

Chocosuisse

Gardiennne du chocolat suisse

Quand on évoque la Suisse, on pense généralement aux montagnes, aux montres, au fromage et au chocolat. A propos du chocolat suisse, notons toutefois que sa réputation, si grande soit-elle dans le monde entier, reste menacée. L'association de branche Chocosuisse veille donc au bon usage de l'appellation «chocolat suisse». Les protecteurs des intérêts de l'industrie chocolatière se mobilisent également pour les questions de sécurité alimentaire et de durabilité. **Par Daniela Baumann**



Photo: Chocosuisse

Le conchage permet d'homogénéiser et d'affiner la pâte de chocolat.

L'industrie suisse du chocolat étant une branche relativement modeste, on est d'autant plus impressionné par la très haute réputation mondiale dont jouissent ses produits. Chez nous, 18 entreprises produisent chaque année quelque 175 000 tonnes de chocolat, dont près des deux tiers sont exportés. Reste que personne n'apprécie davantage ces mignardises brunes, noires ou blanches que la population suisse, qui en consomme en moyenne douze kilos par an, soit plus de deux tablettes par personne et par semaine.

Les industriels suisses du chocolat sont regroupés dans l'association Chocosuisse. Ils y côtoient aussi deux gros importateurs, reçus comme membres associés. Cela dit, on consomme également en Suisse quelque 30 000 tonnes de chocolat étranger par année, et cette tendance se renforce. Ne sont pas compris dans les effectifs de la branche les transformateurs artisanaux tels les confiseurs, qui ennoblissent aussi des produits en chocolat. Ils se procurent toutefois la masse nécessaire à leurs pralinés, biscuits et pâtisseries auprès de fabricants de chocolat spécialisés.

Depuis le début de cette année, l'industrie chocolatière applique une convention collective légèrement modifiée par rapport au modèle de 2002. Sa CCT reprend les conditions déjà très progressistes de 2002 – notamment le congé maternité de 16 semaines avec salaire intégral et les cinq semaines de vacances pour tous les employés – en y ajoutant encore quelques améliorations sociales, «Par contre, nous n'y avons pas inscrit de salaires minimums», explique Franz Urs Schmid, directeur de Chocosuisse, qui a mené les négociations pour le patronat.

Politique d'information très active

Compte tenu du large éventail de thèmes importants susceptibles d'intéresser l'industrie du chocolat, l'association pratique une analyse systématique des sujets sensibles («issue management»). Plusieurs commissions étudient les enjeux et les opportunités qui peuvent se présenter pour la branche, comme les questions touchant la sécurité des denrées alimentaires, le commerce extérieur ou l'appellation d'origine «chocolat suisse». «Nous nous ef-

forçons d'être prêts en permanence à répondre à toute nouvelle thématique qui s'impose à nous», indique M. Schmid, pour lequel une importante mission de l'association consiste à apporter aux membres au moment opportun de bonnes informations.

Pour les cas qui intéressent l'ensemble de l'industrie alimentaire, les producteurs de chocolat peuvent compter sur la Fédération des industries alimentaires suisses (Fial), qui regroupe 17 associations, dont Chocosuisse.

Dialogue avec les producteurs

Un des sujets brûlants qui absorbent le plus Chocosuisse est la question de la durabilité. Depuis que des abus touchant la production du cacao ont été mis au jour en 2001, l'association s'engage activement en Afrique occidentale pour s'assurer non seulement que les fèves de cacao auront la meilleure qualité, mais encore que leurs conditions de production seront socialement acceptables. Sa stratégie exige ainsi une présence dans le pays et le dialogue avec les producteurs. A ce titre, Franz Urs Schmid a parcouru à plusieurs reprises, avec des représentants d'entreprises, le Ghana et la Côte d'Ivoire, les deux principaux pays producteurs du monde – pour le marché suisse également. «J'ai assisté à des réunions de planteurs paysans pour leur exposer les critères auxquels devaient satisfaire leurs produits pour entrer en Suisse. En tant qu'acheteurs, nos entreprises sont en droit de définir la valeur des matières premières et celle des conditions de production», insiste M. Schmid.

Depuis 2010, il existe un code comprenant une série de principes liés à l'achat des fèves de cacao, que les membres signataires de Chocosuisse s'engagent à respecter. Parmi ces principes: la traçabilité des matières premières, l'engagement en faveur de conditions de travail correctes et le contrôle de ces conditions, l'amélioration de la qualité et de la productivité dans la culture du cacao ainsi que des rapports sociaux dans les familles paysannes. Jusqu'ici, 14 producteurs de chocolat ont souscrit à ce code. Les autres membres de l'association poursuivent leurs objectifs de gestion durable dans le cadre des programmes

de leur maison-mère active sur le plan international.

Combat contre les abus

Une autre mission essentielle de Chocosuisse est de «veiller à ce que personne n'utilise l'appellation d'origine «chocolat suisse» sans autorisation.» D'une part, il existe un accord entre les membres de l'association, y compris leurs filiales à l'étranger, régissant l'usage de cette appellation. D'autre part le succès des produits chocolatés suisses, comme le Toblerone, incite de nombreux concurrents étrangers à tenter le plagiat: il n'est pas rare de voir surgir des contrefaçons de produits helvétiques, tel ce «Voblerone» dont l'apparence est réellement trompeuse. Contre de telles pratiques, M. Schmid souligne que l'association et les entreprises concernées sont déterminées, si nécessaire, à aller devant les tribunaux. Par rapport à d'autres pays, le juriste estime que les coûts afférents, financiers et en temps se justifient: «tous, en effet, n'ont pas en jeu le même renom que le nôtre».

De bonnes conditions-cadres

Pour pouvoir agir contre les abus, il faut clairement définir ce qu'est le «chocolat suisse». Jusqu'à présent, la loi précise que tout chocolat produit en Suisse à partir de fèves de cacao ou de pâte de cacao peut être défini comme tel. Pour que cela perdure, Chocosuisse est totalement engagée dans les discussions en cours autour du projet «Swissness». La branche s'oppose énergiquement aux efforts visant à obtenir que les constituants d'un produit proviennent très largement de Suisse pour qu'il puisse être vendu en tant que produit suisse. A défaut, seules peuvent être prises en compte les matières premières pour lesquelles la Suisse présente un degré d'autarcie de 50 pour cent au moins. A ce propos, M. Schmid formule cette exigence au nom de toute l'industrie alimentaire: «Nous avons besoin de souplesse, au besoin de pouvoir ajouter des matières premières de l'étranger lorsque celles du pays n'existent pas en suffisance ou ne sont pas suffisamment compétitives.» En même temps, il met en garde contre d'éventuelles conséquences pour l'ensemble de l'économie:

«Certaines entreprises le disent clairement: «Si nous ne pouvons plus recourir au Swissness, nous aurons une raison de moins de rester en Suisse»».

La concurrence internationale croissante exige, elle aussi, des conditions-cadres libérales pour les produits chocolatés suisses. C'est pourquoi Chocosuisse lutte contre les obstacles commerciaux, pour le libre-échange avec l'UE dans le domaine alimentaire et pour des mécanismes tarifaires permettant de compenser le niveau élevé des prix en Suisse.

Une concurrence d'égal à égal

Les premières avancées de notre industrie chocolatière, dues à des inventions comme la conche ou le chocolat au lait, sont aujourd'hui effacées et nous sommes sur pied d'égalité avec la concurrence. M. Schmid est convaincu que les producteurs suisses de chocolat tireront parti des opportunités futures grâce à leurs produits innovants et à leurs stratégies de commercialisation. Des perspectives attrayantes s'ouvrent à l'industrie suisse du chocolat en raison à la fois des pays en fort développement – où la consommation était faible jusqu'à présent – et d'un accès facilité aux marchés grâce à de nouveaux accords de libre-échange. ■



Membres: 18 fabricants industriels et 2 importateurs (membres associés)

Fondation: 1901

Chiffre d'affaires: 1,7 mrd de francs

Président: Walter Anderau

Directeur: Franz Urs Schmid

Contact:

CHOCOSUISSE

Fédération des fabricants suisses de chocolat

Münzgraben 6, 3000 Berne 7

Tél. +41 (0)31 319 09 90

info@chocosuisse.ch

www.chocosuisse.ch