



# Valorisation des produits de l'agriculture fribourgeoise

Etude FILAGRO sur mandat de la Direction des Institutions, de l'agriculture et des forêts de l'Etat de Fribourg

Filière volailles de chair

**Marguerite Paus & Esther Hidber, HAFL**

**Avec la collaboration de**

**Pascal Python & Sophie Révion, AGRIDEA**

**Martin Pidoux, HAFL**

**Février 2016**

Les auteurs remercient Ruedi Zweifel d'Aviforum pour ses commentaires et le partage de son expertise ainsi que les membres du Comité de Projet et les membres du Comité de pilotage pour leurs commentaires sur les versions antérieures du présent rapport.

**Haute école spécialisée bernoise**

Haute école des sciences agronomiques, forestières et alimentaires HAFL

Agronomie; Economie rurale

# Table des matières

---

1	Introduction	3
1.1	Les objectifs de l'étude	3
1.2	La démarche et son organisation	4
2	La méthode FILAGRO	4
2.1	Recherche documentaire et entretiens d'experts	5
2.2	Dessiner le schéma préliminaire de la filière et de ses sous-filières	5
2.3	Analyse stratégique de chaque sous-filière	5
2.4	Validation au cours d'ateliers	6
3	Analyse générale de la filière volailles de chair	7
3.1	Dynamique générale de la production	7
3.2	Structure de la filière volailles de chair	9
3.3	Consommation	16
3.4	Bilan production/consommation	17
4	Identification des sous-filières et cartographie	18
4.1	Organisation générale de la filière et cartes	18
4.2	Segmentation et labellisation des produits de viande de volaille dans le canton de Fribourg	25
4.2.1	Offre pour la consommation à domicile	25
4.2.2	Offre dans la restauration hors domicile	26
4.2.3	La filière gruyérienne et romande « poulet fermier cou nu pattes noires »	27
5	Analyse stratégique de la production de volailles de chair	28
5.1	Acteurs stratégiques	28
5.2	Analyse forces/faiblesses/opportunités/menaces de la filière volailles de chair du canton de Fribourg	29
6	Conclusions de l'état des lieux	32
7	Axes stratégiques	32
7.1	Axe stratégique 1 : Développer la production	33
7.2	Axe stratégique 2 : Soutenir la demande	35
8	Liste des illustrations	38
9	Liste des tableaux	39
10	Bibliographie	40

---

# 1 Introduction

Cette étude a été réalisée à la demande de l'Etat de Fribourg afin d'établir une analyse approfondie des filières de produits agricoles fribourgeois.

Avec la PA 14-17, le canton de Fribourg perd des paiements directs. Le montant total 2014 est de 191 millions de francs, alors qu'en 2013 il s'élevait à 197 millions de francs. Il sera difficile pour les agriculteurs fribourgeois de compenser toutes les pertes, subies essentiellement par la suppression des contributions UGBFG (unité de gros bétail fourrage grossier).

Le canton de Fribourg veut, comme le stipule le rapport agricole quadriennal, défendre la plus-value que représente la production agricole fribourgeoise, car c'est à ce prix seulement que la dépendance économique des agriculteurs vis-à-vis des paiements directs actuellement constatée peut ne pas augmenter, voire diminuer.

Dans ce contexte, le canton de Fribourg réalise une étude de marché qui permettra de définir des pistes stratégiques par filière.

Cette étude porte sur les filières suivantes :

- lait et produits laitiers (en tant qu'alternative ou complément à la production de fromages AOP),
- viande bovine et viande porcine,
- volailles de chair,
- légumes,
- pommes de terre,
- céréales panifiables.

## 1.1 Les objectifs de l'étude

L'objectif général est d'évaluer la situation actuelle de la mise en valeur des produits et de rechercher les stratégies possibles pour améliorer les prix payés aux producteurs. Il s'agit aussi d'établir des bases pour mobiliser au mieux les outils et moyens de la politique agricole cantonale.

Plus précisément, l'étude doit :

1. Identifier pour le canton le portfolio actuel des principaux produits mis en marché pour chaque filière, en distinguant les différents canaux de commercialisation (ventes en grande distribution, ventes dans la restauration collective, ventes dans la restauration privée, vente directe et agriculture contractuelle).
2. Identifier les groupes stratégiques pour chaque sous-filière, leur position concurrentielle, leurs forces et leurs faiblesses, les opportunités et menaces (notamment celles liées à PA 14-17), leurs perspectives et adaptations attendues. Quel est leur positionnement marketing? A quels besoins et attentes des consommateurs répondent-ils? Les segments de marché sont-ils porteurs? Quelle est la stratégie de promotion privée (labels, marque régionale, marques de transformateur, marques de distributeur ...) et les actions entreprises?
3. Identifier les axes stratégiques possibles offrant des perspectives de meilleure valorisation des produits auprès des consommateurs et de prix payés aux agriculteurs.
4. Identifier les attentes des professionnels vis-à-vis du canton, en matière de soutiens financiers et non-financiers, dans le cadre de la politique agricole cantonale, afin de coordonner l'effort privé et public.
5. Apporter des éléments d'information fiables pour aider le canton de Fribourg à ajuster sa stratégie de soutien à la production et à la promotion et à accompagner au mieux les entreprises de transformation dans leurs projets pour une meilleure valorisation des produits.

## 1.2 La démarche et son organisation

Le mandat est réalisé conjointement par AGRIDEA et la HAFL. Les filières étudiées sont réparties entre les deux organisations. AGRIDEA, en lien avec la HAFL apporte son expertise méthodologique pour la construction des questionnaires pour les entretiens et le traitement des données, sur une base systématique permettant l'élaboration d'une vision commune et la comparaison entre les filières et entre les cantons. La HAFL apporte également au projet son expérience approfondie sur les analyses de filières et les études de marché, pour la filière volailles de chair.

Le présent rapport intermédiaire concerne la filière volailles de chair.

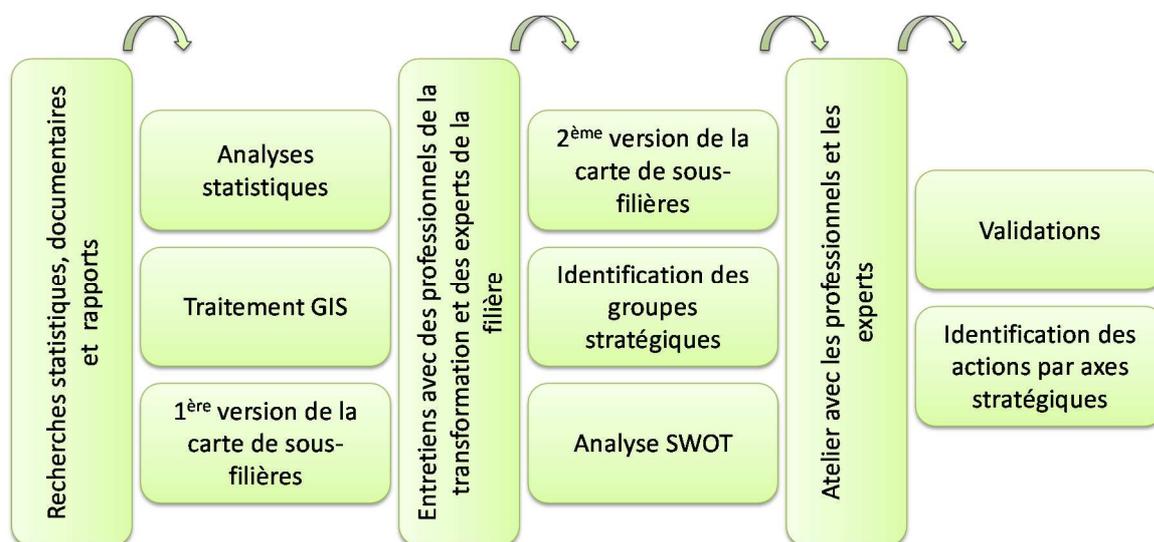
## 2 La méthode FILAGRO

La méthode dite « FILAGRO » est fondée sur l'analyse systématique des différents circuits de mise en marché des produits des filières agricoles.

Développée par le groupe Marchés & Filières d'AGRIDEA à partir de la méthode «Value chain», elle comporte une succession d'étapes permettant d'établir une «carte» précise et complète de la filière, d'identifier les acteurs principaux et leur stratégie de développement, d'apprécier les lignes de force et de faiblesse de chaque sous-filière et d'identifier des axes stratégiques pertinents.

Toutes ces étapes sont réalisées avec les experts et les professionnels de la filière concernée, afin de garantir à l'issue du projet une appropriation des résultats et une coordination de l'effort privé et public pour la mise en œuvre dans le canton des actions proposées et choisies par les personnes concernées. L'étude résulte d'un processus de consultation, discussion et validation par les professionnels de la filière concernée. Il comporte des phases d'interview en bilatéral et d'atelier en collectif, conduites, animées et traitées par l'équipe de projet.

Figure 1: Démarche générale de la méthode FILAGRO



Traitement GIS : système d'information géographique

Analyse SWOT : analyse des forces/faiblesses/opportunités/menaces pour les filières

## 2.1 Recherche documentaire et entretiens d'experts

Il s'agit en premier lieu de collecter les données statistiques pertinentes pour chaque sous-filière (par exemple pour les produits laitiers, l'étude distingue le lait d'industrie, le lait livré aux fromageries pour spécialités artisanales, les filières AOP ou IGP etc.). L'exercice est complexe car les données statistiques accessibles agglomèrent le plus souvent les données venant des différents circuits de mise en marché.

Dans la majorité des cas, il est possible de collecter l'information pertinente mais celle-ci est le plus souvent dispersée et mal mise en valeur.

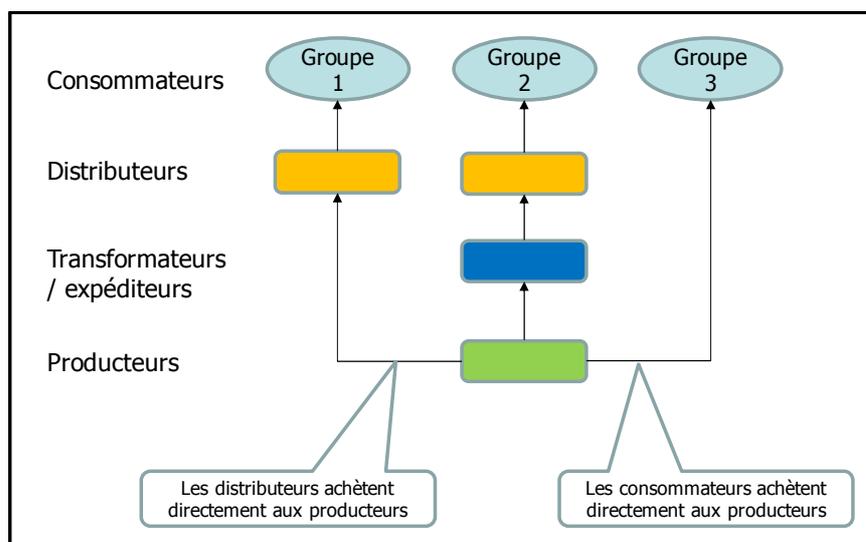
Il est donc indispensable dans un deuxième temps de collecter des informations non confidentielles mais peu documentées, afin de désagréger les données et de les attribuer à chaque circuit de mise en marché. Les entretiens d'experts permettent d'établir des ordres de grandeur plausibles.

## 2.2 Dessiner le schéma préliminaire de la filière et de ses sous-filières

La «carte» de la filière est une pièce maîtresse de la méthode (figure 2). Elle offre une vision de la filière, qui une fois validée par les professionnels, sera susceptible de porter l'analyse stratégique. Elle précise :

1. les différentes fonctions dans le sous-secteur;
2. les différents acteurs;
3. le marché final;
4. les circuits de produits.

Figure 2: Construction de la carte de filière à l'aide de la méthode «Value chain» - Les différents chemins



## 2.3 Analyse stratégique de chaque sous-filière

Au sein des sous-filières, des groupes stratégiques d'acteurs peuvent être identifiés. Ces groupes stratégiques sont définis suivants leur portefeuille produits, leur stratégie commerciale et leurs clients.

L'analyse forces/faiblesses/opportunités/menaces (analyse SWOT) vient en complément de cette analyse. L'analyse SWOT est un instrument stratégique de planification, elle permet d'identifier les facteurs internes et externes, essentiels au succès présents ou potentiels de la filière. Cette analyse permet également aux professionnels de porter un jugement à distance et de partager leurs visions afin d'enrichir la perception commune.

## 2.4 Validation au cours d'ateliers

Suite à cet état des lieux, une analyse stratégique est conduite durant un atelier. L'objectif de cet atelier est en premier lieu de valider les premiers résultats de l'étude et de vérifier que les participants ont une vision commune de la situation actuelle. L'analyse SWOT est discutée au cours de l'atelier, elle met en évidence le potentiel et les principales pistes de développement des sous-filières. Elle permet ainsi de déboucher sur des recommandations émanant des professionnels.

Les participants sont invités en premier à répondre par sous-groupe aux questions suivantes :

Au sein de la **sous-filière XY**, quels sont les potentiels et les contraintes pour les thèmes suivants :

- Stratégie de distribution, notamment des enseignes en grande distribution (dont hard discounters), dans l'industrie et dans la restauration ?
- Types de produits (qualité, diversification, innovation) ?
- Promesses et labels (notamment labels régionaux et bio) ?
- Evolution des structures de la production, de la transformation et de la distribution ?
- Nouvelle politique agricole 2014-2017 ?
- Ouverture des frontières (ALEA, OMC, etc.) ?

Dans un deuxième temps, sont également identifiées les attentes des professionnels concernant les soutiens du canton. Les professionnels sont invités individuellement à répartir 3 billets selon l'objet et le type de soutien souhaité de la part du canton, en indiquant l'échelon de la filière concerné.

Ces deux contributions des participants permettent d'identifier différents axes stratégiques, les actions correspondantes et les soutiens attendus du canton.

### 3 Analyse générale de la filière volailles de chair

Cette section analyse la filière volailles de chair. En premier lieu, nous présenterons les statistiques principales sur la production et la consommation. Puis, nous établirons la carte de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg.

Cette partie présente les résultats pour les volailles de chair suite à la recherche documentaire, à l'analyse des données statistiques et des informations obtenues au cours des divers entretiens réalisés auprès d'experts et de professionnels de la filière volailles de chair fribourgeoise.

#### 3.1 Dynamique générale de la production

Au plan suisse, la production de volailles de chair est en constante augmentation. La grippe aviaire en 2006 n'a pas eu d'impact durable sur la consommation.

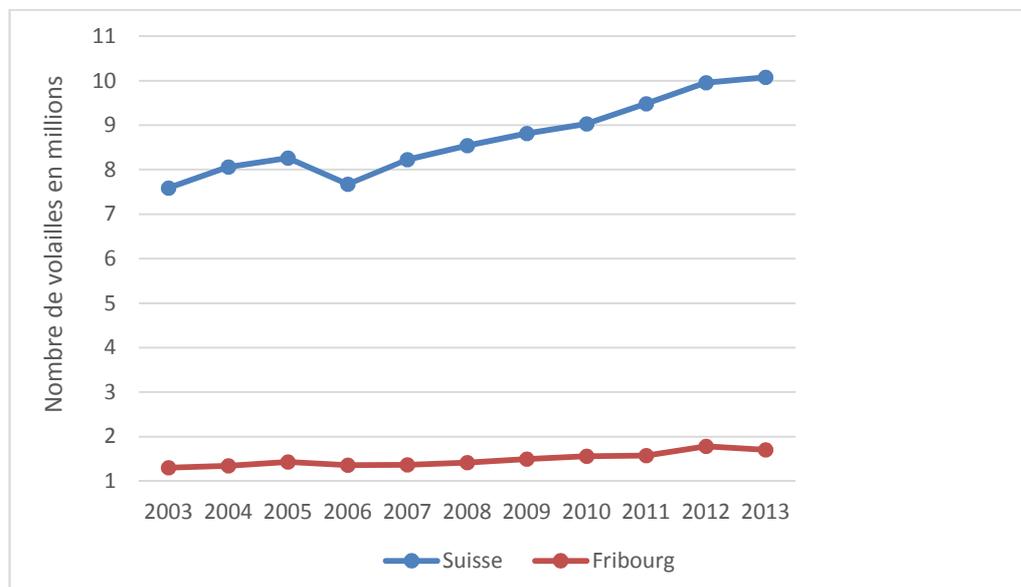
Selon les comptes régionaux de l'Office fédéral de la statistique, la production de volailles (sans les œufs) dans le canton de Fribourg a atteint 68 millions de francs en 2014, ce qui représente une part de marché de 23.3% de la production suisse (tableau 1).

Année	Production canton de Fribourg	Production Suisse	Part de la production
2003	52'275	208'493	25.0%
2004	51'573	217'975	23.6%
2005	49'622	205'507	24.1%
2006	45'742	181'822	25.1%
2007	46'728	203'653	22.9%
2008	50'662	228'928	22.1%
2009	53'803	238'313	22.5%
2010	55'922	246'742	22.6%
2011	55'770	256'384	21.7%
2012	61'877	266'390	23.2%
2013	66'054	284'482	23.2%
2014	67'802	291'595	23.3%

Tableau 1 : Evolution de la production de volailles dans le canton de Fribourg (en milliers de francs) (Source : OFS, comptes régionaux de l'agriculture, Neuchâtel, 2014)

Le nombre de volailles (toutes volailles confondues) dans le canton de Fribourg est en augmentation (+ 29% entre 2003 et 2013) (figure 3).

Figure 3: Evolution du nombre de volailles dans le canton de Fribourg et en Suisse (Source : OFS, Relevé des structures agricoles, Neuchâtel, 2014)



La production de volailles de chair est inégalement distribuée sur le territoire cantonal, comme le montre le tableau 2. L'essentiel de l'activité d'engraissement se concentre dans les districts de la Sense (31%), de la Broye (23%), et de la Sarine (16%) principalement en raison de la topographie/ des conditions naturelles pour l'activité agricole et de la proximité historique de l'abattoir Micarna SA à Courtepin. Le développement de l'engraissement sur le territoire est aussi très hétérogène, avec des districts qui ont connu une très forte augmentation (+336% dans le district de la Glâne) et un district en recul (-34% dans le district de Veveyse).

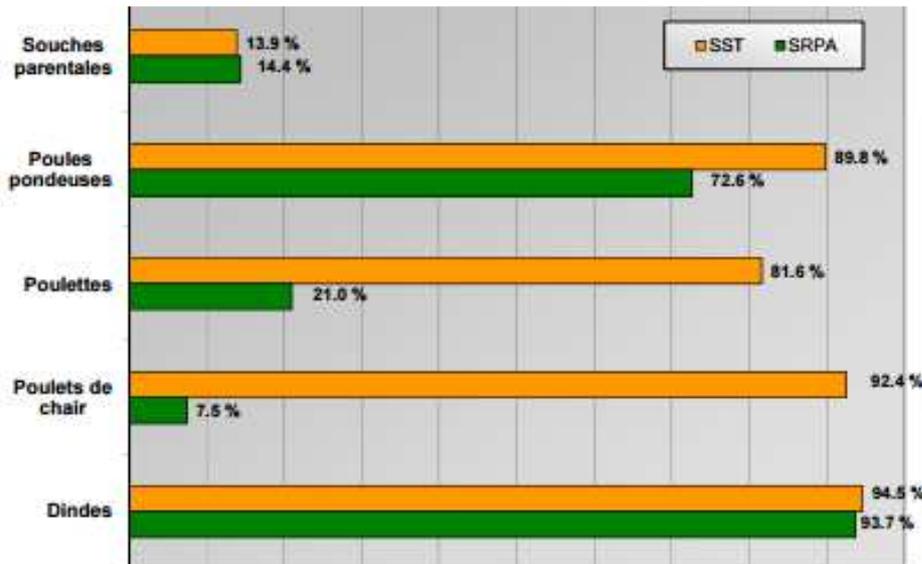
Nombre de poulets de chair tout âge	2000	2005	2010	2013	Variation 2000/2013	Part dans le total fribourgeois
<b>Districts</b>						
Broye	134'689	250'195	264'425	327'225	143%	22.9%
Glâne	41'625	85'404	138'230	181'610	336%	12.7%
Gruyère	70'310	74'707	79'600	77'725	11%	5.4%
Sarine	162'879	218'420	249'066	228'932	41%	16.0%
Lac	125'860	117'224	140'210	170'102	35%	11.9%
Sense	390'910	450'339	416'439	437'517	12%	30.7%
Veveyse	6'502	4'490	4'480	4'267	-34%	0.3%
<b>Total</b>	<b>932'775</b>	<b>1'200'779</b>	<b>1'292'450</b>	<b>1'427'378</b>	<b>143%</b>	<b>100.0%</b>

Tableau 2: Effectifs de poulets de chair par district, 2000-2013 (Source : OFS - Relevé des structures agricoles (STRU))

Dans ce rapport, nous nous concentrons sur l'aviculture professionnelle. Celle-ci se caractérise par une très forte proportion de la production conforme aux exigences SST (presque la totalité). Ceci résulte des exigences de la grande distribution pour laquelle la participation au programme SST est un standard minimum pour les produits avicoles (figure 4).

L'aire à climat extérieur (jardin d'hiver) est un élément important de la garde SST et un élément incontournable lors de la construction d'un nouveau poulailler. Dans la garde SRPA s'ajoute encore l'accès à un pâturage clôturé (Aviforum 2015).

Figure 4: Participation aux programmes SST/SRPA en 2013 (UGB %) (Source: OFAG)



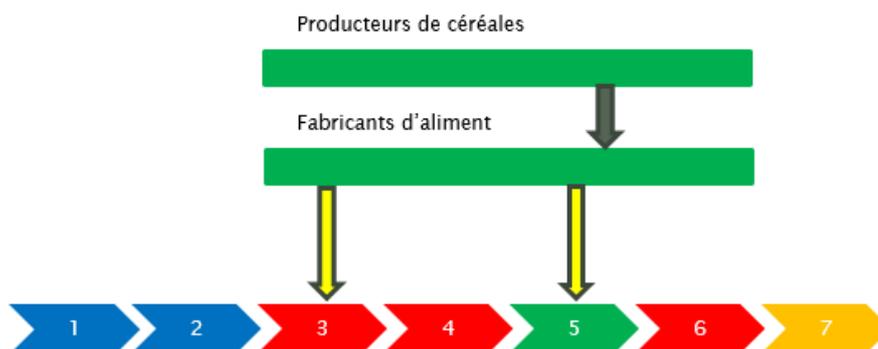
NB : pour les souches parentales, il s'agit des poules et coqs d'élevage (production d'œufs à couver souches ponte et engraissement)

Afin de faciliter la compréhension de l'organisation des filières, nous allons tout d'abord présenter la structure générale de la filière.

### 3.2 Structure de la filière volailles de chair

La Figure 5 met en évidence les différents maillons de la production de volailles de chair. Les étapes de la chaîne de production se déroulant actuellement en partie sur le territoire fribourgeois sont représentées en vert, celles sur territoire suisse en rouge et celles à l'étranger en bleu.

Figure 5: Structure de la filière volailles de chair



**Légende :**

- 1. Sélection, exploitations pégrée
- 2. 1<sup>er</sup> échelon de multiplication
- 3. 2<sup>e</sup> échelon de multiplication
- 4. Couvoirs et organisations de multiplication
- 5. Exploitations d'engraissement
- 6. Abattoirs
- 7. Commercialisation

## 1. Sélection, exploitations pédigrée

Cinq groupes sont actifs au niveau mondial : Aviagen, Cobb-Vantress, Hendrix genetics, Hubbard, Sasso. Le marché est dominé par les deux premiers groupes. Les 3 premiers groupes sont essentiellement spécialisés sur les souches à croissance rapide, Hubbard dispose de lignées à croissance intermédiaire développées historiquement par l'ISA (institut de sélection animale en France). Le sélectionneur Sasso, créé historiquement par les producteurs français label rouge de la Sarthe (Loué) et du Sud-Ouest, travaille essentiellement sur la sélection de volailles fermières colorées et propose une gamme de produits très diversifiée permettant de répondre à l'essentiel des besoins des filières de qualité supérieure.

## 2. 1er échelon de multiplication

Les troupeaux grands parentaux (GP) sont généralement en propriété des organisations de sélection.

## 3. 2e échelon de multiplication

Les troupeaux parentaux sont situés sur des exploitations travaillant en partenariat très étroit avec les couvoirs. En Suisse, Micarna produit l'essentiel de ses besoins dans 5 parcs parentaux situés en Valais. Le groupe Bell dispose également de reproducteurs en Suisse alémanique, tout comme le couvoir Wüthrich à Belp.

## 4. Couvoirs et organisations de multiplication

En Suisse, on compte six couvoirs pour la volaille de chair :

- Le couvoir de Micarna SA à Granges-Marnand VD, qui produit les poussins suisses pour Micarna (anciennement Optigal).
- Le couvoir Erb à Aeschlen BE, qui produit essentiellement les poussins suisses pour le groupe Bell.
- Le couvoir Stöckli AG à Ohmstal LU, qui produit essentiellement les poussins nés en Suisse pour le groupe Bell.
- L'entreprise Wüthrich à Belp BE, qui produit dans deux couvoirs des poussins suisses et des poussins nés en Suisse.
- L'entreprise Geiser à Mörschwil SG, qui produit des poussins et des dindonneaux nés en Suisse.
- L'entreprise Prodavi SA à Oberkirch LU, qui dispose également d'un couvoir de quarantaine pour la production des poussins destinés au groupe Proferme à Perly GE.

## 5. Exploitations d'engraissement

En Suisse, la part des poulets produits et vendus directement depuis l'exploitation est insignifiante, contrairement à la France voisine où l'abattage des volailles à la ferme est une tradition (voir encadré au point 6.). En Suisse, à titre d'exemple, le Tessin abrite une petite structure d'abattage de type artisanal, spécialisée uniquement dans la volaille (environ 800 kg/ semaine). Cette structure est couplée à une exploitation agricole qui produit des volailles de chair.

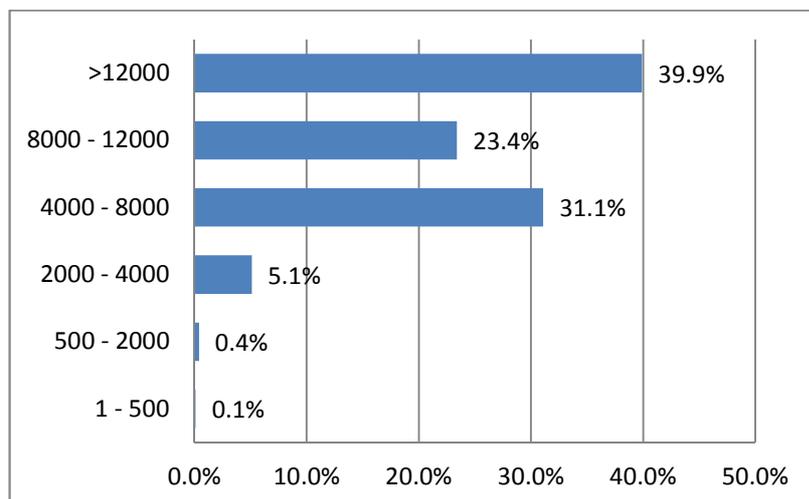
Quelques agriculteurs achètent des poussins d'un jour ou «avancés» (âgés de 4 semaines) auprès de revendeurs, principalement GalliParc et Le promeneur. La quasi-totalité de la production suisse de volailles de chair est produite par des agriculteurs travaillant sous contrat avec un abattoir. Les changements d'acheteurs sont exceptionnels. L'abattoir fait livrer les poussins d'un jour à l'éleveur et les reprend selon un planning d'abattage qu'il a établi, en fonction de ses besoins. La pratique dite du «chargement multiple» se généralise, c'est-à-dire que les poussins sont livrés le même jour mais l'abattoir effectue un ou plusieurs prélèvements en fonction du poids final souhaité. Après le dernier prélèvement, le bâtiment est lavé et désinfecté et le cycle recommence après un vide sanitaire de une à deux semaines. Le nombre de séries par année dépend de la durée d'engraissement. Les hybrides de chair à croissance rapide sont engraisés durant 30 à 38 jours, selon le poids mort souhaité. Cela donne environ 7 à 8 rotations par année.

La taille des halles est optimisée en fonction de la logistique de l'abattoir (unités entre 4'000 à 16'000 poulets). La tendance est à l'agrandissement des bâtiments existants et les nouvelles installations (généralement entre 600 et 1'200 m<sup>2</sup>) doivent être équipées d'un jardin d'hiver.

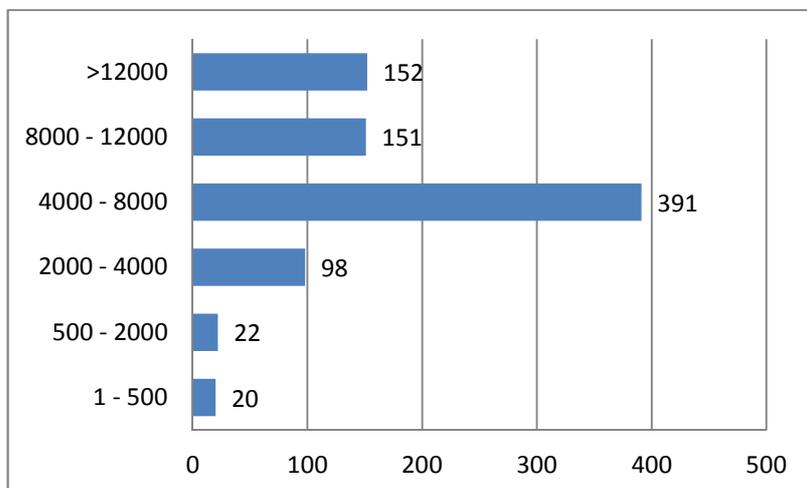
La figure 6 présente la répartition des élevages de volailles chair selon la taille. 83% des exploitations suisses ont une taille supérieure à 4'000 places. Tandis que les exploitations de plus de 8'000 places représentaient en 2009 25% de l'ensemble des exploitations, elles représentaient 36% en 2013.

Figure 6: Répartition des élevages de volailles de chair suisses selon la taille (Source : OFS)

### Répartition des poulets selon la taille du cheptel, 2013



### Répartition des producteurs selon la taille du cheptel, 2013



Comme indiqué ci-dessus, plus de 90% de la production de poulets de chair se fait dans le cadre du programme SST. Ceci se vérifie également dans le canton de Fribourg.

La production intégrée IP Suisse représente en Suisse en 2014, 1 million de poulets de chair abattus et 19'000 pièces de dindes (données IP Suisse). Ce mode de production est notamment présent dans le canton de Fribourg avec la filière « poulet fermier cou nu pattes noires ».

Tandis que les œufs bio représentent 21% du marché suisse des œufs, la viande de volaille bio représente moins de 3% du marché suisse du poulet, mais la demande pour le poulet bio augmente également. Bell et Micarna recherchent des éleveurs bio.

Dans la production en plein air et la production bio, on utilise des hybrides à croissance lente qui sont engrainés durant au minimum 56 (SRPA), respectivement 63 (bio) jours. Cela donne env. 5.5 rotations par année (Aviforum, 2015). Chez Micarna, le poulet bio est engrainé entre 77 et 80 jours.

Les limitations du développement du marché bio résident principalement dans les coûts très élevés de la production de volailles bio en Suisse et la difficulté du positionnement des volailles bio suisses face aux volailles bio importées, ainsi que dans les contraintes de production pour les producteurs (programme SRPA notamment).

Le canton de Fribourg abrite environ 22.4% des volailles de chair et 21% des exploitations suisses. Seulement 5 exploitations avec engraissement de volailles du canton de Fribourg sont converties en production biologique avec un peu plus de 23'000 places pour les poulets de chair.

---

**Encadré : Élevage de poulets bio**

En 2013, le canton Fribourg comptait 242 exploitations avec activité de production de poulet de chair en conventionnel (environ 10,5 millions poulets/an) et seulement 5 exploitations en production biologique qui produisent environ 105'600 poulets/an de chair.

La demande croissante en poulets bio permet d'escompter un revenu relativement sûr. Pour les exploitations sans bétail, l'engrais de ferme produit peut être intéressant. Pour les fermes qui pratiquent la vente directe, le poulet permet d'agrandir la palette de ses produits (FiBL 2003). La vente directe de la viande fraîche nécessite néanmoins des capacités de réfrigération conséquentes.

Le tableau suivant donne un aperçu pour le futur producteur de poulet bio.

<b>Installation</b>	Perchoirs, abreuvoirs, bains de sable, installations pour l'affouragement et aires de grattage
<b>Poulailler</b>	Poulaillers mobiles ou bâtiment fixe avec 3 parcours autour (utilisés alternativement)
<b>Coûts du poulailler</b>	Entre env. Fr. 100'000.-- et Fr. 120'000.--
<b>Exigences minimales pour la pâture</b>	1 m <sup>2</sup> /kg PV (en finition)
<b>Temps de travail par année</b>	1'100 h /2'000 places
<b>Pointes de travail</b>	Tous les deux mois : départ du lot, accompagné de travaux comme le nettoyage et le déménagement du poulailler (y compris les clôtures) ; par la suite : arrivée du nouveau lot.
<b>Rémunération du travail et des frais fixes</b>	Env. Fr. 35.--/h, ce qui représente un bénéfice d'exploitation d'env. Fr. 50'000.-- par année
<b>Exigences envers les exploitations</b>	Exploitation certifiée bio (pas d'exploitations en reconversion) Surface d'au moins 2 ha au plat et d'un seul tenant (pour l'implantation et le déplacement des poulaillers d'engraissement mobiles) Réserves d'env. 9 UGBF dans le bilan des éléments fertilisants. 50% au maximum des éléments fertilisants peuvent être remis à d'autres exploitations bio des alentours Remplissage des critères pour la « croissance interne ». Suivant le rendement, entre 10 et 20 ha de surface agricole utile sont nécessaires.

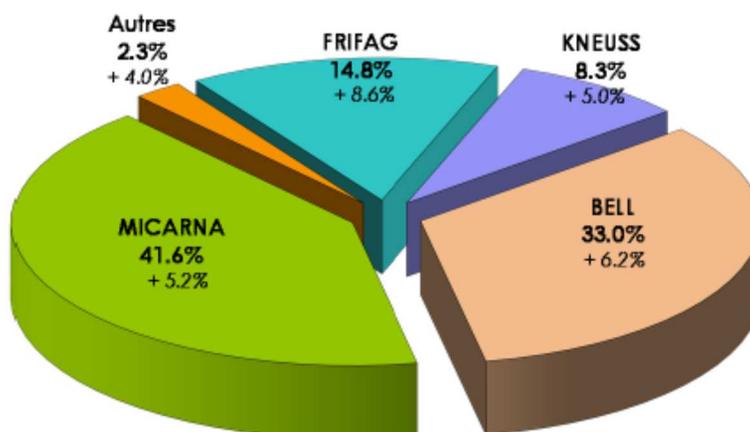
Tableau 3: Caractéristiques pour l'engraissement de poulet bio (Source : adaptés de Revue UFA 2011 et FiBL 2003)

---

## 6. Abattoirs

La production de volailles de chair est pilotée par quelques entreprises qui assurent l'abattage et la mise en marché (figure 7). Les grands distributeurs sont très actifs sur cette filière afin d'approvisionner leurs magasins.

Figure 7: Part de marché des abattoirs, viande de volaille 2014 et évolution 2013/2014 (Source : Aviforum d'après les données USP)



L'abattoir de Micarna est situé à Courtepin FR et a repris l'entreprise Favorit. L'abattoir de Bell est situé à Zell LU. L'entreprise Ernst Kneuss AG est située à Mägenwil AG. Elle est spécialisée dans la production de coquelets, qu'elle produit également pour Bell. Elle approvisionne également la grande distribution. L'entreprise Frifag est située à Märwil TG et c'est la seule entreprise à produire encore de la dinde suisse. Lorsque Micarna a cessé la production de dindes, une partie des producteurs fribourgeois a poursuivi la production sous contrat avec Frifag, qui fournit désormais la viande de dinde suisse à Migros Neuchâtel-Fribourg. Elle fournit également d'autres grands distributeurs.

L'association des éleveurs de volailles indépendants (AEVI), créée en 2013, est un groupement d'une quarantaine de producteurs. L'entreprise Proferme SA, à Perly GE, dirigée par la famille Fournier abat de 22'000 à 25'000 poulets par semaine produits en Suisse, principalement dans les cantons de Fribourg, Genève et Vaud. L'abattoir est propriété pour majorité d'une association de producteurs gérant un important commerce de viandes et activité charcuterie de volailles / traiteur tournés vers la Suisse. L'entreprise vend une large part de sa production dans la grande distribution (la totalité de la production de poulets et de coquelets abattue est certifiée IP-Suisse) mais a également une part importante de ses ventes au secteur gastronomique et à la restauration collective. Elle a l'agrément pour l'abattage halal. La question de la valorisation complète des carcasses est centrale pour la rentabilité économique. Par ailleurs, l'entreprise importe de France et revend des volailles de chair sous label rouge ainsi que des produits finis (magrets de canards, foie gras, etc.). Elle gère également un petit commerce de viandes bovines et ovines. Elle a un projet de rénovation avec ouverture d'un magasin au public (Cahier thématique Grand Genève 2015).

### Encadré: Structure d'abattage à la ferme en France

En France il existe une tradition de vente directe de volailles fermières. Le maintien de cette tradition est possible notamment grâce au maintien des structures d'abattage. L'abattage se fait à la ferme ou à façon dans un abattoir agréé CE de proximité.

Au niveau réglementaire, les « tueries » ou établissements d'abattage non agréés CE (EANA) doivent rester une activité de valorisation de produits dans le prolongement de l'élevage. Par ailleurs, un établissement d'abattage non agréé doit respecter les dispositions suivantes :

- Seuls peuvent y être abattus les volailles qui ont été élevées sur l'exploitation.
- Sont considérés comme ayant été « élevés sur l'exploitation », les animaux ayant été entretenus durant un mois complet au minimum ou une période au cours de laquelle une modification de leur conformation peut être attestée par un gain de poids significatif.
- En aucun cas, les locaux d'abattage ne doivent être mis à disposition de tiers. Le travail à façon est interdit.

- Le nombre d'animaux abattus, en « équivalent-poulet », ne doit pas dépasser 500 par semaine et 25 000 par an. Pour la détermination du nombre d'animaux abattus en équivalent poulet pour chaque espèce ou groupe d'espèces en tenant compte de leur poids, est appliqué à chaque animal, quel que soit son âge ou son sexe, un taux de conversion (une oie représente 3 équivalents-poulet, une perdrix ½ équivalent-poulet).
- L'exploitant doit procéder au processus complet d'abattage (étourdissement, saignée, plumaison, éviscération, réfrigération immédiate à +4°C).

Les carcasses de volailles abattues dans un établissement d'abattage non agréé peuvent être découpées ou transformées sur l'exploitation lorsque toutes les opérations de découpe et de transformation des produits sont conduites dans un local séparé des locaux d'abattage.



Source : [www.midipy-asavpa.fr](http://www.midipy-asavpa.fr)

Les circuits de commercialisation sont :

- La remise directe au consommateur final, sur le site même de l'exploitation ou sur les marchés proches de l'exploitation ou des points de vente collectifs,
- La vente à un commerce de détail (boucher...) ou à la restauration collective. La vente aux intermédiaires est ainsi possible mais il faut la déclarer. Elle a lieu sous conditions : l'intermédiaire doit fournir directement le consommateur final et doit être situé dans un périmètre de 80 kilomètres maximum autour de l'exploitation.

Source : information réglementaire sur la production et la commercialisation des produits fermiers d'origine animale, Producteurs de Volailles ou de Lagomorphes, Préfet de la Région Rhône-Alpes, République française, octobre 2012.

Il faut compter au minimum 20'000 euros pour la construction d'une tuerie, qui peut être rentabilisée à partir de 3'000 volailles abattues/ an. En moyenne, l'investissement pour une tuerie s'élève à 35'000 euros (annuités environ 4'000 euros) pour 8'000 à 14'000 volailles/ an. Pour financer ces structures, l'éleveur peut bénéficier d'aides (aides régionales et de l'UE, à hauteur de 30% du projet, 50'000 euros de plafond maximum). Pour un abattoir agréé CE, un atelier de découpe et de transformation, les investissements s'élèvent autour de 700'000 euros.

Repères pour les investissements :

	Tuerie	Abattoir CE
Abattage de volaille à la ferme	625 à 760 €/m2	625 à 900 €/ m2
Salle de découpe	500 €/m2, 4'000 € de matériel si découpe seule ou 17'500 € de matériel si découpe + transformation	

Sources : Guide pratique « commercialiser de la viande en circuits courts », Chambre d'agriculture de Bretagne, 2014 ; Volailles fermières, référence techniques et économique, Chambre d'agriculture de Poitou-Charentes, 2012).

## 7. Commercialisation

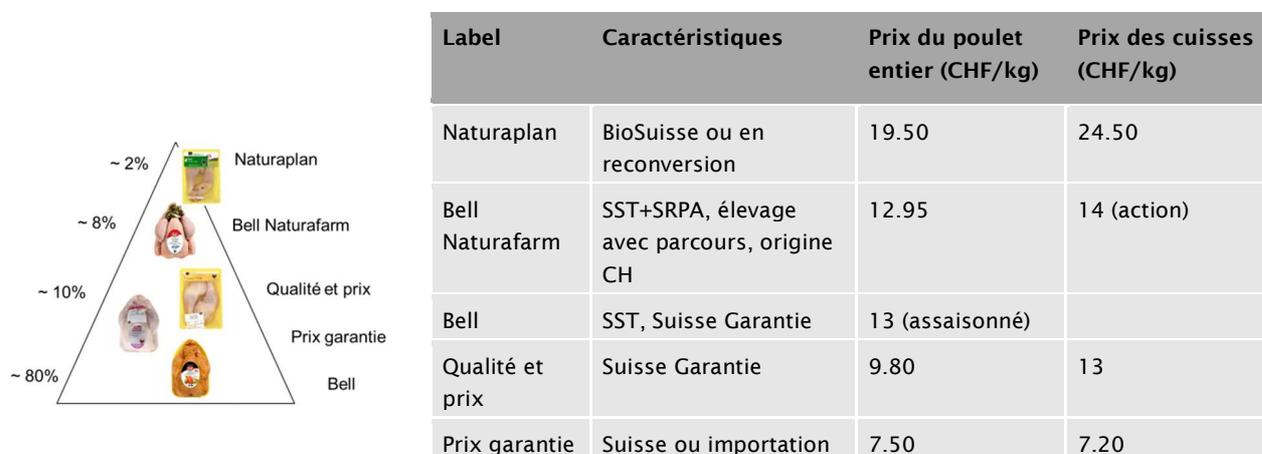
Les canaux de distribution peuvent grossièrement être séparés entre la consommation à domicile et la consommation hors domicile. Ces deux canaux de distribution seraient à peu près de taille égale (50% de la consommation chacun). La production indigène représenterait 80% de la consommation à domicile (20% d'importation), tandis que ces chiffres seraient inversés pour la consommation hors domicile (80% d'importation).

La commercialisation pour la consommation à domicile est largement dominée par la grande distribution, et en particulier Coop et Migros qui représenteraient à elles deux 80% du marché. Micarna travaille de façon privilégiée avec Migros (80% de ses débouchés) et Bell avec Coop. La grande majorité de la production suisse est commercialisée sous les marques Optigal (Migros) et Bell (Coop).

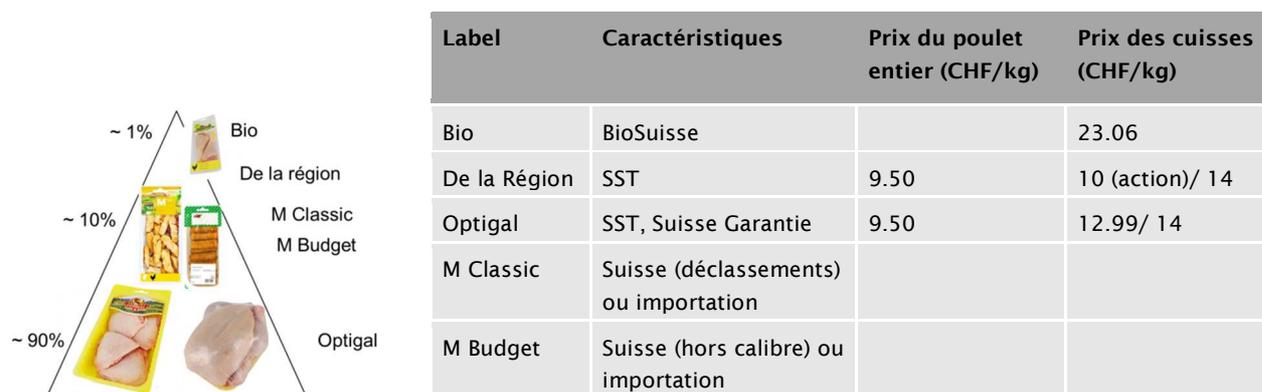
Manor commercialise 100% de la production IP Suisse de volailles (hors ventes directes).

Figure 8: Pyramides des labels chez Coop et Migros et relevés de prix (analyse en magasin)

Pyramide des labels chez Coop (en magasin) et relevés de prix (juin 2015)



Pyramide des labels chez Migros (en magasin) et relevés de prix (juin 2015)



NB : Migros a abandonné le label TerraSuisse début 2014 et a ainsi renforcé sa marque Optigal qui bénéficiait déjà d'un niveau de confiance très élevé.

L'offre suisse est principalement segmentée suivant le mode de production (conventionnel, plein air, PI et Bio), la découpe (poulet entier chaud, poulet entier froid, cuisses, poitrines, escalopes, tranches, saucisses etc.), l'assaisonnement (nature, épices et fines herbes, mariné barbecue, etc).

L'offre suisse est complétée par des importations, sur les segments des bas prix (viande fraîche et congelée) et sur les segments de la très haute qualité où des spécialités, tels que les poulets « label rouge » (90 jours) et les chapons importés de France. Il n'y a en effet par exemple pas d'équivalent suisse de la volaille de Bresse AOP. Le chapon suisse n'est pas une spécialité disponible du fait des interdictions d'opération.

La labélisation régionale est peu présente sur la filière volailles de chair. Coop commercialise uniquement un « poulet de Romandie » Qualité & Prix. Migros utilise assez largement son label « De la région » pour les volailles fribourgeoises.

Figure 9: Escalope de poulet label rouge, poulet fermier Loué



Figure 10: Coop « poulet de Romandie » Qualité & Prix



36.60 CHF/kg, commercialisé par Coop (juin 2015) Poulet de Romandie, 11.50 CHF/kg (juin 2015)

La restauration collective est en partie approvisionnée par les fournisseurs Micarna et Bell pour les poulets entiers et les cuisses de poulets suisses. L'offre d'escalopes de poulet suisse est écoulee sur le marché de la consommation à domicile ; les escalopes en restauration hors domicile sont importées des pays de l'Est, de France, d'Italie, mais aussi du Brésil (congelées) (Cornaz Bays C. et al. 2013).

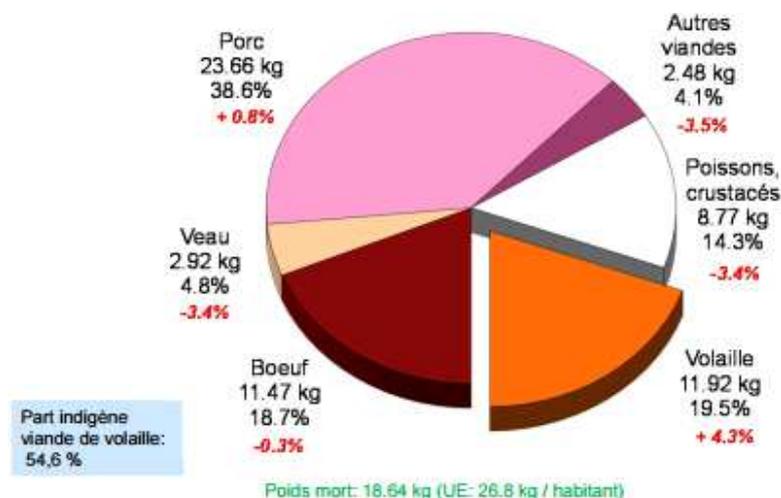
Globalement, le recours aux importations dans la gastronomie est important, mais il est à noter que des changements sont possibles, à l'exemple de Migros qui a déjà introduit le poulet suisse dans toute la gastronomie Migros.

Dans l'engraissement de volailles, la vente directe n'a qu'une importance minime: l'abattage de poulets sur sa propre exploitation demandant beaucoup de travail et requérant d'avoir un local d'abattage autorisé (Aviforum 2015).

### 3.3 Consommation

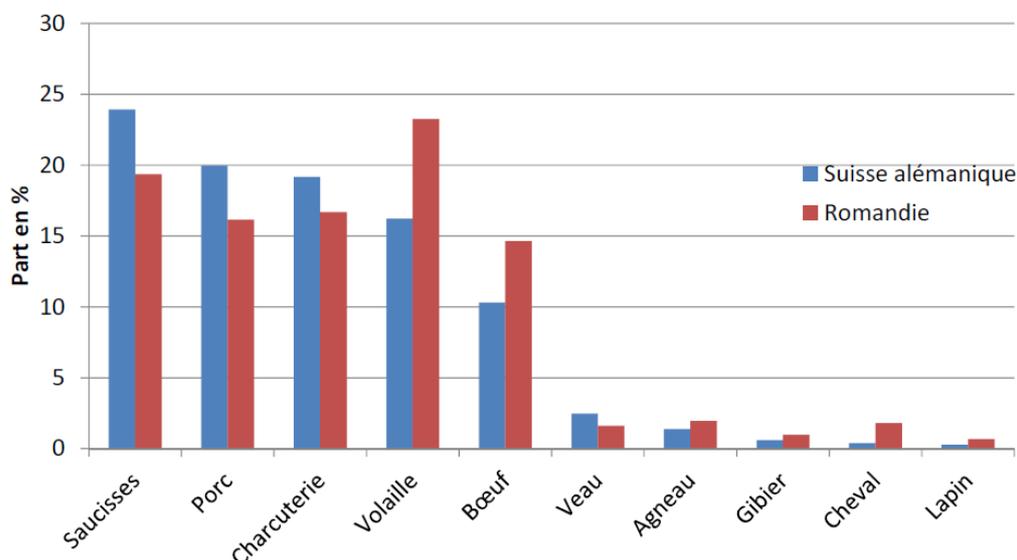
Les consommateurs suisses consomment aujourd'hui davantage de viande de volailles que de viande de bœuf (figure 11). La grippe aviaire a eu un impact très temporaire sur la consommation.

Figure 11: Consommation des principales viandes en Suisse en 2014 (Source : SBV/Proviande)



Il est à noter que les habitudes de consommation diffèrent entre la Suisse alémanique et la Suisse romande, cette dernière étant un bien plus grand consommateur de viandes de volailles, tandis que la Suisse alémanique privilégie la consommation de viande de porc (figure 12).

Figure 12: Popularité en 2014 des viandes achetées dans le commerce de détail selon la région linguistique (Source : Proviande).



L'augmentation de la consommation de viandes de volaille est encore possible en Suisse au regard de la consommation de volaille dans le monde. Au niveau mondial, au cours des trente dernières années la consommation de volaille a quintuplé et il est estimé que d'ici l'année 2020, le montant passera à 120 millions de tonnes de viande de volaille. La moyenne des Européens mange 22 kg par année, presque deux fois plus que le Suisse moyen. La consommation annuelle par habitant s'élève à 31 kg au Brésil, à 40 kg aux États-Unis et même à 50 kg en Australie et en Arabie saoudite. Les plus grands exportateurs de volailles sont le Brésil avec 3,3 millions de tonnes, les États-Unis avec 3,2 millions de tonnes et l'UE avec 1,1 million de tonnes (Schneider 2015).

Néanmoins la demande n'augmente pas dans les mêmes proportions pour tous les produits/morceaux de volailles. Tandis que la demande pour les poulets entiers reste relativement stable, elle augmente fortement pour la poitrine et la cuisse désossée par exemple. Les transformateurs doivent innover pour continuer de valoriser l'ensemble du poulet.

### 3.4 Bilan production/consommation

Au plan suisse, la production indigène ne représente que 54.6 % de la consommation et les importations de volailles de chair concernent des volumes élevés (Gloor 2015).

La part relativement élevée de produits importés est d'une part due à des motifs historiques: jadis, la viande de volaille était un produit d'importation traditionnel. Cela est d'autre part dû à la grande différence de prix entre la marchandise importée et la marchandise suisse - un facteur qui est particulièrement important dans la restauration et l'industrie alimentaire (Aviforum 2015).

La valeur «Swissness» est importante pour les volailles de chair consommées à domicile (Réviron et Bolliger 2007). L'augmentation de la consommation profite aux produits suisses et ceci se confirme dans les années récentes (tableau 4). La part indigène a ainsi pu être augmentée de manière constante. L'augmentation constante de la population et la préférence croissante des consommateurs pour la viande de volaille ont dopé la demande suisse. Cela a à son tour permis à de nombreuses exploitations agricoles d'augmenter leurs effectifs de volailles. Ces 20 dernières années, la production suisse de viande de volaille a ainsi plus que doublé (Aviforum 2015).

	2012	2013	2014	Evolution en % 2012 - 2014
Production indigène (mios kg de poids mort)	76.06	79.79	84.50	+ 11%
Importation viande de volailles (mios kg)	45.98	45.27	47.02	+ 2.2%
Consommation de viande de volailles par habitant (en kg)	11.32	11.42	11.92	+ 5.3%
Part de la production indigène (en%)	52.8%	54.4%	54.6%	

Tableau 4 : Bilan de la filière volailles de chair en 2014 (Source: Aviforum)

Les prix relevés en magasin mettent en évidence la valeur commerciale de l'origine suisse et des labels écologiques sur le marché.

Nom	Magasin	Label	Prix CHF/kg
Bell Naturafarm Freiland Poulet	Coop	NaturaFarm	12.95
Poulet	Coop	Prix garantie	7.50
Poulet	Coop	Qualité & Prix	9.80
Optigal Poulet entier	Migros	De la region	9.50
Poulet fermier des campagnes romandes	Manor	IP	19.00
La volaille des gourmets Perly	Manor	IP	17.50
Le Fournier Perly	Manor	IP	12.90
Poulet entier	Manor	CH	9.80
Poulet entier	Lidl	Suisse garantie	7.49
Poulet entier	Aldi	Suisse garantie	7.49
Poulet entier	Denner	Suisse garantie	7.45

Tableau 5 : Relevés de prix en grande distribution pour un poulet entier – juin 2015

La section suivante est consacrée à la présentation de la filière volailles de chair fribourgeoise.

## 4 Identification des sous-filières et cartographie

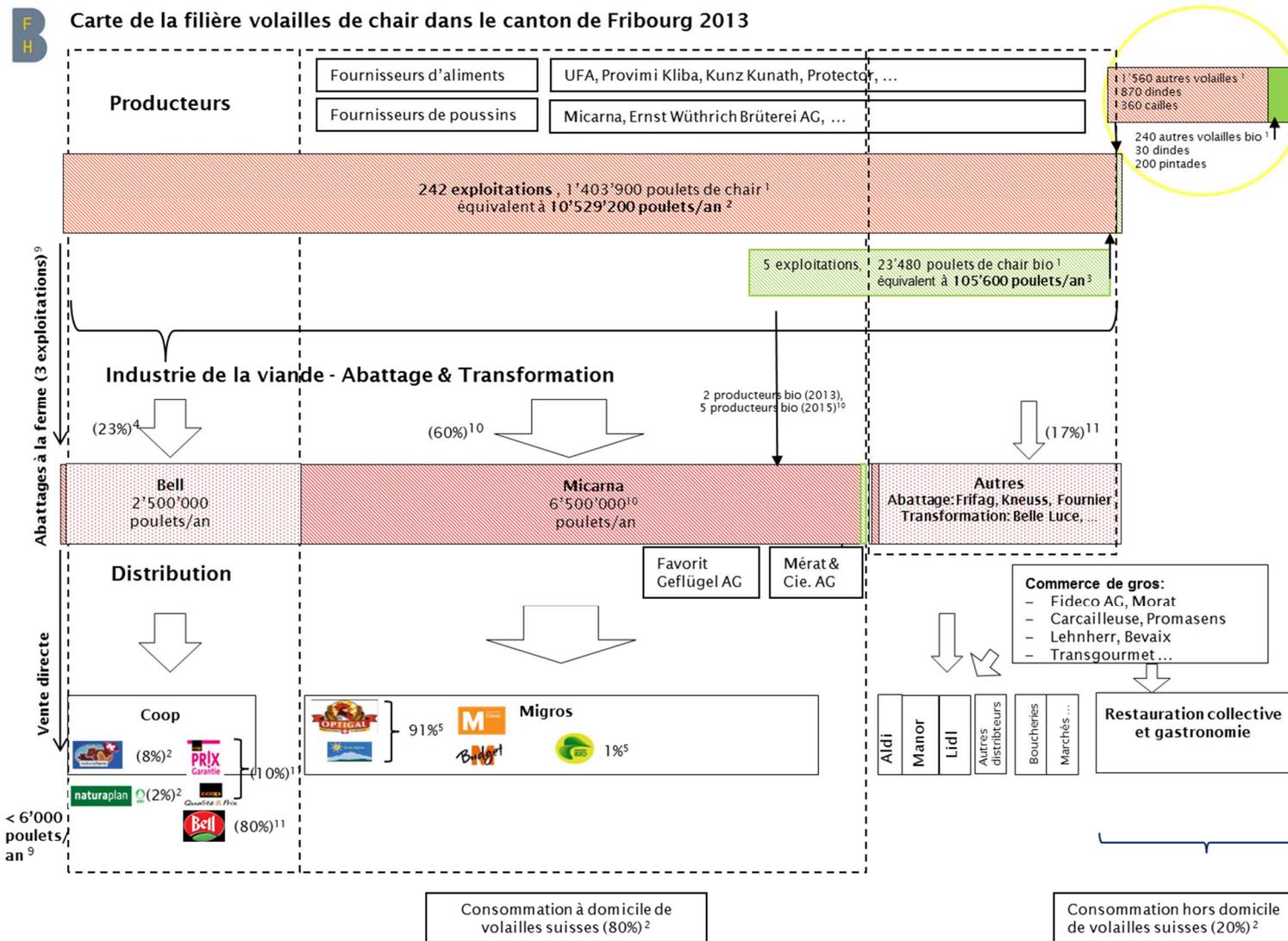
### 4.1 Organisation générale de la filière et cartes

Dans la filière des volailles, les sous-filières sont en fait constituées, en premier lieu, par des partenariats poussés entre fournisseurs d'agents de production, producteurs et transformateurs («intégration/intégrateurs»). En second lieu, en fonction du type de production (SST, SRPA/label plein air, bio). Sur le marché, la commercialisation des produits de l'aviculture présente les caractéristiques suivantes :

- a) Les producteurs produisent sous contrat selon une planification effectuée par les acheteurs. Les prix sont convenus à l'avance et en règle générale adaptés à l'évolution du coût des intrants. La marge est modeste mais relativement sûre et il n'y a en principe ni excédents structurels ni chute de prix en raison d'un excès momentané. Il n'y a pas qu'un prix du poulet mais divers prix en fonction du type de produit et des conditions de production.
- b) Le degré de protection à la frontière des produits avicoles est faible. Le taux d'auto-alimentation est inférieur à 55%. Les importations alimentent le marché à domicile (produits 1er prix) et la restauration collective.
- c) Le marché global est segmenté, on y trouve une gamme de volailles s'étendant sur un large éventail de prix. Certains produits importés sont plus chers que les produits suisses. La Suisse ne produit pratiquement pas de volailles fermières et de produits de type «label rouge». Ces volailles destinées à des gourmets et caractérisées par leur qualité gustative sont importées et vendues sous les marques Le Gaulois ou St-Sever, principalement en Suisse romande. Le marché suisse est peu segmenté. Le marché « standard » (production SST) n'est pas saturé.
- d) Les produits avicoles sont la plupart du temps commercialisés sous un label ou une marque (Optigal, Natutafarm etc.).

La carte ci-dessous (figure 13) représente graphiquement l'organisation de la production de volailles dans le canton de Fribourg en lien avec les entreprises qui mettent en marché.

Figure 13: Carte de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg 2013

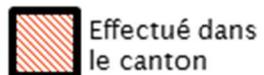


Elaboré par Esther Hidber & Marguerite Paus, HAFL, Août 2015

#### Sources :

1. Données OFAG 2013
2. Informations Interview Aviforum. Facteur places / poulets de chair (facteur 7.5 bandes)
3. Données FiBL, Pouletmast im Biolandbau, Merkblatt 2003 (facteur 4.5 bandes)
4. Correspondance Bell, 2.4.2015. Propres estimations sur la base de données pour la Suisse romande
5. Fachdossier Tierwohl, Migros-Genossenschafts-Bund, September 2014
6. Aviforum 2013, Poulet Production pour la Suisse
7. Agirinfo 2012, Consommation de viande en Suisse: la volaille dépasse le bœuf!
8. Proviande rapport 2014
9. Correspondance Service de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires, 13.05.2015
10. Interview Micarna 22.06.2015
11. Propres estimations

#### Légende :



Effectué dans le canton



Provenant du canton Fribourg mais effectué hors du canton Fribourg



Import



Intégration verticale



Bio

La carte met en évidence les débouchés pour les volailles produites dans le canton de Fribourg. Micarna abat environ 60% de la production de volailles fribourgeoise. A l'image de la filière suisse, le principal débouché pour les volailles fribourgeoises est la grande distribution.

La production est largement intégrée et seule une filière « alternative » aux filières nationales pilotées jusqu'à la grande distribution a pu être identifiée. Il s'agit de la filière du poulet fermier cou nu pattes noires.

La vente directe à la ferme représente moins de 6'000 poulets par an. Deux établissements dans le canton de Fribourg sont autorisés par le Service de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (données SAAV), ils représentent tout deux respectivement env. 2'000 poulets/2014 (Siviriez et Le Mouret). Par ailleurs, une troisième exploitation pourrait être autorisée (1'500-2'000 poulets/an).

Il n'y a officiellement pas d'abattages dits occasionnels (moins de 1'000 kg de viande volaille/lapin par an) avec vente directe. Les abattages occasionnels recensés ne sont effectués qu'à usage personnel.

La carte suivante (figure 14) présente le niveau de production de volailles de chair dans le canton de Fribourg au regard du potentiel de transformation et de consommation dans le canton.

Cette carte met clairement en évidence l'importante activité d'abattage et de transformation dans le canton due à la présence de Micarna à Courtepin. Micarna est en effet l'entreprise leader sur le marché de la volaille (42.7% de parts de marché au niveau suisse) et abat plus de 27 millions de poulets par an (2014). Le chiffre d'affaires pour la volaille s'élève en 2014 à 288.7 millions de francs pour quelques 38'480 tonnes vendues. La division volailles emploie 560 collaborateurs et Micarna a environ 450 éleveurs sous contrat dans toute la Suisse.

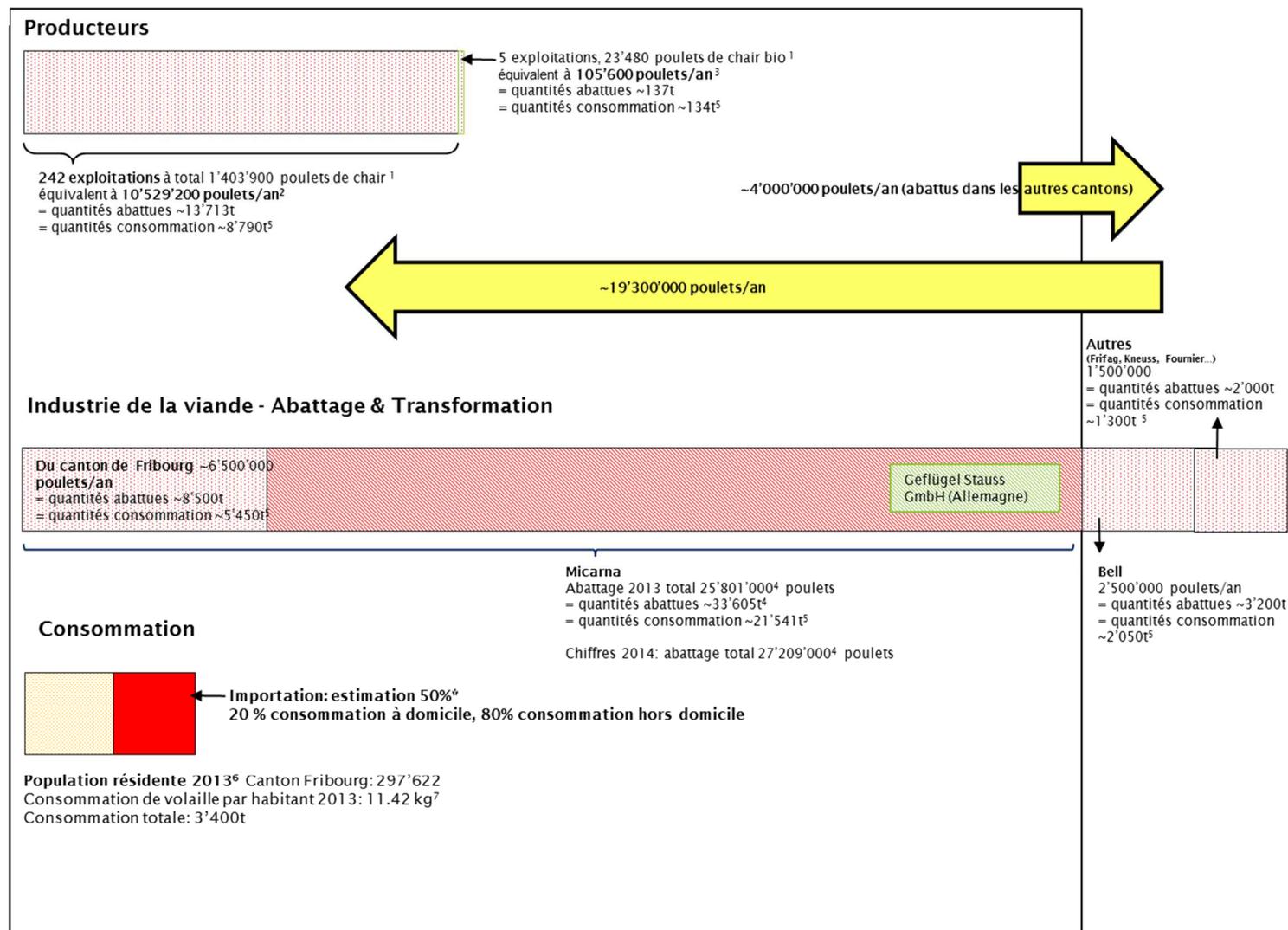
Micarna travaille actuellement à Fribourg avec 136 éleveurs, dont les halles font en moyenne 400m<sup>2</sup>. Micarna est toujours en expansion et recherche des nouveaux éleveurs, à la fois dans la production conventionnelle et dans la production biologique.

Cette deuxième carte met également clairement en évidence la part des importations dans la consommation finale. Les importations représentent environ 50%, pour grande partie (80%) sur le segment de la restauration hors domicile.

Figure 14: Carte de potentiel de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg 2013



### Carte de potentiel de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg 2013



Elaboré par: Esther Hidber & Marguerite Paus, HAFL, Août 2015

Sources :

1. Données OFAG 2013
2. Interview Aviforum, 9.6.2015 (facteur 7.5)
3. Données FiBL, Pouletmast im Biolandbau, Merkblatt 2003 (facteur 4.5)
4. Micarna, Faits et chiffres 2013, Faits et chiffres 2014
5. Aviforum, Geflügelwirtschaft in Zahlen 2015 (facteur abattage/consommation 1,56)
6. Données OFS 2013
7. Aviforum 2014, Schweizer Eier und Geflügelfleisch weiter im Aufwind.

Légende :



## 4.2 Segmentation et labellisation des produits de viande de volaille dans le canton de Fribourg

### 4.2.1 Offre pour la consommation à domicile

Dans la grande distribution, l'offre est principalement segmentée selon le mode de production : conventionnel (y.c. SST), plein air (SRPA), IP (en vente chez Manor) et Bio.

Dans les magasins du canton, l'offre est plus segmentée que dans d'autres cantons suisses. En particulier, l'offre est riche sur les produits de spécialités importées (label rouge, élevage au grain, et autres volailles).

Figure 15: Exemples d'offres différenciées sur les modes d'alimentation

Label rouge St Sever, poulet fermier des Landes, Migros – origine France

(Action, 12.50 CHF/kg, juin 2015)

Poulet nourri au maïs, Lidl, origine France (11.90 CHF/kg, juin 2015)



La mise en avant de l'origine fribourgeoise est absente. Le marché est très peu segmenté par la provenance de la viande, en dehors des magasins Migros qui met en avant les produits régionaux de la coopérative Neuchâtel-Fribourg avec le label « De la région ».

Comme dans les autres filières agricoles, la région de Gruyère a un potentiel commercial important. L'entreprise La Belle Luce communique sur cette provenance (voir section 4.2.3).

Figure 16: Poulet fermier de la Gruyère sur le marché



L'élevage des autres volailles est très peu développé en Suisse et il en est de même dans le canton de Fribourg. L'élevage de dindes a pu se maintenir grâce au maintien d'une structure d'abattage spécifique de l'entreprise Frifag.

Effectifs Districts	Dindes engraissement complet	Dindes pré-engraissement	Dindes tout âge
Broye	870	1'000	3'300
Glâne	30		353
Gruyère			2
Sarine			11'850
Lac			1078
Sense			2'553
Veveyse			
Total	900	1'000	19'136

Tableau 6 : Effectif des dindes du canton de Fribourg (Source : OFS – Relevé des structures agricoles (STRU))

L'élevage d'oies est un segment de niche qui commence à se faire connaître avec l'initiative des oies de pâturage ([www.weidegans.ch](http://www.weidegans.ch)) qui a défini un cahier des charges pour cet élevage. 4 exploitations du canton de Fribourg y participent. Le site <http://freiburger-weidegans.ch> développé par l'une de ces exploitations permet des commandes en ligne.

Effectifs Districts	Autres volailles (perdrix emeus paons faisans etc)	Autruches > 13 mois	Cailles	Canards sans canards ornement	Oies	Pintades
Broye				6	2	
Glâne				21	9	200
Gruyère	2			80	14	
Sarine	2			25	24	
Lac	11			6	18	10
Sense	8	3	4	36	28	
Veveyse						
Total	23	3	4	174	95	210

Tableau 7 : Effectif des autres volailles du canton de Fribourg (Source : OFS – Relevé des structures agricoles (STRU))

#### 4.2.2 Offre dans la restauration hors domicile

Dans le canton de Fribourg, il est à noter qu'il existe la possibilité dans la restauration de se faire agréer « Produits du Terroir du Pays de Fribourg ». Les contrôles seraient à renforcer pour maintenir

la crédibilité de la démarche auprès des consommateurs et des éleveurs qui voient parfois leurs produits annoncés sur les menus sans avoir reçu de commandes...

La commission de contrôle du label s'est d'ailleurs donnée comme mission d'avoir un suivi plus régulier et continu auprès des restaurants membres Agréés Produits du Terroir du Pays de Fribourg. Pour l'association des produits du terroir du pays de Fribourg, l'importance pour la reconnaissance du label n'est pas la quantité de restaurants reconnus dans le canton mais plutôt la qualité de ceux-ci. L'association a conscience que le label doit être un gage et une promesse pour le consommateur qu'il trouvera dans ses établissements des produits du Terroir de qualité et de provenance locale.

#### 4.2.3 La filière gruyérienne et romande « poulet fermier cou nu pattes noires »

C'est une production de niche, sur le segment de la haute qualité.

Le « cou nu pattes noires » est une race rustique à croissance lente. C'est un poulet ferme avec une peau fine, une ossature robuste et une chair excellente. Il est élevé en plein air avec parcours herbeux et alimentation au grain (céréales 100% suisses). Les mâles sont abattus à 3-3.5 mois (entre 1.6 kg et 2 kg en fonction de la saison) et les femelles à 4 mois (1.5-1.8 kg maximum).

Les exigences de production sont regroupées dans une charte que les éleveurs doivent respecter. La démarche est certifiée par l'OIC.

La filière « cou nu pattes noires » rassemble aujourd'hui 7 éleveurs en Suisse romande (5 dans le canton de Fribourg, 1 à Genève et 1 dans le canton de Vaud) qui collaborent avec La Belle Luce à Epagny, l'abattoir Fournier à Perly et Protector à Lucens. Trois exploitations sont situées en Gruyère et peuvent prétendre au label poulet de la Gruyère.

Le couvoir des poussins Cou nu pattes noires est à Belp (maison Wüthrich). Les poussins sont élevés jusqu'à six semaines en intérieur puis sont élevés en plein air. La Belle Luce établit 5-6 séries de 300-400 poulets / 3 séries de 600 poulets et commercialise également une partie de la production des autres éleveurs de Cou nu pattes noires en la Suisse romande. L'abattage est effectué par les établissements Fournier à Perly (GE) (voir section 3.2). Le potentiel de vente pour les 600/1'000 poulets par semaine n'est pas toujours garanti. Les débouchés sont les magasins Manor (collaboration depuis 20 ans, 200/300 poulets par semaine), la vente directe (marchés et magasin à Bulle), quelques magasins spécialisés et restaurants de collectivités et gastronomiques.

Figure 17: Cou nu pattes noires (Source: [www.la-belle-luce.ch](http://www.la-belle-luce.ch))



Le poulet se vend entier. Le prix se situe autour de 18 CHF/kg (prix 2013) en comparaison aux 9-11 CHF/kg pour un poulet conventionnel, cela représente un premium de 80%. Le temps d'engraissement d'un poulet de 3.5 mois est supérieur de 200% à un poulet conventionnel.

Dans le commerce de détail, il serait plus facile de vendre des poulets un peu plus petits (1.2 kg) étant donnés les prix du poulet entier à la consommation. Les bouchers, restaurants et collectifs préfèrent quant à eux des poulets de grande taille. Un potentiel de développement avec des débouchés en Suisse alémanique n'est pas exclu.

L'utilisation de l'indication de provenance « de la Gruyère » et le dépôt d'une marque pourrait ajouter une plus-value au produit. Néanmoins, la filière n'est pas exclusivement alimentée par des producteurs de la Gruyère, ce qui pose le problème de la gestion de la communication pour les producteurs hors du district de la Gruyère.

Encadré : valeur « swissness » pour la volaille de chair

La valeur « swissness » de la volaille suisse est principalement fondée sur les modes de production : programme SST et PER, ainsi que sur la fraîcheur de la viande (proximité).

Une enquête réalisée en 2007 avait montré une préférence très marquée pour les produits suisses, justifiées par les consommateurs en spontané, par les conditions de production en Suisse et les contrôles effectués (Réviron et Bolliger, 2007). Cette étude avait également mis en évidence que le consentement à payer s'érode lorsque le différentiel de prix augmente mais qu'il reste encore solide à des niveaux élevés et que l'érosion est plus rapide en Suisse romande qu'en Suisse alémanique, en lien avec la pression concurrentielle des produits importés. Les auteurs ont par ailleurs identifié en 2007 trois profils d'acheteurs très différenciés : les « fidèles suisses » (environ 90% pour le poulet en Suisse alémanique, environ 50% pour le poulet et la dinde en Suisse romande), les gastronomes (8% pour le poulet et 13% pour la dinde en Suisse romande) et les « chasseurs d'actions » qui recherchent les prix les plus bas (en Suisse romande 40% des acheteurs de poulets et 35% des acheteurs de dinde).

A l'heure actuelle, les consommateurs perçoivent de plus en plus un risque lié aux résistances aux antibiotiques. Le dernier rapport annuel sur la vente d'antibiotiques et la surveillance des résistances aux antibiotiques en Suisse a mis en évidence une tendance à la baisse des résistances contre divers antibiotiques des bactéries intestinales de poulets de chair en bonne santé. Selon les auteurs du rapport, ce recul, constaté depuis 2012, pourrait être lié à la diminution de la quantité globale d'antibiotiques utilisés en Suisse. Ce rapport a également mis en évidence que le taux de bactéries multirésistantes est particulièrement élevé dans la viande de poulet vendue au détail. Bien que ces bactéries soient présentes aussi bien dans du poulet indigène qu'étranger, il est à noter que la prévalence est significativement plus faible pour les produits indigènes : pour les E. Coli producteurs de BLSE, 66% contre 86% et pour les bactéries SARM, 1% contre 16%. L'argument « santé » pourrait donc devenir une composante grandissante de la valeur attribuée à la volaille suisse.

## 5 Analyse stratégique de la production de volailles de chair

### 5.1 Acteurs stratégiques

Les décisions stratégiques prises par les grands transformateurs Micarna et Bell sont décisives dans un paysage dominé par l'intégration verticale par Micarna/Migros et Bell/Coop.

Micarna s'est dotée d'une stratégie 2020 dont les projets stratégiques restent confidentiels. Les exploitations d'engraissement recherchées actuellement par Micarna ont une taille moyenne de 600m<sup>2</sup> (avec 120m<sup>2</sup> de jardin d'hiver) pour une capacité de 9'000 poulets (SST). D'une part, cela facilite la logistique, tant dans la préparation des poussins que de la prise en charge des poulets engraisés. D'autre part, Micarna tient à l'image d'une production intégrée dans les exploitations agricoles moyennes. Micarna recherche environ 20 nouvelles unités de production par an sur tout le territoire suisse.

Bell et Frifag favorisent quant à elles des halles de plus grandes tailles (1'100m<sup>2</sup> poulets SST) pour une capacité de 16'000 poulets afin d'optimiser la production en matière de coûts par rapport à l'investissement. Ces exploitations de plus grande taille sont proportionnellement plus développées en Suisse romande que dans le reste de la Suisse. Bell, comme Micarna, recherche actuellement des nouveaux producteurs (SST et bio) (Gremaud 2015)

Concernant les stratégies d'approvisionnement à l'étranger, Coop et Migros suivent des démarches qui tendent à renchérir les méthodes de production à l'étranger. Migros a décidé de mettre ses importations de viande étrangère aux normes suisses en termes de bien-être animal d'ici l'horizon 2020. Pour la volaille et depuis 2014, la dinde importée chez Migros respecte l'ordonnance sur la protection des animaux, et va même au-delà puisque les exploitations doivent posséder un jardin

d'hiver. Les importations de poulets frais (80% des importations) suivront dans le courant 2015 puis la viande de poulet congelée (20% des importations) avant 2020. Fin 2012, Coop a annoncé sa stratégie « bien-être animal » pour les importations, en commençant par les élevages de volaille. Dès 2013, la viande de dinde est progressivement importée d'exploitations qui respectent la norme suisse SST. Par ailleurs, le groupe Bell reprendra en mars 2016 l'entreprise autrichienne Huber, spécialisée dans la volaille. Bell se procure déjà auprès du groupe Huber de la viande de volaille pour le marché suisse, issue de producteurs qui répondent au minimum aux exigences de la législation suisse sur la protection des animaux.

Actuellement, l'offre des deux principaux transformateurs est peu diversifiée et se concentre sur le marché des poulets à croissance rapide SST (90% du marché). Les autres espèces de volailles (dindes, cailles, pintades etc.) sont principalement importées. La demande pour ces spécialités est surtout saisonnière (chapon, canard en fin d'année). Seulement 1'560 places pour les autres volailles que le poulet sont recensées dans le canton de Fribourg.

La différenciation sur les modes de production (plein air, nourri au maïs, etc.) est présente avec Naturafarm, mais la demande sur le créneau « standard SST » n'étant pas encore assouvie et étant en régulière croissance, il n'y a que très peu d'incitations pour les transformateurs (et les producteurs) à se diversifier davantage.

L'entreprise La Belle Luce qui collabore avec les établissements Fournier fait figure d'alternative aussi bien dans l'organisation de la filière que dans les choix de production avec une race à croissance lente et des conditions d'élevage strictement réglementées pour obtenir une chair de haute qualité gustative.

## **5.2 Analyse forces/faiblesses/opportunités/menaces de la filière volailles de chair du canton de Fribourg**

Les personnes que nous avons interviewées ont été invitées à identifier en spontané les facteurs internes et externes qui déterminent le succès actuel et potentiel de la filière volailles de chair fribourgeoise. Les forces et faiblesses correspondent aux facteurs internes à la filière, sur lesquels les professionnels ont pris pour effectuer des changements. Les opportunités et menaces correspondent aux facteurs externes, sur lesquels les professionnels n'ont pas la possibilité d'influencer le développement.

Les tableaux suivants ont été établis à partir des déclarations en spontané des personnes interrogées. Ils ont été complétés suite à l'atelier qui a eu lieu avec les professionnels le 19 novembre 2015 à l'IAG à Grangeneuve.

Tableau 8 : Forces et faiblesses/opportunités et menaces de la filière fribourgeoise des volailles de chair (résultats des entretiens et du workshop)

### **Forces de la filière fribourgeoise des volailles de chair**

#### **Général pour la production suisse**

- Bonne croissance de la production indigène.
- Les consommateurs sont intégrés dans les démarches de communication, transparence conformément aux attentes des consommateurs.
- La production est strictement contrôlée (confiance consommateur).
- La volaille suisse, une garantie de fraîcheur, proximité (la volaille importée doit être transportée et dédouanée, ce qui représente environ deux jours).
- La législation sur la protection des animaux en Suisse est très poussée.
- Le programme SST est un avantage face à l'étranger, ainsi que les prestations écologiques requises.
- Les structures de production des exploitations agricoles et familiales permettent de se différencier par rapport à l'étranger en termes d'image.
  
- Partenariat avec les industries pour l'alimentation, suivi d'hygiène.
- Marge brute et revenu horaire attractifs pour les producteurs.
- Charge en travail régulière (mais peut être difficile à gérer pendant les pics saisonniers).

- Production sous contrat = transparence + respect entre les différents acteurs de la chaîne de valeur ajoutée + une certaine sécurité.
- Des entreprises également actives à l'étranger (Micarna, Bell).

#### **Spécifique pour le canton de Fribourg**

- Un canton rural, très lié avec l'agriculture.
- 2/3 des bâtiments d'engraissement sont amortis.
- Abattoir dans le canton / proximité géographique, forte industrie alimentaire, distribution régionale.
- Avantages en termes de coûts du fait des transports courts.
- Recherche et développement de Micarna.
- Valorisation des sous-produits animaux.

### **Faiblesses de la filière fribourgeoise des volailles de chair**

#### **Général pour la production suisse**

- Structure des coûts face aux produits importés.
- Les coûts d'investissement pour un nouveau poulailler sont relativement élevés.
- La restauration - y compris la restauration collective - s'approvisionne essentiellement en produits importés.
- Risque de non renouvellement du contrat avec Micarna (contrat de 5 ans en 5 ans) -> risque limité, mais existant dans une filière intégrée (ex : la production suisse de dindes).
- Les non autorisations de construire freinent la production.

#### **Spécifique pour le canton de Fribourg**

- Petite taille des exploitations et pas beaucoup d'entreprises communautaires.
- 2/3 des exploitations sont vieilles – problème de logistique (par exemple chargement du troupeau).
- Ralentissement des restructurations (permis de construire). Des exploitations avec des difficultés pour construire des jardins d'hiver (demande des intégrateurs) suite à des oppositions.
- Concentration, perte des structures d'abattages. Un seul grand abattoir – Micarna.
- Les petits abattoirs ont des difficultés à se mettre au niveau des normes sanitaires requises (réfrigération etc.)
- Coûts élevés des équipements pour mettre en valeur les carcasses entières : les petits ateliers de transformation ont des difficultés pour investir dans ces équipements
- Situation devient compliquée pour les petits artisans producteurs.
- Manque de contrôles sur les approvisionnements des restaurants qui déclarent utiliser des produits fribourgeois.

### **Opportunités pour la filière fribourgeoise des volailles de chair**

#### **Général pour la production suisse**

- Croissance de la consommation de viande de volaille.
- Les consommateurs suisses apprécient la volaille suisse, la demande est en hausse.
- Grande compréhension des consommateurs pour la production.
- La viande de volaille est considérée comme une viande « moderne ».
- Nombreuses possibilités de préparation pour consommer la viande.
- Consommation compatible avec les différentes religions.
- Potentiel de différenciation par le type d'animaux (races / hybrides à croissance lente) sur des marchés de niche.
- Projet « Swissness » qui renforce les produits suisses (80% du marché du commerce de détail pour la volaille !), y compris les produits « convenience » (charcuterie de volaille par exemple).
- La filière volaille n'est pas très touchée par la PA.
- Soutien des banques pour la production de volailles (excellent rating)

- Ouverture des frontières (niveau commerce, élargissement de l'assortiment)\*.
- Demande en hausse pour les produits du terroir et la proximité.

### **Spécifique pour le canton de Fribourg**

- Existence d'un marché de la spécialité.
- Potentiel de développement du marché de la volaille suisse (et fribourgeoise) avec les collectivités (hôpital cantonal, foyer de Bouleyres, cantines scolaires).
- Canton riche en ressources naturelles (prairies, eau).
- Un territoire qui fait le trait d'union entre la Suisse romande et la Suisse alémanique (opportunités en termes de marchés).

## **Menaces pour la filière fribourgeoise des volailles de chair**

### **Général pour la production suisse**

- Risques d'une pandémie touchant à la volaille et qui entraînerait une diminution de la demande
- Santé publique : transmission de pathogènes à l'homme (par exemple Campylobacter) et résistance aux antibiotiques. Perception des consommateurs sur ces questions.
- 3 organisations qui dominent le domaine génétique. Recherche principalement axée sur la performance des lignées en termes d'efficacité d'engraissement.
- Dépendance des producteurs vis-à-vis des fournisseurs de fourrages (étranger).
- PA 2014-17 et développement de la production céréalière en Suisse.
- PA 2014-17 et promotion de l'extensification. Aviculture = branche productive, pas de possibilité d'extensification.
- Problème de crédibilité avec les importations de céréales qui va à l'encontre des attentes des consommateurs.
- La filière volaille serait très exposée en cas d'accord de libre-échange\*.
- Soutiens publics aux structures d'abattage à l'étranger (UE).
- Le poulet CH est cher pour la gastronomie et la restauration (budget limite).
- Manque de contrôle sur l'origine des volailles (gastronomie et restauration).

### **Spécifique pour le canton de Fribourg**

- Régionalité globalement peu mise en avant dans le canton de Fribourg en comparaison à d'autres régions de Suisse.
- Promotion de l'utilisation des produits du terroir du Pays de Fribourg dans la gastronomie, mais pas d'incitations particulières.
- Répartition des compétences entre plusieurs services de l'Etat pour les mises à l'enquête (bâtiments mobiles et fixes) : cohérence, délai de traitement des demandes

\* L'ouverture des frontières est vue à la fois comme une menace et comme une opportunité suivant l'échelon de la filière.

## 6 Conclusions de l'état des lieux

Le canton de Fribourg est un acteur essentiel de la chaîne de valeur de volailles de chair sur le plan suisse, tant par son activité d'engraissement (68 millions de francs) que par son activité de transformation (289 millions de francs).

La filière volailles de chair est spécifique d'une part parce que l'activité d'engraissement de volailles est souvent une activité annexe sur l'exploitation agricole, et d'autre part du fait de la forte intégration verticale. Du fait de ces spécificités, les marges de manœuvre en termes stratégiques à l'échelon de la production agricole sont limitées, les grands transformateurs suivant chacun leur propre stratégie qui s'applique à toute la filière.

Le marché suisse « standard » du poulet à croissance rapide SST n'est pas encore saturé et est en croissance continue due aux augmentations de :

- la population,
- la consommation par habitant,
- la part indigène dans la consommation.

Les grands transformateurs s'appliquent donc à continuer à développer cette sous-filière qui représente plus de 80% du marché de la volaille suisse et recherchent des producteurs. Pour l'agriculture fribourgeoise, il y a clairement un potentiel de développement sur ce créneau. Les exploitations du canton de Fribourg sont pour les 2/3 amorties mais elles sont petites et un tournant n'est pas à rater.

Sur le marché suisse de la volaille, des parts sont à prendre dans la restauration hors domicile. Renforcer l'approvisionnement en poulets fribourgeois dans la restauration hors domicile, qu'il s'agisse de la gastronomie ou de la restauration collective, représente un véritable défi, le segment étant principalement piloté par des arguments de prix.

Il existe des marchés de niche également en développement : le bio, le plein air. L'argument de l'alimentation (nourri au grain) n'est pratiquement pas utilisé pour la commercialisation des produits suisses (marchandise importée). Le rapport qualité/prix de la marchandise importée sur ce créneau participe au faible développement de ces modes de production en Suisse.

La provenance est un argument de vente certain pour les produits issus des élevages gruyériens.

Un autre potentiel de développement sur un marché de niche réside sur le marché des autres volailles (pintades etc.). La mise en valeur des produits à la ferme est délicate du fait des réglementations sanitaires sur l'abattage et de la charge en travail. Les options d'abattage sont maigres, l'abattage à façon dans les petits abattoirs traditionnels/ artisanaux est en danger du fait de la grande concentration du secteur. Par ailleurs, la consommation de ces autres volailles est très saisonnière.

Il existe également un potentiel pour renforcer le lien entre les producteurs fribourgeois et les consommateurs fribourgeois, notamment à travers des canaux de mise en valeur de la production régionale tels que la restauration collective, et une amélioration de la transparence sur les provenances de la viande.

## 7 Axes stratégiques

Sur la base des éléments identifiés dans l'analyse forces/faiblesses/opportunités/menaces et des échanges qui ont eu lieu au cours de l'atelier organisé avec les professionnels, il a été possible d'identifier des lignes directrices potentielles pour renforcer la mise en valeur des volailles de chair dans le canton de Fribourg.

Les résultats pour la filière volailles de chair sont regroupés autour de 2 axes. Chaque axe a ensuite été traduit en un ensemble d'actions, alliant l'effort privé et l'effort public.

## 7.1 Axe stratégique 1 : Développer la production

La demande croissante en viande de volaille soutient la production. Les grands abattoirs suisses recherchent des producteurs pour leurs filières intégrées. Le canton de Fribourg est traditionnellement un canton producteur important, mais les structures sont souvent assez vieilles et d'autres cantons présentent des conditions favorables à la production. Il est donc nécessaire de continuer les efforts pour soutenir les producteurs cherchant à se développer dans ce secteur.

<b>Motivations :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La production de volailles de chair est une activité annexe rémunératrice pour les paysans</li> </ul>
<b>Hypothèses de base :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La consommation de viande de volaille suisse continue d'augmenter. La préférence pour les produits d'origine suisse n'est pas modifiée.</li> <li>• Respect des contrats de production dans la filière intégrée</li> </ul>
<b>Implications monétaires et autres :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importants investissements</li> </ul>
<b>Risques :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandémie et risques de santé publique</li> </ul>
<b>Indicateur :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de nouvelles installations en production de volailles de chair</li> </ul>

Tableau 9 Axe stratégique 1 : Développer la production

Actions	Potentiel	Contraintes	Soutiens souhaités	
			Financiers	Non financiers
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutenir les producteurs dans leur projet de construire une halle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garder les parts de marché du canton de Fribourg en termes de production de volailles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordination entre les services de l'Etat (exemple du poulailler mobile considéré comme un bâtiment ou non en fonction des services)</li> <li>• Identification du débouché au préalable</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitation de l'obtention des autorisations de construire pour la production alimentaire (quand nécessaire, dézonage)</li> <li>• Simplification administrative pour les constructions de halles</li> <li>• Renforcer la cohérence des mises à l'enquête</li> <li>• Soutien de la démarche mise à l'enquête « hors zone à bâtir »</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encourager une production durable et respectueuse de l'environnement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le canton se positionne comme un pôle de production de volailles respectueux de l'environnement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coûts additionnels</li> <li>• Base volontaire pour le développement d'énergies renouvelables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutien pour les coûts liés aux évaluations d'impact environnemental</li> <li>• Soutien pour le développement d'énergies renouvelables sur l'exploitation et autres pratiques durables (LED, récupérateur de chaleur, etc)</li> <li>• Soutien aux reconversions « bio »</li> </ul>	

## 7.2 Axe stratégique 2 : Soutenir la demande

Les consommateurs montrent une préférence pour la viande de volaille d'origine suisse. La transparence sur la provenance et les conditions de production participent à maintenir cette confiance que le consommateur accorde à la filière de volaille suisse. Ces éléments peuvent être renforcés dans plusieurs canaux de distribution pour soutenir la demande dans le canton de Fribourg.

<b>Motivations :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Etablir plus de transparence pour le consommateur (origine Suisse et Fribourg)</li><li>• Prendre des parts de marché dans les canaux actuellement approvisionnés par l'importation</li></ul>
<b>Hypothèses de base :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il existe une préférence des consommateurs pour la volaille suisse</li></ul>
<b>Implications monétaires et autres :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•</li></ul>
<b>Risques :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Canaux sensibles au prix</li></ul>
<b>Indicateur :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Information aux consommateurs</li><li>• Parts de marchés dans la restauration collective</li></ul>

Tableau 10 Axe stratégique 2 : Soutenir la demande

Actions	Potentiel	Contraintes	Soutiens souhaités	
			Financiers	Non financiers
<ul style="list-style-type: none"> <li>Améliorer la transparence sur les provenances (CH, Hongrie, Brésil) des viandes dans les restaurants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les consommateurs attendent plus de transparence sur les provenances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le cadre légale et les attentes des consommateurs ne sont pas en phase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutiens aux contrôles dans les restaurants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lobbying à Berne pour durcir le cadre légal. Favoriser une seule déclaration de provenance par produit/plat</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotion au niveau des consommateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mieux faire connaître les avantages de la volaille suisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Du domaine de compétences nationales</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir l'importance des campagnes de promotion</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>(Re)conquérir le marché de la restauration collective (en lien avec les autres filières)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Potentiel en volume dans les cuisines collectives (écoles, universités, homes, hôpitaux et cliniques... et aussi restaurants d'entreprises)</li> <li>Le rapport qualité/prix pour les poulets entiers est bon (comparaison Suisse/ étranger)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besoins spécifiques</li> <li>Logistique spécifique</li> <li>Rapport qualité/prix adapté aux besoins</li> <li>Fonctionnement sur appels d'offres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan d'action pour convaincre et aider les chefs de cuisine à utiliser des produits de proximité (formation des chefs, calcul de prix de menus, appui au calcul des indicateurs de performance écologique...); information sur les modes de production et de transformation des volailles dans le canton.</li> <li>Mettre au point une plateforme de mise en contact des fournisseurs et des chefs de cuisine / chefs des achats.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donner l'exemple pour les établissements sous autorité publique et convaincre les communes.</li> </ul>

Actions	Potentiel	Contraintes	Soutiens souhaités	
			Financiers	Non financiers
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutien pour une marque « Fribourg » (déclaration de provenance)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La demande de régionalité est un trend de consommation en expansion.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La marque régionale « Fribourg Terroir » est actuellement positionnée sur la typicité et peu sur la provenance (contrairement à la marque régionale de Genève GRTA), ce qui exclut les volailles conventionnelles</li> <li>• Coûts liés à la traçabilité et la séparation des petits lots</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repositionner la marque « Fribourg Terroir »</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer la confiance dans les filières courtes (gastronomie locale, vente sur les marchés)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioration des relations producteurs/ vendeur final</li> <li>• Augmentation de la confiance des consommateurs</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer les contrôles de traçabilité</li> </ul>

## 8 Liste des illustrations

Figure 1: Démarche générale de la méthode FILAGRO	4
Figure 2: Construction de la carte de filière à l'aide de la méthode «Value chain» - Les différents chemins	5
Figure 3: Evolution du nombre de volailles dans le canton de Fribourg et en Suisse (Source : OFS, Relevé des structures agricoles, Neuchâtel, 2014)	8
Figure 4: Participation aux programmes SST/SRPA en 2013 (UGB %) (Source: OFAG)	9
Figure 5: Structure de la filière volailles de chair	9
Figure 6: Répartition des élevages de volailles de chair suisses selon la taille (Source : OFS)	11
Figure 7: Part de marché des abattoirs, viande de volaille 2014 et évolution 2013/2014 (Source : Aviforum d'après les données USP)	13
Figure 8: Pyramides des labels chez Coop et Migros et relevés de prix (analyse en magasin)	15
Figure 9: Escalope de poulet label rouge, poulet fermier Loué	16
Figure 10: Coop « poulet de Romandie » Qualité & Prix	16
Figure 11: Consommation des principales viandes en Suisse en 2014 (Source : SBV/Proviande)	16
Figure 12: Popularité en 2014 des viandes achetées dans le commerce de détail selon la région linguistique (Source : Proviande).	17
Figure 13: Carte de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg 2013	20
Figure 14: Carte de potentiel de la filière volailles de chair dans le canton de Fribourg 2013	23
Figure 15: Exemples d'offres différenciées sur les modes d'alimentation	25
Figure 16: Poulet fermier de la Gruyère sur le marché	25
Figure 17: Cou nu pattes noires (Source: <a href="http://www.la-belle-luce.ch">www.la-belle-luce.ch</a> )	27

## 9 Liste des tableaux

Tableau 1: Evolution de la production de volailles dans le canton de Fribourg (en milliers de francs) (Source : OFS, comptes régionaux de l'agriculture, Neuchâtel, 2014)	7
Tableau 2: Effectifs de poulets de chair par district, 2000-2013 (Source : OFS – Relevé des structures agricoles (STRU))	8
Tableau 3: Caractéristiques pour l'engraissement de poulet bio (Source : adaptés de Revue UFA 2011 et FiBL 2003)	12
Tableau 4 : Bilan de la filière volailles de chair en 2014 (Source: Aviforum)	18
Tableau 5 : Relevés de prix en grande distribution pour un poulet entier – juin 2015	18
Tableau 6 : Effectif des dindes du canton de Fribourg (Source : OFS – Relevé des structures agricoles (STRU))	26
Tableau 7 : Effectif des autres volailles du canton de Fribourg (Source : OFS – Relevé des structures agricoles (STRU))	26
Tableau 8 : Forces et faiblesses/opportunités et menaces de la filière fribourgeoise des volailles de chair (résultats des entretiens et du workshop)	29
Tableau 9    Axe stratégique 1 : Développer la production	34
Tableau 10   Axe stratégique 2 : Soutenir la demande	36

# 10 Bibliographie

Aviforum 2015. *Faits et chiffres de l'économie avicole suisse. L'aviculture comme branche d'exploitation.*

---

Cornaz Bays C., Réviron S., De Groot N., Paus M. 2013. *Projet « produits de proximité dans la restauration collective ».* AGRIDEA, sur mandat du Service cantonal de l'agriculture de l'Etat de Fribourg. 37 p.

---

FiBL. 2003. *Élevage de poulets bio.* 01.09.2015.

<https://www.fibl.org/fr/boutique/publication/c/de/volailles/p/1289-poulets-bio.html>

---

Gloor A. 2015. *Evolution du marché des œufs et de la volaille 2014: Production indigène, importations, consommation.* Aviforum état avril 2015.

---

Grand Genève 2015. *Les besoins régionaux dans le Grand Genève en matière d'abattoirs, Cahier thématique Grand Genève, Agglomération franco-valdo-genevoise, Cahier n°13-22, mars 2015*

---

Gremaud V. 2015. *Agrihebd. Recherche producteurs de poulets.* 26 Juin 2015

<http://www.agrihebd.ch/volaille>

---

OSAV, 2014. *Rapport sur les ventes d'antibiotiques à usage vétérinaire et le monitoring des résistances aux antibiotiques chez les animaux de rente en Suisse. Résumé.*

<http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/41263.pdf>

---

Réviron S., Bolliger C. 2007. *Préférence et consentement à payer pour les dindes et les poulets suisses en Suisse Rapport final de l'enquête consommateurs réalisée dans 9 magasins 3M de Migros du 5 au 20 janvier 2007 à la demande de l'association de producteurs de dinde Micarna, ETH Zurich.*

---

Réviron S. et al. 2011. *Valorisation des produits des filières agricoles vaudoises.* AGRIDEA, sur mandat du service de l'agriculture du canton de Vaud. 228 p.

---

Schneider H.P. 2015. *Poulet: Importe und Produktion steigen.* Alimentaonline.ch, 19.05.2015.

<http://www.alimentaonline.ch/Dossiers/DossierDetails/tabid/123/Article/149587/Default.aspx>

---

Werren S. 2011. *Opportunités dans l'engraissement de poulets.* Revue UFA, 12. 2011

---

## LE POULET FERMIER COU NU PATTES NOIRES

Le poulet fermier cou nu noir constitue une denrée alimentaire d'exception, dont la qualité s'est vue couronnée par la certification IP Suisse et contrôlée par l'OIC.



Nos sites de production sont limités à la région de la Gruyère et à la Suisse romande, en conformité avec la législation fédérale.

Les poussins sont issus d'une souche "Label" rustique à croissance lente.



Un label qui garantit :

- La finesse de la peau
- Une chair de qualité supérieure
- Une parfaite répartition des graisses

Ferme avicole La Belle Luce SA  
[www.la-belle-luce.ch](http://www.la-belle-luce.ch)  
Emmanuel Haar  
Route de Broc - 1663 Epagny - Tél. 026 921 20 21