



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Il Consiglio federale

Berna, 18 dicembre 2020

Rapporto del Consiglio federale concernente la valutazione della legislazione «Swissness»

Indice

1	Executive Summary	3
2	Motivo della valutazione	4
3	Situazione iniziale	5
3.1	Situazione economica di partenza	5
3.1.1	Il valore delle indicazioni di provenienza svizzere	5
3.1.2	Necessità di un disciplinamento statale.....	5
3.2	Obiettivi e misure della legislazione «Swissness»	6
3.2.1	Trasparenza e certezza del diritto	6
3.2.2	Applicazione del diritto	7
4	Oggetto della valutazione	8
4.1	Procedimento	8
5	Risultati della valutazione del settore dell'industria e dei servizi	10
5.1	Studio di casi relativi alla situazione delle aziende	10
5.2	Indagine presso le aziende	10
5.2.1	Base di dati	11
5.2.2	Impiego delle indicazioni di provenienza svizzere	12
5.2.3	Premi «Swissness».....	14
5.2.4	Possibile impatto della legislazione «Swissness» sui premi	15
5.2.5	Costi della legislazione «Swissness»	15
5.2.6	Valutazione della legislazione «Swissness».....	16
5.3	Indagine presso i consumatori	16
6	Risultati della valutazione nel settore delle derrate alimentari	17
7	Ripercussioni economiche della legislazione «Swissness»	18
7.1	Valore aggregato della legislazione «Swissness»	19
7.2	Impatto macroeconomico della legislazione «Swissness»	20
8	Studio approfondito sull'applicazione della legislazione	21
9	Raccomandazioni	22
9.1	Raccomandazioni degli autori degli studi	22
9.1.1	Settore dell'industria e dei servizi	22
9.1.2	Settore delle derrate alimentari.....	23
9.1.3	Applicazione.....	24
9.2	Posizione del Consiglio federale	24
9.2.1	Settore dell'industria e dei servizi	24
9.2.2	Settore delle derrate alimentari.....	25
9.2.3	Applicazione.....	26

1 Executive Summary

Sulla base dell'articolo 170 della Costituzione federale (Cost.), l'Istituto Federale della Proprietà Intellettuale (IPI) e l'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG) hanno valutato l'efficacia della revisione della legge sulla protezione dei marchi (LPM) e della legge sulla protezione degli stemmi (LPSt), ossia della cosiddetta legislazione «Swissness», in vigore dal 1° gennaio 2017. Obiettivo principale della revisione era quello di garantire una maggiore protezione da qualsivoglia utilizzo abusivo del «marchio Svizzera» nonché un vantaggio concorrenziale per le aziende che producono in Svizzera. Sono stati quindi definiti i criteri in materia di servizi, prodotti naturali, derrate alimentari e prodotti industriali che le aziende devono soddisfare per poter utilizzare la croce svizzera o l'indicazione «Swiss made».

Nell'ambito della presente valutazione IPI e UFAG hanno incaricato uffici di consulenza e ricerca indipendenti di condurre due studi volti ad analizzare l'impatto della revisione rispettivamente sul settore dell'industria e dei servizi e sul settore delle derrate alimentari. La valutazione illustra i vantaggi e i costi per le aziende e la macroeconomia comportati dall'applicazione della legislazione «Swissness». Nell'ambito di un'indagine parallela sono inoltre state analizzate nel dettaglio le possibilità future di applicazione di tale legislazione in Svizzera e all'estero.

La valutazione economica mostra che la nuova legislazione «Swissness» ha nel complesso un impatto moderatamente positivo sull'economia svizzera. Tolti i nuovi costi cagionati, si stima un beneficio netto per la macroeconomia pari ad almeno 0,2 punti percentuali della prestazione economica annua (prodotto interno lordo, PIL). In cifre assolute, si parla all'anno di circa 1,4 miliardi di franchi, ossia 163 franchi per abitante. Le analisi condotte mostrano che la nuova legislazione «Swissness» contribuisce a ridurre considerevolmente la minaccia, determinata da utilizzi abusivi, di una riduzione del premio sul fatturato, andando quindi a contribuire in larga misura ai risultati appena illustrati. La nuova legislazione non comporta vantaggi soltanto per le aziende i cui prodotti e servizi recano un'indicazione di provenienza svizzera, bensì, indirettamente, anche per altri attori economici, per esempio fornitori ed esportatori, il che spiega il già menzionato beneficio che ne deriva per l'economia nel suo insieme.

L'analisi condotta nel settore delle derrate alimentari mette in luce il ruolo non trascurabile della provenienza svizzera per la commercializzazione dei prodotti di questo tipo e, di conseguenza, un impiego di questo genere di indicazioni superiore alla media. Al tempo stesso, però, la maggior parte delle aziende interpellate nell'ambito della valutazione si dice piuttosto critica nei confronti della legislazione «Swissness». I motivi sono riconducibili, da un lato, al criterio relativo alle materie prime (diverso dal criterio dei costi vigente nel settore industriale) e, dall'altro, alla complessità della legislazione.

Quanto all'applicazione della legislazione «Swissness», gli interpellati di tutti i settori constata una riduzione degli utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere nei confini nazionali, tra le altre cose grazie all'opera di sensibilizzazione portata avanti. All'estero, invece, dove il diritto svizzero non è di norma applicabile, proteggere le indicazioni di provenienza risulta particolarmente difficile. Gli interpellati ritengono quindi che l'applicazione all'estero sia più complessa e che siano necessari sforzi maggiori in tal senso.

Sulla base dei risultati, gli autori dei due studi consigliano di mantenere invariati, per il momento, i criteri definiti nella legislazione «Swissness» per i prodotti industriali e i servizi. In entrambi i settori intravedono tuttavia dei margini di miglioramento sia sotto il profilo dell'informazione sia sotto quello dell'applicazione del diritto in collaborazione con le associazioni di categoria. Inoltre, propugnano un ampliamento della rete degli accordi bilaterali.

Nel settore delle derrate alimentari la necessità di intensificare gli sforzi pare invece più pressante. Sulla base dei risultati, gli autori consigliano un parziale allineamento delle disposizioni in materia di derrate alimentari a quelle in materia di prodotti industriali. In alternativa, propongono che venga rivista l'ordinanza sull'utilizzo di indicazioni di provenienza svizzere per le derrate alimentari, in particolare allo scopo di semplificare e definire con maggiore chiarezza la procedura per la concessione di deroghe.

Alla luce dei risultati della valutazione economica, il Consiglio federale è del parere che, nel complesso, la nuova legislazione «Swissness» abbia consentito di raggiungere gli obiettivi auspicati. Sarà compito dell'IPI e dell'UFAG trovare soluzioni concrete laddove gli studi hanno identificato margini di miglioramento. Dagli studi di tipo qualitativo è per esempio emerso che, dal punto di vista delle aziende attive nel settore delle derrate alimentari, il sistema presenta diverse lacune. In questo settore sarà pertanto necessario procedere, insieme ai diversi attori coinvolti, a una semplificazione della procedura per la concessione di deroghe a livello di ordinanza.

2 Motivo della valutazione

Con «Swissness» si intendono le indicazioni di provenienza svizzere, quali riferimenti alla provenienza geografica di prodotti o servizi, come «Swiss made», «made in Switzerland», «of Switzerland», «Swiss Quality» e altre indicazioni facenti riferimento alla Svizzera, o ancora raffigurazioni come la croce svizzera. La legislazione «Swissness» è il risultato della revisione parziale della LMP e della revisione totale della LPSt. La LMP contiene disposizioni precise in materia di provenienza geografica di prodotti e servizi. La LPSt disciplina l'utilizzo della croce svizzera. Le due leggi, la cui attuazione poggia su quattro ordinanze di esecuzione, sono entrate in vigore nel gennaio del 2017.

Ai sensi dell'articolo 170 Cost. è necessario procedere a una verifica dell'efficacia delle misure decise dalla Confederazione. Tale verifica rappresenta uno strumento fondamentale nell'ottica di un'analisi degli investimenti statali e ha lo scopo di fornire una base solida per le misure a seguire nonché di garantire una maggiore trasparenza¹.

Nel suo rapporto del 30 agosto 2017 in adempimento del postulato 15.3928 Baumann «Misure contro una deindustrializzazione nel settore alimentare», il Consiglio federale ha deciso di procedere a una valutazione dell'impatto della legislazione «Swissness» nel settore dei prodotti industriali, delle derrate alimentari e dei servizi e di sottoporre, al più tardi entro il 2021, il relativo rapporto alle Camere federali². L'incarico di effettuare la valutazione è andato all'IPI, in qualità di responsabile, e all'UFAG, in qualità di autorità responsabile in materia di derrate alimentari secondo la legislazione «Swissness».

Gli interventi statali sono giustificati nella misura in cui il loro beneficio da un punto di vista macroeconomico è maggiore rispetto ai costi che cagionano. Nel caso della legislazione «Swissness» il beneficio economico consiste, da un lato, nel premio sul prezzo dei prodotti «Swissness» che questa garantisce alle aziende che producono in Svizzera e, dall'altro, nella maggiore protezione dei consumatori da denominazioni fuorvianti. Quanto ai costi, invece, sono da tenere in considerazione gli investimenti sostenuti dalle aziende per soddisfare i criteri di cui nella legislazione in materia e poter così beneficiare dei premi sul prezzo. L'obiettivo principale della valutazione è quello di analizzare, da un punto di vista economico,

¹ <http://www.ufg.admin.ch> > Stato & Cittadino > Verifiche dell'efficacia/valutazioni

² Cfr. cap. 4 del rapporto del Consiglio federale in adempimento del postulato 15.3928 Baumann. Il rapporto è disponibile su: <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2015/20153928/Bericht%20BR%20I.pdf>.

il rapporto costi/benefici della legislazione e, in secondo luogo, di verificare l'efficacia di singoli strumenti di diritto.

3 Situazione iniziale

3.1 Situazione economica di partenza

3.1.1 Il valore delle indicazioni di provenienza svizzere

Denominazioni di prodotti come marchi o indicazioni di provenienza sono beni immateriali che richiedono investimenti anche cospicui da parte dei titolari. Tali denominazioni assolvono un importante compito economico, dal momento che forniscono informazioni supplementari agli attori del mercato. Riducendo lo scarto tra le informazioni a disposizione dei produttori e dei consumatori, facilitano le transazioni e accrescono così l'efficienza macroeconomica. In questo contesto, l'auspicata protezione da utilizzi abusivi è perseguita incentivando i titolari a investire nella reputazione del marchio o dell'indicazione di provenienza.

Tuttavia questo è possibile soltanto a patto che vengano soddisfatte determinate condizioni. Se la denominazione di un prodotto ne mette in luce alcune caratteristiche ben precise, per esempio, queste devono essere pertinenti e credibili. Riferimenti alla natura e alla qualità di prodotti e servizi sono ritenuti affidabili soltanto se soddisfano criteri chiari e trasparenti. Questo vale, in particolare, per le indicazioni di provenienza, impiegate per evocare la qualità riconducibile all'origine geografica.

Le indicazioni di provenienza svizzere (p. es. «Swiss made», la croce svizzera e altri riferimenti alla provenienza svizzera) segnalano agli attori del mercato che i prodotti così contrassegnati dispongono di caratteristiche che vengono associate alla Svizzera, quali l'affidabilità, la precisione e la tradizione³. Sembra che i consumatori apprezzino maggiormente i prodotti contrassegnati con indicazioni che reputano affidabili e che siano disposti a pagarli di più⁴. Rispetto a prodotti simili che non recano un'indicazione di provenienza svizzera, il premio sul prezzo può variare in modo considerevole a seconda della categoria di prodotto. Nel messaggio concernente la legislazione «Swissness» del 2009, il Consiglio federale ha stimato il plusvalore dell'indicazione «Svizzera» all'1 per cento circa del PIL svizzero⁵.

3.1.2 Necessità di un disciplinamento statale

Secondo la teoria economica, le denominazioni dei prodotti servono in primo luogo per garantirne la buona reputazione e per mantenerla. Da un prodotto che reca per esempio un certo tipo di marchio i consumatori si aspettano caratteristiche ben precise, e non è raro che siano anche disposti a pagarlo di più. I costi da sostenere per sviluppare e mantenere la buona reputazione di un prodotto attraverso l'impiego di marchi sono molto elevati (p. es. dal punto di vista della spesa pubblicitaria, del controllo qualità e, in particolare, dell'attuazione della protezione); ne vale la pena soltanto se il premio sul prezzo permette di recuperare i costi sostenuti. Il titolare di un marchio è così incoraggiato a investire nella sua reputazione, e quindi nella reputazione dell'azienda, e a tutelarsi da utilizzi abusivi da parte di terzi.

³ Cfr. Feige S., Brockdorff B., Sausen K., Fischer P., Jaermann U. & Reinecke S. (2008). Swissness Worldwide – Internationale Studie zur Wahrnehmung der «Marke Schweiz» (in tedesco). Università di San Gallo, pag. 32.

⁴ Ibid.

⁵ Cfr. cap. 3.3.4 del messaggio concernente la legislazione «Swissness». Si faccia riferimento al messaggio per un'analisi più dettagliata circa l'importanza del «marchio Svizzera» dal punto di vista economico. Il messaggio è disponibile su: <https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2009/7425.pdf>.

Quanto ai marchi privati, ogni azienda deve fare le proprie riflessioni sul rapporto costi/benefici.

Le indicazioni di provenienza non sono invece di proprietà di aziende o privati, che sono quindi meno disposti a investire nella loro reputazione, dal momento che a trarre beneficio da tali investimenti non è soltanto chi sostiene i costi, ma ogni utente⁶. Questo tipo di situazione crea un terreno fertile per gli utilizzi abusivi, nella misura in cui alcuni prodotti verrebbero contrassegnati con un'indicazione di provenienza svizzera, senza che ne sia accresciuta la reputazione. A lungo termine ciò minerebbe la reputazione dell'indicazione di provenienza «Svizzera», che perderebbe così il suo valore.

Proprio per scongiurare utilizzi abusivi di questo genere e quindi una disfunzione nel mercato dei prodotti legittimamente contrassegnati con un'indicazione di provenienza svizzera, il Consiglio federale ha definito, su incarico del Parlamento, criteri minimi da rispettare per poterne fare uso. Soltanto chi rispetta tali criteri potrà apporre la croce svizzera sul proprio prodotto o fare riferimento in altro modo alla provenienza svizzera dello stesso. Così facendo, si intende scongiurare una riduzione dei premi sul prezzo di un prodotto svizzero che l'indicazione di provenienza ha reso possibili⁷.

Come per i marchi privati, anche in questo caso l'obiettivo è quello di evitare una disfunzione del mercato e di incoraggiare investimenti individuali volti ad accrescere la reputazione delle indicazioni di provenienza svizzere e a mantenerne intatto il valore. Questo significa che i criteri minimi definiti nel quadro della legislazione «Swissness» possono sì richiedere maggiori investimenti da parte degli attori del mercato e quindi un aumento temporaneo dei costi di produzione in Svizzera, ma, al tempo stesso, che continueranno a poter essere riscossi premi sul prezzo di vendita.

3.2 Obiettivi e misure della legislazione «Swissness»

3.2.1 Trasparenza e certezza del diritto

La legislazione «Swissness» definisce i criteri e le modalità per l'utilizzo sul mercato dell'indicazione di provenienza «Svizzera» e della croce svizzera. Quanto ai consumatori, l'obiettivo è quello di una maggiore trasparenza: deve essere chiaro cosa, di un prodotto recante l'indicazione «Svizzera», proviene effettivamente dalla Svizzera. Quanto invece ai produttori, l'obiettivo dei criteri definiti è quello di garantire una maggiore certezza del diritto: deve essere chiaro quando è possibile utilizzare la croce svizzera o altre indicazioni di provenienza svizzere («Svizzera», «Swiss made», «made in Switzerland», «Swiss design», ecc.) e quando no.

Non è tuttavia sempre facile stabilire che cosa rende un prodotto «svizzero» e, secondo i consumatori, questo dipende anche dalla categoria di prodotto⁸. Il Parlamento ha pertanto deciso di operare una distinzione, all'interno della legislazione «Swissness», tra prodotti naturali, derrate alimentari, prodotti industriali e servizi. Il disciplinamento in materia di derrate

⁶ In economia, si parla di cosiddetti «beni pubblici». A nessuno può esserne negato l'utilizzo (non escludibilità). Inoltre, simili beni possono essere utilizzati contemporaneamente da più utenti ogni qualvolta questi lo desiderino (non rivalità). La conseguenza di pratiche di questo tipo è solitamente una disfunzione del mercato, dal momento che la produzione di tali beni viene in questo modo disincentivata.

⁷ Per un'analisi dettagliata in merito alla necessità di un disciplinamento statale, si rimanda al messaggio concernente la legislazione «Swissness». Il messaggio è disponibile su: <https://www.admin.ch/opc/it/federal-gazette/2009/7425.pdf>.

⁸ Cfr., p. es., Bolliger C. (2012). Ökonomische Analyse von Herkunftsangaben bei Agrarerzeugnissen. Präferenz und Zahlungsbereitschaft für die «Herkunft Schweiz» (in tedesco). ETH Zurigo.

alimentari è quello che, in sede di dibattito parlamentare, ha dato adito alle discussioni più accese. In un primo momento il Consiglio federale aveva proposto lo stesso criterio dei costi per le derrate alimentari e i prodotti industriali (il 60 % dei costi di produzione deve essere realizzato in Svizzera). Al termine della procedura di consultazione, su proposta dell'industria alimentare, che ha ricordato quanto possa variare il prezzo delle materie prime, nonché del settore agricolo e delle organizzazioni dei consumatori, si è passati invece, per le derrate alimentari, a un criterio basato sulla quantità di materie prime (l'80 % delle materie prime deve provenire dalla Svizzera). Tuttavia, alla luce delle contingenze economiche, sono state previste, tanto per le derrate alimentari quanto per i prodotti industriali, delle eccezioni per quelle materie prime non disponibili o disponibili in quantità insufficiente in Svizzera⁹.

3.2.2 Applicazione del diritto

Oltre a una maggiore trasparenza e certezza del diritto, un obiettivo centrale della legislazione «Swissness» è l'effettiva applicazione delle sue disposizioni. L'IPI è pertanto legittimato a procedere contro utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere e della croce svizzera.

Il principio di territorialità non permette essenzialmente di applicare il diritto svizzero all'estero. La Svizzera ha concluso accordi che garantiscono la protezione delle indicazioni di provenienza svizzere nei Paesi partner, ma, in conformità con tali accordi internazionali, laddove ne sia rivendicata la protezione, l'utilizzo delle indicazioni di provenienza è comunque disciplinato in primo luogo sulla base delle leggi del rispettivo Paese.

Con la legislazione «Swissness» è stato istituito un registro delle indicazioni geografiche¹⁰ per i prodotti industriali tenuto dall'IPI. Questo registro, che si aggiunge a quello già esistente delle indicazioni geografiche e di provenienza per i prodotti agricoli gestito dall'UFAG, ha lo scopo di migliorare e rafforzare la protezione all'estero: il contenuto del registro svizzero è riconosciuto dai Paesi partner, e viceversa. Le indicazioni che figurano all'interno dei registri nazionali¹¹ sono protette in Svizzera e nei Paese partner.

Le indicazioni geografiche iscritte nel registro della Confederazione, le denominazioni vinicole protette a livello cantonale e le indicazioni geografiche disciplinate all'interno di un'ordinanza del Consiglio federale (p. es. quella per gli orologi) possono essere registrate anche come marchi geografici. Come l'iscrizione nel registro delle indicazioni geografiche, l'iscrizione a registro di un marchio geografico equivale al riconoscimento di una protezione ufficiale. Questo può comportare benefici in termini di protezione e applicazione all'estero: l'indicazione di provenienza ha ormai un titolare del diritto chiaramente identificabile (associazione di settore o gruppo che rappresenta il prodotto agricolo in questione) che può procedere contro utilizzi abusivi del titolo di protezione in Svizzera e all'estero.

Nell'espletamento del suo compito di monitoraggio di importanti mercati esteri per l'economia Svizzera, l'IPI può intervenire, in accordo con le associazioni di settore interessate, qualora riscontri utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere e della croce svizzera.

⁹ Cfr. il sito internet dell'IPI: <https://www.ige.ch/it.html> (Protezione > Indicazioni di provenienza > Nozioni di base > Provenienza svizzera). Per visualizzare le disposizioni «Swissness» nel dettaglio, cfr. anche il messaggio concernente la legislazione «Swissness».

¹⁰ I prodotti recanti un'indicazione geografica (p. es. «Gruyère») vantano, in ragione della loro provenienza geografica, un maggior numero di caratteristiche e qualità verificabili rispetto ad altri prodotti simili e la loro produzione avviene ricorrendo a procedure locali tradizionali.

¹¹ Se un marchio di qualità così protetto è registrato, può essere utilizzato soltanto dai produttori del territorio geografico per questi definito, che si attengono a un dettagliato elenco degli obblighi. Così facendo, si contrasta la concorrenza sleale e si proteggono i consumatori da prodotti ingannevoli. Cfr., a tal proposito, il sito internet dell'IPI: <https://www.ige.ch/it.html> (Protezione > Indicazioni di provenienza > Nozioni di base > Protezione delle indicazioni geografiche).

4 Oggetto della valutazione

Il beneficio economico perseguito con la protezione dell'indicazione «Svizzera» consiste essenzialmente nel garantire la buona reputazione dei prodotti svizzeri, e di conseguenza i rispettivi premi sul prezzo, nel lungo periodo nonché nell'accrescere, così facendo, il valore aggiunto in Svizzera. L'obiettivo della presente valutazione è di indagare quale sia il contributo concreto della legislazione «Swissness» in questo contesto. L'interesse si concentra inoltre sui potenziali costi legati alla manutenzione della buona reputazione del marchio «Svizzera» nonché sugli strumenti di applicazione della legislazione «Swissness».

4.1 Procedimento

I criteri definiti dal Parlamento per i prodotti industriali e per le derrate alimentari sono molto diversi tra loro: se per i prodotti industriali è importante che una parte dei costi di produzione sia realizzato in Svizzera, nel caso delle derrate alimentari il criterio determinante è la quantità di materie prime svizzere utilizzate. La questione dell'applicazione è importante per tutti i settori. La presente valutazione si basa quindi su tre diversi studi (cfr. Figura 1):

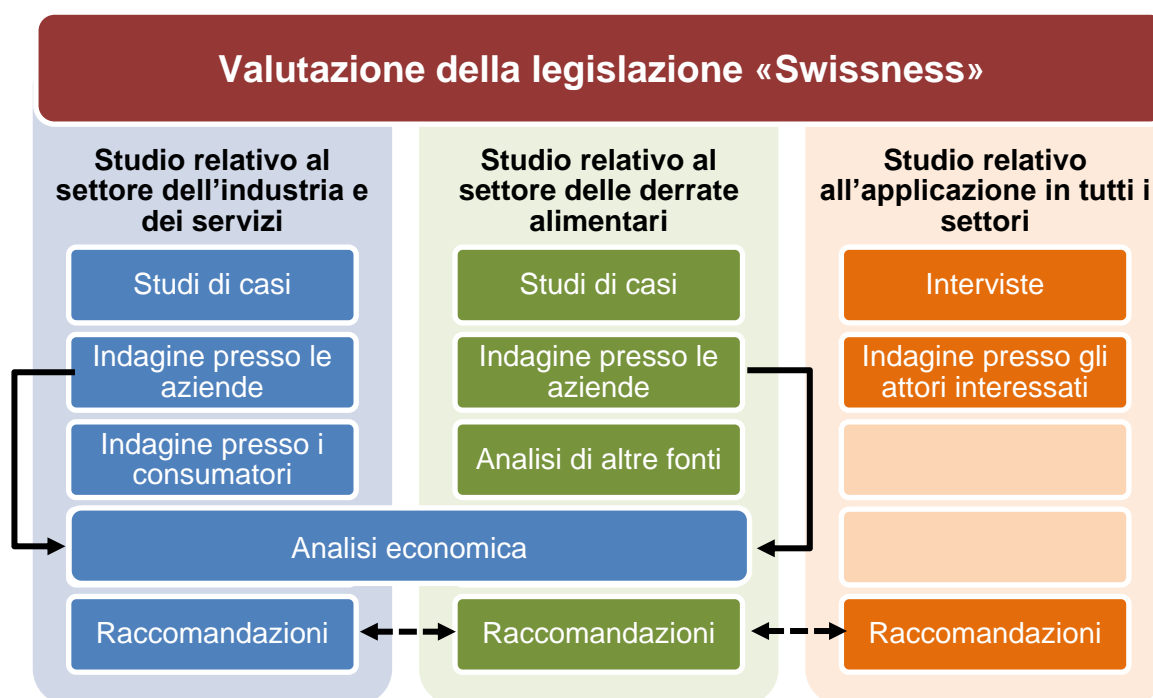


Figura 1: studi condotti nell'ambito della valutazione della legislazione «Swissness»
Fonte: rappresentazione propria

Lo studio condotto congiuntamente dalla scuola universitaria professionale *Fachhochschule Graubünden (FHGR)* e dall'istituto di analisi economiche *BAK Economics (BAK)* sugli effetti della legislazione «Swissness» sulle aziende del settore dell'industria e dei servizi nonché sull'intera economia è uno degli studi su cui si basa il presente rapporto di valutazione (in blu nella Figura 1)¹². Di seguito gli aspetti principali indagati nel contesto di tale studio:

- Lo **studio condotto nel settore dell'industria e dei servizi** propone, tramite lo **studio di casi**, un'analisi economica dei costi e dei benefici legati alla legislazione «Swissness». In questo contesto, sono indagati gli effetti concreti sulle aziende e le modalità attraverso le quali questi si manifestano.

¹² Lehmann, R., Moser, P., Nicklisch, A., Emmenegger, M., Grass, M. (2020). Evaluation Swissness-Gesetzgebung (in tedesco). Fachhochschule Graubünden e BAK Economics AG.

- Sulla base di un'**indagine** su larga scala condotta **presso le aziende**, lo studio calcola i possibili premi sul prezzo per prodotti recanti l'indicazione «Svizzera» in Svizzera e all'estero, provando a capire quale sia l'influsso della legislazione «Swissness» in questo ambito. Lo studio stima e analizza i costi generati per le aziende svizzere dalla legislazione «Swissness».
- Per rendere plausibili i risultati della consultazione delle aziende e per tener conto del punto di vista dei consumatori, si procede inoltre a un'**indagine presso i consumatori** in Svizzera e all'estero, volta a determinare, tra le altre cose, la variazione dei premi sul prezzo in funzione delle categorie di prodotto e della distanza geografica.
- Forte dei risultati delle indagini condotte, lo studio procede a un'**analisi economica** che fornisce indicazioni sul valore complessivo dell'oggetto in discussione e sul contributo che la legislazione «Swissness» è in grado di apportare nell'ottica di un suo mantenimento a lungo termine. In altri termini, lo studio quantifica il «value at risk» che la legislazione deve essere in grado di tutelare.
- Infine, sulla base dei dati acquisiti nell'ambito dello studio, si procede alla formulazione di alcune **raccomandazioni di natura politico-economica**.

Il secondo studio è stato condotto dagli uffici di consulenza *htp St. Gallen (htp)* e *Interface*, incaricati dall'UFAG, alla luce dei diversi criteri applicati alle derrate alimentari da una parte e ai prodotti industriali e ai servizi dall'altra, di procedere a un'analisi specifica degli effetti della legislazione «Swissness» nel settore delle derrate alimentari (in verde nella Figura 1)¹³.

I dati raccolti sono confluiti, insieme a quelli raccolti nell'ambito dello studio relativo al settore dell'industria e dei servizi, in un calcolo complessivo degli effetti economici generali della legislazione «Swissness»¹⁴. Gli altri risultati dello studio relativo al settore delle derrate alimentari sono trattati all'interno del presente rapporto di valutazione in un capitolo a parte. Stesso dicasi per le raccomandazioni formulate in merito a un'eventuale necessità di modificare la base giuridica per il settore delle derrate alimentari.

- Con lo **studio relativo al settore delle derrate alimentari** ci si vuole assicurare che venga tenuto conto in debita misura delle diverse situazioni di partenza dal punto di vista giuridico. Come lo studio relativo al settore dell'industria e dei servizi, anche questo studio adotta un approccio metodologico basato su **parametri qualitativi (studi di casi) e quantitativi (indagine presso le aziende interessate)** e si conclude con la formulazione di alcune raccomandazioni.

Il terzo studio esamina gli strumenti previsti per l'applicazione della legislazione «Swissness», di fondamentale importanza tanto per le aziende interessate quanto per i consumatori. Per poter far affidamento su un'analisi più dettagliata di tali strumenti, l'IPI ha affidato all'ufficio di consulenze *Swiss Brand Experts* il compito di indagare anche questo specifico aspetto (in arancione nella Figura 1)¹⁵. I primi risultati di questo studio sono già confluiti nella presente valutazione.

- Lo **studio relativo all'applicazione** della legislazione «Swissness» analizza, per mezzo di **interviste e sondaggi**, gli effetti dei nuovi strumenti giuridici atti a tale

¹³ Feige, S., Rieder, S., Roose, Z. (2020). Evaluation der Swissness im Lebensmittelbereich (in tedesco). htp St. Gallen und Interface Politikstudien Forschung Beratung. Zürich/Luzern.

¹⁴ L'analisi economica è stata condotta da *FHGR* e *BAK* nel quadro del primo studio.

¹⁵ Harder, T., Rohner, C. (*forthcoming*). Rechtsdurchsetzung Swissness (in tedesco). Swiss Brand Experts.

scopo, tenendo in debito conto i principali attori statali e privati; sulla base dei risultati raccolti, formula inoltre raccomandazioni in merito ai prossimi passi da intraprendere.

5 Risultati della valutazione del settore dell'industria e dei servizi

5.1 Studio di casi relativi alla situazione delle aziende

In virtù del parametro qualitativo adottato (studio di casi), è stato possibile confrontarsi con i principali attori del settore e comprendere a fondo gli effetti della legislazione «Swissness». In questo contesto, le ipotesi formulate sulla base delle conclusioni raggiunte grazie allo studio di casi sono andate a costituire la base per l'indagine empirica condotta presso le aziende che ne è seguita.

Nell'ambito dello studio di casi, si è proceduto ad analizzare, da un lato, gli effetti della nuova legislazione «Swissness» sulle aziende svizzere e, dall'altro, il ruolo che assumono le ordinanze di settore¹⁶ ai fini dell'applicazione di tale legislazione. Allo stesso tempo, sono stati indagati i cambiamenti occorsi in materia di applicabilità delle disposizioni «Swissness» in Svizzera e all'estero.

5.2 Indagine presso le aziende

Tra marzo e aprile 2019 è stata condotta un'indagine su larga scala presso le aziende con sede in Svizzera¹⁷. Per la selezione a campione delle aziende si è fatto riferimento alla struttura dei settori economici svizzeri¹⁸, dando la precedenza alle aziende appartenenti ai settori di cui nella Tabella 1¹⁹.

Codice NOGA ²⁰	Denominazione del settore
12	Industria del tabacco
13-15	Industrie tessili e di abbigliamento
16-18	Industria del legno, della carta e della stampa
19-23 (escl. 204200)	Fabbricazione di prodotti chimici e farmaceutici e di materie plastiche (escl. prodotti cosmetici)
24-30	Fabbricazione di prodotti in metallo e di elettronica, di macchinari e mezzi di trasporto
2652	Industria orologiera
05-09	Industria estrattiva
31-33	Fabbricazione di altri prodotti, riparazioni, installazioni
41-43	Costruzione

¹⁶ L'obiettivo di un'ordinanza di settore è di disciplinare nel dettaglio i criteri per l'utilizzo di un'indicazione di provenienza svizzera per determinati prodotti o servizi. Attualmente sono due le ordinanze di settore in vigore: una per gli orologi e una per i prodotti cosmetici. Cfr., a tal proposito, il sito internet dell'IPI: <https://www.ige.ch/it.html> (Diritto e politica > Sviluppi nazionali > Indicazioni di provenienza > Indicazioni di provenienza svizzera > Ordinanze di settore).

¹⁷ In totale, sono state contattate circa 73 000 aziende svizzere. I dati di contatto sono stati estrapolati dalla banca dati Orbis.

¹⁸ Ufficio federale di statistica UST (2018a). Statistica strutturale delle imprese STATENT.

¹⁹ Non sono stati presi in considerazione il settore delle derrate alimentari e l'economia agricola a monte, dal momento che tali settori sono stati analizzati separatamente nell'ambito dello studio parallelo relativo, appunto, al settore delle derrate alimentari. Sono stati inoltre esclusi quei settori, come il commercio e i servizi pubblici, nei quali non ci si aspetta un impiego diffuso di indicazioni di provenienza svizzera. L'inclusione di questi settori avrebbe sollecitato inutilmente numerose aziende comportando un onere amministrativo difficile da giustificare. I dati relativi al settore delle derrate alimentari e all'economia agricola a monte sono stati però raccolti nell'ambito dello studio relativo al settore delle derrate alimentari, appunto, e sono quindi confluiti nell'analisi economica (cfr. cap. 7).

²⁰ Ufficio federale di statistica UST (2008). Nomenclatura generale delle attività economiche (NOGA).

204200, 464500, 477501 e 477502	Settore cosmetico: industria cosmetica e commercio di prodotti cosmetici
58-63	Informazione e comunicazione
64-66	Prestazione di servizi finanziari
69-75	Attività inerenti alle aziende, alla libera professione e tecniche
49-53	Logistica
77-82	Altre attività economiche
90-93	Arte, intrattenimento, divertimento

Tabella 1: settori selezionati e ripartizione delle aziende interpellate

Gli obiettivi dell'indagine presso le aziende erano i seguenti:

- individuare i premi sul prezzo e sul fatturato determinati dall'utilizzo dell'indicazione «Svizzera» da parte delle aziende e capire se le nuove disposizioni «Swissness» permettano di mantenere in essere tali premi²¹;
- individuare i cambiamenti relativi alle catene del valore attuati dalle aziende a seguito dell'entrata in vigore delle nuove disposizioni e i relativi costi;
- verificare le ipotesi formulate sulla base degli studi di casi in merito all'impiego, ai benefici, ai costi e alla diffusione dell'indicazione «Svizzera»;
- raccogliere i dati necessari a determinare il valore totale dell'indicazione «Svizzera».

5.2.1 Base di dati

Nonostante la complessità del questionario circa 700 aziende hanno accettato di completarlo. La Figura 2 indica i settori a cui appartengono le aziende che hanno partecipato all'indagine e il rispettivo numero di posti di lavoro. Non sorprende che, analogamente a quanto riscontrato nel quadro dell'analisi relativa all'economia svizzera, siano le aziende del settore dei servizi, seguite da quelle del settore dell'industria, a essere maggiormente rappresentate. Quanto ai clienti, questi sono, per più della metà delle aziende, principalmente clienti commerciali (54 %), per una piccola percentuale per lo più consumatori (17 %), mentre la parte restante delle aziende vanta entrambi questi gruppi tra i suoi clienti. 8 aziende partecipanti su 10 generano la quasi totalità del loro fatturato in Svizzera (quota di fatturato in Svizzera: 80 % o più). Per 1 azienda partecipante su 10 il mercato svizzero è per lo più irrilevante (quota di fatturato in Svizzera: meno del 10 %)²². Anche per quanto riguarda il numero di posti di lavoro si ravvisa una compatibilità di base dei risultati della consultazione delle aziende con quelli dell'analisi relativa all'economia svizzera. Si osservi che la grande maggioranza delle aziende partecipanti sono piccole o medie imprese (PMI).

²¹ Occorre osservare che, nell'ambito dell'indagine presso le aziende, si è proceduto, in una prima fase, a indagare fondamentalmente l'importanza dell'impiego dell'indicazione «Svizzera» e, in una seconda fase, più specificamente gli effetti delle nuove disposizioni «Swissness» a partire dalla loro entrata in vigore il 1° gennaio 2017. Per poter valutare meglio la portata delle risposte, il questionario prevedeva anche che le aziende fornissero delle informazioni in merito al fatturato e al numero di posti di lavoro. Nel suo complesso il questionario non era dunque di semplice compilazione, viste le domande inerenti a dati sensibili quali quelli sul fatturato.

²² In seguito si opererà una distinzione tra aziende per lo più esportatrici (fatturato in Svizzera minore del 50 %) e aziende per lo più locali (fatturato in Svizzera del 50 % o più).

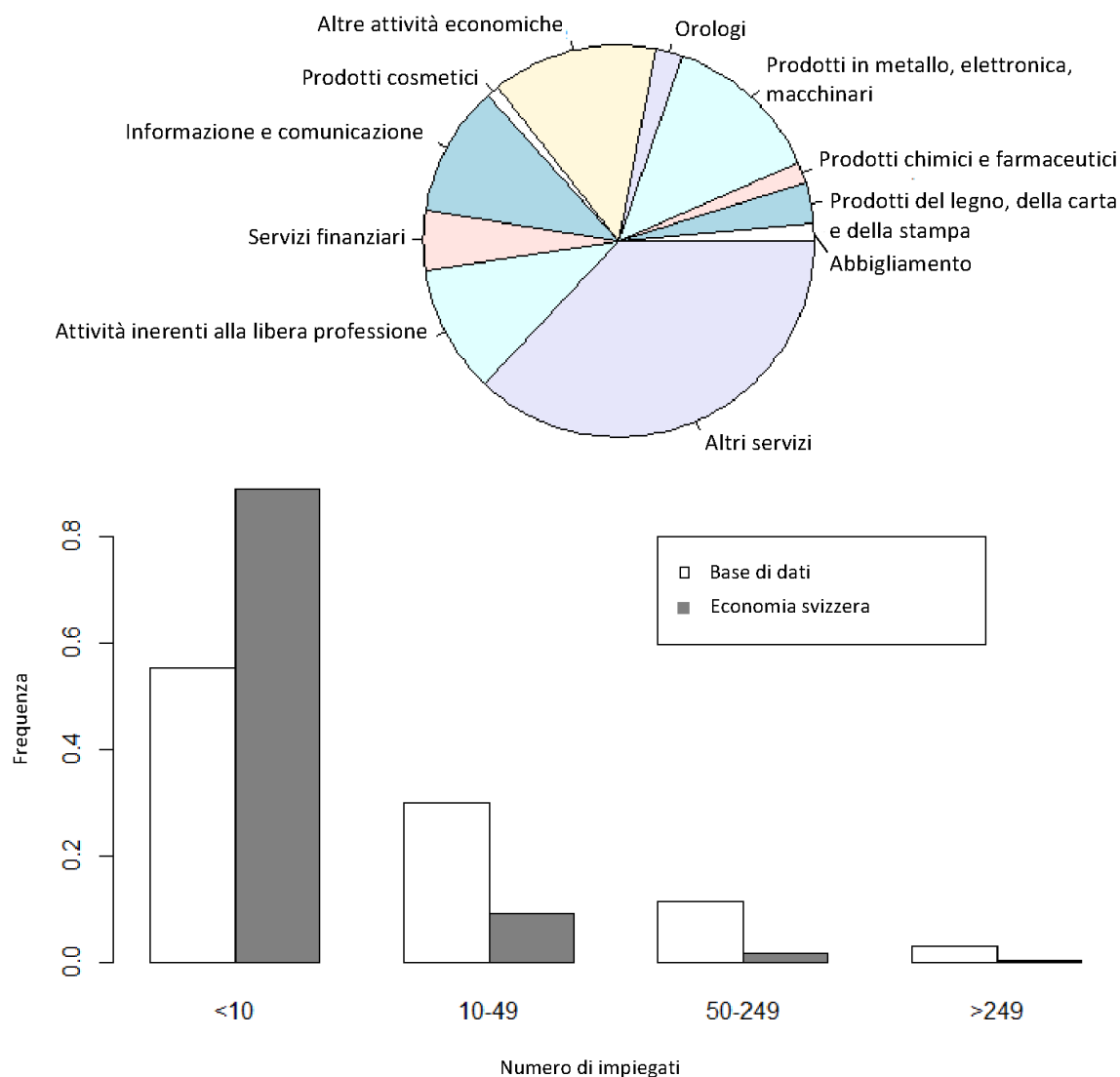


Figura 2: settori di appartenenza/numero di impiegati presso le aziende nella base di dati; fonte: FHGR/BAK

Se si fa un attento paragone tra le aziende selezionate a campione e quelle considerate nell'ambito dell'analisi relativa all'economia svizzera basata sui dati dell'Ufficio federale di statistica (UST)²³, si osservano alcune lievi distorsioni. Tra le aziende selezionate a campione, per esempio, le aziende che fabbricano prodotti in metallo e macchinari sono sovra-rappresentate. Dal punto di vista dei posti di lavoro, invece, si osserva una certa preponderanza di aziende di grandi dimensioni. Adeguati strumenti statistici (analisi di regressione multiple) permettono tuttavia di contenere o annullare distorsioni minori come quelle messe in luce in questo contesto.

5.2.2 Impiego delle indicazioni di provenienza svizzere

Dall'indagine condotta presso le aziende emerge che, tra queste, l'utilizzo di indicazioni di provenienza svizzere è piuttosto diffuso. Come mostra la Figura 3, più di un quinto delle aziende partecipanti continua a utilizzare indicazioni di provenienza svizzere per singoli prodotti o per curare l'immagine aziendale nel suo complesso. Soltanto il 5 % delle aziende partecipanti ha comunicato di aver cambiato l'approccio adottato rispetto all'utilizzo delle indicazioni di provenienza in ragione della nuova legislazione in materia (il 3,5 % ha iniziato a usarle; l'1,3 % vi ha invece rinunciato). È vero che questo corrisponde a un aumento totale di

²³ Ufficio federale di statistica UST (2018a). Statistica strutturale delle imprese STATENT. Ufficio federale di statistica UST (2018b). Statistica dei gruppi d'impresa STAGRE.

utenti pari al 10 % circa, ma, al di là del comportamento delle singole aziende, il cambiamento è piuttosto contenuto. L'ipotesi formulata sulla base dello studio di casi, secondo cui la nuova legislazione «Swissness» avrebbe determinato un utilizzo più diffuso del «marchio Svizzera», è stata quindi dimostrata solo in parte.

È interessante osservare che la metà delle aziende che ha deciso di non utilizzare indicazioni di provenienza svizzere per la sua attività sul mercato dichiara di non aver ancora riflettuto realmente su possibili modalità di impiego. Sono soltanto un terzo le aziende che dichiarano di non ravvisarvi alcun vantaggio.

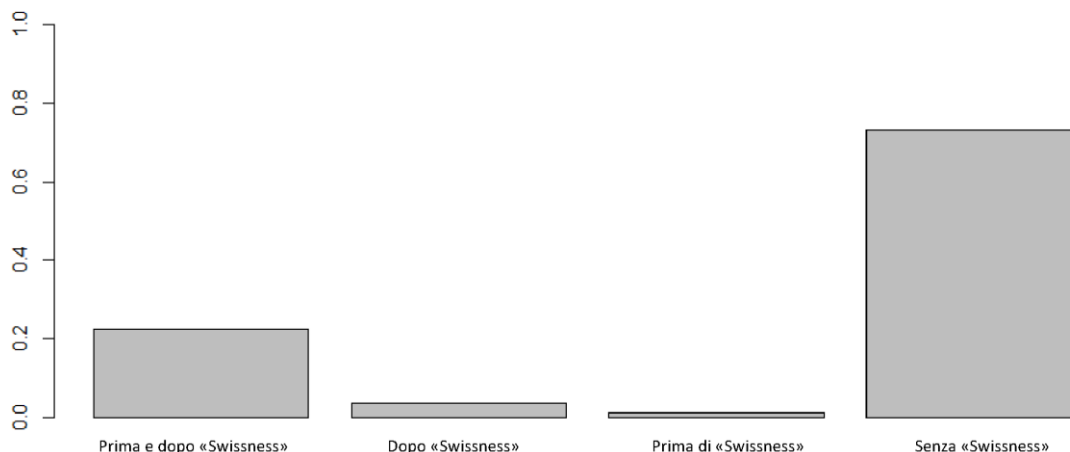


Figura 3: utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere prima e dopo l'entrata in vigore della nuova legislazione «Swissness»; fonte: FHGR/BAK

Lo strumento statistico delle analisi di regressione multiple permette di analizzare contemporaneamente l'influsso dei diversi fattori sull'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere. Ai fini di questa analisi, le aziende partecipanti sono state suddivise in diverse categorie sulla base delle informazioni raccolte in merito al fatturato, al segmento di clienti, al settore e all'attività di esportazione. Osservando i dati relativi al fatturato, è emerso che aziende di grandi o medie dimensioni utilizzano le indicazioni di provenienza svizzere molto più spesso rispetto ad aziende di piccole dimensioni con un fatturato più basso.²⁴ Anche le aziende delle industrie orologiera e cosmetica tendono a contrassegnare i loro prodotti con le indicazioni di provenienza svizzere più assiduamente di quanto non succeda in altri settori. Quanto all'attività di esportazione delle aziende (fatturato svizzero < 50 %; cfr. anche nota n. 24), questa pare, sorprendentemente, non influire in alcun modo sull'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere. Le aziende esportatrici fanno quindi un uso diverso dalle aziende orientate al mercato interno delle indicazioni di provenienza svizzere; le maggiori differenze sembrano essere determinate dall'appartenenza a settori diversi.

²⁴ «Aziende di grandi dimensioni»: fatturato superiore a 20 milioni di CHF; «aziende di medie dimensioni»: fatturato compreso tra 1 milione e 20 milioni di CHF; «aziende di piccole dimensioni»: fatturato inferiore a 1 milione di CHF.

5.2.3 Premi «Swissness»

Le aziende che hanno partecipato all'indagine hanno confermato l'esistenza di premi sul prezzo e sul fatturato per i prodotti che recano un'indicazione di provenienza svizzera²⁵. La

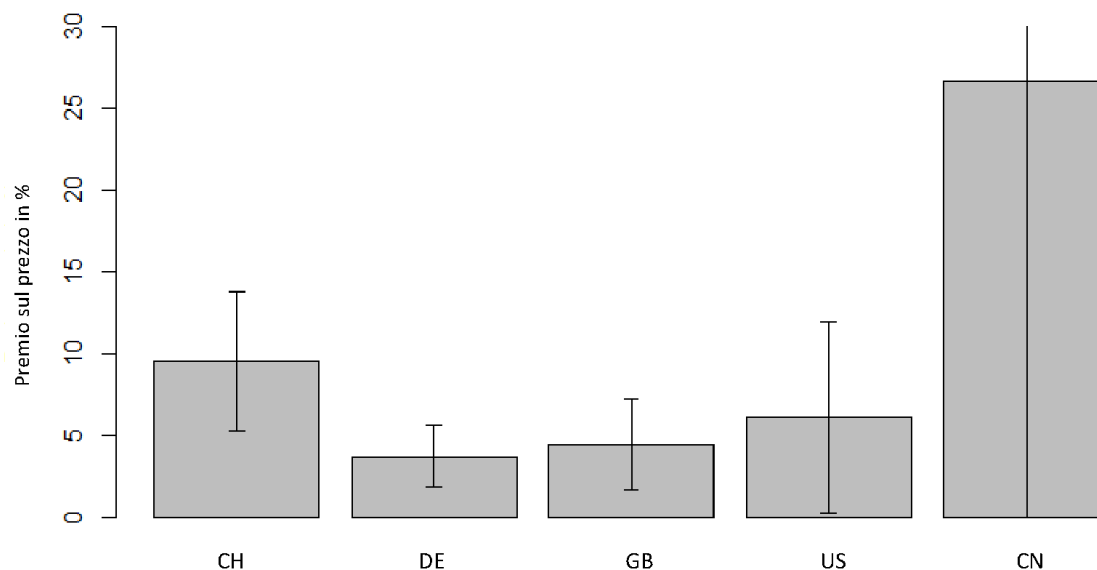


Figura 4 mostra una stima, in media, del premio sul prezzo in Svizzera e all'estero. Per quanto riguarda il mercato interno, questo si attesta in media al 9,5 % del prezzo, a fronte di un premio del 3,7 % sul mercato tedesco e del 4,4 % su quello britannico. Con il 26,7 % è la Cina a far segnare il premio sul prezzo più elevato; tuttavia, visto l'esiguo numero di studi di casi su cui si fonda la stima, il valore è da considerarsi poco significativo.

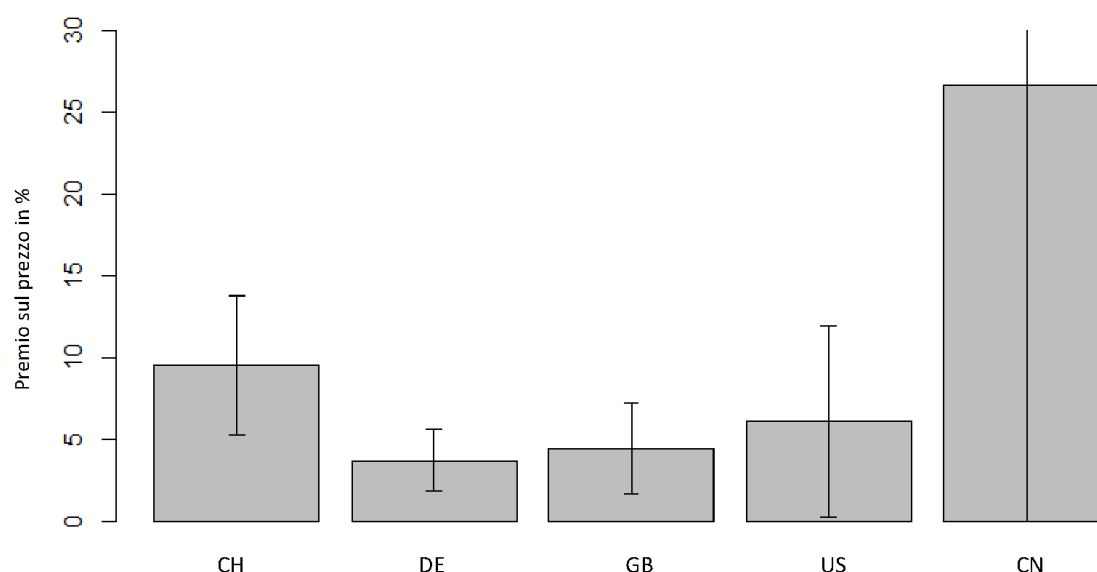


Figura 4: premi sul prezzo «Swissness» (con intervalli di confidenza del 95 %²⁶); fonte: FHGR/BAK

Quanto al premio sul fatturato, il riscontro delle aziende partecipanti è tendenzialmente simile. Le aziende presumono che gli effetti dell'utilizzo delle indicazioni di provenienza sviz-

²⁵ Delle circa 200 aziende che utilizzano indicazioni di provenienza svizzere, quasi la metà ha risposto a questa specifica domanda riguardante il mercato svizzero.

²⁶ Un intervallo di confidenza (IC) indica il grado di attendibilità di un valore calcolato sulla base di un campione, p. es. del valore medio. Se l'IC contiene lo zero, si presuppone che il valore calcolato non sia diverso da zero da un punto di vista statistico. Un IC del 95 % ammette una tolleranza di errore del 5 %.

zere siano maggiori in Svizzera che non all'estero. Il premio sul fatturato determinato dall'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere ammonta in media all'8,9 % in Svizzera e al 6,3 % all'estero²⁷.

I premi determinati in Svizzera dall'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere sono piuttosto indipendenti dal fatturato, dal settore di appartenenza o dall'attività di esportazione delle aziende²⁸. Facendo di nuovo ricorso allo strumento delle analisi di regressione multiple si può infatti osservare che tali fattori possono spiegare solo in parte l'ammontare dei premi²⁹. Ad ogni modo, quelle che beneficiano di un premio sul prezzo maggiore sono in primo luogo aziende di medie dimensioni attive sul mercato interno e aziende delle industrie orologiera e cosmetica. Si può inoltre ipotizzare che l'ammontare dei premi «Swissness» sia essenzialmente riconducibile a caratteristiche specifiche delle singole aziende.

5.2.4 Possibile impatto della legislazione «Swissness» sui premi

Per misurare l'impatto della nuova legislazione «Swissness» sui premi, le aziende sono state invitate a stimare il valore dei premi senza la nuova legislazione. La differenza tra questa stima e i premi attuali di cui al capitolo 5.2.3 può essere vista come possibile conseguenza della revisione. Tale differenza è pari, in media, a 2,2 punti percentuali nel caso dei premi sul prezzo svizzeri. Rispetto a un premio sul prezzo pari oggi in media al 9,5 %, senza la nuova legislazione «Swissness» tale premio sarebbe del 7,3 %, ossia di un quarto inferiore rispetto al premio attuale. Anche per quanto riguarda il premio sul fatturato le aziende hanno riscontrato un impatto positivo in Svizzera, con fatturati superiori, in media, dell'1,4 %. Senza la nuova legislazione «Swissness», il premio sul fatturato sarebbe quindi a sua volta di un quarto inferiore rispetto a quello attuale. Quanto all'impatto all'estero, la base di dati a disposizione non permette di formulare alcuna osservazione attendibile.

Questi risultati confermano quindi l'impressione emersa nell'ambito dello studio di casi, secondo cui la nuova legislazione «Swissness» ha contribuito al mantenimento del valore del «marchio Svizzera». Ciò che è certo è che occorre procedere con cautela nell'interpretare i risultati dell'indagine in merito all'evoluzione dei premi, e questo perché le aziende erano chiamate a stimare il premio sul prezzo e sul fatturato non tenendo conto, fittiziamente, dell'impatto della nuova legislazione «Swissness». Ciononostante, non si può dire che le risposte fornite dalle aziende non evidenzino il contributo della nuova legislazione.

5.2.5 Costi della legislazione «Swissness»

La maggior parte delle aziende consultate non ha modificato in alcun modo la sua catena del valore né ha in programma di farlo in futuro. Vi sono tuttavia alcune aziende che fanno eccezione e che hanno trasferito parti cospicue della propria catena del valore in Svizzera o all'estero. Questa ripartizione eterogenea si riflette nei costi dichiarati. I costi di conversione *una tantum* sostenuti dalle aziende si aggirano sì in media intorno ai 200 000 franchi, ma il valore mediano (la metà delle aziende partecipanti ha sostenuto costi inferiori a questo valore, l'altra metà costi superiori) ammonta a meno di 10 000 franchi³⁰. Quanto ai costi ricorrenti, questi si aggirano in media intorno ai 100 000 franchi, con un valore mediano anche in tal caso inferiore a 10 000 franchi.

I risultati emersi dallo studio di casi, secondo cui la nuova legislazione «Swissness» genererebbe costi di conversione contenuti e non avrebbe un impatto significativo sulle catene del

²⁷ In entrambi i casi lo zero non è contenuto negli intervalli di confidenza del 95 % e i valori indicati possono quindi considerarsi significativi.

²⁸ A causa dell'esiguo numero di studi di casi a disposizione, non si è proceduto a indagare l'influsso dei diversi fattori sui premi all'estero.

²⁹ Occorre tuttavia segnalare due eccezioni in questo contesto. Innanzitutto, pare infatti che le aziende attive sul mercato interno e le aziende delle industrie orologiera e cosmetica facciano registrare un premio sul prezzo superiore alla media. Al tempo stesso, pare che lo stesso non possa dirsi in questo contesto per il premio sul fatturato.

³⁰ Tali medie sono relativamente sensibili agli outlier. In questo caso, p. es., la media indicata per i costi di conversione *una tantum* è dovuta al fatto che alcune poche aziende hanno dichiarato costi estremamente elevati.

valore delle aziende svizzere, possono dirsi grosso modo confermati. È vero che la maggior parte delle aziende partecipanti non ha messo in atto alcun cambiamento, ma sembrano esserci singole aziende che hanno proceduto a trasferire parti anche cospicue della propria catena del valore.

5.2.6 Valutazione della legislazione «Swissness»

La maggior parte delle aziende che aveva lamentato una certa complessità della legislazione dichiara di trovare il nuovo testo di legge più chiaro o comunque analogamente complesso. Questo coincide col quadro emerso dallo studio di casi, secondo cui la nuova legislazione «Swissness» disciplinerebbe in modo più chiaro l'utilizzo del «marchio Svizzera» da parte delle aziende.

Le aziende partecipanti esprimono pareri differenti in merito al tema del rispetto delle disposizioni della legislazione «Swissness» in Svizzera e all'estero nel rispettivo settore di attività. Non si osserva una tendenza chiara in questo senso. Tuttavia, per quanto riguarda la Svizzera, un numero significativo di aziende riconosce alla nuova legislazione di introdurre migliorie che facilitano il rispetto delle disposizioni «Swissness». Gli indizi sembrano quindi confermare l'impressione emersa dallo studio di casi, secondo cui la nuova legislazione «Swissness» aumenterebbe la protezione del «marchio Svizzera» almeno all'interno del Paese. Al contrario, le aziende operanti all'estero non hanno ancora avuto modo di constatare i benefici derivanti dalla sua applicazione, il che non stupisce alla luce del principio di territorialità in vigore.

Le aziende consultate hanno inoltre valutato la nuova legislazione «Swissness» analizzando il rapporto costi/benefici. La grande maggioranza ha espresso un parere neutrale a riguardo, e questo nonostante si stimi che, con la nuova legislazione, i benefici per le aziende svizzere saranno maggiori dei costi che queste dovranno sostenere. Una delle ragioni alla base di una simile valutazione potrebbe essere da ricondurre al periodo in cui è stata svolta l'indagine. Con l'entrata in vigore della nuova legislazione «Swissness» nel 2017, le aziende hanno dovuto sostenere dei costi per mettere in atto i cambiamenti resisi necessari; costi che, negli anni a venire, sono venuti meno. L'indagine condotta nel 2019 fa però riferimento alla situazione del 2017 e del 2018. È quindi possibile che i costi *una tantum* sostenuti all'epoca abbiano attenuato l'effetto dei premi nel periodo in esame. Sul lungo termine, i calcoli condotti nell'ambito della consultazione delle aziende mettono in luce un impatto positivo della revisione (cfr. cap. 7).

5.3 Indagine presso i consumatori

L'indagine presso i consumatori aveva come obiettivo quello di verificare in quale misura i premi sul prezzo indicati dalle aziende per i prodotti recanti un'indicazione di provenienza svizzera fossero in linea con il prezzo che i consumatori sono disposti a pagare per questi stessi prodotti. Per poter analizzare quest'ultimo aspetto in modo quanto più obiettivo, si è applicato un metodo «incentivo-compatibile», che prevede la messa all'asta di beni di consumo. Il vantaggio di un simile metodo rispetto ad altri è la possibilità di determinare il valore delle indicazioni di provenienza svizzere, tradotto in moneta, sulla base di quanto i consumatori sono effettivamente disposti a pagare. È quindi lecito aspettarsi stime in generale più caute rispetto a quanto emerso nell'ambito delle altre analisi finora condotte.

A chi ha partecipato allo studio in Svizzera, Germania, Gran Bretagna, USA e Cina sono stati proposti 16 prodotti, 8 recanti un'indicazione di provenienza svizzera e 8 privi di tale indicazione. In questo contesto, il premio «Swissness» corrisponde alla differenza relativa tra il valore stimato per un prodotto recante un'indicazione di provenienza svizzera e il valore stimato per lo stesso prodotto privo di tale indicazione. La Figura 5 riporta una panoramica dei premi sul prezzo «Swissness» così calcolati. Tale premio si colloca, al netto di una sola eccezione,

tra valori positivi che vanno dal 2,7 % (zaini per computer portatili) al 17,5 % (orologi). A tal proposito, occorre osservare che i prodotti con un riferimento agli attributi «montagne» o «precisione» hanno fatto registrare premi sul prezzo superiori alla media.

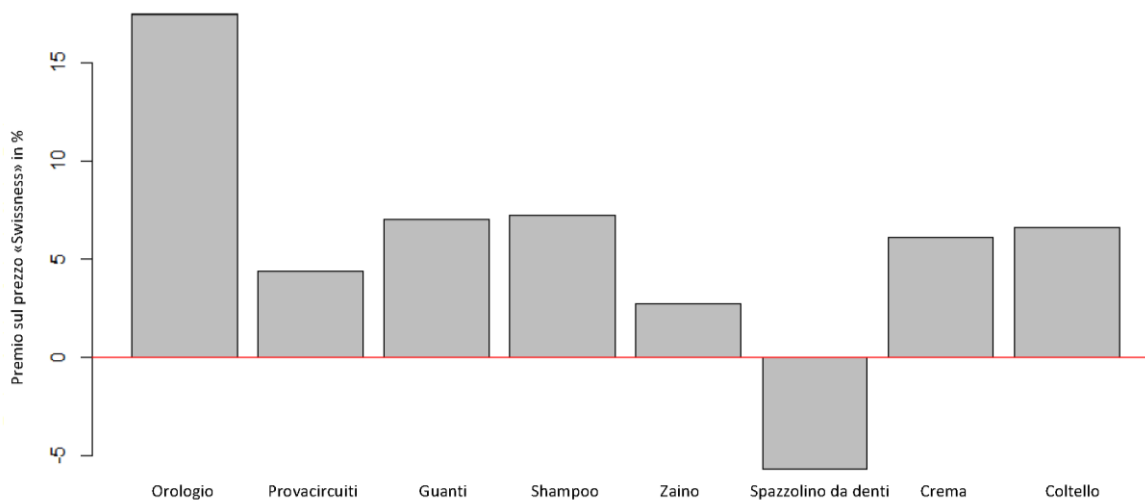


Figura 5: premio «Swissness» (media dei Paesi); fonte: FHGR/BAK

I risultati dell'indagine presso i consumatori confermano in gran parte quelli dell'indagine presso le aziende. I premi determinati in Svizzera sulla base dell'indagine presso le aziende e i consumatori sono infatti simili. Inoltre, i risultati dell'indagine presso i consumatori lasciano a loro volta presumere, come già messo in luce nell'ambito dell'indagine presso le aziende, che la posizione geografica abbia un impatto sulla determinazione dei premi. I consumatori che risultano maggiormente disposti a pagare i premi più alti (ca. 15 %) per prodotti recanti un'indicazione di provenienza svizzera sono quelli svizzeri. Nei Paesi vicini tali premi si riducono bruscamente, per poi tornare ad aumentare man mano che ci si allontana dalla Svizzera. Il premio aumenta inoltre se i prodotti recano un riferimento ad attributi svizzeri come «montagne» o «precisione».

6 Risultati della valutazione nel settore delle derrate alimentari

Lo studio relativo alla legislazione «Swissness» nel settore delle derrate alimentari si prefiggeva essenzialmente gli stessi scopi dello studio relativo al settore dell'industria e dei servizi:

- obiettivo 1: determinare il contributo della legislazione «Swissness» al mantenimento del premio sul prezzo delle derrate alimentari;
- obiettivo 2: determinare i costi e i benefici della nuova legislazione per il settore agricolo e delle derrate alimentari nonché per le aziende produttrici di derrate alimentari;
- obiettivo 3: analizzare i meccanismi di azione per valutare la plausibilità dell'effetto delle misure previste dalla nuova legislazione.

A tal fine, lo studio è stato articolato in questo modo:

- indagine presso le aziende produttrici di derrate alimentari;
- studi di casi relativi a sette categorie di prodotti³¹ e relative interviste;
- analisi della documentazione raccolta.

³¹ Succhi di frutta, biscotti/piccola pasticceria, insaccati, colza, grano ad alto contenuto proteico, latticini e vino bianco.

Nell'ambito dell'indagine sono state contattate circa 100 aziende del settore delle derrate alimentari, la metà delle quali ha deciso di partecipare³². L'indagine presso gli attori del settore ha essenzialmente mostrato nel settore delle derrate alimentari viene attribuita alle indicazioni di provenienza svizzere un'importanza maggiore rispetto a quanto non avvenga in altri settori. Quattro aziende partecipanti su cinque ritengono infatti le indicazioni di provenienza svizzere importanti o molto importanti per l'immissione in commercio delle derrate alimentari e tendono quindi a mettere ben in vista la provenienza svizzera dei loro prodotti³³. La maggior parte di queste aziende riconosce i benefici derivanti dall'utilizzo di indicazioni di provenienza svizzere, ritenendo che portino i consumatori a preferire i prodotti svizzeri e a essere più disposti a investire in questi.

Gli altri risultati emersi dall'indagine presso le aziende del settore delle derrate alimentari sono per lo più in linea con quelli emersi da quella condotta presso le aziende degli altri settori. Questo vale anche per i premi «Swissness» indicati dalle aziende, che si muovono all'interno di un *range* simile (in Svizzera tra lo 0 e il 5 % e all'estero tra il 6 e il 10 %)³⁴. Tendenze simili si osservano anche se si guarda ai costi da sostenere al fine di soddisfare i criteri delle nuove disposizioni «Swissness». Molte aziende del settore delle derrate alimentari si sono sì dovute adeguare alle nuove disposizioni di legge, ma per la maggior parte di loro i costi sono stati contenuti. Soltanto in singoli casi è stato necessario sostenere costi di approvvigionamento e produzione più ingenti. Inoltre, analogamente a quanto emerso dallo studio relativo al settore dell'industria e dei servizi, la nuova legislazione ha influito solo in minima parte sull'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere da parte delle aziende. Come già osservato, occorre tuttavia ricordare a tal proposito che l'utilizzo di indicazioni di provenienza svizzere nel settore delle derrate alimentari è già molto diffuso.

In linea di principio, le aziende partecipanti sono favorevoli al principio di massima di proteggere il «marchio Svizzera». Esprimono tuttavia pareri critici riguardo alle modalità di applicazione, che arrivano in alcuni casi a giudicare «dannose». Le aziende e le associazioni del settore delle derrate alimentari consultate nell'ambito dello studio di casi lamentano l'eccessiva importanza riconosciuta alle materie prime, a fronte di altri aspetti, quali il valore aggiunto, i posti di lavoro, l'innovazione e lo sviluppo, che non vengono invece presi sufficientemente in considerazione. Altre critiche vengono mosse alle modalità di applicazione di cui nell'ordinanza sull'utilizzo di indicazioni di provenienza svizzere per le derrate alimentari (OIPSDA), giudicate troppo dettagliate e complicate.

L'onere di lavoro che ne deriva (p. es. per il calcolo della percentuale di materie prime) è ritenuto di conseguenza troppo elevato, e questo benché venga riconosciuta l'importanza che riveste per i consumatori, al momento dell'acquisto, un criterio come quello della provenienza delle materie prime. Le aziende partecipanti ravvisano infine un'ulteriore falla del sistema di protezione nello scarso impatto che la nuova legislazione è suscettibile di produrre all'estero.

7 Ripercussioni economiche della legislazione «Swissness»

L'obiettivo dell'analisi economica condotta in merito alla nuova legislazione «Swissness» era quello di valutare l'importanza delle indicazioni di provenienza svizzere e della relativa legislazione. Da un lato, l'attenzione era concentrata sul valore aggregato di tale legislazione per

³² Le aziende partecipanti contano circa 30 000 impiegati e realizzano un fatturato annuo di circa 18 miliardi di CHF, il che corrisponde a più di un terzo dell'intero fatturato di mercato del settore delle derrate alimentari (fabbricazione di prodotti di tabaccheria incl.), pari a 46 miliardi di CHF (Statistica della produzione e del valore aggiunto, UST).

³³ Dalla consultazione dei diversi settori «Swissness» (cfr. cap. 5.2.2) risulta che circa un'azienda su cinque utilizza un'indicazione di provenienza svizzera, realizzando così un premio.

³⁴ Cfr. Feige, S., Rieder, S. (2020). Evaluation der Swissness im Lebensmittelbereich (in tedesco). <http://stgall.ch> St. Gallen e Interface. Pag. 23.

le aziende interessate che fanno uso di indicazioni di provenienza svizzere, ossia sul premio sul fatturato che queste generano.

Dall'altro, ci si era prefissati di indagare tutti gli effetti economici, compresi quelli indiretti, prodotti dalla legislazione «Swissness». È il caso, per esempio, del valore aggiunto supplementare creato in Svizzera se, per via della nuova legislazione, aumenta la richiesta di fattori produttivi nazionali. La base di tale valutazione è costituita dai risultati delle indagini presso le aziende.

Per le analisi successive si è infatti partiti dai dati raccolti nell'ambito delle indagini, impiegati poi per allestire proiezioni macroeconomiche. Occorre inoltre osservare che per determinare gli effetti macroeconomici si è reso necessario ricorrere ad ulteriori modelli statistici di simulazione. La Figura 6 rappresenta schematicamente la metodologia adottata.

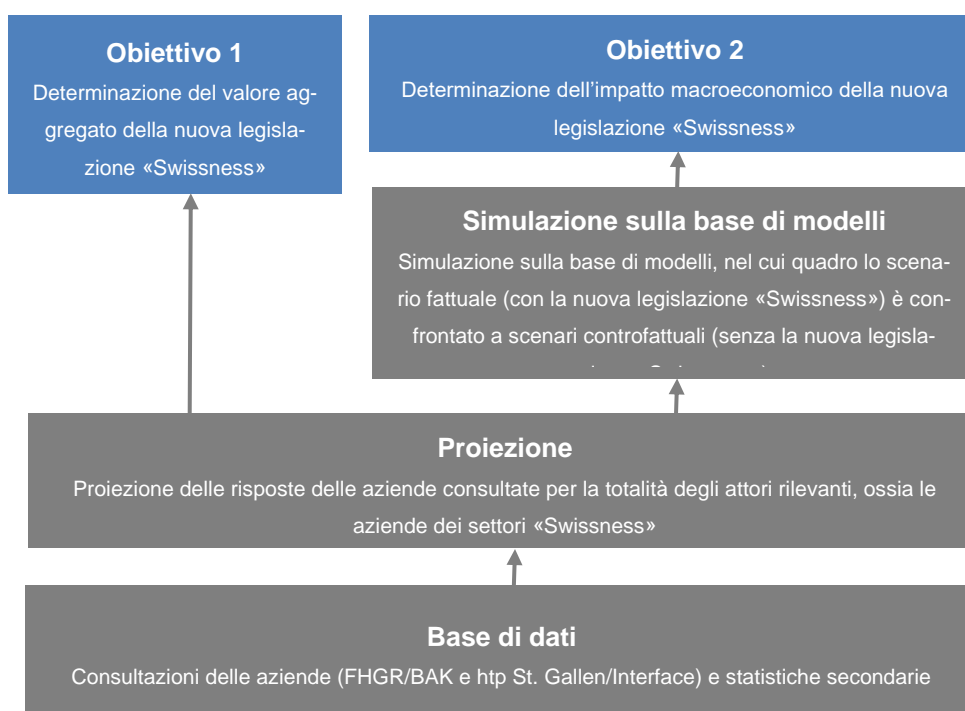


Figura 6: obiettivi e metodologia dell'analisi economica; fonte: FHGR/BAK

7.1 Valore aggregato della legislazione «Swissness»

Per determinare il valore aggregato della legislazione «Swissness» è innanzitutto necessario determinare il valore delle indicazioni di provenienza svizzere *per se*. A tal fine, è stata fatta una proiezione valida per l'intera economia svizzera partendo dall'entità dei premi emersa dalle indagini presso le aziende del settore dell'industria e dei servizi e del settore delle derivate alimentari. Quello che ne risulta è un premio annuo sul fatturato dovuto all'utilizzo di un'indicazione di provenienza svizzera del valore di circa 7,7 miliardi di franchi³⁵.

Senza la legislazione «Swissness», questo premio sarebbe stato inferiore di 0,92 miliardi di franchi nel 2017 e di 1,74 miliardi di franchi nel 2018³⁶. Dall'altra parte vi sono però i costi da sostenere per rispettare le disposizioni della legislazione «Swissness», che, se stimati per

³⁵ Alle aziende partecipanti è stato chiesto di fare una stima del premio sul prezzo medio riconducibile all'utilizzo delle indicazioni di provenienza svizzere al momento dell'indagine del 2019. Cfr., a tal proposito, l'allegato di cui nel rapporto FHGR/BAK.

³⁶ Tali risultati si basano su una stimata riduzione del premio annuo sul fatturato pari al 12 % che sarebbe occorsa qualora la legislazione «Swissness» non fosse stata sottoposta a revisione. Questo è quanto emerge dalla proiezione ponderata per l'intera economia dei dati raccolti nell'ambito delle consultazioni delle aziende.

l'intera economia, ammontano a costi *una tantum* pari a 0,99 miliardi di franchi e a costi ricorrenti pari a 0,86 miliardi di franchi.

Il valore aggregato della legislazione «Swissness» per le aziende direttamente coinvolte è dato dalla differenza tra il premio sul fatturato e i costi supplementari che queste devono sostenere, come si può osservare alla Tabella 2. Nell'anno della transizione (2017) tale «premio netto sul fatturato» era negativo e ammontava a -0,93 miliardi di franchi. Una volta venuti meno i costi di conversione *una tantum* negli anni a seguire, dal 2018 sono stati registrati premi netti sul fatturato positivi. Dopo l'anno di transizione il valore aggregato della legislazione «Swissness» ammontava infatti a 0,88 miliardi di franchi, il che ha permesso di compensare quasi per intero, in un solo anno, le perdite registrate nel 2017.

Mia. CHF	2017	2018
Premio sul fatturato con la nuova legislazione «Swissness»	7,70	7,70
- Premio sul fatturato senza la nuova legislazione «Swissness»	6,78	5,96
- Costi una tantum della nuova legislazione «Swissness»	0,99	0,00
- Costi ricorrenti della nuova legislazione «Swissness»	0,86	0,86
= Premio netto sul fatturato riconducibile alla nuova legislazione «Swissness»	-0,93	0,88

Tabella 2: valore aggregato della nuova legislazione «Swissness»; fonte: FHGR/BAK

7.2 Impatto macroeconomico della legislazione «Swissness»

Per analizzare l'impatto della legislazione «Swissness» dal punto di vista economico, e nello specifico l'andamento futuro dei premi determinati in modo empirico, si è proceduto alla formulazione di ipotesi e alla definizione di tre scenari corrispondenti che permettessero di effettuare simulazioni sulla base di modelli. La differenza tra questi scenari è l'entità della riduzione che il premio «Swissness» avrebbe conosciuto se non fosse entrata in vigore, come è invece avvenuto nello scenario di riferimento, una legislazione puntuale in materia³⁷.

La Figura 7 riporta i risultati più importanti delle simulazioni effettuate, per le quali si è proceduto a un confronto tra i tre scenari ipotizzati (senza legislazione «Swissness») e lo *status quo* (con legislazione «Swissness»). Questi mostrano che gli effetti della legislazione «Swissness» sulla macroeconomia sono moderatamente positivi. Considerando il PIL reale, ossia al netto di eventuali cambiamenti del livello dei prezzi, il beneficio netto per l'economia nel suo insieme si attesta, sulla base di una ponderazione a lungo termine del modello di simulazione adottato, tra un minimo di 0,2 punti percentuali del PIL e un massimo di 1,1 punti percentuali del PIL, il che corrisponde, in base ai prezzi del 2018, a un beneficio macroeconomico netto compreso tra 1,4 miliardi di franchi (163 CHF per abitante) e 7,3 miliardi di franchi (855 CHF per abitante).

³⁷ Nello scenario 1 si ipotizza una riduzione iniziale del premio seguita poi da una stabilizzazione dello stesso, nello scenario 2 una sua riduzione costante e nello scenario 3 una sua riduzione completa entro il termine dell'orizzonte di simulazione.

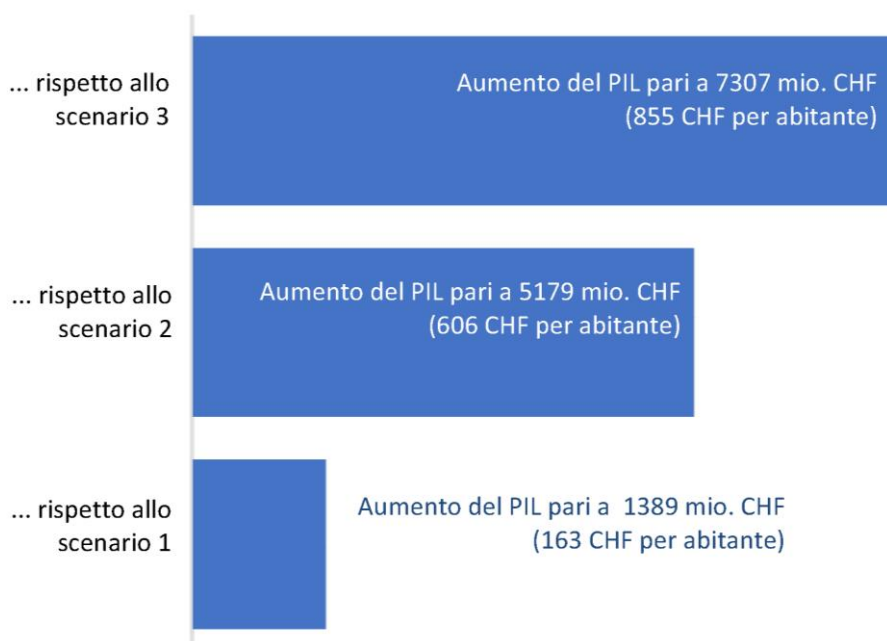


Figura 7: beneficio macroeconomico netto (differenza PIL e differenza PIL pro capite) della nuova legislazione «Swissness» rispetto ai prezzi del 2018; fonte: FHGR/BAK

8 Studio approfondito sull'applicazione della legislazione

L'ufficio di consulenze *Swiss Brand Experts*, incaricato di condurre uno studio approfondito sull'applicazione della legislazione «Swissness», ha proceduto per lo più a interviste di approfondimento. La parola è stata data in questo contesto a rappresentanti di aziende, ad associazioni dell'economia e dei consumatori nonché ad avvocati ed esperti accademici. Inoltre, nell'ambito di un sondaggio, sono stati indagati il livello generale di conoscenza delle aziende in materia di applicazione della legislazione nonché le attività da queste intraprese e le ragioni che ne sono alla base.

A tal fine, sono stati consultati gli attori di maggior rilievo, menzionati in precedenza, nel quadro dell'applicazione della legislazione «Swissness», cui è stato chiesto di valutare i nuovi meccanismi previsti alla luce delle esperienze fatte fino a quel momento. Diversamente da quanto osservato per l'analisi FHGR/BAK, non era obiettivo primario di questo studio approfondito definire dei parametri qualitativi, visto anche il diverso oggetto preso in esame. Si trattava piuttosto di raccogliere i pareri di quegli attori che conoscono bene le sfide di fronte alle quali si trovano le aziende e i settori maggiormente interessati dall'applicazione della legislazione «Swissness». Non ci si è però limitati a riportare le osservazioni degli attori interpellati, bensì si è proceduto a ponderarle e classificarle alla luce di tutte le informazioni disponibili. I risultati dello studio mostrano in particolare che, in materia di applicazione della legislazione «Swissness», è necessario fare una netta distinzione tra la Svizzera e l'estero.

Per quanto riguarda la Svizzera, gli attori interpellati hanno evidenziato, in linea generale, una diminuzione degli utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere. A tal proposito è interessante notare che le ragioni di tale diminuzione sono a loro avviso da ricondurre a una maggiore sensibilizzazione e quindi agli sforzi compiuti in autonomia dalle aziende per soddisfare i criteri previsti. Ne consegue che, fortunatamente, non sono stati necessari interventi decisivi da parte dell'IPI volti a contrastare eventuali utilizzi abusivi. D'altronde, l'IPI è visto da molti attori interessati dall'applicazione della legislazione «Swissness» come un partner competente e affidabile e non come una sorta di polizia «Swissness». L'approccio attivo e al contempo distensivo dell'IPI incontra quindi il favore degli attori interessati.

All'estero, invece, la situazione appare più complicata. Benché anche in questo caso molte aziende svizzere, così come singole autorità straniere, diano prova di una maggiore sensibilizzazione, lo stesso non si può dire certamente dei concorrenti stranieri. Una simile sensibilizzazione a livello istituzionale ha dato i suoi frutti nel caso specifico delle autorità cinesi e singoli settori e aziende si adoperano attivamente nella lotta contro gli utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere. Tuttavia, gli autori dello studio presumono che all'estero vi sia un elevato numero di casi sommersi. Da un lato, perché ritengono che la grande maggioranza delle aziende svizzere continui a non combattere utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza svizzere all'estero; dall'altro, perché non si procede a monitorare la situazione in modo realmente capillare. Gli esperti ritengono che il numero di utilizzi abusivi sia nettamente superiore persino in quei Paesi in cui simili utilizzi sono generalmente perseguiti. Secondo gli attori consultati le ragioni di questa sorta di passività dell'economia svizzera sarebbero diverse. La prima ragione andrebbe a loro avviso ricercata nelle scarse conoscenze che le aziende svizzere avrebbero degli strumenti giuridici per l'applicazione della legislazione all'estero, che sarebbero ancora inferiori a quelle che hanno degli strumenti per la sua applicazione in Svizzera; questo renderebbe necessaria la consulenza giuridica di studi di avvocati esterni, con tutti i costi che ne deriverebbero, troppo elevati tanto per le aziende quanto per molte associazioni di settore, che, tranne qualche eccezione, dispongono di budget molto limitati da investire nella lotta contro gli utilizzi abusivi delle indicazioni di provenienza.

La seconda ragione sarebbe da ricercare nella tendenza delle aziende ad attivarsi realmente in tal senso per lo più quando a un inganno sulla provenienza si accompagna un caso di pirateria di marchi o prodotti, il che le porta a trascurare tutti quei casi in cui non si sentono attaccate direttamente, fintantoché a tali falle non viene posto rimedio dall'associazione di settore o dall'IPI. La terza ragione sarebbe infine riconducibile alla struttura eterogenea dei membri di molte associazioni di settore.

Alla luce di tutto ciò, gli attori interpellati hanno ribadito con forza l'importanza dell'IPI nel contesto dell'applicazione della legislazione all'estero. Da alcuni anni l'IPI monitora i registri dei marchi stranieri, opponendosi alla registrazione di un marchio nel caso in cui ravvisi un utilizzo abusivo dell'indicazione di provenienza svizzera. L'IPI è visto e apprezzato dai più come promotore principale dell'applicazione della legislazione «Swissness»: per poter individuare più casi all'estero, ha promosso uno scambio di informazioni più intenso e un coordinamento in materia di lotta contro gli utilizzi abusivi.

9 Raccomandazioni

I tre studi si sono conclusi con la formulazione di raccomandazioni in merito ai rispettivi ambiti della legislazione «Swissness» presi in esame.

9.1 Raccomandazioni degli autori degli studi

9.1.1 Settore dell'industria e dei servizi

Dall'analisi del settore dell'industria e dei servizi emerge che gli effetti prodotti dalla revisione «Swissness» sono in linea di massima moderatamente positivi e che è quindi ragionevole mantenere in essere tale legislazione sia per le aziende sia per l'economia nel suo insieme. Del resto, un'ulteriore modifica delle disposizioni in materia cagionerebbe nuovi costi di conversione per le aziende. La *prima raccomandazione* è quindi quella di *non cambiare, per il momento, i criteri «Swissness» definiti per i prodotti industriali e i servizi.*

Vengono poi formulate altre tre raccomandazioni, tutte allo scopo di accrescere l'efficacia delle disposizioni «Swissness»:

- *disporre di maggiori informazioni puntando sulla collaborazione tra i settori, per esempio con l'istituzione di uno sportello «Swissness»:*
avvalendosi della collaborazione delle associazioni di settore, l'IPI è invitato a prendere in considerazione la possibilità di dar vita a uno sportello «Swissness» di riferimento. Gli autori dello studio suggeriscono inoltre la collaborazione con Switzerland Global Enterprise (S-GE). Lo scopo di queste collaborazioni è di garantire un accesso più semplice alla consulenza di esperti competenti e di limitare così i dubbi relativi alla legislazione «Swissness»;
- *puntare a un'applicazione più capillare attraverso un'azione coordinata dell'IPI e delle associazioni di settore:*
gli autori raccomandano all'IPI e alle associazioni di settore di unire le forze per mettere a punto una strategia condivisa per quanto riguarda l'applicazione della legislazione «Swissness» in Svizzera e all'estero. Lo scopo è, da un lato, di promuovere un'azione coordinata in materia e, dall'altro, di garantire la certezza del diritto per mezzo di una prassi giudiziaria nazionale;
- *ampliare la rete degli accordi bilaterali basati sul principio del Paese d'origine³⁸:*
l'IPI è invitato a portare avanti una strategia che gli permetta di migliorare la protezione delle indicazioni di provenienza per mezzo di accordi bilaterali, per esempio nell'ambito di accordi di libero scambio nuovi o sottoposti a revisione³⁹. Lo scopo è di fare in modo che il Paese partner si impegni ad applicare il diritto svizzero sul proprio territorio qualora venga registrata come marchio un'indicazione di provenienza svizzera.

Gli autori dello studio raccomandano inoltre di avviare o intensificare il dialogo con le autorità straniere, e questo non per evitare che vengano iscritti nei registri stranieri dei marchi recanti la croce svizzera o l'indicazione «Swiss», bensì per accertarsi che anche queste autorità perseguano in modo efficace qualsiasi utilizzo abusivo delle indicazioni di provenienza svizzere che si verifica sui rispettivi mercati stranieri.

9.1.2 Settore delle derrate alimentari

La valutazione relativa alla nuova legislazione «Swissness» nel settore delle derrate alimentari ha portato alla formulazione di due raccomandazioni. Gli autori raccomandano innanzitutto un allineamento delle disposizioni della LPM in materia di derrate alimentari con quelle in materia di prodotti industriali, con contestuale abrogazione dell'OIPSDA. In secondo luogo, raccomandano di iniziare a distinguere le materie prime disponibili tra «per lo più coltivabili» e «per lo più non coltivabili». Gli autori ritengono che questo permetterebbe di soddisfare meglio le aspettative dei consumatori, ridurre il carico di lavoro per tutti gli attori interessati e garantire una certa neutralità tra le parti coinvolte.

Qualora la prima soluzione proposta non dovesse essere presa in considerazione, gli autori raccomandano almeno di sottoporre l'OIPSDA a revisione, dal momento che non è sempre possibile limitarsi a una distinzione tra materie prime «disponibili» e «non disponibili», ma che occorre considerare che le quantità disponibili spesso coprono solo una parte del fabbisogno. Gli autori ritengono inoltre che, in materia di deroghe, sia necessario definire regole e procedure più chiare nonché anticipare le decisioni e prolungarne la validità per agevolare la pianificazione delle aziende produttrici. Secondo gli autori occorrerebbe anche tenere in

³⁸ Alla base degli accordi bilaterali conclusi dalla Svizzera in materia di indicazioni geografiche vi è il principio del Paese d'origine. Diversamente dal principio di territorialità, tale principio afferma che non è il diritto del Paese di protezione ad essere applicabile, bensì quello del Paese di origine, il che rende decisamente più semplice garantire la protezione delle indicazioni di provenienza svizzere all'estero (cfr. il rapporto di valutazione della FHGR, pag. 20 e ulteriori riferimenti; in tedesco).

³⁹ In linea con la mozione parlamentare 12.3642 «Regolamentazione dell'utilizzo delle denominazioni di provenienza geografica nei trattati internazionali», disponibile su: <https://www.parlament.ch/it/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefte?AffairId=20123642>.

maggior conto, nell'ambito della procedura di rilascio di deroghe, che vi sono oscillazioni significative tra i quantitativi raccolti, il che dovrebbe influire sulla decisione stessa di rilasciare o meno un'autorizzazione, sul momento in cui farlo e sulla sua validità, nonché sul numero totale di autorizzazioni rilasciate.

9.1.3 Applicazione

Alla luce dei risultati dell'analisi relativa all'applicazione della nuova legislazione, gli autori raccomandano di continuare nella direzione del partenariato pubblico-privato (PPP) voluto dall'IPI, e al momento in fase di attuazione, per un coordinamento in materia di applicazione della legislazione «Swissness». In questo contesto, l'IPI dovrebbe, in quanto rappresentante del settore pubblico, trasmettere competenze e informazioni, mentre gli attori privati dovrebbero essere spinti a perseguire attivamente ogni utilizzo abusivo all'interno del rispettivo settore e a investire nello sviluppo del «marchio Svizzera». Per tenere lontano dall'orbita del PPP eventuali malintenzionati e fornire al contempo gli stimoli giusti agli interessati, si consiglia di procedere al calcolo concreto dei costi e dei benefici. Si ritiene inoltre importante che il PPP possa contare su numerosi membri.

9.2 Posizione del Consiglio federale

Alla luce dei risultati della valutazione economica, il Consiglio federale è del parere che, con la nuova legislazione «Swissness», gli obiettivi prefissati siano stati nel complesso raggiunti e ritiene che debbano essere sfruttati i margini di miglioramento individuati. Gli studi di tipo qualitativo hanno per esempio permesso alle aziende del settore delle derrate alimentari di mettere in luce alcune falle del sistema. Il Consiglio federale consiglia pertanto di attuare nello specifico le seguenti misure, alcune delle quali in parte già avviate.

9.2.1 Settore dell'industria e dei servizi

Indipendentemente dalla presente valutazione, nel 2020 l'IPI e alcuni rappresentanti dell'industria e delle associazioni hanno dato vita a un PPP sotto forma di associazione i cui membri si adoperano, mossi da uno spirito di collaborazione, per una migliore applicazione della legislazione «Swissness». L'obiettivo del PPP nel lungo periodo è di contrastare ogni utilizzo abusivo delle indicazioni di provenienza svizzere in Svizzera e all'estero e di coordinare gli interventi dei membri, in parte del settore pubblico e in parte di quello privato. Un altro vantaggio di questo PPP è l'auspicata possibilità di disporre di un maggior numero di informazioni, dal momento che sono rappresentanti i più importanti gruppi di interesse. Le sue attività comprendono l'organizzazione di eventi e campagne in collaborazione con altri attori interessati. Ogni anno, inoltre, ha luogo un incontro di networking, in occasione del quale le associazioni e le aziende informano sui più recenti sviluppi in materia di applicazione della legislazione «Swissness» all'estero.

In linea con le raccomandazioni formulate, l'IPI è altresì impegnato attivamente, sin dall'entrata in vigore della nuova legislazione, nell'ampliamento della rete degli accordi bilaterali. Alcune delle nuove disposizioni «Swissness» mirano esplicitamente a creare le condizioni per il reciproco riconoscimento, tra la Svizzera e i Paesi partner, delle rispettive norme in materia di indicazioni di provenienza. Inoltre, con l'introduzione del cosiddetto «marchio geografico», esiste ora la possibilità per gruppi rappresentativi di ottenere la protezione, per indicazioni geografiche protette in Svizzera, anche in Paesi restii ad adottare misure di tutela delle indicazioni di provenienza (p. es. gli Stati Uniti), e questo attraverso l'iscrizione nel rispettivo registro dei marchi.

Il Consiglio federale riconosce l'importanza di entrambe le misure e ritiene che si debba necessariamente continuare in questa direzione. Per tale motivo, il Consiglio federale chiede all'IPI di essere informato, dopo un periodo di tempo adeguato, sull'attuazione delle stesse.

9.2.2 Settore delle derrate alimentari

Lo studio relativo al settore delle derrate alimentari ha dimostrato che il «marchio Svizzera» genera benefici per i prodotti sotto forma di premio «Swissness» e che la legislazione «Swissness» è in grado di garantire la protezione di tale premio. La conclusione è tuttavia che, oltre ai costi, anche i benefici che tale legislazione è suscettibile di produrre per il settore delle derrate alimentari sono relativamente contenuti. La legislazione è ritenuta troppo dettagliata e complessa. Le aziende interpellate lamentano in primo luogo l'onerosità, la complessità e la scarsa prevedibilità della procedura per il rilascio delle deroghe secondo l'OIPSDA. C'è dunque un margine di miglioramento in termini di procedure per le aziende e l'Amministrazione, al momento responsabile dell'esame e del rilascio delle deroghe, nonché, in generale, di certezza del diritto.

Un allineamento con le disposizioni vigenti in materia di prodotti industriali come quello suggerito nell'ambito della prima raccomandazione, e basato quindi anche nel caso delle derrate alimentari sul valore aggiunto nazionale e non sulla quantità di materie prime nazionali, era stato proposto dal Consiglio federale all'interno dell'avamprogetto posto in consultazione, secondo cui sia per i prodotti industriali sia per le derrate alimentari il 60 per cento dei costi di produzione doveva essere realizzato in Svizzera. La proposta di adottare un criterio basato sui costi di produzione anche nel caso delle derrate alimentari era stata però criticata da un alto numero di partecipanti alla consultazione, che ritenevano fosse necessario applicare in questo caso un criterio basato sulla quantità di materie prime. Il Consiglio federale tenne conto delle critiche mosse e procedette ad alcuni adeguamenti in tal senso in fase di redazione del messaggio: creò una categoria a parte per le derrate alimentari e propose che il criterio adottato in questo caso fosse basato sulla quantità di materie prime svizzere e non sui costi di produzione realizzati in Svizzera. Gli attori del settore reagirono con favore alla decisione di principio del Consiglio federale circa il criterio da adottare per le derrate alimentari, vista la possibilità che questo offriva di contrastare eventuali oscillazioni del prezzo delle materie prime⁴⁰.

L'introduzione proposta nell'ambito dello studio di una distinzione dicotomica basata sulla diversa disponibilità delle materie prime («per lo più coltivabili» o «per lo più non coltivabili») è invece a modo suo già sancita a livello di legge (art. 48b cpv. 3 e 4 LPM). Dal momento che tale legge è entrata in vigore soltanto nel 2017 e che le aziende hanno dovuto sostenere alcuni costi per adeguarsi alle novità previste, il Consiglio federale è al momento contrario all'adozione di ulteriori modifiche legislative.

Con la seconda raccomandazione si intende invece fare in modo che alle associazioni del settore delle derrate alimentari, del settore agricolo e dei consumatori vengano attribuite maggiori responsabilità in materia di deroghe. Tale raccomandazione tiene inoltre conto del parere dei rappresentanti del settore delle derrate alimentari, secondo cui la procedura per la formulazione di ricorsi e richieste all'attenzione del DEFR prevista per le deroghe secondo gli articoli 8 e 9 OIPSDA non è ben accolta dalle aziende.

Tenendo conto dei risultati dello studio e delle esperienze raccolte nei tre anni trascorsi dall'entrata in vigore della legislazione «Swissness», il Consiglio federale ritiene più che ragionevole una modifica delle disposizioni in materia di deroghe, che ritiene debbano essere meno complesse e più orientate alla pratica. Il Consiglio federale è inoltre del parere che sia necessario che le associazioni del settore delle derrate alimentari, del settore agricolo e dei consumatori abbiano un ruolo attivo nella definizione delle disposizioni in materia. La base giuridica a tal fine è individuata nell'articolo 48b capoverso 4 LPM, in virtù del quale al Consi-

⁴⁰ Cfr. comunicato stampa del 25 marzo 2009 della Federazione delle industrie alimentari svizzere (fial).

glio federale è riconosciuta la competenza di definire nel dettaglio la regolamentazione inerente al criterio delle materie prime; competenza, questa, su cui si fondano a loro volta i già menzionati articoli 8 e 9 OIPSDA.

La modifica del sistema delle deroghe ad opera del Consiglio federale e la sua applicazione per mezzo di altri eventuali attori coinvolti deve avvenire nel rispetto di quanto previsto all'articolo 48b LMP: le materie prime che possono beneficiare di deroghe sono prodotti naturali non trasformati o trasformati in minima misura. I componenti di derrate alimentari a loro volta composti da diversi prodotti naturali non si considerano materie prime ai sensi dell'articolo 48b LMP. Per questi ultimi non sarebbero quindi ammesse deroghe nemmeno in caso di revisione del sistema delle deroghe. Solo le eccezioni accordate dal DEFR nelle disposizioni transitorie al momento dell'entrata in vigore della legislazione «Swissness» il 1° gennaio 2017⁴¹ continueranno a valere fintanto che ciò sarà necessario.

Con la modifica di tale sistema ci si propone di rendere la procedura più trasparente per le cerchie interessate (settore agricolo, settore dell'industria, consumatori, ecc.) nonché di ridurre l'onere amministrativo per i diversi attori coinvolti. Gli uffici interessati sono incaricati di studiare tale modifica del sistema di rilascio delle deroghe e formulare una proposta inerente ai prossimi passi da intraprendere entro la fine del 2022.

9.2.3 Applicazione

Come osservato al capitolo 9.2.1 in merito a una simile raccomandazione formulata a margine dello studio relativo ai prodotti industriali e ai servizi, l'IPI è già al lavoro per dar vita a un PPP insieme ai partner dei diversi settori. L'obiettivo è quello di unire le forze per garantire l'applicazione della legislazione «Swissness» in particolare all'estero e poter impiegare così in modo più efficiente i mezzi a disposizione. Ci si propone quindi di rafforzare ulteriormente il vantaggio concorrenziale che l'utilizzo esclusivo delle indicazioni di provenienza svizzere garantisce alle aziende svizzere in tutto il mondo. Come già accennato, il Consiglio federale riconosce l'importanza di tali misure e ritiene che si debba necessariamente continuare in questa direzione.

⁴¹ Glassa in polvere, burro (per l'utilizzo in prodotti di panetteria fine); Glassa in polvere, grasso vegetale (per l'utilizzo in prodotti di panetteria fine); Cialde industriali per cornetti da gelato commestibile; Caramello in polvere (per l'utilizzo nel cioccolato); Flocchi di biscotti croccanti (per l'utilizzo nel cioccolato); Sfoglia di mandorle caramellate, sottilissima (per l'utilizzo in prodotti di cioccolato)