

Swissness швейцарского качества |

Auteur: Ольга Юркина, [Берн](#) , 18.03.2010.



[© swissinfo.ch]

Правительство Конфедерации решило защитить отечественного производителя и ограничить использование национальных эмблем на этикетках.

Слава швейцарских производителей и их продукции распространена далеко за пределами маленькой альпийской страны в центре Европы. По всему миру «сделанное в Швейцарии» вызывает доверие и ценится за непревзойденное качество, однако порой оказывается совсем не тем, за что себя выдает. Перефразируя известное выражение, можно сказать: не всё то швейцарское, на чем красуется красный флажок с белым крестом. Федеральный институт интеллектуальной собственности (IPI) предупреждает: излишняя доверчивость покупателей опасна для... имиджа швейцарской марки.

До 26 июня все желающие могут посетить в Берне выставку с полемическим названием «Швейцарские этикетки... действительно швейцарское качество?», организованную IPI в целях защиты чести отечественных производителей. Дело в том, что «Made in Switzerland» - лакомый кусочек, от которого многие не прочь отхватить прибыль. «Я не имею ничего против Германии, которую высоко ценю», - заявила федеральный советник Эвелин Видмер Шлумпф на открытии выставки. - «Но меня шокирует тот факт, что наши соседи продают вяленое мясо якобы из Граубюндена, хотя ни происхождение, ни способ изготовления не связывают этот продукт с моим родным кантоном». За поиском аналогичных примеров далеко ходить

не надо. Популярностью пользуется текстильная продукция «Hanro of Switzerland», по большей части сфабрикованная в Австрии. Или конфитюр под этикеткой «Mövenpick of Switzerland», который готовят в той же Германии совсем не из швейцарских ингредиентов. Еще ближе «нашему человеку» - Bel Swiss Bank, белорусский банк, который находится в Минске и является таким же «swiss», как драники – блюдом швейцарской кухни.

От всех этих злоупотреблений швейцарским знаком качества страдает имидж и экономика самой Конфедерации. Исследования Федеральной политехнической школы Цюриха и Университета Санкт-Галлена показали, что этикетка с белым крестом на красном фоне способна существенно поднять стоимость товара. Предприятия и частные лица готовы переплатить 20% от цены, если речь идет о продукции швейцарской марки. Так, в часовой и ювелирной промышленности, а также в «шоколадной» отрасли наценка на качество «swiss» ежегодно приносит прибыль в 5,8 миллиардов франков, что соответствует 1% национального валового продукта.

«Именно поэтому все больше предприятий по всему миру пытается извлечь выгоду из швейцарского знака качества, приписывая его продукции, которая имеет со Швейцарией мало общего, а то и совсем ничего», - подчеркивает Эвелин Видмер Шлумпф. А страдают, в итоге, доверчивые покупатели и имидж страны. Причина таких злоупотреблений, прежде всего, в том, что на данный момент использование в качестве лейбла национального флага Швейцарии практически не защищено с юридической точки зрения, особенно за пределами Конфедерации. Существенно осложняет дело и тот факт, что не разработано строгое определение понятия «швейцарский продукт». Так, следуя логике, законно ли считать швейцарским только тот сыр, который сфабрикован из швейцарского молока?

Чтобы заполнить лакуну в законодательстве и держать марку, правительство Швейцарии разработало проект под названием «Swissness» («Швейцарскость»). Текст закона в скором времени будет представлен на обсуждение в палатах Парламента. Речь идет не о первоапрельской шутке, как могло бы показаться на первый взгляд. Кроме условий использования швейцарского знака качества, будут определены критерии использования на этикетках национального флага и других эмблем, ассоциирующихся непосредственно с Конфедерацией - как лук Вильгельма Телля или силуэт Маттерхорна. Закон определит, сколько «швейцарского» должен содержать продукт, чтобы таковым называться. В общем, защита национального знака качества будет усилена на всех фронтах.

Дело в том, что наряду с истинно швейцарской продукцией – как напиток Rivella, нижнее белье Calida, кастрюли Sigg или шоколад Toblerone, - существуют марки, давно купленные зарубежными предприятиями, но сохранившими свой «гельветический» лейбл. С другой стороны, необходимо подстраховаться в отношении швейцарских предприятий, давно уже занимающихся деятельностью за границей и имеющих со своей родиной мало общего.

В каком-то смысле, законопроект запаздывает в экономическом плане: время идет и все сложнее становится защитить швейцарский знак качества в мире активной глобализации. Спор об Эмментале тому подтверждение. Очевидно, Швейцария недооценила важность защиты своих эмблем на международном уровне и теперь действует в ускоренном темпе, чтобы исправить ситуацию.

[Käfigturm: о швейцарской продукции и качестве](#)

[Швейцария](#)

[маттерхорн](#)

Статьи по теме

[Война сыров](#)

Source URL:

<https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/swissness-shveycarskogo-kachestva>