

## Formation des prix

# La FRC révèle le dessous des marges dans le maraîchage

**Au terme d'une année d'enquête, la Fédération romande des consommateurs (FRC) lève le voile sur la formation des prix de certains produits maraîchers. Le bilan est consternant: le premier et le dernier maillon de la chaîne – producteurs et clients – sont les grands perdants d'un marché où règnent opacité et loi du silence. Le système a été complexe à décortiquer: le prix payé au producteur ne couvre pas toujours ses coûts et la marge des distributeurs peut peser d'une manière démesurée dans le prix final. La FRC formule trois revendications concernant les denrées: elle demande des marges indexées sur la valeur ajoutée, des légumes de saison à meilleur prix. Et exige un effort conséquent en faveur d'une meilleure transparence des prix.**

Les données ont été récoltées entre l'automne 2021 et 2022 auprès de maraîchers qui écoulent leur production via Coop et Migros (80% du marché des fruits et légumes). Des agriculteurs ont détaillé à la FRC leurs coûts de production ainsi que leurs prix de vente. Lesquels ont été comparés aux prix en rayon afin de comprendre la chaîne de valeur (coûts de production, de conditionnement, de transport et prix final). L'analyse montre une iniquité crasse entre celui qui assume la plus grande partie des risques (de l'achat des graines à la récolte et au conditionnement, tenant compte des hausses des coûts et du travail) et le vendeur. L'exemple du concombre est éloquent. Alors qu'il est vendu 1 fr. 80 en magasin (prix relevé par la FRC), le bénéfice net de l'agriculteur a baissé drastiquement, de 2 ct./pièce en 2022 contre 13 ct. l'an dernier. «Les marges ne peuvent être le résultat de la position dominante de la grande distribution sur le marché, assène Jean Busché, responsable Économie à la FRC. Elles doivent être calculées proportionnellement au travail fourni et aux risques encourus par chaque acteur.»

L'enquête révèle également que la clientèle paie plus cher les légumes de saison. Durant les mois où les importations sont limitées par les barrières tarifaires, les maraîchers bénéficient d'un meilleur pouvoir de négociation. Ils peuvent alors augmenter le prix de leurs produits et corriger ainsi les marges basses qu'ils subissent lorsqu'ils font face à la concurrence internationale. Les consommateurs font, eux, les frais de cet effet de rattrapage. Aussi, la FRC revendique des produits de saison à meilleur prix, non gonflés par les marges des distributeurs.

La FRC demande enfin une meilleure transparence des prix, particulièrement pour les denrées. Les aliments ne sont pas des biens comme les autres. L'association encourage donc la grande distribution à mettre fin à une opacité délibérément entretenue, elle qui affirme très régulièrement être «le meilleur client» des maraîchers suisses. Dans les faits, son pouvoir est disproportionné, les producteurs ne trouvant pas de débouchés alternatifs suffisants pour écouler leur marchandise. «Il nous faut un observatoire des marges pour conserver un tissu agricole indigène pérenne et un marché juste qui permet aux consommateurs et consommatrices de savoir ce qu'ils paient», argumente Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale de la FRC. La notion de prix juste revêt une importance particulière en cette période de forte inflation, où le pouvoir d'achat de la population est fortement impacté.

Informations complémentaires: enquête détaillée [www.frc.ch/marges-legumes](http://www.frc.ch/marges-legumes)

Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, tél. 021 331 00 90

Jean Busché, responsable Économie, tél. 021 331 00 90

## Fédération romande des consommateurs

Association créée et financée par et pour les consommateurs, reconnue d'utilité publique, libre de toute influence  
25 000 membres – 60 experts – 6 antennes cantonales – 220 bénévoles  
Nos missions: défendre, informer les consommateurs et faire entendre leur voix auprès des décideurs politiques et économiques

