

la Svizzera



MIT
DEUTSCHER
BEILAGE

Swiss Made

Marchio di qualità e tutela del valore

Fiscale

Voluntary disclosure
Un'opportunità per regolarizzare
le attività estere

Legale

Cybercrime e digital Forensics:
le misure difensive
in ambito aziendale

Dossier Trasporti

Alptransit la risposta italiana

L'utilizzo del marchio "Svizzera": il nuovo contesto giuridico

Felix Addor, sostituto direttore e consulente giuridico presso l'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale. Traduzione di un estratto dell'articolo apparso su "Swissness Worldwide 2013"

Diverse ricerche evidenziano che il marchio "Svizzera" è particolarmente apprezzato dai consumatori. Prodotti e servizi caratterizzati da tale marchio godono di eccellente reputazione in Svizzera e all'estero, consentendo di praticare prezzi più elevati rispetto a prodotti comparabili di origine non definita o comunque non provenienti dalla Svizzera. L'origine svizzera ovvero il marchio "Svizzera" (che dal punto di vista giuridico non è un marchio, bensì un'indicazione di provenienza) rappresentano perciò un vantaggio competitivo non trascurabile per posizionare prodotti e servizi in un segmento di prezzo più elevato. Su un numero crescente di prodotti e servizi viene apposta - oltre al marchio del prodotto - una croce svizzera o un altro esplicito riferimento alla Svizzera, in funzione di "co-brand". Molti prodotti posti in relazione alla Svizzera in realtà non hanno nulla a che fare con la Svizzera.

Mentre a breve termine ciò comporta qualche beneficio per un numero limitato di imprese, a lungo termine il valore economico del marchio "Svizzera" è messo a rischio. Nel lungo periodo i consumatori non saranno più disposti a pagare un prezzo più elevato per i prodotti abusivamente designati come prodotti svizzeri. Anche le leggi in vigore non sono sufficientemente incisive e laddove le disposizioni sono chiare pone problemi l'applicazione giuridica. Inoltre, la legislazione, che vieta l'uso commerciale della croce svizzera anche per i prodotti svizzeri a tutti gli effetti, ne impedisce uno sfruttamento completo anche da parte delle aziende che fabbricano prodotti pienamente svizzeri. In considerazione

di questa situazione insoddisfacente e basandosi su due iniziative parlamentari, a fine 2009 il Consiglio federale ha sottoposto al Parlamento una proposta di revisione della legge sulla protezione dei marchi - il cosiddetto "progetto Swissness".

Obiettivi della revisione di legge "Swissness"

La legge definisce i presupposti di contenuto del marchio "Svizzera" e le condizioni per l'utilizzo delle indicazioni di provenienza in generale e della croce svizzera in particolare. In questo modo tutela la buona reputazione e il considerevole plusvalore del marchio "Svizzera" come "co-brand". Ciò significa un rafforzamento all'interno del Paese della protezione dell'indicazione di provenienza "Svizzera" e della croce svizzera, nell'ottica della protezione e dell'applicazione dei diritti all'estero. La legge chiarisce chi può designare un prodotto con "Svizzera" e a quali condizioni. I criteri adottati, da un lato, tengono in considerazione la realtà economica: persino per i prodotti tradizionali la globalizzazione ha comportato il trasferimento all'estero di alcune fasi del processo produttivo e molte materie prime non sono reperibili in Svizzera. D'altro lato, viene garantita per tutti i settori economici una soglia sufficientemente elevata riguardo alle condizioni per ottenere l'indicazione di provenienza "Svizzera". Infine, con questa legge la Svizzera ha posto le premesse di credibilità che le consentono, nel contesto di trattative bilaterali con Stati terzi, di pretendere la reciproca protezione delle rispettive indicazioni di provenienza e denominazioni nazionali protette.



Felix Addor, Deputy Director General, Istituto Federale della Proprietà Intellettuale.

Nel dibattito parlamentare sono emerse soprattutto divergenze d'opinione in merito a quanta "Svizzera" dovesse essere contenuta in un prodotto perché potesse essere designato come svizzero. Queste divergenze sono del tutto comprensibili considerati i diversi interessi dei rispettivi settori economici, per ognuno dei quali il marchio "Svizzera" riveste inoltre un'importanza di differente entità. Il 21 giugno 2013 il Parlamento ha approvato il progetto "Swissness" a chiara maggioranza.

I punti essenziali

La legge prevede regole differenziate per generi alimentari e prodotti industriali.

Le prescrizioni "Swissness" vanno rispettate solo nel caso in cui un'impresa decida autonomamente di citare nelle proprie attività di promozione o

di apporre sull'imballo la croce svizzera o altre indicazioni di provenienza, suscitando di conseguenza nei consumatori la percezione che il servizio o prodotto sia di origine svizzera. Contrariamente a quanto talvolta affermato, la legge non è complicata e non comporta alcun onere amministrativo aggiuntivo. Non è previsto alcun iter di approvazione, né alcun onere finanziario. Ogni impresa può decidere autonomamente se vuole promuovere i propri prodotti in tal senso. L'onere amministrativo si esaurisce con la verifica in ambito aziendale se il prodotto, che (sulla base di una decisione autonoma) si decide di caratterizzare con il marchio "Svizzera", è in linea con le relative prescrizioni di legge.

Società concorrenti, associazioni di categoria o organizzazioni di consumatori possono procedere legalmente contro imprese che sfruttano abusivamente la buona reputazione del marchio "Svizzera". Solo nel corso della procedura giudiziaria l'impresa convenuta dovrà dimostrare il rispetto dei criteri prescritti. Va rilevato che la nuova legge conferisce all'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale la facoltà di procedere a denuncia penale e di esercitare nella procedura il ruolo di parte civile. Ciò consente anche di monitorare l'attività delle autorità cantonali preposte al perseguimento penale.

La "croce svizzera" può essere utilizzata

Per quanto riguarda l'emblema della Svizzera, la legge distingue tra stemma svizzero e croce svizzera. In futuro, la croce svizzera (il segno di provenienza più significativo dal punto di vista del marketing) potrà essere applicata non solo ai servizi (come sinora), ma anche ai prodotti in linea con le prescrizioni di legge. Per contro, l'utilizzo dello stemma svizzero rimane riservato alla Confederazione.

Swissness e generi alimentari

Per quanto riguarda i generi alimentari, in futuro la croce svizzera certificherà che la fase essenziale del processo produttivo si svolge in

Svizzera. Inoltre, almeno l'80% delle materie prime dovrà essere di provenienza svizzera. In caso contrario, la designazione "Svizzera" non potrà essere utilizzata. Riguardo ai prodotti caseari, il Parlamento ha deciso che per poter utilizzare tale designazione sarà necessario utilizzare latte svizzero nella misura del 100%. Grazie alla combinazione di regole ed eccezioni i produttori di prodotti della tradizione Svizzera potranno continuare a soddisfare le condizioni Swissness. La legge esclude dal conteggio le materie prime non disponibili in Svizzera a causa delle condizioni climatiche o delle caratteristiche del suolo. Ananas, avocado, cacao e caffè, tra gli altri, non sono quindi neppure presi in considerazione. Nel caso del cioccolato è quindi sufficiente che sia svizzero il latte utilizzato e che la fase essenziale del processo produttivo avvenga in Svizzera. Sono esclusi dal calcolo, o considerati solo in parte, anche i prodotti naturali temporaneamente indisponibili o disponibili solo in misura insufficiente.

Swissness e prodotti industriali

Per quanto riguarda i prodotti industriali (per esempio orologi, abbigliamento intimo e altri) in futuro dovranno essere generati in Svizzera almeno il 60% dei costi di produzione, nei quali (oltre ai costi per materie prime, semilavorati, accessori, personale, spese generali) la legge ora consente di considerare anche i costi per ricerca e sviluppo, controllo della qualità e certificazione. Comunque, la fase essenziale del processo produttivo deve avvenire in Svizzera. La nuova legge ha incrementato la soglia dei costi di produzione domestici dal 50% al 60%, ma ha anche allargato la base di calcolo (includendo per esempio i costi per ricerca e sviluppo) e ha considerato un maggior numero di eccezioni. Infine, le imprese che non sono in grado di raggiungere la soglia del 60% dei costi possono riferirsi solo a fasi produttive specifiche, come "Swiss Research" o "Swiss Design", a condizione che queste siano svolte completamente in Svizzera.

Swissness e servizi

Per quanto riguarda i servizi, un'impresa può utilizzare la croce svizzera o altri segni distintivi di "Swissness" qualora la sua sede e il suo effettivo centro amministrativo si trovino in Svizzera. Con questa clausola si intendono escludere le società che in Svizzera dispongono solo di un indirizzo postale. Non sarà nemmeno più sufficiente che l'amministratore della società sia in possesso del passaporto svizzero o abbia il domicilio in Svizzera.

Ulteriori possibilità di protezione per i marchi Swissness

La protezione all'estero del marchio "Svizzera" e di indicazioni di provenienza analoghe è spesso difficile. L'interpretazione dei trattati internazionali al riguardo e la giurisprudenza sono troppo vaghi per essere una base di rivendicazione dei diritti; questo non facilita l'iter processuale. Comunque, il fattore decisivo è la mancanza di un titolare dei diritti per il marchio "Svizzera" che sia obiettivamente legittimato a decidere chi possa utilizzare e da chi occorra proteggere la designazione "Svizzera" e la croce svizzera.

La nuova legge risolve questo problema: per i prodotti agricoli esiste già oggi la possibilità di chiedere l'iscrizione nel registro gestito dall'Ufficio federale dell'agricoltura per ottenere un titolo ufficiale di protezione. Con la nuova legge la possibilità di registrazione è estesa ai prodotti non agricoli che saranno iscritti in un registro istituito dall'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale. La nuova legge prevede inoltre che le indicazioni di provenienza possano essere protette come marchi qualora siano registrate in uno dei due registri citati ovvero siano protette da un'ordinanza di categoria, soggetta ad approvazione del Consiglio federale. Sarà perciò possibile proteggere (come indicazione di provenienza ovvero di marchio) indicazioni come "Genève" per orologi, "Svizzera" per cioccolato, "Pizzi di San Gallo", "Gruyère" per formaggio. I relativi titoli di protezione svizzeri facilitano l'ottenimento e l'applicazione della

Swiss Made

protezione contro chi agisce abusivamente in Svizzera e all'estero da parte dell'ormai chiaramente identificato titolare dei diritti, in genere l'associazione di categoria o un raggruppamento rappresentativo.

Conclusioni e considerazioni per il futuro

Ci vorrà ancora del tempo prima dell'entrata in vigore delle disposizioni Swissness. Restano da specificare i dettagli, che saranno definiti nelle disposizioni esecutive. Queste saranno formulate in modo chiaro, comprensibile e aderente alla realtà. L'entrata in vigore del pacchetto Swissness non è dunque prevista prima della fine del 2015. A prescindere da questa scadenza,

i settori economici interessati possono elaborare proposte di specifiche ordinanze di categoria, con il duplice vantaggio di poter proporre autonomamente le norme di dettaglio per il proprio settore - per esempio l'orologeria, l'agroalimentare, la cosmetica - e di creare per sé e per i consumatori una situazione di trasparenza e certezza del diritto, non appena il Consiglio federale avrà approvato le proposte. Il pacchetto "Swissness" consente alle aziende che ne rispettano le premesse di sfruttare il valore aggiunto del marchio "Svizzera". Inoltre, finalmente i consumatori possono essere certi che dove sta scritto "Svizzera" effettivamente la Svizzera c'è! Il Paese dispone perciò di una base chiara

e al passo con i tempi per conservare durevolmente la positiva immagine valoriale dei prodotti e servizi svizzeri e il valore aggiunto del marchio "Svizzera" e di tutte le altre indicazioni di provenienza geografica. Per altre informazioni sul progetto Swissness:

- Sito Internet dell'IPI: www.ige.ch/it/info-giuridiche/settori-giuridici/marchio-svizzera.html
- Testo definitivo della legge sulla protezione dei marchi: <http://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2013/4071.pdf>
- Nuova legge sulla protezione degli stemmi (testo definitivo): <http://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2013/4053.pdf>



**Portale multimediale
per meglio conoscere le opportunità
in Italia e Svizzera**