

printed in
switzerland

Regolamento d'uso

viscom⁺

viscom swiss print &
communication association

Direzione Svizzera
Speichergasse 35
Casella postale
3001 Berna
T 058 225 55 00
F 058 225 55 10
info@viscom.ch
www.viscom.ch

maggio 2016

printed in
switzerland

1. PREMESSA

La Costituzione federale sancisce che la Svizzera è un'economia di libero mercato. Elemento chiave di questo sistema è la libera concorrenza, leale e non distorta, cui spettano i compiti di coordinamento e di distribuzione. Il legislatore svizzero è pertanto tenuto a tutelare la concorrenza e le sue funzioni.

Prevalentemente orientata al diritto civile, la legge federale contro la concorrenza sleale mira a garantire una concorrenza corretta e non distorta, nell'interesse di tutte le parti coinvolte, proteggendo la moralità commerciale dei concorrenti e lo stesso sistema concorrenziale.

2. SCOPO DEL LABEL

«printed in Switzerland» è il nuovo label di qualità e di origine per i prodotti stampati in Svizzera. Elaborato sotto la responsabilità di viscom, è a disposizione delle aziende dell'industria grafica svizzera che lo possono utilizzare gratuitamente. Nessun'altro Paese incarna la qualità in modo così ampio e sistematico come la Svizzera. Competenza, affidabilità, ma anche precisione e fiducia costituiscono le fondamenta dei prodotti stampati in Svizzera che, a loro volta, sono sinonimo di versatilità e qualità. Con il label «printed in Switzerland», viscom fornisce un importante contributo alla sicurezza e alla promozione della piazza economica svizzera, e consente ai committenti e ai produttori di dichiarare la provenienza elvetica dei loro stampati. Il marchio di qualità «Svizzera» gode di un'ottima reputazione in tutto il mondo. Per questo motivo «printed in Switzerland» è molto più di un semplice label: è garanzia di prodotti di qualità superiore realizzati con tecnologie all'avanguardia e, come tale, contribuisce a promuovere e a sostenere durevolmente i posti di lavoro nelle PMI e nell'industria.

3. CONTESTO GIURIDICO

Il diritto vigente non regola esplicitamente l'utilizzo del marchio o della designazione «Svizzera». A questo proposito, l'ordinanza del 23 dicembre 1971 concernente l'utilizzazione della designazione «Svizzera» per gli orologi (ordinanza Swiss made, RS 232.119) costituisce un'eccezione limitata appunto agli orologi.

La Commissione svizzera per la lealtà, organo esecutivo della Fondazione della pubblicità Svizzera per la lealtà nella comunicazione commerciale, alla quale appartengono tutte le grandi organizzazioni di comunicazione svizzere, ha definito nei suoi principi fondamentali quando un prodotto può essere designato come «svizzero». Benché non vincolanti, tali principi devono comunque essere rispettati, in quanto la giurisprudenza svizzera in materia di designazione dell'origine adotta essenzialmente gli stessi parametri.

I principi della Commissione svizzera per la lealtà perseguono il rispetto di pratiche corrette nella comunicazione commerciale e contribuiscono così a creare fiducia presso il grande pubblico. La comunicazione commerciale deve essere lecita, veritiera e non discriminatoria, e deve rispettare il principio di buona fede nelle transazioni commerciali.

Nella pubblicità, un'impresa commerciale o industriale o qualsiasi altra azienda gestita secondo principi commerciali può definirsi «svizzera» o utilizzare un'altra designazione equivalente solo se è iscritta in un registro di commercio svizzero e svolge in Svizzera l'attività reclamizzata.

4. CONDIZIONI PER L'USO DEL LABEL

Per l'applicazione del label di settore «printed in Switzerland», la stampa e l'allestimento devono essere realizzati in modo preponderante in Svizzera. Ai fini di un equo partenariato tra i produttori, viscom raccomanda pertanto di mantenere il più possibile in Svizzera la creazione di valore lungo l'intera catena delle prestazioni (prestampa, stampa, allestimento).

5. CONTROLLO DELL'USO DEL LABEL

viscom mette gratuitamente a disposizione il label «printed in Switzerland» alle aziende del settore, ma non ne controlla l'utilizzo. Tuttavia, il mancato rispetto delle condizioni per l'uso del label citato e dei principi di lealtà su cui esse si basano può avere conseguenze legali in virtù della giurisprudenza descritta sopra.