

Le label suisse, une aubaine pour l'industrie et les services

Une croix suisse sur un produit apporte une plus-value pour l'industrie et les services helvétiques. La législation « Swissness » bénéficie tout particulièrement aux fabricants de montres et de produits cosmétiques. Mais quel est son effet sur l'ensemble de l'économie nationale ? *Ralph Lehmann, Peter Moser, Andreas Nicklisch, Mark Emmenegger, Michael Grass*

Abrégé La réglementation « Swissness » ne faisait pas l'unanimité lors de son entrée en vigueur en 2017, car de nombreuses entreprises redoutaient des coûts supplémentaires. L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle a donc mandaté la Haute école spécialisée des Grisons et BAK Economics afin de déterminer si, et dans quelle mesure, l'investissement consenti par les entreprises des secteurs de l'industrie et des services s'est révélé payant. Abstraction faite des coûts de mise en conformité occasionnés en 2017, la réglementation « Swissness » a généré une valeur entrepreneuriale (c'est-à-dire le chiffre d'affaires additionnel moins les coûts supplémentaires) de 0,9 milliard de francs pour toutes les branches concernées, soit un bénéfice net équivalant à 0,2 point de pourcentage du produit intérieur brut.

La révision des lois sur la protection des marques (LPM) et des armoiries (LPAP) – dite « législation Swissness » – est entrée en vigueur en 2017. La LPM énonce des règles précises concernant la provenance géographique des biens et des services afin de déterminer dans quelles conditions l'indication « Suisse » peut être utilisée. La LPAP régit quant à elle l'utilisation de la croix suisse. Quatre ans après leur entrée en vigueur, on peut se

demander si le jeu en a valu la chandelle pour les entreprises et l'ensemble de l'économie.

Une étude commandée par l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) a analysé les effets de la nouvelle réglementation « Swissness » sur les secteurs de l'industrie et des services¹. Elle a cherché à recenser les bénéfices et les coûts de ce nouveau cadre légal tant pour les entreprises que pour l'économie en général. L'évaluation n'a pas porté sur l'industrie alimentaire, qui a fait l'objet d'une étude distincte², mais dont les données brutes ont été prises en compte dans l'examen des effets macroéconomiques. Au niveau méthodologique, l'analyse s'est basée sur des études de cas, des enquêtes auprès d'entreprises et de consommateurs ainsi que des simulations (voir *encadré*).

Pour les entreprises, la réglementation est utile lorsque l'indication de provenance suisse permet de majorer le prix, octroyant une sorte de « prime Swissness ». Elle occasionne en revanche des coûts lorsque les entreprises doivent relocaliser en Suisse une partie de leurs

¹ Lehmann et al. (2020).

² Feige et al. (2020). Voir également l'article de Stephan Feige (HTP St. Gallen) et Stefan Rieder (Interface) dans ce numéro (p. 12–14).

Méthodologie

L'analyse a débuté par des études de cas exploratoires afin de déterminer l'évolution de l'applicabilité des règles « Swissness » en Suisse et à l'étranger, les conséquences de la nouvelle réglementation pour les entreprises helvétiques et l'importance des ordonnances de branche pour l'application du nouveau droit.

Dans un deuxième temps, un questionnaire en ligne a été envoyé à 72 928 entreprises suisses de mars à avril 2019, débouchant sur près de

850 réponses. Sur cet échantillon largement représentatif, les biais résiduels ont été éliminés à l'aide d'analyses de régression multiple.

Troisièmement, une enquête a porté sur la demande reposant sur des mesures incitatives afin de déterminer la disposition des consommateurs à déboursier davantage pour des produits labellisés suisses dans plusieurs pays. Cette enquête reposait sur une loterie en ligne quasiment interactive, pour laquelle les personnes interrogées payaient avec

leur propre argent les produits qu'elles choisissaient et étaient incitées à déclarer leur vrai consentement à payer.

Enfin, les données collectées – ainsi que les résultats de l'étude de Feige et Rieder (2020) sur l'industrie alimentaire – ont été extrapolées à l'ensemble de l'économie et utilisées pour déterminer les effets macroéconomiques au moyen d'analyses de simulation réalisées à l'aide de modèles.



Un ouvrier soude un cadre de vélo dans un atelier à Gretzenbach (SO).

achats et de leur production afin de satisfaire aux exigences de la loi, cette opération pouvant se traduire par une hausse des coûts de production.

Ces effets de relocalisation sont également significatifs au niveau macroéconomique : lorsque des entreprises accroissent leur volume d'achats en Suisse et y déplacent des activités à valeur ajoutée en raison des dispositions légales, l'économie nationale enregistre une hausse de son produit intérieur brut (PIB).

Prime de prix élevée en Suisse

Le sondage mené auprès des entreprises révèle que les produits arborant une indication de provenance suisse permettent de pratiquer des prix plus élevés : la prime s'élève en moyenne à 9,5 % sur le marché domestique, alors que de grandes différences s'observent à l'étranger (3,7 % en Allemagne, 6,1 % aux États-Unis, 26,7 % en Chine)³. L'augmentation du chiffre d'affaires attribuable au «Swissness» est de 8,9 % en Suisse et de 6,3 % à l'étranger.

La valeur du label suisse varie toutefois fortement d'une entreprise à l'autre. La prime

de prix des entreprises horlogères et cosmétiques est en principe supérieure à la moyenne sur le marché intérieur, tandis que celle des entreprises exportatrices de moyenne et grande taille est sensiblement inférieure. Si l'on pondère ces résultats et ceux de l'industrie alimentaire⁴ pour les extrapoler à l'ensemble de l'économie suisse, il ressort que l'indication de provenance suisse permet de générer un chiffre d'affaires supplémentaire de 7,7 milliards de francs par an.

Les résultats de l'enquête sur la demande réalisée pour huit produits dans cinq pays corroborent les conclusions de cette enquête auprès des entreprises : la prime de prix «Swissness» est positive pour presque toutes les catégories de produit (voir *illustration 1*, p. 10). Elle est le plus élevée pour les montres (17,5 %), mais s'avère négative pour les brosses à dents (-5,7 %). Il apparaît de manière générale que les produits en lien avec les montagnes et la précision affichent une «prime Swissness» particulièrement élevée et que c'est sur le marché helvétique que les consommateurs sont prêts à déboursier le plus pour des produits suisses. Ces primes diminuent nettement dans

³ Les résultats pour les États-Unis et la Chine doivent être considérés avec prudence, car peu d'entreprises ont répondu à cette question et l'intervalle de confiance de 95 % comprend la valeur nulle.

⁴ Les résultats concernant l'industrie alimentaire sont tirés de Feige et al. (2020).

les pays voisins, pour augmenter à nouveau à mesure que l'on s'éloigne de la Suisse. Ces résultats montrent que les clients des marchés plus éloignés connaissent moins bien les différentes marques des entreprises suisses et que c'est l'indication de provenance qui les rend plus enclins à dépenser davantage.

La « marque Suisse » renforcée

Les études de cas et l'enquête menée auprès des entreprises indiquent toutes que la révision de la loi n'a guère modifié l'utilisation de la « marque Suisse » : seulement 5 % des entreprises industrielles et de services ont répondu qu'elles avaient moins ou davantage recours au label suisse dans leur approche marketing depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle législation en 2017. Il s'avère cependant que la révision de la loi a permis de valoriser la « marque Suisse » : les entreprises estiment ainsi que la prime de prix est d'environ 25 % supérieure à celle qui aurait été réalisée sans la nouvelle réglementation – un effet qui se vérifie toutefois uniquement sur le marché helvétique et non à l'étranger.

Si l'on pondère ces résultats avec ceux de l'enquête réalisée dans l'industrie alimentaire, puis qu'on les extrapole à l'ensemble de l'économie nationale en tablant sur un effet progressif

de la nouvelle législation, l'augmentation du chiffre d'affaires est de 1,74 milliard de francs pour 2018 (voir *illustration 2*). Pendant l'année d'adaptation (2017), cette augmentation n'atteignait que 0,92 milliard.

Mise en conformité supportée par les entreprises

En valeur médiane, les coûts uniques de mise en conformité et les coûts annuels récurrents s'élèvent tous deux à 7500 francs par entreprise, une somme plutôt faible. Les coûts de mise en conformité (uniques et récurrents) tendent à être proportionnellement plus élevés pour les grandes entreprises que pour celles de petite taille. Les coûts supportés par l'État sont négligeables et n'ont pas été pris en compte.

La réglementation « Swissness » n'a guère transformé les chaînes de valeur des entreprises : seuls 6 à 10 % de celles qui ont répondu à l'enquête ont indiqué avoir réalisé ou planifié des relocalisations dans le pays ou des délocalisations à l'étranger.

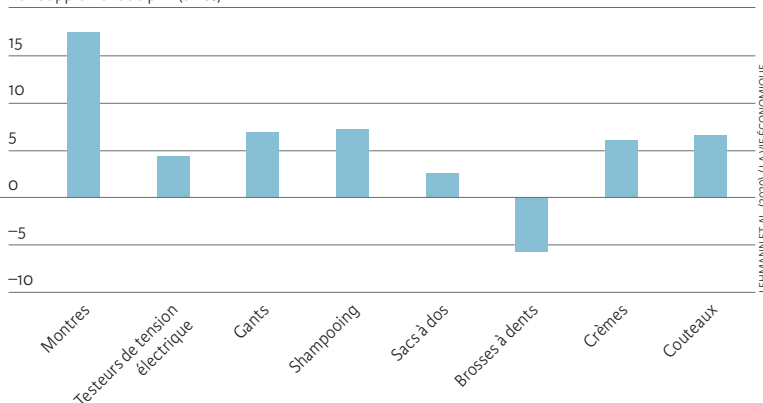
Si l'on extrapole à l'ensemble de l'économie les coûts de mise en œuvre de la nouvelle réglementation « Swissness » pondérés avec ceux de l'industrie alimentaire, on obtient des coûts récurrents annuels de 860 millions de francs. Des coûts de mise en conformité uniques d'environ un milliard viennent s'y ajouter pour 2017.

En déduisant les coûts des recettes supplémentaires, on obtient un résultat négatif de 930 millions de francs pour l'année de transition 2017. Un an plus tard, la valeur agrégée de la réglementation « Swissness » s'élève à 880 millions, de sorte que les pertes subies en 2017 ont déjà presque été entièrement compensées.

La détermination de l'impact macroéconomique de la nouvelle réglementation « Swissness » au moyen d'une analyse de simulation effectuée à l'aide de modèles tenant compte des effets économiques d'ajustement et de circuit révèle par ailleurs que l'impact de la nouvelle législation est globalement positif, mais modeste. Mesuré au PIB réel, le bénéfice macroéconomique net représente ainsi 0,2 point de pourcentage dans l'équilibre à long terme. En rapportant ce résultat au PIB et aux prix de 2018, on parvient à un bénéfice net d'environ 1,4 milliard de francs, soit

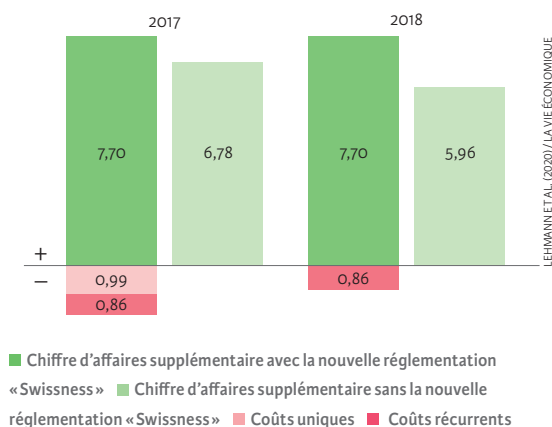
III. 1. Prime de prix « Swissness » dans la perspective des consommateurs

20 Supplément de prix (en %)



Le graphique présente la différence d'appréciation relative entre un produit arborant une indication de provenance suisse et un produit identique sans indication d'origine. Ces résultats sont tirés de l'enquête sur la demande reposant sur des mesures incitatives.

III. 2. Chiffre d'affaires et coûts dus à la législation « Swissness », en milliards de francs (2017/2018)



La législation « Swissness » a au final coûté 0,93 milliard de francs de plus que ce qu'elle a rapporté en 2017, contre un gain de 0,88 milliard en 2018. Ces chiffres sont une extrapolation à l'ensemble de l'économie « Swissness ».

163 francs par habitant. Ces résultats constituent une estimation prudente des effets bénéfiques de la réglementation « Swissness ».

La nouvelle législation s'est traduite en Suisse par un respect accru des règles « Swissness », comme le laisse penser le recul des utilisations abusives signalées à l'IPI. Aucun changement n'est en revanche perceptible à l'étranger pour l'instant – du moins de l'avis des entreprises industrielles et de services ayant participé à l'enquête.

Des critères à maintenir

L'étude empirique montre donc que la réglementation « Swissness » a dans l'ensemble légèrement renforcé le pôle économique suisse. L'analyse permet de conclure qu'il faut en premier lieu améliorer l'application de la législation « Swissness » et réduire les insécurités existant dans les zones grises. Il ne semble en revanche pas indiqué de modifier les critères « Swissness », car cela occasionnerait de nouveaux coûts de mise en conformité pour les entreprises. Les auteurs de l'étude recommandent donc de

continuer à améliorer le niveau d'information en collaboration avec les branches, par exemple en créant un bureau « Swissness ». Il s'agirait par ailleurs de renforcer le dispositif d'application de la nouvelle réglementation.

Les instruments existent à l'échelon national pour assurer cette application, mais il faudrait les utiliser davantage. L'IPI et les associations particulièrement touchées devraient unir leurs forces et élaborer une stratégie commune afin d'obtenir une clarification judiciaire à l'étranger également dans les cas critiques. Le partenariat public-privé que viennent de conclure l'IPI et différentes organisations économiques constitue un pas important dans cette direction⁵. Les auteurs de l'étude recommandent cependant d'étendre son rayon d'action à l'application en Suisse et pas seulement à l'étranger. Au niveau international, il est important d'étendre le réseau d'accords bilatéraux basés sur le principe du pays d'origine afin de disposer de davantage de moyens juridiques pour l'application.

⁵ Voir l'article de David Stärkle (Swissness Enforcement) dans ce numéro (p. 26–27).

Ralph Lehmann

Professeur de gestion internationale à l'Institut suisse d'entrepreneuriat (Sife), Haute école spécialisée des Grisons (FHGR), Coire

Peter Moser

Professeur de sciences économiques, Centre de recherche en politique économique, Haute école spécialisée des Grisons (FHGR), Coire

Andreas Nicklisch

Professeur de sciences économiques et de statistiques, Centre de recherche en politique économique, Haute école spécialisée des Grisons (FHGR), Coire

Mark Emmenegger

Chef de projet principal, BAK Economics, Bâle

Michael Grass

Membre de la direction, chef des domaines Analyses sectorielles et Analyse de l'impact économique, BAK Economics, Bâle

Bibliographie

- Lehmann R., Moser P., Nicklisch A., Emmenegger M. et Grass M. (2020). *Evaluation Swissness-Gesetzgebung*. Rapport à l'intention de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle.
- Feige S., Rieder S., Annen R. et Roose Z. (2020). *Evaluation der Swissness im Lebensmittelbereich*. Rapport final à l'intention de l'Office fédéral de l'agriculture. HTP St. Gallen et Interface Politikstudien Forschung Beratung.