

Service de l'économie, du logement et du
tourisme (SELT)
Monsieur le Chef de Service
Lionel Eperon
Rue Caroline 11
1014 Lausanne

Lausanne, le 8 février 2008

S:\COMMUN\POLITIQUE\Position\2007\POL0754 b.doc
NOL/chb

Révision de la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance et la loi fédérale pour la protection des armoiries de la Suisse et autres signes publics – Projet de révision législative "Swissness"

Monsieur,

Nous avons bien reçu votre courrier du 6 décembre 2007 et vous en remercions.

La révision législative poursuit un double but : d'une part, elle veut renforcer la protection de la désignation «Suisse» et celle de la croix suisse sur le plan national et à l'étranger ; d'autre part, elle tente de donner à la définition de la désignation «Suisse» et à celle de la croix suisse plus de clarté, de transparence et de sécurité juridique.

Selon le Département fédéral de justice et police, toujours plus d'entreprises utilisent des désignations comme "suisse", "qualité suisse", "made in switzerland" ainsi que la croix suisse en rapport avec leurs produits ou services et les utilisations abusives se multiplient.

Ainsi, le projet de loi sur la protection des marques et des indications de provenance (ci-après P-LPM) inscrit des critères permettant de déterminer de façon plus précise la provenance d'un produit d'origine suisse. Les produits sont classés dans trois catégories différentes : les produits naturels, naturels transformés et industriels (article 48 alinéa 3 P- LPM). Un critère général prévoit que la provenance correspond au lieu où est réalisé au minimum 60 % du prix de revient du produit (article 48 alinéa 2 P-LPM). Pour chacune des trois catégories de produits, un critère spécial supplémentaire indique le lien qui doit exister entre le produit et le lieu de provenance.

Des instruments supplémentaires sont également prévus pour renforcer la protection des indications de provenance en Suisse et à l'étranger.

La révision de la loi pour la protection des armoiries publiques et autres signes publics (ci-après P-LPASP) définit et distingue clairement, d'une part, les armoiries officielles de la Confédération et, d'autre part, le drapeau suisse et la croix suisse, qui peuvent dorénavant être utilisées par toute personne remplissant les conditions d'utilisation de la désignation «Suisse», non seulement en rapport avec des services, mais également avec des produits.

Remarques générales

Le nom "suisse", les indications telles que "suisse", "qualité suisse", "made in switzerland", "swiss made" et la croix-suisse ont des impacts incontestés tant en Suisse qu'à l'étranger compte tenu des haute qualité, précision et fiabilité suisses. Ces indications ne peuvent être utilisées que pour des produits fabriqués en Suisse.

Les débats sur le "swissness" et son usage sont vifs et répétitifs depuis des années. Aussi, une révision qui préserve l'identité suisse est à saluer. De plus, pour faire fi à l'utilisation abusive, des sanctions plus conséquentes sont prévues (article 64 alinéa 1 let c, et c, article 70 alinéa 1, article 71 alinéa 1 et article 72 alinéa 1 P-LPM).

L'idée de terminer la démarche par des ordonnances relatives à des branches économiques précises paraît être appropriée afin de tenir compte des spécificités de chaque branche. En effet, le Conseil fédéral est disposé à élaborer de nouvelles ordonnances régissant l'utilisation du "swiss made" pour une ou plusieurs branches économiques spécifiques, à l'initiative des associations professionnelles intéressées.

Le P-LPASP prévoit que les armoiries officielles de la suisse (croix suisse placée dans un écusson) sont réservées à la Confédération et ne peuvent être utilisées que par celle-ci ou ses unités. Le drapeau et la croix suisses peuvent par contre être utilisés par toute personne non seulement en rapport avec les services, mais également avec des produits, si ceux-ci proviennent effectivement de Suisse.

La révision amène plus de clarté et de sécurité juridique, certes. Toutefois, certaines dispositions nous interpellent.

Remarques spécifiques

1. Régime actuel et régime proposé sur la provenance des produits (articles 47 LPM et 48 P-LPM)

Régime actuel

Pour rappel, aux termes de l'article 47 alinéa 1 de la LPM, par indication de provenance, on entend toute référence directe (nom géographique) ou indirecte (croix suisse, effigie du Cervin, etc.) à la provenance géographique des produits ou des services, y compris la référence à des propriétés ou à la qualité en rapport avec la provenance (par exemple : "qualité suisse", appellation "Dôle", etc.). Pour les produits, la provenance suisse est déterminée par le lieu de fabrication ou par la provenance des matières de base et des composants utilisés (article 48 al. 1 LPM).

Un produit est rarement fabriqué sur un seul site, voire dans un seul pays. Ainsi, dans ce type de situation, la pratique se base sur le jugement du tribunal de commerce de St-Gall de 1968, confirmé par un jugement de 1992¹ précisant les conditions d'utilisation de l'indication "swiss made" et de mentions similaires : "*Un produit suisse est considéré comme tel lorsque*

¹ Schweizerische Juristen-Zeitung 1972, p. 207 et St Gallische Gerichts- u. Verwaltungspraxis 1992, n° 39

les matières premières proviennent de Suisse et que le produit a été fabriqué entièrement dans le pays. S'il s'agit de produits qui n'ont été fabriqués qu'en partie en Suisse, la règle générale veut que la quote-part du travail effectué en Suisse représente au moins les 50 % du coût total de la production, comprenant les matières premières et mi-ouvrées, les composants, les salaires et les frais généraux industriels".

On peut dès lors poser une double condition pour l'indication de provenance suisse : la quote-part de travail effectué en Suisse doit représenter au moins le 50% du prix de revient et le processus essentiel de fabrication doit avoir lieu en Suisse.

Régime proposé

L'article 48 alinéa 2 P-LPM libelle que la provenance correspond au lieu où est réalisé au minimum 60% du prix de revient du produit et ce pour toutes les catégories de produits. Il précise encore que ne sont pas pris en compte les frais de commercialisation, tels que les frais de promotion et les coûts de service après-vente.

Ensuite, pour chacune des catégories de produits, un critère spécial indique en plus le lien qui doit exister en le produit et le lieu de provenance (article 48 alinéa 3 P-LPM), soit :

- pour les produits naturels : au lieu d'extraction ou au lieu où la croissance du produit s'est déroulée intégralement ;
- pour les produits naturels transformés : au lieu de la transformation ayant donné au produit ses caractéristiques essentielles ;
- pour les produits industriels : au lieu où l'activité ayant donné au produit ses caractéristiques essentielles s'est déroulée ; une étape au moins de la fabrication doit y être effectuée.

Premièrement, le projet indique que la provenance correspond au lieu où est réalisé au minimum 60 % du prix de revient du produit. Quant au régime actuel, il prévoit que la quote-part du travail effectué en Suisse doit représenter au moins le 50 % du prix de revient. Ce type de règle existe également dans l'ordonnance sur l'origine (ci-après Oor).

En effet, l'Oor prévoit quant à elle qu'une marchandise est considérée comme ayant fait l'objet d'une ouvraison ou d'une transformation suffisante lorsque la valeur de tous les matériaux d'origine étrangère utilisés pour sa fabrication ne dépasse pas 50% de son prix à l'exportation (article 8 Oor et l'annexe 4). Cela signifie que l'exportateur peut déclarer son produit originaire de Suisse pour autant que les produits utilisés pour la fabrication ne dépassent pas 50 % de son prix à l'exportation. Cela vient dès lors à créer des régimes différents avec des planchers différents, en tenant compte des bases légales.

Dans le domaine de l'origine et dans l'inconscient des producteurs, la règle du "50%" est assimilé à une justification "swissness" de leurs produits. De plus, dans le domaine des marchandises, cette règle de valeur ne s'applique pas sur le même barème : l'Oor (qui traite de l'origine non-préférentielle des marchandises) fixe ce plancher à 50% et certains accords de libre échange (système d'origine préférentiel) peuvent aller jusqu'à abaisser le plancher à 40%. Cette différence entre régimes préférentiels et non-préférentiels conduit déjà aujourd'hui à des incompréhensions pour les entreprises exportatrices à qui nous devons expliquer que ce n'est pas parce que leurs produits sont originaires de Suisse lorsqu'ils les exportent en France (régime préférentiel) qu'ils le sont forcément aussi lorsqu'ils les exportent en Chine (régime non-préférentiel). Ajouter une nouvelle règle différente, avec un "plancher" différent, pour savoir si l'entreprise peut ou non écrire "swiss made" sur son

produit, complique par trop la situation. Il y a donc lieu de trouver une solution intermédiaire pour que la règle "swissness" soit, au moins, compatible avec les règles d'origines non-préférentielles (en raison de leur antériorité - elles existent depuis les années 20).

Produire en Suisse s'avère clairement plus cher, les entreprises sont prêtes à jouer le jeu pour répondre à l'image que véhicule le "swissness". Toutefois, le rapport explicatif ne mentionne aucun argument pertinent qui justifie une augmentation de 10 % sur le prix de revient. Nous nous interrogeons si cela ne revient pas à créer une qualité "suisse" à deux vitesses, soit à favoriser les entreprises actives dans le luxe qui peuvent d'ores et déjà répondre à ce critère. Nous arrivons même à penser que cela reviendrait à cartelliser le marché, soit permettre à certaines entreprises d'accroître leur pouvoir sur certains marchés. Qu'en est-il des entreprises locales et des PME ? Celles-ci seront les premières touchées par le pourcentage évoqué dans le projet : des investissements supplémentaires et des engagements supplémentaires sont à prévoir, des capacités de production à assurer. Pratiquement, nos entreprises peinent à trouver le personnel compétent nécessaire et une production supplémentaire n'est pas aisée dans toutes les entreprises. Nous craignons qu'elles soient enclines, dès lors, à chercher des cieux plus cléments.

Comme l'indiquait également un expert de Bruxelles et un fonctionnaire de la Commission européenne dans le journal "Le Temps"² relatif à l'industrie horlogère et au label "Swiss Made" : *"La Suisse n'a pas à négocier avec l'UE pour redéfinir le "Swiss Made". Mais en modifiant les règles du jeu, elle s'expose à des récriminations. Voire à des rétorsions", "Si modifier le label suisse revient à donner la préférence aux composants helvétiques, alors cela devient une entrave au commerce"*.

Gagner la bataille contre la contrefaçon et la piraterie n'implique pas une augmentation du pourcentage. Des garde-fous pour une utilisation conforme au droit et à la jurisprudence sont prévus dans le projet de loi. Création ou perte d'emploi ? "Localisation" ou délocalisation ? Des questions qui sont soulevées et qui méritent une attention particulière car il en va de l'avenir d'un bon nombre d'entreprises, notamment celles actives dans l'alimentation, les cosmétiques, la mode (maroquinerie et habillement) et l'horlogerie.

Deuxièmement, les coûts liés à la recherche et au développement peuvent être pris en compte, mais pas ceux liés à la commercialisation (frais de promotion, de publicité, distribution, service après vente et gestion d'un entrepôt). Nous saluons le fait que les coûts liés à la recherche et au développement soient pris en compte. Il est impératif que la Suisse maintienne sa position de pôle d'innovation et de technologie. Toutefois, nous nous interrogeons sur le fait que les frais liés à la commercialisation ne soient pas pris en compte. Le rapport explicatif ne donne aucun argument y relatif. Les entreprises ont pourtant des coûts importants en matière de commercialisation. L'Oor, quant à elle, tient compte du prix brut, soit également les coûts liés à la commercialisation. A nouveau, nous nous heurtons à la création de régimes différents.

Aussi, la CVCI n'est pas favorable à la rédaction telle que prévue par le projet quant à l'article 48 alinéa 2 P-LPM. Quant au critère spécial indiquant le lien qui doit exister entre le produit et le lieu de provenance (article 48 alinéa 3 P-LPM), nous y sommes favorables, car il permet de tenir compte des diverses méthodes de production des produits.

² Le Temps, Défendre la montre "suisse", 29 juin 2007

2. Registre des indications géographiques pour les produits (article 50a P-LPM)

Nous estimons que la création d'un tel registre va inexorablement générer une protection à deux vitesses, soit celle découlant de la LPM, indépendante de tout enregistrement, et celle basée sur le registre des indications géographiques. De plus, comme indiqué dans le rapport explicatif (page 21), une indication géographique enregistrée n'est pas une marque et ne peut bénéficier du Système de Madrid, qui permet au titulaire d'une marque d'éviter de déposer sa demande d'enregistrement directement devant chacun des offices nationaux étrangers. De plus, la procédure d'enregistrement d'une indication géographique est longue et coûteuse. Nos entreprises sont déjà trop astreintes à des lourdeurs administratives.

La CVCI n'adhère pas à la création d'un registre des indications géographiques pour les produits.

* *
*

En conclusion, la CVCI se déclare globalement favorable au projet de lois "swissness" mais en aucun cas aux articles 48 alinéa 2 et 50a du projet LPM.

En vous remerciant de l'attention que vous porterez à ces lignes, nous vous prions de croire, Monsieur, à l'assurance de notre considération distinguée.

CHAMBRE VAUDOISE DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE

Guy-Philippe Bolay
Directeur adjoint

Norma Streit-Luzio
Sous-directrice