

Cassis de Dijon : vraiment dans l'intérêt des consommateurs ?

Certains observateurs ont été surpris par la participation des Verts au référendum contre l'introduction du cassis de Dijon, du fait que les Verts ne s'alignent pas, sur ce dossier, sur les positions des associations de défense des consommateurs. La question des intérêts des consommateurs est en effet centrale. Il s'agit même du principal argument brandi par les partisans du cassis de Dijon : son introduction permettrait, d'après les services de Doris Leuthard, de réduire les prix à la consommation prétendument trop élevés en Suisse.

Pour rappel, à la fin des années septante, l'administration allemande avait refusé d'autoriser la commercialisation du cassis de Dijon, une liqueur produite en France, car son taux d'alcool était inférieur aux normes allemandes. Cette décision a été cassée par la Cour de justice européenne, au motif que l'Allemagne portait ainsi atteinte à la libre circulation des marchandises. Dans ce contexte, la diversité des prescriptions liées au mode de production, à la composition, à la forme, au transport, à l'entreposage, à l'étiquetage ou encore à l'emballage des produits est considérée comme une entrave au commerce. Aujourd'hui, tous les Etats membres de l'Union européenne sont tenus d'accepter sur leur territoire les produits légalement fabriqués ou simplement autorisés sur le marché dans un autre Etat membre, même s'ils ne respectent pas leurs prescriptions locales. C'est ce principe que la Suisse souhaite adopter de manière unilatérale, c'est-à-dire sans que l'Union européenne, qui ne nous a rien demandé à ce sujet, nous offre la réciprocité.

Les partisans du cassis de Dijon nous promettent une baisse des prix à l'étalage, pour le plus grand bonheur des consommateurs. On peut en douter. Dans le domaine des produits agricoles, l'accroissement de la concurrence s'est soldé ces dernières années par une augmentation des prix à la consommation de 12,5 % et par la mise sous pression des producteurs locaux, qui ont subi une baisse de près de 25 % sur leurs prix. Les bénéficiaires ont donc été encaissés par des intermédiaires et non par les consommateurs.

Plus fondamentalement, on doit se demander si l'unique intérêt des consommateurs consiste en un accès aux produits les moins chers possibles. Pour les Verts, la réponse est clairement négative. Le consommateur satisfait n'est pas seulement celui qui a déniché un produit à bas prix. C'est aussi et surtout celui qui accède à un produit correspondant à ses attentes, notamment du point de vue de la qualité. Or, ceux qui nous promettent l'arrivée sur le marché de produits moins onéreux ne nous disent pas que cette différence de prix traduira souvent une qualité moindre. En Suisse, par exemple, les sirops doivent contenir au moins 30 % de fruits, alors qu'en France et en Autriche, la limite est fixée à 10 %. Evidemment, dans ces conditions, certains sirops importés de France ou d'Autriche devraient coûter moins cher. Mais est-ce vraiment un progrès pour le consommateur que d'accéder à des produits composés à 90 % de sucre, de colorants et d'arômes ajoutés ?

A l'évidence, la recherche du plus bas prix n'est pas la seule motivation des consommateurs suisses. Comment expliquerait-on, sinon, que les Suisses sont les plus gros consommateurs du monde de produits bio et que notre pays fait partie des marchés leaders dans le domaine du commerce équitable? Les promoteurs du cassis de Dijon en restent malheureusement à la théorie éculée d'un «homo oeconomicus» dont le seul dessein serait la maximisation de son profit personnel en termes monétaires. Or, comme l'a montré le prix Nobel d'économie Amartya Sen, on ne peut séparer les comportements ayant lieu au sein de la sphère économique de ceux qui se tiennent en dehors d'elle. Nos valeurs éthiques influencent nos actions de manière générale, y compris dans le cadre des activités économiques. Cela explique que les Suisses ont développé, démocratiquement, un ensemble de prescriptions légales sur la fabrication et la commercialisation des produits portant sur leur qualité, mais aussi sur les conditions écologiques et sociales de leur production et de leur distribution. Nous ne sommes jamais que des consommateurs. Nous sommes aussi des citoyens responsables. Dans l'acte d'achat, le portemonnaie n'est pas le seul en jeu. Les Verts en sont certains, les consommateurs suisses tiennent à des exigences élevées en matière de qualité et à un engagement clair en faveur de normes écologiques et sociales. Ces données font partie de leur intérêt, tout autant que la fixation d'un prix avantageux.

Les promoteurs du cassis de Dijon ignorent donc la complexité des motivations des consommateurs. Ils oublient de surcroît que ces derniers sont aussi des travailleurs et des producteurs. Or, en tant que tels, ils n'ont aucun intérêt à l'introduction du cassis de Dijon. L'irruption sur le marché helvétique de produits répondant à des normes de production et de commercialisation inférieures aux normes suisses ne pourra que provoquer une forme de dumping défavorable aux entreprises locales, qui ne

parviendront probablement pas toutes à s'aligner. La possibilité qui leur est offerte de déroger aux normes suisses « dans les cas de rigueur », par ailleurs scandaleuse en soi, n'y changera rien. S'il se vérifia peut-être que le consommateur aura accès à certains produits moins chers, il subira par contre, comme travailleur ou comme producteur, une pression supplémentaire sur son revenu. Globalement, il n'en sortira pas gagnant.

La consommation n'est pas un univers clos scindé du reste des activités humaines. Aujourd'hui, nous sommes de plus en plus, c'est heureux, des consomm'acteurs. Nous intégrons dans nos choix des valeurs citoyennes. Nous sommes conscients que tout achat est l'aboutissement d'une chaîne de production et de commercialisation qui affecte l'état de notre environnement et la situation d'autres êtres humains. Des exigences qualitatives, écologiques et sociales élevées ne doivent pas être considérées comme des entraves, mais comme une chance pour notre société. Dans notre intérêt, qui est aussi celui des consommateurs, citoyens, travailleurs et producteurs d'Europe et d'ailleurs.

Adèle Thorens Goumaz, publié dans Le Temps le 28 août 2009