

Le projet «Swissness» ne réussira que s'il est appliqué de façon pragmatique

Le but du projet «Swissness» est de renforcer la «marque Suisse» au profit des producteurs et de la place économique helvétiques. La nouvelle loi sur la protection des marques définit de manière très précise les critères qu'un produit doit remplir pour recevoir cette dénomination. L'économie a maintenant besoin d'ordonnances d'exécution pragmatiques. Il faut conserver la souplesse dont bénéficient actuellement les différentes branches lorsqu'elles mentionnent une provenance suisse. Il faut, en outre, une réglementation sans formalités inutiles afin de limiter les coûts et les charges administratives incombant aux entreprises. Ce n'est qu'à ces conditions que le projet «Swissness» réussira.

La révision des lois fédérales sur la protection des marques et des armoiries approuvée par le Parlement l'été dernier vise à renforcer le droit qui régit les étiquetages, la concurrence loyale et la sécurité du droit. L'économie a fortement besoin que l'appellation d'origine suisse soit mieux protégée. Celle-ci est, en effet, précieuse. L'adjonction de la mention «made in Switzerland» à une marque de produits ou de services est synonyme dans le monde entier de fiabilité, de tradition et d'exclusivité.

Protéger le «Swissness» profite à l'économie

La bonne réputation de l'appellation d'origine attire aussi des profiteurs qui proposent sur le marché des prestations sans lien véritable avec la Suisse. Les abus et les difficultés rencontrées dans l'application du droit diluent l'image positive du label suisse. Une protection efficace et pragmatique de l'appellation d'origine suisse est donc dans l'intérêt de nombreuses branches et de l'ensemble de la place économique helvétique. Il va de soi que la «marque Suisse» ne doit pas être utilisée à des fins protectionnistes.

Une adaptation de la loi sur la protection des marques était notamment nécessaire, parce que les critères donnant droit à l'appellation suisse n'étaient pas définis de manière concrète. Faute de modalités clairement stipulées, il subsistait des incertitudes quant aux conditions qui permettaient à un produit de prétendre au label suisse. Cela dit, cette réglementation ouverte avait l'avantage de tenir compte des différences spécifiques aux branches et de s'adapter aux usages et groupes de produits.

Allier pragmatisme et exigences spécifiques aux branches

Pour l'économie, il est primordial que le nouveau régime permette d'utiliser l'appellation d'origine suisse avec toute la souplesse requise. Celui-ci doit tenir compte de la complexité de la mondialisation ainsi que des demandes propres aux différentes industries. Ces dernières doivent être définies par les branches elles-mêmes et non

par l'administration, comme c'est le cas jusqu'ici. Une réglementation trop restrictive avec des exigences perfectionnistes constituerait une charge disproportionnée pour les producteurs helvétiques et nuirait à leur compétitivité internationale.

Lors de la révision, diverses interventions politiques ont amené le Parlement à introduire des règles fixes dans la loi. Celle sur la protection des marques définit ainsi pour les diverses catégories de marchandises les seuils à atteindre pour pouvoir prétendre au label de qualité suisse. Pour les denrées alimentaires, 80% au moins du poids des matières premières doivent provenir de Suisse. Cette proportion atteint même 100% pour le lait et les produits laitiers. Pour les produits industriels, 60% au minimum du coût de revient doivent être occasionnés sur notre sol. Un deuxième critère, cumulatif, doit être rempli: l'activité ayant donné ses caractéristiques essentielles au produit doit se dérouler en Suisse. Le projet parlementaire comporte toutefois un inconvénient: le seuil de 60% fixée par le droit des marques peut s'opposer aux règles d'origine relevant de la législation douanière. La possibilité de prendre en compte les coûts liés à la recherche et au développement dans le calcul prévue par le nouveau droit constitue en revanche un avantage.

Comme les exigences législatives sont déjà très nombreuses, les entreprises ont surtout besoin, à l'heure actuelle, de dispositions d'exécution pragmatiques. Economiesuisse plaide depuis des années pour que la «marque Suisse» bénéficie d'une protection pragmatique. Or, finalement, c'est l'effet sur le marché qui est important et non les pourcentages. Les ordonnances doivent tenir compte des réalités entrepreneuriales. Des formulations claires et compréhensibles sont tout aussi cruciales: Il faut limiter au maximum les coûts et les charges administratives. C'est à cette condition que le label suisse pourra être utilisé par un grand nombre d'entreprises et leur apporter la valeur ajoutée recherchée. ■

Marlis Henze
Collaboratrice scientifique, Concurrence et réglementation, economiesuisse, Zurich