

## La Croix à l'épreuve du Swissness

Les dispositions relatives à la nouvelle législation «Swissness» entrent en vigueur en janvier 2017. Quelles seront les répercussions concrètes pour les entreprises suisses? Christophe Saam, responsable du cabinet neuchâtelois P&TS spécialisé dans les brevets et le droit des marques nous fournit des explications et donne un conseil aux entrepreneurs potentiels.

De nombreux entrepreneurs suisses n'en sont pas conscients et pourtant c'est vrai: L'utilisation de la croix blanche sur fond rouge à des fins commerciales est actuellement, en dehors de quelques exceptions en boutique de souvenirs, interdite. «Simplement le fait est que presque jamais personne n'est poursuivi», commente Christophe Saam. Et là où il n'y a pas de plainte, il n'y a pas de poursuite.

L'utilisation de l'appellation Suisse est moins clairement réglementée. Lors de la commercialisation d'un service, elle est autorisée sous certaines conditions depuis 1992. Pour les produits, la loi actuelle s'oriente sur la règle des 50 pourcent: si la moitié de la valeur ajoutée provient de Suisse, le produit est considéré comme «Swiss made».

La bonne nouvelle d'abord : grâce au projet de loi Swissness adoptée par le parlement à l'été 2013, tous les acteurs sauront beaucoup plus clairement ce qui est autorisé et ce qui ne l'est pas. Les noms et les images avec une indication d'origine suisse ne peuvent être utilisés en tant que tels, ou comme marques de commerce, que si les biens ou services auxquels ils se rattachent, répondent aux exigences Swissness. Voici les règles d'utilisation de la croix et de l'appellation Suisse:

- **Pour les produits naturels**, le lieu de récolte ou de collecte doit être situé en Suisse.
- **Pour les aliments**, au moins 80 pourcent du poids de leurs matières premières doivent provenir de Suisse, si ces matières sont disponibles en Suisse; les étapes essentielles de traitement doivent être également faites ici.
- **Dans les produits industriels**, au moins 60 pourcent des coûts de revient et des étapes essentielles de fabrication doivent être générés en Suisse.
- **Les services** doivent être fournis depuis la Suisse par un résident employé par une entreprise helvétique.

Tout contrevenant à ces règles pourra être dénoncé et poursuivi à l'avenir sur la base de ces dispositions claires. «Par conséquent», dit l'expert Christophe Saam, «toute entreprise communiquant avec le nom Suisse devrait procéder à une analyse des risques».

Sur la base de cette interprétation il conviendra de décider si vous souhaitez vous passer des avantages de la référence à la Suisse pour les ventes ou si vous devez procéder – si nécessaire – à des ajustements dans l'approvisionnement, la production et la performance. La période de transition est de deux ans et durera jusqu'au début de l'année 2019.

Les choses se compliquent si une entreprise intègre dans son nom une désignation de la Suisse ou la croix blanche dans son logo. «Le projet de loi sur le Swissness ne la force pas nécessairement à changer de nom», explique Christophe Saam. Ces noms et logos pourront toujours être utilisés par exemple sur les papier à lettres pour la correspondance commerciale.

La situation est cependant différente si ce nom de société est appliqué sur des produits ou utilisé dans la publicité: «Ici les règles générales Swissness s'appliquent», constate Christophe Saam. Par conséquent, si les produits et services ne répondent pas à ces exigences, des marques sans indication d'origine devront être utilisées à la place du nom de l'entreprise.

### **Conseil à l'attention des fondateurs**

Pour l'expert un message clair ressort à l'adresse des jeunes entrepreneurs et fondateurs potentiels: lors du choix du nom de l'entreprise et de son logo, il est préférable d'éviter tout ce qui suggère l'origine suisse. «En particulier dans la phase de démarrage», explique Saam, «des fonds limités ne devraient pas être investis dans une stratégie multimarques élaborée».

Selon Christophe Saam, ce conseil vaut également pour les nouvelles entreprises dont les produits et services satisferaient aux exigences du Swissness. Une gamme de produits peut changer au fil du temps et changer de marque après coup peut s'avérer extrêmement coûteux.