

Le label «Suisse»

Le chocolat suisse est-il menacé?

▷ Depuis 2006, le label «Suisse» fait l'objet d'un débat animé, d'un intense lobbying et polarise les points de vue. Beaucoup voient l'image de la Suisse menacée à l'étranger, et certains consommateurs indigènes ont de moins en moins confiance dans l'appellation «qualité suisse». Sollicités à plusieurs reprises, les milieux politiques ont à nouveau relancé le débat sur le projet «Swissness» au Conseil des Etats au cours de la session d'automne 2012 – à vrai dire sans avancées marquantes. Les décisions ont été reportées à la session d'hiver. De quoi s'agit-il, en fait? Voici les éléments de ce dossier:

N'importe quel enfant le sait: il ne pousse pas de cacao en Suisse et pourtant, le chocolat suisse est mondialement réputé. Au mois de janvier 2011, j'ai rendu visite à mon amie Madhu en Inde. Elle m'avait prié de lui apporter du chocolat suisse pour elle et son fils âgé de douze ans. Voyager à travers l'Inde en pleine chaleur avec du chocolat n'est pas une entreprise aisée, mais la «Suissitude» motive. Or, quelle ne fut pas ma surprise de découvrir, dans le supermarché du village où habite mon amie, une barre de Toblerone en emballage original dûment réfrigéré. «Madhu, pourquoi apporter du chocolat de Suisse en lui faisant parcourir un long périple et en l'exposant aux aléas du climat tropical? Il a fondu avant même d'être arrivé alors qu'ici, au coin de la rue, je trouve ce même chocolat bien au frais?» «Non» répliqua-t-elle, «je ne donne pas à mon enfant du chocolat de contrefaçon». Elle me dit avoir lu que le chocolat suisse vendu en Inde était fabriqué en Chine et pouvait contenir des substances toxiques. Elle ne voulait donc que des produits suisses originaux. La défiance est profondément ancrée, raison pour laquelle le compagnon de Madhu, qui voyage beaucoup pour son travail, ne recule devant aucune dépense et ne manque jamais, lorsqu'il fait escale à Genève ou à Zurich, de faire un saut à la Migros pour rapporter à sa famille du vrai muesli suisse et du vrai chocolat suisse. En ce qui me concerne, il va maintenant de soi qu'à

ma prochaine visite, j'apporterai de nouveau à Madhu du vrai Toblerone de Berne. Mais en fait, jusqu'à quel point le muesli ou, par exemple, le Toblerone «suisse» sont-ils suisses? Si l'on examine attentivement ce dernier, on constate qu'il est fabriqué par Kraft Foods, un groupe alimentaire américain établi à Bern-Brünnen. Le cacao et le beurre de cacao sont importés de Côte d'Ivoire, du Ghana et du Brésil. Le lait en poudre et le sucre viennent de Suisse. Le nougat au miel et amandes, quant à lui, est fabriqué à partir de produits mexicains et californiens.

Ainsi donc, même dans un symbole aussi typiquement suisse que le Toblerone, produit à Berne depuis 1903, les choses ne sont pas aussi claires qu'il n'y paraît au premier abord.

C'est la jungle

Les avantages du «label suisse» et la confiance que les consommateurs lui portent incitent certaines entreprises suisses et étrangères à en abuser. D'autant plus que, comme le montrent plusieurs études, les consommateurs, notamment à l'étranger, sont prêts à payer jusqu'à 20 % plus cher pour un produit affichant une origine suisse. Alors qu'en 2006, lorsque les postulats Hutter (UDC) et Fetz (PS) visant à revaloriser et protéger le label «Suisse» ont été déposés, on ne comptait que quelques dizaines de cas d'abus, ce chiffre a atteint plusieurs centaines en 2012 comme le précise à notre demande l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle.

Chaque semaine viennent s'ajouter de nouveaux produits arborant de façon illicite mais tolérable le label suisse. Avant que le législateur ne vienne faire le ménage dans ce domaine, tous les fabricants se hâtent de prendre le train en marche pendant qu'il en est encore temps. Ils auraient bien tort de s'en priver: ils ne s'exposent à aucune sanction légale. Les autorités exécutives cantonales attendent les décisions politiques avant d'agir. Et les milieux politiques, empêtrés



dans les conflits d'intérêts, ont de la peine à élaborer des solutions. C'est ainsi que les produits frappés de la croix suisse se multiplient et ce label est en pleine dévaluation.

Le grand débat

De gauche à droite, tout l'éventail des partis représentés aux Chambres manifestent un grand intérêt pour la protection du label «Suisse» et sa commercialisation. A preuve, les deux premiers postulats sont issus du camp de l'UDC et des rangs du PS. Le Conseil fédéral y a réagi en 2007 en soumettant au Parlement un projet de loi: pour qu'un produit puisse bénéficier de l'appellation d'origine «Suisse», 60 % des frais de fabrication doivent être engagés en Suisse. Pourtant, dès le début de la procédure de consultation, on a assisté à une levée de boucliers de la part de l'industrie alimentaire, des agriculteurs et des associations de protection des consommateurs: «Pas question que cette règle s'applique aux denrées alimentaires!». Selon ces deux derniers groupes, les clients en Suisse et à l'étranger n'attendent pas qu'un savoir faire

suisse, mais aussi une origine suisse, quand il s'agit d'aliments.

La Fial avait donc proposé, en consultation, que l'on remplace le critère des frais de fabrication par celui du pourcentage de matières premières suisses dans les produits, motivant sa demande en invoquant le fait qu'une telle solution, qui s'appuierait sur la recette de fabrication, permettrait de déterminer le caractère suisse d'un produit de façon plus fiable et surtout plus constante. Fort des réponses issues de la procédure de consultation, le Conseil fédéral remit alors l'ouvrage sur le métier, y ajoutant un «Article 48b» étendu concernant spécifiquement les denrées alimentaires (voir l'encadré de la page 6). Le Conseil fédéral a ainsi voulu préciser qu'à l'avenir, les denrées alimentaires devaient être constituées pour 80 % de leur poids au moins de matières premières d'origine suisse pour être qualifiées de produit suisse. Par ailleurs, l'essentiel du processus de fabrication devait se dérouler en Suisse (p.ex. la transformation du lait en fromage). Mais ce qui est beaucoup plus important que l'exigence des 80 %, c'est la

Qui mérite le «passeport suisse»?

Comment définir un produit suisse? Quel est le critère: l'origine, le lieu de production ou le savoir-faire? Voici la proposition du Conseil fédéral:

1 L'origine d'un produit naturel transformé correspond au lieu d'où proviennent 80 pour cent au moins du poids des matières premières qui le composent.

Cela paraît simple et logique, mais de nombreux producteurs de denrées alimentaires lèvent les bras au ciel: «Où allons-nous? Le chocolat suisse, les leckerlis bâlois, la viande des Grisons, etc., tous ces produits et bien d'autres ne pourront plus arborer fièrement la croix suisse!» C'est là qu'interviennent les alinéas 2 à 4:

2 Sont exclus du calcul de l'alinéa 1:

a. Les produits naturels qui, en raison de particularités naturelles, ne peuvent être fabriqués au lieu d'origine.

Cela signifie que ne sont pas concernés par la règle des 80 % les produits naturels qui n'existent pas en Suisse (p. ex. le cacao et le café, mais aussi les mangues, l'ananas, l'avocat, les amandes, etc.). Le chocolat suisse n'a donc jamais été menacé.

b. Les produits naturels qui ne sont temporairement plus disponibles en quantité suffisante au lieu d'origine.

Cela permet d'exclure du calcul d'autres produits naturels. Exemple: une année, les intempéries ont ravagé les fleurs des cerisiers, anéantissant de ce fait la récolte des cerises, ce qui priverait les consommateurs amateurs de yoghourt à la cerise. Pour justifier de telles exceptions, des rapports officiels doivent être produits, comme par exemple les bulletins météo de la période concernée.

3 Sont également exclues du calcul de l'alinéa 1 les matières premières qui, selon un décret au sens de l'article 50 alinéa 2 ne sont pas disponibles en quantité suffisante au lieu d'origine pour des raisons objectives.

Cette disposition stipule que 80 % au moins des matières premières qui sont produites en quantité suffisante en Suisse doivent provenir de Suisse. S'il s'agit d'une production minimale, seuls 40 % doivent être imputés et si le degré d'auto-provisionnement est inférieur à 20 %, la matière première ne doit même pas être prise en compte. Tel est notamment le cas des poissons, des champignons, des oléagineux, de l'avoine et des raisins secs Sultanes. Les trois derniers exemples mentionnés montrent qu'un muesli sans sucre ajouté peut afficher le label suisse même si aucun de ses composants ne provient de Suisse.

Art. 50 Dispositions particulières

2 Le Conseil fédéral peut, notamment sur proposition d'un secteur économique, préciser les conditions auxquelles une indication de provenance suisse peut être utilisée pour des produits ou des services.

Tombent sous le coup de ce paragraphe tous les problèmes, petits et grands, des différents secteurs alimentaires. Ces problèmes seraient examinés soigneusement et, moyennant un motif suffisant, une dérogation pourrait être acceptée pour chacun de ces cas. Tel serait le cas du miel, par exemple, que les apiculteurs suisses ne peuvent fournir dans la consistance voulue ni en quantité suffisante pour les besoins de l'industrie, ou encore du vin blanc pour les fondues prêtes à l'emploi qui, en raison d'une acidité inadéquate, ne peut venir de Suisse.

Même la viande des Grisons, qui vient en fait d'Argentine, peut, selon le projet du Conseil fédéral, arborer le label suisse. Comment cela s'explique-t-il? D'une part, la viande des Grisons bénéficie depuis 2000 d'une indication géographique protégée (IGP). Tous les produits qui, avant l'adoption du projet «Swissness», possédaient une AOC ou une IGP acquièrent automatiquement le bénéfice des critères exigés, sans autre contrôle. D'autre part, seule la viande provenant de la cuisse d'un bœuf de six ans entre en considération pour la production de viande des Grisons; or, nous n'en avons pas suffisamment en Suisse. Depuis que les robustes races à double usage comme le Simmental, par exemple, ont dû céder le pas aux vaches à haut rendement, c'en est fait de la cuisse de bœuf de six ans ! Car de nos jours, un bœuf à viande suisse ne peut brouter que pendant deux ans, après quoi il a rendez-vous avec le boucher. Et les vaches laitières en fin de carrière ne se prêtent plus guère qu'à la charcuterie.

4 L'indication d'origine doit par ailleurs correspondre au lieu où le produit acquiert ses principales caractéristiques par la transformation.

Cette disposition précise que la principale étape de la transformation du produit doit se dérouler en Suisse. Mais cela ne signifie pas pour autant que tous ses composants secondaires doivent être fabriqués en Suisse. Selon cet article, le lapin doré de Lindt, produit en Allemagne, ne pourrait plus vanter son origine suisse, contrairement au Toblerone par exemple.

Conclusion

En résumé, on peut dire que le projet du Conseil fédéral, avec son catalogue de dérogations, paraît en fin de compte très modéré. Plus les ingrédients contenus dans un aliment sont transformés, plus il est facile d'accéder au pourcentage requis de matières premières suisses (voir à ce sujet l'encadré ci-contre).



concrétisation des nombreuses exceptions que le Conseil fédéral entendait définir. Comment les agriculteurs, les associations de protection des consommateurs et l'industrie alimentaire ont-ils réagi à ce nouveau projet? Ils s'en sont tous félicités: la Fial (Fédération des Industries Alimentaires suisses) a publié le même jour un communiqué de presse saluant la décision de principe du Conseil fédéral. Toutefois, cette euphorie n'a pas duré. On serait tenté de citer ici l'Apprenti Sorcier: «Les esprits que j'ai invoqués ne me quittent plus.»

Les règles sont-elles trop strictes?

Bien qu'au départ, la Fial eût expressément approuvé l'idée de déterminer le poids des matières premières, celle-ci combat depuis lors le projet «Swissness» du Conseil fédéral par tous les

moyens. Les prescriptions, une fois interprétées, seraient manifestement trop strictes et risqueraient d'affaiblir la place commerciale suisse. «Aucun autre pays n'applique des dispositions aussi strictes que celles que demande la Suisse» déclare Werner Hug, vice-président de la Fial et président du conseil d'administration du groupe Hug dans une entrevue accordée au «Handel-szeitung» du 13 septembre 2012. De fait, la règle des 80 % serait trop ambitieuse pour de nombreux consommateurs sans les multiples exceptions prévues par le Conseil fédéral.

Sur ce, le Conseil national, désireux de simplifier, a élaboré un contre-projet: abandon d'une prise en compte compliquée du degré d'auto-provisionnement au profit d'une distinction entre les denrées fortement et faiblement transformées. Les produits peu transformés devraient par ail-

QUELLE PART D'HELVÉTISME Y A-T-IL DANS UN LECKERLI DE BALE?

Nous allons comparer deux propositions: celle du Conseil fédéral et celle de la Fial, la Fédération des Industries Alimentaires suisses. Et déterminer, en nous appuyant sur la recette des leckerlis bâlois chers à ma mère¹, quelle devrait être, selon chacune de ces propositions, la proportion d'ingrédients indigènes nécessaire pour pouvoir affirmer qu'il s'agit encore là d'une friandise typiquement «suisse» – En nous fondant pour cela sur le taux d'auto-suffisance alimentaire exigé de chaque produit dans notre pays.

Table with 4 columns: Recette (pour env. 80 pièces), Taux d'autosuffisance, Exigences Fial, Exigences Conseil fédéral. Rows include ingredients like honey, sugar, flour, and kirsch with their respective percentages and requirements.

1 Cette recette me vient de ma mère, une Bâloise pur sucre originaire de Riehen. 2 Selon la proposition de la Fial, peut être exclu du calcul, car en Suisse, le miel n'est fabriqué que dans de petites exploitations et qu'aucun miel industriel n'y est produit. 3 Toujours d'après la Fial, peut également être exclu, car une farine spéciale pour biscuit est utilisée. Les cultures de blé indigène, en effet, ne couvrent pas la demande des biscuiteries, explique Olivier Schnyder, directeur de la Fédération des meuniers suisses (DSM). Il faut, pour produire de la farine à biscuits, des variétés de blé particulières possédant des caractéristiques bien spécifiques.

Explications:

Si ma mère voulait fabriquer industriellement ses leckerlis de Bâle, et les estampiller d'une croix suisse, 16 % du poids des matières premières devrait être obligatoirement d'origine helvétique, selon la Fial, contre 55 % pour la proposition, très stricte, émise par le Conseil fédéral. Il est intéressant de savoir que, selon ces deux propositions, seul le pourcentage total du produit compte (en l'occurrence 16 % et 55 %). Il ne serait donc nullement prescrit qu'elle doive absolument utiliser 90 g, ou 120 g de kirsch suisse. On comprendrait donc aisément que ma mère préfère atteindre la valeur limite avec le sucre, la farine ou le kirsch indigènes plutôt qu'avec le coûteux miel suisse.

leurs satisfaire à une exigence de 80 %, les produits fortement transformés de 60 % seulement. Reste à savoir si cette solution est réellement moins compliquée. On en arriverait à des distinctions grotesques entre, par exemple, le yoghourt à la fraise, produit peu transformé et le yoghourt à la rhubarbe, produit très transformé parce que la rhubarbe doit être cuite...

Comme le Conseil fédéral, le Conseil des Etats et le Conseil national ne cessent de se renvoyer un dossier de plus en plus «chaud», la Fial a à son tour préparé un projet. Celle-ci, qui approuve la règle applicable aux denrées peu transformées proposée par les deux projets précédents, estime en revanche qu'un pourcentage de 60 % de matières premières ne saurait être exigé, pour l'obtention du label suisse, que des produits présentant un degré d'auto-provisionnement supérieur à 50 %. En outre, la qualité des matières premières devraient être admise comme critère. Si une matière première n'est pas disponible en Suisse dans la qualité requise, la condition liée aux matières premières ne devrait pas être appliquée sans qu'il soit nécessaire de consulter au préalable les organisations de protection des consommateurs et les autres associations professionnelles et économiques concernées. C'est d'ailleurs ce que préconisait le Conseil fédéral. En pratique, cela permettrait à chaque producteur de faire et laisser faire pratiquement ce qui lui plaît.

Le peuple veut-il être dupé?

Des sondages réalisés auprès des consommateurs par des organismes indépendants, par exemple l'Institut pour les décisions environnementales de l'EPF de Zurich, donnent des résultats différents de ceux des différents groupes d'intérêts. Qui s'en étonnerait? Mais peu importent les résultats des sondages, ce qui compte, c'est que nos représentants aux chambres parviennent à un consensus. En effet, plus le débat s'éternise, plus le consommateur sera perturbé par les croix suisses toujours plus nombreuses qu'il trouvera sur les rayons des magasins. Heureusement, dans l'intervalle, les consommateurs trouvent facilement de l'aide lorsqu'ils achètent des denrées alimentaires. Il existe depuis longtemps, dans ce domaine précis, un label qui certifie l'origine suisse des produits: c'est la mention

Suisse Garantie qui y figure. Suisse Garantie est un label de garantie qui ne peut être utilisé que par des entreprises certifiées et dûment autorisées. Il caractérise des produits fabriqués à partir de matières premières suisses transformées en Suisse. Ces produits ne contiennent pas d'organismes génétiquement modifiés et leurs producteurs doivent remplir les obligations d'un cahier des charges écologique.

Mais Suisse Garantie est un label de l'agriculture suisse tandis que le projet «Swissness» représente bien davantage. Il n'est ni une loi sur l'agriculture ni une loi sur les montres ou le chocolat. Le projet «Swissness» vise à créer les bases nécessaires pour que la valeur ajoutée «Suisse» permette de promouvoir durablement tous les produits fabriqués en Suisse.

Votre opinion nous intéresse. Combien de «Suisse» doit-il y avoir dans un produit alimentaire suisse? Faites-nous part de vos réactions à l'adresse info@tabula.ch!

Texte

MONIKA MÜLLER

est journaliste et diététicienne diplômée HES

Illustrations

JÖRG KÜHNI, TRUC

LIENS SUR LE SUJET

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle:
Protection de la désignation «Suisse»
et de la croix suisse
www.ige.ch/fr/infos-juridiques/domaines-juridiques/marque-suisse.html

Communiqué de presse de la Fial sur la suissitude
www.fial.ch/files/documents/fr/cp_suissitude_plus_de_la_matiere.pdf

Rapport agricole 2012
de l'Office fédéral de l'agriculture
www.blw.admin.ch/dokumentation/00018/00498/index.html?lang=fr

Evolution de la consommation de denrées
alimentaires en Suisse
www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/07/03/blank/data/01/04.html

Vous accédez directement à ces études en cliquant sur les liens dans la version pdf de l'actuelle édition sous www.tabula.ch.

La souveraineté alimentaire en question

La Confédération entend bien promouvoir la consommation des produits agricoles suisses. Elle use pour cela de différentes mesures (versements directs, promotion des ventes), mais tient encore peu compte du bilan écologique et de l'impact sur la santé de la population.

Le taux d'autosuffisance alimentaire en Suisse

En ce qui concerne les denrées alimentaires, la Suisse est un pays fortement importateur. Selon le rapport agricole annuel de la Confédération, notre taux d'autosuffisance en la matière a légèrement augmenté ces dernières années, pour atteindre, en 2009, 56 % net. Tout le poids de l'agriculture suisse repose sur sa production animale, ce qui explique, dans ce secteur aussi, le taux extrêmement élevé de notre autosuffisance, qui est de 95,2 % brut. Un chiffre dont un petit pays comme le nôtre peut être fier! Et qu'il a su maintenir grâce à une productivité croissante, et ce malgré la perte de terres arables dans les régions vallonnées, due à une surconstruction, une reforestation naturelle accélérée des pâtures dans les régions de montagne et une population en constante augmentation.

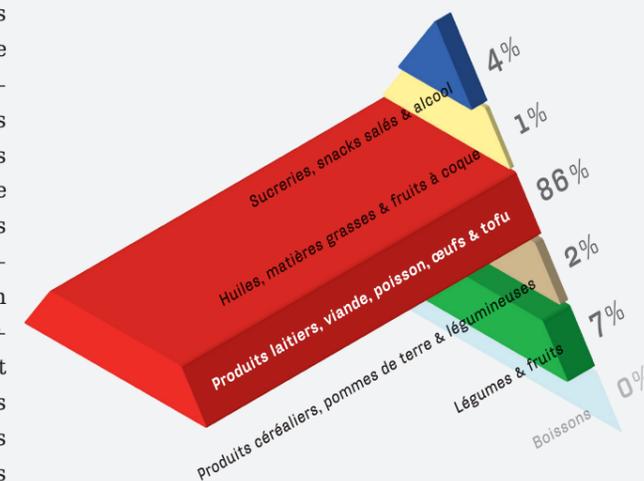
La viande suisse est-elle si suisse ?

Pour la production de denrées alimentaires, notre agriculture a besoin d'importer des produits et des services. Pour ce qui est de la production de viande, les importations de fourrages végétaux ont passé de 308'000 tonnes, en 1990, à 1'188'000 tonnes en 2010, soit pratiquement quadruplé! Alors que, durant la même période, la production de fourrages indigènes a diminué de 6 % (34'024 contre 32'093 milliers de tonnes). Quant aux surfaces de culture de céréales fourragères, elles ont même régressé de 40 %, car le système d'incitation financière que sont les versements directs privilégie de beaucoup l'équilibre des surfaces écologiques au détriment de la culture des céréales fourragères, nous explique Rudolf Marti, directeur de l'Association suisse des fabricants d'aliments fourragers. Si les subventions versées aux paysans ne font pas l'objet d'un nouveau règlement, les animaux produisant de la « viande suisse », et en particulier le porc et la volaille, mangeront moins de fourrage indigène, et les exploitations agricoles dépendront toujours davantage de la situation des aliments fourragers sur les marchés mondiaux. En tenant compte des fourrages importés, le taux d'autosuffisance alimentaire pour les produits d'origine animale est revu à la baisse et évalué à 73% dans le rapport agricole 2011. Dans le cadre de la ré-

forme agraire 2014-2017, les subventions versées pour les animaux, entre autres, seront nouvellement réglementées, ce qui permettra de corriger certaines incitations erronées en faveur d'un élevage intensif. Il nous reste donc l'espoir qu'à l'avenir, on prendra aussi en considération le bilan écologique, lors de la répartition des moyens financiers. La notion de souveraineté alimentaire sera ancrée dans la loi, afin de donner tout son poids à la volonté de maintenir en Suisse, malgré la forte pression à laquelle sont soumises les terres cultivables, un taux d'autosuffisance alimentaire qui soit le plus élevé possible.

Le marketing des produits suisses

En plus des versements directs, l'Office fédéral de l'agriculture (OFA) distribue également des fonds pour la promotion des ventes des produits agricoles suisses. Pour définir la répartition de ces moyens financiers, les critères majeurs sont de nature économique. Citons notamment la part de marché du groupe de produits, l'intensité de la concurrence avec des produits étrangers ou les perspectives d'exportation des denrées alimentaires helvétiques. C'est ainsi qu'avec 33 millions de francs, ce sont les produits d'origine animale tels que la viande, le lait et le fromage qui ont décroché la timbale. La campagne publicitaire pour la viande, financée par l'OFA peut bien affirmer que «... tout le reste n'est que garniture!». Il ne reste que 3,76 millions pour booster la vente des légumes, des fruits, des pommes de terre et des céréales suisses. Et cela bien que, selon les recommandations alimentaires officielles, ces produits ne sont en aucune façon de simples «garnitures», mais devraient constituer la part principale de notre alimentation.



△ La pyramide alimentaire suisse, selon la promotion des ventes de la Confédération 2011. (source: Rapport agricole 2012)