

Protection de la « Suissitude » adaptée aux besoins, gage d'une économie forte

dossierpolitique

22 mars 2010

Numéro 6

Amélioration de la protection du « Swiss

made » La marque « Suisse » a une valeur en soi. La plus-value apportée par la référence à la provenance helvétique d'un produit peut atteindre 20 % de son prix de vente. Cela revêt une grande importance tant pour les entreprises que pour la place économique suisses. Le projet « Swissness » du Conseil fédéral vise à préserver la valeur de la marque « Suisse » à long terme. Pour les entreprises, il est important que le niveau de protection soit adapté aux besoins spécifiques des branches sans engendrer des entraves et des coûts excessifs. Le projet « Swissness » ne répond pas à ces exigences. Pire, il se pourrait que certaines marchandises intégralement produites en Suisse ou des articles traditionnels suisses ne soient plus autorisés à porter le label « Swiss made ». Les coûts de production augmenteraient, entraînant des hausses de prix. Cela ne serait ni dans l'intérêt des entreprises ni dans celui des consommateurs.

Position d'economiesuisse

► economiesuisse est favorable à un renforcement des réglementations visant à lutter contre l'utilisation abusive de l'indication de provenance « Suisse ». L'organisation salue également la création d'une base légale autorisant l'utilisation de la croix suisse sur des produits. Afin de tenir compte des besoins des différentes branches, le projet doit, sur des points essentiels, être assoupli et mieux adapté aux réalités pratiques.

► Le projet doit avoir pour but de sauvegarder la flexibilité laissée aux branches, de renforcer la place économique suisse et de protéger plus efficacement les services et produits de nos entreprises. Il est en outre nécessaire qu'il tienne mieux compte des usages.

► La réglementation sur la « Suissitude » doit être coordonnée avec les réglementations internationales. Il faut veiller à ce qu'elle ne soit pas utilisée pour ériger de nouvelles entraves au commerce ou camoufler des pratiques discriminatoires. Des manœuvres visant à cloisonner le marché sous le couvert de la « Suissitude » sont inacceptables.

L'importance du « Swiss made » pour l'économie

► La « Suissitude » apporte une plus-value.

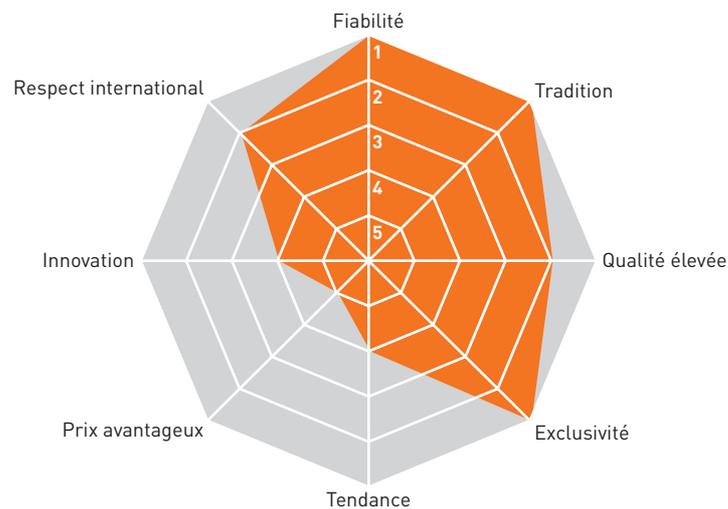
Dans le monde entier, l'ajout du qualificatif « Suisse » comme co-marque sur des produits et services est synonyme de qualité, de sécurité et de fiabilité. Un atout précieux pour les entreprises helvétiques. En effet, selon une étude de l'Université de Saint-Gall, la référence à la Suisse peut représenter jusqu'à 20 % du prix de vente de marchandises typiquement suisses, de produits naturels agricoles ou de certains biens de consommation destinés à l'exportation¹. Et les branches économiques suisses par excellence que sont l'horlogerie, la production de fromage et la fabrication de chocolat ne sont pas seules à en profiter : en incluant dans le calcul l'industrie des machines, le Conseil fédéral estime la plus-value à 5,8 mrd fr. par an.

Etude sur le « Swiss made »

► L'étude intitulée « Swissness Worldwide 2008 » révèle que les produits suisses sont prisés pour leur fiabilité ainsi que pour leur caractère exclusif et traditionnel. Par rapport à ces trois critères, ils sont en tête des classements internationaux. En outre, on leur reconnaît un haut niveau de qualité, et ils sont respectés internationalement.

Signification de la « Suissitude »

Comparaison internationale des forces et des faiblesses des produits indigènes.



Source : Avenir Suisse 2009, «Swissness Worldwide 2008»

► Protection adéquate du « Swiss made » pour les entreprises suisses.

La « Suissitude » est un important facteur de succès. Dès lors, les entreprises suisses ont intérêt à ce que la marque « Suisse » soit efficacement protégée. Du fait de sa bonne réputation, les fraudeurs sont inmanquablement tentés de commercialiser sous le nom « Suisse » des produits et des services qui n'ont pas de véritable lien avec notre pays. De tels abus, mais aussi la difficulté de faire respecter hors de nos frontières des indications de provenance telles que « Suisse », « Swiss », « Made in Switzerland », etc., sont susceptibles de nuire à l'image de la Suisse, ce qui aurait des conséquences négatives pour la place économique. Protéger la désignation « Suisse » et la croix suisse est dès lors dans l'intérêt de nombreuses branches de notre économie. Au-delà de l'horlogerie ou de l'industrie alimentaire, l'industrie des machines a par exemple aussi tout à gagner à ce que le qualificatif « Suisse » continue d'incarner la qualité, à ce qu'il conserve sa bonne réputation et ne soit pas dévalorisé.

¹ Cf. Stephan Feige, Benita Brockdorff, Karsten Sausen, Peter Fischer, Urs Jaermann, Sven Reinecke, Swissness Worldwide – Internationale Studie zur Wahrnehmung der Marke Schweiz. Etude de l'Université de Saint-Gall et al. 2008.

Mesures à prendre pour protéger la « Suissitude »

► Loi sur la protection des marques en vigueur et questions ouvertes.

En principe, selon la loi sur les marques en vigueur, la provenance d'une marchandise est déterminée en fonction du lieu de sa fabrication ou de la provenance des matières premières et des composants utilisés. Sur cette base, le Conseil fédéral peut définir par voie d'ordonnance en des termes plus précis les conditions que les produits doivent satisfaire, ce qu'il a fait en édictant l'ordonnance réglant l'utilisation du nom « Suisse » pour l'industrie horlogère. L'art. 48, al. 3 et l'art. 49 al. 3 de la loi sur les marques imposent en outre la prise en compte des usages². Dans la pratique toutefois, ces dispositions n'ont guère de poids. Et il n'existe aucune autre réglementation spéciale fondée sur la loi sur la protection des marques. Dans la pratique, on se fonde sur un jugement du tribunal de commerce de Saint-Gall de 1992 rendu dans une affaire concernant des produits textiles. En vertu de ce dernier, un produit ne peut être désigné comme étant « Suisse » que si les processus réalisés en Suisse représentent 50 % au moins des coûts de production totaux. Il est en outre précisé que les processus de fabrication décisifs doivent avoir lieu en Suisse. En revanche, l'arrêt ne précise pas ce que cela signifie en détail.

► Préserver la flexibilité des branches est une nécessité absolue.

Il en ressort que les réglementations ne sont pas suffisamment concrètes et doivent être précisées. Dans l'optique d'une amélioration de la protection de la marque « Suisse », les entreprises helvétiques ont un intérêt primordial à ce que le projet ne supprime pas les distinctions entre les secteurs d'activité et groupes de produits. Au contraire, il y a lieu de prêter une attention soutenue aux particularités des diverses branches et de rechercher des solutions souples qui en tiennent compte. Le degré de protection doit être adapté à leur situation spécifique, sinon on court le risque d'empêcher des entreprises d'exploiter des opportunités existantes. Une protection de la « Suissitude » trop restrictive ou inadaptée aux besoins coûterait cher à l'économie.

► La « Suissitude » ne doit entraver la concurrence.

La protection des indications de provenance s'appuie sur le droit régissant l'utilisation des signes distinctifs, la répression de la concurrence déloyale et la garantie de la sécurité du droit. L'économie suisse a intérêt à conserver une protection équilibrée et crédible de la « Suissitude ». Il faut veiller notamment à ce que les conditions définies pour l'utilisation de la désignation « Swiss made » ne soient pas excessives. Pour ce qui est de la concurrence, une comparaison avec les pratiques prévalant au-delà de nos frontières s'impose. Il convient d'éviter que l'on se retrouve dans une situation où les producteurs des pays voisins seraient soumis à des exigences considérablement moins sévères que les nôtres en matière d'utilisation de leur emblème national. Si l'on n'y prend pas garde, nos producteurs pourraient être sérieusement pénalisés face à la concurrence internationale.

► La « Suissitude » et la mondialisation.

La place économique suisse a connu des mutations profondes ces deux dernières décennies. Du fait de la mondialisation croissante de l'économie, nombre d'entreprises suisses ont délocalisé des parties de leur production à l'étranger afin d'optimiser leur chaîne de création de valeur, renforçant et assurant ainsi leur présence en Suisse. Ce phénomène de mondialisation avec une division internationale du travail est une dimension qu'il faut davantage prendre en compte. Dans une économie mondialisée, déterminer la provenance de produits est un exercice complexe dans la mesure où certaines matières premières ou certains produits semi-finis sont achetés à l'étranger et que certaines de ces pratiques sont devenues des usages. Des exigences restrictives ne doivent pas non plus être détournées à des fins protectionnistes. En effet, un cloisonnement du marché aurait des inconvénients majeurs pour les entreprises et les consommateurs.

² On entend par usage une pratique commerciale établie («usage commercial»).

Le projet « Swissness » du Conseil fédéral

► Critères pour la détermination de la provenance géographique.

Fin novembre 2007, le Conseil fédéral a soumis en consultation deux avant-projets en vue de la révision de la loi sur la protection des marques et de celle de la loi fédérale sur la protection des armoiries³. À l'issue de la procédure, le Conseil fédéral a adopté, le 18 novembre 2009, le message sur le projet « Swissness »⁴. Le gouvernement s'y donne pour objectif la protection de la valeur de la marque « Suisse » à long terme. Il propose d'ancrer dans la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance (loi sur la protection des marques) de nouveaux critères pour déterminer avec plus de clarté et de précision la provenance géographique d'un produit. Les marchandises sont classées en trois catégories : les produits naturels, les produits naturels transformés et les produits industriels (y compris tous les produits n'appartenant pas aux deux premières catégories). S'agissant des règles en matière d'utilisation de l'indication de provenance « Suisse » sur les produits naturels, les produits industriels et les services, il n'y a pas de changements importants par rapport au projet soumis en consultation. Par contre, les critères applicables aux produits naturels transformés ont été sensiblement durcis.

Réglementation applicable aux indications de provenance

► A quelles conditions un produit peut-il être déclaré « suisse » ?

Au regard du projet « Swissness », une indication de provenance telle que « Suisse » ou « Genève » peut être utilisée en rapport avec un produit donné si les critères prévus pour la catégorie dont il relève sont remplis :

- Pour les produits naturels, le critère déterminant dépend de leur nature. Ainsi, pour des plantes, on retient le lieu de la récolte ou, dans le cas d'une eau minérale, celui de la source.
- Pour les produits naturels transformés (la plupart des denrées alimentaires), 80 % au moins du poids des matières premières doit provenir de Suisse. Il est cependant prévu de pouvoir exclure de ce calcul des matières premières inexistantes en Suisse (par exemple le cacao) ou qui y seraient temporairement indisponibles (par exemple chute du volume des récoltes à la suite d'intempéries). En revanche, des motifs purement économiques (par exemple le prix inférieur des matières premières à l'étranger) ne justifient pas d'exception. À cette première condition s'ajoute une deuxième, à remplir également : l'activité conférant au produit ses principales propriétés doit s'être déroulée en Suisse (par exemple la transformation de lait en fromage).
- Pour les produits industriels, 60 % au moins des coûts de production doivent être engendrés en Suisse. Dans le calcul de ces derniers peuvent être inclus les coûts de recherche-développement. En outre, les exceptions prévues pour les produits naturels transformés sont également applicables (par exemple lorsque des métaux inexistantes en Suisse sont utilisés pour la fabrication d'une machine). Enfin, la seconde condition selon laquelle l'activité conférant au produit ses propriétés essentielles doit être accomplie en Suisse est également requise pour les produits industriels.

³ Les avant-projets et le rapport explicatif sont téléchargeables sous <http://www.ige.ch/d/jurinfo/j108.shtm>. Cf. également *economiesuisse*, Protection de la «marque Suisse»: le projet du Conseil fédéral relatif à la «suissitude», dossier politique du 26 mars 2008. Téléchargeable sous www.economiesuisse.ch.

⁴ Cf. Message du 18 novembre 2009 relatif à la modification de la loi sur la protection des marques et à la loi fédérale sur la protection des armoiries de la Suisse et autres signes publics (projet Swissness). Téléchargeable sous <http://www.admin.ch/ch/d/ff/2009/8533.pdf>

- ▶ Une entreprise est autorisée à commercialiser des services qualifiés de suisses pour autant que son siège se trouve en Suisse et qu'elle y exploite un centre administratif réel.

Utilisation de la croix suisse

- ▶ Apposer la croix suisse sur un produit sera désormais autorisé.

La révision de la loi sur la protection des armoiries entend introduire une distinction claire entre, d'une part, la protection des armoiries de la Confédération (croix suisse figurant dans un écusson) et, d'autre part, la protection du drapeau suisse et de la croix suisse. Tandis que les armoiries demeurent réservées à l'usage exclusif de la Confédération, des entreprises pourront apposer le drapeau et la croix suisses sur des produits pour autant que les conditions d'utilisation de la désignation «Suisse» soient remplies.

Registre des indications géographiques

- ▶ Instruments de lutte contre les abus.

En raison du succès croissant de la « Suissitude », les abus tendent à se multiplier à l'étranger, avec le risque de nuire à la bonne réputation de la marque « Suisse ». Or, assurer la protection d'indications de provenance est particulièrement malaisé au-delà des frontières. L'interprétation des accords internationaux et la jurisprudence en la matière sont le plus souvent vagues, ce qui complique les procès. Aujourd'hui, on tend à renoncer la plupart du temps aux démarches judiciaires visant à faire appliquer le droit à l'étranger faute d'ayants droit susceptibles de démontrer comment est réglée et défendue l'utilisation de la désignation « Suisse » et de la croix suisse. Ce problème est abordé dans le projet de loi.

- ▶ Nouveau registre des données géographiques.

S'agissant des produits agricoles, la possibilité existe aujourd'hui déjà de faire protéger officiellement des indications de provenance géographique au moyen d'une inscription dans un registre. Or, à l'avenir, il sera également possible de faire inscrire des marques géographiques pour des produits non agricoles dans un registre qui sera tenu par l'Institut fédéral de la protection intellectuelle (par exemple « Genève » pour les montres) et ainsi de bénéficier d'une protection officielle. Cela simplifiera nettement la mise en œuvre concrète d'une protection à l'étranger pour les titulaires de droits qui seront désormais clairement identifiables. En outre, le Conseil fédéral s'engage pour la protection des indications de provenance dans le cadre d'accords de libre-échange. Un objectif qui a déjà été atteint en ce qui concerne les relations entre la Suisse et le Japon, pays avec lequel un accord est entré en vigueur le 1er septembre 2009.

Appréciation du projet du point de vue de l'économie

- ▶ Les entreprises suisses soutiennent l'objectif visé par le projet.

l'économiesuisse soutient en principe l'objectif du projet, qui est de protéger durablement la marque « Suisse ». Des mesures se révèlent en effet nécessaires dans le domaine régi par la loi sur la protection des armoiries et au niveau de l'application du droit à l'étranger. En outre, le projet doit viser à renforcer la place économique suisse et à garantir que les entreprises suisses ne soient pas discriminées par rapport à leurs concurrents des pays voisins. Dans ce contexte, il est important de maintenir la possibilité d'adopter des solutions souples et de pouvoir prendre dûment en considération les usages actuels.

► Souplesse insuffisante dans le domaine des denrées alimentaires.

Produits naturels transformés

Le nouveau projet « Swissness » exige qu'un minimum de 80 % du poids des matières premières entrant dans la composition des produits naturels transformés (notamment les denrées alimentaires) proviennent de Suisse. Par rapport au projet initial, qui prévoyait un seuil de 60 % des coûts de production comme critère décisif pour le droit à l'utilisation de la désignation « Suisse » pour un produit, le projet actuel contient des exigences nettement plus strictes. À cela s'ajoute que le critère actuel de la valeur est remplacé par une notion de poids. Cela aurait pour conséquence que des produits reconnus traditionnellement comme suisses, par exemple certains biscuits réputés, ne pourraient plus être déclarés de provenance helvétique⁵. Dès lors, un produit même fabriqué de A à Z en Suisse mais dont plus de 20 % des matières premières seraient d'origine étrangère ne pourrait plus porter la mention « Swiss made ». Par ailleurs, les producteurs devraient examiner chacun de leurs produits pour établir s'il satisfait les nouveaux critères de calcul de la « Suissitude ». En outre, on peut s'attendre à devoir ajouter aux coûts administratifs et financiers ceux liés à la nécessité de changer de mode de production ou de fournisseurs. La réglementation proposée dans le message va dès lors trop loin et soumettrait la production suisse à des exigences démesurées. Les entreprises suisses perdraient de leur compétitivité, et les consommateurs en feraient aussi les frais du fait de prix plus élevés.

Exemple « Le Parfait »

Depuis plus de cinquante ans, les Suisses consomment la pâte à tartiner à base de foie « Le Parfait ». Cette denrée produite à 100 % en Suisse et vendue uniquement sur le marché national est fabriquée à partir de matières premières provenant en partie de l'étranger. Aujourd'hui, la loi en vigueur exige qu'en valeur, au moins 50 % des ingrédients soient d'origine indigène pour que le produit soit considéré comme « Swiss made ». Le projet du Conseil fédéral pose des conditions beaucoup plus strictes, à savoir qu'il remplace le critère de la valeur par celui du poids des matières premières et fixe la barre à 80 %. Pour l'entreprise suisse traditionnelle qui produit « Le Parfait », cela signifie qu'elle ne pourrait plus vendre sa spécialité fabriquée à 100 % en Suisse en tant que produit indigène parce que, dans sa recette, la part des ingrédients importés dépasse la limite autorisée, soit 20 % du produit en poids.

► Charges financières supplémentaires également pour les PME.

Produits industriels

Pour les produits industriels, le projet « Swissness » définit que 60 % au minimum de la création de valeur doit être « Suisse ». Les coûts de production constituent le critère déterminant, mais les coûts de recherche-développement pourront désormais être inclus dans le calcul. Le nouveau pourcentage fixé est de 10 % supérieur à celui en vigueur aujourd'hui, ce qui ne va pas sans poser de problèmes. En raison des accords de libre-échange conclus par la Suisse avec de nombreux États, une grande partie des matériaux de base utilisés dans l'industrie sont achetés à l'étranger. Diverses branches industrielles, tels les producteurs de composants, ne pourraient atteindre le seuil de 60 % requis qu'à coup de charges financières et administratives très lourdes, voire pas du tout. Ces surcoûts seraient très difficilement supportables notamment pour les PME

⁵ Ainsi, les deux fabriques suisses de biscuits Hug et Kambly se trouveraient dans l'impossibilité de continuer à vendre certains articles de leur assortiment en tant que produits suisses. Cf. Handelszeitung du 12 février 2010. De même, des articles de marques connues telles Mövenpick ou Thomy ne pourraient plus porter le label « Swiss made ».

et entraîneraient aussi des hausses de prix pour les consommateurs.

Exemple de l'industrie

Le projet « Swissness » aurait par exemple des répercussions négatives pour les fabricants de composants, tels que les câbles de signalisation ou les accumulateurs. Un grand nombre d'entreprises actives dans ces domaines devraient revoir leur mode de production et changer de fournisseurs afin d'atteindre le seuil des 60 % et ainsi pouvoir continuer à commercialiser leurs produits sous le label « Swiss made ». Pour elles, le changement de régime engendrerait non seulement des surcoûts importants – sans bénéfice supplémentaire pour le consommateur – mais encore une pénalité majeure face à la concurrence internationale. Si elles renoncent à procéder aux changements coûteux qu'implique une mise en conformité, la réputation et la valeur ajoutée de leurs produits en pâtira, au grand dam de la place économique suisse.

► Risques de contradiction entre le droit des marques et la législation douanière.

Enfin, on ne saurait non plus ignorer le cadre juridique actuel, en particulier les règles d'origine (voir plus de détails à ce propos dans le chapitre consacré aux indications de provenance et règles d'origine). Divers pays exigent que la mention de la provenance figure sur le produit et l'emballage. Or, le projet « Swissness » interdit que l'on mentionne « Swiss origin » sur un produit ne satisfaisant pas au critère des 60 % de valeur. Si une entreprise confrontée à cette problématique entend continuer à exporter les marchandises qu'elle produit vers ces pays, elle s'expose à une amende.

Services

► La réglementation proposée doit être complétée.

Selon le projet « Swissness », une entreprise peut proposer des services « Suisses » pour autant que son siège soit situé en Suisse et qu'elle y possède effectivement un centre administratif. L'économie salue ce principe, mais la réglementation doit être complétée : à la différence de la situation actuelle mais aussi de la première version du projet, le projet actuel n'englobe pas les filiales étrangères d'un groupe helvétique. Cela signifie qu'une filiale étrangère d'un groupe suisse dont la raison sociale et/ou la marque inclut une référence géographique, comme Swisscanto, Zurich Financial Services, Banque cantonale zurichoise, Credit Suisse, Bâloise Assurances, Swiss Life ou Swiss Re, ne serait plus autorisée à proposer ses services en Suisse sous son nom usuel, qui contient une indication géographique, quand bien même ladite référence figure dans la raison sociale ou le nom du groupe et qu'elle fait partie intégrante du nom de l'entreprise ou du groupe. Or, dans le contexte de la mondialisation et d'une économie interconnectée avec une division internationale du travail, il importe de combler cette lacune. Les filiales et les succursales étrangères, dont la société mère est active en Suisse, doivent pouvoir utiliser le nom du groupe et la raison sociale de la société mère suisse pour commercialiser des produits et des services en Suisse même s'ils contiennent une indication géographique.

Exemple des banques

En cas de mise en œuvre du nouveau projet du Conseil fédéral, la filiale luxembourgeoise d'une banque cantonale suisse ne serait plus autorisée à proposer à la clientèle suisse un fonds créé par elle sous la marque ou la raison sociale du groupe. Un tel régime engendrerait un désavantage concurrentiel considérable pour les entreprises suisses globalisées possédant des filiales étrangères. Elles seraient ainsi contraintes d'offrir leurs produits sous d'autres raisons sociales et/ou marques selon les pays.

Indications de provenance et règles d'origine : usages à respecter

► Questions de législation douanière.

Comme l'ont montré les explications et l'exemple ci-dessus, les entreprises suisses exportant leurs biens et services et opérant à l'échelle internationale ont un intérêt primordial à ce que le projet « Swissness » ne soit pas en contradiction avec les usages et les réglementations internationales applicables. Les chaînes de création de valeur de nos entreprises sont de plus en plus internationales. Du fait de la division du travail à l'échelle internationale, la fabrication de biens industriels inclut presque toujours la transformation de matières premières ou de produits semi-finis provenant de plusieurs pays. Or, les mesures de politique commerciale tels que les contingentements et les droits de douane préférentiels ou celles visant à lutter contre le dumping impliquent de pouvoir désigner un État unique en tant que pays d'origine d'un produit sous l'angle de la législation douanière. Cette attribution se fait sur la base de normes légales dites « règles d'origine ». Dans le débat sur le projet « Swissness », ces dernières ont parfois été confondues avec les indications de provenance. C'est pourquoi certains estiment que les critères permettant de déterminer les indications de provenance selon le droit des marques doivent coïncider avec ceux en vigueur pour les règles d'origine de la législation douanière. Quand bien même le critère des 50 % en tant que valeur seuil retenue pour le « Swiss made » – comme le veut la pratique actuelle fondée sur l'arrêt saint-gallois – se recoupe avec les règles d'origine non préférentielles en Suisse, les deux concepts poursuivent des objectifs différents et ne reposent pas sur les mêmes bases juridiques :

- En Suisse, les règles d'origine sont définies par l'ordonnance sur l'attestation de l'origine non préférentielle des marchandises (OOr) : selon celle-ci, un produit est réputé d'origine suisse à condition qu'il remplisse le critère des 50 % de la valeur départ usine, ou qu'il soit classé du fait de son ouvraison dans une autre position tarifaire que les produits d'origine étrangère entrant dans sa fabrication, ou qu'il ait subi un processus de transformation spécifique. L'un ou l'autre de ces critères peut être utilisé.
- Les normes douanières non préférentielles (autonomes) se distinguent des règles d'origine préférentielles qui découlent de plus de vingt accords de libre échange. Ces derniers fixent des droits de douane préférentiels (mesures d'allègement ou suppression) pour les produits originaires des États parties. Quant aux critères définissant l'origine, ils sont négociés bilatéralement et fixés dans un protocole.

► Définition simple et libérale des règles d'origine.

Pour l'industrie suisse, une définition simple et libérale des règles d'origine revêt une grande importance. Ce vœu porte notamment sur le maintien de la possibilité de choisir entre le changement de position tarifaire et le critère de la valeur ainsi que sur l'établissement le moins bureaucratique possible des attestations d'origine. En outre, il y a lieu d'améliorer la coordination des règles d'origine, de les simplifier et de les uniformiser.

► Tenir compte des usages en vigueur.

Le but et la base légale des règles d'origine relevant de la législation douanière se distinguent certes nettement des indications de provenance géographique. On en voudra pour preuve l'exemple suivant : du poisson de mer pêché par un navire battant pavillon suisse est réputé, selon l'art. 10 let. f de l'Ordonnance sur l'attestation de l'origine non préférentielle des marchandises, comme appartenant à la catégorie des produits « entièrement obtenus sur le territoire » suisse. Dès lors, si les critères applicables aux indications de provenance et aux règles d'origine étaient systématiquement identiques, on courrait le risque d'aboutir à des résultats parfois grotesques. Il n'en demeure pas moins que l'adoption de réglementations simples et efficaces de même que l'exploitation de synergies sont importantes pour le quotidien des affaires. Là où cela se justifie, il convient de conserver les règles compréhensibles et praticables en vigueur pour les entreprises et les PME. Si, dans un domaine donné, l'usage en vigueur consacre une conception identique de l'indication de provenance et des règles d'origine, celui-ci doit être pris en considération par le projet de loi « Swissness ». Dans la pratique, il s'agit d'éviter des contradictions entre le droit des marques et la législation douanière.

Engagements bilatéraux et multilatéraux

► Chercher à cloisonner le marché sous le couvert de la « Suissitude » est inacceptable.

Toute tentative de cloisonner le marché national en se servant de la « Suissitude » ne ferait pas avancer les choses et contreviendrait aux engagements internationaux de la Suisse. *economiesuisse* rejette clairement toute tentative de protectionnisme sous le couvert de la « Suissitude ». Notre agriculture bénéficie, à l'échelle mondiale, d'un niveau de protection très élevé. Le taux moyen des droits de douane perçus sur les produits agricoles s'élève à 43,5 %, tandis qu'il ne dépasse pas 2,1 % pour les biens industriels. La conséquence en est notamment que les produits agricoles dans les pays voisins coûtent jusqu'à 50 % de moins. Aussi est-on tenté de penser que l'introduction de la règle des 80 % de matières premières en poids pour mériter la mention « Swiss made » obligerait l'industrie alimentaire suisse à continuer à utiliser des produits suisses plus chers, cela même après l'ouverture des marchés dans le cadre de l'OMC ou de la conclusion d'un accord de libre échange agricole avec l'UE. En l'occurrence, c'est le contraire que se produirait : beaucoup de denrées alimentaires ne seraient plus concurrentielles au niveau international. Face à cette situation, les entreprises devraient soit recourir aux matières premières étrangères soit déplacer leur production à l'étranger, avec des conséquences négatives pour la place économique suisse. Maintenir artificiellement les prix élevés des denrées agricoles en s'appuyant sur la « Suissitude » n'est pas praticable. Au contraire, la demande et la qualité doivent être les facteurs qui déterminent le prix. Quant à la compatibilité du projet avec les engagements internationaux de la Suisse, elle dépendra d'une seule condition : à savoir que la « Suissitude » ne soit pas « récompensée » par un traitement préférentiel ou une subvention. De tels procédés seraient en effet en nette contradiction avec lesdits engagements internationaux. Des tentatives de cloisonnement du marché sous le couvert de la « Suissitude » sont inacceptables.

Prise de position et exigences de l'économie

► Le projet « Swissness » contient des propositions qui méritent d'être soutenues.

Les entreprises suisses soutiennent l'objectif visé par le Conseil fédéral de défendre plus efficacement la marque « Suisse ». La protection de la désignation « Suisse » et de la croix suisse sont dans l'intérêt de notre place économique. Les instruments proposés pour endiguer l'utilisation abusive de l'indication de provenance « Suisse », qui amélioreront les possibilités d'agir en justice

à l'étranger et d'y faire appliquer le droit, méritent d'être soutenus. Le projet « Swissness » apporte en outre plus de clarté dans divers domaines. En particulier, la nouvelle réglementation élargit les possibilités d'utilisation de la croix suisse et doit être saluée.

► Un projet « Swissness » plus souple et mieux adapté aux réalités pratiques est souhaité.

Le projet doit avoir pour but de renforcer la place économique suisse et de protéger plus efficacement les services et produits des entreprises suisses opérant dans le pays et à l'étranger. C'est dans cette perspective qu'il y a lieu d'interpréter l'art. 50 de la loi sur la protection des marques : ce dernier invite expressément le Conseil fédéral à tenir compte des intérêts particuliers de l'économie et des branches⁶. Mais le projet « Swissness » contient diverses propositions qui auront une incidence négative sur les entreprises suisses et mettront en péril des postes de travail. Nombre de réglementations proposées sont trop rigides et inadaptées aux besoins des divers secteurs. Ainsi, le projet « Swissness » entraînerait des hausses importantes de coûts administratifs et autres charges financières non compensées par des avantages pour les consommateurs. Il aurait aussi pour conséquence que des produits de fabrication entièrement indigène et relevant de la tradition suisse ne pourraient plus être distribués sous l'enseigne « Swiss made ». Cela n'est ni dans l'intérêt de l'économie suisse ni dans celui des consommateurs. Afin de tenir compte des besoins des différentes branches, le projet doit, sur des points essentiels, être assoupli et mieux adapté aux réalités pratiques. De plus, les usages doivent davantage être pris en considération.

Exigences concrètes

► Maintenir la souplesse et éviter le cloisonnement du marché.

► La souplesse dont jouissent actuellement les diverses branches en ce qui concerne l'utilisation de l'indication de provenance « Suisse » doit être maintenue. Pour les produits naturels transformés, la règle des 80 % de matières premières suisses en poids doit être remplacée par un choix possible entre 60 % du poids ou de la création de valeur. En outre, une production intégrale en Suisse doit suffire pour pouvoir déclarer un produit « Swiss made », cela indépendamment de la provenance des matières premières. La possibilité de préciser des valeurs seuils par voie d'ordonnance (vers le haut comme vers le bas) ainsi que la primauté des usages sont à garantir. L'indication de provenance au sens d'une marque de qualité doit pouvoir être réglée de manière nuancée selon la branche et le type de produits. En allant trop loin, la réglementation risque de remettre en cause la révision de la loi sur la protection des marques.

► Les filiales et succursales étrangères dont la société mère est active en Suisse doivent pouvoir commercialiser leurs produits et services en Suisse sous le nom du groupe ou la raison sociale de la société mère même s'ils contiennent une indication géographique.

► Si, dans un domaine donné, l'usage en vigueur consacre une conception identique de l'indication de provenance et des règles d'origine, celui-ci doit être pris en considération par le projet de loi « Swissness ». Toute contradiction entre la protection des marques et la législation douanière est à éviter dans la pratique.

⁶ Art. 50 Dispositions particulières, Loi sur la protection des marques : « Dans l'intérêt de l'économie en général ou de secteurs particuliers, le Conseil fédéral peut préciser les conditions auxquelles une indication de provenance suisse peut être utilisée pour des produits ou des services déterminés. Auparavant, il entendra les cantons et les associations professionnelles ou économiques intéressés. »

- ▶ La réglementation de la « Suissitude » doit être compatible avec les engagements internationaux de la Suisse.
- ▶ Les entreprises suisses appellent de leurs vœux une économie de marché ouverte et favorable à la concurrence. Elles doivent être à l'abri de tout risque de discrimination face à la concurrence internationale. Le projet « Swissness » ne saurait servir à dresser des entraves au commerce.
- ▶ Une formulation de la loi claire et aisément compréhensible, en particulier en ce qui concerne les modalités de calcul de la « Suissitude », est un objectif à viser. La simplicité et le pragmatisme doivent caractériser son application. Toute réglementation excessive est à éviter.

Pour toutes questions :

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

economiesuisse, Fédération des entreprises suisses
1, Carrefour de Rive, case postale, 1211 Genève 3
www.economiesuisse.ch