



Attentes des consommateurs à l'égard des produits suisses – remarques s'inscrivant dans le contexte du projet "Swissness"

Dans le message du Conseil fédéral relatif à la modification de la Loi sur la protection des marques et à la Loi fédérale sur la protection des armoiries de la Suisse et autres signes publiques (projet "Swissness") du 18 novembre 2009 sont allégués des sondages représentatifs réalisés sur mandat de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) en 2003 et 2007, selon le résultat desquels la majorité des personnes interrogées attendrait d'un "produit portant une indication de provenance suisse qu'il provienne effectivement à 100 % de Suisse". En outre, le message du Conseil fédéral (cf. FF 2009, p. 7766) se réfère à une étude menée en 2008 par l'Université de St-Gall dans 66 pays. Cette étude se base sur un peu plus de 8'000 personnes dont seulement 468 sont issus de Suisse. Lorsque l'on demande à partir de quand un produit peut être considéré comme un produit suisse, les Suisses qui ont participé au sondage ont exprimé en moyenne les attentes suivantes: il faudrait que les matières premières proviennent à 46 % de Suisse, que le produit ait été à 71 % développé en Suisse et qu'il ait été fabriqué, également à 71 %, en Suisse.

Étant donné que le message du Conseil fédéral relatif au projet "Swissness" ne repose pas sur des études représentatives pour évaluer les attentes quant à la provenance des denrées alimentaires (celles de l'OFAG concernent le miel, les œufs, les légumes, les fleurs coupées, le fromage et la viande; l'étude de l'Université de St-Gall n'apporte un résultat qui n'est attribuable que pour environ 5 % à des consommateurs suisses et n'est même pas cité correctement), la Fédération des Industries Alimentaires Suisses a chargé Isopublic, Institut für Markt- und Meinungsforschung (institut d'étude de marché et d'opinion), de réaliser une étude durant la période du 24 février au 16 mars 2010 qui se base sur 1'121 entretiens individuels. Ont été interrogés des consommateurs âgés de 15 à 74 ans issus de Suisse allemande, romande et italienne. L'écart-type est d'au maximum 2,99 %.

Les attentes des consommateurs en détails

Provenance des produits:

Lorsqu'ils achètent un produit, il importe à 75 % des consommateurs qu'il s'agisse d'un produit suisse.

Lieu de fabrication:

Parmi les produits portant la marque "suisse", il importe à 75 % des consommateurs que ces produits aient été entièrement fabriqués en Suisse.

Exigences relatives aux produits suisses:

86 % des consommateurs sont d'avis que les denrées alimentaires intégralement fabriquées en Suisse satisfont à des exigences particulières quant à la qualité, à la constance et à la sécurité.

Internet:

www.fial.ch

Sekretariate:

<input type="checkbox"/>	Münzgraben 6 Postfach CH-3000 Bern 7 Tel 031 310 09 90 Fax 031 310 09 99	<input type="checkbox"/>	Elfenstrasse 19 Postfach CH-3000 Bern 6 Tel 031 352 11 88 Fax 031 352 11 85	<input type="checkbox"/>	Thunstrasse 82 Postfach CH-3000 Bern 6 Tel 031 356 21 21 Fax 031 351 00 65
--------------------------	--	--------------------------	---	--------------------------	--

Lieu de fabrication vs. provenance des matières premières:

Lorsque l'on demande quel paramètre l'emporte, entre le lieu de fabrication d'un produit et la provenance des matières premières, 54 % des consommateurs ont répondu que le lieu de fabrication est prépondérant. 40 % considèrent que la provenance des matières premières est plus importante.

Matière première provenant de l'étranger – produit suisse?

Lorsque l'on demande si un biscuit élaboré en Suisse et fabriqué à partir de blé étranger moulu en Suisse est un biscuit suisse ou non, 60 % des consommateurs sont d'avis qu'il s'agit d'un biscuit suisse. Pour 35 %, il ne s'agit pas d'un biscuit suisse.

Importance du lieu de fabrication vs. provenance des matières premières:

Lorsque l'on demande si la Suisse peut renoncer totalement aux gros fabricants de denrées alimentaires si ceux-ci migrent à l'étranger parce qu'ils y trouvent de meilleures conditions d'approvisionnement pour les matières premières, 66 % sont d'avis que l'on ne peut pas renoncer à de gros fabricants de denrées alimentaires. 29 % pensent que l'on peut se passer des gros fabricants.

Produit suisse ou non?

Les produits énumérés ci-dessous ont obtenu, lorsque l'on demande s'il s'agit de produits suisses ou non, les résultats suivants affirmant qu'ils le sont:

les bonbons Ricola	92 %
les leckerlis de Bâle	89 %
l'Ovomaltine	80 %
les anneaux de Willisau	76 %
la moutarde Thomy	67 %
la soupe Knorr	57 %

Bilan

Si l'on se base sur cette étude actuelle sur les attentes des consommateurs à l'égard de la provenance des produits suisses, le concept du projet "Swissness", qui surévalue de manière flagrante les attentes quant à la provenance des matières premières, pour les beaux yeux de diverses organisations de consommateurs et avant tout de l'agriculture, ne tient pas compte des attentes effectives des consommateurs concernant les produits suisses.