



**ASSOCIATION ROMANDE DE  
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Par email (swissness@ipi.ch) et courrier

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle  
Division Droit & Affaires internationales  
A l'attention de  
M. Félix Ador, directeur suppléant  
Stauffacherstrasse 65  
3003 Bern

**PRISE DE POSITION**

**DE L'AROPi**

**sur**

**La protection de l'indication de provenance « Suisse »  
et de la croix suisse  
(projet Suissitude)**

L'Association romande de propriété intellectuelle (AROPi) souhaite vous faire part de ses observations que lui inspire le projet de révision législative « Suissitude ».

Comme le souligne le rapport explicatif du Conseil fédéral du 27 novembre 2007, la « Suissitude » poursuit un double but : d'une part renforcer la protection de la désignation « Suisse » et celle de la « croix suisse » sur le plan national et à l'étranger ; d'autre part tenter de donner à la définition « Suisse » et à celle de la « croix suisse » plus de clarté et de transparence.

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

Le projet de loi sur la protection des marques et des indications de provenance (ci-après P-LMP) tend ainsi à déterminer de façon plus précise la provenance effective d'un produit d'origine suisse par l'introduction de nouveaux critères. En outre, la condition de base de la réglementation actuelle sur l'usage libre de la désignation suisse en relation avec les produits ou services, sous réserve du risque de tromperie, est maintenue.

Le projet de loi sur la protection des armoiries publiques et autres signes publics (ci-après P-LPASP) distingue d'une part les armoiries officielles de la Confédération, dont l'usage est désormais réservé à la Confédération ou ses unités et, d'autre part, le drapeau suisse et la Croix Suisse, qui pourront dorénavant être utilisés par toute personne remplissant les

conditions d'utilisation de la désignation « Suisse », non seulement en rapport avec des services, mais également avec des produits.

Il est certain qu'une plus grande clarté par rapport à l'utilisation des désignations « Suisse », « qualité suisse », « Swiss made », « made in Switzerland », le drapeau ou encore la Croix Suisse était nécessaire à la lumière de la réglementation actuelle lacunaire. Toutefois, certaines dispositions du projet « Suissitude » mériteraient encore d'être modifiées, aux yeux de l'AROPI », dans le sens d'une plus grande sécurité juridique.

## **I – Projet portant révision de la loi sur la protection des marques et des indications de provenance (P-LPM)**

### **A – Critères de détermination du lieu de provenance (protection ex post) (art.48 P-LPM)**

#### **A.1 – L'indication de provenance exacte (art. 48 al. 1 P-LPM)**

L'art. 48 P-LPM contient des critères définis aux alinéas 2 et 3 permettant de déterminer si un produit porte licitement ou non une indication de provenance. Si l'indication n'est pas licite, l'art. 47 al. 3 let. a et b LPM s'applique. Selon le rapport explicatif (p.43 et s.), l'art. 48 P-LPM est applicable non seulement pour l'utilisation d'une indication de provenance proprement dite (Suisse, Genève, Zurich, etc...), mais aussi lorsque l'indication est accompagnée d'expressions, telles que « genre, style, type, imitation... » ou des termes similaires. L'énumération exemplative des « expressions » et des « termes similaires » cités dans le rapport mériterait davantage de précision ; en outre, l'expression « imitation », qui s'apparente à un acte répréhensible en soi, semble peu heureuse dans ce contexte.

#### **A.2 – Le critère général (art. 48 al.2 P-LPM)**

Le pourcentage fixé à 60% du prix de revient du produit constitue à notre sens une règle trop stricte et pourrait le cas échéant être modulé en fonction des secteurs d'activité, ou laissé à l'initiative du Conseil Fédéral dans des domaines particuliers, avec l'exigence toutefois d'un minima prévu à 50% dans la LPM (identique à celui de l'Ordonnance sur l'origine OOr). En outre, adapter un pourcentage propre à chaque secteur d'activité permettrait de tenir compte des particularités de certains produits, comme les produits saisonniers, dont la provenance varie en fonction des saisons.

Lorsque certains coûts de commercialisation (promotion, marketing) contribuent à la naissance du produit et forment finalement une part importante de celui-ci, la mise en œuvre de cet article pourrait soulever des difficultés d'interprétation. Quels seront alors les critères permettant de distinguer entre les coûts de recherche et de développement pouvant être compris dans les 60% du prix de revient et ceux liés à la commercialisation, qui en sont exclus?

### A.3 – Le critère spécial supplémentaire (art. 48 al.3 P-LPM)

#### A.3.1 – Les produits naturels (al. 3 let. a)

Nous pensons que l'obligation, pour les produits naturels, que toute la croissance ou l'extraction se déroule intégralement en un seul lieu (la Suisse) est formulée de manière trop restrictive. Qu'en est-il d'un produit naturel extrait d'une région transfrontalière, comme par exemple le cardon épineux genevois ? Ne serait pas plus opportun de prévoir expressément des dérogations à la règle de l'obligation susvisée, qui seront examinées au cas par cas dans des situations spécifiques, justifiant leur application ?

#### A.3.2 – Les produits naturels transformés et les produits industriels (al. 3 let. b et c)

La notion de « caractéristiques essentielles » applicable aux produits naturels transformés et aux produits industriels n'apparaît pas suffisamment explicite.

Par ailleurs, l'art. 47 al.1 LPM fait référence à *des propriétés ou à la qualité* pour définir l'indication de provenance et le rapport explicatif (p.47) évoque à juste titre les activités ayant (ou pas) contribué à la « naissance du produit ». Ainsi par analogie aux termes de l'art. 47 al. 1 LPM et du projet explicatif, nous proposons de modifier le libellé des let. b et c. dans la LPM comme suit :

*« b. pour les produits naturels transformés, au lieu de la transformation ayant donné au produit sa qualité ou ses propriétés essentielles, dans la mesure où elle a contribué à la naissance du produit »*

*« c. pour les produits industriels, au lieu où l'activité ayant donné au produit sa qualité ou ses propriétés essentielles s'est déroulée, dans la mesure où elle a contribué à la naissance du produit »*

Indépendamment de ce qui précède, la notion de « caractéristiques essentielles » pourrait être déterminée au cas par cas respectivement dans des ordonnances pour les différents secteurs (comme pour l'horlogerie actuellement).

#### A.3.3 – L'étape de fabrication (al. 3 let. c)

Le fait qu'une étape au moins de la fabrication du produit doive être réalisée en un lieu est peut-être suffisant, mais n'est pas assez précis pour autant ; il conviendrait de déterminer l'importance de l'étape considérée, de manière à ce que les producteurs ne profitent pas de faire valoir une étape de peu d'importance pour bénéficier des conditions de l'article 48 P-LPM.

#### A.4 – Application cumulative ou alternative du critère général (al. 2) et du critère spécial supplémentaire (al. 3)?

Lorsque des mentions sont apposées sur un produit telles que « Swiss research » (lieu de la recherche) ou « Swiss design » (lieu de la conception du design), elles seront perçues comme une indication de provenance, mais pourront soit être soumises soit aux conditions de l'article 48 al. 2 et 3, si le terme « Swiss » apparaît de manière frappante en gros caractères et la mention « research » ou « design » en petit caractère au coin de l'emballage, soit aux conditions de l'art. 48 al. 2 seul si le terme « Swiss » et la mention en question sont représentés dans la même taille de caractère et accolés l'un à l'autre ! Une telle différence de traitement est sujette à interprétation et n'est donc pas souhaitable, s'agissant de critères aussi subjectifs que la façon dont les mentions sont apposées sur un produit ou encore la taille et le type de caractères utilisés ! Ne serait-il pas plus opportun que le principe fût l'application cumulative et que celle de l'application alternative restât l'exception dans des cas exhaustivement énumérés parmi lesquelles « Swiss design » et « Swiss research », et ce, quelles que fussent les différences dans la représentation des signes en question?

#### A.5 – Conditions supplémentaires (al. 4)

La notion de « critères de qualité usuels » déjà présente à l'art. 48 al. 2 LPM paraît relativement floue ; sans doute, le contexte de la révision pourrait être l'occasion de définir plus précisément le caractère « usuel » rattaché aux critères de qualité.

#### A.6 – La compréhension des milieux intéressés (al. 5)

La notion de « milieux intéressés » permet à l'utilisateur d'une indication de provenance, qui ne remplit pas les conditions des alinéas 2 et 3 de l'article 48 P-LPM, de prouver une utilisation correcte de l'indication « suisse », qui serait faite selon « la compréhension des milieux intéressés ». Or, le projet de révision est silencieux tant sur les conditions d'intervention des milieux intéressés que sur la manière dont ils pourront le faire : par le biais de sondages, qui constitue un des moyens de preuve pour établir la notoriété d'une marque ? Dans ce cas, les difficultés déjà rencontrées avec les sondages en droit des marques devront être prises en compte.

Le risque de confrontation entre les milieux intéressés (consommateurs, PME et multinationales) interrogés sur la licéité de l'usage d'une désignation suisse n'est pas négligeable, ce d'autant que les multinationales pourraient tenter d'infléchir en leur faveur les critères requis aux alinéas 2 à 4 de l'art. 48 P-LPM.

Le fait que l'utilisation de l'indication de provenance corresponde à "la compréhension des branches économiques et des consommateurs", selon le rapport explicatif, risque d'entraîner une subjectivisation des critères objectifs précités.

## A.7 – L'indication de provenance étrangère (al. 6)

La formulation de l'alinéa 6 semble trop large : il conviendrait de s'assurer que les conditions posées par le droit étranger soient identiques à celles de l'article 48 P-LPM (ou à tout le moins similaires, mais avec une similarité plus stricte que celle mentionnée à l'article 3 LPM); à défaut, il pourrait en résulter un risque de tromperie pour les consommateurs helvétiques.

## B – Renforcement de la protection des indications de provenance

### B.1 – En Suisse (art. 51a P-LPM)

Le juge dispose d'un pouvoir d'appréciation important pour déterminer s'il doit ou non renverser le fardeau de la preuve. Sa détermination dépend « d'indices qui lui sont fournis par les parties » (cf. rapport explicatif p.50); Dès lors, ne serait-il pas opportun que la règle fût le renversement du fardeau de la preuve mise à la charge du défendeur et que seules des exceptions exhaustivement énumérées eussent permis l'application de la règle générale de l'article 8 CC ?

### B.2 – En Suisse et à l'étranger

#### B.2.1 – Création d'un registre suisse des indications géographiques (art. 50a P-LPM) (protection ex ante)

La création d'un registre suisse des indications géographiques contribuera sans doute à une plus grande transparence des indications géographiques protégées en Suisse. La procédure d'enregistrement d'une indication géographique relativement lourde et probablement coûteuse risquerait cependant de vider de sa substance l'utilité d'un tel registre.

Au surplus, la dénomination « registre des indications géographiques » n'apparaît pas pleinement satisfaisante, car seules les indications de provenance qualifiées sont visées par les dispositions de l'art. 50a P-LPM, et non les indications de provenance simple. Ne serait-il pas opportun de préciser son domaine d'application en adoptant la formule : « registre des indications géographiques protégées » par analogie aux termes employés dans le projet portant révision de la loi sur l'agriculture (P-LAgr) et à l'intitulé de l'art. 22a P-LPM?

#### B.2.2 – Marque de garantie et marque collective

##### B.2.2.1 – Procédure d'enregistrement (art. 22a al. 1 P-LPM)

L'obligation de disposer d'un enregistrement préalable (AO et IG), ou de l'existence d'une protection (vins) ou d'une ordonnance du Conseil fédéral préexistante (article 50a P-LPM) pour déposer une marque de garantie ou une marque collective représente une procédure relativement lourde, même si

l'avantage est de garantir, comme le souligne le rapport explicatif, l'identité des critères contenus dans le règlement de la marque de garantie ou collective et les conditions fixées dans le cahier des charges de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique correspondante.

En outre, l'utilisation du système de Madrid par la voie de la marque de garantie ou de la marque collective pourrait s'avérer d'un intérêt limité dans certains cas : lorsque les pays désignés prévoient d'autres types de protection tels que les certification marks, ou que la marque de garantie ou la marque collective n'existent pas dans le pays désigné (Japon) ou encore que le contenu du règlement de la marque de garantie ou collective répond à une spécificité nationale (USA) qui ne correspond pas forcément à celui du règlement suisse.

#### B.2.2.2 – Procédure d'opposition (art. 31 al. 1<sup>er</sup> P-LPM)

La procédure d'opposition prévue à l'art. 31 al.1<sup>er</sup> P-LPM permet d'écarter du registre un nouvelle marque composée notamment d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, et enregistrée pour des produits identiques ou comparables, mais pas celle d'empêcher l'utilisation de ces dernières (appellation d'origine ou indication géographique) dans le commerce au sens de l'art. 22a al. 2 P-LPM, si leur usage est conforme au cahier des charges.

Or, il ne s'agit pas d'un usage à part entière, dans la mesure où le titulaire de la marque postérieure ne sera pas autorisé à octroyer des licences sur son signe composé pour partie d'une marque collective ou d'une marque de garantie !

Au surplus, le titulaire d'une marque antérieure figurative composée d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique ne pourra plus enregistrer un signe composé de la même appellation d'origine ou de la même indication géographique et d'un nouvel élément figuratif, si dans l'intervalle, l'enregistrement d'une marque collective ou de garantie portant sur la même appellation d'origine ou la même indication géographique était obtenu !! De même, alors que le titulaire d'une marque antérieure aura pu librement concéder des licences sur sa marque, ce même titulaire ne sera pas autorisé à le faire sur un nouveau signe, qui se différencie seulement par un élément figuratif !

## **II – Projet portant révision de la loi sur la protection des armoiries de la Suisse et des autres signes publics (P-LPASP)**

### **A - Croix Suisse**

L'autorisation d'apposer la Croix Suisse sur des produits dans un but commercial aux mêmes conditions qu'une indication de provenance sous réserve du risque de tromperie met fin à l'inégalité de traitement entre produits et services.

Bien que l'usage décoratif de la Croix Suisse, du drapeau suisse ou même de l'emblème de la Confédération soit librement autorisé et n'est par conséquent soumis à aucune exigence particulière quant à la provenance du produit, le projet portant révision de la loi demeure silencieux à cet égard. Ainsi, il serait souhaitable que cet usage ressorte explicitement de la loi et ne soit pas limité aux seules dispositions de l'art. 8 al. 4 let. c de la P-LPASP, relative à l'emploi admis des armoiries dans un cas limitativement défini (cf. supra B.3).

Au surplus, le problème de délimitation entre l'usage commercial et celui effectué à des fins décoratives demeure pour les produits étrangers, dans le 1<sup>er</sup> cas, l'usage est interdit, dans le 2<sup>nd</sup>, il est autorisé.

Le problème de délimitation pourrait également se poser dans le cadre d'une action civile intentée à l'encontre d'un utilisateur d'une indication de provenance apposée sur des produits fabriqués en Suisse et contenant la Croix Suisse, le drapeau suisse ou même l'emblème de la Confédération. Si l'utilisateur en fait un usage à titre commercial, la preuve est requise, en cas d'usage à des fins décoratives, une telle preuve ne peut l'être. Or la formulation de l'article 51a de la P-LPM semble lacunaire sur ce point.

Si la notion d'usage à des fins décoratives peut être difficile à régler, la règle selon laquelle « tout usage à un titre autre que celui d'une indication de provenance est licite » pourrait être envisagé.

## B – Armoiries

### B.1 – Définition (art. 2 al. 1)

Les armoiries ne sont pas définies aussi précisément que le drapeau suisse, ce qui risque d'engendrer des difficultés d'application/d'interprétation lors de dépôts de marques effectués après l'entrée en vigueur de la loi. A titre d'exemple, la marque suisse N°568'760 dont Victorinox est titulaire, déposée le 27 novembre 2007, comporte une reproduction stylisée des armoiries de la Suisse; cette reproduction est-elle réellement suffisamment éloignée des armoiries helvétiques ?

### B.2 – Emploi interdit (art.8 al. 1 P- LPASP)

Les entreprises privées ne peuvent plus utiliser les armoiries suisses en relation avec leurs produits ou services, et n'ont pas d'autre choix que de les remplacer par la Croix Suisse. Cette possibilité de remplacement pourrait engendrer un problème de reconnaissance du signe par le consommateur, qui risquerait de ne pas percevoir ipso facto le lien entre la croix suisse et l'entreprise privée.

L'utilisation d'une reproduction fidèle ou partielle d'une armoirie ou de tout signe susceptible d'être confondu avec elles est réservée aux collectivités. A ce titre, l'art. 2 P-LPASP énonce que la forme, la couleur et les proportions sont déterminants. Quand peut-on dire qu'un signe se distingue clairement d'une armoirie suisse, si ce n'est en réalité essentiellement par la couleur ?

En effet, l'usage d'une armoirie ayant la même forme de blason, les mêmes proportions que celles de l'armoire suisse mais sur un fond bleu semblerait pouvoir être autorisé, au motif que la couleur bleue se distingue clairement du rouge.

En revanche, l'usage d'une armoirie comportant un autre écusson et dans des proportions différentes mais sur un fond orange pourrait ne pas exclure le risque de confusion et pourrait par conséquent être interdit.

Enfin, « *les éléments caractéristiques des armoiries* » dont l'usage est réservé à la collectivité devraient être également définis avec plus de précision.

### B.3 – Emploi admis (art. 8 al. 4 let. c P-LPASP)

La distinction entre les *objets décoratifs* et les articles de souvenir n'est pas aisée et il conviendrait de la clarifier.

L'énumération exemplative des objets décoratifs (précédée de la mention « *tel que* ») ne paraît pas apporter davantage de clarification.

### C – Drapeaux et emblèmes (art. 9 al. 1 et 2 P-LPASP)

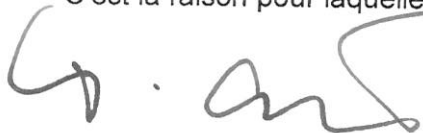
Il n'existe aucune disposition expresse qui réglemente l'emploi de la Croix Suisse, alors que celui-ci tombe manifestement sous le coup des dispositions de l'art. 9 P-LPASP, relative à l'emploi des drapeaux et emblèmes. Sans doute serait-il souhaitable de viser la Croix Suisse au même titre que les drapeaux et emblèmes.

## III – Conclusion

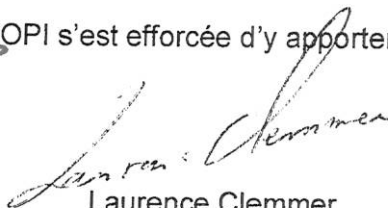
L'AROPI marque son plein accord sur le double objectif poursuivi par la révision législative de renforcement de la protection des indications de provenance et d'une définition plus claire et transparente de la désignation « suisse » et de la « Croix Suisse ».

Toutefois, l'AROPI considère que certaines dispositions méritent encore d'être améliorées.

C'est la raison pour laquelle l'AROPI s'est efforcée d'y apporter sa contribution.



Lorenz Ehrlé  
Vice-Président



Laurence Clemmer  
Rapporteur du Groupe de travail ad hoc

Genève, le 27 mars 2008



## Annexes à la prise de position de l'AROP

P-LPM: art. 22a, art. 31 al. 1 bis et al. 1<sup>er</sup>, art. 48, art. 50a, art. 51a  
P-LPASP: art. 2, art. 8, art. 9

### P-LPM

**Art. 22a** Marque de garantie et marque collective portant sur une appellation d'origine contrôlée ou une indication géographique protégée  
(nouveau)

1 En dérogation à l'art. 2, let. a, le groupement ayant obtenu l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique conformément à l'art. 16 de la loi du 29 avril 1998 sur l'agriculture<sup>4</sup> ou à l'art. 50a peut obtenir l'enregistrement de la marque de garantie ou de la marque collective correspondante. Les art. 16, al. 5, de la loi sur l'agriculture et 50a, al. 7, sont réservés.

2 Le titulaire d'une marque au sens de l'al. 1 peut interdire à un tiers d'utiliser dans les affaires une appellation d'origine ou une indication géographique pour des produits identiques ou comparables, lorsque son usage n'est pas conforme au cahier des charges.

**Art. 31, al. 1bis et 1ter** (nouveau)

1bis Il ne peut former opposition contre l'enregistrement d'une marque de garantie ou d'une marque collective visée à l'art. 22a.

1ter Le titulaire d'une marque antérieure visée à l'art. 22a peut uniquement former opposition contre un nouvel enregistrement si:

a. la marque contient l'appellation d'origine ou l'indication géographique correspondante ou un signe similaire, et si

b. la marque a été enregistrée pour des produits identiques ou comparables.

**Art. 48** Indication de provenance des produits

1 L'indication de provenance est exacte si les critères visés à l'al. 2 et à l'al. 3 sont remplis.

2 La provenance correspond au lieu où est réalisé au minimum 60% du prix de revient du produit. Ne sont notamment pas pris en compte les frais de commercialisation, tels que les frais de promotion et les coûts du service après vente.

3 Le lieu visé à l'al. 2 doit correspondre:

a. pour les produits naturels, au lieu d'extraction ou au lieu où la croissance du

produit s'est déroulée intégralement;

b. pour les produits naturels transformés, au lieu de la transformation ayant donné au produit ses caractéristiques essentielles ;

c. 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 du produit doit y être effectuée.

4 Des conditions peuvent être requises en plus des critères fixés aux al. 2 et 3, telles que l'observation de principes de fabrication ou de transformation ou le respect de critères de qualité usuels ou prescrits au lieu de provenance.

5 Les critères fixés aux al. 2 à 4 doivent être définis cas par cas, en fonction de la compréhension des milieux intéressés et, le cas échéant, sur la base de l'influence qu'ils exercent sur la renommée des produits; lorsqu'une indication de provenance correspond à la compréhension des milieux intéressés, elle est exacte.

6 Lorsqu'une indication de provenance étrangère réalise les conditions de la législation du pays correspondant, elle est exacte. Les al. 1 à 5 ne sont pas applicables.

#### **Art. 50a**      Registre des indications géographiques (*nouveau*)

1 Le Conseil fédéral établit un registre des indications géographiques pour les produits, à l'exception des produits agricoles, des produits agricoles transformés, des vins, ainsi que des produits sylvicoles et des produits sylvicoles transformés.

2 Il régleme notamment:

a. les qualités exigées du requérant;

b. les conditions de l'enregistrement, en particulier les exigences du cahier des charges;

c. les procédures d'enregistrement et d'opposition;

d. le contrôle.

3 Des taxes sont dues pour les décisions et les prestations liées au registre.

4 Les indications géographiques enregistrées ne peuvent être utilisées comme nom générique. Les noms génériques ne peuvent être enregistrés comme indication géographique.

5 Si le nom d'un canton ou d'une localité est utilisé dans une indication géographique, le Conseil fédéral s'assure que l'enregistrement répond, le cas échéant, à la réglementation cantonale.

6 Quiconque utilise une indication géographique enregistrée pour un produit identique ou comparable doit remplir les exigences du cahier des charges visé à

l'al. 2, let. b. Cette obligation ne s'applique pas à l'utilisation des marques qui sont identiques ou similaires à une indication géographique enregistrée et qui ont été déposées ou enregistrées de bonne foi ou acquises par une utilisation de bonne foi:

a. avant le 1er janvier 1996, ou

b. avant que la dénomination de l'indication géographique enregistrée n'ait été protégée dans le pays d'origine, lorsque la marque n'encourt pas les motifs de nullité ou de déchéance prévus par la présente loi.

7 Si la marque déposée pour un produit identique ou comparable contient une indication géographique identique ou similaire à celle dont la demande a été déposée, la procédure d'examen est suspendue jusqu'à l'entrée en force de la décision relative à la demande d'enregistrement de l'indication géographique.

8 Une fois l'indication géographique enregistrée, la marque ne peut être enregistrée pour un produit identique ou comparable qu'à la condition que sa provenance soit limitée à l'indication géographique telle que définie dans le cahier des charges.

9 Les indications géographiques enregistrées sont protégées en particulier contre:

a. toute utilisation commerciale pour d'autres produits exploitant le renom de la désignation protégée;

b. toute usurpation, contrefaçon ou imitation.

#### **Art. 51a** Renversment du fardeau de la preuve (*nouveau*)

Le juge peut obliger l'utilisateur d'une indication de provenance à prouver que celle-ci est exacte si, compte tenu des intérêts légitimes de l'utilisateur et de toute autre partie à la procédure, cela paraît approprié en l'espèce.

## **P-LPASP**

### **Art. 2** Armoiries de la Confédération suisse

1 Les armoiries de la Confédération suisse (armoiries de la Suisse) consistent en une croix suisse placée dans un écusson triangulaire.

2 Le modèle contenu dans l'annexe 1 à la présente loi est déterminant pour la forme, la couleur et les proportions.

### **Art. 8** Emploi des armoiries

1 Les armoiries de la Suisse, les armoiries des cantons, districts, cercles et communes et les éléments caractéristiques des armoiries cantonales, ainsi que les signes susceptibles d'être confondus avec eux, ne peuvent être utilisés que par la collectivité concernée.

2 L'al. 1 est également applicable aux signes verbaux qui se réfèrent aux armoiries de la Suisse ou aux armoiries d'un canton, d'un district, d'un cercle ou d'une commune.

3 Les signes visés aux al. 1 et 2 ne peuvent être apposés sur des produits que si ces derniers ont été entièrement fabriqués en Suisse.

4 L'emploi des armoiries par d'autres personnes que la collectivité concernée est admis dans les cas suivants:

a. illustration dans un dictionnaire, un ouvrage de référence, un ouvrage scientifique ou un ouvrage similaire;

b. décoration lors d'une fête ou d'une manifestation;

c. apposition sur un objet décoratif tel qu'un gobelet, un vitrail ou une monnaie commémorative;

d. élément du signe des brevets suisses, conformément aux prescriptions de la loi du 25 juin 1954 sur les brevets<sup>5</sup>.

#### **Art. 9** Emploi des drapeaux et emblèmes

1 Les drapeaux et emblèmes de la Confédération, des cantons, districts, cercles et communes, ainsi que les signes susceptibles d'être confondus avec eux, peuvent être librement utilisés, à moins que leur emploi soit inexact ou trompeur, contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou au droit.

2 Les signes visés à l'al. 1 qui sont considérés par les milieux intéressés comme une référence à la provenance des produits ou services sont des indications de provenance au sens de l'art. 47 de la loi du 28 août 1992 sur la protection des marques<sup>6</sup> et doivent remplir les conditions qui y sont définies.