

Pain, yogourt et jambon : le commerce de détail fait grimper les prix

Des produits comme le pain, le yogourt et le jambon cru coûtent plus cher en Suisse qu'en Allemagne, en France et en Italie. Ces écarts sont principalement dus aux étapes de transformation et de vente au détail, comme le montre une analyse des chaînes de valeur.

Stefan Mann, Katja Logatcheva, Michiel van Galen, Marie-Louise Rau

Abrégé Une étude mandatée par le Secrétariat d'État à l'économie a comparé les filières du pain, du yogourt nature et du jambon cru en Suisse et dans un pays limitrophe. Conclusion : sur les rayons d'un supermarché helvétique, le pain blanc est deux fois plus cher qu'en Allemagne, le yogourt 20 % plus cher qu'en France et le jambon cru 20 % plus cher qu'en Italie. Différents facteurs expliquent ces écarts, notamment la politique agricole et commerciale, les frais salariaux, la structure des secteurs et des chaînes de valeur, la taille des exploitations et la concentration du marché. Outre le coût de production primaire plus élevé en Suisse, une grande partie des écarts de prix provient, dans les trois filières, des étapes de transformation et de vente au détail.

Aucun pays d'Europe ne connaît des prix aussi élevés que la Suisse pour les denrées alimentaires. Selon l'institut statistique Eurostat, leur coût dépasse de 73 % la moyenne de l'Union européenne (UE), l'écart le plus élevé toutes catégories de produits confondues. La différence n'est en effet que de 20 % dans le secteur de l'électroménager et elle est même favorable à la Suisse pour les meubles et l'électronique de divertissement.

Sur mandat du Secrétariat d'État à l'économie (Seco), nous avons passé au crible les prix des denrées alimentaires dans les filières du pain blanc, du yogourt nature et du jambon cru¹. Ces trois produits sont en effet représentatifs des céréales, des produits laitiers et de la viande. Les données de production et de commercialisation, le prix, les coûts et les revenus ont été analysés. La situation en Suisse a en outre été comparée, selon le type d'aliment, avec celle prévalant en Allemagne, en France et en Italie. Des experts et des acteurs du marché ont également été interrogés dans les différents pays. Les droits de douane grevant les produits agricoles ont souvent été avancés comme cause principale des écarts de prix. En effet, de

nombreux produits – comme le blé – ne peuvent être importés à des prix avantageux que dans le cadre de contingents tarifaires limités.

Le commerce intervient à différents stades de la chaîne de valeur : pour le pain blanc, par exemple, environ la moitié des céréales provient de l'étranger. En outre, 2 % de la farine et 5 % du pain sont importés, une tendance à la hausse. S'il était autrefois difficile de faire du commerce avec une denrée aussi périssable que le pain frais, les technologies alimentaires de pointe l'ont désormais transformé en une denrée exportable. Dès lors, il y a lieu de comparer les prix et les coûts à tous les stades des filières. Les coûts de production élevés des denrées alimentaires sont-ils donc à l'origine des prix supérieurs pratiqués en Suisse ?

Le pain blanc deux fois plus cher

Sur les rayons des supermarchés helvétiques, le kilo de pain blanc coûte en moyenne six francs, soit deux fois plus qu'en Allemagne. L'analyse de la chaîne de valeur montre que la production agricole joue un rôle secondaire dans le surcoût (voir *illustration 1*). Ainsi, le prix resterait bien plus élevé en Suisse qu'en Allemagne même si les paysans suisses offraient leurs céréales aux minoteries – ils perçoivent actuellement 41 centimes par kilo de pain. Les écarts de coûts proviennent des boulangeries et de la vente au détail (supermarchés). En premier lieu, les frais salariaux sont nettement plus importants en Suisse qu'en Allemagne, ce qui se répercute presque proportionnellement sur le coût de la main-d'œuvre des boulangeries et des détaillants. Deuxièmement, les frais d'infrastructures – qui

1 Logatcheva (2019); yogourt d'une teneur en matières grasses lactières de 3 à 3,5 %.

2 Converti en francs suisses sur la base du taux de change de l'euro utilisé par Eurostat pour l'année 2017 (1,1117 franc pour un euro).

comprennent notamment les frais liés aux bâtiments ou encore au marketing – sont eux aussi considérablement plus élevés. Ils sont pour partie indirectement dus au niveau élevé des coûts salariaux. Enfin, la marge bénéficiaire du commerce de détail suisse de 6 % est de loin supérieure à celle de notre voisin d'outre-Rhin, où la concurrence acharnée permet à peine de dégager des marges.

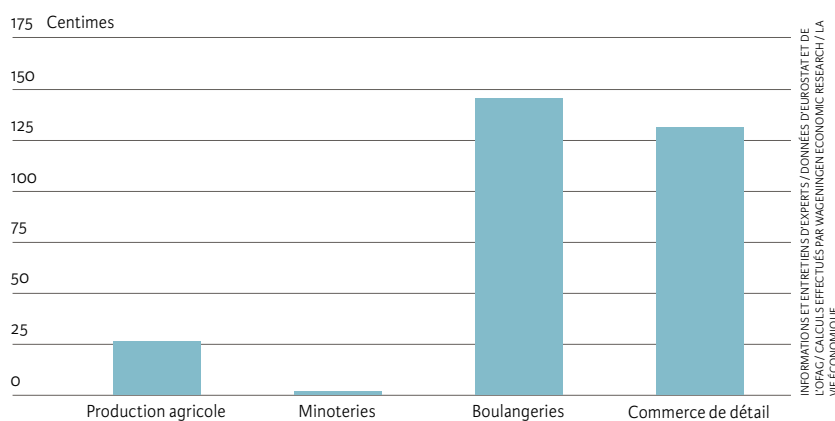
Yogourt : comparaison France-Suisse

Pour le yogourt nature, nous avons analysé les coûts et la différence de prix avec la France : ce produit y est vendu l'équivalent de 1,84 franc, contre 2,22 francs en moyenne en Suisse. L'écart s'élève donc à environ 40 centimes.

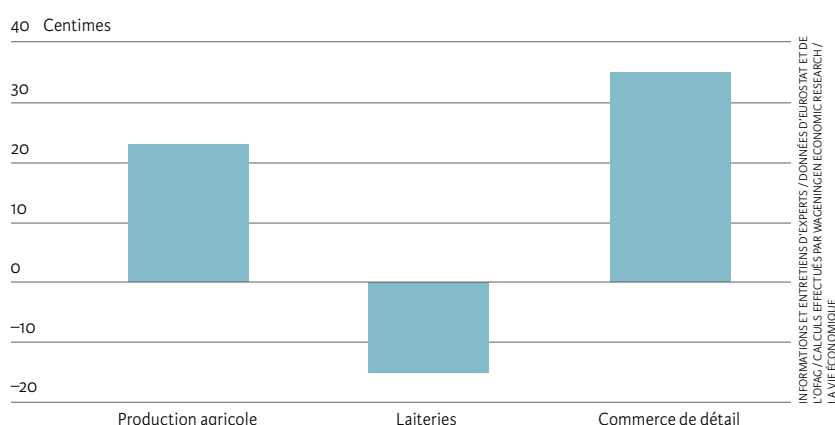
Comme pour le pain blanc, les coûts plus élevés de la chaîne de valeur apparaissent dès la production primaire. En Suisse, le coût de production d'un litre de lait oscille entre 60 et 70 centimes, soit environ 20 centimes de plus qu'en France. La petite taille des étables pour vaches laitières, qui renchérit le prix par tête de bétail, pousse les coûts vers le haut. En revanche, les frais de fourrage par litre de lait sont comparables dans les deux pays. En effet, si le coût des aliments concentrés par tonne est clairement plus élevé en Suisse, la ration alimentaire des vaches laitières suisses comprend nettement plus d'herbe, de foin et d'ensilage, moins chers que les concentrés. Le coût moyen supérieur s'explique toutefois aussi par la préférence plus marquée des consommateurs suisses pour le lait de qualité écologique, dont les frais de production sont plus élevés : le lait labellisé bio représente 7 % de la production en Suisse, contre 2 % en France.

Les différences d'échelle sont flagrantes à l'étape suivante de la filière, dans les laiteries : alors qu'Emmi, numéro 1 de la transformation de produits laitiers en Suisse, présente un chiffre d'affaires annuel de 3,4 milliards de francs, Danone, son équivalent dans l'Hexagone, pèse 28 milliards de francs². Ce désavantage d'échelle ne se traduit toutefois pas en Suisse par des frais de transformation plus élevés. Les entreprises de transformation helvétiques – pour la plupart de petite taille – semblent au contraire posséder

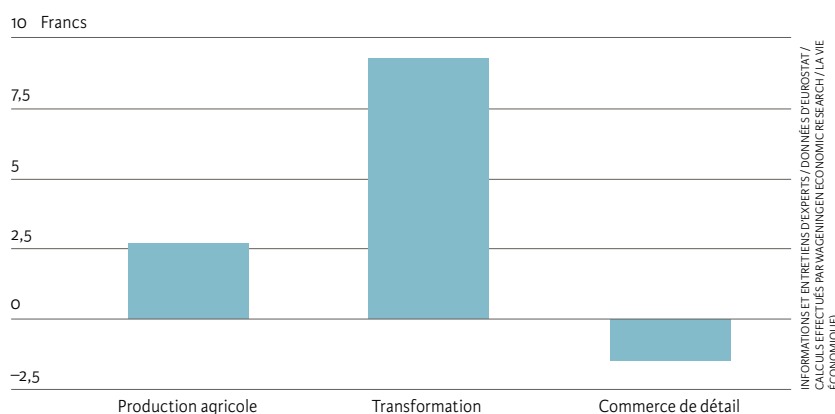
III. 1. Coût supplémentaire d'un kilo de pain blanc le long de la chaîne de valeur en Suisse comparé à l'Allemagne



III. 2. Coût supplémentaire d'un kilo de yogourt le long de la chaîne de valeur en Suisse comparé à la France



III. 3. Coût supplémentaire d'un kilo de jambon cru le long de la chaîne de valeur en Suisse comparé à l'Italie



Pour chaque illustration: données d'Eurostat pour la période allant de 2013 à 2015, hors TVA. Conversion en francs sur la base des taux de change annuels moyens d'Eurostat. Voir l'étude pour davantage de détails.

un certain avantage concurrentiel (voir *illustration 2*). Le coût de la main-d'œuvre est certes supérieur à celui observé en France, mais il est compensé par des frais d'infrastructures et des frais généraux comparativement inférieurs. Ces frais sont inférieurs en Suisse pour le yogourt, avant tout en raison de l'intégration verticale et de la concentration au sein de la filière. Les coûts de transformation du lait sont plus bas en Suisse, car la chaîne de valeur supporte en France des frais de marketing et de communication qui sont en Suisse principalement à la charge du commerce de détail intégré. De surcroît, les marges sont plus importantes au niveau du commerce de détail en Suisse, de sorte que c'est à ce niveau que sont enregistrés les surcoûts les plus élevés sur toute la filière de production.

L'analyse montre aussi clairement que la disparité du pouvoir d'achat entraîne des stratégies de segmentation différentes sur le marché du yogourt. Si l'on divise ce marché en cinq catégories de qualité, on constate que 43 % des ventes se situent en France dans le segment inférieur, contre seulement 25 % en Suisse. Inversement, 12 % des yogourts sont vendus dans le segment supérieur en Suisse, pour à peine 3 % dans l'Hexagone. Autre différence : le marché helvétique est dominé par les marques des détaillants, largement présents dans la transformation du lait et ainsi intégrés verticalement dans la filière, tandis que les marques des producteurs jouent un rôle nettement plus important en France, où ils se font concurrence pour occuper les rayonnages des supermarchés.

La comparaison du marché du yogourt de part et d'autre du Jura illustre clairement l'effet du marché intérieur européen : deux tiers de la production française sont exportés dans d'autres pays de l'UE et un quart de la quantité écoulee en France provient de l'étranger. En Suisse, moins de 1 % des quantités produites sont exportées, respectivement importées. Deux raisons expliquent cette différence : les prix élevés et les contingents tarifaires limités. La gamme de produits qui en résulte influence peut-être l'écart en matière de volume de consommation : selon Eurostat, un Français consomme en moyenne 28 kilos de yogourt par an, contre seulement 17 kilos pour un Suisse.

La complexité de la filière du jambon cru

Des trois filières analysées, celle du jambon cru est sans conteste la plus complexe. Déjà au stade de l'élevage des animaux, une distinction s'opère entre les producteurs de porcelets et les exploitations d'engraissement. Ensuite, l'abatage des animaux et la transformation du jambon cru n'ont souvent pas lieu au même endroit et ne sont pas réalisés par la même entreprise. Enfin, le conditionnement du produit final destiné à la vente est assuré en partie par les entreprises de transformation (séchage à l'air) et en partie par les détaillants.

Le premier aspect à signaler pour le jambon cru est son prix au kilo, nettement plus élevé que celui du pain ou du yogourt. Dès lors, les 10 francs supplémentaires que le consommateur suisse paie par kilo doivent être mis en rapport avec les 55 francs (après conversion) que coûte le jambon de Parme en Italie. Selon l'étude, plusieurs facteurs expliquent cet écart. Au stade de la production agricole, on constate par exemple une grande différence dans la taille des cheptels. Si les fermes suisses n'atteignent que rarement la limite de 1500 animaux destinés à l'engraissement, de nombreuses exploitations italiennes comptent entre 5000 et 10 000 bêtes. En même temps, l'élevage porcin est géographiquement concentré en Suisse comme en Italie, à l'instar d'autres pays. Ainsi, un cochon suisse sur quatre est élevé dans le canton de Lucerne et 85 % du cheptel italien se concentre dans les régions de la Lombardie, du Piémont et de l'Émilie-Romagne, proches des lieux de production du jambon de Parme. Dans les deux pays, la production porcine tend à reculer, en raison de la baisse de la demande de viande de porc.

Le stade de la transformation est plus concentré en Suisse – où les deux grands distributeurs se répartissent le marché – qu'en Italie, où pas moins de 138 abattoirs titulaires d'une licence de production du jambon cru sont recensés dans la seule région de Parme. À cette étape, ce sont surtout les frais salariaux plus élevés en Suisse qui poussent les prix à la hausse (voir *illustration 3*).

Contrairement au pain et au yogourt, la distribution du jambon cru présente dans l'ensemble des frais plus faibles en Suisse qu'en Italie. Si le

coût de la main-d'œuvre est supérieur en Suisse, les frais de vente du jambon cru conditionné dans les supermarchés sont plus élevés dans la Botte. Selon l'expert consulté, les détaillants italiens supportent des frais supérieurs en raison de la mise au rebut des produits emballés qui ne peuvent plus être vendus au-delà de la date de péremption. En Italie, le jambon cru est généralement vendu à la coupe dans de petits établissements et non comme produit conditionné dans les supermarchés, ce qui contribue à accroître les frais du commerce de détail transalpin par rapport à son homologue helvétique.

En Suisse, les deux géants orange détiennent une part de marché dépassant 80% dans le commerce de détail, alors que l'Italie compte de nombreux petits détaillants indépendants. Mesurés à l'aune des ventes par magasin, les

Le pain resterait plus cher en Allemagne qu'en Suisse, même si les paysans helvétiques offraient leurs céréales aux minoteries. Swissmill à Zurich.

supermarchés en Italie sont généralement plus petits, tout comme les économies d'échelle. La différence diminue si l'on compare la Suisse à l'Allemagne, alors que les ventes par magasin sont plus élevées en France, où les hypermarchés dominent le commerce de détail.

La concentration du marché fait grimper les prix

En conclusion, bien que la politique agricole suisse et la taille modeste des exploitations engendrent des frais supplémentaires, ces derniers n'expliquent qu'une petite partie des prix plus élevés pratiqués en Suisse: les stades de la transformation et de la distribution jouent un rôle nettement plus important. Pour le pain et le yogourt, la concentration du marché du



commerce de détail aux mains de Migros et de Coop ainsi que leur présence au stade de la transformation poussent les prix à la hausse. En outre, les frais salariaux plus élevés contribuent largement aux différences de prix des denrées alimentaires. Au-delà des résultats de l'étude, il faut signaler que le niveau élevé des salaires et des prix reflète aussi la vigueur du franc : tant que le pouvoir d'achat restera élevé et que les investisseurs étrangers continueront à chercher refuge dans le franc, le pain blanc, le yogourt et le jambon cru coûteront plus cher en Suisse qu'ailleurs.

La politique commerciale helvétique protège la production et le marché intérieur. Les prix du pain, du yogourt et du jambon cru – et des produits intermédiaires examinés – sont ainsi maintenus à des niveaux artificiellement élevés et la structure du marché est marquée par une forte concentration en comparaison européenne. Pour le jambon cru et le pain des supermarchés, les droits de douane, mesurés en francs par kilo, ne peuvent pas entièrement expliquer la différence de prix constatée. Dans ces deux cas, d'autres facteurs jouent aussi un rôle, comme la préférence – et la disposition à

payer – des consommateurs suisses pour les produits indigènes en raison de leur qualité et de leur fraîcheur. Cela réduit le volume des importations en Suisse, même si les produits étrangers sont meilleur marché.

Stefan Mann

Responsable de groupes de recherche, Agroscope, Tänikon (TG)

Katja Logatcheva

Collaboratrice scientifique, Wageningen University and Research (WUR), Wageningen Economic Research, La Haye (Pays-Bas)

Michiel van Galen

Collaborateur scientifique, Wageningen University and Research (WUR), Wageningen Economic Research, La Haye (Pays-Bas)

Marie-Louise Rau

Collaboratrice scientifique, Wageningen University and Research (WUR), Wageningen Economic Research, La Haye (Pays-Bas)

Bibliographie

Logatcheva Katja, van Galen Michiel, Janssens Bas, Rau Marie-Luise, Baltussen Willy, van Berkum Siemen, Mann Stefan, Ferjani Ali et Cerca Mariana (2019). *Factors driving up prices along the food value chain in Switzerland – Case studies on bread, yoghurt, and cured ham*, Wageningen Economic Research et Agroscope. Étude mandatée par le Seco.