

Comparaison équitable des labels

Résumé

Le nombre de labels de durabilité dans le secteur alimentaire a fortement augmenté ces dernières années - un signe de la demande croissante de produits durables et d'un étiquetage transparent. Les labels ont pour but d'orienter les consommateurs et de rémunérer les producteurs pour leur valeur ajoutée en matière de durabilité. Pour qu'ils soient efficaces, ils doivent être crédibles et contenir des directives claires qui encouragent les améliorations écologiques, sociales et économiques dans la production. Dans le contexte de la durabilité sociale et économique, l'équité joue un rôle central. Alors que les normes internationales intègrent des critères d'équité, il manque jusqu'à présent en Suisse un concept uniforme et des indicateurs appropriés pour des prix équitables et des relations commerciales justes.

Le comparatif des labels équitables s'attaque à cette lacune. Il examine 28 labels de durabilité et normes d'origine et de qualité dans le secteur agroalimentaire suisse. L'objectif est de fournir un aperçu comparatif de la manière dont le thème de l'équité est pris en compte. Les exigences posées aux producteurs et productrices par rapport à la compensation financière ainsi que des aspects tels que la sécurité des ventes sont analysés. En outre, l'étude examine si et comment l'équité est abordée dans les directives et la communication publique vis-à-vis des parties prenantes.

L'analyse montre de grandes différences dans la compréhension de l'équité et sa mise en œuvre. Bio Suisse, Demeter et le label *retour aux sources* abordent ce thème de manière particulièrement complète dans leurs directives et leur communication. Bio Suisse et Demeter décrivent en outre concrètement comment ils encouragent les relations commerciales équitables et la transparence du marché, et tous deux proposent aux producteurs un service de médiation en cas de pratiques commerciales déloyales.

D'autres organisations de label comme Fidelio Biofreiland AG, Vache mère Suisse, Silvestri AG et Wiesenschwein AG accordent une importance particulière à la sécurité des débouchés, aux relations commerciales à long terme et à la sécurité de la planification. Vache mère Suisse et Wiesenschwein montrent en outre de manière transparente comment les exigences et la compensation de la plus-value sont liées - un aspect qui reste flou pour de nombreux autres labels.

Les quatre standards pour un lait équitable (Di fair Milch Säuliamt, FAIR, Faire Milk et Faireswiss) se distinguent par le fait qu'ils offrent des compensations de valeur ajoutée relativement élevées pour des exigences de production peu élevées. De plus, les initiatives pour un lait équitable se focalisent principalement sur l'aspect prix, alors que d'autres dimensions de l'équité telles que la transparence, la collaboration à long terme, la planification commune des quantités ou la sécurité des débouchés ne sont guère abordées.

Le rapport entre la compensation de la plus-value obtenue et la taille du volume de marché des labels montre s'ils se trouvent dans une niche et quelle est la taille de celle-ci. Les labels/standards bénéficiant d'une compensation de la plus-value élevée ont tendance à atteindre des parts de marché plus petites. Cependant, si les objectifs du Conseil fédéral concernant la stratégie de développement durable et l'orientation future de la politique agricole doivent être atteints, cela implique une croissance en volume des labels et des standards de durabilité.

Près d'un tiers des labels étudiés (10 sur 28) ne mentionnent l'équité ni dans leurs directives ni dans leur communication publique - en partie aussi ceux qui, selon leur propre présentation, abordent la durabilité de manière globale.

Dans l'ensemble, on constate un manque de compréhension commune de ce que signifie l'équité dans le contexte des labels/standards suisses et des dimensions qu'elle devrait couvrir. Une base commune serait nécessaire de toute urgence pour ancrer le thème de manière crédible et efficace sur le marché, au-delà de la simple communication - et pour créer une différenciation claire avec une véritable valeur ajoutée pour les producteurs/trices suisses.

L'argument d'une formation des prix équitable et de relations commerciales justes recèle un potentiel économique, comme le montrent les labels internationaux du commerce équitable. Un autre potentiel va dans le sens de la vérité des coûts, dans la mesure où les labels/normes de durabilité rendent plus visibles les coûts cachés qui ne sont pas compensés lors de la formation des prix par le marché. Pour prendre des décisions de consommation fondées, il faut cependant des exigences fiables et transparentes - ce n'est qu'ainsi que les systèmes agricoles et alimentaires peuvent être conçus de manière durable dans l'intérêt de l'homme, de l'animal et de l'environnement.

Situation de départ & mesures à prendre

Ces dernières années, le nombre de labels de durabilité a considérablement augmenté dans le secteur alimentaire. Cela s'explique par la demande croissante de produits issus d'une production durable et par le souhait d'une plus grande transparence. Les labels alimentaires offrent aux consommateurs et aux acheteurs professionnels une aide précieuse pour prendre des décisions d'achat durables¹. Pour que ces décisions puissent être prises en toute connaissance de cause, les labels doivent d'une part être crédibles et d'autre part contenir des directives claires dont la mise en œuvre entraîne des améliorations écologiques, sociales et économiques sensibles dans la production alimentaire.

L'Office fédéral de l'agriculture constate² que "dans le contexte actuel d'ouverture du marché, les productions labellisées régies par des contrats et respectant des normes sociales et écologiques minimales constituent plus que jamais un instrument de promotion du développement durable". Ainsi, ils offrent non seulement une base de décision importante pour les consommateurs, mais aussi une plus-value sous la forme de prestations de service en matière de développement durable, l'objectif étant que cette plus-value soit récompensée par une valeur monétaire sur le marché.

Dans le cadre de la libéralisation du secteur agricole au cours des dernières décennies, l'État s'est de plus en plus retiré des marchés et a laissé la fixation des prix aux acteurs du marché. Les inégalités de pouvoir dans la chaîne de création de valeur agricole se sont donc encore accentuées³. Les organisations de marché recèlent à cet égard un grand potentiel pour les labels et les normes, si leurs exigences présentées de manière transparente permettent de soutenir la stratégie de différenciation des produits indigènes et durables et de lutter ainsi contre l'autorégulation insuffisante des marchés, qui ne sont par exemple pas en mesure de refléter les "vrais" coûts. Afin d'éviter que la profusion de labels n'entraîne une confusion chez les consommateurs et ne réduise la valeur ajoutée des labels, il est nécessaire d'agir pour obtenir une vue d'ensemble comparable.

Dans le contexte de la durabilité sociale et économique des systèmes agroalimentaires, l'équité joue un rôle central, qu'il s'agisse de prix justes, de relations commerciales équitables ou de commerce équitable. Ce thème fait donc partie intégrante de nombreux labels alimentaires ainsi que de normes de qualité et d'origine qui s'appliquent aussi bien aux produits suisses qu'aux produits importés.

Avec Labelinfo.ch⁴, Pusch et la ZHAW ont développé une plateforme de comparaison complète pour les labels de durabilité. Celle-ci évalue les labels sur la base des quatre dimensions suivantes : respect de l'environnement, bien-être des animaux, compatibilité sociale et crédibilité. La

¹ https://www.labelinfo.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/Labelinfo_detaillierter_Methodikbericht.pdf

² <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-17765.html>

³

https://www.cde.unibe.ch/unibe/portal/fak_naturwis/q_dept_kzen/b_cde/content/e1459571/e1555229/e1351125/e1351418/e1351421/Schweizer_Agrarpolitik_WorkingPaper_NFP73_Bettina_Scharrer.20221021_eng.pdf

⁴ <https://www.labelinfo.ch/de>

dimension de la compatibilité sociale est définie comme suit : "Règles et approches qui garantissent des conditions équitables et sûres pour les collaborateurs dans les entreprises sous label. Cela inclut des mécanismes visant à éviter les impacts sociaux négatifs pour les populations indigènes, des règles contre la discrimination et la violence qui vont au-delà de la législation".

Pour le développement des indicateurs, Labelinfo.ch utilise les données de l'International Trade Centre (ITC) et le Sustainable Standards Comparison Tool (ssCT) de la société allemande pour la coopération internationale (GIZ). Grâce à cette approche d'évaluation internationale, les indicateurs d'équité se concentrent en premier lieu sur les produits importés - en particulier ceux en provenance du Sud global. Cependant, ces mêmes indicateurs sont également utilisés pour évaluer les labels qui comprennent principalement ou exclusivement des produits suisses.

Les conditions sociales et légales de la production alimentaire en Suisse et à l'étranger étant parfois très différentes, il est également nécessaire de disposer de différents indicateurs pour mesurer et évaluer l'équité. Jusqu'à présent, il manque cependant une compréhension uniforme ainsi qu'un concept clairement défini des relations commerciales équitables dans le contexte suisse - et donc aussi des paramètres de mesure appropriés. C'est pourquoi il n'existe pas encore de vue d'ensemble complète sur la mesure dans laquelle la formation des prix équitables et les relations commerciales équitables sont prises en compte dans les labels alimentaires suisses ainsi que dans les normes de qualité et d'origine.

Objectif et questions

La comparaison des labels équitables de Marchés équitables Suisse a pour objectif d'analyser les labels pertinents ainsi que les normes d'origine et de qualité dans le secteur agroalimentaire suisse sous l'angle de l'équité. Il ne s'agit pas d'une évaluation des labels et des standards au sens d'une plateforme de comparaison comme Labelinfo.ch, mais d'un aperçu comparatif.

Il s'agit d'une part d'analyser le rapport entre les exigences imposées aux producteurs et la compensation financière pour la valeur ajoutée du label, ainsi que la sécurité des ventes sous le label en question. D'autre part, il s'agit de montrer si et dans quelle mesure le thème de l'équité est communiqué aux différents groupes de parties prenantes dans des documents tels que les directives du label et dans la communication sur le site Internet du label / standard.

Les questions suivantes doivent être clarifiées pour chaque label / standard :

- 1.) Quelles sont les **exigences** en matière de production pour le label / standard ?
- 2.) Comment le **surcroît de travail lié** au label/à la norme est-il **compensé financièrement** ?
- 3.) Existe-t-il une **planification des quantités** ou **des garanties de vente** ?
- 4.) Le thème de l'équité est-il inclus dans les **directives** du label / standard ? Si oui, comment est-il thématiqué ?
- 5.) Le thème de l'équité est-il mentionné **dans la communication sur le site web** du label / standard⁵ ? Si oui, comment est-il thématiqué ?

Afin d'examiner si et dans quelle mesure le thème de l'équité est présent dans les directives ou la communication générale sur le site web (description de l'organisation, vision, charte, etc.), les termes suivants ont été recherchés :

- Équité
- équitable
- Justice
- juste
- Valeur ajoutée
- Rémunération
- Prix

Les résultats de la comparaison des labels ont été envoyés avant la publication à tous les labels / standards examinés pour des questions et d'éventuelles corrections (voir la remarque dans les notes de bas de page).

⁵ L'analyse a porté sur les pages principales pertinentes du site web et sur les documents de base tels que les lignes directrices, etc.

Sélection de labels

Le choix des labels / standards examinés s'oriente vers la sélection de la plate-forme d'évaluation Labelinfo.ch. Celle-ci définit les critères d'admission comme suit⁶ : Les directives ou le catalogue d'exigences d'un label doivent être accessibles au public, au moins une des dimensions de la durabilité doit être évaluée et le label doit être disponible pour les consommateurs dans des points de vente courants au moins en Suisse alémanique ou en Suisse romande.

Ont été exclus de la liste de Labelinfo.ch les labels qui contiennent exclusivement des produits provenant de l'étranger, comme par exemple Max Havelaar, EU-Bio, Rainforest Alliance ou Agriculture Biologique.

La liste est complétée d'une part par des labels et des normes que la plate-forme "Manger avec du cœur"⁷ de la Protection suisse des animaux (PSA) a évalués en fonction de critères de bien-être animal. Celle-ci ne prend pas seulement en compte les labels classiques, mais aussi les appellations d'origine, les labels de qualité et les marques publicitaires.

Les 28 labels suivants ainsi que les normes d'origine et de qualité ont finalement été examinés :

Label / Standard	Propriétaire	Focus Label / Standard ⁸
AGRI NATURA	Volg Konsumwaren AG	Bien-être animal, écologie
Bio (Suisse) Bourgeon	Bio Suisse	Bien-être animal, écologie, social
Bio Nature Plus	Manor AG	Bien-être animal, écologie, social
Bio natura	ALDI SUISSE AG	Bien-être animal, écologie, social
Bio Organic	Lidl Suisse DL AG	Bien-être animal, écologie, social
Bœuf de pâturage (bio)	Fédération des coopératives Migros	Bien-être animal
Norme sectorielle pour un lait suisse durable (tapis vert)	Interprofession du lait	Bien-être animal, écologie, social
Coop Naturafarm	Coop Société Coopérative	Bien-être animal
Coop Naturaplan	Coop Société Coopérative	Bien-être animal, écologie, social

⁶ https://www.labelinfo.ch/fileadmin/user_upload/Dokumente/Methodikbericht_03.04.2024_detailliert.pdf

⁷ <https://essenmitherz.ch/>

⁸ Dans cette optique, le social englobe les deux dimensions de la durabilité : le social et l'économie.

Cowpassion	Association Cowpassion	Bien-être animal
Delinat	Delinat AG	Écologie, Social
Demeter	Association suisse Demeter	Bien-être animal, écologie, social
Di lait équitable Säuliamt	Coopérative Faire Milch Säuliamt	Bien-être animal, social
FAIR	Association pour des prix du lait équitables	Social
Lait équitable	ALDI SUISSE AG	Bien-être animal, écologie, social
Faireswiss	Coopérative le lait équitable	Bien-être animal, social
Fidelio	Fidelio-Biofreiland SA	Bien-être animal, écologie, social
IP-Suisse	IP-Suisse	Écologie, Bien-être animal, Social
KAGfreiland	KAGfreiland	Bien-être animal
Migros Bio	Fédération des coopératives Migros	Bien-être animal, écologie, aspects sociaux
Natura Beef / Veal (bio)	Vache mère Suisse	Bien-être animal, écologie, social
NATURE SUISSE	ALDI SUISSE AG	Bien-être animal, écologie
retour aux sources	ALDI SUISSE AG	Bien-être animal, écologie, social
Silvestri	Silvestri AG	Bien-être animal, écologie, aspects sociaux
Suisse Garantie	AMS Agro-Marketing.Suisse	Bien-être animal, écologie
Lait familial suisse	Züger Fromage frais SA	Bien-être animal, écologie, social
Terra Natura	Lidl Suisse DL AG	Bien-être animal, écologie
Sanglier des prés	Cochon des prés SA	Bien-être animal, écologie, social

Résultats de la comparaison des labels

AGRI NATURA (Volg Konsumwaren AG)



Exigences Label / Norme

Directives IP-Suisse

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Primes définies selon IP-Suisse au niveau du produit.

Sécurité des ventes

IP-Suisse effectue régulièrement des planifications quantitatives en collaboration avec la production et les acheteurs.

L'équité dans les politiques

Basé sur les directives⁹ d'IP-Suisse. Le thème de l'équité n'y est pas mentionné.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le thème de l'équité n'est pas mentionné sur le site web .¹⁰

Bio (Suisse) Bourgeon (Bio Suisse)



Exigences Label / Norme

Cahier des charges de Bio Suisse, annexes comprises :

⁹ <https://www.ipsuisse.ch/richtlinien-grundanforderungen-gesamtbetrieb/>

¹⁰ <https://www.agrinatura.ch/>

- Code de conduite pour le commerce des produits Bourgeon
- Code de conduite pour des pratiques commerciales responsables lors de l'importation de produits Bourgeon

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Formation coordonnée des prix indicatifs par Bio Suisse.

Sécurité des ventes

"Bio Suisse n'est pas directement active sur le marché. Mais grâce aux données fiables préparées par Bio Suisse, les partenaires du marché peuvent prendre des décisions fondées concernant les quantités et les ventes. Le département Marchés élabore des prix indicatifs, des accords interprofessionnels et des mesures de promotion des ventes en collaboration avec les acteurs du marché. Il contribue ainsi à maintenir l'équilibre des marchés agricoles bio et à offrir aux producteurs et aux acheteurs suisses des conditions-cadres fiables et équitables. Cela permet aux producteurs d'obtenir un revenu attrayant et de réaliser les investissements nécessaires au développement de leur exploitation.

Sur les différents marchés de produits, Bio Suisse lance des accords de branche pour réguler les quantités (p. ex. fixation annuelle des parts de céréales Bourgeon indigènes) et planifier les ventes en collaboration avec les acheteurs. De plus, Bio Suisse encourage la production suisse en n'autorisant les importations de marchandises Bourgeon que si celles-ci ne peuvent pas être produites en Suisse ou si elles ne peuvent pas l'être en quantité suffisante (Cahier des charges de Bio Suisse, partie V, 2.1)". ¹¹

L'équité dans les politiques

La charte de Bio Suisse fait partie du Cahier des charges¹². L'un des dix principes énoncés dans le principe directeur est le suivant : "Nous nous engageons pour des prix à la production équitables pour tous".

Dans le quatrième chapitre *Exigences sociales*, les conditions de travail des collaborateurs d'une exploitation agricole ou d'un transformateur sont abordées : "Elles ne doivent pas être confondues avec les exigences du commerce équitable, qui évaluent les prix équitables et la formation des prix ainsi que la transparence dans la chaîne commerciale".

Dans le cinquième chapitre *Relations commerciales équitables*, il est précisé que le commerce des produits Bourgeon s'effectue selon des principes équitables et s'oriente sur les valeurs fondamentales suivantes :

- l'estime, le respect et la confiance mutuels entre les partenaires de marché de la chaîne de création de valeur

¹¹ Echange de courriels avec Bio Suisse en mars 2025

¹²

https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:216cf74e-1a0f-4f39-bd78-2a4010805d61/Bio_Suisse_Richtlinien_2025_DE_final.pdf

- une collaboration partenariale et à long terme et une responsabilité dans les négociations contractuelles
- une tarification équitable
- coopération constructive pour la promotion de l'agriculture biologique

Il est fait mention du *Code de conduite* pour les producteurs et preneurs de licence Bourgeon, qui les incite à "respecter les principes élaborés et développés en partenariat dans le *Code de conduite pour le commerce des produits Bourgeon*".

Il est en outre mentionné que Bio Suisse organise au besoin dans certaines branches des tables rondes pour réfléchir aux lignes directrices et éventuellement conclure des conventions d'objectifs contraignantes (voir annexe 1.1.).

Si des cas de "comportement perçu comme injuste" surviennent, ils peuvent être signalés au service de médiation pour des relations commerciales équitables nommé par Bio Suisse. Bio Suisse gère un monitoring de l'application du Code de conduite (voir annexe 1.2.).

Les principes d'équité s'appliquent également aux produits importés (voir annexe 1.3.).

L'annexe¹³ du *Cahier des charges* stipule, au paragraphe *Obligations et prestations*, que le preneur de licence s'engage pour une "fixation juste et équitable des prix des produits Bourgeon, qui s'oriente à long terme vers les conditions du marché, les coûts de production ainsi que les préoccupations des consommateurs. Il respecte les prix indicatifs publiés par Bio Suisse, les accords sectoriels négociés d'un commun accord et les directives Relations commerciales équitables. Il informe sur demande Bio Suisse et les organisations mandatées par elle des quantités écoulées, en leur garantissant une confidentialité absolue, et soutient les activités de Bio Suisse dans le domaine de la transparence du marché".

L'annexe¹⁴ au *Code de conduite* stipule : "les partenaires du marché Bourgeon assument ensemble la responsabilité d'un commerce équitable et orienté vers la qualité des produits Bourgeon en Suisse". (voir annexe 1.4.).

Les lignes directrices du *code de conduite* traitent des éléments suivants (six sur treize), qui abordent spécifiquement les questions d'équité (voir annexe 1.5.) :

- des relations commerciales à long terme
- Transparence
- Planification des quantités
- Gestion du risque
- Une tarification équitable
- Un prix juste

¹³ Annexe 1 à la partie I, chapitre 2.

https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:10d25da7-8eeb-41cf-acfa-20310ea07842/Anhaenge_Bio_Suisse_Richtlini_en_DE.pdf

¹⁴ Annexe 1 de la partie I, chapitre 5.1

Par analogie, il existe à l'annexe¹⁵ un code de conduite pour des pratiques commerciales responsables lors de l'importation de produits Bourgeon.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sous la rubrique *Notre engagement*, l'équité est mentionnée comme l'un des six domaines¹⁶. L'une des tâches principales de Bio Suisse est de "veiller à la plus grande transparence possible sur les marchés bio en fournissant des conseils personnalisés et des informations actualisées sur le marché". Bio Suisse soutient en outre l'élaboration de prix indicatifs (voir annexe 1.6.-1.9.).

Si les entreprises sont confrontées à un comportement déloyal en matière de prix ou si l'un:des partenaires entrave
Les personnes concernées peuvent s'adresser gratuitement à l'organe de médiation impartial de Bio Suisse.
se tourner.¹⁷

Bio Natur Plus (Manor AG)



Exigences Label / Norme

Cahier des charges Bio Natur-Plus¹⁸. Le cahier des charges de Bio Suisse constitue une base importante de ces directives.

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse

Sécurité des ventes

Planification des quantités via Bio Suisse

L'équité dans les politiques

Le cahier des charges Bio Natur Plus ne mentionne pas le thème de l'équité.¹⁹

¹⁵ Annexe 2 de la partie I, chapitre 5.5

¹⁶ <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-engagement/fairness.html>

¹⁷ <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-verband/kontakt/ombudsstelle.html>

¹⁸ https://manor.a.bigcontent.io/v1/static/BNP_Richtlinien_%202024

¹⁹ https://manor.a.bigcontent.io/v1/static/BNP_Richtlinien_%202024

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site²⁰ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Bio natura (ALDI SUISSE AG)



Exigences Label / Norme

Cahier des charges de Bio Suisse

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Basé sur le cahier des charges de Bio Suisse.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site²¹ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Bio Organic (bœuf de pâturage) (Lidl Schweiz DL AG)



Exigences Label / Norme

²⁰

https://www.manor.ch/de/u/nachhaltigkeit-manor-food?srsId=AfmBOopj6r6DmYIXfr6Rgip13HGFxOY-q_vpVS-6VEGrThYB6df--DFZ

²¹ <https://www.aldi-suisse.ch/de/nachhaltigkeit/nachhaltige-produkte/bio.html>

Basé sur les directives de Bio Suisse. Pour la viande de bœuf issue de l'élevage biologique suisse au pâturage, basé sur le cahier des charges de Bio Suisse ainsi que sur le cahier des charges Silvestri Bio-Bœuf de Pâturage²². Les produits Bio Organic sans croix suisse remplissent au moins les exigences du règlement Bio de l'UE.

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse. Pour le bœuf de pâturage Bio Organic, sur la base des prix de marché Silvestri Bio négociés chaque semaine.

Sécurité des ventes

"La sécurité des débouchés pour les groupes de produits comme la viande bovine du programme Silvestri ou les fruits et légumes est assurée par des accords pluriannuels ou des plans de culture. Les bœufs de pâturage Silvestri sont planifiés sur quatre ans avec une promesse de quantité fixe pour les deux prochaines années. Dans les autres groupes de produits, il n'y a pas de relation directe avec les producteurs primaires, les réglementations se font pour les producteurs suisses par le biais de partenaires contractuels ou d'organisations telles que Bio Suisse".²³

L'équité dans les politiques

Basé sur le cahier des charges de Bio Suisse et Silvestri Weiderind.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site²⁴ ne mentionne pas le thème de l'équité.

(Bio) Bœuf de Pâturage (Fédération des coopératives Migros)



Exigences Label / Norme

"Les directives de la Fédération des coopératives Migros s'appliquent aux deux programmes. Les directives sont élaborées et adoptées en collaboration avec la Communauté d'intérêts (CI) Bœuf de Pâturage Bio. La CI (une association) se compose de représentants de la chaîne de création de valeur. La présidence (président) est assurée par un producteur de Bœuf de Pâturage Bio en exercice".²⁵

²² <https://www.silvestri.swiss/fuer-produzenten/richtlinien-und-reglemente/>

²³ Echange d'e-mails avec Lidl Suisse en avril 2025

²⁴ <https://gesagt-gegan.lidl.ch/de/detail/Unsere-Bio-Produkte-erfuellen-hohe-Standards/>

²⁵ Echange de courriels avec la Fédération des coopératives Migros en mars 2025

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Bœuf de Pâturage Bio & Bœuf de Pâturage : Migros paie les primes convenues en commun avec la CI.
(voir annexe 2.1.).

Sécurité des ventes

Bœuf de Pâturage Bio : Objectif annuel négocié

Bœuf de pâturage : planification des quantités grâce au contrat de production Élevage

L'équité dans les politiques

Les directives pour le Bœuf de Pâturage Bio²⁶ stipulent : "Migros veut s'assurer que les producteurs sont rémunérés de manière appropriée et équitable pour la production de Bœuf de Pâturage Bio".

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site Internet (de la CI Bœuf de Pâturage Bio)²⁷, le label Bœuf de Pâturage Bio ne mentionne pas explicitement le thème de l'équité. Sous commercialisation/opportunités de marché, on énumère toutefois des thèmes tels que la planification des quantités et la fixation des prix.²⁸

Norme sectorielle pour un lait suisse durable (tapis vert) (Interprofession du lait)



Exigences Label / Norme

Règlement de la norme sectorielle Lait suisse durable²⁹ (s'applique depuis début 2024 comme fondement obligatoire de la durabilité de l'économie laitière suisse).

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

²⁶ https://igbioweidebeef.ch/images/Vorschlag/PDF/RL_181122_Bio_Weide-Beef_d.pdf

²⁷ <https://igbioweidebeef.ch/index.php/de/>

²⁸ <https://igbioweidebeef.ch/index.php/de/bio-weide-beef/bio-weide-beeff>

²⁹ https://www.ip-lait.ch/230414_Reglement_BNSM_V3.pdf

Les premiers acheteurs de lait paient aux producteurs un supplément de 3 centimes/kg de lait pour tout le lait de centrale du segment A³⁰. "Depuis 2023, les producteurs de lait non-ensilé transformé en fromage bénéficient également d'un supplément de prix. Un supplément avait alors été intégré dans le prix suite à une augmentation du prix du fromage".³¹

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Dans le règlement³², l'objectif est le suivant : "Une plus-value monétaire tout au long de la chaîne de valeur ajoutée jusqu'au producteur de lait individuel".

Loyauté dans la communication sur le site web

Le thème de l'équité n'est pas mentionné sur le site³³, à l'exception de la rémunération équitable et de la protection sociale des travailleurs familiaux (comme l'une des huit exigences supplémentaires facultatives).

Coop Naturafarm (société coopérative Coop)



Exigences Label / Norme

Normes de base Coop Naturafarm, y compris les directives par forme de production .³⁴

Directives externes pour : Directives IP-Suisse pour l'élevage de porcs .³⁵

Natura-Beef, Natura-Veal et SwissPrimBeef Directives de Vache mère Suisse pour les bovins / veaux .³⁶

³⁰ https://api.procert.ch/Standards/Factsheet_BNSM_d_V2.pdf

³¹ Echange de courriels avec l'Interprofession du lait en mars 2025

³² https://www.ip-lait.ch/230414_Reglement_BNSM_V3.pdf

³³ <https://www.swissmilk.ch/de/green/ch/>

³⁴

https://www.coop.ch/content/dam/labels/naturafarm/PDF/RL_Naturafarm_Basisstandards_d.view.RL_Naturafarm_Basisstandards_d.pdf

³⁵

https://www.coop.ch/content/dam/labels/naturafarm/PDF/Richtlinien-Tierhaltung_IP-SUISSE.view.Richtlinie_n-Tierhaltung_IP-SUISSE.pdf

³⁶ <https://www.mutterkuh.ch/label/natura-beef.html>

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Primes supplémentaires définies selon IP-Suisse au niveau du produit

Prix du bétail de boucherie Natura-Beef et Natura-Veal sur une base hebdomadaire

Sécurité des ventes

Planification des quantités via IP-Suisse

L'équité dans les politiques

La directive Coop Naturafarm³⁷ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site³⁸ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Coop Naturaplan (Coop Société Coopérative)



Exigences Label / Norme

Directive Coop Naturaplan³⁹ (basée sur les directives de Bio Suisse). Les directives Naturaplan⁴⁰ précisent que dans des cas exceptionnels et justifiés (max. 5% de l'assortiment bio), il est possible d'apposer le label Naturaplan sur des produits qui ne satisfont qu'aux exigences légales relatives aux produits bio, mais pas aux exigences du Bourgeon.

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse.

Sécurité des ventes

³⁷

https://www.coop.ch/content/dam/naturafarm/standards/r-cnfd.pdf?srsId=AfmBOogkzui7ICaf4vNmokaDmywFWsvNGWma5rFD-ZC46dH_FFeEZ6ix

³⁸ <https://www.coop.ch/de/marken-inspiration/eigenmarken/naturafarm/naturafarm.html>

³⁹

https://www.coop.ch/content/dam/Naturaplan_2018/Natuerlich/richtlinie-coop-naturaplan-d.pdf?srsId=AfmBOogMrHkOwKoa2jeWVR97ta7uwiPvbMhH7Hkyibt-A1iALKbuRDq

⁴⁰ https://www.coop.ch/content/dam/Naturaplan_2018/Natuerlich/richtlinie-coop-naturaplan-d.pdf

Planification des quantités via Bio Suisse

L'équité dans les politiques

Les directives Coop Naturaplan⁴¹ ne mentionnent pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site⁴² ne mentionne pas le thème de l'équité.

Cowpassion (association Cowpassion)



Exigences Label / Norme

Règlement de production pour la fabrication de produits Cowpassion⁴³

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Dans le cas de l'élevage de vaches allaitantes, le grand défi n'est pas en premier lieu le surcroît de travail, mais la plus petite quantité de lait qui peut être écoulée, c'est-à-dire en fin de compte le manque à gagner. L'élément central de l'association Cowpassion est que cette quantité inférieure soit compensée par un prix plus élevé. Le calcul est simple : 30% de lait en moins, le prix du lait doit donc passer de 1.- à 1.30 Fr.". ⁴⁴

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Dans le règlement de production de Cowpassion⁴⁵, le point *Exigence en matière d'indemnisation des producteurs* stipule

⁴¹

https://www.coop.ch/content/dam/Naturaplan_2018/Natuerlich/richtlinie-coop-naturaplan-d.pdf?srltid=AfmBQoqMrHkOwKoaa2jeWVR97ta7uwiPvbMhH7Hkyibt-A1iALKbuRDq

⁴² <https://www.coop.ch/de/marken-inspiration/eigenmarken/naturaplan/richtlinien-partner.html>

⁴³ https://www.cowpassion.ch/wp-content/uploads/2020/02/Produktionsreglement_Cowpassion_2020_1.pdf

⁴⁴ Échange d'e-mails avec Cowpassion en avril 2025

⁴⁵ https://cowpassion.ch/wp-content/uploads/2023/11/Produktionsreglement_Cowpassion_2023.pdf

- L'indemnisation des producteurs pour la production de lait conformément au présent règlement de production s'effectue selon le principe des prix couvrant l'intégralité des coûts.
- En particulier, les coûts supplémentaires par litre de lait résultant de la baisse de la quantité de lait sont indemnisés.
- La transparence concernant le prix du lait payé doit être assurée.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁴⁶, il est mentionné : "Cowpassion met à disposition du fromage issu de l'élevage commun de la mère et des veaux - avec un prix équitable pour tous". (Complément : "Cela signifie d'une part que le prix est équitable pour les producteurs, car le manque à gagner dû au bien-être accru des animaux est compensé par un prix plus élevé. En même temps, le prix doit être équitable pour les consommateurs, dans le sens où le prix ne doit pas être plus élevé que les coûts effectifs." ⁴⁷)

Sur le site des projets⁴⁸, la vision est décrite comme suit : "Notre vision est de pouvoir générer un prix équitable pour le lait à boire Cowpassion, suffisamment élevé pour que le petit veau puisse être avec sa mère et boire du lait à son pis pendant des mois".

Pour justifier un appel aux dons⁴⁹, il est mentionné : "pas de compromis sur le bien-être animal et le prix équitable".

Delinat (Delinat AG)



Exigences Label / Norme

Directives Delinat ⁵⁰

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Pas d'indemnisation définie pour le surcroît de travail.

Sécurité des ventes

pas de données

⁴⁶ <https://cowpassion.ch/>

⁴⁷ Échange d'e-mails avec Cowpassion en avril 2025

⁴⁸ <https://cowpassion.ch/projekte/>

⁴⁹ <https://cowpassion.ch/mitmachen/>

⁵⁰ <https://www.delinat.com/pdf/richtlinien/Richtlinien-2025.pdf>

L'équité dans les politiques

Dans les directives⁵¹, il est mentionné dans l'*introduction* que "les viticulteurs dont la région et les cépages ont du potentiel, qui sont motivés pour continuer à se développer avec Delinat et qui cherchent inlassablement de meilleures solutions, sont soutenus par Delinat. Premièrement avec des conseils techniques et deuxièmement avec un achat fiable à des prix équitables".

Delinat fait principalement du commerce de vins importés. C'est pourquoi le chapitre *Social* aborde les normes sociales, les conditions et les droits de travail qui concernent spécifiquement la main-d'œuvre étrangère.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site⁵² ne mentionne pas le thème de l'équité.

Demeter (Association suisse Demeter)



Exigences Label / Norme

Cahier des charges Demeter ⁵³

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"En principe, l'économie associative de Demeter a pour objectif de garantir un "juste prix" pour tous les acteurs de la chaîne de création de valeur - des producteurs aux consommateurs en passant par les transformateurs et les commerçants.

Ceci est mis en œuvre par les mesures suivantes :

- Promouvoir une prise de conscience commune des intérêts de toutes les parties concernées.
- Transparence grâce à des calculs de coûts complets qui rendent visibles tous les coûts tout au long de la chaîne (vérité des coûts).
- des discussions sur le marché et des tables rondes au cours desquelles les produits, les processus, la quantité, le prix et la qualité sont discutés ensemble
- des formations continues sur des thèmes pertinents afin d'approfondir la compréhension.

⁵¹ <https://www.delinat.com/pdf/richtlinien/Richtlinien-2024.pdf>

⁵² <https://www.delinat.com/>

⁵³ https://demeter.ch/wp-content/uploads/2023/12/Demeter-Richtlinien_CH_2024.pdf

Le surcroît de travail pour les produits Demeter ne doit pas être compensé sur la base de prix indicatifs donnés, mais couvert par une tarification globale et coopérative basée sur l'équité, la transparence et la vérité des coûts.

de la viande :

- Silvestri Vaches Demeter : fixation hebdomadaire des prix indicatifs Bétail de boucherie
- Actuellement : mise en place d'un canal de vente de la viande basé sur le calcul des coûts complets (groupe spécialisé Demeter Bœuf, FiBL)
- Commercialisation directe, entre autres abattage à la ferme

Légumes, fruits :

- Modèles associatifs avec plateformes de légumes, en partie sur la base des prix indicatifs de Bio Suisse

Lait et œufs :

- Prix indicatif Demeter, discussions sur le marché et tables rondes

Céréales, autres produits :

- S'appuyer sur les prix indicatifs de Bio Suisse (ex. supplément Demeter pour les céréales)
- Négociation entre les acteurs du marché".⁵⁴

Sécurité des ventes

"Il n'existe pas de planification unique et centralisée pour tous les produits, car les détails dépendent fortement de la gamme de produits concernée. En conséquence, les contrats sont négociés et fixés individuellement entre les participants, c'est-à-dire les producteurs, les transformateurs et les distributeurs. Cela permet de répondre à des besoins spécifiques, à des conditions régionales et saisonnières ou à des exigences liées aux produits. Les intervalles de temps pour de tels accords varient également en fonction de l'assortiment et du modèle de coopération. Les accords à court terme pourraient par exemple s'appliquer aux produits frais et saisonniers, tandis que les contrats à long terme sont plus courants pour les gammes de produits stables comme les produits secs ou les aliments transformés".⁵⁵

L'équité dans les politiques

Dans les Directives Demeter⁵⁶, sous *Directives pour la transformation et le commerce*, au chapitre *Tables rondes et comportement sur le marché*, il est défini que lors de tables rondes où les acteurs se rencontrent d'égal à égal tout au long de la chaîne de création de valeur, la transparence des coûts et la vérité des coûts sont recherchées dans la formation des prix (voir annexe 3.1.).

⁵⁴ Echange de courriels avec l'Association suisse Demeter en avril 2025

⁵⁵ Echange de courriels avec l'Association suisse Demeter en avril 2025

⁵⁶ https://demeter.ch/wp-content/uploads/2023/12/Demeter-Richtlinien_CH_2024.pdf

Dans le chapitre sur *le comportement loyal sur le marché*, il est précisé que les preneurs de licence s'engagent à adopter un comportement transparent et loyal lors de la conclusion de contrats. Ils doivent également écouter et prendre en compte les besoins de leur partenaire commercial et travailler, dans la mesure du possible, avec des relations commerciales à long terme (voir annexe 3.2.).

Les preneurs de licence Demeter s'engagent à mener un entretien annuel avec leurs fournisseurs. Si les directives relatives au comportement équitable sur le marché ne sont pas respectées, les producteurs/trices ont la possibilité de contacter le secrétariat Demeter : "Avec l'aide de spécialistes, un entretien est organisé avec le preneur de licence concerné, au cours duquel le problème est identifié en commun et des solutions sont recherchées. S'il n'y a pas de comportement loyal, la Commission de protection de la marque peut prononcer des sanctions à l'encontre du preneur de licence.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁵⁷, le mode de production associatif est mentionné comme l'une des principales préoccupations de Demeter : "Le prix doit être correct pour tous les participants - des producteurs et éleveurs aux consommateurs, en passant par les transformateurs et les commerçants. Ce n'est qu'en agissant ensemble que tous les acteurs de la chaîne de création de valeur peuvent prendre conscience les uns des autres et du juste prix. Concrètement, cela signifie que

- Prise de conscience des intérêts de toutes les parties concernées
- Vérité et transparence des coûts grâce à l'établissement de calculs de coûts complets tout au long de la chaîne de valeur ajoutée
- Entretiens d'association sur les produits et les méthodes de production, la quantité, le prix et la qualité

Di fair Milch Säuliamt (coopérative Faire Milch Säuliamt)



Exigences Label / Norme

Participation au programme de bien-être animal SST ou SRPA.⁵⁸

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

⁵⁷ <https://demeter.ch/qualitaetslabel/>

⁵⁸ <https://www.di-fair-milch.ch/produkt/tierwohlprogramme/>

Prix du lait garanti de 85-90 cts/kg pour les quantités écoulées.

Sécurité des ventes

"La quantité de lait mise en bouteille correspond exactement à la quantité commandée. Cela permet de garantir que tout le lait mis en bouteille est effectivement vendu. La demande varie toutefois".⁵⁹

L'équité dans les politiques

Aucune directive n'est disponible.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site web⁶⁰ explique ce que l'on entend par travail équitablement rémunéré pour le paysan : "Le prix équitable du lait ne peut être calculé qu'à partir de la réalité économique, c'est-à-dire à partir des résultats comptables des exploitations laitières. Ni les transformateurs de lait ni les grands distributeurs ne peuvent faire des déclarations correctes à ce sujet. Selon le "calcul des coûts complets du lait" de Markus Höltschi, LBBZ-Hohenrain, les coûts de production pour un litre de lait s'élevaient en moyenne à un franc en 2016 dans la région de plaine. Un salaire horaire équitable de 28 francs pour le paysan est inclus dans le calcul. Selon les comptes, 20 centimes sont aujourd'hui couverts par les paiements directs. Les 80 centimes restants devraient toutefois pouvoir être couverts par le produit de la vente afin de garantir un salaire horaire de 28 francs".

FAIR (Association pour un prix du lait équitable)



Exigences Label / Norme

Norme sectorielle tapis vert

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Tous les transformateurs et distributeurs peuvent utiliser le label Fair mit dem Herz, à condition qu'ils garantissent que les producteurs de lait reçoivent un prix équitable, d'au moins 1,00 franc par litre de lait".⁶¹

Sécurité des ventes

⁵⁹ Echange de courriels avec la coopérative faire Milch Säuliamt en mars 2025

⁶⁰ <https://www.di-fair-milch.ch/produkt/faire-bezahlte-arbeit/>

⁶¹ <https://fair.ch/de/milchlabel>

pas de

L'équité dans les politiques

"Les directives définissent : Le prix du lait doit permettre une production laitière de qualité, offrir des moyens de subsistance à la famille et à l'exploitation, permettre des investissements dans l'amélioration de l'élevage et de la qualité du lait, et motiver les jeunes agriculteurs à continuer à produire du lait. Des mesures adéquates doivent être prises pour garantir un élevage du bétail laitier respectueux des animaux. Les marges doivent être réparties équitablement tout au long de la chaîne de création de valeur".⁶²

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site Internet⁶³, l'objectif est de promouvoir la solidarité avec l'agriculture suisse : "En achetant des produits portant le label FAIR avec le cœur bleu, les consommateurs choisissent activement la solidarité avec les producteurs laitiers suisses. Chaque produit contribue à assurer l'existence des exploitations laitières et à préserver la production laitière régionale. Le prix équitable garantit également que les produits laitiers conservent un niveau de qualité élevé".

Fair Milk (ALDI SUISS E AG)



Exigences Label / Norme

Participation aux programmes de bien-être animal SST et SRPA⁶⁴

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

ALDI SUISS E garantit aux producteurs admis au programme ALDI FAIRMILK un supplément de prix correspondant à la différence entre le prix indicatif actuel pour le segment A de l'Interprofession du lait et le prix à la production FAIRMILK de 1 CHF⁶⁵. Le supplément de prix est accordé pour la quantité de lait FAIRMILK nécessaire au transformateur ou vendue par ALDI SUISS E.

⁶² Échange de courriels avec l'association pour des prix du lait équitables en avril 2025

⁶³ <https://fair.ch/de/milchlabel>

⁶⁴

https://www.aldi-suisse.ch/content/dam/aldi/ch/2022/nachhaltigkeit/1-11-4_fleisch-eier/pdf/Reglement-Fairmilk_DE.pdf

⁶⁵ Règlement 4.3. Exigences pour les entreprises de transformation :

https://www.aldi-suisse.ch/content/dam/aldi/ch/2022/nachhaltigkeit/1-11-4_fleisch-eier/pdf/Reglement-Fairmilk_DE.pdf

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Dans le règlement Fair Milk⁶⁶, il est stipulé comme *objectif* que : "Le prix du lait supérieur à la moyenne payé aux producteurs FAIRMILK contribue à long terme au développement durable des fermes FAIRMILK et au bien-être de leurs familles".

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁶⁷, il est mentionné à propos de la politique d'achat de Fairmilk : "Le prix du lait supérieur à la moyenne payé aux agriculteurs FAIRMILK contribue à long terme au développement durable des fermes FAIRMILK et au bien-être de leurs familles".

Faireswiss (Coopérative du lait équitable)



Exigences Label / Norme

"Participation à deux des trois programmes de bien-être animal SST, SRPA ou GMF". ⁶⁸

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Le lait équitable garantit aux producteurs* de lait une rémunération juste, c'est-à-dire qu'ils reçoivent 1,00 franc par litre de lait afin de couvrir les coûts de production". ⁶⁹

"Les producteurs laitiers livrent leur lait comme d'habitude à leur premier acheteur de lait. Celui-ci paie le prix du marché, c'est-à-dire environ 70 centimes de lait A. La coopérative compense la différence pour atteindre 1,00 franc par litre, soit environ 30 centimes, au prorata de la quantité de lait apportée par un coopérateur à la coopérative et de la quantité vendue sur le marché. Les coopérateurs peuvent apporter jusqu'à 180 000 litres de lait à la coopérative et jusqu'à 50 % de

⁶⁶

https://www.aldi-suisse.ch/content/dam/aldi/ch/2022/nachhaltigkeit/1-11-4_fleisch-eier/pdf/Reglement-Fairmilk_DE.pdf

⁶⁷ <https://www.aldi-suisse.ch/de/nachhaltigkeit/lieferkette-anbau/fleisch-eier-und-milch.html>

⁶⁸ Échange de courriels avec Faireswiss Avril 2025

⁶⁹ <https://www.faireswiss.ch/de/faire-milch>

leur volume annuel de lait. En 2024, la coopérative a distribué 455'589 francs à ses 75 coopérateurs". ⁷⁰

Sécurité des ventes

"Il n'est pas possible de planifier la quantité de lait Faireswiss vendue chaque année. Le paiement compensatoire est versé deux fois par an aux coopérateurs, qui apprennent alors combien ils seront remboursés. La quantité vendue annuellement est toujours annoncée lors de l'assemblée générale. Il n'existe pas de contrats sur les quantités vendues, mais des contrats sur la quantité maximale de lait apportée symboliquement à la coopérative (180'000 litres au maximum) ainsi que sur la participation à deux des trois programmes fédéraux : SST, SRPA ou GMF". ⁷¹

L'équité dans les politiques

Aucune directive n'est disponible. La coopérative s'engage toutefois à verser la différence à raison d'un franc par litre de lait vendu.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁷², on définit : "Le lait équitable est avant tout un projet solidaire ! Lorsque vous achetez un litre de lait équitable, un*producteur*de lait quelque part en Suisse reçoit 1.00 franc pour son*lait".

Fidelio (Fidelio-Biofreiland AG)



Exigences Label / Norme

Fidelio⁷³ et le cahier des charges de Bio Suisse

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

La formation des prix se fait chaque semaine sur la base des prix indicatifs pour les animaux Bourgeon, avec la participation des producteurs et des transformateurs. La couverture des coûts de production dans les exploitations Bourgeon est une préoccupation centrale. ⁷⁴

⁷⁰ Échange de courriels avec Faireswiss Avril 2025

⁷¹ Échange de courriels avec Faireswiss Avril 2025

⁷² <https://www.faireswiss.ch/de/faire-milch>

⁷³ <https://www.fidelio.ch/bio-freiland-ag/richtlinien>

⁷⁴ <https://www.fidelio.ch/bio-freiland-ag/richtlinien>

Sécurité des ventes

"La planification des quantités et la garantie des ventes sont assurées par Fidelio en concertation étroite et continue avec les producteurs:trices et les acheteurs:trices".⁷⁵ La fiabilité de la mise en valeur des animaux repose sur des quantités de production et d'achat convenues chaque année en commun. Les changements dus à l'évolution des conditions du marché sont communiqués à temps et les adaptations nécessaires sont convenues en commun.⁷⁶

L'équité dans les politiques

Il existe dans le Cahier des charges un sous-chapitre consacré *aux dispositions Responsabilité sociale et équité*⁷⁷ : Le Cahier des charges de Bio Suisse règle les exigences sociales pour tous les collaborateurs des entreprises Bourgeon. Les conditions de travail des collaborateurs des entreprises de transformation de la viande fidelio sont régies par l'actuelle convention collective de travail pour la branche de la boucherie. Celle-ci contient en grande partie des dispositions relatives au droit du travail. L'équité dans l'ensemble de la chaîne de création de valeur pour la viande fidelio est une préoccupation importante et implique ouverture, clarté et engagement dans les relations commerciales.

Loyauté dans la communication sur le site web

Hormis les directives figurant sur le site⁷⁸, le thème de l'équité n'est pas mentionné.

IP-Suisse (IP-Suisse)



Exigences Label / Norme

Exigences de base IP-Suisse Exploitation globale⁷⁹ et directives spécifiques au programme.⁸⁰

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Prime définie pour chaque programme. De plus, à la fin de chaque année, le fonds biodiversité est redistribué aux producteurs.

⁷⁵ Échange de courriels avec Fidelio-Biofreiland AG en mars 2025

⁷⁶ <https://www.fidelio.ch/bio-freiland-ag/richtlinien>

⁷⁷ <https://www.fidelio.ch/bio-freiland-ag/richtlinien>

⁷⁸ <https://www.fidelio.ch/>

⁷⁹ <https://www.ipsuisse.ch/richtlinien-grundanforderungen-gesamtbetrieb/>

⁸⁰ <https://www.ipsuisse.ch/produzenten/anforderungen/>

Sécurité des ventes

"Des planifications régulières des quantités sont effectuées avec la production et les acheteurs. Des plans quantitatifs sont établis pour les quantités de céréales et d'oléagineux commercialisées par IP-Suisse elle-même. Des contrats pluriannuels sont conclus avec les acheteurs".⁸¹

L'équité dans les politiques

Les directives⁸² ne mentionnent pas le thème de l'équité. Il existe une *fiche d'information sur les exigences sociales*⁸³, dans laquelle il est question du "bien-être des agriculteurs et de leurs familles et des relations équitables avec les employés".

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁸⁴, l'objectif premier est défini comme suit : "la production durable de denrées alimentaires saines et de qualité supérieure, commercialisées à des prix équitables".

Il est également précisé que "l'association IP-SUISSE s'engage pour que ses exploitations agricoles puissent vivre de leur travail et être rémunérées équitablement pour leurs multiples prestations supplémentaires en faveur d'une agriculture durable".⁸⁵

Sous la rubrique *Engagement*, le point *Equité* mentionne : "Nous nous engageons pour des relations respectueuses et équitables tout au long de la chaîne de production. Les familles paysannes IP-SUISSE doivent être payées équitablement pour la production durable, plus coûteuse, afin qu'elles puissent continuer à fournir leurs nombreux efforts à l'avenir. Les denrées alimentaires de haute qualité doivent en même temps continuer à être commercialisées à des prix abordables, afin que chacun (puisse) apporter sa contribution à une agriculture durable en Suisse".

KAGfreiland (KAGfreiland)



Exigences Label / Norme

Cahier des charges de KAGfreiland pour l'élevage (basé sur le cahier des charges de Bio Suisse)

⁸⁶

⁸¹ Échange d'e-mails avec IP-Suisse en avril 2025

⁸² <https://www.ipsuisse.ch/richtlinien-grundanforderungen-gesamtbetrieb/>

⁸³ <https://www.ipsuisse.ch/merkblatt-soziale-anforderungen/>

⁸⁴ <https://www.ipsuisse.ch/konsumenten-2/ueber-uns-konsumenten/portrait-konsumenten/>

⁸⁵ <https://www.ipsuisse.ch/konsumenten-2/ueber-uns-konsumenten/>

⁸⁶ https://www.kagfreiland.ch/media/kag_richtlinien_2021.pdf

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Recommandations de prix (supplément forfaitaire au prix bio) sans régularité temporelle définie".
87

Sécurité des ventes

Aucun pour le moment

L'équité dans les politiques

Le thème de l'équité n'est pas mentionné dans les directives d'élevage de KAGfreiland . 88

Loyauté dans la communication sur le site web

La charte de KAGfreiland⁸⁹ stipule : "Nous nous engageons pour une création de valeur équitable pour les produits issus d'un élevage respectueux des animaux".

Migros Bio (Fédération des coopératives Migros)



Exigences Label / Norme

Directives Bio Migros⁹⁰ . Les produits Bio de Migros portant le bourgeon sont soumis aux directives de Bio Suisse . 91

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse

Sécurité des ventes

⁸⁷ Échange de courriels avec KAGfreiland Avril 2025

⁸⁸ https://www.kagfreiland.ch/media/kag_richtlinien_2024_1.pdf

⁸⁹ https://www.kagfreiland.ch/media/kagfreiland_leitbild-24_1.pdf

⁹⁰ https://www.bioaktuell.ch/fileadmin/documents/ba/Bioregelwerk-2024/deutsch/3_weitere/mbio_v_d.pdf

⁹¹

https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:216cf74e-1a0f-4f39-bd78-2a4010805d61/Bio_Suisse_Richtlinien_2025_D_E_final.pdf

"La sécurité des ventes existe. La planification des quantités est faite en collaboration avec le donneur de label Bio Suisse".⁹²

L'équité dans les politiques

Les directives Bio de Migros ne mentionnent pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site⁹³, le thème de l'équité n'est pas mentionné. Dans les normes sociales⁹⁴, les activités visant à respecter les droits de l'homme sont abordées.

Natura Beef / Veal (Bio) (Vache mère Suisse)



Exigences Label / Norme

Règlement de production pour Natura-Beef, Natura-Veal et Natura-Animaux.⁹⁵

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Prix minimums et suppléments définis tout au long de l'année⁹⁶. Ceux-ci sont mis en ligne sur le site en début d'année.

Sécurité des ventes

"Des réunions de planification ont lieu tous les six mois avec tous les partenaires importants de Natura-Beef et Natura-Veal. En outre, des accords téléphoniques et d'autres réunions sont organisés en permanence, ainsi qu'une conférence en ligne toutes les deux à quatre semaines pendant les périodes où l'offre a tendance à être excédentaire. Les quantités sont convenues et consignées l'année précédente (quantité annuelle et quantités hebdomadaires (semaines

⁹² Echange de courriels avec la Fédération des coopératives Migros en mars 2025

⁹³ <https://www.migros.ch/de/content/migros-bio>

⁹⁴ <https://corporate.migros.ch/de/verantwortung/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsrichtlinien/sozialstandards#existenzzsicherndes-einkommen>

⁹⁵ https://www.mutterkuh.ch/files/content/Downloads-Deutsch/03-DE-Label/DE-Natura-Beef-und-Natura-Veal/Rglement_Natura-Beef_und_Natura-Veal_d_10_09_2024.pdf?cid=137

⁹⁶ https://www.mutterkuh.ch/files/content/Downloads-Deutsch/03-DE-Label/Preis_Lieferbestimmungen_Markenprogramm_de.pdf?cid=2695

calendaires)). Les prix supplémentaires par rapport au prix QM sont également fixés. Une garantie d'achat est vécue au quotidien. A l'inverse, il n'y a pas d'obligation de livraison pour les producteurs. De nombreux producteurs sont des fournisseurs fiables par loyauté envers l'acheteur fiable. Vache mère Suisse essaie de voir plus loin qu'une simple année. Le temps de réaction pour adapter le volume de production est de deux à trois ans. C'est pourquoi Vache mère Suisse doit anticiper et n'a par exemple reconnu de nouvelles exploitations pour les labels qu'avec certaines restrictions de 2019 à 2025. Entre-temps, la situation a évolué, de sorte que Vache mère Suisse n'impose plus de restrictions aux nouvelles exploitations depuis 2025. La collaboration entre Vache mère Suisse et les acheteurs est réglée par contrat. Et cette collaboration, qui a fait ses preuves depuis des décennies, est aussi marquée par la confiance mutuelle". ⁹⁷

L'équité dans les politiques

Le règlement de production⁹⁸ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

La charte⁹⁹ mentionne : "Nous améliorons la valeur ajoutée des exploitations de vaches allaitantes. Nous veillons à la participation et aux relations respectueuses. Et : nous misons sur un partenariat solide et la satisfaction des clients".

Dans la rubrique *durabilité*¹⁰⁰, Vache mère Suisse a défini 12 piliers de durabilité pour l'élevage allaitant. Sous les aspects économiques, il est défini : "prix des produits, détermination des livraisons, commerce équitable" et sous les aspects sociaux : "partenariat, participation aux décisions, avantages pour tous".

Dans un dépliant¹⁰¹, il est certes mentionné que l'élevage de vaches allaitantes génère "des plus-values pour l'homme, l'animal et la nature avec Natura-Veal et Natura-Beef". Mais la plus-value pour l'homme n'est pas abordée de manière plus spécifique.

Complément : "Chez Vache mère Suisse, pour des raisons historiques, on n'utilise souvent pas le mot "équitable", mais on entend par "partenariat" et "fiable" quelque chose de très similaire. Lors d'un sondage réalisé auprès des membres en 2021, la majorité des participants ont jugé le rapport coûts/bénéfices des labels très bon ou bon et sont satisfaits des dispositions en matière de prix et de livraison. L'effort à fournir pour respecter les directives de production des programmes de

⁹⁷ Echange de courriels avec Vache mère Suisse en avril 2025

⁹⁸

https://www.mutterkuh.ch/files/content/Downloads-Deutsch/03-DE-Label/DE-Natura-Beef-und-Natura-Veal/Rglement_Natura-Beef_und_Natura-Veal_d_29-06-2021.pdf

⁹⁹

<https://www.mutterkuh.ch/files/content/Downloads-Deutsch/01-DE-Mutterkuh-Schweiz/Leitbild%20Mutterkuh%20Schweiz.pdf>

¹⁰⁰ <https://www.mutterkuh.ch/nachhaltigkeit.html>

¹⁰¹

https://www.mutterkuh.ch/files/content/Downloads-Deutsch/01-DE-Mutterkuh-Schweiz/202401_Onepager_DE_A3.pdf

marque est jugé raisonnable, voire négligeable". ¹⁰²

NATURE SUISSE (ALDI SUISSE AG)



Exigences Label / Norme

Directives IP-Suisse pour la production végétale et animale ¹⁰³

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Primes définies selon IP-Suisse au niveau du produit.

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Les directives IP-Suisse ne mentionnent pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site ¹⁰⁴ ne mentionne pas le thème de l'équité.

retour aux sources (ALDI SUISSE AG)



Exigences Label / Norme

¹⁰² Echange de courriels avec Vache mère Suisse en avril 2025

¹⁰³ <https://www.ipsuisse.ch/produzenten/anforderungen/>

¹⁰⁴ <https://www.aldi-suisse.ch/de/nachhaltigkeit/nachhaltige-produkte/bio.html>

Cahier des charges de Bio Suisse¹⁰⁵ et Contrôle Après ! Catalogue d'exigences ¹⁰⁶

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse.

"Le respect des directives de contrôle supplémentaires et l'évaluation annuelle de la durabilité par l'Institut d'agroécologie entraînent un surcroît de travail (élevage sans antibiotiques, renoncement aux aliments concentrés et donc diminution de la production laitière, etc. Pour les dépenses supplémentaires mentionnées, les agriculteurs bio de retour aux sources reçoivent 10 centimes en plus de la prime bio pour chaque kilo de lait. Ce supplément de prix vise d'une part à assurer une sécurité financière et d'autre part à témoigner de l'estime envers les agriculteurs suisses, notamment pour leur contribution à la préservation des paysages cultivés. De plus, la création de valeur ajoutée dans la région doit être renforcée et les générations futures se verront offrir des perspectives dans l'agriculture". ¹⁰⁷

Sécurité des ventes

"Comme les matières premières pour les produits bio retour aux sources ne sont pas librement disponibles sur le marché bio, les besoins quantitatifs sont déterminés dans tous les secteurs de produits sur la base d'une planification des ventes, puis assurés auprès des fournisseurs. L'accent est mis sur des partenariats stables et à long terme. C'est la condition sine qua non de la qualité retour aux sources. Cela crée une sécurité d'achat chez les producteurs d'une part, et une sécurité d'approvisionnement chez les partenaires commerciaux d'autre part". ¹⁰⁸

L'équité dans les politiques

Basé sur les directives de "Prüf Nach !" et de Bio Suisse.

Les tests "Après !" sont développés avec l'association BioFair Schweiz¹⁰⁹ (un regroupement d'agriculteurs suisses qui s'engagent depuis 2021 pour une agriculture suisse durable et porteuse d'avenir) et l'institut d'agroécologie - agroecology.science¹¹⁰.

Dans le standard "Prüf Nach !" de Werner Lampert Beratungsges.m.b.H., l'équité joue un rôle important. Dans les directives¹¹¹, la *charte* du standard mentionne : "La durabilité sociale concerne

¹⁰⁵

https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:216cf74e-1a0f-4f39-bd78-2a4010805d61/Bio_Suisse_Richtlinien_2025_DE_final.pdf

¹⁰⁶

https://lampert-nachhaltigkeit.com/wp-content/uploads/2024/06/2406_Pruef-Nach-Standard-Schweiz_webversion.pdf

¹⁰⁷ Echange d'e-mails avec Aldi Suisse en avril 2025

¹⁰⁸ Echange d'e-mails avec Aldi Suisse en avril 2025

¹⁰⁹ <https://biofairschweiz.ch/#Ziele>

¹¹⁰ <https://www.agroecology.science/projekte/bio.html>

¹¹¹

https://lampert-nachhaltigkeit.com/wp-content/uploads/2024/06/2406_Pruef-Nach-Standard-Schweiz_webversion.pdf

avant tout la participation sociale et la justice distributive. Les thèmes essentiels sont la garantie de conditions de travail et de rémunération équitables dans l'agriculture, de partenariats équitables à long terme dans le domaine de la production primaire et de la transformation, et de chances d'avenir pour les zones rurales défavorisées".

L'une des huit valeurs fondamentales est consacrée à *l'équité envers les agriculteurs et les agricultrices* : "Prüf Nach ! est convaincu que la qualité ne peut être obtenue que dans des conditions équitables et grâce à des coopérations équitables à long terme avec toutes les entreprises et tous les agriculteurs* impliqués". (voir annexe 4.1.).

L'équité envers les consommateurs est une autre valeur fondamentale (voir annexe 4.2.).

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site¹¹², il est mentionné que retour aux sources est convaincu "que la qualité ne peut être obtenue que dans des conditions équitables et grâce à des coopérations équitables à long terme avec tous les agriculteurs et entreprises concernés. C'est pourquoi nous attachons une grande importance à une bonne collaboration et à des relations équitables avec les agriculteurs et les transformateurs".

Les huit valeurs fondamentales sont mentionnées sur le site¹¹³. Parmi elles, *l'équité pour les clients* : "Pour nous, l'équité signifie proposer des aliments bio durables de Suisse à la portée de toutes les bourses, dont la traçabilité est assurée jusqu'aux fermes. Mais aussi que nous faisons évaluer leur durabilité par un organisme indépendant et que nous communiquons les résultats de manière transparente".

Et la valeur fondamentale de l'équité pour les partenaires est également développée : "Les agricultrices et agriculteurs bio de retour aux sources sont des partenaires à long terme, et non des fournisseurs de matières premières interchangeableables. C'est pourquoi il est important pour nous d'avoir des relations respectueuses et de garantir un prix d'achat équitable".

Sur le site web de l'association BioFair¹¹⁴, on peut lire à propos de l'équité : "L'équité imprègne chaque aspect de nos pratiques agricoles. Nous misons sur des conditions de travail équitables pour les agriculteurs et la main-d'œuvre tout au long de la chaîne de création de valeur. Le commerce équitable et la transparence des structures de commercialisation sont pour nous une évidence. Notre objectif est d'établir une agriculture qui agit de manière socialement responsable et qui contribue à renforcer les communautés".

¹¹² <https://retourauxsources.aldi-suisse.ch/>

¹¹³ <https://retourauxsources.aldi-suisse.ch/grundwerte-nachhaltigkeit/grundwerte/>

¹¹⁴ <https://biofairschweiz.ch/#Ziele>

Silvestri (Bio) (Silvestri AG)



Exigences Label / Norme

Pour les bovins à viande Silvestri IP, les directives IP-Suisse et pour les bovins à viande Silvestri Bio, les directives Bio Suisse. Les directives et règlements Silvestri¹¹⁵ s'appliquent en complément.

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Les producteurs reçoivent le prix hebdomadaire Proviande plus CHF 1.60 de supplément pour le pâturage et - en cas de bio - en principe CHF 0.80 de supplément bio (+ CHF 2.40)".¹¹⁶

Sécurité des ventes

"Les producteurs concluent des accords de licence avec Silvestri. Les quantités sont fixées en commun chaque trimestre. Les quantités livrées font l'objet d'un contrat avec les acheteurs. Ces contrats couvrent l'année en cours et l'année suivante de manière contraignante, ainsi que la troisième et la quatrième année de manière provisoire. Les délais de résiliation sont de 6 mois pour les producteurs et de 12 mois pour les acheteurs".¹¹⁷

L'équité dans les politiques

Basé sur les directives de Bio Suisse et IP-Suisse. Dans les directives Silvestri¹¹⁸, le thème de l'équité n'est pas mentionné en plus.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site¹¹⁹, le commerce équitable est cité comme l'un des cinq *principes de notre action* par Silvestri Rinder. Il est en outre mentionné que "ces programmes à valeur ajoutée sont bons pour l'homme, l'animal et l'environnement et qu'ils constituent les meilleures pratiques dans leur domaine".

¹¹⁵ <https://www.silvestri.swiss/fuer-produzenten/richtlinien-und-reglemente/>

¹¹⁶ Échange de courriels avec Silvestri Avril 2025

¹¹⁷ Échange de courriels avec Silvestri Avril 2025

¹¹⁸ <https://www.silvestri.swiss/fuer-produzenten/richtlinien-und-reglemente/>

¹¹⁹ <https://www.silvestri.swiss/silvestri-rinder/>

Suisse Garantie (AMS Agro-Marketing Suisse)



Exigences Label / Norme

Suisse Garantie Règlement général et règlements sectoriels individuels ¹²⁰

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

Pas d'indemnisation des dépenses supplémentaires

Sécurité des ventes

pas de

L'équité dans les politiques

Le thème de l'équité n'est pas mentionné dans les directives de Suisse Garantie . ¹²¹

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site ¹²² ne mentionne pas le thème de l'équité.

SwissFamilyMilk (Züger Frischkäse AG)



Exigences Label / Norme

Mesures volontaires Programme à valeur ajoutée SwissFamilyMilk

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

¹²⁰ <https://www.suissegarantie.ch/de/der-weg-zur-garantiemarke/anforderungen-30.html>

¹²¹

https://www.suissegarantie.ch/admin/data/files/asset/file_de/220/dr-2024-in-kraft-01.06.2024_d.pdf?lm=1717163794

¹²² <https://www.suissegarantie.ch/>

Selon le site web¹²³ "Depuis mars 2018, nous récompensons par une prime allant jusqu'à 6% maximum les producteurs laitiers qui misent sur la production régionale, les mesures en faveur du bien-être des animaux, les animaux sains avec moins d'antibiotiques, l'efficacité des ressources ainsi que l'utilisation de fourrages de l'exploitation ou de fourrages de prairie. Outre les mesures de construction et d'économie d'énergie ou les formations initiales et continues des apprentis et des collaborateurs, les aspects de communication sont également importants : Ainsi, des points sont attribués aux fermes qui ouvrent leurs étables aux visiteurs et donnent un nom à toutes leurs vaches. L'objectif est de renforcer la durabilité de nos exploitations familiales".

Sécurité des ventes

pas de données

L'équité dans les politiques

pas de directives

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site Internet¹²⁴, il est précisé : "Avec notre système de bonus, nous encourageons de manière ciblée les prestations supplémentaires - selon la devise "transformer le travail supplémentaire en valeur ajoutée".

L'un des huit messages clés figurant sur le site web est le suivant : "Les agricultrices et les agriculteurs se sont fixé des objectifs communs avec le transformateur de lait pour un avenir durable qui profite à tous : à l'environnement, aux consommateurs et aux producteurs".

Terra Natura (Lidl Suisse DL AG)



Exigences Label / Norme

Directives IP-Suisse¹²⁵. Pour la viande de porc, directive Lidl Terra Natura¹²⁶

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

¹²³ <https://www.frischkaese.ch/de/swissfamilymilk.html>

¹²⁴ <https://www.frischkaese.ch/de/swissfamilymilk.html>

¹²⁵ <https://www.ipsuisse.ch/richtlinien-grundanforderungen-gesamtbetrieb/>

¹²⁶ https://corporate.lidl.ch/fr/content/download/65931/file/RL_LTN_Schweine_M%C3%A4rz22_final.pdf

Primes supplémentaires selon IP-Suisse. Le prix de prise en charge des porcs de boucherie se compose d'un prix journalier du marché et d'un supplément fixe de Terra Natura, qui est fixé dans les conditions d'achat des porcs de boucherie Terra Natura.

Sécurité des ventes

"Dans le domaine du porc, Lidl Suisse est propriétaire du programme, les planifications des quantités se font dans le cadre d'échanges réguliers et nécessitent des délais. Dans les autres secteurs, il n'y a pas de relations directes avec les producteurs primaires, les réglementations se font par le biais de partenaires contractuels et/ou d'organisations comme IP Suisse".¹²⁷

L'équité dans les politiques

Le thème de l'équité n'est pas mentionné dans les directives IP-Suisse et dans la directive sur la viande de porc Lidl Terra Natura.

Loyauté dans la communication sur le site web

Le site¹²⁸ ne mentionne pas le thème de l'équité.

Wiesenschwein (Wiesenschwein AG)



Exigences Label / Norme

La base est constituée par les directives IP-Suisse / complément Règlement sur l'élevage du porc des prés¹²⁹

Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard

"Les prix à la production sont proposés par les agriculteurs et restent stables. Si des changements s'avèrent nécessaires, ils seront convenus de manière transparente avec les producteurs. Les agriculteurs peuvent également demander des adaptations. Wiesenschwein AG est responsable de l'écoulement de la viande, l'abattage, la découpe, la transformation et la vente directe aux acheteurs."¹³⁰

Sécurité des ventes

¹²⁷ Echange d'e-mails avec Lidl Suisse en avril 2025

¹²⁸ <https://gesagt-getan.lidl.ch/de/detail/mehr-nachhaltigkeit-bei-terra-natura/>

¹²⁹ https://www.wiesenschwein.ch/wp-content/uploads/2019/04/02_Tierhaltungsreglement_V1.0.pdf

¹³⁰ Echange d'e-mails avec Wiesenschwein AG en avril 2025

"Wiesenschwein AG s'assure à tout moment que les porcs de prairie sont vendus en tant que valorisation d'animaux entiers à forte valeur ajoutée".¹³¹

L'équité dans les politiques

Le règlement sur l'élevage des porcs de prairie¹³² ne mentionne pas le thème de l'équité.

Loyauté dans la communication sur le site web

Sur le site web¹³³, il est mentionné que le système Wiesenschwein "est bon pour l'animal, bon pour le producteur, bon pour le consommateur - car la viande de Wiesenschwein signifie un bien-être animal maximal, des conditions équitables pour le producteur et la meilleure qualité pour le consommateur.

Dans la rubrique pour les *producteurs*¹³⁴, il est mentionné : "Certes, le système du porc des prés exige un peu plus de travail que les autres systèmes d'élevage porcin. Mais ce travail est rémunéré de manière équitable. Cette équité dans la fixation des prix est un élément central du système Wiesenschwein : les prix génèrent un revenu approprié. En effet, les prix et les quantités sont convenus à l'avance avec Wiesenschwein AG - et peuvent donc être planifiés. Ainsi, le délai d'amortissement de l'investissement dans le système Cochon des prés est également prévisible. Et cela réduit à son tour le risque d'investissement".

Concernant le sous-thème "*prix équitables, conditions commerciales équitables*", il est précisé : "La bourse détermine les prix de nombreux produits agricoles. L'agriculteur·trice n'a guère d'influence sur cette fixation des prix. Les prix ne tiennent pas non plus compte des coûts de production individuels de chaque agriculteur·trice. De plus, les prix peuvent varier fortement au cours de l'année. La production agricole est difficile à planifier.

Pour le porc des prés, c'est différent. Une tarification et des conditions commerciales équitables sont importantes pour nous, elles sont essentielles pour le système Wiesenschwein.

Comme nous (Wiesenschwein AG) sommes responsables de l'achat depuis cette année, nous voyons l'ensemble de la chaîne de création de valeur et pouvons ainsi continuer à augmenter et à développer les quantités produites en collaboration avec nos clients. Nous ne dépendons pas d'un acheteur, mais pouvons placer la viande de porc des prés là où la demande existe. Les agriculteurs ne peuvent passer au système du porc des prés que si cet achat est assuré".

"Wiesenschwein AG vend la viande de porc des prés à nos clients (actuellement Migros GM / GMAA et d'autres petites boucheries). Pour nous, "équitable" signifie que chaque agriculteur peut calculer à l'avance si la production de Wiesenschwein sera rentable ; et cela signifie qu'il peut compter sur un revenu équitable, car la base convenue est fixe. Nous, Wiesenschwein AG,

¹³¹ Echange d'e-mails avec Wiesenschwein AG en avril 2025

¹³² https://www.wiesenschwein.ch/wp-content/uploads/2019/04/02_Tierhaltungsreglement_V1.0.pdf

¹³³ <https://www.wiesenschwein.ch/>

¹³⁴ <https://www.wiesenschwein.ch/fuer-produzenten/>

mettrons tout en œuvre pour établir durablement le label IP Wiesenschwein. C'est notre promesse pour l'avenir". ¹³⁵

Dans la rubrique destinée aux consommateurs¹³⁶, il est mentionné : "En achetant de la viande de porc des prés, les consommateurs apportent une contribution importante à la diffusion d'un élevage de porcs adapté à leurs besoins en Suisse - et ce, à un prix supplémentaire juste et équitable".

Sous la vision¹³⁷, il est mentionné : "Nous permettons aux agricultrices et agriculteurs d'obtenir de meilleurs rendements et une plus grande satisfaction au travail".

¹³⁵ Echange d'e-mails avec Wiesenschwein AG en avril 2025

¹³⁶ <https://www.wiesenschwein.ch/fuer-konsumenten/>

¹³⁷ <https://www.wiesenschwein.ch/unsere-vision/>

Aperçu de la comparaison des labels

Label / Standard	Propriétaire	Exigences Label / Norme	Indemnisation des dépenses supplémentaires Label / Standard	Sécurité des ventes	Thème de l'équité dans les directives / le site web
AGRI NATURA	Volg Konsumwaren AG	Directives IP-Suisse	Primes définies selon IP-Suisse au niveau du produit.	Planification des quantités par IP-Suisse	✗
Bourgeon Bio / Bio Suisse Bourgeon	Bio Suisse	Cahier des charges de Bio Suisse	Formation coordonnée des prix indicatifs par Bio Suisse	Fournir principalement des données de marché pour les négociations, les prix indicatifs et les mesures de promotion des ventes. Des accords interprofessionnels sont lancés sur certains marchés de	✓

				produits afin de réguler les quantités.	
Bio Nature Plus	Manor AG	Directives Bio Natur Plus	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse	Planification des quantités via Bio Suisse	✗
Bio natura	ALDI SUISSE AG	Basé sur le cahier des charges de Bio Suisse.	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse	pas de	✗
Bio Organic	Lidl Suisse DL AG	Basé sur le cahier des charges de Bio Suisse. Pour la viande de bœuf bio, basé en plus sur le cahier des charges Silvestri Bœuf de Pâturage Bio.	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse. Pour le bœuf de pâturage Bio Organic, sur la base des prix de marché Silvestri Bio négociés chaque semaine.	Garantie d'écoulement pour Silvestri Bœuf de Pâturage et pour les fruits/légumes.	✗
Bœuf de pâturage	Fédération des	Directive pour le	Bœuf de pâturage bio	Quantité annuelle	✓

(bio)	coopératives Migros	Bœuf de Pâturage (Bio)	& Bœuf de pâturage : primes définies	cible négociée / planification des quantités par contrat de production Élevage	
Norme sectorielle pour un lait suisse durable (tapis vert)	Interprofession du lait	Règlement de la norme sectorielle "Lait suisse durable"	+3 cts/kg de supplément sur le lait A	pas de	✓
Coop Naturafarm	Coop Société Coopérative	Directives Coop Naturafarm (œufs, poulet) / Directives IP-Suisse (porc) / Directives Natura-Beef, Natura-Veal (veau, bœuf)	Primes définies selon IP-Suisse au niveau du produit / Natura-Beef et Natura-Veal Prix du bétail de boucherie sur une base hebdomadaire	Planification des quantités via IP-Suisse	✗
Coop Naturaplan	Coop Société Coopérative	Directive Coop Naturaplan	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse.	Planification des quantités via Bio Suisse	✗

Cowpassion	Association Cowpassion	Règlement de production pour la fabrication de produits Cowpassion	Prix du lait recommandé pour les premiers acheteurs de lait 1,30 CHF/kg	pas de	✓
Delinat	Delinat AG	Directives Delinat	Pas d'indemnisation définie pour les dépenses supplémentaires.	pas de données	✓
Demeter	Association suisse Demeter	Cahier des charges Demeter	Silvestri Vaches Demeter : fixation hebdomadaire des prix indicatifs Bétail de boucherie Les autres produits : Discussions sur le marché et tables rondes	Contrats individuels entre parties contractantes	✓

Di lait équitable Säuliamt	Coopérative Faire Milch Säuliamt	Participation au programme de bien-être animal SST ou SRPA	Prix du lait de 85-90 cts/kg	pas de	✓
FAIR	Association pour des prix du lait équitables	pas de	Prix du lait de 1.00 Fr/kg	pas de	✓
Lait équitable	ALDI SUISSE AG	Participation aux programmes de bien-être animal SST et SRPA	Supplément de prix correspondant à la différence entre le prix indicatif actuel pour le segment A de l'Interprofession du lait et le prix à la production FAIRMILK de 1.00/kg CHF	pas de	✓
Faireswiss	Coopérative le lait équitable	Participation à deux des trois programmes	Prix du lait de 1.00 Fr/kg	pas de	✓

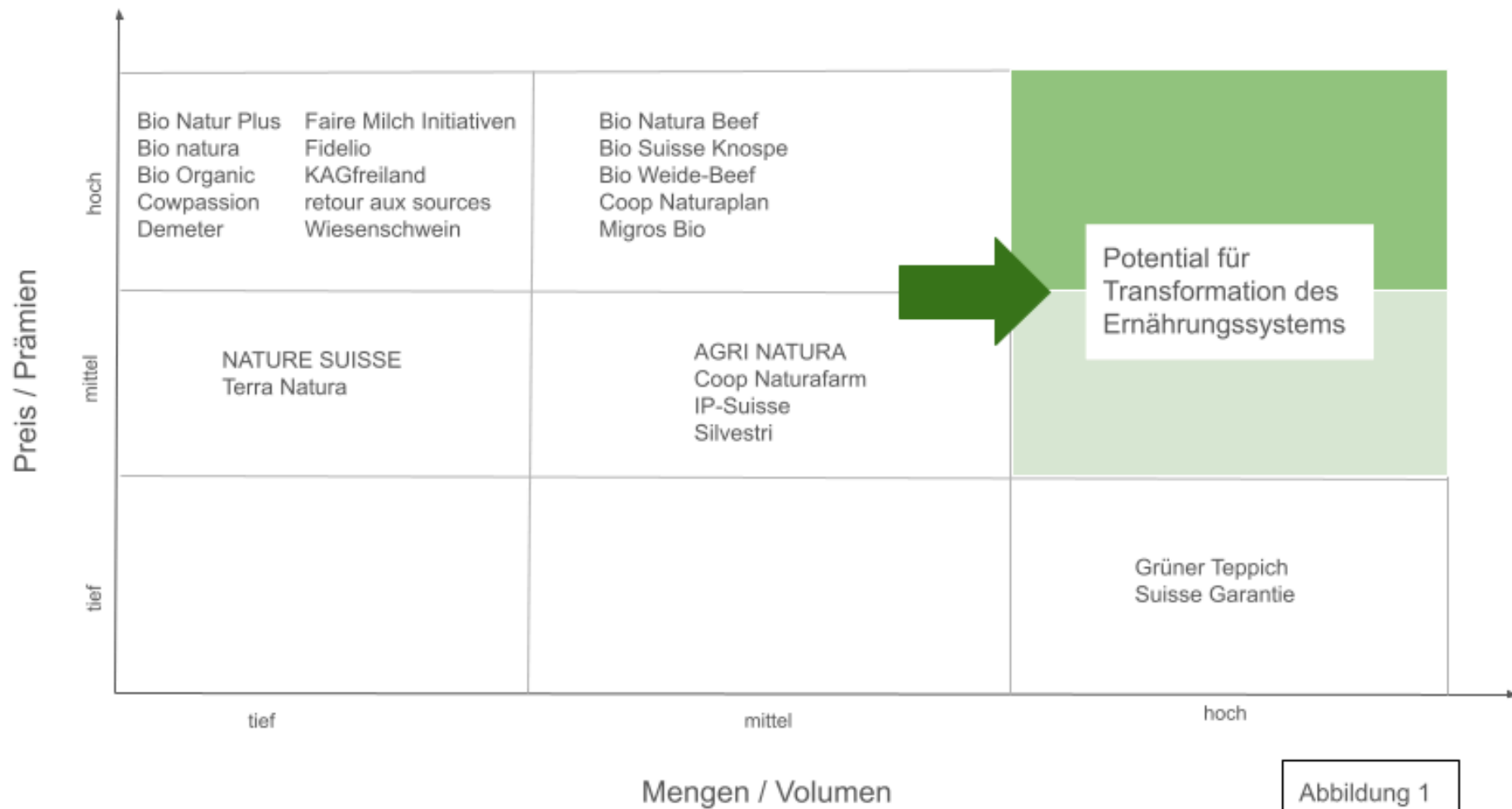
		de bien-être animal SST, SRPA ou GMF			
Fidelio	Fidelio-Biofreiland SA	Cahier des charges de Fidelio et de Bio Suisse	Fixation hebdomadaire des prix indicatifs	La planification des quantités et la garantie des ventes sont assurées par Fidelio.	✓
IP-Suisse	IP-Suisse	Exigences de base IP-Suisse pour l'ensemble de l'exploitation et directives spécifiques au programme	Prime définie pour chaque programme.	Des planifications régulières des quantités sont effectuées avec la production et les acheteurs.	✓
KAGfreiland	KAGfreiland	Directives d'élevage KAGfreiland	Suppléments KAGfreiland.	pas de	✓

Migros Bio	Fédération des coopératives Migros	Cahier des charges Bio Migros. Pour les produits Bourgeon Cahier des charges Bio Suisse	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse	La sécurité des ventes est assurée. La planification des quantités est faite en collaboration avec le donneur du label Bio Suisse.	✗
Natura Beef / Veal (bio)	Vache mère Suisse	Règlement de production pour Natura-Beef, Natura-Veal et Natura-Animaux	Prix minimums et suppléments définis tout au long de l'année	Garantie d'achat grâce à des quantités annuelles et hebdomadaires définies	✓
NATURE SUISSE	ALDI SUISSE AG	Directives IP-Suisse	Primes définies par programme selon IP-Suisse	pas de	✗
retour aux sources	ALDI SUISSE AG	Cahier des charges et contrôle de Bio Suisse ! Catalogue d'exigences	Basé sur les prix indicatifs de Bio Suisse. Primes supplémentaires pour	Planification des ventes disponible	✓

			les charges supplémentaires.		
Silvestri (bio)	Silvestri AG	Pour les bovins à viande Silvestri IP, les directives IP-Suisse et pour les bovins à viande Silvestri Bio, les directives Bio Suisse. Les directives et règlements Silvestri s'appliquent en complément.	Plus CHF 1.60 de supplément pour le pâturage et en principe CHF 0.80 de supplément bio	Les livraisons sont réglées par contrat sur plusieurs années avec les acheteurs.	✓
Suisse Garantie	AMS Agro-Marketing Suisse	Suisse Garantie Règlement général et règlements sectoriels individuels	Pas d'indemnisation des dépenses supplémentaires Label.	pas de	✗
Lait familial suisse	Züger Fromage frais SA	Mesures volontaires Programme à valeur ajoutée SwissFamilyMilk	Système de bonus avec des primes allant jusqu'à 6% maximum en plus du prix	pas de données	✓

Terra Natura	Lidl Suisse DL AG	Directives IP-Suisse. Pour la viande de porc, directive Lidl Terra Natur	Primes définies selon IP-Suisse au niveau du produit. Pour les porcs, supplément label fixe.	Dans le domaine de la planification des quantités de porc	✗
Sanglier des prés	Cochon des prés SA	Directives IP-Suisse / Complément Porc des prés Règlement de détention des animaux	Prix et quantité convenus annuellement par Wiesenschwein AG et avec les partenaires d'achat (les prix à la production sont offerts par les agriculteurs).	Quantité convenue annuellement par Wiesenschwein AG et les partenaires de réception.	✓

Übersicht Mehrwertabgeltung in Relation zum Marktvolumen



Conclusion

L'analyse de 28 labels et normes d'origine et de qualité dans le secteur agroalimentaire suisse révèle des différences considérables - tant dans la compréhension de l'équité que dans l'importance accordée à ce thème et dans sa mise en œuvre pratique. Les organisations de label Bio Suisse et Demeter abordent le thème de l'équité de manière particulièrement complète - aussi bien dans leurs directives et leurs lignes directrices que dans leur communication publique. Le label bio *retour aux sources* formule également de manière détaillée ce qu'il entend par équité et pourquoi ce thème est pertinent.

Bio Suisse et Demeter décrivent en outre concrètement comment elles encouragent des relations commerciales équitables et la transparence du marché - par exemple par la mise à disposition de données sur le marché, des négociations de prix indicatifs ou des formats d'échange structurés comme les entretiens annuels. Les deux organisations offrent aux producteurs un soutien en cas de pratiques commerciales déloyales par le biais de points de contact et de services de médiation.

Les organisations de label telles que Fidelio Biofreiland AG, Vache mère Suisse, Silvestri AG et Wiesenschwein AG accordent une attention particulière à la sécurité des ventes, aux partenariats à long terme et à la sécurité de la planification pour les producteurs. Celles-ci travaillent en étroite collaboration avec des partenaires de marché, misent sur une communication transparente et n'acceptent de nouveaux producteurs que si la demande est assurée. Ces programmes ont en commun l'objectif de garantir une couverture totale des coûts et de générer une véritable valeur ajoutée - ils se veulent des "programmes à valeur ajoutée pour l'homme, l'animal et l'environnement".

Vache mère Suisse et Wiesenschwein AG abordent en outre explicitement la question du rapport entre les exigences de chaque label et la compensation de la plus-value prévue à cet effet sur le marché - une transparence qui fait défaut à de nombreux autres labels / standards. Les quatre standards pour un lait équitable (Di fair Milch Säuliamt, FAIR, Faire Milk et Faireswiss) se distinguent par le fait qu'ils proposent des compensations de valeur ajoutée relativement élevées pour des exigences de production peu élevées. Les initiatives pour un lait équitable se focalisent en premier lieu sur l'aspect prix, alors que d'autres dimensions de l'équité telles que la transparence, la collaboration à long terme, la planification commune des quantités ou la sécurité des débouchés ne sont guère abordées.

Le rapport entre la compensation de la plus-value obtenue sur le marché et la taille du volume de marché des différents labels / standards est visible sur *la figure 1* (voir page 55). Les standards sectoriels tels que le Tapis vert ou Suisse Garantie se caractérisent par un volume de marché élevé et des compensations de valeur ajoutée sous forme de prix ou de primes peu élevées. Dans certaines catégories de produits, ils font office de norme minimale. Les labels basés sur les directives IP-Suisse, tels que Coop Naturafarm ou AGRI NATURA, ont certes une rémunération à valeur ajoutée plus élevée, mais leur volume de marché est également plus faible. Ils se trouvent

toujours dans une grande niche. Les labels basés sur le cahier des charges de Bio Suisse bénéficient des rémunérations les plus élevées pour un volume de marché moyen.

Un autre grand groupe de labels et de normes se caractérise par une rémunération élevée de la valeur ajoutée, mais de faibles volumes de vente (initiatives "Faire Milch", Demeter, Fidelio, etc.). Ils évoluent dans de petites niches et visent tous à augmenter leurs ventes et leur croissance. Si la stratégie du Conseil fédéral "Sécurité alimentaire grâce à la durabilité de la production à la consommation" (Rapport sur l'orientation future de la politique agricole¹³⁸) ainsi que ses objectifs de la stratégie de durabilité¹³⁹ doivent être mis en œuvre, cela implique une croissance en volume des labels et des normes de durabilité (rémunération de la plus-value moyenne et supérieure) et un mouvement vers la droite. Nombre d'entre eux sortiraient de leur niche grâce à des volumes et des parts de marché plus importants. C'est la seule façon d'atteindre les objectifs de transformation vers des systèmes alimentaires durables.

Environ un tiers des labels et standards étudiés (10 sur 28) ne mentionnent pas l'équité dans leurs directives ou dans leur communication publique. Parmi eux, on trouve aussi bien de petits que de grands standards - parfois même ceux qui, selon leur propre présentation, veulent générer une plus-value dans toutes les dimensions de la durabilité.

Dans l'ensemble, il convient de noter que les labels et les standards se distinguent fortement par leur taille, leur compréhension des rôles et leur professionnalisme, ce qui rend difficile une comparaison directe. Néanmoins, il apparaît clairement qu'il n'existe pas de compréhension uniforme de ce que signifie l'équité dans le contexte des labels et des normes (de durabilité) et quelles dimensions elle devrait englober. Une base commune - par exemple sous la forme de critères clairement définis ou d'un standard d'équité - serait nécessaire de toute urgence. Ce n'est qu'ainsi que le thème de l'équité pourra être ancré de manière crédible et efficace sur le marché, au-delà de la simple communication, et créer une différenciation claire avec une réelle valeur ajoutée pour les producteurs suisses.

L'argument d'une formation des prix équitable et de relations commerciales justes recèle un potentiel pour l'économie de marché - comme le montrent divers labels de commerce équitable actifs au niveau international. Un autre potentiel va dans le sens de la vérité des coûts, dans la mesure où les labels/standards de durabilité rendent plus visibles les coûts cachés qui ne sont pas compensés lors de la formation des prix par le marché. Pour que les consommateurs puissent prendre des décisions d'achat en connaissance de cause, il faut toutefois des conditions-cadres crédibles, transparentes et clairement compréhensibles pour un "commerce équitable" dans le contexte suisse. Ce n'est qu'ainsi que les systèmes agricoles et alimentaires pourront être développés de manière durable - pour le bien de l'homme, de l'animal et de l'environnement, et dans l'esprit des labels et standards étudiés.

¹³⁸ <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2020/20203931/Bericht%20BR%20D.pdf>

¹³⁹ <https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/strategie/sne.html>

Annexe

1. bio (Suisse) Bourgeon (Bio Suisse)



Annexe n	Source	Citation
1.1.	Directives ¹⁴⁰ - 5.2. Tables rondes	Bio Suisse organise au besoin des tables rondes sectorielles. Les relations commerciales y sont examinées à la lumière des lignes directrices fixées dans le Code. Les représentants des consommateurs sont aussi les bienvenus à ces tables rondes. Les partenaires de marché Bourgeon sont tenus de participer à ces tables rondes. Si l'un des partenaires de marché le demande, des conventions d'objectifs contraignantes doivent être conclues sur la base des lignes directrices du code de conduite. Le but est d'améliorer les pratiques commerciales dans un délai fixé en commun.

¹⁴⁰ https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:216cf74e-1a0f-4f39-bd78-2a4010805d61/Bio_Suisse_Richtlinien_2025_DE_final.pdf

1.2.	Directives - 5.3 Service de médiation / 5.4 Rapports	Les cas de comportement jugé déloyal peuvent être signalés à l'organe de médiation pour des relations commerciales équitables nommé par Bio Suisse. Chaque entreprise Bourgeon et chaque preneur de licence Bourgeon doit mettre en œuvre les recommandations de l'organe de médiation. Bio Suisse assure le suivi de la mise en œuvre du Code de conduite et rend compte chaque année de l'état de développement des relations commerciales équitables dans le pays. L'Assemblée des délégués décide tous les cinq ans de la marche à suivre.
1.3.	Cahier des charges - 5.5 Pratique commerciale responsable lors de l'importation de produits Bourgeon	Les principes d'équité s'appliquent aussi aux produits importés. Ils sont consignés dans le "Code de conduite pour une pratique commerciale responsable lors de l'importation de produits Bourgeon". Tous les importateurs de Bio Suisse sont tenus de respecter ces principes. Le Code de conduite s'adresse également à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement à l'étranger. Bio Suisse gère un monitoring de l'application du Code et un service de médiation. Pour les entreprises situées à l'étranger et les produits importés, le chapitre "Responsabilité sociale" définit les exigences relatives au respect des droits des employés, y compris les certifications ou audits sociaux reconnus.

1.4.	Annexe 1 à la partie I, chapitre 5.1. ¹⁴¹ - Code de conduite pour le commerce des produits Bourgeon (1. Identité, objectifs et champ d'application)	Le but du Code de conduite est le suivant : Ce Code de conduite encourage un processus parmi les partenaires du marché Bourgeon : Ils concrétisent ce Code dans des tables rondes régulières auxquelles participent aussi des représentants des consommateurs. Ils créent ainsi des conditions-cadres concrètes et équitables pour les activités quotidiennes du commerce des produits Bourgeon. Le Code de conduite est contraignant pour les exploitations Bourgeon et les preneurs de licence en Suisse. Celles-ci sont invitées à faire des efforts pour impliquer tous les acteurs bio en Suisse.
1.5.	Annexe 1 à la partie I, chapitre 5.1. - Code de conduite pour le commerce des produits Bourgeon (2ème ligne directrice)	Relations commerciales à long terme Les partenaires du marché Bourgeon ont pour objectif d'entretenir une collaboration à long terme, basée sur la confiance, la fiabilité et le respect. Une décision d'achat n'est pas prise uniquement en fonction du prix le plus bas et une décision de livraison n'est pas prise uniquement en fonction du prix le plus élevé, mais le respect des principes mentionnés ici est pris en compte lors de la décision. Transparence Les partenaires du marché Bourgeon s'engagent pour des conditions transparentes dans le commerce. Cela implique par exemple d'entretenir des contacts personnels avec les acheteurs et les fournisseurs. Les partenaires du marché Bourgeon s'efforcent de rendre compte à leurs fournisseurs ou à leurs acheteurs, ou éventuellement à tous les échelons, des bases de leurs calculs de prix, tout en garantissant la confidentialité.

¹⁴¹ https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:10d25da7-8eeb-41cf-acfa-20310ea07842/Anhaenge_Bio_Suisse_Richtlinien_DE.pdf

		Planification des quantités Les partenaires de marché Bourgeon contribuent à la planification bilatérale des quantités et des ventes avec leurs fournisseurs et leurs acheteurs. Ils visent des marchés équilibrés et soutiennent Bio Suisse dans ses activités visant à créer plus de transparence sur le marché. Gestion des risques Les partenaires du marché Bourgeon discutent au préalable avec leurs fournisseurs ou acheteurs de la manière dont ils se comportent en cas de problèmes de qualité et de pertes de récoltes imprévues, non assurables et naturelles, ainsi qu'en cas de très fortes fluctuations imprévisibles des prix ou des quantités (p. ex. garantie d'achat ou obligation de livrer une certaine quantité). Fixation équitable des prix Dans leurs relations avec leurs fournisseurs et leurs acheteurs, les partenaires du marché Bourgeon accordent la priorité à une fixation partenariale des prix et à une bonne collaboration bilatérale et inter-échelon. Ils sont donc très disposés à communiquer et à trouver des solutions. Cela se manifeste par exemple dans les situations de marché difficiles, lorsque de fortes fluctuations inattendues des prix et des quantités peuvent conduire à dicter les prix, ou encore lorsque de nouveaux produits doivent être lancés ou de nouveaux segments de marché conquis. Prix équitable L'objectif est que les prix soient fixés bilatéralement d'un commun accord entre les partenaires. Si des prix indicatifs non contraignants ont été négociés, ils sont considérés comme des valeurs d'orientation pour un prix équitable. Si les conditions du marché sont équilibrées, les prix équitables doivent garantir à chaque partenaire du marché Bourgeon une possibilité de développement positif. Cette notion inclut la couverture des coûts de production,
--	--	---

		la réalisation de revenus adéquats et la réalisation d'une marge d'investissement normale. Pour les légumes frais avec des prix indicatifs, il ne faut pas convenir de prix fixes qui durent plus de deux semaines. Pour les légumes de garde avec des prix indicatifs, il est interdit de convenir de prix fixes qui durent plus de cinq semaines. Les infractions sont sanctionnées.
1.6.	Site web ¹⁴² - Notre engagement (équité)	Des informations actualisées sur l'évolution du marché sont la base de prix équitables et de bonnes conditions de travail. Bio Suisse s'y engage à grande échelle. Définir un prix équitable ou "le bon" prix pour un produit agricole est une affaire complexe. Ce processus nécessite de nombreuses informations sur la production et le marché. Bio Suisse soutient le secteur bio dans la formation de prix équitables. Par exemple en réunissant les différents acteurs du marché et en négociant des prix indicatifs. L'équité passe aussi par une bonne information des producteurs et des acheteurs. C'est pourquoi Bio Suisse met régulièrement à disposition sur bioactualités.ch des informations actualisées sur le marché bio. Enfin, des prix équitables sont aussi la condition pour que les agriculteurs et agricultrices bio génèrent des revenus suffisants et puissent bien rémunérer leurs collaborateurs et collaboratrices.
1.7.	Site web ¹⁴³ - Notre engagement (Équité - Marché)	L'information est importante. Bio Suisse met à disposition de nombreuses informations sur le marché et favorise ainsi un marché bio équitable. Le lait bio est-il recherché ou non dans le commerce ? Pour quelles grandes

¹⁴² <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-engagement/fairness.html>

¹⁴³ <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-engagement/fairness.html>

		cultures le marché est-il en croissance ? Plus il y a d'informations fiables sur le marché bio, plus les responsables des entreprises agricoles ou agroalimentaires et des entreprises commerciales peuvent prendre leurs décisions en toute sécurité. L'une des tâches principales de Bio Suisse est donc d'assurer la plus grande transparence possible sur les marchés bio. Bio Suisse le garantit entre autres par des conseils personnalisés et par des informations actualisées sur le marché publiées sur bioactualités.ch. □ En plus de la transparence du marché, d'autres activités de Bio Suisse contribuent à ce que les produits Bourgeon soient cultivés et commercialisés de manière équitable. Ainsi, des représentants des agriculteurs et agricultrices bio, des transformateurs et transformatrices d'aliments bio et du commerce échangent régulièrement leurs préoccupations en matière d'équité et de commerce, en se basant sur les principes des relations commerciales équitables du Cahier des charges de Bio Suisse. Enfin, il existe un service de médiation pour les relations commerciales équitables mis en place par Bio Suisse. L'équité et les exigences sociales sont particulièrement importantes pour les produits Bourgeon provenant d'exploitations internationales.
1.8.	Site web ¹⁴⁴ - Notre engagement (équité - prix)	Quand les prix des produits bio sont-ils équitables ? Bio Suisse soutient la branche dans la formation de prix équitables. Combien un maraîcher doit-il recevoir pour une carotte bio ? Quel est le juste prix d'une entrecôte de bœuf bio ? Bio Suisse s'engage pour des prix équitables tout au long de la chaîne de création de valeur : Des fermes Bourgeon et des entreprises de transformation jusqu'aux commerçants et aux consommateurs.

¹⁴⁴ <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-engagement/fairness.html>

		Mais la fixation concrète des prix se fait finalement entre les différents acteurs du marché. Cela signifie aussi que la Fédération des paysans et paysannes bio n'a pas la compétence d'influencer les marges de ses partenaires commerciaux. Prix indicatifs avec signal d'équité Bio Suisse apporte son soutien dans la fixation des prix des produits agricoles bruts qui ne sont pas directement vendus aux consommateurs. Avec l'aide de Bio Suisse, le secteur élabore des prix indicatifs. Aucun prix indicatif ne peut être fixé pour les prix à la consommation. En revanche, conformément à la loi sur l'agriculture, ils sont négociés entre les fournisseurs et les acheteurs et publiés sans engagement. Des prix équitables pour les produits bio sont aussi une condition pour que les entreprises bio puissent payer des salaires équitables aux travailleurs agricoles. Bio Suisse exige la vérité des coûts De nombreuses études confirment que les produits conventionnels sont trop bon marché, car ils répercutent les coûts environnementaux indirects sur la collectivité, par exemple pour la perte de biodiversité ou de fertilité des sols dans l'agriculture intensive. Le net écart entre les prix bio et les autres prix réduit l'attractivité du bio d'un point de vue tarifaire. Mais il est faux d'en conclure que le bio est trop cher. En raison des coûts de production plus élevés, les producteurs bio gagnent aujourd'hui, dans certains domaines, moins que les collègues qui produisent de manière conventionnelle. C'est aussi pour cette raison que Bio Suisse s'engage politiquement et en matière de communication pour la vérité des coûts de tous les produits agricoles. Des prix attractifs dans la vente directe
--	--	--

		Le contact direct entre les producteurs et les consommateurs est également un aspect important de la formation de prix équitables. La meilleure façon d'y parvenir est sans aucun doute la vente directe via des magasins à la ferme, des services de livraison ou des stands de marché. Elle offre aux producteurs la possibilité de créer davantage de valeur ajoutée et aux consommateurs des prix d'achat intéressants. Bio Suisse soutient la vente directe par différentes mesures, comme par exemple les marchés bio régionaux, les panneaux d'information et la plateforme Biomondo.
1.9.	Site web ¹⁴⁵ - Notre engagement (Équité - Responsabilité sociale)	De bonnes conditions de travail sûres et une rémunération équitable pour les producteurs et les travailleurs sont les éléments clés de la responsabilité sociale dans l'agriculture biologique. L'équilibre entre l'homme, l'animal et la nature - tel est le principe de Bio Suisse. Les exigences sociales et l'équité font donc partie intégrante du règlement de Bio Suisse. Celles-ci incluent toutes les personnes qui travaillent dans une exploitation bio, qu'il s'agisse des membres de la famille paysanne ou des collaborateurs fixes ou saisonniers. Ces règles s'appliquent également aux familles d'agriculteurs et aux travailleurs/euses des fermes bio internationales ainsi qu'à toute la main-d'œuvre travaillant dans la transformation des denrées alimentaires selon le cahier des charges Bourgeon. La pratique sociale dans les fermes Bourgeon suisses Qu'il s'agisse d'une petite ferme de montagne ou d'une grande exploitation maraîchère avec de nombreux collaborateurs et collaboratrices sur le Plateau suisse : les exigences sociales s'appliquent à toutes les entreprises Bourgeon. Elles règlent les rapports de travail et les contrats, les salaires, le temps de

¹⁴⁵ <https://www.bio-suisse.ch/de/unser-engagement/fairness.html>

		travail, le caractère volontaire de la collaboration, la santé et la sécurité, la protection des mineurs, l'égalité ainsi que les droits d'association et de négociation collective des collaborateurs/trices. Les directives se basent sur les normes fondamentales de l'Organisation internationale du travail de l'ONU, mais les lois nationales et cantonales doivent toujours être respectées. L'engagement de Bio Suisse en faveur de prix équitables tout au long de la chaîne de création de valeur permet aux entreprises agricoles et de transformation de respecter ces exigences sociales. La pratique sociale dans le contexte international Dans les fermes certifiées bio de plus de 70 pays du monde entier, les exigences sociales de Bio Suisse s'orientent également sur les normes fondamentales de l'Organisation internationale du travail de l'ONU. Afin d'identifier les risques existants dans la pratique sociale des entreprises, des audits sociaux externes supplémentaires sont actuellement exigés dans les pays et les contextes présentant des risques particulièrement élevés. Bio Suisse met également en place un projet visant à former spécifiquement les contrôleurs bio qui effectuent les contrôles dans le monde entier sur le thème des pratiques sociales. L'objectif est d'établir un audit social de haute qualité comme partie intégrante de chaque contrôle de Bio Suisse, où que ce soit dans le monde. Bio Suisse veut ainsi donner un signal pour pouvoir encore mieux contrôler et influencer positivement les exigences sociales dans les exploitations.
--	--	--

2. bœuf de pâturage (bio) (Fédération des coopératives Migros)



Annexe n	Source	Citation
2.1.	Directives ¹⁴⁶ - 1.4. Collaboration en partenariat ; supplément Bœuf de Pâturage Bio	Migros verse un supplément en CHF par kilogramme de poids mort pour le Bœuf de Pâturage Bio livré dans le canal Migros. Migros décide librement du montant de ce supplément après avoir consulté les représentants des producteurs. Les distributeurs veillent à ce que le supplément Bœuf de Pâturage Bio payé par Migros soit versé aux producteurs. Le supplément Bœuf de Pâturage Bio doit figurer sur le décompte correspondant et ne doit pas être réduit. Les négociants sont libres de fixer le prix d'abattage avec les producteurs et de payer d'autres suppléments, bonus, etc.

¹⁴⁶ https://igbioweidebeef.ch/images/Vorschlag/PDF/RL_181122_Bio_Weide-Beef_d.pdf

3. Demeter (Association suisse Demeter)



Annexe n	Source	Citation
3.1.	Directives ¹⁴⁷ - 5.3. Tables rondes et comportement sur le marché	L'Association suisse Demeter veut faire prendre conscience à tous les acteurs du marché de leur responsabilité commune pour les marques Demeter et biodynamique. Le secrétariat crée les conditions cadres pour des tables rondes où se rencontrent les producteurs*, les transformateurs*, le commerce et, au cas par cas, les représentants des consommateurs*, afin de développer ensemble une meilleure disponibilité et des processus plus efficaces. La transparence des coûts et la vérité des coûts dans la formation des prix sont recherchées. Les tables rondes d'une grande transparence favorisent la compréhension de cette attitude en permettant aux acteurs de la chaîne de création de valeur de se rencontrer d'égal à égal. Les produits Demeter doivent être abordables pour une large couche de la population. Grâce à la haute qualité des produits et à la transparence des coûts, les consommateurs* peuvent comprendre la formation des prix.

¹⁴⁷ https://demeter.ch/wp-content/uploads/2023/12/Demeter-Richtlinien_CH_2024.pdf

3.2.	Directives ¹⁴⁸ - 5.3.2. Comportement équitable sur le marché	Tous les preneurs de licence* sont libres de décider des produits, des quantités, des canaux d'approvisionnement et de livraison, des délais, des prix et des conditions et ils agissent de manière responsable dans l'intérêt d'une existence durable de leurs entreprises et de la communauté Demeter. En ce qui concerne la conclusion de contrats concrets, ils s'engagent à adopter un comportement transparent et équitable ; cela implique en particulier qu'ils présentent et expliquent leurs besoins à la demande du partenaire commercial, qu'ils écoutent ceux du partenaire commercial et qu'ils prennent en compte les directives pour la transformation et le commerce 2024 Page 100 (devoir de perception mutuelle). Dans la mesure du possible, les preneurs de licence* essaient de travailler avec des relations commerciales à long terme.

4. Retour aux sources (ALDI SUISSE AG)



¹⁴⁸ https://demeter.ch/wp-content/uploads/2023/12/Demeter-Richtlinien_CH_2024.pdf

Annexe n	Source	Citation
4.1.	Directives ¹⁴⁹ - Charte (valeurs fondamentales - équité envers les agriculteurs)	Prüf Nach ! est convaincu que la qualité ne peut être obtenue que dans des conditions équitables et grâce à des coopérations équitables à long terme avec toutes les entreprises et tous les agriculteurs* impliqués. Comme les exigences de "Prüf Nach !" demandent à tous les partenaires de coopération un surcroît de temps et de travail, ces prestations supplémentaires sont compensées par un prix d'achat plus élevé. Par ce prix supplémentaire, nous souhaitons exprimer notre grande estime envers les agriculteurs*, dont les prestations en tant que conservateurs de paysages culturels sont d'une valeur incommensurable et d'une importance écologique capitale. En tant que prestation supplémentaire, les exploitations laitières doivent par exemple pratiquer l'élevage sans antibiotiques, le pâturage et la gestion des pâturages, ou les entreprises de transformation doivent développer des recettes qui répondent aux exigences de qualité alimentaire de Prüf Nach !
4.2.	Directives ¹⁵⁰ - Charte (valeurs fondamentales - équité envers les consommateurs)	Avec "Prüf Nach !", les consommateurs peuvent voir les agriculteurs et les transformateurs bio à l'œuvre. En effet, sur une plateforme Internet spécialement créée pour les aliments "Prüf Nach !", ils ont la possibilité de consulter toutes les informations pertinentes sur l'origine et la qualité d'un produit "Prüf Nach !", lot par lot. Concrètement, en saisissant le nom du produit en combinaison avec le code de lot ou la date d'expiration, ils peuvent savoir, en appuyant sur un bouton, quels agriculteurs bio de quelles régions ont fourni les matières premières pour la

¹⁴⁹ https://lampert-nachhaltigkeit.com/wp-content/uploads/2024/06/2406_Pruef-Nach-Standard-Schweiz_webversion.pdf

¹⁵⁰ https://lampert-nachhaltigkeit.com/wp-content/uploads/2024/06/2406_Pruef-Nach-Standard-Schweiz_webversion.pdf

		fabrication et par quel partenaire de "Prüf Nach !" le produit a été transformé. Les clients* peuvent également consulter le protocole de libération, un document de libération du produit établi par les collaborateurs de l'assurance qualité et qui confirme la qualité conforme au moment de la livraison. Cela permet d'avoir un aperçu des processus d'assurance qualité et de la libération de chaque produit. Ces données, qui peuvent être consultées par les consommateurs finaux, ne peuvent être affichées que si l'ensemble du processus de production s'est déroulé et a été enregistré correctement. Grâce à cette procédure unique en son genre, les consommateurs bénéficient d'une transparence et d'une sécurité supplémentaires en ce qui concerne l'origine, la fabrication et la qualité d'un produit, et découvrent que derrière chaque produit se trouvent des personnes concrètes qui sont socialement liées à une région, à sa culture et qui gèrent leur entreprise avec soin. Ils peuvent ainsi recréer un lien avec leurs aliments et les premiers producteurs.
--	--	---