

Étude GfK «Achats à l'étranger 2012»: résultats de l'étude et revendications politiques de la CI CDS

État au 2 juillet 2013

La crise de l'euro et la vigueur du franc suisse qui en découle plus ou moins directement ont entraîné ces dernières années une augmentation significative des achats opérés par les Suisses de l'autre côté de la frontière. Or il n'existait pas, jusqu'à présent, de données détaillées sur l'ampleur du phénomène, et les médias citaient à cet égard des chiffres variables provenant de différentes sources.¹ De plus, ni la notion ni le mode de recensement des achats à l'étranger n'avait été clairement définis.

L'étude GfK «Achats à l'étranger 2012» livre des éléments concrets sur le phénomène du tourisme d'achat et en évalue la nature et le volume en toute transparence. Avec ce document, la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS) fournit la première base de discussion solide sur la question.

Les résultats de l'étude

L'étude GfK montre que les achats effectués à l'étranger en 2012 se chiffrent à environ 9 milliards de francs:

- 4,5 milliards de francs ont été dépensés à l'étranger par des consommateurs qui s'y sont rendus spécialement pour acheter des articles alimentaires et non alimentaires. Si l'on y ajoute 600 millions de francs (au bas mot) consacrés aux achats en ligne sur des sites étrangers, on obtient un total de 5,1 milliards de francs pour les déplacements dédiés au shopping dans les pays voisins, ce qui représente environ 5% du chiffre d'affaires global du commerce de détail suisse.
- 8,9 milliards de francs: tel est le chiffre total obtenu si l'on prend également en considération les dépenses faites spontanément pendant les vacances et les voyages d'affaires, qui se montent à 3,8 milliards de francs.

¹ La CI CDS évalue le volume des achats effectués à l'étranger en 2012 à quelque 6 à 8 milliards de francs.

- Ce sont les vêtements et les chaussures qui se taillent la part du lion dans le budget consacré par les Suisses aux emplettes faites à l'étranger (2,6 milliards de francs, soit 31%); viennent ensuite les denrées alimentaires (1,95 milliard), l'apparenté alimentaire avec les soins corporels, les produits d'hygiène et les aliments pour animaux (1,05 milliard), puis les articles destinés à l'aménagement du logement (660 millions).
- Ce sont les Tessinois qui désertent le plus la Suisse pour faire leurs achats: 41% se rendent au moins une fois par mois dans ce but en Italie ou dans d'autres pays. Cette proportion est un peu moins élevée dans les autres régions frontalières, où elle atteint 31%.
- Principaux motifs avancés par les consommateurs interrogés: les prix (niveau inférieur, cours du change, produits de marque moins chers et remboursement de la TVA), mais aussi l'accessibilité (heures d'ouverture des magasins, places de parc en nombre suffisant) et le choix des produits plus large à l'étranger.

Conclusion

Avec la vigueur du franc suisse, les conditions générales du commerce de détail suisse se sont passablement détériorées ces dernières années. Dans les régions frontalières, les distributeurs suisses ne luttent pas à armes égales contre leurs concurrents étrangers, ce qui neutralise les efforts déployés par le commerce de détail suisse pour augmenter sa productivité. Pour que ce dernier reste un poids lourd de l'économie nationale (il emploie quelque 350 000 personnes, soit 1 salarié sur 12, et génère 8% de la valeur ajoutée à l'échelle du pays), il faut que le contexte dans lequel il évolue cesse de se détériorer.

Aujourd'hui, les handicaps de la Suisse sont aussi nombreux qu'évidents: horaires d'ouverture restrictifs pour les magasins, contraintes lourdes pesant sur la construction de places de parc, dumping pratiqué par les distributeurs étrangers, obstacles aux importations parallèles. D'autres mesures de régulation (taxe sur le littering, consigne ou obligation de recycler les déchets alimentaires) menacent de désavantager encore plus le commerce de détail suisse par rapport à l'étranger. Les milieux politiques et économiques et le grand public doivent s'unir pour modeler les conditions générales sur lesquelles ils peuvent influencer de manière à ne pas le léser dans la compétition avec les distributeurs étrangers.

Revendications politiques

La CI CDS œuvre en faveur de l'assouplissement des règles qui régissent le marché: les distributeurs suisses doivent pouvoir lutter à armes égales contre leurs concurrents étrangers. Elle préconise notamment les mesures suivantes.

1) Suppression des barrières à l'importation, qui font augmenter les prix: le commerce de détail suisse a fait profiter les consommateurs des gains de change rendus possibles par la vigueur du franc suisse. Tel est le constat du Surveillant des prix dans son rapport « Franc fort et prix » de septembre 2012. Certaines différences de prix restent toutefois considérables. S'ajoutant à la vigueur du franc, elles créent des obstacles au commerce qui entravent le trafic des marchandises entre les détaillants suisses et les fabricants étrangers, et nuisent à la concurrence et donc à une juste formation des prix.

La CI CDS estime qu'il faut continuer d'ouvrir le marché agro-alimentaire à l'UE, réduire les droits de douane de part et d'autre et éliminer les barrières non tarifaires au commerce, afin de favoriser la compétitivité, augmenter la productivité et, au bout du compte, faire baisser les prix pour les consommateurs. La CI CDS rejette toute nouvelle taxe générant des frais supplémentaires ou une augmentation des prix (taxe sur le littering, consigne sur les emballages de boissons, etc.).

a) Mise en œuvre systématique du droit des cartels existant: La CI CDS soulève la question des problèmes liés aux produits «must in stock» et à ceux qui entraînent des situations de «lock-in». Même sur des marchés ouverts, il arrive que la concurrence intermarques ne fonctionne pas. La COMCO doit intervenir de façon ciblée contre les abus. La CI CDS souhaite que la Suisse adopte au sujet des cartels une législation libérale mais claire et que la Commission de la concurrence la fasse appliquer, notamment par les entreprises qui tentent d'imposer en Suisse des prix excessifs, portant atteinte au pouvoir d'achat des consommateurs suisses.

b) Élimination des obstacles aux importations parallèles: lorsque les produits achetés sur le marché gris doivent être réétiquetés ou même reconditionnés, l'intérêt financier de ces importations parallèles est réduit à néant en raison du surcoût occasionné. Elles n'ont donc de sens, à l'heure actuelle, que lorsque le pays source applique, ce qui est rare, des règles identiques ou comparables en matière de consignes de sécurité, d'étiquetage, etc. Aussi la CI CDS est-elle favorable à la poursuite des efforts de libéralisation. Car même ponctuelles, les importations parallèles ont un effet positif sur le niveau des prix en Suisse puisqu'elles donnent une indication sur le niveau réel des prix.

c) Cassis de Dijon – éviter l'isolement du marché suisse: la CI CDS continue de défendre le principe du Cassis de Dijon, qu'elle considère comme un moteur pour la concurrence et la diversité des assortiments en Suisse. Ce principe, qui permet aux entreprises de s'approvisionner, en quantité limitée, là où les prix sont les plus intéressants pour elles, est le garant d'une liberté économique bien comprise. Combinée à l'autorisation des importations parallèles, son entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2010 constitue une mesure efficace pour lutter contre les prix excessifs.

2) Révision de la législation sur les denrées alimentaires – pas de nouvelles régulations: pour le commerce de détail, quotidiennement au service des consommateurs, la loi sur les denrées alimentaires revêt une importance capitale. La CI CDS est favorable à l'harmonisation du droit alimentaire suisse avec le droit alimentaire européen, que les relations commerciales internationales rendent indispensable. La révision en cours crée les conditions nécessaires pour lever les obstacles qui entravent les échanges commerciaux entre notre pays et l'Union européenne.

Des consignes d'étiquetage différentes de celles de l'UE (p. ex. l'indication de la provenance des matières premières, en discussion au Parlement) constituent des entraves techniques au commerce et font donc augmenter les prix. Dans le marché actuel, où la part des achats effectués à l'étranger est considérable, la CI CDS considère que ces pratiques doivent être remises en question.

3) Loi sur l'alcool – pas de prix minimums sur les boissons alcooliques: les membres de la CI CDS sont conscients des responsabilités qui découlent pour eux de la vente de boissons alcooliques. Ils font suivre régulièrement à leur personnel des formations sur les exigences liées à la protection de la jeunesse et contrôlent leur mise en œuvre.

La CI CDS s'oppose à l'introduction d'un prix minimum indexé sur la teneur en alcool des boissons alcooliques proposées à la vente. Les pays voisins n'imposant pas de prix minimums dans ce domaine, la Suisse, si elle adoptait cette mesure, constituerait une exception et ne ferait que déplacer le problème. Quant à l'argument de la protection de la jeunesse, sur lequel s'appuie le Conseil des Etats pour justifier les prix minimums, il n'est que partiellement valable: cette mesure toucherait tous les consommateurs et pas seulement les jeunes.

4) Libéralisation modérée des heures d'ouverture des magasins: la CI CDS demande une harmonisation raisonnable des horaires d'ouverture entre cantons et par rapport à l'étranger, sans atteinte ni aux conditions de travail ni à la loi sur le travail. Elle ne veut pas d'une société de consommation tournant 24 heures sur 24. La motion Lombardi, qui demande la création d'un cadre minimal

uniforme à l'échelle nationale, va dans le sens de l'harmonisation partielle des heures d'ouverture des magasins demandée par la CI CDS: les commerçants doivent pouvoir définir eux-mêmes leurs heures d'ouverture du lundi au vendredi de 7h00 à 20h00 et le samedi de 7h00 à 19h00. Les autres interventions politiques récentes, qui encouragent d'autres distorsions de la concurrence et demandent une modification de la loi sur le travail, ne constituent pas des voies envisageables pour la CI CDS.

5) Facteurs de compétitivité: prise en compte des intérêts du commerce de détail

a) Aménagement du territoire: la CI CDS demande que l'aménagement du territoire s'inscrive dans le cadre d'une planification positive, un instrument efficace pour satisfaire les diverses exigences liées à l'utilisation de l'espace et pour permettre un aménagement du territoire et des voies de circulation pérenne tout en préservant l'environnement.

b) Places de parc: la CI CDS ne veut pas de restrictions en matière de parkings ni de mesures de gestion du trafic pour les installations générant un trafic important. Elle appelle à une approche globale et prospective des politiques en matière de transports, d'aménagement du territoire et d'environnement, qui prenne en compte tous les modes de déplacement. Lorsqu'on s'efforce d'emblée d'harmoniser tous ces paramètres, on parvient à réduire pollution et trafic d'une manière efficace et durable.