Staatssekretariat für Wirtschaft
Secrétariat d'Etat à l'économie
Segretariato di Stato dell'economia
State Secretariat for Economic Affairs

seco

Loi fédérale concernant la promotion des conditions d'implantation des entreprises en Suisse

Rapport du DFE

sur les résultats de la procédure de consultation

Juillet 2004

Dok: #445332.1

Table des matières

page

0. Abréviations 3

1. Introduction 5

2. Appréciation globale de la nouvelle loi 5

3. Objet de la procédure de consultation 6

4. Réactions aux diverses questions posées 6

4.1 Reconduction du programme *Location: Switzerland* 6

4.2. Améliorations à apporter au programme actuel 7

4.2.1 Coordination de la promotion de l'image de la Suisse 7

4.2.2. Développement de la prospection des marchés, observation des marchés 7

4.2.3. Efficacité et contrôle de gestion 7

4.2.4. Antenne romande de *Location: Switzerland* 8

4.3. Budget approprié pour la réalisation des tâches prévues 8

4.4. Modifications de loi proposées 8

0. Abréviations

Cantons

ZH	Zürich/Zurich
BE	Bern/Berne
LU	Luzern/Lucerne
UR	Uri
SZ	Schwyz/Schwytz
OW	Obwalden/Obwald
NW	Nidwalden/Nidwald
GL	Glarus/Glaris
ZG	Zug/Zoug
FR	Freiburg/Fribourg
SO	Solothurn/Soleure
BS	Basel-Stadt/Bâle-Ville
BL	Basel Landschaft/ Bâle-Campagne
SH	Schaffhausen/Schaffhouse
AR	Appenzell Ausserrhoden/ Appenzell Rhodes-Extérieures
AI(1)	Appenzell Innerrhoden/ Appenzell Rhodes-Intérieures
SG	St. Gallen/St-Gall
GR	Graubünden/Grisons
AG	Aargau/Argovie
TG	Thurgau/Thurgovie
TI	Ticino/Tessin
VD	Vaud/Waadt
VS	Valais/Wallis
NE	Neuchâtel/Neuenburg
GE	Genève/Genf
JU	Jura

Partis politiques

PRD	Parti radical-démocratique suisse
PDC	Parti démocrate-chrétien suisse
PS	Parti socialiste suisse
UDC	Union démocratique du centre
PLS	Parti libéral suisse
PEV	Parti évangélique suisse
PST	Parti suisse du travail - POP

DS	Démocrates suisses
PES	Parti écologique suisse
Lega	Lega di Ticinesi
UDF	Union démocratique fédérale
PCS	Parti chrétien social
AVeS	Alliance verte et sociale

Associations faîtières de l'économie

ES	economiesuisse
USAM	Unions suisse des arts et métiers
SAV	Union patronale suisse
USP	Union suisse des paysans
ASB	Association suisse des banquiers
USS	Union syndicale suisse
FSE	Fédération des sociétés suisses d'employés
CSC	Confédération des syndicats chrétiens de Suisse
SEC Suisse	Société suisse des employés de commerce
TS	Travail.Suisse

Autres associations

USF	Union suisse des fiducaires
UBCS	Union des banques cantonales suisses
FE	Fédération des entreprises romandes
CP	Centre patronal
FPV	Fédération patronale vaudoise
FST	Fédération suisse du tourisme
GS	Gastrosuisse
SwissCham	*Association of Swiss Foreign Trade Chambers*

Autres réponses

CDEP-SO	Conférence des départements de l'économie publique de Suisse occidentale
KSSOS	*Koordinationsstelle Standort Ostschweiz* (service de coordination des implantations en Suisse orientale)

1. Introduction

Le 31 mars 2004, le Conseil fédéral a décidé de l'ouverture d'une procédure de consultation sur l'avant-projet de loi concernant la promotion des conditions d'implantation des entreprises en Suisse (alors intitulé « loi concernant la promotion de l'information sur la place économique suisse »), assorti d'un rapport explicatif. La procédure de consultation, ouverte le 2 avril 2004, a duré jusqu'au 9 juillet.

26 cantons, 13 partis politiques et 8 associations faîtières de l'économie ont été invités à se prononcer. Ont répondu l'ensemble des cantons, 6 partis et 5 associations faîtières. De plus, 7 associations ont envoyé un avis sans avoir été directement consultées, ainsi que la Conférence des départements de l'économie publique de Suisse occidentale (CDEP-SO), la KSKSOS et l'UBS SA.

	Destinataires de la procédure de consultation	**Prises de position spontanées**	**N'ont pas répondu**
Cantons	UR, SZ, OW, NW, GL, ZG, FR, SO, BS, BL, SH, AR, AI, GR, TG, VS, NE, JU	CDEP-SO (1)	
Partis politiques	PRD, PDC, PS, UDC, UDF, PCS (6)		PLS, PEV, PST, DS, PES, Lega, AVeS (7)
Associations faîtières de l'économie	ES, USAM, USP, SEC Suisse, TS (5)		UPS, ASB, FSE, CSC (4)
Autres associations	UFS, UBCS, FE CP, FST, GS, SC (7)	KSSOS, UBS SA (2)	
Total	**44**	**3**	**11**

2. Appréciation globale de la nouvelle loi

Tous les cantons, quatre des six partis politiques, quatre des cinq associations faîtières et six des sept autres associations jugent souhaitable de poursuivre le programme *Location: Switzerland* et approuvent donc la loi.

Par contre, l'UDC, economiesuisse et la FST s'opposent à la reconduction du programme. L'UDC demande une meilleure coordination des activités de Présence Suisse, de Suisse Tourisme, de Pro Helvetia et de l'Osec. Selon la FST, cette coordination devrait permettre de

prospecter de nouveaux marchés sans incidence sur le budget. Se basant sur des arguments financiers, economiesuisse propose de mener les activités d'information prévues dans le cadre du budget ordinaire du seco et de renoncer aux campagnes de promotion, qui ne sont pas assez efficaces.

3. Objet de la procédure de consultation

La Confédération déploie depuis 1996 une intense activité de marketing pour convaincre les investisseurs potentiels des bonnes conditions d'implantation en Suisse. L'arrêté fédéral sur lequel se fonde le programme fédéral *Location: Switzerland*, développé à cet effet, et sa base financière sont limités à fin février 2006. Il faut donc une nouvelle base juridique pour reconduire et améliorer le programme.

4. Réactions aux diverses questions posées

Trois questions ont été posées aux organismes consultés :

a) Êtes-vous favorable à la reconduction du programme *Location: Switzerland* sur la base des documents ci-joints ?
b) Quelles autres améliorations ou modifications souhaiteriez-vous voir apporter au programme actuel ?
c) Quel serait, selon vous, le budget approprié pour la réalisation des tâches prévues ?

4.1. Reconduction du programme *Location: Switzerland*

L'ensemble des cantons, partis politiques et associations faîtières de l'économie invités à se prononcer, ainsi que les associations intéressées, approuvent la reconduction de *Location: Switzerland*, à trois exceptions près (UDC, economiesuisse, FST).

L'UDC et la FST rejettent le projet, misant plutôt sur le potentiel de synergie qu'offrerait une meilleure coordination avec d'autres instruments fédéraux : Présence Suisse, Suisse Tourisme, Pro Helvetia et l'Osec. Economiesuisse motive son avis négatif par un manque d'efficacité et des considérations de politique financière.

4.2. Améliorations à apporter au programme actuel

La grande majorité des avis demande des améliorations de trois types :

- meilleure coordination de la promotion de l'image de la Suisse
- développement de la prospection des marchés
- évaluation de l'efficacité et du contrôle de gestion.

Les cantons romands demandent une antenne de *Location: Switzerland* en Suisse romande.

4.2.1. Coordination de la promotion de l'image de la Suisse

Dans 23 réponses, on demande une plus étroite coordination des différents instruments de marketing de la Confédération, notamment Suisse Tourisme (ST), Présence Suisse (PRS) et l'Osec *Business Network Switzerland*. Les demandes vont d'une coordination plus étroite à la réunion de ces organismes au sein d'une seule unité. Les participants à la consultation désirent que l'image de la Suisse soit présentée à l'étranger de manière plus uniforme, mieux ciblée et plus efficace. En relation avec le domaine agricole, plusieurs demandent que les priorités de la promotion des conditions d'implantation soient réexaminées.

4.2.2. Développement de la prospection des marchés, observation des marchés

18 participants ont demandé que la prospection des marchés soit renforcée et professionnalisée, en raison de la concurrence internationale toujours plus vive : d'une part une intensification de la prospection des marchés arrivés à maturité (Etats-Unis, Grande-Bretagne, France, Allemagne, Italie), d'autre part la création de têtes de pont pour les cantons sur les marchés d'avenir d'Asie, du Proche-Orient et de l'Europe centrale et orientale. L'USAM et economiesuisse doutent de l'efficacité des campagnes de promotion. Economiesuisse ne juge pas utile de faire du marketing pour les conditions d'implantation en Suisse, au-delà de la publication sur Internet d'informations de base pour les investisseurs.

Un participant (FR) demande un renforcement de l'observation des marchés par *Location: Switzerland*.

4.2.3. Efficacité et contrôle de gestion

Selon 12 réponses (LU, FR, TI, VD, NE, OW, PCS, PDC, USAM, CP, FE, UBS), il faut évaluer l'efficacité des mesures de *Location: Switzerland* et instaurer en conséquence un contrôle de gestion plus strict. Le canton de Lucerne va jusqu'à demander un article de loi à cet effet.

4.2.4. Antenne romande de *Location: Switzerland*

Deux cantons (VD, NE) et le Centre patronal demandent que l'on fonde une antenne de *Location: Switzerland* en Suisse romande.

Il existe une antenne chargée de la prospection du marché français à Genève : la Chambre de commerce Suisse – France.

4.3. Budget approprié pour la réalisation des tâches prévues

Tous les cantons, ainsi que le PRD et le PDC, ont approuvé l'augmentation de budget prévue. 17 cantons (ZH, LU, UR, SZ, NW, GL, ZG, SO, BS, BL, SH, AI, AR, SG, GR, AG, GE) et le KSSOS proposent même une contribution plus importante, voire nettement plus importante, de la part de la Confédération. Leur argument est que de nouveaux marchés doivent être prospectés et que chaque implantation d'entreprise étrangère rapporte à la Confédération des recettes fiscales qui font plus que compenser son investissement dans le programme. Quelques-uns proposent que le budget soit comparable à celui d'autres pays. 5 cantons (ZH, BE, LU, ZG, BL) et la SEC Suisse jugent la contribution fédérale trop faible. Le PDC et GS demandent également une augmentation de cette contribution, mais sans incidence sur le budget (compensation sur les fonds affectés au marketing dans le domaine agricole). Le PS désire que le crédit demeure à son niveau actuel (2,4 millions de fr.), le budget devant être augmenté par l'exploitation de synergies.

L'idée que les subsides fédéraux soient réduits en fonction des entrées d'émoluments de tiers s'est heurtée à l'opposition de 7 cantons (GL, ZG, UR, SO, BL, BS, GR) et de l'USF. Ils demandent que la Confédération s'engage pour les 3,5 millions de francs prévus, indépendamment des rentrées d'émoluments, principalement afin de pouvoir assurer la continuité. Le PRD, le PCS, l'UDF, l'USP et Travail.Suisse ont approuvé au contraire cette clause conditionnelle. Travail.Suisse demande que *Location: Switzerland* soit financé pour moitié par des fonds de tiers. Le PS désire que l'augmentation du budget soit compensée par des synergies et par des recettes de tiers.

Le PDC estime que le budget devrait être supérieur aux 3,5 millions de francs prévus, mais sans que l'augmentation de la contribution fédérale ait d'incidence sur le budget. Il voudrait que l'on examine la stratégie de la promotion des conditions d'implantation en Suisse, en compensant les frais supplémentaires sur les crédits de promotion des produits agricoles. Le PRD désire aussi une compensation sur les fonds affectés à la commercialisation des produits agricoles. Quant au PS, il souhaite réduire la contribution fédérale et dégager les moyens nécessaires par des synergies ou par le recours à des fonds de tiers. L'UDC exige que l'on renonce purement et simplement au programme *Location: Switzerland* et au plafond de dépenses de 20 millions de francs pour quatre ans, au titre du plan d'abandon des tâches. La FST veut faire dépendre les crédits alloués de l'évaluation économique du programme et de la définition de sy-

nergies avec d'autres instruments de marketing de la Confédération. Elle n'admet la possibilité de consacrer des moyens à la prospection de nouveaux marchés que si cela n'entraîne pas d'augmentation du budget de la Confédération. Economiesuisse, qui accorde la priorité absolue à l'assainissement des finances de l'Etat, propose de ne pas affecter de moyens publics à la promotion des conditions d'implantation.

4.4. Modifications de loi proposées

Canton de Lucerne

Nouvel art. 5 Contrôle de gestion

Le seco donne chaque année une information sur les mesures prises et leurs effets.

Canton de Nidwald

Art. 2 Mesures

Autres mesures possibles au besoin.

Canton de Schaffhouse

Art. 1 Principe

La Confédération favorise l'implantation d'entreprises étrangères par un marketing actif prônant les conditions d'implantation en Suisse.

Canton de Genève

Art. 1 Principe

Après entente avec les cantons.

Art. 2 Mesures

Programme annuel, qui doit être approuvé par les cantons.

PDC Suisse

Nouvel article introductif sur les buts de la stratégie de promotion des conditions d'implantation des entreprises en Suisse.
Travail Suisse

Art. 2 Mesures

L'al. 3 doit être concrétisé : la Confédération et les cantons doivent être tenus de coordonner et d'ajuster leurs mesures. Cela permettra de promouvoir la création d'une *corporate identity*.

Art. 3 Exécution

L'al. 3 doit être concrétisé : les agences locales et les personnes assumant cette fonction doivent pouvoir collaborer étroitement avec les représentations suisses à l'étranger.

Art. 4 Financement

Cet article doit être concrétisé de sorte que les cantons soient tenus de participer aux coûts et que le financement par des fonds de tiers doive atteindre 50 %.