

Communiqué de presse

Bilan contrasté pour la branche de l'eau minérale naturelle et des boissons rafraîchissantes en 2015

Zurich, le 30 mars 2016 – L'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS) a tenu sa conférence de presse annuelle aujourd'hui. La consommation d'eau minérale naturelle, portée par un été 2015 très chaud, s'est inscrite à 964 900 000 litres (contre 921 400 000 l en 2014), en progression de 4,7 %. Cela correspond à une consommation d'environ 115 litres par habitant. La consommation de boissons rafraîchissantes a gagné 1,5 %, passant de 594 300 000 à 603 400 000 l, pour une consommation par tête de 72 l, comme l'année précédente. Au-delà des conditions météorologiques, le contexte politique et économique a une grosse influence sur le secteur de l'eau minérale et des boissons rafraîchissantes. Le franc fort, le tourisme d'achat, la pression sur les marges et le recul des statistiques touristiques font que la branche doit travailler de manière à la fois novatrice et efficiente pour pouvoir continuer à dégager du profit et garantir les emplois en Suisse.

Statistique de l'eau minérale

Pendant l'année civile 2015, le marché suisse de l'eau minérale a connu une croissance de 4,7 %, passant de 921 400 000 l à 964 900 000 l par rapport à 2014. La production indigène s'est accrue de 2,3 % (578 800 000 l contre 565 800 000 l), tandis que les importations ont gagné 8,5 %, passant de 363 200 000 à 394 000 000 l.

Les importations représentent une part de près de 41 % de l'ensemble des ventes d'eau minérale en Suisse. L'Italie, la France et l'Allemagne réunissent 99,1 % des importations, avec une part de respectivement 47,8 %, 41,6 % et 9,7 %. La plupart de ces eaux minérales proviennent de sources toutes proches de la Suisse, comme la zone lémanique ou le Tessin.

Selon les calculs provisoires, la consommation par habitant devrait s'inscrire à environ 115 l, ce qui fait de l'eau minérale naturelle la boisson (froide) la plus appréciée de Madame et Monsieur Tout-le-Monde en Suisse.

Statistique des boissons rafraîchissantes

Les ventes totales de boissons rafraîchissantes sont passées de 594 300 000 l à 603 400 000 l de 2014 à 2015, en légère croissance de 1,5 %, tandis que la production indigène a cédé 1,9 %, s'inscrivant à 505 800 000 l, contre 515 400 000 l l'année précédente. Les exportations ont aussi reculé, passant de 42 100 000 à 35 300 000 l (-16,2 %). En revanche, les importations ont augmenté de 9,8 % (132 900 000 l contre 121 000 000 l) ; elles ont capté 22 % de l'ensemble des ventes des boissons rafraîchissantes en Suisse.

Les importations proviennent principalement d'Allemagne (33,4 %), d'Italie (26,8 %), de France (12,4 %) de la République tchèque (7,4 %), d'Autriche (4,7 %), de Pologne (3,9 %) et du Portugal (3,9 %). La forte poussée des importations s'explique par la faiblesse de l'euro et ses conséquences : tourisme d'achat côté consommateurs, importations parallèles côté détaillants suisses.

Défis politiques

Le débat sur la suissitude continue d'occuper la branche des boissons rafraîchissantes. Le Conseil fédéral a approuvé, en septembre dernier, les ordonnances relatives au paquet Swissness. La nouvelle législation Swissness et, en particulier, l'ordonnance sur l'utilisation des indications de provenance suisses pour les denrées alimentaires (OIPSD), laissent un

grand nombre de questions sans réponse pour le secteur des boissons. Le législateur précise certes à l'art. 3 OISPD que l'eau peut être comptabilisée dans le calcul Swissness si elle représente une composante essentielle du produit et qu'elle ne sert pas à la dilution, mais on remarque que, concrètement, des imprécisions persistent. Dans ce contexte, la SMS s'attache à obtenir une interprétation claire de la situation juridique.

Un autre chantier qui occupe le secteur des denrées alimentaires dans son ensemble est le projet LARGO. La Confédération a ouvert une procédure d'audition en juin 2015 sur ce projet qui vise à adapter, dans le domaine des denrées alimentaires, les ordonnances suisses au droit européen. Il a fallu analyser et comparer plus de 2000 pages touchant à 27 ordonnances. Il est évident qu'une telle entreprise soulève aussi de nombreuses questions et incertitudes. Dans ce dossier, l'enjeu, pour la Berne fédérale, est de ne pas s'arc-bouter sur le fameux « swiss finish » : l'objectif est de supprimer des obstacles techniques au commerce, et non d'en ériger de nouveaux.

Dans son combat contre la surcharge pondérale, l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a émis en avril 2015 une recommandation qui préconise de réduire la consommation de sucre à moins de 5 % de l'apport calorique quotidien. En Europe, les appels à de nouveaux « impôts » sur les denrées alimentaires reviennent régulièrement sur le devant de la scène, à l'image des récents plans britanniques pour un impôt sur le sucre frappant les boissons rafraîchissantes. Or, en Europe, les boissons rafraîchissantes représentent en moyenne moins de 3 % de l'apport calorique quotidien. Au-delà des facteurs génétiques et sociodémographiques, les cas de surcharge pondérale et de forte surcharge (adiposité) sont dus principalement à une alimentation déséquilibrée et une activité physique insuffisante. Il s'ensuit que la lutte contre le surpoids ne peut être menée que dans le cadre d'une approche globale. Dans ce sens, un impôt sur les boissons rafraîchissantes n'amène rien. De plus, l'expérience montre régulièrement que ce genre d'initiative discriminatoire accroît non seulement la charge financière pesant sur le consommateur, mais frappe essentiellement les ménages à faibles revenus, sans pour autant améliorer la santé publique ni réduire le taux de personnes en surpoids.

Les membres de la SMS proposent un large choix de boissons pauvres en calories voire sans calories. Ils déclarent ouvertement et de manière transparente la teneur énergétique de leurs boissons ; opposés à la mise sous tutelle du consommateur, ils misent sur la responsabilité individuelle. Le consommateur doit avoir la liberté de choisir.

Un contexte économique difficile

Le franc fort et l'accroissement du tourisme d'achat et des importations parallèles qui en découle contraignent la branche à travailler de manière à la fois novatrice et efficiente afin de pouvoir dégager du profit et maintenir les emplois en Suisse. L'accroissement de la pression sur les marges exercée par le commerce de détail, la baisse des résultats dans l'hôtellerie et la restauration découlant de l'absence des touristes européens du fait de la faiblesse de l'euro sont des défis supplémentaires qui doivent être relevés.

L'appui des sources d'eau minérale dans les situations d'urgence

Les membres de la SMS ont conclu en 2015 une déclaration d'intention dans laquelle ils se déclarent disposés à fournir de l'eau minérale rapidement et sans tracasseries bureaucratiques dans les situations d'urgence. Une localité dont le réseau d'eau est pollué – comme ce fut le cas récemment au Locle – doit pouvoir demander de l'aide à l'embouteilleur d'eau minérale naturelle le plus proche, qui livrera de l'eau à la population en emballages de 6 x 1,5 l dans les 3 jours qui suivent l'interruption de l'approvisionnement. En principe, les gens devraient se débrouiller par eux-mêmes, mais, comme des pans entiers de la population ne disposent plus d'une réserve d'urgence suffisante pour cette durée, l'Office fédéral de l'approvisionnement économique du pays a mis en place la collaboration avec la SMS.

Pour de plus amples informations :

Christiane Zwahlen
Responsable de la communication de la SMS
Association suisse des sources d'eaux minérales et
des producteurs de soft drinks (SMS)
044 221 21 84

christiane.zwahlen@getraenke.ch
www.mineralwasser.ch et www.erfrischungsetraenke.ch

Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks

La SMS est l'organisation faitière de l'industrie de l'eau minérale et des boissons rafraîchissantes. L'association compte 16 entreprises membres, qui représentent environ 84 % des eaux minérales et 97 % du volume des boissons rafraîchissantes produites dans notre pays. Quelque 20 000 emplois y sont directement ou indirectement rattachés en Suisse.

Les membres de la SMS

*Allegra Passugger Mineralquellen AG
Aproz Sources Minérales SA
Coca-Cola HBC Suisse SA
Coca-Cola Schweiz GmbH
Evian-Volvic Suisse SA
Feldschlösschen Getränke AG
Goba AG, Mineralquelle und Manufaktur
Mineralquellen Adelboden AG*

*Mineralquelle Bad Knutwil AG
Mineralquelle Eptingen AG
Mineralquelle Zurzach AG
Nestlé Waters (Suisse) SA
PepsiCo
Ramseier Suisse AG
Red Bull AG
Rivella AG*