

Extrait du rapport final du mandat AGRIDEA « Agriculture genevoise 2030 » - février 2017

Module Filières

Le maintien d'une agriculture prospère dans le canton de Genève dépend aussi de la stratégie de valorisation des produits de chaque filière agricole sur les marchés. Cette section présente un état des lieux par filière qui comprend une carte de filière, une analyse SWOT (forces / faiblesses, menaces / opportunités) et la présentation des enjeux principaux. Ces documents ont été élaborés et validés avec les professionnels lors d'entretiens individuels et durant les deux premiers ateliers.

Filière lait et produits laitiers

La carte ci-après présente la filière lait genevoise. Les rectangles sont à l'échelle en volume des parts de marché.

La filière laitière genevoise présente des caractéristiques très particulières, du fait du petit volume de production de lait dans le canton complété par des volumes de lait vaudois et des volumes produits dans les zones franches, pour être transformés par les LRG. La coopérative a une stratégie de commercialisation sur le marché cantonal mais aussi national. Elle exerce aussi une activité importante de plateforme commerciale pour l'approvisionnement en produits laitiers de différents segments de marché à domicile et hors domicile (figure 1). Le lait produit dans le canton est commercialisé en partie sous la marque régionale GRTA (genève Région Terre Avenir).

Toutefois, du fait de la taille du bassin de consommation du canton de Genève, l'offre est largement inférieure à la demande (figure 2).

Figure 1 – carte détaillée de la filière laitière genevoise

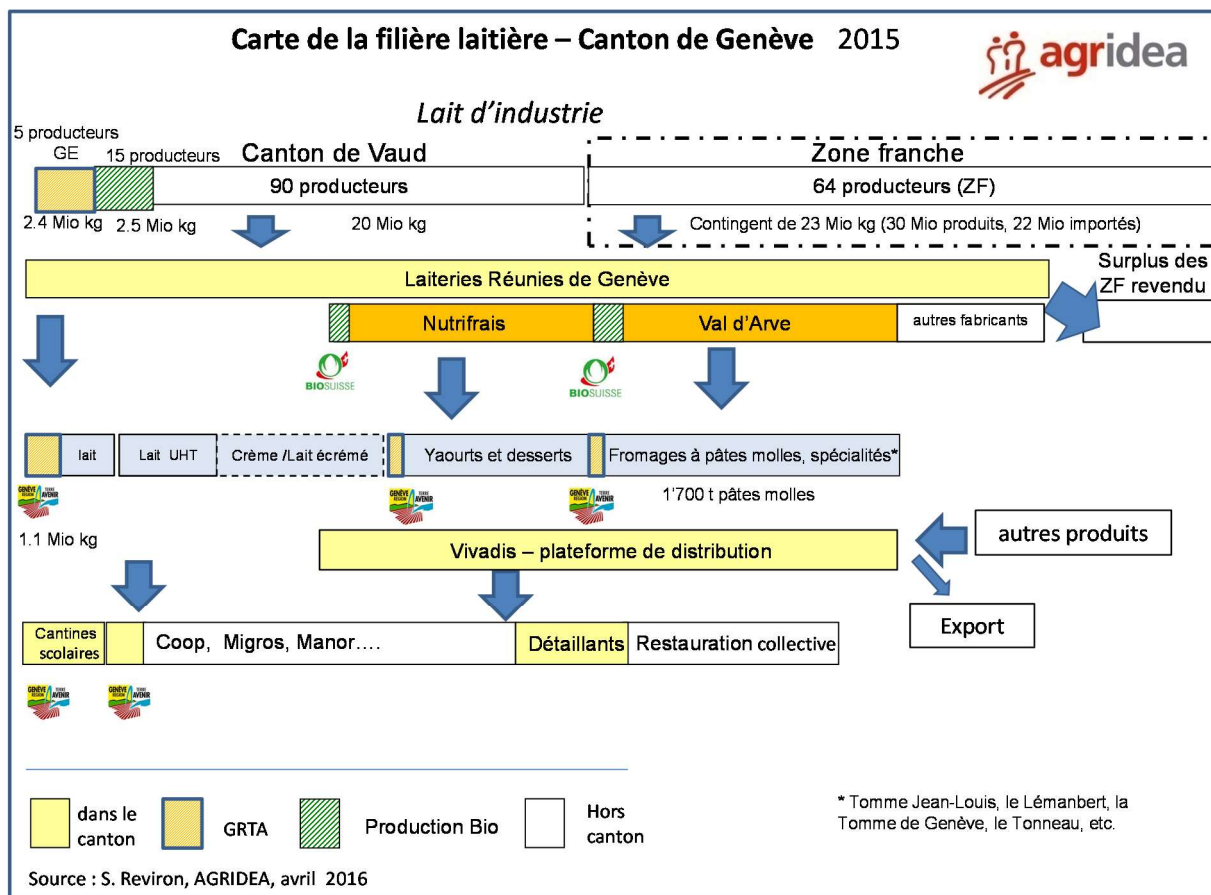
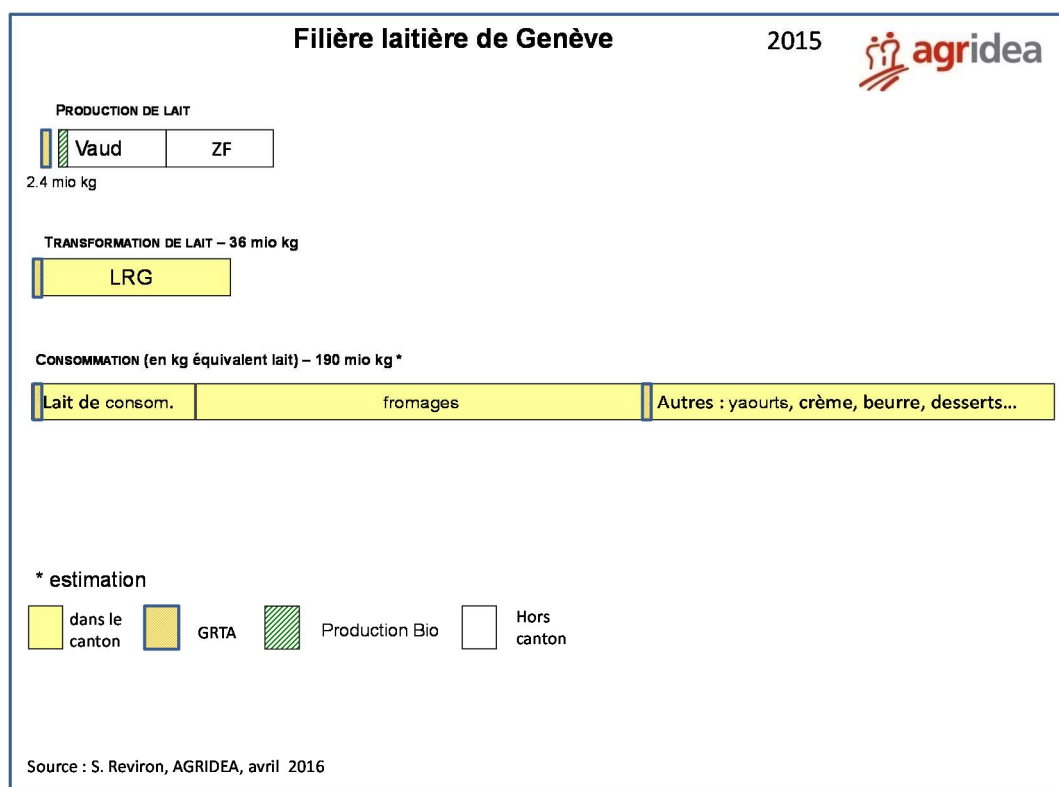


Figure 2 – Comparaison entre production, transformation et distribution de la filière laitière genevoise



Cette carte a été complétée par une analyse SWOT – forces /faiblesses, menaces et opportunités (tableau 1).

Tableau 1 – Analyse SWOT de la filière laitière dans le Grand Genève

Forces de la filière lait (franco-valdo) genevoise
- Diversité des activités, y compris négoce - Produits et marques historiques fortes, y compris sur les fromages à pâte molle. - Logistique pour les livraisons (externalisée) - Accords de la Zone Franche - Marque GRTA
Faiblesses de la filière lait (franco-valdo) genevoise
- Volume de la production de lait dans le canton - Rôle-clé des personnes en charge du pilotage de la filière (personnel de direction et conseils d'administration).
Opportunités pour la filière lait (franco-valdo) genevoise
- La réglementation « swissness » - Augmentation de la population

Menaces pour la filière lait (franco-valdo) genevoise

- L'ouverture de la ligne blanche
- La situation fragile des producteurs de lait dans le canton de Vaud et dans la zone franche (évolution du prix du lait d'industrie, reprises délicates, arrêt du lait sur la côte...).
- Le renforcement des normes, par exemple pour les installations de froid.
- Différence de contribution d'estivage sur France (spécifique pour producteurs de lait genevois).
- L'urbanisme dans le grand Genève : emprise sur les terres agricoles et difficultés de cohabitation (loisirs + exploitation des alpages).
- Augmentation de la forêt sur le Salève et diminution des surfaces agricoles..
- Augmentation de la consommation sans lactose.
- Plus forte sensibilité des consommateurs sur le mode de production du lait (résidus dont antibiotiques...)

Durant l'atelier 1, les enjeux suivants ont été identifiés :

- Le maintien de l'activité laitière dans le canton de Genève, la Côte et la zone franche.
- Les campagnes de consommation anti - produits laitiers qui diminuent la demande au niveau national.

Filière viandes bovine et porcine

La production de viandes genevoise est de très petit volume, en lien avec le nombre de bovins et porcins produits dans le canton. Deux petits abattoirs se sont maintenus, au service des bouchers locaux et de la vente directe. Les producteurs produisent pour le label GRTA mais aussi pour les labels nationaux (IP-SUISSE, Naturabeef et Bio). En aval, l'activité de transformation et traiteur est importante, en particulier pour la viande porcine, et nécessite un approvisionnement en provenance des zones franches et hors du canton.

Les cartes ci-après (figures 3 à 6) mettent en évidence le déséquilibre très marqué entre production et consommation. La grille produits /clients (figure 7) souligne la diversité des stratégies commerciales observées de la vente sur les marchés nationaux jusqu'à la vente directe.

Figure 3 – carte de la filière bovine genevoise

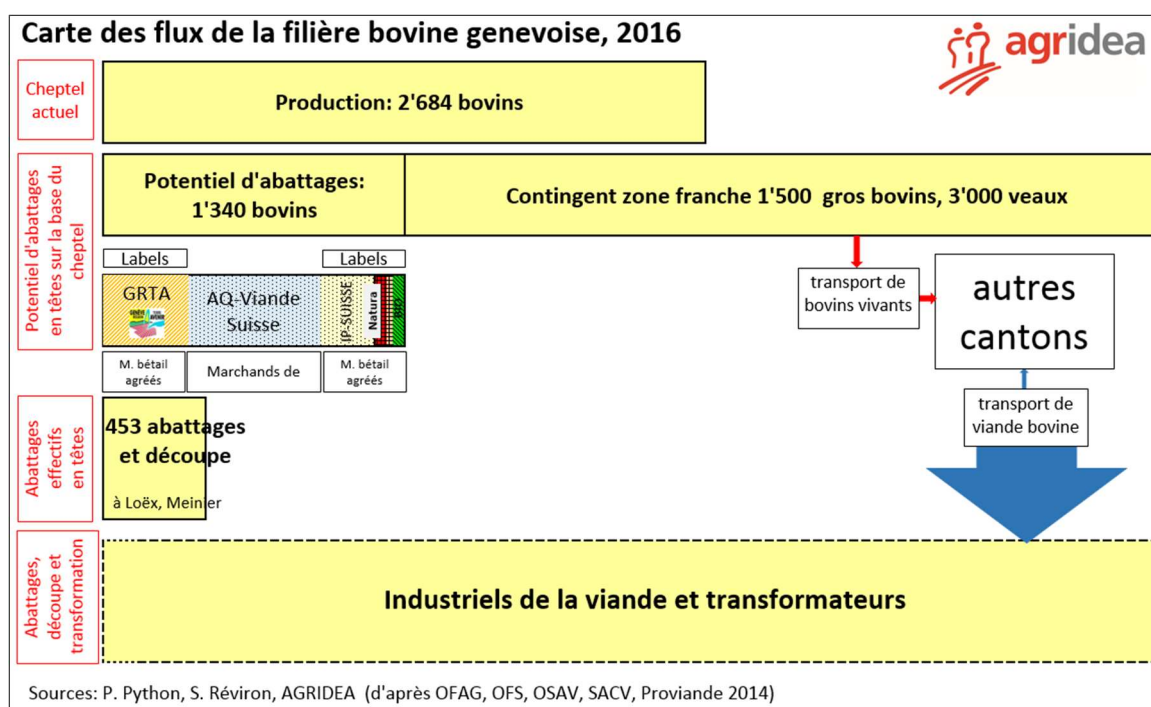


Figure 4 – Comparaison entre production, transformation et consommation de la filière bovine genevoise

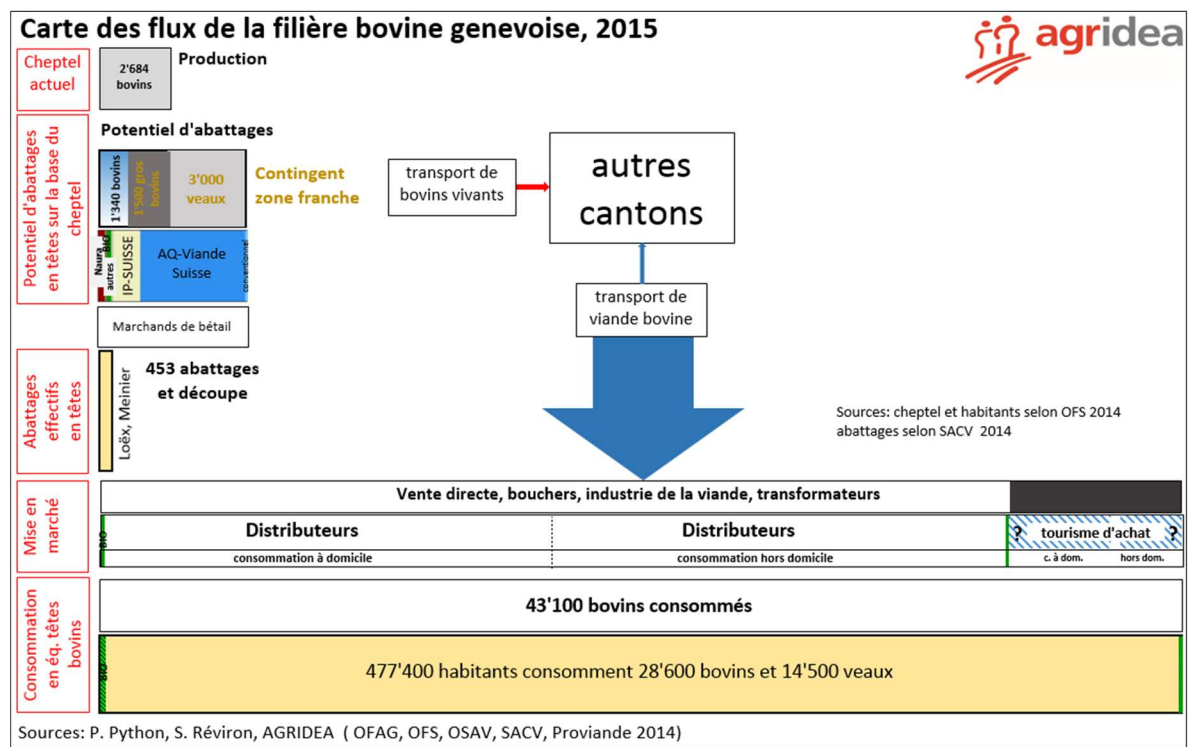


Figure 5 – carte de la filière porcine genevoise

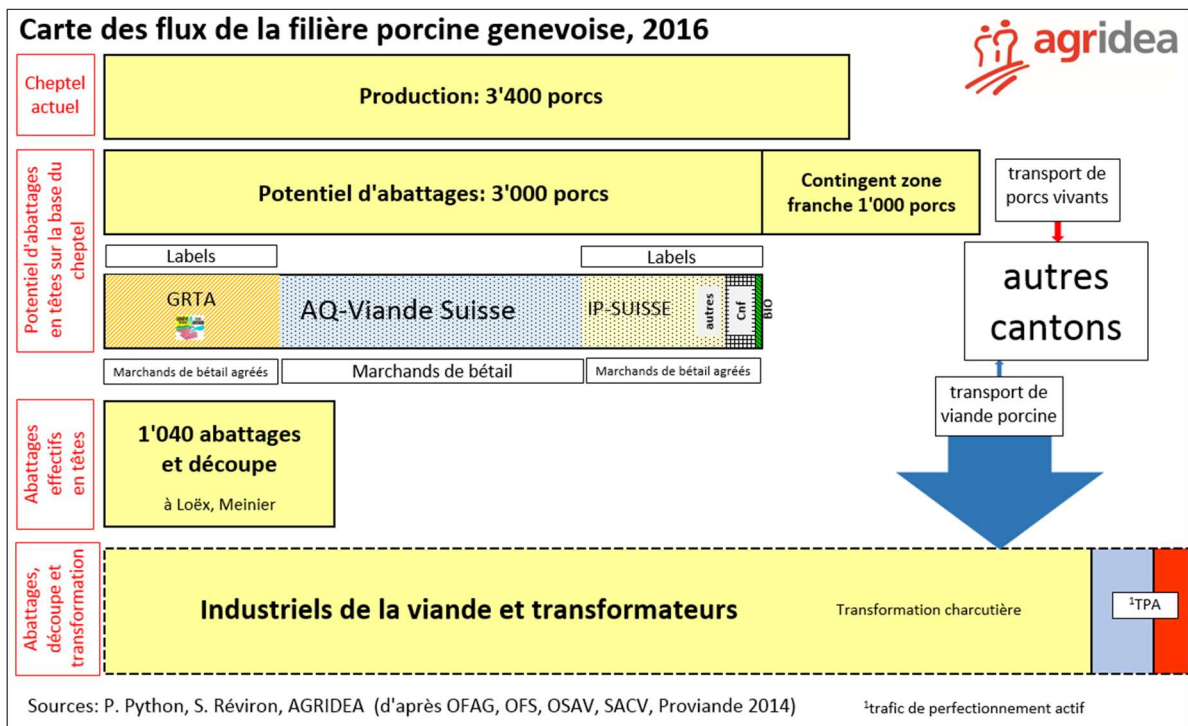


Figure 6 – Comparaison entre production, transformation et distribution de la filière porcine genevoise

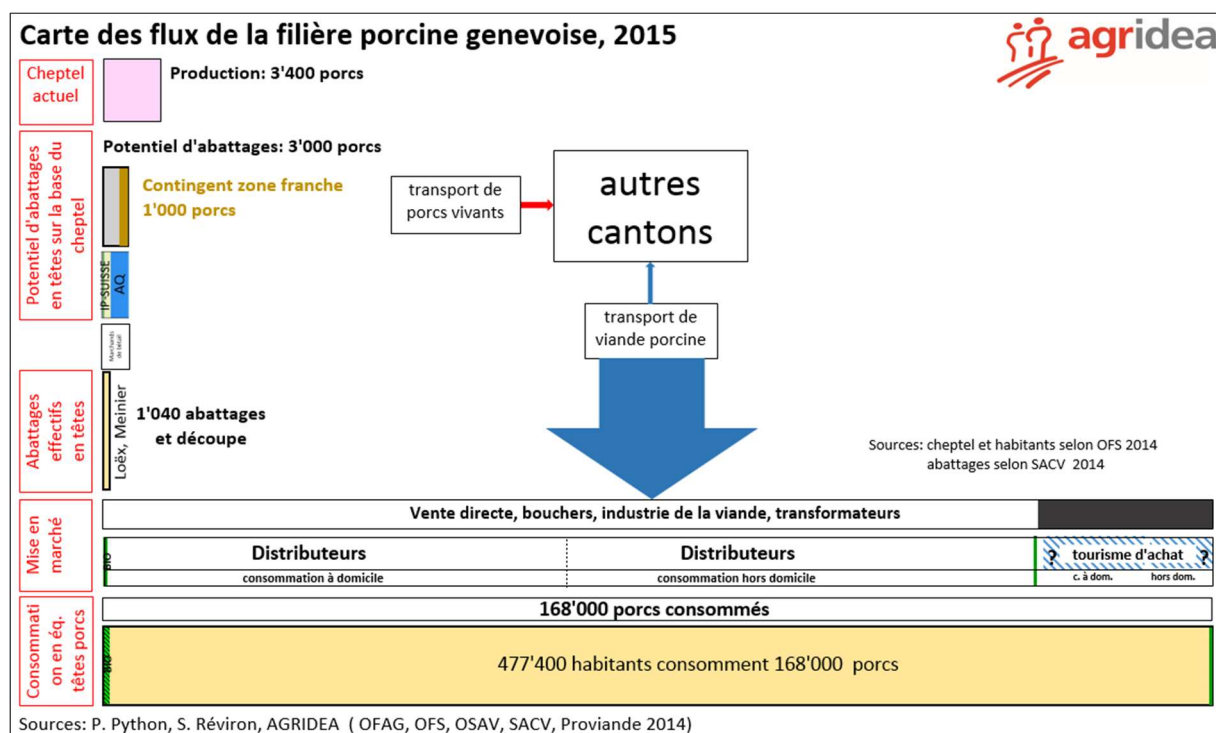


Figure 7 – Grille produits / clients des filières viandes genevoises

circuit de vente	LONG national	LONG national	LONG national	MEDIUM	COURT cantonal	COURT cantonal	COURT	EXTRA-COURT
Segment de marché	grande distrib.	Collectivités	Horeca	Distrib. spécialisée	Grande distrib., ventes locales	Collectivités	Ventes directes	individ. famille élargie et amis
normalisé	Grande distribution ~ 60%		Bouchers en gros ~ 20%					
Labels écologiques et éthiques								
bio						Bouchers artisans ~ 15%		
Gourmet								
artisanal							Producteurs en vente directe ~ 5%	
Hallal								

Cette grille croise le type de segment de marché et de circuit de vente. Plus la couleur du carré est foncée, plus le volume de vente est important. Horeca = hôtels, restaurants et cafés (secteur gastro privé).

Ces figures ont été complétées par une analyse SWOT – forces /faiblesses, menaces et opportunités (tableau 2).

Tableau 2 – Analyse SWOT de la filière viandes bovine et porcine genevoises

Forces de la filière viandes bovine et porcine genevoise
- Des opérateurs engagés à tous les niveaux de la filière - Un outil de transformation à portée nationale. - Les contingents zone franche. - Le maintien d'abattoirs locaux - Diversification de l'offre : types de produits proposés, découpes « sur mesure »
Faiblesses de la filière viandes bovine et porcine genevoise
- Le label GRTA est un label de provenance qui ne garantit pas un niveau de qualité, via un cahier des charges depuis la production jusqu'à la découpe (incl. abattage). - La valorisation de toutes les pièces de la carcasse GRTA (bénéficiant de la prime de 1 Fr. /kg) est difficile pour certains opérateurs. - Les faibles capacités d'abattage dans le canton. - Le coût des intrants et de la main d'œuvre - Pas assez de porcs.
Opportunités pour la filière viandes bovine et porcine genevoise
- Taille du bassin de consommation de Grand Genève - Augmentation de la population - Marché de la vente directe
Menaces pour la filière viandes bovine et porcine genevoise
- Franc fort : tourisme commercial et baisse des prix des produits importés - Déclin de l'élevage porcin - Evolution de l'élevage bovin (protection aux frontières, évolution des contraintes administratives...) - Urbanisation, emprises : contraintes pour la garde d'animaux

Durant l'atelier 1, les enjeux suivants ont été identifiés :

- maintenir la production dans le canton
- communiquer sur la qualité et la produire (production + outils d'abattage/ découpe)
- critères GRTA et qualité de la viande

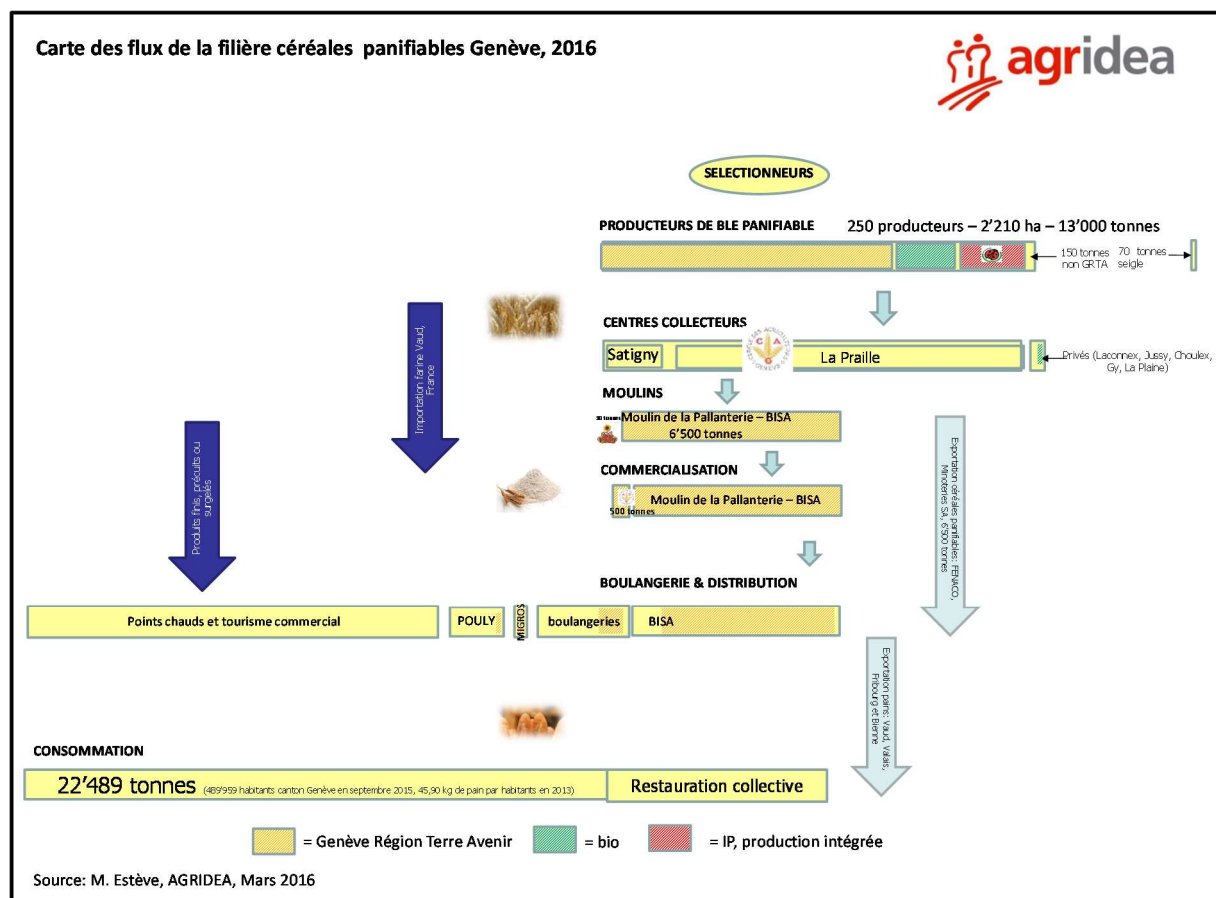
Filière grandes cultures (céréales et oléagineux)

Les filières céréales panifiables et oléagineux sont très différentes dans leur organisation pour la valorisation des produits sur les marchés.

Céréales panifiables

La carte de filière ci-après (figure 8) présente l'organisation de la filière céréales panifiables genevoise. Les informations qui suivent ont été recueillies lors de la préparation du cours AGRIDEA du 23 février 2016 « Appui au développement des filières agricoles régionales : la filière céréales à Genève ».

Figure 8 – carte détaillée de la filière céréales panifiables genevoise



Les acteurs stratégiques de la filière céréales genevoise sont les producteurs (environ 250), les centres collecteurs, le moulin de la Pallanterie détenu par BISA ainsi que le deuxième échelon de transformation avec les entreprises de boulangerie (BISA et Pouly principalement) et les boulangeries artisanales qui commercialisent les produits de boulangerie et pâtisserie transformés dans le canton.

La majorité des 250 producteurs de céréales sont membres du Cercle des Agriculteurs Genevois. Sur sept centres collecteurs, deux appartiennent au CAG, dont le plus grand, celui de la Praille. Le CAG est la plateforme céréalière qui valorise près de 90% des céréales produites dans le canton. Cinq autres centres collecteurs privés fonctionnent. Depuis la mise en place d'un sous projet du Projet de Développement Régional Genevois visant à créer une filière céréales bio à Genève, le centre collecteur de Jussy (Jussy Grains SARL) est dédié aux céréales biologiques.

Le moulin de la Pallanterie s'approvisionne à 100% de farines genevoises, ce qui est une réelle force pour la filière céréales genevoise. Ce moulin est dans une situation monopolistique de fait puisqu'il n'existe pas d'autre moulin dans le canton. Le moulin écrase 6'500 tonnes de blé par an, soit environ la moitié de la production cantonale. L'entreprise Pouly s'est dotée d'un mini moulin afin de produire sa propre farine GRTA mais les quantités restent infimes.

Le moulin de la Pallanterie est exploité aux 60% de sa capacité. Le moulin écrase 4,5 jours par semaine et pourrait écraser 7 jours sur 7. La stratégie d'approvisionnement du moulin en céréales genevoises est bien ancrée. 100% du blé moulu provient de Genève et 3 % de la farine est bio. Le potentiel de développement du marché du moulin se situe principalement au niveau de l'industrie. 30 tonnes de farine sont aussi produites par l'affaire Tournerève au moulin de Verpillères et vendues en vente directe.

80% de la farine produite au Moulin de la Pallanterie sont transformés par l'entreprise BISA. Les 20% restants sont vendus à des grossistes qui approvisionnent les grands distributeurs et la restauration collective pour leur propre production de pain, souvent sous le label GRTA.

Au niveau du deuxième échelon de transformation, Genève est un point d'ancrage important pour la filière boulangère romande avec l'implantation de BISA et Pouly. 100% de la production BISA est réalisée à partir de farines genevoises tandis que Pouly « importe » ses farines hors canton de Genève. Le groupe BISA distribue ses produits dans ses propres boulangeries (35 au total, dont 7 hors canton) qui possèdent leur propre four et qui représentent environ 35% du chiffre d'affaires de BISA.

Le 65% du chiffre d'affaire restant de BISA est réalisé auprès des « gros consommateurs » : grandes et moyennes surfaces et utilisateurs HORECA (dont une part importante en restauration collective publique et privée, y inclus NOVAE, ELDORA et COMPASS). Le 60% de ces gros consommateurs se situe dans le canton de Genève. Les 40% restant sont hors canton, en majorité dans le canton de Vaud (le reste – environ 5% - se situant dans le Chablais valaisan, Neuchâtel et Bienne).

Cette carte a été complétée par une analyse SWOT – forces /faiblesses, menaces et opportunités (tableau 3).

Tableau 3 – Analyse SWOT de la filière céréales panifiables genevoise

Forces de la filière céréales panifiables genevoise (coopérative de producteurs)	Forces de la filière céréales panifiables genevoise (transformateurs)
- Augmentation par paliers des surfaces en bio - Prime GRTA de 6 CHF pour 100 kilo (au détriment d'IP Suisse): motivation des producteurs sur un prix de base à 52.- CHF par kilo - Le seul moulin du canton produit exclusivement de la farine GRTA	- Intégration de la filière céréale dans GRTA : suivi de la qualité - Proximité
Faiblesses de la filière céréales panifiables genevoise (coopérative de producteurs)	Faiblesses de la filière céréales panifiables genevoise (transformateurs)
- Exigence des normes, particulièrement en matière d'incendie : renchérissement de plusieurs dizaines de milliers de francs lors de la construction d'infrastructures.	- Dépendance à la production genevoise - Détérioration de la qualité des céréales genevoises (influence du climat) - Manque de concertation sur les souhaits des boulangers : quelle protéine ? Quelles variétés adaptées au marché et à Genève ?
Opportunités pour la filière céréales panifiables genevoise (coopérative de producteurs)	Opportunités pour la filière céréales panifiables genevoise (transformateurs)
- Deuxième moulin à céréales panifiables plutôt qu'un moulin hors Genève. - Stratégie des petits boulangers qui veulent se distinguer des chaînes et points chauds. - Objectif : garder la production sur place et payer la prime aux producteurs. Livrer du blé genevois à Genève pour que l'on mange du pain genevois à Genève. - Aliments GRTA pour le bétail et les volailles GRTA - Accroissement de la population genevoise : accroissement du nombre de consommateurs - Développement du sarrasin - Développement du quinoa	- Accroissement de l'activité du moulin de la Pallanterie (potentiel de +35%) - Potentiel de développement auprès de MIGROS et MANOR pour les pains avec farine GRTA - Pouvoir continuer à participer à la filière céréale, produire de la farine GRTA.
Menaces pour la filière céréales panifiables genevoise (coopérative)	Menaces pour la filière céréales panifiables genevoise (transformateurs)
- Transfert de cultures en zones de jachère. Blé : 800 CHF/ ha ; jachère : 1'300 CHF / ha. - Tourisme d'achat vers la France.	- Pénétration des produits finis et semi finis - Importation de produits crus et prêts à cuire en provenance de France /EU - Contraintes GRTA pour la boulangerie. - Manque de visibilité et transparence de l'origine des céréales et mode de fabrication du pain.

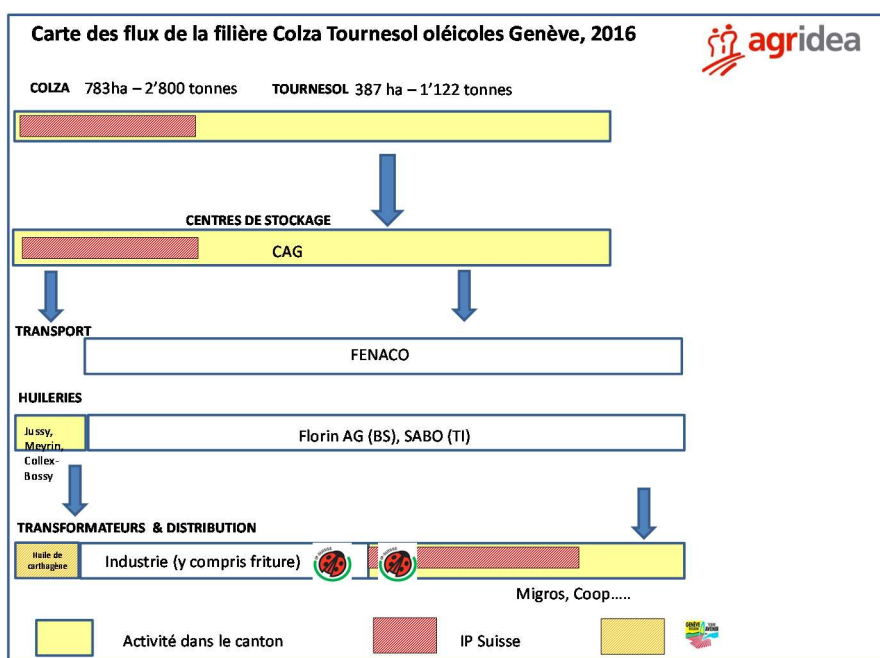
Durant l'atelier 1, les enjeux suivants ont été identifiés :

- Développer la communication dans la filière entre producteurs, moulins et boulangers
- Développer de nouvelles filières pour d'autres types de céréales (cellules de stockage, équipements de décor-ticage)
- information des consommateurs sur la provenance des céréales et du mode de fabrication en boulangerie.

Oléagineux

Les acteurs stratégiques de la filière céréales genevoise sont les producteurs, le centre collecteur, puis FENACO et les deux moulins industriels suisses Florin et SABO (carte ci-après figure 9). Les quantités transformées sur Genève sont minimales. La question du potentiel de croissance pour le marché des huiles genevoises se pose.

Figure 9 – carte de la filière des oléagineux genevoise



1.1.1 Filière maraîchère

La carte de filière (figure 11) présente l'organisation de la filière.

L'apport de la production des zones franches est bienvenu pour compléter la production des 30 producteurs de Genève, le tout étant mis en marché principalement par l'UMG et l'entreprise Jacquenoud. La production se caractérise par des produits phare, les tomates mais aussi les courges et le cardon de Genève AOP, ainsi qu'une grande palette de produits variés. L'offre ne parvient toutefois pas à couvrir les besoins de la population de Genève (figure 11), mais celle-ci est couverte en saison, à part pour des produits spécifiques non produits à Genève.

La filière maraîchère genevoise se caractérise par une stratégie mixte, d'une part de vente en grande distribution sur le marché national, d'autre part de vente dans le canton sur tous les segments de marché à domicile et hors domicile sous marque GRTA (figure 12).

La vente directe se développe sur des structures de production plus petites ainsi que l'agriculture contractuelle.

Figure 10 – carte de la filière des légumes genevoise

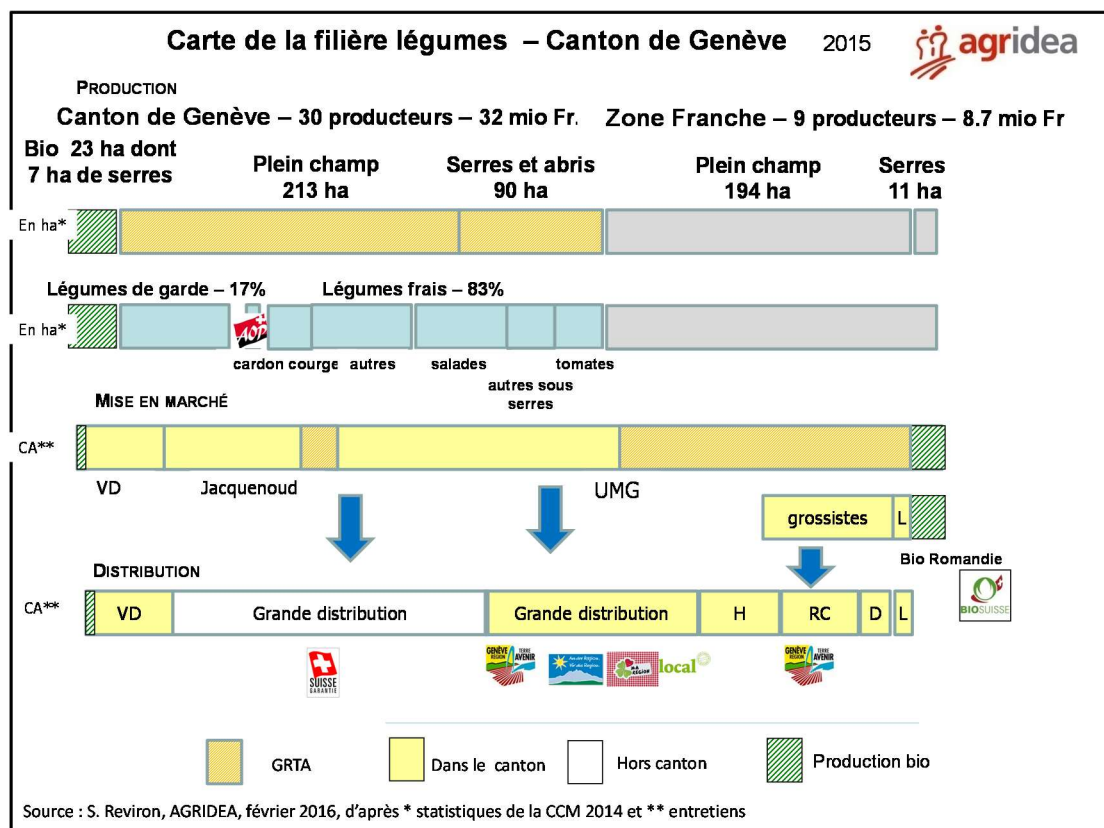


Figure 11 – Comparaison entre production, expédition et consommation de la filière légumes genevoise

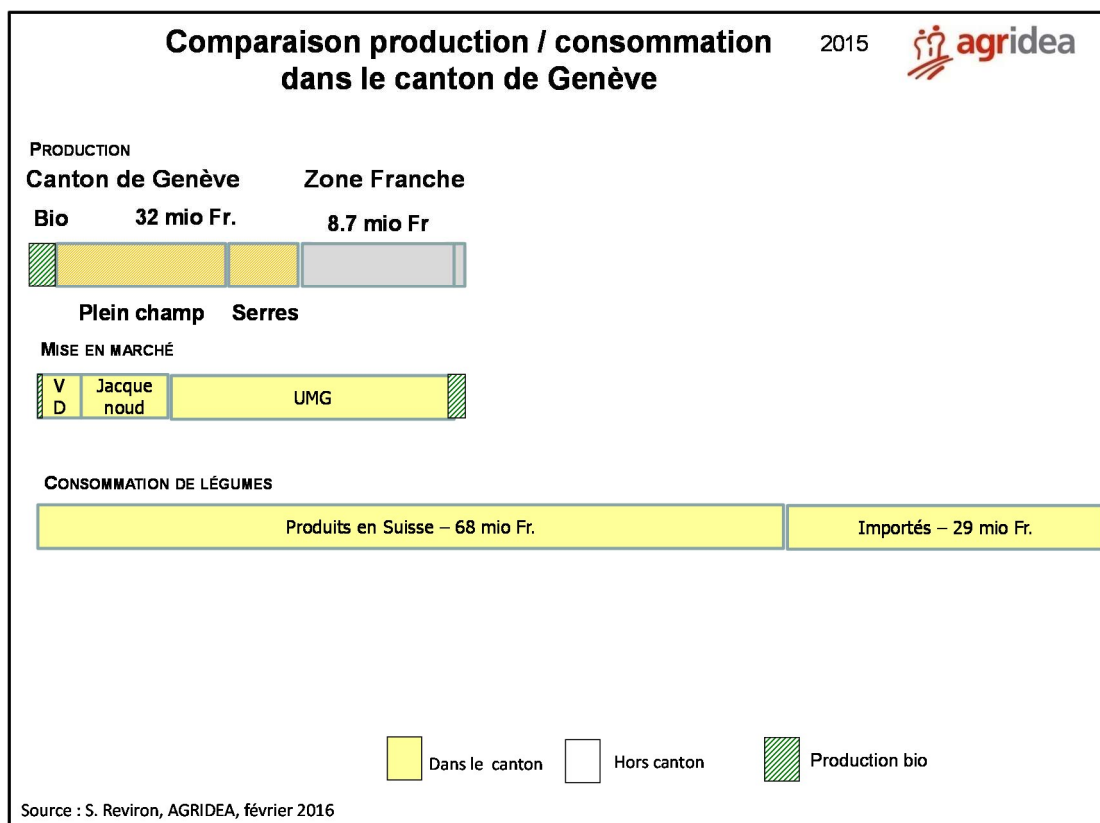


Figure 12 – Grille produits / clients des filières viandes genevoises

circuit de vente Segment de marché	LONG national <i>grande distrib.</i>	LONG national <i>Collecti vités</i>	LONG national <i>Horeca</i>	MEDIUM <i>Distrib. spécia- lisée</i>	COURT cantonal <i>Grande distrib., ventes locales</i>	COURT cantonal <i>Collecti vités</i>	COURT <i>Ventes directes</i>	EXTRA- COURT <i>individ. famille élargie et amis</i>
normalisé								
Labels écologiques et éthiques								
bio								
artisanal								

Cette grille croise le type de segment de marché et de circuit de vente. Plus la couleur du carré est foncée, plus le volume de vente est important. Horeca = hôtels , restaurants et cafés (secteur gastro privé).

Ces figures ont été complétées par une analyse SWOT – forces /faiblesses, menaces et opportunités (tableau 4).

Tableau 4 – Analyse SWOT de la filière légumes genevoise

Forces de la filière légumes genevoise
- Coopérative forte (31 producteurs) - Des produits phare (dont les tomates). - Qualité des produits, qui limite le tourisme d'achat. - Rénovation récente des installations et mise aux normes (Projet PDR) - Une longue histoire politique de défense de l'agriculture genevoise - Des soutiens financiers. - Une marque régionale forte - Une cohabitation intelligente entre différents systèmes de mise en marché sur Genève : grands expéditeurs, grossistes, vente directe, ACP, agriculture urbaine... - Réactivité de la filière

Faiblesses de la filière légumes genevoise
- Structures de production plus petites : « fragmentation » des producteurs. - Moins de producteurs, des exploitations mixtes avec structures vieillissantes. - Concurrence des plateformes de producteurs suisses pour les ventes en grande distribution (Stoll, Boesiger, Frères Meyer, Botch...). - Un cadre législatif local lent et cher. - Parfois une approche politique naïve de l'agriculture et de l'alimentation : besoins en volume et en régularité de l'approvisionnement sous-estimés. - Accès à l'eau. - Réalité de la production, comparée à l'image. - Energie -> localisation-> ZAS ?

Opportunités pour la filière légumes genevoise

- Taille du bassin de consommation de Grand Genève
- Augmentation de la population
- Courants de consommation en faveur des légumes
- Pouvoir d'achat à Genève

Menaces pour la filière légumes genevoise

- Franc fort : tourisme commercial et baisse des prix des produits importés
- Pertes de surfaces agricoles
- Perte de marchés sur la Suisse alémanique (effet des stratégies de produits à labels régionaux qui vont au-delà du raisonnable)
- Evolution de l'assortiment des grands distributeurs avec plus de produits d'appel.
- Réduction dans la recherche
- Accords bilatéraux / OMC relatifs à la protection aux frontières (régime des 3 phases)
- Image de l'agriculture

Durant l'atelier 1, les enjeux suivants ont été identifiés :

- Energie : sources, image...
- Eau : accès, prix...
- Augmentation de la production d'ici 10 ans (nouvelles serres)
- Information des consommateurs sur l'agriculture genevoise.

Filière vigne et vin

La carte de filière (figure 10) présente l'organisation de la filière viti-vinicole genevoise. Les rectangles sont à l'échelle des parts de marché en volume.

Le raisin produit par 220 viticulteurs (59% en rouge et 42% en blanc) est mis en cave dans trois canaux : les vignerons-encaveurs indépendants (à droite), par la coopérative et par des négociants hors canton. Des volumes sont revendus après la récolte en moûts ou en vrac par les caves privées à la coopérative et aux négociants hors canton. Une partie de ces vins, bien que répondant aux critères de l'AOC, n'est pas vendue sous l'appellation Genève.

Les ventes des caves privées et de la cave de Genève s'effectuent pour l'essentiel vers les consommateurs genevois, en vente directe à la cave mais aussi en grande distribution et dans les restaurants, avec une présence marquée dans les linéaires de toutes les enseignes et sur les cartes. Par contre, hors du canton de Genève, l'offre de vins genevois est confidentielle.

Figure 13 – carte de la filière viti-vini genevoise

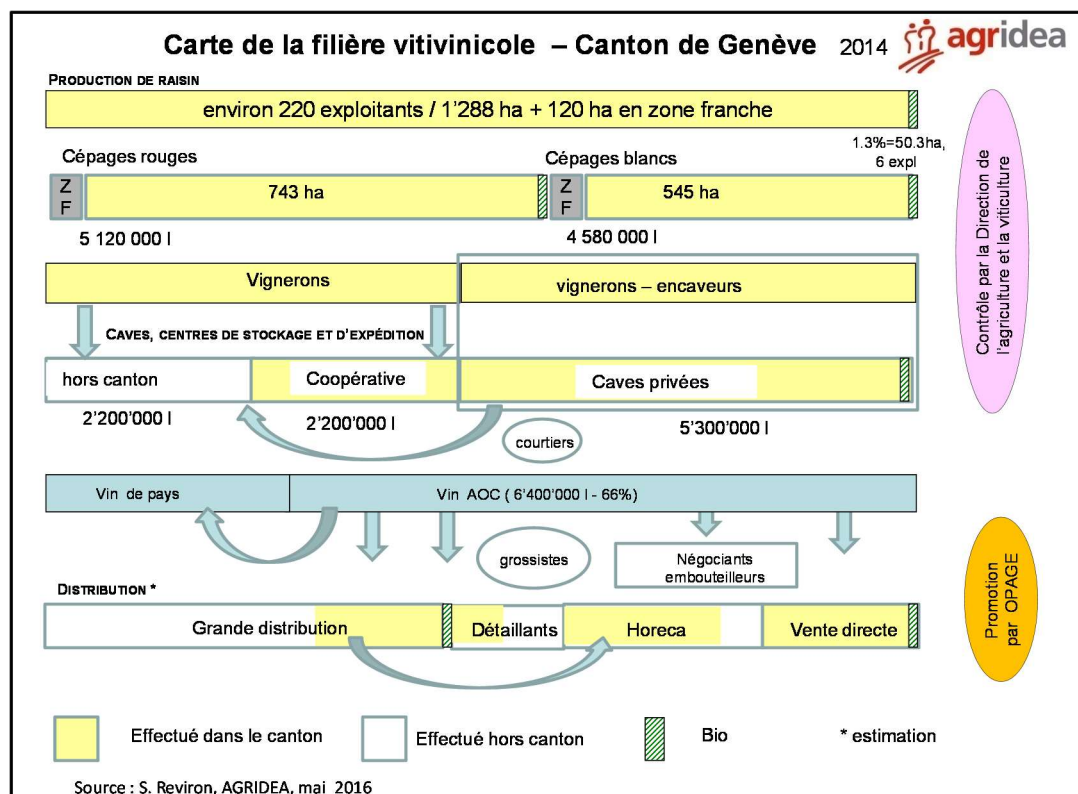


Figure 14 – Comparaison entre production, expédition et consommation de la filière viti-vini genevoise

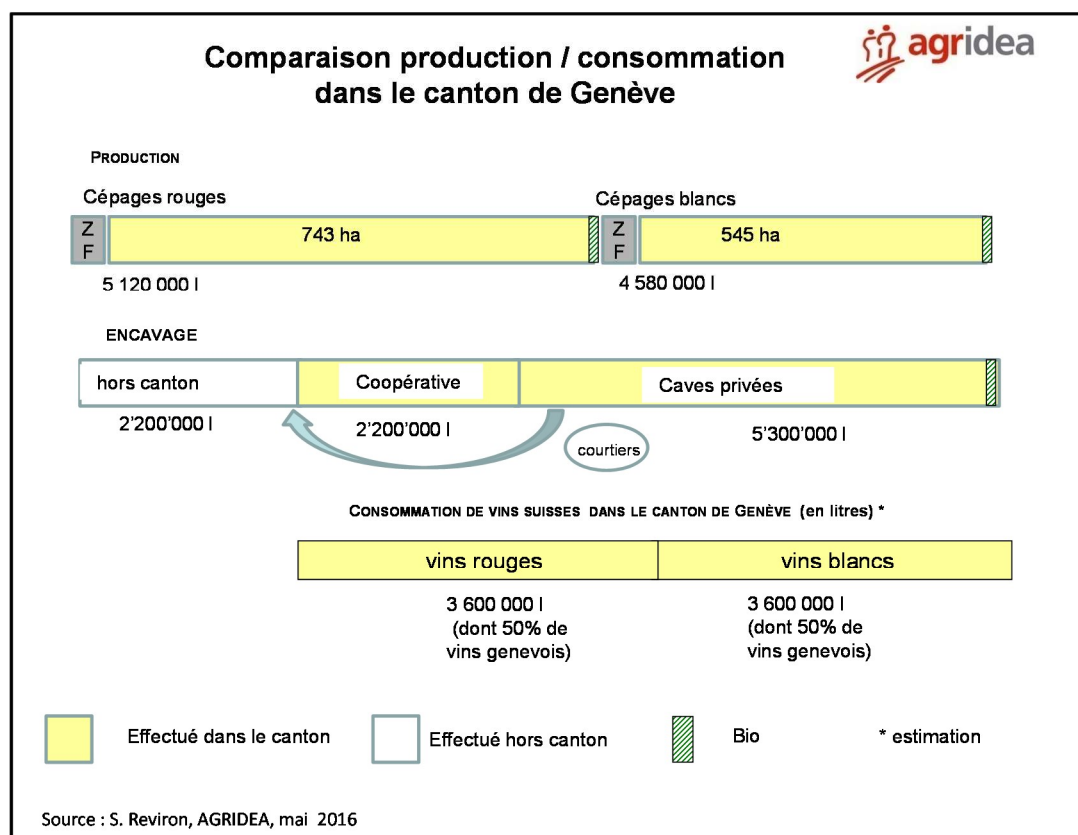


Tableau 5 – Analyse SWOT de la filière viti –vini genevoise

Forces de la filière viti-vinicole genevoise
- Personnalisation : un visage derrière chaque bouteille. - Capacité à maintenir le lien entre producteurs et consommateurs. - Identité de la viticulture genevoise – paysages (1 bouteille = 1m² de verdure) et produits : interpénétration ville-campagne - Proximité, animations : ballades viticoles, rallye gourmand... - Office de promotion disposant de moyens importants - Dynamisme, capacité de réaction des vignerons et des caves - Action collective (Esprit de Genève, stands communs sur salons...), soutenue par l'OPAGE. - Domaines grands et modernes. - Reprise des domaines par les jeunes - Agriculture citoyenne : communauté autour de l'agriculture. - Bonne implication des restaurants. - Diversité des cépages, qui permet d'occuper l'espace en grande distribution.
Faiblesses de la filière viti-vinicole genevoise
- Manque de notoriété hors du canton. - Communication individuelle des encaveurs. - Petits volumes - Diversité des cépages, qui rend la communication plus difficile. - Important turnover des consommateurs - Excentrée sur la carte de la Suisse. - Négociants trop discrets sur l'origine des vins genevois. - Dissensions au sein de la profession, manque de cohésion - Interprofession peu reconnue. - Coût de la main d'œuvre à Genève.
Opportunités pour la filière viti-vinicole genevoise
- Ville de Genève proche avec un grand bassin de population - Les consommateurs se réapproprient la production locale. - Manifestations internationales, destination touristique importante - 86% des genevois souhaitent consommer plus de produits locaux (DemoSCOPE 2015) - Révision et mise en place des AOP/IGP pour les vins à l'horizon 2022 - Swissness : vins comme ingrédients (par ex. dans la fondue).
Menaces pour la filière viti-vinicole genevoise
- Tourisme d'achat, proximité avec la France (Genève partage 150km de frontières avec la France et 5 avec la Suisse). - Position commerciale forte des vins vaudois et valaisans sur le marché suisse. - Multiplicité des origines, notamment des vins du nouveau monde. - Dégâts d'image, manque de cohérence: ➤ Remise en question de l'utilisation des pesticides en viticulture, préoccupation des consommateurs ➤ Pratiques œnologiques trop libérales pour les AOP/IGP, banalisation du vin "fabriqué", perte de valeur ajoutée. ➤ Ne pas saisir les opportunités pour se démarquer des vins importés

Durant l'atelier 1, les enjeux suivants ont été identifiés :

- Volume déclassé vendu hors canton
- Fragmentation de l'offre et de la communication (nombre de cépages, nombre de caves)
- Dissensions dans la profession.