

## Swissness: il “savoir faire” industriale premia

Il marchio «Svizzera» è un marchio forte sinonimo di qualità e d’innovazione in tutto il mondo. I clienti sono pronti a pagare questo marchio. Il valore unico di quest’ultimo è il frutto del duro lavoro delle imprese svizzere per decenni – per questo non vi è alcun dubbio che esso debba essere protetto efficacemente contro gli abusi fuori dai confini nazionali. Ma, come succede spesso, il diavolo si nasconde nei dettagli: che percentuale di un prodotto deve essere “fatta in casa” affinché questo possa essere qualificato come svizzero?

Dal momento che il nostro mondo è viepiù caratterizzato da una forte divisione del lavoro a livello mondiale, una soglia del 50% sarebbe opportuna per i prodotti industriali. Finora, il dibattito su Swissness ha mostrato che l’applicazione di una percentuale rigida a tutti i settori non rappresenta la soluzione ideale. Nell’ottica macroeconomica, il livello di protezione dovrebbe essere adeguato alle specificità dei settori. Anche economieuisse si impegna fermamente a favore di una soglia del 60% per l’industria orologiera e gli altri settori che lo desiderano esplicitamente. Considerata la situazione particolare sui mercati d’esportazione e la quota tradizionalmente elevata della creazione di valore industriale in Svizzera, una soglia superiore si giustifica per soprattutto per gli orologi svizzeri. Questa soglia non deve tuttavia essere imposta agli altri settori.

Per quanto concerne le derrate alimentari, s’impone un approccio differenziato. Il Consiglio nazionale, che ha scelto di fare una distinzione tra alimenti fortemente e debolmente trasformati, è dunque sulla giusta strada. Per i primi, ad esempio uno yogurt, la provenienza del principale ingrediente agricolo dev’essere protetta, mentre per i secondi – cioccolato o biscotti svizzeri ad esempio – il savoir-faire industriale è più importante della provenienza degli ingredienti.