



Fédération des
Entreprises
Romandes

Persönliche Kopie
Copie personnelle

Institut für Geistiges Eigentum			
E 28. FEB. 2008			
Reg. Nr. 501			
z. Ent.	Ha	z. K.	Bern.
		Add	
		Ha	
		Jzo	

06.08

Secrétariat général

Par courriel :
swissness@ipi.ch
n. réf. : JD – FER No 46-2007

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle ^{pi} _{lad}
Division Droit & Affaires internationales
A l'attention de M. F. Addor, directeur suppléant
Staufferstrasse 65
3003 BERNE

Genève, le 22 février 2008

Procédure de consultation

Révision de la loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance et de la loi fédérale pour la protection des armoiries publiques (projet de révision législative « Swissness »)

Monsieur,

Nous faisons suite à votre courrier du 3 décembre 2007, relatif à l'objet susmentionné, et vous remercions de l'attention que vous porterez aux remarques formulées ci-après :

I. Commentaire général

Après avoir pris connaissance de l'exposé des motifs joint à la procédure de consultation mentionnée en référence, notre Fédération approuve de manière générale la révision proposée.

En effet, les nouvelles règles autorisent enfin les entreprises à apposer une croix suisse sur leurs produits suisses en tant qu'indication de provenance. Cet avantage était réservé jusqu'à présent aux seuls services, bien qu'en pratique l'usage de la croix suisse pour les produits suisses soit largement répandu. La nouvelle loi supprime donc la différence de traitement existant entre les services et les produits et tient compte de la réalité commerciale.

25. Feb. 2008



En outre, par une meilleure définition des conditions d'utilisation de la désignation « suisse », la sécurité juridique s'en trouve renforcée pour les entreprises. En effet, certaines entreprises renonçaient à utiliser la référence au swissness ne sachant pas si elles y étaient autorisées.

Enfin, les appellations contrôlées des produits tant agricoles que non agricoles peuvent être enregistrées en tant que marques. Ces appellations bénéficient donc d'une meilleure protection à l'étranger.

II. Commentaires particuliers de l'Avant-projet de loi sur la protection des marques (P-LPM)

Nous limiterons nos commentaires aux dispositions suivantes :

Ad art. 10 al. 3 (P-LPM) : Réduction du délai pour demander la prolongation de l'enregistrement d'une marque

Selon la teneur actuelle de l'art. 10 al. 3 LPM, la demande de prolongation de l'enregistrement de la marque doit être présentée auprès de l'IPPI dans les douze mois qui précèdent l'échéance de l'enregistrement et au plus tard dans les six mois qui la suivent.

Le projet de loi soumis prévoit que le titulaire de la marque n'aurait plus qu'un délai de deux mois (et non douze) pour demander la prolongation de l'enregistrement de sa marque avant l'échéance de l'enregistrement.

Cette proposition n'est pas judicieuse.

En effet, le délai de douze mois avait été demandé par les milieux intéressés lors de l'adoption de la nouvelle loi sur la protection des marques en 1993¹. A l'époque, même un délai de six mois n'avait pas été accepté. Certes, l'intéressé bénéficie d'un délai supplémentaire de 6 mois après l'échéance, toutefois une surtaxe est prélevée dans ce cas-là².

¹ J.-D. Pasche, Procédure d'enregistrement, d'opposition et de renouvellement in La nouvelle loi fédérale sur la protection des marques, CEDIDAC, Lausanne 1994, n°27, p. 90

² J.-D. Pasche, op.cit., p. 91



Ad art. 21.al. 2 P-LPM: Utilisation de la marque de garantie ou collective par le titulaire lorsque celle-ci porte sur un appellation d'origine contrôlée (AOC) ou d'une indication géographique protégée (IGP)

Le fait que le titulaire d'une marque de garantie ou collective puisse utiliser celle-ci lorsqu'elle porte sur une AOC ou une IGP nous paraît admissible, à condition que l'usage de celle-ci fasse bien l'objet d'un contrôle indépendant.

Ad art. 22a, b et c P-LPM: Possibilité d'enregistrer des marques de garantie ou des marques collectives portant sur des appellations d'origine et des indications géographiques enregistrées devant l'OFAG ou l'IPI, des appellations viticoles (protégées sur la plan cantonal) ou des indications de provenance (fondées sur une ordonnance du Conseil fédéral)

Il nous paraît judicieux que les appellations contrôlées (AOC, IGP, etc) puissent être enregistrées en tant que marques de garantie ou collectives, pour autant que la marque puisse être utilisée par tous les acteurs de marché réalisant le cahier de charges du produit en question.

En outre, il est important que le groupement puisse enregistrer l'appellation contrôlée tant sous la marque de garantie que sous la marque collective. L'enregistrement en tant que marque de garantie portant sur une appellation contrôlée de doit pas exclure l'enregistrement de cette appellation en tant que marque collective correspondante. En effet, certains Etats accordent une meilleure protection à la marque de garantie qu'à la marque collective et vice versa. Le groupement doit donc pouvoir enregistrer les deux types de marques afin d'optimiser la protection de la marque dans plusieurs pays.

En effet, ces appellations contrôlées peuvent bénéficier d'une meilleure protection garantie par la loi sur les marques. Elle permettra ainsi au titulaire d'une marque de bénéficier des avantages du système de Madrid et donc d'éviter de déposer sa demande d'enregistrement directement devant chacun des offices nationaux étrangers³. Cela facilite l'obtention de la protection à l'étranger ainsi que sa défense.

³ Cf. Rapport explicatif, pp. 23 et 24



Ad art. 48 P-LPM: Conditions à réaliser pour pouvoir être autorisé à utiliser la désignation « suisse » en tant qu'indication de provenance

Notre Fédération approuve le choix d'un critère général valant pour tous les types de produits (naturels, naturels transformés et industriels), selon lequel le lieu de provenance correspond au lieu où est réalisé 60% du prix de revient du produit. Ce d'autant plus que ce critère est complété pour chaque type de produit par un critère spécial et que les coûts de recherches et de développement peuvent être pris en considération dans le calcul des 60%.

Nous sommes conscients que ce critère général ne sera pas considéré comme satisfaisant pour certains produits en particulier. On pense notamment aux fromages ou aux montres, pour lesquels les milieux intéressés préconisent de manière générale un pourcentage plus élevé. Toutefois, prévoir un critère par produit supprime toute visibilité pour le consommateur et annihile la valeur de *swissness*.

En ce qui concerne les produits, pour lesquels les groupements représentatifs souhaiteraient un pourcentage plus élevé, il resterait cependant la possibilité de les faire enregistrer en tant qu'AOC, IGP ou indications de provenance au sens du nouvel art. 50a, et de définir un pourcentage plus élevé dans le cahier des charges du produit en question.

Enfin, pour les produits qui ne parviennent pas à atteindre ce pourcentage de 60%, il reste toujours la possibilité de démontrer, par des sondages par exemple, que le produit est quand même considéré comme suisse par les milieux intéressés (exemple : le chocolat). Si tel est le cas, la désignation est considérée comme exacte (art. 48 al. 5 P-LPM).

Ad art. 49 al. 1 P-LPM: Suppression du critère de la nationalité des personnes qui exercent le contrôle effectif de la politique commerciale et de la direction d'une entreprise

Nous sommes opposés à la suppression du critère de la nationalité des personnes qui exercent le contrôle effectif de la politique commerciale et de la direction d'une entreprise pour déterminer la provenance d'un service.



En effet, pourquoi une entreprise ne pourrait plus se prévaloir de la provenance « suisse », alors même que la personne qui la dirige a la nationalité suisse ? Selon le rapport explicatif, on veut éviter qu'une personne de nationalité suisse, qui n'aurait jamais vécu en Suisse, crée une entreprise à l'étranger en prônant sa suissitude.

Une solution pourrait être d'utiliser également le critère des 60% retenu à l'art. 48 susmentionné, en indiquant qu'une entreprise, dont le siège se trouve à l'étranger, mais dont 60 % du personnel a la nationalité suisse, peut se prévaloir de la désignation suisse.

Ad art. 49 al. 1 let. a P-LPM: Indication de provenance des services : possibilité de prendre en compte le siège de la société-mère pour déterminer la provenance d'une de ses filiales située hors du pays de provenance.

Le fait que le siège de la société-mère puisse être pris en compte pour déterminer la provenance d'une de ses filiales située hors du pays de provenance nous paraît sensé.

Ad art. 50a P-LPM: Création d'un registre des indications géographiques pour les produits non agricoles

Nous sommes favorables à la création d'un registre des indications géographiques pour les produits non agricoles.

En effet, celui-ci favorise l'obtention de la protection à l'étranger et la mise en œuvre efficace de celle-ci⁴. Plus précisément, dans plusieurs Etats étrangers, le fait de pouvoir présenter un extrait du registre des appellations d'origine ou des indications géographiques ou un autre titre de protection provenant d'un pays d'origine facilite l'obtention de la protection et sa mise en œuvre⁵.

En outre, avec le développement des indications géographiques à travers le monde, un nombre toujours croissant de pays introduit des systèmes d'enregistrement de ces indications pour tous les produits et non pas seulement pour les produits agricoles. La protection de ces désignations basée sur des enregistrements devient un standard internationalement reconnu. Il est donc justifié que les producteurs suisses bénéficient de cet instrument juridique. A noter qu'un tel registre

⁴ cf. Rapport Explicatif, p. 21

⁵ cf. Rapport Explicatif, p. 27



portant sur des appellations d'origine et des indications géographiques existe déjà pour les produits agricoles et agricoles transformés. Aucune raison ne permet donc d'exclure ce type de protection également aux autres produits⁶.

Enfin, la création d'un registre des indications géographiques renforcerait la position de la Suisse sur le plan international, en particulier dans le cadre des négociations devant l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) qui traite l'opportunité de développer un registre multilatéral dans lequel figurera la liste des indications géographiques de ses pays membres⁷.

Ad art. 51a P-LPM : Possibilité de renverser le fardeau de la preuve

La règle de procédure préconisée est inacceptable. En effet, le fait de prévoir que le juge peut renverser le fardeau de la preuve est contraire à la sécurité juridique.

La potentialité induite par cette disposition présente un risque d'arbitraire et d'inégalité de traitement. Au surplus, lorsqu'une partie intente un procès, elle doit savoir immédiatement à qui incombe le fardeau de la preuve et non pas le découvrir en cours de procédure en fonction de la décision du juge.

En d'autres termes, la règle doit être claire. Soit la LPM prévoit un renversement du fardeau de la preuve, à l'instar de ce qui est prévu par l'art. 13a LCD, soit elle maintient le principe général posé par l'art. 8 CC.

Ad art. 54 P-LPM : Notification des décisions de procédure ainsi que des jugements exécutoires à l'Institut fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI)

Selon cette nouvelle disposition, les autorités de jugement doivent notifier gratuitement et en version intégrale à l'IPI les décisions de procédure ainsi que les jugements exécutoires.

Il serait judicieux de préciser que ces autorités publient ces informations sur leur site Internet, à l'instar de ce qui se fait pour les arrêts du Tribunal fédéral.

⁶ cf. Rapport Explicatif, p. 22

⁷ cf. Rapport Explicatif, pp. 21 et 22



Ad art. 64 al. 3 P-LPM: Droit pénal : Attribution de la qualité de partie à l'IPI

Le fait de prévoir que l'IPI possède la qualité de partie et puisse notamment déposer une plainte pénale et former recours nous paraît sensé. En effet, ceci ne peut que contribuer à l'efficacité de la marque et renforcer sa protection.

III. Commentaires particuliers relatifs à l'Avant-projet de loi pour la protection des armoiries de la Suisse et d'autres signes publiques (P-LPASP)

Ad art. 2 P-LPASP : Armoiries de la Confédération suisse

Il est sage d'avoir choisi de définir le ton de la couleur rouge des armoiries de la Confédération. En effet, ceci apporte plus de clarté que les simples recommandations éditées par l'Office central fédéral des imprimés et du matériel (OCFIM). Il en va de même de la décision de définir les dimensions de la croix suisse et de préciser que les armoiries de la Confédération consistent en une croix suisse placée dans un écusson.

Ad art. 3 P-LPASP : Définition du drapeau suisse

Donner une définition du drapeau suisse en indiquant les proportions entre la croix suisse et le drapeau et en précisant qu'il est de forme carrée nous paraît sensé. Cela permet de garantir une certaine unité visuelle.

Le projet soumis ne prévoit en revanche pas de charte graphique pour la croix suisse. Actuellement, nous sommes donc face à une « forêt » de différentes croix suisses.

D'un point de vue strictement marketing, une idée serait de créer un label suisse en déterminant un seul logo pour tous les produits répondant aux critères proposés dans ce projet afin de garantir une cohérence, une force de la caractéristique suisse, à l'instar de ce qui se pratique dans la publicité. En d'autres termes, nous suggérons que le projet de loi contienne une charte graphique pour le label suisse. Ce label serait ainsi défini précisément (taille, couleur, police de caractères)



ainsi que cela est prévu pour l'écusson et le drapeau dans les Annexes 1 et 2 de l'avant-projet de la Loi fédérale des armoiries de la Suisse et autres signes publics.

Ad art. 8 al. 1 à 3 P-LPASP : Emploi des armoiries réservé aux collectivités concernées

Il nous paraît judicieux de réserver l'usage de l'écusson suisse aux collectivités concernées, étant considéré que les sociétés qui utilisent actuellement l'écusson national dans leur logo pourront le remplacer par le drapeau suisse ou la croix suisse, voire par un écusson d'une autre couleur.

Le fait d'avoir un emblème officiel, non utilisable commercialement, permet en effet de garantir une sécurité juridique pour les citoyens.

Ad art. 9 P-LPASP : Emploi des drapeaux et des emblèmes pour les produits et non plus seulement pour les services

Le « fait suisse » est une caractéristique intrinsèque du produit. Depuis des siècles, il a toujours véhiculé un message positif. C'est une image de précision, de qualité, de confiance et de savoir-faire.

Nous approuvons donc le fait que les sociétés puissent apposer la croix suisse sur leurs produits à des fins publicitaires, à l'instar de ce qui est prévu actuellement pour les services. En effet, rien ne justifie la différence de traitement qui prévaut aujourd'hui entre les services et les produits. Au surplus, cette modification permet d'adapter la réglementation à ce qui se pratique au niveau commercial.

Ad art. 13 P-LPASP : Possibilité de faire enregistrer la croix suisse comme marque d'un produit et non plus seulement d'un service

Il est judicieux de prévoir qu'une entreprise puisse faire enregistrer la croix suisse comme marque d'un produit et non plus seulement d'un service. En outre, nous ne sommes pas opposés au fait que les entreprises ne pourront plus enregistrer les armoiries suisses comme marques, celles-ci étant désormais réservées aux collectivités concernées.



Ad art. 18 & 19 P-LPASP : Voies de droit - Droit civil – qualité pour agir de la collectivité ainsi que des associations et organisation de consommateurs

La procédure préconisée nous paraît admissible. En effet, reconnaître la qualité pour agir à la collectivité concernée contribue à la défense efficace de l'utilisation légitime des signes protégés.

Ad art. 25 P-LPASP : Qualité de partie attribuée à l'IPI

Le fait que l'IPI puisse dénoncer tout emploi illicite des signes et possède la qualité de partie ne peut que contribuer à une meilleure application de la loi.

IV. Conclusion

Excepté les quelques réserves susmentionnées, notre Fédération approuve le projet soumis. En effet, celui-ci permet aux entreprises d'apposer la croix suisse sur leurs produits suisses. En outre, il clarifie la désignation du « swissmade », ce qui renforce tant la protection juridique des utilisateurs de ce label que sa valeur. De plus, il améliore la protection juridique à l'étranger des appellations protégées en Suisse. Enfin, il différencie le logo commercial de la Suisse, représenté soit par la croix suisse ou soit par le drapeau, de l'écusson réservé désormais à un usage officiel.

Nous vous remercions par avance de l'attention que vous porterez à notre réponse.

Veillez croire, Monsieur, à l'assurance, de notre considération distinguée.

Blaise Matthey

Secrétaire général

Juliette Jaccard

Une Secrétaire

Isabelle Fatton

Une Secrétaire