

Projet du 28 mai 2013

## Commentaire

### **concernant l'ordonnance du DEFR sur les signes officiels pour les produits de montagne et d'alpage**

#### **1. Contexte**

##### Situation générale

Le Conseil fédéral a édicté l'ordonnance du 25 mai 2011 sur l'utilisation des dénominations «montagne» et «alpage» pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issues<sup>1</sup> (ordonnance sur les dénominations «montagne» et «alpage», ODMA) dans le but de protéger les consommateurs contre les abus et de préserver les producteurs de produits de montagne et d'alpage de la concurrence déloyale.

Il n'existe aujourd'hui pas de signe distinctif unique pour les produits de montagne et d'alpage. Il manque donc, pour les produits provenant des régions de montagne ou d'estivage, une identité visuelle commune qui, non seulement, permettrait aux producteurs de concentrer leurs forces dans le domaine de la vente ou de la communication marketing, mais qui simplifierait aussi pour les consommateurs l'identification de ces produits au moment de l'achat.

Lors de la révision de l'ODMA du 1<sup>er</sup> janvier 2012, l'art. 9, al. 3, a été remanié pour donner au Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche (DEFR) la possibilité de définir des signes officiels pour l'étiquetage des produits qui satisfont aux dispositions de cette ordonnance. Ces signes peuvent être utilisés sur une base volontaire. L'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) a ensuite lancé un processus participatif associant les milieux concernés pour élaborer des signes officiels destinés aux produits de montagne et d'alpage. Ce mandat a été réalisé de janvier 2011 à décembre 2012 par un groupe de travail formé de représentants de marques régionales, de la Coop, de la Migros, d'Agridea, de l'Union suisse des paysans, du Groupement suisse pour les régions de montagne/de la Société suisse d'économie alpestre, de la Fédération des Producteurs Suisses de Lait et de la Fédération romande des consommateurs.

##### Objectifs

Les produits de montagne et les produits d'alpage sont dotés d'un signe officiel qui présente les caractéristiques suivantes:

- unique pour tous les produits de montagne et d'alpage suisses;
- utilisable indépendamment des stratégies de marque (projets privés, suprarégionaux);
- applicable sur une base volontaire;
- servant de base de garantie à la communication relative aux produits provenant des montagnes ou des alpages;
- utilisable pour la désignation du produit sur les supports de communication, y compris l'emballage (étiquetage);
- accessible à tous les producteurs autorisés;
- réalisé par la Confédération (droits, conception, Corporate Identity/Corporate Design).

---

<sup>1</sup> RS 910.19

## Résultat

Les idées du groupe de travail ont été rassemblées lors de réunions conjointes mais aussi d'entretiens individuels. Les propositions graphiques ont ensuite été concrétisées par une agence choisie avec soin.

L'élément central est un triangle évoquant la forme d'une montagne et comportant une croix suisse. Les montagnes sont symbolisées par un trait épais de couleur verte dans le signe officiel des produits de montagne. La région d'estivage se trouvant généralement à une altitude plus élevée que la zone de montagne, un trait épais de couleur bleue a été choisi pour représenter les alpages dans le signe officiel correspondant.

Ces signes doivent être aussi parlants que possible de sorte à pouvoir être également employés sans texte et en combinaison avec d'autres signes.

## **2. Aperçu des principales modifications**

Les principales modifications sont les suivantes:

- Un signe officiel est défini tant pour les produits de montagne que pour les produits d'alpage.
- Les signes officiels peuvent être utilisés sur une base volontaire si les produits concernés satisfont aux exigences de l'ordonnance sur les dénominations «montagne» et «alpage».
- Ces signes sont la propriété de la Confédération.

## **3. Commentaire des différents articles**

### *Art. 1 Signes officiels*

L'art. 1 définit les conditions dans lesquelles les signes officiels peuvent être utilisés. Ainsi, les dispositions déterminantes de l'ordonnance sur les dénominations «montagne» et «alpage» doivent impérativement être respectées. Les signes sont utilisés sur une base volontaire.

### *Art. 2 Utilisation des éléments*

Les règles d'application sont présentées à l'article 2.

### *Art. 3 Entrée en vigueur*

L'entrée en vigueur de la présente ordonnance est prévue pour le 1<sup>er</sup> janvier 2014.

### *Annexe Eléments conceptuels*

L'annexe contient les éléments conceptuels non seulement sans texte mais aussi dans les quatre langues nationales et en anglais.

## **4. Résultats de la consultation des milieux concernés / Audition**

Il faut encore procéder à la consultation des milieux concernés et à l'audition.

## **5. Conséquences**

### **5.1 Confédération**

L'ordonnance n'a ni de conséquence sur le plan financier ni en termes de personnel pour la Confédération.

## 5.2 Cantons

L'ordonnance n'a ni de conséquence sur le plan financier ni en termes de personnel pour les cantons.

## 5.3 Economie

L'utilisation des signes officiels pour les produits de montagne ou d'alpage est volontaire. Ces signes ont d'abord été créés pour faciliter l'identification de produits de régions de montagne et d'alpage qui ont été fabriqués dans des conditions spécifiques. Ces produits revêtent une importance particulière pour le marché et les consommateurs, même en dehors des régions de montagne et d'alpage. Il n'existe pas aujourd'hui de label unique ni de signe de garantie officiel pour les produits de montagne et d'alpage. Certes, la Migros et la COOP commercialisent leurs propres gammes de produits de montagne et d'alpage sous les marques «Heidi» et «Pro Montagna», mais on trouve aussi un certain nombre d'autres labels et dénominations comportant les termes «alpage» et «montagne» ou s'y référant. Il manque, pour les produits issus des régions de montagne ou d'alpage, une identité visuelle commune qui, non seulement, permettrait aux producteurs de concentrer leurs forces dans le domaine de la vente ou de la communication marketing mais qui simplifierait aussi pour les consommateurs l'identification de ces produits lors de l'achat.

## 6. Relation avec le droit international

La reconnaissance réciproque de l'utilisation des dénominations des produits de montagne et d'alpage ne fait pas partie de l'accord agricole entre la Suisse et l'UE. Même si l'ODMA reste unique en son genre dans le contexte européen, une base légale pour la protection des produits de montagne n'en est pas moins en cours d'élaboration dans l'UE. Le Parlement européen a édicté le 13 septembre 2012 le «règlement du Parlement européen et du Conseil relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles», qui prévoit notamment des indications facultatives en matière de qualité pour les produits de montagne. Il convient de s'assurer, selon l'évolution de la réglementation de l'UE, dans quelle mesure il serait possible, dans le cadre d'une collaboration plus étroite, de régler par voie contractuelle la reconnaissance mutuelle des dispositions de la Suisse et de l'UE et de faciliter réciproquement l'accès au marché aux produits de montagne et d'alpage. Les signes officiels pourraient, comme l'ordonnance sur les dénominations «montagne» et «alpage», servir de modèle pour l'élaboration d'une définition transnationale des produits de montagne et d'alpage qui soit commune à toutes les régions de montagne européennes.

Il ne peut pas être recouru aux symboles des produits importés, parce que l'ordonnance sur les dénominations «montagne» et «alpage», sur laquelle se fonde l'utilisation des signes officiels, s'applique exclusivement aux produits agricoles provenant de Suisse et aux denrées alimentaires qui en sont issues. Il y aura lieu d'examiner ultérieurement, selon l'évolution de la coopération avec l'UE dans ce domaine, dans quelle mesure l'utilisation du logo pourrait aussi être envisageable pour les producteurs étrangers dont les normes de production remplissent les conditions de l'ordonnance suisse sur les dénominations «montagne» et «alpage».

## 7. Entrée en vigueur

La présente ordonnance entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2014.

## 8. Base légale

L'art. 9, al. 3, de l'ordonnance du 25 mai 2011 sur l'utilisation des dénominations «montagne» et «alpage» pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issues constitue la base légale.