

**80^e assemblée des membres de Promarca du 4 juin 2009, à Berne :
les copies de produits, l'innovation et « adaptation ou résistance » au cœur des débats**

Promarca: le chiffre d'affaires des fabricants d'articles de marque membres de l'association dépasse les 10 milliards de francs. Mesures plus rigoureuses exigées contre les copies

En 2008, le chiffre d'affaires net total des 97 membres de Promarca a crû de 5,27% par rapport à l'exercice précédent et a dépassé pour la première fois la barre des 10 milliards CHF. L'Union suisse de l'article de marque Promarca se réjouit par contre moins de la situation qui règne au sujet des copies de produits de marque. Le dommage pour les titulaires des marques est énorme. La mollesse constatée dans l'application de la loi, par exemple pour imposer la protection des marques de forme et de couleur, est incompréhensible. Le président Alexander Jost exige des mesures plus rigoureuses.

Forte concentration du commerce et de la puissance, coûts élevés et pression sur les marges, taille restreinte: le marché suisse n'est pas un terrain facile pour les fabricants d'articles de marque. A ces difficultés viennent encore s'ajouter des imitations de produits par le commerce de détail et des producteurs – tel a été le message de l'Union suisse de l'article de marque Promarca dans la partie publique de l'assemblée des membres, à laquelle ont participé quelque 120 cadres de l'industrie et du commerce.

Le profiteurs abusent du succès des marques qui réussissent et sont nuisibles

En Suisse, la loi est appliquée avec beaucoup de retenue au sujet des copies et des imitations, par exemple par les grands distributeurs. Cette situation a pour effet de favoriser l'attitude consistant à tirer abusivement profit des investissements consentis par les fabricants dans la recherche, l'innovation et le marketing. Par ailleurs, l'application systématique de la protection des marques, qui s'est développée ces dernières années avec la possibilité de déposer des marques de forme et de couleur, n'est pas concrétisée. Alexander Jost, président de Promarca, le résume ainsi: « Les copies sont non seulement contraires aux règles de l'éthique mais nuisibles pour l'économie publique! Il appartient maintenant aux autorités politiques et judiciaires de respecter le développement du droit des marques. » Dans le cas contraire, la disponibilité des fabricants d'articles de marque à investir dans la recherche et l'innovation risque de diminuer toujours plus.

Bonne marche des affaires des membres de Promarca en 2008

Anastasia Li-Treyer, directrice de Promarca, a démontré l'importance de contre-mesures sur la base des données chiffrées de 2008 pour les 97 entreprises membres de l'association. Il en ressort que les fabricants d'articles de marque deviennent toujours plus importants pour la place économique suisse: les chiffres d'affaires réalisés avec 16'125 collaboratrices et collaborateurs des entreprises (postes exprimés à plein temps) ont augmenté de 5,3%, à plus de 10,26 milliards CHF. Le chiffre d'affaires généré exclusivement en Suisse a crû de 6,9%. Cet argent est réinvesti dans la recherche et le développement, le personnel, le sponsoring social et le marketing. En moyenne, plus de 13% du chiffre d'affaires ont été investis dans le marketing.

Beat Kappeler: « Adaptation ou résistance ? »

Beat Kappeler, auteur de livres et commentateur pour la NZZ am Sonntag et Le Temps, a traité des adaptations en cours dans l'UE. A son avis, la manière dont des Etats souverains se placent sous l'égide d'une autorité supérieure, abandonnent leur monnaie et adaptent leur droit est souvent incompréhensible. Pour Beat Kappeler, il s'ensuit des harmonisations « abolissant la diversité en Europe et la concurrence entre les solutions, alors que ces aspects ont fait la richesse du continent ». La Suisse a le droit, et elle doit même opposer une résistance mesurée, sans vouloir faire bande à part. Cette résistance, les marques la démontrent déjà. « Les marques sont génératrices de souveraineté et de liberté d'action, par opposition à l'adaptation aux quantités. Elles sont également porteuses d'images d'indépendance, de caractère personnel et, finalement, de résistance à la banalité. »

Une concurrence fonctionnant en lieu et place d'une réglementation excessive

Alexander Jost a bouclé cette manifestation en prenant une position claire sur le thème du droit des cartels, objet de nombreuses discussions politiques. « Promarca est favorable à l'adaptation du droit des cartels. La preuve de l'existence d'une concurrence Interbrand fonctionnant doit suffire pour réfuter la suspicion d'état de fait contraire à la concurrence. » Finalement, l'ouverture croissante des frontières (par exemple le « Cassis de Dijon ») et l'adoption du principe de l'épuisement régional rendent superflues les réglementations étatiques excessives. Quand la concurrence fonctionne, régler les prix, la distribution et les marges est l'affaire des fabricants et du commerce.

Fondée en 1929, l'Union suisse de l'article de marque Promarca représente les intérêts de 97 entreprises membres, actives dans le domaine des biens de consommation (Food/Near Food). Elles réalisent un chiffre d'affaires net d'environ 10,2 milliards de francs. Ces fabricants d'articles de marque emploient quelque 16'000 collaboratrices et collaborateurs en Suisse.

CONTACT

Dr. Alexander Jost, Président
Anastasia Li-Treyer, Directrice

Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1
Case postale
CH-3000 Berne 7
Tél. +41 031 310 54 54
E-Mail: info@promarca.ch

INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Des informations supplémentaires (exposés, articles, photographies) relatives à la 80^e assemblée des membres de Promarca sont à disposition sur le site Internet www.promarca.ch.

Le rapport annuel 2008 de Promarca peut être demandé au secrétariat (info@promarca.ch).