



NEWSLETTER décembre 2021

Écoblanchiment chez les producteurs agricoles

Chère lectrice, cher lecteur,

Les consommatrices et consommateurs sont de plus en plus sensibilisés aux effets de la production et de la consommation sur l'environnement. Ceux qui, à l'instar des secteurs suisses du lait et de la viande, veulent produire davantage que ce qui peut l'être dans le respect de l'environnement sont aujourd'hui confrontés à un problème. La « solution » réside dans des campagnes publicitaires consistant à faire croire que les produits sont plus verts qu'en réalité – il s'agit de l'écoblanchiment ou dudit « greenwashing ». Un recours a été déposé par Pro Natura auprès de la Commission suisse pour la loyauté contre la campagne publicitaire des Producteurs Suisses de Lait avec leurs déclarations insoutenables telles que « Lovely favorise la biodiversité ». La campagne de l'interprofession suisse de la filière viande, Proviande, est tout aussi effrontée que celle de Swissmilk. Vision Agriculture critique la diffusion d'une image trompeuse dans la publicité au cinéma et à la télévision ainsi que trois autres affirmations figurant sur le site internet de Proviande.

Nous vous souhaitons une lecture passionnante.

Felix Schläpfer et Ralph Hablützel

Vision Landwirtschaft

Ottikerstrasse 59 T +41 (0)43 540 83 35

CH-8006 Zürich M+41 (0)78 405 77 59

sekretariat@visionlandwirtschaft.ch

www.visionlandwirtschaft.ch

(VA) Les organisations des producteurs agricoles ont définitivement pris conscience de la sensibilisation croissante des consommatrices et consommateurs. Le marketing vert saute aux yeux, en particulier pour les produits d'origine animale dont les effets sur l'environnement sont problématiques. Lorsque l'image verte ne correspond pas au contenu, on parle d'écoblanchiment, et les exemples ne manquent pas. Un principe publicitaire particulièrement éhonté : vanter des aliments en les qualifiant de « durables » et de « respectueux de l'environnement » sur la base d'un exemple non représentatif et viser délibérément à ce que tous les aliments de la palette soient perçus comme durables et respectueux de l'environnement. Le fait que la majorité des produits proposés sont issus d'une production conventionnelle, polluante et nocive pour l'environnement est dissimulé.

Droit de la concurrence déloyale et Commission pour la loyauté

Du point de vue juridique, tout n'est cependant pas permis. La loi fédérale contre la concurrence déloyale (**LCD**) vise à garantir une concurrence loyale et qui ne soit pas faussée. L'article fondamental de cette loi (art. 2 LCD) prévoit que les deux conditions suivantes soient remplies pour l'application du droit de la concurrence déloyale : le comportement ou la pratique commerciale (1) est trompeur ou contrevient aux règles de la bonne foi et (2) il influe sur les rapports entre concurrents ou entre fournisseurs et clients. L'article suivant cite des exemples, dont (art. 3 b) : « Agit de façon déloyale celui qui, notamment [...] donne des indications inexactes ou fallacieuses sur [...] ses marchandises [...]. » En Suisse, les décisions de justice relatives au droit de la concurrence déloyale sont rares jusqu'ici. Comme dans de nombreux domaines, on opte pour l'autorégulation.

La Commission suisse pour la loyauté (CSL) porte elle-même un nom pouvant prêter à confusion. Il ne s'agit en fait pas d'un organisme public, mais d'une organisation d'autorégulation du secteur de la publicité et des relations publiques. Elle émet des recommandations que les annonceurs peuvent suivre s'ils souhaitent éviter des risques juridiques, des plaintes ou des procédures pénales devant les autorités. Les recommandations ne sont pas contraignantes, mais elles ont un certain effet sur la réputation. Tout un chacun peut déposer une plainte auprès de la CSL contre une communication commerciale déloyale. Les exemples des années passées illustrent la manière dont la Commission décide et argumente (voir encadré).

« Lovely favorise la biodiversité »

Une **plainte** de Pro Natura est en cours auprès de la CSL. La nouvelle campagne Lovely des Producteurs Suisses de Lait avec des messages tels que « Lovely favorise la biodiversité » a été mal perçue par Pro Natura. La publicité est mensongère, car il est prouvé que la production laitière à son niveau actuel entraîne une surfertilisation des milieux proches de l'état naturel sur de grandes surfaces. Comme le cheptel laitier suisse a besoin aujourd'hui déjà de plus de fourrage que celui produit par les prairies et pâturages, la production accrue de lait prônée par la publicité ne peut entraîner que le contraire de ce qu'elle promet : à savoir une production accrue de fourrage concentré (céréales fourragères) dans les champs indigènes, des importations

supplémentaires de fourrage concentré et donc davantage de lisier et d'ammoniac et ainsi moins de biodiversité.

L'organisation suisse des producteurs de lait (Swissmilk) a maintenant l'occasion d'exposer son point de vue. La balle sera ensuite dans le camp de la CSL, dont la décision est attendue en février 2022. On s'accorde ainsi beaucoup de temps, plus que ce durent de nombreuses campagnes publicitaires.

Promotion de la viande de Proviande

Proviande n'est pas en reste en matière d'écoblanchiment. Avec un **film publicitaire** notamment diffusé avant les films au cinéma et à la télévision, Proviande promeut la viande suisse sous le titre « Notre différence est là - notre propre fourrage ».

On nous présente une exploitation d'élevage et d'engraissement de bovins exclusivement nourris de fourrage produit sur ses terres. (*Le paysan*) « Nous élevons des bœufs et des taureaux d'engraissement. Ils ne reçoivent que de la nourriture qui pousse sur notre ferme. [...] Si nous avions plus de surface, peut-être aurions-nous plus d'animaux. Mais l'herbe ne pousse pas plus dans cette région sèche. Et, puisque nous n'avons pas plus d'herbe, nous n'avons pas plus de bétail. » (La paysanne) « C'est notre philosophie. » (*Cut, texte affiché*) : « La différence est là – Viande Suisse ». (*Fin*)

On nous suggère que cette philosophie d'alimentation est typique pour la viande suisse – qu'elle correspond à la norme et que la viande suisse est toujours produite de manière durable et respectueuse de l'environnement. Vision Agriculture s'est informée des chiffres précis auprès de la station fédérale de recherches Agroscope. Les données de l'Agroscope le montrent : dans l'élevage allaitant, chez les veaux à l'engrais et dans l'engraissement bovin – sur la base de l'échantillon de l'Agroscope – **le fourrage est acheté dans plus de neuf cas sur dix.**

Une imposture – habile et consciente

L'astuce est connue : on choisit et on met en avant un cas (exemplaire) précis et on se sert de l'effet psychologique consistant à ce que nous en transposions inconsciemment les caractéristiques à d'autres cas (non exemplaires). Dans la psychologie sociale, on parle de l'effet de halo. La ferme présentée « rayonne » sur les autres exploitations bovines. Chez les consommatrices et consommateurs, incapable de catégoriser le cas d'espèce, l'impression créée n'a pas grand-chose à voir avec la réalité. Les professionnels du marketing le savent bien : il est essentiel que les informations qui permettraient une catégorisation du cas d'espèce exemplaire soient sciemment évitées dans la publicité.

À ce stade, il convient également de rappeler que la Confédération subventionne la publicité de Proviande, ce que beaucoup ignorent.

« Les bœufs suisses sont nourris à 91,5 % de fourrage indigène »

En plus du film publicitaire, quelques déclarations figurant sur le site de Proviande sont contestables, celles-ci étant fallacieuses ou ne correspondant pas à la réalité (cf. détails et preuves dans le courrier à la **CSL**) :

- L'affirmation selon laquelle les bovins consomment 91,5 % de fourrage indigène en Suisse se réfère à la masse sèche et non à la teneur en énergie ni même à la teneur en nutriments particulièrement précieux (protéines). Pour simplifier, on peut dire que l'herbe et le foin sont compensés par des aliments à base de soja, très concentrés en énergie et en protéines.

Fourrage – Proviande

- « La Suisse peut être fière de son degré élevé d'auto-provisionnement en viande : avec 83,8 % pour le bœuf, 92,7 % pour le porc et 67,2 % pour la volaille, la production des trois types de viande les plus appréciés présente de très bons taux. La part indigène du total de la production de viande se monte à 81 %. » Dans le cadre de la sécurité de l'approvisionnement (dans lequel se situe la phrase), ces chiffres sont pour le moins trompeurs. Ils se réfèrent en effet audit taux d'auto-provisionnement brut, qui qualifie d'auto-provisionnement la production au moyen de fourrages importés. Selon une **étude** (en allemand) de la ZHAW, à peine la moitié des 500 000 tonnes de « viande suisse » sont produites avec du fourrage suisse.

- « L'agriculture en Suisse a une longue tradition, elle est aussi soutenue par des subventions étatiques. D'un point de vue purement économique, elle n'est en effet pas rentable : la production est trop coûteuse par rapport à l'étranger. » Cette déclaration est probablement destinée à accroître la disposition à payer plus pour la viande suisse (et à augmenter les subventions pour la viande suisse). La deuxième phrase de la citation est tout simplement fausse.

Souhaitant connaître l'avis de la Commission suisse pour la loyauté sur ces cas, Vision Agriculture a adressé une lettre de réclamation à la CSL.

>> Lien vers la lettre de réclamation

(en allemand)

Autres signalements d'écoblanchiment

La présente newsletter a été rédigée à la suite d'une remarque d'un membre et abonné à la newsletter, qui a vu le film promotionnel de Proviande au cinéma. Vision Agriculture souhaite s'atteler à ce thème important en 2022 également. Nous accueillons volontiers d'autres signalements de messages publicitaires fallacieux – émanant d'organisations de secteurs comme Proviande ou aussi de commerces de détail ou d'entreprises de restauration par exemple.

Appréciations de la Commission suisse pour la loyauté (CSL) dans le domaine de l'agriculture

Selon Vision Agriculture, les appréciations suivantes émises par la CSL au cours de ces dernières années font preuve d'une certaine retenue, mais elles sont compréhensibles. (Toutes les contestations et appréciations sont en allemand).

Aviculture (juin 2018)

<https://www.faire-werbung.ch/wp-content/uploads/2018/09/LK3200618.pdf>

«Logenplätze für unser Geflügel»

(nicht beanstandet)

«Erhöhte Schlafplätze»

(nicht beanstandet)

Auszug aus Begründung SLK:

«Der Durchschnittsadressat vermag grundsätzlich zu erkennen, dass die Abbildungen und Darstellung nicht 1:1 den tatsächlichen Gegebenheiten entsprechen. Daher ist vorliegend weder der Gesamteindruck des vorliegenden Werbemittels noch die Bewerbung der erhöhten Schlafplätze zu beanstanden, da diese nicht in tatsächlichem Widerspruch zu den gesetzlichen Grundlagen stehen.»

«Ausserdem hat das Geflügel in BTS-Ställen tagsüber stets Zugang zu einem Wintergarten»

(als irreführend beurteilt)

Auszug aus Begründung SLK:

«Wie die Beschwerdegegnerin selber ausführt, ist dieser Zugang zu einem Aussenklimabereich für Mastpoulets in den ersten 21 Lebenstagen freiwillig, da es sogar im Sinne des Tierwohles sei, wenn die Tiere in dieser Zeit keinen solchen Zugang haben. Darüber hinaus ist nicht bestritten, dass die Tiere üblicherweise im Alter von 22-37 Tagen geschlachtet werden.»

Économie laitière (juin 2018)

<https://www.faire-werbung.ch/wp-content/uploads/2018/09/LK3200618.pdf>

«90 % der Schweizer Bauernbetriebe bewirtschaften ihre Fläche nach dem ÖLN, dem Leistungsnachweis für eine umweltgerechte und nachhaltige Landwirtschaft. Das besichert Lovely und ihren Freundinnen ein gutes Leben.»

(nicht beanstandet)

Auszug aus Begründung SLK:

«Der Durchschnittsadressat geht davon aus, dass Schweizer Kühe ein «gutes Leben» führen, sofern die hiesigen Vorgaben der Tierschutzgesetzgebung, welche im Vergleich zu ausländischen Rechtsordnungen als streng gelten, eingehalten werden. Eine Unrichtigkeit der Aussage lässt sich, zumal der Beschwerdeführer keine konkreten Gesetzesverstösse geltend macht, nicht feststellen. Was ein «gutes Leben» ist, ist nicht absolut bestimmbar oder objektiv messbar, sondern letztlich rein subjektive Ansichtssache.»

Élevage bovin (janvier 2018)

<https://www.faire-werbung.ch/wp-content/uploads/2018/01/LK2081117.pdf>

«Übrigens: Schweizer Kühe sind glückliche Kühe, dank Familienanschluss und Weidehaltung.»
(nicht beanstandet)

Auszug aus Begründung SLK:

«Nach bisheriger, bereits erwähnter Entscheidpraxis der Lauterkeitskommission erachten die Durchschnittsadressaten Kühe dann als «glücklich», wenn die strikten Vorgaben der Schweizer Tierschutzgesetzgebung eingehalten werden. [...] Die Vorstellung des Beschwerdeführers, wann eine Kuh «glücklich» sei, entspricht daher nicht dem Verständnis der Durchschnittsadressaten. Der Begriff «Familienanschluss» im Zusammenhang mit «glücklichen» Kühen wird von den Durchschnittsadressaten in der Schweiz nämlich dahingehend verstanden, dass diese Kühe in den Kreis einer Familie, d.h. einer Bauernfamilie, einbezogen werden. Bei domestizierten Tieren, die durch eine Familie gehalten werden, wird dieser Ausdruck oft verwendet. Die Durchschnittsadressaten sind sich den Tatsachen bewusst, dass einerseits der Grossteil der Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz familiengeführte Betriebe sind, und dass andererseits ein «Familienleben» im Sinne einer Lebensgemeinschaft von Stier, Kuh und Kalb oder auch nur von Kuh und Kalb (Mutterkuhhaltung) oder gar eine Herdenhaltung nach wie vor eine absolute Seltenheit darstellt.»

En bref

L'OFS publie la nouvelle statistique de la superficie



L'Office fédéral de la statistique (OFS) vient de publier la nouvelle **statistique de la superficie** de la Suisse. La qualité du paysage sur les surfaces agricoles a continué de diminuer au cours des neuf dernières années. (Évaluation VA) : arbres fruitiers de plein champ : moins 10 %, bâtiments agricoles attenants : plus 7 %. Mais tout de même : renversement de la tendance pour les bosquets et les haies (constant). Développement dans les cantons, voir **étude** (pas encore de données pour les cantons de SG, GL et GR).

Publication du nouveau rapport agricole



L'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) a publié le nouveau **rapport agricole**. Vision Agriculture a posé quelques questions au service de presse de l'OFAG à ce sujet.

>> En savoir plus

Statistique des pesticides 2020 de la Confédération – il vaut la peine d'y regarder de plus près



L'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) a publié la statistique de vente des produits phytosanitaires (Pph) en Suisse pour la période allant de 2008 à 2020. La quantité totale commercialisée continue de diminuer depuis 2013. Cela est réjouissant au premier abord, mais le volume de produits particulièrement toxiques vendus stagne depuis des années.

>> En savoir plus

Nouvelle appli « Vogelführer BirdLife Schweiz »



Le guide ornithologique numérique édité par BirdLife Schweiz en collaboration avec Sunbird Images présente tous les oiseaux présents en Suisse de manière permanente ou passagère (308 espèces). On peut facilement identifier les oiseaux par élimination, et l'application propose une identification automatique à partir de photos et d'enregistrements de chants d'oiseaux. (Disponible en allemand uniquement)

[>> En savoir plus](#)

Agenda

Haute école spécialisée bernoise BFH-HAFL et BFH-Santé
«Pflanzen effizienter nutzen – Weniger Ressourcen für mehr Nahrungsmittel»
(Utiliser les plantes de manière plus efficace – moins de ressources pour plus d'aliments)

Mardi 18.1.2022, de 18 h à 19 h 30 – en ligne (en allemand)

Dans le monde entier, un tiers des aliments finissent à la poubelle ou sont gaspillés : dans les champs, dans les usines, au restaurant, dans les magasins et dans les ménages. La prévention de la perte et du gaspillage des aliments constitue une pièce maîtresse d'un système alimentaire durable.

Il s'agit du deuxième de la série d'événements de la BFH-HAFL et BFH-Santé sur les thèmes de la perte et du gaspillage des aliments.

Prochaines dates : 22.2.2022, 22.3.2022, 26.4.2022.

Informations complémentaires et inscriptions : www.bfh.ch/foodwaste-online

9^e Conférence sur la durabilité Agroscope « Ressources environnementales et agriculture : promouvoir les synergies – réduire les champs de tension »
Jeudi 27.1.2022, de 8 h 45 à 16 h 45.

Une agriculture durable doit être économiquement viable et préserver les ressources environnementales. Pourtant, la production agricole présente souvent des nuisances pour l'environnement. Or l'agriculture pourrait tirer profit d'une protection accrue des ressources et d'une augmentation des services écosystémiques.

La conférence se déroulera en présentiel à Zurich, Reckenholz, de même qu'en ligne.

[>> vers l'inscription](#)

C'est grâce à votre aide que Vision Agriculture peut travailler à un changement de système dans l'agriculture et l'industrie alimentaire.

Faites un don via TWINT !

[>> Merci pour votre soutien](#)

