

Indications géographiques : moyens actuels de protection et cadre juridique international

Matthijs Geuze¹

Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (Suisse)

Résumé. Cet article donne une vue d'ensemble des différents systèmes qui existent dans le monde pour protéger les indications géographiques comme titre de propriété intellectuelle. Ceci est présenté dans cinq sections : 1) une introduction, qui explique l'objet de protection et la longue histoire des négociations internationales dans le domaine des indications géographiques ; 2) une section qui explique les catégories principales de titres de protection ; 3) les critères d'obtention de la protection; la diversité des approches en matière de protection ; et 5) le cadre juridique international.

Mots-clés. Indication géographique - Négociations internationales - Organisation internationale

Geographical indications: current means of protection and the international legal framework

Abstract. *This article provides an overall view of all the different systems that exist in the world for the protection of geographical indications as intellectual property. Presentation is in five sections: 1) an introduction explaining the aim of protection and the long history of international negotiations in the field of geographical indications; 2) a section containing explanation of the main categories of protective indications; 3) the criteria for obtaining protection; 4) the diversity of approaches in questions of protection, and 5) the international legal framework.*

Keywords. *Geographical indication - International negotiations - International organisation.*

I – Introduction

1. Objet de la protection

Sur un marché de plus en plus mondialisé et hautement concurrentiel, il convient de ne pas sous estimer l'importance de la différenciation des produits comme moyen d'attirer la clientèle. À cet égard, les indications géographiques, à l'instar des marques, ont pour rôle essentiel de porter à la connaissance du consommateur la valeur ajoutée d'un produit qui peut consister en une certaine qualité ou en d'autres caractéristiques qui rendent le produit en question plus attrayant que des articles concurrents sur le marché.

Les indications géographiques protègent la notoriété collective que les produits acquièrent grâce à la qualité, à la réputation ou à d'autres caractéristiques qu'ils tiennent de leur origine géographique, que ce soit en raison de facteurs naturels ou humains typiques de la zone de production ou d'une association de ces deux types de facteur. Le caractère unique que leur origine confère aux produits justifie la protection de l'indication géographique en question contre tout usage abusif ou non autorisé.

L'objet de la protection des termes indiquant un tel rapport entre les caractéristiques d'un produit et son origine géographique se divise en deux volets principaux :

Options méditerranéennes, A n°89, 2009 - Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens

- a) ces termes informent le consommateur du caractère typique des produits résultant de ce rapport ; et
- b) ils représentent la notoriété collective et la réputation résultant de cette typicité.

La valeur ajoutée des indications géographiques est fonction de ces deux éléments.

2. Protection dans des pays autres que le pays d'origine

Toutefois, selon le pays, il peut ou non être considéré que les termes géographiques constituent des indications géographiques. Le fait que certains termes géographiques sont protégés sur certains territoires alors que sur d'autres ils sont réputés constituer des descriptions génériques de produits suscite un large débat depuis de nombreuses années.

Depuis plus d'un siècle, les discussions entre gouvernements concernant la protection des indications géographiques au niveau international ont abouti à l'introduction d'un certain nombre de dispositions pertinentes dans la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle de 1883 et à la conclusion de l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits de 1891. Les discussions se sont poursuivies depuis lors et ont amené à modifier ces dispositions et à adopter l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international de 1958 et à la conclusion de nombreux arrangements bilatéraux ou multilatéraux pertinents.

D'autres discussions ont eu lieu en 1974 et 1975 à l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) sur des propositions tendant à adopter un nouveau traité multilatéral sur la protection des indications géographiques (Comité d'experts sur la protection internationale des appellations d'origine et des autres indications de provenance), sur des propositions en vue de la révision de la Convention de Paris entre 1978 et 1980 (Groupe de travail sur le conflit entre une appellation d'origine et une marque), sur des propositions en vue de la révision de la Convention de Paris entre 1982 et 1987 (Groupe de travail de la Commission principale I chargé d'examiner l'article 10^{quater}) et sur des propositions concernant l'éventuelle conclusion d'un nouveau traité de protection internationale des appellations d'origine et des indications de provenance ou bien l'éventuelle révision de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (Comité d'experts sur la protection internationale des indications géographiques, 1990).

Les questions concernant la protection des indications géographiques ont également été étudiées dans le cadre des négociations commerciales multilatérales du Cycle d'Uruguay entre 1986 et 1994. D'où la présence dans l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) – annexe 1C de l'Accord de Marrakech instituant l'Organisation mondiale du commerce (OMC) – d'un certain nombre de dispositions, en particulier à la section 3 de la partie II (articles 22 à 24), concernant la protection des indications géographiques. Ces dispositions prévoient un programme de travail que les gouvernements membres de l'OMC poursuivront sur certaines des questions. Les travaux concernant lesdites activités prévues dans l'Accord sur les ADPIC sont en cours.

L'OMPI organise également depuis 1988, à un rythme biennal et en coopération avec un certain nombre de ses États membres, des colloques internationaux consacrés aux indications géographiques. Les documents utilisés dans ces colloques, y compris les délibérations, ont été chaque fois publiés par l'OMPI. Ouvertes au grand public, ces conférences offrent à une large gamme de participants, issus des milieux gouvernementaux et non gouvernementaux, institutionnels et privés, une tribune pour l'échange d'informations et de points de vue sur diverses questions relatives à la protection des indications géographiques.

II – Indications de provenance, Appellation et Indications Géographiques

1. Indications de provenance

L'expression « indication de provenance » figure aux articles 1.2) et 10 de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, de 1883 (« Convention de Paris »). Elle est également utilisée dans l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications géographiques fausses ou fallacieuses sur les produits, de 1891 (« Arrangement de Madrid sur les indications de provenance »). La notion d'« indication de provenance » n'est définie dans aucun de ces deux traités mais le texte de l'article 1.1) de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance éclaire le sens de cette expression. Selon cet article :

« Tout produit portant une indication fausse ou fallacieuse par laquelle un des pays auxquels s'applique le présent Arrangement, ou un lieu situé dans l'un d'entre eux, serait directement ou indirectement indiqué comme pays ou comme lieu d'origine, sera saisi à l'importation dans chacun desdits pays. »

Par conséquent, on peut définir une indication de provenance comme une mention indiquant qu'un pays ou un lieu situé dans ce pays est le pays ou le lieu d'origine d'un produit. Il est important que l'indication de provenance renvoie à l'origine géographique d'un produit et non à un autre type d'origine, tel qu'une entreprise qui fabrique le produit en question. De plus, la définition n'exige pas que le produit en question ait une certaine qualité ou des caractéristiques découlant de son origine géographique. On peut donner comme exemple d'indications de provenance la mention, sur un produit, du nom d'un pays ou de formules telles que « made in... ».

2. Appellations d'origine

L'expression « appellation d'origine » est définie dans l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international, de 1958 (« Arrangement de Lisbonne »). L'Arrangement de Lisbonne établit un système international de protection des appellations d'origine déjà protégées dans le cadre de la législation nationale de l'un des États parties à cet arrangement et sous réserve de l'enregistrement international de l'appellation d'origine en question. L'article 2 de l'Arrangement de Lisbonne contient la définition suivante :

« On entend par « appellation d'origine » la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains. »

D'après cette définition, le produit pour lequel une appellation d'origine est employée doit avoir une qualité et des caractères qui sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique propre à la région indiquée par l'appellation d'origine en question – un milieu géographique qui peut être déterminé par des facteurs naturels et humains. En outre, le produit doit avoir une notoriété, selon la définition donnée par l'article 2.2 de l'Arrangement de Lisbonne selon lequel le « pays d'origine » du produit est « le pays dont le nom ou dans lequel est située la localité dont le nom, constitue l'appellation d'origine qui a donné au produit sa notoriété ». À titre d'exemples d'appellations d'origine protégées, on peut citer « Bordeaux » pour le vin, « Noix de Grenoble » pour les noix, « Tequila » pour les spiritueux ou « Jaffa » pour les oranges².

L'annexe en fin de document illustre cette explication par un graphique.

3. Indications géographiques

L'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, de 1994 (« Accord sur les ADPIC »), comprend une section relative à la protection des indications géographiques (chapitre II, section 3). L'article 22.1 de cet accord contient la définition suivante :

« Aux fins du présent accord, on entend par indications géographiques des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre [de l'Organisation mondiale du commerce], ou d'une région ou d'une localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique. »

Cette définition ressemble dans une certaine mesure à la définition de l'appellation d'origine qui figure à l'article 2 de l'Arrangement de Lisbonne. Toutefois, cet arrangement exige que la qualité et les caractères du produit en question soient dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains et que le produit ait acquis une notoriété dans son pays d'origine. La définition des indications géographiques figurant à l'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC s'applique à des produits qui ont une qualité, une réputation ou une autre caractéristique essentiellement attribuable à leur origine géographique.

III – Critère d'obtention de la protection, rapport avec la zone géographique

Le document SCT/10/4 de l'OMPI qui a été établi par le Secrétariat de l'OMPI à la demande du Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques explique les concepts de qualité, de réputation et d'autres caractéristiques tels qu'utilisés dans les définitions établissant les critères d'obtention de la protection pour les indications géographiques et leur appréciation dans les différents systèmes de protection les utilisant. Il explique également la corrélation entre un ou plusieurs éléments de ce genre de définition et la zone délimitée d'où le produit provient.

1. Qualité³

Le critère de qualité comporte certes en lui-même une dimension subjective laissée à l'appréciation de chacun, mais il n'en est pas moins utilisé dans les diverses définitions données dans différentes législations nationales régissant la protection des indications géographiques et des appellations d'origine plutôt en tant que critère juridique permettant de distinguer un produit du fait de son origine géographique. Toutefois, la détermination de la qualité d'un produit spécifique ne peut être appréhendée globalement au niveau mondial selon des critères harmonisés et exhaustifs qui ne tiendraient aucunement compte de la diversité culturelle de la communauté internationale. Cette appréciation semble donc relever d'une approche factuelle et d'une prérogative des autorités compétentes au niveau national en fonction de critères qui leur sont propres. L'étude de l'OMC⁴ indique à cet égard que la mention de la « qualité » est formulée de façon différente, et parfois plurielle, dans les diverses définitions figurant dans les législations nationales.

Si le lien qualitatif n'est pas suffisant, peut-on en conclure pour autant qu'il n'y a pas d'indication géographique ? Cette approche est en effet généralement celle qui prévaut en matière d'appellations d'origine : si les qualités caractéristiques ne sont pas dues essentiellement mais

dans une faible mesure seulement au milieu géographique, alors la protection ne peut pas être accordée à titre d'appellation d'origine. Peut-on néanmoins suivre la même approche en ce qui concerne les indications géographiques ?

Le lien qualitatif entre un produit et son origine géographique sera d'autant plus difficile à évaluer qu'il fera intervenir pour l'identifier d'autres facteurs subjectifs tels que, par exemple, la qualité des ingrédients utilisés ou le procédé de fabrication. Ainsi, le fait qu'un produit soit issu d'une méthode traditionnelle ou que sa production, préparation et transformation ait lieu dans une zone géographique déterminée peuvent contribuer à sa « qualité », mais ces facteurs peuvent, dans un autre cas d'espèce, ne pas être déterminant pour un autre produit.

Enfin, exiger un lien qualitatif entre le milieu géographique et le produit dans le cadre d'une interprétation cumulative des éléments de la définition créerait un inconvénient pour les pays dont les indications géographiques s'appliquent non pas à des produits agricoles ou artisanaux mais à des produits industriels. Ce lien, qui peut avoir existé au début de la fabrication d'un produit industriel, peut s'être distendu par la suite au point que son existence est désormais difficile à prouver. En outre, du moins en théorie, les traditions de fabrication et les compétences humaines peuvent être transférées d'une zone géographique à une autre, compte tenu notamment de la mobilité professionnelle et de la mondialisation économique croissantes.

2. Réputation⁵

La réputation est fortement liée à l'histoire et l'origine historique du produit. Il conviendra en conséquence de décrire l'histoire du produit afin de démontrer son existence historique dans l'aire géographique et, de ce fait, sa réputation. L'élaboration d'un dossier, présentant les éléments clés de l'histoire du produit, permettra d'apporter la preuve de l'usage du nom et de la notoriété du produit. Les premières utilisations du nom, accompagnées autant que possible des premières descriptions du produit, et de sa méthode de transformation seront ainsi des éléments d'information particulièrement utiles pour être versées au dossier. Comme pour la description du produit, le dossier doit être détaillé. Il convient à cet égard de s'appuyer sur des références bibliographiques, notamment sur des citations et des références littéraires qui permettent d'ancrer historiquement le produit au lieu, notamment dans sa dimension de savoir-faire humain. En l'absence de références écrites, il est possible de citer des témoignages oraux. La preuve de l'origine du produit sera parfois regroupée autour de la notion de traçabilité du produit (ascendante et descendante, c'est-à-dire de la production à la commercialisation).

La réputation s'appuie également sur le caractère distinctif du produit, c'est-à-dire sa capacité à se distinguer des autres. Plus un produit aura une identité forte, mieux il sera à même de consacrer sa notoriété. Ainsi, s'il est possible de prouver que le produit est reconnu distinctement dans une famille de produits et qu'il a donc une spécificité, c'est que cette spécificité lui a permis, à partir d'un certain moment et jusqu'à aujourd'hui, de porter un nom géographique dans sa désignation de vente, d'acquérir une identité, qui s'est transformée en notoriété. L'analyse du lien entre la réputation et le produit s'appréciera donc au cas par cas, d'autant plus qu'elle fera intervenir des critères de nature subjective.

La réputation s'appuie notamment sur la perception que le consommateur a de l'indication géographique, c'est-à-dire sur sa capacité à distinguer le produit protégé à titre d'indication géographique des autres produits du même type ou d'un type différent. Dans certains systèmes, l'accent est mis sur la valeur économique de la réputation dans la mesure où celle-ci est largement fondée sur les investissements qui ont été nécessaires de la part des producteurs pour l'obtenir. Le corollaire de ces investissements consistera, comme pour tout droit de propriété intellectuelle, dans la nécessité d'assurer une protection adéquate et suffisante. Ainsi, le consommateur sera-t-il disposé à payer plus cher pour un produit protégé à titre d'indication géographique dans la mesure où celui-ci bénéficie d'une certaine réputation.

L'appréciation de la réputation diffère selon les systèmes et selon les produits et peut être effectuée sur une base locale, nationale ou internationale. De ce fait, une réputation locale devrait suffire pour octroyer la protection. L'argumentation intervenant sous cette rubrique – souvent la plus détaillée et la plus volumineuse de la demande de protection à titre d'indication géographique – pourra ainsi s'articuler autour de l'historique du produit proprement dit, de la réputation ancienne et la réputation actuelle.

3. Autres caractéristiques⁶

Le lien entre le produit et son origine géographique peut être également appréhendé par « d'autres caractéristiques » que la qualité et la réputation. Parmi les plus fréquemment utilisées, interviennent notamment les facteurs humains et naturels (terroir), utilisés soit isolément sous cette rubrique, soit repris des rubriques précédentes.

Dans les systèmes *sui generis* de protection des indications géographiques et des appellations d'origine, le terroir présente l'interaction entre les facteurs physiques (naturels) et humains construits au cours du temps. Le lien au terroir sera donc multiple et variera selon les produits. Il conviendra en conséquence de décrire avec précision ce qui fonde la relation entre le terroir et la typicité du produit, aux différents stades de la production, transformation, élaboration. La typicité du produit liée au terroir s'entend de toute caractéristique objective ou subjective permettant la discrimination du produit au sein de sa famille de référence, et renvoie à la fois aux caractéristiques du produit final, aux pratiques liées à la production des matières premières, la transformation et l'élaboration du produit, et la représentation socioculturelle qu'ont les producteurs et les consommateurs du produit. L'analyse de ces facteurs doit permettre de définir objectivement les différentes composantes du produit telles que notamment la couleur, la forme, la texture, la composition, etc. Pour les produits transformés, cette définition est faite d'une part sur la matière brute agricole, et d'autre part sur le produit issu de la transformation. Les moyens utilisés pour définir ces caractéristiques peuvent être d'ordre bibliographique, par le biais d'interrogation des producteurs eux-mêmes, ou par des travaux d'analyses physico-chimiques et sensorielles (jurys de dégustation).

À titre d'exemple d'éléments constitutifs de la typicité d'un produit, on peut citer, en ce qui concerne la matière première, l'unité pédoclimatique de la zone de production, l'espèce ou la race spécifique, le mode d'alimentation, le mode de conduite des prairies, la nature et l'origine des compléments alimentaires, les aliments interdits, le mode de stockage et de collecte, la composition spécifique de la matière première. Pour la transformation seront évalués le stockage, la durée de la transformation, les équipements spécifiques, les tours de main, les ingrédients (provenance, type de culture), les additifs, les formes et dimensions, etc. Enfin pour l'élaboration, seront prises en compte les conditions et durée d'affinage, de séchage et de fabrication, de maturation, le profil sensoriel du produit, sa texture, etc.

Il sera souvent important de démontrer que les éléments constitutifs de la typicité ont été constitués par des méthodes locales loyales et constantes et par l'usage, c'est-à-dire par un usage collectif ou potentiellement collectif du nom portant sur un produit déterminé, aux caractéristiques précises et reconnues par les producteurs, les transformateurs, les élaborateurs et les consommateurs.

4. Le lien avec l'origine géographique⁷

Le lien avec l'origine géographique constitue la démonstration de la corrélation entre le lieu et un ou plusieurs éléments de la définition, et doit permettre de mettre en exergue le fait que l'on puisse expliquer que tel facteur produit telle caractéristique ou bien, *a contrario*, que d'autres facteurs donnent d'autres caractéristiques. À cet égard, il convient de distinguer d'une part les

critères ou les éléments de la définition, et d'autre part les preuves intervenant à l'appui de ces éléments.

Déterminer sur quel(s) élément(s) peut se justifier le lien entre le produit en question et l'aire géographique précisément délimitée constituera en conséquence une pièce maîtresse du dossier de demande de protection d'une indication géographique. Il est en effet important que la justification des éléments de la définition s'opère de la manière la plus objective possible en vue de concrétiser le lien avec précision, celui-ci constituant le fondement de la protection d'une indication géographique. L'octroi d'un droit exclusif sur une dénomination ne s'effectue ainsi que dans la mesure où ce droit est justifié par des éléments et preuves objectifs. Ces éléments et preuves contribuent à rendre compréhensible l'objet de la protection et la raison d'une telle protection, par le biais, par exemple, d'un cahier des charges présentant ces éléments d'une manière méthodique et concrète.

En ce qui concerne la preuve, une approche souple s'impose et le lien peut être généralement prouvé par tout moyen utile. Le plus souvent, il appartient aux producteurs d'apporter la justification du lien. Il est important que le lien soit clairement défini afin de permettre de contrôler si les facteurs déterminant un tel lien sont toujours présents. Au delà, ce contrôle permet de garantir au consommateur que le produit en question est une indication géographique, garantissant de ce fait la présence et la continuité du lien dans le produit mis sur le marché.

La traçabilité du produit fait partie de cette démonstration. Par traçabilité, on entend le système permettant de suivre le produit de la production jusqu'à la commercialisation. Le « cahier des charges » définit une zone et il conviendra d'apporter une preuve de l'origine géographique du produit.

Les dispositions concernant les marques de certification sont offertes comme moyen de protection pour les indications géographiques dans plusieurs pays, mais dans la plupart sans être basées sur une définition et l'application des critères comme décrite ci-dessus. À cet égard, la loi chinoise est une exception prévoyant l'enregistrement des indications géographiques en tant que marques de certification en vertu d'une définition qui emprunte des éléments de la définition de l'Accord sur les ADPIC ainsi que des éléments de la définition de l'Arrangement de Lisbonne.

Le lien entre la localisation géographique et la qualité ne fait pas partie de tous les systèmes de protection. Certains systèmes requièrent par exemple que les zones concernées soient géologiquement distinctes des zones environnantes mais ne requièrent pas qu'une distinction particulière affecte le produit qui en est issu. De même, dans plusieurs pays les dispositions concernant les marques de certification, qui requièrent que les marques doivent certifier l'origine ou la qualité, ne requièrent pas nécessairement les deux. Là, un titulaire de marque pourra donner à sa certification d'origine un critère de qualité, notamment dans une optique marketing vis-à-vis des consommateurs, mais cela n'est pas une obligation. Dans ces systèmes, il n'est pas nécessaire non plus d'établir un lien entre le lieu et la méthode de fabrication, la qualité du produit final primant sur la façon dont il est produit. Le lien avec l'origine géographique constituera le point essentiel sur lequel s'appuiera une demande d'enregistrement d'un produit comme indication géographique.

Le lien devra être fait entre le produit, ses spécificités et ses particularités d'une part et le nom géographique demandé d'autre part. Il s'agira donc d'expliquer comment la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont liées à la zone géographique et de déterminer ainsi les critères de délimitation et les spécifications du produit qui en découlent.

IV – Diversité des approches en matière de protection des indications géographiques

La protection des indications géographiques aux niveaux régional et national se caractérise par l'existence d'une multitude de concepts juridiques différents⁸. Ces concepts ont été développés dans la ligne de différentes traditions juridiques nationales et dans des contextes historiques et économiques déterminés. Ces différences ont une répercussion directe sur d'importantes questions telles que les conditions de protection, le droit à l'utilisation et l'étendue de la protection. Les paragraphes qui suivent donnent un aperçu des principaux concepts existant en matière de protection :

- a) lois axées sur les pratiques commerciales – c'est-à-dire les lois relatives à la protection des consommateurs et à la protection contre la concurrence déloyale ou la substitution frauduleuse;
- b) législation *sui generis* assurant une protection des indications géographiques et des appellations d'origine sur la base des caractéristiques spécifiques des produits concernés ou de leurs procédés de production;
- c) droit des marques – c'est-à-dire des dispositions assurant une protection contre l'enregistrement des indications géographiques et des appellations d'origine en tant que marques et des dispositions aux fins de la protection des indications géographiques et des appellations d'origine au moyen de marques collectives et de marques de certification ; et
- d) autres moyens de protection.

En raison de la diversité des lois et règlements nationaux en matière de protection des indications géographiques, la division en quatre catégories distinctes est forcément artificielle et n'est peut-être pas représentative de la situation dans chaque État membre. Ainsi, un mécanisme de protection peut-il exister dans un État membre sans pour autant entrer dans l'une des quatre catégories définies.

En outre, il convient de noter que les mécanismes en question ne sont pas nécessairement exclusifs. Au contraire, il est très courant que divers moyens de protection s'additionnent. Le cumul de protection des indications géographiques résultant de l'application de divers systèmes de protection est accentué par le fait que les moyens de protection varient en fonction des catégories de produits.

1. Lois axées sur les pratiques commerciales

A. Protection des consommateurs et protection contre la concurrence déloyale

On peut constater que tous les pays appliquent des règles et des normes qui protègent les exploitants commerciaux contre les pratiques commerciales déloyales susceptibles d'être utilisées par les concurrents.⁹ Ceci s'est traduit au niveau international par l'incorporation d'une règle internationale de base en matière de protection contre les actes de concurrence déloyale dans la Convention de Paris lors de la Conférence diplomatique de Bruxelles pour la révision de la Convention de Paris, en 1900. L'article 10*bis* de la Convention de Paris exige de tous les États parties à la Convention de Paris qu'ils assurent une protection effective contre la concurrence déloyale définie comme « *tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale* »¹⁰. L'Accord sur les ADPIC fait référence à cette disposition de la Convention de Paris lorsqu'il énonce dans l'article 22.2 :

« Pour ce qui est des indications géographiques, les Membres prévoiront les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher :

“a) l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique autre que le véritable lieu d'origine d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ;

“b) toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la Convention de Paris (1967) »¹¹.

À l'échelon national, la protection contre la concurrence déloyale s'est développée différemment selon les pays. Néanmoins, toutes ces approches ont un objectif commun, celui de fournir aux intéressés un recours efficace contre les pratiques commerciales malhonnêtes et illicites de leurs concurrents. Dans certains pays, les lois consacrées à la répression de la concurrence déloyale assurent également la protection du consommateur.

Quant à savoir dans quelle mesure un acte commercial est contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale, la question devra être tranchée en application des dispositions de législation nationale relatives à la protection contre la concurrence déloyale.

On admet toutefois que les pratiques commerciales induisant en erreur ou de nature à induire le public en erreur au sujet d'une entreprise ou de ses activités, et en particulier de l'origine géographique des produits proposés par l'entreprise, constituent un acte de concurrence déloyale¹².

Pour empêcher l'utilisation non autorisée d'une indication géographique sur la base d'une action pour concurrence déloyale, le demandeur doit démontrer dans les formes prescrites que l'utilisation par un tiers non autorisé d'une indication géographique donnée est de nature à induire en erreur et, le cas échéant, que cette utilisation cause ou risque causer un préjudice. Une telle action ne peut aboutir que si le public concerné associe les produits vendus sous cette indication géographique à une réputation ou à une certaine qualité ou caractéristique liée à une région géographique déterminée.

En outre, la protection des indications géographiques dans le cadre du droit de la concurrence déloyale peut être complétée par des dispositions législatives spécifiques ayant pour objet la protection des indications géographiques non enregistrées, comme les articles 126 à 129 de la loi allemande sur les marques de 1994, par exemple. En vertu de ces dispositions, les personnes physiques ou morales ayant le droit d'utiliser une indication géographique non enregistrée donnée peuvent demander aux tribunaux d'empêcher l'utilisation de cette indication géographique par des personnes non autorisées et, le cas échéant, d'accorder des dommages et intérêts pour cette utilisation. Les articles 126 à 129 de la loi allemande sur les marques de 1994 sont fondés sur les principes développés par les tribunaux dans le cadre de l'application de la législation sur la concurrence déloyale pour faire obstacle à l'usage non autorisé d'indications géographiques, au cas où cet usage serait de nature à induire en erreur ou reviendrait à tirer un avantage injustifié de la réputation d'une indication géographique.

B. Actions en substitution frauduleuse

Les pays de tradition civiliste prévoyant certaines formes de protection des entreprises contre les actes commerciaux illicites commis par des concurrents fondent cette protection sur les règles générales de la responsabilité civile¹³. Dans les pays de *common law*, l'action pour substitution frauduleuse est souvent considérée comme la base en matière de protection contre des concurrents malhonnêtes. Cette action peut être décrite comme un moyen de recours pour les cas où les produits ou les services d'une personne sont présentés comme étant ceux de

quelqu'un d'autre¹⁴. Ces cas ont en commun le fait que le demandeur perd une partie de sa clientèle car le défendeur fait croire aux clients qu'ils achètent les produits du demandeur alors même qu'il s'agit de produits provenant du défendeur.

De manière générale, pour que l'action intentée pour substitution frauduleuse aboutisse et permette de faire obstacle à l'utilisation non autorisée d'une indication géographique, le demandeur doit démontrer que les produits pour lesquels l'indication géographique est régulièrement utilisée et qui sont fournis par lui ont une clientèle ou une réputation établie, que le défendeur donne à croire au public que les produits proposés proviennent du demandeur et que cela pourrait porter préjudice à ce dernier.

C. Étendue de la protection

Les législations nationales sur la concurrence déloyale, la substitution frauduleuse et les indications géographiques non enregistrées offrent aux commerçants des moyens d'action contre des concurrents qui commettent des actes commerciaux considérés comme contraires aux pratiques commerciales honnêtes. En ce qui concerne les indications géographiques, on peut dire que la protection contre la concurrence déloyale sert davantage à protéger les commerçants et les producteurs contre l'utilisation non autorisée d'indications géographiques par des tiers qu'à faire naître des droits privatifs sur celles-ci.

Une autre caractéristique importante de la protection des indications géographiques prévue dans le cadre de la législation contre la concurrence déloyale tient au fait que d'importantes questions, telles que la définition de l'aire et des normes de production, ou celle du cercle des producteurs ayant le droit d'utiliser une indication géographique donnée, sont tranchées par les tribunaux dans le cadre d'actions judiciaires. La protection accordée aux indications géographiques à la suite d'une action en substitution frauduleuse ou en concurrence déloyale n'est opposable qu'aux parties à la procédure. Le droit à la protection d'une indication géographique donnée doit être clairement établi chaque fois que l'on souhaite faire valoir cette protection.

2. Protection *sui generis* des appellations d'origine ou des indications géographiques

A. Appellations d'origine

Le système de protection des appellations d'origine résulte du besoin ressenti de remédier aux pratiques commerciales frauduleuses touchant à l'origine de produits agricoles et, en particulier, de produits de la vigne¹⁵. Bien que remontant probablement à l'origine du commerce, les pratiques de ce type ont proliféré dans les périodes de pénurie de certains produits, comme ce fut le cas avec certains vins lors de la destruction de vignobles par le phylloxéra en Europe au XIX^e siècle¹⁶.

Les appellations d'origine figurent expressément au nombre des objets auxquels s'applique la protection de la propriété industrielle aux termes de l'article 1.2) de la Convention de Paris. Ce sont des titres de protection destinés à des noms géographiques utilisés pour des produits qui ont une certaine réputation et sont uniques en raison d'une qualité ou de caractères spécifiques dus exclusivement ou essentiellement à leur production dans un environnement géographique propre de la région désignée par l'appellation en question. Bien que la protection formelle d'une appellation d'origine particulière repose souvent sur un texte législatif ou administratif, tel qu'une loi ou un décret, adopté à la suite d'une procédure administrative à laquelle participent des représentants des producteurs intéressés et de l'administration, elle peut également découler d'une décision judiciaire ou d'un enregistrement¹⁷. Lors de cette procédure, la région géographique de production est délimitée et les conditions d'utilisation sont définies.

L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international permet de protéger une appellation d'origine dans des pays autres que son pays d'origine¹⁸.

L'usage non autorisé d'une appellation d'origine protégée constitue un délit et engage la responsabilité pénale et civile de l'utilisateur. L'usage non autorisé concerne quiconque utilise une appellation pour un produit qui n'est pas fabriqué conformément aux exigences liées au produit ou à la production fixées par la loi ou le décret établissant la protection de l'appellation d'origine en question, que la personne en faisant un usage non autorisé soit ou non un producteur de la région en question. Les poursuites sont habituellement engagées par des organismes de droit public, comme ceux qui sont chargés de veiller à la loyauté des pratiques commerciales, les autorités de contrôle des appellations d'origine ou les organismes de protection des consommateurs. Souvent, les services fiscaux jouent un rôle important dans la répression de l'usage frauduleux des appellations d'origine protégées.

B. Indications géographiques

Les indications géographiques sont des titres de protection semblables aux appellations d'origine. Néanmoins, l'étendue de la protection est généralement différente tout comme la procédure applicable selon laquelle la protection des indications géographiques peut être formalisée.

Un dénominateur commun aux appellations d'origine et aux indications géographiques semble tenir au fait que leur protection repose généralement sur une loi, un décret, une ordonnance, mais que la base de la protection peut également résulter d'une décision judiciaire ou d'un enregistrement¹⁹. D'importants paramètres, tels que la délimitation de la zone de production et les normes de production sont ainsi définis. Les services de répression appliquent ces paramètres pour déterminer si une appellation d'origine protégée ou une indication géographique enregistrée donnée est utilisée sans autorisation ou de façon contraire à l'usage prescrit.

La principale différence que l'on peut relever entre les divers systèmes réside dans les critères de protection, ce qui peut s'expliquer en comparant, par exemple, la définition de « l'appellation d'origine » dans l'Arrangement de Lisbonne avec la définition d' « indication géographique » dans l'Accord sur les ADPIC. Les critères de protection au titre de l'appellation d'origine en vertu de l'Arrangement de Lisbonne se fondent sur un lien avec un « environnement géographique » existant dans la zone délimitée, tandis que la définition de l'Accord sur les ADPIC ne semble pas comporter de clause d'origine aussi spécifique.

Un autre élément variant d'un système à l'autre qu'il convient de relever concerne le pouvoir discrétionnaire de l'administration chargée de déterminer si une indication géographique devrait être protégée. En règle générale, dans les systèmes d'enregistrement, seuls les critères juridiques s'appliquent, ce qui signifie que chaque fois que les critères prévus par la loi sont remplis, l'enregistrement devrait s'ensuivre.

3. Marques collectives et marques de certification

En raison du principe général selon lequel les marques individuelles ne doivent pas être descriptives ni fallacieuses, les noms géographiques ne peuvent être utilisés comme marques individuelles à moins qu'ils n'aient acquis un caractère distinctif par l'usage ou qu'ils ne soient utilisés de façon arbitraire et donc qu'ils ne puissent pas induire en erreur quant à l'origine des produits sur lesquels la marque est apposée. Mais, dans certains pays, on peut avoir recours à des marques de certification et à des marques collectives pour la protection des indications géographiques.

A. Marques de certification

Les marques de certification servent à indiquer que les produits ou services pour lesquels elles sont utilisées ont des caractères particuliers, comme, par exemple, telle ou telle origine géographique. Le propriétaire de la marque de certification se charge de certifier que les biens ou services pour lesquels la marque est utilisée ont ces caractères. En règle générale, le propriétaire de la marque de certification n'a pas le droit d'utiliser cette marque. Ce principe est également appelé la « règle du non-usage par le titulaire »²⁰.

Tout producteur qui respecte les normes de production définies par le propriétaire de la marque de certification a le droit d'utiliser cette marque. Ledit propriétaire, qui peut être un organisme privé ou public, doit garantir que les produits ou services pour lesquels la marque de certification est utilisée ont la qualité certifiée. Pour remplir cette fonction de façon neutre et impartiale, le propriétaire de la marque de certification doit déposer, en même temps que la demande d'enregistrement de cette marque, un règlement détaillé qui précise, notamment, les caractères certifiés par la marque, les utilisateurs dûment autorisés et les modalités de certification et de contrôle. Comme il a été précédemment souligné, pour des raisons d'objectivité le propriétaire de la marque de certification n'est pas autorisé à utiliser lui-même cette marque. L'inobservation de cette règle entraîne normalement la nullité de la marque de certification.

La protection d'une indication géographique en tant que marque de certification relève du droit général des marques. En principe, les poursuites pour atteinte à une marque de certification sont engagées par le propriétaire de cette marque²¹. Cela peut être le cas par exemple lorsque le défendeur utilise une marque de certification qui garantit une origine géographique déterminée pour des produits qui n'ont pas cette origine.

B. Marques collectives

Il a été souligné qu'il est difficile de distinguer les marques collectives des marques de certification et que la différence tient à la forme et non au fond²². Les marques collectives appartiennent à une collectivité, telle qu'une association corporative ou une association de producteurs ou de fabricants, par exemple, et servent à indiquer que l'utilisateur est membre de ladite collectivité. Pour être membre de l'association titulaire de la marque collective, il faut, en général, se soumettre à certaines règles, concernant par exemple l'aire géographique de production des produits sur lesquels la marque est apposée ou les normes de production de ces produits.

Comme dans le cas des marques de certification, la protection des marques collectives relève du droit des marques. Des poursuites pour atteinte à la marque peuvent être entamées par son titulaire, dans le cas, par exemple, où une marque collective appartenant à une association de producteurs qui ont le droit d'utiliser cette marque est utilisée par une personne qui n'est pas membre de cette association. Toutefois, contrairement aux formes de protection *sui generis* traitées dans la section II ci-dessus, il se peut que la protection en vertu du droit des marques ne soit pas prévue en cas d'utilisation par des personnes provenant de l'intérieur de l'aire géographique concernée qui indiquent uniquement leur lieu d'origine.

C. Délimitation de l'aire de production

Les marques collectives et les marques de certification servent à indiquer les caractères spécifiques de produits tels que leur origine géographique. Alors que les marques de fabrique ou de commerce qui consistent en des noms géographiques descriptifs sont habituellement refusées à l'enregistrement, les noms géographiques peuvent être admis à l'enregistrement en tant que marques collectives ou marques de certification. Pour autant que les marques

collectives et les marques de certification soient utilisées d'une façon qui respecte le règlement régissant leur utilisation, il n'y a pas de risque d'erreur quant à l'origine réelle de ces produits²³. Une fois qu'une indication géographique est protégée en tant que marque collective ou marque de certification, elle relève des règles applicables du droit des marques.

Il semble qu'il incombe au déposant d'une demande d'enregistrement d'une marque de certification ou d'une marque collective de définir, dans le règlement qui régit l'usage de ces marques, l'aire de production des produits sur lesquels lesdites marques sont apposées et toute norme de production applicable. Cette définition entre dans le cahier des charges qu'il y a lieu de déposer avec la demande.

À cet égard, il convient de noter que la législation chinoise sur les marques prévoit l'enregistrement et la protection des indications géographiques au moyen de marques de certification en s'appuyant sur une définition des indications géographiques qui est le résultat d'un mélange des critères de protection retenus dans la définition d'une indication géographique donnée par l'Accord sur les ADPIC et dans la définition d'une appellation d'origine telle qu'elle figure dans l'Arrangement de Lisbonne.

Il convient également de noter que les procédures du système de Madrid pour l'enregistrement international des marques sont également prévues pour l'enregistrement international des marques collectives et des marques de certification. Le système de Madrid compte actuellement 83 parties contractantes.

4. Mécanismes administratifs

A. Généralités

Lorsque des indications géographiques sont utilisées sur des produits dont la commercialisation fait l'objet d'une procédure administrative d'autorisation, cette procédure peut également servir à contrôler l'usage d'indications géographiques apposées sur ces produits. L'exemple qui vient directement à l'esprit est celui des vins et spiritueux, dont la vente est réglementée dans de nombreux pays.

Dans le cas d'une procédure administrative d'autorisation concernant des étiquettes de produits, l'autorité responsable vérifie si le produit pour lequel l'autorisation de commercialisation est demandée est conforme aux prescriptions légales en la matière et notamment si l'apposition d'une indication géographique sur l'étiquette de ce produit est permise. Si les conditions préalables à l'octroi de l'autorisation ne sont pas remplies, par exemple parce que l'usage d'une indication géographique donnée sur un produit déterminé n'est pas permis, l'autorisation de commercialisation n'est pas accordée et, par conséquent, l'indication géographique ne peut pas être utilisée.

B. Protection de facto

Les mécanismes administratifs de contrôle des étiquettes servent à garantir la loyauté des pratiques commerciales et la protection des consommateurs. Selon le système national mis en place dans un pays donné, différents instruments juridiques permettent d'atteindre cet objectif : lois sur la protection des consommateurs, lois sur les pratiques commerciales loyales ou sur la commercialisation de certains produits, qui fixent des normes de présentation et de commercialisation des produits, ou lois sur la protection contre les pratiques commerciales et la concurrence déloyales. En ce qui concerne les indications géographiques, certaines de ces lois n'habilitent pas les bénéficiaires de la réputation collective liée à une indication géographique à tenter une action individuelle aux fins de protéger cette réputation. En revanche, elles prévoient un mécanisme administratif visant à prévenir l'apposition trompeuse d'indications

géographiques sur des produits. Toute utilisation trompeuse de ce type intervenant malgré les procédures administratives prescrites donne généralement lieu à des sanctions pénales ou administratives.

V – Le cadre juridique international²⁴

1. Accords bilatéraux

En général, les accords internationaux bilatéraux sont conclus entre deux pays sous réserve de réciprocité afin d'améliorer la protection des indications géographiques respectives de ces pays. Il peut s'agir de traités indépendants ou s'inscrivant dans le cadre d'un accord commercial plus large²⁵. Ils peuvent simplement prévoir l'interdiction d'utiliser des indications géographiques de l'autre partie pour des produits (généralement énumérés dans une liste jointe en annexe à l'accord) n'ayant pas cette origine. Ils peuvent aussi avoir une portée plus large et permettre l'application extraterritoriale de la législation nationale de l'autre pays en ce qui concerne la protection des indications géographiques. Ce dernier aspect peut être important dans les cas où une indication géographique donnée n'indique pas seulement l'origine géographique de certains produits, mais aussi certaines qualités découlant de cette origine, comme c'est le cas pour les appellations d'origine protégées.

Les accords internationaux bilatéraux peuvent couvrir un large éventail de produits ou être limités à des produits déterminés. Le plus souvent, ils ont été conclus entre des nations européennes au début du XX^e siècle. Toutefois, leur importance n'a cessé d'être démontrée dans des secteurs spécifiques de l'économie, en particulier dans l'industrie vinicole.

2. Accords multilatéraux administratifs par l'OMPI

Un autre moyen d'obtenir une protection internationale pour des indications géographiques consiste à conclure des accords multilatéraux et à adhérer à des accords de ce type. On trouvera ci-après une synthèse de l'étendue de la protection accordée aux indications géographiques par les traités multilatéraux suivants administrés par l'OMPI : la Convention de Paris, l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance et l'Arrangement de Lisbonne. En outre, dans la mesure où les marques de certification et les marques collectives sont prévues pour la protection des indications géographiques, les procédures d'enregistrement international du système de Madrid peuvent être utilisées. Le règlement d'exécution commun à l'Arrangement et au Protocole de Madrid autorise expressément l'inscription des marques collectives, des marques de certification et marques de garantie dans le registre international.

A. La Convention de Paris

L'article 1.2) de la Convention de Paris cite parmi les objets de la protection de la propriété industrielle les indications de provenance et les appellations d'origine. Des dispositions plus spécifiques concernant les indications de provenance figurent aux articles 10 et 10^{ter}²⁶.

Une disposition interdisant l'utilisation d'une indication de provenance fautive figurait déjà dans le texte original de la Convention de Paris de 1883. Cependant, cette protection était plutôt limitée, l'interdiction n'étant applicable que si une indication de provenance fautive était utilisée conjointement avec un nom commercial fictif ou inexistant.

Dans sa version en vigueur, l'article 10 de la Convention de Paris prévoit que dans les cas « *d'utilisation directe ou indirecte d'une indication fautive concernant la provenance du produit ou l'identité du producteur, fabricant ou commerçant* », l'article 9 de la Convention de Paris s'appliquera. L'article 9 prévoit que les produits portant une fautive indication de provenance

peuvent être saisis à l'importation dans les pays parties à la Convention de Paris, dans le pays où l'apposition illicite de l'indication de provenance a eu lieu ou dans le pays d'importation. La saisie aura lieu à la requête soit du ministère public, soit de toute autre autorité compétente, soit d'une partie intéressée. Toutefois, l'article 9.5) et 6) autorise les pays parties à la convention dont la législation nationale n'autorise pas la saisie à l'importation ou la saisie à l'intérieur à remplacer ces mesures soit par une prohibition d'importation soit par tout autre moyen disponible au niveau national.

En outre, l'article 10ter.2) prévoit que les États parties à la Convention de Paris s'engagent à permettre aux syndicats et associations représentant les producteurs ou milieux d'affaires d'intenter des actions en vue de faire appliquer les moyens de protection prévus par les articles 9 et 10.

B. L'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits

Les positions des États signataires de la Convention de Paris à la Conférence diplomatique de Paris de 1883 au sujet de la protection des indications de provenance ne permettaient d'adopter qu'une position commune minimale en ce qui concerne la protection au niveau multilatéral. Rappelons que le texte original ne prévoyait pas d'interdire l'utilisation d'indications fausses en tant que telles, mais seulement leur utilisation conjointement avec celle d'un faux nom commercial.

Par conséquent, les pays spécialement préoccupés par l'amélioration de la protection internationale des indications de provenance ont créé une union particulière en vertu de l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits (« *Arrangement de Madrid sur les indications de provenance* »).

L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance oblige les États qui y sont parties à interdire non seulement l'utilisation d'indications de provenance « fausses » mais aussi l'utilisation d'indications de provenance « fallacieuses », c'est-à-dire littéralement exactes mais néanmoins de nature à induire en erreur. C'est le cas, par exemple, lorsqu'un nom géographique donné existe dans deux pays différents, mais n'était utilisé en tant qu'indication de provenance que pour les produits originaires du lieu correspondant dans un seul pays. L'utilisation de cette indication de provenance par les producteurs de l'autre pays ne peut être considérée comme utilisation d'une indication géographique « fausse », même si les consommateurs peuvent être trompés par cette utilisation.

L'article 4 de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance renferme une disposition spéciale relative aux « *appellations régionales de provenance des produits vinicoles* » qui constitue une exception à la règle selon laquelle, en application de cet arrangement, il appartient aux tribunaux de décider si une indication de provenance donnée est un terme générique. Cet article est intéressant parce qu'il semble constituer une dérogation à la règle générale selon laquelle les conditions de protection d'une indication de provenance, et en particulier le fait qu'une indication de provenance spécifique soit considérée comme générique, doivent être déterminées par le pays dans lequel la protection est demandée.

Toutefois, l'application de cette exception conformément à l'article 4 de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance est limitée aux produits vinicoles, cette disposition faisant l'objet de plusieurs interprétations. Il a également été observé à maintes reprises que l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance n'améliorait pas beaucoup le niveau de protection déjà prévu pour les indications de provenance dans la Convention de Paris.

C. L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international

Une des conséquences de la Conférence diplomatique de Lisbonne de 1958, dont l'un des objectifs était notamment de renforcer la protection internationale des indications de provenance dans le cadre de la Convention de Paris et de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance, a été l'adoption de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international²⁷.

L'Arrangement de Lisbonne va plus loin dans la protection des indications de provenance que la Convention de Paris et que l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance. Le principe essentiel de l'Arrangement de Lisbonne est que les États qui y sont parties s'engagent à protéger les appellations d'origine qui sont reconnues et protégées dans le pays d'origine en tant qu'appellation d'origine selon la définition de l'Arrangement et inscrites dans le registre international administré par l'OMPI (article 1.2) de l'Arrangement – reconnaissance *de facto* confirmée par une protection formalisée – conjointement avec l'article 2.1) – qualité ou caractères conforme à la définition d'appellation d'origine – et l'article 2.2) – réputation conforme à la définition du pays d'origine. Cela signifie en pratique que ce principe n'est applicable qu'aux appellations d'origine qui sont déjà protégées au niveau national dans le pays d'origine. Une fois qu'une appellation d'origine est reconnue et protégée dans son pays d'origine, elle peut être inscrite dans un registre international administré par l'OMPI. Après avoir été enregistrée, l'appellation d'origine est publiée et fait l'objet d'une notification à tous les autres États parties à l'Arrangement de Lisbonne. Depuis son entrée en vigueur le 25 septembre 1966, 885 appellations d'origine ont été enregistrées en vertu de l'Arrangement de Lisbonne, dont 811 sont toujours en vigueur²⁸.

Après réception de la notification d'enregistrement, un État partie à l'Arrangement de Lisbonne dispose d'un délai d'un an pour déclarer qu'il ne peut protéger l'appellation d'origine en cause.

L'article 6 de l'Arrangement de Lisbonne prévoit une mesure de sauvegarde spéciale dont le but est d'empêcher les appellations de devenir génériques.

La protection dont bénéficient les appellations d'origine enregistrées au niveau international est plus large que celle qui est accordée aux indications de provenance en vertu de la Convention de Paris et de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance. Ainsi, en vertu de l'article 3 de l'Arrangement de Lisbonne, est interdite non seulement l'utilisation de nature à induire en erreur d'une appellation d'origine protégée, mais également « *toute usurpation ou imitation [de l'appellation d'origine protégée], même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « façon », « imitation » ou similaires* ».

L'enregistrement et la protection en vertu de l'Arrangement de Lisbonne ne sont pas limités aux produits appartenant à certaines catégories. Les avantages ne sont pas seulement prévus pour les appellations d'origine de vins et spiritueux, mais également pour celles concernant d'autres produits agricoles ou alimentaires ainsi que des produits non agricoles et des produits non alimentaires.

3. Accord sur les ADPIC²⁹

A. Définition

L'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (« Accord sur les ADPIC ») a été conclu en 1994 en tant que partie intégrante de l'Accord de Marrakech instituant l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et il est administré par

l'OMC. L'article 22.1 de l'Accord définit les indications géographiques comme des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique. Cette définition précise donc que la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques d'un produit peuvent constituer un fondement suffisant pour qu'une indication puisse constituer une indication géographique, lorsque ces caractéristiques peuvent être attribuées essentiellement à cette origine géographique.

B. Normes générales de protection

L'article 22.2 fait état des normes générales de protection qui doivent être applicables pour toutes les indications géographiques. En particulier, l'accord dispose que des moyens juridiques doivent être prévus pour empêcher l'utilisation d'indications géographiques d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit³⁰. De plus, l'accord exige que des moyens juridiques soient prévus pour empêcher toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la Convention de Paris³¹. Une protection doit aussi être offerte contre l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué dont l'utilisation pour de tels produits serait de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine³².

C. Protection additionnelle pour les vins et les spiritueux

L'article 23 de l'Accord sur les ADPIC prévoit une forme de protection plus absolue en ce qui concerne les indications géographiques pour les vins et les spiritueux. En application de l'article 23.1, les personnes intéressées doivent bénéficier des moyens juridiques d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique identifiant des vins pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question. Cette règle s'applique même lorsque l'utilisation en question ne peut pas induire le public en erreur ou constituer un acte de concurrence déloyale, lorsque la véritable origine du produit pourrait être indiquée ou lorsque l'indication géographique pourrait être accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « style », « imitation » ou autres. Une protection doit aussi être offerte contre l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce pour des vins qui contiennent une indication géographique identifiant des vins, si les vins n'ont pas l'origine indiquée par l'indication géographique³³. Une protection analogue doit être accordée aux indications géographiques identifiant des spiritueux. En ce qui concerne l'utilisation de ces indications géographiques pour d'autres produits, les normes générales de protection prévues à l'article 22 s'appliquent.

Dans le cas d'indications géographiques homonymes (c'est-à-dire des indications géographiques différentes qui sont constituées de la même désignation ou contiennent la même désignation)³⁴, la protection doit être accordée à chaque indication³⁵. L'accord contient une règle particulière concernant les indications géographiques homonymes pour les vins. Dans le cas d'indications géographiques homonymes, la protection peut être demandée pour l'une d'entre elles contre l'utilisation des autres (il peut y avoir plus de deux indications géographiques homonymes) avec le résultat éventuel qu'aucune d'entre elles ne puisse être utilisée. L'accord énonce donc une règle que chaque Membre de l'OMC doit appliquer à l'égard de ce type d'indications géographiques³⁶. Ainsi, dans chacun des Membres dans lesquels des indications géographiques homonymes existent, des conditions pratiques doivent être fixées de manière à différencier les indications homonymes, compte tenu de la nécessité d'assurer un traitement équitable des producteurs concernés et de faire en sorte que les consommateurs ne soient pas induits en erreur. Cependant, si l'utilisation d'une des indications géographiques homonymes dans un Membre de l'OMC donne à penser à tort au public de ce Membre que les

produits en question sont originaires du territoire d'une autre des indications géographiques homonymes³⁷, les bénéficiaires de l'indication géographique des produits auxquels le public de ce Membre liera l'autre indication géographique utilisée doivent être autorisés à empêcher l'utilisation de cette autre désignation homonyme.

4. Exceptions contrebalancées par des dispositions relatives à des négociations futures visant à accroître la protection

L'article 24 contient un certain nombre d'exceptions relatives à la protection des indications géographiques. Cependant, il contient aussi des dispositions relatives aux négociations qui visent à accroître la protection des indications géographiques et que les Membres de l'OMC ne peuvent pas refuser de mener ou de conclure en se fondant sur les exceptions existantes appliquées conformément à l'article 24.

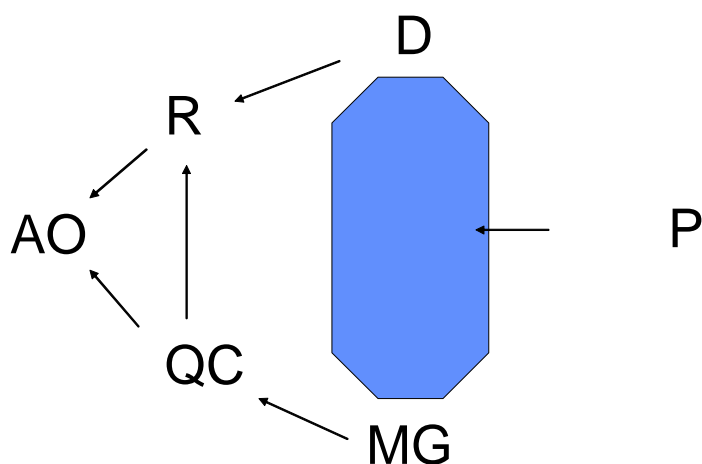
Trois principales exceptions présentent une importance particulière au regard de la protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux. Selon la première grande exception, un État membre n'est pas obligé de protéger une indication géographique dans les cas où celle-ci est devenue, dans un pays, le nom générique pour les produits en question ou pour une variété de raisin³⁸.

La deuxième grande exception concerne le cas où une indication géographique peut être en conflit avec des droits antérieurs sur une marque qui ont été acquis de bonne foi. Les mesures adoptées pour mettre en œuvre la section 3 de la partie II ne préjugeront pas la recevabilité ou la validité de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce, ou le droit de faire usage d'une marque de fabrique ou de commerce, au motif que cette marque est identique ou similaire à une indication géographique³⁹.

La troisième grande exception permet, dans certaines circonstances, l'utilisation continue d'une indication géographique qui a été utilisée dans un Membre de l'OMC avant la conclusion du Cycle d'Uruguay⁴⁰, même lorsque l'indication concernée n'est pas devenue générique et qu'il n'existe pas de droits antérieurs sur une marque de fabrique ou de commerce. La portée de cette exception est cependant limitée. Elle ne s'applique qu'aux indications géographiques identifiant des vins ou des spiritueux. Elle ne peut profiter qu'aux ressortissants du Membre de l'OMC se prévalant de l'exception ou aux personnes domiciliées sur son territoire qui ont utilisé auparavant l'indication géographique de bonne foi ou pendant au moins 10 années avant la conclusion du Cycle d'Uruguay, et dans tous les cas de manière continue. De plus, l'utilisation de l'indication géographique au titre de l'exception doit être "similaire" à l'usage antérieur. Par usage « similaire », il faut entendre que l'usage ultérieur doit être similaire dans sa portée et sa nature⁴¹.

L'accord prévoit aussi que les exceptions ne peuvent servir à diminuer la protection des indications géographiques qui existaient immédiatement avant la date d'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC⁴².

L'Accord sur les ADPIC prévoit également un programme de travail consacré aux indications géographiques. Combiné avec les déclarations et d'autres décisions adoptées à la Conférence ministérielle de l'OMC de Doha de novembre 2001, ce programme de travail comporte trois points traitant des indications géographiques : premièrement, les négociations concernant l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et les spiritueux ; deuxièmement, les questions relatives à l'octroi d'une protection additionnelle que confère l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et les spiritueux ; et troisièmement, l'examen de l'application des dispositions de cet accord aux indications géographiques en vertu de l'article 24.2.



- P = produit
- D = dénomination
- MG = milieu géographique
- R = réputation
- QC = qualité ou caractéristiques
- AO = appellation d'origine

Notes

1. Matthijs Geuze est conseiller principal dans le Bureau du sous-directeur général responsable pour le Secteur des marques, dessins et modèles industriels et indications géographiques de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI). Dans cette présentation, il a exprimé ses opinions personnelles plutôt que celles de l'Organisation.
2. Tous ces exemples sont des appellations d'origine enregistrées en vertu de l'Arrangement de Lisbonne.
3. Document SCT/10/4, paragraphes 10 à 13.
4. Document IP/C/W/253, paragraphes 40 et 41
5. Document SCT/10/4, paragraphes 23 à 26.
6. Document SCT/10/4, paragraphes 27 à 30.
7. Document SCT/10/4, paragraphes 31 à 36.
8. À cet égard, il convient de relever l'utilité du document récapitulatif élaboré par le secrétariat de l'OMC donnant un aperçu des réponses reçues par le Conseil des ADPIC au questionnaire qu'il a élaboré dans le contexte du réexamen, visé à l'article 24.2 de l'Accord sur les ADPIC, de l'application des dispositions de cet accord relatives aux indications géographiques (document de l'OMC IP/C/W/253 et Rev. 1).
9. Le document de l'OMC IP/C/W/253 mentionné dans la note de bas de page précédente range ces règles et ces normes sous le dénominateur commun « lois axées sur les pratiques commerciales » et établit trois sous-catégories : a) les lois axées sur la concurrence déloyale; b) les lois axées sur les pratiques propres à induire les consommateurs en erreur; et c) la protection contre la substitution de produits.
10. Voir, en général, Protection contre la concurrence déloyale (publication de l'OMPI n°725).

11. L'article 23 de l'Accord sur les ADPIC prévoit une protection additionnelle des indications géographiques pour les vins et les spiritueux :

« Chaque Membre prévoira les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique identifiant des vins pour des vins qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, ou identifiant des spiritueux pour des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique en question, même dans les cas où la véritable origine du produit est indiquée ou dans ceux où l'indication géographique est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que 'genre', 'type', 'style', 'imitation' ou autres. »

En ce qui concerne les débats entre les gouvernements membres de l'OMC sur le question de savoir si cette protection additionnelle devrait être étendue à des produits autres que les vins et les spiritueux, on se référera aux informations disponibles sur le site Web de l'OMC (<http://www.wto.org>).
12. Voir l'article 4.2)iv) des dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale (publication de l'OMPI n°832), et l'article 22.2.b) de l'Accord sur les ADPIC.
13. Protection contre la concurrence déloyale, paragraphe 25.
14. Cornish, *Intellectual Property* (quatrième édition), page 619.
15. L'Institut National des Appellations d'Origine, L'appellation d'Origine Contrôlée, page 11.
16. Girardeau (publication de l'OMPI n°764), page 70.
17. Voir, par exemple, la règle 5 du règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne.
18. L'article 23.4 de l'Accord sur les ADPIC stipule que « Afin de faciliter la protection des indications géographiques pour les vins, des négociations seront menées au Conseil des ADPIC concernant l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins susceptibles de bénéficier d'une protection dans les Membres participant au système ». Selon l'alinéa 18 du Programme de Doha pour le développement élaboré par l'OMC, il est convenu de négocier l'établissement d'un système d'indications géographiques pour les vins et spiritueux. Certains membres de l'OMC souhaiterait qu'un tel système soit également appliqué à d'autres catégories de produits, parallèlement à leur demande d'extension de la protection stipulée à l'article 23.1 et 2 de l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et les spiritueux.
19. Voir, par exemple, la règle 5 du règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne.
20. McCarthy, *McCarthy on Trademarks and Unfair Competition* (quatrième édition), pages 19-179.
21. McCarthy, pages 19-168.
22. McCarthy, pages 19-186.
23. Voir, par exemple, le document de l'OMC IP/C/W/134.
24. Un résumé des systèmes internationaux de notification et d'enregistrement existant en ce qui concerne les indications géographiques figure dans les documents de l'OMC IP/C/W/85 et IP/C/W/85/Add.1.
25. Par exemple l'accord de coopération dénommé « Crayfish Agreement » conclu entre la France et l'Afrique du Sud dans les années 30 (voir *Symposium on the International Protection of Geographical Indications, Somerset West, 1999*, page 31).
26. Le 15 avril 2003, 163 États étaient parties à la Convention de Paris (pour la liste complète, voir <http://www.wipo.int/treaties/docs/english/d-paris.doc>).
27. Actuellement, 26 États sont partis à l'Arrangement de Lisbonne (pour la liste complète, voir <http://www.wipo.int>).
28. Les appellations d'origine inscrites dans le registre international sont publiées dans le périodique de l'OMPI *Les appellations d'origine*. Les appellations d'origine inscrites dans le registre international sont également publiées sur le CD-ROM *Romarin*. Voir également la base de données Lisbonne Express sur le site Web de l'OMPI.
29. Cette section suit la description des normes de protection des indications géographiques selon la section 3 de la partie II de l'accord sur les ADPIC reproduite dans l'annexe I du document WIPO/GEO/MVD/01/2, « La protection des indications géographiques par l'accord sur les ADPIC et les travaux accomplis par l'organisation mondiale du commerce (OMC) dans ce

domaine », établie par Mme Dariel De Sousa du secrétariat de l'OMC pour le Colloque sur la protection internationale des indications géographiques tenu à Montevideo (Uruguay) les 28 et 29 novembre 2001.

30. Article 22.2.a) de l'Accord sur les ADPIC.
31. Article 22.2.b) de l'Accord sur les ADPIC. Selon l'article 10*bis* de la Convention de Paris, cela inclut « tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale », en particulier :
 - « tous faits quelconques de nature à créer une confusion par n'importe quel moyen avec l'établissement, les produits ou l'activité industrielle ou commerciale d'un concurrent ;
 - « les allégations fausses, dans l'exercice du commerce, de nature à discréditer l'établissement, les produits ou l'activité industrielle ou commerciale d'un concurrent ;
 - « les indications ou allégations dont l'usage, dans l'exercice du commerce, est susceptible d'induire le public en erreur sur la nature, le mode de fabrication, les caractéristiques, l'aptitude à l'emploi ou la quantité des marchandises ».
32. Article 22.3 de l'Accord sur les ADPIC.
33. Article 23.2 de l'Accord sur les ADPIC.
34. Par exemple « Rioja », la Rioja étant le nom de certaines régions productrices de vins qui existent en Argentine et en Espagne.
35. Article 23.3 de l'Accord sur les ADPIC.
36. Sous réserve des exceptions prévues à l'article 24.
37. Article 22.4 de l'Accord sur les ADPIC.
38. Article 24.6 de l'Accord sur les ADPIC.
39. Article 24.5 de l'Accord sur les ADPIC.
40. Le 15 avril 1994.
41. Article 24.4 de l'Accord sur les ADPIC.
42. Article 24.3 de l'Accord sur les ADPIC.