



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Le Conseil fédéral

Berne, 18 décembre 2020

---

# Rapport du Conseil fédéral sur l'évaluation de la législation « Swissness »

---

## Table des matières

<b>1</b>	<b>Résumé exécutif .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Origine et motifs de l'évaluation .....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Situation initiale .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1</b>	<b>Contexte économique .....</b>	<b>5</b>
3.1.1	La valeur du « Swissness » .....	5
3.1.2	Nécessité d'une réglementation étatique.....	5
<b>3.2</b>	<b>Objectifs et mesures de la législation « Swissness » .....</b>	<b>6</b>
3.2.1	Transparence et sécurité juridique .....	6
3.2.2	Application de la loi .....	7
<b>4</b>	<b>Objet de l'évaluation.....</b>	<b>8</b>
<b>4.1</b>	<b>Procédure .....</b>	<b>8</b>
<b>5</b>	<b>Évaluation des secteurs de l'industrie et des services : résultats.....</b>	<b>10</b>
<b>5.1</b>	<b>Études de cas sur la situation des entreprises .....</b>	<b>10</b>
<b>5.2</b>	<b>Enquête auprès des entreprises .....</b>	<b>10</b>
5.2.1	Données.....	11
5.2.2	Utilisation du « Swissness » .....	12
5.2.3	« Primes au Swissness » .....	13
5.2.4	Effet présumé de la législation « Swissness » sur les plus-values.....	14
5.2.5	Coûts de la législation « Swissness ».....	15
5.2.6	Évaluation de la législation « Swissness » .....	15
<b>5.3</b>	<b>Enquête auprès des consommateurs.....</b>	<b>16</b>
<b>6</b>	<b>Évaluation du secteur agroalimentaire : résultats.....</b>	<b>17</b>
<b>7</b>	<b>Conséquences économiques de la législation « Swissness » .....</b>	<b>18</b>
7.1	Valeur agrégée de la législation « Swissness ».....	19
7.2	Impact de la législation « Swissness » sur l'économie dans son ensemble.....	20
<b>8</b>	<b>Étude approfondie sur l'application de la législation.....</b>	<b>21</b>
<b>9</b>	<b>Recommandations d'action .....</b>	<b>22</b>
<b>9.1</b>	<b>Recommandations des auteurs de l'étude.....</b>	<b>22</b>
9.1.1	Biens industriels et secteur des services.....	22
9.1.2	Secteur agroalimentaire.....	23
9.1.3	Application.....	23
<b>9.2</b>	<b>Position du Conseil fédéral.....</b>	<b>23</b>
9.2.1	Biens industriels et secteur des services.....	23
9.2.2	Secteur agroalimentaire.....	24
9.2.3	Application.....	25

## 1 Résumé exécutif

En vertu de l'art. 170 Cst., l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) et l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) ont procédé à l'évaluation de la législation « Swissness », autrement dit de la révision de la loi sur la protection des marques (LPM) et de la loi sur la protection des armoiries (LPAP) ainsi que des ordonnances qui s'y rapportent. Le principal objectif de cette révision législative, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2017, était de renforcer la protection de la « marque Suisse » contre les usages frauduleux et de préserver ainsi un avantage concurrentiel pour les entreprises qui produisent en Suisse. À cet effet, on a défini les exigences applicables aux services, aux produits naturels, aux denrées alimentaires et aux produits industriels afin que les entreprises puissent y apposer la croix suisse ou la désignation « Swiss made ».

Au cours de l'évaluation, les deux services fédéraux compétents ont chargé différents bureaux de conseil et de recherche indépendants de réaliser deux études distinctes visant à analyser l'impact de la nouvelle législation sur, d'une part, le secteur de l'industrie et des services et, d'autre part, le secteur agroalimentaire. L'évaluation met en lumière le bénéfice apporté par cette législation et ses coûts du point de vue des entreprises et de celui de l'économie dans son ensemble. Une enquête complémentaire a en outre examiné les possibilités actuelles et futures d'appliquer la réglementation « Swissness » en Suisse et à l'étranger.

L'analyse économique montre que dans l'ensemble, la nouvelle législation a un impact modérément positif sur l'économie suisse : son bénéfice économique global net, c'est-à-dire après déduction des coûts engendrés, s'élève à au moins 0,2 point de pourcentage de la performance économique annuelle (produit intérieur brut). En chiffres absolus, cela correspond à quelque 1,4 milliard de francs par année, soit environ 163 francs par personne. Les études révèlent que la législation « Swissness » permet de réduire sensiblement la menace d'érosion du gain sur le chiffre d'affaires par les fraudeurs, ce qui concourt grandement à ce résultat. Outre les entreprises qui proposent des produits et des services labellisés « Suisse », d'autres acteurs de l'économie suisse profitent indirectement de la nouvelle législation et contribuent ainsi à ce bénéfice économique, tels que les sous-traitants ou les exportateurs.

Il ressort de l'analyse du secteur agroalimentaire que l'importance du « Swissness » pour la commercialisation des denrées alimentaires est relativement grande. Le recours aux indications de provenance suisses est en moyenne plus fréquent que dans l'économie dans son ensemble. En même temps, la majorité des entreprises interrogées dans le cadre de l'évaluation porte un regard critique sur la mise en œuvre de la législation. Les firmes concernées l'expliquent, d'une part, par le critère des matières premières (alors que dans le secteur industriel on se fonde sur le coût de revient) et, d'autre part, sur la complexité de la réglementation.

S'agissant de l'application du « Swissness » en Suisse et à l'étranger, les parties prenantes interrogées de toutes les branches concernées font état d'une baisse des utilisations abusives de l'indication de provenance suisse grâce, notamment, à une plus grande sensibilisation en la matière. Le droit suisse n'étant en règle générale pas applicable à l'étranger, la protection des indications de provenance à l'étranger se révèle particulièrement difficile. Les parties prenantes jugent donc que l'application de la législation est plus complexe à l'étranger et voient un besoin de prendre des mesures supplémentaires à cet égard.

Sur la base des résultats observés, les auteurs des études ne recommandent, en l'état actuel des choses, aucune modification des critères de la législation « Swissness » applicables aux produits industriels et aux services. Ils identifient toutefois des potentiels d'amélioration dans ces deux domaines, notamment en ce qui concerne le niveau d'information et

l'application de la législation en coopération avec les associations et branches concernées. Ils préconisent par ailleurs le développement du réseau d'accords bilatéraux.

Un certain besoin d'intervention semble toutefois se dessiner dans le secteur agroalimentaire. À l'aune des résultats obtenus, l'équipe d'étude recommande une harmonisation partielle, dans la loi sur la protection des marques, de la réglementation applicable aux denrées alimentaires avec celle régissant les produits industriels. Comme alternative, elle propose de réviser l'ordonnance sur l'utilisation des indications de provenance suisses pour les denrées alimentaires dans le but de définir une procédure plus claire en matière de dérogations.

Au vu des résultats de l'analyse économique, le Conseil fédéral est d'avis que la nouvelle législation « Swissness » a globalement atteint son objectif. Là où l'évaluation a mis en évidence un potentiel d'amélioration, l'IPI et l'OFAG doivent se pencher sur des mesures de mise en œuvre concrètes. Les études qualitatives révèlent par exemple certaines faiblesses du système dans le domaine des denrées alimentaires pointées du doigt par les entreprises du secteur interrogées. C'est pourquoi il est préconisé que, dans l'industrie alimentaire, la procédure d'octroi des exceptions soit simplifiée, au niveau de l'ordonnance, en collaboration avec les acteurs concernés.

## 2 Origine et motifs de l'évaluation

On entend par « Swissness » la désignation « Suisse » comme indication de la provenance géographique de produits ou de services. Elle peut prendre la forme de diverses désignations, telles que « Swiss made », « made in Switzerland », « of Switzerland », « Swiss Quality », ou d'autres indications ou illustrations renvoyant à la Suisse, comme la croix suisse. La législation « Swissness » est le résultat des modifications apportées à la loi sur la protection des marques (LPM) et de la révision totale de la loi sur la protection des armoiries (LPAP). Tandis que la LPM définit des règles précises sur la provenance géographique de produits et de services, la LPAP réglemente l'utilisation de la croix suisse. Les deux lois, détaillées par quatre ordonnances d'exécution, sont entrées en vigueur en janvier 2017.

En vertu de l'art. 170 Cst., l'Assemblée fédérale doit veiller à ce que l'efficacité des mesures prises par la Confédération fasse l'objet d'une évaluation. De telles évaluations constituent un outil important d'analyse des interventions de l'État et doivent contribuer à créer une base solide pour la mise en œuvre de futures mesures et permettre d'améliorer la transparence.<sup>1</sup>

Dans son rapport du 30 août 2017 en réponse au postulat 15.3928 Baumann « Mesures contre la désindustrialisation dans le secteur agroalimentaire », le Conseil fédéral a indiqué qu'il évaluera l'implémentation et les effets de la législation « Swissness » sur les produits industriels, les denrées alimentaires et les services, et qu'il soumettra un rapport d'évaluation à ce sujet aux chambres fédérales en 2020.<sup>2</sup> Le mandat correspondant a été donné à l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (ci-après « IPI »), autorité compétente en la matière, et à l'Office fédéral de l'agriculture (ci-après « OFAG »), autorité responsable du secteur agroalimentaire en vertu de la législation « Swissness ».

Les interventions étatiques sont pertinentes si leurs bénéfices globaux sur l'économie l'emportent sur les coûts engendrés. Dans le cas de la législation « Swissness », les bénéfices sont les suivants : d'une part, elle permet aux entreprises qui produisent en Suisse de s'assurer une prime de prix sur les produits arborant une indication de provenance suisse et,

<sup>1</sup> <http://www.bj.admin.ch> > État & citoyen > Évaluation de l'efficacité / Évaluation.

<sup>2</sup> Voir le quatrième paragraphe du rapport du Conseil fédéral en réponse au postulat 15.3928 Baumann, consultable sous : <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2015/20153928/Bericht%20BR%20F.pdf>.

d'autre part, elle améliore la protection des consommateurs contre les désignations de produits trompeuses. Parallèlement, les investissements des entreprises pour satisfaire aux critères définis par l'État et pour maintenir les primes de prix représentent des coûts. L'évaluation a principalement pour but d'analyser le rapport coûts-bénéfice de la législation applicable et d'examiner certains instruments juridiques.

### **3 Situation initiale**

#### **3.1 Contexte économique**

##### **3.1.1 La valeur du « Swissness »**

Les désignations de produits telles que les marques ou les indications de provenance sont des biens immatériels dans lesquels les titulaires investissent parfois des moyens considérables. Elles remplissent une fonction économique importante en améliorant le niveau d'information des acteurs du marché. Dans la mesure où elles réduisent le fossé informationnel entre les producteurs et les consommateurs, les désignations de produits facilitent les transactions et augmentent ainsi l'efficacité économique dans son ensemble. Une protection appropriée contre les fraudeurs incite ainsi à investir dans la réputation de la marque ou de l'indication de provenance.

Un tel système ne peut toutefois fonctionner que si certaines conditions sont remplies : les caractéristiques prônées par les désignations de produits doivent être exactes et crédibles. Les indications relatives aux caractéristiques et à la qualité des produits et des services ne peuvent être fiables que si elles respectent des critères clairs et transparents. Cela vaut en particulier pour les indications de provenance destinées à mettre en avant la qualité liée à l'origine géographique d'un produit ou d'un service.

Les indications de provenance suisses (« Swiss made », p. ex., mais aussi la croix suisse ou toute autre indication renvoyant à la provenance suisse d'un produit), résumées sous la notion de « Swissness », ont pour but de communiquer aux agents du marché que les produits désignés de la sorte présentent des caractéristiques associées à la Suisse, telles que la fiabilité, la précision ou la tradition.<sup>3</sup> Les consommateurs semblent montrer davantage d'intérêt pour les produits dont les caractéristiques sont vantées avec crédibilité et être également prêts à payer davantage pour ceux-ci.<sup>4</sup> Selon la catégorie de produits, la prime de prix peut varier sensiblement par rapport à des produits comparables dépourvus de l'indication de provenance suisse. Dans son message de 2009 relatif à la législation « Swissness », le Conseil fédéral a évalué la plus-value générée par la « marque Suisse » à environ 1 % du produit intérieur brut.<sup>5</sup>

##### **3.1.2 Nécessité d'une réglementation étatique**

Selon la théorie économique, les désignations de produits servent principalement à développer et à maintenir la réputation. En présence d'une certaine marque, les consommateurs s'attendent à des caractéristiques spécifiques; en contrepartie, ils sont souvent prêts à payer un supplément de prix. Le développement et le maintien de la

---

<sup>3</sup> Cf. Feige S., Brockdorff B., Sausen K., Fischer P., Jaermann U. & Reinecke S. (2008). *Swissness Worldwide – Internationale Studie zur Wahrnehmung der « Marke Schweiz »*. Universität St. Gallen, p. 32 (en allemand uniquement).

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Cf. point 3.3.4 du Message relatif au projet « Swissness ». Le message comporte une description détaillée de la valeur économique de la « marque Suisse ». Le message est consultable sous : <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2009/7711.pdf>.

réputation par l'utilisation de marques impliquent des investissements considérables (p. ex. budget publicitaire, assurance qualité et surtout application). Un tel investissement n'est rentable que si la majoration de prix escomptée se reflète dans la réalité. Il est donc dans l'intérêt du titulaire d'une marque aussi bien d'investir dans la réputation de la marque, et donc de l'entreprise, que de lutter contre les abus commis par des tiers. Dans le cas des marques privées, chaque entreprise doit analyser la question du rapport coûts-bénéfice.

Les indications de provenance suisses, par contre, n'appartiennent pas à une entreprise ou à un particulier; ceux-ci sont donc moins disposés à investir dans leur réputation, cet investissement ne profitant pas uniquement à celui qui supporte les coûts, mais à l'ensemble des utilisateurs du « Swissness ».<sup>6</sup> Cette situation attire les fraudeurs, qui peuvent vanter la suissitude de leurs produits sans toutefois contribuer à la réputation de la « marque Suisse ». Sur la durée, l'indication de provenance suisse pourrait perdre son excellente réputation et, partant, sa valeur.

Afin de lutter contre de tels abus et de prévenir une défaillance du marché pour les produits arborant à juste titre une indication de provenance suisse, le Conseil fédéral a défini, sur mandat du Parlement, des exigences minimales en la matière. En conséquence, l'utilisation de la croix suisse ou de toute autre indication de provenance suisse pour un produit requiert impérativement le respect de ces exigences. Il est ainsi possible de prévenir l'érosion des primes de prix obtenues sur les produits suisses grâce à la « marque Suisse ».<sup>7</sup>

Comme pour les marques privées, il y a lieu de remédier à une défaillance du marché et de générer des incitations à investir individuellement dans la réputation du « Swissness » afin de préserver sa valeur. Bien que les exigences minimales définies dans la législation puissent entraîner des investissements plus conséquents pour les acteurs du marché et donc augmenter, au moins temporairement, les coûts de production suisses, elles garantissent qu'à long terme, une plus-value puisse être maintenue à la vente.

## **3.2 Objectifs et mesures de la législation « Swissness »**

### **3.2.1 Transparence et sécurité juridique**

La législation « Swissness » définit sous quelles les conditions et de quelle manière la désignation de provenance « Suisse » et la croix suisse peuvent être utilisées sur le marché. Pour les consommateurs, elle vise à renforcer la transparence quant à ce qui est effectivement suisse dans un produit arborant la « marque Suisse ». Pour les producteurs, les critères légaux sont destinés à accroître la sécurité juridique en matière d'utilisation légitime de la croix suisse ou des indications de provenance suisses (« Suisse », « Swiss made », « made in Switzerland », « Swiss design », etc.).

Il n'est en effet pas toujours évident de déterminer ce qui caractérise un « produit suisse »; aux yeux des consommateurs, ces critères varient en fonction des catégories de biens.<sup>8</sup> Le Parlement a donc décidé de définir des critères qui diffèrent selon qu'il s'agit de produits naturels, de denrées alimentaires, de produits industriels ou de services. Au cours des débats parlementaires, les prescriptions relatives aux denrées alimentaires ont donné lieu à

---

<sup>6</sup> En économie, ces produits sont plus connus sous le nom de « biens publics ». Nul ne peut être exclu de leur utilisation (non-exclusivité), et ils peuvent être utilisés simultanément et aussi souvent que souhaité (non-rivalité). Il en résulte généralement une défaillance du marché, faute d'incitations à produire de tels biens.

<sup>7</sup> Pour une analyse détaillée de la nécessité d'une régulation étatique, voir le Message relatif au projet « Swissness » consultable sous : <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2009/7711.pdf>.

<sup>8</sup> Cf. p. ex. Bolliger C. (2012). Ökonomische Analyse von Herkunftsangaben bei Agrarerzeugnissen. Präferenz und Zahlungsbereitschaft für die «Herkunft Schweiz». ETH Zürich (en allemand uniquement).

de vives discussions. Le Conseil fédéral a tout d'abord proposé de définir un critère de coût identique pour les denrées alimentaires et les produits industriels (60 % du coût de revient du produit doit être réalisé en Suisse). Au terme de la procédure de consultation, il a finalement opté pour un critère de poids pour les denrées alimentaires (80 % des matières premières doivent provenir de Suisse), de façon à tenir compte aussi bien de l'avis de l'industrie alimentaire et du secteur agricole, motivée par une variation parfois importante des prix des matières premières, que de la demande convergente formulée par les organisations de consommateurs. S'agissant des denrées alimentaires et des produits industriels, le législateur a prévu certaines exceptions pour les matières premières non ou insuffisamment disponibles en Suisse afin de tenir compte des réalités économiques.<sup>9</sup>

### 3.2.2 Application de la loi

Outre la transparence et la sécurité juridique, l'application effective des dispositions légales constitue un autre volet important de la législation. L'IPI est ainsi habilité à déposer une plainte contre toute utilisation abusive d'indications de provenance suisses ou de la croix suisse.

En raison du principe de territorialité, le droit suisse n'est en principe pas applicable à l'étranger. La Suisse a cependant conclu des accords bilatéraux qui assurent une protection des indications de provenance suisses dans les États partenaires. En vertu des accords internationaux, l'utilisation des indications de provenance à l'étranger est en premier lieu soumise au droit de l'État dans lequel la protection est demandée.

La législation « Swissness » a donné lieu à la création du registre des indications géographiques<sup>10</sup> pour les produits industriels, dont la tenue incombe à l'IPI. Celui-ci permet, avec le registre des appellations d'origine et des indications géographiques pour les produits agricoles tenu par l'OFAG, d'améliorer et de renforcer la protection à l'étranger. Le contenu du registre jouit d'une reconnaissance mutuelle avec les pays tiers : les indications enregistrées dans les registres nationaux<sup>11</sup> sont ainsi protégées non seulement en Suisse, mais aussi dans le pays tiers concerné.

Les indications géographiques enregistrées dans un registre de la Confédération, les dénominations de vins protégées au niveau cantonal ainsi que les indications géographiques réglementées dans une ordonnance du Conseil fédéral (p. ex. Swiss made » pour les montres) peuvent également être enregistrées en tant que marques géographiques. L'enregistrement d'une marque géographique constitue, tout comme l'enregistrement d'une indication géographique dans un registre, une reconnaissance de protection officielle. Il permet de faciliter la protection et l'application à l'étranger : l'indication de provenance a dès lors un titulaire de droits clairement identifiable (une association de branche ou un groupement représentatif du produit agricole concerné) qui, grâce au titre de protection, peut agir contre les fraudeurs en Suisse comme à l'étranger.

---

<sup>9</sup> Voir à ce sujet le site Internet de l'IPI : <https://www.ipi.ch> (> Protéger votre PI > Indications de provenance > Notions fondamentales > Critères de provenance) et le Message relatif au projet « Swissness » pour la réglementation détaillée.

<sup>10</sup> En raison de leur provenance géographique, les produits désignés par une indication géographique (p. ex. le gruyère) présentent, en comparaison avec des produits similaires, des caractéristiques et qualités supplémentaires vérifiables et sont fabriqués selon des méthodes de fabrication locales et traditionnelles.

<sup>11</sup> Si une dénomination spécialement protégée a été enregistrée, elle ne peut être utilisée que par les producteurs de la région géographique définie qui respectent un cahier des charges détaillé. Cela permet d'éviter la concurrence déloyale et de protéger les consommateurs contre la tromperie. Voir à ce sujet le site Internet de l'IPI : <https://www.ipi.ch> (> Protéger votre PI > Indications de provenance > Notions fondamentales > Critères de provenance).

L'IPI surveille par ailleurs les principaux marchés de l'économie suisse et intervient, d'entente avec les associations économiques concernées, en cas d'utilisation abusive d'indications de provenance suisses et de la croix suisse.

## 4 Objet de l'évaluation

Le bénéfice économique de la protection de la « marque Suisse » réside dans le maintien à long terme de la réputation des produits suisses – et donc de leurs primes de prix – ainsi que dans l'augmentation consécutive de la création de valeur en Suisse. La présente évaluation vise à analyser la contribution concrète de la législation « Swissness » à cet égard. Elle s'intéresse en outre aux éventuels coûts engendrés par le maintien de la réputation de la « marque Suisse ». Enfin, les instruments d'application de la législation doivent aussi être examinés.

### 4.1 Procédure

Les critères adoptés par le Parlement pour les produits industriels et les denrées alimentaires diffèrent fortement : alors que la part du coût de revient intervenant en Suisse constitue le critère clé pour les produits industriels, l'élément décisif pour les denrées alimentaires réside dans la part des matières premières suisses. S'agissant des questions relatives à l'application de la législation, elles revêtent une importance particulière dans tous les domaines. L'évaluation de la législation « Swissness » repose ainsi sur les trois études présentées à l'illustration 1 :

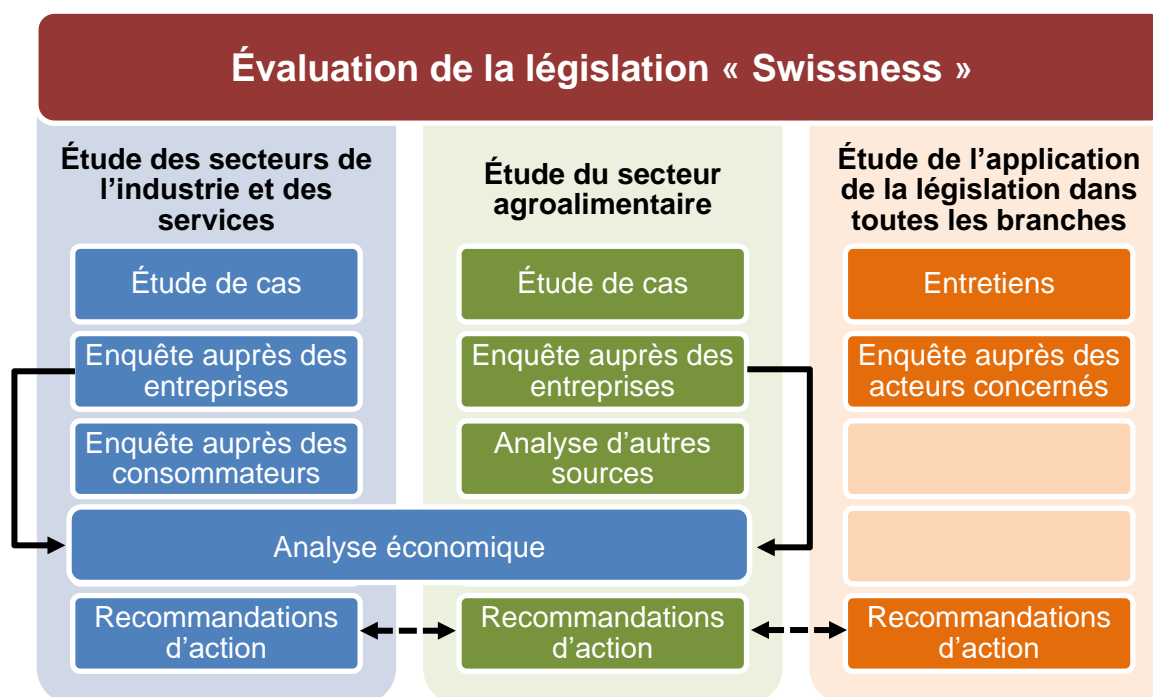


Illustration 1 : conception de l'évaluation de la législation « Swissness ».  
Source : schéma établi par les auteurs du présent rapport.

L'étude réalisée conjointement par la Haute école spécialisée des Grisons (FHGR) et l'Institut de recherche économique BAK Economics (BAK) relative à l'impact de la législation « Swissness » sur les entreprises des secteurs de l'industrie et des services et à ses effets



sur l'économie dans son ensemble sert de base au présent rapport d'évaluation (en bleu dans l'illustration 1).<sup>12</sup> Elle se concentre sur les éléments suivants :

- L'étude des **secteurs de l'industrie et des services** analyse le rapport coûts-bénéfice économique de la législation « Swissness » au moyen d'**études de cas**. Elle examine pour ce faire ses effets concrets sur les entreprises et les différents mécanismes en jeu.
- Sur la base d'une **enquête** menée à grande échelle **auprès des entreprises**, l'étude met en évidence les primes de prix réalisées en Suisse et à l'étranger grâce aux produits arborant une indication de provenance suisse. Elle examine dans quelle mesure ces plus-values sont influencées par la législation « Swissness », tout en recensant les coûts engendrés par cette dernière pour les entreprises suisses.
- Afin de renforcer la plausibilité des résultats de l'enquête et d'y intégrer le point de vue des consommateurs, une **enquête** parallèle a été réalisée auprès des **consommateurs** en Suisse et à l'étranger. Cette enquête visait notamment à déterminer la variation de la prime de prix entre les différentes classes de biens et en fonction de la situation géographique.
- Sur la base des résultats de l'enquête, l'étude indique grâce à l'**analyse économique** la valeur totale dont il est question et que la législation « Swissness » contribue à maintenir à long terme. En d'autres termes, l'étude chiffre la *value at risk* (c'est-à-dire la valeur en jeu) que la législation doit permettre de protéger.
- Enfin, dans une dernière étape, des **recommandations d'action en matière de politique économique** ont été formulées à partir des conclusions de l'étude.

Dans le cadre d'une deuxième étude, l'OFAG a chargé les sociétés de conseil htp St Gallen (htp) et Interface de réaliser une analyse spécifique des effets de la législation « Swissness » sur le secteur agroalimentaire (en vert dans l'illustration 1) au regard des différents critères applicables dans l'industrie alimentaire et dans les secteurs de l'industrie et des services.<sup>13</sup>

Les données collectées dans ce cadre ainsi que celles issues de l'étude des secteurs de l'industrie et des services ont été intégrées dans le calcul conjoint de l'ensemble des effets macroéconomiques du « Swissness ». <sup>14</sup> Les autres résultats de l'étude du secteur agroalimentaire font l'objet d'un chapitre distinct. Les recommandations liées à un éventuel besoin d'adapter la base légale dans le secteur agroalimentaire sont formulées séparément.

- L'**étude du secteur agroalimentaire** garantit une prise en considération appropriée des différents contextes juridiques. À l'instar de l'étude des secteurs de l'industrie et des services, elle adopte une approche méthodologique composée d'**études de cas qualitatives** et d'**enquêtes quantitatives** auprès des entreprises concernées. Elle se conclut par des recommandations d'action.

La troisième étude s'intéresse aux instruments visant à appliquer la législation « Swissness », qui revêtent une importance fondamentale pour les entreprises concernées

<sup>12</sup> Lehmann, R., Moser, P., Nicklisch, A., Emmenegger, M., Grass, M. (2020). Evaluation Swissness-Gesetzgebung. Fachhochschule Graubünden und BAK Economics AG (en allemand uniquement).

<sup>13</sup> Feige, S., Rieder, S., Roose, Z. (2020). Evaluation der Swissness im Lebensmittelbereich. htp St. Gallen und Interface Politikstudien Forschung Beratung. Zürich/Luzern. (en allemand uniquement).

<sup>14</sup> L'analyse économique a été réalisée par la FHGR et le BAK dans le cadre de la première étude.

et les consommateurs. L'IPI a ainsi chargé l'entreprise de conseil Swiss Brand Experts de réaliser une étude destinée spécifiquement à l'analyse détaillée de ces instruments (en orange dans l'illustration 1).<sup>15</sup> Les premiers résultats de cette étude ont été intégrés à la présente évaluation.

- **L'étude de l'application** de la législation examine les effets des nouveaux instruments d'application de la loi en tenant compte des acteurs étatiques et privés impliqués grâce à des **entretiens et des enquêtes**. Elle formule en outre des recommandations sur la marche à suivre dans ce domaine.

## 5 Évaluation des secteurs de l'industrie et des services : résultats

### 5.1 Études de cas sur la situation des entreprises

Les études de cas qualitatives ont permis d'acquérir, au moyen d'entretiens avec les acteurs concernés, une compréhension nuancée des effets de la législation « Swissness ». Les hypothèses avancées sur la base des conclusions de ces études ont servi de point de départ pour la réalisation ultérieure d'une enquête empirique auprès des entreprises.

Les études de cas ont, d'une part, analysé les répercussions de la nouvelle législation « Swissness » sur les entreprises; d'autre part, elles ont étudié l'importance que revêtent les ordonnances de branche<sup>16</sup> pour la mise en œuvre de la législation. Elles ont en outre examiné les changements qui ont pu être observés dans l'applicabilité de la réglementation « Swissness » en Suisse et à l'étranger.

### 5.2 Enquête auprès des entreprises

Dans le cadre de l'évaluation, une enquête de grande envergure a été conduite en mars et en avril 2019 auprès d'entreprises sises en Suisse.<sup>17</sup> L'échantillon a été défini sur la base de la structure sectorielle de l'économie suisse.<sup>18</sup> L'accent a été mis sur les entreprises des secteurs énumérées dans le Tableau 1.<sup>19</sup>

<sup>15</sup> Harder, T., Rohner, C. (2020). Die Rechtsdurchsetzung von Swissness im In- und Ausland: Situation und Ausblick. Swiss Brand Experts (en allemand uniquement).

<sup>16</sup> Une ordonnance de branche permet de préciser les conditions d'emploi d'une indication de provenance suisse pour des produits ou des services déterminés. Il existe à l'heure actuelle deux ordonnances de branche : une applicable à l'industrie horlogère et l'autre aux cosmétiques. Voir à ce sujet le site Internet de l'IPI : <https://www.ipi.ch> (> Droit et politique > Droit des biens immatériels > Indications de provenance > Indications de provenance suisses > Ordonnances de branche).

<sup>17</sup>Au total, quelque 73 000 entreprises suisses, dont les coordonnées ont été obtenues via la banque de données Orbis, ont été contactées.

<sup>18</sup> Office fédéral de la statistique OFS (2018a). Statistique structurelle des entreprises (STATENT).

<sup>19</sup> L'industrie alimentaire et l'agriculture, industrie en amont de cette branche, ont été exclues de cette enquête. Ces domaines ont été examinés dans le cadre de l'étude parallèle sur le secteur agroalimentaire. Les branches au sein desquelles on ne peut s'attendre à une utilisation de la « marque Suisse », telles que le commerce ou les services publics, n'ont pas été retenues non plus. L'inclusion de ces domaines aurait conduit à une prise de contact inutile avec nombreuses entreprises et leur aurait imposé une charge administrative non justifiée. Les données de l'industrie alimentaire et de l'agriculture ont toutefois été recueillies dans le cadre de l'étude sur le secteur agroalimentaire et intégrées à l'analyse économique (cf. chapitre 7).

Code NOGA <sup>20</sup>	Désignation des branches
12	Industrie du tabac
13 à 15	Industrie du textile et de l'habillement
16 à 18	Industrie du bois, du papier et de l'imprimerie
19 à 23, à l'exception de 204200	Industrie chimique, pharmaceutique et fabrication de matières plastiques (à l'exception du secteur des cosmétiques)
24 à 30	Métallurgie, industrie des produits électroniques et des machines, fabrication de matériels de transport
2652	Industrie horlogère
05 à 09	Industries extractives
31 à 33	Autres industries manufacturières; réparation et installation de machines et d'équipements
41 à 43	Construction
204200, 464500, 477501 et 477502	Secteur des cosmétiques : industrie cosmétique et commerce des produits de beauté
58 à 63	Information et communication
64 à 66	Activités financières
69 à 75	Activités spécialisées, scientifiques et techniques
49 à 53	Logistique
77 à 82	Activités de services administratifs et de soutien
90 à 93	Art, spectacles et activités récréatives

Tableau 1 : sélection et classification des secteurs concernés par l'enquête auprès des entreprises

L'enquête menée auprès des entreprises poursuivait les objectifs suivants :

- Identifier les primes de prix et le chiffre d'affaires supplémentaire réalisé grâce à la « marque Suisse » et déterminer si la nouvelle réglementation contribuait à leur maintien.<sup>21</sup>
- Démontrer les ajustements apportés par les entreprises à leurs chaînes de valeur sur la base des nouvelles règles en vigueur et les coûts engagés à cet égard.
- Analyser les hypothèses tirées des études de cas sur l'utilisation, les bénéfices, les coûts ainsi que la diffusion de la « marque Suisse ».
- Recueillir les données nécessaires au calcul de la valeur totale du « Swissness ».

### 5.2.1 Données

Malgré la complexité du questionnaire, près de 700 entreprises l'ont rempli. L'illustration 2 présente les branches d'activité dont font partie les entreprises participantes ainsi que leurs effectifs. Il n'est pas surprenant de constater, comme dans l'économie suisse, la domination des entreprises de services, suivies par les entreprises industrielles. Ainsi, plus de la moitié des entreprises interrogées (54 %) s'adressent en priorité aux professionnels, tandis qu'une minorité d'entre elles (17 %) visent les consommateurs; les autres exercent leurs activités avec les deux groupes. Huit entreprises participantes sur dix ont généré la presque totalité de leur chiffre d'affaires en Suisse (part du chiffre d'affaires réalisé en Suisse : 80 % et plus), alors que le marché national représente une part minime pour une entreprise sur dix (part du chiffre d'affaires réalisé en Suisse : moins de 10 %).<sup>22</sup> Globalement, l'échantillon reflète aussi

<sup>20</sup> Office fédéral de la statistique OFS (2008). Nomenclature générale des activités économiques.

<sup>21</sup> Il convient de noter que l'enquête portait, dans sa première partie, sur l'importance générale de l'utilisation du « Swissness »; dans sa deuxième partie, elle s'est intéressée à l'impact de la nouvelle réglementation depuis son entrée en vigueur le 1.1.2017. Pour pouvoir évaluer la portée des réponses, elle comprenait également des questions sur le chiffre d'affaires et sur l'effectif. Le questionnaire élaboré était donc relativement exigeant et incluait des questions sur des informations plus sensibles telles que le chiffre d'affaires généré.

<sup>22</sup> On distinguera ci-après entre les entreprises plutôt exportatrices (chiffre d'affaires réalisé en Suisse inférieur à 50 %) et les entreprises plutôt locales (chiffre d'affaires réalisé en Suisse égal ou supérieur à 50 %).

l'économie suisse en ce qui concerne le nombre de salariés : les petites et les moyennes entreprises (PME) constituent ainsi la grande majorité des entreprises participantes.

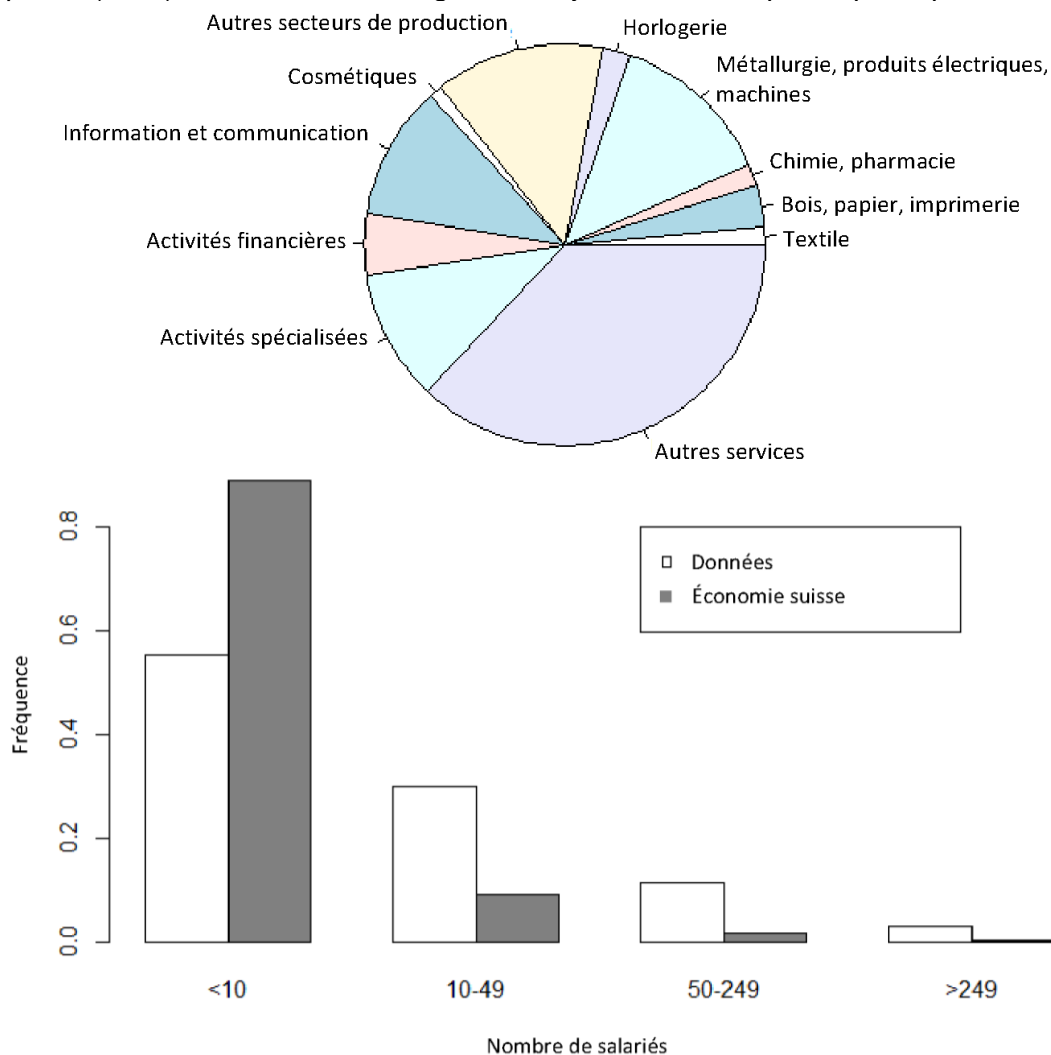


Illustration 2 : branches d'activité / nombre de salariés des entreprises participantes à l'enquête. Source : FHGR/BAK

Une comparaison détaillée de la composition de cet échantillon avec celle de l'économie suisse, établie par l'OFS<sup>23</sup>, permet de constater quelques faibles distorsions. Ainsi, les secteurs de la métallurgie et des machines y sont par exemple surreprésentés. En matière d'effectifs, il en va de même avec les grandes entreprises. L'utilisation de méthodes statistiques appropriées (analyses de régression multiple) permet toutefois de réduire autant que possible, voire de corriger complètement, ces faibles distorsions dans les échantillons.

### 5.2.2 Utilisation du « Swissness »

L'enquête conduite auprès des entreprises suggère que l'utilisation de la « marque Suisse » est relativement répandue parmi les firmes participantes. Comme présenté à l'illustration 3, plus d'une entreprise sur cinq ayant répondu au questionnaire continue d'utiliser l'indication de provenance suisse soit pour certains produits, soit pour l'image globale de l'entreprise. Seuls 5 % des entreprises interrogées ont déclaré que la nouvelle législation les avait incitées à adapter leur comportement en matière d'utilisation de l'indication de provenance suisse. Ainsi, 3,5 % d'entre elles misent désormais sur la « marque Suisse », tandis que 1,3% ont renoncé à y recourir. Si cette somme représente une augmentation globale du

<sup>23</sup> Office fédéral de la statistique OFS (2018a). Statistique structurelle des entreprises (STATENT); Office fédéral de la statistique OFS (2018b), Statistique des groupes d'entreprises STAGRE.

nombre d'utilisateurs d'environ 10 %, on n'observe qu'une légère modification de l'utilisation sur l'ensemble des firmes interrogées. L'hypothèse tirée des études de cas selon laquelle la nouvelle législation conduit à une utilisation plus fréquente de la « marque Suisse » n'a donc pu être que partiellement étayée.

Il est intéressant de noter que la moitié des entreprises qui renoncent à utiliser l'indication de la provenance suisse sur le marché affirment n'avoir jamais mené de réflexion sur une potentielle utilisation. Un tiers seulement des entreprises interrogées déclarent n'y voir aucune utilité.

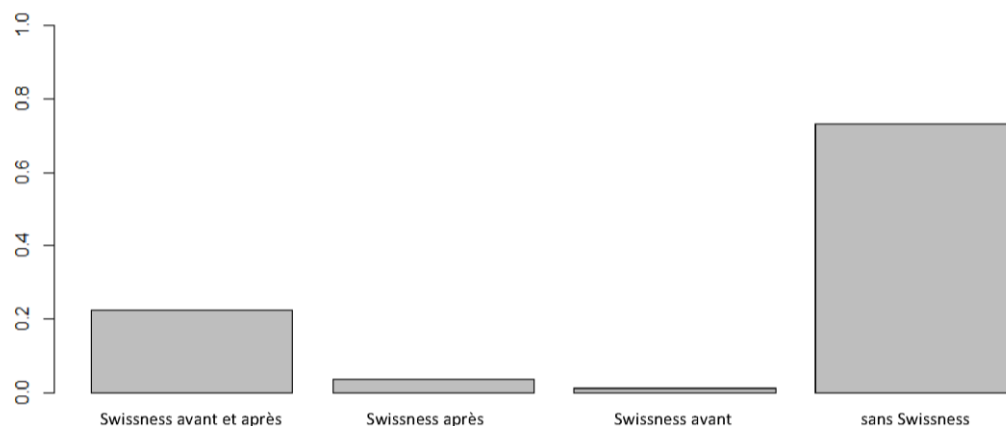


Illustration 3 : utilisation de la « marque Suisse » avant et après l'entrée en vigueur de la nouvelle législation. Source : FHGR/BAK

Les méthodes statistiques (analyses de régression linéaire multiple) permettent d'analyser simultanément l'influence de divers facteurs sur l'utilisation du « Swissness ». À cet effet, les entreprises participantes ont été réparties en plusieurs catégories sur la base des informations récoltées, comme le chiffre d'affaires, le segment de clients, la branche d'activité ou encore la vocation à l'exportation. Selon les résultats obtenus, les moyennes et les grandes entreprises semblent recourir davantage au « Swissness » que les petites entreprises présentant un chiffre d'affaires plus modeste.<sup>24</sup> En outre, les entreprises actives dans les secteurs de l'horlogerie et des cosmétiques tendent à mettre plus souvent en avant la provenance suisse de leurs produits que celles opérant dans les autres branches. Étonnamment, l'orientation sur les exportations (chiffre d'affaires réalisé en Suisse inférieur à 50 %, cf. n. b. p. 244) semble n'exercer aucune influence sur l'utilisation du « Swissness ». Les entreprises exportatrices ne se distinguent donc pas des entreprises axées sur le marché intérieur dans l'utilisation de la « marque Suisse »; des différences semblent davantage se dessiner au niveau des branches.

### 5.2.3 « Primes au Swissness »

Les résultats de l'enquête menée auprès des entreprises viennent confirmer les primes de prix et le chiffre d'affaires supplémentaire induits par les produits arborant une indication de

<sup>24</sup> « Grande entreprise » : chiffre d'affaires supérieur à 20 millions de francs; « moyenne entreprise » : chiffre d'affaires compris entre 1 et 20 millions de francs; « petite entreprise » : chiffre d'affaires inférieur à 1 million de francs.

provenance suisse.<sup>25</sup>

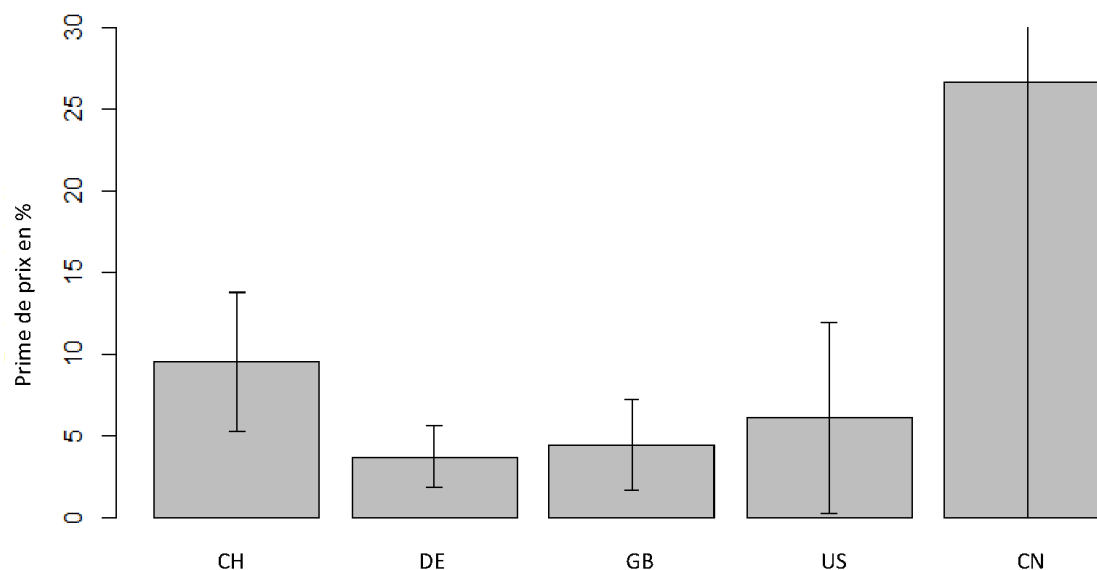


Illustration 4 montre l'évaluation moyenne de la prime de prix atteinte en Suisse et à l'étranger. Sur le marché suisse, elle représente en moyenne 9,5 % du prix, tandis qu'elle se chiffre à 3,7 % sur le marché allemand et à 4,4 % sur le marché britannique. C'est en Chine que la plus-value semble être la plus importante (26,7 %), bien que cette indication doive être considérée avec prudence en raison de la faiblesse du nombre de cas.

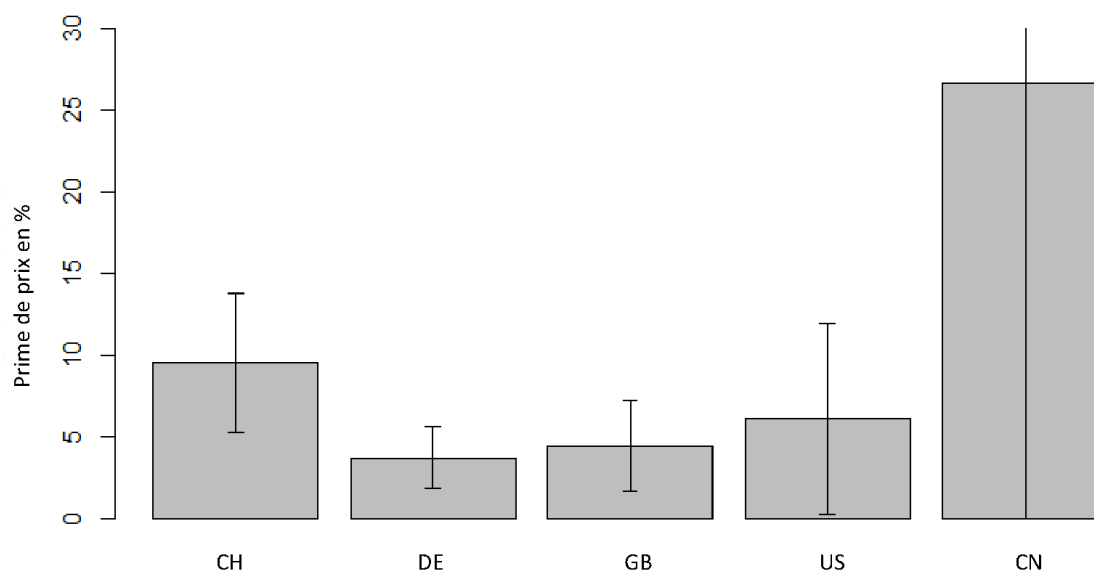


Illustration 4 : prime de prix induite par le « Swissness » (les antennes représentent des intervalles de confiance de 95 %<sup>26</sup>). Source : FHGR/BAK

S'agissant du chiffre d'affaires supplémentaire, les entreprises interrogées parviennent à des estimations similaires. Elles supposent par ailleurs que les effets du « Swissness » se font davantage sentir en Suisse qu'à l'étranger. Ainsi, le chiffre d'affaires supplémentaire généré

<sup>25</sup> Sur les quelque 200 entreprises qui recourent à l'indication de provenance suisse, près de la moitié ont répondu à cette question en se basant sur le marché suisse.

<sup>26</sup> L'intervalle de confiance (IC) indique la fiabilité d'une valeur calculée sur la base d'un échantillon, p. ex. la valeur moyenne. Si l'IC inclut zéro, on suppose que la valeur indiquée n'est pas statistiquement différente de zéro. L'IC à 95 % permet ainsi une marge d'erreur de 5 %.

par l'utilisation d'une indication de provenance suisse se chiffre en moyenne à 8,9 % en Suisse, contre 6,3 % à l'étranger.<sup>27</sup>

Les plus-values obtenues en Suisse grâce au « Swissness » sont ainsi relativement indépendantes du chiffre d'affaires, de la branche d'activité ou de la vocation à l'exportation.<sup>28</sup> Les analyses de régression montrent une nouvelle fois que les facteurs évoqués ne peuvent que partiellement expliquer le montant des plus-values.<sup>29</sup> En effet, ce sont principalement les moyennes entreprises actives sur le marché national ainsi que les entreprises opérant dans les secteurs de l'horlogerie et des cosmétiques en Suisse qui bénéficient de primes de prix plus élevées. On peut dès lors supposer que le niveau de la « prime au Swissness » est avant tout lié aux spécificités de chaque entreprise.

#### **5.2.4 Effet présumé de la législation « Swissness » sur les plus-values**

Afin de mesurer l'impact de la législation « Swissness » sur les plus-values, les entreprises ont dû évaluer la valeur approximative des celles-ci sans tenir compte de la nouvelle législation. La différence avec les plus-values effectives mentionnées au chapitre 5.2.3 peut être considérée comme l'effet présumé de la révision. S'agissant des plus-values générées en Suisse, cet effet se chiffre à 2,2°% points de pourcentage. Sans la nouvelle législation, la prime de prix moyenne se monterait à 7,3 % au lieu de 9,5 %, soit à près d'un quart de moins qu'à l'heure actuelle. En ce qui concerne le chiffre d'affaires supplémentaire, les entreprises font également état d'un impact positif en Suisse, avec une hausse d'environ 1,4 %. Sans la nouvelle législation, le chiffre d'affaires supplémentaire généré serait donc également inférieur de près d'un quart. Du fait du manque de données, il n'est pas possible de tirer des conclusions fiables quant à l'effet de la législation à l'étranger.

Ces résultats viennent soutenir l'impression issue des études de cas selon laquelle la nouvelle législation a contribué à maintenir la valeur de la « marque Suisse ». Dans le cadre de l'interprétation des résultats de l'enquête, il convient toutefois d'analyser l'évolution des plus-values avec la prudence requise. En effet, les entreprises ont dû estimer la prime de prix et le chiffre d'affaires supplémentaires induits pour un cas fictif en faisant abstraction de la nouvelle législation. Les réponses des entreprises fournissent cependant la preuve de la contribution apportée par la nouvelle législation.

#### **5.2.5 Coûts de la législation « Swissness »**

La majorité des entreprises interrogées n'ont procédé à aucun ajustement de leurs chaînes de création de valeur à la suite de l'entrée en vigueur de la législation et ne prévoient pas non plus de le faire à l'avenir. Certaines font toutefois figure d'exceptions : elles ont en effet délocalisé un volume considérable de certaines parties de la chaîne de création de valeur soit en Suisse, soit à l'étranger. Cette répartition hétérogène se reflète dans les coûts déclarés. Bien que les coûts uniques de mise en conformité, ou de conversion, s'élèvent à quelque 200 000 francs, la médiane (autrement dit, les coûts supportés par les entreprises ayant répondu à cette question sont inférieurs à cette valeur pour la moitié d'entre elles et supérieurs à cette valeur pour l'autre moitié) se situe en dessous de 10 000 francs.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Dans les deux cas, la valeur zéro se situe en dehors de l'IC à 95 %, c.-à-d. que les valeurs affichent une tendance clairement positive.

<sup>28</sup> En raison du faible nombre de cas disponibles, l'influence exercée par les différents facteurs sur la plus-value réalisée à l'étranger n'est pas analysée.

<sup>29</sup> Deux exceptions peuvent être observées à cet égard. Il semblerait ainsi que les entreprises actives sur le marché suisse ainsi que celles opérant dans les secteurs de l'horlogerie et des cosmétiques bénéficient d'une prime de prix supérieure à la moyenne. Cela ne s'applique toutefois pas au chiffre d'affaires.

<sup>30</sup> La valeur moyenne réagit de manière relativement sensible aux valeurs statistiques aberrantes. Dans le présent cas, p. ex., la valeur élevée des coûts uniques de mise en conformité résulte du fait que certaines entreprises isolées ont fait état de coûts particulièrement élevés.

S'agissant des coûts récurrents, la valeur moyenne se chiffre à environ 100 000 francs, et la médiane est ici aussi inférieure à 10 000 francs.

Dans l'ensemble, les conclusions des études de cas selon lesquelles la législation « Swissness » engendre de faibles coûts de mise en conformité et n'exerce pas d'influence déterminante sur les chaînes de création de valeur des entreprises suisses peuvent être confirmées. Si la grande majorité des entreprises n'ont effectué aucun ajustement, quelques firmes isolées ont procédé à des délocalisations notables de leurs chaînes de création de valeur.

### **5.2.6 Évaluation de la législation « Swissness »**

La grande majorité des entreprises qui ont évalué la complexité de la législation la trouvent moindre, ou du moins inchangée, à l'issue de la révision. Cette appréciation est en accord avec le constat tiré des études de cas selon lequel la nouvelle réglementation aboutit à des règles plus claires pour les entreprises en ce qui concerne l'utilisation de la « marque Suisse ».

Les entreprises interrogées évaluent de manière variable le respect de la législation dans le domaine d'activité qui les concerne, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger; aucune tendance claire ne peut ainsi être observée. En Suisse, de nombreuses firmes estiment cependant que la nouvelle législation permet de renforcer le respect des règles en matière de « Swissness ». Dans l'ensemble, les indices semblent donc confirmer les avis exprimés dans les études de cas, à savoir que la législation « Swissness » améliore la protection de la « marque Suisse », au moins sur le plan national. Les entreprises n'ont en revanche pu constater aucune amélioration dans l'application de la législation à l'étranger, ce qui n'est pas surprenant compte tenu du principe de territorialité.

Les entreprises contactées ont par ailleurs évalué la réglementation « Swissness » du point de vue du rapport coûts-bénéfice. Contrairement à l'hypothèse selon laquelle les entreprises suisses considèrent le bénéfice engendré par la nouvelle loi supérieur aux coûts engagés, la grande majorité a un avis neutre sur la révision. Cette appréciation pourrait être liée au moment auquel l'enquête a été réalisée. En effet, l'entrée en vigueur de la législation « Swissness » en 2017 a occasionné, pour les entreprises, des coûts d'ajustement qui sont devenus caducs les années suivantes. L'enquête menée en 2019 s'étant intéressée à la situation des années 2017 et 2018, il est raisonnable de supposer que les coûts uniques encourus excédaient les plus-values obtenues durant la période considérée. À long terme, les calculs effectués sur la base de l'enquête mettent en évidence les effets positifs de la réglementation (cf. chapitre 7).

### **5.3 Enquête auprès des consommateurs**

L'enquête sur la demande visait à évaluer dans quelle mesure les primes de prix indiquées par les entreprises pour les produits arborant la « marque Suisse » sont en accord avec la disposition des consommateurs à payer. Afin d'obtenir des données aussi fiables que possible sur la disposition des consommateurs à payer, on a recouru à une méthode dite « compatible avec des incitations », qui consiste à mettre aux enchères des produits de consommation auprès des participants. En comparaison avec d'autres méthodes, cette démarche présente l'avantage que la valeur monétaire de la « marque Suisse » est dérivée de la disposition concrète des consommateurs à payer. Il en résulte des estimations généralement plus prudentes que dans les enquêtes précédentes sur le sujet.

À cette occasion, les consommateurs en Suisse, en Allemagne, en Grande-Bretagne, aux États-Unis et en Chine se sont vu proposer 16 produits. Huit d'entre eux arboraient la « marque Suisse », les huit autres non. La plus-value liée à la provenance suisse correspond à la différence relative entre la valorisation d'un produit arborant la « marque Suisse » et



celle d'un produit identique sans indication de provenance suisse. L'illustration 5 résume les primes de prix générées par le « Swissness ». À une exception près, la plus-value liée à la provenance suisse se situe entre 2,7 % (sacoche pour ordinateur portable) et 17,5 % (montres). Il convient ici de noter que les produits faisant référence aux caractéristiques « montagnes » et « précision » bénéficient d'une « prime au Swissness » supérieure à la moyenne.

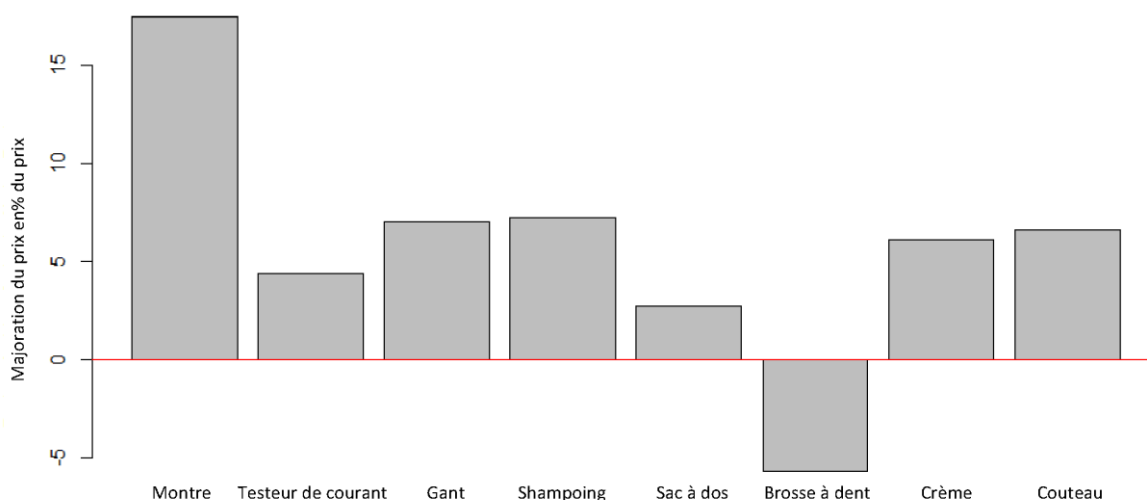


Illustration 5 : « prime au Swissness » sur l'ensemble des pays analysés. Source : FHGR/BAK

Les résultats de l'enquête réalisée auprès des consommateurs viennent largement corroborer les résultats de l'enquête menée auprès des entreprises. Les plus-values générées en Suisse sont ainsi similaires pour les deux études. En outre, les résultats de l'enquête consommateurs suggèrent également, à l'instar de l'enquête réalisée auprès des entreprises, que les plus-values varient en fonction de la situation géographique. Ce sont les consommateurs suisses qui seraient disposés à payer le plus pour l'indication de provenance suisse, avec une majoration de prix d'environ 15 %. Dans les pays voisins, les plus-values sont nettement moins élevées; elles s'accroissent de nouveau à mesure que l'on s'éloigne de la Suisse. La plus-value augmente lorsque le produit incarne des caractéristiques suisses telles que la « précision » ou les « montagnes ».

## 6 Évaluation du secteur agroalimentaire : résultats

L'étude relative à la législation « Swissness » dans le secteur agroalimentaire poursuivait essentiellement les mêmes objectifs que celle des secteurs de l'industrie et des services :

- Objectif 1 : collecte d'informations sur la contribution de la législation « Swissness » au maintien de la prime de prix sur les denrées alimentaires.
- Objectif 2 : estimation des coûts et du bénéfice engendrés par la législation pour le secteur agroalimentaire et les entreprises de transformation de l'industrie alimentaire.
- Objectif 3 : analyse des mécanismes d'action dans le but d'évaluer la plausibilité de l'effet des mesures prévues par la législation.

Cet objectif a pu être atteint grâce aux éléments de l'étude suivants :

- Enquête auprès des entreprises de transformation
- Études de cas pour sept catégories de produits<sup>31</sup> sélectionnés, accompagnées d'entretiens

<sup>31</sup> Jus de fruits, biscuits/viennoiseries, charcuterie, colza, blé riche en protéines, produits laitiers et vin blanc.

- Évaluation de documents

Dans le cadre de l'enquête, quelque 100 entreprises opérant dans le secteur agroalimentaire ont été contactées; la moitié y ont pris part.<sup>32</sup> Sur le fond, l'enquête menée auprès des acteurs concernés révèle que l'industrie alimentaire accorde une plus grande importance à la « marque Suisse » que les autres branches. Ainsi, quatre entreprises interrogées sur cinq considèrent le « Swissness » comme « important » ou « très important » pour la commercialisation des denrées alimentaires et mettent très souvent en avant la provenance suisse de leurs produits.<sup>33</sup> Ces entreprises reconnaissent largement le bénéfice apporté par le « Swissness » : elles estiment en effet que la « marque Suisse » renforce la préférence des consommateurs pour les produits suisses et leur disposition à payer davantage pour les acquérir.

Les autres résultats de l'enquête sur le secteur agroalimentaire coïncident généralement avec les résultats des autres branches. Ainsi, les « primes au Swissness » se situent dans une fourchette similaire, comprise entre 0 % et 5 % en Suisse et entre 6 % et 10 % à l'étranger.<sup>34</sup> S'agissant des coûts engagés en vue de se conformer à la réglementation « Swissness », les résultats des deux enquêtes concordent dans une large mesure. Si de nombreux producteurs de denrées alimentaires ont procédé à des ajustements afin de respecter les nouvelles exigences légales, les coûts consécutifs sont relativement modestes pour la majorité d'entre eux. Seules quelques entreprises isolées ont encouru des coûts d'approvisionnement et de production plus élevés. En outre, comme pour les secteurs de l'industrie et des services, l'introduction de la nouvelle législation n'a eu qu'un faible impact sur l'utilisation de la « marque Suisse ». En effet, comme mentionné précédemment, l'indication de provenance suisse est déjà largement utilisée dans le secteur agroalimentaire.

D'une façon générale, les entreprises participantes soutiennent le principe de la protection de la « marque Suisse ». Elles se montrent toutefois plus sceptiques face à la mise en œuvre de la législation « Swissness » et la considèrent comme partiellement « nuisible ». Les entreprises et les associations du secteur agroalimentaire interrogées dans le cadre des études de cas déplorent l'importance trop importante accordée aux matières premières et estiment que d'autres aspects tels que la création de valeur, les emplois, l'innovation et le développement ne sont pas suffisamment pris en considération. Elles critiquent en outre le fait que les dispositions d'application de l'ordonnance sur l'utilisation des indications de provenance suisse pour les denrées alimentaires (OIPSD) sont trop détaillées et trop compliquées.

La charge de travail qui en découle (p. ex. le calcul de la part des matières premières) est en conséquence lourde. Les entreprises reconnaissent néanmoins que la provenance des matières premières constitue, pour les consommateurs, un critère déterminant lors de l'achat. Certaines d'entre elles considèrent également le manque d'efficacité de la législation à l'étranger comme une faiblesse du système de protection.

## 7 Conséquences économiques de la législation « Swissness »

L'analyse économique visait à traduire en chiffres l'importance du « Swissness » et de la législation correspondante. D'une part, elle s'est concentrée sur la valeur agrégée du

---

<sup>32</sup> Les entreprises participantes emploient quelque 30 000 salariés et réalisent un chiffre d'affaires d'environ 18 milliards de francs par année, ce qui correspond à plus d'un tiers du chiffre d'affaires total de l'industrie alimentaire (y compris fabrication de produits du tabac), qui se chiffre à 46 milliards de francs (OFS, statistique de la production et de la valeur ajoutée).

<sup>33</sup> Selon l'enquête réalisée auprès de l'ensemble des branches d'activité recourant à la « marque Suisse » (cf. chapitre 5.2.2), environ une entreprise sur cinq recourt au « Swissness » et réalise de ce fait une plus-value.

<sup>34</sup> Cf. Feige, S., Rieder, S. (2020). Evaluation der Swissness im Lebensmittelbereich. htp St. Gallen und Interface, p. 23 (en allemand uniquement).

« Swissness » pour les entreprises directement concernées. Cette valeur correspond au chiffre d'affaires supplémentaire généré par l'ensemble des entreprises grâce à l'argument de vente que constitue la suissitude.

D'autre part, elle avait pour objectif d'évaluer l'ensemble des effets macroéconomiques, y compris les effets indirects. Ceux-ci surviennent, entre autres, lorsque la demande accrue (consécutives à la loi) en intrants d'origine nationale crée une valeur ajoutée supplémentaire. Les résultats des enquêtes conduites auprès des entreprises constituent la base de cette évaluation.

Les analyses correspondantes reposent sur l'extrapolation des données récoltées à l'économie dans son ensemble. Le calcul des effets sur l'ensemble de l'économie se fonde également sur des modèles de simulation statistique. L'illustration 6 représente la méthodologie de façon schématique.

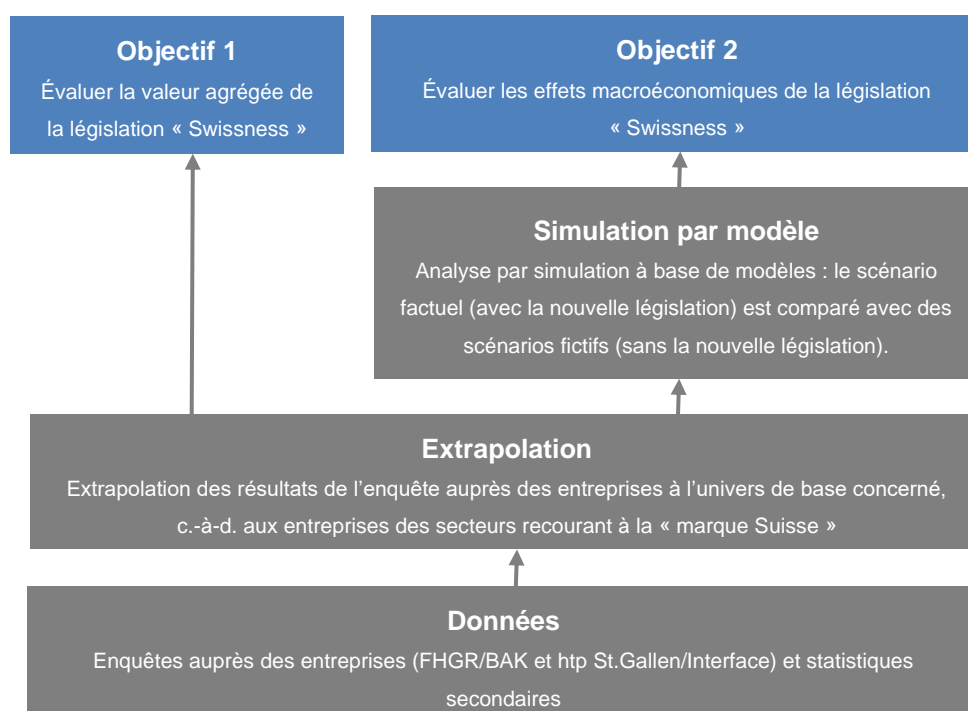


Illustration 6 : objectifs et méthodologie de l'analyse économique. Source : FHGR/BAK

## 7.1 Valeur agrégée de la législation « Swissness »

Afin d'évaluer la valeur agrégée de la législation « Swissness », il convient en premier lieu de déterminer l'importance de la « marque Suisse » en tant que telle. À cette fin, les plus-values identifiées par les enquêtes menées dans les secteurs de l'industrie et des services, d'une part, et le secteur agroalimentaire, de l'autre, ont été extrapolées à l'ensemble de l'économie suisse. Le chiffre d'affaires annuel supplémentaire engendré par la « marque Suisse » correspond ainsi à environ 7,7 milliards de francs.<sup>35</sup>

Sans la législation « Swissness », ce chiffre d'affaires aurait été inférieur de 0,92 milliard de francs en 2017 et de 1,74 milliard de francs en 2018.<sup>36</sup> Le respect de la législation a

<sup>35</sup> Les participants ont dû estimer le niveau de la prime de prix (majoration de prix) moyenne au moment de la réalisation de l'enquête en 2019. Voir à ce sujet l'annexe au rapport FHGR/BAK.

<sup>36</sup> Les résultats se basent sur une érosion du chiffre d'affaires supplémentaire de 12 % par an dans le cas où les règles du « Swissness » n'auraient pas été révisées. Il s'agit du résultat de l'extrapolation pondérée de l'enquête faite auprès des entreprises à l'ensemble de l'économie.

néanmoins un coût : les coûts supplémentaires engendrés par la législation extrapolés à l'ensemble de l'économie se chiffrent ainsi à 0,99 milliard de francs pour les dépenses uniques et à 0,86 milliard de francs pour les frais récurrents.

La différence entre le chiffre d'affaires supplémentaire réalisé et les coûts additionnels engagés représente la valeur agrégée de la législation « Swissness » pour les entreprises directement concernées, comme le montre Tableau 2. En 2017, c'est-à-dire l'année d'introduction de la nouvelle législation, ce « chiffre d'affaires supplémentaire net » était négatif (-0,93 milliard de francs). Suite à la disparition des coûts uniques de mise en conformité les années suivantes, le chiffre d'affaires supplémentaire a atteint des valeurs positives dès 2018. La valeur agrégée de la législation « Swissness » après l'année de conversion se montait ainsi à 0,88 milliard de francs, ce qui compensait presque complètement les pertes après un an déjà.

Mia. CHF	2017	2018
Chiffre d'affaires supplémentaire avec la nouvelle législation	7,70	7,70
- Chiffre d'affaires supplémentaire sans la nouvelle législation	6,78	5,96
- Coûts uniques dus à la nouvelle législation	0,99	0,00
- Coûts récurrents dus à la nouvelle législation	0,86	0,86
= Chiffre d'affaires net supplémentaire avec la nouvelle législation	-0,93	0,88

Tableau 2 : valeur agrégée de la législation « Swissness ». Source : FHGR/BAK

## 7.2 Impact de la législation « Swissness » sur l'économie dans son ensemble

Pour l'analyse macroéconomique des effets de la législation « Swissness », diverses hypothèses ont été formulées concernant l'évolution future des primes de prix calculées empiriquement. Trois scénarios ont été définis pour les simulations par modèles. Ils diffèrent au point de vue de l'érosion de la « prime au Swissness » sans législation efficace par rapport au scénario de base fondé sur une législation efficace.<sup>37</sup>

Illustration 7 résume les principaux résultats des différentes simulations par modèles sur la base de la situation actuelle avec la législation « Swissness » par rapport aux scénarios sans législation « Swissness ». Ils montrent que les effets de la législation sur l'économie dans son ensemble sont modérément positifs. En termes de produit intérieur brut (PIB), c'est-à-dire indépendamment des variations du niveau des prix, on obtient une limite inférieure du bénéfice macroéconomique net de 0,2 point de pourcentage du PIB et une limite supérieure de 1,1 point de pourcentage du PIB dans l'équilibre à long terme du modèle de simulation. Sur la base des prix de 2018, cela correspond à un bénéfice macroéconomique net compris entre environ 1,4 milliard (163 francs par personne) et 7,3 milliards de francs (855 francs par personne).

<sup>37</sup> Le scénario 1 suppose un recul ponctuel de la plus-value suivi d'une stabilisation, tandis que le scénario 2 présume un effet de dilution constant. Le scénario 3 prévoit, quant à lui, une érosion complète de la plus-value pour la période de simulation.

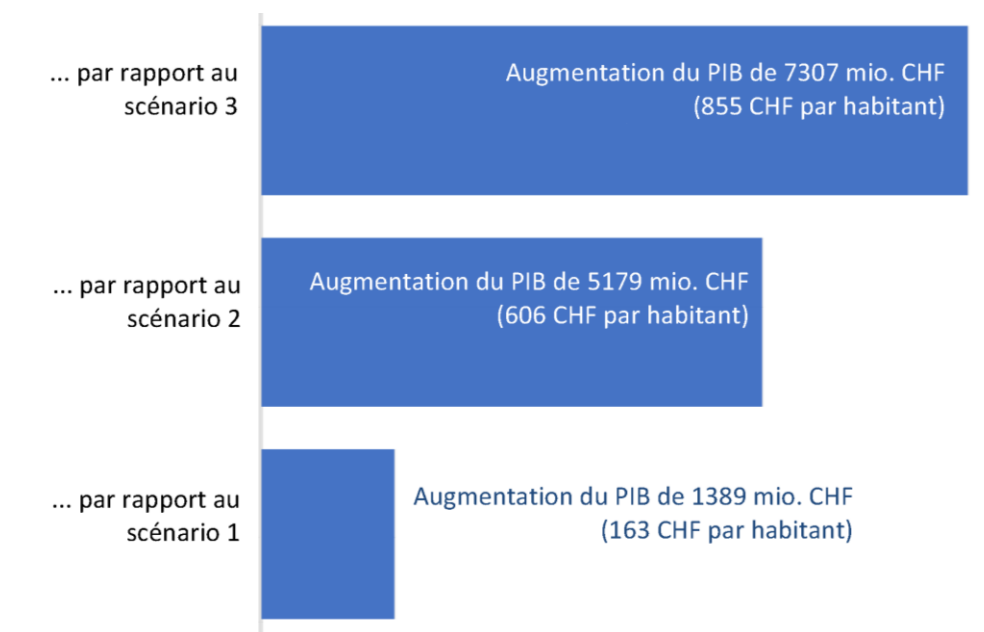


Illustration 7 : bénéfice macroéconomique net (différence de PIB / différence de PIB par personne) de la législation « Swissness » aux prix de 2018. Source : FHGR/BAK

## 8 Étude approfondie sur l'application de la législation

Les mandataires de Swiss Brand Experts ont mené des entretiens détaillés dans le cadre de l'étude approfondie. À cette occasion, des représentants d'entreprises, d'associations économiques et d'associations de protection des consommateurs ainsi que des conseils juridiques et des experts universitaires se sont exprimés. Dans l'optique d'analyser l'état des connaissances des entreprises sur l'application de la législation ainsi que les activités qu'elles mènent à cet égard et les motifs sous-jacents, une enquête a en outre été mise sur pied.

Pour ce faire, les auteurs ont demandé aux acteurs concernés de fournir une évaluation intermédiaire des nouveaux mécanismes dans ce domaine. Contrairement à l'étude réalisée par FHGR/BAK, le classement quantitatif ne constituait pas un objectif primaire, car les deux études ne portaient pas sur le même sujet. Il s'agissait surtout d'obtenir une appréciation de la part des parties prenantes familiarisées avec les défis des entreprises et branches particulièrement touchées. À cet égard, les résultats ne présentent pas simplement les avis tels quels, mais les pondèrent et les classent en fonction des informations disponibles. Les résultats de l'étude montrent surtout qu'en matière d'application de la législation « Swissness », il y a lieu de différencier entre la situation à l'étranger et la situation en Suisse.

Globalement, les parties prenantes ont rapporté une baisse des utilisations abusives de la « marque Suisse » au niveau national. Il est intéressant de noter qu'elles attribuent cette réduction à une sensibilisation accrue, et donc à un plus grand respect des règles de la part des entreprises. De plus, il est réjouissant de constater qu'aucune intervention notable de l'IPI n'a été nécessaire pour lutter contre les abus. De nombreux acteurs impliqués dans l'application de la législation considèrent du reste l'IPI comme un partenaire compétent et fiable, et non comme une sorte de police du « Swissness ». Son approche à la fois active et conciliante est par conséquent appréciée.

La situation à l'étranger paraît plus compliquée. Si on peut ici aussi noter une sensibilisation accrue chez de nombreuses entreprises suisses et certaines autorités étrangères, ce n'est pas forcément le cas des concurrents étrangers. Dans le cas des autorités chinoises, notamment, cette sensibilisation au niveau institutionnel a apporté des effets concrets. De

plus, certaines branches et entreprises seraient également impliquées dans la lutte contre les utilisations abusives d'indications de provenance suisses. Les auteurs de l'étude partent toutefois du principe que le nombre d'abus constatés à l'étranger ne représente qu'une partie du chiffre réel. D'une part, la grande majorité des entreprises suisses n'entreprennent pour ainsi dire toujours rien pour lutter contre les abus à l'étranger; d'autre part, il n'existe presque aucune veille menée à large échelle. Même lorsque les abus sont en partie poursuivis, leur nombre réel est probablement sous-évalué. Les acteurs interrogés expliquent cette relative passivité de l'économie suisse par les raisons suivantes : premièrement, les entreprises connaissent encore mal les instruments d'application de la législation à l'étranger, contrairement aux instruments appliqués en Suisse. Il serait donc nécessaire de recourir à des expertises juridiques coûteuses auprès de cabinets d'avocats externes. Pour beaucoup d'entreprises, l'application de la législation à l'étranger est par conséquent tout simplement trop chère. Il en va de même pour de nombreuses associations de branche qui, à quelques exceptions près, disposent d'un budget limité pour la lutte contre les utilisations abusives.

Deuxièmement, les entreprises entreprennent principalement des démarches lorsqu'une utilisation trompeuse d'une indication de provenance est reliée à un cas de piraterie de produit ou de contrefaçon de marque. Tous les cas où une entreprise ne se sent pas directement attaquée passent en revanche entre les mailles du filet, à moins que ces lacunes ne soient comblées par une association de branche ou par l'IPI. Troisièmement, la structure d'affiliation hétérogène de nombreuses associations de branche jouerait également un rôle.

Les parties prenantes interrogées soulignent par conséquent d'autant plus l'importance du rôle de l'IPI dans l'application de la législation à l'étranger. Depuis quelques années, celui-ci surveille les registres des marques étrangers et fait opposition à l'enregistrement d'une marque lorsque l'indication de provenance suisse fait l'objet d'une utilisation abusive. Les acteurs considèrent donc l'IPI comme la principale force motrice s'agissant du renforcement de l'application du « Swissness »; son engagement est largement reconnu et apprécié. Pour lutter efficacement contre les abus à l'étranger, les acteurs interrogés préconisent un meilleur échange d'informations et une lutte coordonnée contre les fraudeurs.

## 9 Recommandations d'action

Les trois études ont abouti à différentes recommandations d'action dans les domaines que chacune d'entre elles couvrait.

### 9.1 Recommandations des auteurs de l'étude

#### 9.1.1 Biens industriels et secteur des services

L'analyse des biens industriels et des services parvient à la conclusion que la législation « Swissness » apporte, dans l'ensemble, des effets modérément positifs et que son maintien est par conséquent pertinent d'un point de vue entrepreneurial et économique. Une modification des règles entraînerait par ailleurs de nouveaux coûts de conversion pour les entreprises. Leur *première recommandation* est donc de *ne pas modifier, pour le moment, les critères du « Swissness » pour les biens industriels et les services.*

Trois autres recommandations visent à améliorer l'efficacité de la réglementation :

- *Améliorer le niveau d'information en collaboration avec les branches, par exemple moyennant la mise en place d'un « bureau Swissness ».*

L'IPI devrait examiner, en étroite collaboration avec les associations de branche, la possibilité d'instaurer un « bureau Swissness » avec une forte visibilité extérieure. Les auteurs recommandent par ailleurs une collaboration avec Switzerland Global Entreprise (S-GE). Ces coopérations assureraient un accès facilité à un service de conseil

compétent et, de ce fait, une réduction de l'incertitude quant à la gestion du « Swissness ».

- *Améliorer l'application grâce à une action commune entre l'IPI et les associations.*  
Les auteurs recommandent que l'IPI et les associations concernées unissent leurs forces et élaborent conjointement une stratégie d'application nationale et internationale. L'objectif est, d'une part, de coordonner l'application et, d'autre part, de renforcer la sécurité juridique grâce à une pratique judiciaire nationale.
- *Étendre le réseau d'accords bilatéraux basés sur le principe du pays d'origine*<sup>38</sup>.  
L'IPI devrait poursuivre sa stratégie visant à renforcer la protection des indications de provenance au moyen d'accords bilatéraux, par exemple dans le cadre de futurs accords de libre-échange ou de révision de tels accords<sup>39</sup>, le but étant que le pays partenaire s'engage à appliquer le droit suisse sur son territoire lorsque des indications de provenance suisses enregistrées sont concernées.

Les auteurs recommandent en outre d'entamer un dialogue avec les autorités étrangères, ou de le développer, non seulement pour empêcher l'enregistrement de marques comportant la croix suisse ou le terme « Swiss » dans des registres étrangers, mais aussi pour s'assurer que ces autorités agissent de manière efficace contre l'utilisation illicite de la « marque Suisse » sur leurs marchés respectifs.

### 9.1.2 Secteur agroalimentaire

L'évaluation de la législation « Swissness » dans le secteur agroalimentaire a permis de formuler deux recommandations. Dans une première recommandation, les auteurs de l'étude proposent une harmonisation entre les règles de la LPM applicables aux denrées alimentaires et celles relatives aux produits industriels ainsi que l'abolition, en parallèle, de l'OIPSD. Il conviendrait en outre de répartir la disponibilité des matières premières en deux catégories, à savoir « en principe productible » ou « en principe non productible ». D'après les auteurs, cette solution devrait permettre de mieux protéger les attentes des consommateurs, réduire la charge pour toutes les parties prenantes et éviter de péjorer la situation d'une partie en particulier.

Si la solution avancée dans la première recommandation ne devait pas être adoptée, les auteurs proposent de revoir l'OIPSD. L'ordonnance devrait ainsi tenir davantage compte du fait que les matières premières ne sont pas toujours soit « disponibles » soit « non disponibles », mais que bien plus souvent, les quantités disponibles ne couvrent qu'une partie des besoins. Aux yeux des auteurs, une réglementation et des processus plus clairs ainsi qu'une notification précoce ou à plus long terme des décisions permettraient en outre d'accroître la sécurité de planification des entreprises de transformation en matière d'autorisation d'exceptions. Ils estiment également que le processus d'octroi des exceptions devrait davantage tenir compte du fait que les quantités de récoltes sont sujettes à des variations considérables. Cela devrait se refléter dans l'autorisation elle-même, dans sa date d'octroi et sa durée de validité ainsi que dans la quantité autorisée.

### 9.1.3 Application

Sur la base de l'analyse approfondie de l'application, les auteurs de l'étude correspondante recommandent de poursuivre le partenariat public-privé (PPP), planifié par l'IPI et à l'heure

<sup>38</sup> Les accords bilatéraux que la Suisse a conclus dans le domaine des indications géographiques sont régis par le principe du pays d'origine. Ce principe, contrairement au principe de territorialité, prévoit que ce n'est pas le droit du pays de protection, mais le droit du pays d'origine qui s'applique, ce qui améliore nettement l'applicabilité de la protection des indications de provenance suisses à l'étranger (voir le rapport d'analyse de la FHGR, p. 20, avec d'autres références).

<sup>39</sup> Correspond également à la motion 12.3642 « Réglementation de l'utilisation des indications de provenance géographique dans les traités internationaux », adoptée par le Parlement. La motion est consultable sous : <https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20123642>.

actuellement en phase de mise en œuvre, dans le domaine de la coordination de l'application de la législation « Swissness ». En tant que représentant du secteur public, l'IPI devrait à cet effet transmettre des compétences et fournir des informations. À l'inverse, les acteurs privés devraient être incités à traquer les abus commis dans leur propre secteur et à investir dans le développement de la « marque Suisse ». Afin d'éviter que les fraudeurs ne profitent du PPP, des rapports coûts-bénéfice concrets devraient être calculés pour que des mesures incitatives adéquates puissent être adoptées. Les auteurs soulignent également l'importance d'attirer un large éventail de membres.

## **9.2 Position du Conseil fédéral**

Compte tenu des résultats de l'analyse économique, le Conseil fédéral considère que la législation « Swissness » a globalement atteint son objectif et qu'il convient de tirer parti du potentiel d'amélioration révélé par les évaluations. Les études qualitatives font apparaître par exemple certaines faiblesses du système dans le domaine des denrées alimentaires pointées du doigt par les entreprises du secteur interrogées. Le Conseil fédéral propose par conséquent les mesures qui suivent, dont certaines sont déjà en cours de mise en œuvre.

### **9.2.1 Biens industriels et secteur des services**

Indépendamment de l'évaluation, l'IPI a fondé, en 2020, avec des représentants de l'industrie et des associations, un PPP sous la forme d'une association dans laquelle toutes les parties prenantes s'engagent en faveur d'une meilleure application de la législation. Le PPP vise à lutter durablement contre les utilisations abusives de l'indication de provenance suisse à l'étranger et au niveau national ainsi qu'à coordonner les interventions des différents membres des secteurs public et privé. Il permet en outre d'atteindre l'amélioration souhaitée du niveau d'information, les principaux groupes d'intérêts y étant représentés. Des campagnes et des événements sur le sujet seront intégrés aux activités et coordonnés avec les autres parties prenantes. Chaque année, une rencontre de réseau sera également organisée, à l'occasion de laquelle les associations et les entreprises pourront rendre compte des dernières évolutions en matière d'application de la législation « Swissness ».

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, l'IPI a aussi mis en œuvre activement la recommandation visant à développer le réseau d'accords bilatéraux. Certaines des nouvelles règles en matière de « Swissness » sont explicitement conçues de façon à faciliter les conditions pour une reconnaissance mutuelle des règles de provenance avec d'autres pays. Grâce à l'introduction de la « marque géographique », les groupements représentatifs ont en outre la possibilité d'exiger une protection pour les indications géographiques protégées à l'échelle nationale même dans les pays qui se montrent sceptiques face à la protection des indications de provenance (comme les États-Unis), et ce par l'intermédiaire d'un dépôt de marque dans lesdits pays.

Le Conseil fédéral estime que ces deux mesures sont importantes et qu'il est indispensable de poursuivre leur mise en œuvre. Il sera informé de leur réalisation par l'IPI dans un délai raisonnable.

### **9.2.2 Secteur agroalimentaire**

L'étude du secteur agroalimentaire montre que les bénéfices de la « marque Suisse » se traduisent par une « prime au Swissness » pour les produits concernés et que la protection de cette plus-value découle de l'efficacité de la législation « Swissness ». Elle parvient à la conclusion qu'aussi bien les coûts que les bénéfices sont relativement faibles. Des critiques pointent le niveau de détail et la complexité de la législation. D'après les réponses des entreprises, cela s'explique avant tout par la procédure d'octroi des exceptions au sens de l'OIPSD, qui est qualifiée de très lourde et complexe et dont le caractère peu prévisible est pointé du doigt. Il y a donc un potentiel d'amélioration en termes de simplification des



processus pour les entreprises et l'administration, cette dernière étant à l'heure actuelle responsable à la fois de l'examen et de l'octroi des exceptions, et en ce qui concerne la sécurité juridique de façon générale.

Dans l'avant-projet qu'il avait soumis pour consultation, le Conseil fédéral avait proposé une réglementation similaire pour les produits industriels et les denrées alimentaires (voir la première recommandation), avec l'utilisation de la création de valeur nationale à la place de la part de matières premières nationales. Cet avant-projet prévoyait un critère unique pour les produits industriels et les denrées alimentaires, à savoir 60 % du coût de revient. Une large partie des participants à la procédure de consultation a toutefois critiqué la proposition de se concentrer sur le coût de revient pour les denrées alimentaires et préconisé la prise en compte de la part des matières premières. Le Conseil fédéral a pris acte de cette critique et a intégré les modifications correspondantes dans le projet « Swissness » : il a ainsi créé une catégorie spécifique pour les denrées alimentaires et a proposé qu'il soit fait référence non pas au coût de revient, mais à la part de matières premières. L'industrie alimentaire avait elle aussi salué la décision de principe du Conseil fédéral de prendre comme base de calcul, pour les denrées alimentaires, non pas le coût de revient réalisé en Suisse, mais le poids des matières premières provenant de Suisse pour éviter une répercussion des éventuelles fluctuations de prix des matières premières.<sup>40</sup>

L'introduction d'une appréciation dichotomique concernant la disponibilité des matières premières proposée dans l'étude (« en principe productible » ou « en principe non productible ») est déjà prévue par la loi (art. 48b, al. 3 et 4, LPM). Étant donné que celle-ci est entrée en vigueur en 2017 seulement et qu'elle a occasionné certains coûts d'adaptation pour les entreprises, le Conseil fédéral s'oppose pour le moment à une modification législative.

La deuxième recommandation met l'accent sur une plus forte prise de responsabilité des organisations de l'industrie alimentaire, de l'agriculture et des consommateurs dans l'établissement des dispositions dérogatoires. Elle tient en outre compte du fait que les représentants de l'industrie agroalimentaire considèrent le processus de formulation des soumissions et des demandes de dérogations au Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche, en vertu des art. 8 et 9 OIPSD, comme peu favorable aux entreprises.

Au vu des résultats de l'étude et de l'expérience acquise au cours des trois ans de mise en œuvre, le Conseil fédéral est d'avis qu'une adaptation du système des exceptions fait sens, le but étant de simplifier la procédure et de l'axer davantage sur la pratique. Par ailleurs, les organisations de l'industrie alimentaire, de l'agriculture et des consommateurs sont appelées à jouer un rôle actif dans la définition de ce système des exceptions.

La base légale du régime des exceptions est inscrite à l'art. 48b, al. 4, LPM, qui offre au Conseil fédéral la possibilité de fixer les modalités de prise en considération des matières premières. Les art. 8 et 9 OIPSD déjà évoqués s'appuient sur cette compétence du Conseil fédéral.

L'adaptation du système des exceptions par le Conseil fédéral et la mise en œuvre par les acteurs concernés doit se faire dans le respect du cadre juridique fixé à l'art. 48b LPM. Les matières premières pouvant être exclues du calcul sont des produits naturels non transformés ou peu transformés. Les composants d'une denrée alimentaire constitués de plusieurs produits naturels ne sont pas des matières premières au sens de l'art. 48b LPM. Même si le système des exceptions était adapté, il ne serait pas possible de prévoir des dérogations pour les composants de denrées alimentaires constitués de produits naturels.

---

<sup>40</sup> Voir le communiqué de presse de la Fédération des industries alimentaires suisses (fiat) du 25 mars 2009.

Seules les exceptions en faveur des composants de denrées alimentaires constitués de produits naturels accordées par le DEFR en vertu du droit transitoire lors de l'entrée en vigueur de la législation « Swissness » au 1er janvier 2017<sup>41</sup> doivent continuer de s'appliquer aussi longtemps que nécessaire. Le système révisé doit renforcer la transparence pour les milieux intéressés (agriculture, industrie, consommateurs, etc.) et simplifier les procédures administratives pour les différents acteurs. Les services fédéraux concernés sont chargés d'examiner une adaptation du système des exceptions répondant à ces exigences et d'élaborer d'ici à la fin 2022 au plus tard une proposition de suivi.

### **9.2.3 Application**

Comme évoqué au chapitre 9.2.1 consacré à la recommandation tirée de l'étude sur les biens industriels et les services, l'IPI œuvre déjà à l'élaboration d'un PPP avec des partenaires issus de différents secteurs. L'objectif est d'unir les forces en vue de faire respecter le « Swissness » à l'étranger en particulier et de pouvoir utiliser ainsi les moyens à disposition de façon plus efficace. Dans ce contexte, l'avantage compétitif que l'utilisation exclusive du « Swissness » offre aux entreprises suisses dans le monde devrait être renforcé. Tel que mentionné précédemment, le Conseil fédéral considère que ces mesures sont importantes et doivent absolument être maintenues.

---

<sup>41</sup> Poudre pour glace Beurre (pour utilisation dans la biscuiterie); Poudre pour glace Graisse végétale (pour utilisation dans la biscuiterie); Gaufres industrielles pour les cornets de glace; Poudre caramélisée (pour utilisation dans le chocolat); Flocons croquants (pour utilisation dans des produits à base de chocolat); Copeaux d'amandes caramélisées, finement coupés (pour utilisation dans des produits à base de chocolat)