



## «Swissness»: il Parlamento dice sì al rafforzamento del marchio «Svizzera»

Dopo anni di aspri negoziati, le Camere federali hanno accettato in votazione finale il progetto «Swissness». Esse hanno così dato luce verde ad un rafforzamento del marchio «Svizzera». economiesuisse saluta con favore l'orientamento della nuova legislazione, anche se quest'ultima presenta ancora importanti lacune. Così, diversi criteri saranno di difficile applicazione o non terranno sufficientemente conto delle differenze tra settori. Le associazioni di categoria interessate criticano taluni aspetti.

Tre anni e mezzo dopo l'adozione del messaggio da parte del Consiglio federale, il progetto «Swissness» ha superato la votazione finale. In precedenza, si erano svolte discussioni intense nell'ambito del Consiglio nazionale, del Consiglio degli Stati e delle loro commissioni. L'accettata revisione della legge sulla protezione dei marchi e di quella sulla protezione degli stemmi comporta un positivo miglioramento per l'utilizzo dello stemma svizzero. Ammesso da anni, l'utilizzo della croce svizzera sui prodotti fabbricati in Svizzera dispone ora di un quadro legale chiaro. Il progetto prevede inoltre la creazione di un marchio geografico, con il suo registro, ciò che semplificherà l'applicazione del diritto in caso di abuso all'estero. Se l'utilità di questi elementi fosse incontestata per l'economia nel suo insieme, i criteri di valutazione concreti per determinare a partire da quando un prodotto sia da considerare come svizzero, hanno dato luogo ad un vero e proprio braccio di ferro.

Per la loro natura, le soglie fissate sono arbitrarie e non garantiscono sfortunatamente la necessaria flessibilità ai settori (per i prodotti industriali) e la praticabilità (per le derrate alimentari) nella misura auspicata. Per le derrate alimentari trasformate, la soglia è dell'80% del peso (e perfino del 100% per il latte). Per i prodotti industriali, la soglia è stata fissata indistintamente al 60% al

minimo, mentre i costi di ricerca e di sviluppo potranno essere presi in considerazione. Questa soglia elevata è positiva per un'industria orologiera basata sull'esportazione che trae profitto in particolare dall'immagine del marchio «Svizzera». Altri settori dell'industria criticano tuttavia la soglia del 60%. Occorre, ogni volta che ciò sia possibile, introdurre dei miglioramenti attraverso ordinanze specifiche ai settori.