

La croix suisse peut désormais figurer sur les emballages

Un nombre croissant d'entreprises utilisent des dénominations telles que «Suisse», «qualité suisse», «made in Switzerland» et la croix suisse pour promouvoir leurs produits et leurs services. Comme les consommateurs sont prêts à déboursier davantage dans ce cas, la «marque Suisse» vaut son pesant d'or. Que ce soit dans notre pays ou à l'étranger, elle attire de nombreux fraudeurs qui l'apposent sur leurs produits. Abusives ou discutables, de telles pratiques contribuent à l'érosion de la marque et lui font perdre de sa valeur. Que prévoit le projet «Swissness» pour les produits alimentaires et industriels?



Bien que la croix suisse ne puisse être utilisée à des fins commerciales en vertu du droit actuel, on la trouve sur une quantité de produits.

Photo: Keystone

Les produits et les services suisses sont particulièrement appréciés des consommateurs. Leur excellente réputation, à l'intérieur du pays comme à l'étranger, n'a donc rien d'étonnant. Cela apparaît dans plusieurs études et sondages; citons le plus récent: *Swissness Worldwide 2013*¹. C'est pourquoi certains produits suisses peuvent se vendre plus cher que d'autres comparables d'origine étrangère ou inconnue. C'est ce qu'on appelle la plus-value liée au

«Swissness». Un nombre croissant d'entreprises apposent ainsi la croix suisse ou une autre référence aux origines helvétiques de leurs produits à côté de leur propre marque («co-branding»). Or, l'usage de cet emblème à des fins commerciales est interdit en vertu du droit actuel.

Protéger une marque qui gagne

Le succès rencontré par la «marque Suisse» s'est accompagné d'une forte progression des utilisations abusives. Cette situation a donné lieu à des plaintes des milieux économiques et des consommateurs, puis au dépôt d'interventions parlementaires. Souhaitant désormais prévenir de tels abus et préserver la plus-value liée à la marque, le Parlement a adopté la réglementation «Swissness» le 21 juin 2013, au terme de plus de trois ans d'intenses débats. Il a approuvé à une large majorité la modification des lois sur la protection des marques et celle des armoiries publiques, que proposait le Conseil fédéral.

Le 20 juin dernier, le Conseil fédéral a ouvert la procédure de consultation relative



Stefan Szabo
Porte-parole et collaborateur du service juridique Droit de la propriété intellectuelle, Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI)



Patrick Aebi
Chef du secteur Promotion de la qualité et des ventes, Office fédéral de l'agriculture (OFAG)

aux quatre ordonnances d'exécution «Swissness». Celles-ci précisent les modifications législatives adoptées précédemment par le Parlement quant à l'usage de l'indication «Suisse» et de la croix suisse pour tous les produits et services.

Quels sont les objectifs de la réglementation «Swissness»?

La révision vise à renforcer la protection dont jouissent l'indication de provenance «Suisse» et la croix fédérale, notamment pour faciliter les procédures judiciaires à l'intérieur comme à l'extérieur de nos frontières. C'est pourquoi le législateur a défini de nouveaux instruments juridiques, tels que le registre des indications géographiques pour les produits non agricoles (sur le modèle du registre pour les produits agricoles tenu par l'Ofag), la marque géographique et des peines plus sévères. Les nouvelles dispositions donnent également à l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) qualité pour agir dans des cas d'abus manifestes.

L'inscription de règles précises régissant la provenance géographique d'un produit ou d'un service dans la loi sur la protection des marques est au cœur de la révision. Les critères qui y sont énumérés déterminent dans quelle mesure un produit peut être qualifié de «suisse».

La révision a également pour objectif de lever l'interdiction, jugée obsolète aujourd'hui, d'employer la croix suisse sur les produits, alors même qu'ils sont suisses! Seuls les agents économiques qui décident, de leur plein gré, de faire usage de cet emblème ou de l'indication «Suisse» sur leurs produits et leurs services sont tenus de se conformer à la nouvelle réglementation «Swissness». Celle-ci prévoit des règles différentes pour les denrées alimentaires et pour les produits industriels. Cela se justifie par le fait que les attentes des consommateurs ne sont pas les mêmes selon qu'ils achètent du fromage ou une brosse à dents suisses.

Déterminer la provenance suisse des denrées alimentaires

L'utilisation intensive de la «marque Suisse» dans le marketing alimentaire montre la valeur et l'importance que les consommateurs accordent à ce label. C'est ce qui ressort clairement d'un sondage⁵ bisannuel réalisé par l'Ofag sur les préférences des consommateurs, le dernier datant de 2013. Ainsi, 84% d'entre eux préfèrent acheter des œufs suisses plutôt qu'étrangers, 73% pour le lait et les produits

laitiers, 63% pour les produits céréaliers et 59% pour la charcuterie. Les chiffres sont du même ordre pour la plupart des autres produits alimentaires.

Les utilisations abusives ou discutables de la «marque Suisse» dans le cas des produits alimentaires écornent son image et en diminuent la valeur. Les produits suisses issus du secteur primaire font plutôt partie du segment de prix supérieur si l'on procède à une comparaison internationale: cette dépréciation est donc particulièrement préjudiciable, car elle menace d'éroder à terme la valeur de la marque sur le marché.

Après de longues délibérations, les Chambres fédérales ont fini par adopter, le 21 juin 2013, le message du Conseil fédéral portant révision de la loi sur la protection des marques. Il s'agit là d'une étape importante permettant de mieux protéger la «marque Suisse» et la croix fédérale, notamment dans le cas des denrées alimentaires.

La loi émet des exigences en la matière qui sont déjà relativement précises. Elle prescrit ainsi que l'étape essentielle de transformation doit avoir lieu en Suisse et que 80% du poids des matières premières composant la denrée alimentaire doit aussi provenir de Suisse. Ce pourcentage doit même atteindre 100% pour le lait et les produits laitiers. La loi prévoit également des exceptions dont il faut tenir compte en calculant la part minimale de «Swissness» requise:

- les produits naturels qui ne peuvent pas être produits en Suisse en raison des conditions naturelles (par exemple les citrons et les poissons de mer);
- les matières premières dont le taux d'autoapprovisionnement est inférieur à 20% (par exemple les noisettes);
- les produits naturels qui ne sont pas disponibles en raison de mauvaises récoltes;
- les matières premières pour lesquelles le taux d'autoapprovisionnement se situe entre 20 et 49,9% (par exemple les fraises) ne sont, quant à elles, prises en compte que pour moitié (le calcul est effectué sur la base des flux de marchandises d'une année civile pour le produit considéré).

L'ordonnance sur l'utilisation de l'indication «Suisse» pour les denrées alimentaires, actuellement en consultation, prévoit des exceptions supplémentaires importantes concernant la mise en œuvre: le Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche (DEFR) peut ainsi exclure du calcul les produits naturels qui, bien qu'ils soient d'une manière générale disponibles en Suisse, ne peuvent pas y être produits selon les exigences techniques nécessaires à l'utilisation prévue.

Une clause «de minimis» précise en outre que les ingrédients qui sont négligeables par rapport au produit fini et qui n'entrent pas dans sa dénomination (par exemple les levures, les additifs, les épices) peuvent également être exclus du calcul.

Outre ces divers assouplissements, les points suivants sont d'une grande importance pour l'industrie alimentaire. Tout d'abord, l'agrégation de diverses matières premières en produits dits «semi-finis» n'est pas admise. Sans cela, les matières premières étrangères utilisées dans un produit semi-fini suisse seraient aussi considérées comme telles, par exemple le cacao dans le chocolat. L'eau potable (à l'exception des eaux de source et minérale) est elle aussi exclue du calcul, ceci pour éviter une «dilution» de ce qui détermine la provenance suisse.

La réglementation doit pouvoir s'appliquer aussi simplement que possible. Ainsi, l'utilisation de la «marque Suisse» n'est soumise à aucune autorisation ou procédure. Comme aujourd'hui, il incombera aux entreprises de vérifier si un produit satisfait aux critères légaux. Rappelons que l'utilisation de cette indication est facultative.

Le cas des produits industriels

Pour les produits industriels, 60% au minimum de leur prix de revient doit avoir été réalisé en Suisse. Les coûts de recherche et de développement, de même que ceux liés à l'assurance qualité et à la certification peuvent être pris en considération dans le calcul. En outre, au moins une étape de fabrication proprement dite doit avoir eu lieu sur le sol helvétique. Le législateur a également défini des exceptions applicables aux produits naturels qui n'existent pas en Suisse (par exemple l'acier ou le pétrole).

La croix suisse pourra être apposée sur les produits

Une fois la réglementation «Swissness» entrée en vigueur, la croix suisse – l'indication de provenance la plus précieuse en termes de marketing aujourd'hui – pourra être apposée sur les produits. Les producteurs disposeront ainsi d'un vecteur publicitaire important, qui est actuellement réservé aux entreprises de services. Il sera donc possible, à l'avenir, d'utiliser en toute légalité la croix suisse sur un paquet de biscuits ou un emballage de sous-vêtements, à condition bien sûr que ces produits répondent aux nouvelles exigences légales. L'emploi des armoiries fédérales – la croix suisse dans un écusson – sera par contre

réservé à la Confédération.

Un nouveau registre et une marque géographique

Afin de renforcer la protection des indications géographiques en Suisse et surtout à l'étranger, le législateur a prévu la création d'un nouveau registre des indications géographiques pour les produits non agricoles, qui sera tenu par l'IPI. Il sera donc possible, à l'avenir, d'y inscrire des produits comme des montres et des textiles. L'ordonnance correspondante – elle aussi en consultation – régit l'enregistrement et la protection de ces indications.

En vertu de la nouvelle réglementation, toutes les indications géographiques enregistrées et inscrites dans un registre officiel seront protégées en tant que marques géographiques. Ainsi, des dénominations protégées comme «Gruyère» pour du fromage ou «Suisse» pour des montres pourront aussi l'être en tant que marques. À l'instar de l'enregistrement dans le registre des indications géographiques, l'enregistrement d'une marque géographique constitue une reconnaissance de protection officielle, qui facilitera nettement la protection et la défense de ces signes à l'étranger. Il sera désormais possible d'attribuer l'indication de provenance à un titulaire clairement identifiable (une association professionnelle ou le groupement ayant requis la protection de l'indication de provenance pour le produit alimentaire considéré): celui-ci aura ainsi les moyens d'agir contre les usurpateurs en Suisse comme à l'étranger. L'ordonnance sur la protection des marques règle les modalités d'enregistrement de cette nouvelle catégorie.

Enfin, le législateur a arrêté une disposition particulière qui permet aux branches intéressées de tenir compte de leurs particularités: elles ont la possibilité de préciser dans une ordonnance spéciale les conditions auxquelles l'indication de provenance «Suisse» peut être utilisée pour des produits ou des services déterminés. Une ordonnance de branche est également un passage obligé pour faire valoir certaines exceptions prévues par la loi (par exemple l'énumération de matières premières qui ne sont pas disponibles en quantité suffisante en Suisse).

Entrée en vigueur

Le train d'ordonnances «Swissness» devrait entrer en vigueur le 1er janvier 2017. Les entreprises auront jusqu'au 31 décembre 2018 pour se conformer à la nouvelle législation.

Encadré 1

«Swissness» et services

Un service ne peut être qualifié de «suisse» que si le siège de son prestataire est en Suisse ou qu'une partie de sa gestion s'y effectue. Dans ce dernier cas, il s'agit d'éviter que le label «Swissness» s'applique aux sociétés boîtes aux lettres.

- 1 Feige Stephan, Fischer Peter, von Matt Dominique et Reinecke Sven (contribution de Felix Addor), *Swissness Worldwide 2013 Image und internationaler Mehrwert der Marke Schweiz*, Thexis, 2013.
- 2 Postulats 06.3056 Hutter («Protection de la marque Suisse») et 06.3174 Fetz («Renforcer la marque Made in Switzerland»).
- 3 Loi fédérale du 28 août 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance (RS 232.11); loi sur la protection des armoiries publiques: loi fédérale du 5 juin 1931 pour la protection des armoiries publiques et autres signes publics (RS 232.21).
- 4 La procédure de consultation court jusqu'au 17 octobre 2014. Le dossier peut être consulté sur Internet à l'adresse suivante: www.admin.ch/ch/f/gg/pc/pendent.html. De plus amples informations sur le projet peuvent être téléchargées sur le site Internet de l'IPI (www.ige.ch/swissness) et sur celui de l'Office fédéral de l'agriculture (www.ofag.admin.ch) > «Thèmes» > «Production et ventes» > «Swissness».
- 5 DemoSCOPE Research & Marketing, «Herkunft von Landwirtschaftsprodukten», 2013.