

Swissness et marché horloger



David Lambert, SLB Avocats
XV^{ème} Atelier de la concurrence
Neuchâtel, le 18 avril 2013

Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

1

Rappel : situation actuelle

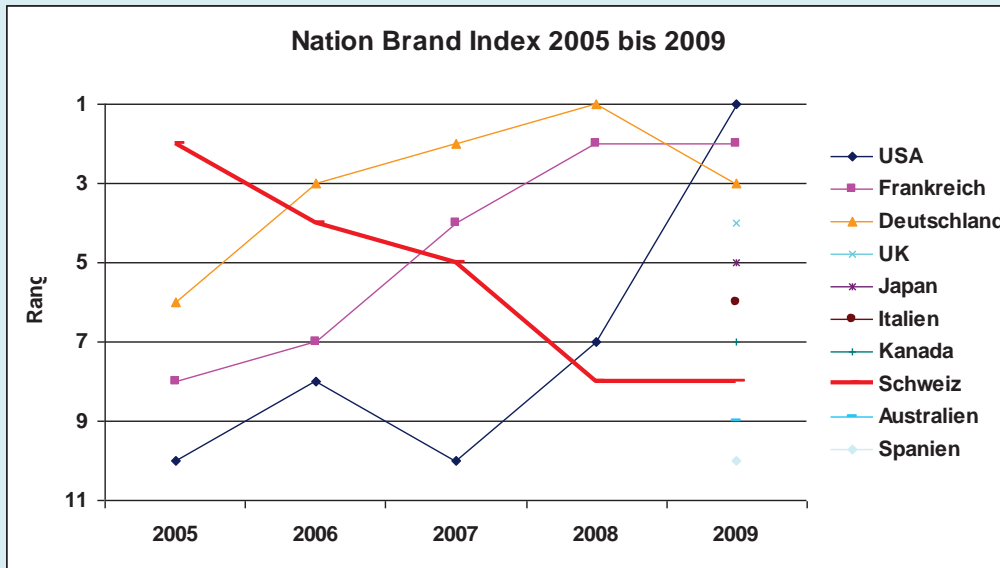
- **Art. 48 al. 1 LPM** : *La provenance d'un produit est déterminée par le lieu de fabrication ou par la provenance des matières de base et des composants utilisés.*
- **Pratique de Saint-Gall** :
 - *quote-part du travail suisse > 50 % du coût de revient - processus essentiel de fabrication en Suisse*
 - NB** : R&D, marketing : ne sont pas pris en compte.
- **Art. 2 et 3 Loi sur les armoiries** : *interdiction d'apposer la croix suisse sur les produits, mais pas sur le matériel publicitaire.*
- **Ordonnance du 23 décembre 1971 réglant l'utilisation du nom «Suisse» pour les montres** (base légale : art. 50 LPM) :
Montre suisse = mouvement suisse + mouvement emboîté en Suisse + contrôle final par le fabricant en Suisse.

Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

2

Conséquences



Score 2012/2011 / Score Difference

1	United States (1)	69.09	+0.21
2	Germany (2)	67.72	-0.13
3	United Kingdom (3)	67.14	-0.25
4	France (4)	66.58	-0.38
5	Canada (6)	65.90	-0.54
6	Japan (5)	65.87	-0.85
7	Italy (7)	65.08	-0.50
8	Switzerland (9)	64.61	-0.25
9	Australia (8)	64.36	-0.53
10	Sweden (10)	63.49	-0.38

Sources :

Nation Brand Index 2005 bis 2009

2012 and 2011 Anholt-GfK Roper Nation Brands Index

Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

3

Volontés d'évolution

- Postulat 06.3056 Hutter («Protection de la marque suisse») et 06.3174 Fetz (« Renforcer la marque Made in Switzerland»)
- Interpellation 07.3666 Berberat («Renforcement du «Swiss made» en matière horlogère»)
- Depuis 2007, Fédération Horlogère : renforcement du «swiss made» pour les montres

-> Coordination souhaitable

«Swiss made et Swissness : deux projets, un même objectif» (FH, 11.01.2008)

Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

4

Le contenu du projet Swissness

- Critères légaux plus clairs et précis pour la détermination de la provenance
- Concerne toutes les indications de provenance suisses, pas seulement « swiss made »
- Croix suisse peut être utilisée aux mêmes conditions que les indications de provenance (nouveau)
- Instruments facilitant la mise en œuvre de la protection en Suisse et à l'étranger (nouveaux)

Message du 18 novembre 2009

- **Art. 48c LPM (nouveau)**

60 % du prix de revient, comprenant :

- a. les coûts de fabrication et d'assemblage;
- b. les coûts de recherche et de développement.

Ne sont pas pris en compte dans le calcul :

- a. les coûts des produits naturels qui ne peuvent être produits au lieu de provenance en raison des conditions naturelles;
- b. les coûts des matières premières qui font l'objet d'une ordonnance édictée en vertu de l'art. 50, al. 2, parce que, pour des raisons objectives, elles ne sont pas disponibles en quantité suffisante au lieu de provenance;
- c. les coûts d'emballage;
- d. les frais de transport;
- e. les frais de commercialisation, tels que les frais de promotion et les coûts du service après-vente.

L'indication de provenance doit en outre correspondre au lieu où s'est déroulée l'activité qui a conféré au produit ses caractéristiques essentielles.

Dans tous les cas, une étape significative de la fabrication du produit doit y avoir été effectuée.

Message du 18 novembre 2009

- **Art. 50 LPM**
Ordonnances

Dans l'intérêt de l'économie en général ou de secteurs particuliers, le Conseil fédéral peut préciser les exigences prévues aux art. 48, al. 2, et 48a à 49.

Il peut préciser les conditions auxquelles une indication de provenance suisse peut être utilisée pour des produits ou des services déterminés, notamment lorsqu'une branche économique en fait la demande sur la base d'un projet.

Il entend au préalable les cantons, les associations professionnelles ou économiques et les organisations de consommateurs intéressés.

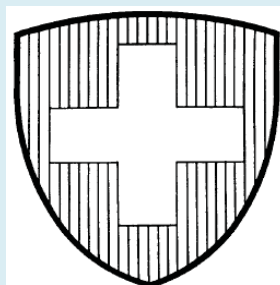
Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

7

Armoiries

- En principe réservées à l'Etat
- *Lex Victorinox & TCS*



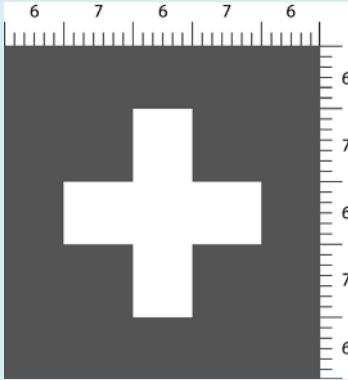
Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

8

Croix suisse et drapeau suisse

→ Une seule question : indication de provenance ?



Révision de l'ordonnance Swiss Made

Communication FH, 15 novembre 2011 :

- Taux de valeur suisse minimum :
 - 60% pour les montres à quartz
 - 80% pour les montres mécaniques
- Construction technique et du prototypage effectués en Suisse.
- Dispositions supplémentaires concernant la définition de la pièce constitutive suisse et de son assemblage.

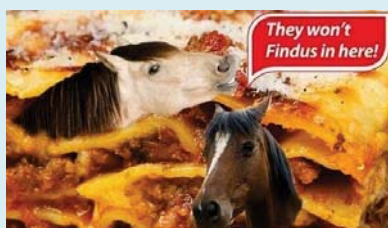
Projet transmis à la Confédération en 2011

Evolution des mentalités

- **Prise de conscience dans les entreprises. Exemple : Migros, 2010 :**
Désormais, Migros n'utilisera plus que des produits agricoles indigènes pour ses légumes en boîte de conserve (...). Ce choix délibéré s'inscrit dans la préoccupation de Migros de répondre à l'aspiration de ses clients à pouvoir disposer de produits indigènes.
- **Juin 2010, sondage FRC**
quel pourcentage de matières premières indigènes pour qu'un produit alimentaires puisse arborer la croix suisse ?
100% pour 33% des sondés
80% pour 45% des sondés
60% pour 10% des sondés
- **Sondage mai 2012 de l'Union Suisse des paysans :**
Pour sept personnes sur dix, la part de matières premières suisses doit au minimum s'élever à 80%.



Neuchâtel, le 18 avril 2013



SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

11

La problématique résumée

- Lors de la procédure de consultation, des entreprises comme Wenger (couteaux et montres) ou Nestlé Suisse ont demandé **l'introduction de moyens plus importants pour combattre les utilisations illégales de la marque «suisse» à l'étranger.**
- Ce projet part d'une bonne intention mais pénalise l'industrie suisse qui devra se plier à ses critères **alors que des entreprises qui ont leur siège à l'étranger pourront toujours utiliser le drapeau suisse»,** réagit Franz Schmid, de la Fédération des industries alimentaires suisses (FIAL).

Neuchâtel, le 18 avril 2013

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

12

La problématique résumée

- La Suisse, une nouvelle fois championne de l'auto-flagellation ?
- Principe de la territorialité du droit
- Comment faire respecter « nos » règles à l'extérieur de nos frontières?

Au Parlement

- 15.3.2012 CN ajoute les coûts liés à l'assurance de la qualité et à la certification, si elles sont prescrites officiellement.
- 10.12.2012 : CE : 60% -> 50%
- 11.03.2013 : CN rejette la proposition Ribaux de 60% pour les montres et 50% pour les autres produits. Confirme le 60%.



Marque géographique

- Actuellement : en principe, une marque verbale constituée d'une indication géographique seule est refusée (art. 2 let. a LPM)
- Projet --> Ouverture *contrôlée* du droit des marques, afin de garantir :
 - la représentativité des producteurs
 - des critères de provenance et de qualité conformes à ceux effectivement établis au lieu de la provenance du produit
- *Art. 27a let. c LPM (nouveau)*

Marque géographique

USA, Certification mark, n° 3038819

SWISS MADE

The certification mark, as used by persons authorized by the certifier, certifies geographical origin of the goods in Switzerland.

- Dépôt le 16 août 2002
- Enregistrement le 10 janvier 2006
- Action en nullité de Swiss Watch International Inc. le 14 janvier 2006
- Rejet le 30 janvier 2012
- Recours du 28 mars 2012
- Procédure pendante devant l'US Court of Appeals for the Federal Circuit



Mécanismes de contrôle

- Pas de contrôle
 - officiel
 - préalable
 - systématique
- Pas de certificat / attestation officiels
- Autocontrôle (de l'entrepreneur, de la branche) : responsabilité individuelle
- Contrôles judiciaires ponctuels, généralement sur plainte d'un concurrent
- *Nouveauté* : renversement du fardeau de la preuve (51a LPM) pour les indications de provenance

Craintes et critiques

- Depuis le début des travaux, un groupe de travail d'économiesuisse a recensé les intérêts des différentes branches et élaboré des solutions applicables au quotidien avec des experts. (...) Le Parlement doit prendre au sérieux les besoins et les propositions des entreprises et ne doit pas rester bloqué sur la hauteur des seuils. Si le projet final est trop compliqué, il ne renforcera pas la place économique suisse.
- Menaces de délocalisation de la production



Conclusions

- Protection renforcée par une réglementation complète, claire et transparente
- Sécurité juridique pour les producteurs et pour les consommateurs
- Visibilité de la réglementation : effet signal



SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT

Conclusions

- **Instrument de promotion (investissements)**
vs. Instrument de répression
- **Réglementation « signal »**
vs. réglementation lourde et bureaucratique
- **Encouragement de la production indigène**

SCHWEIZER
LAMBERT BURGAT