

05.11.2010 - 12:45 Uhr

Carl Baudenbacher, président de la Cour AELE, au forum Promarca: «La voie bilatérale touche à sa fin»

Interlaken (ots) -

Voie bilatérale, EEE ou bien adhésion à l'Union européenne? Lors du forum Promarca des 4 et 5 novembre, 160 décideurs de l'industrie suisse des articles de marque ont cherché à identifier les opportunités que l'Europe offre aux fabricants d'articles de marque et à déterminer la voie que la Suisse devra désormais suivre vis-à-vis de l'Europe. Exprimant des opinions différentes, des intervenants tels que Prof. Franz Jaeger ou le président de la Cour AELE, Prof. Carl Baudenbacher, ont incité les participants à mener des discussions intensives. En outre, une nouvelle étude PwC a été présentée. Elle révèle que les commerçants suisses font valoir les marges brutes les plus élevées d'Europe.

Lors du forum Promarca, l'Union suisse de l'article de marque Promarca a présenté aux CEO de ses 100 entreprises membres un sondage sur le thème «Europe - quel avenir?». Le résultat est équilibré: 48% des personnes interrogées se prononcent actuellement pour la poursuite et le développement des contrats bilatéraux avec l'UE, tandis que 36% veulent rejoindre l'EEE et 9% l'UE. Prof. Franz Jaeger (Université de Saint-Gall) rejoint la majorité: «La voie bilatérale est la seule direction européenne qui contribue à la réalisation des objectifs. Toutes les autres approches sont politiquement irréalisables et seraient très néfastes pour notre souveraineté politique en Suisse et à l'étranger.»

Le président de la Cour AELE, Prof. Carl Baudenbacher, est en nette contradiction avec cette position: «Je pense que la voie bilatérale, telle que nous l'avons connue, touche à sa fin.» Depuis deux ans, l'Union européenne demande avec insistance à la Suisse de transposer le nouveau droit communautaire et d'adopter un mécanisme de contrôle et judiciaire horizontal. Si cela devait se produire, le bilatéralisme suisse et une adhésion à l'EEE ne se différencieraient plus que sur un point élémentaire: la renonciation à un plein accès au marché. Et Baudenbacher de poursuivre: «Pour la Suisse, et en particulier pour l'industrie de l'article de marque, il y a donc clairement plus d'avantages que d'inconvénients à se rapprocher de l'Europe.»

Des commerçants suisses avec des marges brutes disproportionnées

L'AIM (Association des Industries de Marque) a présenté les résultats d'une étude PwC «Perspectives sur les finances des distributeurs». Elle révèle que la situation financière de Coop et Migros est excellente. Leur réussite est entre autres due à leurs marges qui sont les plus élevées d'Europe: Coop affiche 33,1% et Migros 37%. Les commerçants européens, tels que Sainsbury (20,1%) ou Edeka (14,5%) sont bien en dessous de ces valeurs. La directrice de Promarca, Anastasia Li-Treyer, y trouve à redire: «Sur la chaîne de création de valeur, les commerçants suisses revendiquent la plus grande part du gâteau. Or, d'année en année, ils vont vers leurs fournisseurs avec des exigences de plus en plus extrêmes et agressives.» Selon Li-Treyer, ceci est d'autant plus grave que, ce

faisant, Coop et Migros font jouer leur pouvoir sur le marché.

Avancer avec courage et saisir les opportunités

Le premier échange d'idées et d'informations au sujet des nouveautés et des découvertes de la recherche en rapport avec les articles de marque lors d'un forum Promarca remonte à des décennies. Joe Müller, président de Promarca, résume l'événement de cette année: «Pour les fabricants d'articles de marque, il s'agit aussi de rester fidèle à leur ligne dans le futur et de se détacher de la moyenne en promouvant constamment l'innovation et la rénovation.» La question de la voie à laquelle la Suisse aspirera vis-à-vis de l'Europe est finalement secondaire, «puisque, dans un cas comme dans l'autre, il appartient aux fabricants d'articles de marque de saisir les opportunités offertes par l'Europe et de développer des marchés avec des produits de marque compétitifs».

Photographies: <http://www.promarca.ch/index.php?id=11&L=1>

Contact:

Promarca, Union suisse de l'article de marque
Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca
Patrick Eigenmann, communication/RP Promarca

Demandes écrites de la presse à: a.li@promarca.ch
Contact téléphonique le 5 novembre: +41/79/949/80/34
Internet: www.promarca.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016253/100613540> abgerufen werden.