

Communiqué de presse

Berne, le 11 août 2026

Une décision de l'IPI entraîne une délocalisation partielle de la production de chaussures vers l'Italie

Le changement de pratique de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) concernant la croix suisse a déjà de premières conséquences négatives concrètes pour la place industrielle suisse: le fabricant de chaussures Kybun délocalise une partie de sa production en Italie. D'autres entreprises pourraient suivre. Les PME suisses sont inquiètes. L'Union suisse des arts et métiers usam annonce donc le lancement d'une pétition, en s'appuyant sur les résultats d'une nouvelle enquête et sur les déclarations de Sven Reinecke, professeur de marketing à l'université de Saint-Gall.

La nouvelle décision de l'IPI porte préjudice aux PME suisses qui produisent en Suisse. En effet, depuis mars 2026, la croix suisse peut désormais, sous certaines conditions, être apposée sur des produits, même si ceux-ci ont été fabriqués à l'étranger. Suite à cette décision, on assiste désormais à un premier cas marquant de délocalisation partielle hors de la Suisse: «La conséquence est amère, mais logique d'un point de vue économique: nous avons décidé de délocaliser une partie de la production de chaussures de Sennwald à Montebelluna, en Italie», déclare Claudio Minder, CEO de la marque de chaussures Kybun. Environ 40 emplois dans la vallée du Rhin sont concernés. «Nous ne voulons pas mourir en jouant les élèves modèles, alors que d'autres voient les règles interprétées à leur avantage», selon le fabricant de chaussures. Une solution de rechange doit être trouvée pour les collaborateurs de l'entreprise suisse qui poursuit son activité.

Kybun ne devrait pas être le seul site de production suisse à en tirer des conséquences. D'autres entreprises devraient suivre. Cependant, la plupart des PME suisses ne peuvent pas délocaliser aussi facilement leur site de production à l'étranger. Les PME qui continuent à produire en Suisse se sentent désavantagées par la nouvelle réglementation. Le changement de pratique de l'IPI pose également des problèmes dans le secteur B2B. C'est ce qu'a souligné Silvan Lämmle, vice-président de l'Association de l'industrie suisse des lubrifiants, lors de la conférence de presse organisée aujourd'hui par l'usam. Philipp Bosshard, président de l'Union suisse de l'industrie des peintures et des vernis (USVP), a souligné l'importance d'une protection rigoureuse de l'identité suisse. Ces deux chefs d'entreprises familiales, à la tête de PME, ont illustré leurs propos et leurs revendications à l'aide d'exemples concrets.

Sven Reinecke, professeur de marketing: «Les incitations à la délocalisation devraient s'accroître»

Pour Sven Reinecke, professeur de marketing à l'université de Saint-Gall, cette nouvelle pratique affaiblit le caractère exclusif de la croix suisse et la position des entreprises qui produisent effectivement en Suisse. «Elle réduit le coût lié à l'abandon de la production suisse et devrait renforcer les incitations à la délocalisation.»

À cette occasion, Fabio Regazzi, président de l'usam et conseiller aux États, ainsi que Daniela Schneeberger, conseillère nationale et vice-présidente de l'usam, ont déposé des interventions parlementaires visant à annuler ce changement de pratique inapproprié. L'usam bénéficie du soutien de la base des entreprises et de l'électorat: selon des enquêtes, la modification de la pratique de l'IPI est rejetée par une nette majorité. C'est pourquoi l'usam a annoncé, lors de sa conférence de presse, qu'elle allait intensifier la pression et lancer une pétition. Pour Fabio Regazzi, cela ne fait aucun doute: «C'est un mauvais signal que d'encourager indirectement les entreprises à délocaliser des emplois et de la

valeur ajoutée à l'étranger. Nous attendons plutôt du Conseil fédéral qu'il allège la charge pesant sur la Suisse en tant que site de production.»

Pour Urs Furrer, directeur de l'Union suisse des arts et métiers usam, une chose est claire: «Ce changement de pratique de l'IPI est exactement la mauvaise réponse. Les défis posés par la vigueur du franc, les barrières douanières et la concurrence internationale sont bien réels. Les entreprises et la population attendent des responsables politiques qu'ils proposent des solutions qui renforcent la production suisse – et non qui diluent la spécificité suisse, affaiblissent la place industrielle suisse et mettent en péril un savoir-faire acquis au fil de plusieurs générations.»

Deux enquêtes montrent que les entreprises artisanales et l'électorat ne veulent pas de cette dilution

L'Union suisse des arts et métiers a mené deux enquêtes cet été afin de prendre le pouls de ses membres et de la population. Une première enquête a été réalisée en ligne auprès des entreprises artisanales et une seconde enquête représentative auprès de l'électorat par Demoscope. Les résultats fournis par les 1154 personnes ayant répondu confirment les principales conclusions de l'enquête menée par l'usam. **Une nette majorité des personnes interrogées rejette le changement de pratique de l'IPI.** 60% des personnes interrogées déclarent que leur confiance dans la croix suisse en tant que label d'origine et de qualité diminue avec la nouvelle réglementation. Plus de 80% des personnes interrogées souhaitent que la croix suisse soit réservée exclusivement aux produits fabriqués en Suisse. Ces deux enquêtes dressent un tableau clair: le lieu de fabrication reste très important aux yeux de la population.

Contact

Simone Hinnen, responsable communication, portable 076 373 79 74

Plus grande organisation faîtière de l'économie suisse, l'Union suisse des arts et métiers usam réunit environ 230 associations et représente les intérêts de quelque 600 000 PME, soit 99,8% des entreprises de notre pays. En tant que porte-parole des PME suisses, l'usam s'engage sans relâche en faveur de l'aménagement d'un environnement économique et politique favorable au développement des petites et moyennes entreprises.

Conférence de presse «La croix suisse s'égare? La nouvelle pratique de l'IPI sous la loupe»

Intervention de Fabio Regazzi, membre du Conseil des États / président de l'Union suisse des arts et métiers usam

Conférence de presse: 11 août 2026 à l'hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

«Il faut revenir sur ce changement de pratique – c'est urgent»

Citation: *«La revendication de l'usam est claire: il faut revenir sur le changement de pratique de l'IPI. Le Conseil fédéral doit veiller à ce que la croix suisse ne puisse pas être utilisée sur des produits fabriqués à l'étranger.»*

Chers représentants des médias,

Avez-vous chez vous un objet que vous avez acheté pour sa qualité suisse? Le couteau d'office de la cuisine de ma mère me vient spontanément à l'esprit. Ou encore la râpe à main pour les concombres, que l'on trouve dans presque tous les tiroirs de cuisine suisses. Ou encore le couteau suisse.

Toutes les personnes qui possèdent ces articles sont convaincues qu'ils sont durables, qu'ils fonctionnent de manière fiable et qu'ils offrent une qualité supérieure à celle de produits comparables provenant de l'étranger. Notre origine suisse, notre tradition et la fierté que nous tirons de notre industrie jouent également un rôle important à cet égard. La croix suisse symbolise ces qualités.

C'est exactement de cela qu'il est question aujourd'hui. Nous vous avons invités à cette conférence de presse car des événements surprenants se sont récemment produits autour de la croix suisse en tant qu'indication d'origine.

Pour toutes les personnes qui ne connaissent pas le contexte en détail, je vais le résumer brièvement: au printemps, l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) a modifié les règles applicables aux entreprises qui développent ou conçoivent leurs produits en Suisse, mais les font fabriquer à l'étranger. Désormais, elles ne sont plus tenues de se contenter d'utiliser la mention «Swiss Engineered» ou «Swiss Design», mais peuvent désormais également apposer la croix suisse sur leurs produits. Vous connaissez ce changement de pratique.

Comme vous le savez peut-être, ma famille dirige une entreprise qui fabrique des volets roulants. Nos volets roulants sont fabriqués à 100% au Tessin. Et nous en sommes fiers. Nos clientes et clients le savent bien: ils bénéficient d'une véritable qualité suisse. C'est particulièrement important pour les volets roulants. La nouvelle pratique de l'IPI nous confronte, en tant qu'entreprise familiale, à des questions fondamentales. Devrions-nous, nous aussi, délocaliser notre production à l'étranger? Nos concurrents produisent-ils déjà à moindre coût à l'étranger tout en étant autorisés à utiliser la croix suisse? Devons-nous suivre cet exemple pour rester compétitifs?

C'est précisément pour cette raison que ma chère collègue du Conseil national, Daniela Schneeberger, vice-présidente de l'Union suisse des arts et métiers (USAM), et moi-même avons déposé simultanément, lors de la session d'été, des interventions identiques au Parlement.

Conformément à l'article 47, paragraphe 3ter, de la loi sur la protection des marques (LPM), les entreprises sont autorisées à mentionner sur leurs produits la recherche, le design ou d'autres activités spécifiques menées en Suisse, à condition que celles-ci aient été entièrement réalisées en Suisse. Des mentions telles que «Swiss Engineered» étaient donc déjà autorisées. En revanche, il

était expressément interdit d'apposer la croix suisse sur les produits fabriqués à l'étranger jusqu'au 23 mars 2026.

L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) a alors modifié sa pratique. En mars 2026, il a annoncé de manière tout à fait inattendue qu'elle «précisait» son interprétation antérieure. En réalité, il ne s'agit pas d'une précision, mais d'un renversement de la pratique antérieure. Depuis lors, les entreprises sont également autorisées, sous certaines conditions, à apposer la croix suisse sur des produits fabriqués à l'étranger. Vous connaissez la suite de cette histoire. Depuis, les choses ont beaucoup évolué. Ma famille n'est pas la seule à avoir des réserves. De nombreuses entreprises se posent les mêmes questions et émettent de sérieuses réserves quant à ce changement de pratique.

Ce sont surtout les dirigeantes et dirigeants de PME qui ne peuvent pas se lancer rapidement dans la production à l'étranger, qui voient d'un œil critique ce changement de pratique. Un sondage non représentatif réalisé cet été par l'usam auprès des entreprises artisanales montre que 69% des 293 personnes ayant répondu considèrent que l'indication d'origine «Suisse» est «très importante» ou «plutôt importante». Une nette majorité rejette la modification de pratique de l'IPI. Notre directeur, Urs Furrer, vous en dira plus tout à l'heure sur ces résultats ainsi que sur notre sondage représentatif DemoSCOPE mené auprès de la population suisse.

Interviendront ensuite Claudio Minder, CEO de la marque de chaussures Kybun, Silvan Lämmle, chef d'entreprise familiale et vice-président de l'Association de l'industrie suisse des lubrifiants, Philipp Bosshard, chef d'entreprise familiale et président de l'Union suisse de l'industrie des vernis et peintures, ainsi que le professeur Sven Reinecke, de l'université de Saint-Gall, qui s'est longuement penché sur ce sujet.

La revendication de l'usam est claire: il faut revenir sur le changement de pratique de l'IPI. Le Conseil fédéral doit veiller à ce que la croix suisse ne puisse pas être utilisée sur les produits fabriqués à l'étranger.

Pourquoi est-ce important? En ce moment même, le secteur des PME suisses subit une pression considérable. Ce serait envoyer un mauvais signal que d'affaiblir, précisément dans cette situation, l'attractivité de la Suisse en tant que site de production. À nos yeux, il est tout aussi erroné d'encourager indirectement les entreprises à délocaliser des emplois et la création de valeur à l'étranger. Mettre inconsidérément en péril un savoir-faire acquis au fil des décennies ne peut être dans l'intérêt de notre pays. Quiconque défend la croix suisse défend également la Suisse en tant que site de production, nos emplois et la confiance dans la qualité de nos produits.

Je vous remercie de votre attention et cède maintenant la parole à Claudio Minder.

Fabio Regazzi,
entrepreneur / conseiller aux États / président de l'usam

Contact:
079 253 12 74

Conférence de presse «La croix suisse s'égare? La nouvelle pratique de l'IPI sous la loupe»

Intervention de Claudio Minder, CEO Kybun Joya

Conférence de presse: 11 août 2026 à l'hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

L'incitation ultime à l'infidélité

Citation : « Nous avons décidé de délocaliser une partie de la production de chaussures de Sennwald à Montebelluna et de préparer ce déménagement. Environ 40 emplois dans la vallée du Rhin sont concernés. Nous ne voulons pas mourir en jouant les modèles exemplaires, tandis que d'autres voient les règles interprétées à leur avantage. »

Chers professionnels des médias,

Ce titre peut surprendre à première vue. Or, c'est précisément cette impression que me laisse la nouvelle clarification pratique de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) en tant qu'entrepreneur exerçant une activité de fabrication de chaussures dans la vallée du Rhin.

Notre entreprise produit environ 400 000 paires de chaussures par an, dont environ 100 000 paires à Sennwald/SG. Nous exploitons environ 25 magasins en propre; à cela s'ajoutent 1200 points de vente répartis dans plus de 40 pays. Nous réalisons 90% de notre chiffre d'affaires à l'étranger. Nous employons environ 250 collaborateurs, dont plus de la moitié en Suisse.

La nouvelle interprétation de l'IPI envoie le message suivant: «Fabriquez vos chaussures à l'étranger et apposez-y une croix suisse» – bien sûr, sous réserve du respect de certaines conditions. Les clients associent la croix suisse à la qualité, à la précision et surtout à la fabrication en Suisse. Les entreprises qui choisissent délibérément de produire en Suisse se retrouvent ainsi désavantagées par rapport à celles qui délocalisent leur production à l'étranger.

Ces dernières années, l'IPI nous a demandé à plusieurs reprises de renoncer à la croix suisse sur les chaussures que nous faisons fabriquer hors de Suisse, bien que l'ensemble du processus de développement ait eu lieu ici, en Suisse. On nous a menacés de poursuites judiciaires et de sanctions sévères. L'accent a toujours été mis sur la prétendue déception des consommateurs. C'est pourquoi nous avons systématiquement retiré la croix suisse des chaussures et des emballages que nous faisons fabriquer à l'étranger.

Pour moi, cette nouvelle pratique est une invitation à l'infidélité: on peut délocaliser la production à l'étranger tout en continuant à bénéficier de la crédibilité et de l'excellente réputation de la Suisse – et demander un prix plus élevé aux consommateurs grâce au label «Swissness».

Dans sa déclaration du 23 mars 2026, l'IPI a souligné que l'économie suisse subissait une forte pression en raison des droits de douane élevés imposés par les États-Unis – c'est pourquoi les entreprises concernées devraient être autorisées à utiliser la croix suisse afin de rester compétitives. Or, ce ne sont pas les entreprises qui s'engagent en faveur de l'emploi en Suisse qui sont récompensées ici, mais celles qui produisent à moindre coût à l'étranger tout en pouvant quand même arborer la croix suisse.

Aux yeux des consommateurs, la croix suisse est synonyme de fabrication en Suisse. Si cette attente n'est pas satisfaite, la confiance dans la marque «Suisse» risque d'être compromise à long terme. Le consommateur paie un supplément pour une promesse qui

n'est pas tenue. Outre notre site de production suisse situé à Sennwald (SG), nous exploitons un autre site à Montebelluna, en Italie, où nous fabriquons les mêmes modèles kybun à un coût inférieur de 34%. De plus, l'approvisionnement en matériaux et le recrutement de personnel sont nettement plus faciles en Italie.

Avec cette nouvelle décision de l'IPI, la principale raison qui nous poussait à continuer de produire en Suisse disparaît: en effet, nous serons désormais autorisés à apposer la croix suisse sur des chaussures fabriquées en Italie, à condition qu'elle soit insérée entre les mots «Swiss» et «Engineering». Le consommateur continuera à considérer nos chaussures comme un produit suisse, même si ce n'est plus le cas. La conséquence est amère, mais logique d'un point de vue économique: nous avons décidé de délocaliser une partie de la production de chaussures de Sennwald à Montebelluna et de préparer ce déménagement. Environ 40 emplois dans la vallée du Rhin sont concernés. Nous ne voulons pas mourir en jouant les élèves modèles, alors que d'autres voient les règles interprétées à leur avantage.

En fin de compte, il ne faut pas oublier une chose: la marque «Suisse» n'appartient pas à des entreprises individuelles. Ce n'est pas un outil marketing, mais une promesse commune faite aux consommateurs. Elle appartient à l'ensemble de notre place économique. Et il nous incombe à tous de veiller à ce que cette confiance soit préservée pour les générations futures.

Claudio Minder,
CEO Kybun

Contact:
079 3334646

Conférence de presse «La croix suisse s'égare? La nouvelle pratique de l'IPI sous la loupe»

Intervention de Silvan Lämmle, propriétaire et PDG de Lämmle Oil and Chemicals

Conférence de presse: 11 août 2026 à l'hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

« Les mesures incitatives favorisant la délocalisation de la production et la dévalorisation des produits suisses nuisent aux PME suisses »

Citation: «La nouvelle pratique de l'IPI pénalise les produits fabriqués en Suisse.»

Chers représentants des médias,

Lämmle Oil and Chemicals a été fondée en **1949**. Aujourd'hui, j'ai le privilège de diriger cette entreprise familiale en tant que représentant de la troisième génération. Au début, nous ne faisons que du commerce. Nous sommes devenus une entreprise de production dans les années 1960. Et aujourd'hui, le commerce ne représente plus qu'une part infime. Nous produisons des lubrifiants et des produits chimiques de nettoyage sur deux sites situés dans l'Oberland zurichois et employons environ 150 collaborateurs. Nous vendons nos produits à des clients professionnels en Suisse et à l'étranger.

Pour promouvoir la «Swissness», nous devons distinguer les produits qui répondent aux critères «Swissness» des autres produits. Pour cela, des emballages différents sont par exemple nécessaires. C'est fastidieux. Mais nous acceptons d'assumer cette charge. En effet, la mention «Fabriqué en Suisse» revêt également une grande importance dans le secteur B2B.

La nouvelle pratique de l'IPI encourage la délocalisation de la production et dévalorise les produits issus de la production suisse

Nous développons et fabriquons nos produits en Suisse. La nouvelle pratique de l'IPI incite toutefois à délocaliser la production à l'étranger et à apposer une croix suisse sur les produits fabriqués à l'étranger. Je vois ici plusieurs problèmes :

- Problème n° 1:
entre 50 et 80% de nos clients font confiance au «Swiss Made». Cette confiance est précieuse. Mais lorsque des croix suisses sont apposées sur des produits fabriqués à l'étranger, cela soulève des questions. Cela sape la confiance des clients dans les produits suisses.
- Problème n° 2:
lorsqu'une production est délocalisée à l'étranger, ce n'est pas seulement la production qui part à l'étranger. D'autres fonctions liées à la production sont également concernées. Cela comprend notamment l'assurance qualité, la logistique et les achats. Dans notre cas, outre la R&D, ce sont essentiellement les ventes et l'administration qui resteraient en Suisse. Dans un tel scénario, des investissements supplémentaires sont toutefois perdus et des emplois sont délocalisés.

Nous souhaitons continuer à produire en Suisse, notamment parce que la qualité est plus constante lorsque l'innovation et la production se font sur un même site.

Mais avec cette nouvelle pratique de l'IPI, les produits fabriqués en Suisse sont dévalorisés. Cela affaiblit notre position face à la concurrence. Le changement de pratique de l'IPI incite à délocaliser la production à l'étranger et porte en même temps préjudice aux entreprises qui continuent à produire en Suisse. Les autorités nous rendent ainsi un mauvais service. Pour moi, c'est très clair: *le label* «Swiss

Made» et le logo de la croix suisse qui l'accompagne doivent être réservés aux produits issus de la production suisse.

Silvan Lämmle
propriétaire et PDG de Lämmle Oil and Chemicals

Contact :
078 607 47 21

Conférence de presse «La croix suisse s'égare? La nouvelle pratique de l'IPI sous la loupe»

Intervention de Philipp Bosshard, chef d'entreprise familiale et président du VSLF

Conférence de presse: 11 août 2026 à l'hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

« La croix suisse doit symboliser l'origine suisse »

Citation : « Le marché de vente suisse n'est pas la même chose que l'origine suisse. La croix suisse doit symboliser l'origine suisse d'un produit – et non le marché sur lequel ce produit est destiné à être vendu. »

Chers représentants des médias,

Dans le domaine des peintures et des vernis en particulier, la proximité entre le marché, la technique d'application, le développement et la production constitue un facteur de réussite essentiel. Les nouveaux matériaux de construction et supports posent sans cesse de nouveaux défis aux fabricants et aux applicateurs. Une industrie locale est en mesure de réagir rapidement, car la technique d'application, le développement et la production travaillent en étroite collaboration. Cette proximité fait partie intégrante de ce qui caractérise le « Swiss Made ».

La croix suisse est donc bien plus qu'un simple élément graphique figurant sur un emballage. Elle symbolise un lien réel avec la Suisse : production, savoir-faire, emplois, investissements et valeur ajoutée. Il est d'autant plus problématique de constater que certains produits arborent ostensiblement la croix suisse alors qu'ils ne sont ni développés ni fabriqués en Suisse. Des mentions telles que « Développé pour la Suisse » n'y changent rien : le marché de vente suisse n'est pas synonyme d'origine suisse.

Cela revêt une importance particulière pour notre secteur, car bon nombre de nos clients sont des entreprises commerciales qui accordent délibérément de l'importance aux produits suisses et à la valeur ajoutée suisse. Une indication d'origine trompeuse peut donner aux acheteurs une fausse impression quant à l'origine réelle du produit. Elle pénalise les producteurs suisses qui investissent ici, forment des spécialistes et créent de la valeur ajoutée. Et c'est injuste envers les fabricants qui produisent à l'étranger, respectent les prescriptions en vigueur et renoncent donc à la croix suisse. Ceux qui respectent les règles ne doivent pas en subir un désavantage concurrentiel.

À cela s'ajoute un problème d'application. Dès février 2024, des cas concernant l'utilisation de la croix suisse sur des produits fabriqués à l'étranger ont été soumis à l'Institut de la propriété intellectuelle. Plus d'un an et demi plus tard, la question restait toujours sans réponse et a été abordée au Conseil national en septembre 2025. Le Conseil fédéral avait alors déclaré que l'IGE n'avait pas connaissance de la lettre initiale. Les documents ont ensuite été soumis une nouvelle fois. Selon les informations actuelles, aucune réponse de fond n'a encore été apportée à ce jour concernant ces cas. À notre avis, cette affaire met en évidence un problème fondamental d'application de la loi.

Si, même dans le cadre des règles actuelles, il est déjà si difficile et si long de faire la lumière sur d'éventuelles utilisations abusives de la croix suisse, ce serait envoyer un mauvais signal que de faciliter encore davantage son utilisation sur les produits importés. Le concept de « Swissness » ne fonctionne que tant que le symbole reste crédible. C'est pourquoi nous ne devrions pas continuer à diluer la signification de la croix suisse, mais au contraire la protéger.

Philipp Bosshard,

Président de l'Association suisse de l'industrie des vernis et des peintures (VSLF)

Contact:

Philipp.Bosshard@bosshard-farben.ch

+41 44 817 73 42

Conférence de presse «La croix suisse s'égare? La nouvelle pratique de l'IPI sous la loupe»

Intervention du Prof. Dr Sven Reinecke, directeur général de l'institut de Marketing & Customer Insight à l'Université de Saint-Gall (HSG)

Conférence de presse: 11 août 2026 à l'hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

«Les images sont des coups rapides tirés dans le cerveau»: évaluation critique de la nouvelle pratique de l'IPI concernant l'utilisation de la croix suisse

Citation : « Cette nouvelle pratique risque donc d'affaiblir le caractère exclusif de la croix suisse et la position des entreprises qui produisent effectivement en Suisse. Elle réduit le coût du renoncement à une production suisse et devrait renforcer les incitations à la délocalisation. »

Chers professionnels des médias,

Jusqu'à présent, la pratique administrative obéissait à une règle simple: la croix suisse apposée sur un produit signifiait «Swiss made» – c'était sans ambiguïté, clair et compréhensible. Selon la nouvelle «précision» apportée par l'IPI, la croix peut désormais être utilisée, sous certaines conditions, même si seules certaines activités, telles que la recherche ou le développement, ont été menées intégralement en Suisse. Du point de vue de la recherche en marketing, cette réévaluation doit être considérée d'un œil critique:

1. Les images ont un impact plus immédiat que les mots: les consommatrices et consommateurs perçoivent la croix suisse comme un gage d'origine et de qualité pour l'ensemble du produit. Ces symboles visuels sont assimilés en une fraction de seconde – et peuvent prendre le pas sur la désignation de l'activité qui figure à côté.

2. Retombées positives: il existe un risque, solidement étayé par des données empiriques, qu'un label se référant uniquement à une activité spécifique ait un effet positif sur des caractéristiques du produit qui ne proviennent pas du tout de Suisse – telles que la fabrication, la transformation ou le contrôle qualité. Une revendication partielle formellement correcte peut ainsi donner lieu à une impression d'ensemble trompeuse.

3. Aucune preuve empirique n'étaye cette nouvelle directive de conception: on ne dispose d'aucune étude d'impact concernant la règle prévue en termes de volumes et de placement. On peut se demander si elle permet réellement d'éviter les erreurs d'appréciation quant à l'origine du produit – d'autant plus que l'impression quant à l'origine ne se forge pas uniquement à partir du produit lui-même, mais résulte de la communication globale: emballage, présentation en ligne, publicité et influenceurs.

4. Délimitation floue des activités: des notions telles que «Swiss Engineering», «Swiss Design» ou «Swiss Research» (art. 47, al. 3^{Ter} LPM) devraient être clairement définies et vérifiables. Cela risque d'être difficile dans le cadre de processus de développement fondés sur une organisation internationale du travail. De plus, dans un pays multilingue, les termes anglais **ne sont pas compris de manière univoque par tout le monde.**

5. «Complètement» ne signifie pas «essentiellement». Il n'est précisé nulle part quel doit être le degré d'importance de l'activité réalisée en Suisse pour le produit. On pourrait également envisager «Swiss Prototyping», «Swiss Calibration», «Swiss Finishing» ou «Swiss Inspection».

Cette nouvelle pratique risque donc d'affaiblir l'exclusivité de la croix suisse et la position des entreprises qui produisent effectivement en Suisse. Elle réduit les coûts liés à l'abandon de la production suisse et devrait renforcer les incitations à la délocalisation – rien ne prouve empiriquement que l'effet inverse escompté par l'IPI sur le site de recherche et développement se produise. Des fournisseurs chinois pourraient eux aussi délocaliser de manière ciblée certaines étapes vers la Suisse: un petit bureau de design réel situé en Suisse suffirait alors pour apposer une croix suisse intégrée au logo sur des produits, même si ceux-ci sont entièrement fabriqués à l'étranger.

Dans plusieurs études, l'institut Marketing & Customer Insight à l'Université de Saint-Gall (HSG) a démontré la valeur ajoutée de la «Swissness» et la disposition à payer plus élevée qui y est associée. Cette prise de position constitue donc un plaidoyer en faveur d'une communication claire, compréhensible et vérifiable sur la «Swissness». Lorsque des réglementations sectorielles plus strictes s'appliquent, par exemple dans l'industrie horlogère, celles-ci prévalent sur cette nouvelle pratique. Elles font toutefois défaut pour la plupart des produits industriels. La croix suisse devrait donc, à l'avenir également, être réservée, tous secteurs confondus, aux produits qui répondent aux exigences du label «Swiss made». Il devrait être possible de communiquer les contributions partielles suisses, mais de manière transparente, par exemple: «Conçu en Suisse, fabriqué au Vietnam.»

Sven Reinecke,
Directeur

Contact:
sven.Reinecke@unisg.ch



Conférence de presse « La croix suisse s'exporte-t-elle ? La nouvelle pratique de l'IPI à l'épreuve »

Intervention d'Urs Furrer, directeur de l'Union suisse des arts et métiers usam

Conférence de presse : 11 août 2026 à l'Hôtel Schweizerhof de Berne / 13h30 – 14h30

Citation : « Le changement de pratique de l'IPI est, à l'heure actuelle, exactement la mauvaise réponse. »

Chers représentants des médias,

Le site de production suisse est sous pression. L'exportation de produits suisses vers d'autres pays est rendue plus difficile non seulement par les droits de douane, mais aussi par d'autres mesures. De nombreux pays cherchent à protéger leur propre production. La Suisse, en revanche, a supprimé unilatéralement et intégralement ses droits de douane industriels et, dans de nombreuses branches, les importations ont augmenté ces dernières années. C'est aussi une conséquence de la force du franc, qui rend les produits importés moins chers.

Il serait donc d'autant plus important que la Suisse prenne soin de son site de production. Or, l'IPI fait exactement le contraire : avec son changement de pratique, il porte préjudice aux fabricants suisses. Ce changement de pratique semble arbitraire. La justification officielle de l'IPI – la force du franc et les droits de douane – n'est pas convaincante.

L'usam a réalisé deux enquêtes sur ce sujet : d'une part, une enquête interne à notre association, non représentative, à laquelle près de 300 personnes ont répondu. D'autre part, nous avons mandaté Demoscope pour réaliser une enquête représentative auprès de plus de 1'000 personnes ayant le droit de vote dans toutes les régions linguistiques du pays.

Dans l'enquête menée auprès des entreprises, près de 70 % des répondants considèrent que l'utilisation de la désignation de provenance suisse (par exemple « Swiss Made ») pour leur entreprise ou pour les produits de leur entreprise est « très importante » ou « plutôt importante ». Cela montre que, pour nos PME, la marque Suisse constitue un facteur de compétitivité important. Mais sa valeur dépend de son exclusivité. L'utilisation de la croix suisse sur des produits fabriqués à l'étranger dilue cette exclusivité et, par conséquent, sa valeur.

Nous avons également voulu savoir comment le changement de pratique affecte la confiance de la population dans la croix suisse. Dans l'enquête Demoscope, 60 % des personnes interrogées ont répondu que leur confiance dans la valeur informative de la croix suisse diminuait. Une majorité s'attend à ce qu'au moins une étape typique de fabrication ait eu lieu en Suisse lorsque la croix suisse est utilisée. Cette attente est déçue par le changement de pratique.

Compte tenu de la pression qui pèse sur le site de production, nous avons voulu savoir comment l'économie pouvait être le mieux soutenue dans cette situation : en continuant à réserver exclusivement aux fabricants suisses le droit d'apposer la croix suisse, ou en autorisant également l'utilisation de la croix suisse pour le design ou le développement de produits fabriqués à l'étranger. Les réponses à cette question sont très claires : **88 % (Demoscope), respectivement 89 % (enquête usam), estiment que l'économie est mieux soutenue lorsque la croix suisse reste exclusivement réservée aux producteurs suisses.**

Une partie des personnes ayant répondu dans ce sens serait certes favorable à des assouplissements pour les producteurs suisses concernant les seuils légaux relatifs aux coûts de

fabrication et au poids minimal des matières premières. Mais le changement de pratique de l'IPI ne modifie en rien ces seuils pour les fabricants suisses. Sur ce point, l'IPI reste strict.

Enfin, dans les deux enquêtes, près de 9 personnes sur 10 partagent l'avis qu'une délocalisation de la production à l'étranger affaiblit la capacité d'innovation du site suisse. Cette appréciation est confirmée par de nombreuses études internationales, qui arrivent à la même conclusion.

Dans les deux enquêtes également, une majorité des personnes interrogées estime que la nouvelle pratique de l'IPI est préjudiciable aux PME suisses qui ne disposent pas de sites de production à l'étranger. Dans le secteur de l'artisanat, près de 90 % des répondants partagent cette opinion, et cette appréciation est également partagée par une nette majorité de la population.

Dans ce contexte, il n'est pas étonnant que **près de 90 % des personnes interrogées dans notre enquête interne rejettent le changement de pratique et que moins de 2 % indiquent prévoir d'appliquer la nouvelle pratique.**

Les résultats des enquêtes et les prises de position que nous avons entendues aujourd'hui permettent de tirer la conclusion suivante :

Le changement de pratique de l'IPI est rejeté par les entreprises, par les électrices et les électeurs, ainsi que par le monde scientifique représenté ici aujourd'hui.

La nouvelle pratique de l'IPI crée des incitations à délocaliser la production à l'étranger. Ces incitations produisent déjà leurs effets.

Avec les délocalisations de production, d'autres fonctions de l'entreprise peuvent également partir à l'étranger. Les entreprises sous-traitantes peuvent elles aussi être touchées. À terme, la capacité d'innovation du site suisse peut également en pâtir.

Certes, seule une très petite partie des PME suisses prévoit actuellement de faire usage de la nouvelle pratique. Mais, d'une manière ou d'une autre, on craint une diminution de la crédibilité de la marque Suisse.

Il deviendra plus difficile de distinguer le « Swiss Made » des utilisations abusives. **Les bénéficiaires sont les fabricants étrangers. Les perdantes sont les PME suisses.**

Le changement de pratique est préjudiciable aux PME suisses qui ne disposent pas de sites de production à l'étranger. Il s'agit de la grande majorité des PME.

La justification officielle de l'IPI pour le changement de pratique n'est donc pas tenable :

La force du franc suisse et la situation en matière de droits de douane plaident précisément contre une dilution de la croix suisse en tant que signe distinctif des produits suisses.

L'argument du renforcement du site d'innovation ne convainc pas. Au contraire, les délocalisations de production comportent le risque d'avoir un effet négatif sur la capacité d'innovation du site suisse.

Le changement de pratique de l'IPI est, à l'heure actuelle, exactement la mauvaise réponse. Les défis liés à la force du franc, aux barrières douanières et à la concurrence internationale sont réels. Les entreprises et la population attendent de la politique des solutions qui renforcent la production suisse – et non des mesures qui diluent la valeur de la croix suisse, affaiblissent le site de production suisse et mettent en danger un savoir-faire construit au fil des générations.

Dans ce contexte, l'usam continuera à s'engager sur le plan politique en faveur d'une correction du changement de pratique. Au vu des résultats de l'enquête, une pétition de l'économie PME est en outre prévue, afin que ce sujet reste à l'agenda politique.

Urs Furrer
Dirrecteur union suisse des arts et métiers, usam

Contact :

E : u.furrer@sgv-usam.ch

M : +41 79 215 81 30

Enquêtes sur la «Swissness» de juillet / août 2026

Synthèse des résultats



I. Situation initiale

«Swiss Made» et la croix suisse

Jusqu'en mars 2026, la croix suisse ne pouvait être utilisée que pour les produits répondant aux exigences légales en matière de «Swissness». Des mentions telles que «Swiss Design» ou «Swiss Engineering» étaient certes autorisées, mais la croix suisse ne pouvait pas être utilisée lorsque la production avait lieu à l'étranger ¹.

En mars 2026, l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI) a modifié cette pratique. Depuis lors, la croix suisse peut également être utilisée pour des mentions telles que «Swiss Design» ou «Swiss Engineering», même si la fabrication est entièrement réalisée à l'étranger. L'IPI justifie cette décision en expliquant que l'économie suisse est «soumise depuis quelque temps à une forte pression en raison de la vigueur persistante du franc suisse et

¹ Article 47 ss. Loi sur la protection des marques (LPM)

des droits de douane élevés imposés par les États-Unis» et que le «pôle d'innovation suisse se trouve ainsi renforcé à long terme» grâce à ce changement de pratique.²

Enquêtes auprès des entreprises artisanales et de l'électorat

De mi-juillet à début août 2026, l'Union suisse des arts et métiers usam a mené, par l'intermédiaire de ses associations cantonales, une enquête en ligne non représentative sur l'importance de la «Swissness» et sur le changement de pratique de l'IPI. Nous avons reçu 289 réponses.

Parallèlement, une enquête représentative a été réalisée par Demoscope. L'enquête a été menée auprès de 1154 personnes âgées de plus de 18 ans et de nationalité suisse, résidant en Suisse alémanique, romande et italienne.

II. Résultats des enquêtes

Les résultats de l'enquête représentative réalisée par Demoscope auprès de l'électorat confirment pour l'essentiel les résultats de l'enquête en ligne non représentative menée par l'usam auprès des entreprises.

Les principaux résultats des deux enquêtes sont présentés ci-dessous.

Résultats de l'enquête en ligne de l'usam

- **Près de 70% des personnes interrogées jugent «très importante» ou «plutôt importante» l'utilisation de la mention d'origine «Suisse» (p. ex. «Swiss Made») pour leur entreprise ou pour les produits de leur entreprise.** Les PME considèrent donc la marque «Suisse» comme un facteur concurrentiel important.
- **Compte tenu des difficultés rencontrées par le secteur de la production, 89% des personnes interrogées estiment que l'économie serait mieux soutenue si la croix suisse restait réservée aux producteurs suisses.** À la question de savoir comment mieux soutenir l'économie suisse compte tenu des conditions générales difficiles (vigueur du franc, évolutions géopolitiques), 55% ont répondu: «en réservant aux producteurs suisses le droit exclusif d'utiliser la croix suisse». 34% supplémentaires des personnes interrogées ont confirmé cette affirmation et ont ajouté qu'elles souhaitaient que les seuils légaux relatifs aux coûts de fabrication et au poids des matières premières soient assouplis pour les producteurs suisses.
- **La majorité des personnes interrogées estime que les conséquences du changement de pratique de l'IPI sont «très défavorables» pour les PME suisses n'ayant**

² <https://www.ige.ch/fr/prestations/informations/actualites/news-details/legislation-swissness-precision-de-la-pratique>

pas d'activité de production à l'étranger et n'envisage pas non plus de recourir à la nouvelle possibilité d'utiliser la croix suisse pour des produits fabriqués à l'étranger.

- **9 personnes interrogées sur 10 sont tout à fait d'accord ou plutôt d'accord avec l'affirmation selon laquelle la délocalisation de la production à l'étranger affaiblit également la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique.**

Question:

Dans quelle mesure l'utilisation de l'indication d'origine «Suisse» (p. ex. «Swiss Made», «Swiss Quality», etc.) est-elle importante pour votre entreprise ou pour les produits de votre entreprise?

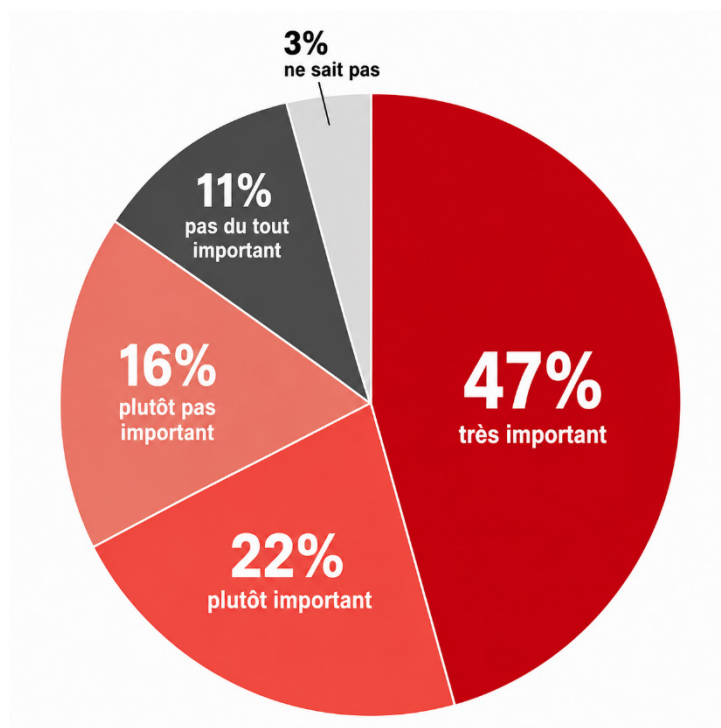


Fig. 1: Importance de l'indication d'origine «Suisse» – source: enquête en ligne de l'usam

Question:

En tant que pôle de production, la Suisse est sous pression en raison de la vigueur du franc suisse et des évolutions géopolitiques. Comment mieux soutenir l'économie dans cette situation? (une seule réponse possible)

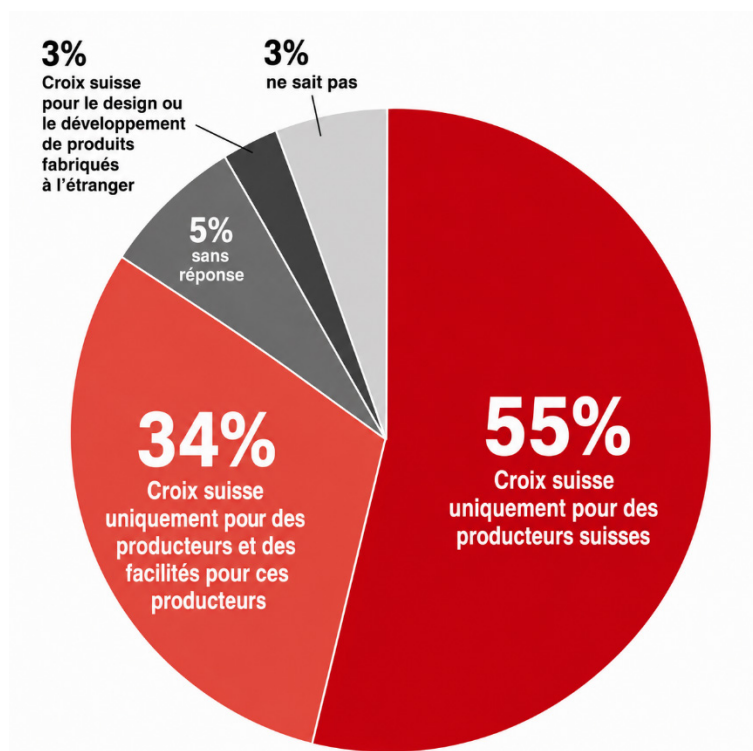


Figure 2: Comment mieux soutenir l'économie suisse dans un contexte difficile? – Source: enquête en ligne de l'usam

Question:

Comment jugez-vous l'énoncé suivant? L'innovation naît de l'amélioration et du perfectionnement constants de la production. Si la production est délocalisée à l'étranger, cela affaiblit également la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique. (une seule réponse possible)

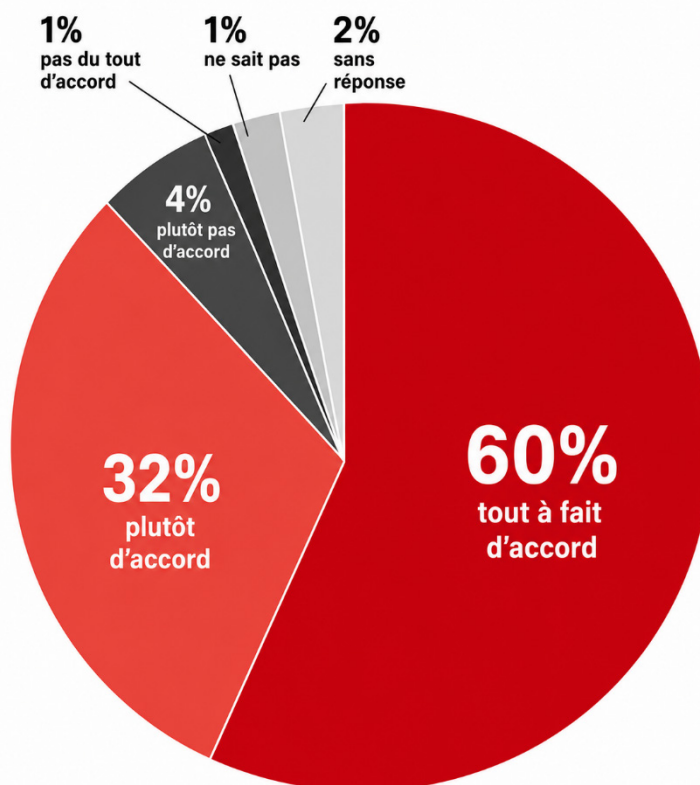
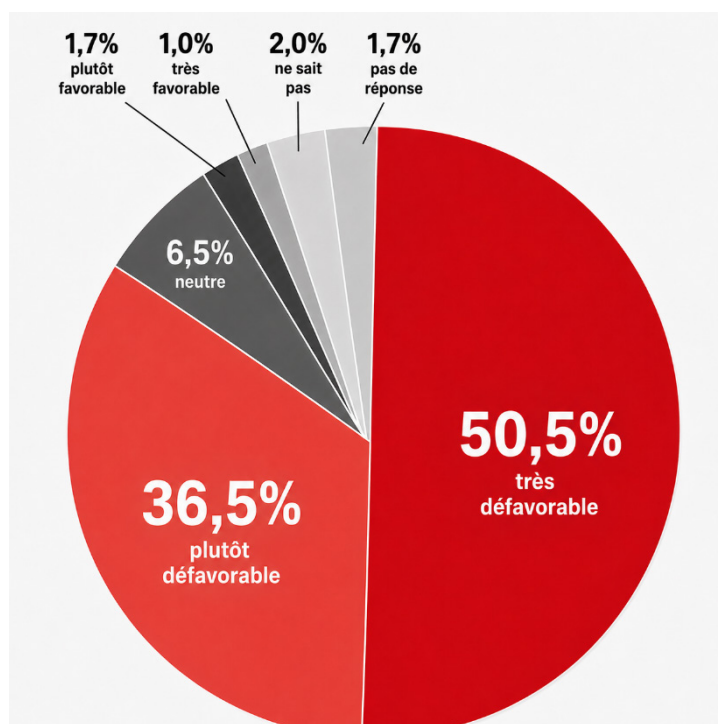


Figure 3: Comment jugez-vous l'énoncé suivant? L'innovation naît de l'amélioration et du perfectionnement constants de la production. Si la production est délocalisée à l'étranger, cela affaiblit également la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique. – Source: enquête en ligne de l'usam

Question:

La croix suisse peut désormais être apposée sur des produits fabriqués à l'étranger. Comment évaluez-vous les conséquences de cette modification de pratique pour les PME suisses qui ne disposent pas de sites de production à l'étranger?

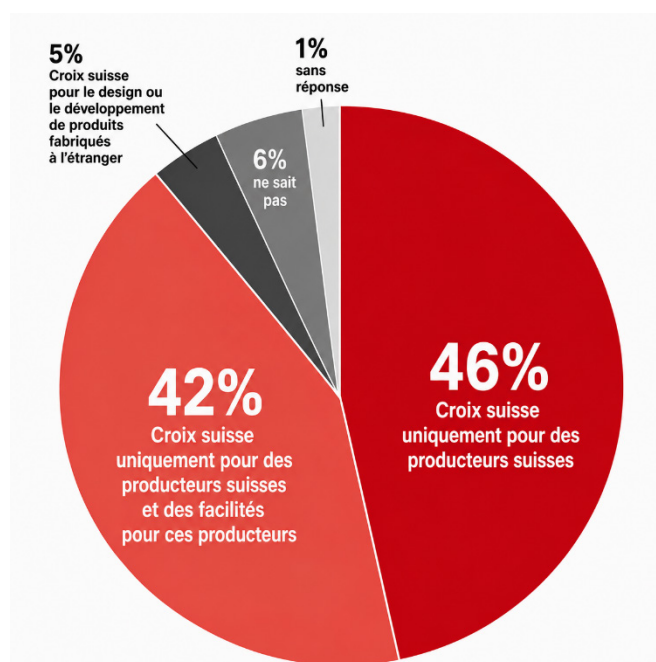


Résultats de l'enquête réalisée par Demoscope

- **Compte tenu des difficultés rencontrées par le secteur de la production, 88% des personnes interrogées estiment que l'économie serait mieux soutenue si la croix suisse restait réservée aux producteurs suisses.** À la question de savoir comment mieux soutenir l'économie compte tenu des conditions générales difficiles (vigueur du franc, évolutions géopolitiques), 46% ont répondu: «en réservant aux producteurs suisses le droit exclusif d'utiliser la croix suisse». 42% supplémentaires des personnes interrogées ont confirmé cette affirmation et ont ajouté qu'elles souhaitaient que les seuils légaux relatifs aux coûts de fabrication et au poids des matières premières soient assouplis pour les producteurs suisses.
- **57% des personnes interrogées rejettent le changement de pratique de l'IPI** (soit 26% de «Je le rejette totalement» et 31% de «Je le rejette plutôt»).
- **60% des personnes interrogées ont répondu que leur confiance dans la valeur indicative de la croix suisse en tant que symbole d'origine et de qualité suisses diminuait en raison du changement de pratique de l'IPI** (cette proportion se répartit à parts égales entre les réponses «Ma confiance diminue fortement» et «Ma confiance diminue plutôt»).
- **85% des personnes interrogées sont tout à fait d'accord ou plutôt d'accord avec l'affirmation selon laquelle la délocalisation de la production à l'étranger affaiblit la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique.**

Question:

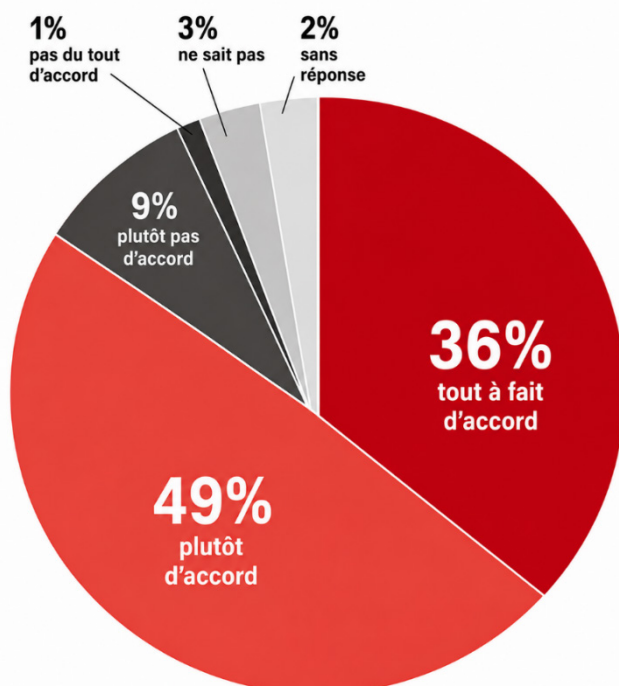
En tant que pôle de production, la Suisse est sous pression en raison de la vigueur du franc suisse et des évolutions géopolitiques. Comment mieux soutenir l'économie dans cette situation? (une seule réponse possible)



Source: Demoscope

Question:

Comment jugez-vous l'énoncé suivant? L'innovation naît de l'amélioration et du perfectionnement constants de la production. Si la production est délocalisée à l'étranger, cela affaiblit également la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique. (une seule réponse possible)



Source: Demoscope

III. Synthèse des résultats des deux enquêtes

Les résultats des deux enquêtes dressent globalement un tableau homogène:

- **le changement de pratique de l'IPI est clairement rejeté tant par les entreprises que par l'électorat.** Les PME suisses considèrent la «Swissness» et l'indication d'origine «Suisse» comme des facteurs de compétitivité importants et s'opposent à toute dilution de la croix suisse. La nouvelle pratique de l'IPI sape la confiance de l'électorat dans la valeur symbolique de la croix suisse.
- **Compte tenu des difficultés rencontrées par le secteur de la production, près de 9 personnes interrogées sur 10 estiment que l'économie serait mieux soutenue si la croix suisse restait réservée aux producteurs suisses.** Près de la moitié de l'électorat qui souhaite ainsi réserver le droit exclusif d'utiliser la croix suisse aux producteurs suisses se prononce également en faveur d'un assouplissement, pour ces derniers, des seuils légaux relatifs aux coûts de fabrication et aux proportions minimales de matières premières.
- **La grande majorité des personnes interrogées au sein des entreprises et parmi l'électorat considère que la production fait partie intégrante de la capacité d'innovation de la Suisse en tant que pôle économique.** La délocalisation de la production à l'étranger fait également craindre un affaiblissement de la capacité d'innovation de la place économique. Ainsi, l'argument du renforcement du pôle

d'innovation, invoqué par l'IPI pour justifier ce changement de pratique, ne convainc ni la majorité des PME ni la population.

Berne, le 11 août 2026

Pour toute question:

Urs Furrer, directeur de l'usam | u.furrer@sgv-usam.ch | +41 79 215 81 30

Simone Hinnen, responsable communication et campagnes | s.hinnen@sgv-usam.ch | +41 76 373 79 74