

ÉCONOMIE

«La marque suisse est précieuse, protégeons-la mieux!»



Sophie Révion est spécialiste des marchés agricoles auprès d'Agriidea. L'étude qu'elle a menée en 2008 prouve que plus de 70% des consommateurs sont prêts à mettre le prix pour acquérir des produits suisses.

La croix suisse fait vendre, chez nous comme à l'étranger, à tel point que certains industriels en abusent. Pour protéger la marque helvétique, le Conseil fédéral a lancé le projet de loi «Swissness», qui ne manque pas de faire débat. Eclairage.

«**Q**ualité suisse.» En se promenant dans les rayons d'un supermarché, le drapeau rouge à croix blanche fleurit sur bien des emballages. Et pour cause. Une étude de l'Université de Saint-Gall datant de 2008 prouve que la «plus-value liée à la suissitude peut représenter jusqu'à 20% du prix de vente des biens de consommation». La plupart des industriels et responsables du secteur agroalimentaire en usent et en abusent, à tel point que des denrées à base de matières premières essentiellement importées arborent parfois le drapeau helvétique. Et cela de manière illécite puisque la loi stipule actuellement l'interdiction d'apposer nos armoiries sur des produits, même s'ils proviennent effectivement de notre pays. Pour faire face au flou juridique qui, dans les faits, règne en maître, le Conseil fédéral a donc lancé en 2008 le projet «Swissness», qui pourrait se concrétiser prochainement. Actuellement collaboratrice chez Agriidea, l'organisme romand de vulgarisation agricole, Sophie Révion nous en dit plus sur le «Swissness».

En quoi consiste concrètement ce projet?

► L'objectif est d'imposer un cadre juridique clair afin d'éviter toute tromperie sur la marchandise et de garantir la qualité des produits indigènes, aussi bien à l'égard des consommateurs helvétiques qu'en dehors de nos frontières. Ainsi, pour pouvoir bénéficier de notre emblème national, les produits industriels devraient présenter une quote-part suisse de 60% des coûts de production. En ce qui concerne les denrées alimentaires, le Conseil fédéral propose que 80% des matières premières doivent provenir de notre pays.

Qu'en est-il de la situation actuelle?

► Les indications de provenance parmi lesquelles les désignations «Suisse» et «Swiss made» sont définies de manière peu précise par la loi. Il y a eu des abus, notamment à l'export, qui peuvent porter préjudice à l'image de la Suisse et à son économie. Afin de préserver le potentiel commercial que représentent ces appellations, il s'agit de clarifier cette définition.

En quoi est-ce un enjeu majeur pour la filière agroalimentaire de notre pays?

► Le projet de loi définit une règle concernant les denrées alimentaires de première transformation comme le fromage, le vin, etc. Il y a notamment des dissensions sur la proportion de matières premières helvétiques qui doivent composer les produits portant la marque suisse. Les agriculteurs ont évidemment intérêt à ce qu'il y ait un maximum de matières premières suisses dans les

produits transformés. De leur côté, les industriels réclament le droit d'aller s'approvisionner à l'étranger, pour des raisons de disponibilité et de coût, et prônent donc plus de flexibilité. Dans ce débat (voir ci-contre), le consommateur, qui est le principal concerné, est un arbitre éminemment puissant.

Précisément, à quel point le consommateur est-il réellement attaché à la «garantie» suisse?

► L'étude que nous avons menée montre que plus de 70% des consommateurs sont sensibles à l'origine des produits et sont prêts à en payer la qualité.

Comment expliquer cette préférence?

► Elle est liée à des valeurs profondes, citoyennes, à une bonne connaissance des modes de production en Suisse par rapport aux autres pays. Le consommateur est parfaitement capable d'identifier une différence qualitative entre des fraises suisses et italiennes, par exemple. Cette différenciation, dans un contexte de diminution de la protection aux frontières, est un atout extrêmement précieux pour toute la filière agroalimentaire, qu'il s'agit de ne pas gâcher.

A l'heure où les marchés se libéralisent, ce projet Swissness n'est-il pas une marque de protectionnisme déguisé?

► Non, au contraire, c'est un fabuleux outil de démarcation des produits suisses sur les marchés extérieurs et indigènes. Voilà dix ans que notre gouvernement applique une politique agricole basée sur une stratégie de qualité. Cultivons notre différence par rapport aux autres pays et faisons confiance au consommateur. Tant mieux si la croix suisse a un pouvoir, mais il faut absolument que les règles du jeu soient claires!

CLAIRE MULLER ■

PUBLICITÉ

La Mouette **48 ANS**
DEPUIS

Ficelle de qualité

Satigny 022 989 13 30 • Method 024 459 17 71

GRUNDERCO
www.grunderco.ch

LE DÉBAT

Un plus pour la filière agroalimentaire?



ROLAND DECORVET
Directeur de Nestlé Suisse

Vous critiquez assez vertement le projet de loi «Swissness»; pour quelle raison?

Régulariser l'utilisation de la marque «suisse» est nécessaire, car c'est un outil essentiel pour valoriser nos produits à l'export comme sur le marché intérieur. Mais le projet de loi proposé par le Conseil fédéral est trop zélé et dépasse les exigences du consommateur. Trop de Swissness risque de tuer le Swissness!

Qu'exige le consommateur d'après vous?

Les études prouvent qu'il se contenterait qu'un produit suisse soit composé à 60% de matières premières helvétiques. Or le projet de loi met la barre à 80%. Nous n'arriverons pas à la respecter pour des questions de disponibilité des produits et de coûts.

Alors, que réclamez-vous?

Que la compétence technologique pour concevoir ces produits soit davantage prise en compte. D'accord pour protéger l'agriculture. Mais il faut protéger également l'industrie. Jusqu'à preuve du contraire, une place de travail dans l'industrie est tout autant précieuse qu'une place de travail dans l'agriculture.



LOÏC BARDET
Secrétaire général de l'ASSAF-Suisse

Comment se positionne l'ASSAF-Suisse (Association suisse pour un secteur agroalimentaire fort), fondée il y a quelques mois pour lutter contre le projet d'accord de libre-échange agricole (ALEA), par rapport au projet «Swissness»?

Nous le soutenons ardemment. Il est au bénéfice de tout le secteur agroalimentaire helvétique et il assurerait une information plus transparente pour les consommateurs.

En quoi est-il bénéfique aux producteurs?

Bien qu'opposés à l'ALEA, nous devons tenir compte d'une éventuelle ouverture des frontières. Il serait alors important que nos produits soient bien protégés, et leur identification est en cela primordiale, en Suisse comme à l'étranger.

Ce projet n'est-il pas trop exigeant?

Non, car il prévoit des exceptions. Les industriels déplorent son manque de flexibilité car ils veulent profiter de l'image sympathique de l'agriculture suisse sans en payer le prix. Mais on ne peut se permettre aucun laxisme vis-à-vis des consommateurs.