

Adattare la protezione «Swissness» alle realtà settoriali

dossierpolitica

22 marzo 2010

Numero 6

Miglioramento della protezione «Swiss made».

Il marchio «Svizzera» ha un proprio valore. Il plusvalore apportato dal riferimento alla provenienza elvetica di un prodotto può raggiungere il 20% del suo prezzo di vendita. Questo riveste grande importanza sia per le imprese sia per la piazza economica svizzera. Il progetto «Swissness» del Consiglio federale intende salvaguardare il valore del marchio «Svizzera» a lungo termine. Per le imprese è importante che il livello di protezione sia adattato ai bisogni specifici dei settori senza generare ostacoli e costi eccessivi. Il progetto «Swissness» non risponde a queste esigenze. Peggio, potrebbe capitare che alcune merci prodotte totalmente in Svizzera o alcuni articoli tradizionali svizzeri non siano più autorizzati ad avere il marchio «Swiss made». Questo non sarebbe né nell'interesse delle imprese, né dei consumatori.

La posizione di economiessuisse

► economiessuisse è favorevole ad un rafforzamento delle regolamentazioni tendenti a lottare contro l'utilizzo abusivo dell'indicazione di provenienza «Svizzera». L'organizzazione saluta inoltre la creazione di una base legale che autorizzi l'uso della croce svizzera sui prodotti. Tuttavia, per favorire i bisogni dei diversi settori, essa desidera che le regole previste siano alleggerite e adeguate alle realtà settoriali.

► Il progetto deve avere lo scopo di salvaguardare un margine di flessibilità dei vari settori, di rafforzare la piazza economica svizzera e di proteggere più efficacemente i servizi e i prodotti delle nostre imprese.

► La regolamentazione su «Swissness» deve essere coordinata con le regolamentazioni internazionali. Occorre vegliare affinché essa non sia utilizzata per erigere nuovi ostacoli al commercio o mascherare pratiche discriminatorie. Le manovre tendenti a isolare il mercato sotto la copertura di «Swissness» sono inaccettabili.

L'importanza dello «Swiss made» per l'economia

► «Swissness» apporta un plusvalore

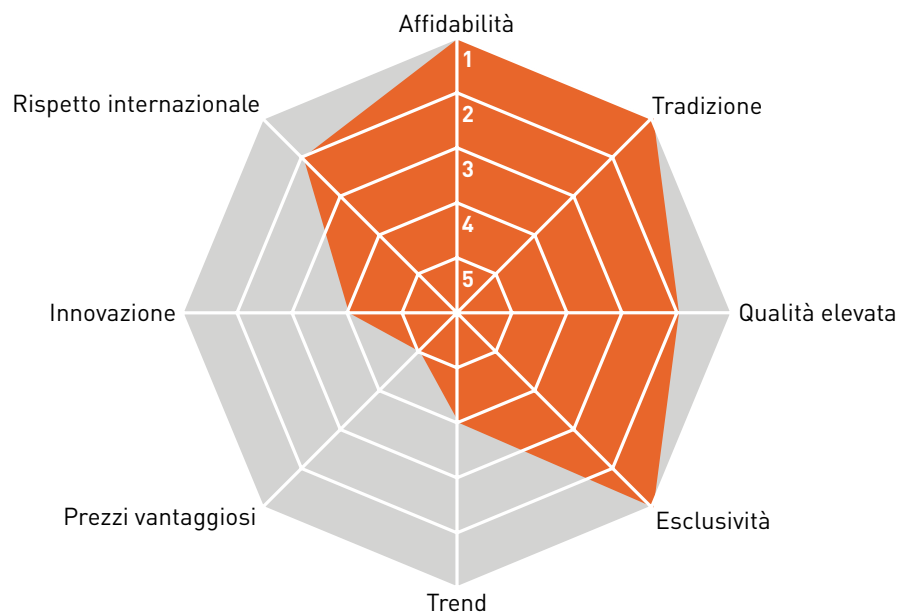
In tutto il mondo, l'aggiunta di «Svizzera» come marchio affiancato su prodotti e servizi è sinonimo di qualità, di sicurezza e di affidabilità. Una carta preziosa che le imprese elvetiche possono giocare sui mercati internazionali. In effetti, secondo uno studio dell'Università di San Gallo, il riferimento alla Svizzera può rappresentare fino al 20% del prezzo di vendita delle merci tipicamente svizzere, di prodotti naturali agricoli o di alcuni beni di consumo destinati all'esportazione¹. E i settori economici svizzeri per eccellenza come l'orologeria, la produzione di formaggio e di cioccolato non sono le sole ad approfittarne: includendo nel calcolo l'industria delle macchine, il Consiglio federale stima il plusvalore a 5,8 miliardi di franchi all'anno.

Grafico

► Lo studio intitolato "Swissness Worldwide 2008" rivela che i prodotti svizzeri sono apprezzati per la loro affidabilità, nonché per il loro carattere esclusivo e tradizionale. Rispetto a questi tre criteri, essi sono in testa alle graduatorie internazionali. Inoltre, si riconosce loro un alto livello di qualità ed essi sono rispettati a livello internazionale.

Il significato di «Swissness»

Confronto internazionale sui punti forti e sui punti deboli dei prodotti indigeni



Fonte: Avenir Suisse 2009 / «Swissness Worldwide 2008»

► Protezione adeguata dello «Swiss made» per le imprese svizzere

«Swissness» è un importante fattore di successo. Le imprese svizzere hanno interesse affinché il marchio «Svizzera» sia protetto efficacemente. A seguito di questa buona reputazione, i frodatori sono immancabilmente tentati di commercializzare sotto il nome «Svizzera» dei prodotti e dei servizi che non hanno un vero legame con il nostro paese. Questi abusi possono danneggiare l'immagine della Svizzera, ciò che avrebbe conseguenze negative per la piazza economica. Proteggere la designazione «Svizzera» e la croce svizzera è nell'interesse di numerosi settori della nostra economia. Così, oltre all'orologeria o all'industria alimentare, l'industria delle macchine ha tutto da guadagnare affinché la denominazione «Svizzera» continui ad essere sinonimo di qualità e mantenga questa buona reputazione.

¹ Cf. Stephan Feige, Benita Brockdorff, Karsten Sausen, Peter Fischer, Urs Jaermann, Sven Reinecke, Swissness Worldwide – Internationale Studie zur Wahrnehmung der Marke Schweiz. Studio dell'Università di San Gallo e al. 2008.

Misure da adottare per proteggere «Swissness»

► Legge sulla protezione dei marchi in vigore e questioni aperte

Per principio, secondo la Legge sulla protezione dei marchi attualmente in vigore, la provenienza di una merce è determinata in funzione del luogo di produzione o della provenienza delle materie prime e dei componenti utilizzati. Su questa base, il Consiglio federale può definire in termini più precisi, per mezzo di un'ordinanza, le condizioni che i prodotti devono soddisfare. Questo è stato fatto elaborando l'ordinanza che regola l'utilizzo del nome «Svizzera» per l'industria orologiera. L'art. 48, cpv. 3 e l'art. 49 cpv. 3 della Legge sulla protezione dei marchi impongono inoltre la presa in considerazione degli usi². Nella pratica tuttavia queste disposizioni non hanno nessun peso. E non esiste nessun'altra regolamentazione speciale basata sulla Legge sulla protezione dei marchi. Ci si basa su un giudizio del Tribunale di commercio di San Gallo del 1992 emesso in un affare concernente prodotti tessili. In virtù di quest'ultimo, un prodotto può essere designato come «svizzero» unicamente se i processi svolti in Svizzera rappresentano almeno il 50% dei costi di produzione totali. Viene inoltre precisato che i processi di fabbricazione decisivi devono avvenire in Svizzera. Per contro, il decreto non precisa ciò che questo significa nel dettaglio.

► Preservare la flessibilità dei settori è una necessità assoluta

Le regolamentazioni non sono sufficientemente concrete e devono dunque essere più precise. Nell'ottica di un miglioramento della protezione del marchio «Svizzera», le imprese elvetiche hanno un interesse primordiale affinché il progetto non sopprima le distinzioni tra i settori d'attività e i gruppi di prodotti. Al contrario, occorre concedere un'attenzione particolare alle peculiarità dei diversi settori e cercare soluzioni flessibili che ne tengano conto. Il grado di protezione deve essere adeguato alla loro situazione specifica, altrimenti si corre il rischio di impedire alle aziende di sfruttare le opportunità esistenti. Una protezione troppo restrittiva di «Swissness» costerebbe caro all'economia.

► «Swissness» non deve ostacolare la concorrenza

La protezione delle indicazioni di provenienza si basa sul diritto che regge l'utilizzo dei segni di riconoscimento, la repressione della concorrenza sleale e la garanzia della sicurezza del diritto. L'economia svizzera ha interesse a mantenere una protezione equilibrata e credibile di «Swissness». Occorre vegliare in particolare affinché le condizioni definite dall'utilizzo della designazione «Swiss made» non siano eccessive. Per quanto concerne la concorrenza, s'impone un confronto con le prassi prevalenti al di fuori delle nostre frontiere. Occorre evitare che ci si ritrovi in una situazione in cui i produttori dei paesi vicini sarebbero sottoposti a esigenze considerevolmente meno severe delle nostre in materia di utilizzo del loro emblema nazionale. Altrimenti, i nostri produttori potrebbero essere seriamente penalizzati di fronte alla concorrenza internazionale.

► «Swissness» e globalizzazione

La piazza economica svizzera ha vissuto profondi cambiamenti in questi ultimi due decenni. A seguito della globalizzazione crescente dell'economia, numerose imprese svizzere hanno trasferito parti della loro produzione all'estero allo scopo di ottimizzare la loro catena di creazione di valore, rafforzando e garantendo così la loro presenza in Svizzera. Questo fenomeno di mondializzazione è una dimensione di cui occorre tener maggiormente conto. In un'economia globalizzata, determinare la provenienza dei prodotti è un esercizio complesso nella misura in cui alcune materie prime o determinati prodotti semifiniti sono acquistati all'estero. Le esigenze restrittive non devono più essere utilizzate a scopi protezionistici. In effetti, un isolamento del mercato avrebbe gravi inconvenienti per le imprese e per i consumatori.

² Si intende per uso una pratica commerciale stabilita («usage commercial»).

Il progetto «Swissness» del Consiglio federale

► Criteri per la determinazione della provenienza geografica

Verso la fine del 2007, il Consiglio federale ha posto in consultazione due avamprogetti nell'ottica della revisione della Legge sulla protezione dei marchi e di quella sulla protezione degli stemmi pubblici³. Al termine della procedura, il Consiglio federale ha adottato il 18 novembre 2009 il messaggio sul progetto «Swissness»⁴. Il governo intende proteggere il valore del marchio «Svizzera» a lungo termine. Esso propone di ancorare nella Legge federale sulla protezione dei marchi dei nuovi criteri per determinare con maggior chiarezza e precisione la provenienza geografica di un prodotto. Le merci sono classificate in tre categorie: i prodotti naturali, i prodotti naturali trasformati e i prodotti industriali (ivi compresi tutti i prodotti che non appartengono alle prime due categorie).

► A quali condizioni un prodotto può essere definito «svizzero»?

Regolamentazione sulle indicazioni di provenienza

Riguardo al progetto «Swissness», un'indicazione di provenienza come «Svizzera» o «Ginevra» può essere utilizzata in relazione ad un prodotto se i criteri previsti per la categoria da cui deriva sono assolti:

- Per i prodotti naturali, il criterio determinante dipende dalla loro natura. Così, per le piante, si tiene conto del luogo della raccolta o, nel caso dell'acqua minerale, di quello della sorgente.
- Per i prodotti naturali trasformati (la maggior parte delle derrate alimentari), almeno l'80% del peso delle materie prime deve provenire dalla Svizzera. E' tuttavia previsto di poter escludere da questo calcolo le materie prime inesistenti in Svizzera (ad esempio il cacao) o che vi sarebbero temporaneamente non disponibili (ad esempio crollo del volume dei raccolti a seguito delle intemperie). Per contro, motivi puramente economici (ad esempio il prezzo inferiore delle materie prime all'estero) non giustificano un'eccezione. A questa prima condizione se ne aggiunge una seconda: l'attività che conferisce al prodotto le sue principali proprietà deve essere svolta in Svizzera (ad esempio la trasformazione del latte in formaggio).
- Per i prodotti industriali, almeno il 60% dei costi di produzione devono essere generati in Svizzera. Nel calcolo di questi ultimi possono essere inclusi i costi per la ricerca e lo sviluppo. Inoltre, si possono applicare anche le eccezioni previste per i prodotti naturali trasformati (ad esempio quando i metalli inesistenti in Svizzera sono utilizzati per la produzione di un macchinario). Inoltre, anche per i prodotti industriali, l'attività che attribuisce al prodotto le sue proprietà essenziali deve essere svolta in Svizzera.
- Un'impresa è autorizzata a commercializzare dei servizi qualificati come «svizzeri», se la sua sede si trova in Svizzera e se gestisce un centro amministrativo reale entro i confini nazionali.

► Apporre la croce svizzera su un prodotto sarà ora permesso

Utilizzazione della croce svizzera

La revisione della Legge sulla protezione degli stemmi pubblici intende introdurre una chiara distinzione tra la protezione degli stemmi pubblici della Confederazione e la protezione della bandiera svizzera e della croce svizzera. Mentre gli stemmi pubblici restano riservati ad uso esclusivo della Confederazione, le imprese potranno apporre la bandiera e la croce svizzera su alcuni prodotti sempre che le condizioni di utilizzo della designazione «Svizzera» siano rispettate.

³ Gli avamprogetti e il rapporto esplicativo sono scaricabili dal sito: www.ige.ch/d/jurinfo/j108.shtm. Cf. inoltre *economiesuisse* "Protezione del marchio Svizzera: il progetto Swissness del Consiglio federale", dossierpolitica del 26 marzo 2008, scaricabile dal sito: www.economiesuisse.ch.

⁴ Cf. Messaggio del 18 novembre 2009 relativo alla modifica della Legge sulla protezione dei marchi e alla Legge federale sulla protezione degli stemmi pubblici della Svizzera (progetto Swissness). Scaricabili dal sito: www.admin.ch/ch/d/ff/2009/8533.pdf

► Strumenti per la lotta contro gli abusi

Registro delle indicazioni geografiche

A seguito del crescente successo di «Swissness», gli abusi tendono a moltiplicarsi all'estero, con il rischio di danneggiare la buona reputazione del marchio «Svizzera». Tuttavia garantire la protezione delle indicazioni di provenienza è particolarmente difficile al di là delle frontiere. L'interpretazione degli accordi internazionali e la giurisprudenza in materia sono molto spesso vaghe, ciò che complica le procedure. Oggi si tende per lo più a rinunciare alle procedure giudiziarie per applicare il diritto all'estero, in mancanza di aventi diritto capaci di mostrare come viene regolato e difeso l'utilizzo della designazione «Svizzera» e della croce svizzera. Questo problema è affrontato nel progetto di legge.

► Nuovo registro dei dati geografici

Trattandosi di prodotti agricoli, esiste già oggi la possibilità di proteggere ufficialmente delle indicazioni di provenienza geografica mediante un'iscrizione in un registro. In futuro, sarà inoltre possibile far iscrivere dei marchi geografici per prodotti non agricoli in un registro che sarà tenuto dall'Istituto federale della protezione intellettuale (ad esempio «Ginevra» per gli orologi) e beneficiare così di una protezione ufficiale. Questo semplificherà nettamente l'adozione concreta di una protezione all'estero per i titolari di diritti che saranno chiaramente identificabili. Inoltre, il Consiglio federale si impegna per la protezione delle indicazioni di provenienza nell'ambito degli accordi di libero scambio. Un obiettivo che è già stato raggiunto per quanto concerne le relazioni tra la Svizzera e il Giappone, paese con il quale è entrato in vigore un accordo il 1° settembre 2009.

► Le imprese svizzere sostengono l'obiettivo perseguito dal progetto

Valutazione del progetto dal punto di vista dell'economia

economiesuisse sostiene per principio l'obiettivo del progetto, che è quello di proteggere durevolmente il marchio «Svizzera». Alcune misure si rivelano in effetti necessarie, soprattutto nell'ambito della Legge sulla protezione degli stemmi pubblici e a livello dell'applicazione del diritto all'estero. Inoltre, il progetto tende a rafforzare la piazza economica svizzera e a garantire che le imprese svizzere non vengano discriminate rispetto ai loro concorrenti dei paesi vicini. In questo contesto, è importante mantenere la possibilità di adottare soluzioni flessibili e di poter tenere debitamente conto degli usi attuali.

► Flessibilità insufficiente nel settore delle derrate alimentari

Prodotti industriali trasformati

Il nuovo progetto «Swissness» esige che un minimo dell'80% del peso delle materie prime che entrano nella composizione dei prodotti naturali trasformati (in particolare le derrate alimentari) provengano dalla Svizzera. Rispetto al progetto iniziale, che prevedeva una soglia del 60% dei costi di produzione come criterio decisivo per il diritto all'utilizzo della designazione «Svizzera» per un prodotto, il progetto attuale avanza esigenze nettamente più rigide. A questo va aggiunto il fatto che il criterio attuale del valore è sostituito dalla nozione del peso. Questo avrebbe per conseguenza che i prodotti riconosciuti tradizionalmente come svizzeri, ad esempio alcuni famosi biscotti, non potrebbero più essere dichiarati di provenienza elvetica⁵. Pertanto, un prodotto anche se fabbricato dalla A alla Z in Svizzera ma del quale più del 20% delle materie prime sarebbe di origine estera non potrebbe più recare la menzione «Swiss made». Inoltre, i produttori dovrebbero esaminare ciascuno dei loro prodotti per stabilire se soddisfano o meno i nuovi criteri di calcolo di «Swissness». Inoltre, ci si può attendere di dover aggiungere dei costi amministrativi e finanziari come quelli legati alla necessità di cambiare sistema di produzione. La regolamentazione proposta nel messaggio va troppo lontano e sottoporrebbe la produzione svizzera ad esigenze smisurate. Le imprese

⁵ Le due fabbriche svizzere di biscotti Hug e Kambly si troverebbero così nell'impossibilità di continuare a vendere alcuni articoli del loro assortimento come prodotti svizzeri. Cf. Handelszeitung del 12 febbraio 2010. Nel contempo, gli articoli di marca famosi come Mövenpick o Tommy non potrebbero più portare il marchio "Swiss made".

svizzere perderebbero la loro competitività e i consumatori ne farebbero le spese a seguito di prezzi più elevati.

Esempio «Le Parfait»

Da oltre cinquant'anni, gli Svizzeri consumano il pasticcio di fegato «Le Parfait». Questa derrata prodotta al 100% in Svizzera e venduta unicamente sul mercato nazionale è prodotta a partire da materie prime provenienti in parte dall'estero. Oggi, la legge in vigore esige che in valore, almeno il 50% degli ingredienti debbano essere di origine indigena affinché il prodotto possa essere ritenuto svizzero. Il progetto del Consiglio federale pone condizioni più rigide: esso sostituisce il criterio del valore con quello del peso delle materie prime e fissa la soglia all'80%. Per l'impresa svizzera tradizionale che produce «Le Parfait», questo significa che essa non potrebbe più vendere la propria specialità fabbricata al 100% in Svizzera in quanto prodotto indigeno poiché, nella sua ricetta, la parte degli ingredienti importati supera il limite consentito, ossia il 20% del peso del prodotto.

► Oneri finanziari supplementari anche per le PMI

Prodotti industriali

Per i prodotti industriali, il progetto «Swissness» definisce che almeno il 60% della creazione di valore deve essere svizzero. I costi di produzione costituiscono il criterio determinante, ma i costi per la ricerca e lo sviluppo potranno essere inclusi nel calcolo. La nuova percentuale fissata è superiore del 10% rispetto a quella in vigore oggi, ciò che pone alcuni problemi. A seguito degli accordi di libero scambio conclusi dalla Svizzera con numerosi Stati, una gran parte dei materiali di base utilizzati nell'industria sono acquistati all'estero. Diversi rami industriali rischiano di raggiungere la soglia del 60% richiesta soltanto pagando oneri finanziari e amministrativi pesanti. Questi ulteriori costi sarebbero molto difficilmente sopportabili in particolare per le PMI e comporterebbero anche degli aumenti di prezzo per i consumatori.

Esempio dell'industria

Il progetto «Swissness» avrebbe ad esempio ripercussioni negative per i produttori di componenti, quali i cavi di segnalazione o gli accumulatori. Un gran numero di imprese attive in questi settori dovrebbero rivedere il loro sistema di produzione e cambiare fornitori per raggiungere la soglia del 60% e poter così continuare a commerciare i loro prodotti con il marchio «Swiss made». Per queste imprese, il cambiamento del regime genererebbe non solo dei sovracosti importanti – senza beneficio supplementare per il consumatore, ma anche una penalità importante nei confronti della concorrenza internazionale. Se esse rinunciano a procedere ai cambiamenti costosi che una messa in conformità comporta, la reputazione e il valore aggiunto dei loro prodotti ne soffrirà, a scapito della piazza economica svizzera.

► Rischi di contraddizione tra il diritto dei marchi e la legislazione doganale

► La regolamentazione proposta deve essere completata

Infine, non si potrebbe più ignorare il quadro giuridico attuale, in particolare le regole d'origine. Diversi paesi esigono che la menzione della provenienza figuri sul prodotto e sull'imballaggio. Ora, il progetto «Swissness» vieta che si menzioni «Swiss origin» su un prodotto che non soddisfa il criterio del 60% del valore. Se un'impresa confrontata a questa problematica intende continuare ad esportare le merci che produce verso questi paesi, essa si espone ad una multa.

Servizi

Secondo il progetto «Swissness», un'impresa può proporre dei servizi «svizzeri» sempre che la sua sede sia situata in Svizzera e che essa vi possieda effettivamente un centro amministrativo. L'economia saluta questo principio, ma la regolamentazione deve essere completata: a differenza della situazione attuale il progetto attuale non comprende le filiali estere di un gruppo elvetico. Questo significa che una filiale estera di un gruppo svizzero, la cui ragione sociale e/o il marchio include un riferimento geografico, come Swisscanto, Zurich Financial Services, Banca cantonale zurighese, Credit Suisse, Basilese Assicurazioni, Swiss Life o Swiss Re, non sarebbe più autorizzata a proporre i propri servizi in Svizzera sotto il proprio nome usuale, che contiene un'indicazione geografica, anche quando il riferimento figura nella ragione sociale o nel nome del gruppo e quando essa è parte integrante del nome dell'impresa o del gruppo. Ora, nel contesto della globalizzazione e di un'economia interconnessa con una divisione internazionale del lavoro, occorre colmare questa lacuna. Le filiali e le succursali estere, la cui società madre è attiva in Svizzera, devono poter utilizzare il nome del gruppo e la ragione sociale della società madre svizzera per smerciare dei prodotti e dei servizi in Svizzera, anche se essi contengono un'indicazione geografica.

Esempio delle banche

In caso di adozione del nuovo progetto del Consiglio federale, la filiale lussemburghese di una banca cantonale svizzera non sarebbe più autorizzata a proporre alla clientela svizzera un fondo creato da essa con il marchio o la ragione sociale del gruppo. Un simile regime genererebbe uno svantaggio concorrenziale considerevole per le imprese svizzere globalizzate che possiedono filiali estere. Esse sarebbero così costrette ad offrire i propri prodotti con altre ragioni sociali e/o marchi.

► Questioni di legislazione doganale

Indicazioni di provenienza e regole d'origine: usi da rispettare

Come dimostrato dalle spiegazioni e dall'esempio sopra esposto, le imprese svizzere che esportano i propri beni e servizi e che operano a livello internazionale hanno un interesse primordiale affinché il progetto «Swissness» non sia in contraddizione con gli usi e le regolamentazioni internazionali. Le catene di creazione di valore delle nostre imprese sono sempre più internazionali. A seguito della divisione del lavoro a livello internazionale, la produzione di beni industriali include quasi sempre la trasformazione di materie prime o di prodotti semilavorati provenienti da diversi paesi. Dal punto di vista della legislazione doganale, le misure di politica commerciale come i contingentamenti e i dazi doganali preferenziali o quelli tendenti a lottare contro il dumping implicano la designazione di uno Stato unico quale paese d'origine di un prodotto. Questa attribuzione avviene sulla base delle norme legali dette «regole d'origine». Nel dibattito sul progetto «Swissness», questi ultimi sono a volte stati confusi con le indicazioni di provenienza. Per questo alcuni ritengono che i criteri che permettono di determinare le indicazioni di provenienza secondo il diritto dei marchi devono coincidere con quelli in vigore per le regole d'origine della legislazione doganale. Se anche il criterio del 50% ritenuto per lo «Swiss made» – come vuole la prassi attuale basata sul decreto sangallese – si incrocia con le regole d'origine non preferenziali in Svizzera, i due

concetti perseguono degli obiettivi diversi e non si fondano sulle stesse basi giuridiche:

- In Svizzera, le regole d'origine sono definite dall'Ordinanza sull'attestazione dell'origine non preferenziale delle merci (OOr): secondo quest'ultima, un prodotto è reputato di origine svizzera a condizione che esso adempia il criterio del 50% del valore di partenza dalla fabbrica, o che esso sia classificato a seguito della sua lavorazione in un'altra posizione tariffale dei prodotti di origine estera che entrano nella sua produzione, o che abbia subito un processo di trasformazione specifica. L'uno o l'altro di questi criteri può essere utilizzato.
- Le norme doganali non preferenziali (autonome) si distinguono dalle regole di origine preferenziali che derivano da oltre venti accordi di libero scambio. Questi ultimi fissano dei dazi doganali preferenziali (misure di sgravio o soppressione) per i prodotti originari degli Stati partner. Per quanto concerne i criteri che definiscono l'origine, essi sono negoziati bilateralmente e fissati in un protocollo.

► Definizione semplice e liberale delle regole d'origine

Per l'industria svizzera, una definizione semplice e liberale delle regole d'origine riveste grande importanza. Questo auspicio si basa in particolare sul mantenimento della possibilità di scegliere tra il cambiamento della posizione tariffale e il criterio del valore, nonché sull'allestimento il meno burocratico possibile delle attestazioni di origine. Inoltre, occorre migliorare il coordinamento delle regole d'origine, semplificarle e uniformarle.

► Tener conto degli usi in vigore

Lo scopo e la base legale delle regole d'origine dipendenti dalla legislazione doganale si distinguono nettamente dalle indicazioni di provenienza geografica. Vale quale prova l'esempio seguente: un'imbarcazione con bandiera svizzera che pesca del pesce di mare viene considerata, secondo l'art. 10 let. f dell'Ordinanza sull'attestazione d'origine non preferenziale delle merci, come appartenente alla categoria dei prodotti «interamente ottenuti sul territorio svizzero». Pertanto, se i criteri applicabili alle indicazioni di provenienza e alle regole d'origine fossero sistematicamente identiche, si correrebbe il rischio di incorrere in situazioni grottesche. Rimane sottinteso che l'adozione di regolamentazioni semplici ed efficaci, nonché lo sfruttamento delle sinergie sono importanti per la quotidianità dei problemi. Laddove si giustifica, occorre mantenere regole comprensibili e praticabili in vigore per le imprese e per le PMI. Se, in un determinato settore, l'uso in vigore dedica una concezione identica dell'indicazione di provenienza e delle regole d'origine, quest'ultimo deve essere preso in considerazione dalla Legge sulla protezione dei marchi. Nella realtà, si tratta di evitare delle contraddizioni fra il diritto dei marchi e la legislazione doganale.

► Cercare di isolare il mercato con il pretesto di «Swissness» è inaccettabile

Impegni bilaterali e multilaterali

Ogni tentativo di isolare il mercato nazionale servendosi di «Swissness» non farebbe progredire la nostra economia e contravverrebbe agli impegni internazionali della Svizzera. L'economie suisse rifiuta chiaramente ogni tentativo di protezionismo con il pretesto di «Swissness». La nostra agricoltura beneficia, a livello mondiale, di un livello di protezione molto elevato. Il tasso medio dei dazi doganali percepiti sui prodotti agricoli è del 43,5%, mentre esso non supera il 2,1% per i beni industriali. La conseguenza è in particolare che i prodotti agricoli nei paesi vicini costano fino al 50% in meno. Si è così tentati di pensare che l'introduzione della regola dell'80% delle materie prime in peso per meritare la menzione «Swiss made» costringerebbe l'industria alimentare svizzera a continuare ad utilizzare dei prodotti svizzeri più costosi, anche dopo l'apertura dei mercati nell'ambito dell'OMC o della conclusione di un accordo di libero scambio agricolo con l'UE. Nel caso specifico, avverrebbe il contrario: molte derrate alimentari non sarebbero più concorrenziali a livello internazionale. Di fronte a questa situazione, le imprese dovrebbero sia ricorrere alle materie prime straniere, sia trasferire la loro produzione all'estero, con conseguenze negative per la piazza economica svizzera. Mantenere artificialmente i prezzi elevati delle derrate agricole appoggiandosi a «Swissness» non è accettabile. Al contrario, la domanda e la qualità devono essere dei fattori che determinano il prezzo. Quanto alla compatibilità del progetto con gli impegni internazionali della Svizzera, essa dipenderà da una sola condizione: ossia che «Swissness» non sia ricompensato da un trattamento preferenziale o da una sovvenzione. Tali procedimenti sarebbero in effetti in netta contraddizione con i suddetti impegni internazionali. I tentativi di isolamento del mercato con il pretesto di «Swissness» sono inaccettabili.

► Il progetto «Swissness» contiene proposte che meritano di essere sostenute

Presa di posizione ed esigenze dell'economia

Le imprese svizzere sostengono l'obiettivo mirato dal Consiglio federale di difendere più efficacemente il marchio «Svizzera». La protezione della designazione «Svizzera» e della croce svizzera sono nell'interesse della nostra piazza economica. Gli strumenti proposti per limitare l'utilizzo abusivo dell'indicazione di provenienza svizzera, che migliorerebbero le possibilità di agire legalmente all'estero, meritano di essere sostenuti. Il progetto «Swissness» apporta inoltre maggior trasparenza in diversi settori. In particolare, la nuova regolamentazione sull'utilizzo della croce svizzera amplia le possibilità in materia e deve essere salutata.

Il progetto deve avere lo scopo di rafforzare la piazza economica svizzera e di proteggere più efficacemente i servizi e i prodotti delle imprese svizzere operanti nel paese e all'estero. In quest'ottica occorre interpretare l'art. 50 della Legge sulla protezione dei marchi: quest'ultimo invita espressamente il Consiglio federale a tener conto degli interessi specifici dell'economia e dei settori⁶. Ma il progetto «Swissness» contiene diverse proposte che avranno un'incidenza negativa sulle imprese svizzere e metteranno in pericolo i posti di lavoro. Numerose regolamentazioni proposte sono troppo rigide e inadeguate ai bisogni dei diversi settori. Così, il progetto «Swissness» comporterebbe degli aumenti massicci dei costi amministrativi e degli altri oneri finanziari non compensati da vantaggi per i consumatori. Esso implicherebbe inoltre che i prodotti di fabbricazione interamente indigena e dipendenti dalla tradizione svizzera non potreb-

⁶ Art. 50 Disposizioni particolari, Legge sulla protezione dei marchi: «Nell'interesse dell'economia in generale o di settori particolari, il Consiglio federale può precisare le condizioni alle quali un'indicazione di provenienza svizzera può essere utilizzata per determinati prodotti o servizi. In precedenza, esso ascolterà i Cantoni e le associazioni professionali o economiche interessate».

bero più essere distribuiti sotto il marchio «Swiss made». Questo non è né nell'interesse dell'economia svizzera né dei consumatori. Allo scopo di tener conto dei bisogni delle diverse categorie, il progetto deve, sui punti essenziali, essere alleggerito e adeguato alle realtà pratiche. Inoltre, gli usi devono essere maggiormente presi in considerazione.

Esigenze concrete

► Mantenere la flessibilità ed evitare l'isolamento del mercato

- La flessibilità di cui beneficiano attualmente i diversi settori per quanto concerne l'utilizzo dell'indicazione di provenienza «Svizzera» deve essere mantenuta. Per i prodotti naturali trasformati, la regola dell'80% (peso delle materie prime svizzere) deve essere sostituita da una scelta possibile tra il 60% del peso o della creazione di valore. Inoltre, una produzione integrale in Svizzera deve bastare per poter dichiarare un prodotto «Swiss made», questo indipendentemente dalla provenienza delle materie prime. La possibilità di precisare dei valori soglia tramite ordinanza (verso l'alto o verso il basso), nonché lo scopo principale dell'uso sono da garantire.
- Le filiali e le succursali estere la cui società madre è attiva in Svizzera dovrebbero poter commercializzare i propri prodotti e servizi in Svizzera sotto il nome del gruppo o la ragione sociale della società madre anche se questi contengono un'indicazione geografica.
- Se, in un determinato settore, esiste oggi una comprensione identica dell'indicazione di provenienza e delle regole d'origine, quest'ultima deve essere presa in considerazione dalla riveduta Legge sulla protezione dei marchi. Ogni contraddizione tra la protezione dei marchi e la legislazione doganale è da evitare nella prassi.
- La regolamentazione «Swissness» deve essere compatibile con gli impegni internazionali della Svizzera.
- Le imprese svizzere chiedono a gran voce un'economia di mercato aperta e favorevole alla concorrenza. Esse devono essere al riparo da qualsiasi rischio di discriminazione nei confronti della concorrenza internazionale. Il progetto «Swissness» non deve assolutamente erigere ostacoli al commercio.
- Una formulazione della legge chiara e facilmente comprensibile, in particolare per quanto concerne le modalità di calcolo di «Swissness» è un obiettivo da perseguire. La semplicità e il pragmatismo devono caratterizzare la sua applicazione. Ogni regolamentazione eccessiva è da evitare.

Informazioni

caroline.debuman@economiesuisse.ch
silvan.lipp@economiesuisse.ch

Impressum

economiesuisse, Federazione delle imprese svizzere
Hegibachstrasse 47, Casella postale, CH-8032 Zurigo
www.economiesuisse.ch