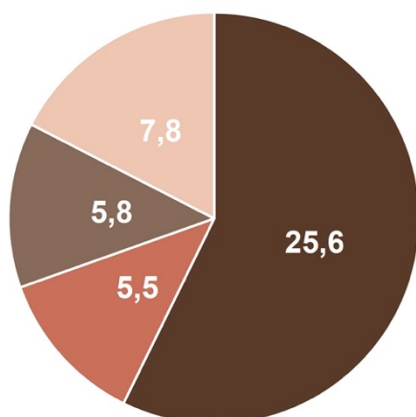
# DÉPARTEMENT SERVICES INTERNES



## Collaboratrices et collaborateurs

Le service Contrôle de l'origine par test ADN a le vent en poupe et se trouve donc en pleine mutation. De nouveaux défis ont dû être relevés et les domaines d'activité du personnel concerné ont changé. Cela a entraîné quelques mutations. Pour le reste, l'effectif très stable du personnel, avec seulement quelques mutations, est très réjouissant.

Globalement, en 2021, Proviande a employé 94 personnes en moyenne (sans les membres du Conseil d'administration, les membres des commissions et les collaboratrices et collaborateurs externes). Cela représente plus de personnes que l'année précédente, mais une part de plus en plus importante travaille à temps partiel. Le nombre d'emplois à plein temps n'a donc pratiquement pas évolué par rapport à l'année précédente: au total 44,8 emplois à plein temps (contre 45,0 l'année précédente).



**44,8**  
emplois à plein  
temps

- Dpt Classification & Marchés
- Dpt Marketing
- Dpt Prestations de services
- Direction / Développement de l'entreprise et Dept Services Internes

## Informatique

Dans le cadre de la migration du serveur de fichiers vers Microsoft 365, une première phase a été réalisée en 2021 pour basculer et introduire une partie de ce serveur dans OneDrive. La migration de l'ensemble de la plate-forme serveur est prévue pour 2022.



### **Patrizia Sturzenegger**

*Responsable de Département Services internes*

Le Département Services internes s'acquitte de diverses missions dans le domaine des finances, des ressources humaines, de l'informatique et du secrétariat. De plus, il soutient l'entreprise en optimisant constamment les processus de déroulement et structures organisationnels.

# FINANCES

## Compte de résultat

	2021   CHF	2020   CHF
Recettes mandat OFAG	5'731'130	5'734'964
Recettes crédits d'encouragement OFAG, Promotion des ventes et OQuaDu (Savoir-Faire)	5'839'499	5'570'500
Recettes crédits d'encouragement propres	6'955'227	6'696'342
Recettes prestations de services ADN	3'841'980	4'210'295
Recettes prestations de services divers	789'982	780'684
Réductions sur recettes / modification du croire	-15'036	13'421
Contributions annuelles des coopérateurs	69'000	69'000
<b>Total recettes des prestations de services</b>	<b>23'211'782</b>	<b>23'075'206</b>
Charges mandat de prestations / projets	-235'148	-199'960
Charges liées aux projets OQuaDu et relations publiques	-12'300'956	-11'455'849
Charges résultant des prestations de services ADN	-2'922'377	-3'107'492
Charges résultant des prestations de services divers	-117'214	-324'594
<b>Total charges résultant des prestations de services</b>	<b>-15'575'695</b>	<b>-15'087'895</b>
<b>Bénéfice brut</b>	<b>7'636'087</b>	<b>7'987'311</b>
Charges de personnel	-6'266'630	-6'222'797
Charges d'exploitation et d'administration	-1'210'144	-1'300'790
<b>EBITDA</b>	<b>159'313</b>	<b>463'724</b>
Résultat financier	-10'746	-1'282
Amortissements	-1'388	-1'148
<b>Résultat d'exploitation avant impôts</b>	<b>147'179</b>	<b>461'294</b>
Recettes extraordinaires	1'427	2'547
Impôts	-31'208	-102'013
<b>Bénéfice de l'exercice</b>	<b>117'398</b>	<b>361'828</b>

## Bilan

Actif	31.12.2021   CHF	31.12.2020   CHF
Actifs circulants	8'873'452	8'773'228
Actifs immobilisés	4'535	315
<b>Total de l'actif</b>	<b>8'877'987</b>	<b>8'773'543</b>

Passif		
Dettes	6'958'707	6'951'411
Fonds propres	1'919'280	1'822'132
<b>Total du passif</b>	<b>8'877'987</b>	<b>8'773'543</b>

## Affectation du bénéfice

Bénéfice disponible résultant du bilan	31.12.2021   CHF	31.12. 2020   CHF
Bénéfice de l'exercice	117'398	361'828
Report	1'105'882	776'718
<b>Total du bénéfice disponible résultant du bilan</b>	<b>1'223'280</b>	<b>1'138'546</b>

Proposition du Conseil d'administration concernant l'affectation du bénéfice		
Intérêt de 5% sur le capital de la coopérative	20'250	20'250
Attribution aux réserves légales	0	12'414
Solde reporté à nouveau	1'203'030	1'105'882
<b>Total du bénéfice résultant du bilan</b>	<b>1'223'280</b>	<b>1'138'546</b>



# Commentaire sur les comptes 2021

## Le compte de résultat

Les recettes résultant des prestations de services sont plus élevées en 2021, notamment grâce à davantage d'abattages et donc à de plus hautes contributions de la filière. Les subventions de l'OFAG pour la promotion des ventes étaient plus importantes, car le projet d'exportation en Chine a été soutenu.

Néanmoins, les charges résultant des prestations de services sont supérieures à celles de l'année précédente. Un certain nombre d'activités de relations publiques ont été entreprises en sus.

Les charges d'exploitation et d'administration sont moins élevées, car la refonte du site Web a été réalisée l'année précédente.

## Le bilan

Par rapport à 2020, les créances impayées (débiteurs) sont plus élevées. Le du croire a été adapté en conséquence. Aucune correction individuelle n'a toutefois dû être effectuée.

La somme du bilan a augmenté d'environ 1,2 % par rapport à 2020 à la date de référence.

La structure patrimoniale des actifs est restée inchangée par rapport à l'année précédente. Les actifs circulants sont affectés à plus de 99 % à l'actif.

S'agissant du passif, les fonds propres ont progressé en raison du bénéfice de l'exercice, et leur part est montée à près de 21,6 %.

## L'organe de révision

La société METREBA AG a contrôlé les comptes annuels de Proviande pour l'exercice 2021 et les a confirmés dans son rapport de révision du 1<sup>er</sup> mars 2022.

