

Balance du commerce extérieure avec l'Union européenne dans le secteur agroalimentaire

Thèse de Bachelor 2012

Etat des lieux et perspectives d'avenir

Auteur: Julian Theus

Professeur: Herr Professor Ernst Wüthrich

Mandant: ASSAF- Suisse

Rothrist, le 3 août 2012

III. Management Summary

a. Buts & mandat

Le mandant a chargé la *Haute école de Suisse occidentale* de faire le point, dans une approche analytique sur les échanges commerciaux de produits agroalimentaires réalisés dans le cadre des accords bilatéraux I et II entre la Suisse et l'Union Européenne. L'étude devait mettre en lumière quelles conditions-cadre découlent des accords bilatéraux I et II pour les différents secteurs, et si ces derniers peuvent en profiter ou non. L'analyse des résultats devait déboucher sur une proposition concrète permettant de préparer un avenir durable au secteur agroalimentaire.

b. Méthodologie

Dans un premier temps, nous avons recueilli sur la base des tarifs douaniers des données statistiques sur les importations et les exportations. Cette recherche a porté autant sur les quantités que les prix réalisés. Les données nous ont été fournies, soit directement soit indirectement, par l'Administration fédérale des douanes et par l'Union Suisse des Paysans. Avec le concours de plusieurs interprofessions, nous avons pu confirmer, grâce à divers relevés de données, les répercussions sur le marché intérieur (production, consommation, prix à la consommation). Par le biais d'une étude comparative prenant la forme d'interviews, nous avons ensuite recueilli l'avis du Secrétariat d'État à l'économie, de l'Office fédéral de l'agriculture et de l'Union Suisse des Paysans sur les résultats de la collecte de données, le cadre politique et les perspectives d'avenir. Nous avons alors cherché, sur la base des analyses et des interviews à cerner les enjeux pour le secteur agroalimentaire. Enfin, nous avons esquissé une proposition concrète comprenant un positionnement stratégique et des mesures directes de mise en œuvre.

c. Résultats

Les accords bilatéraux I et II comportent des dispositions spécifiques à chaque secteur. Dans le cadre des Bilatérales I, de nombreuses concessions mutuelles ont été faites dans divers domaines. En ce qui concerne les Bilatérales II, il est essentiel de faire une distinction entre les produits en libre-échange et les produits soumis à des mesures de compensation des prix, car les dispositions de l'accord sont fondamentalement différentes.

Par ailleurs, comme des dispositions différentes s'appliquent à chaque secteur, les évolutions sont divergentes.

Depuis l'introduction du libre-échange, les exportations de fromage ont gagné en quantité (5845 tonnes), mais la progression des importations a été plus importante (11 730 tonnes). Par conséquent, depuis la libéralisation du marché en 2007, la balance commerciale du fromage (en tonnes comme en CHF) a évolué en défaveur de la Suisse. Durant cette même période, les producteurs suisses ont été confrontés, sur le marché intérieur, à une pression accrue des importations, de sorte que leur part de marché a reculé de 4 % au profit de la

concurrence européenne. Du point de vue des consommateurs, cette concurrence exacerbée a entraîné une baisse des prix, en particulier dans les catégories du fromage frais et du fromage à pâte molle, où la part des importations est élevée.

En ce qui concerne le yogourt, la compensation des prix nets – qui compense le handicap de prix des matières premières – a été maintenue. Alors qu'en 2005, la balance commerciale était encore positive (4239 tonnes), le yogourt a connu le même sort que le fromage et présente aujourd'hui un excédent d'importations de 8170 tonnes. Par conséquent, les producteurs suisses, qui occupaient en 2005 98,5 % des parts de marché, en occupent encore un peu plus de 92 %.

Dans le domaine de la viande, la balance commerciale penche toujours nettement en faveur des importations (excédent de 44 086 tonnes). Toutefois, comme les importations ont progressé moins rapidement que les exportations, cet excédent a baissé depuis 2005 (moins 10 547 tonnes). La part de marché des producteurs de l'UE n'a d'ailleurs pas bougé (16 %), car même si les quantités effectives ont augmenté, le volume du marché s'est accru en raison de la hausse de la consommation.

D'entente avec le mandant, nous n'avons pas analysé en détail l'évolution dans les domaines des produits transformés et des fruits et légumes.

Étant donné la dégradation des conditions générales d'exportation, les efforts du Conseil fédéral en vue d'un accord de libre-échange et la pression exercée par l'OMC dans le domaine des contributions à l'exportation, le secteur doit se positionner de manière stratégique. Une stratégie de différenciation semble la plus pertinente. Dans de nombreux domaines, il faut encore développer les structures d'exportation. Des mesures communes, comme la Charte sur la Stratégie qualité, peuvent faciliter de nombreuses choses à cet égard. Il n'empêche que, sur le marché intérieur en particulier, le secteur doit se préparer à affronter une concurrence accrue. Il convient de communiquer de manière ciblée sur la plus-value des produits suisses, sans quoi il sera difficile d'amener les clients à déboursier plus. Pour y parvenir, on peut créer des marques de qualité, des marques locales ou des marques signalant une forme de production particulière. Les marques sont susceptibles d'engendrer un attachement solide. Idéalement, le consommateur assimile une marque à un mode de vie. Les produits de l'agriculture et du premier échelon de transformation étant très homogènes, les possibilités pour se démarquer sont peu nombreuses. La promotion doit par conséquent mettre l'accent sur des valeurs complémentaires telles que la sécurité de l'approvisionnement et la souveraineté alimentaire. Cela d'autant plus que la population suisse soutient le mandat constitutionnel. Il est donc important de bien fidéliser la clientèle sans laisser à la concurrence étrangère le temps de se positionner sans limites sur le marché.