



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département de l'économie DFE

Surveillance des prix SPR

Franc fort et prix

Berne, Septembre 2012



Table des matières

Avant-propos	I
Introduction.....	1
Cadre juridique et questions de compétence	2
A. Cours de change et évolution des prix	3
A.1 Force du franc.....	3
A.2 Vitesse de réaction et ampleur des adaptations de prix.....	4
A.3 Causes des adaptations de prix non effectuées.....	5
A.4 Observation du marché / activité d'ombudsman	7
A.4.1 Produits de marques	7
A.4.2 Commerce de détail.....	9
A.4.3 Marché de l'automobile	12
A.4.4 Electronique	13
A.5 Conclusion et perspectives.....	14
B. La Suisse, îlot de cherté	15
B.1 Fixation des prix.....	15
B.1.1 Exploitation de la disposition à payer	15
B.1.2 Prix du panier-type	16
B.1.3 Digression relative au marketing	16
B.2 Entraves au commerce	17
B.2.1 Introduction du principe «Cassis de Dijon».....	17
B.2.2 Entraves résiduelles au commerce.....	18
B.3 Inducteurs de coûts en comparaison avec l'étranger.....	21
B.4 Conclusion	23
C. Maintien de la compétitivité.....	25
C.1 Energie	25
C.1.1 Gaz.....	26
C.1.2 Electricité.....	26
C.2 Approvisionnement en eau, évacuation des eaux usées et élimination des déchets	27
C.3 Transports.....	27
C.3.1 Transports publics.....	27
C.3.2 Poste	28
C.3.3 Transport aérien.....	29
C.4. Communication	29
C.4.1 Télécommunications	29
C.4.2 Télévision par câble.....	30
C.5 Coûts de la santé.....	31
C.6 Conclusions	33
D. Exemples concrets / Annexe.....	35
D.1 Fisherman's Friend : entraves systématiques au commerce.....	35
D.2 Importation directe de voitures : nouvelles entraves au commerce	36
D.3 Frais de dédouanement	38
D.4 Convention concernant l'approvisionnement en eau de la ville de Lausanne	40
D.5 Prix des médicaments	41
D.6 Prix des périodiques étrangers : un exemple négatif.....	43



Avant-propos

La Suisse est un îlot de cherté. Avec l'appréciation du franc par rapport aux autres monnaies, cet état de fait a une fois de plus capté l'attention non seulement des consommateurs, mais encore des médias et du monde politique.

Nous vous présentons un rapport faisant suite au plus haut niveau historique atteint par le franc suisse au cours de l'été 2011, notamment vis-à-vis de l'euro et du dollar.

Le rapport identifie cinq constats principaux :

1. **La Suisse est et reste un îlot de cherté.** Les écarts observés en particulier pour les prix de base, perdurent en grande partie. Autrement dit, dans un grand nombre de domaines les prix indigènes sont plus élevés que dans les autres pays, même sans tenir compte des fluctuations de change.
2. **Point positif, les purs avantages de change** – soit la baisse de prix sur les biens importés qui va de pair avec le raffermissement du franc – **ont été au moins partiellement répercutés dans de nombreux cas.**
3. **La Suisse reste cloisonnée dans de nombreux secteurs, ce qui pousse les prix à la hausse.** Des entraves techniques au commerce demeurent, et de nouvelles apparaissent. Des prescriptions, mais aussi des conditions particulières, comme le plurilinguisme de notre pays pour un marché relativement exigü, renchérissent les prix pour le consommateur final.
4. **Certains domaines, en Suisse, présentent un niveau de coûts élevé par rapport à l'étranger,** avec pour conséquence des prix à la consommation plus élevés. Ces coûts n'incluent pas uniquement les frais de publicité – souvent pointés du doigt –, mais aussi notamment les coûts et les prix des entreprises étatiques ou proches de l'Etat et des prestations fournies par ce secteur.
5. **La qualité, le service et la proximité ont leur prix.** En Suisse, les frais de distribution sont très souvent plus élevés qu'à l'étranger du fait du niveau élevé de qualité de l'offre. Sur ce point, le seul remède réside dans une intensification de la concurrence, qui met le client en situation de pouvoir choisir l'importance qu'il entend accorder au facteur prix par rapport à la qualité et au service.

Le rapport conclut donc d'une part que les purs avantages de change issus des variations du cours du franc ont été répercutés tout au moins partiellement dans de nombreux cas. Cet état de fait tient notamment à la pression exercée par les consommateurs et l'opinion. Dans certains domaines la Surveillance des prix a également pu apporter sa contribution : Elle a été en contact étroit et suivi avec une bonne vingtaine d'importants fabricants et gros distributeurs à l'occasion de nombreux entretiens, négociations et analyses.

Cependant cela ne suffit pas car le niveau général des prix reste significativement plus élevé chez nous qu'à l'étranger, avec son cortège d'effets négatifs non seulement sur les consommateurs, mais encore sur l'ensemble de l'économie. Nous ne pourrions nous estimer satisfaits tant qu'un montant estimé à 5 milliards de francs partira à l'étranger (tourisme d'achat) et tant que l'industrie d'exportation et le secteur touristique devront lutter pour leur survie à cause du prix surfait des intrants. Seule l'élimination systématique des entraves au commerce et des cloisonnements permettront à l'économie intérieure d'acheter des prestations intermédiaires à des conditions concurrentielles, et à produire ainsi de manière compétitive. Dès lors que des produits indigènes seront disponibles à des prix attractifs, le phénomène du tourisme d'achat s'étiolera peu à peu.

Mais il est tout aussi important que nous gardions un œil sur les coûts du marché intérieur. Il n'est pas acceptable que des monopoles, dans les domaines de l'approvisionnement et de l'élimination, de la poste et des transports, notamment – qui plus est souvent aux mains des pouvoirs publics – réalisent des bénéfices excessifs, que des décisions politiques (touchant la question de l'avenir énergétique, par exemple) soient exploitées par les branches concernées pour exiger des prix surfaités, ou que les changements législatifs nécessaires à l'intensification de la concurrence (dans le domaine des télécommunications, mais aussi dans celui du droit de la concurrence) soient repoussés aux calendes grecques.

Stefan Meierhans, Surveillant des prix



Introduction

Le 10 août 2011, la devise européenne a atteint un niveau historiquement bas vis-à-vis de la monnaie suisse en s'échangeant à 1.04 francs l'euro. La fermeté du franc dominait déjà le débat public au début de 2011, lorsque l'euro pointait juste au-dessous de Fr. 1.30. Le franc fort a mis encore davantage en lumière le niveau élevé des prix en Suisse par rapport aux autres pays. Cette situation a donné un nouvel élan au débat concernant l'îlot suisse de cherté. La discussion se poursuit depuis avec une attention particulière portée à la répercussion des avantages de change sur les produits importés.

La Surveillance des prix a reçu un très grand nombre de réclamations dénonçant des cas de non-répercussion des avantages de change. Le nombre des dénonciations d'abus faites par des consommateurs en 2011 a atteint le niveau record de 2639, soit plus de 10 par jour ouvré¹. 733 plaintes dénonçaient la non-répercussion d'un avantage de change en 2011. En 2012 la Surveillance des prix a jusqu'ici reçu quelque 300 dénonciations à ce sujet.

Dans le cadre de sa fonction de médiateur, le Surveillant des prix a été amené à observer le marché et les prix à plusieurs reprises. Il a notamment enquêté auprès de fabricants et d'importateurs d'articles de marque ainsi que de gros détaillants pour déterminer dans quelle mesure les avantages de change étaient répercutés sur les consommateurs.

Le coût des marchandises importées est influencé par le taux de change. Mais l'importance de ce dernier dans le calcul des prix varie fortement en fonction du produit. Les écarts de prix grandissants entre certains produits identiques d'origine suisse et étrangère ne sont pas fonction d'un seul facteur. Indépendamment de ces considérations, le franc fort a creusé les écarts de prix entre la Suisse et l'étranger et a accentué les contours de l'îlot suisse de cherté. La fermeté du franc a ainsi donné un nouvel élan à la lutte contre le niveau élevé des prix domestiques, comme en témoignent les quatre postes supplémentaires – limités à deux ans – accordés par le Conseil fédéral et le Parlement à la Surveillance des prix pour faire face à la charge de travail supplémentaire. Vu la grande portée du phénomène du franc fort pour les entreprises et les consommateurs, la Surveillance des prix a institué une cellule interne d'analyse chargée de plancher spécifiquement sur la question.

Le thème du franc fort ramène aussi inévitablement sur le devant de la scène les *grands écarts de prix observés* entre la Suisse et les régions limitrophes, sans égard aux avantages de change. Le phénomène est notamment mis en lumière par le nombre croissant de Suisses qui vont faire leurs courses à l'étranger. Un des constats faits sur la foi des travaux réalisés par la Surveillance des prix en relation avec le franc fort est que les avantages de change directs ont été en grande majorité répercutés. Par contre, les prix des biens indigènes n'ont pas ou que très peu réagi. Ainsi, le niveau élevé du franc a une nouvelle fois mis en relief le caractère surfait des prix des produits agricoles par rapport aux autres pays. La partie B du présent rapport (La Suisse, îlot de cherté) est consacrée à ce thème d'actualité. La partie C (Maintien de la compétitivité) traite des facteurs de coût pour l'économie suisse et des prix perçus pour les intrants par des cartels ou des entreprises puissantes sur le marché.

¹ Cf. Rapport annuel de la Surveillance des prix DPC 2011/5, p. 729.



Cadre juridique et questions de compétence

La mission principale du Surveillant des prix est d'empêcher les *augmentations de prix abusives* et le *maintien de prix abusifs*, lorsque ces prix ne résultent pas d'une concurrence efficace. Ces deux pratiques abusives ont le même poids². La non-répercussion des gains de change peut s'inscrire dans le *maintien de prix abusifs* au sens de la loi fédérale concernant la surveillance des prix (LSPr; RS 942.20)³. En effet, si la concurrence était efficace, on serait en droit de s'attendre à ce que les gains de change, qui représentent des avantages en termes de coût, soient tôt ou tard répercutés aux consommateurs. Le Surveillant des prix n'a toutefois pas le pouvoir d'imposer une adaptation générale des prix : son champ d'action, au demeurant vaste, est limité par l'art. 2 LSPr, selon lequel seuls les prix pratiqués par des *entreprises puissantes sur le marché* ou fixés par des *cartels* sont du ressort de la Surveillance des prix. De plus, l'existence d'un abus de prix est de toute façon exclue dès lors qu'il y a *concurrence efficace*, c'est-à-dire, en particulier, lorsque d'autres sources d'approvisionnement s'offrent aux acheteurs, cela à des prix comparables et sans qu'il en résulte pour eux des efforts considérables (art. 12, al. 2, LSPr). Il convient d'examiner dans chaque cas d'espèce si les conditions d'une intervention en vertu du droit de la concurrence sont réunies. Avant de rendre une décision, le Surveillant des prix est tenu de consulter la Commission de la concurrence (COMCO) à ce propos (art. 5, al. 4, LSPr).

En sa qualité de médiateur, le Surveillant des prix est amené à examiner attentivement les plaintes et les dénonciations de la population. Il apporte ainsi – et aussi par l'observation des prix – sa contribution à la transparence des prix. Si les prix supposés excessifs résultent d'un accord horizontal sur les prix, d'un accord vertical imposant des prix minimaux ou des prix fixes ou encore d'une entente relative au cloisonnement territorial (protection territoriale absolue), le Surveillant des prix transmet généralement le dossier la COMCO, afin que celle-ci puisse «attaquer le mal à sa racine». Les accords de ce genre, qui sont déjà présumés illicites selon les dispositions actuelles de la loi sur les cartels (LCart; RS 251), peuvent être sanctionnés directement par la COMCO⁴. Dans son message relatif à la révision de la loi sur les cartels, le Conseil fédéral propose d'introduire une *interdiction partielle des cartels* s'appliquant à ces accords «rigides» : à l'avenir, ceux-ci ne pourront plus être justifiés que par des motifs d'efficacité économique, dont la preuve devra être apportée par les entreprises concernées⁵.

Par ailleurs, les augmentations de prix abusives et le maintien de prix abusifs peuvent découler d'une *entrave technique au commerce*, laquelle implique un cloisonnement du marché vis-à-vis de l'étranger. La loi fédérale sur les entraves techniques au commerce (LETC; RS 946.51) vise à empêcher la création d'obstacles techniques au commerce, à les éliminer ou à les réduire. Ceux-ci peuvent consister par exemple à imposer l'indication de provenance d'un produit ou les précautions d'emploi sur l'emballage. S'il existe des indices concrets d'une entrave au commerce ayant pour effet de restreindre la concurrence et de cloisonner le marché, le Surveillant des prix passe le témoin au Secrétariat d'Etat à l'économie, qui s'occupe des questions liées aux entraves techniques au commerce.

² Schürmann/Schluép, Kommentar KG+PüG, Zurich 1988, p. 813. Rolf H. Weber, OFK WettbewerbsrechtII, PüG 4, N2.

³ Cette situation est décrite explicitement dans le message du 30.5.1984 à l'appui d'une loi concernant la surveillance des prix (FF 1984 II 781 811) et, entre autres, dans : Schürmann/Schluép, Kommentar KG+PüG, Zurich 1988, p. 813.

⁴ Cf. art. 5, al.3 et 4, LCart.

⁵ FF 2012 3631 spéc. 3666 ss.



A. Cours de change et évolution des prix

A.1 Force du franc

Le franc suisse s'est apprécié depuis le deuxième semestre de 2007. Cette tendance s'est accentuée durant le deuxième trimestre de 2011 jusqu'à ce que le franc atteigne, en date du 9 août 2011, presque la parité avec l'euro et soit échangé à plus de 1.30 dollar. La valeur extérieure du franc, qui a augmenté de 40 pourcent au cours de ces quatre années, était en août 2011 supérieure de 30 pourcent à la moyenne sur 20 ans. Par rapport à l'euro et au dollar, *le franc suisse a atteint une valeur record en août 2011*. Sur le plan conjoncturel, ce renforcement du franc suisse est corrélé avec l'éclatement de la crise financière et économique mondiale, qui a débuté en août 2007. Simultanément est survenu un renversement de tendance dans l'évolution du cours du franc vis-à-vis de l'euro : l'affaiblissement du franc suisse par rapport à l'euro, qui durait depuis cinq ans (2003), a en effet alors pris fin.⁶



Figure 1 : Cours EUR/CHF. Graphique établi sur la base des données de la BNS

Durant cette crise, la demande de franc suisse, qui a retrouvé son rôle traditionnel de monnaie refuge, s'est accrue. Mais la Banque nationale suisse (BNS) s'y est opposée en fixant, le 6 septembre 2011, une *valeur plancher de Fr. 1.20 pour 1 euro*.

La surévaluation du franc a pesé et continue de peser lourdement sur l'industrie d'exportation suisse. Toujours est-il que les prix plus avantageux à l'importation ont suscité l'espoir d'une baisse des prix dans l'îlot suisse de cherté.

Suite à de nombreuses plaintes émanant de la population concernant la force du franc, le Surveillant des prix s'est trouvé confronté à la question de savoir si les **gains de change**⁷ réalisés à l'importation

⁶ Cf. Moser, Thomas. «La Banque nationale suisse et la lutte contre le franc fort», dans : *La Vie économique* 1/2-2012, pages 13 à 15.

⁷ A cet égard, il convient de différencier les gains de change des bénéfices élevés réalisés sur les prix de base (prix socles).



des marchandises sont **répercutés**. Les nombreux produits vendus en Suisse qui sont importés de l'étranger, pour une large part de l'UE, devraient être achetés à meilleur compte par les importateurs. En d'autres termes, ces derniers devraient avoir des coûts d'acquisition réduits en raison des différences de cours de change. Les consommateurs demandent que les gains de change soient répercutés pour que les prix de vente baissent. Dans un premier temps se pose la question de savoir dans quelle mesure les importateurs profitent effectivement de l'écart du change. Dans un deuxième temps, il s'agit de savoir dans quelle mesure les avantages à l'achat dus au taux de change sont répercutés sur les prix à la consommation. Des études préalables ont été réalisées sur ce thème notamment par la BNS⁸ (ci-après «étude de la BNS») et par le Secrétariat d'Etat à l'économie⁹ (ci-après «étude du SECO»). Nous nous référerons ci-après à ces contributions.

A.2 Vitesse de réaction et ampleur des adaptations de prix

Les études de la BNS et du SECO ont examiné la répercussion des avantages à l'achat dus aux taux de change ou «exchange rate pass-through» (ERPT). A cet effet, elles ont tout d'abord analysé comment les prix à l'importation en Suisse réagissent aux prix de production à l'étranger (principalement dans l'UE) et aux taux de change. Puis, elles ont traité l'influence des prix à l'importation et des prix de production sur les prix à la consommation en Suisse.¹⁰

Les analyses indiquent qu'une modification du taux de change se répercute dans les prix à l'importation à raison d'environ 40 pourcent après trois à quatre trimestres et se stabilise plus ou moins à ce niveau. Selon l'étude du SECO, il semble que la répercussion des modifications de taux de change entre les prix à l'importation et les prix à la consommation soit meilleure : «L'ensemble des prix à la consommation réagit à raison de 30 pourcent aux fluctuations de l'indice des prix à l'importation, ce qui revient à transmettre presque intégralement la réduction des prix à l'importation aux clients finaux, puisque les biens d'importation représentent quelque 30 pourcent de la consommation totale des ménages.»¹¹

L'étude du SECO (2011) a porté sur 18 catégories de biens dont les prix à l'importation ont été considérés. Selon la catégorie de biens, des résultats différents sont apparus. Pour les catégories de biens suivantes, les prix à l'importation ne réagissent que peu aux modifications du cours de change : textiles et habillement, produits en caoutchouc et en matière synthétique, véhicules et pièces de rechange, meubles. Pour les denrées alimentaires et boissons, les chaussures et articles en cuir, les équipements électroniques, les produits chimiques et pharmaceutiques, ainsi que pour les machines, la réaction observée est également plutôt faible. Cependant, s'agissant de biens importés destinés aux entreprises, on suppose que l'adaptation pourrait encore s'accroître avec un décalage temporel. En ce qui concerne certains produits électroniques et optiques et les produits métalliques finis, il n'a pas été possible de démontrer l'existence significative d'ERPT. S'agissant du pétrole et du gaz naturel, des produits à base d'huile minérale, des métaux, des produits semi-métalliques et de ceux à base de papier, de bois, de verre, de céramique et de béton, il est apparu que les gains à l'achat dus aux modifications du cours de change sont bien ou relativement bien répercutés.

Il est en l'occurrence également intéressant de connaître la destination des biens importés : la majeure partie (la moitié) va à l'économie d'exportation sous forme de prestations préalables, un sixième s'écoule dans les biens d'investissement et un tiers dans la consommation.

⁸ BNS (2007) : «Exchange rate pass-through in Switzerland : evidence from vector autoregressions», Banque nationale suisse, Berne, Suisse.

⁹ SECO (2011) : «La transmission des gains d'achat réalisés grâce au franc fort», Secrétariat d'Etat à l'économie, Berne, Suisse.

¹⁰ L'influence des fluctuations du taux de change sur l'évolution des coûts est présentée graphiquement au chapitre A.3.

¹¹ SECO (2011) : «La transmission des gains d'achat réalisés grâce au franc fort», page 5, Secrétariat d'Etat à l'économie, Berne, Suisse.



A.3 Causes des adaptations de prix non effectuées

Plusieurs raisons peuvent expliquer la répercussion restreinte des gains à l'achat dus au franc fort. Selon la théorie de la parité du pouvoir d'achat, les différences d'inflation entre deux pays sont compensées à terme par le cours de change. Si les producteurs et les négociants tablent sur ce résultat, il se peut qu'ils renoncent à répercuter les modifications de taux de change, puisqu'ils admettent qu'ils devront prochainement procéder à des hausses de prix compensatoires en raison de l'augmentation des coûts de production à l'étranger ou de l'augmentation des prix à l'importation en devise étrangère.

Si les modifications de taux de change sont considérées comme un phénomène purement temporaire, il se peut que les prix ne soient pas adaptés à court terme. Souvent, les entreprises attendent de voir l'évolution à long terme des taux de change pour faire la distinction entre les fluctuations et les tendances durables qui requièrent une réaction. Il est également possible que les contrats de livraison soient conclus en francs suisses et que l'importateur ne bénéficie pas dans un premier temps de l'évolution du change. Les détaillants (Coop & Migros) signalent avant tout qu'ils doivent conclure des contrats avec les filiales suisses de fabricants internationaux d'articles de marque, qui facturent en francs et qui, de ce fait, retardent un gain sur le taux de change. La répercussion est aussi retardée si les livraisons sont assurées contre les changements de cours de change par des opérations sur devises à terme (*hedging*). Plusieurs entreprises ont confirmé recourir au *hedging* pour couvrir le risque de change. Par exemple, un producteur de denrées alimentaires s'était protégé pour 2011 avec un cours EUR/CHF de 1.29. Une raison supplémentaire pour expliquer le décalage dans la répercussion des gains de change réside dans les contrats de livraison à long terme, qui empêchent une réaction rapide aux fluctuations des cours de change. Le fabricant d'articles de sport Scott indique que la production de ses articles nécessite une longue période préparatoire et que l'acquisition et le financement du matériel peuvent dans certains cas survenir plus de douze mois avant la vente effective de la marchandise. Les coûts interviennent par conséquent bien avant les éventuelles fluctuations de change, de sorte que des adaptations ne sont alors plus possibles. En outre, les prix sont fixés au moment de la vente des marchandises aux commerçants, ce qui ne laisse que peu de marge pour des corrections ultérieures.

Les résultats de l'étude du SECO et nos propres observations permettent de conclure que les frontières nationales continuent de jouer un rôle important en Suisse, où une politique de prix adaptée au comportement de consommation local est conduite. «Les études relatives au l'ERPT montrent que les frontières nationales jouent toujours un rôle important dans l'évolution des prix dans les divers espaces économiques. Des différences dans le pouvoir d'achat, le comportement des consommateurs et les réglementations se traduisent par des prix également différents. La Suisse a décidé de demeurer un espace économique indépendant avec ses caractéristiques institutionnelles et sa propre monnaie. Les entreprises se basent là-dessus pour fixer leurs prix suisses. Les commerçants comme les consommateurs peuvent toutefois, par leur attitude, combattre efficacement l'exploitation dont leur pouvoir d'achat fait l'objet.»¹² Ainsi, en Suisse, les prix à la consommation sont adaptés aux conditions locales et ils ne dépendent qu'en partie des coûts. Nous nous intéresserons de plus près à cet aspect dans la partie B, «La Suisse, îlot de cherté».

Une raison importante qui explique les différences de prix entre la Suisse et l'étranger et la répercussion réduite et différée des avantages de change réside dans la **part des coûts générés en Suisse** dans le coût global d'un produit, respectivement d'une entreprise. Les gains de change ne peuvent être obtenus que si les coûts des produits surviennent à l'étranger et qu'ils sont facturés en monnaie étrangère. Il n'est donc pas possible de réaliser un bénéfice de change sur la part de la prestation fournie en Suisse. En conséquence, plus la part des coûts engendrés en Suisse est importante dans le coût total d'un produit, plus le gain potentiel sur le change sera réduit et moins élevée sera la part susceptible d'être répercutée sur le prix à la consommation. L'évolution du prix dépend donc notamment du pays et de la monnaie dans lesquels sont générés les coûts.

¹² Balastèr, Peter (2011) : «La transmission des gains d'achat réalisés grâce au franc fort», dans : *La Vie économique* 11-2011, page 57.

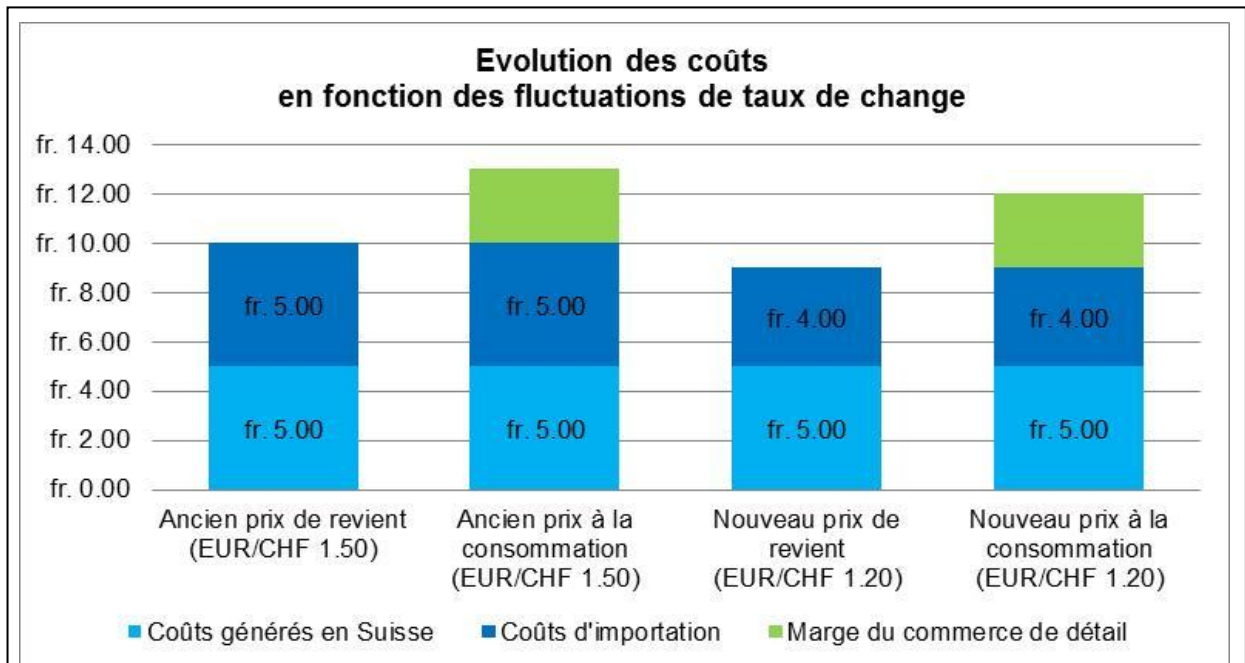


Figure 2 : Evolution des coûts en fonction des fluctuations de taux de change

L'ampleur des adaptations de prix en cas de fluctuation du taux de change dépend, entre autres, de la part de coûts générés à l'étranger dans la devise étrangère et, respectivement, de la part des coûts générés en Suisse et facturés en francs. Les fluctuations de change n'affectent directement que les coûts facturés dans la devise étrangère. Les coûts générés en Suisse n'en sont pas affectés. Plus la part des coûts générés en Suisse est importante, moins le prix est touché par les fluctuations de change. Si, par exemple, les coûts se répartissent à raison de 50 pourcent en Suisse et à l'étranger et que le cours de l'euro par rapport au franc baisse de Fr. 1.50 à Fr. 1.20 (-20 %), cette dépréciation ne concerne que 50 pourcent des coûts. Au total, en cas de répercussion parfaite des avantages de change, le prix de revient sera donc réduit de 10 pourcent.

Part des Importations	Anciens coûts (EUR/CHF 1.50)	Nouveaux coûts (EUR/CHF 1.20)	Contribution à la baisse des coûts (en %)
25%	10.00	9.50	5.00%
50%	10.00	9.00	10.00%
75%	10.00	8.50	15.00%

Tableau 1 : Répercussion des gains de change

Par exemple, un fabricant d'appareils agricoles explique les écarts de prix inégaux de ses produits entre la Suisse et l'Allemagne par la part différente de coûts générés en Suisse. Pour les produits dont la part de valeur ajoutée générée en Suisse est importante, le prix peut être supérieur de 25 pourcent, tandis que ceux dont la valeur ajoutée générée en Suisse est de moindre importance sont «seulement» environ 10 pourcent plus chers. Un fabricant de produits cosmétiques note également qu'en raison de coûts locaux différents, des écarts de prix sont inévitables d'un pays à l'autre, même à l'intérieur du même espace monétaire comme la zone euro.

Les entreprises qui produisent largement en Suisse et qui exportent une part de leurs produits pâtissent de la force du franc et ne peuvent ainsi bénéficier d'éventuels gains de change à l'importation que dans une mesure limitée, comme l'explique un producteur de denrées alimentaires (Nestlé).

Fondamentalement, les avantages de change sont répercutés lorsque les entreprises et leurs produits sont exposés à la concurrence. En cas de fluctuations des prix, une forte élasticité-prix de la demande conduit les consommateurs à acheter assez rapidement un autre produit au sein de la catégorie de produits. Les entreprises sont donc contraintes d'adapter les prix au marché et ne sauraient se permettre de conserver les avantages de change. En revanche, si la concurrence est faible entre les



fournisseurs de produits semblables, les consommateurs ont moins d'alternatives et les entreprises peuvent davantage se permettre de conserver les gains de change. La situation est différente pour les biens du segment haut de gamme. Comme le prix en soi constitue un argument de vente, les entreprises tendent à ne pas le réduire. Cette situation est confirmée pour de nombreux articles de luxe. Le chapitre consacré à l'îlot de cherté suisse permettra d'analyser cette stratégie de prix de manière plus détaillée.

A.4 Observation du marché / activité d'ombudsman

A.4.1 Produits de marques

En raison des nombreuses dénonciations d'abus de citoyens auprès du Surveillant des prix, plus de 20 **analyses de marché et de prix** étendues ont été réalisées en plus de nombreux autres examens de moindre ampleur. A cet effet, les fabricants, les importateurs d'articles de marque importants et les principaux distributeurs ont été inclus dans les enquêtes. L'attention a porté sur les denrées alimentaires, les cosmétiques et les appareils électriques importés vendus dans le commerce de détail. Des discussions intensives ont permis de clarifier l'impact effectif du franc fort, mais aussi les attentes des consommateurs, du Surveillant des prix et de la classe politique envers les producteurs, les importateurs et le commerce de détail et les réactions que ceux-ci ont déjà engagées ou planifiées. Un ample questionnaire a ensuite permis de relever en particulier l'évolution des prix d'une sélection de produits de marque forts. Si, dans un premier temps, la question de la répercussion des avantages de change était prioritaire, il est rapidement apparu qu'une approche judicieuse de la problématique distingue deux aspects fondamentalement indépendants l'un de l'autre : l'évolution des prix suite au renforcement du franc, d'une part («répercussion des avantages de change»), et les différences actuelles de prix indépendantes des taux de change, d'autre part («problématique de l'îlot de cherté»).

La discussion publique concernant la répercussion des gains de change et les différences de prix actuelles entre la Suisse et l'étranger a promu les gains de change au rang d'argument important dans les négociations de prix entre les détaillants et les producteurs de marques. L'intérêt marqué constamment par les médias pour ce thème a également contribué à accroître la pression exercée sur les prix élevés en Suisse. C'est pourquoi les fabricants de marques se sont montrés de plus en plus disposés à discuter les prix, lorsque les détaillants ont demandé des réductions de prix en se référant aux cours de change favorables à l'importation. Par la suite, dans certains cas, les prix ont baissé plus fortement que ne le laissent prévoir les économies sur les coûts issues des différences de change. Cette évolution s'explique par le niveau nettement plus élevé des prix en Suisse, comparativement à l'Allemagne, et par la sensibilité croissante aux prix dans le contexte helvétique. Alors qu'avant 2010 la répercussion des gains de change n'était guère thématifiée lors des négociations de prix entre les fournisseurs de marques et les détaillants, elle est désormais demandée pour les produits importés. De plus, le thème des gains de change a tellement occupé les négociations de prix que d'autres arguments susceptibles d'influencer les prix en ont été partiellement occultés. Par exemple, les prix plus élevés des matières premières n'ont pas pu être aussi fortement répercutés en Suisse que dans les pays étrangers.

Bien que les gains de change soient devenus désormais un argument important auquel les détaillants et leurs fournisseurs sont attentifs dans leurs négociations de prix, les prix de vente finaux restent en moyenne plus élevés en Suisse que dans les pays voisins pour diverses raisons. **Les cours de change ne constituent un facteur de formation des prix que dans la mesure où ils concernent des coûts générés à l'étranger. Mais pour de nombreux biens de consommation, la part de la valeur ajoutée produite en Suisse est importante.** Cette remarque s'applique particulièrement aux produits qui font l'objet d'une publicité soutenue (les mécanismes de fixation des prix sont traités de manière plus détaillée dans la partie B1).

Comme les coûts de publicité sont particulièrement élevés en Suisse par rapport à l'étranger, les coûts du «fabricant» générés en Suisse peuvent atteindre 75 pourcent pour de tels produits. Par conséquent, si le cours de l'euro par rapport au franc baisse de 20 pourcent, de Fr. 1.50 à Fr. 1.20, cette baisse n'affecte que 25 pourcent des coûts, de sorte que les coûts du «fabricant» en Suisse ne diminuent que de 5 pourcent. Les coûts du commerce qui vend ce produit ne sont aucunement réduits. En



revanche, le client proche de la frontière peut naturellement acheter ce produit 20 pourcent meilleur marché sur le territoire du pays voisin.¹³

Les fabricants de cosmétiques font par exemple savoir, pour leurs produits non fabriqués en Suisse, qu'une faible partie de leurs coûts totaux sont générés à l'étranger. De ce fait, les consommateurs ne perçoivent guère de répercussion des avantages de change, car ceux-ci ne réduisent le prix de vente final que de quelques pourcent. Certains groupes signalent aussi qu'ils calculent sur la base d'un cours de change à long terme. L'Oréal cite des gains de change moyens en Suisse inférieurs à 4 pourcent pour la période 2010 à 2012 et des réductions représentatives de prix pour le commerce de détail comprises entre 3,6 et 6 pourcent depuis 2010. Ces réductions de prix, que l'Oréal accorde pour sept des huit premiers produits en termes de chiffre d'affaires, sont intervenues principalement en 2012. Le prix final des deux produits de ce fabricant, mentionnés par Coop et Migros, a baissé de 18 pourcent ou plus en 2012.

En août 2011, Beiersdorf a accordé au commerce de détail des réductions moyennes de prix comprises entre 9 et 11 pourcent pour les déodorants, les crèmes, les produits de douche et les shampoings. Ces réductions, qui concernaient par exemple une crème pour les mains et un produit de douche de Nivea, ont été intégralement répercutées par le commerce de détail, dont la baisse des prix de vente finaux a nettement dépassé 11 pourcent. Selon Beiersdorf, le prix des produits de protection solaire a été réduit de 10 pourcent en février 2012.

Unilever Suisse indique avoir déjà répercuté uniformément sur le commerce les avantages de change spécifiques aux assortiments dès 2010, puis en plusieurs étapes au cours de 2011 ainsi qu'au 1^{er} janvier 2012. Pour 2010, Unilever fait état de réductions de prix comprises entre 5 et 15 pourcent sur des produits spécifiques de soins corporels (en particulier sur les déodorants). Le 1^{er} octobre 2011, Unilever a accordé d'importantes «réductions euro», de 8 à 12 pourcent en moyenne, sur son assortiment d'importation qui compte 230 articles (cette mesure concernait surtout le segment des soins corporels, des détergents et des crèmes glacées). Unilever entend maintenir les réductions dues au taux de change, concédées en septembre 2011 sur la base d'un cours de l'euro à Fr. 1.15, aussi longtemps que le cours oscillera dans la fourchette comprise entre Fr. 1.05 et Fr. 1.25.

L'indication de ce plafond du cours de change suggère un calcul serré des prix qui reflète les coûts survenus.

En raison de la force du franc, l'**équipementier sportif** Scott offre ses produits pour l'hiver 2011/2012 à un coût plus favorable de 20 pourcent. Selon les informations de l'importateur, ces avantages de change ont été largement répercutés, de sorte que le commerce spécialisé a profité de coûts de revient nettement plus bas. Il faut y voir le signe que la pression de la concurrence s'est également accrue dans les branches qui pouvaient jusque-là exploiter fructueusement le pouvoir d'achat.

A la mi-2011, les **fabricants d'appareils électriques** ont accordé des réductions atteignant 10 pourcent en raison du change. Ces rabais, eux aussi, devraient excéder la simple répercussion des gains de change : ils peuvent être interprétés comme des rabais découlant des différences accrues des prix de vente finaux en Suisse par rapport à l'étranger et peuvent être attribués à une concurrence intensifiée. L'un des fabricants d'appareils électriques produit notamment des outils électriques en Suisse et doit essayer des pertes sur le change dans ce domaine d'affaires.

Husqvarna, le fabricant d'**appareils agricoles et de jardinage**, qui ne produit pas en Suisse, a pu selon ses informations réduire ses prix de catalogue de 7 à 25 pourcent en 2011 par rapport à 2010 et en moyenne de 8,7 pourcent en 2012 par rapport à 2011. Ainsi, les avantages de change semblent être répercutés à long terme et les prix baissent en outre globalement indépendamment des gains réalisés sur le change. Cette évolution n'exclut pas que des différences de prix importantes ne subsistent, surtout par rapport au grand marché allemand. Les prix de concurrence au cours de change soutenu de l'euro de Fr. 1.20 sur le marché suisse sont toutefois sensiblement plus élevés que, par exemple, les prix du marché allemand, si bien que les écarts de prix par rapport à l'étranger demeurent considérables pour le consommateur suisse. Il est difficile de procéder à des comparaisons ob-

¹³ Cf. chapitre A.3, qui présente graphiquement l'influence des fluctuations de change sur l'évolution des coûts.



jectives en raison des types très disparates de promotion des ventes. Par exemple, Husqvarna explique que des différences de prix importantes par rapport à l'étranger, dont certaines sont supérieures à 30 pourcent, émanent de comparaisons avec des prix bas promotionnels.

Les prix moyens suisses indiqués sont eux aussi fortement influencés par les promotions, puisque le marché de détail de la Suisse leur fait une place importante (cf. partie A.2.2).

Selon nos observations, grâce à la concurrence, les gains de change réalisés ont en principe été répercutés sur le marché des outils. Les consommateurs peuvent choisir des produits concurrents même pour les produits de fournisseurs puissants. Le pouvoir d'achat ne peut être exploité à loisir, car les marchés spécialisés de la construction implantés à proximité de la frontière, qui sont une destination appréciée des Suisses adeptes du tourisme de consommation, constituent également une concurrence à prendre au sérieux. Dans le domaine professionnel, on trouve des détaillants étrangers qui vendent leurs produits directement sur les chantiers suisses, ce qui contribue aussi à limiter le renchérissement des produits suisses par rapport à l'étranger. Ces conditions de concurrence portent à penser que l'avantage sur les coûts constitué par les gains de change sera répercuté sur les prix à la consommation.

A.4.2 Commerce de détail

Lors des entretiens conduits avec les représentants des produits de marque, ceux-ci ont unanimement signalé que les prix élevés en Suisse sont dus à la trop faible intensité de la concurrence dans le commerce de détail et à la position dominante de Coop et Migros. Ces deux grands distributeurs, quant à eux, expliquent la cherté du marché suisse par les prix auxquels leur sont fournis les produits de marque en Suisse, beaucoup plus élevés que ceux facturés aux détaillants à l'étranger. Les différences de prix présentées par de nombreux acteurs au cours de l'année dernière n'excluent aucune des deux estimations. Comme nous l'avons déjà relevé et selon les détails fournis dans la partie B.1, le pouvoir d'achat et la disposition à payer sont élevés en Suisse. Dans un tel environnement, les fournisseurs ne se différencient pas nécessairement par le prix, mais par des facteurs qui sont plus importants pour le client, par exemple le contexte d'achat, l'image de marque ou la qualité.

Cependant, l'entrée sur le marché d'Aldi et de Lidl a intensifié la lutte sur les prix. Dans les régions frontalières, en raison de la force du franc, le tourisme de consommation à l'étranger est devenu une concurrence sérieuse. Comme Coop et Migros achètent les produits de marque étrangers en Suisse à des prix libellés en francs suisses, en raison de l'organisation internationale des fournisseurs, il s'est écoulé beaucoup de temps jusqu'à ce que les prix des produits importés soient abaissés dans leurs magasins. Cette remarque ne s'applique pas aux produits frais et au café, qui sont achetés directement à l'étranger aux prix du jour et dont les prix sont par conséquent adaptés continuellement (cf. les explications concernant l'agriculture dans la partie B 3 «Inducteurs de coûts».

Promotions

Les consommateurs suisses se montrent surtout sensibles aux prix par leur réceptivité aux offres promotionnelles. **Les Suisses sont réputés pour être particulièrement attentifs aux promotions.** Les denrées alimentaires conservables et les produits para-alimentaires sont achetés dans une large mesure lors de promotions. Les promotions de produits de marque très appréciés sont organisées spécifiquement pour attirer la clientèle au magasin. En Suisse, les promotions allant jusqu'à 50 pourcent de réduction du prix ne sont pas rares. Selon les indications de divers interlocuteurs, les rabais promotionnels aussi importants ne sont pas usuels dans les pays étrangers voisins. Pour que les comptes jouent, le «prix normal» d'un produit doit être élevé si le tiers du chiffre d'affaires qu'il atteint est réalisé en période promotionnelle. Les comparaisons de prix avec l'étranger devraient tenir compte des rabais promotionnels.¹⁴ Les produits de marque forts, généralement vendus à un prix élevé, se prêtent particulièrement bien aux promotions. Les promotions sont particulièrement efficaces si elles portent sur un produit que de nombreux consommateurs tiennent pour indispensable. Si Coop

¹⁴ Néanmoins, les offres promotionnelles et les «prix normaux», respectivement les prix de catalogue «renchérissés» qu'elles induisent éventuellement ne doivent pas être acceptés les yeux fermés. Dans ce contexte, le problème se pose plus particulièrement pour les consommateurs à faible budget qui ne peuvent souvent pas profiter des offres promotionnelles pour constituer des réserves.



ou Migros organise une telle promotion, il arrive que même un client fidèle par ailleurs se tourne alors vers le concurrent pour bénéficier du rabais. A cette occasion, il n'achète généralement pas que le produit en promotion.

«*Must-in-stock*»

Dans le contexte de la répercussion des avantages de change la notion de produits «incontournables» ou «impératifs» («*must-in-stock*») s'est répandue. Il s'agit de produits de marque forts, appréciés des clients au point que ceux-ci se rendent dans un autre magasin pour les y trouver s'ils ne sont pas dans un premier magasin. Les détaillants font valoir qu'ils se trouvent dans une position de faiblesse lors de négociations concernant de tels produits, car leurs partenaires de négociations tablent sur le caractère indispensable des produits en question. Le caractère «impératif» d'un produit pourrait constituer un *indice* de délimitation du marché en fonction d'une marque et, partant, un éventuel signe de position dominante sur le marché.

En revanche, Coop et Migros sont si forts en Suisse que même les producteurs de marques «impératives» doivent nécessairement veiller à figurer au moins dans l'assortiment de l'un de ces deux grands distributeurs. En outre, la plupart des fournisseurs de produits ne disposent que de l'une ou l'autre marque aussi forte et souhaiteraient placer toute une série d'autres produits chez Coop ou chez Migros.

Les détaillants profitent d'un effet d'appel de leurs promotions d'autant plus efficace sur les clients s'ils proposent des produits «impératifs» dans leur offre promotionnelle. Qu'une marque soit aussi appréciée n'est généralement pas l'effet du hasard, mais le résultat d'une performance entrepreneuriale. Il est évident que le propriétaire d'une telle marque tente de gagner autant d'argent que possible avec cette marque. Tant que la situation concurrentielle le permet, le commerce de détail et le fournisseur des articles de marque vivent relativement bien avec les prix que les clients sont disposés à payer : ils en bénéficient l'un et l'autre et le client règle la facture.

Les grands distributeurs reçoivent aussi des contributions promotionnelles de l'importateur destinées à promouvoir les ventes. Selon les informations recueillies auprès des importateurs et des producteurs, les contributions à la promotion des ventes et à la couverture des coûts d'acquisition accordées aux grands distributeurs suisses sont nettement supérieures aux contributions usuelles dans les pays étrangers voisins. De ce fait, il est moins tentant pour les distributeurs suisses d'importer la marchandise directement de l'étranger par des canaux parallèles.

En raison de la concurrence plus rude sur les prix et du tourisme de consommation, Migros a dû réduire ses prix davantage que les gains de change ne l'auraient permis. Sur l'ensemble de l'assortiment, les prix moyens de Migros en 2011 étaient de 4 pourcent inférieurs à ceux de 2010. Entre 2007 et 2011, les prix ont baissé globalement de 9 pourcent. Le renchérissement négatif cumulé à fin mai 2012 atteint lui aussi déjà 2,5 pourcent.

Migros note que de dures négociations avec les fournisseurs étrangers ont en outre été nécessaires pour réduire les prix des produits de marque étrangers.

	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	30.08.2011	05.01.2012	11.06.2012	Variation totale des prix en %
L'Oréal Elsève Schampoing	fr. 5.40	fr. 4.90	fr. 4.00	fr. 4.00	fr. 4.00	fr. 3.60	-27%
L'Oréal Studio Line Mousse Silk & Gloss Extra Volume		fr. 8.60	fr. 8.30	fr. 8.30	fr. 8.30	fr. 7.00	-19%
Nivea crème pour les mains SOS	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.10	-17%
Nivea crème de douche	fr. 4.00	fr. 4.00	fr. 3.75	fr. 3.35	fr. 3.35	fr. 3.35	-16%
Galbani Mozzarella 150g	fr. 2.10	fr. 2.00	fr. 1.90	fr. 1.80	fr. 1.80	fr. 1.80	-14%
Elmex Classic	fr. 4.90	fr. 4.40	fr. 3.95	fr. 3.95	fr. 3.95	fr. 3.95	-10%
Grana Padano 120g	fr. 2.50	fr. 2.45	fr. 2.40	fr. 2.60	fr. 2.50	fr. 2.40	-4%



Rio mare thon à l'huile d'olive	fr. 3.75	fr. 3.75	fr. 3.55	fr. 3.55	fr. 3.30	fr. 3.60	-4%
Coca Cola 50cl		fr. 1.10	fr. 1.10	fr. 1.10	fr. 1.10	fr. 1.10	0%
Barilla Penne Rigate							
Nutella pâte à tartiner aux noisettes 400g	fr. 3.75	fr. 3.50	fr. 3.50	fr. 3.50	fr. 3.10	Produit plus disponible	
Nutella pâte à tartiner aux noisettes 450g						fr. 3.50	
Pampers couches Baby-Dry - Taille 6 Extra Large			fr. 27.80	fr. 27.80	fr. 27.80		
Trident Senses chewing gum sans sucre Senses Mint Mistery	fr. 4.90	fr. 4.90	fr. 4.90	fr. 4.90	fr. 4.90	Produit plus disponible	
Trident Senses chewing gum sans sucre Senses Rainforest Mint						fr. 4.80	
Gillette Sensor Excel lames	fr. 22.90	fr. 19.95	fr. 14.40	fr. 14.40	fr. 14.40	Produit plus comparable	
Tampax Compak régulier	Aucune donnée						
Always Ultra Normal							

Tableau 2 : Evolution des prix de vente finaux de produits de marque sélectionnés chez Migros

Le renchérissement chez Coop a été de -2,4 pourcent en 2011. A fin mai 2012, il y était déjà de -2 pourcent et même de -3,8pourcent pour les articles de marque étrangers, qui représentent environ 10 pourcent du chiffre d'affaires.

	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	30.08.2011	11.06.2012	Variation totale des prix en %
Always Ultra Normal plus 28 serviettes	fr. 7.90	fr. 5.95	fr. 5.95	fr. 5.95	fr. 4.60	-42%
Always Ultra Normal 16 serviettes	fr. 4.95	fr. 3.30	fr. 3.30	fr. 3.30	fr. 3.10	-37%
Pampers Baby-Dry Maxi 52 couches	fr. 27.75	fr. 27.75	fr. 26.95	fr. 25.95	fr. 19.95	-28%
Pampers Baby-Dry Maxi Plus 48 couches	fr. 27.75	fr. 27.75	fr. 26.95	fr. 25.95	fr. 19.95	-28%
Nutella pâte à tartiner aux noisettes 400g	fr. 3.90	fr. 3.50	fr. 3.50	fr. 3.10	fr. 3.00	-23%
L'Oréal Studio Line Mousse Silk & Gloss 200ml		fr. 8.60	fr. 8.60	fr. 8.60	fr. 7.00	-19%
Nivea crème pour les mains SOS	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.95	fr. 4.55	fr. 4.10	-17%
Nivea crème pour les mains SOS Duo 2x50ml				fr. 9.90	fr. 8.20	-17%
Tampax Compak Regular 20 tampons	fr. 7.40	fr. 7.40	fr. 7.40	fr. 7.40	fr. 6.30	-15%
Galbani Mozzarella 150g	fr. 2.10	fr. 2.00	fr. 1.90	fr. 1.80	fr. 1.80	-14%
Galbani Mozzarella 3x150g	fr. 6.30	fr. 6.00	fr. 6.00	fr. 5.40	fr. 5.40	-14%
Galbani Mozzarella 400g	fr. 5.30	fr. 5.20	fr. 5.30	fr. 4.55	fr. 4.55	-14%
Galbani Mozzarella St. Lucia 250g	fr. 4.50	fr. 4.40	fr. 3.90	fr. 3.90	fr. 3.90	-13%
Grana Padano râpé 250g	fr. 5.30	fr. 5.20	fr. 5.30	fr. 5.15	fr. 4.70	-11%
Barilla Penne Rigate No. 73 500g	fr. 2.25	fr. 2.25	fr. 2.25	fr. 2.10	fr. 2.10	-7%
Rio mare thon à l'huile d'olive 104g	fr. 3.75	fr. 3.75	fr. 3.55	fr. 3.30	fr. 3.60	-4%



Omo Color lessive liquide 1.5L	fr. 11.90	fr. 11.90	fr. 11.90	fr. 11.90	fr. 11.90	0%
Coca Cola 6x1.5L	fr. 12.90	fr. 13.20	fr. 12.90	fr. 12.90	fr. 13.20	2%
				30.08.2011	11.06.2012	Variation totale des prix en %
Nivea crème boîte 150ml				fr. 3.55	fr. 2.95	-17%
Schär Penne rigate sans gluten 500g				fr. 4.90	fr. 4.20	-14%
Rexona Deo Roll-On tropical power 50ml				fr. 4.95	fr. 4.25	-14%
Milupa bouillie de Biscuits 275g				fr. 7.80	fr. 6.80	-13%
Nivea crème Anti-Age Q10 plus 100ml				fr. 5.45	fr. 4.95	-9%
Schär Tagliatelle aux oeufs 250g				fr. 4.95	fr. 4.50	-9%

Tableau 3 : Evolution des prix de vente finaux de produits de marque sélectionnés chez Coop

Outre les deux leaders suisses du commerce de détail, l'évolution des prix de dix produits sélectionnés à fortes ventes a été relevée chez Lidl-Suisse.

	19.03.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.06.2012	Variation totale des prix en %
Nivea visage tonique purifiant	fr. 7.59	fr. 7.59	fr. 6.95	fr. 4.89	fr. 4.89	-36%
Rexona Deo Roll cobalt ou cotton	fr. 3.95	fr. 3.95	fr. 3.29	fr. 2.89	fr. 2.98	-25%
Always Ultra Normal 10 serviettes	Pas disponible	fr. 5.95	fr. 5.19	fr. 4.59	fr. 4.59	-23%
Barilla Penne Rigate No. 73 1kg	fr. 3.65	fr. 3.25	fr. 3.25	fr. 2.95	fr. 2.95	-19%
Kinder tranche au lait	fr. 1.95	fr. 2.09	fr. 2.09	fr. 1.69	fr. 1.69	-13%
Nivea Crème	fr. 3.29	fr. 3.29	fr. 3.29	fr. 2.95	fr. 2.95	-10%
Nutella pâte à tartiner aux noisettes 400g	Pas disponible	fr. 3.49	fr. 3.49	fr. 3.36	fr. 3.43	-2%
Coca Cola 2L	Pas disponible	fr. 2.94	fr. 2.94	fr. 2.94	fr. 2.94	0%
Grana Padano 200g	Pas disponible	Pas disponible	fr. 3.49	fr. 3.49	fr. 3.49	0%

Tableau 4 : Evolution des prix de produits de marque sélectionnés chez Lidl

Globalement, depuis 2010, le commerce de détail a également contribué sensiblement à la baisse du niveau des prix en Suisse au-delà de la simple répercussion des gains de change.

A.4.3 Marché de l'automobile

Les prix de vente finaux des automobiles sont réputés être plus élevés de 5 à 10 pourcent en Suisse que dans les pays voisins. En août 2011, les prix de vente suisses relatifs étaient, en raison d'un cours de l'euro inférieur à Fr 1.20, tout à coup 5 à 20 pourcent plus élevés que dans les pays environnants.

Sur le marché suisse de l'automobile, les importations parallèles et directes jouent un rôle important pour créer les conditions de concurrence. Après que la part de marché des véhicules importés directement en Suisse eut fortement augmenté en raison du cours de change qui leur était favorable, les marchands d'automobiles suisses ont réagi en accordant presque partout des «rabais euro». De ce fait, les voitures neuves sont devenues nettement plus avantageuses en Suisse. Il n'est pas facile de reconstituer les prix effectivement payés, car les rabais octroyés varient fortement selon la tactique de négociation du client.¹⁵

¹⁵ Cf. l'émission «10vor10» du 28.11.2011 de la Télévision suisse, qui a effectué des achats tests auprès de divers marchands d'automobiles.



Après que les avantages de change eurent enfin été répercutés pour les voitures neuves, les fournisseurs ont également dû réduire leurs prix sur le marché des voitures d'occasion. Bien que les fournisseurs de voitures d'occasion ne réalisent pas de gains de change, ils ont été directement concernés par les prix plus avantageux des voitures neuves et ont dû amortir leur parc de véhicules d'occasion pour pouvoir résister au marché des voitures neuves.¹⁶

Selon la VFAS, la part des importations directes sur le marché de l'automobile a doublé en 2011. En janvier 2012, près de 12 pourcent des véhicules vendus en Suisse étaient importés directement. Du point de vue de la Surveillance des prix, l'augmentation de la part des voitures de tourisme directement importées est une évolution positive en ce que les importations parallèles accroissent la pression pour que les avantages de change soient répercutés.

Les craintes de voir la situation des importateurs directs se détériorer en raison de la nouvelle législation sur le CO₂ et la pression de la concurrence diminuer de nouveau sont répandues et peut-être justifiées. Le calcul des éventuelles taxes CO₂ et l'organisation du système visant à les réduire constitueront à l'avenir un obstacle administratif supplémentaire qui affectera les prix des voitures de tourisme neuves directement importées. La partie D.2 fournit, du point de vue de la Surveillance des prix, des estimations plus détaillées quant au futur environnement concurrentiel sous le régime de la nouvelle législation sur le CO₂.

A.4.4 Electronique

Les ordinateurs et les équipements informatiques accessoires sont, après les billets d'avion, les produits le plus souvent achetés en ligne.¹⁷ 12 pourcent des dépenses consenties par les ménages pour l'achat d'ordinateurs et d'équipements accessoires sont réalisées via l'internet. Le recours à l'internet facilite les comparaisons de prix et les importations parallèles. En raison des possibilités de transport aisées et du grand nombre de fournisseurs internet, les conditions de concurrence sont dures sur le marché de l'électronique. Le fait qu'une faible part des coûts est générée en Suisse, combiné aux conditions de concurrence extrêmes, induit des prix bas. Le marché de l'électronique montre que les produits ne doivent pas être fondamentalement plus chers en Suisse. Dans certains cas, les produits informatiques peuvent même être moins chers en Suisse que dans les pays étrangers environnants en raison des taux de TVA plus bas. Cette remarque vaut selon les cas pour les logiciels. Par exemple, en date du 12 juin 2012, le produit «Office Home and Business 2010; 2 PC/1 User, 64 bit/32 bit» était, dans sa version allemande complète, plus avantageux de quelque 5 pourcent chez au moins deux grands fournisseurs internet suisses que chez un grand fournisseur internet allemand. Pourtant, les produits électroniques ne sont généralement pas meilleur marché en Suisse. Une comparaison de quatre modules d'enregistrement du travail sélectionnés au hasard pour les ordinateurs de bureau a montré que, le 12 juin 2012, les prix des fournisseurs internet suisses étaient plus élevés que ceux des fournisseurs étrangers. Pourtant, l'achat de l'étranger n'aurait guère été rentable en raison des coûts d'expédition plus élevés. En outre, il faudrait tenir compte en pareil cas des coûts de dédouanement (cf. à ce sujet le chapitre D.1).

Cas Nikon. Mesures visant à exploiter le pouvoir d'achat malgré les conditions de concurrence

Une concurrence efficace favorise la répercussion des gains de change tout en empêchant l'exploitation de la disposition des consommateurs à payer. Les marges faibles et les possibilités relativement aisées d'obtenir des «prix euro» à l'étranger laissent une marge de manœuvre étroite pour tirer profit du pouvoir d'achat supérieur. La possibilité de comparer simplement les produits en se fondant sur les données techniques devrait encore accroître la pression de la concurrence. Dans un pareil contexte, les possibilités d'exploiter le pouvoir d'achat sont limitées. Mais une décision de la Commission de la concurrence, rendue en décembre 2011 contre Nikon SA (ci-après Nikon), montre que cette observation ne vaut que sur le principe. Ce jugement fait apparaître, à l'exemple du marché

¹⁶ Telles sont les conclusions d'entretiens de la Surveillance des prix avec Amag et l'Association suisse des marchands automobiles indépendants (VFAS).

¹⁷ Cf. le site web de l'Office fédéral de la statistique (OFS), Données, indicateurs > Société de l'information > Ménages et population > E-commerce des ménages privés : http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30108.301.html (état au 22.05.2012).



des appareils photos, qu'un fournisseur a tenté d'exploiter au maximum le pouvoir d'achat du consommateur suisse. Nikon a été sanctionnée d'une amende de 12,5 millions de francs suisses pour avoir entravé les importations parallèles en tentant d'isoler le marché suisse de manière à différencier les prix suisses des prix européens. L'amende infligée à Nikon sanctionnait également la pression exercée sur les commerçants parallèles. En effet, Nikon a exhorté ses sociétés nationales à empêcher les exportations parallèles en Suisse. La décision de la ComCo n'est, en raison d'un recours de Nikon auprès du Tribunal administratif fédéral, pas encore entrée en vigueur.

A.5 Conclusion et perspectives

Comme une large part de la création de valeur survient en Suisse, même pour de nombreux produits de marque importés, l'influence du franc fort sur une part des coûts des produits importés proposés en Suisse est généralement surestimée. Cette observation vaut particulièrement pour les «produits de marketing», c'est-à-dire pour des produits soutenus par une forte activité publicitaire. Pourtant, la force du franc influence sensiblement les prix. Son influence se traduit tant par des économies de coûts obtenues grâce aux gains de change, tendanciellement surestimés, que par une concurrence accrue, due au cours de change, avec les régions étrangères limitrophes. L'intensification de la concurrence entrave l'exploitation relativement élevée du pouvoir d'achat du consommateur suisse. **C'est pourquoi la Surveillance des prix s'engage en faveur de conditions-cadre favorables à la concurrence et pour une réduction des entraves au commerce.** Quant aux marchés où le pouvoir d'achat est exploité malgré l'environnement concurrentiel, les consommateurs y trouvent souvent la possibilité de satisfaire des exigences de qualité supérieures tout en orientant davantage leur choix en fonction du prix.

Les réductions de prix de certains fabricants sont intervenues relativement tard, soit en 2012 seulement. Les gains de change dus au franc fort ont certes été largement répercutés dans le commerce, mais ils n'ont pas été automatiquement retransmis aux détaillants. Selon ces derniers, d'intensives négociations préalables ont été nécessaires. C'est pourquoi, eu égard à la force du franc, il semble nécessaire de continuer à observer l'évolution des prix des produits importés.

	2011		2012	
	Modification des prix	Remarques	Modification des prix	Remarques
L'Oréal	-4 %		0 %	
Scott (assortiment d'hiver)	-20 %	Prix de la maison mère à la filiale suisse		
Beiersdorf	-9 à -11 %	Sur déodorants, crèmes, produits de douche et shampoings	-10 %	Sur les produits so-laires
Husqvarna	-7 à -25 %	Prix de vente finaux re-commandés	-8,7 %	Prix de vente finaux recommandés
Unilever	-8 à -12 %	Prix de catalogue	0 %	
Nestlé	-10 %	Sur les produits importés		
Coop	-2,4 %	Pas seulement les impor-tations, mais l'assortiment complet	-2 %	Ensemble de l'assortiment jusqu'à la fin de mai 2012
Migros	-4 %	Pas seulement les impor-tations, mais l'assortiment complet	-2,5 %	Ensemble de l'assortiment jusqu'à la fin de mai 2012

Les modifications de prix moyennes des entreprises suivantes ne peuvent pas être publiées en raison de leur confidentialité: **Bosch; Kraft; Procter & Gamble.**

Tableau 5 : Modifications moyennes des prix, selon les données des entreprises étudiées

Les fruits et les légumes provenant de l'étranger n'ont pas été pris en considération. Ils sont achetés par les détaillants aux prix du jour. Leurs prix fluctuent souvent fortement : outre les cours de change, ils dépendent de nombreux autres facteurs déterminés par le jeu de l'offre et de la demande. La ré-



percussion des avantages de change sur ces prix habituellement soumis à de fortes fluctuations est moins perceptible. Mais comme les achats sont effectués aux prix du jour, la force du franc induit directement des prix plus bas. Les droits de douane protecteurs empêchent les produits concurrents étrangers d'accéder au marché suisse pendant que les fruits suisses sont mûrs. Quant aux produits agricoles produits en Suisse, il n'y a guère à attendre des avantages de change dus au franc fort. Compte tenu de ces conditions-cadre de politique agricole, nous n'avons pas examiné la répercussion des gains de change pour les fruits et les légumes.

Dans toutes les marques étudiées, les prix moyens dans le commerce de détail ont baissé en raison du renforcement du franc. Même les prix des produits les mieux vendus de nombreuses marques ont souvent baissé. Une répercussion, à tout le moins partielle, des **avantages de change** est donc observable fondamentalement. Dans certains cas, la sensibilisation croissante aux prix a même entraîné des réductions de prix plus importantes que la part de coûts générée à l'étranger ne le laissait prévoir. Cependant, le niveau de prix demeure généralement supérieur en Suisse en raison des prix de base élevés. Comme les prix étaient déjà nettement supérieurs en Suisse dans certains cas avant même le renforcement marqué du franc, en particulier par rapport à l'Allemagne, le niveau élevé des prix reste gênant dans nombre de cas.

La majorité des entreprises interrogées justifient leurs prix par les coûts à assumer et des bénéfices adéquats. Certains fabricants se réfèrent seulement à la concurrence et non pas à leur comptabilité analytique pour expliquer leur politique de formation des prix. Or, l'environnement concurrentiel peut aussi appeler un positionnement prix spécifique où les prix sont concurrentiels tout en étant nettement supérieurs aux coûts des produits. En effet, sur le marché du commerce de détail, de plus en plus disputé, les prix des fournisseurs sont eux aussi toujours plus sous pression. Par ailleurs, en raison du franc fort, la pression augmente également sur les prix des produits de marque forts.

B. La Suisse, îlot de cherté

L'expression «îlot suisse de cherté» fait référence au niveau élevé des prix observé sur le marché suisse en comparaison internationale. La Suisse se distingue des autres pays par des prix notablement élevés. Cet écart s'est accentué en raison de la force du franc et les consommateurs sont devenus plus sensibles à la problématique de la cherté en Suisse. La présente partie du rapport s'arrête sur une sélection de causes du niveau des prix en Suisse. L'intérêt s'y concentre sur les éléments fournis par des entretiens intensifs et des enquêtes menées auprès des commerçants et des fabricants d'articles de marque.

Nous commençons par aborder la disposition élevée du consommateur suisse à payer et l'exploitation de cet état de fait par le marché. Dans ce contexte, nous présentons des stratégies marketing responsables du niveau élevé des prix. Nous traitons ensuite la problématique des entraves au commerce et l'introduction du principe «Cassis de Dijon» en Suisse, de même que les facteurs de coûts déjà mentionnés dans la partie A.1.3.

B.1 Fixation des prix

B.1.1 Exploitation de la disposition à payer

La formation des prix sur le marché suisse dépend essentiellement des possibilités budgétaires des consommateurs et de leur disposition à consacrer une partie de leur budget à l'achat d'un produit déterminé. Cette disposition est désignée par la «disposition à payer» (ou «propension à payer»). La disposition à payer est élastique par rapport au revenu pour la plupart des biens et, de ce fait, particulièrement élevée dans les pays riches¹⁸. Fondamentalement, les consommateurs sont différemment

¹⁸ Eichenberger, R. (2008) : «Wettbewerb im Binnenmarkt, internationale Öffnung und Wachstum»; dans : *La Vie économique* 4-2008.



disposés à payer, notamment en fonction du produit considéré, mais il est possible d'affirmer que la disposition moyenne à payer est relativement élevée en Suisse par rapport à l'étranger¹⁹.

Le niveau élevé de la disposition à payer est notamment lié aux attentes des consommateurs envers un produit. Leurs exigences qualitatives sont en principe élevées et, pour le prix élevé qu'ils sont prêts à payer, ils attendent un produit qui y réponde. Les exigences qualitatives ne visent pas que le produit, elles concernent aussi l'expérience d'achat et le service lié au produit. En Suisse, les magasins sont souvent optiquement engageants et leur aménagement est aussi convivial que possible. Le service pendant et après la vente est lui aussi généralement coûteux (par exemple service d'accueil permanent de la clientèle).

De ce fait, les entreprises qui fixent les prix sur le marché ont la possibilité d'exploiter la situation à leur avantage en profitant de cette forte disposition à payer du consommateur suisse par des prix élevés. Autrement dit, les prix ne se forment pas uniquement en fonction des coûts et les entreprises engrangent d'importants bénéfices en grevant le budget des ménages. L'étude du SECO mentionnée dans la partie A.1.2 parvient à la conclusion «que fixer les prix sur la base des coûts est loin d'être une pratique générale au niveau de la consommation»²⁰.

B.1.2 Prix du panier-type

Si la concurrence inter-marques fonctionne (concurrence entre les divers articles de marque de la même catégorie de produits), les prix des produits de la concurrence constituent les principaux repères pour fixer les prix. Le prix d'un produit ne dépend alors pas seulement des coûts, il véhicule aussi une image de qualité. Par conséquent, lorsqu'un produit de marque auréolé d'un certain prestige est présenté en Suisse, son prix sera fixé nettement au-dessus du prix des marques propres des grands distributeurs, et même au-dessus du prix des produits de marque concurrents qu'il entend dépasser en termes de prestige.

S'agissant des marques de prestige, justement, la comparaison ne joue pas seulement avec les produits de la concurrence, mais aussi avec d'autres produits achetés dans le même cadre. Les produits de soins corporels et les cosmétiques sont typiquement comparés avec les denrées alimentaires, qui sont également en vente chez les grands distributeurs. Les prix sont donc axés sur le niveau de prix d'un panier de produits déterminé. Par exemple, les denrées alimentaires, qui sont relativement chères dans notre pays, contribuent à renchérir les produits de marque du domaine para-alimentaire en Suisse. Concrètement, le niveau élevé du prix de la viande, par exemple, concourt indirectement à des prix élevés dans le domaine para-alimentaire.

Les fabricants d'articles de marque confirment en majorité que les prix s'orientent en fonction des conditions nationales spécifiques. Dans un tel cadre, les prix dépendent surtout de la concurrence, de ses produits et du niveau auquel elle fixe ses prix. D'une part, les prix devraient être concurrentiels. D'autre part, le prix des produits contribue à les positionner dans l'environnement concurrentiel, suggérant des indications quant à leurs propriétés et à leur qualité.

B.1.3 Digression relative au marketing

Exploiter la disposition à payer du consommateur correspond à la théorie usuelle du marketing. Les entreprises actives sur le marché mettent des instruments de marketing en œuvre à cet effet. Les explications suivantes en matière de marketing se rapportent aux ouvrages de Homburg et Kromer²¹ et de Pepels²².

¹⁹ Dans ce contexte, il est aussi souvent question de l'exploitation du pouvoir d'achat, qui est aussi relativement élevé en Suisse. Il s'agit alors de la relation entre le revenu disponible et le niveau des prix. Nous ne détaillerons pas cet aspect en l'occurrence.

²⁰ SECO (2011) : «La transmission des gains d'achat réalisés grâce au franc fort», page 8, Secrétariat d'Etat à l'économie, Berne, Suisse.

²¹ Homburg, C., Kromer, H. (2006) : «Marketingmanagement», Gabler éd., Wiesbaden, Allemagne.

²² Pepels, W. (éd.); (2007) : «Marktsegmentierung – Erfolgsnischen finden und besetzen», Symposium Publishing GmbH, Düsseldorf, Allemagne.



Par leurs stratégies marketing, les entreprises visent à servir les segments de clientèle selon les préférences spécifiques des clients, de manière à obtenir le prix optimal et une progression du bénéfice. Nous nous intéressons en l'occurrence aux stratégies marketing principalement responsables des prix élevés, différents de ceux relevés à l'étranger, pratiqués en Suisse. Il s'agit d'une part de la différenciation des produits et, d'autre part, de la différenciation des prix. Ces stratégies s'inscrivent toujours dans un concept marketing complet.

La différenciation des produits : cette stratégie marketing consiste à concevoir des variantes de produits existants qui se distinguent par certaines caractéristiques comme la qualité, le nom de la marque ou l'emballage. Des produits spécifiques au marché suisse, plus ou moins différents des produits étrangers, sont ainsi fabriqués. Il peut s'agir, par exemple, de marques qui ne sont commercialisées qu'en Suisse ou de denrées alimentaires dont la variante suisse présente une composition différente. A cet égard, les exigences qualitatives élevées des consommateurs sur le marché suisse permettent aux producteurs d'articles de marque de lancer assez facilement des produits spécifiques à un prix élevé. La fixation d'un prix élevé est notamment facilitée par la propension du consommateur suisse à payer plus pour une qualité (prétendument) supérieure. Il est ainsi possible de fixer un prix spécifique pour le marché suisse et d'exclure les importations parallèles (cf. partie B.2.2).

Différenciation des prix : dans cette stratégie marketing, des prix différents sont demandés pour des produits identiques ou légèrement différents. En l'occurrence, la différenciation internationale des prix nous intéresse, c'est-à-dire la fixation de prix différents de part et d'autre des frontières nationales. Outre la couverture de coûts différents, il s'agit alors surtout d'exploiter des dispositions à payer différentes. De ce fait, des prix relativement élevés sont demandés en Suisse.

B.2 Entraves au commerce

Les entraves au commerce, qui affectent la circulation internationale des marchandises, sont au cœur de la discussion sur l'îlot suisse de cherté. Les entraves techniques au commerce constituent un cas spécial, mais décisif. A cet égard, l'introduction du principe «Cassis de Dijon», dont l'objectif était de réduire les obstacles techniques au commerce, joue pour la Suisse un rôle important.

Mais trop d'obstacles au commerce demeurent encore. Ils entravent la concurrence et empêchent la formation de prix véritablement conformes au marché. La présente partie en présente quelques-uns, l'attention portant sur les entraves commerciales qui portent atteinte à la concurrence. Nous n'abordons pas les entraves au commerce sur les marchés qui excluent d'emblée la concurrence. Ces marchés, qui connaissent généralement des prix administrés par l'Etat, sont traités dans la partie C.

B.2.1 Introduction du principe «Cassis de Dijon»

La révision de la LETC, qui comportait l'introduction autonome du principe «Cassis de Dijon», est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2010. Selon ce principe, les marchandises légalement en circulation dans l'UE ou dans l'Espace économique européen (EEE) peuvent être en principe aussi commercialisées en Suisse sans contrôle préalable. Ainsi, en vertu de l'art. 16a, al. 1, LETC, les produits qui ne satisfont pas aux prescriptions techniques suisses peuvent néanmoins être commercialisés en Suisse aux conditions suivantes :

- ils satisfont aux prescriptions techniques de l'UE ou à celles d'un Etat membre de l'UE ou de l'EEE;
- ils sont légalement sur le marché de l'UE ou d'un Etat membre de l'UE ou de l'EEE aux prescriptions techniques duquel ils satisfont.

Par ailleurs, les producteurs suisses ont la possibilité de fabriquer des produits conformément au droit étranger et de les commercialiser en Suisse, à condition que les dispositions de l'UE ou d'un Etat membre de l'UE/EEE soient respectées.²³

Si la protection d'intérêts publics prépondérants l'exige, des exceptions sont prévues à l'application du principe «Cassis de Dijon». En vertu de l'art. 16a, al. 2, LETC, le principe ne s'applique pas :

²³ Secrétariat d'Etat à l'économie (2012) : «Bases juridiques régissant l'application du principe «Cassis de Dijon en Suisse»»; <http://www.seco.admin.ch/themen/00513/00730/01220/04172/index.html?lang=fr> (état: 24.08.2012).



- a. aux produits soumis à homologation;
- b. aux substances soumises à notification en vertu de la législation sur les produits chimiques;
- c. aux produits qui requièrent une autorisation d'importation préalable;
- d. aux produits frappés d'une autorisation d'importer;
- e. aux produits pour lesquels le Conseil fédéral a arrêté une exception mentionnée à l'art. 2 de l'ordonnance réglant la mise sur le marché de produits fabriqués selon des prescriptions techniques étrangères (OPPEtr).

Le SECO tient une liste négative, juridiquement non contraignante, des exceptions auxquelles le principe «Cassis de Dijon» ne s'applique pas²⁴.

S'agissant de ces exceptions, justement, il apparaît clairement que l'intérêt des consommateurs à obtenir une meilleure qualité, une sécurité plus complète ou des conditions de détention des animaux améliorées contredit leur intérêt à bénéficier de prix inférieurs. Lors de l'établissement de ces prescriptions, l'on s'accommode consciemment du surcoût direct nécessité par ces mesures, mais on omet en revanche facilement le coût des entraves à la concurrence qu'elles impliquent. Généralement, les différences de prix engendrées par le cloisonnement du marché dépassent plusieurs fois les coûts directs. Il y a lieu de penser que le texte apposé en trois langues sur une bouteille de coloration pour cheveux ne coûte que quelques centimes par unité, mais le prix, en Suisse, de colorations de marque est souvent presque deux fois plus élevé qu'en Allemagne.

Comme les denrées alimentaires constituent des produits particulièrement sensibles, une réglementation particulière a été introduite à leur sujet dans l'application du principe «Cassis de Dijon» : une autorisation de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) est requise avant leur première mise en circulation. Il est douteux que la concurrence soit effectivement stimulée en Suisse par cette procédure.

En outre, pour les denrées alimentaires et les matières premières, la loi sur les denrées alimentaires veut que les informations relatives au produit indiquent le pays de production. L'indication de ces informations dans les langues officielles de la Suisse est elle aussi réglementée²⁵.

Les multiples exceptions diluent le principe «Cassis de Dijon», entravant ainsi la concurrence espérée. *C'est pourquoi une application plus systématique de ce principe est souhaitable. Le nombre d'exceptions devrait être limité à un minimum.*

B.2.2 Entraves résiduelles au commerce

Malgré l'introduction du principe «Cassis de Dijon», des obstacles au commerce continuent d'entraver ou d'empêcher totalement l'importation de biens étrangers en Suisse. Ces obstacles, qui peuvent être de nature juridique ou technique, peuvent aussi se fonder sur d'autres raisons. En affectant les importations, les entraves commerciales génèrent un niveau de prix élevé, à long terme surtout. Mais elles peuvent aussi, à court terme, gêner la capacité de réaction des importateurs lorsque le franc se renforce, et retarder ainsi la répercussion des avantages de change. Les entraves commerciales suivantes, citées comme particulièrement importantes dans les entretiens que nous avons conduits avec les fabricants d'articles de marque et les détaillants, ne constituent pas une énumération exhaustive.

²⁴ Liste disponible auprès du Secrétariat à l'économie ou sous : <http://www.seco.admin.ch/themen/00513/00730/01220/04172/index.html?lang=fr> (état : 24.08.2012).

²⁵ Par exemple dans l'ordonnance du DFI sur les cosmétiques (art. 3, al. 2, OCos) ou dans l'ordonnance sur la sécurité des produits (art. 8, al. 1 à 2, OSPro).



- **Procédure d'autorisation coûteuse et problématique de la resquille** : la procédure d'autorisation des denrées alimentaires mentionnée ci-dessus est très coûteuse et souvent fastidieuse²⁶. C'est pourquoi de telles importations n'ont été autorisées à ce jour que pour très peu de denrées alimentaires et que les détaillants ne se sont pas empressés d'annoncer de nouveaux produits. En outre, les coûts sont à la charge du requérant, alors que tous les participants au marché bénéficient de l'autorisation une fois qu'elle a été accordée à un produit. *Cette situation est insatisfaisante en raison de la procédure d'autorisation, d'une part, et en raison des nombreuses exceptions, d'autre part. C'est pourquoi il est douteux que l'introduction du principe «Cassis de Dijon» ait intensifié la concurrence de manière déterminante. La mise en œuvre systématique du principe «Cassis de Dijon», qui est souhaitable, rendrait la procédure d'autorisation obsolète.*
- **Plurilinguisme** : la déclaration des produits linguistiquement correcte sur le marché multilingue de la Suisse est le plus souvent citée par les détaillants et les fabricants d'articles de marque comme une difficulté lors de l'importation de produits étrangers. Mais la situation juridique semble en revanche moins contraignante et plus favorable aux importations parallèles. Une déclaration en plusieurs langues n'est exigée que pour les mises en garde et les consignes de sécurité de certains produits, par exemple les cosmétiques, dans les cantons bilingues.
- **Produits comportant une allégation relative à leurs vertus curatives** : selon la loi sur les denrées alimentaires, la description des denrées alimentaires et des objets usuels ne peut pas contenir d'allégation relative à des propriétés curatives. Par exemple, la loi sur les denrées alimentaires connaît une interdiction de la tromperie (art. 18 LDAI), qui fixe des restrictions aux indications concernant les effets spéciaux. A cet égard, l'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (art. 10, al. 2c, ODAIOUs) interdit les mentions de toute nature prêtant à une denrée alimentaire des propriétés favorisant la prévention, le traitement ou la guérison d'une maladie humaine ou suggérant qu'elle possède des propriétés analogues. Les noms de marque ou les dénominations de produits peuvent facilement impliquer de telles allégations curatives, notamment lorsqu'ils contiennent les expressions «thérapie» ou med ». Dans nombre de cas, ces allégations ne correspondent pas à la réalité, si bien que l'établissement de nouveaux produits ou des importations parallèles peuvent être empêchées. Les produits dont les propriétés lénitives ne sont pas prouvées peuvent être annoncés comme produits thérapeutiques par une allégation relative à leurs propriétés curatives et être admis conformément à la législation sur les produits thérapeutiques au lieu d'être proposés comme denrées alimentaires. Les importations parallèles s'en trouvent empêchées, car les produits correspondants à l'étranger ne disposent pas des indications nécessaires sur leur emballage. *Les denrées alimentaires et les objets usuels traités comme tels dans l'UE devraient être importables en Suisse sans restriction. A cet effet, le principe «Cassis de Dijon» devrait être mis en œuvre systématiquement. Il faudrait entreprendre sa mise en œuvre concrète, en particulier s'agissant de la protection contre les fausses allégations curatives.* La partie D.1 du présent rapport traite de plus près un cas concret de pastilles contre la toux.
- **Indication du pays de production** : l'indication du pays de production est exigée pour les denrées alimentaires et les matières premières au sens de la loi sur les denrées alimentaires. *Toutefois, l'indication d'un espace géographique étendu, par exemple l'UE plutôt que l'un de ses pays membres, suffirait à cet égard. L'uniformisation des données relatives au produit simplifierait déjà beaucoup d'aspects.*
- **Normes différentes** : les prises électriques en Suisse – un exemple souvent cité – sont différentes de celles de l'étranger et représentent de ce fait une entrave technique aux importations parallèles d'appareils électriques. Il est difficile de modifier le standard suisse pour les prises électriques. *D'une manière générale, il faut tendre autant que possible vers des produits standards.*
- **Produits non disponibles** : les produits ne sont pas toujours disponibles à l'étranger dans les quantités requises et au moment voulu. De plus, il n'est pas toujours possible d'acheter la gamme de produits nécessaires. Ce point constitue en particulier un problème pour les détaillants qui proposent un assortiment complet durant toute l'année, plutôt que pour les discounters. Pour les grands distributeurs, qui accordent de l'importance à la constance de leur assortiment,

²⁶ Cf. à ce sujet «Bescheidenes Interesse an 'Cassis de Dijon'», dans: NZZ online du 22.5.2012. <http://www.nzz.ch/aktuell/schweiz/schweiz-cassis-de-dijon-produkte-zulassung-1.16994760> (état : 27.8.2012).



l'approvisionnement direct à l'étranger n'est par conséquent qu'un faible moyen de pression dans les négociations de prix. L'achat direct de produits à l'étranger («importations parallèles») concerne principalement les promotions. *La mise en œuvre de la motion Birrer-Heimo (11.3984)²⁷ pourrait éventuellement apporter l'amorce d'une solution à cette problématique.*

- **Produits spécifiques au marché suisse** : comme nous l'avons expliqué dans notre digression sur les stratégies marketing des entreprises, les fabricants internationaux d'articles de marque produisent de nombreux articles spécifiquement pour le marché suisse. Logiquement, ces produits ne peuvent pas être importés de l'étranger en parallèle, à tout le moins pas dans leur version spécifiquement adaptée à la Suisse. *Les consommateurs peuvent stimuler la concurrence par l'achat de produits non spécifiques au marché suisse.*
- **Coûts supplémentaires des importations parallèles** : l'importation de marchandises de l'étranger implique toujours un certain coût, en raison par exemple des coûts de transport et de logistique. Si le revenu supplémentaire, respectivement les coûts d'acquisition économisés, ne dépassent pas ces coûts supplémentaires, le détaillant n'a pas intérêt à importer. Cela peut facilement être le cas en Suisse où, en raison des volumes limités du marché, les coûts supplémentaires se répercutent fortement sur les coûts unitaires. Pour le client individuel qui achète par exemple un appareil électrique plus avantageux à l'étranger et qui l'utilise en Suisse avec un adaptateur, le coût peut rester dans le cadre. Mais si les importations parallèles doivent être réalisées commercialement, le coût est très élevé : en l'occurrence, le produit électrique doit être d'abord importé, puis muni d'un adaptateur, puis emballé avant d'être enfin livré au client. Les coûts supplémentaires qui en résultent sont importants, ce qui réduit l'attrait des importations parallèles. *Malheureusement, cette problématique est incontournable. Peut-être la motion Birrer-Heimo (11.3984) pourrait-elle induire une réduction de ces coûts.*
- **Droits de douane** : évidemment, les droits de douane constituent également des entraves au commerce, puisqu'ils entraînent des coûts supplémentaires et des délais plus longs. Dans ce contexte, les droits de douane et les restrictions à l'importation dans le secteur agricole nous apparaissent problématiques. D'une part, les différences de prix qui en découlent, par exemple pour la viande, sont l'une des principales causes du tourisme de consommation²⁸. D'autre part, cette appréciation des prix alimente un cercle vicieux (cf. partie B.3). Cette remarque ne vaut pas que pour les produits finaux tels que la viande et les légumes, dont le prix amplifie les coûts de l'économie suisse, par le truchement des exigences salariales, en pesant financièrement sur les consommateurs; elle s'applique notamment aux prix des intrants de l'agriculture elle-même (fourrage). De plus, le simple fait que des droits de douane existent encore entre la Suisse et l'UE constitue une difficulté supplémentaire pour les importations, car celles-ci sont en principe soumises à une surveillance (dédouanement²⁹). *Il faut rechercher une réduction aussi complète que possible des obstacles au commerce. Simultanément, le plafond de la franchise TVA devrait être haussé, notamment pour les commandes en ligne.* La partie D.3 traite ces aspects de manière plus détaillée.
- **Nouveaux obstacles commerciaux** : parallèlement aux efforts fournis pour réduire les entraves au commerce, de nouveaux obstacles sont introduits. Ce phénomène se produit par exemple pour des raisons de protection de l'environnement ou des consommateurs, lorsqu'il s'agit de garantir les niveaux de qualité et d'information suisses. Mais souvent, toutefois, l'impression se fait jour que l'on tente de verrouiller le marché suisse sous couvert d'une meilleure transparence ou de la protection de l'environnement. L'ordonnance sur la déclaration concernant le bois et les produits en bois, édictée en 2010, en est un exemple³⁰. Un autre exemple est fourni par la législation en matière de CO₂ pour les voitures de tourisme, qui entrave les importations parallèles de véhicules pour les particuliers et les petits importateurs. L'impact de la législation relative au CO₂ est évalué dans la partie D.2. *Cette tendance à créer de nouveaux obstacles commerciaux est inquiétante, eu*

²⁷ Cf. http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20113984 (30.08.2012).

²⁸ Cf. «Training für die Fleischwirtschaft», dans : NZZ online du 11.8.2012, <http://www.nzz.ch/aktuell/schweiz/training-fuer-die-fleischwirtschaft-1.17464703> (état : 11.8.2012).

²⁹ Cf. les parties C.3.2 et D.1.

³⁰ Bureau fédéral de la consommation (2012) : «Déclaration du bois», <https://www.konsum.admin.ch/holzdeklaration/start/index.html?lang=fr>



égard au niveau de prix élevé en Suisse, et elle mérite une attention accrue. Il convient d'éviter autant que possible l'instauration de nouveaux obstacles au commerce.

B.3 Inducteurs de coûts en comparaison avec l'étranger

Comme nous l'avons déjà mentionné, les fabricants et les importateurs d'articles de marque importants soumis à l'enquête ont fait valoir que les coûts en Suisse sont généralement plus élevés qu'à l'étranger. C'est l'une des principales raisons expliquant le niveau élevé des prix en Suisse. Au nombre des facteurs de coûts cités se trouvent par exemple les salaires des employés, les prix des loyers et de l'immobilier, les coûts de publicité, de transport et de logistique. Ces coûts ont un fort impact sur les prix à la consommation, lorsque la part suisse de valeur ajoutée du produit est particulièrement importante. Dans de tels cas, les fluctuations de change ont une moindre influence sur les coûts des producteurs et, partant, sur les prix à la consommation. Le Surveillant des prix a pris acte de l'argumentation des entreprises soumises à l'enquête quant au niveau élevé des coûts en Suisse. Des analyses supplémentaires doivent montrer dans quelle mesure ces facteurs de coûts se distinguent effectivement de ceux qui prévalent à l'étranger. Il s'agit de clarifier si les indications relatives à ces facteurs de coûts se confirment et quels sont, au contraire, les moindres coûts tels que le capital bon marché par rapport à l'étranger, les durées de travail élevées, la flexibilité du droit du travail et la fiscalité modérée.

Les problématiques des coûts et des prix élevés sont en tout cas étroitement liées en Suisse, et elles s'influencent réciproquement. En simplifiant quelque peu, il est quasiment possible de distinguer un double cercle vicieux : comme les coûts de production élevés doivent être couverts, ils entraînent des prix élevés. Ces prix élevés, à leur tour, induisent un coût de la vie élevé pour les consommateurs. Le coût de la vie élevé justifie les exigences salariales élevées des travailleurs, qui occasionnent quant à elles une part des coûts de production. Ce mécanisme correspond au cercle vicieux «direct». Simultanément, on observe un cercle vicieux «indirect», causé par la structure des prix sur le marché intérieur, notamment en raison du positionnement des prix – non basé sur les coûts – des produits étrangers (commercialisés). Cf. à ce sujet la figure 3.

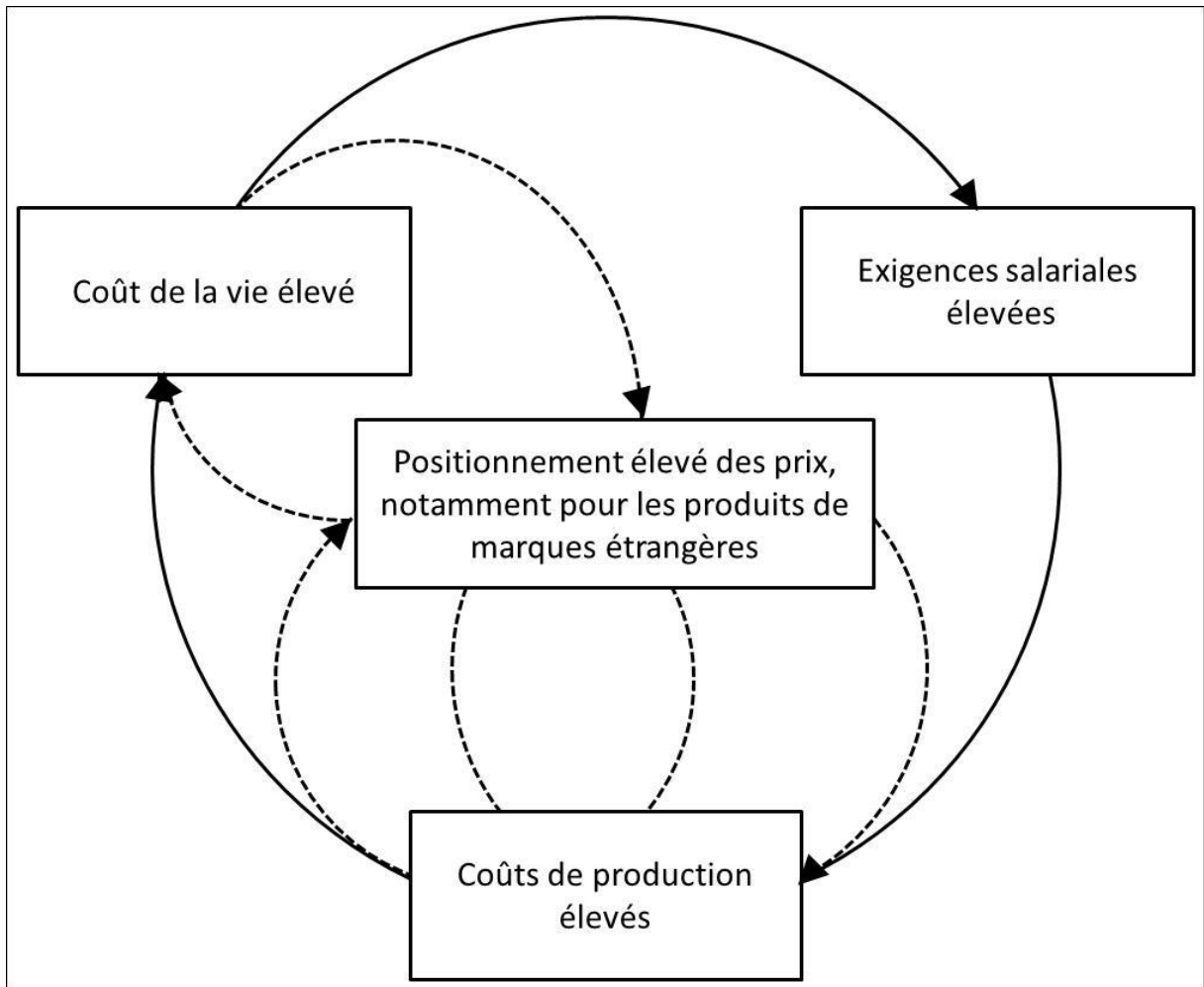


Figure 3 : Le double cercle vicieux de l'îlot de cherté

La protection de l'agriculture suisse induit des coûts particulièrement élevés. Les matières premières et les produits de l'agriculture suisse sont protégés par des droits de douane, afin de maintenir leurs prix artificiellement élevés. L'agriculture, mais aussi toute l'industrie de transformation des denrées alimentaires et les fournisseurs de l'agriculture bénéficient de cette protection. En raison de la protection de l'agriculture contre les importations, les entreprises suisses de ce secteur ne sont que partiellement exposées à la concurrence et, de ce fait, elles sont moins contraintes à produire efficacement en économisant sur les coûts. Non seulement le manque de pression concurrentielle empêche un accroissement de la productivité, tel qu'on peut l'observer par exemple dans l'économie d'exportation, mais il freine l'innovation et ne pousse pas suffisamment les entreprises dans les niches lucratives du marché, comme on l'attendrait en situation de concurrence commerciale du fait des coûts de production élevés en Suisse. Cette situation engendre à son tour des coûts trop élevés pour les acheteurs de ces marchandises. La gastronomie, justement, dépendrait non seulement de prix plus avantageux, mais aussi de produits locaux inédits et de haute qualité, qui seraient susceptibles de conférer une exclusivité correspondante au pays de destination onéreux qu'est la Suisse. Comme nous l'avons expliqué dans la partie B.1.2, les prix élevés des denrées alimentaires induisent des prix trop élevés dans le domaine para-alimentaire, lorsque les fabricants d'articles de marque s'appuient sur le niveau de prix d'un certain panier-type qui contient notamment de coûteuses denrées alimentaires. *Un accord de libre-échange agricole avec l'UE pourrait éventuellement apporter une amorce de solution. Pour éviter qu'elle n'induisse une augmentation du niveau des prix en Suisse, la régulation de l'agriculture suisse devrait surtout procéder par des paiements directs, et non par un cloisonnement du marché.*



B.4 Conclusion

Les raisons qui expliquent l'îlot suisse de cherté sont par nature multiples. D'une part, les prix sont fixés par les entreprises qui participent au marché. A l'appui de stratégies marketing et sur la base du haut niveau général des prix en Suisse, les prix sont fixés à un niveau élevé de manière à exploiter la disposition à payer de la clientèle suisse. Les prix élevés des denrées alimentaires, conséquence de la protection du marché agricole, contribuent notamment à ce niveau de prix élevé. Par la modification du niveau de prix qu'ils génèrent, ils affectent le marché bien au-delà du secteur de l'alimentation. Par ailleurs, il faut aussi chercher les raisons du haut niveau des prix dans des facteurs extérieurs, notamment dans les obstacles commerciaux, qui entravent les importations directes et parallèles. *Ces obstacles commerciaux devraient être autant que possible éliminés à l'avenir. A cet effet, la balle est dans le camp de la classe politique comme dans celui des entreprises actives sur le marché. Simultanément, il faudrait éviter que de nouveaux obstacles au commerce ne soient créés. De plus, le comportement d'achat des consommateurs peut aider à influencer les structures du marché en faveur de prix plus avantageux.* Certains facteurs de coûts semblent être également élevés en Suisse. Ils sont susceptibles de pousser encore les prix vers le haut.

Pour une part, les raisons de l'îlot suisse de cherté mentionnées par les entreprises soumises à l'enquête sont connues de longue date et font depuis longtemps l'objet de discussions. Les données des entreprises ne représentent la situation que dans cette perspective.

La Surveillance des prix continuera de s'intéresser aux différences de prix. En outre, les produits de fournisseurs puissants sur le marché, dont les prix sont nettement plus élevés en Suisse que dans les pays étrangers voisins, seront examinés à titre d'exemple sous l'angle de l'abus de prix.

Dans son activité courante, la Surveillance des prix contribue en particulier à ce que les prix des produits de monopoles d'infrastructure soient aussi bas que possible (ces prix influent aussi sur le niveau des coûts). Ces prix, souvent administrés par l'Etat, relèvent de la compétence de la Surveillance des prix, qui les compare régulièrement et qui vérifie que ces produits ne sont pas plus chers que les coûts moyens générés. La partie C est consacrée à la présentation détaillée de l'évolution des prix des monopoles d'infrastructure.

Problématique / obstacles au commerce	Mesure / exigence
Principe « Cassis de Dijon »	Appliquer systématiquement le principe «Cassis de Dijon». Le nombre des exceptions doit être limité à un minimum.
Lourdeur de la procédure d'autorisation pour les denrées alimentaires	Si le principe «Cassis de Dijon» était appliqué systématiquement, la procédure d'autorisation ne serait plus nécessaire.
Produits faisant mention de vertus curatives	Les produits traités comme des denrées alimentaires ou des objets usuels dans l'UE doivent aussi pouvoir être considérés comme tels en Suisse (application systématique du principe «Cassis de Dijon»). Il faut maintenant concrétiser la démarche, notamment pour lutter contre les allégations fallacieuses de vertus curatives.
Indication du pays de production	L'indication d'un espace géographique doit être possible (p. ex. « UE » au lieu d'un Etat membre donné).
Normes et standards non uniformisés	Il faut chercher à adopter dans toute la mesure du possible des normes internationales sans « <i>Swiss finish</i> ».
Produits non disponibles	Lancer une démarche en prenant appui sur la motion Birrer-Heimo (11.3984) ?
Produits spécifiques au marché suisse	Les consommateurs peuvent favoriser la concurrence en



	achetant des produits qui n'ont pas été adaptés spécialement pour le marché suisse.
Droits de douane	Lever autant que faire se peut les barrières au commerce. Relever le plafond de la franchise de TVA et de droits de douane pour les envois sur commande en ligne.
Protection du secteur agricole suisse	Envisager le libre-échange avec l'UE. Une réglementation sans «effets collatéraux» sur le niveau des prix en Suisse peut être mise en place si l'on mise préalablement sur des paiements directs au lieu de cloisonner le marché.
Nouveaux obstacles au commerce	Il faut éviter autant que faire se peut de créer de nouveaux obstacles au commerce.
Facteurs de renchérissement des coûts	La Surveillance des prix est active dans un grand nombre de cas (cf. partie C) et analyse encore d'autres facteurs de coût (dont des entreprises se sont plaintes). Il faut intensifier la concurrence et faire baisser les coûts sur le marché intérieur, notamment en réduisant la protection agricole. Le tout sans perdre de vue les effets indirects : à titre d'exemple, l'accroissement des coûts de la santé exerce par ricochet une pression sur les salaires réels, qui doit en toute logique avoir un impact à l'avenant sur les coûts salariaux.
Modèle d'organisation dans la distribution de la presse (commission)	Suggérer, en mesure de dernier recours, l'adoption d'une loi spéciale régissant la distribution des revues, au cas où ni les efforts continus de médiation du Surveillant des prix ni les éventuelles démarches de la COMCO ne produisent de nouveaux résultats.
Système entravant les échanges dans le domaine des assurances sociales	Prise en charge de produits étrangers (médicaments, produits et dispositifs médicaux, etc.) par les assurances s'ils sont moins chers que leur équivalent sur le marché domestique.

Tableau 6: Entraves au commerce et exigence pour les supprimer



C. Maintien de la compétitivité

Le franc fort pose un défi énorme à l'économie suisse. En peu de temps, le coût des biens et services produits en Suisse est monté en flèche (par rapport à l'étranger), ce qui a affaibli la compétitivité internationale de l'économie suisse. Cette situation touche directement l'industrie d'exportation et le tourisme, qui sont en concurrence directe avec les offres de l'étranger. Comme indiqué au chapitre A (Cours de change), le commerce a lui aussi été contraint de réagir. De plus en plus de consommateurs font leurs achats à l'étranger et les commerçants spécialisés proposent en Suisse des marchandises importées en parallèle. Par ailleurs, l'adaptation des prix a pour effet de réduire la valeur des stocks. Ainsi, les marchands d'automobiles ont dû procéder à des corrections de valeur sur leurs parcs de véhicules en stock, de démonstration et d'occasion. Si le franc suisse reste durablement à son niveau actuel ou se renforce encore vis-à-vis de l'euro, l'ensemble des secteurs de l'économie suisse devront s'adapter à la nouvelle donne.

Concrètement, préserver la compétitivité des biens et services suisses implique soit de compresser les coûts, soit d'offrir davantage pour le même prix.

La diminution des coûts peut être obtenue de diverses manières. Pour faire face à la pression sur les marges et les salaires, il faut chercher à améliorer la productivité. Cet objectif n'incombe pas à la seule industrie suisse d'exportation, qui est déjà très productive aujourd'hui. L'accroissement de la productivité de l'économie passe principalement par une main-d'œuvre qualifiée, un marché du travail flexible, une politique favorable à l'économie et des offres et des prix domestiques qui soient concurrentiels sur le plan international. La Surveillance des prix, qui s'intéresse à la politique de la concurrence, a pour mission d'accorder une attention particulière à ce dernier point.

Dans de nombreux segments importants du marché intérieur, les prix ne sont pas déterminés par le jeu de la concurrence. C'est le cas en particulier des monopoles d'infrastructures, dont les produits représentent des prestations préalables essentielles pour l'artisanat et l'industrie. Si les prix de l'énergie ou des télécommunications, ou encore les émoluments communaux et les taxes frappant l'eau, les eaux usées, les déchets, etc., sont excessifs, la compétitivité s'en ressent. Indirectement, les coûts élevés de la santé réduisent aussi l'attrait de la place économique, notamment en cas de hausse des primes versées par l'employeur pour l'assurance contre les accidents professionnels. A l'instar de denrées alimentaires onéreuses, les coûts élevés de la santé augmentent le coût de la vie et appellent, si l'on entend maintenir le pouvoir d'achat, une hausse des salaires ou du coût unitaire de la main-d'œuvre. ***L'industrie d'exportation et le tourisme ne pourront préserver durablement leur compétitivité internationale que si les segments du marché intérieur qui sont moins exposés à la concurrence proposent leurs services à des prix concurrentiels.*** A côté des interventions visant à répercuter les avantages de change qui sont décrites dans le présent rapport, l'intensification de la surveillance des entreprises occupant une position dominante sur le marché intérieur est le deuxième angle d'attaque – et aussi le plus important – de la Surveillance des prix pour parer aux conséquences négatives du franc fort.

Les pages qui suivent présentent les segments du marché intérieur suisse auxquels la Surveillance des prix accorde une attention particulière et les mesures supplémentaires qui ont été prises en 2012 pour atténuer l'impact négatif du franc fort.

C.1 Energie

L'énergie est un facteur de coût important pour l'industrie suisse. Dans les branches gourmandes en énergie, les prix du courant et du gaz constituent un critère décisif dans le choix du lieu d'implantation et la décision de ne pas délocaliser. L'avantage comparatif que représente le prix abordable de l'électricité s'est amoindri du fait de la vigueur du franc et du fléchissement de la conjoncture en Europe.



C.1.1 Gaz

Activités de la Surveillance des prix

Les prix du gaz naturel font, depuis des années, régulièrement l'objet d'analyses en vertu de la législation sur la surveillance des prix. En 2011, la Surveillance des prix a renforcé ses activités dans le domaine du gaz et réuni les données nécessaires à un examen approfondi des tarifs. Elle a effectué un relevé systématique des tarifs de 87 fournisseurs de gaz qu'elle a ensuite comparés en distinguant entre plusieurs catégories de consommateurs³¹. Le tableau ainsi obtenu apporte de la transparence et permet de mieux prendre en compte la comparaison des prix en tant qu'élément d'appréciation lors de l'examen des tarifs. Une deuxième étude consacrée au marché suisse du gaz et au coût de l'accès au réseau met l'accent sur l'évaluation des coûts des fournisseurs de gaz³². L'un des facteurs clés d'une tarification appropriée est une estimation correcte des coûts du capital. L'étude explique la méthode utilisée par la Surveillance des prix pour établir la rémunération du capital (fonds propres et fonds étrangers) conforme au risque.

Priorités 2012

Sur la base de la comparaison systématique des prix, la Surveillance des prix a soumis les prix pratiqués par les dix fournisseurs de gaz les plus chers à une analyse approfondie, afin de déterminer précisément les raisons de leurs tarifs élevés. L'analyse porte sur les coûts des entreprises et les éventuels facteurs qui renchérissent ces coûts. Si cet examen devait fournir d'autres indices d'un abus au sens de la LSPr, le Surveillant des prix ferait usage des instruments légaux dont il dispose (règlement amiable, recommandation formelle, décision) pour exiger une réduction des prix.

C.1.2 Electricité

Activités de la Surveillance des prix

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle loi sur l'approvisionnement en électricité (LApEI; RS 734.7), la surveillance des tarifs de l'électricité applicables aux consommateurs captifs et des prix de l'utilisation du réseau incombe normalement à la Commission fédérale de l'électricité (EiCom). La Surveillance des prix donne régulièrement son avis dans le cadre des procédures d'examen des tarifs et, en application de l'art. 15 LSPr, émet des recommandations formelles à l'intention de l'EiCom. La Surveillance des prix s'engage, dans le processus politique, pour des prix équitables et une LApEI favorable aux consommateurs.

Priorités 2012

L'accident survenu dans la centrale nucléaire de Fukushima, au Japon, a entraîné un revirement dans la politique énergétique. La concrétisation de ce virage énergétique est l'un des thèmes centraux de la législature en cours. Il s'agit d'éviter les effets d'aubaine. La sortie du nucléaire peut être réalisée de diverses manières. Cependant, tous les instruments n'ont pas la même efficacité. De plus, les mesures doivent présenter la plus grande efficacité possible, c'est-à-dire réduire au minimum les coûts supplémentaires pour l'économie.

Les mesures visant à diminuer la consommation d'énergie sont jugées particulièrement appropriées pour atteindre le but visé³³, car l'énergie nucléaire économisée n'a pas besoin d'être substituée. Les taxes d'incitation sur les combustibles fossiles représentent, sous l'angle de la théorie économique, un instrument efficace pour récompenser l'utilisation rationnelle de l'énergie et promouvoir le recours à d'autres sources d'énergie. La Surveillance des prix s'engagera en faveur de la restitution aux entreprises et aux ménages, sous une forme appropriée, des taxes d'incitation impliquant une hausse des prix. Il s'agit de faire en sorte que l'application des mesures d'incitation n'ait aucune incidence sur la quote-part de l'Etat.

³¹ Cf. site internet du Surveillant des prix sur les prix du gaz : <http://prixgaz.monsieur-prix.ch/web/index.asp> (état au 4.9.2012).

³² Surveillance des prix (2011), «Le marché suisse du gaz et la rétribution de l'utilisation du réseau : détermination de la rémunération du capital conforme au risque pour les gestionnaires du réseau gazier en Suisse» : www.preisueberwacher.admin.ch/dokumentation/00073/00074/00211/index.html?lang=fr (29.8.2012).

³³ Sous l'angle de théorie du bien-être, les mesures d'économie d'énergie sont efficaces si (et seulement si) les coûts qu'elles occasionnent restent inférieurs à ceux de la production supplémentaire d'énergie non économisée.



Par contre, la Surveillance des prix se montrera critique à l'égard de mesures entraînant une hausse des prix de l'électricité et n'offrant pas la garantie que les recettes supplémentaires seront effectivement réinvesties par les fournisseurs d'électricité. Si, comme le demande la motion 12.3253 Gasche, la loi devait garantir aux gestionnaires de réseau un rendement plus élevé pour l'infrastructure de réseau existante, cela ne signifie pas que les moyens supplémentaires seront effectivement affectés à de nouveaux investissements propres à favoriser le virage énergétique. En Suisse, la construction de nouveaux réseaux électriques est retardée principalement à cause des procédures de permis de construire et de l'opposition de la population; les projets n'échouent pas en raison d'une capacité financière insuffisante des gestionnaires de réseau étatiques ou semi-étatiques bénéficiant d'un monopole. Le virage énergétique ne doit pas avoir pour résultat de remplir les poches des producteurs et des distributeurs d'électricité, car cela nuirait à la compétitivité, notamment dans l'industrie d'exportation et l'hôtellerie.

C.2 Approvisionnement en eau, évacuation des eaux usées et élimination des déchets

L'approvisionnement en eau, l'évacuation des eaux usées et l'élimination des déchets font aussi partie des prestations types généralement fournies par les collectivités publiques, sur la base d'un monopole, et financées par des taxes liées aux prestations. Des taxes réduites au minimum, tout en couvrant les coûts, allègent considérablement la charge des entreprises et des particuliers et accroissent de manière décisive la compétitivité de l'économie suisse.

Les communes ou les cantons qui contrôlent ou fixent les taxes applicables à l'approvisionnement en eau, à l'évacuation des eaux usées et à l'élimination des déchets sont en principe tenus de les soumettre préalablement au Surveillant des prix. Cependant, la Surveillance des prix est aussi amenée à se pencher sur ces taxes lorsque celles-ci sont dénoncées par ceux qui les paient. De telles dénonciations peuvent être adressées aussi bien par des particuliers que par des entreprises. L'outil de comparaison des taxes figurant sur le site internet de la Surveillance des prix³⁴ aide les consommateurs à évaluer le niveau relatif des taxes.

Priorités 2012

Dans ces domaines qui sont typiquement de son ressort, la Surveillance des prix a choisi de se concentrer, en 2012, sur les conséquences spécifiques pour l'industrie et l'artisanat. Un premier succès a déjà été remporté à Lausanne, où le Surveillant des prix est parvenu, dans un règlement amiable avec le service de distribution d'eau (eauservice), à faire baisser les tarifs de l'eau, notamment pour l'industrie locale. Le règlement amiable conclu avec eauservice Lausanne est exposé de manière circonstanciée dans la partie D.4 du présent rapport.

C.3 Transports

C.3.1 Transports publics

Activités de la Surveillance des prix

La Surveillance des prix analyse régulièrement les augmentations des tarifs des transports publics. Si les CFF réalisent des bénéfices élevés dans le trafic des voyageurs longue distance, le coût des services de transport dans le trafic régional n'est généralement pas couvert par le prix des billets. C'est pourquoi les pouvoirs publics accordent des indemnités (subventions) aux entreprises de chemin de fer et de bus du trafic régional.

Priorités 2012

Concernant l'augmentation inhabituellement forte des tarifs pour décembre 2012, un règlement amiable a pu être conclu avec l'Union des transports publics (UTP), avec, à la clé, une hausse un peu plus modérée que celle envisagée initialement. Le renchérissement se justifie uniquement par le be-

³⁴ Outil de comparaison des taxes applicables à l'approvisionnement en eau, à l'évacuation des eaux usées et à l'élimination des déchets : www.preisvergleiche.preisueberwacher.admin.ch/?l=1 (état au 10.9.2012).



soin de pouvoir répercuter les coûts supplémentaires qu'engendrent les décisions prises par la Confédération. Les voyageurs économiseront ainsi pas moins de 35 millions de francs au total pendant les deux ans durant lesquels le règlement amiable est valable. Cette année, la marge de manœuvre du Surveillant des prix était très limitée, car les chemins de fer publics devront participer davantage aux coûts d'infrastructure à partir de 2013, ce qui accroîtra leurs dépenses de 200 millions de francs. Seul le trafic longue distance des CFF est en mesure de supporter lui-même une partie des coûts supplémentaires d'infrastructure.

Les transports publics subissent eux aussi les conséquences du franc fort, la principale étant le recul des passagers étrangers. L'année dernière, les CFF ont en outre subi de lourdes pertes de change sur les prix à l'étranger, qui avaient été fixés selon un taux de change plus favorable vis-à-vis de l'euro. A plus long terme, les prix des transports publics devenus plus élevés pour les touristes étrangers en raison du franc fort affaiblissent aussi le trafic de loisirs en Suisse. C'est justement pour cette raison que le Surveillant des prix s'est employé à obtenir, dans le règlement amiable en vigueur, des offres plus intéressantes dans le trafic de loisirs, en dehors des heures de pointe. Des offres attractives des transports publics profitent aussi bien aux voyageurs étrangers qu'aux passagers indigènes. Vu la vigueur du franc, ces derniers sont particulièrement importants pour le tourisme suisse, car ils compensent le manque à gagner subi du fait de la diminution des visiteurs étrangers.

C.3.2 Poste

De nombreux produits de la Poste contribuent de manière non négligeable au service public et représentent des services essentiels pour l'économie et la population. Leur coût a une incidence sur le niveau des prix en Suisse. Comme la Poste occupe, dans un grand nombre de secteurs, une position extrêmement forte, voire jouit d'un monopole, les prix qu'elle pratique font l'objet d'une surveillance et sont en partie administrés. La loi fédérale sur la poste (LPO; RS 783.0) distingue entre les «services réservés», les «services non réservés» et les «services libres» (art. 3, 4 et 9 LPO): la Poste jouit d'un monopole légal dans le secteur des services réservés; elle est tenue de fournir les services non réservés en concurrence avec les opérateurs privés; elle peut fournir en sus des services libres, mais elle n'y est pas obligée.

Activités de la Surveillance des prix

Les prix des services réservés sont approuvés par le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC); le Surveillant des prix bénéficie d'un droit de recommandation à son égard. Aujourd'hui, les services réservés comprennent avant tout les lettres affranchies du service intérieur ou en provenance de l'étranger dont le poids n'excède pas 50 g.

Les prix des prestations non incluses dans les services réservés sont pleinement soumis à l'appréciation de la Surveillance des prix, pour autant que la Poste occupe une position dominante sur ces marchés. Lorsque le Surveillant des prix constate un abus de prix, il doit d'abord s'efforcer de parvenir à un règlement amiable; si celui-ci échoue, il peut rendre une décision.

Priorités 2012

La Poste Suisse avait prévu de relever bon nombre de ses tarifs pour début avril 2012. Dans le secteur des services réservés, la Surveillance des prix s'est exprimée sur la hausse prévue des prix des envois recommandés par des clients privés, estimant qu'un tel renchérissement n'aurait été justifié que si les prix des envois recommandés avaient été abaissés dans le secteur, rentable, des clients commerciaux. Le DETEC n'a pas suivi la recommandation de la Surveillance des prix et a finalement donné le feu vert à l'augmentation de 1 franc demandée par la Poste pour les prix des envois recommandés par la clientèle privée, sans que les prix facturés à la clientèle commerciale ne soient réduits en contrepartie.

En dehors des services réservés, la demande de la Poste de renchérir les envois de colis à l'étranger par des clients privés a été examinée. Le Surveillant des prix s'est mis d'accord avec la Poste pour qu'elle renonce à cette mesure tarifaire. En outre, l'introduction d'une taxe pour l'établissement et la gestion des procurations, qui s'est heurtée à l'incompréhension de nombreux consommateurs, a été



examinée, mais n'a pas été contestée. Cette taxe se monte à 36 francs pour toute nouvelle procuration demandée au guichet ou à 24 francs si la procuration est demandée en ligne. Ces prix élevés se justifient par des charges administratives et logistiques considérables. La nouvelle taxe n'est donc pas abusive en vertu de l'art. 13 LSPr. Dans à peu près une année, lorsque les premières données chiffrées seront disponibles, la Surveillance des prix procédera à un nouvel examen.

Par ailleurs, une analyse générale des prix de la Poste est en cours, compte tenu des bénéfices confortables que celle-ci enregistre année après année.

Problématique des frais de dédouanement

Les lettres et les colis de l'étranger doivent être déclarés à la douane. Cette formalité est effectuée par la Poste et d'autres transitaires pour le compte des destinataires. Les frais facturés pour la déclaration en douane, qui sont généralement élevés, sont assimilables à des barrières commerciales. La Surveillance des prix a fort à faire avec les frais de dédouanement, qui, en dépit de plusieurs règlements amiables, représentent toujours des entraves considérables au commerce. Ce problème est exposé en détail dans la partie D.3 du présent rapport.

C.3.3 Transport aérien

Activités de la Surveillance des prix

En vertu de réglementations spéciales, la surveillance des prix dans le cas des tarifs d'aéroport et de l'activité de Skyguide incombe à l'Office fédéral de l'aviation civile (OFAC). En l'espèce, la Surveillance des prix dispose d'un droit de recommandation à l'égard de l'OFAC.

Dans le trafic aérien proprement dit, la plupart des liaisons aériennes sont soumises au jeu de la concurrence, raison pour laquelle la LSPr n'est généralement pas applicable aux prix du trafic aérien. Cependant, des circonstances particulières peuvent restreindre la concurrence dans le cas de liaisons aériennes déterminées. Dans ces cas-là, la LSPr est en principe applicable.

Priorités 2012

La multiplication des alliances peut temporairement faire naître, sur certaines lignes, des monopoles de fait. C'est le cas aujourd'hui, entre autres, de la ligne Zurich-Bruxelles, qui fait l'objet d'une étude publiée cette année par la Surveillance des prix. Si le soupçon d'abus de prix devait se confirmer, le Surveillant des prix pourrait faire part de ses conclusions à la Commission européenne, à qui incombe, en vertu de l'accord aérien Suisse-UE, la sanction des abus dans le trafic aérien dans l'UE ou en provenance de l'UE.

En ce qui concerne la réglementation des redevances aéroportuaires, le Conseil fédéral a malheureusement édicté en avril 2012 une ordonnance qui autorise les exploitants d'aéroports à encaisser des bénéfices excessifs résultant de la situation privilégiée des boutiques et des parkings, au lieu de veiller à ce que ces profits soient affectés au financement des infrastructures. Le Surveillant des prix s'engage pour faire corriger cette ordonnance le plus rapidement possible. Il s'investit également pour que les redevances aéroportuaires futures favorisent la concurrence entre les compagnies aériennes.

C.4. Communication

C.4.1 Télécommunications

La fourniture de services de télécommunication novateurs, avantageux et de première qualité dans toute la Suisse revêt une grande importance particulièrement pour le secteur des services et le tourisme. Cependant, les entreprises de logistique, de transport et de construction font aussi usage des possibilités qu'offre la communication mobile pour agir de manière réactive, flexible et décentralisée. Les réseaux fixes, les réseaux mobiles et le téléréseau sont indispensables au bon fonctionnement d'une société de services moderne.



Activités de la Surveillance des prix

La Surveillance des prix sert d'intermédiaire entre la population, les autorités, les entreprises de télécommunication et les organisations de consommateurs. Dans ses relations avec les fournisseurs et les autres autorités, elle défend le point de vue des consommateurs. Ces dernières années, elle a fait usage de son droit de recommandation à l'égard du Conseil fédéral et de la Commission fédérale de la communication (ComCom), notamment concernant la fixation des prix de l'accès au réseau Swisscom et des prix plafonds applicables aux prestations du service universel, et a contribué à empêcher un renchérissement du raccordement au réseau fixe de Swisscom. Dans une étude datant d'octobre 2011, la Surveillance des prix établit que les offres de l'accès privé à l'internet sont chères en Suisse. Dans la catégorie standard (vitesse de téléchargement comprise entre 5 et 8 Mbit/s), l'offre suisse la meilleur marché coûtait 83 pourcent de plus que le prix moyen des offres les plus avantageuses dans les pays voisins. Non seulement l'étude est gage d'une plus grande transparence grâce à la comparaison systématique des prix et des offres dans les différentes catégories définies, mais elle aborde aussi les révisions législatives qui s'imposent. Ainsi la loi suisse sur les télécommunications est relativement peu restrictive en ce qui concerne l'accès réglementé au réseau, ce qui entrave la mise en place d'une concurrence efficace.

Priorités 2012

Dans son rapport complémentaire «Evaluation du marché des télécommunications» de mars 2012, le Conseil fédéral conclut à la nécessité de réviser la loi sur les télécommunications. Il vise une loi technologiquement neutre, propre à garantir la mise en place d'un cadre juridique sûr pour l'avenir. Il entend par ailleurs corriger certaines carences dans la réglementation de l'accès au réseau. La Surveillance des prix, qui soutient ce projet de révision, s'investira en faveur d'un régime de concurrence plus efficace. Face aux prix élevés de la communication mobile en Suisse, la Surveillance des prix a proposé de créer des instruments supplémentaires propres à stimuler la concurrence sur les prix du marché de la téléphonie mobile.

Dans le cadre de l'enquête menée auprès d'experts en mars 2012 et d'une consultation publique effectuée en juin 2012, la Surveillance des prix a soumis des propositions visant à améliorer la manière de calculer les prix de l'accès au réseau de Swisscom. Elle désapprouve que le calcul des prix de l'accès se fonde sur les cours actuels du matériel et de la construction, alors que des pans entiers du réseau réglementé de Swisscom ont des dizaines d'années et sont largement amortis. Il s'ensuit que la révision de l'ordonnance sur les services de télécommunication envisagée par le Conseil fédéral doit être mise sur les rails sans tarder, afin d'éviter que Swisscom continue ses réévaluations et la réalisation, année après année, de bénéfices excessifs, grâce à son réseau de raccordement entièrement amorti et construit en grande partie à l'époque où Swisscom jouissait d'une situation de monopole.

C.4.2 Télévision par câble

Activités de la Surveillance des prix

Les prix des abonnements mensuels pratiqués par les exploitants de réseaux câblés ont, par le passé, fait régulièrement l'objet d'interventions en vertu de la législation concernant la surveillance des prix. En 2001, la Surveillance des prix a rendu pour la première fois, à l'encontre d'un câblo-opérateur régional, une décision tendant à faire baisser les prix, décision qui a été confirmée sans réserve par le Tribunal fédéral. Ces dernières années, le Surveillant des prix a conclu des accords sur les prix du télé-réseau et l'offre analogique de base (TV et radio) avec Télégenève et Cablecom.

Priorités 2012

La Surveillance des prix a effectué une comparaison des prix et des offres de 62 câblo-opérateurs suisses comptant plus de 5000 abonnés afin d'identifier les six fournisseurs les plus chers, qu'elle a ensuite soumis à une analyse plus poussée. Dans trois des six cas examinés, l'analyse des coûts n'a pas permis d'écartier un abus de prix au sens de la LSPr. Des éclaircissements sont encore en cours sur les plans juridique et économique.



C.5 Coûts de la santé

Les coûts de la santé et les tarifs pratiqués dans ce domaine alimentent constamment le débat politique. La Surveillance des prix procède d'office à un examen des principaux tarifs dans l'intérêt des assurés qui versent des primes (tarifs pratiqués par les hôpitaux, les médecins ou les établissements médico-sociaux [EMS], prix des médicaments, etc.).

Les coûts de la santé totalisent 62,5 milliards de francs, soit 11,4 pourcent du PIB de 550 milliards de francs (chiffres de 2010). L'activité d'analyse de la Surveillance des prix se concentre, compte tenu de sa compétence juridique et de considérations économiques, sur les tarifs relevant de l'*assurance obligatoire des soins* (assurance de base)³⁵. Les coûts de la santé financés par l'assurance de base, qui se montent à 25,2 milliards de francs (cf. figure 4), influent directement sur le niveau des primes d'assurance-maladie.

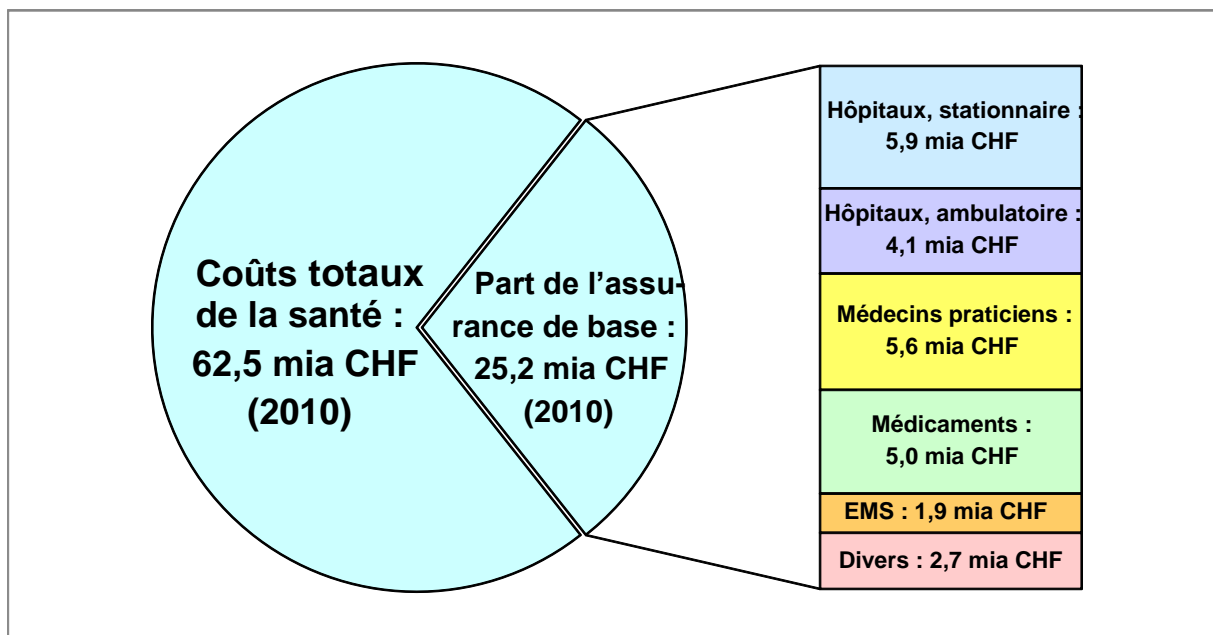


Figure 4 : Coûts totaux de la santé, part à la charge de l'assurance de base et principaux fournisseurs de prestations (sources des données : OFS et Santésuisse)

Les prestations à la charge de l'assurance de base, qui atteignent 25,2 milliards de francs au total, sont rémunérées sur la base de tarifs administrés par l'Etat. Ces tarifs sont négociés, au niveau cantonal ou national, entre les fournisseurs de prestations et les assureurs-maladie. Ces négociations sont suivies, conformément à la loi fédérale sur l'assurance-maladie (LAMal), par une procédure d'approbation des tarifs au niveau fédéral ou cantonal. Si les fournisseurs de prestations et les assureurs-maladie ne parviennent pas à se mettre d'accord sur un tarif, celui-ci est fixé par l'Etat. Les fournisseurs de prestations générant les coûts les plus élevés sont les hôpitaux, les médecins praticiens, l'industrie pharmaceutique et les EMS. Les coûts occasionnés par les seuls hôpitaux, à la charge de l'assurance de base, totalisent 10 milliards de francs (5,9 milliards pour les prestations hospitalières et 4,1 milliards pour les prestations ambulatoires).

Les coûts de la santé financés par l'assurance obligatoire des soins ont connu une croissance démesurément forte par rapport au PIB, comme le montre la figure 5 ci-après.

³⁵ Il arrive aussi que la Surveillance des prix se prononce sur les tarifs relevant des assureurs sociaux fédéraux (assurance-accidents, assurance-invalidité, assurance militaire), qui couvrent toute la Suisse. Elle donne en particulier son avis sur les nouveaux modèles de tarifs, qui sont fréquemment repris dans la LAMal (exemples: tarif médical national TARMED, tarif des physiothérapeutes, tarif des dentistes relevant de l'AA/Al/AM).

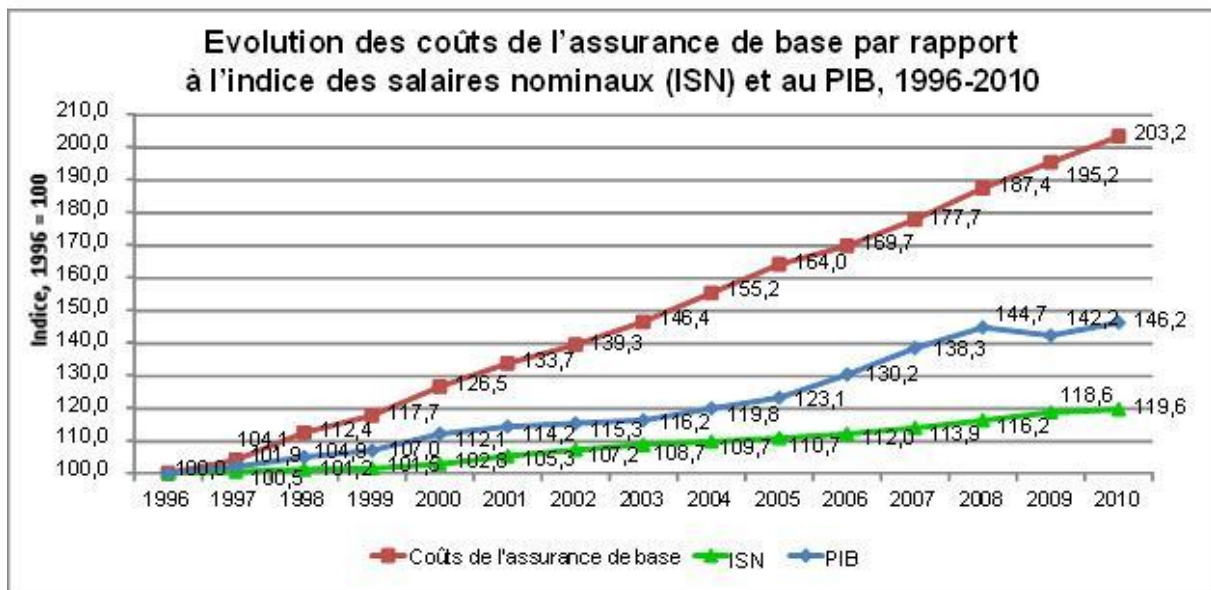


Figure 5 : Evolution des coûts de l'assurance de base, des salaires (ISN) et du PIB depuis 1996 (=100) (sources des données : OFS et Santésuisse)

Alors que les coûts à la charge de l'assurance de base ont doublé depuis 1996 (passant de 100 à 203,2 points, ce qui représente un taux de croissance annuel moyen de 5,6 pourcent), le PIB, c'est-à-dire la valeur de tous les biens et services produits sur le territoire national servant à mesurer la performance globale de l'économie nationale, n'a progressé que de 46 pourcent (taux de croissance annuel moyen de 3,0 pourcent). Même pendant la crise économique de 2008-2009, les coûts de l'assurance de base ont poursuivi leur hausse sans fléchir, alors que le PIB est passé, entre 2008 et 2009, de 144,7 à seulement 142,2 points (soit un recul de 545,03 à 535,65 milliards de francs). Cette évolution peut, d'une part, être considérée comme une preuve que les marchés de la santé sont des marchés incomplets, en proie à des dysfonctionnements (notamment parce que les demandeurs sont mal informés). D'autre part, elle montre la nécessité d'une réglementation étatique cohérente. La forte augmentation des coûts de la santé financés par l'assurance de base entraîne une hausse importante des primes de l'assurance de base, ce qui accroît en conséquence la charge pesant sur les classes moyennes, qui ont vu leurs salaires augmenter de seulement 19,6 pourcent entre 1996 et 2010. En 2010, la prime moyenne versée par un adulte s'élevait à 4212 francs par an.

Rôle de la Surveillance des prix dans la régulation des tarifs de l'assurance de base

La Surveillance des prix possède, pour les prix administrés par l'Etat en général et les tarifs de la santé à la charge de l'assurance de base en particulier, un droit légal de recommandation à l'égard des autorités qui approuvent ou fixent ces tarifs. Le cas échéant, l'autorité en question est tenue de motiver sa décision de ne pas suivre une recommandation du Surveillant des prix.

Depuis l'entrée en vigueur de la nouvelle loi fédérale sur l'assurance-maladie, en 1996, la Surveillance des prix émet régulièrement des recommandations relatives aux tarifs relevant de la LAMal à l'intention des gouvernements cantonaux et du Conseil fédéral. En application de l'art. 14 LSPr, ces derniers sont tenus, avant d'approuver ou de fixer de nouveaux tarifs, de les soumettre au Surveillant des prix, afin que celui-ci puisse faire usage de son droit légal de recommandation. Les décisions des gouvernements cantonaux sur les tarifs peuvent faire l'objet d'un recours par les assureurs-maladie et les fournisseurs de prestations (hôpitaux, médecin, etc.) auprès du Tribunal administratif fédéral (jusqu'à la fin de 2006, l'autorité de recours était le Conseil fédéral), qui statue en dernière instance sur les tarifs relevant de la LAMal. Lors de telles procédures de recours, le Surveillant des prix est toujours entendu, pour autant qu'il ait d'abord adressé une recommandation sur les tarifs au gouvernement cantonal visé par le recours. La jurisprudence la plus récente du Tribunal administratif fédéral influe toujours rapidement sur l'activité de recommandation du Surveillant des prix, de sorte que celui-ci fait généralement office, pour ce qui est des tarifs relevant de la LAMal, de «courroie de trans-



mission» de la jurisprudence la plus récente et aussi, cela va de soi, des dernières dispositions légales ou réglementaires adoptées dans le domaine de l'assurance-maladie.

Ces quinze dernières années, le Conseil fédéral et le Tribunal administratif fédéral (à partir de 2007) ont généralement appuyé les recommandations du Surveillant des prix concernant les tarifs, ce qui a eu un *effet d'atténuation* sur les coûts de la santé à la charge de l'assurance-maladie sociale. Compte tenu de la progression toujours forte des coûts de la santé (taux de croissance annuel moyen de 5,6 pourcent entre 1996 et 2010, comme mentionné), l'activité de recommandation de la Surveillance des prix contribue à *stabiliser le système*.

Les prix des analyses de laboratoire et des dispositifs médicaux sont fixés par le département compétent (DFI), et ceux des médicaments, par l'office fédéral compétent (OFSP). L'approbation du Conseil fédéral est également requise pour les structures tarifaires nationales concernant la facturation des prestations ambulatoires (prestations fournies par les médecins ou les physiothérapeutes, par exemple) et des prestations hospitalières (SwissDRG, par exemple). Pour ces prix et tarifs, le Surveillant des prix dispose également d'un droit légal de recommandation, dont il fait régulièrement usage.

Priorités

Actuellement, la Surveillance des prix est très occupée par l'examen des tarifs des hôpitaux, des médecins et des EMS et des prix des médicaments, qui représentent les tarifs **généralant les coûts les plus élevés**. S'agissant des *tarifs hospitaliers*, l'objectif est d'éviter que la structure tarifaire SwissDRG relative à la facturation des prestations des hôpitaux de soins aigus, qui est entrée en vigueur au début de 2012 et s'applique à toute la Suisse, n'entraîne des coûts supplémentaires à la charge de l'assurance obligatoire des soins. En ce qui concerne les *tarifs des médecins*, l'analyse porte sur les valeurs cantonales du point tarifaire applicables aux prestations médicales ambulatoires fournies dans les cabinets et les hôpitaux. Par ailleurs, la Surveillance des prix veille à ce que les *tarifs des EMS* ne soient pas plus élevés pour les résidents que le plafond autorisé par la loi en matière de participation des résidents aux frais de soins. Les tarifs des chiropraticiens et des médecins-dentistes sont également en cours d'analyse. Concernant les *prix des médicaments*, l'industrie pharmaceutique cherche actuellement à affaiblir la comparaison avec les prix pratiqués à l'étranger prévue dans la loi, afin de pouvoir facturer en Suisse des prix plus élevés qu'ailleurs en Europe. La Surveillance des prix s'y oppose par tous les moyens dont elle dispose. Cette question est traitée plus en détail dans la partie D.5, du présent rapport.

L'année dernière, la Surveillance des prix a en outre publié une comparaison avec l'étranger des prix des appareils auditifs financés par l'AI ou l'AVS, comparaison qui indique clairement que le niveau des prix en Suisse est excessif. Presque en même temps que la publication de l'étude, un changement de régime de financement des appareils est entré en vigueur ; il devrait renforcer la concurrence et, ce faisant, faire baisser les prix. L'Office fédéral des assurances sociales analyse actuellement les conséquences du nouveau régime de financement.

C.6 Conclusions

Thématique	Mesures et exigences
Electricité	La Surveillance des prix contribue à la mise en œuvre de la LApEI en adressant des recommandations formelles à l'EiCom. Elle prend part aux travaux de réglementation du marché de l'électricité. Les mesures visant à mettre en œuvre la stratégie énergétique (sortie du nucléaire) doivent être percutantes et efficaces. Il y a lieu d'éviter aussi bien les subventions exagérées que les instruments inopérants. Des taxes d'incitation sans incidence sur la quote-part de l'Etat sont jugées efficaces.



Gaz	<p>Le site internet permettant de comparer les prix du gaz est gage d'une plus grande transparence. Les fournisseurs de gaz les plus chers font l'objet d'une analyse plus poussée.</p> <p>La convention de branche conclue entre les fournisseurs de gaz et l'industrie ne doit en aucun cas pénaliser les clients finaux captifs.</p>
Eau, eaux usées et déchets	<p>La sécurité de l'approvisionnement et un système d'élimination écologique sont caractéristiques d'une place économique performante et d'une destination touristique de luxe.</p> <p>Les prestations, fournies le plus souvent par les pouvoirs publics, doivent être aussi efficaces et avantageuses que si elles devaient être fournies dans un contexte concurrentiel.</p> <p>L'accumulation de réserves et la maximisation des rentes de monopole sont à bannir.</p>
Transports publics	<p>En Suisse, l'offre de transports publics est remarquable. Cela dit, les prix sont aussi élevés.</p> <p>Le Surveillant des prix veille à ce que les prix et les bénéfices dans le trafic longues distances ne soient pas excessifs.</p> <p>Des offres attrayantes doivent être proposées en dehors des heures de pointe pour permettre des excursions à des prix abordables.</p>
Poste	<p>Sur divers marchés, La Poste Suisse jouit, en ce qui concerne la distribution des lettres et des colis, d'une position dominante qui lui permet, dans une certaine mesure, de fixer les prix indépendamment de la concurrence. Après son intervention de 2009, la Surveillance des prix s'apprête à réexaminer les prix sur ces marchés afin d'établir s'ils sont abusifs.</p>
Transport aérien	<p>Une offre abondante de liaisons aériennes est cruciale pour l'économie suisse, axée sur l'exportation, et la destination touristique suisse.</p> <p>La concurrence est le meilleur garant d'une offre diversifiée et avantageuse. Il s'agit donc, d'une part, de mettre en place des conditions-cadre favorables à la concurrence. D'autre part, il faut veiller à ce que les détenteurs de monopoles d'infrastructures ne tirent pas parti de réglementations excessivement généreuses pour maximiser leurs rentes de monopole au détriment de la clientèle.</p>
Télécommunications (loi sur les télécommunications)	<p>Les conditions-cadre propres à garantir une concurrence efficace en matière de prix doivent être améliorées, notamment dans l'accès à l'internet et la téléphonie mobile. L'utilisation de l'infrastructure de réseau de Swisscom doit être réglementée de manière non discriminatoire, de façon à mettre sur un pied d'égalité l'ancien monopoleur et ses concurrents.</p>
Télévision par câble	<p>Une comparaison des prix et des offres des câblo-opérateurs suisses comptant plus de 5000 abonnés a permis d'identifier les fournisseurs les plus chers, qui ont été soumis à un examen approfondi. Si les indices d'un abus de prix au sens de la LSPr devaient se préciser, la Surveillance des prix négocierait une diminution des prix avec les entreprises concernées (règlement amiable prévu à l'art. 9 LSPr) ou la leur imposerait (décision prévue à l'art. 10 LSPr).</p>
Coûts de la santé	<p>La Surveillance des prix s'engage en faveur de prix avantageux pour toutes les prestations de santé qui sont payées par les assurances sociales étatiques (assurance-maladie, assurance-accidents, assurance-invalidité et assurance militaire). Elle accorde une attention particulière aux tarifs et aux prix des fournisseurs de prestations les plus onéreux, parmi lesquels figurent notamment les hôpitaux, les établissements médico-sociaux, les médecins praticiens et l'industrie pharmaceutique.</p>

Tableau 7 : Vue d'ensemble des mesures visant au maintien de la capacité concurrentielle



D. Exemples concrets / Annexe

D.1 Fisherman's Friend : entraves systématiques au commerce

Migrolino SA a vendu au printemps 2012 des pastilles Fisherman's Friend importées directement d'Allemagne. Or ces pastilles, considérées comme des pastilles contre la toux, sont enregistrées en Suisse comme un médicament par l'Institut suisse des produits thérapeutiques Swissmedic et sont donc exclues du principe «Cassis de Dijon». Leur enregistrement auprès de Swissmedic est nécessaire pour que les pastilles puissent porter l'indication «en cas de toux et d'enrouement». L'allégation thérapeutique ne permet pas au commerce de détail d'importer directement ces pastilles en application du principe «Cassis de Dijon».

Bien que, d'une part, le consommateur suisse considère les pastilles Fisherman's Friend comme des denrées alimentaires qui, compte tenu de leur composition et sans l'indication liée au médicament, pourraient probablement aussi être mises sur le marché, et que, d'autre part, ces pastilles soient vendues comme des denrées alimentaires à l'étranger, elles ne peuvent pas faire l'objet d'importations parallèles, sauf si elles sont emballées spécifiquement conformément aux exigences en matière de déclaration et qu'une autorisation spéciale a été délivrée. Cette situation n'est pas satisfaisante aux yeux de la Surveillance des prix.

Selon la loi fédérale du 9 octobre 1992 sur les denrées alimentaires et les objets usuels (loi sur les denrées alimentaires; LDAI; RS 817.0), les produits soumis à la législation sur les médicaments ne peuvent pas être mis sur le marché (art. 2, al. 4, LDAI), même en invoquant le principe «Cassis de Dijon»³⁶. En effet, selon la LETC, ce principe ne s'applique pas aux produits soumis à homologation qui tombent dans le champ d'application de la loi fédérale sur les médicaments et les dispositifs médicaux (loi sur les produits thérapeutiques, LPT, RS 812.21).

L'indication «en cas de toux et d'enrouement» donne la possibilité au titulaire d'une autorisation de restreindre la concurrence et d'empêcher le commerce de détail de prendre des mesures contre l'augmentation du prix des produits en Suisse. Parce qu'un usage médical est créé ou vanté, les pastilles Fisherman's Friend nécessitent, en vertu loi sur les produits thérapeutiques, une autorisation de mise sur le marché de Swissmedic (art. 9, al. 1, LPT) et ne peuvent plus dès lors être vendues comme des denrées alimentaires. Seules peuvent être vendues les pastilles qui ont été déclarées avec leur numéro d'autorisation enregistré et la vignette de la catégorie de remise E.

Les médicaments autorisés officiellement en Suisse peuvent être importés directement au moyen d'une procédure simplifiée d'autorisation de mise sur le marché s'ils proviennent d'un pays appliquant un système d'autorisation équivalent et que le produit thérapeutique répond ainsi aux mêmes exigences en matière d'étiquetage et d'information que celui déjà autorisé en Suisse. Les pastilles Fisherman's Friend importées par Migrolino étant toutefois présentées comme des denrées alimentaires dans le pays d'exportation, il n'est pas possible d'appliquer la procédure simplifiée d'autorisation de mise sur le marché pour un médicament, prévue à l'art. 14 LPT. En revanche, il existe une procédure encore plus simplifiée pour les bonbons et les pastilles contre la toux et les maux de gorge classés dans la catégorie de remise E qui satisfont aux conditions de la procédure simplifiée prévue à l'art. 14, al. 1, LPT, à savoir la procédure sur annonce³⁷. Par conséquent, l'importation directe des pastilles Fisherman's Friend pourrait être admise sur simple annonce. Les exigences de cette procédure sur annonce semblent être toutefois trop élevées pour une importation parallèle de pastilles Fisherman's Friend, car celles-ci devraient être conditionnées dans un emballage spécial. Il est nécessaire de prévoir une étiquette ou un emballage spécial, puisque la catégorie de remise et le numéro d'autorisation doivent figurer sur l'emballage. De surcroît, l'étiquette devrait afficher toutes les indications néces-

³⁶ Pour les denrées alimentaires, l'application du principe «Cassis de Dijon» est soumise à une réglementation spéciale. Les denrées alimentaires peuvent faire l'objet d'importations parallèles si elles répondent également aux prescriptions techniques suisses. Les denrées alimentaires qui ne satisfont pas aux prescriptions techniques suisses mais qui sont conformes à celles de la CE ou d'un Etat membre de la CE ou de l'EEE et qui y circulent légalement exigent une autorisation avant leur première mise sur le marché, en vertu de l'art. 16c-d LETC.

³⁷ Cf. Instructions du 1^{er} juin 2007 pour la présentation des demandes d'autorisation sur annonce de bonbons et de pastilles pour la gorge et contre la toux classés dans la catégorie de remise E.



saires dans au moins deux langues officielles. Or l'emballage des pastilles importées par Migrolino SA par la voie parallèle ne remplissait pas ces conditions, et la formulation utilisée dans la déclaration pour la date d'expiration («mindestens haltbar bis ...») n'était pas autorisée. Enfin, pour distinguer ces pastilles des denrées alimentaires, les prescriptions de la procédure sur annonce exigent que l'emballage porte encore une indication concernant les «pastilles contre la toux»; Migrolino vendait des pastilles simplement désignées comme des «Pastilles Eucalyptus Menthol».

En clair, les pastilles Fisherman's Friend peuvent être importées directement comme des produits thérapeutiques en appliquant une procédure sur annonce simplifiée. Cette opération exige, hormis la procédure simplifiée d'autorisation de mise sur le marché à entreprendre auprès de Swissmedic, un nouvel emballage ou étiquetage, ce qui fait grimper les coûts et enlève de fait tout intérêt à l'importation parallèle.

Selon les informations de Swissmedic, seuls neuf produits sont importés directement, même depuis l'introduction de la procédure simplifiée d'autorisation de mise sur le marché.

Selon la présentation utilisée, les dispositions de la loi sur les médicaments s'appliquent aussi aux tisanes et à d'autres bonbons, ceux de la marque Ricola par exemple. La situation est également compliquée pour les biens personnels et domestiques comme les dentifrices, qui peuvent être vantés de manière différente à l'étranger en ce qui concerne leurs effets³⁸.

La Surveillance des prix suggère que les denrées alimentaires mises légalement sur le marché à l'étranger puissent être vendues en Suisse comme des denrées alimentaires même si elles y sont enregistrées comme des médicaments de la catégorie E.

D.2 Importation directe de voitures : nouvelles entraves au commerce

Depuis le 1^{er} juillet 2012 (début de l'année de référence), des sanctions sont prononcées pour les voitures neuves qui n'atteignent pas la valeur cible prévue par la loi fédérale sur la réduction des émissions de CO₂ (loi sur le CO₂; RS 641.71). Ces sanctions créent de nouvelles barrières administratives.

Les émissions de CO₂ des voitures de tourisme immatriculées pour la première fois (voitures neuves) doivent être réduites en moyenne à 130 g de CO₂/km d'ici à la fin de 2015. C'est l'ambition exprimée à l'art. 11d de la loi sur le CO₂. L'ordonnance sur la réduction des émissions de CO₂ des voitures de tourisme (RS 641.714) a été mise en vigueur le 1^{er} mai 2012 dans cette perspective. Elle a entraîné un durcissement des prescriptions relatives à l'immatriculation des voitures neuves.

Chaque importateur de voitures neuves se voit attribuer une valeur cible spécifique permettant d'atteindre l'objectif global (art. 11e, al. 1, loi sur le CO₂). Pour le calcul de la valeur cible, on tient compte du poids du véhicule, raison pour laquelle la limite au-dessus de laquelle les émissions donnent lieu à des sanctions varie en fonction du véhicule. Outre la prise en considération du poids du véhicule, les importateurs qui importent plus de 50 véhicules par an (grands importateurs) peuvent compenser les émissions de leurs véhicules inefficaces par celles de leurs véhicules efficaces, puisque la sanction porte sur la moyenne des émissions de CO₂. De plus, tous les importateurs, grands ou petits, peuvent s'associer en groupements. Dans ce cas, la valeur cible spécifique est calculée pour le parc de voitures du groupement³⁹. Ce n'est donc pas chaque nouvelle voiture qui doit

³⁸ L'affaire Fisherman's Friend rappelle, sous l'angle de l'entrave au commerce, le cas plus ancien d'une allégation thérapeutique supposée attribuée au dentifrice Colgate Dentagard aux extraits naturels de plantes (dénommé ci-après Dentagard), au sujet duquel il existe une décision du Tribunal fédéral (arrêt du 19 octobre 2006, dossier n° 2A.213/2006/fco). Dans le cas Dentagard, les législations sur les médicaments et les denrées alimentaires ne semblaient générer des effets d'entrave (supposée) au commerce que dans la situation inverse. Dentagard est vanté en Allemagne comme « zahnmedizinisch vorbeugend » (propriétés médico-dentaires), allégation qui a été jugée, en première instance, non conforme à l'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIUOs ; RS 817.02). Par contre, les pastilles Fisherman's Friend importées par la voie parallèle ne peuvent pas, en vertu de la législation sur les médicaments, être autorisées comme antitussif, à cause de la présentation lacunaire. Dans le cas Dentagard, l'arrêt du Tribunal fédéral lève finalement l'entrave au commerce et constate que l'étiquetage du dentifrice satisfait également aux prescriptions suisses, parce qu'aucun effet thérapeutique n'est vanté.

³⁹ Art. 11e, al. 3, de la loi sur le CO₂ (état au 1^{er} mai 2012).



remplir le même objectif en termes d'émissions, mais le dégagement moyen de CO₂ du parc d'un importateur ou d'un constructeur qui est déterminant pour le calcul des sanctions.

Si les importateurs importent moins de 50 voitures (petits importateurs) et ne s'associent pas en groupements, la valeur cible est calculée pour chaque nouvelle voiture individuelle. L'Office fédéral des routes (OFROU) calcule cette valeur cible et prononce une sanction dont le montant doit être acquitté avant l'immatriculation du véhicule. Lorsque plusieurs voitures sont importées ainsi, il n'est pas possible de bénéficier d'une valeur cible moyenne d'émissions de CO₂. Si une voiture n'atteint pas la valeur cible calculée sur la base de son poids, la loi prévoit des sanctions inégales, compte tenu de la différence entre grand et petit importateur.

La législation sur le CO₂ pourrait certes, en dépit de la moyenne des émissions applicable aux grands importateurs et aux groupements, influencer sur la structure des prix entre les voitures à faibles émissions et celles à fortes émissions de manière à favoriser la vente des véhicules à faibles émissions. Mais, comme les barrières administratives sont inégales pour les petits importateurs et les importateurs privés, la législation sur le CO₂ risque de modifier le contexte concurrentiel. La Surveillance des prix craint une diminution de la concurrence par le fait que les grands revendeurs disposent d'une marge de manœuvre plus grande que les petits importateurs pour réduire les sanctions.

Les soucis concernant la baisse du degré de concurrence reposent sur trois réserves à l'égard de la législation sur le CO₂. Premièrement, les petits importateurs directs et la VFAS, l'association qui défend les intérêts du commerce automobile suisse, redoutent que la procédure administrative concernant l'immatriculation des véhicules que prévoit la législation sur le CO₂ soit compliquée et chronophage. Deuxièmement, les grands importateurs peuvent tirer un plus grand profit de la possibilité de faire calculer des sanctions pour une moyenne d'émissions de CO₂, ce qui pourrait favoriser une concentration des prestataires sur le marché. Troisièmement, les grands importateurs peuvent immatriculer des véhicules en tant que titulaires de la réception par type, si bien que la sanction moyenne éventuelle ne sera prononcée qu'à la fin d'une période de calcul. Par conséquent, les grands importateurs, en tant que titulaires de la réception par type, bénéficient, à la différence des petits importateurs, d'un crédit gratuit sous la forme de sanctions prononcées après coup.

Les véhicules qui ont fait l'objet d'une réception par type peuvent être immatriculés par les offices cantonaux de la circulation sans les clarifications des offices fédéraux. La procédure préalable de contrôle menée par les offices fédéraux s'applique uniquement aux petits importateurs et aux importateurs privés, lesquels ne peuvent pas demander la réception par type, ainsi qu'aux grands importateurs directs qui ne veulent pas demander la réception par type du fait que, par exemple, ils ne vendent que peu de véhicules du même type. Cet obstacle vient s'ajouter au désavantage concurrentiel majeur selon lequel une sanction CO₂ ne peut être évitée ultérieurement; les émissions ne peuvent pas être réparties sur les modèles plus économiques grâce à une moyenne d'émissions. Néanmoins, les petits importateurs et les importateurs privés ainsi que les grands importateurs qui ne sont pas titulaires de la réception par type ont également des possibilités de compenser les émissions de leurs véhicules par des modèles plus économiques et de réduire la sanction CO₂. La première possibilité consiste à former un groupement avec d'autres revendeurs. Toutefois, si l'on en croit les importateurs directs, les petits revendeurs raisonnables n'y feront pas appel dans la pratique, car les membres d'un groupement sont responsables de manière solidaire des sanctions CO₂ communes. Le commerce des certificats d'émissions dans les bourses de carbone offre une deuxième possibilité. Les importateurs peuvent acquérir à un prix de marché, une part d'émissions dans des bourses de carbone pour éviter des sanctions CO₂. Comme ils doivent le faire avant de requérir auprès de l'OFROU l'attestation d'importation de la voiture de tourisme, la sanction CO₂ constitue tout de même une entrave au commerce, surtout pour les particuliers qui souhaitent acheter directement une voiture à l'étranger.

L'Office fédéral de l'énergie (OFEN) constate déjà une évolution liée à la législation sur le CO₂. Le nombre de réceptions par type délivrées s'est accru. Les grands importateurs qui ont importé jusqu'ici leurs véhicules sans réception par type, mais en déposant des demandes individuelles auprès de l'OFROU pour leurs clients, sont maintenant incités à demander des réceptions par type. Avec une réception par type ils peuvent importer un véhicule sans faire état, au préalable, d'une éventuelle sanction CO₂. Cette situation renforce la crainte de voir des entraves supplémentaires au commerce



affecter principalement les particuliers qui achètent leur voiture directement à l'étranger. Pour ces derniers, la charge était déjà considérable au plan organisationnel avant l'entrée en vigueur de la législation sur le CO₂, à telle enseigne qu'ils s'en remettaient généralement à des marchands de véhicules à l'étranger. On ne sait pas encore si, et dans l'affirmative dans quelle mesure, les marchands de véhicules étrangers qui vendent des voitures directement à des clients provenant de Suisse sont aujourd'hui désavantagés. Ceux-ci ont également subi la concurrence durant l'appréciation du franc. Cela dit, les exportateurs étrangers peuvent, eux aussi, demander en principe des réceptions par type en Suisse.

Il est également reconnu maintenant que, sur le marché de niche des véhicules haut de gamme et tout terrain à très fortes émissions de CO₂, la législation sur le CO₂ fausse la concurrence. Les constructeurs de niche (par exemple Jaguar, Land Rover) qui immatriculent entre 10'000 et 300'000 nouveaux véhicules par an dans l'UE et les petits constructeurs (par exemple Ferrari, Aston Martin), qui immatriculent moins de 10'000 nouvelles voitures de tourisme par an, peuvent demander qu'on leur attribue des valeurs cibles spécifiques dans l'UE. Il est aussi possible de faire valoir ces valeurs cibles spécifiques en Suisse. Aucune valeur cible spécifique ne peut être demandée par les importateurs spécialisés sur des modèles concurrentiels qui appartiennent à un grand concerné (par exemple Ford Mustang, Porsche). Ceux-ci ont vis-à-vis des véhicules de niche ayant des valeurs cibles spécifiques un grand désavantage concurrentiel, puisque les sanctions pour les véhicules de niche sans valeurs cibles spécifiques sont nettement plus élevées.

La mesure dans laquelle la législation sur le CO₂ entravera la concurrence sur le marché automobile, qui ne s'est intensifiée que progressivement dans le sillage du franc fort, dépend également du développement et du fonctionnement des nouvelles bourses de carbone, qui sont encore jeunes et dont certaines viennent d'être créées. Pour le moment, l'accès aux bourses de carbone est encore lié à d'autres prestations des importateurs directs, car ces institutions sont exploitées par de grands importateurs directs. Ces bourses de carbone laissent cependant espérer, notamment, que les voitures dont les émissions de CO₂ sont relativement faibles deviendront par l'entremise des groupements le meilleur marché possible, parce que les acquéreurs peuvent vendre en compensation la meilleure efficacité énergétique de leurs véhicules.

Le Surveillant des prix suit très attentivement l'évolution du marché des voitures de tourisme. Il porte une attention toute particulière à l'émergence d'un marché des émissions de CO₂. Le commerce des certificats d'émissions doit être ouvert sans restriction, notamment aux petits importateurs et aux importateurs privés.

D.3 Frais de dédouanement

Lorsque la concurrence n'est pas suffisamment efficace à l'intérieur du pays, il est particulièrement intéressant pour les consommateurs de contourner le canal de distribution officiel suisse et de passer commande directement à l'étranger. Les différences de prix avec l'étranger sont bien visibles sur l'internet et la concurrence s'en trouve stimulée. Passer commande sur l'internet est à la fois simple et rapide. Toutefois, la marchandise commandée à l'étranger et importée par des transitaires doit être déclarée aux autorités douanières. Dans la majeure partie des cas, l'entreprise de logistique prend en charge l'opération et refacture les frais au client.

Ces coûts de dédouanement sont en partie indépendants de la valeur de la marchandise commandée et sont prélevés à titre forfaitaire en guise de frais administratifs. Plus la valeur de la marchandise est faible, plus les frais de dédouanement sont élevés par rapport à cette valeur. Ces frais réduisent non seulement à néant une part du potentiel d'épargne escompté, mais il peut aussi arriver qu'ils dépassent la valeur de la marchandise. Ils représentent un obstacle administratif à l'importation directe de marchandises bon marché. A cet égard, les frais de dédouanement concourent à faire de la Suisse un îlot de cherté. Il peut arriver, selon le transitaire, que, par exemple pour un produit valant 50 francs, les frais de dédouanement s'élèvent à près de 60 francs. Des frais de dédouanement qui se montent, si l'on prend un autre exemple concret, à 43 francs au total pour un appareil électronique de 15 euros constituent un obstacle pour les importations directes et les importations parallèles. Le Surveillant des



prix reçoit depuis plusieurs années de nombreuses plaintes à ce sujet. Durant le seul mois d'août 2011, il a reçu 45 communications relatives à des frais de dédouanement élevés. Dans les semaines où le franc s'est rapproché de la parité avec l'euro, les consommateurs ont voulu tirer profit du cours favorable et ont passé de nombreuses commandes en ligne à l'étranger. Ils ont constaté l'importance des frais de dédouanement et s'en sont plaints fréquemment auprès de la Surveillance des prix. Dans la mesure où l'augmentation des plaintes relatives aux frais de dédouanement élevés met en évidence la hausse des commandes à l'étranger, cette tendance témoigne également de la répercussion, trop faible ou trop lente au départ, en Suisse, des avantages de change sous la forme de prix de vente plus bas.

Le Surveillant des prix s'investit pour une réduction aussi large que possible des entraves au commerce et a noué des contacts, dans le cadre de son enquête, avec l'Administration fédérale des douanes, la Poste, des entreprises privées de transport et le Département fédéral des finances. De premières solutions contraignantes permettant d'alléger la charge pesant sur les consommateurs suisses ont été obtenues.

En 2011, la Surveillance des prix a passé avec deux grandes entreprises de logistique, DHL Express et La Poste Suisse, des accords amiables qui conduisent à une réduction notable des frais de dédouanement lors de l'importation directe des pays voisins, notamment de biens de faible valeur. L'accord passé avec DHL Express prévoit en particulier une baisse significative des frais de dédouanement pour les petits envois. DHL Express a déjà dit être disposée à réduire nettement ses tarifs de dédouanement (entre 17 et 66 % selon le produit). Elle renonce entre autres à facturer des frais de dédouanement pour les envois dont le prix est inférieur à la limite en franchise de TVA⁴⁰. Les clients bénéficient de cet accord depuis le 1^{er} mai 2011.

C'est également à la suite d'un accord amiable que La Poste Suisse a supprimé, à compter du 1^{er} octobre 2011, le prix des prestations de dédouanement initialement fixés à 43 francs par envoi pour les colis dont la valeur est inférieure à la limite en franchise et qui sont traités par Swiss Post GLS. En outre, depuis le 1^{er} mars 2012, un seul modèle de prix est applicable aux prestations de dédouanement de tous les canaux de La Poste Suisse. Les prestations de dédouanement des colis et des lettres de la Poste et de Swiss Post EMS sont aussi gratuites tant que le contenu ne dépasse pas la limite en franchise. Les prestations de dédouanement des colis et des lettres d'une valeur supérieure à la limite en franchise de la Poste, de Swiss Post EMS et de Swiss Post GLS sont désormais calculées en additionnant des frais de base et un supplément variant d'après la valeur de la marchandise et assorti d'un prix plafond. En regard du tarif appliqué auparavant, le nouveau tarif est nettement plus avantageux pour la plupart des clients dont les colis sont traités par la Poste. Chez Swiss Post GLS, le nouveau tarif est plus avantageux pour les envois provenant de la zone 1 (Allemagne, France, Italie, Autriche) dont la valeur n'excède pas 1'350 francs, et pour ceux de la zone 2 dont la valeur ne dépasse pas 1'200 francs. Cela dit, la majorité des envois postaux présentent une valeur inférieure à 200 francs et proviennent de la zone 1. Pour ces envois, les nouveaux tarifs sont nettement plus intéressants. Les tarifs sont aussi, dans l'ensemble, nettement plus avantageux pour les destinataires de colis de Swiss Post EMS, qui, certes, paient un peu plus pour dédouaner des envois de faible valeur provenant de la zone 2, mais moins en revanche pour ceux de la zone 1. Parce que le nouveau tarif est basé sur un pourcentage de la valeur de l'envoi, les frais de dédouanement augmentent proportionnellement à la valeur de la marchandise, tandis que le prix, en atteignant 500 francs, grimpait, avant la conclusion de l'accord amiable, de 18 à 35 francs. Suite à l'accord trouvé, la Poste applique un modèle unique de prix, qui profite à la plupart de ses clients. Ces réglementations servent désormais de valeur de référence à la Surveillance des prix pour évaluer le tarif des frais de dédouanement d'autres transitaires.

Le 27 juin 2012, le Conseil fédéral a approuvé la révision partielle de l'ordonnance sur les douanes, qui permet à la Surveillance des prix, en cas de frais de dédouanement disproportionnés, d'imposer la procédure simplifiée, plus avantageuse. La déclaration en douane simplifiée est désormais possible pour les envois de marchandises dont la valeur TVA n'excède pas 1000 francs. La valeur-seuil pour l'application de la procédure simplifiée s'élevait auparavant à 500 francs. La déclaration en douane

⁴⁰ Lorsqu'aucun droit de douane ne doit être prélevé ni formalité non douanière pratiquée.



simplifiée reste certes volontaire et des frais de dédouanement excessifs sont toujours possibles. Si le Surveillant des prix a connaissance de frais excessifs pour un dédouanement ordinaire, il peut charger l'Administration fédérale des douanes d'obliger le destinataire agréé, à savoir le transitaire, à appliquer la déclaration en douane simplifiée.

Le Surveillant des prix exige également un relèvement de la limite en franchise de 5 à 10 francs, ce qui permettrait d'exonérer de la TVA – et, on pourrait l'espérer, des frais de dédouanement en général – les marchandises d'une valeur n'excédant pas 125 francs. C'est ce que réclamait la motion du 10 décembre 2009 déposée par la conseillère nationale Suzanne Leutenegger Oberholzer (09.4209 «Lever les obstacles au commerce électronique transnational»), qui n'a pas passé la rampe du Conseil des Etats, ce dernier craignant de porter préjudice aux entreprises ayant leur siège en Suisse et de fausser le jeu de la concurrence. Comme le Conseil fédéral et le Conseil national auraient soutenu cette exigence formulée dans la motion, la Surveillance des prix a proposé, en guise de compromis, de porter ce seuil d'exigibilité de la TVA à 8 francs et a déposé une requête en ce sens auprès du Département fédéral des finances, qui, malheureusement, l'a rejetée pour l'instant. Mais le Surveillant des prix n'entend pas pour autant lâcher prise.

Aux termes de la législation sur les douanes, la valeur de la marchandise soumise à la TVA inclut les frais de transport, l'impôt sur l'importation et les frais de dédouanement. Pour la Surveillance des prix, il est particulièrement gênant à cet égard que, dans la pratique, il arrive fréquemment que la TVA et les frais de dédouanement soient facturés lorsqu'un petit envoi dépasse la limite en franchise uniquement parce que les frais de dédouanement ont été pris en considération dans l'imposition de la TVA. Elle estime que la TVA est imposée ainsi sur des frais de dédouanement hypothétiques. La TVA sur les petits envois devrait être calculée d'abord sur la valeur de la marchandise, frais de transport et impôt sur l'importation inclus. Ce n'est que lorsque cette valeur est supérieure à la limite en franchise que des frais de dédouanement seraient prélevés, et pourraient également être soumis à la TVA.

De grands pas ont été franchis l'an dernier et cette année pour réduire les frais de dédouanement. Le Surveillant des prix peut imposer depuis peu l'application de la procédure de dédouanement simplifiée. Il a conclu avec deux grandes entreprises de logistique des accords amiables pour réduire les frais de dédouanement. Il serait encore souhaitable, aux yeux de la Surveillance des prix, de relever le seuil d'exigibilité de la TVA et de passer des accords amiables avec d'autres entreprises de logistique.

D.4 Convention concernant l'approvisionnement en eau de la ville de Lausanne

L'eau peut revenir cher aux gros consommateurs. Pour l'économie, qui pâtit déjà de la vigueur du franc, il est particulièrement important que les prix de l'eau restent les plus bas possibles, tout en couvrant les coûts du fournisseur sur ce marché monopolistique. S'en assurer est une des tâches centrales de la Surveillance des prix. Dans le courant du mois de mars 2012, la ville de Lausanne et le Surveillant des prix ont signé une convention concernant les tarifs d'eauservice.⁴¹ Cette dernière fait considérablement baisser la facture des gros consommateurs.

Ainsi, au 1^{er} mai 2012, le prix par m³ (hors TVA) pour les maraîchers est passé de Fr. 1.50 à Fr. 1.35. Dès le 1^{er} octobre 2012, le prix par m³ (hors TVA) pour les entreprises avec une consommation annuelle égale ou supérieure à 60'000 m³ passera de Fr. 1.95 à Fr. 1.75 et le prix par m³ (hors TVA) de livraison aux hôpitaux de Fr. 1.75 sera étendu aux EMS et aux cliniques médicales.

Pour les ménages, le prix par m³ (hors TVA) de livraison au détail a été abaissé au 1^{er} mai 2012 de Fr. 1.95 à Fr. 1.92. Eauservice s'engage également à remplacer à ses frais tous les compteurs surdimensionnés d'ici au 31 décembre 2017, ce qui permettra aux ménages concernés de réaliser une économie annuelle comprise entre 75 francs et Fr. 169.50 sur la finance de débit et la location des compteurs et clapets. Les abonnés ont en outre la possibilité de demander le remplacement immédiat de leurs compteurs, remplacement qui sera effectué dans les 90 jours à compter de la réception de la demande.

⁴¹ La convention signée est accessible sur notre site internet www.monsieur-prix.admin.ch.



La Ville de Lausanne s'engage par ailleurs à organiser une réunion annuelle avec les représentants des communes livrées en gros et au détail afin d'évoquer les questions tarifaires liées aux investissements. Les bénéfices réalisés par eauservice seront conservés dans un fonds dédié au financement des investissements et ne seront plus automatiquement versés dans les caisses de la ville.

Lors de l'évaluation des taxes, la Surveillance des prix continuera de prêter à l'avenir une attention particulière aux montants demandés à l'industrie et aux arts et métiers.

D.5 Prix des médicaments

En raison de la densité normative, il existe généralement pour les médicaments de gros obstacles à l'entrée sur le marché. Des brevets protégés pendant plusieurs dizaines d'années et des procédures d'autorisation complexes empêchent souvent la concurrence qui permettrait de faire baisser les prix. Contrairement aux producteurs qui font face à des marchés d'écoulement âprement disputés, les entreprises pharmaceutiques sont rarement soumises à la pression des prix du marché, mais des quasi-monopoles qui peuvent exiger des prix sur mesure selon la demande. Pour les patients suisses, qui ont un fort pouvoir d'achat, cette situation est particulièrement problématique car, en raison des dispositions en matière de protection des brevets, mais aussi de la réglementation sévère s'appliquant aux médicaments soumis à une autorisation de mise sur le marché, les importations parallèles ne sont guère possibles dans le domaine des produits thérapeutiques. Les importations parallèles par un distributeur suisse ont été approuvées pour seulement huit des quelque 8000 préparations autorisées en Suisse. Le cloisonnement géographique du marché qui en découle est une invitation, pour l'industrie pharmaceutique, à discriminer les patients suisses du point de vue des prix et à tirer profit de leur pouvoir d'achat.

Le risque de prix abusifs est particulièrement élevé pour les médicaments remboursés par les caisses-maladie. La prise en charge des coûts des traitements par les caisses-maladie répond bien sûr au principe de solidarité, mais peut également mener à une consommation abusive de prestations de santé trop chères. L'incitation pour le patient à choisir le traitement le plus avantageux est moindre à cause du remboursement par la caisse-maladie. Avec 5 milliards de francs par an, les médicaments représentent le troisième groupe de coûts de l'assurance de base. Les mauvaises incitations dans ce domaine peuvent rapidement coûter très cher à la communauté des assurés, c'est pourquoi les prix des médicaments pris en charge par les caisses-maladie sont administrés par l'Etat. Comme pour les prestations de l'assurance de base en général, l'obligation d'efficacité, d'adéquation et d'économie inscrite dans la loi fédérale sur l'assurance-maladie vaut pour les prix des médicaments administrés. Concernant le caractère économique, dans la pratique, l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), chargé de l'exécution, se montre, la plupart du temps, déjà satisfait quand les prix des médicaments ne sont pas significativement plus élevés que dans les pays économiquement comparables. Par le passé, la Surveillance des prix a avant tout critiqué les importantes différences de prix par rapport à l'étranger et a largement contribué, au fil des ans, à la correction de cette discrimination de prix à la charge des consommateurs suisses en introduisant ou en renforçant les comparaisons de prix avec l'étranger, ce qui permet de simuler une concurrence internationale pour les médicaments remboursés par les caisses-maladie. Parallèlement à l'introduction de la loi fédérale sur l'assurance-maladie en 1996, la comparaison avec les prix pratiqués à l'étranger est devenue obligatoire à l'initiative de la Surveillance des prix et, en 2009, la corbeille des pays entrant en ligne de compte pour la comparaison des prix a été élargie à la France et à l'Autriche, le rythme de réexamen des prix des médicaments a été accéléré, passant de quinze à trois ans, et un automatisme de contrôle pour l'extension des indications a été mis en place. Les mesures prises en 2009 correspondent aux exigences formulées de longue date par la Surveillance des prix. Grâce à ces comparaisons de prix avec l'étranger, les prix des médicaments sont alignés sur ceux des pays européens pratiquant des prix moyens à élevés.

Chaque médicament est soumis à une comparaison de prix avec l'étranger tous les trois ans. Si le prix pratiqué en Suisse est plus élevé que le prix moyen de la corbeille de pays (Allemagne, France, Pays-Bas, Grande-Bretagne, Danemark et Autriche), il sera abaissé au niveau du prix de la corbeille



de pays. La cherté continue du franc a ainsi une grosse influence sur les prix des médicaments pris en charge par les caisses-maladie. La dépréciation de l'euro fait baisser les prix de référence dans la comparaison avec l'étranger, entraînant par ricochet une diminution souhaitée des prix suisses. Ainsi, les prix du tiers des médicaments remboursés par les caisses-maladie soumis à une comparaison de prix seront baissés au prochain terme d'adaptation, le 1^{er} novembre 2012. Cette mesure permettra à l'assurance de base d'économiser plus de 240 millions de francs sur les médicaments pour l'année 2013. Dans les années à venir, l'économie réalisée si les conditions de change restent les mêmes s'élèvera en tout à 720 millions de francs soit l'équivalent de quelque 3 pourcent sur les primes.

L'obligation de comparer les prix avec l'étranger est le résultat concret des efforts intenses de la Surveillance des prix; les corrections de prix effectuées depuis 1997 en sont un effet direct.

Malheureusement, la branche pharmaceutique ne ménage pas ses efforts pour torpiller la baisse de prix à venir, bien que la comparaison des prix avec l'étranger ait été précisée en 2009 avec l'accord de l'industrie pharmaceutique. En avançant des arguments étrangers au problème, elle essaie d'atténuer l'effet de la comparaison des prix avec l'étranger en brandissant la menace de la suppression massive d'emplois ou de la délocalisation hors de Suisse. Ainsi, la branche tente de pousser le DFI à utiliser, pour la comparaison des prix, non pas le taux de change nominal, mais un taux en parité de pouvoir d'achat, artificiellement relevé à Fr. 1.40 pour un 1 euro. Et cela, même si le conseiller fédéral Alain Berset a déjà fait un grand pas vis-à-vis de l'industrie pharmaceutique en garantissant une marge de tolérance de 5 pourcent aux titulaires d'autorisations de mise sur le marché. De fait, même après la correction de prix prévue, les assurés suisses continueront à payer 150 millions de francs de trop par année par rapport au prix moyen exact résultant de la comparaison des prix avec l'étranger.

La Surveillance des prix ne nie pas que la situation monétaire actuelle pose problème à la branche pharmaceutique exportatrice. Le site de recherche et de production suisse est devenu plus cher en comparaison avec les autres places économiques. Cependant, pour différentes raisons, l'assurance de base ne peut pas constituer un moyen approprié pour soutenir le site de recherche et de production suisse. Seul un tiers environ des médicaments consommés en Suisse est produit par des entreprises helvétiques. La plus grande partie de ce genre de subventionnement financé par la communauté des patients irait donc à des entreprises étrangères qui profitent déjà de coûts de production plus bas. En outre, l'industrie pharmaceutique suisse s'est trop internationalisée pour pouvoir être soutenue de manière significative par l'assurance de base. Le marché suisse représente seulement 1,5 pourcent du chiffre d'affaires pour les deux acteurs majeurs de la branche, Novartis et Roche. De plus, cela fait longtemps que la Suisse n'est plus le seul site de recherche et de production pour ces deux entreprises. Plus de 80 pourcent des coûts de ces géants pharmaceutiques sont libellés en monnaie étrangère. Si l'on souhaite promouvoir la place économique, il faudrait le faire par des moyens beaucoup plus ciblés et efficaces que par des augmentations des prix des médicaments.

Pour les raisons évoquées, la Surveillance des prix considère que la répercussion de l'avantage de change a bien lieu, du moins en partie, dans le domaine des médicaments. Même si cette répercussion s'effectue avec du retard et rencontre beaucoup de résistance, il semble néanmoins que les prix des médicaments administrés sont, pour nombre d'entre eux, adaptés aux conditions de change actuelles.

Certes, le régime de fixation des prix actuel assure en partie la répercussion des gains de change, mais il entraîne aussi un renchérissement en cas de remplacement d'anciens médicaments par des nouveaux (renchérissement de substitution) et donne la possibilité aux fabricants de tirer profit de pseudo-innovations. Afin d'éviter la pression sur les prix des médicaments qui ont fait leurs preuves, de nouveaux médicaments plus chers, le plus souvent sans plus-value thérapeutique, sont lancés pour les remplacer. Ainsi, le prix moyen des préparations nouvellement inscrites sur la liste des spécialités a plus que quintuplé depuis les années 1980. Conséquence : les coûts des médicaments pris en charge par l'assurance de base augmentent rapidement, bien que le nombre moyen d'emballages vendus par personne et par année reste toujours légèrement inférieur à 25.



Le Surveillant des prix s'engage en faveur d'une forme de rémunération totalement nouvelle pour les médicaments remboursés par les caisses-maladie à partir de 2014. Le système du montant fixe, tel qu'il existe déjà en Allemagne depuis 1989, contribue à éviter le renchérissement de remplacement et les pseudo-innovations, et promeut la concurrence entre les fabricants. Sur la base des propriétés chimiques, pharmacologiques et thérapeutiques, des groupes de médicaments similaires sont définis. Les fabricants restent libres de fixer les prix de leurs médicaments. Cependant, pour l'achat d'un médicament, l'assuré reçoit toujours le même montant pour chaque groupe de médicaments défini. Cela constitue une incitation ciblée à choisir le médicament le plus avantageux, qui oblige l'industrie pharmaceutique à jouer le jeu de la concurrence. De nouveaux médicaments plus chers arrivent à s'imposer seulement s'ils présentent une plus-value thérapeutique.

D.6 Prix des périodiques étrangers : un exemple négatif

En 2011, le plus grand nombre de contestations concernant la non-répercussion des avantages de change concernait les *périodiques importés* de l'étranger. Alors que le cours du franc frisait la parité avec l'euro en été 2011, la Surveillance des prix a été littéralement submergée de dénonciations concernant les prix abusifs des périodiques. Elle était déjà active sur ce terrain depuis l'été 2010, lorsqu'il est apparu que la cherté du franc n'était pas un phénomène passager, et que les prix des périodiques étrangers ne baissaient pas. Déjà en automne 2010, la Surveillance de prix a évalué les prix des 50 plus importantes revues allemandes, des 30 plus importantes françaises et des 20 plus importantes revues italiennes et a constaté une différence de prix moyenne de 53 pourcent par rapport à l'Allemagne, 62 pourcent par rapport à la France et 110 pourcent par rapport à l'Italie.

Le Surveillant des prix a jugé que ces différences de prix étaient manifestement excessives pour les raisons suivantes :

- Du fait notamment des coûts de distribution et de transport plus élevés en Suisse qu'à l'étranger dans le commerce de gros et de détail, et de l'absence de revenus provenant de la publicité ou des petites annonces pour les éditions étrangères, une certaine différence de prix peut effectivement se justifier, mais pas dans la mesure observée.
- Lors de la dernière enquête de la Surveillance des prix en 2002, alors que l'euro s'échangeait à Fr. 1.48, les différences de prix, étaient de 37 pourcent avec l'Allemagne, de 43 pourcent avec la France et de 102 pourcent avec l'Italie.
- Du fait des particularités du marché des périodiques, les prix sont souvent plus bas sur le marché indigène que dans les pays d'exportation, même au sein de l'UE. Les différences de prix sont aussi usuelles à l'intérieur de l'UE, et elles y sont tolérées par les autorités de la concurrence. Elles sont cependant beaucoup plus faibles et se situent en général «seulement» autour des 30 pourcent.
- A la fin de 2010, le Surveillant des prix a déjà confronté une première fois l'entreprise leader du marché de la distribution en Suisse, Valora Schweiz AG (ci-après Valora), à cette comparaison des prix avec l'étranger, et lui a ensuite demandé d'engager des négociations avec les éditeurs étrangers dans le but de baisser notablement les prix en Suisse. Néanmoins, en raison des conditions de change, les différences de prix avec l'étranger ont continué à s'accroître au cours de l'année 2011. Il devenait de plus en plus clair que les prix des périodiques étrangers n'étaient pas adaptés à l'évolution du change ou l'étaient seulement dans des cas isolés. Certes, 50 pourcent des coûts de distribution pour les journaux sont facturés en monnaie suisse, indépendamment du taux de change, mais l'autre moitié du prix correspond à des coûts en euros dans les pays exportateurs, ce qui aurait dû entraîner des prix d'achat beaucoup plus bas en Suisse, en raison de la faiblesse de l'euro par rapport au franc. En septembre 2011, le Surveillant des prix s'est en outre adressé directement aux quatre principales maisons d'édition allemandes (Axel Springer, Burda, Gruner + Jahr et Spiegel Verlag) en leur demandant de baisser substantiellement les prix.



Qui est principalement responsable de la formation des prix des revues importées et qui profite des gains de change qui en découlent?

Les clarifications que le Surveillant des prix a obtenu auprès de Valora, l'entreprise distribuant la presse en Suisse alémanique et au Tessin, et des quatre principaux éditeurs de presse allemands montrent que les prix des périodiques et des journaux étrangers sont le plus souvent fixés par les éditeurs étrangers, et non par les acteurs du marché en Suisse. Cela correspond à l'organisation du *modèle* international en usage dans la distribution de la presse, selon lequel l'éditeur assume le risque commercial et le détaillant se voit imposer le prix de vente final. Jusqu'à la vente par le commerce, les périodiques restent la propriété de la maison d'édition, qui reprend les exemplaires invendus (*droit de retour*). Le commerce vend les périodiques en son nom, mais pour le compte de la maison d'édition, et met à la disposition de celle-ci ses capacités de distribution contre une rémunération.

Comme les prix des périodiques importés sont fixés par les éditeurs étrangers, le Surveillant des prix doit principalement tenir compte de ces éditeurs lorsqu'il envisage des mesures contraignantes conformément à la loi sur la surveillance des prix. Valora est certes l'entreprise dominant le marché (elle détient un droit de distribution exclusif de la presse en Suisse alémanique et au Tessin), mais elle se voit imposer le prix d'achat final des périodiques, c'est pourquoi aucun comportement abusif à cet égard ne peut lui être imputé. Valora profite néanmoins de la situation actuelle dans la mesure où, contrairement aux autres branches, ses marges commerciales ne sont pas sous pression et restent inchangées à cause du cloisonnement du marché et des prix fixes. Valora ne tire pourtant pas profit de l'avantage de change. En effet, le prix est convenu en francs suisses entre Valora et les maisons d'édition, ou, si ce n'est pas le cas, Valora doit s'acquitter d'un paiement compensatoire au titre du taux de change, ce qui signifie que, en règle générale, les avantages de change sont encaissés par les éditeurs étrangers, et non par les acteurs du marché suisse.

Le *principe de territorialité* pose des limites aux actes d'enquête du Surveillant des prix visant les entreprises à l'étranger. Vu l'absence d'accord en matière d'entraide administrative et judiciaire dans le domaine du droit de la concurrence, le Surveillant des prix ne peut pas mener d'enquête formelle en dehors de la Suisse. D'éventuelles mesures contraignantes ne pourraient pas s'appliquer à un destinataire à l'étranger. Dans ses efforts pour faire baisser notablement les prix des périodiques, le Surveillant des prix est donc tributaire de la disposition à coopérer et du bon vouloir des maisons d'édition étrangères. Malheureusement, ses efforts informels n'ont, jusqu'à présent, obtenu qu'un succès très mitigé: les prix ont été adaptés à l'évolution du change seulement de façon très isolée. Néanmoins, en avril 2012, Valora a envoyé un signe de protestation, certes timide, contre les prix excessifs des périodiques en comparaison internationale, en annonçant la mise en place de bons de réduction, valables à partir du 17 mai 2012, à utiliser dans un temps limité. Lors de l'achat de principaux périodiques allemands dont le prix est supérieur à 7 francs, les points de vente remettent un bon de réduction de Valora d'une valeur de 1 franc, qui ne peut toutefois pas être utilisé pour l'achat de produits de presse⁴².

Les prix des journaux et périodiques importés font aussi l'objet de l'interpellation 12.3164 déposée le 14 mars 2012 par le conseiller aux Etats Didier Berberat et intitulée «Prix des journaux et périodiques étrangers en Suisse»⁴³. Le conseiller aux Etats Didier Berberat et neuf autres signataires y critiquent les prix excessifs des journaux et périodiques étrangers en comparaison internationale et s'enquêtent des possibilités dont disposent le Conseil fédéral, le Surveillant des prix et la Commission de la concurrence pour lutter contre ces abus. Dans sa réponse du 9 mai 2012, le Conseil fédéral fait observer qu'il n'a aucune possibilité d'agir directement contre ces différences de prix, mais qu'il soutient expressément les efforts du Surveillant des Prix dans ce domaine. Comme le Surveillant des prix, il est d'avis que les différences de prix, dans leur proportion actuelle, ne sont guère justifiables. Il souligne également les possibilités juridiques limitées que le droit national de la concurrence et le principe de territorialité offrent au Surveillant des prix. Il précise enfin qu'il n'exclut pas, en dernier recours,

⁴² Cf. Newsletter électronique du Surveillant des prix N° 3/12 du 12 avril 2012, p. 8 s. et communiqué de presse de Valora du 12 avril 2012.

⁴³ http://www.parlament.ch/f/suche/pages/geschaefte.aspx?gesch_id=20123164



d'édicter, en fonction de l'évolution de la situation, une loi spéciale sur la vente des périodiques prévoyant la possibilité de fixer une différence de prix maximale par rapport à l'étranger.

Le Surveillant des prix poursuit ses efforts informels visant à réduire les différences de prix des périodiques étrangers, désormais avec le soutien explicite et l'appui politique du Conseil fédéral. Cela va-t-il payer? La question reste ouverte. Le Surveillant des prix va non seulement rappeler aux maisons d'édition étrangères leur responsabilité à l'égard des consommateurs suisses, mais aussi les rendre attentives aux risques politiques de leur comportement, tels qu'ils ont été évoqués par le Conseil fédéral dans sa réponse à l'interpellation Berberat.