

31.05.2012 - 17:37 Uhr

## **83e assemblée des membres de Promarca à l'occasion de la «Journée de la marque», le 31 mai 2012: L'attrait de la Suisse comme lieu de production faiblit - les avantages ne doivent plus être restreints**

Berne (ots) -

Les produits de marque sont les moteurs de la concurrence et de l'innovation. Or, la Suisse souffre d'un excès de réglementations et de prescriptions. Telle est la conclusion de la «Journée de la marque 2012», qui a rassemblé plus de 150 acteurs des domaines de la science, de la politique et de l'économie à l'occasion de l'assemblée des membres de Promarca.

«En Suisse, nous avons besoin de conditions-cadres saines pour les produits de marque et d'une concurrence plus efficace à tous les niveaux, dans le commerce également.» C'est par cette déclaration que le président de Promarca, Joe Müller, a inauguré la partie officielle de la «Journée de la marque 2012». Professeur Dominique Turpin de l'IMD de Lausanne, a également souligné la nécessité d'intensifier la concurrence et de limiter les réglementations, avant de montrer, en s'appuyant sur une étude de Stanton Chase, que la concentration exceptionnellement élevée du commerce de détail suisse représentait le plus grand défi pour l'industrie de l'article de marque. D'après ces travaux, ce facteur préoccupe en effet bien plus l'industrie que la faiblesse de l'euro. «Le manque de concurrence entre les commerçants entraîne la hausse des prix à la consommation», résume le professeur Turpin. Contrairement au commerce, les fabricants d'articles de marque sont confrontés à une concurrence extrêmement rude, non seulement entre eux, mais également avec les produits des distributeurs. Bien que, d'après l'indicateur de la RMP de l'OCDE, l'ampleur des réglementations du marché se soit améliorée sur le marché suisse ces dernières années, il reste encore beaucoup à faire, surtout dans le domaine des entraves au commerce. Il est donc particulièrement imprudent de restreindre le libre-échange, car les exportations représentent la moitié du produit intérieur brut en Suisse. La majeure partie des entreprises membres de Promarca travaille également dans l'exportation; celle-ci souffre spécialement de la force du franc à l'heure actuelle. Dans son intervention, le professeur Thomas Straubhaar, du WeltWirtschaftsinstitut (HWWI), rappelle également les répercussions de la crise permanente de l'euro sur la Suisse: «Il est de l'intérêt de la Confédération que l'euro soit stable, et non pas faible», avant d'ajouter que la sortie de la Grèce de la zone euro amorcerait une meilleure stabilité. L'euro en serait ainsi renforcé, et non affaibli: par conséquent, les menaces de sortie de la Grèce ne nuiraient ni aux autres États, ni à la Suisse, mais uniquement à elle-même.

Baromètre de Promarca

La force du franc, ou encore la faiblesse de l'euro, exerce une influence sur l'attrait de la Suisse. Or, ce critère doit impérativement être pris en compte, comme le montrent les résultats du baromètre annuel réalisé auprès des entreprises membres de Promarca. Par rapport aux enquêtes des années précédentes, la Suisse est désormais considérée beaucoup moins attractive en tant que lieu de production. De même, les participants expriment leur insatisfaction vis-à-vis des conditions-cadres politiques. Ce facteur pourrait expliquer la baisse des investissements en Suisse, ainsi que la hausse des délocalisations de la production à l'étranger. Certes, huit sites ont été construits et agrandis en 2011, ce qui indique que les entreprises reconnaissent la Suisse comme lieu de production. Cependant, la dévaluation croissante des conditions-cadres dans l'évaluation des membres ne peut être ignorée.

Marche des affaires des entreprises membres de Promarca

«Certes, en 2011, le chiffre d'affaires de nos membres a reculé de 2,5% sur le marché suisse. Or, ces entreprises sont parvenues à s'imposer dans l'exportation, voire à enregistrer une croissance de 2,1%, et ce, malgré la force du franc. Ce résultat parle en faveur de leur compétitivité», affirme Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca, au sujet de la marche des affaires des fabricants suisses d'articles de marque. La baisse du chiffre d'affaires sur le marché suisse peut être considérée comme une conséquence des luttes de prix engagées dans le commerce de détail. Pourtant, l'industrie ne baisse pas les bras, car les marques sont des produits uniques, capables de s'imposer même dans une situation économique délicate. Ou, comme l'a rappelé le professeur Torsten Tomczak de l'Université de Saint-Gall dans son intervention: «C'est très simple: sans innovation, il n'y a pas de marques fortes. Sans marques fortes, il n'y a pas d'innovation. Et sans innovation, il n'y a ni croissance, ni bien-être.»

Contact:

Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca  
Cheryl Walter, communication/RP Promarca  
Demandes écrites de la presse à: [info@promarca.ch](mailto:info@promarca.ch)

Promarca  
Union suisse de l'article de marque  
Bahnhofplatz 1  
Case postale  
3000 Berne 7  
Web: [www.promarca.ch](http://www.promarca.ch) , [www.entreprises-marques.ch](http://www.entreprises-marques.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016253/100719434> abgerufen werden.