



Résumé

Prix et coûts

Berne, mai 2014

Version du 28.05.2014



Table de matières

Prix.....	3
Coûts	7
Exemples choisis de mesures par le Surveillant des prix dans le but de réduire les coûts.....	14
Contribution du professeur Reiner Eichenberger	16



Prix

Le franc suisse est toujours élevé

La Banque nationale suisse (BNS) a considérablement limité l'appréciation du franc et a ainsi atténué les problèmes qui y étaient liés. Toutefois, le franc est toujours élevé par rapport aux autres devises. Durant la quasi-totalité de 2012, l'euro s'échangeait au taux plancher défini par la BNS, et ce n'est que depuis 2013 que le franc a légèrement perdu de sa valeur.

Les achats à l'étranger ont atteint un niveau record

Malgré les écarts de prix à la baisse, les achats à l'étranger ont de nouveau gagné 7 % en 2013 pour atteindre un niveau record¹. Avec les achats effectués en ligne, ils représentent environ 10 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en Suisse.

Les prix d'une sélection de produits observés baissent entre 2009 et 2012

Dans le rapport *Franc fort et prix*, le Surveillant des prix a présenté l'évolution, entre 2009 et 2012, chez les grands distributeurs, des prix de vente finaux de produits importés. Durant cette période, la baisse des prix de ces produits a été nettement supérieure à celle de l'ensemble de l'assortiment, et ce en raison du renchérissement négatif. Les avantages de change, de même que la pression liée à l'écart entre les prix à l'étranger et les prix en Suisse, ont poussé les prix de vente finaux de ces produits vers le bas dans notre pays.

Nouvelle tendance à la hausse depuis 2013

Parmi les produits observés chez Coop, huit sont devenus plus chers (dont cinq ont subi une augmentation marquée d'environ 10 %) et deux, moins chers (dont un a connu une forte réduction) depuis la dernière enquête de la Surveillance des prix, tandis que les prix des douze autres produits sont restés inchangés. Les prix des produits cosmétiques et d'hygiène chez Coop ont principalement baissé en 2011 et en 2012, mais cette tendance ne s'est pas poursuivie en 2013. D'ailleurs, les prix des couches Pampers, qui ont souvent été cités (avec ceux de Nivea) comme exemples négatifs des prix surélevés lors de la polémique sur l'îlot suisse de cherté en 2012, ont de nouveau considérablement grimpé. Les informations de Migros indiquent également que les prix n'ont pas continué de baisser en 2013. Du côté de Lidl, seul un des neufs produits observés a subi une nouvelle modification de prix: celui-ci a été nettement revu à la baisse.

¹ Cf. enquête de suivi gfk «Achats à l'étranger 2013». Le communiqué de presse correspondant est disponible en ligne à l'adresse: www.gfk.com/ch/Documents/presse/2014/2014.02.21_GfK_Auslandeinkäufe_Presstext_franzoesisch.pdf.



La concurrence semble s'accroître sur le marché des articles de soins même si, parmi les produits d'hygiène et de soins de marque observés, seuls quelques-uns ont connu une nouvelle baisse de prix en 2013. Cette évolution se reflète dans la réduction des prix, induite par le taux de change, des produits des grandes marques au cours des trois dernières années, dans la baisse des prix des produits maison des commerces de détail et, surtout, dans la diversification des marques dans le segment bon marché. Ainsi, Migros a élargi en 2013 son assortiment d'articles cosmétiques maison. Il semblerait qu'il existe une certaine latitude pour élargir la gamme des produits à bas prix, ce qui pourrait indiquer une légère amélioration dans la sensibilité des clients en matière de prix.

Nouvelles lignes bon marché grâce à une sensibilité accrue des clients aux prix?

Malgré des réductions de prix et un renchérissement négatif, la Suisse reste un îlot de cherté. De manière générale, la concurrence en matière de prix est toujours trop faible dans notre pays. La taille modeste du marché indigène empêche la réalisation d'éventuels avantages liés au volume (économies d'échelle) et limite en général la présence simultanée de plusieurs concurrents de taille. Ce constat est particulièrement vrai dans le commerce de détail: au cours des dernières décennies, plusieurs grandes surfaces ont disparu du paysage et Migros et Coop dominent le marché. L'arrivée sur le marché de chaînes étrangères comme Aldi et Lidl n'ont, à ce jour, guère changé la donne.

L'îlot suisse de cherté est tenace

Le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) a constaté, dans un document de travail, que les prix à l'importation et à la production ne semblent expliquer le renchérissement global des produits de consommation que dans une moindre mesure. Il est par conséquent possible de déduire que, du moins dans certaines branches, les prix à la consommation suisses ne semblent pas être fixés uniquement sur la base des coûts.

La fixation des prix uniquement sur la base des coûts paraît peu probable

Les *frontières douanières* toujours en place et les innombrables *entraves techniques au commerce* permettent aux entreprises de cloisonner le marché plus facilement et d'introduire des *différenciations de prix* par rapport à l'étranger. Cette situation ouvre la voie à des différenciations de produits en fonction des marchés. De plus, la propension à payer des consommateurs étant comparativement élevée, les entreprises optent pour une *stratégie de marketing coûteuse* et tentent d'attirer des clients au moyen d'une *forte présence publicitaire* et d'un *environnement d'achat* attrayant.

Cloisonnement du marché et différenciation des produits

Toutefois, il existe *également* des produits qui sont meilleur marché sur l'îlot suisse de cherté que dans les régions limitrophes. Des nouveaux canaux de distribution, apparus notamment grâce au commerce (international) en ligne, devraient encourager cette évolution. La *concurrence transfrontalière* et la *comparabilité objective* des produits sont des conditions essentielles pour des niveaux de prix comparables à ceux observés à l'étranger. Conformément aux attentes, les produits qui ne génèrent que peu de coûts en Suisse ne sont pas vendus à des prix surélevés dans notre pays. Parmi ces produits, on compte certains produits électroniques qui sont meilleur marché qu'à l'étranger. Même des fournisseurs qui proposent leurs produits directement sur des sites internet

Des produits moins chers en Suisse, c'est possible



spécifiques à un pays vendent leurs articles à des prix moins élevés en Suisse. Les prix bas qui règnent sur le marché électronique indiquent que la *concurrence peut faire baisser les prix en Suisse*. Au contraire, les prix suisses sont moins concurrentiels pour ce qui est des lave-linge et des lave-vaisselle (grands appareils électroménagers). La différenciation des prix sur ce marché tient aux *services de montage* qui accompagnent en général ce type d'achat. Obtenir ces produits à l'étranger n'est donc pas une alternative valable.

Les comparaisons de prix sont indispensables

De manière générale, les jouets ne sont pas plus chers en Suisse qu'à l'étranger. Les consommateurs qui comparent les prix proposés par différents fournisseurs en Suisse peuvent profiter d'offres bon marché. S'agissant des livres, une différence peut être observée entre les offres des librairies classiques et les offres en ligne de fournisseurs suisses: ces derniers proposent des offres jusqu'à 20 % moins chères que celles de la section allemande d'Amazon, par exemple. La situation est différente pour les livres techniques. Dans ce domaine, seul exlibris semble pouvoir proposer régulièrement des prix plus attrayants que ses concurrents allemands.

Les différences de prix sont-elles dues aux coûts?

Malgré des salaires et des loyers élevés, les produits ne doivent donc pas être nécessairement plus chers en Suisse qu'à l'étranger. Il semblerait que les différences de prix soient dues non pas aux coûts, mais à certaines *caractéristiques du marché*. Il s'agit notamment de l'*intensité de la concurrence* (plus la concurrence est forte, plus les prix sont bas), de la *possibilité de segmenter le marché* (condition nécessaire pour fixer des prix différents de part et d'autre des frontières pour un produit suisse), de la *propension à payer* ou du *pouvoir d'achat* (les prix augmentent en même temps que la propension à payer), ainsi que du *comportement des consommateurs* (les prix diminuent à mesure que croît la sensibilité des consommateurs aux prix).

La concurrence, à elle seule, ne garantit pas des prix bas

Les articles de marque de producteurs suisses sont parfois vendus plus chers dans notre pays qu'à l'étranger. Un travail de Bachelor² a porté sur la différence de prix d'une sélection de produits suisses sur le marché national et à l'étranger. Les résultats de ce travail infirment l'hypothèse selon laquelle la différenciation des prix diminue à mesure que croît la concurrence. Un peu plus de la moitié des fournisseurs ayant participé à l'enquête ont indiqué ne pratiquer aucune différenciation des prix entre la Suisse et l'Allemagne. Les autres participants ont surtout fait valoir qu'ils ne pouvaient pas écouler leurs produits en Allemagne avec la même politique de prix qu'en Suisse. Il apparaît ainsi que la concurrence, à elle seule, ne suffit pas pour induire des baisses de prix, et que les caractéristiques du marché, notamment en ce qui concerne le comportement des consommateurs, pèsent lourd dans la balance.

² Travail de Bachelor de Zoé Rüfenacht au 'Fernfachhochschule Schweiz' (2014): „Preisdifferenzen für Schweizer Produkte im In- und Ausland“.



Malgré un franc plus faible, la Suisse reste un îlot de cherté. Pour y remédier, il convient de promouvoir des *conditions-cadre* qui rendent *plus difficiles* les *différenciations de prix* sur le marché suisse et *renforcent la concurrence en matière de prix*. Le marché a en outre besoin de consommateurs actifs et sensibles aux prix qui, en comparant les offres des différents fournisseurs, peuvent contribuer à faire baisser les prix. La *transparence* et la comparabilité de la qualité et des prix sont des aspects primordiaux pour, d'une part, empêcher la segmentation du marché et la discrimination des prix aux dépens des consommateurs suisses et, d'autre part, remettre quelque peu en cause la confiance relativement élevée que ces derniers ont dans les marques.

Conclusion



Coûts

- Avantages de la concurrence internationale** Une concurrence accrue est indispensable pour que les prix puissent être fixés en fonction des coûts. Comme indiqué plus haut, les conditions pour fixer les prix sur la seule base des coûts ne sont pas toutes réunies en Suisse. Toutefois, les coûts ont leur importance pour déterminer quels services peuvent encore être fournis en Suisse de manière concurrentielle.
- Avantages et désavantages de la place de production suisse en matière de coûts** Lors de l'examen, par la Surveillance des prix, de la répercussion des avantages de change, les entreprises interrogées ont justifié les prix élevés de leurs produits par des *charges salariales, des prix des loyers et de l'immobilier, des frais de publicité* ainsi que des *frais de transport et de logistique élevés*. Ces frais n'ont pas tout le temps le même impact: leur influence sur les prix à la consommation est particulièrement forte lorsque la *part de valeur ajoutée suisse du produit est très élevée*, ou lorsque les désavantages qu'ils présentent ne sont pas (partiellement) compensés par les autres facteurs de coûts. De fait, *certaines facteurs de coûts sont plus avantageux en Suisse qu'à l'étranger*.
- Taux d'intérêt avantageux** La Suisse est non seulement un îlot de cherté, mais encore, depuis des années, un *paradis en matière de taux d'intérêt*. Pour les branches qui mobilisent beaucoup de capitaux, les taux d'intérêt indéniablement bas jouent un rôle majeur³. Cet avantage est plus ou moins important en fonction de la part des coûts du capital dans les coûts de production totaux et du degré de financement par emprunt.
- Prix élevé des terrains** Les coûts immobiliers et les loyers dépendent des coûts de construction et des prix du terrain ainsi que de la demande. Avec l'appréciation du franc, les coûts de construction ont grimpé par rapport aux autres pays, alors qu'en 2007, ils étaient encore comparables à ceux en Allemagne. *Le terrain à bâtir est cher en Suisse*. Malgré la densification des constructions, l'immobilier est aujourd'hui particulièrement cher dans les centres urbains. Même si les prix de l'immobilier sont supérieurs à ceux des pays de comparaison du fait du prix des terrains et des coûts engendrés par des travaux de qualité, la Suisse possède tout de même un certain avantage dans ce domaine grâce à des taux hypothécaires habituellement bas. La réduction de ces taux au cours des dernières années a, en moyenne, plus que compensé les coûts plus élevés liés à l'évolution des prix de l'immobilier en Suisse. Depuis peu, des ajustements de prix peuvent être observés pour les surfaces commerciales et les immeubles d'habitation.

³ Citation attribuée à Peter K. Widmer, directeur financier de Power Systems CH, ABB Switzerland, dans le rapport de Deloitte SA, «Weissbuch Werkplatz Schweiz, Herausforderungen und Zukunftsaussichten im globalen Wettbewerb», 2012, p. 12.



L'appréciation du franc a entraîné une hausse encore plus marquée des prix de l'immobilier par rapport à l'étranger. Dans le cas d'un financement par emprunt, l'*avantage procuré par les taux d'intérêt bas en Suisse* ne suffit certes plus à compenser ce désavantage (selon une estimation très simplifiée), *mais il l'atténue tout de même considérablement*. Les entreprises de la place industrielle suisse profitent en outre d'un accroissement de la valeur des biens immobiliers.

Coûts liés à un financement par emprunt lors d'un achat immobilier

Les *impôts directs et indirects sont avantageux en Suisse*. Dans notre pays, la *taxe sur la valeur ajoutée (TVA)*, qui augmente les prix à la consommation, est inférieure de *11 points de pourcentage par rapport à l'Allemagne*, pays de l'UE où le taux normal de la TVA est le deuxième plus bas après celui du Luxembourg. Pilier central de l'imposition des sociétés, les *taux de l'impôt sur le bénéfice* ont été considérablement abaissés dans tous les cantons, à quelques exceptions près. Les cantons suisses se distinguent par une charge fiscale faible tant pour les entreprises que pour les personnes hautement qualifiées.

Faible charge fiscale directe et indirecte

La Suisse est dans le *peloton de tête en ce qui concerne le niveau des salaires bruts versés*. Le professeur Reiner Eichenberger, qui a contribué à notre rapport, montre dans son article⁴ que le coût unitaire de la main-d'œuvre en Suisse avoisine le niveau observé à l'étranger et est même parfois inférieur à celui des pays voisins. Le pourcentage déduit du salaire pour l'impôt sur le revenu et les cotisations sociales versées par l'employeur et l'employé constitue le «coin fiscal». *En 2012, celui-ci s'élevait en moyenne à plus de 35 % dans les pays de l'OCDE. Avec 21,5 %, la Suisse se situait nettement en dessous de cette moyenne, tandis qu'avec environ 50 %, l'Allemagne et la France l'ont largement dépassée*. La composante «part des cotisations sociales pour l'employeur» est particulièrement importante, étant donné qu'elle entraîne une augmentation de 1 à 1 des charges salariales de l'entreprise. Dans les pays voisins, cette composante se situait entre 16,4 % (Allemagne) et 30,6 % (France), tandis qu'en Suisse, elle ne s'élevait qu'à 5,9 %. Les *charges salariales accessoires* et le temps de travail effectif atténuent quelque peu les coûts du travail en Suisse. Les salaires suisses restent tout de même relativement élevés, même si l'écart par rapport aux autres pays dans ce domaine est nettement moins prononcé que l'écart entre les coûts salariaux bruts.

Différences dans les salaires bruts

La situation est différente si l'on considère également la *productivité du travail*. Selon une étude de BAK Basel de 2010, le coût unitaire de la main-d'œuvre dans le commerce de détail dans les pays voisins était de 5 % supérieur à celui de la Suisse. Dans une étude réalisée en 2005, Reiner Eichenberger avait lui aussi conclu que *les différences salariales ne contribuaient pas, ou que dans une moindre mesure, à expliquer les différences de prix avec l'étranger*. En 2003, le SECO était pourtant parvenu à la conclusion que les

Productivité élevée du travail

⁴ «Hochpreisinsel Schweiz: Ursachen, Folgen, wirkungsvolle Rezepte».



coûts du travail pouvaient en moyenne justifier un quart de la variation des prix. Il ne s'agit pas nécessairement d'une contradiction, étant donné que le niveau des prix dépend également des prix des services, qui sont directement influencés par les coûts du travail.

Efficiencia, flexibilidad y innovación

L'*efficiencia y la flexibilidad del mercado del trabajo* son un otro punto fuerte de la Suiza. El efecto positivo de la flexibilidad de las regulaciones en materia de trabajo sobre los costos y la competitividad de la plaza de producción parece ser a menudo subestimado. La encuesta de la Vigilancia de los precios junto a las empresas ha revelado que en ciertos países vecinos no ha sido posible de realizar economías gracias a medidas de racionalización y de modernización del hecho que los acuerdos de trabajo son rígidos y que los planes sociales compensarían una gran parte de las economías. Contrariamente a la Suiza, estos países no pueden por lo tanto proceder a inversiones para modernizar la empresa, o no pueden hacerlo con un retraso considerable. Al revés, las instalaciones de producción de nuestro país son en general eficientes y modernas gracias a condiciones propicias a la inversión y a los salarios relativamente elevados.

Examen a fondo de ciertas ramas

Il n'est donc pas possible de *déterminer de façon globale* quel écart de prix peut être justifié par les coûts plus élevés en Suisse. Des éléments de réponse ne peuvent être fournis qu'au niveau des entreprises, voire des branches. C'est pourquoi le Surveillant des prix a analysé certaines branches plus en détail. Étant donné que les données relatives aux coûts font partie des secrets d'entreprise les mieux gardés, seul un résumé anonymisé des résultats peut être publié.

Les raisons des frais de publicité plus élevés

Dans l'étude du Surveillant des prix, les entreprises ont invoqué les *frais de publicité* comme raison principale des prix surélevés en Suisse par rapport à l'étranger. En 2012, les dépenses publicitaires par personne dans notre pays ont été nettement supérieures à celles des pays voisins. Les dépenses publicitaires par personne en Suisse, qui sont d'environ 730 dollars par an, représentent quelque 8 % des principales dépenses de consommation d'un ménage. Il convient donc de se demander si ces dépenses élevées sont dues aux différences de prix mentionnées et/ou à une présence publicitaire plus forte.

Présence publicitaire plus forte

Les consommateurs suisses semblent avoir une *grande affinité avec certaines marques*. Une étude réalisée en 2011⁵ par Promarca montre que, du point de vue des consommateurs suisses, les marques offrent une qualité nettement supérieure, suscitent davantage d'émotions et sont uniques en leur genre par rapport aux marques des grands distributeurs. La sensibilité aux marques et la loyauté envers elles, qui favorisent le maintien des écarts de prix malgré l'existence de marques de distributeurs ou de produits

⁵ Communiqué de presse de Promarca, trouvé sur: www.promarca.ch/images/Presse/communiqu%C3%A9_presse_f_etude_M_EM_2011_Promarca.pdf.



meilleur marché, ont leur prix. Les producteurs doivent recourir à des services de publicité et de conseil pour parvenir à véhiculer une plus-value psychologique ou un avantage lié à la qualité. Les prix élevés des produits de marque doivent être justifiés auprès des consommateurs, ce qui nécessite en général une campagne publicitaire soutenue⁶.

Les producteurs interrogés font état de frais de publicité relativement élevés. Ils estiment que près de la moitié des coûts totaux du produit sont occasionnés par des frais de marketing, qui se composent quasi exclusivement de frais de publicité.

En raison notamment de la part élevée des frais de publicité dans les coûts totaux, les producteurs interrogés par la Surveillance des prix considèrent que le prix du message publicitaire constitue un désavantage en matière de coûts en Suisse. Ils font valoir que *dans notre pays, les frais de publicité par consommateur touché par le message publicitaire sont environ trois fois plus élevés qu'en Allemagne. L'écart est encore plus important en ce qui concerne la publicité télévisée.* Ainsi, le coût par mille contacts (CPM) est plus de deux fois supérieur à celui en Autriche et environ quatre fois supérieur à celui en Allemagne. Un producteur a confirmé que, par rapport à l'Allemagne, le CPM pour ce type de publicité est quatre fois plus élevé en Suisse alémanique et même cinq fois plus élevé en Suisse romande.

La publicité télévisée est chère en Suisse

Depuis 1993, des chaînes étrangères proposent également des fenêtres publicitaires spécifiques à la Suisse. La possibilité de placer des spots publicitaires aussi bien auprès de chaînes privées nationales que de chaînes étrangères n'a entraîné ni une réduction notable des prix ni une concurrence plus vive depuis 2003. Même si les fenêtres publicitaires étrangères et les publicités sur des chaînes privées nationales ont pu gagner du terrain au cours des dernières années, la SSR reste le principal fournisseur. Même les informations mises à disposition de la Surveillance des prix par la SSR ont indiqué, pour 2012, un CPM de plus de deux fois supérieur à celui ayant cours en Allemagne pour les publicités télévisées. Même en comparaison avec des plus petits pays (Autriche, Belgique, Pays-Bas), les prix sur le marché suisse de la publicité télévisée sont élevés.

La SSR demeure le principal fournisseur de publicité télévisée

Selon les producteurs, les *mauvais rapports structurels qui règnent dans le commerce de détail en Suisse* (volume de vente, taille des groupes cibles et du marché) sont l'une des principales causes des frais publicitaires élevés. Les leaders du commerce de détail sont très peu actifs à l'étranger et les paiements visant à inciter les distributeurs à intégrer les produits dans leur assortiment (frais de référencement) sont deux à trois fois plus élevés dans notre pays qu'à l'étranger. Par ailleurs, en période d'actions, les commerçants suisses demandent des emballages spéciaux, ce qui génère des charges supplémentaires pour les producteurs.

Mauvais rapports structurels dans le commerce de détail suisse

⁶ Economisuisse, «Les marques suisses, un gage d'innovation: état des lieux», *dossierpolitique*, 1/2013, p.2.



Frais de logistique

La part des *frais de logistique* (transport, transbordement et stockage) dans le chiffre d'affaires varie en fonction de la branche. Dans le secteur du commerce, elle avoisine les 5 % et se situe nettement en dessous des taux observés dans l'industrie des denrées alimentaires (sans commerce) et de l'industrie des métaux, qui sont respectivement de 7,5 % et de 7,9 %. Dans une étude réalisée par BAK Basel en 2007⁷, les désavantages en matière de coûts dans le secteur du transport (de voyageurs et de marchandises) ont été chiffrés à 10 %. Selon les données fournies par les fabricants, les coûts du transport en Suisse seraient de 30 à 50 % supérieurs à ceux en Allemagne. Malgré l'accord sur le transport terrestre, le *cabotage national* demeure *interdit*: un transporteur étranger n'a pas le droit de transporter des marchandises entre deux destinations situées en Suisse, ce qui signifie que les producteurs suisses peuvent être amenés à payer plus cher le transport de produits fabriqués en Suisse. Dans ce domaine aussi, les salaires bruts, en particulier ceux des agents de transport et des magasiniers, sont plus élevés en Suisse qu'à l'étranger. Il en résulte un désavantage en matière de coûts pour le transport intérieur, soit pour les livraisons depuis la Suisse à des entreprises indigènes. Un fabricant étranger peut certes profiter de prix de transport meilleur marché, mais doit supporter des coûts liés aux formalités douanières lors de l'importation de ses produits en Suisse, ce qui devrait limiter quelque peu les éventuels avantages en matière de coûts qui découlent du transport.

Les formalités douanières entravent la concurrence

Malgré des accords de libre-échange et des accords bilatéraux, *les formalités douanières, le temps d'attente à la frontière, les règles concernant le pays d'origine et l'évaluation de la conformité des produits* génèrent des coûts. La Surveillance des prix a été informée que des brasseries étrangères souhaiteraient fournir à des prix très avantageux des produits à des restaurateurs situés dans les régions frontalières. Ce projet n'est toutefois pas réalisable en raison des formalités douanières désavantageuses, en particulier pour ce qui est du *temps d'attente*. Etant donné que les livraisons ne peuvent pas être dédouanées au bureau de douane secondaire, elles devraient être déclarées auprès du bureau de douane principal, ce qui occasionnerait un temps d'attente trop élevé.

Marché des boissons: étude de cas

Le prix des boissons était également un sujet récurrent dans le cadre du débat sur l'îlot suisse de cherté. Le Surveillant des prix a par conséquent décidé d'examiner en détail la situation des coûts dans cette branche. Les entreprises examinées fabriquent la majorité de leurs produits à l'intérieur du pays. Il s'agit entre autres d'entreprises internationales actives sur le marché suisse des boissons et dont une partie a repris des entreprises suisses spécialisées.

⁷ BAK Basel, «La performance du commerce de détail suisse en comparaison internationale», Bâle, juin 2007, p. 35.



Dans ce domaine, la hausse des prix est notamment due aux prix des matières premières qui sont *touchées par la protection agricole* et sont majoritairement produites en Suisse. Quant aux matières premières importées, ce sont les frais de douane et les entraves techniques au commerce qui font grimper les prix. Selon un fabricant, la production de boissons en Suisse était rentable dans l'ensemble jusqu'à l'envolée du franc. En d'autres termes, les éléments positifs, tels que les taux d'intérêt et les impôts bas ainsi que la productivité élevée pouvaient jusqu'alors compenser les charges salariales élevées.

Place de production suisse

Sur le marché des boissons, les frais de logistique et de marketing sont également considérables. Les frais de publicité sont particulièrement importants pour les produits de marque. Les producteurs suisses de marques internationales ne peuvent pas échapper à ces frais, peu importe si leurs produits sont fabriqués en Suisse ou ailleurs. Par conséquent, les frais de marketing ne remettent pas directement en cause la place de production suisse.

Frais de marketing et de logistique

La situation est différente pour ce qui est des frais de logistique. Il serait en principe possible de livrer des produits à la Suisse directement depuis l'étranger, ce qui permettrait de pouvoir profiter au moins en partie des coûts de transport plus bas en Europe. Toutefois, cette possibilité n'est souvent *pas rentable* aujourd'hui, *en raison du temps d'attente élevé à la douane*. De plus, selon les informations de la Commission de la concurrence, les importations de boissons (p. ex. d'Allemagne) seraient majorées des *consignes non remboursées*. En outre, la part des frais de logistique serait supérieure à la moyenne pour l'eau. Les transports pousseraient le prix d'achat vers le haut. Les importations parallèles ne seraient pas rentables. Les écarts de prix qui persistent en raison de la force du franc semblent remettre partiellement en question ce constat, comme en témoigne actuellement l'importation parallèle de Coca-Cola par Denner.

Dans le commerce de détail, les principaux acquéreurs, Coop et Migros, sont confrontés à quelques fournisseurs de taille. Au chapitre des boissons alcoolisées, Coop a une position dominante sur le marché. Toutefois, de l'avis de la Surveillance des prix, cette position peut, selon le cas, représenter un inconvénient. Afin de ne pas enfreindre les règles de la concurrence en tant que principal acquéreur, Coop pourrait être dans l'obligation de se montrer plus souple dans la négociation des conditions d'achat qu'elle ne le serait si elle pesait moins sur le marché.

Les boissons dans les commerces de détail



Conclusion

Le franc fort continue de représenter un défi pour la place de production suisse et entraîne, depuis 2009, un désavantage persistant de 12 % en matière de coûts (en tenant compte des niveaux de renchérissement différents) par rapport notamment à l'Allemagne. Il en découle un désavantage en matière de concurrence ainsi qu'une augmentation des prix des produits suisses et/ou une réduction des marges des producteurs. Tant que les marchés suisses resteront cloisonnés par le biais des frontières et des différentes conditions d'admission, une réduction des écarts de prix par rapport à l'étranger n'est pas envisageable. A titre d'exemple, le marché allemand est dix fois plus grand que le marché suisse et est monolingue. Les salaires bruts sont plus élevés en Suisse qu'en Allemagne, de même que les coûts de la publicité télévisée, qui sont plus que deux fois plus chers. Les impôts et les taux d'intérêt bas ne peuvent pas compenser entièrement ces désavantages. Toutefois, il est possible de renforcer la place de production suisse en luttant de manière systématique contre l'îlot de cherté, et donc contre l'inflation, ainsi qu'en préservant le marché du travail libéral.



Exemples choisis de mesures par le Surveillant des prix dans le but de réduire les coûts

Partant d'une analyse des coûts de l'unité logistique de La Poste Suisse, le Surveillant des prix a conclu que celle-ci offrait des services à des prix excessifs. Il a donc demandé à la Poste de baisser ses prix. Etant donné que la Poste a, dans un premier temps, refusé d'accéder à cette demande, le Surveillant des prix a ouvert une procédure formelle de décision en février 2013. Sur la base du règlement amiable conclu début 2014 et valable jusqu'à la fin du mois de mars 2016, la demande du Surveillant sera largement observée. Par conséquent, la procédure a pu être suspendue. La Poste chiffre la diminution des prix découlant de l'accord à l'amiable évoqué à 280 millions de francs au total.

Poste

L'étude du Surveillant des prix portant sur la comparaison intercantonale des tarifs notariaux publiée en 2007 a montré que le Tessin présentait des émoluments maximaux très élevés. Faisant suite à cette étude, le Conseil d'Etat du canton du Tessin a proposé une baisse globale du niveau tarifaire. Cette diminution touche les actes notariaux dont la valeur peut être évaluée tels que les actes immobiliers ou les fondations de sociétés. Suivant les recommandations du Surveillant des prix datant du 10 juillet 2009 et du 1^{er} mai 2013, le Grand Conseil a approuvé cette proposition en 2013. Conformément au barème révisé, l'émolument maximal pour une transaction d'une valeur de 500 000 francs baisse par exemple de près de 300 francs, alors que la diminution est supérieure à 600 francs pour une transaction d'une valeur de 1 million de francs.

Tarif notarial tessinois

Suite à l'arrêt du Tribunal fédéral du 4 juillet 2011 concernant le règlement sur la gestion des déchets de la commune de Romanel-sur-Lausanne⁸, la majorité des communes vaudaises s'est trouvée dans l'obligation d'introduire ou de modifier le dispositif de financement de la gestion des déchets dans le plus bref délai, un système de financement constitué d'une taxe causale (au sac ou au poids) et d'une taxe de base⁹ étant nouvellement exigé. Entre octobre 2012 et novembre 2013, les tarifs d'élimination de 202 communes du canton de Vaud ont été soumis à l'avis de la Surveillance des prix. Le Surveillant des prix a adressé une recommandation aux communes dont les tarifs ont été jugés trop élevés.

Déchets dans le canton de Vaud

Par le passé, le Surveillant des prix a souvent dû constater que les règles relatives à l'amortissement ont forcé les communes à facturer des frais excessivement élevés. Certains règlements en vigueur portant sur les finances communales¹⁰ empêchaient les communes de prélever des taxes respectant le principe de causalité. Dans les années à venir, le plan comptable MCH2 devrait être progressivement introduit dans toutes les enti-

Modèle comptable harmonisé 2

⁸ ATF 137 I 257.

⁹ En 2012, seules 67 des 326 communes du canton de Vaud avaient déjà un système associant taxe dépendant de la quantité de déchets et taxe de base et n'étaient en principe pas touchées par cet arrêt.

¹⁰ En particulier la pratique répandue consistant à opérer des amortissements de 10% sur la valeur résiduelle.



tés publiques afin d'harmoniser la présentation des comptes de la Confédération, des cantons et des communes. Les normes de présentation des comptes MCH2 offrent la possibilité d'établir des états financiers des entités publiques aussi proches de la réalité que possible.

Redevances aéroportuaires

En dépit des excellents résultats enregistrés par l'aéroport de Zurich, l'Office fédéral de l'aviation civile (OFAC) a approuvé en novembre 2013 une proposition tarifaire permettant à l'aéroport de réaliser des bénéfices encore plus importants. Bien que les taxes de passagers soient revues à la baisse, l'ampleur de la réduction est extrêmement modeste. En amont de cette nouvelle proposition tarifaire, le Surveillant des prix avait demandé que les redevances de l'aéroport de Zurich soient revues à la baisse. La première proposition faite par l'aéroport de Zurich lui avait alors été soumise. Sur la base des recommandations du Surveillant des prix et de ses propres considérations, l'OFAC avait demandé à l'aéroport de revoir sa proposition. La seconde proposition a été approuvée par l'OFAC. Or, cette décision a ensuite été attaquée devant le Tribunal administratif fédéral, dont le verdict est encore attendu.

Droits d'auteur et droits voisins

Avec l'arrivée du numérique, la nature et l'importance des tarifs de droits d'auteur ont évolué. Alors qu'en 1994, les recettes tarifaires liées aux droits d'auteur s'élevaient à 119 millions de francs, ce chiffre est passé à 252 millions en 2012. Le Surveillant des prix se demande comment répondre de manière adéquate à cette modification du comportement des utilisateurs d'internet également sous l'angle des droits d'auteur et des droits voisins, alors que la part du numérique s'accroît.

Nicotinell et Nicorette

La Surveillance des prix a analysé les raisons pour lesquelles les produits Nicotinell et Nicorette sont vendus en Suisse environ 30 % plus cher qu'en Allemagne. Selon les informations de Novartis et de Johnson & Johnson, trois éléments principaux conduisent à ces différences de prix. Pour Johnson & Johnson, les coûts liés à la publicité faite à ces produits constituent la raison principale des différences de prix. De plus, en Suisse, les trois langues doivent figurer sur l'emballage et sur la notice d'emballage. Des aspects logistiques (emballage, stockage et transport) tirent également les coûts totaux vers le haut.



Contribution du professeur Reiner Eichenberger¹¹

L'auteur de cette contribution expose son avis personnel. Celui-ci n'est pas forcément partagé par la Surveillance des prix.

La Suisse, îlot de cherté : relations entre prospérité, concurrence et flux migratoires

Grâce au bon fonctionnement de ses institutions politiques, la Suisse mène une politique satisfaisante en comparaison internationale. Elle bénéficie également d'une situation géographique avantageuse. Ces deux facteurs permettent à sa population de jouir d'un excellent niveau de vie. La politique, la situation géographique et la prospérité économique font de la Suisse un pays attrayant tant pour les ménages que pour les entreprises, ce qui – outre d'autres facteurs – a pour conséquence que les prix du sol et les loyers (et, par extension, les frais de logement) y sont plus élevés que dans la plupart des autres pays européens.

Plus l'avantage de la Suisse en termes de revenu gagne en importance, plus les producteurs sont incités à tirer profit du pouvoir d'achat des consommateurs suisses en cloisonnant le marché intérieur et en introduisant des différenciations de prix au détriment des consommateurs suisses.

Les entraves au commerce permettent aux entreprises suisses d'affaiblir plus facilement la concurrence par le biais d'arrangements tacites ou explicites et de fusions. Plus la part de marché d'un fournisseur est importante, moins il a intérêt à pratiquer des prix bas pour faire jouer la concurrence. La concurrence ne s'exerce plus sur les prix mais se déplace vers la publicité et le marketing, engendrant une avalanche d'actions et non une baisse générale des prix.

Premièrement, les efforts visant à réduire la cherté en Suisse doivent être menés sur une base aussi large que possible. Lorsque l'ouverture des marchés ne touche que certaines branches de l'économie, les baisses de prix engendrent presque automatiquement des hausses dans d'autres branches, et sont ainsi compensées, du moins en partie. Deuxièmement, les statistiques nationales ne reflètent que partiellement l'efficacité de la lutte contre la cherté en Suisse, car la baisse des prix des biens de consommation se répercute sur les prix du sol et les loyers, qui augmentent. La prospérité obtenue grâce à l'élimination des différences de prix ne se reflète que partiellement dans la hausse du revenu réel. Le reste se reflète dans l'augmentation de la fortune du fait de la prise de valeur du sol.

La baisse des prix et l'amélioration du niveau de vie induisent une hausse des loyers

La prospérité engendre des entraves au commerce et une hausse des prix

Les entraves au commerce entraînent une compétition en matière de marketing et une dilapidation des ressources

Conséquences politiques

¹¹ Reiner Eichenberger est professeur de théorie de politique économique et financière à l'Université de Fribourg et directeur de recherche au CREMA (Center of Research in Economics, Management and the Arts).