

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG
Faculté de droit, de sciences politiques et de gestion

**LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES
ET SON INTÉRÊT POUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT**

Thèse de Doctorat en droit
Présentée et soutenue publiquement le 25 juin 2010
par

François-Xavier KALINDA

En vue de l'obtention du grade de Docteur en droit

Sous la direction de **Monsieur le Professeur Yves REBOUL**

JURY :

M. Yves REBOUL

Professeur à l'Université de Strasbourg

M. Norbert OLSZAK

Professeur à l'Université Paris I Panthéon – Sorbonne

M. François MAGNIN

Professeur à l'Université de Bourgogne

Mme Céline MEYRUEIS

Maître de conférences à l'Université de Strasbourg

M. Paulin EDOU EDOU

Directeur Général de l'OAPI

*Les opinions émises dans cette thèse n'engagent en aucune façon l'Université de Strasbourg ;
elles doivent être considérées comme propres à leur auteur.*

REMERCIEMENTS

Les recherches présentées dans cette thèse n'auraient pas pu être menées à bien sans le concours de certaines personnes qui m'ont soutenu et encouragé.

Je voudrais d'abord témoigner ma profonde gratitude à Monsieur le Professeur Yves Reboul qui, malgré ses nombreuses responsabilités, a accepté de diriger cette thèse. Sa rigueur méthodologique, son attention, sa disponibilité, ses encouragements et ses conseils m'ont beaucoup édifié.

J'ai été hébergé, tout au long de mes recherches, au Centre d'études internationales de la propriété intellectuelle (CEIPI). J'ai pu ainsi profiter des avantages de faire partie d'un centre de recherche et de travailler avec les chercheurs, les doctorants et le personnel administratif, dans une ambiance amicale. Je leur sais gré d'avoir facilité mon intégration et mes recherches. Une mention spéciale pour Alexandre Burst, bibliothécaire du CEIPI, pour tous les services qu'il m'a rendus.

Je suis particulièrement reconnaissant envers l'Université Nationale du Rwanda, mon employeur, qui m'a accordé tout le soutien nécessaire afin de mener à bien cette thèse, ainsi qu'au *Centre for International Legal Coopération* (CILC) qui a financé mes études.

Je ne manquerais pas de témoigner à ma compagne Joséphine et à nos enfants, Rémy, Delphine, Christian, Dieudonné et Hervé, tout l'amour que j'ai pour eux. Merci de votre amour et de votre patience durant mes absences à la maison.

Toute ma reconnaissance à mon ami Aloys Muberanziza qui a donné de son temps pour la relecture de ma thèse. Merci pour ta patience, tes critiques et suggestions. Que tous mes amis de Strasbourg et d'ailleurs, notamment Daniel Keuffi et Alphonse Munyazikwiye, trouvent ici l'expression de ma reconnaissance à la mesure de ce qu'ils m'ont apporté.

DÉDICACE

À mon père et ma mère

LISTE DES PRINCIPALES ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

ADPIC	Accord sur les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (voir TRIPS)
ACP	Groupe les pays d’Afrique, des Caraïbes et du Pacifique
aff.	Affaire
AFNOR	Association française de normalisation
AGCS	Accord général sur le commerce des services
AIDV	Association internationale des juristes du droit de la vigne et du vin
AIPPI	Association internationale pour la protection de la propriété industrielle et artistique
ALE	Accord de libre-échange
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain (voir NAFTA)
Ann. propr. ind.	Annales de la propriété industrielle, littéraire et artistique
AOC	Appellation (s) d’origine contrôlée
AOP	Appellation(s) d’origine protégée
APE	Accord de partenariat économique
ARIPO	<i>African Regional Intellectual Property Organisation</i>
art.	article
art. cit.	dans l’article précité
ASEAN	<i>Association of South East Asian Nations</i>
<i>Bull.</i>	Bulletin
BATF	<i>Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms</i>
<i>Brook. J. Int’l L</i>	<i>Brooklyn Journal of International Law</i>
c/	contre
C.A.	Cour d’appel
CARIFORUM	<i>Caribbean Forum of States</i>
Cass. Com.	Arrêt de la chambre commerciale de la Cour de cassation

C. consom.	Code de la consommation
CDB	Convention sur la diversité biologique
CEDEAO	Communauté économique des pays d'Afrique de l'Ouest
CEE	Communauté économique européenne
CEE	Communauté économique européenne
CEIPI	Centre d'études internationales de la propriété intellectuelle
ch.	Chambre
CIJ	Cour internationale de justice
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
CJCE	Cour de justice des communautés européennes
CLEA	<i>Collection of Laws for Electronic Access</i> (Collection des lois accessible en ligne)
CNC	Comité des négociations commerciales de l'OMC
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
Coll.	Collection
<i>contra</i>	solution contraire
CPI	Code de propriété intellectuelle
CUP	Convention d'Union de Paris
D.	Recueil Dalloz
DFID	<i>Department for International Development (UK)</i>
dir.	ouvrage publié sous la direction de
<i>Drake J. Agric. L.</i>	<i>Drake Journal of Agricultural Law</i>
éd.	Edition
<i>Ed</i>	<i>Editor</i>
<i>Eds</i>	<i>Editors</i>
EFTA	<i>European Free Trade Agreement</i>
EIPO	<i>Ethiopian Intellectual Property Office</i>
EIPR	<i>European Intellectual Property Review</i>
EJIL	<i>The European Journal of International Law</i>
et al.	et autres

et s.	<i>et sequentes</i> « et les pages suivantes »
FAO	<i>Food and Agriculture Organization</i>
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> ou Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
Gaz. Pal.	Gazette du Palais
GRAIN	<i>Genetic Resources Action International</i>
<i>Ibid.</i>	<i>ibidem</i> « ici même », au même endroit »
ICTSD	<i>International Centre for Trade and Sustainable Development</i>
<i>Id.</i>	<i>idem</i> , « le même auteur»
IGP	Indication (s) géographique(s) protégée(s)
IIC	<i>International Review of Intellectual Property and Competition Law</i>
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
<i>infra</i>	« plus bas », « ci-dessous »
INPI	Institut national de la propriété industrielle
<i>IPC</i>	<i>International Food & Agricultural Trade Policy Council</i>
JCP	Juris-Classeur périodique
JO	Journal officiel
JOCE	Journal officiel des Communautés Européennes
JOUE	Journal officiel de l'Union Européenne
JWIP	<i>The Journal of World Intellectual Property</i>
L.	Loi
L.G.D.J.	Librairie générale de droit et de jurisprudence
MEPC	Mécanismes d'examen des politiques commerciales
<i>MLR</i>	<i>Modern Law Review</i>
MRD	Mémoire d'accord sur les règles et procédures régissant le règlement des différends
n°	Numéro
<i>NAFTA</i>	<i>North American Free Trade Agreement</i>
NPF	nation la plus favorisée (clause de la)
OAPI	Organisation africaine de la propriété intellectuelle
obs.	observations

OCDE	Organisation de coopération et de développement économique
OCM	Organisation commune du marché vitivinicole
OEB	Office européen des brevets
OHMI	Office d'harmonisation du marché intérieur
OIV	Organisation internationale de la vigne et du vin
OMPI	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
<i>op. cit.</i>	<i>opere citato</i> , « dans l'ouvrage précité »
ORD	Organe de règlement des différends de l'OMC
OriGIn	<i>Organisation for an International Geographical Indications Network</i>
p.	page
PAC	Politique agricole commune
paragr.	paragraphe(s)
PED	Pays en développement
PIB	Produit intérieur brut
PIBD	Propriété industrielle, Bulletin documentaire
PMA	Pays moins avancés
PNUD	Programme des Nations-Unies pour le développement
pp.	pages
préc.	référence précitée
Propr. industr.	Propriété industrielle
Propr. intell.	Propriétés intellectuelles
PUF	Presses universitaires de France
PUS	Presses universitaires de Strasbourg
QUNO	<i>Quakers United Nations Office</i>
RD rur.	Revue de droit rural
Rec.	Recueil des arrêts
règl.	Règlement
Rép. Com.	Répertoire de droit commercial Dalloz
RIPIA	Revue international de la propriété industrielle et artistique
RTD com.	Revue trimestrielle de droit commercial
RTD eur.	Revue trimestrielle de droit européen

SADC	<i>South African Development Community</i>
SCT	Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques
SINER-GI	<i>Strengthening International Research on Géographical Indications</i>
STG	Spécialités traditionnelles garanties
<i>supra</i>	« plus haut », « ci-dessus »
T.	Tome
TGI	Tribunal de grande instance
TPICE	Tribunal de première instance des communautés européennes
TRIPS	<i>Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights</i> (voir ADPIC)
TSD	Traitement spécial et différencié
TTB	<i>Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau</i>
<i>U. Balt. Intell. Prop. L.J</i>	<i>University of Baltimore Intellectual Property Law Journal</i>
UE	Union Européenne
UPOV	Union internationale pour la protection des obtentions végétales
USDA	<i>United States Department of agriculture</i>
USPTO	<i>United States Patent and Trademark Office</i>
USTR	<i>United States Trade Representative</i>
USTR	<i>United States Trade Representative</i>
v.	<i>Versus</i>
v°	verbo, « au mot »
vol.	volume
VQPRD	Vins de qualité produits dans des régions déterminées
WIPO	World Intellectual Property Organization
WTO	<i>World Trade Organization</i>

LISTE DES TABLEAUX

- **Tableau I : Protection des indications géographiques: renseignements fournis par les membres de l'OMC sur les moyens de protection disponibles**
- **Tableau II: Exemples d'accords bilatéraux comportant des normes plus élevées que celles de l'Accord sur les ADPIC**
- **Tableau III : Analyse comparative de la protection des indications géographiques dans les accords bilatéraux et APE conclus entre l'UE et certains pays en développement**
- **Tableau IV : Analyse comparative de la protection des indications géographiques dans les ALE conclus entre les États-Unis et certains pays en développement**

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	19
PREMIERE PARTIE : LE CADRE JURIDIQUE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....	31
TITRE I : LE DROIT INTERNATIONAL DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE ŒUVRE INACHEVÉE	33
<i>CHAPITRE I : LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES CONVENTIONS INTERNATIONALES MULTILATÉRALES</i>	<i>35</i>
Section 1 : Le système de l'Union de Paris à la recherche d'une protection internationale efficace des indications géographiques.....	35
Section 2 : L'Accord sur les ADPIC: instrument de la mondialisation des indications géographiques.....	54
<i>CHAPITRE II : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES STRUCTURES RÉGIONALES DE PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....</i>	<i>106</i>
Section 1: La protection des indications géographiques au sein l'Union Européenne....	106
Sous-section 1 : Le principe de la libre circulation des marchandises	107
Sous-section 2 : L'exception de la propriété industrielle et commerciale	109
Section 2 : Les structures hors l'Union Européenne	142
TITRE II : LES DROITS NATIONAUX DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE DIVERSITÉ DE RÉGIMES DE PROTECTION	167
<i>CHAPITRE I : LES MÉCANISMES JURIDIQUES DE PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES</i>	<i>168</i>
Section 1 : La protection par les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales.....	168
Section 2 : La protection par les titres de propriété industrielle.....	186
<i>CHAPITRE II : LES RAPPORTS CONFLICTUELS ENTRE LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET LES MARQUES.....</i>	<i>212</i>

Section 1. Marques et indications géographiques : convergences et divergences	212
Section 2 : Le règlement des conflits entre marques et indications géographiques	218
DEUXIÈME PARTIE : LE RÔLE DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT DANS LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....	239
TITRE I : LE DÉFI D'ASSURER AUX INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES UNE PROTECTION ADÉQUATE	241
<i>CHAPITRE I : LES OBLIGATIONS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT EN MATIÈRE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....</i>	<i>243</i>
Section 1 : L'obligation générale de respecter les principes fondamentaux du GATT ...	243
Section 2 : L'obligation spécifique de protéger les indications géographiques des pays membres de l'OMC	248
<i>CHAPITRE II : LES OBSTACLES À LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET LA NÉCESSITÉ D'UNE ASSISTANCE TECHNIQUE.....</i>	<i>260</i>
Section 1 : Les obstacles d'ordre juridique et institutionnel.....	260
Section 2 : La nécessité d'une assistance technique	274
TITRE II : LES OPPORTUNITÉS OFFERTES PAR UNE PROTECTION RENFORCÉE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES	289
<i>CHAPITRE I : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES NÉGOCIATIONS PORTANT SUR LE PROGRAMME DE DOHA POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LEURS INCIDENCES SUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT </i>	<i>290</i>
Section 1 : La Déclaration de Doha et la question des indications géographiques	290
Section 2 : Les incidences de la déclaration de Doha sur les pays en développement dans le domaine des indications géographiques.....	320
<i>CHAPITRE II : QUELLES STRATÉGIES POUR PROMOUVOIR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT?.....</i>	<i>340</i>
Section 1 : Identifier le potentiel des indications géographiques	341
Section 2 : Déterminer le régime approprié de protection.....	357
Section 3 : Protéger les indications géographiques à l'étranger.....	366
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	401

INTRODUCTION GÉNÉRALE

1. Les indications géographiques ont été utilisées depuis l'Antiquité pour identifier l'origine géographique des produits en les différenciant en fonction de leurs caractéristiques particulières, des produits venant d'ailleurs. Il semble, par exemple, que les briquetiers de l'Égypte ancienne utilisaient les indications géographiques pour signaler, en fonction de l'origine, la résistance des briques et des pierres employées dans la construction des pyramides. La Grèce antique faisait, elle aussi, de l'origine un critère de qualité, majorant par conséquent de 20 drachmes par unité de 20 litres le prix du vin originaire de l'île de Thasos, en Macédoine¹.

2. Malgré l'histoire ancienne des signes distinctifs de l'origine géographique des produits, leur protection juridique est relativement récente. La France est considérée comme le berceau de la protection des indications géographiques sous leurs formes d'indication de provenance et d'appellation d'origine. Les premiers textes juridiques en la matière qui datent du XIV^e siècle visaient à lutter contre la fraude sur l'origine du vin². D'autres textes destinés à lutter contre la tromperie portant sur l'origine des produits fabriqués se sont succédés³ jusqu'à la loi du 6 mai 1919 entièrement consacrée à la protection des appellations d'origine⁴. La France s'avère ainsi être le premier pays à avoir adopté un système *sui generis* de protection des indications géographiques (sous la forme d'appellation d'origine) qui a plus tard influencé la création tant de lois nationales que de traités internationaux en la matière.

¹ Voir Commission Européenne : « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006.

² J.-M. Bahans, « La réforme du droit des appellations d'origine », in CERDAC-CADH, *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : histoire et actualité du droit*, Bordeaux, Éditions Féret, 2008, p. 52.

³ On peut noter notamment la loi du 28 juillet 1824 relative aux altérations ou suppositions de noms dans les produits fabriqués et la loi du 1^{er} août 1905 sur la répression des fraudes.

⁴ *Ibid.* pp. 52-53 ; N. Olszak, *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, Paris, Éditions Tec & Doc, 2001, pp. 7-9.

3. À l'instar des autres droits de propriété intellectuelle, les indications géographiques sont, par nature, des droits exclusifs et territoriaux. Elles portent sur des biens qui recèlent une valeur commerciale considérable et sont l'objet de transactions internationales. Pour cette raison, elles sont exposées aux détournements, à la contrefaçon et aux autres utilisations abusives, d'où il est vite devenu évident que la coopération internationale était nécessaire pour garantir leur protection au niveau international.

4. La signature de la Convention d'Union de Paris pour la protection de la propriété industrielle du 20 mars 1883 (CUP) a été le premier pas dans cette démarche mais elle n'a pas, dans sa première version, protégé les indications géographiques. Il a fallu attendre la révision de Bruxelles en 1900 pour voir apparaître des dispositions relatives à la répression de fausses indications de provenance⁵ et celle de La Haye en 1925 qui a ajouté l'appellation d'origine⁶.

La protection conférée par cet instrument général s'est vite révélée insuffisante, d'une part parce qu'elle restait inopérante devant les produits portant une indication de provenance fallacieuse et, d'autre part, parce qu'elle confondait les indications de provenance et les appellations d'origine⁷. L'adoption d'arrangements particuliers dédiés respectivement aux indications de provenance⁸ et aux appellations d'origine⁹ visait la correction de cette insuffisance.

5. Les indications de provenance sont évoquées dans la CUP sans aucune définition¹⁰. Elles sont mentionnées tout simplement comme des droits de propriété industrielle au même titre que les brevets d'invention, les marques de fabrique ou de commerce, les dessins ou modèles industriels, etc. Les termes utilisés par l'Arrangement de Madrid du 14 avril 1891 sur la répression des indications de provenance fausses et fallacieuses sur les produits (ci-après dénommé

⁵ L. Lacour, *Des fausses indications de provenance : contribution à l'étude de la propriété industrielle en droit français*, Paris, Librairie Nouvelle de Droit et de Jurisprudence, 1904, p. 168.

⁶ D. Rochard, *La protection internationale des indications géographiques*, Paris, PUF, 2002, p. 247 ; N. Olszak, « Les appellations d'origine et les négociations internationales », in Ysolde Gendreau, (dir.), *Propriété intellectuelle : entre l'art et l'argent / Intellectual Property : Bridging Aesthetics and Economics*, Montreal, ATRIP – CRDP - Les Éditions Thémis, Université de Montréal, 2007, p. 273.

⁷ Dans l'énumération des objets protégés par la propriété industrielle, la CUP mentionne « les indications de provenance ou appellations d'origine » comme si les deux expressions sont équivalentes.

⁸ Voir Arrangement de Madrid du 14 avril 1891 sur la répression des indications de provenance fausses et fallacieuses sur les produits.

⁹ Voir Arrangement de Lisbonne du 31 octobre 1958 pour la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international.

« Arrangement de Madrid sur les indications de provenance ») montrent qu'une indication de provenance sert tout simplement à fournir un renseignement sur le lieu d'origine des marchandises. Ainsi, l'indication de provenance peut être un nom géographique, une expression, une image ou un signe qui désigne ou évoque un pays, une région, une localité ou un lieu déterminé comme étant la provenance exacte d'un produit sans aucune référence qualitative. La théorie des indications de provenance est fondée, selon le Doyen Roubier, sur l'idée que l'usage d'un faux nom de provenance constitue, à la fois, une tromperie vis-à-vis des consommateurs et une déloyauté à l'égard des producteurs situés dans la région faussement désignée. C'est une application de la théorie de la concurrence déloyale¹¹.

L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance interdit non seulement l'utilisation d'indications de provenance fausses et fallacieuses sur les produits, mais aussi le recours aux indications fallacieuses dans la publicité et dans toute forme de communication commerciale¹². Cependant, il n'est pas parvenu à réprimer les indications de provenance utilisées en traduction ou avec des mentions correctives telles que « type », « style », « façon »... lorsque l'origine du produit est clairement indiquée, ce qui constitue sa principale faiblesse.

6. L'Arrangement de Lisbonne pour la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (ci-après dénommé « Arrangement de Lisbonne ») visait entre autres à combler cette lacune. Il définit l'appellation d'origine comme « 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 »¹³. Cette définition est très rigide dans la mesure où ses différents éléments doivent être cumulatifs pour qu'un produit puisse être protégé en tant qu'appellation d'origine. Le produit ayant droit à l'appellation d'origine est protégé contre « toute usurpation ou imitation, 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",

¹⁰ Voir art. 1(2) et 10.

¹¹ P. Roubier, *Le droit de la propriété industriel*, Partie spéciale, Paris, Éditions du recueil Sirey, 1954, p. 811.

¹² Graeme B. Dinwoodie, William O. Hennessen and Shira Permuter, *International Intellectual Property Law and Policy*, Matthew Bender and Company Inc, 2001, p. 318.

¹³ Art. 2 de l'Arrangement de Lisbonne.

"façon", "imitation" ou similaires »¹⁴, ce qui empêche les producteurs dont les produits ne sont pas originaires du lieu géographique désigné, d'utiliser ces expressions. Pour des raisons de divergences conceptuelles et d'intérêts dans la protection des signes distinctifs, ces deux arrangements particuliers n'ont pas reçu beaucoup d'adhésions de la part des États et ont, par conséquent, manqué de portée véritablement internationale.

7. Le concept d'indication géographique est apparu comme un concept fédérateur issu des travaux de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) qui préparaient un traité international pour les appellations d'origine et les indications de provenance, mais qui furent abandonnés dans la foulée de la révision de la CUP¹⁵. Le concept d'indication géographique avait été proposé en tant que terminologie consensuelle pour désigner l'ensemble des signes distinctifs de l'origine géographique avec une référence qualitative. La terminologie a, par la suite, été adoptée par l'Organisation mondiale du commerce (OMC) afin de protéger, sur le plan mondial, les intérêts économiques liés à l'utilisation légitime des signes distinctifs de l'origine géographique des produits qui ont une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques attribuables à cette origine.

8. La mondialisation du droit de la propriété intellectuelle rendue possible par la signature de l'Accord instituant l'Organisation mondiale du commerce¹⁶ et dont l'Annexe 1C porte sur l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ci-après dénommé « Accord sur les ADPIC »), a marqué un tournant décisif dans la protection nationale des indications géographiques. La partie II de cet accord porte sur les normes concernant l'existence, la portée et l'exercice des droits de propriété intellectuelle. Les indications géographiques font l'objet de la section 3 de cette partie. Elles sont définies 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

¹⁴ Art. 2 de l'Arrangement de Lisbonne.

¹⁵ Voir Marcus Höpferger, "Introduction to Geographical Indications and Recent Developments in the World Intellectual Property Organization (WIPO)", in *Worldwide Symposium of Geographical Indication, San Francisco, California, 9 to 11, 2003*, Doc. WIPO/Geo/SFO/03/1 of June 12, 2003, spécialement paragr. 47 à 62.

¹⁶ Cet accord a été signé le 15 avril 1994 à Marrakech, à l'issue des négociations commerciales multilatérales du cycle d'Uruguay commencées en 1986.

géographique »¹⁷. Cette définition apparaît comme la synthèse des concepts juridiques d'indication de provenance et d'appellation d'origine tel qu'ils sont réglementés dans les instruments juridiques internationaux administrés par l'OMPI et transposés dans les différentes législations nationales. Elle englobe toutes les catégories d'indications géographiques (appellation d'origine, appellation d'origine protégée, indication géographique protégée, appellation d'origine contrôlée, indication de provenance, etc.). Elle est généralement acceptée par tous les membres de l'OMC parce qu'elle est suffisamment large pour accueillir les diverses approches de protection nationale existantes.

L'accord sur les ADPIC a également mis à la charge de tous les Membres de l'OMC, quel que soit leur niveau de développement, l'obligation de protéger les indications géographiques contre la tromperie portant sur l'origine des produits et contre les actes constitutifs de concurrence déloyale. Il a, en outre, imposé à tous les Membres de l'OMC d'appliquer aux indications géographiques de vins et spiritueux une protection additionnelle qui consiste à leurs reconnaître une protection objective qui ne tient pas compte du risque de confusion sur l'origine des produits ou de la probabilité de la concurrence déloyale. Le concept d'indication géographique fait désormais l'objet d'une reconnaissance internationale qui permet la mise en œuvre d'une protection spécifique et d'un mécanisme de règlement des différends capable d'en assurer le respect par les Membres de l'OMC.

9. Cependant, si la définition des indications géographiques ne pose pas de problème, le niveau de protection qui leur a été conféré n'a pas, en revanche, satisfait certains membres de l'OMC comme l'Union Européenne qui réclamait une protection forte de ses nombreux produits viticoles. En effet, l'Accord ADPIC instaure deux niveaux de protection. Une protection générale (assez faible) pour tous les produits à indication géographique et une protection spécifique (très forte) pour les indications géographiques de vins et de spiritueux. Afin de concilier les intérêts divergents sur ce sujet, l'accord sur les ADPIC prévoit que des négociations se poursuivront au sein du 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 ». Les dispositions relatives aux indications

¹⁷ Art. 22.1 de l'Accord sur les ADPIC.

géographiques reflètent ainsi des compromis difficilement atteints et traduisent les divergences profondes dues aux traditions juridiques et aux intérêts opposés des deux côtés de l'Atlantique.

10. La mondialisation de la propriété intellectuelle a projeté la confrontation idéologique au sujet de la protection des indications géographiques sur la scène internationale. En effet, les indications géographiques restent le seul domaine de la propriété intellectuelle dans lequel les Membres de l'OMC ne parviennent pas à s'entendre sur le niveau de protection qu'il convient de leur conférer. L'Accord sur les ADPIC n'est pas parvenu à mettre fin à la grande diversité des systèmes de protection dont font l'objet les indications géographiques. Les membres de l'OMC utilisent une variété de signes, selon le niveau de protection recherché (indications de provenance, indications géographiques, appellations d'origine, appellations d'origine protégées (AOP), indications géographiques protégées (IGP), etc.). Cette absence de consensus sur le niveau de protection traduit une divergence d'intérêts économiques qui sous-tendent la protection internationale des indications géographiques.

11. Il existe différentes théories justifiant la recherche d'une protection internationale des indications géographiques. Premièrement, dans une économie de marché, les indications géographiques constituent des outils capables d'assurer une concurrence loyale et une bonne information aux consommateurs grâce à la différenciation des produits qu'elles permettent. Du fait qu'elles sont de nature à garantir l'existence d'un lien non seulement entre un produit et son origine géographique, mais aussi, bien souvent, avec des méthodes de production uniques, des caractéristiques particulières ou des qualités mesurables propres à la région, les indications géographiques confèrent un avantage compétitif précieux sur le marché. Étant perçues comme des signes de qualité, les indications géographiques sont utilisées comme des moyens de compétitivité sur le marché international et aident les consommateurs à faire un choix conforme à leurs attentes grâce notamment à un étiquetage comportant des informations fiables et claires¹⁸.

Deuxièmement, les indications géographiques constituent des outils de développement rural capables de servir les intérêts commerciaux et économiques tout en préservant les valeurs locales

¹⁸ Voir le point de vue de la Commission Européenne : « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006.

telles que la tradition culturelle, l'environnement et la diversité biologique ainsi qu'en permettant la participation d'un grand nombre d'intervenants¹⁹. Elles peuvent ainsi appuyer une politique de développement rural. Grâce à une protection efficace, elles peuvent devenir un atout important pour le monde rural en améliorant les méthodes de production qui peuvent, à leur tour, conduire à l'accroissement du revenu des agriculteurs et la fixation des populations rurales dans les zones de production. Non seulement elles permettent d'augmenter le revenu des producteurs, mais aussi elles offrent des emplois à beaucoup de personnes et permettent ainsi de lutter contre la pauvreté.

Troisièmement, dans une économie basée sur l'agriculture, les indications géographiques sont perçues comme des moyens d'accéder au marché pour les petits producteurs grâce à la concurrence par la qualité. La majorité d'indications géographiques portent sur des produits agricoles et des savoirs traditionnels, ce qui les place dans une catégorie de propriété intellectuelle qui devrait, favoriser les économies agricoles et les pays en développement. Une certaine doctrine considère qu'étant donné leur nature collective et leur aptitude à protéger les savoirs traditionnels, notamment ceux qui sont liés à un milieu géographique spécifique et qui sont à la base de produits présentant une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques dues à ce milieu, les indications géographiques sont conformes à la conception de la propriété intellectuelle des peuples des pays en développement. Elles peuvent ainsi être utilisées pour sauvegarder l'héritage culturel d'une localité ou d'une région ainsi que les ressources environnementales liées à un produit spécifique. Vues sous cet angle, les indications géographiques représentent une valeur économique potentielle pour les pays en développement²⁰. Mais quelle est la part des pays en développement dans l'appropriation de cette valeur économique? Ou plutôt, quel est l'intérêt que les pays en développement accordent aux indications géographiques?

12. Il est communément admis qu'un droit ne devient effectif que s'il est bien protégé. Les pays en développement ne se sont rendu compte de la valeur économique potentielle des droits de

¹⁹ Voir Sarah Bowen, "Development from within? The potential for Geographical Indications in the Global South", *JWIP*, Earlier view, Sept. 2009.

²⁰ Voir notamment Downes, D.R. and Laird, S.A., "Innovative Mechanisms for Sharing Benefits of Biodiversity and Related Knowledge: Case Studies on Geographical Indications and Trademarks", Paper prepared for UNCTAD Biotrade Initiative 1999, <http://www.ciel.org/Publications/InnovativeMechanisms.pdf>, consulté le 15 juin 2007.

propriété intellectuelle, en général et des indications géographiques, en particulier, que très récemment. En effet, lors des négociations de l'Accord sur les ADPIC, il est apparu que ces pays étaient opposés à toute intégration de la propriété intellectuelle dans le cadre des négociations commerciales multilatérales. En effet, leurs législations étaient nettement moins protectrices des droits de propriété intellectuelle ; un accord visant le renforcement de la protection des ces droits signifiait pour eux une augmentation, à la fois, du coût d'importation de la technologie et des prix des produits importés sur leurs marchés intérieurs. S'agissant des indications géographiques, en particulier, le concept était relativement nouveau et le manque d'expérience en la matière n'a pas favorisé leur participation dans le débat sur ce sujet qui est resté un conflit Nord-Nord²¹.

13. L'ouverture d'un nouveau cycle de négociations commerciales multilatérales baptisé « Programme de Doha pour le développement » (PDD) a contribué à l'élévation de la prise de conscience des pays en développement sur les enjeux économiques de la propriété intellectuelle, y compris les indications géographiques. La déclaration de Doha a non seulement permis d'étendre le mandat de négociation du registre multilatéral des vins aux spiritueux, elle a également initié un intérêt croissant de nombreux Membres de l'OMC pour que la protection additionnelle des vins et spiritueux soit étendue à tous les produits. L'extension de la protection additionnelle à tous les produits intéresse particulièrement un nombre toujours croissant de pays en développement soucieux de protéger leurs produits, notamment ceux issus de l'agriculture et des savoirs traditionnels afin d'accéder au marché international. On observe aujourd'hui qu'un nombre significatif de pays en développement sont devenus "demandeurs" dans les domaines de la propriété intellectuelle qui font l'objet de négociation du PDD, tels que les brevets, les savoirs traditionnels et les indications géographiques. Ils sont de plus en plus nombreux à soutenir la position de l'Union Européenne dans les négociations visant la création d'un registre multilatéral des indications géographiques des vins et spiritueux et surtout l'extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits. Ils souhaitent également que la question de la relation entre l'Accord sur les ADPIC et la Convention sur la diversité biologique (CDB), d'une part, et la protection des savoirs traditionnels, d'autre part, soit liée à celle des

²¹ Voir Alberto F. Ribeiro de Almeida, "The Trips Agreement, the Bilateral Agreements concerning Geographical Indications and the Philosophy of the WTO", *EIPR* 2005, Issue 4, p. 151.

indications géographiques dans la mesure où ces dernières peuvent protéger certains aspects des savoirs traditionnels et de la biodiversité.

14. Cependant, la lenteur que l'on connaît des négociations commerciales multilatérales et les insuffisances de la réglementation internationale qui en résultent conduisent les pays développés à se tourner vers des accords bilatéraux afin d'obtenir les avantages qu'ils ne peuvent pas acquérir sur le plan multilatéral. Convaincus qu'un accord satisfaisant sera difficile à trouver dans le cadre du PDD, notamment sur la question des indications géographiques, l'Union Européenne et les États-Unis poursuivent parallèlement, une approche bilatérale consistant à négocier des accords commerciaux avec les pays qu'ils considèrent comme les débouchés réels ou potentiels de leurs produits. Certains pays en développement ont ainsi signé avec ces puissances commerciales des accords commerciaux bilatéraux impliquant des obligations en matière de propriété intellectuelle plus lourdes que celles imposées par l'Accord sur les ADPIC. Ne risquent-ils pas d'accroître leurs obligations en matière de propriété intellectuelle et de se priver de ce fait des flexibilités prévues par l'Accord sur les ADPIC ?

15. En matière d'indications géographiques, une certaine doctrine estime que les accords bilatéraux visent à promouvoir les systèmes de protection des pays développés dans le but de réduire au minimum les coûts d'ajustement et de poursuivre au mieux leurs stratégies économiques. Mais au-delà de l'intention affichée des pays développés, les accords commerciaux bilatéraux ne peuvent-ils pas présenter une opportunité pour les pays en développement de protéger de nombreux noms de produits qui sont en passe de devenir génériques suite aux abus dont ils font l'objet dans les pays développés ?

16. Partant de ce contexte, notre question de recherche consiste à savoir si, dans le contexte de la mondialisation, une protection efficace des indications géographiques au niveau national et international peut contribuer à l'amélioration des conditions socio-économiques des communautés rurales des pays en développement.

Afin d'aborder cette question, notre approche méthodologique s'appuie sur différentes publications relatives à la protection des indications géographiques. Ces publications ont mis en avant de solides arguments à l'appui de la théorie selon laquelle les indications géographiques

bien protégées constituent un moteur de développement de l'activité économique surtout dans les zones rurales. Étant donné que l'économie des pays en développement est essentiellement basée sur l'agriculture, la protection des indications géographiques devrait favoriser ces pays. Notre étude ambitionne de vérifier l'applicabilité de cette théorie dans ces pays. Mais il faut signaler d'emblée que les données actualisées et précises sur les indications géographiques dans les pays en développement sont relativement limitées, pour au moins trois raisons. D'abord, le sujet des indications géographiques est relativement récent pour ces pays, ce qui justifie l'absence d'expérience dans la protection de ces signes distinctifs. Ensuite, tous les pays en développement n'ont pas notifié leurs législations au Conseil des ADPIC comme le prévoit l'accord sur les ADPIC et très peu ont publié leurs législations en ligne, de telle sorte qu'il est difficile d'en prendre connaissance. Enfin, parmi les nombreuses études publiées sur la protection des indications géographiques, rares sont celles qui s'intéressent aux pays en développement.

17. Cependant, l'intérêt que revêtent les indications géographiques sur le plan international depuis l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC s'est traduit par une activité intense au sein de l'OMC afin de « réduire les distorsions et les entraves » au commerce international tout en veillant à ce que ces droits ne deviennent pas « des obstacles au commerce légitime »²². Une analyse des instruments juridiques internationaux et régionaux de protection des indications géographiques ainsi que de divers documents produits par l'OMC et l'OMPI sur le sujet permet de mesurer l'intérêt que les pays en développement attachent aux indications géographiques. Nous avons jugé bon de compléter nos recherches par plusieurs études de cas portant sur des origines diverses et sur divers produits d'exportation éligibles à la protection par une indication géographique comme le café, le thé, le riz et les produits locaux comme l'huile d'argan et le Roiboos.

18. La présente thèse analyse d'abord l'évolution du cadre juridique des indications géographiques (Première partie) afin de mettre en lumière les différents modes de protection disponibles et permettre aux pays en développement qui ne se sont pas encore dotés d'un système de protection des indications géographiques, de faire un choix éclairé. Compte tenu du fait que les pays en développement sont restés longtemps en dehors de ce cadre, il est apparu opportun

²² Voir le préambule de l'Accord sur les ADPIC.

d'examiner leur rôle dans la protection des indications géographiques (Deuxième partie) afin de tirer parti de la mondialisation de la propriété intellectuelle.

Nous tenons à préciser que nous utilisons les expressions « pays développés », « pays en développement » et « pays les moins avancés » (PMA) suivant le classement des pays selon l'indice de développement humain (IDH) défini par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) qui publie chaque année un rapport mondial sur le développement humain. Ainsi, un pays dont l'IDH est compris entre 0,9 et 0,8 est considéré comme un pays développé. Un pays dont l'IDH est compris entre 0,8 et 0,5 est un pays en développement tandis qu'un pays dont l'IDH est inférieur à 0,5 est identifié comme un PMA²³. Dans cette thèse, pour des raisons de commodité, les « pays en développement » comprennent aussi les PMA.

²³ Voir par exemple le Rapport mondial sur le développement humain 2009, disponible sur <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2009/chapters/francais/>, consulté le 21 mars 2010.

PREMIERE PARTIE : LE CADRE JURIDIQUE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

19. Le droit des indications géographiques est la branche de la propriété intellectuelle dont la définition et les mécanismes juridiques de protection ont le plus fait l'objet de divergences sur le plan international. Ces divergences ont ralenti les efforts tendant à atteindre une protection internationale harmonisée. Les différents instruments internationaux qui régissent la matière des indications géographiques et les discussions dont elles font toujours l'objet dans les forums internationaux témoignent que le droit international des indications géographiques reste une œuvre inachevée (TITRE I). Le niveau élevé de protection des indications géographiques qui a toujours été recherché se heurte aux différents systèmes et pratiques nationaux et traduit une diversité de régimes de protection (TITRE II).

TITRE I : LE DROIT INTERNATIONAL DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE ŒUVRE INACHEVÉE

20. Bien avant leur protection internationale, les indications géographiques ont été protégées conformément aux lois nationales, mais avec une portée géographique restreinte. En France par exemple, la loi du 28 juillet 1824 relative aux altérations ou suppositions de noms dans les produits fabriqués a protégé les indications géographiques jusqu'à l'avènement de la loi du 6 mai 1919 entièrement consacrée à la protection des appellations d'origine²⁴. Cependant, comme tous les droits de propriété intellectuelle, les indications géographiques étaient souvent victimes d'imitations illégales en dehors de leur milieu d'origine. Leur caractère territorial ne pouvait rien faire contre ces actes préjudiciables à la fois aux producteurs et aux consommateurs. Il est vite devenu évident que la coopération internationale était nécessaire pour garantir que les indications géographiques soient protégées internationalement.

21. Les premières tentatives de protection internationale ont révélée l'existence de différences conceptuelles dans différents États, ce qui a influé négativement sur leur niveau de protection. En effet, les indications géographiques restent le seul domaine de la propriété intellectuelle dans lequel il n'existe pas, à ce jour, de consensus sur le niveau de protection qu'il convient de leur conférer. Divers textes juridiques ont été adoptés dans le cadre des organisations internationales multilatérales et interétatiques en vue de rapprocher les différentes conceptions d'indications géographiques et harmoniser leur protection.

²⁴ Voir R. Guérillon, *Les appellations d'origine: Loi du 6 mai 1919*, Paris, Journal de l'Épicier, 1919, p. et s. L'article 1er de la loi du 28 juillet 1824 dispose: " Quiconque aura soit apposé, soit fait apparaître par addition, retranchement ou par une altération quelconque sur des objets fabriqués, (...) le nom d'un lieu autre que celui de la fabrication, sera puni des peines portées à l'article 423 du Code pénal, sans préjudice des dommages-intérêts s'il y a lieu.

Tout marchand, commissionnaire ou débitant quelconque sera passible des effets de la poursuite, lorsqu'il aura sciemment exposé en vente ou mis en circulation les objets marqués de noms supposés ou altérés".

Mais on peut noter aussi que la loi du 1^{er} août 1905 sur les fraudes et les falsifications permettait aussi une protection des appellations d'origine ; Voir aussi dans ce sens H. Gaumont-Prat, *Droit de la propriété industrielle*, 2^e éd., Paris, Litec, 2009, p. 244 ; J.-M. Bahans, « La réforme du droit des appellations d'origine », in *CERDAC-CADH, Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : histoire et actualité du droit*, Bordeaux, Éditions Féret, 2008, pp. 52-53.

Il importe d'examiner la place qu'occupent les indications géographiques dans les conventions internationales multilatérales (CHAPITRE I) d'abord, et dans les structures régionales de protection de la propriété intellectuelle, ensuite (CHAPITRE II).

CHAPITRE I : LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES CONVENTIONS INTERNATIONALES MULTILATÉRALES

22. Il s'est avéré nécessaire dès la deuxième moitié du XIX^e siècle de mettre en place des conventions de nature à atténuer les inconvénients de la territorialité et faciliter l'obtention et l'exploitation des droits de propriété intellectuelle dans plusieurs pays. Tel a été l'objectif de la Convention d'Union de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883) et de ses arrangements particuliers. Dans le cadre de cette étude, nous nous limitons au rôle du système de l'Union de Paris dans la recherche d'une protection internationale efficace des indications géographiques (Section I).

Avec le temps, on s'est rendu compte que les exigences du commerce international se concilient mal avec le caractère essentiellement territorial des législations relatives à la propriété intellectuelle et que la CUP et ses arrangements particuliers ne répondaient pas efficacement à ces exigences. L'OMC, seule organisation internationale qui a pour objectif de réguler le commerce international, a fait de l'Accord sur les ADPIC un instrument de la mondialisation des indications géographiques (Section II).

Section 1 : Le système de l'Union de Paris à la recherche d'une protection internationale efficace des indications géographiques

23. Aux termes de l'article 1^{er}-1) de la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, « les pays auxquels s'applique la présente Convention sont constitués à l'état d'Union pour la protection de la propriété industrielle ». Les États de l'Union s'engagent ainsi à constituer un territoire unique pour l'application des dispositions de ladite Convention²⁵. Celle-ci couvre l'ensemble des droits de propriété industrielle (à l'exception des obtentions végétales et des circuits intégrés) dont les indications de provenance et les appellations d'origine²⁶. La CUP constitue ainsi le premier cadre juridique de protection des indications géographiques (§1).

²⁵ D. Rochard, *op. cit.*, p. 244.

²⁶ Les autres droits couverts par la CUP sont les inventions, les marques, les dessins et modèles industriels, les modèles d'utilité, les noms commerciaux et la répression de la concurrence déloyale.

24. L'article 19 de la CUP donne aux États membres la compétence de négocier des unions particulières en vue d'améliorer la protection des droits de propriété industrielle. C'est par application de cette disposition que deux arrangements relatifs aux indications géographiques ont été conclus. Il s'agit de l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits (1891) (§2) et de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958) (§3).

§1. La CUP : premier cadre juridique de protection des indications géographiques

25. L'idée de créer une convention internationale pour la protection de la propriété industrielle fut émise pour la première fois à Vienne en 1873 dans un congrès relatif aux brevets d'invention. Cette idée a reçu beaucoup d'échos lors de l'exposition universelle de 1878 qui s'est tenue à Paris en marge du Congrès de la propriété industrielle²⁷.

A l'issue de nombreuses consultations, la Convention pour la protection de la propriété industrielle a été signée à Paris le 20 mars 1883. Par la suite, elle a subi de nombreuses révisions²⁸ destinées à améliorer son objet et son fonctionnement. Il faut noter cependant que dans sa première version, la CUP ne protégeait pas les indications géographiques. Il faudra attendre la révision de Bruxelles de 1900 pour voir apparaître des dispositions relatives à la répression de fausses indications de provenance²⁹ et celle de La Haye de 1925 qui a ajouté l'appellation d'origine³⁰.

26. L'objet de la CUP est très large et couvre toutes les formes de la propriété industrielle existantes à l'époque (les brevets d'invention, les modèles d'utilité, les dessins ou modèles industriels, les marques de fabrique ou de commerce, les marques de service, le nom commercial et les indications de provenance ou appellations d'origine, ainsi que la répression de la

²⁷ L. Lacour, *op. cit.*, p. 167 ; Voir dans le même sens N. Olszak, *op.cit.*, p. 107.

²⁸ La CUP a été révisée à Bruxelles en 1900, à Washington en 1911, à La Haye en 1925, à Londres en 1934, à Lisbonne en 1958, à Stockholm en 1967 et modifiée en 1979. Il faut souligner que tous les pays parties à la CUP n'ont pas adhéré aux mêmes versions.

²⁹ L. Lacour, *op. cit.*, p. 168.

³⁰ D. Rochard, *op. cit.*, p. 247.

concurrence déloyale). L'article 1(3) étend le champ d'application de la propriété industrielle à « tous produits fabriqués ou naturels, par exemple: vins, grains, feuilles de tabac, fruits, bestiaux, minéraux, eaux minérales, bières, fleurs, farines ». Les indications de provenance et appellations d'origine sont ainsi reconnues en tant que droits de propriété industrielle bien qu'aucune définition n'est donnée à ces termes, ce qui constitue une lacune importante dans la mesure où il est difficile d'accorder une protection efficace à un droit dont on ne connaît pas les contours. Elles sont néanmoins protégées en vertu des articles 2, 9, 10, 10 *bis* et 10 *ter*.

27. L'article 2 (1) fait bénéficier les droits de propriété industrielle (y compris les indications de provenance et les appellations d'origine) du principe du traitement national. Encore appelé principe de l'assimilation de l'unioniste au national, le principe du traitement national vise à éviter la discrimination entre les producteurs nationaux et les ressortissants des pays étrangers. Ces derniers ne peuvent par exemple se voir opposer la condition de réciprocité, ni imposer des conditions de protection moins favorables que celles prévues pour les nationaux. M. Ludwig Baeumer fait remarquer, cependant, que la manière dont les États doivent traiter les indications géographiques est tributaire de la forme de protection considérée³¹. Dès lors, le principe du traitement national risque de ne pas s'appliquer pleinement dans la mesure où la protection effective des indications géographiques dépend du niveau de protection dans chaque pays³².

28. L'article 9 protège les marques de fabrique ou de commerce contre l'usage illicite qu'il sanctionne par la saisie à l'importation, la prohibition d'importation et la saisie à l'intérieur, ou si la législation du pays concerné ne permet aucune de ces moyens d'action, par d'autres moyens légaux. La saisie peut être effectuée à la demande de toute partie intéressée (personne physique ou personne morale). Cette protection est étendue aux indications de provenance et aux appellations d'origine³³ par l'article 10 qui est rédigé comme suit :

³¹ L. Baeumer, « Les diverses formes de protection des indications géographiques et les éventuelles conséquences concernant un traité international », dans *Symposium sur la protection des indications géographiques, Funchal (Madère-Portugal), octobre 1993*, Genève, Publication OMPI, n° 729(F), 1994, p. 46.

³² Voir A.-E. Kahn, « Indications géographiques et règles du commerce international », *Revue Lamy Droit des affaires* – supplément, n° 68, 2004, p. 77.

³³ Il faut remarquer que la CUP ne comprend aucune disposition spécifique pour les « appellations d'origine ». L'article 1.2 semble confondre indication de provenance et appellation d'origine en utilisant la préposition « ou » au lieu de « et ». Il semble qu'il ne s'agit nullement d'une confusion mais plutôt d'un compromis. Selon G. Ronga, « La mention n'a d'autre effet que d'appliquer les règles juridiques internes de chaque pays unioniste, si elles existent, pour la protection des appellations d'origine même en faveur des ressortissants d'autres pays de l'Union de Paris,

« (1) Les dispositions de l'article précédent seront applicables en cas d'utilisation directe ou indirecte d'une indication fausse concernant la provenance du produit ou l'identité du producteur, fabricant ou commerçant.

(2) Sera en tout cas reconnu comme partie intéressée, que ce soit une personne physique ou morale, tout producteur, fabricant ou commerçant engagé dans la production, la fabrication ou le commerce de ce produit et établi soit dans la localité faussement indiquée comme lieu de provenance, soit dans la région où cette localité est située, soit dans le pays faussement indiqué, soit dans le pays où la fausse indication de provenance est employée ».

29. La formulation de l'article 10 est, selon L. Lacour, le résultat d'un compromis car les représentants de certains pays semblaient disposés à écarter de la CUP toute disposition relative aux fausses indications de provenance. En effet, ils alléguaient que l'habitude de ce genre de fraude était devenue tellement invétérée qu'il serait illusoire de la réprimer efficacement³⁴. D'autres redoutaient une confusion possible entre le nom d'une localité, d'une ville ou d'une région qui est une véritable indication de provenance et celui devenu générique³⁵, c'est-à-dire qui est employé dans l'usage courant pour désigner un type de produit que l'on peut fabriquer n'importe où, comme le *savon de Marseille*³⁶ ou l'*eau de Cologne*. Par ailleurs, la fraude sur l'origine des produits et la prolifération des dénominations génériques étaient tellement courantes que les pays qui en tiraient profit étaient défavorables à une protection renforcée des indications de provenance.

30. L'article 10 *bis* fournit une base de protection des indications géographiques contre la concurrence déloyale, définie comme « tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en

ainsi que de ceux qui leur sont assimilés, en application de la règle générale internationale (art. 2 et 3 de la Convention de Paris) d'après laquelle ces derniers jouissent des mêmes droits que les nationaux » (G. RONGA, « L'arrangement de Lisbonne du 31 octobre 1958 concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international », *RTD com.*, 1967, p. 427). Par ailleurs, l'OMPI interprète les articles 9, 10 et 10 bis comme étant applicables aux appellations d'origine dans la mesure où l'indication de provenance couvre toutes les formes d'indications géographiques (voir OMPI, Doc. SCT/8/4, p. 4).

³⁴ L. Lacour, *op. cit.*, p. 176.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Voir N. Olszak, « Signes distinctifs à usage collectif: les approches du droit français et du droit communautaire », in *Forum international sur les signes distinctifs à usage collectif organisé conjointement par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et par l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), France, Versailles, France, 12 et 13 juin 2008*, Doc. WIPO/DS/VRS/08/4 du 12 juin 2008, Annexe I, p. 3.

matière industrielle et commerciale ». Selon l'OMPI, il revient aux autorités judiciaires de chaque pays d'interpréter la notion d'actes « contraires aux usages honnêtes » non seulement au regard du droit national du pays où l'acte est commis mais aussi en tenant compte des usages honnêtes qui ont cours dans le commerce international³⁷.

31. L'article 10 *ter* donne effet à l'article 10 *bis* en imposant aux États parties à la CUP d'assurer aux ressortissants des autres pays de l'Union des recours légaux appropriés pour réprimer efficacement tous les actes d'usage illicite direct ou indirect d'une indication fausse concernant la provenance du produit ou l'identité du producteur, fabricant ou commerçant, ainsi que pour lutter contre la concurrence déloyale. Les États parties doivent également permettre aux syndicats et associations représentant les producteurs d'intenter des actions en justice en vue de faire appliquer les moyens de protection prévus par les articles 9 et 10.

32. Toutes ces dispositions bien qu'apparemment séduisantes ne confèrent aux indications de provenance et appellations d'origine qu'une protection très limitée. En effet, si la CUP est explicite sur la répression des indications fausses, elle est, en revanche, muette en ce qui concerne les indications fallacieuses, c'est-à-dire les indications qui, sans être fausses quant à l'origine des produits sont, néanmoins, de nature à induire en erreur. C'est le cas, par exemple, lorsqu'un même nom géographique existe dans deux pays A et B mais n'est utilisé en tant qu'indication de provenance que dans le pays A. L'utilisation de cette indication par les producteurs du pays B a pour but de faire croire aux consommateurs qu'ils achètent un produit originaire du pays A. La CUP permet de s'opposer à l'importation des produits portant une fausse indication de provenance mais elle n'empêche ni le recours aux indications fallacieuses, ni l'utilisation des fausses indications de provenances accompagnées de mentions correctives telles que « genre », « façon », « type », etc., d'où la nécessité de rechercher une protection plus efficace. C'est l'objet de l'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits.

³⁷ Voir OMPI, *Dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale*, Publication de l'OMPI n° 832, p. 6.

§2. L'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits

33. Les divergences de vue des États parties à la CUP au sujet de la protection des indications de provenance n'ont abouti qu'à une position commune minimale en ce qui concerne la protection des indications géographiques. La modification de l'article 10 de la CUP lors de la conférence diplomatique de Rome en 1886 n'avait pas reçu de ratification de la part des États membres et ne concernait que des questions mineures³⁸.

Par conséquent, les pays spécialement préoccupés par l'amélioration de la protection internationale des indications de provenance, la France en tête, étaient déterminés à conclure un arrangement séparé accordant une protection supérieure à celle de l'article 10 de la CUP. Des propositions variées furent soumises aux négociateurs, certaines tendant à écarter de la protection les indications devenues génériques, d'autres voulant que cette exception soit limitée aux vins³⁹. Finalement, l'Arrangement concernant la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits fut signé à Madrid le 14 avril 1891 (ci-après dénommé « Arrangement de Madrid sur les indications de provenance »).

34. L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance a amélioré la protection des indications géographiques jusque-là conférée par la CUP. L'apposition des indications fausses et fallacieuses sur les produits est désormais interdite sous l'article 1(1). Même si les moyens de faire respecter les indications de provenance sont les mêmes que ceux prévus par la CUP, la fausse indication d'origine devient elle-même un délit. Il n'est plus nécessaire pour provoquer la

³⁸ L'article 10 du texte original de la CUP de 1883 était rédigé comme suit :

« Les dispositions de l'article précédent sont applicables à tout article portant faussement comme indication de provenance, le nom d'une localité déterminée, lorsque cette indication sera jointe à un nom commercial fictif ou emprunté dans une intention frauduleuse.

Est réputé partie intéressée, tout fabricant ou commerçant engagé dans la fabrication ou le commerce de ce produit et établi dans la localité faussement indiquée comme provenance ».

Cette disposition a été critiquée pour deux raisons : d'abord elle était jugée trop restrictive car le mot localité ne pouvait pas permettre une application à une région toute entière, encore moins à un territoire entier d'un État. Ensuite, la fausse indication de provenance était réprimée seulement si une indication de provenance fausse était utilisée conjointement avec un nom commercial fictif ou frauduleusement emprunté (Voir. L. Lacour, *op. cit.* p. 176).

³⁹ Chr. Heath, « Geographical Indications: International, Bilateral and Regional Agreements », in *Christopher Heath and A. Kamperman Sanders (Eds), New Frontiers of Intellectual Property Law: IP and Cultural Heritage, Geographical Indications, Enforcement and Overprotection*, IIC Studies, vol. 25, 2005, p. 98.

saisie, qu'il y ait double fraude par l'adjonction d'un nom commercial fictif ou frauduleusement emprunté. De même, la répression ne se limite plus à une localité, mais est étendue à tout lieu et à toute fausse indication, directe ou indirecte, sur l'origine du produit⁴⁰.

35. La Conférence diplomatique de Londres (1934) a adopté l'article 3 *bis* de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance qui interdit non seulement l'utilisation d'indications de provenance fausses et fallacieuses sur les produits, mais aussi le recours aux indications fallacieuses dans la publicité et dans toute forme de communication commerciale⁴¹. Cependant, cet Arrangement n'est pas parvenu à réprimer les indications de provenance utilisées en traduction ou avec des mentions correctives telles que « type », « style », « façon », etc. lorsque l'origine du produit est clairement indiquée, ce qui constitue sa principale faiblesse. Toutefois, il marque un pas décisif vers la protection des appellations d'origine relatives aux produits vinicoles en disposant dans son article 4 que : « Les tribunaux de chaque pays auront à décider quelles sont les appellations qui, à raison de leur caractère générique, échappent aux dispositions du présent Arrangement, les appellations régionales de provenance des produits vinicoles n'étant cependant pas comprises dans la réserve spécifiée par cet article ».

36. Cette disposition signifie que chaque pays est, en principe, libre de refuser la protection aux indications géographiques qu'il considère comme génériques au regard de son droit national sauf lorsqu'il s'agit d' « appellations régionales de provenance des produits vinicoles ». En d'autres termes, il est interdit aux États parties à l'arrangement de Madrid sur les indications de provenance de traiter les appellations d'origine des produits vinicoles comme des termes génériques. Ils doivent toujours les protéger même si le public les considère comme des termes génériques⁴². Cependant, cette protection se limite aux appellations régionales, ce qui est vague et insuffisant, selon le Professeur Norbert Olszak⁴³.

⁴⁰ A. Kur and R. Knaak, "Protection of Traditional Names and Designations", in *Silke von Lewinski, Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, The Kluwer Law International, 2008, p. 302. Une indication de provenance directe est un nom d'un lieu géographique déterminé tandis qu'une indication de provenance indirecte est toute autre indication caractéristique d'une origine géographique précise tels qu'un symbole, une emblème ou une dénomination traditionnelle.

⁴¹ Graeme B. Dinwoodie, William O. Hennessen and Shira Permuter, *International Intellectual Property Law and Policy*, Matthew Bender and Company Inc, 2001, p. 318.

⁴² *Ibid.*

⁴³ N. Olszak, « Les appellations d'origine et les négociations internationales », *art. cit.*, p. 273.

37. L'article 4 ci-dessus constitue, en ce qui concerne les appellations d'origine régionales, une dérogation à la règle générale selon laquelle les conditions de protection d'une indication de provenance, 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 demandée⁴⁴. L'exception faite aux appellations régionales de provenance des produits vinicoles constitue la seule avancée significative de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance⁴⁵. Ces appellations se voient accorder une protection absolue et ce serait d'ailleurs la raison pour laquelle cet arrangement n'a recueilli que très peu d'adhésions de la part des États⁴⁶. Les pays qui utilisaient les appellations d'origine vinicoles européennes comme les États-Unis d'Amérique⁴⁷, le Canada, l'Afrique du Sud ou l'Australie, ne pouvaient pas adhérer à un tel arrangement, sous peine d'être obligés de les abandonner. Il paraît donc illusoire de demander aux États d'accorder une protection automatique aux appellations d'origine.

38. En définitive, l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance n'a pas beaucoup amélioré le niveau de protection des indications de provenance déjà prévue par la CUP. Par ailleurs, étant donné le nombre restreint d'adhésions enregistrées, cet arrangement n'a pas eu la portée internationale attendue. En conséquence, la Conférence diplomatique de Lisbonne de 1958 dont l'un des objectifs consistait notamment à renforcer la protection internationale des indications de provenance dans le cadre de la CUP et de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance, a abouti à l'adoption d'un nouvel arrangement : l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international⁴⁸.

⁴⁴ Marcus Höpferger, *art. cit.*, paragr. 40.

⁴⁵ Jinghua Zou "Rice and Cheese, Anyone? The Fight over TRIPS Geographical Indications Continues" (2005), 30 *Brook. J. Int'l L.* 1141., p. 1150.

⁴⁶ R. Guerillon, *op.cit.*, p. 255. À l'heure actuelle, seulement 35 États sont parties à l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance.

⁴⁷ Par exemple les appellations d'origine contrôlée françaises suivantes sont considérées comme des termes semi-génériques aux États-Unis : Chablis, Sauternes, Haut Sauternes, Champagne, etc. « Une indication géographique semi-générique est un nom ayant une signification géographique qui est également la désignation d'une catégorie ou d'un type de vins. Il doit être modifié par la description du véritable lieu d'origine du vin » (E. Schaeffer, cité par Mai-Anh Ngo, *La qualité et la sécurité des produits agro-alimentaires: approche juridique*, Paris, L'Harmattan, 2006, p. 331).

⁴⁸ OMPI, SCT/8/4 ; L'Arrangement de Lisbonne est entré en vigueur en 1966.

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

39. L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (ci-après dénommé « Arrangement de Lisbonne) vise à assurer aux appellations d'origine une protection plus forte que celle résultant des instruments internationaux antérieurs. Tout d'abord, il ne fait pas de distinction entre les produits viticoles et les autres produits agricoles, il protège toutes les appellations d'origine, ce qui est une amélioration par rapport à l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance. En suite, il est intéressant de remarquer que la Conférence diplomatique de Lisbonne, en conférant une protection très forte à l'appellation d'origine, a amélioré en même temps la protection des indications géographiques de manière générale. Ainsi l'alinéa (iii) a été ajouté à l'article 10 *bis* (3) de la CUP pour interdire « 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 ou la qualité des marchandises ». Le grand mérite de l'Arrangement de Lisbonne est qu'il fournit une définition précise de l'appellation d'origine (A) et en détermine les conditions (A) et les effets de la protection (C).

A. Une définition précise de l'appellation d'origine

40. Contrairement à la CUP et à l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance, l'Arrangement de Lisbonne donne une définition de l'appellation d'origine. Aux termes de l'article 2.1), l'appellation d'origine est définie comme « 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 ». Cette définition est construite autour de trois éléments essentiels.

Primo, l'appellation doit être une « dénomination géographique », c'est-à-dire un nom d'un lieu localisable sur une carte géographique (le nom d'un pays, d'une région d'un pays voire d'une localité). De telles dénominations sont qualifiées d'indications géographiques directes.

Cependant, d'après Denis Rochard⁴⁹, rien ne permet d'affirmer que l'Arrangement de Lisbonne exclut de son champ les dénominations traditionnelles⁵⁰, dès lors qu'elles correspondent à une aire géographique déterminée et remplissent toutes les autres conditions d'une appellation d'origine. Pour lui donner raison, il faudrait vérifier si parmi les appellations d'origine protégées en vertu de cet arrangement, il y en a qui sont des dénominations traditionnelles.

Secundo, l'appellation doit servir à désigner un produit originaire du pays, de la région ou de la localité concernée. L'appellation a donc deux significations : elle désigne non seulement le lieu mais aussi le produit qui en est originaire. Elle doit désigner une marchandise produite ou fabriquée sur le territoire dont elle porte le nom. Le terme « originaire » informe le consommateur sur le lieu de production ou de fabrication⁵¹. Ainsi, une dénomination géographique de fantaisie ne peut valablement constituer une information sur l'origine d'un produit et ne peut constituer une appellation d'origine⁵².

Tertio, la qualité ou les caractères du produit découlent « exclusivement ou essentiellement » du milieu géographique « comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ». Les facteurs naturels comprennent le climat, le sol, la faune, la flore, etc. Les facteurs humains peuvent être le savoir-faire localisé (le choix des semences, les méthodes de production de fabrication, les techniques de conservation, etc.). La réunion de ces facteurs constitue ce que la doctrine française qualifie de « terroir »⁵³. C'est ce dernier qui donne au produit sa typicité, son caractère distinctif, sa qualité et finalement sa notoriété.

⁴⁹ D. Rochard, *op. cit.*, p. 73.

⁵⁰ Il s'agit des « dénominations qui sont indicatives d'une origine géographique mais ne sont pas composées d'un nom géographique » comme Muscadet, Cava, Grappa, Reblochon, Feta, etc. (voir Ludwig Baeumer, « Les diverses formes de protection des indications géographiques et les éventuelles conséquences concernant un traité international », dans *Symposium sur la protection internationale des indications géographiques*, Funchal (Madère-Portugal), octobre 1993, publication de l'OMPI n° 729(F), Genève, 1994, p. 33.

⁵¹ G. Ronga, *art. cit.*, p. 432.

⁵² En revanche elle peut constituer une marque valable comme « Montblanc » pour les stylos.

⁵³ Le terroir est entendu dans un sens large comme un ensemble de facteurs naturels incluant le sol, le climat et les pratiques spécifiques utilisées pour l'élaboration d'un produit (Voir notamment D. Denis, *Appellation d'origine et indication de provenance*, Paris, Dalloz, Coll. Connaissance du droit, 1995, p. 9) ; Dans un sens strict, « Un terroir est un ensemble géographique délimité, où une communauté humaine a construit au cours de l'histoire un savoir intellectuel collectif de production, fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains, dans lequel les itinéraires socio-techniques mises en jeu révèlent une originalité, confèrent une typicité et engendrent une réputation pour un produit originaire de ce terroir » (F. Casabianca et al., cité par N. Olszak, « Les appellations d'origine en France », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, 2007, Vol. 19, n° 2, p. 531). Sur l'origine et la définition du concept « terroir », voir J.Audier, « Passé, présent et avenir des

41. C'est la combinaison de tous ces trois éléments qui donne au produit le droit à l'appellation d'origine. Seules les dénominations qui répondent à cette définition ont le droit d'être protégées en vertu de l'Arrangement de Lisbonne. Il s'agit là, selon un auteur, d'une conception naturaliste qui privilégie plus les facteurs naturels de l'origine du produit que les facteurs humains qui interviennent dans sa production⁵⁴. Dans ces conditions, il est difficile d'affirmer que les produits industriels et artisanaux puissent être protégés en tant qu'appellations d'origine car leur lien avec le milieu géographique (comprenant les facteurs naturels et humains) n'est pas évident⁵⁵.

B. Les conditions de protection de l'appellation d'origine

42. Alors que la CUP et l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance sont muets au sujet des conditions sous lesquelles les indications de provenance ou les appellations d'origine doivent être protégées, l'Arrangement de Lisbonne qui est entièrement consacrée aux appellations d'origine a le mérite d'en préciser les conditions de protection tant de fond (I) que de forme (II).

I. Les conditions de fond: être un titre d'origine et de qualité

43. Pour bénéficier de la protection internationale, l'appellation doit répondre à la définition donnée par l'Arrangement de Lisbonne, c'est-à-dire qu'elle doit :

- être la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité de ce pays ;
- être effectivement originaire de ce pays, de cette région ou de cette localité et
- présenter une qualité ou des caractères qui sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains⁵⁶.

appellations d'origine dans le monde : vers la globalisation? », *Bulletin de l'OIV*, 2008, vol. 81, n° 929-931, pp. 410-412.

⁵⁴ Voir Luis Alonso Garcia Munoz –Najar, « Quelques observations sur la protection des appellations d'origine dans des pays à économie émergente : la Communauté Andine », *Colloque sur la protection internationale des indications géographiques, Montevideo, 28 et 29 novembre 2001*, Doc. OMPI/GEO/MVD/01/06, note n° 15.

⁵⁵ *Contra* voir G. Ronga, *art. cit.*, p. 433. Cet auteur écrit que la définition de l'Arrangement de Lisbonne est rédigée de telle manière que les appellations d'origine désignent tant les produits naturels, artisanaux qu'industriels.

⁵⁶ Les qualités ou les caractéristiques purement dépendantes de la méthode de production sont étrangères à la notion d'appellation d'origine même si une dénomination géographique était utilisée traditionnellement pour indiquer les

44. L'appellation d'origine doit donc être en même temps un titre d'origine et de qualité⁵⁷. En effet, la dénomination doit remplir sa première fonction de désigner un produit par sa provenance géographique, laquelle doit être le reflet d'un terroir particulier. L'origine géographique doit être certaine, déterminée et délimitée⁵⁸. Si l'on n'a pas la certitude de l'origine géographique du produit, sa qualité devient douteuse et on est éventuellement en présence d'une dénomination générique⁵⁹. Dans le même ordre d'idée, si le lien entre l'origine et la qualité ne peut pas être établi, notamment lorsque l'aire de production ne peut pas être délimitée avec précision, on a éventuellement affaire à une simple indication de provenance.

II. Une condition de forme : l'enregistrement

45. Le principe essentiel de l'Arrangement de Lisbonne est que les États contractants s'engagent à protéger sur leurs territoires, les appellations d'origine des produits des autres pays reconnues et protégées "à ce titre" dans le pays d'origine⁶⁰ et inscrites dans le registre international administré par l'OMPI (article 1.2)). Il ressort de cette disposition que le droit à la protection au titre d'appellation d'origine naît dans le pays d'origine de l'appellation. Et pour que ce droit soit effectif, l'appellation d'origine doit être enregistrée au registre international administré par l'OMPI. L'expression « à ce titre », signifie en pratique que, d'une part, la protection dans le pays d'origine est un préalable à la reconnaissance de l'appellation d'origine dans les autres pays de l'Union particulière⁶¹ et d'autre part, que les États parties à l'Arrangement de Lisbonne n'enregistrent pas les appellations d'origine étrangères mais reconnaissent plutôt l'enregistrement effectué dans le pays d'origine. L'article 1.2) contient l'obligation pour chaque pays membre de l'Union particulière d'avoir une législation sur les appellations d'origine. Cette obligation est un

qualités d'un produit. Si la liaison entre les facteurs naturels et les facteurs humains manque dans l'activité de production, ou si elle est accessoire, le produit n'a pas droit à l'appellation d'origine (voir G. Ronga, *art. cit.*, p. 433).

⁵⁷ D. Rochard, *op. cit.*, p. 73 et s.

⁵⁸ *Ibid.* p. 73

⁵⁹ D. Denis, *op. cit.*, p. 10.

⁶⁰ Le pays d'origine est défini par l'article 2. 2) de l'Arrangement de Lisbonne comme « celui dont le nom, ou dans lequel est situé la région ou la localité dont le nom, constitue l'appellation d'origine qui a donné au produit sa notoriété ».

⁶¹ G. Ronga, *art. cit.*, p. 434. Cette disposition signifie aussi qu'une appellation d'origine ne peut prétendre à une protection dans l'un des pays parties à l'Arrangement de Lisbonne que si le pays d'origine dispose d'une législation sur les appellations d'origine compatible avec ledit arrangement.

obstacle important qui a empêché les États protégeant les indications géographiques par d'autres mécanismes juridiques⁶² d'adhérer à l'Arrangement de Lisbonne.

46. Une fois qu'une appellation d'origine est protégée dans son pays d'origine, elle peut être inscrite dans un registre international administré par l'OMPI. La procédure d'enregistrement est détaillée dans l'article 5 de l'Arrangement de Lisbonne et dans les articles 5 et 7 du règlement d'exécution dudit arrangement⁶³. La demande d'enregistrement doit comprendre les renseignements suivants :

- le pays d'origine ;
- le ou les titulaires du droit d'user de l'appellation d'origine, désignés de façon collective ou, si une désignation collective est impossible, de façon nominative;
- l'appellation d'origine dont l'enregistrement est requis, dans la langue officielle du pays d'origine ou, si le pays d'origine a plusieurs langues officielles, dans l'une ou plusieurs de ces langues officielles ;
- le produit auquel s'applique cette appellation ;
- l'aire de production du produit ;
- le titre et la date des dispositions législatives ou réglementaires, les décisions judiciaires ou la date et le numéro de l'enregistrement en vertu desquels l'appellation d'origine est protégée dans le pays d'origine⁶⁴.

Comme le fait remarquer le Professeur N. Olszak, les renseignements à fournir dans la demande d'enregistrement sont purement factuels et ne comportent pas d'obligation de justifier de la relation qualitative avec un terroir déterminé⁶⁵.

47. 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 qui doivent en assurer la protection. Il s'agit d'une protection automatique puisqu'aucun examen préalable n'est requis. Chaque État

⁶² Par exemple les marques collectives ou de certification ainsi que les mécanismes relatives aux pratiques commerciales.

⁶³ Voir Règlement d'exécution de l'arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (texte en vigueur depuis le 1^{er} avril 2002).

⁶⁴ Article 5.2)a) du Règlement d'exécution, *préc.*

⁶⁵ Voir N. Olszak, *op. cit.*, p. 112.

partie a cependant le droit de refuser la protection à une appellation d'origine d'un autre État membre à condition d'en fournir les raisons dans un délai d'un an à compter de la réception de la notification de l'enregistrement⁶⁶. C'est ainsi que le Portugal s'est opposé à la demande d'enregistrement de l'appellation « Veracruz » qui évoque la qualité et la réputation exceptionnelle de grains de café de la Région de Veracruz au Mexique. La raison avancée par le Portugal était qu'il y avait un risque de confusion dans l'esprit des consommateurs portugais qui pourraient penser que le café « Veracruz » vient du Brésil. La raison de cette perception est historique : Veracruz a été aussi le nom en portugais du Brésil à l'époque où le Brésil était encore une colonie portugaise. Comme le Brésil est également connu pour être le pays du café, les consommateurs portugais pourraient associer le café « Veracruz » au Brésil plutôt qu'au Mexique⁶⁷. S'il n'y a pas de déclaration de refus de protection ou si celle-ci est intervenue en dehors du délai fixé par l'Arrangement, l'appellation d'origine en cause doit produire tous ses effets.

C. Les effets de la protection

48. L'enregistrement de l'appellation d'origine auprès du Bureau international de la propriété industrielle a pour effet d'en assurer la protection illimitée dans tous les États de l'Union particulière et d'éliminer ainsi le risque de transformation en dénomination générique (I). L'Arrangement de Lisbonne accorde ainsi aux appellations d'origine une protection très étendue qui a pour effet de décourager toute manœuvre tendant à usurper leur notoriété (II). La protection accordée en vertu de l'Arrangement de Lisbonne n'exclut cependant pas la protection qui peut

⁶⁶ Article 5.3) de l'Arrangement de Lisbonne et article 9 du Règlement d'exécution. D'après le rapport produit en 2000 par le Groupe de travail sur la modification du Règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international, depuis son entrée en vigueur le 25 septembre 1966, 835 appellations d'origine ont été enregistrées en vertu de cet Arrangement, dont 766 sont toujours en vigueur. Par ailleurs, 62 refus de protection, qui se rapportent à 51 enregistrements internationaux, ont été inscrits au registre international. Le motif de refus le plus fréquemment cité par les administrations des pays contractants est que l'appellation d'origine dont l'enregistrement est demandé est en conflit avec une marque antérieure protégée dans le pays concerné. Les vins et spiritueux constituent les produits les plus souvent couverts par les enregistrements internationaux effectués en vertu de l'Arrangement de Lisbonne (voir OMPI, Doc. LI/GT/1/2).

⁶⁷ Burkhardt Goebel, "Geographical Indications and Trademarks : the Road from Doha", in *Worldwide Symposium on Geographical Indications organized by the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the United States Patent and Trademark Office (USPTO), San Francisco, California, July 9 to 11, 2003*, Doc. WIPO/GEO/SFO/03/11, 4 July 2003, pp. 14.

exister dans un pays membre en vertu d'autres traités internationaux tels que la CUP et l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance⁶⁸. En outre, si étendue soit-elle, cette protection ne résout pas clairement le problème du conflit pouvant naître entre une appellation d'origine et une marque antérieure (III)

I. Protection contre le risque de transformation en dénominations génériques

49. Alors que l'appellation d'origine désigne une dénomination géographique appliquée à un produit dont la qualité est fondée sur la tradition et le terroir, certaines dénominations géographiques ne servent plus qu'à indiquer un mode de fabrication sans qu'elles puissent être rattachées à une aire géographique précise (exemples: chou de Bruxelles, moutarde de Dijon, encre de Chine). Ces dénominations sont qualifiées de génériques parce qu'elles ne peuvent plus individualiser des produits particuliers. Elles ont perdu leur caractère distinctif.

La volonté de lutter contre la dégénérescence des appellations d'origine en dénominations génériques était l'objectif principal de l'Arrangement de Lisbonne. Cependant, les rédacteurs de cet instrument international n'ont pas défini ce qu'il convient d'entendre par l'expression « dénomination générique ». Même le Règlement d'exécution de cet Arrangement reste muet à ce sujet.

50. Le Professeur J. Audier définit la dénomination générique comme « un nom géographique, un signe ou une expression géographique qui a perdu sa signification géographique pour devenir la désignation d'un type de produit, un nom commun »⁶⁹. On voit donc qu'une dénomination géographique devient générique à partir du moment où elle n'évoque plus l'origine du produit mais désigne un type de produit ou un mode de fabrication sans que les consommateurs leur attribuent une origine particulière.

Pour éviter que l'appellation d'origine ne dégénère en dénomination générique, l'Arrangement de Lisbonne dispose qu'elle doit rester protégée dans son pays d'origine (art. 6). Ainsi, une

⁶⁸ OMPI, Doc LI/GT/1/2, ANNEXE I: Aperçu général du système de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international.

⁶⁹ J. Audier, « Indications géographiques : le virus « générique » », *Propriété Intellectuelle*, n° 8, juillet 2003, p. 255.

appellation admise à la protection dans l'un des pays signataires ne pourra pas y être considérée comme un terme générique aussi longtemps qu'elle restera protégée dans le pays d'origine⁷⁰. Dès lors, il incombe à chaque État d'assurer en permanence la défense de ses appellations d'origine aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du territoire national. Comme l'écrit le Professeur J. Audier, les difficultés relatives aux génériques naissent généralement de la négligence des producteurs originaires face à l'agressivité commerciale de leurs concurrents⁷¹. Mais dans la plupart des cas, les producteurs sont peu outillés pour empêcher la dégénérescence d'une appellation d'origine à l'étranger. L'intervention de l'autorité publique est parfois nécessaire. C'est dans ce cadre qu'en France, l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) est compétent pour défendre les appellations d'origine françaises à l'étranger⁷². En effet, le coût d'une procédure judiciaire à l'étranger peut être élevé pour les producteurs, l'intervention de l'État s'avère souvent très efficace. Elle traduit d'ailleurs le caractère public des appellations d'origine⁷³. Il s'agit parfois pour l'État de défendre un élément du patrimoine national, ce qui explique aussi que la protection de l'appellation d'origine soit sans limitation de durée.

II. Protection contre l'usurpation de la notoriété

51. L'article 3 de l'Arrangement de Lisbonne offre aux appellations d'origine une protection très étendue contre « toute usurpation ou imitation, 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 ». Il s'agit d'une protection *ex officio* dont tout pays partie à l'Arrangement a l'obligation de mettre en œuvre⁷⁴.

La protection est garantie même en l'absence de tout risque de tromperie ou de confusion du public, le but étant de rendre les appellations d'origine indisponibles. Cette protection objective⁷⁵

⁷⁰ Voir CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur*, aff. C-3/91, Rec. p. I-5529, voir aussi CJCE, 16 mars 1999, *Danemark / Commission*, aff. C-293/02, Rec. p. I-1541.

⁷¹ J. Audier, *art. cit.*, p. 255.

⁷² N. Olszak, *op. cit.*, p. 158.

⁷³ N. Olszak, « Actualité du droit des signes d'origine et de qualité (indications géographiques et labels) », *Prop. Industr.* 2007, étude n° 9, p. 8.

⁷⁴ Voir S. Laborie, « Les institutions internationales et la protections des indications géographiques », in *CERDAC-CADH, Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : Histoire et actualité du droit*, Bordeaux, Éditions Féret, 2008, p. 94.

⁷⁵ *Ibid.* p. 91.

est reconnue à toutes les appellations d'origine et non pas seulement à celles relatives aux vins comme c'est le cas dans l'article 4 de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance. C'est ainsi que la Société Sigarenfabiek Neos, dans une affaire qui l'opposait aux Sociétés Cubatabaco et Coprova sàrl, s'est vu interdire par la Cour d'Appel de Paris d'utiliser dans son commerce les dénominations Havane, Habana, Habanos, etc., pour désigner le tabac ne provenant pas de Cuba et a vu ses marques Cubanitos spécial et Cubanitas annulées⁷⁶. Même si dans cet arrêt le risque de tromperie et de concurrence déloyale a été établi, la cour a aussi motivé sa décision sur la base de l'article 3 de l'Arrangement de Lisbonne.

Le Règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne prévoit que la demande d'enregistrement international doit indiquer « l'appellation d'origine dont l'enregistrement est requis, dans la langue officielle du pays d'origine ou, si le pays d'origine a plusieurs langues officielles, dans l'une ou plusieurs de ces langues officielles »⁷⁷.

52. Le Groupe de travail sur la modification du Règlement d'exécution de l'Arrangement de Lisbonne estime qu'il résulte de l'article 3 de l'Arrangement que l'appellation d'origine indiquée dans l'enregistrement international est protégée contre toute utilisation en traduction, même si une telle traduction n'est pas mentionnée dans l'enregistrement international⁷⁸. Dans l'arrêt ci-dessus, l'appellation Havane n'avait pas été enregistrée comme telle, mais la Cour a considéré que cette appellation est une traduction de l'appellation d'origine « Havana » régulièrement enregistrée.

⁷⁶ C.A. Paris, 4^e Chambre, Section B, 4 juillet 1985, *RIPIA*, 1985, p. 217. « (...) Mais considérant que conformément aux dispositions dudit arrangement [Arrangement de Lisbonne] auquel la République de Cuba et la France ont adhéré, l'appellation d'origine Havana a, entre autres, été régulièrement enregistrée au B.I.R.P.I., à Genève le 27 décembre 1967, sous la rubrique « tabac en branches ou manufacturé » et a fait l'objet du décret précité [décret du 9 janvier 1970] ;

Considérant qu'au terme de cet arrangement, la protection réciproque des appellations d'origine par les pays signataires est assurée contre « toute usurpation ou imitation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'appellation est employée en traduction ;

Considérant que la traduction française du terme Habana est, entre autres Havane, nom de la capitale cubaine ;
Considérant que cette appellation étendue à toute l'île est donc protégée par l'Arrangement de Lisbonne ;

(...) ».

⁷⁷ Voir Règle 5.2)a)iii).

⁷⁸ Voir OMPI, Doc. LI/GT/1/2).

On voit donc que l'Arrangement de Lisbonne tend à assurer aux appellations d'origine une protection absolue⁷⁹, bien qu'elle ne résolve pas clairement le conflit entre une appellation d'origine et une marque antérieure.

III. Conflit entre une appellation d'origine et une marque antérieure

53. Malgré la tendance à la protection absolue, l'Arrangement de Lisbonne reste moins précis en ce qui concerne le règlement du conflit entre une appellation d'origine et une marque enregistrée antérieurement. En son article 5.6), l'Arrangement se contente d'indiquer que si une appellation admise à la protection dans un pays était déjà utilisée par des tiers dans ce pays, l'Administration compétente de ce pays aurait la faculté d'accorder à ces tiers un délai ne pouvant dépasser deux ans pour mettre fin à cette utilisation, à condition d'en aviser le Bureau international. C'est-à-dire qu'une dénomination géographique utilisée à titre de marque dans un pays et qui, postérieurement, serait enregistrée comme une appellation d'origine dans ce même pays, entraîne l'invalidation de la marque et ce dans les deux ans qui suivent cet enregistrement. La règle n'admet donc pas la possibilité de coexistence entre une marque et une appellation d'origine.

Cette disposition tend à régler le conflit au profit de l'appellation d'origine. Cependant le terme « marque » n'est pas expressément mentionné par la disposition ci-dessus, ce qui, selon un auteur, suscite des doutes quant à la possibilité d'annulation de l'enregistrement des marques qui entrent en conflit avec une appellation d'origine⁸⁰. La Cour d'Appel de Paris fait d'ailleurs remarquer que « l'Arrangement de Lisbonne n'a aucune disposition expresse qui s'imposerait à la législation nationale, relative à l'antériorité de l'utilisation comme marque d'une dénomination qui constituerait, par la suite, une appellation d'origine⁸¹ ». L'un des grands problèmes de l'Arrangement de Lisbonne est qu'il ne prévoit aucun mécanisme de règlement des différends entre la marque et l'appellation d'origine. Si les tiers ont utilisé l'appellation d'origine en tant qu'une dénomination générique, l'article 5.6) de l'Arrangement de Lisbonne s'applique sans ambiguïté mais si, au contraire, l'enregistrement d'une appellation d'origine porte atteinte à une

⁷⁹ Voir V. Romain-Prot, « Origine géographique et signes de qualité : protection internationale », *RD rur.*, n° 236, octobre 1995, p. 434.

⁸⁰ Chr. Heath, *art. cit.*, pp. 110-111.

⁸¹ C.A. Paris, Chambre 4 Section A, 22 avril 1986, LexisNexis, n° JurisData : 1986-022548.

marque antérieure, cela semble ne pas être le cas⁸². Il en résulte que certaines appellations d'origine sont en conflits avec des marques similaires ou identiques.

Le cas le plus célèbre est celui de l'affaire opposant l'entreprise américaine Anheuser-Busch contre la société tchèque Budejovicky Budvar au sujet de l'appellation d'origine « Budweiser », enregistrée en vertu de l'Arrangement de Lisbonne. Cette affaire date de près d'un siècle et a fait le tour du monde. Budejovicky Budvar peine à faire annuler la marque antérieure Budweiser qui est enregistrée dans plusieurs pays du monde⁸³. La difficulté de protection de cette appellation d'origine, même au sein des pays parties à l'Arrangement de Lisbonne, naît de l'interprétation de l'article 8 qui dispose que « les poursuites nécessaires pour assurer la protection des appellations d'origine pourront être exercées, dans chacun des pays de l'Union particulière, suivant la législation nationale (...). Cette disposition semble signifier que « la protection des appellations d'origine enregistrées en vertu de l'Arrangement de Lisbonne est assurée suivant la législation du pays où elle est invoquée »⁸⁴.

54. Malgré l'imprécision de l'Arrangement de Lisbonne sur la question du conflit entre une marque antérieure et une appellation d'origine, il est clair que son article 5.6) consacre la primauté de l'appellation d'origine sur toute autre utilisation antérieure et constitue ainsi l'exception à la règle « premier arrivé, premier servi » généralement consacrée par le droit de la propriété industrielle⁸⁵.

55. Une telle conception, ajoutée à la rigueur de la définition de l'appellation d'origine et à la nécessité d'une protection nationale spécifique relative aux appellations d'origine a sensiblement limité la portée internationale qu'on attendait de cet arrangement⁸⁶. Depuis sa dernière révision

⁸² Voir Chr. Heath, *art. cit.*, p. 111.

⁸³ Sur la saga « Budweiser », voir notamment : Becki Graham, "TRIPS: Ten Years Later: Compromise or Conflict over Geographical Indications", *Syracuse Science & Technology Law Reporter*, Spring, 2005, pp.12 et s..

⁸⁴ B. Fontaine, « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », *Prop. Industr.* 2009, étude 20.

⁸⁵ Pour un point de vue d'un auteur américain sur la question, voir Ph. Zylberg, "Geographical Indications v. Trademarks: the Lisbon Agreement: a Violation of TRIPS?" (2003), *11 U. Balt. Intell. Prop. L.J.*, p. 23 et s. ; l'auteur parle de la violation de la règle "first in time, first in right".

⁸⁶ Actuellement, l'Arrangement de Lisbonne ne compte que 26 États membres. Les pays les plus industrialisés comme les États-Unis, le Japon, l'Allemagne et le Royaume-Uni n'en font pas parties. Sur les problèmes de la protection internationale des indications géographiques : voir Albrecht Conrad, "Protection of Geographical indications in the TRIPS Agreement" (1996), *86 Trademark Rep.* 11, p. 28.

de Stockholm en 1967, toutes les autres tentatives de révision en vue d'un nouveau traité élargi ont échoué⁸⁷. L'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC qui fournit une définition englobant toutes les catégories des indications géographiques semble d'ailleurs faire perdre à l'Arrangement de Lisbonne son intérêt sur le plan international.

Section 2 : L'Accord sur les ADPIC: instrument de la mondialisation des indications géographiques

56. L'introduction dans le cadre des négociations commerciales multilatérales du GATT des dispositions sur la propriété intellectuelle a fait de celle-ci un outil incontournable du commerce international. L'Accord sur les ADPIC, l'une des nombreuses annexes de l'Accord de Marrakech instituant l'OMC, est spécialement dédié à la protection des droits propriété intellectuelle « qui touchent au commerce ». Son objectif est d'atténuer les différences dans la manière dont ces droits sont protégés de par le monde et de les soumettre à des règles internationales communes. Les indications géographiques illustrent particulièrement ces différences.

L'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international a donc une incidence sur la protection internationale des indications géographiques (§1). Ces dernières ont fait l'objet de négociations particulièrement difficiles qui ont débouché non pas sur un accord sur le mode et le niveau de leur protection, mais sur un compromis qui leur a soumis à un régime juridique à deux vitesses (§2).

⁸⁷ Voir Marcus Höpferger, *art. cit.*, spécialement paragr. 47 à 66 ; voir aussi Chr. Guilhou, "Renouveau d'intérêt pour le système de Lisbonne", *Forum sur les indications géographiques et les appellations d'origine, organisé conjointement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l'Institut national de la propriété industrielle (INPI)*, Lisbonne, 30 et 31 octobre 2008, Doc. WIPO/GEO/LIS/08/01, p. 7. On peut noter qu'en 1974, l'OMPI avait commencé à travailler sur un traité multilatéral pour la protection des indications géographiques. Les travaux sur ce traité ont été suspendus suite à l'échec de la Conférence diplomatique sur la révision de la CUP qui avait été convoquée pour étudier entre autres la question des appellations d'origine et leur conflit avec les marques. Une nouvelle tentative a eu lieu en 1990 avec la constitution d'un Comité d'experts sur la protection des indications géographiques. Le comité devait étudier comment élargir la portée limitée des dispositions de la Convention de Paris et l'acceptation relative de l'Arrangement de Madrid concernant les indications de provenance et de l'Arrangement de Lisbonne, en substituant la notion d'indication géographique à celle d'appellation d'origine. Le comité n'a pas poursuivi ses travaux en raison des divergences d'opinion des délégations.

§1. L'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international et son incidence sur la protection internationale des indications géographiques

57. Traditionnellement, le domaine du commerce international était réservé au GATT⁸⁸ qui est resté jusqu'en janvier 1995⁸⁹, le cadre des négociations commerciales multilatérales. Son objectif était de promouvoir le commerce international et la libre concurrence et de contribuer par un système multilatéral au développement économique de tous les pays⁹⁰. Comme son nom l'indique, le GATT était spécialisé dans les règles du commerce multilatéral et dans les questions de tarifs douaniers.

58. La discipline de la propriété intellectuelle est, quant à elle, restée longtemps la chasse gardée de l'OMPI. Cette institution spécialisée des Nations-Unies administre depuis sa création en 1967 les deux principales conventions en matière de propriété intellectuelle, à savoir la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883) et la Convention de Berne pour la protection de la propriété littéraire et artistique (1886). Pourquoi le GATT a-t-il décidé de concurrencer l'OMPI dans un domaine qui n'était pourtant pas de sa spécialité, en décidant d'inclure dans les négociations du Cycle de l'Uruguay les droits de propriété intellectuelle?

59. Des raisons d'ordre commercial (A) et institutionnel (B) sont généralement invoquées pour justifier l'intégration des droits de propriété intellectuelle dans les négociations commerciales multilatérales du GATT. Ces raisons permettent de comprendre l'incidence de cette intégration sur la protection internationale des indications géographiques (C).

A. La raison d'ordre commercial : réduire les distorsions aux échanges

60. Réduire les distorsions aux échanges causées par la piraterie des œuvres et la prolifération des marchandises de contrefaçon dont la circulation s'accompagne nécessairement de la violation des

⁸⁸ Né en 1947, GATT est un acronyme anglais signifiant *General Agreement on Tariffs and Trade* ou Accord général sur les tarifs commerciaux et le commerce, en français.

⁸⁹ Date d'entrée en vigueur de l'OMC qui a succédé au GATT.

⁹⁰ Voir Thu-Lang Tran Wasescha, « L'Accord sur les ADPIC : un nouveau regard sur la propriété intellectuelle », dans Marie-Anne Frison Roche et Alexandra Abello, (dir.), *Droit et économie de la propriété intellectuelle*, Paris, L.G.D.J., 2005, p. 137.

droits de propriété intellectuelle⁹¹ fut la raison majeure de l'inclusion de ces dernières dans les négociations du Cycle d'Uruguay⁹². La Conférence ministérielle de Punta del Este qui a lancé les négociations du Cycle d'Uruguay a donné aux négociateurs un mandat large⁹³ visant à réduire les obstacles et les distorsions aux échanges et à créer des règles et disciplines nouvelles du commerce international.

61. Plusieurs auteurs affirment que l'initiative d'insérer les droits de propriété intellectuelle dans le mandat du Cycle d'Uruguay est venue des États-Unis⁹⁴. Ce grand pays qui était confronté dans les années 80 à une grave crise économique avait besoin d'équilibrer sa balance commerciale. La protection renforcée des droits de propriété intellectuelle représentait le seul levier à leur portée en vue de relancer la croissance économique.

L'insertion des droits de la propriété intellectuelle dans le cadre des négociations commerciales multilatérales du GATT visait surtout à faire face à la contrefaçon et à la piraterie⁹⁵ dont certains

⁹¹ H. Ruiz Fabri, « L'organisation du commerce international », in *J. Beguin et M. Menjuq (dir.), Droit du commerce international*, Paris, Litec, 2005, p. 115.

⁹² Voir le paragraphe 1^{er} du préambule de l'Accord ADPIC ; voir aussi V. Hrbata, "No International Organization is an Island...the WTO's Relationship with the WIPO: A Model for the Governance of Trade Linkage Areas", *Journal of World Trade*, Feb. 2010, Vol. 44, No 1, p. 3.

⁹³ Voir le contenu du mandat tel que rapporté par Amadou Tankoano, « L'accord relatif aux aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce (TRIPS) », *Droit et pratique du commerce international (DPCI)*, 1994, tome 20, n° 3, p. 431, note:

« Afin de réduire les distorsion et les obstacles qui affectent le commerce international, et compte tenu de la nécessité de favoriser une protection effective et adéquate des droits de propriété intellectuelle et de faire en sorte que les mesures et procédures visant à faire appliquer les droits de propriété intellectuelle ne deviennent pas elles-mêmes des obstacles au commerce légitime, les négociations viseront à éclaircir les dispositions de l'Accord général et à élaborer, s'il y a lieu, des règles et disciplines nouvelles.

Les négociations viseront à établir un cadre multilatéral de principes, de règles et de disciplines relatives au commerce international des marchandises de contrefaçon, compte tenu des travaux déjà entrepris au GATT.

Ces négociations se dérouleront sans préjudice d'autres initiatives complémentaires qui pourraient être prises dans le cadre de l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle et ailleurs pour traiter ces questions ».

⁹⁴ Voir notamment C. Henry, « Développement durable et propriété intellectuelle : Comment l'Europe peut contribuer à la mise en œuvre des ADPIC », dans *Marie-Anne Frison-Roche Alexandra Abello, (dir.), Droit et économie de la propriété intellectuelle*, Paris, L.G.D.J., 2005, p. 223 ; Shu Zhang, *De l'OMPI au GATT : la protection internationale de la propriété intellectuelle*, Paris, Litec, 1994, p. 289 ; V. Ruzek, *L'action extérieure de la Communauté Européenne en matière de droit de propriété intellectuelle*, Rennes, Éditions Apogée, 2007, p. 109 ; Silke von Lewinski, « Américanisation » in *Michel Vivant (dir.), Propriété intellectuelle et mondialisation : la propriété intellectuelle est-elle une marchandise?*, Paris, Dalloz, 2004, pp. 16-17.

⁹⁵ Les pertes croissantes de recettes subies par les entreprises américaines à cause du piratage et de la contrefaçon atteignaient, en 1988, entre 40 et 60 milliards de dollars, selon la Commission des États-Unis sur le Commerce International. Certains auteurs font remarquer que l'objectif poursuivi par les pays développés dans les négociations des droits de propriété intellectuelle dans le cadre du Cycle d'Uruguay était de limiter la contrefaçon par les pays en développement des produits *high-tech* réalisés à des coûts très élevés dans les pays développés ; voir par exemple Xu

pays en voie de développement avaient décidé de faire leurs « moyens de décollage économique »⁹⁶ au préjudice des pays industrialisés⁹⁷.

62. Les pays en développement étaient généralement opposés à l'inclusion des droits de propriété intellectuelle dans l'agenda du Cycle d'Uruguay parce que, disposant de législations moins protectrices de la propriété intellectuelle, une protection forte de celle-ci signifiait pour eux un coût très élevé de leurs importations de la technologie et une augmentation des prix des produits sur leurs marchés intérieurs⁹⁸. Afin de surmonter l'opposition de ces pays, les États-Unis devaient contourner le caractère politique de la prise de décision au sein de l'OMPI, théâtre d'affrontements Nord-Sud, qui avait bloqué toute nouvelle création de normes efficaces de protection internationale de la propriété intellectuelle⁹⁹.

63. En effet, les tentatives de révision de la CUP s'étaient soldées par un échec en 1980 et en 1984 suite aux blocages des pays en développement qui essayaient de restreindre la portée et l'efficacité des droits de propriété intellectuelle. Ils voulaient faire adopter des règles en leur faveur mais dont la conséquence aurait été la ruine de l'économie même de la CUP. Par ailleurs, on avait remarqué qu'un certain nombre de pays en développement qui ne respectaient pas les droits de propriété intellectuelle, commençaient à concurrencer déloyalement les pays industrialisés¹⁰⁰. Les États-Unis avaient donc décidé de prendre des sanctions unilatérales à leur rencontre¹⁰¹ en amendant la fameuse « section 301 » qui figure dans le « Trade Act de 1974 » de façon à classer le défaut de protection de la propriété intellectuelle (américaine) parmi les pratiques commerciales déloyales¹⁰². En vertu du « Special 301 » issu de cet amendement, le

Yi-chong, « Last Chance? Multilateralism, TRIPS and Developing Countries », in Justin Malbon and Charles Lawson (Eds), *Interpreting and Implementing the TRIPS Agreement – Is it Fair?*, Edward Elgard Publishing Limited, Northampton, 2008, p. 51.

⁹⁶ J.-L. Perea, « Les relations de l'O.M.C. avec l'Union Européenne et l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle après l'entrée en vigueur de la Convention de Marrakech », *Petites Affiches*, 1995, n° 5, p. 50.

⁹⁷ Sont cités parmi ces pays : le Brésil, l'Inde, la Chine et la Corée du Sud.

⁹⁸ Voir B. Taxil, *L'OMC et les pays en développement*, Paris, Montchrestien, 1998, p. 84.

⁹⁹ J.-L. Perea, *art. cit.*, p. 50.

¹⁰⁰ Th. Sueur, « Quels avantages les industriels peuvent-ils retirer des ADPIC? », *RIPIA*, n° 201, 1^{er} mars 2000, p. 38.

¹⁰¹ On peut mentionner parmi ces pays, le Brésil, l'Inde, la Chine et la Corée du Sud.

¹⁰² Voir C. Henry, *art. cit.*, p. 225. La « Section 301 » confère aux autorités américaines la possibilité de prendre des mesures de représailles contre des pays qui ne respectent pas les traités commerciaux internationaux ou qui ont des pratiques jugées déloyales.

Bureau du Représentant américain au commerce (en anglais : *United States Trade Representative* ou USTR) a le pouvoir d'identifier les pays qui n'assurent pas une protection efficace des droits de propriété intellectuelle et qui, à défaut de mesures correctives destinées à garantir le respect de ces droits, pourraient se voir imposer des sanctions unilatérales telles que la suspension d'un avantage commercial prévu par un traité international, la hausse des tarifs douaniers pour les marchandises qui proviennent de l'État délinquant, etc.

64. En outre, différentes entreprises américaines impliquées dans le commerce international se plaignaient du fait que la disparité des normes nationales de protection des droits de la propriété intellectuelle pour les brevets et les marques notamment, ainsi que l'insuffisance des mesures prises par les gouvernements pour faire appliquer les règles nationales en la matière, favorisaient le développement du commerce des marchandises de contrefaçon. L'absence d'une protection internationale efficace des droits de propriété intellectuelle était également considérée comme un obstacle à l'investissement étranger et un motif qui dissuadait les entreprises des pays développés à effectuer un transfert de technologie vers les pays en développement ou à leur accorder des licences d'exploitation des droits de propriété intellectuelle¹⁰³. À ces raisons d'ordre commercial s'ajoutait une autre raison d'ordre institutionnel, celle de sanctionner la protection des droits de la propriété intellectuelle par un mécanisme efficace de règlement des différends.

B. La raison d'ordre institutionnel: mettre en place un système efficace de règlement des différends

65. Le système de règlement des différends de l'OMPI avait été critiqué pour son inefficacité à régler les conflits relatifs à la violation de la propriété intellectuelle entre les États membres. Les conventions de l'OMPI prévoient que les différends relatifs à l'application de chacun des textes qu'elle administre seront soumis à la Cour Internationale de Justice (CIJ). Or, le système de résolution des différends que les conventions de Berne et de Paris ont adopté est connu pour son inefficacité car il est construit sur une base volontaire et consensuelle des États¹⁰⁴. En outre,

¹⁰³ Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) et Commonwealth Secretariat, *Le cycle d'Uruguay : guide à l'intention des entreprises*, Genève, CCI/CS, 1996, p. 3.

¹⁰⁴ Voir Xu Yi-chong, *art. cit.*, p. 54 ; voir aussi V. Hrbata, *art. cit.*, p. 14.

l'OMPI était critiquée par les pays industrialisés qui l'accusaient d'être le théâtre des conflits Nord-Sud où les décisions à caractère politique sont influencées par le poids des pays en voie de développement¹⁰⁵. Par ailleurs, plusieurs pays, notamment ceux parties à la Convention de Paris avaient émis des réserves en ce qui concerne la compétence de la CIJ à connaître des litiges relatifs aux droits de propriété industrielle, ce qui affaiblissait le système de règlement des différends de l'OMPI¹⁰⁶. Les procédures du GATT étaient, en revanche, jugées efficaces et rapides pour la prévention et le règlement, au plan multilatéral, des différends entre gouvernements et avaient fait leur preuve¹⁰⁷. C'est pourquoi les pays industrialisés à la tête desquels se trouvaient les États-Unis, ont proposé que le système de règlement des différends du GATT soit appliqué au domaine de la propriété intellectuelle.

66. Les pays en développement dont le niveau de protection de la propriété intellectuelle était relativement bas n'ont pas, bien évidemment, soutenu cette proposition parce que le système de règlement des différends du GATT était jugé très contraignant et ils redoutaient un accord comportant des sanctions¹⁰⁸. Ils préféraient le système de l'OMPI qui ne comporte aucune sanction. C'est ainsi que les pays comme le Brésil, l'Inde et le Chili soumièrent au groupe de négociation de l'Accord sur les ADPIC un mémorandum demandant que la partie relative au règlement des différends soit confiée à l'OMPI et non au GATT¹⁰⁹. Les clivages Nord-Sud furent importants durant les négociations mais la marge de manœuvre des pays en développement était réduite. Afin de pouvoir négocier les accords dans l'agriculture et les textiles qui les intéressaient particulièrement, ils n'avaient d'autre choix que d'accepter les discussions sur la propriété

¹⁰⁵ Perea, Voir J.-L. Perea, *art. cit.* p. 50.

¹⁰⁶ Voir J.-L. Piotraut, *La propriété intellectuelle en droit international et comparé (France, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis)*, Paris, Éditions Tec & Doc, 2007, p. 21.

¹⁰⁷ Voir Thu-Lang Tran Wasescha, *art. cit.*, p. 139.

¹⁰⁸ Outre les sanctions commerciales classiques, le système du GATT comportaient aussi le mécanisme des sanctions commerciales croisées (*cross-retaliation*) et la plainte en situation de non-violation (non-violation complaints). Les plaintes en situation de 'non-violation' sont des mesures juridiques prévues aux articles XXIII(b) et (c) du GATT de 1994, qui permettent aux Membres d'intenter un différend à l'OMC sur la base de la perte d'un avantage attendu causée par les actions d'un autre Membre, même si ces actions ne portent pas atteinte au droit de l'OMC. En permettant de telles plaintes, on visait à dissuader les pays de changer 'l'équilibre des avantages' négocié, en instituant des mesures commerciales restrictives, mais formellement compatibles avec le GATT. Les critiques soutiennent que le fait de permettre les litiges contre des mesures qui ne portent pas atteinte aux règles de l'OMC compromet la prévisibilité du système commercial fondé sur des règles. L'article 64.3 de l'Accord sur les ADPIC appelle à l'examen de la portée et des modalités pour les plaintes de ce type, dans le contexte des ADPIC

(Voir ICTSD, *Dossier sur le Cycle de Doha : Droits de propriétés intellectuelle*, http://ictsd.net/downloads/2008/06/doha05_proprieteintellect_fr.pdf, consulté le 18 mai 2007).

¹⁰⁹ Voir J.-L. Perea, *art. cit.* p. 50.

intellectuelle puisque les négociations se faisaient par « paquet »¹¹⁰. À force de concessions et de compromis, la position des pays industrialisés prit le dessus. Le système de règlement des différends du GATT fut donc repris pour l'essentiel par l'OMC mais fut amélioré pour être applicable à l'ensemble des accords issus des négociations du cycle d'Uruguay, dont l'Accord sur les ADPIC.

67. Enfin, pour éviter que les différents États ne souscrivent qu'aux textes qui les avantagent, l'Accord sur les ADPIC a été qualifié d'accord multilatéral guidé par le principe de l'« engagement unique » qui consiste à ne pas dissocier l'Accord instituant l'OMC de ses nombreux accords annexes. Autrement dit, les États ne peuvent pas choisir à la carte l'accord qui les intéresse ou émettre des réserves sous peine d'être exclus de cette organisation¹¹¹, ils doivent adhérer en bloc¹¹². L'Accord sur les ADPIC définit le régime général de protection des droits de la propriété intellectuelle et constitue le premier accord multilatéral mettant en place un régime de protection internationale des indications géographiques. Il définit sur le plan mondial, le niveau de protection minimal pour les différentes formes de droits de propriété intellectuelle¹¹³ et les moyens de les faire respecter. Il en résulte que non seulement l'OMPI n'est plus le seul cadre international de discussion et de développement du droit de la propriété intellectuelle mais aussi, que le champ d'application de celle-ci s'en trouve élargi par l'effet de la conclusion de l'Accord sur les ADPIC¹¹⁴.

¹¹⁰ Voir Thu-Lang Tran Wasescha, *art. cit.*, p. 142, voir aussi V. Hrbata, *art. cit.*, p. 4.

¹¹¹ Voy. Sigfrid Dörmer, "Dispute Settlement and New Development within the Framework of TRIPS – An Interim Review" *ICC*, 2000, vol. 31 n° 1, p. 32 ; L'adhésion à l'OMC emporte aussi l'adhésion aux règles prescrites par le GATT de 1994 et l'Accord général sur le commerce des services (AGCS). Pour plus de détails, voir : Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) et Commonwealth Secretariat, *op. cit.*, p. 16.

¹¹² C.-E. Côté, *La participation des personnes privées au règlement des différends internationaux économiques : l'élargissement du droit de porter plainte à l'OMC*, Bruylant et Éditions Yvon Blais, 2007, pp. 30-31. Ce principe de l'adhésion en bloc découle, selon C.-E. Côté, du fait que les accords de l'OMC constituent juridiquement un seul et même traité puisqu'ils sont tous annexés à l'Accord instituant l'OMC et en font partie intégrante. Cette caractéristique des accords de l'OMC a pour effet de juridiciser les relations commerciales internationales et rompre avec la pratique des codes sectoriels issue du cycle de Tokyo qui était facultative.

¹¹³ L'article premier paragraphe 2 dispose que « l'expression "propriété intellectuelle" désigne tous les secteurs de la propriété intellectuelle qui font l'objet des sections 1 à 7 de la Partie II ». Les secteurs de la propriété intellectuelle couverts par l'Accord dans cette partie sont les suivants: droit d'auteur et droits connexes (c'est-à-dire droits des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion) ; marques de fabrique ou de commerce, y compris les marques de service ; indications géographiques ; dessins et modèles industriels ; brevets, y compris la protection des obtentions végétales ; schémas de configuration de circuits intégrés ; et renseignements non divulgués, y compris les secrets commerciaux.

¹¹⁴ L'article 2.1 de l'Accord sur les ADPIC dispose : « Pour ce qui est des Parties II, III et IV du présent accord, les Membres se conformeront aux articles premier à 12 et à l'article 19 de la Convention de Paris (1967) ». Cette

C. L'incidence de l'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international sur la protection internationale des indications géographiques

68. Avant les négociations du Cycle d'Uruguay qui ont engendré entre autres l'Accord sur les ADPIC, la protection internationale des indications géographiques était relativement limitée (dans l'espace). Les instruments internationaux, tels que la Convention d'Union de Paris et ses arrangements particuliers n'avaient pas permis d'assurer aux indications géographiques une protection véritablement internationale.

La CUP, bien qu'ayant acquis l'adhésion d'un grand nombre d'États, ne protège les indications géographiques que contre les indications fausses ; elle est en revanche muette en ce qui concerne les indications fallacieuses. L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance n'a pas non plus eu la portée internationale attendue. Il n'a pas sensiblement amélioré la protection des indications géographiques et a, en conséquence, été boudé par la plupart des États. Quant à l'Arrangement de Lisbonne, il ne protège qu'une catégorie d'indications géographiques, ce qui explique sa portée internationale très limitée.

69. Le GATT de 1947, bien que s'occupant essentiellement des questions du commerce international, comprend quelques dispositions relatives à la protection de la propriété intellectuelle. On peut mentionner par exemple les articles IX et XX qui concernent respectivement les marques d'origine et les brevets, les marques de commerce, les droits d'auteur et les mesures propres à empêcher les pratiques de nature à induire en erreur.

Plus particulièrement, l'article IX : 6 pourrait s'appliquer à la protection des indications géographiques car il dispose que :

« Les parties contractantes collaboreront en vue d'éviter que les marques commerciales ne soient utilisées de manière à induire en erreur quant à la véritable origine du produit, et

disposition s'adresse à tous les États parties à l'Accord sur les ADPIC. Il s'agit non seulement les États membres de l'Union de Paris liés par l'acte de Stockholm de 1967, mais aussi ceux qui n'ont pas adhéré à cet acte ainsi que ceux qui sont restés en dehors de cette Union. En conséquence, tous les États qui n'ont pas adhéré à la Convention de Paris (1967) ont l'obligation, de donner effet, par leur législation interne, aux droits contenus dans les articles premier à 12 et 19 de cette convention. Entre ces États c'est l'Accord ADPIC qui s'applique. Il résulte donc de l'article 2.1 de l'Accord sur les ADPIC une protection minimale harmonisée des droits de la propriété industrielle dans toute la sphère de l'OMC.

cela au détriment des appellations d'origine régionales ou géographiques des produits du territoire d'une partie contractante qui sont protégées par sa législation. Chaque partie contractante accordera une entière et bienveillante attention aux demandes ou représentations que pourra lui adresser une autre partie contractante au sujet de l'application de l'engagement énoncé dans la phrase précédente aux appellations que cette autre partie contractante lui aura communiquées.»

Cette disposition, bien que ne visant pas directement à assurer une protection internationale des indications géographiques, montre que le GATT a été très tôt sensible aux pratiques commerciales de nature à induire en erreur le consommateur quant à l'origine des produits.

70. Si les États-Unis ont pesé de tout leur poids pour faire inscrire les droits de propriété intellectuelle sur l'agenda du Cycle d'Uruguay, l'Union Européenne a été, en revanche, la plus ardente à demander l'inclusion des indications géographiques dans les négociations de l'accord sur les ADPIC¹¹⁵.

Pendant les négociations multilatérales du Cycle d'Uruguay, l'Union Européenne a soumis au Groupe de négociation commerciale une proposition¹¹⁶ sur la protection des indications géographiques contenant des directives à suivre en vue résoudre les problèmes de commerce international causés par l'exercice inadéquat des droits de la propriété intellectuelle. Cette proposition reflète une protection très forte qui s'inspire largement de l'Arrangement de Lisbonne mais aussi de l'article 10 *bis* de la CUP. Ainsi, outre la définition des indications géographiques qui ressemble fortement à celle de l'Arrangement de Lisbonne, la proposition prévoit que les indications géographiques seront protégées contre toute utilisation qui constitue un acte de

¹¹⁵ Voir M. Santa Cruz S., *Les dispositions relatives à la propriété intellectuelle dans les accords commerciaux de l'Union Européenne : implications pour les pays en développement*, Étude commanditée par le Centre international du commerce et du développement durable (ICTSD), 2007, accessible sur <http://www.ictsd.org>, consulté le 3 décembre 2007 ; Jörg Reinbothe et Anthony Howard, « The State of Play in Negotiations on TRIPs (GATT/URUGUAY ROUND) », *EIPR*, 1991, n° 5, p. 161 ; Carlos A. Primo Braga, « Trade-Related Intellectual Property Issues : The Uruguay Round Agreement and its Economic Implications », in *Keth Maskus (Ed.), The WTO Intellectual Property Rights and the Knowledge Economy : Critical Perspectives on the Global Trading System and the WTO*, Edward Elgar Publishing Ltd, Cheltenham, 2004, p. 10 ; P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce visant à étendre et à faciliter la protection des indications géographiques », *Propr. industr.* 2007, étude 6, p. 7. Pour comprendre l'origine des normes relatives aux indications géographiques figurant dans l'Accord sur les ADPIC, voir D. Gervais, *The TRIPs Agreements : Drafting History and Analysis*, London, Sweet & Maxwell, 1998, p.119 et s.

¹¹⁶ Voir OMC, doc. MTN.GNG/NGII/W/26, 7 juillet 1988.

concurrence déloyale y compris tout acte de nature à tromper le public quant à la véritable origine du produit. Une énumération non exhaustive de tels actes est donnée :

- toute utilisation directe ou indirecte dans le commerce des produits qui ne proviennent pas du lieu indiqué ou évoqué par l'indication géographique en question ;
- toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou l'appellation ou la désignation est utilisée en traduction accompagnée des expressions telles que « genre », « type », « style », etc.
- l'utilisation par quelque moyen que ce soit dans la désignation ou la présentation du produit en vue d'évoquer un lien entre le produit avec un lieu géographique autre que celui du véritable lieu d'origine.

71. La proposition européenne accorde une attention particulière aux appellations d'origine et en particulier aux dénominations des vins et propose qu'elles bénéficient de la même protection que celle dont elles jouissent dans leur pays d'origine. Le texte propose aussi que les parties intéressées adoptent par des législations nationales des mesures adéquates en vue de prévenir que les indications géographiques ne tombent dans la dégénérescence. Enfin, à l'instar de l'Arrangement de Lisbonne, la proposition communautaire propose l'établissement d'un registre multilatéral des indications géographiques en vue de faciliter la protection de ces dernières.

72. La Suisse a soumis aussi une proposition proche de celle de la Communauté Européenne¹¹⁷. On peut noter que dans la proposition suisse, la protection s'étend aussi bien aux produits qu'aux services.

73. Les États-Unis ont également soumis au Groupe de négociation commerciale une proposition¹¹⁸ dans laquelle on trouve une protection des indications géographiques moins forte que celle de la Communauté Européenne. En effet, les États-Unis qui protègent les indications géographiques par l'enregistrement des marques collectives ou de certification ne souhaitaient pas une protection renforcée des indications géographiques.

¹¹⁷ WTO, Standards and Principles Concerning the Availability, Scope and Use of Trade-Related Intellectual Property Rights, Communication from Switzerland, MTN.GNG/NG11/W/38, 11 July 1989.

¹¹⁸ WTO, Draft Agreement on the Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Communication from the United States, MTN.GNG/NG11/W/70, 11 May 1990.

74. Quant aux pays en développement, un groupe de pays composé de l'Argentine, de la Chili, de la Chine, de la Colombie, du Cuba, de l'Égypte, de l'Inde, du Nigeria, du Pérou, de la Tanzanie et de l'Uruguay, a soumis en 1990, une proposition selon laquelle les indications géographiques seraient protégées par l'application des mécanismes de répression de la concurrence déloyale¹¹⁹. Ainsi les indications géographiques sont définies dans ladite proposition comme toute désignation, expression ou signe qui tend à indiquer qu'un produit est originaire d'un pays, région ou localité. Les pays en développement s'étant d'abord opposés à la négociation des droits de propriété intellectuelle dans le cadre du GATT, voulaient cette fois-ci une protection moins forte des indications géographiques.

75. Alors que la proposition l'UE et celle de la Suisse étaient plus élaborées, les États-Unis, ainsi qu'un groupe de pays en développement, ont présenté des dispositions moins exigeantes qui reposaient essentiellement et respectivement sur la marque et la loi sur la concurrence déloyale¹²⁰. Chaque groupe voulait en réalité une protection des indications géographiques conforme à son propre système juridique afin d'éviter à avoir à assumer des obligations supplémentaires relatives à la mise en œuvre de la protection. L'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international a engendré l'Accord sur les ADPIC qui accorde aux indications géographiques une protection dans l'espace très étendue.

Cependant, les négociateurs n'ayant pas trouvé de consensus sur un même mode de protection, l'Accord sur les ADPIC établit une hiérarchie dans la protection des produits qui pourtant répondent à la même définition, ce qui lui a valu des critiques de plusieurs auteurs et d'une partie de pays membres de l'OMC qui l'accusent d'avoir instauré un régime de protection à deux vitesses.

¹¹⁹ WTO, Communication from Argentina, Brazil, Chile, China, Colombia, Cuba, Egypt, India, Nigeria, Peru, Tanzania and Uruguay, MTN.GNG/NG11/W/71, 14 May 1990.

¹²⁰ Voir Terence P. Stewart, *The Uruguay Round: a Negotiating History (1986-1992) – Introduction and Overview*, Deventer, Kluwer Law and Taxation Publishers, 1993, p. 112 ; D. Vivas-Eugui and C. Spennemann, "The Treatment of Geographical Indications in Recent Regional and Bilateral Free Trade Agreements", in *Meir Perez Pugatch, Intellectual Property Debate: Perspectives from Law, Economics and Political Economy*, Edward Elgar Publishing, Northampton, 2006, p. 325.

§2. La protection des indications géographiques dans l'Accord sur les ADPIC: un régime à deux vitesses

76. Si l'on reconnaît à l'OMC le mérite d'avoir réussi à imposer la protection des indications géographiques à tous ses membres¹²¹, on lui reproche, en revanche, d'avoir institué deux niveaux de protection entre des produits qui ne présentent pas de différences fondamentales. En effet, l'Accord sur les ADPIC prévoit une protection générale pour toutes les indications géographiques (A) à l'exception de celles relatives aux vins et spiritueux auxquelles il confère une protection spéciale (B). La protection des vins et des spiritueux est néanmoins assortie d'exceptions qui viennent finalement en limiter la portée (C).

A. Une protection générale pour toutes les indications géographiques

77. L'Accord sur les ADPIC contient une définition souple des indications géographiques (I), ce qui permet à chaque État membre de mettre en place un régime de protection compatible avec son obligation internationale de protéger les indications géographiques (II).

I. Une définition souple

78. Aux termes de l'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC, «on entend par indications géographiques 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».

La souplesse de cette définition tient d'abord au fait que l'expression «indication géographique» a un contenu large qui recouvre toutes les indications qui renvoient à l'origine géographique d'un produit et évoquent un certain lien entre ce produit et son origine. Ainsi une indication géographique peut être un nom géographique, une dénomination traditionnelle ou historique non

géographique (mais avec une signification géographique), un mot, une expression, un emblème, un symbole ou une image qui évoque le lien entre le produit et son origine géographique¹²². Ce lien peut être fondé sur la qualité, la réputation ou une autre caractéristique du produit. Ensuite, comparée à l'appellation d'origine, la souplesse de cette définition réside dans le lien qui doit exister entre le produit et son origine géographique. Ce lien est moins étroit que celui qui est requis par la définition de l'appellation d'origine selon l'Arrangement de Lisbonne ou de l'AOP selon le Règlement (CE) n° 510/2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (ci-après dénommé Règlement (CE) n° 510/2006). Selon l'Arrangement de Lisbonne, la protection en vertu de l'appellation d'origine s'applique aux produits « dont la qualité ou les caractères sont dus *exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains* »¹²³. Ces caractères doivent être réunis dans le produit pour qu'il puisse prétendre à la protection au titre d'appellation d'origine. Le Règlement (CE) n° 510/2006 reprend ces caractères auxquels il ajoute un autre selon lequel « la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ».

79. L'Accord sur les ADPIC n'exige pas la combinaison des caractères ci-dessus, la protection s'applique plus largement aux produits qui ont soit une qualité, soit une réputation ou une autre caractéristique déterminée qui peut être attribuée essentiellement à leur origine géographique. Autrement dit, l'existence de l'un ou l'autre de ces caractères peut constituer un facteur suffisant justifiant le lien avec l'origine géographique indiquée. Aucune référence n'est faite aux facteurs naturels ou humains.

80. Le Comité permanent du droit des marques, dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) de l'OMPI a établi un document au sujet de la question de la définition des

¹²¹ Malgré les différences conceptuelles, l'Accord sur les ADPIC reste le premier traité multilatéral qui prévoit une protection étendue des indications géographiques en termes de dispositions de fond, de leur mise en oeuvre, et du nombre de pays impliqués dans cette protection.

¹²² S. Visse-Causse, *L'appellation d'origine : valorisation du territoire*, Paris, Adef, 2007, p. 93 ; J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques: Application nationale de l'Accord sur les ADPIC: Section 3 Indications géographiques », *Propr. intell.*, n° 26, janvier 2008, p. 31 ; D. Rangnekar, "Geographical indications: a Review of Proposal at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wine and Spirits" (2003), *ICTSD and UNCTAD*, Issue paper No 4, p. 3.

¹²³ Nous soulignons.

indications géographiques figurant dans l'Accord sur les ADPIC¹²⁴. Selon le SCT, le document n'a bien entendu aucun caractère normatif. Elle vise à fournir des informations concernant les éléments sur lesquels se fonde l'affirmation d'une qualité, d'une réputation ou d'autres caractéristiques ainsi que des facteurs qui sont pris en compte lorsqu'on évalue une revendication selon laquelle ces éléments peuvent "être attribués essentiellement" à l'origine géographique"¹²⁵. Le document du SCT s'interroge également sur le caractère alternatif ou cumulatif des facteurs constituant un lien entre le produit et son origine géographique.

1. Les facteurs qui déterminent le lien entre le produit et son lieu d'origine

81. La définition de l'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC soumet la protection des indications géographiques à l'existence d'une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit à condition qu'elle puisse être attribuable à une origine géographique précise.

a) La qualité

82. Les questions liées à la qualité sont souvent discutées dans le domaine agro-alimentaire où l'on voit un grand développement des signes de qualité. Ainsi les propriétés déterminantes de la qualité retenues dans ce domaine sont la santé, la sécurité, la satisfaction et le service. Ce sont les fameux « 4 S »¹²⁶. La santé est l'effet positif sur l'organisme ; la sécurité, l'absence de risque de dommage à l'organisme ; la satisfaction, l'aptitude à apporter un plaisir sensoriel (le goût) et le service, la commodité d'utilisation¹²⁷.

83. Une étude présentée lors de la Conférence régionale de la FAO en Europe en mai 2004¹²⁸ distingue trois niveaux d'approche dans l'appréciation de la qualité des produits agro-alimentaires. La qualité est d'abord entendue comme l'absence de défauts, de fraudes et de

¹²⁴ Voir OMPI, doc. SCT 9/4 et 10/4.

¹²⁵ Voir OMPI, doc. SCT 10/4, p. 2.

¹²⁶ N. Olszak, *op. cit.* p. 104 ; voir aussi Mai-Ahn Ngo, *op. cit.*, p. 17.

¹²⁷ N. Olszak, *op. cit.*, p. 104.

¹²⁸ FAO, *Sécurité sanitaire et qualités des aliments en Europe: aspects relatifs à la qualité, à l'équilibre nutritionnel, à l'importance des terres agricoles et au patrimoine culturel « terroirs »*, étude présentée à la Vingt-quatrième Conférence régionale de la FAO pour l'Europe, Montpellier, France, 5-6 mai 2004, <http://www.Fao.org/DOCREP/MEETING/007/J1875F.HTM>, consulté le 2 juillet 2007.

falsification. L'intervention de la puissance publique s'est manifestée très tôt sur ces aspects par la mise en place d'une réglementation spécifique. Une harmonisation de fait semble être de mise dans les différents États d'Europe de même qu'un consensus se dégage sur la nécessité d'une mise en œuvre généralisée de cette approche.

La qualité repose ensuite sur des propriétés attendues telles que des caractéristiques organoleptiques et nutritionnelles. Une telle conception de la qualité implique le besoin de prendre en compte les attentes légitimes des usagers et de requérir des professionnels l'apport de la garantie de cette prise en compte. Le rôle de l'État est ici de défendre l'intérêt de ses concitoyens. De la sorte, les besoins des consommateurs demeurent largement implicites et contenus dans la notion d'intérêt public. Il en est ainsi des réglementations concernant la sécurité sanitaire des aliments et d'autres caractéristiques normatives, contribuant en particulier à l'équilibre nutritionnel ou aux services.

Enfin, la qualité désigne des caractéristiques recherchées, susceptibles de donner droit à une plus-value, par exemple les modes de production (agriculture biologique, productions respectueuses de l'environnement, bien-être animal), les zones de production (territoire d'origine, montagne) et les traditions dont elles sont porteuses. Ces caractéristiques doivent être rendues explicites dans l'offre de produits afin de préciser les interventions nécessaires, les responsabilités de chaque opérateur et d'apporter la valorisation espérée. Ces trois niveaux d'approche ne se substituent pas l'un à l'autre ; ils se superposent et justifient différents niveaux d'intervention des pouvoirs publics, des opérateurs et des consommateurs.

84. La France et les autres pays de l'Union Européenne attachent une importance croissante aux repères de qualité attestés, tels que les labels agricoles, les appellations d'origine contrôlée (AOC), les appellations d'origine protégées (AOP), les indications géographiques protégées (IGP), etc. La démarche en matière de qualité y est caractérisée par un recours fréquent à l'outil réglementaire, particulièrement en France¹²⁹.

¹²⁹ Voir notamment Ordonnance n° 2006-1547 du 7 décembre 2006 relative à la valorisation des produits agricoles forestiers ou alimentaires et des produits de la mer, *J.O.* du 8 décembre 2006.

85. La qualité est, aux Etats-Unis, davantage définie par la conformité à des processus industriels et à l'absence de germes pathogènes ou de résidus toxiques. La qualité est synonyme de sécurité et de régularité, ce qui correspond davantage au concept de marque que d'indication géographique¹³⁰. Le recours à l'intervention publique y est d'autant moins nécessaire que la qualité se réduit à des aspects techniques et qu'elle est garantie par des procédures passant par le marché et mettant en jeu la réputation des entreprises. Les reconnaissances officielles de spécificités telles que les AOC ou les AOP sont difficilement acceptables aux États-Unis où elles sont considérées comme des barrières non tarifaires.

86. Une enquête de l'OMC¹³¹ auprès des pays tenus d'appliquer les dispositions énoncées dans la section relative aux indications géographiques de l'Accord sur les ADPIC révèle que le critère de qualité véhicule une dimension culturelle qui doit être prise en compte dans l'appréciation de la qualité d'un produit. L'étude indique que la mention de la "qualité" est formulée de façon différente dans les diverses définitions figurant dans les législations nationales. On trouve par exemple "qualité déterminée", "qualités particulières", "qualités", "qualité spécifique", "caractéristiques spéciales en matière de qualité", "qualité spéciale exceptionnelle, qui distingue le produit des produits génériques", "qualité supérieure" et "de première qualité" selon les normes spécifiées dans la loi pour le produit en question ou selon les normes courantes dans le secteur d'activité en question.

87. Dans le domaine agroalimentaire, la qualité des produits alimentaires perçue par les consommateurs ne recouvre pas les mêmes attributs dans tous les pays. En effet, la qualité est une construction sociale qui change avec les mutations de la société. Ce qui constitue un bien de qualité pour une société ne l'est pas nécessairement pour une autre. De même, ce qui, hier, constituait un bien de qualité pour une société déterminée ne l'est plus nécessairement aujourd'hui. La qualité est une notion éminemment subjective¹³², laissée à l'appréciation de chacun. Sa définition reflète la dimension culturelle et économique de chaque pays.

¹³⁰ M. Vincent, *Impacts de l'extension de la protection des indications géographiques dans l'Union Européenne et en Amérique du Nord*, Thèse de Doctorat, IEP, Paris 2006, p. 127 ; V. Romain-Prot, *art. cit.*, p. 432 ; voir aussi F. Barque, *art. cit.*, p. 766.

¹³¹ Voir OMC, Doc. IP/C/W253 du 4 avril 2001.

¹³² R. Serra, "European Union Policy for High Quality Agricultural Products", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing*, June 26-28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/8, p. 2. ; A. Pavlovic, *La protection*

b) La réputation

88. La réputation est une conception encore plus subjective que la qualité. La réputation d'une indication géographique est d'abord fortement liée à l'histoire et l'origine historique du produit¹³³. Il faut en conséquence décrire l'histoire du produit afin de démontrer son existence historique dans l'aire géographique et, de ce fait, sa réputation.

La réputation s'appuie ensuite 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 réputation. 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'apprécie enfin par rapport à la perception du consommateur, c'est-à-dire sur la capacité du consommateur à distinguer le produit protégé à titre d'indication géographique par rapport aux autres produits du même type ou d'un type différent. Ainsi la CJCE considère que :

« La réputation des appellations d'origine est fonction de l'image dont celles-ci jouissent auprès des consommateurs. Cette image dépend elle-même, essentiellement, des caractéristiques particulières, et plus généralement de la qualité du produit. C'est cette dernière qui fonde, en définitive, la réputation du produit. Dans la perception du consommateur, le lien entre la réputation des producteurs et la qualité des produits

communautaire des dénominations géographiques : étude du Règlement 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992, <http://www2.univ-lille2.fr/droit/documentation/rtf/floret.rtf>, consulté le 27 novembre 2007.

¹³³ SRVA, *Proposal for the Protection of Geographical indication in Lebanon*, Report on the intention of IDEAS Centre, Beirut, 7-11 February 2005, <http://www.economy.gov.lb/NR/rdonlyres/CFBCD786-0D03-4541-91AD-4BE967D9EE49/0/LibanGIRapportmission.doc>, consulté le 5 novembre 2008.

dépend, en outre, de sa conviction que les produits vendus sous l'appellation d'origine sont authentiques »¹³⁴.

89. 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. Aussi, 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.

90. En droit international, les pays qui ont adopté le modèle de Lisbonne ne mentionnent pas généralement la réputation dans leur législation nationale comme étant un élément lié à l'origine géographique du produit, alors que ceux qui se réfèrent au modèle ADPIC le font systématiquement¹³⁵. Il semble plutôt que la réputation du lieu géographique repose sur la qualité et les caractéristiques du produit pour lequel il est le plus connu¹³⁶. De ce fait, l'appréciation de la réputation diffère selon les systèmes et selon les produits et peut être effectuée sur une base locale, nationale, ou internationale.

c) Les autres caractéristiques

91. Le lien entre le produit et son origine géographique peut être également appréhendé par "d'autres caractéristiques" que la qualité et la réputation. Selon Vivas-Eugui et Spennemann, les autres caractéristiques peuvent consister en un ou plusieurs attributs tels que la couleur, la texture et la fragrance¹³⁷. Le SCT révèle qu'il est difficile de trouver des informations précises sur ces autres caractéristiques mais qu'il est envisageable de comprendre les autres caractéristiques du milieu géographique comme comprenant les facteurs naturels, tels que le sol et le climat et les facteurs humains, tels que les méthodes et conditions de production présentes sur l'aire géographique

¹³⁴ CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita SPA c/ ASDA Stores Ltd, Hygrade Foods Ltd*, aff. C-108/01, Rec. p. I-5121, paragr. 64.

¹³⁵ Voir OMC, Examen, conformément à l'article 24:2, de l'application des dispositions de la section de l'accord sur les ADPIC relative aux indications géographiques : résumé des réponses à la liste de questions (IP/C/13 ET ADD.1), Doc. IP/C/W/253/Rev.1 du 24 nov. 2003, paragr. 42.

¹³⁶ Voir OMPI, doc. SCT 10/4, p. 5.

¹³⁷ Voir D. Vivas Eugui and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 309.

concernée¹³⁸. Il faut cependant remarquer que la définition de l'accord sur les ADPIC ne mentionne pas les facteurs naturels et les facteurs humains pour, pensons-nous, s'écarter de la définition de l'appellation d'origine qui, comme nous l'avons démontré, est très stricte. Néanmoins, ce sont ces facteurs qui concourent à donner au produit sa qualité et sa réputation.

2. Le caractère alternatif ou cumulatif des facteurs constituant le lien entre le produit et son origine géographique

92. Le document du SCT s'interroge sur le caractère alternatif ou cumulatif des facteurs constituant un lien entre le produit et son origine géographique et propose que cette question puisse être examinée en rapprochant la définition de l'Arrangement de Lisbonne, avec celle de l'Accord sur les ADPIC¹³⁹. Dans cette perspective, l'Accord sur les ADPIC introduit une alternative ("une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée") tandis que la définition de l'appellation d'origine en vertu de l'Arrangement de Lisbonne mentionne expressément une combinaison de facteurs naturels et humains constituant la qualité et les caractéristiques distinctives du produit.

93. Si l'on considère la définition fournie par l'Accord sur les ADPIC, on constate que les différents critères d'attribution de l'indication géographique sont alternatifs et indépendants¹⁴⁰. Il suffit qu'un produit présente une qualité ou une réputation ou une autre caractéristique attribuable essentiellement à une origine géographique déterminée pour qu'il constitue une indication géographique. Le lien qualitatif entre le milieu géographique et le produit est moins étroit dans une indication géographique que dans une appellation d'origine. Ce choix peut être justifié par le souci de rallier un grand nombre possible de pays autour de la définition de l'indication géographique. Le SCT s'inscrit dans cette logique en soulignant qu'« 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

¹³⁸ Voir OMPI, doc. SCT 10/4, p. 5 ; voir aussi Justin Hughes, "The Spirited Debate Over Geographic Indications", *Law Review*, 2003, Vol. XX, n° X, p. 33.

¹³⁹ Voir OMPI, doc. SCT 10/4, pp. 3 et 4.

¹⁴⁰ V. Romain-Prot, *art. cit.*, p. 438.

géographiques s'appliquent non à des produits agricoles mais à des produits industriels ou artisanaux »¹⁴¹.

94. Le caractère alternatif des facteurs constituant le lien entre le produit et son origine géographique contribuent donc à assouplir la définition de l'indication géographique de manière à s'adapter aux différents systèmes de protection des indications géographiques (appellations d'origine, indications de provenance, indications géographiques protégées etc.). Elle constitue un compromis entre les différentes conceptions de la notion d'indication géographique et elle est assez pratique pour les pays en développement¹⁴². De nombreux pays l'utilisent maintenant comme fondement de leur législation nationale relative aux indications géographiques même si certains auteurs la trouvent trop large et donc vague¹⁴³. Un expert de l'OMC fait remarquer que « certaines dispositions de l'Accord sur les ADPIC ne pouvaient rallier le consensus que par une certaine « ambiguïté constructive » ou une formulation générale permettant à chaque membre d'y trouver son compte »¹⁴⁴. La souplesse de la définition proposée par l'Accord sur les ADPIC tend donc à faciliter les États à accomplir leur obligation internationale de protéger les indications géographiques.

II. L'obligation internationale de protéger les indications géographiques

95. L'article 22.2 de l'Accord sur les ADPIC oblige chaque État membre de l'OMC à prévoir les moyens juridiques capables de protéger les indications géographiques des autres États membres. À cet effet, il doit empêcher l'utilisation, dans la présentation ou la désignation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'un lieu autre que son véritable lieu d'origine, d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit.

¹⁴¹ Voir OMPI, doc. SCT 10/4, p. 4.

¹⁴² Alberto F. Ribeiro de Almeida, *art. cit.*, p. 151.

¹⁴³ Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 476 ; N. Olszak, *op. cit.* p. 119.

¹⁴⁴ Thu-Lang Tran Wasescha, *art. cit.*, p. 142.

96. D'après certains commentateurs, cette disposition constitue un « droit négatif », c'est-à-dire le droit d'empêcher plutôt que celui d'autoriser l'utilisation¹⁴⁵. Cela serait dû en partie au fait que le système de protection des indications géographiques n'impose aucun mode particulier de protection des indications géographiques. L'essentiel c'est que les titulaires des droits sur l'indication géographique soient suffisamment protégés, quel que soit le mécanisme juridique utilisé. Ainsi les "moyens juridiques" que chaque membre de l'OMC doit prévoir peuvent être des lois, des mesures administratives ou judiciaires ainsi que d'autres méthodes de protection juridique comme l'enregistrement des appellations d'origine, des marques collectives ou de certification¹⁴⁶. L'accord sur les ADPIC n'imposant aucun système particulier de protection, les Membres peuvent exploiter les différences de coût possibles associées à ces différentes options.

97. L'interprétation de l'article 22.2 (a) implique que l'indication géographique n'est protégée que lorsque son utilisation frauduleuse induit le public en erreur quant à l'origine géographique des produits. C'est-à-dire que les consommateurs achètent des produits en croyant qu'ils sont originaires de la région indiquée sur l'étiquette alors qu'ils proviennent d'ailleurs. Mais le demandeur doit prouver devant la juridiction du défendeur que le public est effectivement induit en erreur. L'accord sur les ADPIC ne précise pas ce qu'il convient de comprendre par « le public » ou le degré de confusion requise pour considérer que le public est induit en erreur. Cette formulation donne une grande marge d'appréciation aux juridictions saisies et limite l'efficacité de la protection.

98. L'article 22.2 (b) vise à empêcher toute utilisation tendant à concurrencer déloyalement une indication géographique. Le titulaire d'une indication géographique protégée doit prouver que l'utilisation de l'indication par un tiers constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 bis de la Convention de Paris (1967). Selon cette convention, un acte de concurrence déloyale est tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale. Rentrent dans cette catégorie :

- les actes de nature à créer une confusion avec les produits d'un concurrent ;
- les actes de dénigrement des produits d'un concurrent ;

¹⁴⁵ B. O'Connor, *The Law of Geographical Indications*, London, Cameron May, 2004, p. 55 ; Alberto F. Ribeiro de Almeida, *art. cit.*, p. 152.

¹⁴⁶ Voir D. Vivas Eugui and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 310.

- les indications dont l'usage est susceptible d'induire le public en erreur sur la nature, le mode de fabrication, les caractéristiques ou la qualité des marchandises.

99. Le paragraphe 3 de l'article 22 interdit les marques de commerce ou de fabrique qui induisent le public en erreur sur le lieu d'origine du produit. Il soulève ainsi la question du conflit entre une marque et une indication géographique. Selon ce paragraphe,

« Un Membre refusera ou invalidera, soit d'office si sa législation le permet, soit à la requête d'une partie intéressée, l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique ou est constituée par une telle indication, pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué, si l'utilisation de cette indication dans la marque de fabrique ou de commerce pour de tels produits dans ce Membre est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine ».

100. Il ressort de cette disposition que la protection contre l'utilisation trompeuse signifie qu'il doit être procédé à une évaluation dans chaque État membre concerné pour vérifier si les consommateurs sont induits en erreur par l'utilisation à titre de marque d'un signe semblable ou identique à l'indication géographique en question. Pour que l'enregistrement d'une marque contenant ou constituée d'une indication géographique soit refusé ou invalidé, il faut d'une part, que le produit ne soit pas originaire du territoire indiqué par la marque, et d'autre part, que l'utilisation de l'indication (dans la marque) soit de nature à induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit¹⁴⁷. Si la marque est constituée d'une fausse indication de provenance accompagnée de la mention de la véritable origine du produit (ex. California Champagne), le refus de la protection n'est pas évident, car il faut prouver, au besoin à l'aide du sondage, que le public est induit en erreur.

101. Il se pourrait aussi que l'indication géographique soit déjà enregistrée comme une marque dans le pays où la protection de l'indication géographique est demandée. Dans ce cas, les consommateurs ne sont pas non plus trompés parce qu'ils perçoivent la marque comme une

¹⁴⁷ Voir *infra*, Conditions d'enregistrement des marques géographiques, pp. 220 et s.

référence à l'entreprise et non comme une référence à l'origine géographique¹⁴⁸ (par ex. Parma Ham est une marque canadienne).

102. L'article 24.7 prévoit un délai de 5 ans pour mettre en œuvre les mesures prévues par l'article 22.3. Ce délai est calculé à partir du moment où l'usage préjudiciable de l'indication protégée sera devenu généralement connu¹⁴⁹ ou après la date d'enregistrement de la marque, à condition que la marque ait été publiée à cette date et que l'indication géographique ne soit pas utilisée ou enregistrée de mauvaise foi.

103. Quant au paragraphe 4 de l'article 22, il interdit les indications géographiques exactes qui induisent en erreur sur l'origine du produit. Ce paragraphe étend donc la protection prévue par les paragraphes 1, 2 et 3 de l'article 22 contre l'utilisation d'indications géographiques fallacieuses, c'est-à-dire les indications géographiques qui, bien qu'elles soient littéralement exactes, donnent à penser à tort au public que les produits sur lesquels elles sont apposées sont originaires d'un territoire différent¹⁵⁰. C'est le problème des produits qui viennent des régions portant un même nom mais dont l'un bénéficie d'une indication géographique alors que l'autre n'en bénéficie pas. L'indication fallacieuse est généralement de qualité inférieure et ses titulaires veulent parasiter la réputation de l'indication authentique en imitant notamment son emballage et son étiquette. Il s'agirait dans ce cas d'une concurrence parasitaire qui doit être découragée car « le crédit acquis par un commerçant dans l'esprit du public ne doit pas faciliter la vente d'un autre produit »¹⁵¹. Les consommateurs sont trompés parce qu'ils peuvent acheter des produits qui ne correspondent pas à leurs attentes quant à l'origine et la qualité¹⁵².

104. En somme, la protection de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC assure une protection de base pour tous les produits mais elle n'est pas suffisante pour empêcher les concurrents déloyaux

¹⁴⁸ Voir Burkhart Goebel, *art. cit.*, p. 4.

¹⁴⁹ Il peut être difficile de prouver à quel moment « l'usage préjudiciable de l'indication protégée sera devenu généralement connu » ; nous pensons que cela constitue une question de fait qui sera apprécié au cas par cas par le tribunal compétent.

¹⁵⁰ OMPI, SCT/6/3, 25 janvier 2001.

¹⁵¹ P. Durand, « L'évolution contemporaine du droit de la concurrence », in *Mélange en l'honneur de Paul Roubier*, Paris, Dalloz et Sirey, 1961, p. 445.

¹⁵² Voir Kamperman Sanders, *art. cit.*, p. 139.

de tirer profit de la réputation d'une indication géographique. Selon le Rapport Bizet¹⁵³, si les indications géographiques doivent être protégées simplement afin de ne pas induire le public en erreur et d'empêcher la concurrence déloyale, cela ouvre la porte à une grande incertitude juridique car l'interprétation diffère suivant les juridictions des différents pays.

105. Il faut remarquer que les voies de recours en vue de la protection des indications géographiques n'ont pas été précisées dans l'accord sur les ADPIC ; il appartient dès lors à chaque État membre de l'OMC de les prévoir. De ce point de vue, Félix Addor attire l'attention sur les inconvénients sérieux que présente la protection prévue par l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC¹⁵⁴. D'une part, la protection ne peut être invoquée qu'en cas de tromperie du public quant à la véritable origine du produit ou en cas de concurrence déloyale. Or, il n'est pas évident de prouver que le public est trompé sur la véritable origine du produit alors que celle-ci est clairement indiquée sur le produit. D'autre part, en cas de procès, il faudra prouver que l'usage fait de l'indication par le défendeur est non seulement incorrect mais aussi qu'il est trompeur ou constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 *bis* de la Convention de Paris. Cette preuve est difficile à rapporter d'autant plus que le procès se déroule devant les juridictions du pays du défendeur et la charge de la preuve incombe au demandeur¹⁵⁵, c'est-à-dire le producteur légitime dont les moyens pour faire face au coût d'un procès à l'étranger sont souvent très limités. Tout ceci montre que malgré l'apparence de la formulation de l'article 22, la mise en œuvre n'est pas évidente. L'Accord sur les ADPIC prévoit cependant une protection spéciale pour les indications géographiques des vins et des spiritueux.

¹⁵³ Voir J. Bizet, *Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale*, Rapport présenté au Premier Ministre Français, 2005, p. 28, <http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/064000198/0000.pdf>, consulté le 23 mars 2007 ; voir aussi le commentaire de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC par Mai-Anh NGO, *op. cit.*, pp. 480-484.

¹⁵⁴ Voir F. Addor, « Une meilleure protection des indications géographiques sur le plan international : une question qui nous concerne tous ? », *RPIA*, n° 2009, juillet 2002, pp. 27.

¹⁵⁵ Voir S. Visse-Causse, *op. cit.*, p. 94. L'article 22 a été interprété comme un « droit négatif », c'est-à-dire le droit d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique et non le droit d'en autoriser l'utilisation. Dès lors la charge de la preuve pour démontrer que le public est trompé sur la véritable origine du produit incombe au demandeur, c'est-à-dire au titulaire de l'indication géographique (voir B. O'Connor, *op. cit.*, p. 55). La preuve que le public est induit en erreur peut être difficile à rapporter notamment lorsque le demandeur ne maîtrise pas la loi du défendeur ou quand cette dernière ne protège pas suffisamment les indications géographiques.

B. Une protection spéciale pour les indications géographiques des vins et des spiritueux

106. L'inclusion dans l'Accord sur les ADPIC de normes de protection renforcées en faveur des vins et spiritueux ne découle pas des caractéristiques spécifiques de ces produits, mais traduit plutôt un compromis convenu lors des négociations de cet Accord¹⁵⁶. La protection des indications géographiques a été proposée et négociée par l'Union Européenne et la Suisse et son aboutissement a été atteint au prix de concessions réciproques avec les États-Unis et ses alliés¹⁵⁷.

107. La protection additionnelle accordée aux vins et aux spiritueux repose sur trois éléments essentiels :

- Une protection en dehors de tout risque de tromperie ou de concurrence déloyale (I) ;
- La nécessité d'accorder la protection à chaque indication géographique en cas d'indications homonymes (II) ;
- l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins (III).

I. Une protection en dehors de tout risque de tromperie ou de concurrence déloyale

108. L'article 23.1 dispose que chaque Membre prévoira des moyens juridiques permettant d'empêcher l'utilisation d'une indication géographique pour des vins ou des spiritueux qui ne sont pas originaires du lieu indiqué et ce même si la véritable origine du produit est mentionnée ou si l'indication est utilisée en traduction (par exemple *Burgundy* est la traduction anglaise de Bourgogne) ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « style », « imitation » (par exemple Vin mousseux type Champagne).

109. Contrairement à la protection générale conférée par l'article 22.2, l'article 23.1 ne permet pas d'échapper aux poursuites aux motifs que la véritable origine du produit est clairement

¹⁵⁶ Voir DFID, «Intégrer les droits de propriété intellectuelle et la politique de développement» : Rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle, 2002, p. 87, disponible sur : <http://www.iprcommission.org>, consulté le 25 juillet 2007.

indiquée ou qu'elle est accompagnée de mentions correctrices. Pour empêcher l'utilisation abusive d'une indication géographique, il n'est pas requis de prouver que le public est induit en erreur ou qu'un acte de concurrence déloyale a été commis, il suffit tout simplement de prouver que l'origine du produit n'est pas celle indiquée ou évoquée par l'indication géographique¹⁵⁸.

Il s'agit là d'une protection objective qui vise à empêcher l'utilisation d'une indication géographique d'un vin ou d'un spiritueux spécifique pour un autre vin ou un autre spiritueux¹⁵⁹. L'utilisation d'un nom géographique pour désigner un vin ou un spiritueux est réservée aux producteurs exerçant leurs activités dans la région dont le produit porte le nom. Les vins et les spiritueux bénéficient d'un régime plus protecteur que celui des autres produits à tel point que certains auteurs n'hésitent pas à qualifier ce régime de protection absolue¹⁶⁰.

110. D'après Anselm Kamperman Sanders, la prohibition d'utiliser les termes « genre », « type », « style », « imitation » ou similaires, en relation avec les indications géographiques des vins et des spiritueux peut être justifiée par la sauvegarde d'une technique particulière de production ou des caractéristiques particulières d'un produit¹⁶¹. Elle vise à empêcher la « dilution » de la réputation acquise grâce à la tradition de la qualité. La protection additionnelle facilite en outre une différenciation des produits et permet aux producteurs établis dans une aire géographique déterminée de préserver leurs méthodes de production, de maintenir le niveau de qualité et de rémunérer les producteurs¹⁶². À notre avis, ce raisonnement, bien qu'exact, ne justifie pas que cette protection additionnelle soit réservée aux vins et spiritueux car ceux-ci ne sont pas les seuls

¹⁵⁷ Des concessions ont été faites non seulement dans le cadre de la propriété intellectuelle, mais également en relation avec d'autres domaines sensibles comme l'agriculture, l'accès au marché et les textiles. Voir à ce sujet : Thu-Lang Wasescha, *art. cit.*, p. 42.

¹⁵⁸ Voir P. Ravillard, « La protection du produit : des indications d'origine au droit des marques, les enjeux économiques », *Revue Lamy Droit des affaires*, n° 26, avril 2008, p. 71.

¹⁵⁹ Voir L. Blakeney, *L'extension de la protection des indications géographiques prévue par l'Accord sur les aspects de droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce pour les vins et les spiritueux aux autres produits*, mémoire de DEA, Strasbourg, Université Robert Schuman, 2003-2004, p. 21.

¹⁶⁰ Carlos M. Correa, Carlos M. Correa, "Protection of Geographical Indications in CARICOM Countries", p. 8, disponible sur : <http://www.crn.org/documents/studies/Geographical%20Indications%20-%20Correa.pdf>, consulté le 4 avril 2009 ; Kasturi Das, "International Protection of India's Geographical Indications with Special Reference to "Darjeeling" Tea, *JWIP*, (2006)Vol. 9, n° 5, p. 464 ; Jinghua Zou, *art. cit.*, p. 1156 ; Kal Raustiala and Stefen R. Munzer, "The Global Struggle over Geographical indications", *EJIL* (2007), Vol. 18 No. 2, 337• 365.

¹⁶¹ A. Kamperman Sanders, «Future Solutions for Protecting Geographical Indications Worldwide », in Chr. Heath and A. Kamperman (Eds), *op. cit.*, pp. 139-140.

¹⁶² *Ibid.*

produits à être tributaires d'une technique particulière de production ou d'une tradition de la qualité. De nombreux autres produits possèdent aussi ces caractéristiques.

111. Cette protection additionnelle qui rend indisponible l'utilisation d'une indication géographique aux producteurs non installés dans la région désignée par cette indication constitue un outil de marketing considérable¹⁶³. Elle a été négociée par l'UE afin de protéger son agriculture traditionnelle contre la concurrence des produits issus de l'agriculture industrielle. Cependant cette protection additionnelle ne joue qu'entre les produits similaires, par exemple entre les vins ou entre les spiritueux et non entre les produits différents, par exemple les vins et les spiritueux. Une indication géographique portant sur un vin peut parfaitement être utilisée pour désigner un spiritueux ou un autre produit, pourvue que cette utilisation ne soit pas trompeuse.

II. La nécessité d'accorder la protection à chaque indication géographique en cas d'indications homonymes

112. Le problème d'homonymie se pose lorsque la même dénomination a été adoptée dans des pays différents à titre d'indication géographique. Aux termes de l'article 23.3 de l'Accord sur les ADPIC, « En cas d'homonymie d'indications géographiques pour les vins, sous réserve des dispositions du paragraphe 4 de l'article 22, chaque Membre fixera les conditions pratiques dans lesquelles les indications homonymes en question seront différenciées les unes des autres, 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 ».

113. Le terme « homonyme » est défini par le Dictionnaire Le Petit Robert comme des mots de prononciation identiques et de sens différents, qu'ils soient de même orthographe ou non. Dès lors, une indication géographique homonyme réfère, comme le note Sergio Escudero, non à une même indication pour les produits différents mais plutôt à une même indication pour des produits identiques mais originaires des lieux différents¹⁶⁴. Cette définition illustre bien le problème que

¹⁶³ F. Addor, *art. cit.*, p. 27.

¹⁶⁴ S. Escudero, "International Protection of Geographical Indications and Developing Countries", *South Center*, Geneva, Working Paper, July 2001, note 66.

peut créer l'utilisation des indications homonymes pour les vins qui sont originaires de pays différents. On peut donner ici l'exemple de *Rioja* qui est le nom d'une région viticole en Espagne et en Argentine. Le problème se pose lorsque la même indication est utilisée sur un même marché pour désigner les mêmes produits qui pourtant sont d'origines différentes. Dans ce cas, il n'y a pas de doute que le public sera confus surtout si l'une des indications est plus notoire que l'autre. Le public pourrait acheter du *Rioja* argentin en croyant acheter du *Rioja* espagnol.

114. L'Accord sur les ADPIC résout le problème en reconnaissant la coexistence des indications géographiques homonymes à condition que les États concernés prévoient des mesures de différenciation dans l'intérêt aussi bien des producteurs que des consommateurs¹⁶⁵. L'article 23.3 prévoit que la protection sera accordée à chaque indication sous réserve des dispositions du paragraphe 4 de l'article 22. Celui-ci dispose que la protection des indications géographiques sera applicable contre une indication géographique qui, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits sont originaires, donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire. Dans cette dernière hypothèse, l'utilisation d'une indication géographique homonyme serait interdite si les produits qu'elle désigne n'ont pas la qualité ou la réputation possédée par les produits sur lesquels une autre indication géographique est utilisée, à condition cependant que cette homonymie induise le public en erreur.

115. Il y a lieu de se demander où réside finalement la protection additionnelle en cas d'indications géographiques homonymes pour les vins. Si les indications géographiques homonymes peuvent coexister et bénéficier d'une même protection suivant des conditions pratiques à fixer par chaque membre de l'OMC, on peut craindre un préjudice à l'égard des producteurs et des consommateurs dont le sort est abandonné à la discrétion des États quant à la façon de différencier les indications géographiques homonymes.

La protection additionnelle aurait dû consister à déterminer des conditions objectives permettant de différencier les indications homonymes sur un même marché tout en sauvegardant les intérêts

¹⁶⁵ Voir art. 23.3 de l'Accord sur les ADPIC. Les mesures de différenciation peuvent être un étiquetage différent qui permet aux consommateurs de faire leur choix en connaissance de cause.

des producteurs et des consommateurs. Il convient de remarquer que l'article 23.3 ne mentionne pas les spiritueux, ce qui laisse croire que l'obligation de protéger les indications géographiques homonymes n'existe qu'en faveur des vins.

III. L'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour des vins

116. L'Accord sur les ADPIC, loin d'être un consensus, traduit un compromis entre les négociateurs. Sa conclusion ne signifiait pas que tous les sujets ayant fait l'objet de négociation étaient épuisés. Certaines questions sont restées en suspens et ont été renvoyées aux négociations ultérieures dont celle relative à la mise en place d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques des vins (art. 23.1). Ne s'étant pas mis d'accord sur ce système, les négociateurs de l'Accord sur les ADPIC sont convenus que des négociations se poursuivraient au Conseil des ADPIC « en vue d'accroître la protection d'indications géographiques particulières au titre de l'article 23 » (art. 24.1).

117. Des divergences d'interprétation existent au sujet des articles 23.4 et 24.1 quant à la question de savoir si l'objectif du système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques est de faciliter la mise en œuvre de la protection des vins déjà prévue par l'Accord sur les ADPIC ou l'augmentation de cette protection. Les négociations énoncées par l'article 24.1 ont fait l'objet de la Déclaration ministérielle de Doha (Qatar)¹⁶⁶ mais se sont heurtées à de nombreux blocages dus aux différences de points de vue sur l'augmentation de la protection des indications géographiques pour les vins et la valeur juridique du registre des indications géographiques. Nous reviendrons sur cette question dans la deuxième partie de notre étude.

¹⁶⁶ Voir OMC, *Quatrième déclaration ministérielle de Doha*, 9-13 novembre 2001, Doc. WT/MIN(01)/DEC/1, par. 18.

118. En définitive, la protection additionnelle concernant les vins et spiritueux ne confère pas une protection absolue car elle est atténuée par de nombreuses exceptions qui viennent légitimer « les errements du passé »¹⁶⁷.

C. Les exceptions à la protection spéciale des vins et spiritueux

119. L'article 24 de l'Accord sur les ADPIC contient dans ses paragraphes 4 à 9 une série d'exceptions destinées à maintenir l'équilibre des droits des différents titulaires d'indications géographiques¹⁶⁸ et permettre la mise en œuvre de la protection prévue par l'Accord. On peut grouper ces exceptions en deux catégories :

- celles dictées par la nécessité de maintenir les droits acquis et l'usage de bonne foi d'une indication géographique (I) ;
- celles relatives à la protection des dénominations devenues génériques ou qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine (II).

I. Le maintien des droits acquis et l'usage de bonne foi d'une indication géographique

120. « Aucune disposition (...) n'exigera d'un Membre qu'il empêche un usage continu et similaire d'une indication géographique particulière d'un autre Membre identifiant des vins ou des spiritueux » (art. 24.4). Cette exception limite la protection prévue pour les vins et les spiritueux, en reconnaissant des droits acquis sur une fausse indication géographique, à condition toutefois que l'utilisation ait été continue pour une période d'au moins 10 ans avant le 15 avril 1994¹⁶⁹ ou ait été faite de bonne foi avant cette date. L'Accord sur les ADPIC a donc conféré aux pays qui utilisent les indications géographiques d'autres pays, soit comme marques ou soit comme termes

¹⁶⁷ Alberto F. Ribeiro de Almeida, *art. cit.*, p. 151. L'auteur utilise l'expression « *past sins* » que l'on peut traduire littéralement par les « péchés du passé ».

¹⁶⁸ Voir D. Rangnekar, "Geographical indications: a Review of Proposal at the TRIPS Council..." *art. cit.*, p. 5 ; L'article 24, comme l'écrit F. Addor, est l'illustration de l'équilibre délicat qui a présidé à l'adoption des dispositions relatives à la protection des indications géographiques. Les exceptions sont le reflet de la position des pays qui ne voulaient pas que la protection renforcée des indications géographiques remette en cause leurs « droits acquis » (voir F. Addor, *art. cit.*, p. 26).

¹⁶⁹ C'est la date de la signature de l'Accord de Marrakech instituant l'organisation mondiale du commerce.

génériques, le droit de continuer à les utiliser¹⁷⁰. Cette disposition introduit ce qu'on a appelé la « clause du grand-père » (*Grand father clause* en anglais). L'utilisation dans les conditions définies par le paragraphe 4 de l'article 24 ci-dessus constitue un droit acquis qui ne doit pas être remis en cause¹⁷¹.

121. Cette exception prouve, selon certains auteurs¹⁷², que la protection conférée par l'article 23 aux vins et spiritueux ne vaut que pour l'avenir et pour les nouvelles indications géographiques. Elle a été instaurée en vue de ne pas contraindre les nouveaux pays producteurs de vins¹⁷³ qui ont adopté des indications de vins qui correspondent à des appellations d'origine européennes (par ex. Champagne, Chablis, Porto, Rioja, etc.) à les abandonner, ce qui leur aurait imposé des coûts énormes de réétiquetage et de marketing et aurait entraîné des pertes de parts de marché importantes. Une jurisprudence de la CJCE semble remettre en cause ce principe des droits acquis lorsqu'elle interprète les articles 22 à 24 de l'accord sur les ADPIC comme voulant signifier que lorsqu'il s'agit « d'un cas tel que celui au principal qui concerne une homonymie entre une indication géographique d'un pays tiers et une dénomination reprenant le nom d'un cépage utilisé pour la désignation et la présentation de certains vins communautaires qui en sont issus, ces dispositions n'exigent pas que cette dénomination puisse continuer à être utilisée à l'avenir nonobstant la double circonstance qu'elle ait été utilisée dans le passé par les producteurs concernés soit de bonne foi soit pendant au moins dix ans avant le 15 avril 1994 et qu'elle indique clairement le pays, la région ou la zone d'origine du vin protégé de sorte à ne pas induire le consommateur en erreur »¹⁷⁴.

¹⁷⁰Voir Th. Cottier and P. Véron, *Concise International and European IP Law: TRIPS, Paris Convention, European Enforcement and Transfer of Technology*, Kluwer Law International, 2008, p. 71. Il s'agit essentiellement des pays qui produisent du vin et qui concurrencent l'UE sur le marché du vin. On peut citer les États-Unis, l'Australie, l'Afrique du Sud, le Canada et le Chili. L'UE a dû recourir aux accords commerciaux bilatéraux afin de mettre fin à cette utilisation qu'elle considère comme une usurpation de son « patrimoine gastronomique ».

¹⁷¹ Voir P. Arhel, « Cycle de Doha : bilan et perspective », *Rec. Dalloz*, n° 28 du 19 juillet 2007, p. 1986, voir aussi Voir L. Lorvellec, « Les aspects récents de la protection internationale des appellations d'origine contrôlées », in *Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997, p. 335

¹⁷² Voir D. Vivas and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 311 ; S. Visse-Causse, *op. cit.*, p. 96.

¹⁷³ Ces pays communément appelés pays du Nouveau monde sont les États-Unis, l'Australie, le Canada, l'Afrique du Sud, le Chili ou encore l'Argentine.

¹⁷⁴ CJCE, 12 mai 2005, *Regione autonoma Friuli-Venezia Giulia et Agenzia regionale per lo sviluppo rurale (ERSA) c/ Ministero delle Politiche Agricole e Forestali*, Aff. C-347/03, paragr. 114, disponible sur <http://curia.europa.eu>

122. Le paragraphe 5 reconnaît la coexistence des indications géographiques avec les marques géographiques. Deux cas concernant les marques géographiques sont ainsi prévus :

- une marque qui a été enregistrée de bonne foi ou dont les droits sur cette marque ont été acquis par un usage de bonne foi avant l'entrée en vigueur de l'accord sur les ADPIC dans le pays concerné, restera une marque valide (art. 24.5 a)) ;
- une marque enregistrée avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine reste valide (art. 24.5 b)).

On remarque que si cette protection est accordée, cela ne devrait pas préjudicier « 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 géographique ». Cette formulation de l'article 24.5 *in fine* permet la coexistence d'une marque antérieure avec une indication géographique. Cette exception vise à résoudre le conflit entre les indications géographiques et les marques et à atténuer la possibilité de refuser l'enregistrement ou d'invalider une marque dans les cas prévus par les articles 22.3 et 23.2 de l'accord sur les ADPIC. Mais la question reste de savoir si cette exception concerne toute indication géographique ou si elle s'applique uniquement aux vins et aux spiritueux. Des prises de position dans les deux sens existent¹⁷⁵.

123. L'AIDV, lors de sa réunion du 25 au 29 septembre 2004 à Seattle, a émis une résolution sur l'article 24.5 de l'Accord sur les ADPIC en ces termes : « La coexistence d'une marque et d'une indication géographique identique ou similaire devrait généralement être évitée à cause de risques de confusion pour le public et de développement de comportements commerciaux parasitaires »¹⁷⁶. La résolution reconnaît toutefois que des exceptions justifiées peuvent être admises, selon les cas. Les facteurs à prendre en considération pour des exceptions devraient notamment comprendre : la bonne foi ou son absence, le degré relatif de reconnaissance publique, l'étendue relative des investissements, et la possibilité d'utiliser d'autres désignations¹⁷⁷.

¹⁷⁵ Pour ces différentes positions, voir B. O'Connor, *op. cit.*, p. 63 ; voir aussi OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », COM/AGR/APM/TD/WP(2000)15/FINAL, janvier 2001, paragr. 72).

¹⁷⁶ Voir Association Internationale des Juristes du Droit de la Vigne et du Vin /International Wine Law Association, *Résolution sur les marques et indications géographiques / Resolution on Trademarks and Geographical Indications*, SEATTLE, 25-29 September 2004, disponible sur <http://epi.univ-paris1.fr/>, consulté le 2 mai 2009.

¹⁷⁷ *Ibid.*

124. Le paragraphe 8 de l'article 24 de l'Accord ADPIC, quant à lui, autorise « toute personne d'utiliser, au cours d'opérations commerciales, son nom ou celui de son prédécesseur en affaires, sauf si ce nom est utilisé de manière à induire le public en erreur ». Il est très courant que les personnes utilisent leurs noms dans les affaires, soit comme marque, soit comme nom commerciale. Certaines personnes dont les noms correspondent à une indication géographique renommée pourraient être tentées de profiter de la réputation acquise par cette indication géographique en utilisant leurs noms pour identifier leur commerce. Cette disposition interdit donc l'utilisation des noms de famille qui induisent en erreur sur l'origine des produits. Par exemple, un certain Monsieur Bergerac, négociant en vin, voudrait utiliser son nom comme marque de ses vins. Il en résulterait une confusion avec l'AOC Bergerac. Par conséquent, M. Bergerac ne serait pas autorisé à utiliser son nom dans le commerce du vin.

II. L'absence d'obligation de protéger les dénominations devenues génériques ou qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine

125. Le paragraphe 6 de l'article 24 autorise les États à ne pas protéger les indications géographiques d'un Membre pour les produits ou services « dont l'indication pertinente est identique au terme usuel employé dans le langage courant comme nom commun de ces produits ou services (...) ou nom usuel d'une variété de raisin ».

Lorsqu'une dénomination géographique utilisée initialement pour désigner un produit particulier est devenue un terme usuel employé dans le langage, elle est considérée comme générique et aucun membre de l'OMC n'est obligé d'en assurer la protection sur son territoire. C'est ainsi que les États-Unis ont refusé la protection à l'appellation d'origine française *Chablis* en alléguant que ce produit est perçu comme un terme générique pour désigner n'importe quel vin blanc. La France a perdu le procès devant les tribunaux américains car elle n'a pas pu prouver que les consommateurs américains perçoivent le terme *Chablis* comme désignant un vin provenant de la région portant ce nom en France¹⁷⁸.

¹⁷⁸ L. Lorvellec, *art. cit.*, p. 335.

Il se pourrait aussi que le nom qui est protégé dans son pays d'origine comme une indication géographique soit devenu ou a toujours été considéré comme un terme générique dans le pays où la protection est demandée. En conséquence, les consommateurs ne seraient pas induits en erreur puisqu'ils percevraient le nom comme un terme générique et pas comme une indication de l'origine géographique du produit en question. La question s'est posée notamment au Canada où les appellations d'origine européennes comme Bordeaux, Chianti, Malaga, Médoc, Claret, Bourgogne, etc., étaient traitées comme des termes génériques. Les recours judiciaires introduits devant les tribunaux canadiens, notamment par le Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB) n'avaient pas abouti parce que le CIVB n'a pas réussi à convaincre les juges que les consommateurs canadiens associent ces noms à une origine géographique particulière. Il a fallu un accord bilatéral entre le Canada et l'Union Européenne pour mettre fin à ce conflit¹⁷⁹.

126. S'agissant des noms usuels de variétés de raisins, la CJCE a jugé que cette disposition prévoit une faculté et non une obligation pour la Communauté d'accorder une protection à une variété de raisin ou de vigne communautaire, notamment si celle-ci est l'homonyme d'une indication géographique relative à un vin originaire d'un pays tiers¹⁸⁰.

127. L'exception de l'article 24.6 ne concerne pas uniquement les vins et les spiritueux mais s'applique à tous les produits¹⁸¹. Ainsi, les indications géographiques comme *Jambon de Parme*, *Cheddar*, *Chablis*, etc. sont considérées comme des termes génériques aux États-Unis et dans beaucoup d'autres pays alors qu'elles bénéficient de la protection dans leurs pays d'origine respectifs. On voit bien qu'une indication géographique sera traitée comme un terme générique en considérant sa situation dans le pays où la protection est demandée, ce qui représente le danger de laisser la protection des indications géographiques étrangères à la discrétion des États violateurs¹⁸².

¹⁷⁹ Voir Accord entre la CE et le Canada sur les vins et les spiritueux: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0377en01.pdf. Pour un aperçu de cet accord, voir J.-C. Boze et J.-F. Nadon, "Give me a cup of sack, boy!": why Bordeaux, Chianti, and Médoc are not generic denominations in Canada anymore?" 10 *Drake J. Agric. L.* 247.

¹⁸⁰ CJCE, 12 mai 2005, *Regione autonoma Friuli-Venezia Giulia et Agenzia regionale per lo sviluppo rurale (ERSA) c/ Ministero delle Politiche Agricole e Forestali*, préc.

¹⁸¹ Voir Th. Cottier and P. Véron, *op. cit.*, p. 72.

¹⁸² *Ibid.* p. 313 ; Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 485.

Pour éviter le préjudice que le recours à cette exception pourrait causer aux pays titulaires d'indications géographiques traitées comme génériques dans les pays tiers, l'Union européenne conclut avec ces pays des accords commerciaux bilatéraux visant à mettre un terme à l'utilisation abusive de ses noms de vins et de spiritueux¹⁸³. Cette pratique est conforme à l'Accord sur les ADPIC qui exige de manière générale un minimum de protection des droits de propriété intellectuelle et envisage aussi la possibilité d'accroître la protection des indications géographiques particulières¹⁸⁴.

128. Le paragraphe 9 de l'article 24 permet d'exclure de la protection les indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine : « Il n'y aura pas obligation en vertu du présent accord de protéger des indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui cessent de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays ». C'est ici qu'apparaît le problème de la protection des indications géographiques des pays en développement. En effet, de nombreux noms désignant des produits spécifiques des pays en développement sont exploités sans contrepartie par les pays développés qui les ont enregistrés comme marques ou les utilisent comme des termes génériques. Les titulaires légitimes de ces noms se voient ainsi interdire leur utilisation sur les marchés extérieurs ou se voient refuser la protection sous prétexte que ces noms sont devenus génériques. De nombreux exemples peuvent être mentionnés comme Basmati, Rooibos, Kiondo, Mocha et bien d'autres.

129. Il faut noter que les pays en développement ont remarquablement tardé à reconnaître le potentiel d'indications géographiques dont ils disposent. Certains n'avaient pas (et n'ont toujours

¹⁸³L'objectif essentiel des accords de l'UE sur les vins et les spiritueux vise la reconnaissance mutuelle des IG spécifiques et aussi la suppression progressive de l'utilisation des termes vins d'origine européenne, qui a parfois obtenu un statut générique et descriptif dans l'autre pays ou groupe de pays (voir M. Santa Cruz, *art. cit.* p. 28). On peut mentionner entre autres :

- l'Accord conclu entre la CE et le Mexique concernant la reconnaissance mutuelle et la protection des dénominations dans le secteur des boissons spiritueuses (JO L 152, 11/06/1997, pp. 16-26) ;
- l'Accord conclu entre la CE et l'Afrique du Sud relatif au commerce du vin (JO L 28, 30/01/2002) ;
- l'Accord entre l'Australie et la CE sur les vins et les spiritueux : <http://www.austlii.edu.au/au/other/dfat/treaties/1994/6.html> ;
- l'Accord entre la CE et le Canada sur les vins et les spiritueux: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0377en01.pdf ;
- l'Accord d'Association entre l'UE et le Chili : http://www.sice.oas.org/Trade/chieu_e/cheuin_e.asp ;
- l'Accord entre la CE et les États-Unis d'Amérique sur le commerce du vin: http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_087/l_08720060324en00020074.pdf.

¹⁸⁴ Voir P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 10 ; voir aussi article 24.1 de l'Accord sur les ADPIC.

pas) de législation pouvant protéger les indications géographiques avant l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC. Des pays comme l'Afrique du Sud ou l'Inde se sont rendu compte que les noms de leurs produits traditionnels avaient été enregistrés à l'étranger comme marques de commerce ou étaient traitées comme des termes génériques au préjudice des producteurs locaux qui ne pouvaient plus utiliser ces dénominations sur le marché extérieur¹⁸⁵. Faute de protection nationale, il est difficile d'empêcher les concurrents d'adopter ces dénominations à titre de marques ou de les traiter comme des termes génériques. La protection et le maintien de celle-ci sont des préalables pour prétendre à une protection à l'étranger et pouvoir recourir, en cas de nécessité, à la procédure de règlement des différends relatifs aux indications géographiques devant l'OMC.

§3. Le règlement des différends relatifs aux indications géographiques devant l'OMC

130. L'OMC a élaboré un mécanisme multilatéral solide de règlement des différends capable de combler les lacunes des systèmes du GATT de 1947¹⁸⁶ et de l'OMPI¹⁸⁷. L'accord instituant l'OMC prévoit un système commun de règlement des différends applicable à l'ensemble des instruments juridiques qui sont annexés à cet accord¹⁸⁸. Ce système s'applique donc aux litiges qui surgissent entre États membres quel que soit l'instrument juridique dont ils relèvent. Les différends qui surgissent de l'application ou de l'interprétation de l'Accord sur les ADPIC sont donc soumis à la procédure générale de règlement des différends de l'OMC prévue par le

¹⁸⁵ Pour l'Afrique du Sud, voir le cas du thé Rooibos, *infra*, pp. 271 et s. ; pour l'Inde, voir le cas du riz Basmati, *infra*, pp. 266 et s.

¹⁸⁶ Le mécanisme de règlement des différends institué par le GATT de 1947 reposait sur la conciliation. L'adoption des décisions était souvent bloquée par l'absence de consensus.

¹⁸⁷ Les conventions de l'OMPI engageaient un nombre limité d'États membres, les participants variant d'une convention à l'autre, ces conventions ne comportaient pas de mécanismes de résolution des différends et ne spécifiaient pas de peines permettant de sanctionner les États qui ne respecteraient pas les droits de propriété intellectuelle (voir OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », *préc.*, paragr. 74).

¹⁸⁸ Il s'agit, en plus de l'Accord instituant l'OMC lui-même, du GATT de 1994, des Accords multilatéraux sur le commerce des marchandises, de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS), de l'Accord sur les ADPIC et du Mémorandum d'accord sur les règles et procédures régissant le règlement des différends. Le seul instrument juridique qui n'est pas régi par ce système est l'Annexe 3 relative aux Mécanismes d'examen des politiques commerciales (MEPC). Voir aussi Peter Van den Bossche, *The Law and Policy of the World Trade Organization: Texts, Cases and Materials*, Cambridge University Press, 2006, p. 188 ; Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 472 ; Th. Dumont, « La défense des produits agricoles de qualité dans le commerce international », *RD rur.*, n° 246, oct. 1996, p. 376.

Mémoire d'accord sur les règles et procédures régissant le règlement des différends (ci-après dénommé MRD)¹⁸⁹ (A).

En matière d'indications géographiques, l'application du système de règlement des différends devant l'OMC est illustré par le différend Etats-Unis / Australie et Union Européenne relatif à la protection des marques et indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires¹⁹⁰. En tant que premier différend réglé par l'OMC dans ce domaine, il mérite qu'on lui consacre un commentaire (B).

A. Procédure de règlement des différends devant l'OMC

131. Il résulte de l'article 64.1 de l'Accord sur les ADPIC que tout litige entre États membres relatif à la mise en œuvre de cet accord peut être réglé conformément aux dispositions des articles XXII et XXIII du GATT de 1994, telles qu'elles sont précisées et mises en application par le MRD¹⁹¹. Celui-ci prévoit différents modes possibles de règlement des différends comme le recours à l'arbitrage¹⁹², les bons offices, la conciliation et la médiation¹⁹³ ou encore l'établissement de groupes spéciaux. Il semble que, dans la pratique, seule la procédure de l'établissement des groupes spéciaux ait été largement utilisée par les membres de l'OMC¹⁹⁴. Le déroulement de cette procédure est prévu par le MRD qui institue deux organes de règlement des différends : l'Organe de règlement des différends (ORD) (II) et l'Organe d'appel (III). Mais avant de recourir à cette procédure contradictoire, les parties doivent tenter de régler leur différend à l'amiable par voie de consultations (I).

¹⁸⁹ Voir Annexe 2 de l'Accord instituant l'OMC. Le Mémoire de règlement des différends succède au Mécanisme de règlement des différends qui, sous l'égide du GATT, se particularisait par ses lenteurs, ses incohérences et par une mise en œuvre au caractère aléatoire et inadapté. Pour plus de détail sur la procédure de règlement des différends au sein de l'OMC, voir C.-E. Côté, *op. cit.*, pp. 60 et s.

¹⁹⁰ Voir OMC, Doc. WT/DS174/R et WT/DS290.

¹⁹¹ Voir articles 3 et 4 du MRD.

¹⁹² Voir article 25 du MRD.

¹⁹³ Voir article 5 du MRD.

¹⁹⁴ Voir E. Canal-Forgues, *Le règlement des différends à l'OMC*, 3^e éd., Bruxelles, Bruylant, 2008, p. 51.

I. Les consultations

132. Dans le cas où un membre de l'OMC considérerait qu'un avantage résultant pour elle directement ou indirectement d'un des accords de l'OMC (par exemple l'Accord sur les ADPIC) se trouve annulé ou compromis, ou que la réalisation de l'un des objectifs de l'Accord est entravée d'une façon ou d'une autre, ledit membre pourra, en vue de parvenir à un règlement satisfaisant de la question, adresser à l'autre membre une demande écrite de consultations¹⁹⁵. La procédure de consultation est prévue par l'article 4 du MRD. Ainsi, il est prévu que « Chaque Membre s'engage à examiner avec compréhension toutes représentations que pourra lui adresser un autre Membre au sujet de mesures affectant le fonctionnement de tout accord visé prises sur son territoire et à ménager des possibilités adéquates de consultation sur ces représentations »¹⁹⁶.

133. En principe, si une demande de consultations est formulée en vertu d'un accord visé, le Membre auquel la demande est adressée y répondra¹⁹⁷. Toute demande de consultation sera motivée et notifiée à l'ORD¹⁹⁸. Les consultations seront confidentielles et sans préjudice des droits que tout Membre pourrait exercer dans une suite éventuelle de la procédure¹⁹⁹. Au cours des consultations, les parties devraient s'efforcer d'arriver à un règlement satisfaisant de la question²⁰⁰. Si ces discussions n'aboutissent pas, elles peuvent aussi demander au Directeur général de l'OMC d'intervenir comme médiateur ou de toute autre manière (art. 5).

Si les consultations n'aboutissent pas à un règlement du différend dans les 60 jours suivant la date de réception de la demande de consultations, la partie plaignante pourra demander l'établissement d'un groupe spécial²⁰¹. Cette demande est adressée à l'ORD.

¹⁹⁵ Voir articles XXII et XXIII du GATT 1994.

¹⁹⁶ Article 4.2 du MRD.

¹⁹⁷ Article 4.3 du MRD.

¹⁹⁸ Article 4.4 du MRD.

¹⁹⁹ Article 4.6 du MRD.

²⁰⁰ Article 4.5 du MRD.

²⁰¹ Article 4.7 du MRD. Le Groupe spécial est un organe regroupant les trois arbitres désignés pour trancher un différend porté devant l'ORD en première instance. Ses décisions sont susceptibles d'appel.

II. Le déroulement de la procédure devant l'ORD

134. Lorsque l'ORD est saisi d'une demande d'établissement d'un groupe spécial, il doit le mettre en place, à moins que ses membres ne décident par consensus de ne pas établir de groupe spécial²⁰². L'ORD est donc responsable de l'administration des règles et procédures. Il est seul compétent pour établir des « groupes spéciaux » composés d'experts chargés d'examiner l'affaire et adopter ou rejeter leurs conclusions ou les résultats de la procédure d'appel. Il surveille la mise en œuvre des décisions et recommandations, et est habilité à autoriser l'adoption des mesures de rétorsion si un pays ne se conforme pas à une décision (art. 2).

Dans les cas où les règles et procédures du MRD prévoient que l'ORD doit adopter une décision, il doit le faire suivant la technique dite de « consensus négatif » qui veut dire que la décision est réputée adoptée sauf si un consensus se dégage contre cette adoption²⁰³. La note de bas de page du paragraphe 4 de l'Article 2, précise comment doit être entendu ce consensus: «L'ORD sera réputé avoir pris une décision par consensus sur une question dont il a été saisi si aucun Membre, présent à la réunion de l'ORD au cours de laquelle la décision a été prise, ne s'oppose formellement à la décision proposée».

135. Le groupe spécial a officiellement pour tâche d'aider l'ORD à énoncer des décisions ou recommandations, mais comme son rapport ne peut être rejeté que par consensus à l'ORD, il est difficile d'infirmer ses conclusions. Les constatations du groupe doivent être fondées sur les accords invoqués. Le rapport final du groupe spécial doit en principe être communiqué aux parties au différend dans un délai de six mois. En cas d'urgence, notamment lorsqu'il s'agit de produits périssables, ce délai est ramené à trois mois.

136. Le Mémoire d'accord énonce en détail les procédures de travail des groupes spéciaux²⁰⁴. Les principales étapes sont les suivantes:

- avant la première réunion, chaque partie au différend expose par écrit au groupe spécial ses arguments ;

²⁰² Article 6.1 du MRD.

²⁰³ Voir H. Ruiz Fabri, *op. cit.*, p. 91 ; voir aussi B. Taxil, *op. cit.*, p. 138.

²⁰⁴ Voir Appendice 3 Procédure de travail.

- le ou les pays plaignants, le pays mis en cause, et ceux qui ont déclaré avoir un intérêt dans le différend, présentent leurs arguments à la première réunion du groupe spécial ;
- les pays concernés présentent des réfutations écrites et des arguments oraux à la deuxième réunion du groupe spécial ;
- si une partie soulève des questions de caractère scientifique ou technique, le groupe spécial peut consulter des experts ou désigner un groupe d'experts chargé d'établir un rapport consultatif ;
- le groupe spécial remet aux deux parties les sections descriptives (éléments factuels et arguments) de son projet de rapport et leur donne un délai de deux semaines pour présenter leurs observations. Ce rapport ne contient pas les constatations et conclusions ;
- le groupe spécial soumet ensuite un rapport intérimaire comprenant ses constatations et conclusions aux deux parties, qui disposent d'un délai d'une semaine pour demander un réexamen ;
- la phase de réexamen ne doit pas dépasser deux semaines²⁰⁵ ;
- un rapport final est transmis aux deux parties et, trois semaines plus tard, il est distribué à tous les Membres de l'OMC.

137. La phase finale du processus correspond à l'adoption du rapport. Si le groupe spécial conclut que la mesure commerciale incriminée est effectivement contraire à un Accord de l'OMC ou à une obligation dans le cadre de l'OMC, il peut alors recommander qu'une partie se conforme aux règles de l'OMC et suggérer la façon pour y parvenir. Le rapport du groupe spécial est adopté dans les 60 jours suivant la date de sa distribution aux Membres de l'OMC, à moins qu'il ne fasse l'objet d'une procédure d'appel (art. 16).

²⁰⁵ Pendant cette période, le groupe spécial peut tenir d'autres réunions avec les deux parties.

III. L'Organe d'appel

138. La procédure d'appel démarre lorsqu'une des parties en litige s'oppose aux conclusions du groupe spécial. L'affaire est alors portée devant l'Organe d'appel, une des instances permanentes de l'ORD. Dans le souci d'impartialité, l'Organe d'appel comprend des personnes dont l'autorité est reconnue, qui auront fait la preuve de leur connaissance du droit, du commerce international et des questions relevant des accords visés en général. Elles ne doivent avoir aucune attache avec une administration nationale. La durée de la procédure proprement dite ne doit pas dépasser 60 jours. L'appel doit se limiter aux questions de droit abordées par le rapport du groupe spécial et aux interprétations de la législation données par celui-ci (art. 17). L'Organe d'appel peut confirmer, modifier ou infirmer les constats et conclusions juridiques du groupe spécial. Le rapport de l'Organe d'appel est automatiquement adopté par l'ORD à moins que celui-ci ne décide par consensus de le rejeter, dans les 30 jours suivant sa distribution aux Membres de l'OMC. Tout rapport adopté doit être accepté sans condition par les parties en litige.

139. L'ORD surveille la mise en œuvre des recommandations émanant du groupe spécial ou de l'Organe d'appel et demande en particulier au perdant de l'informer de ses intentions concernant leur mise en œuvre. Si celui-ci ne peut se conformer immédiatement aux recommandations, il pourra profiter d'un délai - pouvant aller jusqu'à 15 mois - pour apporter les changements requis. A défaut de le faire dans le délai convenu, le plaignant peut demander l'application de mesures de réparation ou d'un arbitrage (art. 21 et 25). Le niveau des mesures de réparation jugé admissible par l'OMC est généralement équivalent au niveau des dommages et préjudices subis par le plaignant. Si le perdant estime ce niveau de sanction injuste, c'est-à-dire supérieur au niveau des dommages et préjudices, il peut demander un arbitrage. L'appel peut aboutir à la confirmation, à la modification ou à l'infirmité des constatations et conclusions juridiques du groupe spécial. La durée de la procédure ne doit pas dépasser, en principe, 60 jours, et en aucun cas 90 jours.

140. Si la mise en œuvre des recommandations n'a pas eu lieu dans les délais impartis ou lorsqu'un État refuse d'appliquer les recommandations du groupe spécial, la partie plaignante peut suspendre les concessions ou d'autres obligations en ce qui concerne le même secteur que celui dans lequel le groupe spécial ou l'Organe d'appel a constaté une violation ou autre annulation ou réduction d'avantages (art. 22.3 a)). Si cette partie considère qu'il n'est pas possible

ou efficace de recourir à ces mesures dans le même secteur, elle peut agir dans d'autres secteurs au titre du même accord (art. 22.3 b)). En cas de circonstances « suffisamment graves », la partie plaignante peut être autorisée par l'ORD à suspendre des concessions ou d'autres obligations au titre d'un autre accord (art. 22.3 c)). C'est le système de sanctions croisées qui s'explique par l'obligation de respecter l'ensemble des accords constituant l'OMC²⁰⁶.

141. Les pays en développement font l'objet d'un traitement particulier notamment par l'extension des délais de procédure dans le but de mieux préparer leur argumentation. Les PMA bénéficient de la procédure spéciale de l'article 24 alinéa 1, qui prévoit que « s'il est constaté qu'une mesure prise par un pays moins avancé Membre a pour effet d'annuler ou de compromettre des avantages, les parties plaignantes feront preuve de modération lorsqu'elles demanderont une compensation ou l'autorisation de suspendre l'application de concessions ou d'autres obligations ». En cas de violation de l'Accord, la sanction peut être soit la suspension des avantages prévus par cet Accord (par exemple le traitement national), soit la suspension des avantages d'une autre nature (par exemple l'avantage agricole, etc.). De l'avis d'un auteur²⁰⁷, les pays en développement pourraient bénéficier d'une atténuation des sanctions en évoquant les dispositions prévues par l'article 21 alinéa 2, selon lesquelles «une attention particulière devrait être accordée aux questions qui affecteraient les intérêts des pays en développement Membres pour ce qui est des mesures qui auraient fait l'objet des procédures du règlement des différends»²⁰⁸.

²⁰⁶ J. Schmidt-Szalewski, « L'Application des accords sur les droits de propriété intellectuelle qui sont liés au commerce (ADPIC) en Asie », in *L'éveil de l'Asie à la propriété industrielle, Actes de Colloque des 11 et 12/1/2006, organisé par l'Académie des sciences et l'Académie des sciences morales et politiques*, Paris, Éditions Tec & Doc, 2007, p. 194.

²⁰⁷ Ibrahima Camara, « ADPIC : historique et fondement de l'accord », <http://www.ppl.nl/bibliographies/wto/files/2188.pdf>, consulté le 15 janvier 2009.

²⁰⁸ Pour une étude approfondie des sur le déroulement de la procédure de règlement des différends à l'OMC, voir notamment E. Canal-Forgues, *op. cit.*, pp. 51 et s.

B. Le différend États-Unis / Australie et les Communautés européennes relatif à la protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires

142. Le différend soumis à l'ORD portait principalement sur deux questions²⁰⁹. En premier lieu, la compatibilité du Règlement n° 2081/92 du Conseil, du 14 juillet 1992, relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires (Règlement CEE n° 2081/92) avec l'obligation du traitement national tel que prévue par l'Accord sur les ADPIC et le GATT de 1994. En second lieu, la protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires non européens dans l'UE. Les lignes qui suivent présentent brièvement les faits de la cause (I), les questions importantes tranchées par l'ORD (II) ainsi que les conséquences des conclusions du Groupe spécial sur le Règlement CEE n° 2081/92 (III).

I. Résumé des faits

143. Le 1^{er} juin 1999, les États-Unis ont demandé l'ouverture de consultations avec l'UE concernant le manque allégué de protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires non européens. Les États-Unis considéraient que le Règlement CEE n° 2081/92 était discriminatoire à l'égard des indications géographiques étrangères et n'assurait pas une protection suffisante des marques non européennes. Ils estimaient qu'une telle situation était incompatible avec les obligations qui incombent à l'UE en vertu de l'Accord sur les ADPIC. Les deux parties ont eu des consultations conformément à l'article 4 du MRD mais n'ont pas pu régler leur différend à l'amiable.

144. Le 4 avril 2003, les États-Unis ont complété leur demande de consultation par une demande additionnelle au sujet de la protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires dans l'UE. D'après les États-Unis, le règlement en cause limitait l'accès des ressortissants des autres Membres de l'OMC aux procédures et à la

protection communautaires concernant les indications géographiques prévues dans le Règlement CEE n° 2081/92. Ils alléguaient que le règlement était incompatible avec les articles 2, 3, 4, 16, 22, 24, 63 et 65 de l'Accord sur les ADPIC ainsi que les articles I^{er} et III:4 du GATT de 1994.

145. Le 17 avril 2003, l'Australie s'est jointe à la demande des États-Unis ²¹⁰ en demandant l'ouverture des consultations avec les CE au sujet de la protection des marques et de l'enregistrement des indications géographiques dans les CE. D'après l'Australie, le Règlement CEE n° 2081/92 et ses mesures connexes étaient incompatibles avec les obligations qui incombent aux CE en vertu des articles 1^{er}, 2, 3, 4, 16, 20, 22, 24, 41, 42, 63 et 65 de l'Accord sur les ADPIC, des articles Ier et III du GATT de 1994, de l'article 2 de l'Accord sur les obstacles techniques au commerce (OTC)²¹¹ et de l'article XVI:4 de l'Accord sur l'OMC.

146. Le 18 août 2003, les États-Unis et l'Australie ont demandé séparément à l'ORD l'établissement d'un groupe spécial. À sa réunion du 29 août 2003, l'ORD a reporté l'établissement de groupes spéciaux. Suite à une deuxième demande des États-Unis et de l'Australie, l'ORD a établi un seul groupe spécial à sa réunion du 2 octobre 2003. Le 13 février 2004, les États-Unis et l'Australie ont demandé au Directeur général de déterminer la composition du Groupe spécial. Le 23 février 2004, le Directeur général a arrêté la composition du Groupe spécial qui a rendu son rapport le 15 mars 2005, lequel fut adopté par l'ORD le 20 avril 2005.

II. Les principales questions examinées et les conclusions du Groupe spécial

147. Deux questions principales examinées par le Groupe spécial caractérisent ce différend : la portée du principe du traitement national dans les accords commerciaux multilatéraux (1) et de la protection des marques antérieures à l'enregistrement des indications géographiques (2).

²⁰⁹ Pour l'ensemble des questions traitées dans ce différend, voir OMC, *Communautés Européennes- Protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, Rapport du Groupe spécial*, WT/DS174/R, 15 mars 2005.

²¹⁰ Voir plainte de l'Australie (WT/DS290)

²¹¹ L'Accord sur les obstacles techniques au commerce vise à faire en sorte que les règlements, les normes et les procédures d'essai et de certification ne créent pas d'obstacles non nécessaires.

1. La portée du principe du traitement national dans les accords commerciaux multilatéraux

148. Les États-Unis alléguaient que le Règlement CEE n° 2081/92 ne garantissait pas aux titulaires d'indications géographiques étrangers le même accès et les mêmes avantages qu'il le faisait pour les citoyens de l'UE, violant ainsi le principe du traitement national²¹². Cinq aspects du Règlement CEE n° 2081/92 étaient considérés comme non compatibles avec l'obligation du traitement national : la disponibilité de la protection, la procédure de demande d'enregistrement, la procédure d'opposition, les mesures de contrôle et les prescriptions en matière d'étiquetage. Sur chaque aspect les États-Unis alléguaient que le Règlement CEE n° 2081/92 violait les obligations de traitement national en vertu des l'article 3.1 de l'accord sur les ADPIC et III.4 du GATT 1994.

149. Le principe du traitement national est énoncé dans le GATT de 1994 ainsi que dans l'Accord sur les ADPIC d'une manière un peu différente. Aux termes de l'article III.4 du GATT, « Les produits du territoire de toute partie contractante importés sur le territoire de toute autre partie contractante ne seront pas soumis à un traitement moins favorable que le traitement accordé aux produits similaires d'origine nationale en ce qui concerne toutes lois, tous règlements ou toutes prescriptions affectant la vente, la mise en vente, l'achat, le transport, la distribution et l'utilisation de ces produits sur le marché intérieur ».

Selon l'article 3.1 de l'accord sur les ADPIC, « Chaque Membre accordera aux ressortissants des autres Membres un traitement non moins favorable que celui qu'il accorde à ses propres ressortissants en ce qui concerne la protection²¹³ de la propriété intellectuelle, sous réserve des exceptions déjà prévues dans, respectivement, la Convention de Paris (1967), (...) ». La note 3 de l'Accord sur les ADPIC précise la "protection" dont il s'agit dans cette disposition « englobera

²¹² Cette allégation était prouvée par le fait que plus de 700 indications géographiques européennes étaient enregistrées en vertu dudit règlement et aucune indication géographique émanant d'un pays tiers (voir OMC, Doc. WT/DS 174/R paragr. 7.139).

²¹³ La note 3 de l'Accord sur les ADPIC ajoute la précision suivante : « Aux fins des articles 3 et 4, la "protection" englobera les questions concernant l'existence, l'acquisition, la portée, le maintien des droits de propriété intellectuelle et les moyens de les faire respecter ainsi que les questions concernant l'exercice des droits de propriété intellectuelle dont le présent accord traite expressément ».

les questions concernant l'existence, l'acquisition, la portée, le maintien des droits de propriété intellectuelle et les moyens de les faire respecter ainsi que les questions concernant l'exercice des droits de propriété intellectuelle dont le présent accord traite expressément ».

150. Il ressort de la comparaison de ces deux dispositions que la définition du traitement national selon l'Accord ADPIC s'applique aux personnes alors que celle du GATT s'applique aux produits²¹⁴. Le fait que les États-Unis et l'Australie invoquaient le manquement du Règlement CEE n° 2081/92 à ses obligations de traitement national en vertu de ces deux dispositions, l'UE y voyait un « chevauchement systématique » de ses obligations²¹⁵ mais le Groupe spécial en a conclu que « le traitement national au titre de l'article 3:1 de l'Accord sur les ADPIC garantit *l'égalité effective des possibilités* pour les ressortissants en ce qui concerne la protection des droits de propriété intellectuelle, alors que le traitement national au titre du GATT de 1994 garantit *l'égalité des conditions de concurrence* entre les produits »²¹⁶. En conséquence, le sens ordinaire des textes de l'Accord sur les ADPIC et du GATT de 1994, ainsi que de l'article II:2 de l'Accord sur l'OMC, pris conjointement, indiquent que les obligations au titre de l'Accord sur les ADPIC et du GATT de 1994 peuvent coexister et qu'un accord ne l'emporte pas sur l'autre²¹⁷.

151. À l'issue de l'examen des allégations des États-Unis et de l'Australie au sujet des aspects sur lesquels le Règlement CEE n° 2081/92 est présumé violer les obligations de traitement national, le Groupe spécial a souscrit au point de vue des États-Unis et de l'Australie, selon lequel le Règlement CEE n° 2081/92 ne prévoit pas d'accorder le traitement national aux détenteurs des droits et aux produits des autres Membres de l'OMC, parce que:

²¹⁴ Voir Keith E. Maskus, *Intellectual Property Rights in the Global Economy*, Washington, DC: Institute for International Economics, 2000, disponible sur http://www.petersoninstitute.org/publications/chapters_preview/99/2iie2822.pdf, consulté le 12 mars 2007 ; A. Tankoano, art. cit., p. 437 ; Voir aussi Th. Christoforou, « L'accord du Cycle d'Uruguay sur les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (« TRIPS ») : Une première analyse à la lumière du droit communautaire » in F. Thiébaud (dir.), *La Communauté Européenne et le GATT : évaluation des accords du cycle d'Uruguay*, Rennes, Éd. Apogée, 1995, p. 146. Pour une analyse de la portée du principe de traitement national dans le cadre des accords commerciaux voir Chr. Charlier & Mai-Anh Ngo, "An analysis of the European Communities : Protection of Trademarks and Geographical Indications for Agricultural Products and Foodstuffs Dispute", *JWIP*, (2007)Vol. 10 no 3/4, p. 171.

²¹⁵ Voir paragr. 7.205 du rapport du Groupe spécial.

²¹⁶ Voir paragr. 7.206 du rapport du Groupe spécial. Nous soulignons.

²¹⁷ Voir paragr. 7.208 du rapport du Groupe spécial.

- l'enregistrement d'une indication géographique d'un pays extérieur à l'UE est subordonné au fait que le gouvernement de ce pays adopte un système de protection des indications géographiques équivalent au système de l'UE et offre une protection réciproque aux indications géographiques de l'UE ;
- les procédures prévues par le Règlement CEE n° 2081/92 exigent que les demandes et les oppositions émanant des autres Membres de l'OMC soient examinées et transmises par les gouvernements de ces Membres, et exigent que ces gouvernements utilisent des systèmes de contrôle des produits similaires à ceux des États Membres de l'UE.

152. En conséquence, le Groupe spécial a demandé à l'UE de modifier le Règlement CEE n° 2081/92 de manière à assurer l'accès direct à son système sans intervention des gouvernements des pays tiers. Ce Règlement a été néanmoins reconnu tout à fait compatible avec les obligations de l'UE en matière de traitement national dans le cadre de l'OMC en ce qui concerne les structures de contrôle des produits²¹⁸ et les prescriptions en matière d'étiquetage²¹⁹.

2. La protection des marques antérieures à l'enregistrement des indications géographiques

153. Les États-Unis faisaient valoir que le Règlement CEE n° 2081/92 était incompatible avec l'article 16:1 de l'Accord sur les ADPIC parce qu'il ne garantissait pas que le titulaire d'une marque puisse empêcher les utilisations d'indications géographiques dans les cas où une telle utilisation entraînerait un risque de confusion avec une marque antérieure²²⁰. En conséquence, la coexistence d'une marque antérieure et d'une indication géographique organisée par l'article 14.2 du Règlement CEE n° 2081/92 remettait en cause les droits des titulaires des marques.

154. Aux termes de l'article 16 :1 de l'Accord sur les ADPIC,

²¹⁸ Les structures de contrôle constituent la pierre angulaire du système européen de protection des indications géographiques. Elles permettent de vérifier que pour chaque indication géographique, les conditions géographiques sont remplies pour qu'elle puisse bénéficier d'un haut niveau de protection. La suppression des structures de contrôle tel que le réclamaient les États-Unis aurait entraîné le démantèlement du système européen (Voir Chr. Charlier et Mai-Anh Ngo, *art. cit.*, p. 178).

²¹⁹ Voir paragr. 8.1 du rapport du Groupe spécial.

²²⁰ Voir paragr. 7.512 du rapport du Groupe spécial.

« Le titulaire d'une marque de fabrique ou de commerce enregistrée aura le droit exclusif d'empêcher tous les tiers agissant sans son consentement de faire usage au cours d'opérations commerciales de signes identiques ou similaires pour des produits ou des services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque de fabrique ou de commerce est enregistrée dans les cas où un tel usage entraînerait un risque de confusion. En cas d'usage d'un signe identique pour des produits ou services identiques, un risque de confusion sera présumé exister. Les droits décrits ci-dessus ne porteront préjudice à aucun droit antérieur existant et n'affecteront pas la possibilité qu'ont les Membres de subordonner l'existence des droits à l'usage ».

155. L'UE a répondu que cette allégation était sans fondement pour plusieurs raisons: 1) l'article 14, paragraphe 3, du Règlement CEE n° 2081/92 empêche, en fait, l'enregistrement d'indications géographiques dont l'utilisation entraînerait un risque de confusion avec une marque antérieure ; 2) l'article 24:5 de l'accord sur les ADPIC prévoit la coexistence des indications géographiques et des marques antérieures²²¹ ; 3) l'article 24:3 de l'accord sur les ADPIC oblige les Communautés européennes à maintenir la "coexistence" ; et 4) en tout état de cause, l'article 14, paragraphe 2, du Règlement serait justifié en tant qu'exception limitée au titre de l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC²²².

Le Groupe spécial a souscrit au point de vue de l'UE mais seulement en ce qui concerne la 4^e raison selon laquelle, l'article 14, paragraphe 2, du Règlement serait justifié en tant qu'exception limitée au titre de l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC²²³.

²²¹ La coexistence signifie que lorsqu'une indication géographique est enregistrée postérieurement à une marque semblable, le propriétaire de la marque doit accepter l'utilisation de l'indication mais uniquement pour les produits originaires de la région désignée par l'indication.

²²² Voir paragr. 7.513 du rapport du Groupe spécial.

²²³ Voir paragr. 7.688 du rapport du Groupe spécial : « (...) en ce qui concerne la coexistence d'IG avec des marques antérieures, le Règlement est incompatible avec l'article 16:1 de l'Accord ADPIC mais que, sur la base des éléments de preuve qui lui ont été présentés, cela est justifié au regard de l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC. L'article 24:3 et l'article 24:5 de l'Accord sur les ADPIC sont inapplicables ». D'après l'article 17, les Membres peuvent prévoir des exceptions limitées aux droits conférés par une marque de fabrique ou de commerce, par exemple en ce qui concerne l'usage loyal de termes descriptifs, à condition que ces exceptions tiennent compte des intérêts légitimes du titulaire de la marque et des tiers. Le Groupe spécial considère que l'exception créée par le Règlement tient compte des intérêts légitimes des tiers au sens de l'article 17. « Bien que les IG soient des droits de propriété intellectuelle et non des termes purement descriptifs, la fonction des termes visés dans l'exemple est analogue à une fonction descriptive des IG et apporte un soutien contextuel à l'idée que l'intérêt des utilisateurs d'IG à utiliser le nom d'un lieu pour désigner leurs produits est "légitime" ».

156. La question de la coexistence²²⁴ des marques avec les indications géographiques telle qu'elle est tranchée par le Groupe spécial illustre la différence de conception quant au mode de protection des produits agricoles et des denrées alimentaires²²⁵. L'UE attache une importance capitale aux indications géographiques. Elle en a fait l'un des piliers de la Politique agricole commune (PAC)²²⁶ et leur protection est souvent invoquée dans les négociations de l'OMC sur l'agriculture en tant qu'elles constituent les moyens légaux les mieux appropriés pour protéger les produits agricoles et les denrées alimentaires²²⁷. Selon le Livre vert sur la qualité des produits agricoles²²⁸, la Communauté a enregistré près de 3000 indications géographiques. Ce chiffre est bien entendu inférieur par rapport aux marques communautaires enregistrées mais il illustre l'intérêt que l'UE attache aux indications géographiques. Les États-Unis accordent, en revanche, une plus grande importance aux marques et n'ont pas en conséquence de législation spécifique sur les indications géographiques. Cela ne veut cependant pas dire qu'ils ne protègent pas les indications géographiques. « Idaho potatoes », « Florida oranges » et « Washington Apples » sont des exemples d'indications géographiques américaines, mais elles sont protégées par le droit des marques de certification²²⁹.

²²⁴ Le Groupe spécial utilise le terme "coexistence" pour désigner « un régime juridique dans le cadre duquel une IG et une marque peuvent toutes deux être utilisées en même temps dans une certaine mesure quand bien même l'utilisation de l'une d'entre elles ou des deux porterait par ailleurs atteinte aux droits conférés par l'autre » (Voir paragr. 7.514 du rapport du Groupe spécial).

²²⁵ Pour un commentaire sur ce conflit, voir Michel Handler, « The WTO Geographical Indications Dispute », (2006) 69(1) *MLR* 70-91 ; voir aussi Voir Chr. Charlier et Mai-Anh Ngo, *art. cit.*, p. 178.

²²⁶ Voir A. Profeta et al., « The Protection of Origins for Agricultural Products and Foods in Europe : Status Quo, Problems and Policy Recommendations for the Green Book », *JWIP* (2009) vol. 12 no 6, p. 622 ; T. Josling, « The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict », *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 3, 2006, 337-363, spécialement p. 346.

²²⁷ Voir paragr. 7.396 du rapport du Groupe spécial ; voir aussi le point de vue de la Commission Européenne : « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006.

La France qui est considérée comme le leader européen de la protection forte des indications géographiques a consacré, par sa jurisprudence, la primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques (voir G. Le Tallec, « La primauté des appellations d'origine contrôlée sur les marques », in *Mélanges dédiés à Paul Mathély*, Paris, Litec, 1990, pp. 248-255.

²²⁸ Commission des communautés européennes, Livre vert sur la qualité des produits agricoles: normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité, COM(2008) 641 final.

²²⁹ Pour une comparaison des systèmes Français et américain de protection des indications géographiques, voir Molly Torsen, "Apples and Oranges: French and American Models of Geographic Indications Policies Demonstrate an International Lack of Consensus", 95 *Trademark Rep.* 1415.

III. Les conséquences des conclusions du Groupe spécial sur le Règlement CEE n° 2081/92

157. Dans l'ensemble, les conclusions du Groupe spécial ont satisfait les deux parties²³⁰. L'UE voit son Règlement CEE n° 2081/92 déclaré compatible, dans l'ensemble, avec les exigences de l'Accord ADPIC sauf en ce qui concerne les obligations de traitement national en vertu des l'article 3.1 de cet accord sur les ADPIC. Les critiques à ce sujet concernent :

- les conditions d'équivalence et de réciprocité, telles qu'elles s'appliquent à la disponibilité de la protection pour les indications géographiques ;
- la procédure de demande d'enregistrement, dans la mesure où elle nécessite l'examen et la transmission des demandes par les gouvernements ;
- les procédures d'opposition, dans la mesure où elles nécessitent la vérification et la transmission des oppositions par les gouvernements ;
- les prescriptions imposant la participation des gouvernements aux structures de contrôle au titre de l'article 10, et la transmission de la déclaration par les gouvernements au titre de l'article 12 *bis*, paragraphe 2, point b)²³¹ du Règlement CEE n° 2081/92.

En conséquence, le Groupe spécial recommande, conformément à l'article 19:1 du MRD²³², que les Communautés européennes rendent le Règlement conforme à l'Accord sur les ADPIC et au GATT de 1994²³³.

158. À la suite de ce rapport, l'UE a abrogé le Règlement CEE n° 2081/92 et l'a remplacé par un nouveau²³⁴ afin de tenir compte des recommandations du Groupe spécial²³⁵. Les conclusions de

²³⁰ Voir H. Ruiz Fabri et P. Monnier, « Organisation Mondiale du Commerce : chronique du règlement des différends 2004 », *Journal du Droit International – Clunet*, 2005, n° 3, pp. 961-968 ; E. Gutierrez, « Geographical indicators: a Unique European Perspective on Intellectual Property », 29 *Hastings Int'l & Comp. L. Rev.* 29, p. 48 ; N. Olszak, « Les nouveaux règlements européens sur les appellations d'origine et indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties », *RD rur.*, n° 343, mai 2006, p. 9.

²³¹ Voir paragr. 8.1. d) du rapport du Groupe spécial.

²³² Cette disposition prévoit que dans les cas où un groupe spécial ou l'Organe d'appel conclura qu'une mesure est incompatible avec un accord visé, il recommandera que le Membre concerné la rende conforme audit accord.

²³³ Voir paragr. 8.4.

²³⁴ Il s'agit du Règlement (CE) n° 510/2006, 20 mars 2006, *JOUE* n° L 093, 31 mars 2006, p. 12.

²³⁵ Par exemple l'article 12 du Règlement CEE n° 2081/92 prévoyait que les produits alimentaires originaires de pays tiers ne bénéficient de la protection en vertu du règlement que s'il existe dans leur pays d'origine une réglementation assurant une protection équivalente et que si ce pays est en mesure d'accorder une protection équivalente aux produits de l'UE. Le nouveau Règlement (CE) n° 510/2006 abandonne cette condition jugée discriminatoire et

ce dernier ont ainsi permis l'ouverture du système européen à l'enregistrement des indications géographiques des pays tiers²³⁶. C'est ainsi qu'en juin 2005, la Fédération nationale des producteurs de café de Colombie a déposé auprès de la Commission de l'UE une demande d'enregistrement de la dénomination *Café de Colombia*²³⁷ en tant qu'IGP qui a fait l'objet d'une publication au Journal Officiel de l'Union Européenne du 15 décembre 2006. Par son Règlement (CE) n° 1050/2007 du 12 septembre 2007, la Commission a enregistré *Café de Colombia* en tant qu'IGP²³⁸. *Café de Colombia* devint ainsi la première indication géographique non européenne à être protégée par le Règlement (CE) n° 510/2006. La Chine a également déposée en juillet 2007, une demande d'enregistrement pour dix produits dont sept en tant qu'AOP et trois en tant qu'IGP²³⁹. L'Inde a fait de même en novembre 2007 pour sa célèbre indication géographique Darjeeling²⁴⁰

159. Il faut cependant noter que la mise en conformité avec l'Accord sur les ADPIC n'est pas la seule raison de l'abrogation du Règlement CEE n° 2081/92 car une simple modification des dispositions litigieuses aurait suffi. C'est plutôt le souci de clarté et de transparence du système qui justifie l'abrogation et le remplacement du règlement comme l'indique le 20^e considérant de son préambule.

160. Les États-Unis et l'Australie, de leur côté, ont été satisfaits par le fait qu'ils ont obtenu le renforcement du principe du traitement national et que leurs indications géographiques ainsi que celles des autres membres de l'OMC peuvent bénéficier de la protection sur le territoire de l'UE sans devoir mettre en place un système équivalent au règlement européen.

dispense en outre les producteurs des pays tiers de l'obligation de passer par leurs gouvernements dans la procédure de demande d'enregistrement des dénominations géographiques ; ils peuvent désormais s'adresser directement à la Commission (art. 5.9 et 7.2) ; Voir dans ce sens R. Serra, « European Union Policy for High Quality Agricultural Products », in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, 26-28 juin 2007*, WIPO/GEO/BEI/07/8, p. 15 ; Luis Gonzalez Vaqué, « Les indications géographiques et appellations d'origine : interprétation et mise en œuvre du nouveau règlement n° 510/2006 », *Revue du droit de l'Union Européenne*, 4/2006, pp. 812-813 ; T. Josling, *art. cit.*, p. 353.

²³⁶ V. Ruzek, « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », *RD rur.*, n° 373, mai 2009, p. 10, T. Josling, *art. cit.*, p. 353.

²³⁷ Voir Luis Fernando Samper, *art. cit.* ; voir aussi J. Passa, *Droit de la propriété industrielle, T. 1 Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, Paris, L.G.D.J., 2006, p. 613.

²³⁸ *JOUE*, n° L. 240 du 13 Septembre 2007, pp. 7-8.

²³⁹ Voir S. Marette, R. Clemens and B. Babcock, "Recent International and Regulatory Decisions about Geographical Indications", *Agribusiness*, Vol. 24, Issue 4, oct. 2008, p. 467.

²⁴⁰ Voir I. Kireeva and B. O'Connor, "Geographical Indications and the TRIPS Agreement: What Protection is provided to Geographical Indications in WTO Members?", *JWIP*, Earlier View, Sept. 2009, p. 18.

Le règlement de ce conflit confirme ce que Bérangère Taxil écrivait déjà en 1998 en ces termes : « Ne pouvant plus utiliser les moyens de sanctions unilatérales, les États-Unis utilisent le système de l'OMC comme moyen de pression, avec une certaine efficacité : dans l'ensemble, les pays assignés devant l'organe de règlement des différends ont modifié leur législation²⁴¹ ».

161. Ce différend réglé par l'OMC est le premier en matière d'indications géographiques mais cela ne signifie pas que les conflits internationaux relatifs à cette matière sont rares, tout simplement les États évitent le plus possible d'être attirés devant les organes de règlement des différends de l'OMC. Ils préfèrent régler leurs différends par voie de consultations bilatérales²⁴² ou dans le cadre des accords commerciaux bilatéraux ou régionaux consacrés partiellement ou exclusivement à la protection de la propriété intellectuelle. Le chapitre qui suit examine la place des indications géographiques dans les structures régionales de protection de la propriété intellectuelle.

²⁴¹ B. Taxil, *op. cit.*, p. 98.

²⁴² Voir Xu Yi-chong, "Last chance ? Multilateralism, TRIPS and Developing Countries", in *Justin Malbon and Charles Lawson (Eds), Interpreting and Implementing TRIPS Agreement*, Edward Elgar Publishing Limited, Northampton, 2008, p. 68.

CHAPITRE II : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES STRUCTURES RÉGIONALES DE PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

162. En marge de l'Accord sur les ADPIC, des structures régionales de protection de la propriété intellectuelle se sont développées dans les quatre coins du monde. Dans certains cas, la propriété intellectuelle est protégée dans le cadre des accords commerciaux régionaux plus étendus. Ce regain de régionalisme peut s'expliquer, en partie, par une certaine « désillusion » vis-à-vis des négociations multilatérales de plus en plus longues et complexes²⁴³. Il peut également être justifié par la reconnaissance progressive des avantages de la coopération régionale. Ainsi, après le constat du rôle d'accélérateur des échanges joué par l'Union européenne, de plus en plus d'accords commerciaux ont été conclus dans toutes les régions du monde et la protection de la propriété intellectuelle y occupe une place importante. Dans le cadre de cette étude, nous examinerons la protection des indications géographiques au sein de l'Union Européenne (Section 1) et dans les autres structures régionales en dehors de l'Europe (Section 2).

Section 1: La protection des indications géographiques au sein l'Union Européenne

163. Le Traité de Rome créant la Communauté Économique Européenne (CEE), devenue le Traité de l'Union Européenne depuis le Traité de Maastricht du 7 février 1992²⁴⁴ (ci-après dénommé « Traité instituant la Communauté européenne »), ne contient pas de dispositions expresses concernant la propriété intellectuelle. Comme on le sait, les droits de propriété intellectuelle sont de nature monopolistique et territoriale. Le titulaire d'un droit national de propriété intellectuelle peut s'opposer à l'importation de produits couverts par son droit. Il en résulte que le principe de la libre circulation des marchandises et des services qui constitue l'un des piliers sur lesquels repose la construction de la Communauté, est mis à mal par l'exercice

²⁴³ Pour de plus amples explications sur les raisons de l'accroissement des accords commerciaux bilatéraux, voir UNDP, *Human Development Report 2005: Market Access as a Substitute for Development? North-South Regionalism in Latin America*, Occasional Paper, http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2005/HDR2005_Diana_Tussie_and_Cintia_Quiliconi_24.pdf, consulté le 7 février 2008.

²⁴⁴ Voir la version consolidée du Traité sur l'Union Européenne dans le *JOUE*, n° C 321 E/1 du 29 décembre 2006.

d'un droit de propriété intellectuelle. Or les marchandises et les services destinés à circuler librement au sein de la Communauté contiennent généralement des droits de propriété intellectuelle. Afin de concilier le principe de la libre circulation des marchandises (Sous-section 1) et la nature des droits de propriété intellectuelle, le Traité instituant la Communauté Européenne prévoit que la protection de la propriété industrielle et commerciale est susceptible de constituer une exception au principe de la libre circulation des marchandises (Sous-section 2).

Sous-section 1 : Le principe de la libre circulation des marchandises

164. Le principe de la libre circulation des marchandises est énoncé aux articles 28 et 29 du Traité instituant la Communauté Européenne. Selon ce principe, les restrictions quantitatives à l'importation (art. 28) et à l'exportation (art. 29), ainsi que toutes mesures d'effet équivalent, sont interdites entre les États membres. Ce principe s'applique d'après l'article 23, al. 2, aux produits qui sont originaires des États membres, ainsi qu'aux produits en provenance de pays tiers qui se trouvent en libre pratique dans les États membres.

165. Le principe de la libre circulation des marchandises vise à décourager et à vaincre les tendances protectionnistes des États qui essaieraient d'entraver l'entrée sur leur marché intérieur des marchandises en provenance des autres États membres de l'Union Européenne, soit par le recours aux droits de douane à l'importation et à l'exportation et de toutes taxes d'effet équivalent, soit par des restrictions quantitatives à l'importation et à l'exportation, ainsi que toutes mesures d'effet équivalent.

166. La jurisprudence de la CJCE précise le sens des notions de restriction quantitative et de mesure d'effet équivalent dans les arrêts « Cassis de Dijon »²⁴⁵ et « Dassonville »²⁴⁶.

Dans l'arrêt « Cassis de Dijon », l'Allemagne avait interdit l'importation de la liqueur de cassis de Dijon à un importateur allemand, au motif que sa teneur en alcool était inférieure au taux minimal prescrit par le droit allemand. La Cour a soutenu que puisque cette liqueur était licitement

²⁴⁵ CJCE, 20 février 1979, *Rewe-Zentral AG c/ Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, Aff. C-120/78, Rec. p. 649.

²⁴⁶ CJCE, 11 juillet 1974, *Procureur du Roi c/ Benoît et Gustave Dassonville*, aff. C-8/74, Rec. p. 837.

produite et vendue en France, la législation allemande apportait une restriction à la libre circulation des marchandises et a expliqué le sens de la notion de mesures d'effet équivalent en ces termes :

« La notion de "mesures d'effet équivalent à des restrictions quantitatives à l'importation", figurant à l'article 30 du Traité CEE, est à comprendre en ce sens que relève également de l'interdiction prévue par cette disposition la fixation d'une teneur minimale en alcool pour les boissons spiritueuses destinées à la consommation humaine, fixée par la législation d'un État membre, lorsqu'il s'agit de l'importation de boissons alcoolisées légalement produites et commercialisées dans un autre État membre ».

167. La Cour a alors conclu qu'il n'y a aucun motif valable d'empêcher que des boissons alcoolisées, à condition qu'elles soient légalement produites et commercialisées dans l'un des États membres, soient introduites dans tout autre État membre sans que puisse être opposée, à l'écoulement de ces produits, une prohibition légale de commercialiser des boissons comportant un degré d'alcoolisation inférieur à la limite déterminée par la réglementation nationale. Ainsi, les restrictions quantitatives peuvent être comprises comme « toute interdiction totale ou partielle (contingent ou quotas) d'importation de marchandises en provenance d'autres États membres »²⁴⁷.

168. L'arrêt « Dassonville » définit les « mesures d'effet équivalent » comme toute réglementation commerciale des États membres susceptible de faire obstacle directement ou indirectement, actuellement ou potentiellement, au commerce intracommunautaire. Ainsi constituent une mesure d'effet équivalent à des restrictions quantitatives :

- une réglementation qui, pour la vérification de l'authenticité d'un produit réimporté exige la production d'un certificat d'authenticité que seuls les importateurs directs sont en mesure de produire et non les réimportateurs²⁴⁸ ;
- l'introduction de nouvelles mesures ayant un caractère arbitraire et injustifié²⁴⁹ ;

²⁴⁷ Voir V. Constantinesco et al. (dir.), *Traité instituant la CEE : Commentaire article par article*, Paris, Economica, 1992, p. 149.

²⁴⁸ CJCE, 11 juillet 1974, *Procureur du Roi c/ Benoît et Gustave Dassonville*, préc.

²⁴⁹ CJCE, 20 février 1975, *Commission c/ Allemagne*, aff. 12-74, Rec. p. 181.

- l'octroi par le législateur national de la protection prévue pour les indications de provenance à des dénominations n'ayant, au moment où cette protection est accordée, que la nature de dénominations génériques²⁵⁰ ;
- une réglementation nationale applicable aux vins portant une appellation d'origine qui subordonne l'utilisation du nom de la région de production comme appellation d'origine à la mise en bouteilles dans cette région et limite la quantité de vin susceptible d'être exportée en vrac, tout en autorisant les ventes en vrac à l'intérieur de la région de production²⁵¹ ;
- Une réglementation nationale applicable aux vins portant une appellation d'origine qui limite la quantité de vin susceptible d'être exportée en vrac et qui, par ailleurs, autorise les ventes de vin en vrac à l'intérieur de la région de production²⁵².

169. Ces deux arrêts « Cassis de Dijon » et « Dassonville » illustrent bien le conflit entre les droits de propriété intellectuelle qui sont en principe territoriaux et exclusifs et le principe communautaire de la libre circulation des marchandises. En effet, un produit mis en circulation dans l'un des États membres peut se heurter, lors de son importation dans un autre État, au droit de propriété intellectuelle dont il serait l'objet sur ce territoire²⁵³. En vue de régler ce conflit, la CJCE a élaboré une solution fondée sur l'interprétation de l'article 30 (ancien article 36) du Traité instituant la Communauté Européenne qui érige la protection de la propriété industrielle et commerciale en une exception au principe de la libre circulation des marchandises.

Sous-section 2 : L'exception de la propriété industrielle et commerciale

170. Les exceptions au principe de la libre circulation des marchandises au sein du territoire de l'Union Européenne sont dictées par le souci de préserver les intérêts nationaux que les États membres peuvent légitimement protéger parce qu'ils concernent fortement l'intérêt général sur leur territoire²⁵⁴. Ainsi, une entrave à la libre circulation des marchandises constitutive d'une

²⁵⁰ CJCE, 20 février 1975, *Commission c/ Allemagne*, aff. 12-74, Rec. p. 181.

²⁵¹ CJCE, 16 mai 2000, *Belgique c/ Espagne*, aff. C-388/95, Rec. p. 3123.

²⁵² CJCE, 9 juin 1992, *Delhaize et Le Lion*, aff. C-47/90, Rec. p. I-3669.

²⁵³ Voir LAMY, *Droit commercial*, avril 2003, v° « Libre circulation des marchandises et des produits ».

²⁵⁴ Voir V. Constantinesco et al. (dir.), *op. cit.*, p. 179.

restriction quantitative ou d'une mesure d'effet équivalent peut échapper à l'interdiction des articles 28 et 29 du Traité instituant la Communauté Européenne dès lors qu'elle remplit les conditions de l'article 30 du même Traité. Ce dernier article énonce les exceptions au principe de la libre circulation des marchandises dans les termes suivants :

« Les dispositions des articles 28 et 29 ne font pas obstacle aux interdictions ou restrictions d'importation, d'exportation ou de transit, justifiées par des raisons de moralité publique, d'ordre public, de sécurité publique, de protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux ou de préservation des végétaux, de protection des trésors nationaux ayant une valeur artistique, historique ou archéologique ou *de protection de la propriété industrielle et commerciale*»²⁵⁵.

171. Ces raisons ne sont toutefois valables qu'à condition que ces interdictions ou restrictions ne constituent ni un moyen de discrimination arbitraire ni une restriction déguisée dans le commerce entre les États membres. La CJCE considère que l'énumération de ces exceptions par l'article 30 est exhaustive, qu'aucune autre dérogation en dehors de cette liste ne saurait être admise²⁵⁶. Seule l'exception de la protection de la propriété industrielle et commerciale et plus particulièrement son application aux indications géographiques (§1) retiendra notre attention. En outre, la protection de la propriété industrielle et commerciale étant une dérogation au principe de la libre circulation des marchandises et des services, la conciliation des régimes nationaux de propriété intellectuelle et de ce principe ne pouvait se réaliser pleinement que par l'harmonisation des législations nationales, d'où l'harmonisation de la protection des indications géographiques sur le plan communautaire (§2).

§1. L'exception de la protection de la propriété industrielle et commerciale et son application aux indications géographiques

172. L'exception de la protection de la propriété industrielle et commerciale est énoncée de façon tout à fait générale. C'est pourquoi la CJCE a été appelée à maintes reprises à l'interpréter selon

²⁵⁵ Nous soulignons.

²⁵⁶ CJCE, 17 juin 1981, *Commission c/ Irlande*, Aff. C-113/80, Rec. 1981, p. 1625 ; voir aussi C. Buhl, *Le droit des noms géographiques*, Litec, 1997, Collection du CEIPI, n° 42, p. 329. p. 357.

le domaine de la propriété intellectuelle concerné (A). Une attention particulière sera portée à l'application de l'exception aux indications géographiques (B).

A. L'exception de la propriété industrielle et commerciale dans la jurisprudence de la CJCE

173. Afin d'éviter le conflit entre le principe de la libre circulation des marchandises et l'exercice des droits de propriété intellectuelle, l'article 30 du Traité instituant la Communauté Européenne prévoit que les restrictions quantitatives à l'importation et à l'exportation ainsi que les mesures d'effet équivalent prévues par les articles 28 et 29 du Traité ne s'appliquent pas lorsqu'elles sont justifiées par « des raisons de (...) protection de la propriété industrielle et commerciale ». La CJCE a été amenée à plusieurs reprises à interpréter l'article 30 dans le but d'en préciser la portée. Elle a posé comme principe que les exceptions posées par cet article sont d'interprétation stricte.

174. Dans l'arrêt « Marimex » par exemple, la Cour réaffirme que l'article 36 (actuellement art. 30) est d'interprétation stricte car il constitue une dérogation à la règle fondamentale de l'élimination de tous les obstacles à la libre circulation des marchandises entre les États membres et qu'il ne serait être compris comme autorisant des mesures d'une nature autre que celles envisagées par les articles 30 à 34 (actuellement articles 28 à 30) du Traité instituant la Communauté Européenne²⁵⁷.

175. La Cour a encore précisé dans l'arrêt « Bauhuis » que l'article 36 (actuellement art. 30) du Traité, en tant que dérogation à la règle fondamentale de l'élimination de tous les obstacles à la libre circulation des marchandises entre les États membres, est d'interprétation stricte, les exceptions qu'il énumère ne pouvant être étendues à des cas autres que ceux limitativement prévus²⁵⁸.

²⁵⁷ CJCE, 14 décembre 1972, *Marimex c/ administration italienne des finances*, aff. C- 29/72, Rec. p. 1309.

²⁵⁸ CJCE, 25 janvier 1977, *Bauhuis*, aff. C-46/76 Rec. p. 5 ; voir aussi CJCE, 10 décembre 1968, *Commission c/ Italie*, aff. C-7/68, Rec. p. 1968.

176. Afin de concilier les impératifs nationaux et les objectifs communautaires, la Cour a fait une distinction entre l'existence et l'exercice des droits de propriété intellectuelle. L'existence de ces droits reste de la compétence des États, elle n'est donc pas remise en cause par le Traité instituant la Communauté Européenne. En revanche, leur exercice est susceptible de heurter le principe communautaire de la libre circulation des marchandises. Dans ce cas, la CJCE considère que l'article 30 (ancien art. 36) n'admet de dérogations à la libre circulation des produits en vue de protéger la propriété industrielle et commerciale que dans la mesure où ces dérogations sont justifiées par la sauvegarde des droits qui constituent « l'objet spécifique » de cette propriété²⁵⁹. Et aux fins de déterminer cet objet spécifique, la Cour vérifie si la prérogative que veut exercer le titulaire du droit de propriété intellectuelle est conforme à la « fonction essentielle » du droit concerné²⁶⁰. En d'autres termes, l'atteinte au principe de la libre circulation des marchandises n'est légitime que dans la mesure où la prérogative qu'entend exercer le titulaire du droit de propriété intellectuelle est justifiée au regard de la finalité dans laquelle chaque droit a été institué²⁶¹.

177. L'objet spécifique de la propriété industrielle et commerciale dépend donc de la nature du droit en cause.

En matière de brevet, l'arrêt « Centrafam c/ Sterling Drug » décide que « l'objet spécifique de la propriété industrielle est notamment d'assurer au titulaire, afin de récompenser l'effort créateur de l'inventeur, le droit exclusif d'utiliser une invention en vue de la fabrication et de la première mise en circulation de produits industriels, soit directement, soit par l'octroi de licences à des tiers ainsi que le droit de s'opposer à toute contrefaçon »²⁶².

En droit des marques, l'« objet spécifique »²⁶³ « (...) est notamment d'assurer au titulaire le droit exclusif d'utiliser la marque, pour la première mise en circulation du produit et de se protéger

²⁵⁹ CJCE, 8 juin 1971, *Deutsche Grammophon*, aff. C-78/70, Rec. p. 487. Pour plus de commentaires sur l'objet spécifique des droits de propriété intellectuelle, voir J. Passa, *op. cit.*, pp. 30-31.

²⁶⁰ V. Ruzek, *op. cit.*, p. 25.

²⁶¹ *Ibid.* ; voir aussi V. Constantinesco et al. (dir.), *op. cit.*, commentaire de l'article 36 par G. Bonet.

²⁶² CJCE, 31 octobre 1974, *Centrafam c/ Sterling Drug*, aff. 15/74, Rec. 1147.

²⁶³ Sur la discussion de l'« objet spécifique » en droit des marques, lire N. Bouche, « L'objet spécifique du droit des marques », *D.*, 2000, Chroniques Marque.

ainsi contre les concurrents qui voudraient abuser de la position et de la réputation de la marque en vendant des produits indûment pourvus de cette marque »²⁶⁴.

En droit d'auteur, l'objet spécifique est « la protection morale de l'œuvre et la rémunération de l'effort créateur »²⁶⁵.

178. La CJCE confond « l'objet spécifique » avec « la fonction essentielle » de la propriété intellectuelle. Un auteur fait remarquer que l' « objet spécifique » fait référence au contenu tandis que la « fonction essentielle » s'attache plus à la finalité du droit²⁶⁶. Mais en définitive il semble que les deux notions se complètent dans la mesure où la Cour « redéfinit le contenu du droit à la lumière de sa fonction sociale »²⁶⁷.

179. Les arrêts « Centrafam c/ Sterling Drug » et « Centrafam et A.de Peiper c/ Winthrop » rendus le même jour ont permis de dégager de « l'objet spécifique » de la propriété industrielle et commerciale, la fameuse règle de l'épuisement communautaire des droits selon laquelle la première mise sur le marché unique d'un bien protégé par un droit de propriété intellectuelle par son titulaire ou avec son consentement épuise son droit de mise en circulation dudit bien²⁶⁸. Dès lors que l' « objet spécifique a été réalisé », le droit exclusif du titulaire est épuisé et ce dernier ne peut plus s'opposer à la circulation de ses produits protégés par un droit de propriété intellectuelle. Il ne peut plus s'opposer à une deuxième vente ou à des importations parallèles²⁶⁹. L'exception de la propriété industrielle et commerciale s'applique donc à tous les domaines de la propriété intellectuelle, y compris les indications géographiques.

²⁶⁴ CJCE, 31 octobre 1974, *Centrafam et A.de Peiper c/Winthrop*, Affaire 16/74, Rec. 1183.

²⁶⁵ TPICE, 10 juillet 1991, *Affaire Magill*, Rec. 1991, 485.

²⁶⁶ J.-M. Bruguière, *Droit des propriétés intellectuelles*, Paris, Ellipses, 2005, p. 96.

²⁶⁷ *Ibid.* Pour une étude comparative entre l'objet spécifique et la fonction essentielle de la propriété intellectuelle, voir C. Maréchal, *Concurrence et propriété intellectuelle*, Paris, Litec, Coll. de l'IRPI, 2009, pp. 304 et s.

²⁶⁸ Voir J. Passa, *op.cit.*, p. 31.

²⁶⁹ Voir P. Tafforeau, *Droit de la propriété intellectuelle*, Paris, Gualino Éditeur, Coll. Fac-Universités, 2004, p. 450.

B. L'application de l'exception aux indications géographiques

180. En matière d'indications géographiques, l'arrêt « Sekt »²⁷⁰ a décidé que l'article 36 (actuel article 30) du Traité de Rome, ne saurait déroger au principe de la libre circulation des marchandises que « pour autant que ces dérogations s'avèreraient nécessaires pour assurer la protection du producteur et du consommateur contre les fraudes commerciales »²⁷¹. Les objectifs de la protection des indications de provenance et des appellations d'origine étant notamment la nécessité d'assurer non seulement la sauvegarde des intérêts des producteurs intéressés contre la concurrence déloyale, mais aussi celle des consommateurs contre les indications susceptibles de les induire en erreur, les restrictions à la libre circulation des marchandises peuvent être justifiées dans les limites de leur « fonction spécifique » qui est la sauvegarde des intérêts des producteurs intéressés contre la concurrence déloyale mais aussi celle des consommateurs contre les indications susceptibles de les induire en erreur²⁷².

Selon toujours l'arrêt « Sekt », les dénominations géographiques ne remplissent leur « fonction spécifique » que si le produit qu'elles désignent possède effectivement des qualités et des caractères dus à la localisation géographique de sa provenance qui doit, plus spécialement lorsqu'il s'agit d'indication de provenance, imprimer au produit une qualité et des caractères spécifiques de nature à l'individualiser²⁷³. Ainsi, une zone de provenance définie en fonction de l'étendue du territoire national ou d'un critère linguistique ne saurait suffire à constituer un milieu géographique, apte à justifier une indication de provenance. On remarque ici que l'arrêt « Sekt » adopte une définition très étroite de l'indication de provenance proche de celle de l'Arrangement de Lisbonne et du droit français²⁷⁴.

181. Dans l'arrêt « Exportur »²⁷⁵, la CJCE distingue clairement l'appellation d'origine de l'indication de provenance. Selon cet arrêt, l'indication de provenance n'a pour fonction que « d'informer le consommateur de ce que le produit qui en est revêtu provient d'un lieu, d'une

²⁷⁰ CJCE, 20 février 1975, *Commission c/ Allemagne*, aff. C-12/74, Rec. p. 181.

²⁷¹ *Ibid.*, paragr. 17.

²⁷² *Ibid.*, paragr. 7.

²⁷³ *Ibid.*

²⁷⁴ Voir J. Schmidt-Svalewski et J.-L. Pierre, *op. cit.*, p. 328.

²⁷⁵ CJCE, 10 nov. 1992, *Exportur*, aff. C-3/91, Rec. p. I-5529.

région ou d'un pays déterminé », tandis que l'appellation d'origine « garantit, outre la provenance géographique du produit, le fait que la marchandise ait été fabriquée selon des prescriptions de qualité ou des normes de fabrication arrêtées par un acte de l'autorité publique et contrôlées par cette autorité, et donc la présence de certains caractères spécifiques ».

182. En matière d'appellation d'origine, la CJCE utilise l'expression « fonction spécifique » qui a le même sens que celle de « fonction essentielle ». La Cour décide que l'obligation de mise en bouteilles dans la région de production ne serait justifiée par des raisons tenant à la protection de la propriété industrielle et commerciale, au sens de l'article 36 (actuellement art. 30) du Traité instituant la Communauté Européenne, que si elle était nécessaire afin d'assurer que l'appellation d'origine remplit sa « fonction spécifique » de garantir que le produit qui en est revêtu provient d'une zone géographique déterminée et présente certains caractères particuliers²⁷⁶. La Cour fait remarquer que tel n'est cependant pas le cas lorsque la mise en bouteilles dans la région de production n'est pas une opération conférant au vin des caractères particuliers ou une opération indispensable au maintien des caractères spécifiques qu'il a acquis²⁷⁷.

183. Des considérations telles que la préservation de la qualité ou de la réputation d'une appellation d'origine ou encore la protection des appellations d'origine enregistrées en vertu du droit communautaire peuvent justifier l'atteinte au principe de la libre circulation des marchandises. Dans l'arrêt « Belgique c/ Espagne »²⁷⁸, la Cour a jugé justifiée une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative à l'exportation, constituée par l'obligation de mettre un vin d'appellation d'origine en bouteilles dans sa région de production pour pouvoir utiliser l'appellation d'origine. En dépit de l'atteinte au principe de la libre circulation des marchandises, la Cour a estimé que cette mesure était justifiée en ce qu'elle visait à préserver la réputation de l'appellation en garantissant, outre l'authenticité du produit, le maintien de ses qualités et de ses

²⁷⁶ CJCE, 9 juin 1992, *Delhaize et Le Lion*, aff. C-47/90, Rec. p. I-3669.

²⁷⁷ *Ibid.*

²⁷⁸ CJCE, 16 mai 2000, *Belgique/Espagne*, aff. C-388/95, Rec. p. I-3123.

caractéristiques²⁷⁹, ce qui correspond correctement à la « fonction spécifique » de l'appellation d'origine.

184. C'est dans le même esprit que la Cour a décidé que « le fait de subordonner l'utilisation de l'appellation d'origine protégée «Prosciutto di Parma» pour le jambon commercialisé en tranches à la condition que les opérations de tranchage et d'emballage soient effectuées dans la région de production, constitue une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative à l'exportation au sens de l'article 29 CE, mais qu'il peut être considéré comme justifié et, partant, comme compatible avec cette dernière disposition²⁸⁰.

185. Dans l'affaire « Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola »²⁸¹, ayant pour objet une demande adressée à la Cour en l'application de l'art. 117 du traité CE tendant à obtenir une décision à titre préjudiciel sur l'interprétation des articles 30 et 36 traité CE (actuellement articles 28 et 30), la Cour s'est appuyée sur l'arrêt « Exportur » pour réaffirmer qu'en l'état actuel du droit communautaire, le principe de la libre circulation des marchandises ne fait pas obstacle à ce qu'un État membre prenne les mesures qui lui incombent afin d'assurer la protection des appellations d'origine enregistrées en vertu du règlement n° 2081/92. Celui-ci a pour objet l'harmonisation de la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.

§2. L'harmonisation de la protection des indications géographiques sur le plan communautaire

186. La réglementation européenne des indications géographiques se rapporte aux produits agricoles dans un objectif de promotion de leur qualité²⁸² et dans le souci d'éliminer les distorsions de concurrence entre les entreprises de la Communauté et permettre ainsi la libre circulation des produits d'origine. Il semble pourtant que ce n'est pas dans le cadre de la politique

²⁷⁹ CJCE, 16 mai 2000, *Belgique/Espagne*, aff. C-388/95, Rec. p. I-3123 ; voir à propos du découpage du jambon dans sa région de production : CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita SPA c/ ASDA Stores Ltd, Hygrade Foods Ltd*, aff. C-108/01, Rec. p. I-5121.

²⁸⁰ CJCE, 20 mai 2003, « *Consorzio del Prosciutto di Parma* » Affaire préc.

²⁸¹ CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola contre Käserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97, Rec. p. I-01301.

²⁸² V. Ruzek, *op. cit.*, p. 28.

de la concurrence mais bien dans celui de la PAC qu'ont été adoptées des règles communes de protection des indications géographiques²⁸³. Le secteur agricole est particulièrement sensible du fait de son importance dans l'économie des États membres²⁸⁴, mais aussi du fait de la différence de niveau de protection accordée aux indications géographiques au sein de ces pays. Dans cette perspective, trois régimes de protection des indications géographiques ont été harmonisés au niveau communautaire : le premier concerne les produits agricoles et les denrées alimentaires, le deuxième, les vins, et le troisième, les spiritueux. Selon la Commission des Communautés Européennes, « Cette situation s'explique en partie par les spécificités des produits en question et par la mise en œuvre progressive du système de protection pour chaque type de produit »²⁸⁵. Le premier système constitue le régime général (A) et les deux autres, le régime particulier (B).

A. Le régime général des produits agricoles et des denrées alimentaires

187. Les produits agricoles et les denrées alimentaires font l'objet de deux règlements adoptés en date du 14 juillet 1992, à savoir le Règlement CEE n° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires²⁸⁶ et le Règlement CEE n° 2082/91 relatif aux attestations de spécificité des produits agricoles et des denrées alimentaires²⁸⁷. Ces deux règlements, après avoir fait l'objet de

²⁸³ Voir J. Schmidt -Szalewski, « La protection des noms géographiques en droit communautaire », *La Semaine Juridique (JCP)*, 1997, Ed. E, n°44, p. 465 ; Chr. Heath, *art. cit.*, p. 125 ; N. Olszak, *op. cit.* p. 131, J.-L. Piotraut, *op. cit.*, p. 46. Parmi les objectifs de la PAC tels qu'ils sont définis par l'article 33 § 1 (ex-article 39 § 1) du Traité instituant la Communauté Européenne, on en trouve deux qui intéressent les indications géographiques :

- assurer aux producteurs agricoles des revenus et un niveau de vie équitable (Art. 33 § 1 e) CE) ;
- assurer aux consommateurs des prix raisonnables (Art. 33 § 1 e) CE).

²⁸⁴ Voir Commission Européenne : « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006. On peut notamment lire dans ce document ce qui suit : « Les indications géographiques sont importantes pour les Communautés européennes, qui en ont déposé quelque 4 800 (4 200 pour les vins et spiritueux et 600 pour d'autres produits). Les 593 indications géographiques que compte par exemple la France (466 pour les vins et spiritueux et 127 pour d'autres produits) représentent une valeur de 19 milliards d'euros (16 milliards pour les vins et spiritueux et 3 milliards pour les autres produits) et font vivre 138 000 exploitations agricoles. De même, les 420 indications géographiques de l'Italie (300 pour les vins et spiritueux et 120 pour d'autres produits) correspondent à un volume de recettes de 12 milliards d'euros (5 milliards d'euros pour les vins et spiritueux et 7 milliards d'euros pour les autres produits) et offrent un emploi à plus de 300 000 personnes. En Espagne, les 123 indications géographiques rapportent 3,5 milliards d'euros environ (2,8 milliards d'euros pour les vins et spiritueux et 0,7 milliard d'euros pour les autres produits) ».

²⁸⁵ Commission des Communautés Européennes, *Livre Vert sur la qualité des produits agricoles: normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité*, COM(2008) 641 final, 15.10.2008.

²⁸⁶ Cons. UE, règl. n° 2081/92, 14 juillet 1992, *JOCE* n° L 2082/92, 24 juillet 1992, p. 2.

²⁸⁷ Cons. UE, règl. n° 2082/92, 14 juillet 1992, *JOCE* n° L 2082/92, 24 juillet 1992, p. 9.

différentes modifications, ont finalement été abrogés et remplacés par de nouveaux afin de mieux se conformer aux obligations communautaires et internationales. Il s'agit respectivement du Règlement (CE) n° 510/2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires²⁸⁸ (ci-après dénommé « Règlement (CE) n° 510/2006 ») et du Règlement (CE) n° 509/2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties²⁸⁹.

Les deux règlements du 20 mars 2006 créent une protection communautaire des signes de qualité des produits agricoles et des denrées alimentaires. Ainsi deux types de signes de qualité sont protégés au niveau européen. D'une part, les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur origine géographique (A) et, d'autre part, les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur spécificité liée aux méthodes traditionnelles de production (B).

I. Les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur origine géographique

188. Deux catégories de signes ayant en commun le fait qu'ils lient la qualité à l'origine géographique des produits sont définies par le Règlement (CE) n° 510/2006. Il s'agit de l'appellation d'origine protégée (AOP) et de l'indication géographique protégée (IGP). Ces signes bénéficient d'un degré de protection supérieur au minimum défini par l'Accord sur les ADPIC. Les définitions, les conditions et les effets de la protection ainsi que le règlement du conflit qui les opposent aux marques témoignent de cette supériorité.

1. Définition des signes protégés

189. Aux termes de l'article 2 du Règlement (CE) n° 510/2006, il faut entendre par :

« a) « appellation d'origine »: le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire:

— originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et

²⁸⁸ Cons. UE, règl. n° 510/2006, 20 mars 2006, *JOUE* n° L 093, 31 mars 2006, p. 12.

²⁸⁹ Cons. UE, règl. n° 509/2006, 20 mars 2006, *JOUE* n° L 093, 31 mars 2006, p. 1.

- dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et
 - dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ;
- b) «indication géographique»: le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire:
- originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et
 - dont une qualité déterminée, la réputation ou d'autres caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine géographique, et
 - dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ».

190. Même si ces définitions font référence au nom géographique, les dénominations traditionnelles géographiques ou non peuvent également constituer des AOP ou IGP²⁹⁰.

En se livrant à un exercice de comparaison, on constate que l'AOP et l'IGP ne sont pas très différentes. Chacune comporte trois étapes : d'abord l'origine du produit qui doit être une région, un lieu déterminé et exceptionnellement un pays ; ensuite la qualité ou les caractéristiques du produit qui doivent avoir un lien avec cette origine et enfin le lien entre les différentes étapes d'obtention du produit et l'origine géographique. L'AOP et l'IGP ont en commun le fait qu'il doit y avoir un lien entre le produit agricole ou alimentaire et la zone géographique dont il est issu et porte le nom. Néanmoins, deux différences essentielles peuvent être dégagées. D'abord, en ce qui concerne la qualité ou les caractéristiques du produit, elles sont dues « essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains » dans l'AOP, alors que s'agissant de l'IGP, il suffit qu'une qualité déterminée, une réputation ou d'autres caractéristiques puissent être attribuées à l'origine géographique.

Ensuite, le lien entre le milieu géographique et les caractères du produit est très étroit dans l'AOP. Les opérations d'obtention du produit (production, transformation, élaboration) doivent se

²⁹⁰ Voir art. 2.2 Règlement (CE) n° 510/2006. La dénomination Feta reconnue comme une AOP grecque est un exemple de dénomination traditionnelle.

dérouler entièrement dans la zone de production²⁹¹ alors que dans l'IGP, les trois opérations sont alternatives et non cumulatives²⁹². Il suffit que l'une des opérations d'obtention du produit, c'est-à-dire soit la production, soit la transformation ou l'élaboration, ait lieu dans une zone géographique précise pour que la protection communautaire s'applique.

191. Les deux définitions sont construites de telle sorte qu'elles ne heurtent pas la protection des indications géographiques existant dans les pays membres de l'Union Européenne. Leur création tend à satisfaire les visions différentes en matière de dénominations géographiques parmi les États membres²⁹³. C'est ainsi que la définition de l'AOP s'inspire de celle de l'appellation d'origine contrôlée (AOC) reconnue en France tandis que celle d'IGP se rapproche de celle plus large d'indication de provenance connue en Allemagne²⁹⁴. Cependant, une certaine doctrine considère qu'il n'y a pratiquement pas de différence entre les deux notions et qu'il n'y a pas d'intérêt à maintenir cette différenciation²⁹⁵.

192. L'objectif visé par cette protection différenciée tel qu'il figure dans le paragraphe 6 du préambule dudit Règlement est de créer un cadre garantissant, à travers une approche plus uniforme, des conditions de concurrence égales entre les producteurs de produits portant ces mentions et une meilleure crédibilité de ces produits aux yeux des consommateurs. Aussi la protection communautaire des AOP et des IPG est-elle subordonnée aux conditions très précises et rigoureuses.

2. Les conditions de la protection

193. Le Règlement (CE) n° 510/2006 prévoient des conditions de fond et de forme communes aux AOP et aux IGP.

²⁹¹ J. Schmidt-Szalewski et J.-L. Pierre, *Droit de la propriété industrielle*, 3^e éd., Paris, Éd. du Juris-Classeur, 2003, p. 404 ; J. Audier, « Les règles d'origine des vins et boissons spiritueuses vinicoles », *Bulletin de l'OIV*, 2001, n° 800-848, p. 637.

²⁹² F. Chartiel, « La protection de l'identité des produits en Europe. – A propos des règlements européens de 2006 », *Contrat Concurrence Consommation*, n° 7, juillet 2006, Étude 16.

²⁹³ A. Pavlovic, *op. cit.* p. 30

²⁹⁴ *Ibid.*

²⁹⁵ Voir A. Profeta et al., *art. cit.*, pp. 632-633.

a) Les conditions de fond

194. Les conditions de fond sont relatives aux caractères des dénominations protégées. Un nom ne peut bénéficier de la protection communautaire en tant qu'AOP ou IGP s'il est générique ou s'il est déceptif.

i) La dénomination dont la protection est demandée ne doit pas être générique

195. Le Règlement (CE) n° 510/2006 n'est pas destiné à protéger tous les noms géographiques ou toutes les dénominations géographiques des produits agricoles ou des denrées alimentaires, mais seulement ceux auxquels s'attachent une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques liées à l'origine des produits. En d'autres termes, les noms géographiques ou traditionnels ayant perdu leur caractère distinctif quant à l'origine des produits désignés ne peuvent pas être protégés car ils sont devenus génériques.

L'article 3.1 du Règlement (CE) n° 510/2006 définit la « dénomination devenue générique » comme « le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire qui, bien que se rapportant au lieu ou à la région où ce produit agricole ou cette denrée alimentaire a été initialement produit ou commercialisé, est devenu le nom commun d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire dans la Communauté ». La même disposition précise que le caractère générique d'une dénomination s'apprécie en fonction notamment de la situation existant dans les États membres y compris l'État dont le produit est originaire et dans les zones de consommation ; il est tenu compte également des législations nationales ou communautaires concernées.

196. Des difficultés peuvent cependant survenir lorsque le nom est protégé dans son pays d'origine alors que le pays dans lequel la protection est réclamée considère la dénomination comme générique. L'arrêt « Feta »²⁹⁶ illustre ces difficultés. La dénomination *Feta* avait été protégée au niveau communautaire depuis 1996 en tant qu'AOP désignant un fromage grec particulier. Mais en 1999, la CJCE avait annulé cette protection suite à la plainte des États qui utilisent cette dénomination pour des fromages fabriqués sur leur territoire. Ces États alléguaient

²⁹⁶ CJCE, 16 mars 1999, *Danemark c/ Commission*, aff. C-293/02, Rec. p.I-1541.

que la Commission n'avait pas suffisamment vérifié si la dénomination « Feta » n'était pas utilisée comme un terme générique dans les différents États membres et par conséquent elle n'avait pas tenu compte de tous les facteurs fixés par le Règlement CEE n° 2081/92. Après une enquête, la Commission a de nouveau enregistré la dénomination « Feta » comme AOP par le biais du Règlement n° 1829/2002 du 14 octobre 2002. Celui-ci a fait l'objet d'une demande d'annulation au motif que la dénomination « Feta » était devenue générique et ne pouvait donc pas être protégée. En 2005, la CJCE a jugé que la dénomination « Feta » n'était pas devenue générique, notamment parce que même avant l'existence de la protection communautaire des appellations d'origine et des indications géographiques, la dénomination « Feta » était protégée en Grèce par des usages traditionnels²⁹⁷. Elle a, en conséquence, écarté la demande d'annulation et confirmé le Règlement n° 1829/2002 du 14 octobre 2002.

197. Dans ces deux arrêts rendus dans l'affaire « Feta », la CJCE applique l'article 3.1 du Règlement (CEE) n° 2081/92 selon lequel, pour apprécier si une dénomination est devenue générique, il convient de tenir compte de tous les facteurs et notamment de la situation existant dans les États membres et dans les zones de consommation, ainsi que des législations nationales ou communautaires concernées. Cette décision vient confirmer le principe déjà posé par l'arrêt « Exportur »²⁹⁸ qui a décidé qu'aussi longtemps qu'une dénomination protégée n'a pas acquis le caractère générique dans son pays d'origine, elle ne peut être considérée comme générique dans les autres pays de l'Union Européenne.

ii) La dénomination dont la protection est demandée ne doit pas avoir un caractère déceptif

198. La dénomination dont la protection est demandée en tant qu'AOP ou IGP ne doit pas être susceptible de tromper le consommateur sur l'origine ou l'identité du produit. Les noms utilisés dans une AOP ou une IGP ne doivent pas être en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale. Selon l'article 3.2 du Règlement (CE) n° 510/2006, « Un nom ne peut être enregistré comme appellation d'origine ou comme indication géographique lorsqu'il est en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale et qu'il est de ce fait susceptible

²⁹⁷CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne et Danemark c/ Commission*, aff. jointes C-465/02 et C-466/02, Rec. p. I-9115, paragr. 98

²⁹⁸CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur*, aff. C-3/91, Rec. p. I-5529.

d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit ». Il en est de même « lorsque, compte tenu de la renommée d'une marque, de sa notoriété et de la durée de son usage, l'enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit » (art. 3.4).

b) La condition de forme : l'enregistrement

199. La protection communautaire des dénominations géographiques est subordonnée à la procédure d'enregistrement décrite à l'article 5. La demande d'enregistrement est déposée par le groupement²⁹⁹ de producteurs (art. 5.1) et doit être accompagnée par un cahier des charges comportant au minimum, les éléments suivants : le nom du produit comprenant l'appellation d'origine ou l'indication géographique, sa description, la délimitation de l'aire géographique, la preuve que le produit provient de cette aire, la description des méthodes d'obtention, les éléments à la base de la réputation ou de la qualité du produit pour l'indication géographique protégée, les éléments prouvant que la qualité ou les caractères du produit sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique (art. 4.2).

En plus du cahier des charges, la demande d'enregistrement doit obligatoirement comprendre au moins, le nom et l'adresse du groupement demandeur, un document unique où figurent les éléments principaux du cahier des charges, une description du lien du produit avec le milieu géographique ou avec l'origine géographique y compris, le cas échéant, les éléments spécifiques de la description du produit ou de la méthode de production justifiant le lien (art. 5.3).

200. La procédure d'enregistrement comprend deux phases, l'une nationale, l'autre communautaire. Dans la phase nationale, la demande d'enregistrement comprenant un cahier des charges est adressée par les producteurs locaux à l'État membre sur le territoire duquel se trouve l'aire géographique concernée. L'État membre examine la recevabilité de la demande à la lumière des exigences du Règlement. Si le dossier est conforme aux exigences communautaires,

²⁹⁹ Par groupement il faut entendre « toute organisation, quelle que soit sa forme juridique ou sa composition, de producteurs ou de transformateurs concernés par le même produit agricole ou par la même denrée alimentaire » (art. 5.1).

l'État organise une procédure d'opposition nationale à l'enregistrement. Il doit garantir une publicité suffisante à la demande et octroyer une période raisonnable pendant laquelle toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime et établie ou résidant sur son territoire peut déclarer son opposition à la demande. Si, à l'issue de cette période, aucune opposition justifiée n'a été enregistrée et si l'État considère que les exigences du règlement sont remplies, il arrête une décision favorable, en assure la publicité afin de rendre possible les recours éventuels et transmet la demande d'enregistrement à la Commission pour décision définitive. Si, au contraire, des oppositions à l'enregistrement ont été enregistrées ou si toutes les exigences du règlement ne sont pas remplies, la demande est rejetée (art. 5.5).

201. Il convient de noter que lorsque la demande d'enregistrement émane des producteurs situés dans un État tiers, la demande est adressée à la Commission soit directement, soit par l'intermédiaire des autorités du pays tiers concerné (art. 5.9). La demande doit comprendre non seulement les éléments décrits par le règlement, mais aussi la preuve que la dénomination pour laquelle on demande l'enregistrement est protégée dans son pays d'origine (art. 5.9)³⁰⁰. C'est ainsi que la Colombie qui protège sur son territoire le « Café de Colombia » à titre d'appellation d'origine, a adressé à la Commission une demande d'enregistrement de cette dénomination en qualité d'IGP³⁰¹.

202. Lorsque la demande d'enregistrement est transmise à la Commission, la phase communautaire commence. La Commission procède à son tour à l'examen formel de la conformité de la demande aux exigences du règlement. Si la Commission conclut que la demande d'enregistrement satisfait aux exigences du règlement, elle publie au Journal Officiel de l'Union Européenne (JOUE) les éléments principaux de cette demande afin de permettre aux États membres ou aux États tiers intéressés de former éventuellement des oppositions à l'enregistrement. Dans un délai de six mois à compter de la date de publication au JOUE, tout

³⁰⁰Le Préambule du Règlement (CE) n° 510/2006 déclare en son point 13 : « La protection moyennant un enregistrement, octroyée par le présent règlement, est ouverte aux indications géographiques des pays tiers lorsque ces dernières sont protégées dans leur pays d'origine ». Cette dernière exigence est conforme à l'article 24.9 de l'Accord sur les ADPIC : « Il n'y aura pas obligation en vertu du présent accord de protéger des indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui cessent de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays ».

³⁰¹ Voir Luis Fernando Samper, '' Café de Colombia : Protecting and Promoting a Well-known Origin'', in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, 26-28 juin 2007* ; voir aussi J. Passa, *op .cit.*, p. 613.

État tiers peut déposer auprès de la Commission une déclaration d'opposition dûment motivée (art. 7).

203. Toute personne physique ou morale peut également s'opposer à l'enregistrement communautaire d'une dénomination géographique à condition d'être établie ou d'être résidente d'un État membre autre que celui qui a demandé l'enregistrement ou d'un pays tiers. La déclaration d'opposition est adressée à l'État membre lorsqu'elle émane des personnes établies ou résidant dans cet État ; elle est adressée à la Commission lorsqu'elle est formulée par des personnes résidant ou établies dans un État tiers. Dans tous les cas, la déclaration d'opposition doit être dûment motivée.

L'appel est possible devant la CJCE par la procédure de l'article 230 (ex-article 173) du Traité instituant la Communauté Européenne qui permettra d'annuler une décision prise par l'institution compétente en la matière. Cette procédure d'appel est ouverte à des personnes qui ont des catégories d'intérêt différentes. Les premières désirant voir enregistrée une dénomination qui protège leur produit ; les secondes demandant que leur opposition soit retenue par la Commission pour qu'une dénomination ne soit pas enregistrée³⁰².

204. Pour éviter toute opposition abusive, la déclaration d'opposition doit être fondée sur au moins un des motifs prévus par le règlement (art. 7.3). Seules sont recevables les déclarations d'opposition qui :

- démontrent que la dénomination pour laquelle l'enregistrement est demandé ne répond pas à la définition d'une AOP ou d'une IGP ;
- démontrent que le nom proposé à l'enregistrement n'entre pas en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale afin de ne pas induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit ;
- prouvent que l'enregistrement n'est pas susceptible de porter préjudice à une dénomination homonyme ou une marque renommée ou notoire lorsque

³⁰² Voir A. Pavlovic, *op. cit.* p. 75.

l'enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit ;

- démontrent que l'enregistrement du nom proposé porterait préjudice à l'existence d'une dénomination totalement ou partiellement homonyme ou d'une marque de fabrique ou de commerce ou à l'existence de produits qui se trouvent légalement sur le marché depuis au moins cinq ans à la date de publication du règlement ;
- prouvent le caractère générique du nom dont l'enregistrement est demandé.

205. Si dans un délai de six mois à compter de la date de publication au JOUE, aucune opposition fondée n'a été formée, la Commission procède à l'enregistrement de la dénomination dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées (art. 7.4). Cet enregistrement fait ensuite l'objet d'une publication au JOUE et produit des effets sur l'ensemble du territoire de la Communauté.

3. Les effets de l'enregistrement communautaire des AOP et des IPG

206. L'enregistrement d'une indication géographique dans le registre des appellations d'origine protégées et des indications géographiques protégées produit des effets à la fois à l'égard des bénéficiaires et des tiers.

a) Les effets à l'égard des bénéficiaires

207. Les dénominations géographiques enregistrées en vertu du Règlement (CE) n° 510/2006 bénéficient d'une protection d'office sur tout le territoire de l'Union Européenne. L'enregistrement communautaire d'une indication géographique met fin à la protection nationale³⁰³ et confère à tout opérateur commercialisant des produits agricoles ou des denrées alimentaires qui sont conformes au cahier des charges correspondant, un droit d'usage sur la dénomination sur l'ensemble du territoire de la Communauté (art. 8.1).

³⁰³ Voir J. Schmidt-Szalewski et J.-L. Pierre, *Droit de la propriété industrielle*, 4^e éd., Paris, LexisNexis – Litec, 2007, no 967.

L'article 13, paragraphe 1^{er} *in fine* précise néanmoins que lorsqu'une dénomination enregistrée contient en elle-même le nom d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire considéré comme générique, l'utilisation de ce nom générique sur les produits ou denrées correspondants ne peut pas être réservée. En conséquence, un nom générique seul ne peut pas être enregistré³⁰⁴. L'enregistrement communautaire protège la dénomination contre la dégénérescence en des termes génériques. Ainsi une dénomination protégée ne peut devenir générique (art. 13.2) et tomber dans le domaine public.

208. La protection est effective sur tout le territoire de l'UE ; elle est perpétuelle aussi longtemps que la dénomination reste enregistrée. Mais l'enregistrement peut être annulé par la Commission lorsqu'elle estime que le respect des conditions du cahier des charges d'un produit donné n'est plus assuré. L'annulation de l'enregistrement est également publiée au JOUE. Comme pour l'opposition à l'enregistrement, toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime peut demander l'annulation de l'enregistrement, en justifiant sa demande (art. 12).

b) Les effets à l'égard des tiers

209. L'article 13 détermine les différents agissements contre lesquels une dénomination enregistrée doit être protégée. Au sens de cette disposition, les producteurs situés en dehors de l'aire de production ne sont pas autorisés à utiliser directement ou indirectement la dénomination enregistrée pour désigner des produits comparables dans la mesure où cette utilisation est de nature à profiter de la réputation de la dénomination protégée ou à tromper le public quant à l'origine véritable du produit. L'utilisation est interdite « même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation», ou d'une expression similaire ». C'est ainsi que la CJCE a jugé que l'utilisation de la mention « méthode champenoise » n'est admise que pour les producteurs de vins ayant droit à l'AOC Champagne car l'« on ne saurait autoriser un producteur de vin à utiliser, dans les mentions relatives à la méthode d'élaboration de ses produits, des indications géographiques qui ne correspondent pas à la provenance effective du

³⁰⁴ Par exemple le nom Camembert seul ne peut pas être enregistré parce qu'il est devenu générique, mais Camembert de Normandie est enregistré comme AOC .

vin »³⁰⁵. Les tiers ne peuvent non plus faire aucune utilisation qui causerait la confusion au public quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités substantielles du produit figurant sur l'emballage, la publicité ou d'autres documents.

Cette disposition permet ainsi d'interdire les actes susceptibles de porter atteinte à une AOP ou IGP et protège ainsi les producteurs contre la concurrence déloyale et les consommateurs contre le risque de confusion entre les produits de même nature³⁰⁶.

4. Le règlement du conflit entre les AOP/IGP et les marques

210. L'article 14 du règlement organise les rapports entre les marques et les AOP/IGP. Tout le système de protection des dénominations géographiques repose sur cet article. L'on se souviendra que la question des rapports entre les indications géographiques et les marques a attiré les États-Unis, l'Australie et l'Union Européenne devant l'OMC³⁰⁷.

Le système européen de protection des indications géographiques prévoit trois hypothèses dans lesquelles le conflit entre une marque et une indication géographique peut survenir :

- conflit entre une AOP / IGP et une marque postérieure ;
- conflit entre une AOP / IGP et une marque antérieure ;
- conflit entre une AOP / IGP et une marque notoire ou renommée.

³⁰⁵ CJCE, 13 décembre 1993, *SMW Winzersekt GmbH c/ Land Rheinland-Pfalz*, aff. C-309/93, Rec. 1994 p. I-05555, paragr. 25.

³⁰⁶ Voir le commentaire de l'article 13 dans l'ouvrage de A. Bouvel, *Principes de spécialité et signes distinctifs*, Paris, Litec, Coll. Le droit des affaires, 2004, pp. 254-256.

³⁰⁷ Les États-Unis alléguaient entre autres que le système de coexistence entre les marques et les indications géographiques organisé par l'article 14, paragraphe 2 entrave les droits exclusifs des titulaires des marques antérieures prévus par l'article 16.1 de l'Accord sur les ADPIC (paragr. 7.513 du rapport du Groupe spécial). Le Groupe spécial mis en place par l'ORD a conclu que tel n'est pas le cas puisque non seulement la marque peut continuer d'être utilisée, mais aussi que le droit du titulaire de la marque d'empêcher les utilisations qui prêtent à confusion n'est pas affecté, sauf en ce qui concerne l'utilisation d'une indication géographique telle qu'elle a été inscrite au registre. L'article 14, paragraphe 2 crée plutôt une "exception limitée" aux droits afférents aux marques telle que prévue par l'article 17 de l'Accord sur les ADPIC (paragr. 7.659 et 7.661 du rapport du Groupe spécial).

a) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque postérieure

211. Le paragraphe 1^{er} de l'article 14 résout le conflit en prévoyant que l'enregistrement de toute marque correspondant à une AOP ou IGP et concernant la même classe de produits doit être refusé si la demande d'enregistrement de la marque est présentée après la date de dépôt de la demande d'enregistrement de l'AOP/IGP auprès de la Commission. Si une marque a été enregistrée en contradiction avec cette disposition, elle doit être annulée. C'est le principe *prior tempore, potior jure* qui s'applique, ce qui est tout à fait logique dans la mesure où la marque postérieure vient porter atteinte à des droits préexistants. Le signe choisi comme marque est dès lors indisponible. C'est ainsi que la marque de fromage « Grana Biraghi » a été annulée car elle portait atteinte à l'AOP « Grana Padano », enregistrée au titre du Règlement communautaire n° 2081/92³⁰⁸. En revanche, une marque semblable à une AOP/IGP pourra être enregistrée pour des produits différents, c'est-à-dire ne faisant pas partie de la même classe de produits, à condition qu'elle ne corresponde pas à l'une des situations visées à l'article 13 du Règlement (CE) n° 510/2006.

b) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque antérieure

212. Dans cette hypothèse, le paragraphe 2 de l'article 14 organise la coexistence entre les signes sous deux conditions cumulatives :

- l'enregistrement de la marque doit avoir été effectué de bonne foi avant le dépôt de la demande d'enregistrement de l'AOP ou de l'IGP ;
- la marque ne doit pas être susceptible d'encourir les motifs de nullité ou de déchéance prévus par la première directive 89/104/CEE du Conseil du 21

³⁰⁸ TPICE, 12 septembre 2007, *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano/OHMI*, aff. T-291/03. En l'espèce, la Société Biraghi Spa avait obtenu l'enregistrement de la marque communautaire "Grana Biraghi" pour désigner des fromages. *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano*, une association chargée de défendre les intérêts des producteurs du fromage "Grana Padano" déposa, auprès de l'OHMI, une demande d'annulation de la marque Grana Biraghi en tant qu'elle porte atteinte à l'AOP « Grana Padano ». La Division d'annulation de l'OHMI faisait droit à la demande d'annulation, mais sur appel de la Sté Biraghi, la 1^{re} chambre de recours annula la décision de la Division d'annulation en concluant que le terme « Grana » est un terme générique et descriptif d'une qualité essentielle des produits. *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano* saisit le Tribunal de première instance des Communautés européennes qui décida que le terme « Grana » n'était pas devenu générique et ordonna l'annulation de la marque « Grana Biraghi ».

décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques³⁰⁹ ou par le règlement (CE) n° 40/94 du Conseil du 20 décembre 1993 sur la marque communautaire (RMC)³¹⁰.

213. La jurisprudence de la CJCE a eu l'occasion de se prononcer sur le conflit entre une AOP / IGP et une marque antérieure dans l'affaire « Gorgonzola »³¹¹. En l'espèce, la Cour devait répondre à deux questions préjudicielles concernant la demande dans le cadre d'un litige opposant le « Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola » à Käserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG et à Eduard Bracharz GmbH au sujet d'une demande tendant à ce que la commercialisation d'un fromage à moisissures sous la dénomination «Cambozola» soit interdite en Autriche et à ce que la marque déposée correspondante fasse l'objet d'une radiation. Le « Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola » qui est demandeur dans cette affaire a obtenu la protection communautaire de l'appellation «Gorgonzola» à compter du 21 juin 1996. La marque « *Cambozola* » qui était mise en cause est utilisée depuis 1977. Les deux questions préjudicielles posées à la Cour s'énoncent comme suit :

« 1) En l'état actuel du droit communautaire, est-il compatible avec les principes de la libre circulation des marchandises (articles 30 et 36 du traité CE) qu'un fromage régulièrement fabriqué et désigné par la marque `Cambozola' depuis 1977 dans un État membre, et qui est distribué dans un autre État membre depuis 1983, ne puisse être commercialisé dans cet État membre sous la dénomination `Cambozola' en vertu d'une mesure nationale s'appuyant sur un accord bilatéral de protection des appellations de provenance et dénominations de certains produits (lequel accord protège la dénomination `Gorgonzola') ainsi que sur une interdiction nationale de la tromperie?

2) Le fait que l'emballage du fromage que désigne la marque `Cambozola' porte une mention clairement visible indiquant l'État de fabrication (`Deutscher Weichkäse'

³⁰⁹ Cette directive a été abrogée et remplacée par la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques, *JOUE*, L 299 du 8 novembre 2008 (version codifiée).

³¹⁰ Abrogé et remplacé par le Règlement (CE) no 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire, *JOUE*, L 78/1 du 24/3/2009.

³¹¹ CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola c/ Käserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97, Rec. p. I-01301.

[fromage allemand à pâte molle]) a-t-il une incidence sur la réponse à cette question, étant entendu que ce fromage n'est normalement pas présenté et vendu aux consommateurs sous forme de pièces entières, mais en portions et, pour partie, sans emballage d'origine?».

214. La Cour a procédé à la comparaison des signes et a considéré que s'agissant d'un fromage à pâte molle et à moisissures bleues, dont l'apparence extérieure n'est pas sans analogie avec celle du fromage «Gorgonzola», l'usage d'une dénomination telle que «Cambozola» peut être qualifié, au sens de l'article 13, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 2081/92, d'évocation de l'appellation d'origine protégée «Gorgonzola», sans que la mention sur l'emballage de l'origine véritable du produit soit de nature à modifier cette qualification.

La Cour a toutefois précisé qu'il ne lui revenait pas le droit de statuer sur l'effet de dispositions du droit national ou international protectrices des appellations d'origine antérieures à la protection assurée par le droit communautaire par le règlement. Le juge national autrichien devra donc appliquer les règles en vigueur au moment de l'enregistrement de la marque afin de déterminer si celui-ci a été fait de bonne foi, et devra trancher le problème de savoir si la coexistence de la marque et de l'AOP n'est pas de nature à induire le public en erreur.

Le conflit entre une marque antérieure et une AOP/IGP postérieure sera alors réglé par la coexistence si la marque n'encourt pas les motifs de nullité ou de déchéance³¹². Cette situation a fait dire à Burkhard Goebel que l'Union Européenne assure aux indications géographiques une protection supérieure à celle conférée aux marques³¹³.

c) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque notoire ou renommée

215. Aux termes du paragraphe 4 de l'article 3, « Une appellation d'origine ou une indication géographique n'est pas enregistrée lorsque, compte tenu de la renommée d'une marque, de sa notoriété et de la durée de son usage, l'enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit ».

³¹² Ces motifs sont très nombreux, ils sont énumérés aux articles 51 et 52 du RMC et comprennent notamment, la nullité des marques exclusivement descriptives de la provenance géographique des produits couverts, la nullité des marques tompeuses quant à la provenance géographique des produits visés par l'enregistrement.

³¹³ Burkhard Goebel, *art. cit.*, pp. 8 et 9.

Cette hypothèse vise une marque antérieure confrontée à une AOP ou IGP postérieure. Compte tenu de la renommée, de la notoriété ou de la durée d'usage de la marque, la possibilité de coexistence des deux signes est exclue, la demande d'enregistrement en tant qu'AOP ou IGP doit être refusée. Nous pensons que si jamais l'enregistrement a eu lieu, il doit être annulé.

La notoriété et la renommée d'une marque justifient donc une protection plus renforcée que celle des marques ordinaires mais étant donné qu'il s'agit de notions subjectives, il nous semble opportun d'en examiner les contours.

216. La Convention d'Union de Paris (CUP) a consacré la protection de la marque notoire en son article 6 *bis* sans la définir³¹⁴. La directive 2008/95/CE du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques ainsi que le Règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire prévoient la protection de la marque renommée³¹⁵ mais se gardent également d'en fournir une définition. La doctrine est partagée au sujet de la signification des deux notions.

217. Certains auteurs soutiennent que la renommée est différente de la notoriété mais qu'il s'agit d'une différence de degré et non de nature³¹⁶. La marque notoire est une marque d'usage, c'est-à-dire une marque non enregistrée tandis que la marque renommée est une marque enregistrée³¹⁷. Selon Pierre Vivant, la fonction de la marque notoire et celle de la marque renommée sont différentes : la marque notoire permet de pallier l'absence d'enregistrement tandis que la marque renommée permet d'échapper au principe de spécialité³¹⁸.

³¹⁴ La disposition se contente d'autoriser un État à « refuser ou à invalider l'enregistrement et à interdire l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce qui constitue la reproduction, l'imitation ou la traduction, susceptibles de créer une confusion, d'une marque que l'autorité compétente du pays de l'enregistrement ou de l'usage estimera y être notoirement connue comme étant déjà la marque d'une personne admise à bénéficier de la présente Convention et utilisée pour des produits identiques ou similaires ».

³¹⁵ Voir notamment l'article 5, §2 de la directive 2008/95/CE et l'article 8, §5 du Règlement (CE) n° 207/2009.

³¹⁶ Voir notamment M.-A. Pérot-Morel, « Notoriété et renommée : unité ou notoriété de concept en droit des marques? in *Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997 p. 474 ; A. Bertrand, *Le droit des marques et des signes distinctifs : droit français, droit communautaire et droit international*, Paris, Cedat, 2002, p. 157.

³¹⁷ Voir JurisClasseur Commerciale, Fasc. 600 : Marques, 15 juillet 2001.

³¹⁸ Voir P. Vivant, « Marque notoire et marque renommée : une distinction à opérer », *La Semaine Juridique – Édition entreprise et Affaires*, no 30, 24 juillet 2008, p. 15 ; voir aussi T. Lachacinski et F. Fajgenbaum, « Quelle marque notoire ou renommée au XXIe siècle ? », *Légicom* no 44 – 2010/1, p. 40.

218. D'autres trouvent que la différenciation des deux notions complique inutilement la matière car le régime qui leur est applicable est le même³¹⁹. La jurisprudence française adhère à cette doctrine lorsqu'elle considère que les deux types de marque ont des caractéristiques communes à savoir qu'elles sont connues par une grande fraction du public et exercent un pouvoir attractif propre indépendamment des produits ou des services désignés³²⁰.

219. La CJCE, saisie d'une question préjudicielle relative à l'interprétation de l'article 5, §2 de la première Directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques, fournit les éléments d'appréciation de la renommée d'une marque³²¹. La Cour considère que pour qu'une marque puisse jouir d'une renommée, elle doit être « connue d'une partie significative du public concerné par les produits ou services couverts par cette marque ». Il n'est toutefois pas exigé que la marque soit connue d'un pourcentage déterminé du public ainsi défini et sa connaissance peut se limiter à une partie substantielle du territoire. Pour déterminer le degré de connaissance au sein du public concerné, « le juge national doit prendre en considération tous les éléments pertinents de la cause, à savoir, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage, ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir ».

220. En définitive, la notoriété ou la renommée d'une marque est une question de fait qui doit être interprétée par le juge national. Dès lors, nous pensons que si la notoriété ou la renommée d'une marque n'est pas reconnue dans l'un ou l'autre des pays de l'UE, le titulaire de la marque ne pourra pas faire obstacle à l'enregistrement d'une indication géographique ou d'une appellation d'origine dans ce pays.

³¹⁹ J. Canlorbe, *L'usage de la marque d'autrui*, Paris, Litec, Coll. de l'IRPI : Le droit des affaires et la propriété intellectuelle, 2007, p. 114 ; *RTD eur.*, 2000, p. 136, obs. G. Bonet ; F. Pollaud-Dulian, *op.cit.*, p. 670.

³²⁰ CA Paris, 23 juin 2000, *PIBD* 711/2000, III, p. 19 ; CA Paris, 20 nov. 1996, *PIBD* 626/1997, III, p. 94.

³²¹ CJCE, 14 sept. 1999, *General Motors Corporation c/ Yplon SA*, aff. C-375/97, Rec. I-5421.

II. Les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur spécificité par rapport aux produits de même catégorie : les spécialités traditionnelles garanties (SGT)

221. Les SGT sont protégées sur l'ensemble du territoire de l'UE en vertu du Règlement (CE) n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires (ci-après dénommé « Règlement (CE) n° 509/2006 »). L'intérêt de cette protection se trouve dans le souci de développer les régions rurales économiquement défavorisées³²². Le règlement donne une définition pragmatique de l'expression « spécialités traditionnelles garanties » (2) et en détermine les conditions de protection (1).

1. La définition de l'expression « spécialités traditionnelles garanties »

222. Dans le Règlement (CE) n° 509/2006, l'expression « spécialités traditionnelles garanties » remplace celle d'« attestations de spécificité » antérieurement utilisée dans le Règlement CEE n° 2082/91 abrogé. Ce remplacement est justifié comme l'indique l'exposé des motifs par un souci de clarté³²³. Dans le but de rendre l'objet du règlement plus explicite pour les producteurs et pour les consommateurs, la définition du terme « spécificité » a été précisée et une définition du terme « traditionnel » a été introduite.

223. Aux termes de l'article 2 du Règlement (CE) n° 509/2006, on entend par :

- a) « spécificité »: la caractéristique ou l'ensemble de caractéristiques par lesquelles un produit agricole ou une denrée alimentaire se distingue nettement d'autres produits ou denrées similaires appartenant à la même catégorie ;
- b) « traditionnel »: dont l'utilisation sur le marché communautaire pendant une période faisant apparaître une transmission entre générations a été prouvée ; cette période devrait correspondre à la durée généralement attribuée à une génération humaine, à savoir au moins vingt-cinq ans ;
- c) « spécialité traditionnelle garantie »: produit agricole ou denrée alimentaire traditionnel dont la Communauté a reconnu la spécificité par son enregistrement conformément au présent règlement.

³²² Comme on peut le lire dans 2^e considérant de ce règlement, la protection des STG présente un enjeu économique important pour l'économie rurale notamment dans les zones défavorisées ou éloignées, tant par l'amélioration du revenu des agriculteurs que par la fixation de la population rurale dans ces zones.

³²³ Voir Préambule, Considérant 5.

224. Ainsi définies, les STG sont des signes garantissant la qualité des produits en raison de leur spécificité liée aux méthodes traditionnelles de production et non en raison de leur lien avec une zone de production déterminée. C'est le manque de rattachement des méthodes traditionnelles de production à un milieu géographique déterminé qui les distingue des indications géographiques.

2. Les conditions de protection des STG

225. Comme en matière d'AOP et IGP, la protection communautaire des STG est soumise à des conditions de fond et de forme.

a) Condition de fond : présenter des caractères spécifiques

226. Pour être protégé en tant que STG, un produit agricole ou une denrée alimentaire doit présenter des caractères spécifiques, c'est-à-dire qu'il doit avoir la caractéristique ou l'ensemble de caractéristiques par lesquelles il se distingue nettement d'autres produits ou denrées similaires appartenant à la même catégorie. Le Règlement (CE) n° 509/2006 précise que la caractéristique ou l'ensemble de caractéristiques en question peuvent être liées aux propriétés intrinsèques du produit telles que ses propriétés physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques, à sa méthode de production ou à des conditions spécifiques qui prévalent durant la production.

227. Toutefois, la présentation d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire n'est pas considérée comme une caractéristique, tout comme la spécificité ne peut se limiter ni à une composition qualitative ou quantitative, ni à un mode de production prévu par la législation communautaire ou nationale, ni à des normes établies par des organismes de normalisation, ou par des normes volontaires à moins que la législation ou les normes considérées aient été établies pour définir la spécificité d'un produit (art. 2.2).

228. En outre, le produit doit être traditionnel, c'est-à-dire faire preuve d'une utilisation sur le marché communautaire pendant une période faisant apparaître une transmission de générations en générations. La durée généralement attribuée à une génération humaine est fixée à vingt-cinq ans au moins (art. 2.1.b)).

b) Condition de forme : l'enregistrement

229. Pour bénéficier d'une protection, les spécialités traditionnelles garanties doivent être enregistrées au niveau communautaire. La procédure d'enregistrement est similaire à celle des AOP et IGP et fait intervenir les autorités nationales et les autorités communautaires.

Néanmoins, du moment que le Règlement sur les AOP/IGP pose des interdictions à l'enregistrement, le Règlement sur les STG prévoit des restrictions concernant l'utilisation des noms. Tel est le cas de l'article 5.1 qui précise que le règlement s'applique sans préjudice des règles communautaires ou nationales régissant la propriété intellectuelle et, en particulier, de celles qui concernent les indications géographiques et les marques de fabrique ou de commerce. Ainsi ne peut être enregistré, un produit agricole ou une denrée alimentaire dont la spécificité réside dans la provenance ou l'origine géographique (art. 4.1 al. 2)³²⁴. De même, ne peut être enregistré un nom exprimant la spécificité, soit parce qu'il fait référence uniquement à des allégations d'ordre général utilisées pour un ensemble de produits agricoles ou de denrées alimentaires ou à celles prévues par une réglementation communautaire particulière, soit parce qu'il est trompeur, tel un nom qui fait référence à une caractéristique évidente du produit ou à une caractéristique ne correspondant pas au cahier des charges, et qui risque ainsi d'induire le consommateur en erreur quant aux caractéristiques du produit (art. 4.3).

230. L'article 5.2 précise aussi que le nom d'une variété végétale ou d'une race animale peut être utilisé dans le nom d'une spécialité traditionnelle garantie, à condition qu'il n'induisse pas en erreur quant à la nature du produit. Dès lors l'enregistrement d'une STG ne sera possible qu'à condition de ne pas induire le consommateur en erreur, ce qui constitue d'ailleurs l'un des buts essentiels du règlement en question.

Comme on peut s'en rendre compte, la protection juridique octroyée aux STG diffère nettement de celle accordée aux AOP/IGP. En effet, les signes enregistrés en tant que STG ne sont pas

³²⁴Toutefois la référence à l'origine géographique peut être admise à condition qu'elle fasse partie intégrante de la spécificité du produit ou pour autant qu'il n'en résulte pas une confusion dans l'esprit des consommateurs (J. Schmidt-Szalewski et J.-L. Pierre, 3^e éd., *op. cit.*, p. 405).

réservés aux producteurs établis dans une zone géographique déterminée, mais peuvent être utilisés par tout producteur qui respecte le cahier des charges peu importe le lieu où il exerce ses activités³²⁵.

B. Le régime spécial des vins et des spiritueux

231. Les régimes des vins et des spiritueux évoluent différemment mais ont tendance à converger afin de parachever l’harmonisation des signes de qualité communautaires et mieux intégrer le droit communautaire des vins et spiritueux dans la PAC³²⁶.

I. Le régime des vins

232. L’harmonisation des régimes relatifs aux droits de la propriété intellectuelle s’est réalisée en premier lieu dans le secteur vitivinicole avec l’adoption du Règlement du 4 avril 1962³²⁷. Par la suite, plusieurs règlements communautaires sont intervenus en vue d’organiser les pratiques viticoles, les dénominations et les règles d’étiquetage³²⁸ et il en est résulté une complexité extrême. Pour des raisons de clarté, le Conseil de l’Union Européenne a procédé à la refonte de ces règlements en les regroupant en un texte unique intitulé Règlement (CE) n° 1493/1999 du Conseil du 17 mai 1999 (Règlement OCM) portant organisation commune du marché vitivinicole³²⁹. Ce dernier a été abrogé et remplacé par le Règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole³³⁰ (ci-après dénommé « Nouveau Règlement OCM ») afin de faire progresser l’harmonisation du droit

³²⁵ Voir Fabio Gencarelli, « Les signes distinctifs de qualité dans le secteur agro-alimentaire et les exigences du droit communautaire », *Revue du droit de l’Union Européenne*, 4/2005, p. 773.

³²⁶ Voir J.-M. Bahans et M. Menjucq, « La nouvelle OCM viticole : une réforme communautaire sous l’inspiration de l’OMC », *RD rur.*, n° 366, oct. 2008, pp. 13-20.

³²⁷ *Ibid.*, p. 13 ; F. Barque, « Le droit communautaire des appellations d’origine et indications géographiques en matière vinicole », *RTD eur.* 45, oct.-déc. 2009, p. 743.

³²⁸ Aux termes de l’article 57. a) du Règlement OCM on entend par « étiquetage », “les mentions, indications, marques de fabrique ou de commerce, images ou signes figurant sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, bague ou collerette accompagnant ou se référant à un produit donné”.

³²⁹ *JOCE* L. 179/1 du 14 juillet 1999.

³³⁰ *JOCE* L. 148/1 du 8 juin 2008.

communautaire viticole avec les différents accords qui s'imposent dans le cadre de l'OCM et l'intégrer plus harmonieusement dans la PAC³³¹.

233. Contrairement au Règlement OCM du 17 mai 1999 qui distinguait deux signes qualitatifs pour désigner les vins communautaires, à savoir les vins de qualité produits dans des régions déterminées (VQPRD) et les vins de table, le Nouveau règlement OCM abandonne ces signes dont le Professeur Olszak avait déjà relevé leur imprécision³³², pour s'aligner au Règlement (CE) n° 510/2006 relatif à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et des denrées alimentaires. Ce dernier règlement constitue ainsi le droit commun des indications géographiques européennes.

234. Le Nouveau Règlement OCM introduit une classification des vins selon l'origine et distingue les vins AOP, les vins IGP et les vins sans indication géographique. Néanmoins, la définition de l'AOP viticole ne reprend pas les exigences de production, transformation et élaboration dans la même aire de production mais repose sur d'autres critères qui sont les suivants :

- l'élaboration du vin doit se faire à partir des raisins provenant exclusivement de la zone géographique désignée ;
- la production du vin doit être limitée à la même zone géographique et
- le vin doit être obtenu exclusivement à partir de variétés de vignes de l'espèce *vitis vinifera*³³³.

L'objectif de ces critères ou restrictions est de garantir l'effectivité de la politique de qualité et d'éviter le risque de fraude qu'une autorisation de vinification en dehors de la zone de production pourrait entraîner³³⁴. L'IGP viticole ne reprend pas non plus les critères de protection de l'IGP des produits agricoles et des denrées alimentaires. Elle adopte la définition de l'indication géographique de l'Accord sur les ADPIC, à laquelle elle ajoute les précisions suivantes³³⁵ :

³³¹ Pour un large commentaire du nouveau Règlement OCM, voir J.-M. Bahans et M. Menjucq, art. cit., pp. 13-20.

³³² N. Olszak, *op. cit.*, p. 148.

³³³ Art. 34.1. a) du Nouveau Règlement OCM.

³³⁴ F. Barque, *art. cit.*, p. 760.

³³⁵ Art. 34.1. b) du Nouveau Règlement OCM.

- le vin doit être produit à partir de raisins dont au moins 85 % proviennent exclusivement de la zone géographique considérée ;
- la production est limitée à la zone géographique désignée ;
- le vin doit être obtenu à partir de variétés de vigne de l'espèce *Vitis vinifera* ou issues d'un croisement entre ladite espèce et d'autres espèces du genre *Vitis*.

235. Comme les AOP/IGP relatives aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, les signes qualitatifs des vins sont soumis à une procédure communautaire d'enregistrement qui exige le dépôt d'un dossier technique et d'un cahier des charges³³⁶. Une procédure d'opposition est également prévue pour « tout État membre ou pays tiers ou toute personne physique ou morale ayant un intérêt légitime, établie ou résidant dans un État membre autre que celui qui a demandé la protection ou dans un pays tiers »³³⁷.

236. Enfin, les producteurs des pays tiers sont admis à déposer des demandes de protection de leurs indications géographiques³³⁸ à condition de fournir une preuve établissant que la dénomination en question est protégée dans son pays d'origine³³⁹. Du reste, la protection des AOP/IGP viticoles est conforme à celle de droit commun accordée par le Règlement (CE) n° 510/2006.

II. Le régime des spiritueux

237. Le régime des spiritueux est régi par le Règlement (CE) n° 110/2008 du Parlement Européen et du Conseil du 15 janvier 2008 concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses³⁴⁰ (ci-après dénommé « Règlement sur les spiritueux »). Comme l'alinéa 1^{er} de son préambule l'indique, ce règlement vise à clarifier les règles concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses. Compte tenu de l'importance du secteur des boissons spiritueuses dans la Communauté, les mesures

³³⁶ Art. 35-39 du Nouveau Règlement OCM.

³³⁷ Art. 40, du Nouveau Règlement OCM.

³³⁸ Art. 34.3 du Nouveau Règlement OCM.

³³⁹ Art. 36 du Nouveau Règlement OCM.

³⁴⁰ *JOUE* n° L 39/16, 13 février 2008.

applicables à ce secteur contribuent à la réalisation d'un niveau élevé de protection des consommateurs, à la prévention de pratiques de nature à induire en erreur ainsi qu'à l'assurance de la transparence des marchés et d'une concurrence loyale. En instaurant une protection élevée, le Règlement sur les spiritueux vise, en outre, à lutter contre la contrefaçon qui est particulièrement grave dans ce secteur. Pour cela, une définition très stricte des boissons spiritueuses est donnée à l'article 2 du règlement³⁴¹ et un chapitre est consacré à la protection des indications géographiques de ces produits.

238. Le Règlement sur les spiritueux n'adopte pas la distinction AOP/IGP mais la notion générale d'indication géographique au sens de l'Accord sur les ADPIC. Ainsi, aux termes de l'article 15, il faut entendre par indication géographique « une indication qui identifie une boisson spiritueuse comme étant originaire du territoire d'un pays, d'une région ou d'une localité située sur ce territoire, lorsqu'une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée de la boisson spiritueuse peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique ».

239. La généralité de cette définition tient, à notre avis, du fait que les boissons spiritueuses sont des produits industriels dont les ingrédients entrant dans la production peuvent provenir des régions diverses, mais les stades de fabrication jusqu'au produit fini doivent se dérouler dans une zone géographique déterminée, suivant des méthodes précises au cours desquelles le produit acquiert son caractère et ses qualités définitives. On peut donc dire que les facteurs humains (les

³⁴¹ « 1. Aux fins du présent règlement, on entend par «boisson spiritueuse» la boisson alcoolique:

- a) destinée à la consommation humaine ;
- b) dotée de qualités organoleptiques particulières ;
- c) ayant un titre alcoométrique minimal de 15 % vol ;
- d) ayant été produite:
 - i) soit directement:
 - par distillation, en présence ou non d'arômes, de produits fermentés naturellement, et/ou
 - par macération ou par un traitement similaire de matériels végétaux dans de l'alcool éthylique d'origine agricole et/ou des distillats d'origine agricole et/ou des boissons spiritueuses au sens du présent règlement, et/ou
 - par addition d'arômes, de sucres ou d'autres produits édulcorants énumérés à l'annexe I, point 3), et/ou d'autres produits agricoles et/ou de denrées alimentaires à de l'alcool éthylique d'origine agricole et/ou à des distillats d'origine agricole et/ou à des boissons spiritueuses, au sens du présent règlement ;
 - ii) soit par le mélange d'une boisson spiritueuse avec un ou plusieurs des produits suivants:
 - d'autres boissons spiritueuses, et/ou
 - de l'alcool éthylique d'origine agricole ou des distillats d'origine agricole, et/ou
 - d'autres boissons alcooliques, et/ou
 - des boissons ».

conditions de production et le savoir-faire localisé) sont plus déterminants que l'origine géographique des ingrédients du produit.

240. Les boissons spiritueuses ont donc droit à l'indication géographique et non à l'AOP ou à l'IGP puisque le Règlement (CE) n° 510/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires ne s'applique pas aux boissons spiritueuses³⁴². Une liste de boissons spiritueuses bénéficiant de l'indication géographique fait l'objet de l'Annexe III du Règlement sur les spiritueux. La boisson spiritueuse doit en outre être protégée dans son pays d'origine³⁴³ et sa dénomination ne doit pas être générique³⁴⁴. Elle doit enfin être enregistrée dans la Communauté suivant les modalités prévues par l'article 18 du Règlement sur les spiritueux.

241. Comme les vins, les boissons spiritueuses bénéficient de la protection additionnelle prévue par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC, laquelle est transposée dans l'article 16 du Règlement sur les spiritueux. En somme, pour bénéficier de la protection en tant qu'indication géographique, la boisson spiritueuse doit répondre à la définition du Règlement sur les spiritueux, ne pas être générique et être enregistrée.

242. En définitive, force est de constater que la protection des indications géographiques au sein de l'Union Européenne fait appel à plusieurs signes afin de renforcer l'identité des produits tout en maintenant l'équilibre entre la libre circulation des marchandises et la propriété industrielle. Mais il y a lieu de craindre comme le fait remarquer Madame le Professeur Florence Chartiel que l'enchevêtrement des signes d'identité des produits pourrait être un facteur d'insécurité juridique pour le producteur comme pour le consommateur³⁴⁵ et cela du fait de leur complexité³⁴⁶. Néanmoins, les bienfaits de l'harmonisation des régimes de protection de la propriété intellectuelle, en général et des indications géographiques, en particulier, ne sont plus à démontrer. C'est pourquoi en dehors de l'Union Européenne se développent des accords

³⁴² Voir l'alinéa 14 du préambule du Règlement sur les spiritueux.

³⁴³ Art. 17.3, *préc.*

³⁴⁴ Art. 15.3, *préc.*

³⁴⁵ F. Chartiel, « Les appellations protégées en Europe : protection du producteur et du consommateur », *Petites Affiches*, 2004, n° 179.

³⁴⁶ Certains auteurs soulignent par exemple que la différenciation AOP/IGP cause plus de confusion qu'elle n'en évite (voir Adriano Profeta et al., *art. cit.*, pp. 632-633).

commerciaux régionaux qui comprennent aussi des structures de protection de la propriété intellectuelle. Seules les structures qui comprennent la protection des indications géographiques retiendront notre attention.

Section 2 : Les structures hors l'Union Européenne

243. Le Traité instituant la Communauté Européenne diffère de la plupart des accords commerciaux régionaux en ce qu'il attache une importance particulière à l'harmonisation des régimes relatifs aux droits de la propriété intellectuelle (y compris les indications géographiques) et à la convergence des normes.

En dehors de l'UE, il faut dire que la protection des indications géographiques y est assez récente et n'est devenue nécessaire que parce que l'Accord sur les ADPIC est contraignant en la matière. Suite aux contraintes dictées par la libéralisation des échanges, les États prennent de plus en plus conscience de l'importance économique des indications géographiques et insèrent dans les accords commerciaux régionaux des dispositions spécifiques relatives à ce domaine. On trouve ce genre d'accord aussi bien sur le continent américain que sur le continent africain. Sur le continent asiatique, en revanche, on trouve des organisations sous-régionales à caractère politico-économique comme l'Association des nations du Sud-Est asiatique -*Association of Southeast Asian Nations*- (ASEAN)³⁴⁷ qui comprend un accord-cadre de coopération en matière de propriété intellectuelle appelé *ASEAN Framework Agreement on Intellectual Property* signé à Bangkok le 15 décembre 1995. Comme son intitulé l'indique, cet accord est un cadre qui permet aux États membres de développer la coopération intracommunautaire tout en gardant chacun sa propre législation³⁴⁸. Il ne comporte donc pas de dispositions de fond sur les branches de la propriété industrielle. Cependant certains États membres de l'ASEAN comme la Thaïlande, la Malaisie, le Singapour, le Vietnam et l'Indonésie disposent d'une législation sur la protection des

³⁴⁷ Les États membres de l'ASEAN sont le Brunéi Darussalam, le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, la Malaisie, le Myanmar, les Philippines, le Singapour, la Thaïlande et le Vietnam.

³⁴⁸ Par exemple l'article 21 de cet accord dispose que les membres s'engagent à respecter leurs obligations respectives contractées en vertu des conventions internationales relatives à la propriété intellectuelle auxquelles ils sont parties notamment l'Accord sur les ADPIC et à développer la coopération intracommunautaire dans tous les domaines de la propriété intellectuelle.

indications géographiques³⁴⁹. À défaut de dispositions légales communes de protection des indications géographiques dans l'ASEAN, nous nous limiterons à l'aperçu des structures américaines (§1) et africaines (§2).

§1. Les structures américaines

244. Sur le continent américain, deux accords commerciaux régionaux sont particulièrement intéressants parce qu'ils comportent des dispositions relatives à la protection de la propriété intellectuelle dont les indications géographiques. Il s'agit de l'ALENA en Amérique du Nord (A) et de l'Accord de Carthagène en Amérique Latine (B).

A. L'ALENA

245. Négocié à partir de 1990, signé le 17 décembre 1992 et entré en vigueur le 1^{er} janvier 1994, l'ALENA est formé par le Canada, les États-Unis et le Mexique. Il constitue la plus vaste zone de libre-échange du monde de par sa superficie et sa population³⁵⁰. Il fournit un cadre de principe dans les limites duquel les entrepreneurs du secteur privé peuvent accroître leurs activités commerciales et leurs investissements. Le champ d'application de l'ALENA couvre la plupart des produits de base et biens manufacturés, par exemple dans les secteurs de l'industrie automobile, de l'énergie, de l'agriculture, des textiles, des vêtements, etc.

246. L'ALENA protège la propriété intellectuelle qui fait l'objet du Chapitre 17. Les indications géographiques sont définies à l'article 1721 dans des termes semblables à celles de l'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC, bien que celui-ci soit postérieur à l'ALENA. Ainsi, « indication géographique s'entend de toute indication qui sert à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'une Partie, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique du produit peut être attribuée essentiellement à son origine géographique ».

³⁴⁹ Pour un aperçu de la protection des indications géographiques dans les pays de l'ASEAN, voir Chr. Heath (Ed.), *Intellectual Property Law in Asia*, Kluwer Law International, 2003.

³⁵⁰ Canada, Ministère des affaires étrangères et du commerce international, Accord de libre-échange nord-américain, http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/nafta-alena/index.aspx?lang=fr&menu_id=2&menu=, consulté le 10 décembre 2007.

247. S'agissant de la mise en œuvre des obligations en matière d'indications géographiques, l'article 1712, §1 dispose que chacune des parties prévoira les moyens juridiques qui permettent aux personnes d'empêcher l'utilisation trompeuse d'un signe qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ou toute autre utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 *bis* de la Convention de Paris. Le signe utilisé à titre d'indication géographique ne sera protégé que si son utilisation induit le public en erreur sur l'origine du produit (par exemple le public associe le produit à une origine géographique, de telle sorte qu'il ne l'aurait pas acheté s'il savait qu'il provenait d'ailleurs) ou constitue un acte de concurrence déloyale (le vendeur a voulu tirer profit de la réputation acquise par le produit du concurrent et a semé la confusion en adoptant son signe pour identifier ses propres produits).

Cette formulation équivalente à celle de l'article 22.2 de l'Accord sur les ADPIC, laisse entendre que la protection ne sera reconnue que si le titulaire du droit sur l'indication géographique démontre que le public est effectivement induit en erreur par l'utilisation de son signe par le concurrent.

Cette protection vaut pour tous les produits, il n'y a pas de protection spécifique pour une catégorie donnée de produits. Ce type de protection reflète parfaitement le régime des marques qui est le régime de droit commun des signes distinctifs aux États-Unis³⁵¹ et au Canada³⁵². Des trois pays parties à l'ALENA, seul le Mexique est signataire de l'Arrangement de Lisbonne. D'autres mécanismes, comme l'*action en passing off*, les règles d'étiquetage des produits, de

³⁵¹En ce qui concerne les indications géographiques des vins aux États-Unis, une nuance s'impose car bien que ce pays protège les produits à indication géographique par le biais des marques de certification, il maintient en plus un système qui permet la protection des indications géographiques relatives aux vins et aux spiritueux. Ces dernières sont très bien défendues, grâce au contrôle préalable des étiquettes. Tout producteur ou importateur de vins et spiritueux doit faire valider l'étiquetage de ses produits par l'*Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau* (TTB) ancien *Bureau of Alcohol, Tobacco and Fire Arms* (BATF) un service du Département du Trésor. Avant d'autoriser la mise sur le marché du produit, le TTB exige une preuve d'authenticité dès lors que certaines indications géographiques apparaissent dans l'étiquetage. Cette preuve est un certificat d'authenticité émis par les autorités compétentes du pays d'origine. Sans cette validation, le produit ne peut être mis sur le marché.

³⁵²Quant au Canada, voir *The Trade-mark Act*, R.S.C. 1985, c. T-13 entré en vigueur le 1^{er} janvier 1996.

protection des consommateurs peuvent cependant protéger, dans certaines mesures, les indications géographiques³⁵³.

Le paragraphe 3 de l'article 1712 étend la protection prévue par les paragraphes précédents contre l'utilisation d'indications géographiques fallacieuses. Il prévoit que cette protection sera applicable contre une indication géographique qui, bien qu'elle soit littéralement exacte pour ce qui est du territoire, de la région ou de la localité dont les produits sont originaires, donne à penser à tort au public que les produits sont originaires d'un autre territoire. La protection des indications géographiques au sein de l'ALENA est finalement une protection minimale essentiellement orientée vers la protection des consommateurs.

248. Il convient néanmoins de remarquer que certains produits sont considérés comme étant distinctifs de l'origine géographique et sont protégés comme des indications géographiques. Il s'agit des boissons spiritueuses des trois pays membres identifiés dans le Chapitre 3 relatif au Traitement national et accès aux marchés pour les produits. L'article 313 dispose que l'annexe 313 de l'ALENA s'applique à l'étiquetage et aux normes concernant les produits distinctifs visés par ladite annexe. Les produits distinctifs visés par l'annexe 313 sont :

- le Whisky Bourbon et le Tennessee Whiskey originaires des Etats-Unis ;
- le Whisky canadien ;
- la Tequila et le Mezcal qui sont des produits mexicains.

249. On peut lire dans l'annexe 313 une reconnaissance mutuelle de certaines indications géographiques particulières :

« 1. Le Canada et le Mexique reconnaîtront comme produits distinctifs des États-Unis le whisky Bourbon et le Tennessee Whiskey, un whisky Bourbon pur dont la production n'est autorisée que dans l'État du Tennessee. En conséquence, le Canada et le Mexique n'autoriseront la vente d'aucun produit sous le nom de whisky Bourbon ou celui de Tennessee Whiskey, à moins que ce produit n'ait été fabriqué aux États-Unis

³⁵³ D. Daley, « Canada's Treatment of Geographical Indications: Compliant or Defiant? An international Perspective », in *Ysolde Gendreau, (Ed), An Emerging Intellectual Property Paradigm*, Edward Elgar Publishing Limited, Northampton, 2008, pp. 45 et s.

conformément aux lois et règlements des États-Unis régissant la fabrication du whisky Bourbon et du Tennessee Whiskey.

2. Le Mexique et les États-Unis reconnaîtront comme produit distinctif du Canada le whisky canadien. En conséquence, le Mexique et les États-Unis n'autoriseront la vente d'aucun produit sous le nom de whisky canadien, à moins que ce produit n'ait été fabriqué au Canada conformément aux lois et règlements du Canada régissant la fabrication du whisky canadien pour consommation au Canada.

3. Le Canada et les États-Unis reconnaîtront comme produits distinctifs du Mexique la Tequila et le Mezcal. En conséquence, le Canada et les États-Unis n'autoriseront la vente d'aucun produit sous les noms de tequila ou mezcal, à moins que ce produit n'ait été fabriqué au Mexique conformément aux lois et règlements du Mexique régissant la fabrication de la tequila et du mezcal. Cette disposition s'appliquera au mezcal à la date de l'entrée en vigueur du présent accord ou 90 jours après la date à laquelle la norme officielle de ce produit sera rendue obligatoire par le gouvernement du Mexique, selon la plus tardive de ces deux dates ».

250. L'article 1712 §2 règle le conflit entre une indication géographique et une marque postérieure. Il prévoit que les membres devront refuser ou invalider l'enregistrement d'une marque qui contient une indication géographique, ou est constituée par une telle indication, pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire, de la région ou de la localité indiquée, si l'utilisation de cette indication dans la marque pour de tels produits est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine du produit. Encore une fois, la marque comportant une indication géographique ou constituée d'une telle indication ne sera refusée à l'enregistrement ou invalidé que si le titulaire de l'indication géographique parvient à prouver que son utilisation induit le public en erreur sur l'origine des produits et qu'il en résulte, par ricochet, un préjudice commercial pour lui-même. Le refus de protection de la marque n'est donc pas automatique, la règle *prior tempore, potior jure* ne s'applique pas dans toute sa rigueur.

251. En revanche, en cas de conflit entre une marque antérieure enregistrée ou non³⁵⁴ et une indication géographique, il y a possibilité de coexistence entre les deux signes si la marque a été déposée ou enregistrée de bonne foi avant l'entrée en vigueur de l'ALENA ou lorsque les droits à une marque de fabrique ou de commerce ont été acquis par une utilisation de bonne foi avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine (art. 1702 §5). Cette formulation vient reconnaître et confirmer les droits acquis sur des marques antérieures et assure ainsi la sécurité juridique des opérateurs économiques qui se voient reconnaître leurs droits sur les marques acquis par l'utilisation de bonne foi³⁵⁵.

L'article 1702 §5 permet la coexistence des marques et des indications géographiques dans les mêmes conditions que celles de l'article 24.5 de l'Accord sur les ADPIC. Les commentaires faits sur ce dernier articles sont aussi valables ici.

252. Le paragraphe 6 exclut de la protection à titre d'indications géographiques les termes devenus génériques sur le territoire d'un membre de l'ALENA. Le paragraphe 8, autorise « toute personne d'utiliser, au cours d'opérations commerciales, son nom ou celui de son prédécesseur en affaires, sauf si ce nom est utilisé de manière à induire le public en erreur ou s'il porte atteinte à une marque protégée antérieurement à la reconnaissance d'une indication géographique avec laquelle une confusion est probable. Enfin, le paragraphe 9 lève l'obligation pour une Partie de protéger une indication géographique qui n'est pas protégée ou qui est tombée en désuétude sur son territoire³⁵⁶.

³⁵⁴ Dans certains pays comme les États-Unis, une marque non enregistrée peut être protégée si son titulaire parvient à en prouver son usage dans le commerce. Pour obtenir l'enregistrement fédéral d'une marque, son titulaire doit d'abord l'utiliser dans le commerce en rapport avec les marchandises ou les services figurant dans sa demande. L'usage doit être continu et non sopradique ou transitoire (voir J. Phillips and I. Simon, *Trade Mark Use*, (Eds), Oxford University Press, 2005, p. 330.

³⁵⁵ Le paragraphe 5 de l'article 1712 de l'ALENA dispose : « Lorsqu'une marque de fabrique ou de commerce a été demandée ou enregistrée de bonne foi, ou lorsque les droits à une marque de fabrique ou de commerce ont été acquis par une utilisation de bonne foi:

a) avant la date d'application des présentes dispositions dans cette Partie, ou
b) avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine, aucune Partie ne peut adopter, pour mettre en oeuvre le présent article, des mesures qui préjugeront la recevabilité ou la validité de l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce, ou le droit d'utiliser une marque de fabrique ou de commerce, au motif que cette marque est identique ou analogue à une indication géographique ».

³⁵⁶ Voir aussi l'art. 24.9 de l'Accord sur les ADPIC.

253. L'ALENA est cependant muet sur la question de la durée de la protection des indications géographiques. Si le Règlement (CE) n° 510/2006 est explicite à ce sujet (car il prévoit que les dénominations protégées ne peuvent devenir génériques), cela est conforme à la philosophie européenne des indications géographiques. Celles-ci sont considérées comme des biens publics et sont pour cette raison imprescriptibles et incessibles. En Amérique du Nord (États-Unis et Canada), elles sont en revanche des droits totalement privatifs laissés aux opérateurs économiques qui ont la faculté de recourir au service de la marque collective ou de certification pour les protéger. Elles sont en conséquence assimilées aux marques quant à la durée de leur protection. La philosophie européenne des indications géographiques a, par contre, inspiré les pays de l'Amérique Latine parties à l'Accord de Carthagène.

B. L'Accord de Carthagène

254. Le Groupe andin (ou Communauté andine) a été l'un des projets d'intégration sous-régionale les plus ambitieux d'Amérique latine mais aussi l'un de ceux qui ont rencontré le plus de difficultés dans la réalisation de ses objectifs³⁵⁷. La Communauté andine est régie par le Traité de Carthagène et ses protocoles modificateurs. Elle comprend actuellement la Bolivie, la Colombie, l'Équateur et le Pérou et consiste en une union douanière imparfaite entre ces différents États. Les pays membres de la Communauté andine sont également membres de l'OMC depuis 1996 et en cette qualité, sont obligés de protéger la propriété intellectuelle. Cette obligation a été mise en application par une série de décisions dont la plus récente et la plus améliorée reste la Décision n° 486 du 14 septembre 2000 de la Commission de l'Accord de Carthagène sur le régime commun concernant la propriété industrielle³⁵⁸ (ci-après dénommé « Accord de Carthagène »).

³⁵⁷ Le Chili et le Venezuela se sont retirés de la Communauté en 2006 : voir http://ats-sea.agr.gc.ca/latin/4326_f.htm#_Toc165445922, consulté le 25 mai 2009. À propos des difficultés rencontrées par cette organisation, voir Gabriel Sanchez, « La Communauté andine entre le Nord et le Sud », <http://web.univ-pau.fr/RECHERCHE/GDRI-EMMA/Rinos/SemParis/Sanchez.pdf>, consulté le 25 mai 2008.

³⁵⁸ Voir la version française de la Décision sur http://www.wipo.int/clea/docs_new/fr/ve/ve007fr.html. Le nouveau régime commun concernant la propriété intellectuelle est entré en vigueur le 1^{er} décembre 2000.

255. L'Accord de Carthagène reprend les dispositions de l'Accord sur les ADPIC relatives aux principes généraux et aux différents domaines de la propriété intellectuelle dont les indications géographiques.

S'agissant de ces dernières, la Décision n° 486 leur consacre un titre entier composé de deux chapitres comptant 23 articles. Le système adopté par cette Décision distingue deux signes constitutifs d'indications géographiques : l'appellation d'origine et l'indication de provenance.

I. L'appellation d'origine : une conception naturaliste

256. L'appellation d'origine (*denominación de origen*) est définie à l'article 201 comme

« une indication géographique constituée par la dénomination d'un pays, d'une région ou d'un lieu déterminé ou constituée par une dénomination qui, sans être celle d'un pays, d'une région ou d'un lieu déterminé, renvoie à une zone géographique déterminée, servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité, la renommée ou d'autres caractéristiques sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ».

Comme on peut le remarquer, cette définition s'inspire de celle de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine. Cela peut sembler surprenant dans la mesure où un seul Membre de la Communauté andine, à savoir le Pérou, est partie à l'Arrangement de Lisbonne.

257. Malgré cette conception de l'appellation d'origine que Luis Garcia Munoz-Najar qualifie de naturaliste³⁵⁹, son champ d'application est très large puisque, d'une part, elle inclut les indications géographiques indirectes et, d'autre part, les produits industriels et artisanaux peuvent aussi être protégés en tant qu'appellations d'origine même si leur lien avec le milieu géographique n'est pas évident. L'article 212 qui détermine les titulaires de l'appellation d'origine dispose en effet que « L'utilisation d'une appellation d'origine pour les produits naturels, agricoles, artisanaux ou industriels provenant des pays membres est réservée exclusivement aux

³⁵⁹ Voir Luis Alonso Garcia Munoz –Najar, *art. cit.*, note 15.

producteurs, fabricants et artisans qui ont leur établissement de production ou de fabrication dans la localité ou la région du pays membre désignée ou évoquée par une telle appellation ».

Dans une conception naturaliste, la nature juridique de l'appellation d'origine consiste en un « bien public » appartenant à la collectivité nationale ou régionale. En cette qualité, l'appellation d'origine est inaliénable et imprescriptible ; elle est réputée faire partie du patrimoine national, donc sous le contrôle de l'État³⁶⁰.

258. L'Accord de Carthagène prévoit des conditions de fond et de forme pour la protection des appellations d'origine. Quant au fond, ne peuvent être déclarées appellations d'origine que les appellations qui sont conformes à la définition figurant à l'article 201 de l'accord. Sont exclues de la protection, les appellations qui constituent des dénominations communes ou génériques pour désigner le produit considéré, étant entendu qu'une dénomination est tenue pour commune ou générique lorsqu'elle est considérée comme telle par les experts en la matière et par le public en général. Sont également exclues de la protection, les appellations qui sont contraires aux bonnes mœurs ou à l'ordre public ou qui peuvent induire le public en erreur quant à la provenance géographique, à la nature, au mode de fabrication, à la qualité, à la renommée ou à d'autres caractéristiques des produits considérés (art. 202). Quant à la forme, la protection des appellations d'origine se fait par l'enregistrement. La demande de protection est adressée à l'office national de l'État dans lequel la protection est demandée. Elle est introduite par toute personne qui prouve qu'elle y a un intérêt légitime, c'est-à-dire les personnes physiques ou morales qui se consacrent directement à l'extraction, à la production ou à l'élaboration du ou des produits qu'il est question de protéger au moyen de l'appellation d'origine ainsi que les associations de producteurs. Les autorités de l'État, départementales, provinciales ou municipales sont aussi considérées comme ayant un intérêt légitime lorsqu'il est question d'appellations d'origine correspondant à leurs territoires respectifs (art. 203).

259. La procédure relative à l'examen de forme prévue pour l'enregistrement des marques³⁶¹ s'applique aussi aux indications géographiques mais dans la mesure où elle est pertinente (art.

³⁶⁰ Luis Garcia Munoz-Najar, *art. cit.*, p. 6.

³⁶¹ La procédure d'enregistrement des marques est prévue par les articles 138 à 151 de la Décision n° 486.

205). La requête en déclaration de protection d'une appellation d'origine doit être présentée par écrit auprès de l'office national compétent et indiquer :

- le nom, le domicile, la résidence, la nationalité du ou des requérants ainsi que la preuve de l'intérêt légitime de ceux-ci ;
- l'appellation d'origine objet de la requête ;
- la zone géographique délimitée de production, d'extraction ou d'élaboration du produit désigné par l'appellation d'origine ;
- les produits désignés par l'appellation d'origine ; et
- un exposé des qualités, renommée ou autres caractéristiques essentielles des produits désignés par l'appellation d'origine (art. 204).

Cette procédure intervient une fois que la requête est admise à l'examen et après que l'office national compétent ait examiné si les conditions énoncées dans l'accord et dans la législation nationale des pays membres sont remplies. Une appellation d'origine est déclarée protégée d'office ou sur requête de toute personne qui prouve qu'elle a un intérêt légitime à cette protection.

260. La soumission des appellations d'origine à la procédure d'enregistrement des marques présente l'avantage d'être simple et économique. La protection des appellations d'origine prend naissance avec la déclaration faite à cet effet par l'office national compétent (art. 214). Les appellations d'origine protégées en vertu de l'accord de Carthagène ne peuvent pas être considérées comme communes ou génériques aussi longtemps qu'elles restent protégées dans leurs pays d'origine. Autrement dit, la durée de la protection est illimitée dans le temps mais limitée au territoire de la Communauté andine.

261. Pour faire l'objet d'une demande de protection, les appellations d'origine doivent avoir été déclarées comme telles dans leur pays d'origine. L'appellation d'origine péruvienne « Pisco » est un exemple d'indication géographique enregistrée au niveau de la Communauté andine mais aussi au-delà³⁶².

³⁶² Voir Luis Garcia Munoz-Najar, *art. cit.* pp. 10-11.

Enfin, la reconnaissance des appellations d'origine ou des indications géographiques protégées dans les pays tiers est subordonnée à l'existence d'un accord auquel le pays membre est partie et à condition que ces appellations ou indications soient protégées dans leur pays d'origine.

II. Les indications de provenance : une conception commerciale

262. Aux termes de l'article 221 « On entend par indication de provenance [*indicación de procedencia*] un nom, une expression, une image ou un signe qui désigne ou évoque un pays, une région, une localité ou un lieu déterminé ». Par cette définition, la Décision n° 486 adopte une conception très large de l'indication de provenance. Elle englobe aussi bien les indications de provenance directes qu'indirectes. L'indication de provenance directe est la dénomination géographique qui indique la provenance exacte d'un produit³⁶³. Celle-ci fait souvent référence à l'origine douanière³⁶⁴ des produits et n'a aucune connotation qualitative³⁶⁵. Par exemple mettre une étiquette sur l'emballage d'un produit indiquant qu'il est fabriqué en France (Made in France) permet de connaître son origine mais ne renseigne rien sur sa qualité ou ses caractéristiques. L'indication de provenance indirecte quant à elle peut être un signe, une expression ou une image qui évoque l'origine géographique d'un produit. On peut mentionner à titre d'exemple les emblèmes, les monuments célèbres, les armoiries, les figures traditionnelles ou historiques³⁶⁶, etc. Un produit portant une étiquette sur laquelle figure l'image de la Tour Eiffel informe le public que ledit produit est fabriqué à Paris.

L'utilisation de ces signes est réglementée non seulement dans le but de protéger le consommateur contre le risque de tromperie ou de confusion quant à l'origine, la provenance, la qualité ou toute autre caractéristique de ce produit (art. 222), mais aussi dans le souci de lutter contre la contrefaçon. En effets, les produits de contrefaçon sont souvent de qualité médiocre, ce qui non seulement trompe les consommateurs mais aussi fausse les règles du commerce loyal.

³⁶³ K. Troller, *Manuel du droit suisse des biens immatériels*, t. I, 2^e éd., Bâle et Francfort-sur-le-main, 1996, p. 218.

³⁶⁴ Voir N. Olszak, *op. cit.*, p. 74 ; J. Audier, « Marques et indications géographiques de la filière vitivinicole », *RD rur.*, n° 312, avr. 2003, p. 241.

³⁶⁵ Le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) définit l'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 » (OMPI, SCT/5/3 du 8 juin 2000).

³⁶⁶ K. Troller, *op. cit.* p. 218.

263. L'Accord de Carthagène, dans sa partie consacrée aux appellations d'origine et indications de provenance, est silencieux sur la question du règlement du conflit entre ces dernières et les marques. Il faut se référer à la procédure d'enregistrement des marques pour trouver la règle de solution du conflit entre les deux signes distinctifs. Ainsi aux termes de l'article 135 de cet accord,

« Ne peuvent être enregistrés comme marques les signes :

(...)

i) qui sont de nature à tromper les milieux commerciaux ou le public, notamment sur la provenance géographique, la nature, le mode de fabrication, les caractéristiques, les qualités ou l'aptitude à l'emploi des produits ou des services considérés ;

j) qui reproduisent, imitent ou contiennent une appellation d'origine protégée pour des produits identiques ou différents, lorsque son utilisation peut faire naître un risque de confusion ou d'association avec l'appellation ou entraîne une exploitation injustifiée de sa notoriété ;

k) qui contiennent une appellation d'origine protégée applicable à des vins ou des boissons spiritueuses ».

La formulation de l'article 135 (j) envisage la seule l'hypothèse du conflit entre une appellation d'origine et une marque postérieure. La solution d'un tel conflit ne suscite pas de difficultés car la priorité est reconnue à l'appellation d'origine du fait même de son antériorité par rapport à la demande d'enregistrement de la marque. En revanche, il semble que l'hypothèse de coexistence entre les deux signes n'a pas été prévue.

264. Il convient enfin de noter que la Communauté andine s'est dotée d'un organe juridictionnel qui contrôle la légalité des normes communautaires, veille à leur interprétation et à leur application uniforme sur l'ensemble du territoire des pays membres à l'instar de la CJCE. C'est le Tribunal de justice de la Communauté andine qui siège à Quito, en Équateur et est composé de membres représentants chacun des pays membres. Il agit également à titre d'arbitre lors des

controverses sur l'interprétation de ces normes³⁶⁷. Les conflits intracommunautaires qui surgiraient entre une indication géographique et une marque seraient portés devant ce tribunal.

§2. Les structures africaines

265. L'Afrique compte deux organisations interétatiques de protection des droits de la propriété intellectuelle : l'*African Regional Intellectual Property Organisation* (ARIPO) et l'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI). Les deux organisations sont, en grande majorité, composées de pays dont les systèmes juridiques reflètent ceux des puissances occidentales qui les ont colonisés³⁶⁸. Ils n'ont pas de ce fait, un même niveau de protection des indications géographiques. Sur ce sujet, l'ARIPO (A) semble être en retard par rapport à l'OAPI (B).

A. L'ARIPO

266. L'ARIPO est une organisation intergouvernementale qui regroupe 16 États africains qui sont en majorité d'expression anglophone³⁶⁹. Elle a été créée par l'Accord de Lusaka du 9 décembre 1976 avec pour objectif principal de promouvoir la coopération, l'harmonisation et le développement de la propriété intellectuelle entre les membres. L'ARIPO a déjà adopté deux protocoles dans le domaine de la propriété industrielle afin de préciser les fonctions de l'organisation en tant qu'office régional de la propriété intellectuelle. Il s'agit respectivement du Protocole de Harare sur les brevets et dessins et modèles industriels (1982) et du Protocole de Banjul sur les marques (1997). Le système de l'ARIPO a mis en place une procédure d'enregistrement régional des titres de propriété industrielle (marques, brevets, dessins et modèles) dans le respect des législations nationales. Chaque État membre de l'ARIPO garde son propre office de la propriété intellectuelle mais les procédures d'enregistrement des titres sont

³⁶⁷ Voir le traité créant le Tribunal de justice de la Communauté andine sur http://www.comunidadandina.org/ingles/normativa/ande_trie2.htm, consulté le 13 mars 2008.

³⁶⁸ Voir Ikechi Mgbeoji, « TRIPS-plus : Impact in Africa », in Daniel J. Gervais, (Ed), *Intellectual Property, Trade and Development : Strategies to Optimize Economic Development in a TRIPS-Plus Era*, Oxford University Press Inc., New York, 2007, pp. 267-268.

³⁶⁹ Botswana, Gambia, Ghana, Kenya, Lesotho, Malawi, Mozambique, Namibia, Sierra Leone, Somalia, Sudan, Swaziland, Tanzanie, Uganda, Zambie et Zimbabwe. Sur cette liste, seuls le Mozambique et la Somalie ne sont pas des pays anglophones.

centralisées dans un souci de simplification et d'harmonisation³⁷⁰. Rien n'a encore été prévu spécifiquement pour les indications géographiques. Compte tenu du contexte historique et juridique des pays membres de cette organisation, les indications géographiques peuvent être enregistrées conformément au droit national de chaque État³⁷¹. Pour cette raison, notre intérêt portera davantage sur l'OAPI qui, elle, a adopté un système *sui generis* de protection des indications géographiques.

B. L'OAPI

267. L'OAPI a été créée par l'Accord de Bangui du 2 mars 1977 et rassemble 16 pays dont 15 sont membres de l'OMC³⁷². L'Accord de Bangui est une législation uniforme qui vise à promouvoir l'utilisation et la protection de la propriété intellectuelle dans chaque État membre. Il a été révisé en 1999 pour se mettre en conformité avec l'Accord sur les ADPIC et les autres traités de l'OMPI. Le nouveau texte révisé est intitulé « Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 2 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle » (ci-après dénommé « Accord de Bangui »). Il est entré en vigueur le 28 février 2002.

268. L'Accord de Bangui marque un pas décisif dans la protection de la propriété intellectuelle au sein des pays membres. En effet, du moment que la plupart des accords internationaux ne s'appliquent pas directement dans l'ordre juridique interne des États membres mais requièrent des textes de mises en application, l'Accord de Bangui constitue la loi nationale de propriété intellectuelle de chacun des États membres. Il comprend dix Annexes concernant respectivement les brevets d'invention, les modèles d'utilité, les marques de produits ou de services, les dessins et modèles industriels, les noms commerciaux, les indications géographiques, la propriété littéraire et artistique, la protection contre la concurrence déloyale, les schémas de configuration

³⁷⁰ Pour plus d'informations sur l'ARIPO, visitez son site Internet : www.aripo.org.

³⁷¹ Par exemple le Mozambique, dans son Code de propriété industrielle du 4 mai 1999, réserve un chapitre à la protection des appellations d'origine et indications géographiques : voir CLEA : http://www.wipo.int/clea/en/text_pdf.jsp?lang=EN&id=3144, consulté le 3 novembre 2007.

³⁷² Il s'agit des pays suivants : Bénin, Burkina-faso, Cameroun, République Centrafricaine, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Guinée Bissau, Guinée Équatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad et Togo. Seule la Guinée Équatoriale n'est pas membre de l'OMC. Le Burkina Faso, le Congo, le Gabon et le Togo sont également membre de l'Arrangement de Lisbonne du 31 octobre 1958 concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international).

(topographies) des circuits intégrés et la protection des obtentions végétales. Ces annexes sont considérées par l'article 3 de l'accord comme des « droits nationaux indépendants, soumis à la législation de chacun des États membres dans lesquels ils ont effet ». Cela signifie que les textes des annexes font office de loi interne pour chaque État. La propriété intellectuelle étant harmonisée par l'effet de cette disposition, cela présente un avantage incontestable pour ces pays en ce qui concerne la reconnaissance des droits de propriété intellectuelle au sein de l'espace de l'OAPI, ce qui a pour effet de simplifier les procédures d'enregistrement et de réduire sensiblement les coûts y afférents.

269. La protection des indications géographiques est prévue par l'Annexe VI de l'Accord de Bangui. Auparavant protégées au titre d'appellation d'origine, les indications géographiques font aujourd'hui l'objet d'une définition plus souple et conforme à celle de l'Accord sur les ADPIC (I). Le texte de l'Annexe VI détermine en outre les conditions (II) et les effets de la protection des indications géographiques (III) et règle le conflit entre ces dernières et les marques (IV).

I. De l'appellation d'origine à l'indication géographique

270. L'Accord de Bangui du 2 mars 1977 protégeait les indications géographiques sous leur forme d'appellation d'origine inspirée de l'Arrangement de Lisbonne. Mais aucune indication géographique n'a été enregistrée en vertu de cet accord jusqu'à sa révision en 1999. Les raisons peuvent être multiples mais les plus probables sont le manque de tradition de reconnaissance des signes géographiques au sein des États membres et la rigidité de la définition de l'appellation d'origine qui faisait que plusieurs produits de la zone OAPI n'étaient pas éligibles à la protection en qualité d'appellation d'origine³⁷³.

271. En adoptant l'expression plus souple d'indication géographique, l'Accord de Bangui entend donner aux États membres l'opportunité de protéger leurs indications géographiques qui ne

³⁷³ Voir P. Edou Edou, « La protection des indications géographiques et des appellations d'origine en Afrique - état des lieux et perspectives » in *Forum sur les indications géographiques et les appellations d'origine, organisé conjointement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l'Institut national de la propriété industrielle (INPI)*, Lisbonne, 30 et 31 octobre 2008. L'article est disponible sur : http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_lis_08/wipo_geo_lis_08_theme2_edou_edou.doc, consulté le 3 mars 2009.

remplissaient pas les conditions très strictes de l'appellation d'origine inspirée de l'Arrangement de Lisbonne. Aux termes de l'article premier l'Annexe VI de l'Accord de Bangui, on entend par indication géographique, « des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique ». Au sens de cette définition, le terme « produit » désigne « tout produit naturel, agricole, artisanal ou industriel ». Grâce à cette définition, les pays membres de l'OAPI pourront enfin protéger une diversité de produits qui ne pouvaient pas l'être sous la définition de l'appellation d'origine³⁷⁴. Les produits portant une indication géographique sont protégés suivant des conditions qui, une fois remplies, leur confèrent une protection sur l'ensemble de l'espace OAPI.

II. Les conditions de protection

272. La protection des indications géographiques instituée par l'Annexe VI de l'Accord de Bangui est soumise à des conditions tant de fond que de forme.

1. Les conditions de fond

273. Pour bénéficier de la protection au titre d'indication géographique au sein de l'espace OAPI, les produits doivent d'abord répondre à la définition prévue par l'accord de Bangui. Il ressort de cette définition que la protection découle des caractères variés du produit qui s'expriment soit par le lien de qualité, soit par la réputation ou d'autres caractéristiques déterminées qui rattachent le produit à son origine géographique. Le cumul de ces trois éléments n'est pas requis, l'un ou l'autre suffit pour justifier la protection en tant qu'indication géographique. La souplesse de cette

³⁷⁴*Ibid.* Il faut remarquer que, jusqu'en 2002, date d'entrée en vigueur de l'Accord de Bangui, aucun État membre de l'OAPI n'avait enregistré une appellation d'origine. Mais depuis cette date, un certain nombre de produits sont à l'étude en vue de leur reconnaissance en tant qu'indications géographiques. On peut mentionner à titre d'exemple : le haricot vert du Sourou et le beurre de Karité de Nazinon pour le Burkina Faso ; le miel blanc de Oku et le poivre blanc de Penja pour le Cameroun ; l'attiéké de Grand Lahou et les toiles de Korhogo pour la Côte d'Ivoire ; le café Ziama et l'ananas de Manférinyah pour la Guinée : voir Compte rendu de la Conférence ministérielle sur les indications géographiques et les obtentions végétales tenue à Ouagadougou du 6 au 7 décembre 2005, http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/compte_rendu_ig_ov_dec_2005.htm, consulté le 3 janvier 2008.

définition réside dans le lien qui doit exister entre le produit et son origine géographique. Ce lien est moins étroit que celui qui était requis par la définition de l'appellation d'origine.

274. Les indications géographiques doivent ensuite respecter les bonnes mœurs et l'ordre public (art. 5 b)). L'Accord de Bangui ne fournit cependant pas la définition de ces notions. Même si le respect des bonnes mœurs est, avec celui de l'ordre public, l'une des conditions générales de licéité des conventions, on sait bien que ces deux notions sont éminemment subjectives et leur contenu varie d'un pays à l'autre³⁷⁵. Dès lors, on se demande comment l'OAPI va procéder pour apprécier que telle dénomination géographique est contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs³⁷⁶.

Sont en outre exclues de la protection au sein de l'espace OAPI, les indications qui pourraient tromper le public sur la nature, la provenance, le mode de fabrication, les qualités, les caractéristiques ou l'aptitude à l'emploi des produits considérés (Art. 2.2) et 5.b). Cette disposition est destinée à protéger les consommateurs contre les tromperies de certains commerçants malhonnêtes, mais aussi les entreprises contre la concurrence déloyale. Enfin, les indications géographiques candidats à la protection doivent être protégées dans leur pays d'origine au moment de la demande et ne doivent pas être tombées en désuétude (art. 5 c)).

275. L'Accord de Bangui est néanmoins silencieux sur la question des dénominations génériques. Si l'on considère que certaines indications géographiques potentielles africaines sont constituées de dénominations traditionnelles non géographiques qui peuvent être protégées dans leurs pays d'origine mais pas nécessairement à l'étranger, on peut craindre que certains pays ne puissent s'opposer à la protection de certaines dénominations sous prétexte qu'elles n'appartiennent pas

³⁷⁵ Voir P. Edou Edou, *Les incidences de l'Accord sur les ADPIC sur la protection de la propriété industrielle au sein de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI)*, Thèse de doctorat, Strasbourg III, 2005, p. 286.

³⁷⁶ On comprend mal comment une indication géographique peut être contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs du moment qu'elle se rapporte à une origine géographique. Cela peut néanmoins se comprendre lorsque l'indication à une connotation linguistique ou est accompagnée de représentations graphiques qui heurtent l'ordre public ou les bonnes mœurs du pays dans lequel la protection est demandée. L'OAPI pourrait être confrontée à la difficulté d'enregistrer les indications géographiques dont la connotation linguistique heurte l'ordre public ou les bonnes mœurs d'un pays membre. L'appréciation de ces concepts devrait être laissée au droit national.

exclusivement à une région géographique. L'accord de Bangui devrait déterminer dans quelle mesure, une dénomination peut ou ne peut pas devenir générique.

2. Une condition de forme : l'enregistrement

276. La protection des indications géographiques au sein de l'espace OAPI est subordonnée à l'enregistrement. La demande d'enregistrement doit émaner d'une personne qui a la qualité pour déposer la demande. L'article 6 de l'Annexe VI détermine trois catégories de personnes ayant cette qualité :

- les personnes physiques ou morales qui exercent une activité de producteur dans la région géographique indiquée dans la demande ;
- les groupes de consommateurs ainsi que
- toute autorité compétente.

277. Si la qualité pour déposer une demande d'enregistrement d'une indication géographique n'est pas contestable dans le chef des producteurs exerçant leurs activités dans l'aire géographique indiquée ou dans celui de l'État qui peut se comporter en titulaire du « droit sur l'indication » et en conférer l'utilisation aux producteurs, on peut, en revanche, se poser la question sur la qualité de déposant des consommateurs. La question est d'autant plus fondée que l'article 15 de l'Accord de Bangui reconnaît le droit d'utilisation aux seuls producteurs exerçant leurs activités dans l'aire géographique de production. Si les consommateurs demandent l'enregistrement d'une indication géographique et l'obtiennent, quels seront les effets de cet enregistrement? Comme ils peuvent faire enregistrer une indication géographique sans pouvoir l'utiliser eux-mêmes, est-on en présence d'une marque de certification?

278. La demande est déposée ou adressée à l'OAPI ou auprès du ministère chargé de la propriété industrielle de chaque pays membre. La demande adressée au Directeur général de l'OAPI doit contenir:

- une pièce justificative du versement de la taxe de dépôt ;
- la région géographique à laquelle s'applique l'indication ;
- les produits auxquels l'indication s'applique ;

- la qualité, réputation ou autre caractéristique des produits pour lesquels l'indication est utilisée (art. 7).

Une fois la demande déposée, l'OAPI procède à son examen et admet l'enregistrement de l'indication ou la rejette lorsqu'elle constate que le déposant n'avait pas la qualité ou que la demande ne comporte pas toutes les indications énumérées ci-dessus. Lorsque les conditions sont remplies, l'OAPI enregistre l'indication géographique dans le registre spécial des indications géographiques. Elle publie ensuite l'enregistrement effectué et délivre au titulaire de l'enregistrement un certificat (art.11). Toute personne intéressée peut faire opposition à l'enregistrement d'une indication géographique en saisissant l'OAPI dans un délai de 6 mois à compter de la publication de l'enregistrement (art. 12). Dans le même sens, le tribunal peut être saisi aux fins de statuer sur la radiation ou la modification d'une indication géographique (art. 14).

279. La procédure d'enregistrement d'une indication géographique à l'OAPI est assez souple puisqu'elle est purement administrative et ne comporte pas d'aspects techniques comme le contrôle de la conformité à un cahier des charges qu'on exige en Union européenne. Ça aurait été d'ailleurs inutile d'adopter une procédure stricte du moment que les pays membres n'ont aucune expérience dans le domaine des indications géographiques. C'est seulement à compter de la publication de l'enregistrement que celui-ci produit des effets.

III. Les effets de l'enregistrement

280. Les indications géographiques doivent être protégées comme telles, si elles ont été enregistrées par l'OAPI, c'est-à-dire que l'enregistrement confère la protection de l'indication sur l'ensemble de l'espace OAPI (art. 12.2) de l'Accord de Bangui). L'indication géographique enregistrée bénéficie donc d'une protection uniforme dans les 16 États membres. Les indications géographiques sont également protégées d'office sans avoir été enregistrées par l'OAPI si un effet d'enregistrement résulte d'une convention internationale à laquelle les États membres sont parties. L'effet d'enregistrement dont il est question ici résulte de la qualité de partie à l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur

enregistrement international³⁷⁷. Les indications géographiques des États tiers ne peuvent être protégées au sein de l'OAPI que si leur enregistrement est prévu par une convention internationale à laquelle les États membres sont parties ou par la loi d'application d'une telle convention (art. 4). En dehors de toute convention internationale, on peut dire que le système de protection des indications géographiques est fermé aux États non membres. Si l'on considère que les pays membres de l'OAPI sont également membres de l'OMC, l'article 4 de l'accord de Bangui viole le principe du traitement national énoncé à l'article 3:1 de l'Accord sur les ADPIC car il accorde un traitement moins favorable aux ressortissants des autres Membres de l'OMC par rapport aux propres ressortissants des pays membres de l'OAPI. L'accord de Bangui devrait mettre en place les conditions dans lesquelles les étrangers pourraient obtenir la protection des leurs indications géographiques au sein de l'espace OAPI en dehors des conventions internationales dont la conclusion dépend de la volonté des États.

281. L'enregistrement d'une indication géographique produit des effets tant à l'égard des producteurs qu'à l'égard des tiers.

À l'égard des producteurs, « seuls les producteurs exerçant leurs activités dans l'aire géographique indiquée au registre ont le droit d'utiliser à des fins commerciales, pour les produits indiqués au registre, l'indication géographique enregistrée, pour autant que ces produits aient les qualités caractéristiques essentielles indiquées au registre »³⁷⁸. Les producteurs³⁷⁹ dont les activités se situent en dehors de cette aire géographique n'ont pas droit à l'indication géographique. En d'autres termes, l'enregistrement d'une indication géographique confère un droit exclusif à caractère collectif appartenant à toute personne dont les produits répondent aux

³⁷⁷ Voir art. 12.3) de l'Accord de Bangui : « L'enregistrement international d'une indication géographique, effectué en vertu des stipulations de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des indications géographiques et leur enregistrement international et ayant effet dans un État membre au moins, produit, dans chacun des États parties au présent Accord et audit Arrangement, les mêmes effets que ceux qui auraient été produits si l'indication géographique avait été enregistrée auprès de l'Organisation ». Parmi les 16 membres de l'OAPI seuls le Burkina Faso, le Congo, le Gabon et le Togo sont parties à l'Arrangement de Lisbonne. Il faut cependant remarquer que l'adhésion à l'Accord de Bangui emporte l'engagement à l'adhésion à l'Arrangement de Lisbonne, ce qui fait de cet Accord un accord ADPIC-plus.

³⁷⁸ Art. 15.1 de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui.

³⁷⁹ Aux termes de l'article premier de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui, le terme "producteur" signifie tout agriculteur ou autre exploitant de produits naturels, tout fabricant de produits artisanaux ou industriels, quiconque fait le commerce desdits produits.

conditions d'octroi de l'indication géographique³⁸⁰. La protection est illimitée dans le temps, mais limitée au territoire de l'OAPI. Néanmoins, lorsque les produits protégés par une indication géographique sont légalement mis sur le marché, toute personne a le droit d'utiliser l'indication géographique pour ces produits³⁸¹. C'est là une forme d'épuisement international des droits appliqué aux indications géographiques³⁸².

282. À l'égard des tiers, 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 est illicite (art. 15.5)). Est également illicite « toute utilisation à des fins commerciales, pour les produits indiqués au registre ou pour des produits similaires, de l'indication géographique enregistrée ou d'une dénomination similaire, même si l'origine véritable du produit est indiquée, ou si l'indication géographique est employée en traduction, ou accompagnée d'expressions telles que *genre, type, façon, imitation* ou expressions similaires » (art. 15.3)). Cette disposition introduit une protection forte des indications géographiques et s'applique à tous les produits sans distinction aucune. Une telle protection est réservée aux vins et spiritueux dans l'accord sur les ADPIC. Il est donc louable que l'accord de Bangui n'ait pas fait de hiérarchie entre les produits pouvant bénéficier de la protection en tant qu'indications géographiques.

283. En cas de violation des droits du titulaire d'une indication géographique, des sanctions tant civiles que pénales ont été prévues³⁸³. Ainsi au civil, le dommage causé peut être réparé par application des règles de la responsabilité civile. L'action civile vise précisément à faire cesser l'utilisation d'une indication géographique enregistrée ou à faire cesser une telle utilisation si celle-ci est imminente. Quant au pénal, celui qui utilise volontairement et de façon illicite une

³⁸⁰ B. O'Connor, *op. cit.*, p. 357.

³⁸¹ Art. 15.2 de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui.

³⁸² P. Edou Edou, *Les incidences de l'Accord sur les ADPIC...*, *op. cit.*, p. 284. *Contra* : J. Schmidt-Szalewiski et J.-L. Pierre écrivent qu'on ne peut concevoir d'épuisement communautaire en matière d'indications géographiques car « Le produit mis dans le commerce sous l'appellation d'origine doit être, en effet, un produit authentique, obtenu dans l'aire géographique considérée ; aucun des titulaires de ce droit collectif ne pourrait en autoriser la fabrication et la commercialisation dans un État membre autre que celui de l'origine protégée (voir J. Schmidt-Szalewiski et J.-L. Pierre, 3^e éd., *op.cit.*, p. 330, n° 681).

³⁸³ Voir les articles 16 et 17 de l'Accord de Bangui.

indication géographique enregistrée est puni d'une peine d'emprisonnement comprise entre trois mois et un an et d'une amende de un million à six millions de Francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement. L'Annexe VI de l'Accord de Bangui prévoit enfin une solution au conflit pouvant survenir entre une indication géographique et une marque.

IV. Le règlement du conflit entre les indications géographiques et les marques

284. L'Annexe VI de l'Accord de Bangui permet à son article 2.1), l'enregistrement d'une marque contenant une indication géographique à condition que son utilisation ne soit pas de nature à causer la confusion dans l'esprit du public quant à la véritable origine des produits. L'hypothèse visée ici est celle d'une marque postérieure à une indication géographique. En cas de conflit avec une indication géographique, la marque géographique enregistrée doit être invalidée ou refusée si elle est en quête d'enregistrement, mais seulement dans les cas où son utilisation est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine. Si elle n'est pas susceptible d'induire le public en erreur, c'est qu'elle est suffisamment distinctive et doit donc être protégée. En précisant qu'il s'agit d'une « marque de produits », on peut penser qu'une marque de services contenant une indication géographique pourrait être admise à l'enregistrement. Si tel était le cas, il en résulterait une confusion du public qui pourrait croire que les services rendus sous cette marque sont attribuables aux titulaires de l'indication géographique.

285. L'accord de Bangui prévoit également la possibilité de coexistence entre une indication géographique et une marque géographique antérieure identique ou similaire à condition que cette dernière ne porte pas sur les vins ou les spiritueux³⁸⁴. Autrement dit, la coexistence entre une indication géographique et une marque similaire ou identique est, en principe, autorisée sauf dans le domaines des vins et spiritueux. L'enregistrement d'une indication géographique pour désigner un vin ou un spiritueux déjà protégé par une marque géographique identique ou similaire chasse cette marque. On peut se demander pourquoi l'Accord de Bangui a entendu accorder aux indications géographiques relatives aux vins et spiritueux un statut privilégié par

³⁸⁴ Voir article 15.6) « Le titulaire d'une marque antérieure identique ou similaire à une indication géographique peut continuer l'utilisation de sa marque, sauf dans le cas où celle-ci porte sur les vins ou spiritueux.».

rapport aux autres produits alors qu'aucun membre de l'OAPI n'est réputé pour la production des vins ou spiritueux. L'Accord de Bangui semble suivre moutonnement la position du droit français au sujet du règlement du conflit entre une marque antérieure et une AOC³⁸⁵. Mais du moins en France, la suprématie de l'AOC est l'œuvre de la jurisprudence et traduit le statut public reconnu aux AOC par rapport aux marques³⁸⁶. Le principe de la coexistence entre une marque antérieure et une indication géographique postérieure aurait pu être prévu dans le cadre de la reconnaissance des droits acquis conformément à l'article 24.5 de l'accord sur les ADPIC.

286. En guise de conclusion de ce titre, on peut dire que le droit international des indications géographiques reste une œuvre inachevée, car de la CUP à l'accord sur les ADPIC, le chemin fut long et parsemé d'embûches. La question de la protection internationale des indications géographiques n'est pas encore résolue jusqu'à ce jour. Contrairement aux autres droits de propriété intellectuelle qui ont reçu une version finale dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC, les indications géographiques ont reçu une version provisoire car les discussions sur leur niveau de protection ont été renvoyées aux négociations ultérieures. L'inefficacité des instruments juridiques internationaux à protéger les indications géographiques et la désillusion envers les négociations multilatérales au sein de l'OMC ont favorisé, en partie, le développement des accords commerciaux régionaux. Ces derniers tentent d'harmoniser la protection au niveau régional et de vaincre ainsi la résistance du principe de territorialité des droits de propriété intellectuelle. Ce principe selon lequel « un droit subjectif de propriété intellectuelle n'existe et

³⁸⁵ Voir notamment : l'affaire « Romanée-Conti » (Com., 1^{er} décembre 1987, *JCP* éd. G 1988, II, 21081, note Agostini. Sur le commentaire de cet arrêt voir C. Buhl, *op. cit.*, pp. 219 et s.

³⁸⁶ G. Bernard, « Distinction marque / AOC : un casse-tête pour le consommateur », *Revue Lamy Droit des affaires*, n° 68 Supplément, février 2004, pp. 26-28. L'auteur affirme le principe de la primauté de l'AOC en ces termes : « Tout le système français a été bâti autour des appellations d'origine et la législation sur les AOC est une législation d'ordre public. Il y a donc, en droit français, une suprématie de droit de l'AOC sur la marque » ; voir aussi en ce

n'a d'effet qu'à l'intérieur de l'ordre juridique qui l'a créé »³⁸⁷ a pour effet que les droits nationaux des indications géographiques sont régis par une diversité de régimes de protection, ce qui traduit la complexité de la question de leur niveau de protection sur le plan international.

sens, G. Le Tallec, *art. cit.*, p. 229 ; N. Olszak, « Appellations d'origine et indications de provenance », *Rép. Com. Dalloz*, 2003, p. 42.

³⁸⁷ N. Bouche, *Le principe de territorialité de la propriété intellectuelle*, Paris, L'Harmattan, 2002, p. 35.

TITRE II : LES DROITS NATIONAUX DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE DIVERSITÉ DE RÉGIMES DE PROTECTION

287. Les droits nationaux des indications géographiques reflètent une diversité de régimes de protection qui ont été développés dans la ligne de différentes traditions juridiques nationales et dans des contextes historiques et économiques spécifiques³⁸⁸. Cela explique d'une part, l'existence de différents mécanismes de protection des indications géographiques dans différents pays (CHAPITRE I) et d'autre part, la persistance des rapports conflictuels entre les indications géographiques et leurs concurrents les marques (CHAPITRE II).

³⁸⁸ Voir Ph. Zylberg, art. cit., p. 3 ; D. Croze, "IPRTA & Geographical Indications Challenges and opportunities", *IPRTA Forum Project Stakeholder Workshop, Bangkok, 3-6 December 2006*, p. 4 ; M. Riccheri et al., "Assessing the Applicability of Geographical Indications as a Means to Improve Environmental Quality in Affected Ecosystems and the Competitiveness of Agricultural Products", Final Report, <http://www.esocialsciences.com/data/articles/Document12422007580.6685755.pdf>, consulté le 21 septembre 2008.

CHAPITRE I : LES MÉCANISMES JURIDIQUES DE PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

288. Selon l'article 1.1 *in fine* de l'Accord sur les ADPIC, « Les Membres seront libres de déterminer la méthode appropriée pour mettre en œuvre les dispositions du présent accord dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques ». Cette disposition signifie en ce qui concerne la protection des indications géographiques qu'aucun mécanisme juridique n'est privilégié par rapport aux autres. Les droits de propriété intellectuelle étant de caractère territorial et exclusif, chaque État reste souverain dans le choix du mode approprié de protection de ses indications géographiques.

289. L'article 22.2 de l'Accord sur les ADPIC dispose que les Membres prévoient les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher toute utilisation de nature à induire le public en erreur quant à l'origine géographique du produit ainsi que toute utilisation constitutive d'acte de concurrence déloyale. En n'imposant aucun mode précis de protection, l'Accord sur les ADPIC respecte les différentes traditions juridiques au sein desquelles les concepts d'indications géographiques tout aussi différents se sont développés.

Afin de rendre compte de ces différents concepts, nous les regroupons en deux catégories : la protection des indications géographiques par les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales (Section 1) et la protection des indications géographiques par les titres de propriété industrielle (Section 2).

Section 1 : La protection par les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales

290. Certains pays n'ont pas dans leurs législations de dispositions particulières pour protéger les indications géographiques. Les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales tels que la répression de la concurrence déloyale et le recours à l'action en *passing off* (§1) ainsi que les mesures de protection des consommateurs (§2) sont utilisés comme une alternative.

§1. La répression de la concurrence déloyale et l'action en *passing off*

291. Dans une économie de marché, c'est le mécanisme de la concurrence qui détermine le prix, la qualité et l'accessibilité des produits et services offerts au public. Lorsque les règles régissant la concurrence sont faussées, on est en présence de la concurrence déloyale qui peut être réprimée, selon les systèmes juridiques en vigueur dans différents pays, par une action en concurrence déloyale (A) ou une action en *passing off* (B).

A. L'action en concurrence déloyale

292. La notion de concurrence déloyale est présente dans les législations de tous les pays qui pratiquent une économie de marché, c'est-à-dire les pays dans lesquels le principe de la libre concurrence entre les entreprises est l'élément de base du système économique. En principe, ces pays réglementent la concurrence entre les entreprises (bien qu'à des degrés divers) et prévoient des moyens juridiques pour prévenir et/ou réprimer les actes constitutifs de concurrence déloyale. Les bases juridiques de la protection contre la concurrence déloyale restent cependant variées (I), c'est pourquoi nous leur consacrons quelques lignes avant d'examiner les actes constitutifs de concurrence déloyale (II).

I. Les bases juridiques de la protection contre la concurrence déloyale

293. L'article 10 *bis* de la CUP oblige les États parties à assurer une protection effective contre la concurrence déloyale, définie comme "*tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale*". Cette disposition figure parmi les dispositions de la CUP qui sont incorporées dans l'Accord sur les ADPIC par le biais de ses articles 2.1 et 22.2.b). Plus particulièrement, l'article 22.2.b) renvoie à l'article 10 *bis* de la CUP pour sanctionner toute utilisation des indications géographiques constitutive de concurrence déloyale.

294. Sur le plan communautaire, la CJCE a également reconnu que les mesures juridiques de lutte contre la concurrence déloyale peuvent suffire pour protéger les indications géographiques³⁸⁹. À

³⁸⁹ CJCE, Grande chambre, 26 février 2008, *Commission c/ Allemagne*, aff. C-132/05, <http://curia.europa.eu/>.

l'échelon national, la protection contre la concurrence déloyale fait l'objet d'approches fort différentes³⁹⁰ qu'il n'est pas nécessaire d'exposer ici³⁹¹. Les conditions permettant à une action en concurrence déloyale d'aboutir varient donc d'un pays à l'autre. Néanmoins, toutes ces approches ont un objectif commun qui est de fournir aux intéressés un recours efficace contre les pratiques commerciales malhonnêtes et illicites de leurs concurrents³⁹². Aussi convient-il d'examiner les actes constitutifs de concurrence déloyale.

II. Les actes constitutifs de concurrence déloyale

295. L'article 10 *bis* de la CUP énumère de manière non exhaustive, les actes de concurrence déloyale suivants : les actes de confusion, les actes de dénigrement et ceux qui sont de nature à tromper le public (article 10 *bis* alinéa 3)³⁹³. Ces trois catégories d'actes constituent la base sur laquelle les lois nationales ont construit leurs systèmes de répression de la concurrence déloyale. Le mot "notamment", qui précède l'énumération des actes de concurrence déloyale indique que les lois internes peuvent dépasser sur ce point la CUP³⁹⁴.

³⁹⁰ Pour une approche française, voir L. Vogel, *Droit de la concurrence déloyale*, Paris, LawLex, 2007-2008.

³⁹¹ Pour un aperçu de ces différentes approches, voir A. Ilardi, *Propriété intellectuelle, principes et dimension internationale*, Paris, L'Harmattan, Coll. L'esprit économique, 2005, p. 35. Cet auteur note entre autres formes de protection :

- « - application de statuts spécifiques contenant des principes généraux, liste détaillée des pratiques commerciales déloyales et sanctions civiles et criminelles ;
- introduction des principes de protection dans le Code civil et des actions en *passing off* développées par les tribunaux ;
- combinaison de différentes formes, par exemple : combinaison entre les principes généraux du Droit civil et certains statuts spécifiques ».

³⁹² Sur la théorie de la concurrence déloyale, voir P. Roubier, *Le droit de la propriété industrielle, Partie générale*, Paris, Sirey, 1952, p. 509 et s. ; D. Rochard, *op. cit.*, pp. 57-66.

³⁹³ Selon l'alinéa 3 du même article, constituent des actes de concurrence déloyale notamment :

- « 1° 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 ;
- 2° 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 ;
- 3° 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 ».

³⁹⁴ Voir F. Henning-Bodewig, "International Protection against Unfair Competition – Art. 10bis Paris Convention, TRIPS and WIPO Model Provisions", *IIC*, 1999, Vol. 30, n° 2/1999, p. 177.

296. L'OMPI qui administre la CUP, a publié en 1992, un document intitulé "Dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale"³⁹⁵ qui complète l'article 10 *bis* de la CUP. Le document se veut être un modèle pour les pays qui souhaitent mettre en place une législation sur la concurrence déloyale ; il établit une liste et définit de manière plus précise les principaux actes de concurrence déloyale. Nous nous limitons aux trois catégories d'actes ci-haut énumérées car elles cadrent mieux avec la protection des indications géographiques.

1. Les actes de confusion

297. L'acte de confusion dans le sens de la CUP est tout fait quelconque 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 actes de ce genre tendent à usurper la place qu'occupe un concurrent dans la confiance du public et, à la faveur de procédés malhonnêtes, d'essayer de détourner la clientèle à son profit³⁹⁶ en imitant les signes de ralliement de la clientèle ou des produits concurrents³⁹⁷. La confusion pour être fautive doit induire le public en erreur sur l'origine du produit³⁹⁸. La faute consiste alors en « des manquements délictuels à une obligation de comportement correct dans le domaine des affaires, c'est-à-dire, le devoir de se différencier à suffisance des concurrents, pour que les clients ne commettent pas d'erreur au détriment de la victime de la confusion »³⁹⁹.

298. Le Doyen Roubier cite parmi les actes de confusion, tous les moyens qui tendent à créer une confusion :

³⁹⁵ Voir OMPI, *Dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale*, Publication de l'OMPI n° 832. Selon l'article 2 des Dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale, « Constitue un acte de concurrence déloyale tout acte ou pratique qui, dans l'exercice d'activités industrielles ou commerciales, crée ou est de nature à créer une confusion avec l'entreprise d'autrui ou ses activités, en particulier avec les produits ou services offerts par cette entreprise. Cette confusion peut porter en particulier sur une marque, enregistrée ou non ; un signe distinctif d'entreprise autre qu'une marque ou un nom commercial ; l'aspect extérieur d'un produit, la présentation de produits ou de services, une personne célèbre ou un personnage de fiction connu ».

³⁹⁶ P. Roubier, *op. cit.*, p. 505.

³⁹⁷ Voir L. Vogel, *op. cit.*, p. 29.

³⁹⁸ *Ibid.*, p. 173.

³⁹⁹ P. Tréfigny, *L'imitation : contribution à l'étude juridique des comportements référentiels*, Strasbourg, PUS, Coll. du CEIPI, 2000, p. 194.

- entre les établissements eux-mêmes, qu'il s'agisse d'un nom patronymique ou d'une raison commerciale ;
- avec les produits à appellation d'origine par l'emploi du nom du lieu de production alors qu'une telle désignation est fausse ;
- entre les produits par l'imitation des signes distinctifs comme les marques⁴⁰⁰.

299. Pour empêcher l'utilisation non autorisée d'une indication géographique sur la base d'une action en 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 le public en erreur par la confusion qu'elle entretient et, le cas échéant, que cette utilisation cause ou risque de causer un préjudice. Une telle action ne peut aboutir que si l'indication géographique en question a acquis un caractère distinctif dans l'État où la protection est réclamée. En d'autres termes, il faut que le public concerné associe les produits vendus sous cette indication à une origine géographique différente, à une certaine réputation ou à certaines qualités⁴⁰¹. Or, comme le procès se déroule devant les juridictions du concurrent déloyal et que la charge de la preuve incombe au demandeur, il est très difficile de prouver l'acte de confusion.

2. Les actes de dénigrement

300. L'alinéa 3 de l'article 10 *bis* de la CUP oblige les États membres à interdire toutes « 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 ». Une disposition analogue figure dans la plupart des lois nationales sur la concurrence déloyale. Il faut cependant remarquer que l'article 10 *bis* vise uniquement les allégations « fausses », ce qui signifie que le dénigrement basé sur des faits exacts n'est pas prohibé. Néanmoins, dans la mise en œuvre de cette disposition, rien n'interdit aux pays membres de l'OMC d'étendre la portée de cette disposition à toutes les allégations discréditantes, qu'elles soient fausses ou exactes⁴⁰² car, même lorsqu'il

⁴⁰⁰ P. Roubier, *op. cit.*, p. 505.

⁴⁰¹ Voir Ludwig Baeumer, *art. cit.*, p. 35 ; voir aussi F. Henning-Bodewig, *art. cit.*, p. 172.

⁴⁰² Par exemple l'Accord de Bangui étend la mise en application de l'article 10 bis aux « allégations abusives ». Selon l'article 5 de l'Annexe VIII relative à la protection contre la concurrence déloyale, « Constitue un acte de concurrence déloyale, toute allégation fausse ou abusive dans l'exercice d'activités industrielles ou commerciales,

n'est pas expressément interdit, le dénigrement apparaît contraire à la notion de loyauté de concurrence. Le dénigrement constitutif de concurrence déloyale consiste à jeter publiquement le discrédit sur l'entreprise, la personnalité, les produits, les prix d'un concurrent⁴⁰³, etc.

301. En droit français, le dénigrement vise à détourner à son profit la clientèle du concurrent au moyen des propos ou allusions désobligeants dirigés contre la personne du concurrent ou ses produits⁴⁰⁴. Il s'agit par exemple de mettre en cause la qualité des produits d'un concurrent. Le dénigrement peut viser aussi bien l'entreprise concurrente ou ses produits que la personne même du concurrent qu'il s'agisse d'une personne physique ou d'une personne morale. Le dénigrement qui vise une entreprise concurrente cause un préjudice et peut entraîner la condamnation à des dommages-intérêts. Mais il faut qu'il existe un lien de concurrence entre les parties et qu'il soit possible d'identifier la victime du dénigrement pour que la notion de concurrence déloyale par dénigrement puisse être appliquée⁴⁰⁵.

302. Toutefois, dans les cas les plus graves, et surtout lorsqu'il y a diffamation, des sanctions pénales sont également prévues, souvent dans le cadre général du code pénal. La jurisprudence française marque le souci de faire une distinction entre le dénigrement qui est condamné et la simple critique qui est autorisée⁴⁰⁶. Certes, la frontière entre la libre critique qui est un droit, et le dénigrement qui est une faute, n'est pas toujours aisée à tracer. Le dénigrement ne commencerait qu'avec des critiques acerbes et systématiques voulant discréditer le concurrent sans que le dénigrement provenant d'un non concurrent puisse échapper à tout reproche⁴⁰⁷.

303. La question de savoir si l'expression d'une opinion peut discréditer un concurrent renvoie à celle de savoir si la protection doit s'étendre au cas où les déclarations sont véridiques. L'article 10 bis 3 de la CUP vise les allégations fausses, mais beaucoup de pays vont plus loin et les

qui discrédite ou est de nature à discréditer l'entreprise d'autrui ou ses activités, en particulier des produits ou services offerts par cette entreprise ».

⁴⁰³ C.A. Bastia, 23 septembre 2003, arrêt 02/00805, *S.A. P. C/ Société par Actions Brasserie D. S.A. S. Groupement d'Intérêt B. de Corse (A C. Dia Biera) S.A.*

⁴⁰⁴ P. Tréfigny, *op. cit.*, p. 252 ; J.-J. Burst, *Concurrence déloyale et parasitisme*, Paris, Dalloz, coll. Droit usuel, 1993, p. 60.

⁴⁰⁵ P. Tréfigny, *op. cit.*, p. 253 et s.

⁴⁰⁶ Voir le commentaire de cette jurisprudence dans L. Vogel, *op. cit.*, pp. 69-70..

⁴⁰⁷ Nadjiba Badi Boukemidja, « Les faits de la concurrence déloyale », <http://www.legalbiznext.com/droit/Les-faits-de-la-concurrence.html>, consulté le 15 janvier 2008.

remarques de nature à discréditer un tiers tombent sous le coup de l'interdiction expresse du dénigrement ou constituent tout au moins une violation des dispositions générales sur les usages commerciaux honnêtes, même lorsque les faits allégués sont exacts. Une remarque sur un concurrent même littéralement exacte, sera donc considérée comme un acte de concurrence déloyale si, par exemple, l'attaque prend des proportions démesurées ou si les mots utilisés sont inutilement offensants⁴⁰⁸.

304. Une autre forme de dénigrement fréquemment utilisée par les concurrents est la publicité comparative. Celle-ci est minutieusement réglementée en France et fait l'objet de l'article L. 121-8 et suivants du Code de la consommation. L'article L. 121-8 fixe les conditions générales de licéité de la publicité comparative. La publicité qui met en comparaison des produits ou services identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent est autorisée si elle répond aux conditions suivantes :

- elle ne doit pas être trompeuse ou induire en erreur le consommateur ;
- elle doit porter sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- elle doit comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques des biens ou services comparés.

305. L'article L. 121-9 interdit la publicité comparative tendant à tirer indûment profit de la notoriété attachée à une marque, un nom commercial ou d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou à entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, activité ou situation d'un concurrent. Cette disposition apparaît à la fois comme une défense des signes distinctifs et une reconnaissance légale de l'interdiction du parasitisme⁴⁰⁹.

306. L'article L.121-10 intéresse en particulier les appellations d'origine et les indications géographiques. Ainsi la comparaison pour des produits bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée n'est autorisée que si ces produits bénéficient de la même appellation ou indication. Dans ce cas, il n'y a pas concurrence déloyale puisque tous les

⁴⁰⁸ Encyclopédie Dalloz 2001, *Répertoire de droit commercial*, tome II, v° « Concurrence déloyale » par Y. Serra.

⁴⁰⁹ Voir Ph. Le Tourneau, *Le parasitisme: notion, prévention, protections*, Paris, Litec, 1998, p. 43.

producteurs ont un droit égal à l'appellation. Il en serait autrement si un producteur situé en dehors de l'aire de production compare ses produits à ceux de ses concurrents bénéficiant d'une appellation protégée. Il en résulterait aux yeux des titulaires des droits sur l'indication géographique, une dilution, une sorte d'avilissement, presque un dénigrement de leurs produits.

Au niveau communautaire, la directive 84/450/CEE du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États Membres en matière de publicité trompeuse⁴¹⁰ admet, sous certaines conditions, la publicité comparative définie comme «*toute publicité qui, explicitement ou implicitement, identifie un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent*» (art. 2.2 bis). En application de cette directive, la CJCE a jugé que n'est pas illicite toute comparaison qui, pour des produits n'ayant pas d'appellation d'origine, se rapporte à des produits bénéficiant d'une telle appellation⁴¹¹.

3. Les actes de nature à tromper le public

307. Selon le paragraphe 3 de l'article 10 bis de la CUP, l'emploi d'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 est considéré comme un acte de concurrence déloyale. Toutes les allégations qui sont susceptibles d'induire le public en erreur et non seulement celles énumérées sous cette disposition sont couvertes. Sont également comprises parmi les actes visés par ce paragraphe, les allégations relatives à l'origine géographique des produits⁴¹². Ainsi, l'utilisation d'une indication géographique pour des produits qui ne sont pas originaires de la région à laquelle elle correspond peut être une source d'erreur et avoir pour effet de tromper le public. Dès lors, « La répression des indications de provenance fausses fait l'objet d'une action judiciaire lorsqu'un acte de concurrence déloyale est commis, c'est-à-dire lorsque les indications sont fausses ou fallacieuses,

⁴¹⁰ JOCE du 19 septembre 1984, p. 17, abrogée par la Directive européenne n° 2006-114 du 12 décembre 2006, JOUE n° 372 du 27 décembre 2007, p. 21.

⁴¹¹ CJCE, 19 avril 2007, *De Landtsheer Emmanuel SA c/ Comité Interprofessionnel du Vin de Champagn et Veuve Clicquot Ponsardin SA*, aff. C-381/05, disponible sur : <http://curia.europa.eu/>

⁴¹² AIPPI, *Resolution concerning Question 115: Effective Protection against Unfair Competition under Article 10 bis Paris Convention 1883*, Copenhagen, June 12-18, 1994, § 8.

sans que soit mise en jeu une protection particulière rentrant dans l'exercice d'un droit absolu, analogue aux autres droits de propriété industrielle »⁴¹³.

308. Bien que les conditions de succès de l'action en concurrence déloyale varient d'un pays à l'autre, quelques principes fondamentaux sont généralement admis. En matière d'indications géographiques, pour que l'action en concurrence déloyale puisse aboutir, l'indication doit avoir acquis une certaine réputation auprès du public. C'est-à-dire que les consommateurs doivent faire le lien entre cette indication et le lieu d'origine des produits. Il faut aussi que l'utilisation de l'indication géographique pour des produits qui ne sont pas originaires de l'aire géographique à laquelle l'indication renvoie soit susceptible d'induire les consommateurs en erreur quant à l'origine véritable du produit, ce qui n'est pas toujours aisé. Un arrêt de la Cour de cassation française⁴¹⁴ illustre cette difficulté.

309. La *Scotch Whisky Association*, une association pour la défense du whisky écossais à travers le monde, a engagé des poursuites contre la Société *Les Grands Chais de France et Sté G20*, en vue de faire annuler la marque française « Cromwell's rare blended whisky » désignant un whisky français, pour défaut d'indication de l'origine géographique du produit. La *Scotch Whisky Association* alléguait que ce défaut était de nature à tromper les consommateurs sur la véritable origine du whisky portant la marque en cause. La *Scotch Whisky Association* fondait son action sur le fait que :

- le whisky français portant la marque « Cromwell's rare blended whisky » empruntait un nom patronymique anglais et utilisait la langue anglaise pour identifier son produit ; ce fait étant de nature à entraîner la confusion sur l'origine géographique du produit qui n'est pas écossais ;
- le whisky écossais dénommé « Cromwell's Royal Scotch Whisky » distribué par la Société *Les Grands Chais de France* avait une même présentation que le « Cromwell's rare blended whisky », ce qui était de nature à créer la confusion entre les deux produits aux yeux des consommateurs.

⁴¹³ G. Ronga, *art. cit.*, p. 431.

⁴¹⁴ Com., 28 novembre 2006, *The Scotch Whisky Association c/ Sté Les Grands Chais de France et Sté G20*, *PI France*, 5 janvier 2005.

310. La Cour de Cassation a confirmé l'arrêt de la Cour d'Appel de Paris, qui à son tour confirmait le jugement du TGI de Paris. Le TGI de Paris avait rejeté l'action en concurrence déloyale au motif que le public concerné par le produit n'associe pas la marque « Cromwell's », à l'Écosse. En outre, l'utilisation de la langue anglaise dans la marque française n'est pas de nature à tromper les consommateurs sur l'origine géographique du produit. Enfin, l'absence de la mention du lieu géographique de production du whisky d'assemblage (*blended whisky*) n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur sur la véritable origine du produit.

311. La force de l'action en concurrence déloyale tient au fait qu'elle peut être exercée même en l'absence de texte, sur le fondement des usages⁴¹⁵ mais sa faiblesse réside dans l'incertitude de son aboutissement. D'une part, la réputation que le produit concurrencé est supposé avoir acquise auprès des consommateurs est une notion subjective, elle varie d'un pays à l'autre ; d'autre part, certaines législations nationales exigent la preuve d'un préjudice effectif ou probable résultant du fait que les consommateurs sont trompés sur l'origine véritable d'un produit présent sur le marché.

312. Dans les pays où l'action en concurrence déloyale est une action en responsabilité civile délictuelle comme en France⁴¹⁶, il appartient à la victime d'un comportement jugé déloyal d'apporter la preuve des trois éléments de la responsabilité civile, à savoir la faute, le dommage et le lien de causalité entre la faute et le dommage. Dès lors, l'action en concurrence déloyale suppose non seulement l'existence d'une faute commise par le défendeur, mais aussi celle d'un préjudice certain, souffert par le demandeur et causé par cette faute⁴¹⁷.

En ce qui concerne la faute, le demandeur doit démontrer que le concurrent a eu un comportement contraire aux usages honnêtes du commerce. La faute ne sous-entend pas

⁴¹⁵ Les usages honnêtes en matière commerciale ou industrielle sont d'interprétation large.

⁴¹⁶ En France par exemple, la jurisprudence décide que l'action en concurrence déloyale trouve son fondement dans les articles 1382 et 1383 du Code civil qui impliquent non seulement l'existence d'une faute commise par le défendeur mais aussi celle d'un préjudice souffert par le demandeur (Voir Cass. Com., 19 juillet 1976, *JCP*, 1976, II, 18507 ; Cass. Com., 17 avril 1980, *JCP*, 1980, I 8905 ; C.A. Paris, 12 février 1988, *D.*, 1988, I.R., 75).

⁴¹⁷ Cass. Com., 12 mars 2002, *Gaz. Pal.* n° 51, 20 février 2003, note M.-L. Niboyet.

nécessairement l'intention frauduleuse de celui qui la commet⁴¹⁸. S'agissant du préjudice, le demandeur peut par exemple prouver la perte de clientèle qui se traduit par une diminution du chiffre d'affaire ou la perte de la réputation de l'entreprise ou encore l'atteinte à la notoriété de l'indication géographique. Quant au lien de causalité, la preuve peut-être plus difficile à rapporter. En effet, comment prouver que la diminution du chiffre d'affaire est due au comportement fautif du concurrent?

313. Il résulte de ce qui précède que l'issue d'une action en concurrence déloyale n'est donc pas toujours certaine malgré qu'il soit généralement admis que l'utilisation trompeuse d'une indication géographique constitue un acte de concurrence déloyale. Cette incertitude peut être expliquée par différentes raisons. En effet, la réputation étant une notion subjective, la mesure dans laquelle elle est acquise à une indication géographique est discutable. Il est exigé dans certains pays que l'indication géographique ait été utilisée pendant un certain temps et que les consommateurs du pays dans lequel la protection est demandée fassent l'association entre l'indication géographique en question et le lieu d'origine des produits⁴¹⁹. Des fois une enquête par sondage est exigée. Il en résulte qu'une indication géographique dont la réputation n'est pas établie peut se voir refuser la protection en cas d'utilisation trompeuse par des concurrents⁴²⁰. Il faut enfin remarquer que la protection des indications géographiques par l'action en concurrence déloyale reste insuffisante, car elle n'empêche pas que les indications géographiques dégénèrent en des termes génériques⁴²¹ et perdent ainsi leur caractère distinctif, condition *sine qua non* de leur protection⁴²². Dans les systèmes juridiques anglo-saxons, les comportements contraires aux usages honnêtes en matière commerciale sont poursuivis sur la base de l'action en *passing off*.

⁴¹⁸ Cass. Com., 18 avril 1958, *D.* 1959, p. 87. Plus récemment : Cass. Com, 12 décembre 2006, n° du pourvoi : 03-20080, non publié au bulletin, <http://www.lextenso.com>.

⁴¹⁹ Tel est le cas par exemple aux États-Unis où la notion de réputation repose sur l'opinion des consommateurs. Dès l'instant où l'on ne peut pas prouver que le consommateur ne fait pas de lien entre la qualité du produit et son origine, la protection doit être refusée. C'est ainsi que l'INAO a perdu le procès intenté contre les producteurs américains de vin dénommé Chablis (voir Lorvellec, *art. cit.*, p. 335).

⁴²⁰ Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 326.

⁴²¹ Voir D. Rorchard, *op. cit.*, p. 61.

⁴²² Voir Ludwig Baeumer, *art. cit.*, p. 36.

B. L'action en *passing off*

314. L'action en *passing off* est une création de la jurisprudence anglaise. Le concept de *passing-off* a été énoncé en 1842 dans l'affaire « Perry c. Truefitt », où il semble d'ailleurs que ce soit la première fois que l'expression *passing off* apparaissait⁴²³. Dans cette affaire, le juge a décidé qu'«une personne ne saurait vendre ses produits en les faisant passer pour ceux d'une autre personne».

Dans les pays qui ont été influencés par le système anglais⁴²⁴, l'action en *passing off* encore appelée « action pour substitution frauduleuse » est considérée comme la base en matière de protection contre des concurrents malhonnêtes. Les éléments qui fondent l'action en *passing off* méritent d'être soulignés avant d'examiner si ce type d'action est susceptible de protéger efficacement les indications géographiques.

I. Les éléments qui fondent l'action en *passing off*

315. L'arrêt « Reckitt & Colman Products Ltd. c. Borden Inc. »⁴²⁵, décrit trois éléments nécessaires à une action en *passing off* à savoir l'existence d'un achalandage, la déception du public due à la représentation trompeuse et des dommages actuels ou possibles pour le demandeur. Celui-ci doit prouver l'existence de ces trois éléments (the *classical trinity*) dans une telle action pour avoir gain de cause⁴²⁶.

316. Premièrement, le demandeur doit établir l'existence d'un achalandage ou d'une réputation (*goodwill*) relativement aux produits ou services qu'il offre au public. Ce dernier doit associer, dans son esprit, la présentation particulière (qu'il s'agisse simplement d'une marque de commerce ou d'une description commerciale ou des caractéristiques particulières de l'étiquetage ou de l'emballage) des produits ou des services qui lui sont offerts à ceux du demandeur. Cette

⁴²³ Voir *Ciba-Geigy Canada Ltd. c. Apotex Inc.*, [1992] 3 R.C.S. 120 ; pour un commentaire doctrinal, voir J. Holyoak and P. Torremans, *Intellectual Property Law*, Butterworths, London, Dublin and Edinburg, 1995, p. 340.

⁴²⁴ On peut mentionner notamment l'Australie, le Canada, la Nouvelle-Zélande, Hong Kong (Chine) et le Singapour.

⁴²⁵ *Reckitt & Colman Products Ltd. c. Borden Inc.*, [1990] 1 All E.R. 873.

⁴²⁶ Pour la description des trois éléments de l'action en *passing-off*, voir John Skyes and Kelvin King, *Valuation and Exploitation of Intellectual Property and Intangible Assets*, Emis Professional Publishing, Hertfordshire, 2003, p. 85.

présentation doit être reconnue par le public comme constituant un caractère distinctif des produits ou services du demandeur.

317. Deuxièmement, le demandeur doit établir que le défendeur a fait (intentionnellement ou non) une représentation trompeuse (*misrepresentation*) au public, laquelle représentation l'amène ou est susceptible de l'amener à croire que ses produits ou services sont ceux du demandeur. De façon générale, le producteur qui fait passer ses produits pour ceux provenant d'un autre producteur, entame le *goodwill* développé au cours des années précédentes par ce dernier.

318. Troisièmement, le demandeur doit établir qu'il subit ou qu'il est susceptible de subir un préjudice (*damage*) à cause de la croyance erronée engendrée par la représentation trompeuse du défendeur. Ce dernier fait croire que la source de ses produits ou services est la même que celle des produits ou services du demandeur. Un fabricant doit donc éviter de créer, volontairement ou non, une confusion dans l'esprit du public par une présentation identique à celle d'un produit qui a acquis une notoriété propre en raison de sa présentation.

319. S'il est relativement aisé de prouver le « *goodwill* » relativement aux produits ou services, il s'avère en revanche difficile de prouver la fausse représentation (*misrepresentation*) et le préjudice (*damage*) qui en résultent⁴²⁷. Dans l'affaire « Andres »⁴²⁸ jugée au Canada, l'INAO a perdu le procès contre la société *Andres Wines Limited et consorts* qui utilise l'expression « Canadian Champagne » pour désigner son vin. L'INAO n'a pas pu prouver l'élément essentiel du *passing off* à savoir la fausse représentation vis-à-vis des consommateurs canadiens. Autrement dit, l'INAO n'a pas pu prouver que les consommateurs canadiens perçoivent le terme « Champagne » comme désignant un vin provenant de la région portant ce nom en France. La Cour d'appel d'Ontario a décidé que la marque du défendeur a acquis sa propre réputation (*Goodwill*) au Canada.

320. En dehors des pays de la *Common Law*, le *passing off* n'a pas d'équivalent lexicologique exact et, en général, ne constitue pas un délit en soi. En France, par exemple, il est l'une des

⁴²⁷ N. Olszak, « L'évolution du droit des appellations d'origine et des indications de provenance au Canada », *RTD com.*, 2003, p. 625.

⁴²⁸ *Institut National des Appellations d'origine des Vins et Eaux-de-vie [‘INAO’] et al. v. Andres Wines Ltd et al.* (1987), 16 C.P.R. (3d) 385 (Ont. H.C.J.), aff'd (1990), 30 C.P.R. (3d) 279 (Ont. C.A.) [Andres].

facettes de la concurrence déloyale⁴²⁹ et sa sanction est basée sur la responsabilité civile⁴³⁰. Au Québec, les principes du *passing off* sont largement inspirés de la *Common Law*. Les remèdes peuvent être aussi bien recherchés dans le droit fédéral que provincial. La concurrence illicite ou déloyale, qui cause un tort injuste à autrui, ressortit à la responsabilité civile de l'art. 1053 C. civ. québécois. Les actions en dommages-intérêts pour concurrence déloyale sont instruites en vertu, non seulement de la loi fédérale, mais aussi des principes généraux de la responsabilité civile délictuelle⁴³¹.

II. La protection des indications géographiques par l'action en *passing off*

321. Depuis plus d'un siècle, le droit anglais du *passing off* a empêché le mauvais usage des termes géographiques. Dans l'affaire « *Dunnachie v. Young G. Sons* »⁴³², les défendeurs ont été contraints de ne pas appeler leurs briques cuites « *Young Glenboig* » et faire leur publicité sous le slogan « *fabriquée en argile de Glenboig* », parce qu'elles étaient fabriquées avec une partie de l'argile extraite à deux miles de Glenboig.

322. Le développement le plus remarquable du droit de *passing off* en rapport avec les indications géographiques est apparu avec l'affaire du « *Spanish Champagne* »⁴³³, qui a constitué la base de protection du champagne non seulement en Angleterre mais aussi dans d'autres ressorts de la *Common Law*. Les demandeurs dans cette affaire étaient un groupe de producteurs de vin de Champagne établis dans la région de Champagne. Leur demande tendait à faire empêcher les défendeurs de commercialiser leur vin mousseux en provenance d'Espagne sous l'indication « *Spanish Champagne* ». La question que la Cour avait à traiter dans ladite affaire était celle de savoir si l'usage du terme « *Spanish Champagne* » pouvait être utilisé en rapport avec le vin pétillant qui n'était pas produit dans la région française de Champagne.

⁴²⁹ Voir D. Rochard, *op. cit.*, p. 183.

⁴³⁰ P. Roubier, *op. cit.*, p. 531 et s.

⁴³¹ A. Nadeau et R. Nadeau, *Traité pratique de la responsabilité civile délictuelle*, Montréal: Wilson & Lafleur, 1971, p. 221.

⁴³² *Dunnachie v. Young G. Sons*, [1883], 10 R. (Ct. of Sess.) 874, cité par J. Holyoak and P. Torremans, *op. cit.*, p. 355.

⁴³³ *Bollinger (J) v. Costa Brava Wine Company Ltd.*, (1959) 3 All E.R. 800, cité par J. J. Holyoak and P. Torremans, *op. cit.*, p. 355.

La Cour a jugé qu'il était établi que « Champagne » en Angleterre signifiait le produit obtenu dans la région française de Champagne par les demandeurs et par d'autres producteurs et négociants de ladite région. La boisson présentée comme du vin de Champagne n'était pas originaire de cette région, ce qui constituait une représentation trompeuse (*misrepresentation*) susceptible de causer la confusion au public anglais⁴³⁴.

323. Cette décision a servi d'inspiration dans l'affaire « Sherry »⁴³⁵ où des producteurs de xérès espagnol ont revendiqué des droits exclusifs sur la marque "Sherry" qui évoque la région de Jerez en Espagne. Ils ont cherché à empêcher l'utilisation de la marque « British Sherry » pour du xérès ne provenant pas de la région de Jerez en Espagne. La Cour a constaté que le terme "Sherry" était en effet une indication géographique, mais les demandeurs ont été déboutés parce qu'ils avaient consenti pendant longtemps à l'utilisation sur le marché anglais des marques telles que « British Sherry », « Australian Sherry » ou « South African Sherry »⁴³⁶. La négligence des titulaires de la dénomination « Sherry » face à l'agressivité commerciale de leurs concurrents avait ainsi entraîné la dégénérescence de ladite dénomination en terme générique⁴³⁷.

324. La protection du *Scotch Whisky* est un autre cas intéressant la protection des indications géographiques. Dans l'affaire « Grant v. Cape Wine Distillers »⁴³⁸, la Cour a constaté que le mélange du *Scotch Whisky* avec le spiritueux local et l'ajout de l'élément publicitaire montrant un Écossais en robe de montagne scandant le slogan « dix ans en Écosse font toute la différence » était attaquant. Dans l'affaire « Long John International c. Stellenbosch Wine Trust »⁴³⁹, la cour a interdit la vente d'un produit appelé « Liqueur Ben Nevis Scotch Whisky » avec un motif

⁴³⁴ "The region in which the Champagne vineyards are found is about a 100 miles east of Paris around Rheims and Epernay, where there is a chalky, flinty soil and the climate is subject to extreme variations of heat and cold. It appears that these factors give to the wine its particular qualities. Since 1927 the Champagne Viticole District has been strictly limited by law, and only certain vineyards are allowed in France to use the name 'Champagne'. Wines produced from these vineyards are sold as 'Champagne', but goodwill has also become attached to the names of the shippers, or 'brand names' as they are called. The wine is a naturally sparkling wine made from the grapes produced in the Champagne district by a process of double fermentation which requires a considerable amount of care."

⁴³⁵ *Vine Products Limited and Others v. Mackenzie and Company Limited and Others (Sherry case)*, (1969) R.P.C. 1, cité par J. Holyoak and P. Torremans, *op. cit.*, p. 356.

⁴³⁶ Harsh V. Chandola, "Basmati Rice: Geographical Indication or Mis-Indication?" *JWIP* (2006) Vol. 9, no. 2, p. 178.

⁴³⁷ Voir J. Audier, « Indications géographiques: le virus générique... », *art. cit.*, p. 255.

⁴³⁸ *William Grant v. Cape Wine G Distillers*, [1990] 3 S.A. 897, cité par M. Blakeney, "Proposals for the International Regulation of Geographical Indications", *JWIP* (2001), Vol. 4 no 5, p. 634.

⁴³⁹ *Long John International v. Stellenbosch Wine Trust*, [1990] 4 S.A. 136, cité par M. Blakeney, *ibid.*

écossais sur l'étiquette. La boisson était en fait composée par le whisky distillé avec de l'eau ainsi que du sucre adouci.

325. Plus récemment dans l'affaire «Elderflower Champagne»⁴⁴⁰, les défendeurs avaient commercialisé une boisson de fruit sans alcool sous le nom «Elderflower Champagne». Ils ont fait valoir que le nom «Elderflower Champagne» était une boisson traditionnelle anglaise trouvée dans des livres de recette et sans rapport avec le Champagne produit en France, dès lors, il n'y avait pas de risque de confusion. Les trois juges de la Cour d'appel ont constaté que même si les consommateurs anglais ne pensaient pas que les maisons de Champagne de France soient cette fois-ci impliquées dans la production des boissons non alcoolisées, il y avait plus qu'un risque minimal de confusion par l'utilisation du nom «Champagne» pour le produit du défendeur.

326. L'action en *passing off* vise finalement à protéger le client ou le consommateur. La réputation d'un commerçant est protégée, non seulement dans son intérêt personnel, mais aussi pour que le consommateur ne puisse pas être frauduleusement incité à acheter les produits de A quand il veut acheter ceux de B. Certains pays de tradition civiliste ont adopté des lois, souvent fondées sur des décisions judiciaires, qui offrent également une protection aux indications géographiques non enregistrées. 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, la législation ou la réglementation sur la protection des consommateurs peut également protéger les indications géographiques.

§2. La protection des indications géographiques par les mesures de protection des consommateurs

327. Dans certains pays comme les États-Unis, l'Afrique du Sud ou encore le Royaume-Uni, il n'existe aucune législation particulière sur la protection des indications géographiques (sous réserve de l'application du Règlement (CE) n° 510/2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires en

⁴⁴⁰ Taittinger SA v. Allbev Ltd, (1994) 4 All E.R. 75 CA, cité par J. Holyoak and P. Torremans, *op. cit.*, p. 356.

ce qui concerne ce dernier pays). Les indications géographiques bénéficient néanmoins d'un certain nombre de protections juridiques relevant de la législation ou la réglementation sur les marques, la protection des consommateurs ou encore l'action en *passing off* décrite ci-dessus.

328. En ce qui concerne la législation sur la protection des consommateurs, la fausse description des produits par exemple par l'apposition d'une fausse indication de provenance ou par la publicité mensongère constitue un délit pénal. Selon l'OCDE, toute personne qui, dans la pratique du commerce applique une fausse description commerciale à des produits, se rend coupable d'un délit. Il faut entendre par « description commerciale » toute indication, directe ou indirecte, du lieu de production ou de l'identité du producteur ou « toute autre information » sur le produit. Ainsi, selon toujours l'OCDE, toute information qui, bien que n'étant pas une description commerciale, est susceptible d'être prise en tant que telle, est condamnée si elle est fausse. De même, une description, qui n'est pas tout à fait fausse, mais qui risque d'induire le consommateur en erreur est réputée être fausse. En conséquence, personne ne peut se défendre en affirmant qu'une indication géographique ne voulait être que descriptive ; si elle est fausse et qu'elle trompe le consommateur, il s'agit d'un délit⁴⁴¹.

329. Aux États-Unis plus particulièrement, la protection des indications géographiques par le droit de la consommation se traduit par la réglementation sur l'étiquetage en matière de boissons alcoolisées mise en œuvre par le *Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms* (BATF) devenu *Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau* (TTB). Cette réglementation exige qu'avant la mise sur le marché américain, les boissons alcoolisées doivent porter une étiquette approuvée par le TTB. La finalité de cette réglementation est beaucoup moins la protection des indications géographiques que celle des consommateurs contre le risque d'être trompés sur les caractéristiques, la provenance ou les qualités des produits⁴⁴². En effet, la législation et la jurisprudence américaines reconnaissent la primauté de la marque sur l'indication géographique. Cette dernière n'est protégée par aucune loi spécifique. En plus, les États-Unis considèrent que

⁴⁴¹ Voir OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », *préc.*, paragr. 191.

⁴⁴² Voir Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 330 ; D. Rochard, *op. cit.*, p. 196.

leur système d'étiquetage des vins et des spiritueux est en conformité avec les obligations découlant de l'Accord sur les ADPIC⁴⁴³.

330. En général, les lois sur la protection des consommateurs ont pour objectifs :

- d'assurer l'information du consommateur en lui permettant d'agir librement et d'exercer un choix éclairé, non vicié par les informations confuses, incomplètes, trompeuses ou mensongères ;
- d'agir en faveur du consommateur en rétablissant l'équilibre dans ses rapports avec les professionnels, notamment en réglementant certaines pratiques commerciales malhonnêtes.

331. En matière d'indications géographiques, l'information du consommateur doit être claire et complète afin de lui permettre d'opérer un choix éclairé entre une gamme de produits de même nature mais de provenances géographiques différentes. L'information doit porter notamment sur la nature, les caractéristiques et l'origine géographique des produits. L'un des objectifs de la protection des indications géographiques est la protection des consommateurs contre les tromperies portant notamment sur l'origine, la qualité ou les caractéristiques des produits. Certains pays ont élaboré une législation sur la protection des consommateurs. Par exemple, la France, réputée dans ce domaine, dispose d'un code de la consommation. Les signes d'identification de l'origine et de la qualité⁴⁴⁴ sont une composante de ce code⁴⁴⁵. C'est d'ailleurs dans ce dernier qu'on trouve les sanctions pénales à l'encontre des personnes qui font apparaître sur les produits les fausses indications de provenance⁴⁴⁶ ou recourent à la publicité mensongère ou trompeuse⁴⁴⁷ ou encore portent atteinte à une appellation d'origine⁴⁴⁸. Le code rural contient également des dispositions protectrices des consommateurs comme l'article L.642-4 qui dispose

⁴⁴³ J. Audier, « Marques et indications géographiques... », *art. cit.*, p. 245.

⁴⁴⁴ Les d'identification de la qualité et de l'origine sont définis dans l'Ordonnance no 2006-1547 du 7 décembre 2006 relative à la valorisation des produits agricoles forestiers ou alimentaires et des produits de la mer. Il s'agit de : l'appellation d'origine contrôlée, l'appellation d'origine protégée, l'indication géographique protégée, la spécialité traditionnelle garantie, le label rouge et la mention « agriculture biologique ».

⁴⁴⁵ Voir les articles L. 115-1 et s. du C. Consom.

⁴⁴⁶ Voir art. L. 217-6 et L. 217-7 C. Consom.

⁴⁴⁷ Voir art. L. 121-1, L. 121-6 et L. 213-1 C. Consom.

⁴⁴⁸ Voir art. L. 115-16 C. Consom.

que l'utilisation d'indication d'origine ou de provenance ne doit pas être susceptible d'induire le consommateur en erreur sur les caractéristiques des produits.

En définitive, la protection des indications géographiques par les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales reste une protection complémentaire à la protection par les titres de propriété industrielle.

Section 2 : La protection par les titres de propriété industrielle

332. Deux types de mécanismes juridiques sont généralement utilisés par la plupart des pays afin de protéger les indications géographiques. Il s'agit de la protection par l'enregistrement des marques collectives et des marques de certification (§1) et de l'adoption de textes spécifiques protégeant les indications géographiques (§2).

§1. La protection des indications géographiques par l'enregistrement des marques collectives et des marques de certification

333. En raison du principe général selon lequel les marques individuelles ne doivent être ni descriptives ni trompeuses, 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 apposée⁴⁴⁹. Mais cette règle ne s'applique pas aux marques collectives ou aux marques de certification qui, selon la loi nationale applicable, peuvent indiquer notamment l'origine des produits ou des services et donc dans une certaine mesure, se prêter à la protection d'une indication géographique. Dans les pays qui n'ont pas adopté de législation spécifique sur les indications géographiques, l'enregistrement des marques collectives ou des marques de certification est un moyen juridique efficace pour protéger les indications géographiques. Ce paragraphe analyse la possibilité de protéger les indications géographiques par l'enregistrement des marques collectives (A) et des marques de certification (B).

⁴⁴⁹ M. Riccheri et al., *art. cit.*, p. 28.

A. La protection des indications géographiques par l'enregistrement des marques collectives

334. La plupart des États parties à la CUP qui disposent d'une législation sur la propriété industrielle ont prévu des dispositions relatives à la protection des marques collectives. Mais en l'absence d'une définition uniforme pour ce type de marque, ces États ont adopté des approches différentes, ce qui leur donne une portée tout aussi différente.

L'article 7 *bis* de la CUP qui régit les marques collectives ne contient aucune définition de ces dernières. Tout en mettant à la charge des États l'obligation d'admettre au dépôt et de protéger les marques collectives, elle leur laisse la liberté quant au choix des conditions de protection. C'est ainsi qu'on trouve des définitions variées des marques collectives. Par exemple selon l'Accord de Bangui, « Est considérée comme une marque collective, la marque de produits ou de services dont les conditions d'utilisation sont fixées par un règlement approuvé par l'autorité compétente et que seuls les groupements de droit public, syndicats ou groupements de syndicats, associations, groupements de producteurs, d'industriels, d'artisans ou de commerçants peuvent utiliser, pour autant qu'ils soient reconnus officiellement et qu'ils aient la capacité juridique⁴⁵⁰ ».

335. L'accord de Bangui définit la marque collective par rapport aux conditions d'utilisation et aux titulaires mais elle ne renseigne rien quant à son aptitude à protéger les signes distinctifs d'une origine géographique. Cependant, aucune disposition de l'Accord de Bangui ne permet d'exclure la possibilité d'enregistrer une indication géographique en tant que marque collective.

336. Le Règlement (CE) n° 207/2009 sur la marque communautaire est plus explicite par rapport à l'Accord de Bangui en ce qui concerne la possibilité de protéger les indications géographiques par la marque collective. En effet, l'alinéa 2 de l'article 66 dispose que peuvent constituer des marques communautaires collectives des signes ou indications pouvant servir dans le commerce à désigner la provenance géographique des produits ou services. La portée de la marque géographique est toutefois limitée dans la mesure où son titulaire ne saurait interdire à un tiers d'utiliser dans le commerce les références géographiques comprises dans la marque pour autant

⁴⁵⁰ ANNEXE III de l'Accord de Bangui : Marques de produits et de services, art. 2. 2).

que cet usage soit conforme aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale. Ainsi une marque collective ne peut être opposée à un tiers habilité à utiliser une dénomination géographique⁴⁵¹.

337. Par ailleurs, le paragraphe 1^{er} de l'article 66 sus-mentionné dispose que « peuvent constituer des marques communautaires collectives, les marques communautaires ainsi désignées lors du dépôt et propres à distinguer les produits ou services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises ». Cette définition est suffisamment large pour englober les marques collectives géographiques pour autant qu'elles satisfassent aux conditions de forme de l'obtention du titre et ne se heurtent pas aux motifs de nullité absolue ou relative d'enregistrement prévus par les articles 7 et 8 du règlement ci-dessus⁴⁵². Sur le plan strictement du droit national, certains pays comme la France, l'Espagne ou encore le Mexique, énoncent des restrictions en ce qui concerne l'enregistrement en tant que marques collectives des noms désignant l'origine des produits.

338. En France, par exemple, le droit des marques distingue la marque collective simple de la marque collective de certification. La marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par son titulaire au moment de l'enregistrement⁴⁵³. Le titulaire est une personne morale (syndicat de producteurs, coopérative...) qui peut autoriser toute personne physique membre de cette personne morale à l'utiliser à condition de respecter le règlement d'usage. Malgré son qualificatif, la marque collective simple est, en droit français, une marque ordinaire qui a la même fonction qu'une marque individuelle et

⁴⁵¹Voir C. Buhl, *op. cit.*, p. 108.

⁴⁵² Parmi les motifs absolus de refus d'enregistrement d'une marque communautaire on peut relever ceux qui sont en rapport avec les indications géographiques :

- les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service ou d'autres caractéristiques de ceux-ci ;
- les marques qui sont exclusivement composées de signes ou d'identifications devenus usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce ;
- les marques qui sont de nature à tromper le public, par exemple sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service ;
- les marques de vins qui comportent ou qui sont composées d'indications géographiques destinées à identifier les vins, ou les marques de spiritueux qui comportent ou qui sont composées d'indications géographiques destinées à identifier les spiritueux, lorsque ces vins ou spiritueux n'ont pas ces origines ;
- les marques qui comportent ou qui sont composées d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique enregistrée.

⁴⁵³ Voir CPI, art. L. 715-5, al. 1.

qui constitue, comme elle, un instrument de la concurrence⁴⁵⁴. Elle n'assure aucune fonction de garantie de la qualité des produits ou services qu'elle distingue⁴⁵⁵. Sa spécificité réside seulement dans le régime de son exploitation qui exige le respect d'un règlement d'usage établi par son titulaire⁴⁵⁶. Toute personne qui est prête à respecter ledit règlement, peut utiliser cette marque dans ses opérations commerciales. Il s'agit d'une licence publique comme l'écrivent J. Schmidt-Svaleski et J.-L. Pierre⁴⁵⁷. Le Professeur F. Pollaud-Dullian précise, quant à lui, qu'il s'agit tout simplement d'un « moyen pour un groupement de producteurs de permettre à ses adhérents de signaler leur appartenance à ce groupement et de promouvoir leurs produits ou services par une publicité collective⁴⁵⁸ ». En définitive, la marque collective simple « est déposée pour favoriser le développement du commerce et de l'industrie des membres de la personne morale qui la possède »⁴⁵⁹. N'étant pas de nature à assurer une garantie de la qualité des produits qu'elle distingue et étant donné qu'elle risque d'être déceptive ou trompeuse si elle est géographique⁴⁶⁰, la marque collective simple n'est pas apte à protéger une indication géographique.

339. Quant à la marque collective de certification, elle est soumise à un régime spécifique défini par l'article L. 715-2 du Code de la propriété intellectuelle. Elle est appliquée au produit ou au service qui présente notamment, quant à sa nature, ses propriétés ou ses qualités, des caractères précisés dans son règlement⁴⁶¹. Il s'agit d'une variante de la marque de certification que nous examinons dans le point B de ce paragraphe.

340. En Espagne, il est exclu d'enregistrer comme marque collective ou marque de certification, une appellation d'origine relative au vin ou à d'autres boissons alcoolisées qui font l'objet de dispositions particulières⁴⁶².

⁴⁵⁴ J. Azéma et J.-C. Galloux, *Droit de la propriété industrielle*, 6^e éd., Paris, Dalloz, 2006, p. 922.

⁴⁵⁵ J. Passa, *op. cit.*, p. 511.

⁴⁵⁶ J. Schmidt-Svaleski et J.-L. Pierre, 3^e éd., *op. cit.*, p. 272 ; J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 922.

⁴⁵⁷ *Ibid.*

⁴⁵⁸ F. Pollaud-Dullian, *op. cit.*, p. 700.

⁴⁵⁹ Extrait du Rapport Colombet cité par V. Billon et P. de Chaisemartin, « Labels, marques de certification, marques collectives, quelle protection pour quel usage? », <http://d2nt.ifrance.com/navigation/labels.htm>, consulté le 29 février 2008.

⁴⁶⁰ Sur la question des marques géographiques et leur enregistrement en droit français, voir C. Buhl, *op. cit.*, pp. 116 et s.

⁴⁶¹ Voir CPI, art. L. 715-5, al. 2.

⁴⁶² Voir OMPI, « La protection des indications géographiques grâce à l'enregistrement des marques collectives ou de marques de certification », dans *Symposium sur la protection internationale des indications géographiques, Funchal (Madère-Portugal), octobre 1993*.

341. Au Mexique, sont exclus de l'enregistrement comme marques collectives, les noms géographiques, les noms et adjectifs de nationalité indiquant l'origine des produits ou des services ainsi que, de manière générale, les noms des lieux connus pour la fabrication de certains produits⁴⁶³.

342. Dans la plupart des pays, la marque collective appartient au groupement (de producteurs, de fabricants ou de négociants) qui accorde à ses membres le droit exclusif de l'utiliser mais dans le respect des normes fixées dans un règlement d'usage. Elle peut servir à distinguer les caractéristiques communes des produits ou services des membres qui les utilisent collectivement. Ces caractéristiques peuvent être par exemple un savoir-faire localisé dans une région du territoire d'un pays. La marque collective a ainsi pour fonction d'informer le public de certaines caractéristiques spécifiques des produits pour lesquels elle est utilisée, comme l'origine géographique⁴⁶⁴.

343. Comme on peut s'en rendre compte, la marque collective n'a pas le même sens et la même portée partout. Lorsqu'une indication géographique a été enregistrée en tant que marque collective, elle bénéficie de la protection générale accordée aux marques. Le groupement propriétaire de la marque collective a un droit exclusif sur son utilisation. Un tel monopole n'est pas en revanche reconnu quand il s'agit de la marque de certification.

B. La protection des indications géographiques par l'enregistrement des marques de certification

344. Une marque de certification est un type particulier de marque de commerce employée pour distinguer des produits ou des services qui sont d'une norme définie par rapport à ceux qui ne le sont pas. La marque de certification indique que les produits sur lesquels elle est utilisée ont été

⁴⁶³ *Ibid.*

⁴⁶⁴ Par exemple le Royaume-Uni permet l'enregistrement des indications géographiques en tant que marque collective uniquement pour les indications qui, en fait, ne sont utilisées qu'en relation avec des produits provenant de l'aire géographique visée (voir Jon Holyoak et Paul Torremans, *op. cit.*, p. 316).

obtenus selon certaines normes définies et contrôlées par le propriétaire de la marque⁴⁶⁵. La norme définie peut se rapporter, entre autres, aux caractéristiques spécifiques du produit, aux règles de productions que les producteurs doivent respecter, à la région à l'intérieur de laquelle les produits ont été fabriqués ou les services exécutés⁴⁶⁶. A cet égard, les marques de certification procurent un moyen concret de remplir les exigences relatives aux indications géographiques dans le cadre de régimes légaux de certains pays⁴⁶⁷.

Étant donné leur nature collective⁴⁶⁸, les marques de certification peuvent jouer un rôle semblable à celui que jouent les indications géographiques, c'est-à-dire garantir que les produits portant cette marque présentent certaines caractéristiques et qualités attachées à leur origine géographique. Comme les marques collectives, les marques de certification ont des variétés différentes selon les pays. Par exemple, en France, ce sont des marques collectives de certification ; en Suisse, on les qualifie de marques de garantie et dans la plupart des pays de tradition anglo-saxonne, ces sont des marques de certification.

345. En droit français, la marque collective de certification ne peut être déposée que par une personne morale qui n'est ni fabricant, ni importateur ni vendeur des produits ou services désignés sous cette marque. Le dépôt doit être accompagné d'un règlement définissant les conditions d'usage de la marque. Toute personne, à l'exception du titulaire, qui fournit les produits ou les services conformes à ce règlement d'usage peut utiliser la marque. En outre, la marque collective de certification ne peut faire l'objet ni de cession, ni de gage ni de saisie.

⁴⁶⁵ Voir « La protection des indications géographiques grâce à l'enregistrement de marques collectives ou de marques de certification ». Document d'information établi par le Bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), dans *Symposium sur la protection internationale des indications géographiques*, Funchal (Madère, Portugal) 13 et 14 octobre 1993.

⁴⁶⁶ Voir M. Blakeney, *art. cit.*, p. 636.

⁴⁶⁷ Par exemple au Canada, aux États-Unis, au Royaume Uni, en Afrique du Sud et de façon général dans les pays ayant adopté le système de *Common Law*. Dans ce système, la protection des indications géographiques par des marques de certification est accordée sans restriction quant au type de produit ou de service.

⁴⁶⁸ Plusieurs caractéristiques différencient les marques de certification des marques collectives :

- une marque de certification ne peut être adoptée et enregistrée que par une personne qui n'est pas engagée dans la fabrication, la vente, la location ou le louage des biens ou dans la prestation de services
- le propriétaire d'une marque de certification autorise d'autres personnes à l'utiliser en liaison avec des marchandises ou services qui se conforment à une norme définie ;

Toutefois, en cas de dissolution de la personne morale qui en est titulaire, elle peut être transmise à une autre personne morale dans les conditions fixées par un décret en Conseil d'État⁴⁶⁹. La marque collective de certification est donc, par définition, un signe garantissant la qualité des produits ou services⁴⁷⁰. Toutefois, lorsque les qualités spécifiques garanties par le règlement d'usage dépendent de l'origine géographique du produit, la marque collective ne sera pas éligible à l'enregistrement, soit qu'elle est descriptive, soit qu'elle est en conflit avec une appellation d'origine. La certification atteste seulement que le produit est conforme à des caractéristiques spécifiques qui résident, selon le cas, dans le mode de production, de conditionnement, de transformation et non dans son origine géographique⁴⁷¹. Le droit français n'admet donc pas la protection des indications géographiques (appellations d'origine et indications de provenance) par l'enregistrement des marques collectives de certification. En cela elle adopte une solution différente de celle de la directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États sur les marques qui précise en son article 15.2 que « (...) les États membres peuvent prévoir que les signes ou indications susceptibles de servir, dans le commerce, à désigner la provenance géographique des produits ou des services peuvent constituer des marques collectives ou des marques de garantie ou de certification »⁴⁷².

346. Dans les pays de tradition *Common Law* comme les États-Unis et le Canada, la mise en application des marques de certification est plus axée sur le marché que ne le sont les indications géographiques dans le contexte européen⁴⁷³. On laisse le contrôle de la définition des normes au propriétaire de la marque de certification. En revanche, les spécifications requises pour les indications géographiques en Europe sont définies de façon plus stricte par la loi et peuvent inclure certaines exigences prescrites par l'État.

-
- le propriétaire de la marque de certification en assure le contrôle d'utilisation et se voit interdire la possibilité d'être également le fabricant des produits ou le fournisseur des services certifiés.

⁴⁶⁹ Voir article L. 715-2 du CPI.

⁴⁷⁰ Les marques collectives de certification sont des signes de qualité des produits et des services proposés par les professionnels aux consommateurs. C'est pourquoi leur validité est subordonnée au respect des règles de certification définies dans le code de la consommation et le code rural. Le rôle de garantie de la qualité à l'égard des consommateurs justifie le fait que la marque collective de certification ne puisse faire l'objet ni de cession, ni de gage, ni d'aucune mesure d'exécution forcée. Toutefois, en cas de dissolution de la personne morale qui est titulaire, elle peut être transmise à une autre personne morale compétente pour en assurer le contrôle (voir J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 923).

⁴⁷¹ J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 924.

⁴⁷² Pour un large commentaire de cette disposition par rapport au droit français, voir J. Passa, *op. cit.*, pp. 751-753.

⁴⁷³ M. Vincent, *op. cit.*, pp. 126-127.

Les normes fixées pour l'utilisation des indications géographiques dans un autre pays peuvent être appliquées aux marques de certification aux États-Unis ou au Canada⁴⁷⁴. Étant donné la nature de leur mise en application dans ce dernier pays, les marques de certification offrent une souplesse additionnelle qui permet à leurs propriétaires d'élargir ou de restreindre les critères fixés suivant les caractéristiques d'un marché particulier. Certains produits de renom fabriqués dans des pays de l'UE et qui y sont protégés en tant qu'indications géographiques (AOP/IGP), sont enregistrés comme des marques de certification au Canada et aux États-Unis. Au Canada, on peut donner l'exemple des fromages *Stilton*, *Parmigiano Reggiano* et *Mozarella di Bufala Campana*⁴⁷⁵. Aux États-Unis d'Amérique, les exemples les plus cités sont *Roquefort*, *Parmigiano Reggiano* et *Jambon de Parme*⁴⁷⁶. Dans ce dernier pays, lorsque l'enregistrement d'une marque de certification est demandé en vue de protéger une indication géographique, le demandeur doit produire les normes de certification applicables, lesquelles, dans les exemples cités, sont supposées être conformes à la législation du pays d'origine⁴⁷⁷.

347. La marque de certification atteste que le produit satisfait à certaines normes établies, ce qui indique aux consommateurs que le produit a fait l'objet d'un contrôle effectué par un organisme jugé compétent pour certifier le produit et qu'il est conforme aux normes établies. Les marques de certification peuvent ainsi aider une entreprise à commercialiser ses produits et à améliorer son image auprès des consommateurs. Néanmoins, la portée de la protection conférée aux indications géographiques par l'enregistrement des marques de certification est limitée comme le montre le cas de la marque de certification « Darjeeling » ci-après.

348. « The Tea Board of India », est l'organisme public indien chargé de promouvoir le développement de l'industrie du thé. Il est propriétaire de la marque de certification « Darjeeling » enregistré en UE⁴⁷⁸ en relation avec le thé cultivé dans le district indien de Darjeeling. Toute

⁴⁷⁴ Il faut noter qu'au Canada, contrairement des États-Unis, une protection spéciale existe pour les vins et les spiritueux. Ces dispositions permettent à l'autorité de tutelle de demander à ce qu'une indication géographique soit placée sur une liste protégée. Quelques exemples d'indications géographiques pour les vins et spiritueux canadiens incluent *Okanan Valley*, *Niagara Peninsula*, *Pelee Island*, *Bernkasteler Kurfürstlay* et *Scotch Whiskey*.

⁴⁷⁵ Voir Agriculture et agroalimentaire Canada, « Mesures de protection des indications géographiques au Canada », http://www.agr.gc.ca/misb/itpd/topics/tripsqsas_protection_f.htm, consulté le 29 février 2008.

⁴⁷⁶ Voir M. Vincent, *op. cit.*, p. 124.

⁴⁷⁷ OMPI, Doc. SCT/7/4 du 27 mai 2002, paragr. 24.

⁴⁷⁸ Enregistré par l'OHMI sous le n° 001126481.

personne désirant utiliser cette marque doit garantir qu'elle l'utilisera pour le thé provenant exclusivement de l'aire géographique de Darjeeling selon les normes définies par « The Tea Board of India ». En cas d'atteinte à cette marque, c'est le propriétaire, c'est-à-dire « The Tea Board of India » qui peut engager des poursuites⁴⁷⁹. C'est ainsi qu'un arrêt de la Cour d'Appel de Paris du 22 novembre 2006 a annulé le dépôt d'une marque dénommée « Darjeeling » et reprenant le dessin d'une théière pour désigner des produits et des services relatifs à l'édition du livre, de revues et la vente d'objets d'art, au motif que la marque litigieuse composée du nom « Darjeeling » et du dessin d'une théière évoquait indubitablement le thé « Darjeeling ». La Cour a estimé que l'intimé avait cherché à tirer profit de la renommée attachée au nom Darjeeling, adoptant ainsi un comportement parasitaire constitutif d'une faute⁴⁸⁰.

349. Si la marque « Darjeeling » a pu être protégée en France, elle n'y est pas considérée comme une marque renommée puisqu'une marque renommée permet d'échapper au principe de la spécialité⁴⁸¹. Bien que le nom « Darjeeling » soit protégé dans la Communauté Européenne comme une marque collective communautaire depuis 2006⁴⁸², il est également utilisé en Union Européenne en tant que marque individuelle pour désigner les différents articles de lingerie féminine depuis 1995⁴⁸³ et « The Tea Board of India » n'a pas réussi à faire annuler cette marque.

350. Dans une autre affaire intéressant cette fois-ci les noms du domaine, « The Tea Board of India » a perdu sa cause devant le Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI⁴⁸⁴. En l'espèce,

⁴⁷⁹ Voir Shyamkrishna Balgane, "Systems of Protection for Geographical Indications of Origin: A Review of the Indian Regulatory Framework", *JWIP*, (2003)Vol. 6, n° 1, p. 199 ; Voir également Kasturi Das, *art. cit.*, pp. 480-481. "Darjeeling" tea est enregistré depuis le 15 sept. 2003 en tant qu'indication géographique en vertu de "The Geographical Indication Act of 1999".

⁴⁸⁰ Voir C.A. Paris, 22 nov. 2006, RG n° 2005/20050, inédit ; G. Bonet, X. Buffet Delmas et I. de Medrano Caballero, « Droit des marques et autres signes distinctifs », *Propr. Intell.*, janvier 2007, n° 22, p. 105.

⁴⁸¹ Voir P. Vivant, *art. cit.*, p. 15. Ce principe signifie que « la réservation d'un élément à titre de signe distinctif est limitée à la désignation d'un ou de plusieurs produits, services ou activités déterminées » (A. Bouvel, *op. cit.*, p. 4). Ce principe impose « qu'une marque déposée dans une certaine classe de produits ne soit protégée que contre les usurpations relatives à des produits de la même classe » (S. Laborie, *art. cit.*, p. 100).

⁴⁸² Voir Anindita Ray, "Protection and Promotion of Darjeeling Tea", in *Forum international sur les signes distinctifs à usage collectif*, organisé conjointement par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), Versailles, France, 12-13 juin 2008, Doc. WIPO/DS/VRS/08/WWW[102732].

⁴⁸³ Voir S. Laborie, *art. cit.*, p. 110.

⁴⁸⁴ Voir Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI, *Thea Board, India c/ Delta Lingerie*, Litige n° DFR2006-0003, <http://www.wipo.int/amc/en/domains/decisions/html/2006/dfr2006-0003.html>, consulté le 3 mars 2008.

une plainte avait été déposée par « The Tea Board of India », auprès du Centre d'arbitrage et de médiation de l'OMPI afin de faire annuler les noms de domaine <darjeeling.fr> et <darjeeling.tm.fr> enregistrés au nom de la Société Delta Lingerie également propriétaire de la marque individuelle « Darjeeling » déposée pour désigner les articles de lingerie féminine. « The Tea Board of India » considère entre autres que l'enregistrement et l'utilisation par Delta Lingerie des noms de domaine litigieux serait constitutive d'une atteinte aux règles de la concurrence et du comportement loyal en matière commerciale. La volonté de Delta Lingerie de créer une confusion dans l'esprit du consommateur serait révélée par l'utilisation d'un logo en forme de feuille de thé rappelant celui sur lequel « The Tea Board of India » détient des droits antérieurs. Ce dernier sollicitait en conséquence la transmission des noms de domaine <darjeeling.tm.fr> et <darjeeling.fr> à son profit. Se fondant sur l'article 20(b) et (c) du Règlement sur la procédure alternative de résolution des litiges du “.fr” et du “.re”⁴⁸⁵, l'Expert a rejeté la demande de transmission au profit du requérant des noms de domaine <darjeeling.tm.fr> et <darjeeling.fr>. Il (l'expert) a considéré que l'enregistrement des noms de domaine en question a été effectué dans le strict respect des règles imposées par la Charte de nommage de l'Association française pour le nommage internet en coopération (Afnic). Le défendeur avait justifié tant par son extrait Kbis⁴⁸⁶ que par ses certificats d'enregistrement de marques, ses droits sur le terme « Darjeeling » l'autorisant à procéder à l'enregistrement des deux noms de domaine litigieux.

351. Les cas qui viennent d'être examinés illustrent bien la limite de la protection des indications géographiques par l'enregistrement des marques collective ou de certification. Les marques sont fondées sur le principe de spécialité tandis que les indications géographiques s'écartent de plus en plus de ce principe et se dirigent vers une protection absolue⁴⁸⁷. En outre, le maintien de la

⁴⁸⁵ Conformément à l'article 20(c) du Règlement sur la procédure alternative de résolution des litiges du “.fr” et du “.re”, “il fait droit à la demande lorsque l'enregistrement ou l'utilisation du nom de domaine par le défendeur constitue une atteinte aux droits des tiers telle que définie à l'article 1 du présent règlement et au sein de la Charte et, si la mesure de réparation demandée est la transmission du nom de domaine, lorsque le requérant a justifié de ses droits sur l'élément objet de ladite atteinte et sous réserve de sa conformité avec la Charte”.

⁴⁸⁶ Le Kbis est un document officiel attestant de l'existence juridique d'une entreprise commerciale en France consistant en un extrait du registre de commerce et des sociétés.

⁴⁸⁷ Cela est néanmoins vrai en droit communautaire. Sous d'autres régimes juridiques, il est possible d'envisager le principe de spécialité dans le domaine des indications géographiques. Pour ce qui est du droit communautaire, voir art. 13, §1, a) du Règlement (CE) n° 510/2006 :

« Les dénominations enregistrées sont protégées contre toute:

protection de la marque est incertain car il est tributaire du renouvellement régulier et de l'usage par le titulaire du droit. L'indication géographique, quant à elle, bénéficie d'une protection illimitée dans le temps.

352. Pour clore ce paragraphe, disons tout simplement que la marque collective et la marque de certification peuvent toutes les deux être utilisées pour informer le public de certaines caractéristiques spécifiques des produits attribuables à l'origine géographique surtout dans les systèmes où il n'existe pas de protection spécifiquement réservée aux indications géographiques. Dans de nombreux pays, la marque collective se différencie néanmoins de la marque de certification par le fait que la première ne peut être utilisée que par un groupe précis d'entreprises, par exemple les membres d'une association, alors que la seconde peut être utilisée par quiconque respecte les normes définies par le titulaire de la marque⁴⁸⁸. En outre, contrairement aux titulaires de marques de certification, les titulaires des marques collectives sont autorisés à utiliser eux-mêmes les marques sur leurs produits ou services⁴⁸⁹. Enfin, l'enregistrement d'une marque de certification est soumis à une exigence importante à savoir que la personne qui le demande doit être « compétente pour certifier » les produits ou les services concernés et en assurer le contrôle.

a) utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée pour des produits non couverts par l'enregistrement, dans la mesure où (...) cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée » ; l'article L.115-5, alinéa 4 du code de la consommation (art. L.643-1 du code rural) dispose que « Le nom qui constitue l'appellation d'origine ou toute autre mention l'évoquant ne peuvent être employés pour aucun produit similaire (...) ni pour aucun produit ou service lorsque cette utilisation est susceptible de détourner ou d'affaiblir la notoriété de l'appellation d'origine ». Du point de vue doctrinal, voir aussi A. Bouvel, *op. cit.* p. 273 ; G. Bonet, « Des cigarettes aux parfums, l'irrésistible ascension de l'appellation d'origine Champagne vers la protection. Après l'arrêt de la Cour de cassation du 24 février 2004 », *Propriétés intellectuelles*, Oct. 2004, n° 13, p. 853 ; S. Visse-Causse, *op. cit.*, pp. 167-174. Il faut remarquer cependant que ni le système de protection des indications géographiques de l'OMPI, ni l'Accord sur les ADPIC ne prévoient une pareille extension de la protection des indications géographiques. On peut donc dire qu'au sens du droit international, les indications géographiques obéissent comme les marques, au principe de spécialité.

⁴⁸⁸ L'AIPPI distingue la marque collective de la marque de certification au travers des définitions et des principes suivants :

- (1) "les marques de certification sont des marques qui sont utilisées pour certifier que les produits ou les services désignés possèdent certaines caractéristiques ou certaines qualités" et
- (2) "les marques collectives' proprement dites sont des marques qui sont utilisées pour indiquer que les produits ou les services désignés ont été produits, fournis ou commercialisés par des membres d'un certain groupe de personnes."
- (3) "Si des biens ou des services ont les caractéristiques ou les qualités certifiées, le producteur, le distributeur ou le fournisseur de ces biens ou services a le droit d'utiliser la marque de certification pour désigner ces biens ou services."
- (4) "Dans le cas d'une marque de certification enregistrée, la nature des caractéristiques ou des qualités certifiées pour les produits ou les services désignés, ainsi que les conditions ou les obligations relatives à l'usage de cette marque doivent être accessibles au public." (Voir AIPPI, Question 118, Marques et indications géographiques, *Annuaire 1994/II*, pp. 381-385).

⁴⁸⁹ Voir Marcus Höpferger, *art. cit.*, paragr. 26.

L'inconvénient reste cependant qu'un tel type de protection peut donner lieu à des problèmes en cas de défaut d'usage entraînant la radiation de la marque collective ou de la marque de certification. C'est pourquoi certains pays ont opté pour la protection des indications géographiques par des textes juridiques spécifiques (protection *sui generis*).

§2. La protection des indications géographiques par des textes juridiques spécifiques

353. Comme déjà signalé, l'Accord sur les ADPIC n'impose aucun mode de protection des indications géographiques. En conséquence, certains systèmes juridiques nationaux ne considèrent pas les indications géographiques comme une catégorie spécifique de propriété intellectuelle mais les enregistrent en tant que marques collectives ou de certification. D'autres, en revanche, protègent les indications géographiques en tant qu'une catégorie spécifique et séparée du droit de la propriété intellectuelle en leur consacrant des textes particuliers. Ce mode de protection qualifié de « *sui generis* » est soumis à des règles dont la rigueur dépend du statut juridique reconnu aux indications géographiques (A). Ce statut influence également les modalités (B) et les effets de la protection conférée (C).

A. Le statut juridique des indications géographiques : droits privés ou publics?

354. Selon le préambule de l'Accord sur les ADPIC, les droits de propriété intellectuelle sont des droits privés. Les indications géographiques font partie des droits de propriété intellectuelle énumérés et protégés par cet accord. Sur le plan international, ce sont donc des droits privés. Le statut des indications géographiques diffère cependant selon les traditions juridiques nationales considérées. Dans certains pays, ce statut peut être apprécié au regard des titulaires des droits.

355. La doctrine française différencie les titulaires du « droit sur l'appellation d'origine » et les titulaires du « droit à l'appellation d'origine »⁴⁹⁰. Le « droit sur l'appellation d'origine » est du ressort de l'État qui, par un acte administratif, confère le droit d'usage sur une dénomination

⁴⁹⁰ Voir notamment J. Audier, « De la nature juridique de l'appellation d'origine », *Bull. OIV* n° 733-734, janv. – fév. 1993, p. 24 ; M.-C. Piatti, « L'appellation d'origine : essai de qualification », *RTD com.*, n° 3, juil. 1999, pp. 557-581.

géographique ou traditionnelle suivant les conditions déterminées par lui, avec pour conséquence les caractères d'imprescriptibilité, d'incessibilité et d'indisponibilité de l'appellation d'origine⁴⁹¹. Dans une telle conception, les appellations d'origine ont le caractère de biens publics. Or, l'utilisation de certains biens publics peut être assortie de limitations. C'est ainsi que l'usage d'une indication géographique sur un produit doit être limité à certains utilisateurs légitimes ou habilités, et le produit doit respecter un certain nombre de caractéristiques convenues publiquement. Le « droit à l'appellation d'origine », en revanche, relève du droit privé : c'est un droit collectif exercé individuellement par tout producteur (individu ou coopérative) installé dans la zone de production délimitée, qui lui permet d'utiliser exclusivement l'appellation d'origine sur ses produits et de s'opposer à une telle utilisation par des tiers⁴⁹². Il résulte de cette analyse qu'il y a deux titulaires du droit d'appellation d'origine : d'un côté la puissance publique, et de l'autre, les exploitants intéressés⁴⁹³.

356. La jurisprudence française réaffirme le statut public des appellations d'origine dans l'arrêt « Parfums Caron » qui a décidé que « le statut des appellations d'origine contrôlée est d'ordre public et en interdit toute appropriation privative »⁴⁹⁴. La doctrine exprime également la même conviction que les appellations d'origine sont traditionnellement considérées comme des signes collectifs et publics⁴⁹⁵. À ce titre, elles ne peuvent faire l'objet de droit privatif car elles appartiennent au terroir⁴⁹⁶. Mais depuis 2006, suite à l'adoption de l'ordonnance n° 2006-1547 du 7 décembre 2006 relative à la valorisation des produits agricoles forestiers ou alimentaires et des produits de la mer⁴⁹⁷, on remarque un désengagement progressif de l'autorité publique dans le contrôle des indications géographiques pour donner plus de responsabilités aux producteurs et aux organismes de certification⁴⁹⁸.

⁴⁹¹ M.-C. Piatti, *art. cit.*, pp. 562-563.

⁴⁹² *Ibid.*, pp. 560-562.

⁴⁹³ *Ibid.*, pp. 564-565.

⁴⁹⁴ C.A. Paris, 12 septembre 2001, rectifié le 24 octobre 2001. L'arrêt a fait l'objet de pourvoi qui a été rejeté : voir Com., 18 février 2004, 02-10576, *inédit*.

⁴⁹⁵ N. Olszak, « Actualité du droit des signes d'origine et de qualité ... », *art. cit.*, p. 8. L'auteur démontre cependant que ce statut évolue vers celui des marques collectives de certification qui sont des signes certes collectifs mais privés ; Voir aussi G. Bonet, *art. cit.*, p. 855.

⁴⁹⁶ Voir Th. Van Innis, *Les signes distinctifs*, Bruxelles, De Boeck et Larcier, 1997, p. 183.

⁴⁹⁷ JO du 8 décembre 2006.

⁴⁹⁸ Voir D. Marie-Vivien, "The Role of the State in the Protection of Geographical Indications: From Disengagement in France / Europe to Significant Involvement in India", *JWIP*, Earlier view, September 2009, pp. 5 et 8.

357. Dans la plupart des pays, la législation ne précise pas les titulaires des droits en matière d'indications géographiques. Ils peuvent être aussi bien les demandeurs d'enregistrement que les producteurs ou tout simplement les utilisateurs. En droit de l'UE par exemple, les titulaires des indications géographiques sont les utilisateurs, c'est-à-dire « (...) tout opérateur commercialisant des produits agricoles ou des denrées alimentaires qui sont conformes au cahier des charges correspondant ⁴⁹⁹». Dans les États membres de l'OAPI, « seuls les producteurs exerçant leurs activités dans l'aire géographique indiquée au registre ont le droit d'utiliser à des fins commerciales, pour les produits indiqués au registre, l'indication géographique enregistrée, pour autant que ces produits aient les qualités et les caractéristiques essentielles indiquées au registre »⁵⁰⁰. Mais en ce qui concerne l'enregistrement des indications géographiques, les groupements des consommateurs ainsi que l'autorité publique compétente ont la qualité pour déposer une demande d'enregistrement ou s'opposer à un enregistrement déjà effectué. En Asie, l'Indonésie et la Thaïlande permettent même aux consommateurs d'enregistrer les indications géographiques⁵⁰¹ tandis qu'en Inde la demande d'enregistrement doit émaner de l'État Indien ou de l'une de ses agences⁵⁰².

358. Certaines législations des pays membres de l'OMC reconnaissent expressément un statut de droit public aux indications géographiques. Celles-ci font partie du patrimoine national. C'est le cas de certains pays d'Amérique latine comme le Cuba, le Guatemala, le Mexique et le Pérou. Au Pérou par exemple, l'article 218 de la loi sur la propriété industrielle⁵⁰³ dispose que « L'État Péruvien est le titulaire des appellations d'origine péruviennes et l'usage de celles-ci est soumis à l'autorisation ». Au Mexique, toutes les indications géographiques sont la propriété de l'État Mexicain⁵⁰⁴.

⁴⁹⁹ Art. 8 Règlement (CE) n° 510/2006.

⁵⁰⁰ Art. 15, Annexe VI Accord de Bangui.

⁵⁰¹ Voir N.S. Gopalakrishnan, Prabha S. Nair & Aravind K. Babu, "Exploring the Relationship between Geographical Indications and Traditional Knowledge: An Analysis of the Legal Tools for the Protection of Geographical Indications in Asia", A Study Commissioned by the International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD), Working Paper, August 2007.

⁵⁰² Voir D. Marie-Vivien, "The Role of the State in the Protection of Geographical Indications..." *art. cit.*, p. 2.

⁵⁰³ Voir Décret législatif n° 823, accessible sur www.wipo.int/clea.

⁵⁰⁴ Voir Sarah Bowen, *art. cit.*, p. 7.

Les pays de tradition *Common Law* qui ont élaboré leur législation sur le fondement de l'Accord sur les ADPIC donnent aux indications géographiques un statut de droit privé à caractère collectif (par exemple la Jamaïque, l'Île Maurice, le Zimbabwe, etc.). La particularité des indications géographiques en tant que forme de droit collectif tient notamment à l'absence de droit de les céder, mais ce sont les organismes privés (les producteurs) qui fixent les normes de production ou d'exploitation, veillent à la vérification de la conformité, ou contrôlent la production ou d'autres fonctions de marché. Ce double statut public-privé reflète les différentes traditions juridiques en matière de protection des indications géographiques, ce qui justifie quelques fois le choix des modalités de protection.

B. Les modalités de protection des indications géographiques

359. Dans la plupart des pays qui protègent les indications géographiques, la reconnaissance de celles-ci passe par la formalité d'enregistrement (I). Dans un petit nombre de pays, cette formalité n'est pas obligatoire (II).

I. La protection par la formalité d'enregistrement

360. La plupart des législations nationales sur les indications géographiques prévoient que pour bénéficier de la protection, une indication géographique doit être enregistrée auprès d'une autorité publique désignée⁵⁰⁵. Toutefois, il n'existe pas d'uniformité quant aux conditions d'enregistrement ou aux types de produits pouvant être enregistrés.

1. Une variété de conditions d'enregistrement

361. Dans les pays ayant une longue tradition en matière de protection des indications géographiques⁵⁰⁶, les conditions d'enregistrement sont rigoureusement réglementées. En UE, par exemple, seule une organisation de producteurs ou de transformateurs concernés par le même

⁵⁰⁵ À propos des statistiques sur la protection des indications géographiques par la formalité d'enregistrement, voir J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.* p. 32.

⁵⁰⁶ Il s'agit essentiellement des pays européens suivants : France, Italie, Portugal et Espagne.

produit peut introduire une demande d'enregistrement d'une AOP/IGP. Cette demande comprend entre autres le nom et l'adresse de l'organisation demanderesse, le cahier des charges comprenant notamment la dénomination et la description du produit, les règles spécifiques applicables à son conditionnement et à son étiquetage, la description de la délimitation de l'aire géographique de production et la description du lien du produit avec le milieu géographique. Ces conditions visent à s'assurer qu'une indication géographique remplit les conditions de qualité liée à l'origine du produit.

362. En général, les indications géographiques sont adoptées à l'issue d'une procédure administrative à laquelle participent les producteurs, les consommateurs et les administrations nationales et elles sont rendues publiques dans une publication nationale officielle. En France, la procédure est menée par l'INAO. Cet organisme public comprend trois comités nationaux, chacun étant chargé d'un groupe particulier de produits et composé de représentants des producteurs, de l'administration et des consommateurs. Les comités donnent leurs points de vue sur les appellations d'origine proposées à la protection et notamment sur la délimitation de l'aire géographique de production et la reconnaissance de l'appellation d'origine proposée en tant qu'appellation contrôlée⁵⁰⁷. La protection passe par l'adoption d'un décret publié au Journal Officiel de la République Française. Ce décret définit l'aire de production, les méthodes de production applicables (qui peuvent contenir des détails techniques tels que, dans le cas des produits agricoles, les conditions de plantation, d'irrigation ou de récolte), les méthodes de traitement prescrites et les conditions d'étiquetage des produits.

363. Dans les pays n'ayant pas d'expérience suffisante en matière de protection des indications géographiques, les conditions sont moins rigoureuses et quelques fois peu précises. Dans les États membres de l'OAPI, par exemple, une demande d'enregistrement comprenant au moins la région géographique à laquelle s'applique l'indication, les produits auxquels l'indication s'applique, la preuve de la qualité, de la réputation ou la démonstration d'une autre caractéristique du produit pour lesquels l'indication est utilisée peuvent suffire. Au Pérou et en Colombie, l'autorité

⁵⁰⁷ Voir art. L. 115-19 et L. 115-20 C. Consom.

nationale compétente chargée de l'enregistrement peut se saisir d'office pour enregistrer une indication géographique⁵⁰⁸ ; dans ce cas, son utilisation sera soumise à l'autorisation.

2. Le champ d'application quant aux types de produits

364. Selon la définition de l'Accord sur les ADPIC les indications géographiques s'appliquent aux produits et non aux services⁵⁰⁹. Aucune distinction n'est faite entre ces produits, ce qui signifie que les États membres de l'OMC peuvent déterminer dans leurs législations nationales, les types de produits éligibles à la protection. De nombreux pays en développement ont utilisé cette flexibilité. Ainsi dans les pays membres de l'OAPI⁵¹⁰, ceux de la Communauté andine⁵¹¹ ainsi que dans certains autres pays comme la Chine, l'Inde et l'Île Maurice⁵¹², peuvent être enregistrées en tant qu'indications géographiques, les noms des produits naturels, agricoles, artisanaux ou industriels pour autant qu'ils soient conformes à la définition de l'indication géographique, ne soient pas contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs et ne risquent pas de tromper le public sur la nature, la provenance, le mode de fabrication, les qualités caractéristiques ou l'aptitude à l'emploi des produits considérés. Aucune énumération n'est donnée et aucune distinction n'est faite entre les produits agricoles alimentaires et non alimentaires, transformés ou non. L'objectif d'une telle formulation est manifestement de pouvoir appliquer la protection des indications géographiques à tous les produits.

365. En revanche, au sein de l'UE, la protection des indications géographiques s'applique uniquement aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, même si certains États de l'UE protègent dans leur législation nationale des produits industriels et artisanaux⁵¹³. Le Règlement

⁵⁰⁸ J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.*, p. 32.

⁵⁰⁹ Il semble que l'inclusion des services n'était pas l'intention des rédacteurs de l'Accord sur les ADPIC, mais puisque cet accord prévoit des normes minimales de protection, rien n'empêche aux membres d'étendre la protection des indications géographiques aux services. Ainsi la Suisse, le Liechtenstein, le Pérou, le Maroc et la Corée protègent les services au titre d'indications géographiques (voir I. Kireeva and B. O'Connor, *art. cit.*, p. 8).

⁵¹⁰ Voir art. 1 et 5 de l'annexe VI de l'Accord de Bangui.

⁵¹¹ Voir art. 212 de la décision 486 de la Communauté andine.

⁵¹² O'Connor & Company and Insight Consulting, Geographical indications and TRIPS: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members, report commissioned and financed by the Commission of the European Communities, Part II *Protection of Geographical Indications in 160 Countries around the World*, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135089.pdf, consulté le 27 avril 2008.

⁵¹³ Voir I. Kireeva and B. O'Connor, *art. cit.*, p. 8. L'auteur cite les exemples de la France, l'Allemagne et la République Tchèque.

(CE) n° 510/2006 énumère dans ses annexes I et II les produits agricoles et les denrées alimentaires dont les dénominations peuvent être enregistrées lorsqu'elles remplissent les conditions prévues à l'article 1^{er}, paragraphe 1 dudit règlement. Ainsi, peuvent être enregistrées, les dénominations des bières, boissons à base d'extraits de plantes, produits de la boulangerie, de la pâtisserie, de la confiserie ou de la biscuiterie, gommes et résines naturelles, pâtes de moutarde et pâtes alimentaires. Les dénominations des produits agricoles non alimentaires comme le foin, les huiles essentielles, le liège, la cochenille (produit brut d'origine animale), les fleurs et les plantes ornementales, la laine et l'osier peuvent aussi être enregistrées au titre d'AOP ou IGP.

366. Comme nous l'avons déjà souligné, le Règlement (CE) n° 510/2006 ne permet toutefois pas l'enregistrement des dénominations des vins et spiritueux. Le régime de ces produits est respectivement organisé par le Règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole⁵¹⁴ et le Règlement (CE) n° 110/2008 du Parlement Européen et du Conseil du 15 janvier 2008 concernant la définition, la désignation, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des boissons spiritueuses et abrogeant le Règlement (CE) n° 1576/89.

367. De manière générale, les législations nationales sur les indications géographiques ne limitent pas la protection aux noms des produits du domaine agro-alimentaires, mais l'étendent également aux produits industriels, naturels, artisanaux et même minéraux⁵¹⁵. De même, les noms susceptibles d'être enregistrés ne sont pas uniquement des noms géographiques directs (c'est-à-dire des noms de localités, régions ou pays déterminés), les dénominations traditionnelles non géographiques⁵¹⁶ et d'autres signes liés à un milieu géographique particulier, qu'ils soient constitués de mots, d'expressions, de symboles ou d'images emblématiques sont enregistrés dans un certain nombre de pays⁵¹⁷. Néanmoins certaines dénominations sont exclues de la protection dans certains ordres juridiques.

⁵¹⁴ Voir *supra*, Régime spéciale des vins et spiritueux, p. 137.

⁵¹⁵ C'est le cas de la Turquie et de l'Inde. Pour la Turquie, voir le Décret-loi n° 555 du 27 juin 1995 relatif à la protection des signes géographiques, http://www.wipo.int/clea/docs_new/pdf/fr/tr/tr013fr.pdf, consulté le 3 avril 2008.

⁵¹⁶ On citer à titre d'exemple les dénominations comme Muscadet, Feta, Cava, etc.

⁵¹⁷ Voir J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques ... », *art. cit.*, p. 31.

3. L'exclusion d'enregistrement de certaines dénominations

368. En général, les droits nationaux des indications géographiques excluent de la protection les indications qui risquent de tromper le public sur la nature, la provenance, le mode de fabrication, les qualités ou les caractéristiques des produits considérés. Certaines législations excluent aussi de l'enregistrement les dénominations géographiques contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs. C'est notamment le cas de l'annexe VI de l'Accord de Bangui⁵¹⁸, de la loi indienne sur les indications géographiques de produits⁵¹⁹ et de la loi thaïlandaise sur la protection des indications géographiques⁵²⁰. On peut se demander comment une indication géographique peut s'avérer contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs d'un pays. Cela n'est possible à notre avis qu'en cas de demande d'enregistrement d'une indication géographique étrangère dont la connotation, l'écriture ou la représentation graphique heurte les bonnes mœurs ou l'ordre public du pays dans lequel la protection est demandée.

369. Il y a deux cas sur lesquels les pays s'accordent généralement pour refuser l'enregistrement de certaines dénominations en tant qu'indications géographiques. Il s'agit des dénominations géographiques considérées comme génériques ainsi que des indications géographiques étrangères non protégées dans leurs pays d'origine. La plupart des législations ont été élaborées dans l'esprit de l'Accord sur les ADPIC ou de l'Arrangement de Lisbonne, ce qui fait qu'elles ne protègent les indications géographiques étrangères qu'à condition qu'elles soient protégées dans leurs pays d'origine ou ne soient pas tombées en désuétude dans ces pays.

II. La protection sans la formalité d'enregistrement

370. Même si la majorité des membres de l'OMC qui ont adopté une législation spécifique (protection *sui generis*) sur les indications géographiques protègent celles-ci par l'enregistrement, on trouve un petit nombre de pays qui n'exigent pas cette formalité. C'est le cas de la Jordanie,

⁵¹⁸ Voir art. 5.

⁵¹⁹ Voir "The Geographical Indications of Goods Act", 1999, *préc.*, art. 9.

⁵²⁰ Voir "The Geographical Indications Act 2003", CHAPITRE II, Section 5, disponible sur la Collection de lois accessible en ligne (CLEA), <http://www.wipo.int/clea/fr/index.jsp>.

des Philippines⁵²¹, de l'Île Maurice, et de Singapour⁵²². Si l'absence de formalités peut paraître séduisante parce qu'elle épargne aux titulaires les coûts d'une procédure administrative d'enregistrement, elle présente en revanche le désavantage de soumettre le régime de la preuve de l'usurpation d'une indication géographique au droit commun, ce qui rend incertain l'aboutissement d'une action introduite par les titulaires des droits. Dans les pays comme l'Île Maurice, le Sri Lanka, l'Oman, la Jordanie et le Qatar, l'enregistrement est possible mais elle est facultative. C'est ce que Bernard O'Connor qualifie de « passive protection »⁵²³ en anglais ou protection passive. L'absence d'enregistrement d'une indication géographique ne l'empêche cependant pas de produire des effets même si ceux-ci peuvent être moins favorables que ceux d'un enregistrement.

371. Il faut remarquer aussi que certains pays n'enregistrent pas les indications géographiques étrangères mais reconnaissent plutôt l'enregistrement effectué dans le pays d'origine. Telle est la pratique dans les pays parties à l'Arrangement de Lisbonne ainsi que dans les pays membres de l'OAPI.

L'Arrangement de Lisbonne autorise le refus de protection d'une appellation d'origine étrangère à condition de notifier au Bureau international de l'OMPI les motifs du refus⁵²⁴. Par exemple, l'appellation d'origine « Pisco » du Pérou s'est vue opposer un refus partiel de la part de plusieurs signataires de l'Arrangement de Lisbonne, et ce au motif que l'appellation homonyme « Pisco » chilienne était déjà protégée sur leur territoire⁵²⁵.

372. Les États membres de l'OAPI n'enregistrent pas non plus les indications géographiques étrangères. Celles-ci « sont protégées *comme telles* si elles ont été enregistrées par l'Organisation

⁵²¹ J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques ... », *art. cit.*, p. 32.

⁵²² Voir B. O'Connor, *op. cit.*, pp. 74-75. La loi singapourienne de 1998 sur les indications géographiques accorde aux titulaires d'une indication géographique une protection automatique semblable à celle du droit d'auteur.

⁵²³ *Ibid.*, p. 74.

⁵²⁴ « Les Administrations des pays pourront déclarer qu'elles ne peuvent assurer la protection d'une appellation d'origine, dont l'enregistrement leur aura été notifié, mais pour autant seulement que leur déclaration soit notifiée au Bureau international, avec l'indication des motifs, dans un délai d'une année à compter de la réception de la notification de l'enregistrement, et sans que cette déclaration puisse porter préjudice, dans le pays en cause, aux autres formes de protection de l'appellation auxquelles le titulaire de celle-ci pourrait prétendre (...) (art. 5.3) Arrangement de Lisbonne).

⁵²⁵ Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 47.

ou si un effet d'enregistrement résulte d'une convention internationale à laquelle les États membres sont parties »⁵²⁶.

C. Les effets de la protection

373. La protection d'une indication géographique enregistrée prend généralement effet à partir de la date de dépôt de la demande et non à partir de la date d'enregistrement. Dans certaines législations, la durée de la protection des indications géographiques est illimitée dans le temps, en conséquence on n'a pas besoin de renouveler l'enregistrement⁵²⁷. Dans ces législations, les indications géographiques enregistrées ne peuvent devenir génériques. Il existe cependant des États qui accordent aux indications géographiques une protection limitée, mais renouvelable indéfiniment moyennant paiement d'une redevance comme en droit des marques⁵²⁸.

374. L'enregistrement fait bénéficier à l'indication géographique d'une présomption réfragable d'admissibilité au bénéfice de la protection sur tout le territoire couvert par ledit enregistrement. La défense sera ainsi plus aisée dans les pays qui pratiquent l'enregistrement par rapport à ceux qui ne l'exigent pas. Dans ces derniers, le recours aux règles de droit commun (concurrence déloyale, *passing off*, protection des consommateurs, règles d'étiquetage...) sera nécessaire avec les difficultés et l'incertitude que cela comporte.

375. À l'issue de l'examen des différents mécanismes de protection des indications géographiques, un constat se dégage : l'Accord sur les ADPIC offre la flexibilité nécessaire pour mettre en place un système de protection des indications géographiques conforme aux différents systèmes et pratiques juridiques nationaux. Les différents systèmes de protection ont leurs avantages et inconvénients. Les producteurs doivent choisir parmi les mécanismes existants, ceux qui sont conformes au cadre juridique, administratif, social et économique de leurs pays. Le tableau I résume les différents mécanismes de protection des indications géographiques utilisés par

⁵²⁶ Art. 4.1) de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui ; souligné par nous.

⁵²⁷ C'est le cas des indications géographiques enregistrés en vertu du Règlement (CE) n° 510/2006, de l'Arrangement de Lisbonne et l'Accord de Carthagène et l'Accord de Bangui.

⁵²⁸ Exemple la Malaisie : voir section 24 de la loi sur les indications géographiques (*The Geographical Indication Act of Malaysia*), disponible sur la Collection de lois accessible en ligne (CLEA), <http://www.wipo.int/clea/fr/index.jsp>

les membres de l'OMC. On remarquera cependant que ce tableau est basé sur l'information fournie par une cinquantaine d'États, ce qui fait qu'elle n'est pas exhaustive. Néanmoins, elle constitue un échantillon assez représentatif pour une meilleure compréhension des différents mécanismes juridiques de protection des indications géographiques à travers le monde.

Tableau I : Protection des indications géographiques: renseignements fournis par les membres de l'OMC sur les moyens de protection disponibles

Membre	Lois axées sur les pratiques commerciales ^P			Droit des marques			Protection spéciale	
	Concurrence déloyale	Tromperie des consommateurs	Protection contre la substitution	Protection contre l'enregistrement des marques		Marques collectives, de certification, de garantie	Prescription de reconnaissance antérieure ^Z	
				Toutes les IOG	Certaines IOG ^Q		Non	Oui
Australie	X	X	X	X	X		X	X
Bulgarie	X	X			X			X
Canada	X	X	X		X			X
Cuba				X			X	X
CE/États membres ^a	X	X		X	X			X
Allemagne	X	X		X		X	X	X
Autriche	X			X	X	¹		X
Belgique	X	X		X	X			X
Danemark	X	X		X	X	X		
Espagne		X		X	X			X
Finlande	X	X		X	X			
France	X	X		X	X			X
Grèce				X	X			
Irlande				X	X			
Italie					X			X
Luxembourg	X	X		X	X			
Pays-Bas	X	X		X	¹	X	?	
Portugal	X				X			X

Membre	Lois axées sur les pratiques commerciales ^P			Droit des marques			Protection spéciale	
	Concurrence déloyale	Tromperie des consommateurs	Protection contre la substitution	Protection contre l'enregistrement des marques		Marques collectives, de certification, de garantie	Prescription de reconnaissance antérieure ^Z	
				Toutes les IOG	Certaines IOG ^Q		Non	Oui
Royaume-Uni		X	X	X	X	X		X
Suède		X			X	X	X	
Corée	X	X		X	X		X	X
Équateur	X	X						X
Estonie	X	X		X	X			X
États-Unis	X	X	X	X	X	X		X
Hong Kong, Chine		X	X	X		X		
Hongrie	X			X	X			X
Islande	X?	X		X	X			
Japon	X			X	X			X
Liechtenstein	X	X		X	X	X	X	X
Lituanie	X			X	X			
Maroc	X						X	X
Mexique	X	X		X				X
Norvège	X	X		X	X		X	
Nouvelle-Zélande		X	X	X	X			¹
Pérou	X			X	X		Y	X
Pologne	X	X?		X	X		X	X
République slovaque	X	X	X	X	X			X
République tchèque	X	X	X	X	X ¹			X

Membre	Lois axées sur les pratiques commerciales ^P		Droit des marques			Protection spéciale		
	Concurrence déloyale	Tromperie des consommateurs	Protection contre la substitution	Protection contre l'enregistrement des marques		Marques collectives, de certification, de garantie	Prescription de reconnaissance antérieure ^Z	
				Toutes les IOG	Certaines IOG ^Q		Non	Oui
Roumanie	X			X	X			X
Slovénie		X		X	X			X
Suisse	X	X		X	X	X	X	X
Turquie	X	X		X				X
Uruguay				X	X		X	X
Venezuela				X	X			X

^P La première colonne donne des renseignements sur les dispositions relatives aux actes qui concernent plutôt l'établissement, les marchandises ou les activités industrielles ou commerciales d'un concurrent, et la deuxième colonne vise les dispositions relatives aux lois concernant plutôt les allégations propres à induire le public en erreur au sujet des marchandises de la personne qui les énonce. À propos de cette distinction, voir également le guide de G.H.C. Bodenhausen sur l'application de la Convention de Paris, en particulier les pages 145 et 146.

^Z Certains de ces moyens assurent une protection *sui generis* aux IOG qui se rapportent à des produits ayant des caractéristiques ou des méthodes de production spécifiquement définies ; d'autres moyens s'appliquent en l'absence de définitions spécifiques.

^Q Certaines IOG uniquement, ou les IOG concernant uniquement certaines catégories de produits.

^a Les renseignements concernant les instruments des CE sont indiqués dans la rangée des CE et de leurs États membres, et les renseignements concernant les autres instruments figurent dans la rangée de l'État membre en question.

Source: OMC, Doc. IP/C/W/253/Rev.1, 24 novembre 2003.

Il ressort du tableau ci-dessus qu'un nombre significatif de pays protègent les indications géographiques par le droit des marques. Mais il y en a aussi qui ont adopté la protection des indications géographiques à la fois par les marques et par une protection spéciale. Une étude récente révèle que sur les 167 pays qui protègent les indications géographiques en tant que propriété intellectuelle, 111 (y compris les 27 de l'UE) se sont dotés de législations spécifiques ou *sui generis*, 56 pays utilisent un système de marques de commerce ou de fabrique y compris les marques collectives et les marques de certification⁵²⁹. Il se pose dès lors la question de savoir si cette double protection n'engendre pas des rapports conflictuels entre les indications géographiques et les marques.

⁵²⁹ Voir Centre du commerce international (ITC), *Guide des indications géographiques: faire le lien entre les produits et leurs origines*, Genève: ITC, 2009, p. 15.

CHAPITRE II : LES RAPPORTS CONFLICTUELS ENTRE LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET LES MARQUES

376. Étudier les rapports entre les marques et les indications géographiques, c'est montrer dans quelle mesure le conflit entre les deux signes peut être évité. Cela doit être organisé par la législation de chaque pays car les prescriptions de l'Accord sur les ADPIC en la matière restent générales et sont appliquées différemment. Un exercice de comparaison des législations nationales s'avère donc nécessaire. Or pour diverses raisons, il est difficile d'accéder à tous les textes juridiques des membres de l'OMC relatifs à la protection de la propriété intellectuelle. D'une part, tous les pays ne publient pas leurs textes juridiques en ligne ; d'autre part, certains pays n'ont pas encore mis leur législation nationale en conformité avec l'Accord sur les ADPIC et par conséquent n'ont pas notifié leurs textes à l'OMC. De plus, la « Collection des lois disponibles en ligne » (CLEA) publiée sur le site de l'OMPI⁵³⁰ est incomplète. Notre analyse s'appuie sur les données disponibles qui, bien que ne permettant pas d'effectuer une étude exhaustive des rapports entre les marques et les indications géographiques, reflètent néanmoins la tendance générale. C'est cette tendance générale que nous présentons en examinant d'abord les convergences et les divergences entre les marques et les indications géographiques (Section 1) avant de voir comment les conflits entre ces titres de propriété intellectuelle peuvent être évités ou résolus (Section 2).

Section 1. Marques et indications géographiques : convergences et divergences

377. Les marques et les indications géographiques présentent des points de convergence (§1) et de divergence (§2) qu'il convient d'examiner afin de mieux comprendre le conflit qui les oppose et les solutions de principe qui existent.

⁵³⁰ Voir OMPI, Collection de lois accessible en ligne (CLEA), <http://www.wipo.int/clea/fr/index.jsp>.

§1. Les convergences entre la marque et l'indication géographique

378. Les indications géographiques et les marques sont toutes les deux des signes distinctifs qui permettent la différenciation des produits sur le marché et à ce titre constituent des instruments de régulation de la concurrence. Toutes les deux sont également des signes capables de garantir aux consommateurs l'origine et la qualité des produits (A). En cette qualité, elles sont des outils de promotion de la vente des produits désignés (B).

A. La garantie de l'origine des produits

379. La marque se définit comme tout signe ou toute combinaison de signes, propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises. Ces signes peuvent comprendre en particulier les mots, y compris les noms de personnes, les lettres, les chiffres, les éléments figuratifs et les combinaisons de couleurs, ainsi que toute combinaison de ces signes. Ils doivent être capables de distinguer une entreprise particulière comme étant à l'origine des produits désignés par la marque. Si l'on s'en tient au droit communautaire, pour constituer une marque valable, le signe ne doit pas désigner la provenance géographique du produit ou du service ni être trompeur sur la provenance géographique ou l'origine du produit ou service. Par ailleurs, il ne peut pas comporter ou être composé d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique conformément au Règlement communautaire relatif la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires⁵³¹. Autrement dit, pour être valable, une marque doit être distinctive de l'entreprise d'où sont originaires les produits marqués.

380. De la même manière, l'indication géographique garantie l'origine des produits non pas du point de vue commercial mais plutôt du point de vue géographique. L'indication géographique se définit avant tout par rapport à l'origine géographique du produit qui en est revêtu. En tant que signes distinctifs, les indications géographiques et les marques sont considérées dans la théorie économique comme des instruments potentiels pour résoudre la défaillance du marché due à

⁵³¹ Voir art. 7 du règlement (CE) n° 40/94 du 20 décembre 1993 du Conseil sur la marque communautaire (*JOCE* L. 11, 14 janv. 1994, modifié par les règlements (CE) 3288/94 du 22 déc. 1994, 1992/2003 du 27 oct. 2003 et n° 422/2004 du 19 fév. 2004.

l'existence d'une asymétrie d'information entre les producteurs et les consommateurs⁵³². Confrontés à une multitude de produits venus du monde entier et dont seuls les producteurs connaissent les caractéristiques, les consommateurs sont soucieux de leur santé et de leur sécurité et demandent de plus en plus l'information sur la traçabilité des produits qui leur sont offerts. Les indications géographiques et les marques sont, à ce sujet, aptes à donner cette information d'où les consommateurs sont prêts à payer un prix élevé pour les produits marqués ou revêtus d'une indication géographique par rapport à ceux qui ne le sont pas⁵³³.

381. En somme, la marque et l'indication géographique sont des « signes distinctifs dont le but n'est pas de protéger une création, mais de distinguer des produits vis-à-vis des consommateurs ou des concurrents »⁵³⁴. Non seulement elles sont des signes de différenciation de l'origine des produits sur le marché, mais elles peuvent également servir à garantir aux consommateurs la qualité des produits et constituer ainsi un outil de promotion des produits désignés.

B. La garantie de la qualité et la promotion de la vente des produits

382. L'indication géographique garantit l'origine géographique du produit qu'elle désigne. C'est d'ailleurs ce caractère, combiné avec celui de la qualité qui lui donne sa spécificité par rapport aux autres signes distinctifs et justifie sa protection spécifique. Ces deux caractères sont un facteur de valorisation économique des produits.

S'agissant des marques, une marque individuelle n'est pas de nature à garantir aux consommateurs la qualité des marchandises ou des services qu'elle désigne. Mais certaines marques devenues notoires grâce aux investissements de leurs titulaires sont devenues des signes de qualité dans l'esprit des consommateurs et permettent aux entreprises qui les utilisent de vendre leurs produits à des prix supérieurs à ceux pratiqués sur le marché pour des produits de même nature. Cependant, cette qualité reste subjective car elle est fondée sur la perception des consommateurs.

⁵³² Voir OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », *préc.*, paragr. 14.

⁵³³ Il suffit pour s'en convaincre d'entrer dans les supermarchés et de comparer les prix des produits marqués ou à indications géographiques par rapport aux produits identiques mais sans signes distinctifs.

⁵³⁴ Voir OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », *préc.*, paragr. 14.

383. En revanche, la marque de certification est de nature à garantir, de manière objective, que les produits ou les services désignés par cette marque, respectent les normes fixées par le titulaire. Ces normes peuvent être, entre autres, la qualité ou les caractéristiques particulières du produit. Si cette qualité ou ces caractéristiques sont dus à l'origine géographique du produit, celui-ci remplit également les conditions pour être protégée en tant qu'indication géographique⁵³⁵.

Enfin, l'indication géographique et la marque sont complémentaires⁵³⁶. Les deux signes sont capables de garantir l'origine et la qualité des produits et constituent ainsi des outils de marketing pour les entreprises et d'information pour les consommateurs. Malgré ces points de convergence, des divergences existent.

§2. Les divergences entre la marque et l'indication géographique

384. Malgré quelques ressemblances, la marque et l'indication géographique sont néanmoins différentes. Cependant, il s'agit plus d'une différence de traditions juridiques liées aux stratégies commerciales que d'une différence de nature car nous avons montré que les deux signes distinguent des produits sur le marché et sont des outils de communication entre le producteur et le consommateur. Les divergences entre la marque et l'indication géographique se situent surtout au niveau du statut juridique reconnu à chaque catégorie de signe (A) et à la fonction spécifique qui lui est assignée (B).

A. Du point de vue statut juridique

385. Les marques sont traditionnellement des droits privés. Elles ont pour titulaire une personne physique ou une personne morale de droit privé (une entreprise ou association). L'Accord sur les ADPIC reconnaît dans son préambule que tous les droits de propriété intellectuelle sont des droits privés. Cependant, la nature juridique des indications géographiques reste très discutée

⁵³⁵ La France fait l'exception puisque la certification atteste que le produit est conforme à des caractéristiques spécifiques qui résident selon le cas dans le mode de production, de conditionnement, de transformation et non dans son origine géographique (voir J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 924).

⁵³⁶ Voir N. Olszak, « Marques et indications géographiques dans la communication sur les boissons alcoolisées », *Légicom* n° 44 - 2010, p. 80.

lorsqu'on considère le statut que leur confèrent les différentes législations nationales. Bien qu'il soit généralement admis que les indications géographiques sont des droits collectifs, leurs titulaires peuvent être aussi bien des personnes de droit privé que des personnes de droit public. La plupart des législations nationales précisent les personnes habilitées à utiliser une indication géographique sans pour autant en déterminer les titulaires. Les textes disent tout simplement que tous les producteurs exerçant leurs activités dans la région de production délimitée et respectant les conditions préétablies sont habilités à utiliser une indication géographique⁵³⁷. Mais à défaut de précision, on considère que les utilisateurs de l'indication géographique en sont en même temps les titulaires.

386. Dans certains pays, les textes protégeant les indications géographiques précisent que le titulaire du droit sur l'indication géographique est l'État. Celui-ci accorde aux utilisateurs qui remplissent les conditions fixées par la loi l'autorisation d'usage de l'indication géographique. C'est le cas notamment au Guatemala, Mexique, Pérou, Cuba⁵³⁸, etc. Dans ces pays, les indications géographiques sont des biens du patrimoine national. Dans une telle conception, le droit sur l'indication géographique est en principe inaliénable, imprescriptible et indisponible.

387. Quant aux marques, elles ne suscitent pas de controverses au sujet de leurs titulaires car la personne qui dépose la demande d'enregistrement ou qui fait usage de la marque est présumée en être titulaire. Contrairement à l'indication géographique, les droits sur la marque sont cessibles, prescriptibles et deviennent disponibles lorsque la marque cesse d'être protégée. Remarquons néanmoins que dans les pays qui protègent les indications géographiques par l'enregistrement des marques collectives ou de certification⁵³⁹, c'est le régime des marques qui s'applique notamment quant à la durée de la protection. Cependant les marques collectives ou de certifications ont dans ces pays une dimension publique à cause de leur caractère collectif mais se sont des entités privées qui en sont titulaires et qui en assurent la gestion et le contrôle.

⁵³⁷ Dans l'Accord de Bangui l'Annexe VI relatif aux indications géographiques, le terme producteur s'entend tout agriculteur ou autre exploitant de produits naturels, tout fabricant de produits artisanaux ou industriels et de quiconque fait le commerce desdits produits (art. 1.c) ; l'article 8.1 du Règlement (CE) 510/06 parle de tout opérateur commercialisant des produits agricoles ou des denrées alimentaires qui sont conformes au cahier des charges correspondant, les deux formulations ne divergent pas.

⁵³⁸ Voir J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.* p. 33.

⁵³⁹ Par exemple l'Australie, le Canada, l'Afrique du Sud, les États-Unis, etc.

B. Du point de vue fonction spécifique

388. La définition de la marque généralement acceptée sur le plan international est celle fournie par l'article 15.1 de l'Accord sur les ADPIC selon laquelle : « Tout signe, ou toute combinaison de signes, propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises sera propre à constituer une marque de fabrique ou de commerce ». Comparée à la définition de l'indication géographique donnée à l'article 22.1 du même accord, on constate aisément que les marques permettent de différencier les produits ou les services de telle ou telle entreprise alors que les indications géographiques permettent d'identifier des produits de différentes origines géographiques et non des services⁵⁴⁰. Contrairement aux marques, les indications géographiques ne confèrent pas de monopole en faveur d'un producteur particulier mais reconnaissent un droit exclusif d'usage aux producteurs d'une région qui répondent aux critères préétablis.

389. Bien que la fonction générale des marques et des indications géographiques soit la même, à savoir celle de distinguer la provenance des produits, leurs fonctions spécifiques ou essentielles respectives sont différentes. La CJCE a dégagé l'objet spécifique ou la fonction essentielle des droits de la propriété intellectuelle afin de justifier la dérogation au principe de la libre circulation des marchandises au sein de la communauté. Ainsi « la fonction essentielle » des marques « (...) est notamment d'assurer au titulaire le droit exclusif d'utiliser la marque, pour la première mise en circulation du produit et de se protéger ainsi contre les concurrents qui voudraient abuser de la position et de la réputation de la marque en vendant des produits indûment pourvus de cette marque »⁵⁴¹. Autrement dit, la marque a pour fonction essentielle de réserver le monopole d'exploitation au titulaire (ou aux titulaires s'il s'agit d'une marque collective ou de certification) du signe pour la désignation dans le commerce des produits ou services pour lesquels il a été enregistré⁵⁴². Seules les marques qui ont un caractère distinctif peuvent remplir cette fonction⁵⁴³,

⁵⁴⁰ Dans quelques pays, les indications géographiques servent à distinguer aussi bien les produits que les services à l'instar des marques et ce malgré que l'Accord ADPIC n'oblige pas les membres à étendre l'application des dispositions relatives aux indications géographiques aux services (voir J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.* p. 30).

⁵⁴¹ CJCE, 31 octobre 1974, *Centrafam et A.de Peiper c/Winthrop*, Affaire 16/74, Rec. 1183.

⁵⁴² Voir J. Passa, *op. cit.*, p. 50.

⁵⁴³ Sur le caractère distinctif des marques en droit français, voir *JurisClasseur Marques-Dessins et Modèles*, Fasc. 7090 « Distinctivité du signe » par G. Bonet et A. Bouvel.

c'est-à-dire les marques qui sont aptes à désigner les entreprises qui commercialisent les produits ou services marqués en les distinguant, sans confusion possible, des entreprises concurrentes et en garantissant en conséquence aux consommateurs l'origine des produits ou services qui leur sont offerts⁵⁴⁴.

L'indication géographique a, en revanche, pour fonction essentielle, en plus de réserver l'usage aux producteurs situés dans la zone de production délimitée et qui respectent des normes préétablies, de garantir que le produit provient d'une zone géographique déterminée et présente certains caractères particuliers⁵⁴⁵ liés à son origine géographique.

390. En outre, à la différence des marques, les indications géographiques ne sont pas choisies arbitrairement, mais renvoient toujours à une aire géographique déterminée en relation avec les produits qui en sont originaires. L'origine du produit est essentiellement géographique et le lien entre le produit et son origine est un lien qualitatif. Mais cette fonction peut aussi se retrouver dans les marques collectives et les marques de certification. En définitive, de par la capacité qu'ont les marques et les indications géographiques à différencier les produits sur le marché, les conflits entre les deux signes sont fréquents lorsqu'ils sont utilisés pour désigner des produits identiques ou similaires⁵⁴⁶. Le règlement de ces conflits dépend du système juridique considéré.

Section 2 : Le règlement des conflits entre marques et indications géographiques

391. Les conflits entre les marques et les indications géographiques naissent du fait de la rencontre sur le marché de produits désignés par des signes géographiques identiques ou similaires dont les titulaires sont différents. Qui devraient avoir le droit d'utiliser le signe? Quelles devraient être les conditions de cette utilisation? Y a-t-il un droit qui devrait primer sur l'autre ou les deux devraient-ils coexister? Le règlement d'un tel conflit dépend du système juridique appliqué dans le pays où le litige surgit. Si la législation sur la propriété

⁵⁴⁴ J.-C. Grall et E. Laur-Pouédras, « Droit des marques : Un tour d'horizon de la jurisprudence récente Confirmation de solutions antérieures ou innovation ? »,

http://www.prodimarques.com/juridique/droit_des_marques.php, consulté le 12 novembre 2009.

⁵⁴⁵ Voir CJCE, 9 juin 1992, *Delhaize et Le Lion*, Aff. C-47/90, Rec. p. I-03669.

intellectuelle d'un pays n'a pas prévu de dispositions permettant de régler le conflit entre une marque et une indication géographique, les juridictions peuvent recourir aux mécanismes de droit commun permettant de réprimer les pratiques commerciales déloyales. Le règlement du conflit peut être compliqué dans la mesure où le droit de la propriété industrielle admet l'enregistrement des dénominations géographiques aussi bien comme indications géographiques que comme marques. Pour limiter le conflit, les marques géographiques sont soumises à des conditions strictes pour leur enregistrement (§1) tandis que les marques contenant une indication géographique sont en principe exclues de l'enregistrement (§2).

§1. Conditions d'enregistrement des marques géographiques

392. Dans les pays où le droit de la propriété industrielle n'est pas très développé, notamment les pays en développement, la tentation de choisir une marque géographique est grande, car souvent les opérateurs économiques veulent identifier leurs produits par rapport aux lieux d'établissement de leurs entreprises. C'est lorsqu'ils déposent les noms géographiques à titre de marques qu'ils se heurtent au refus de l'office de la propriété intellectuelle de leur pays. Le motif du refus est fondé sur le manque de caractère distinctif du signe choisi comme marque. Soit la marque est descriptive de la provenance géographique lorsqu'elle désigne les produits ou les services comme étant originaires du lieu désigné, soit elle est trompeuse si elle fait croire au public que les produits ou services proviennent du lieu désigné par la marque alors qu'il n'en est rien. En général, les signes nécessaires, génériques ou descriptifs doivent rester à la disposition de tous les concurrents et ne peuvent pas être monopolisés par une seule personne à l'exclusion des autres⁵⁴⁷. Aussi l'enregistrement d'un signe géographique comme marque individuelle est-il exceptionnel (A), ce qui permet d'éviter les conflits portant sur des droits concurrents attachés à une marque (B).

⁵⁴⁶ Selon le Professeur J. Audier, « Le produit similaire est celui qui, par nature ou destination peut être attribué par les consommateurs à la même entreprise d'origine » (voir J. Audier, « Marques et indications géographiques... », *art. cit.*, p. 245.

⁵⁴⁷ A. Françon, « La prohibition des marques descriptives en droit français », *RIPIA*, 1973, n° 3, p. 271.

A. Enregistrement exceptionnel des marques géographiques individuelles

393. En règle générale, les marques ne doivent être ni descriptives⁵⁴⁸, ni déceptives⁵⁴⁹. Les législations sur les marques d'un bon nombre de pays tant développés qu'en développement excluent expressément de l'enregistrement les termes qui peuvent être compris comme une mention de l'origine des produits correspondants ; ils les acceptent exceptionnellement sous réserve de certaines conditions. Aux États-Unis par exemple, il n'est possible d'utiliser un terme géographique comme marque que lorsque ce terme a acquis un caractère distinctif ("sens secondaire" ou « *secondary meaning* » en anglais) par l'usage, c'est-à-dire qu'elle n'évoque pas simplement l'origine géographique du produit, mais identifie une source commerciale, c'est-à-dire une entreprise⁵⁵⁰. Cette exclusion est justifiée, comme nous l'avons déjà indiqué, par le fait que les signes descriptifs manquent de caractère distinctif, élément central de la validité d'une marque. Si la marque fait penser au public que le produit provient de l'endroit indiqué, l'enregistrement devient impossible car à ce moment là, la marque est purement descriptive.

394. En droit français, il est en principe possible d'utiliser un nom géographique comme marque⁵⁵¹ à condition que ce nom ne constitue pas une appellation d'origine⁵⁵² ou une fausse indication de provenance⁵⁵³ pour les produits identiques ou similaires n'y ayant pas droit. Un nom est également exclu de la protection lorsque son appropriation à titre de marque est de nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service⁵⁵⁴ ou à porter atteinte au nom, à l'image et à la renommée d'une collectivité territoriale⁵⁵⁵. Ainsi ont été enregistrées comme marques valables :

⁵⁴⁸ Une marque est descriptive lorsqu'elle est composée exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, ou l'époque de la production ou de la prestation de service (voir art. 3.1, c) de la directive 89/104/CEE du Conseil du 21 décembre 1988 rapprochant les législations des États membres sur les marques).

⁵⁴⁹ Une marque est déceptive lorsqu'elle est de nature à tromper le public sur la provenance géographique d'un produit (Cass. Com, 20 nov. 2007, n° 06-16-387, F-D, *Sté Empresa Cubana del Tabaco c/ Sté La Casa del Habano* : Juris-Data n° 2007-041601).

⁵⁵⁰ Albrecht Conrad, art. cit., p. 41 ; Philippe Zylberg, art. cit., p. 19 ; Mai-Anh Ngo, *op. cit.* p. 334.).

⁵⁵¹ Voir art. L. 711-1 a) CPI.

⁵⁵² Voir art. L. 711-4 d) CPI.

⁵⁵³ Voir art. L. 711-2 b) CPI.

⁵⁵⁴ Voir art. L. 711-3 c) CPI.

⁵⁵⁵ Voir art. L. 711-4 h) CPI.

- « Chicago », pour désigner des vêtements. La Cour d'Appel de Paris a décidé que la ville de Chicago n'a aucune réputation particulière dans le domaine vestimentaire et « que le public n'est donc nullement amené à associer le nom de Chicago aux qualités ou à l'une des qualités que doit présenter un vêtement »⁵⁵⁶ ;
- « Salaisons d'Houdemont », pour désigner des viandes, volailles, gibiers, salaisons et conserves diverses. La Cour de Paris a souligné l'absence de notoriété de la petite localité d'Houdemont dans le domaine considéré⁵⁵⁷ ;
- « Moutarde de Meaux », pour désigner de la moutarde. La Cour d'Appel de Versailles a jugé cette marque distinctive en raison de l'absence totale de notoriété de la ville de Meaux dans le domaine des moutardes à l'époque du dépôt de la marque⁵⁵⁸ ;
- « NYC », pour désigner notamment des vêtements. La Cour d'appel de Paris a relevé que les lettres « NYC » sont les initiales de la ville de New-York (New-York City) et a décidé que la marque ainsi constituée est distinctive au motif que « si la clientèle, majoritairement composée d'adolescents et d'adultes jeunes intéressés par les produits couverts par ce signe (vêtements, chaussures, papeterie), perçoit incontestablement l'acception de ces trois initiales, il n'est pas établi qu'il opèrera d'emblée un rattachement entre ces produits et la ville de New-York, en tant qu'indication de leur provenance géographique, même si celle-ci jouit d'une certaine renommée dans le domaine des vêtements de loisirs ; [...] les initiales “NYC” ne constituant pas une indication de provenance pour les produits visés dans le libellé de l'enregistrement, celles-ci peuvent former une marque valable au sens de l'article L. 711-2 b)⁵⁵⁹ » du Code de la Propriété intellectuelle.

395. En revanche ont été annulées :

⁵⁵⁶ CA Paris, 21 nov. 1978, *PIBD* 1979, III, p. 28

⁵⁵⁷ CA Paris, 16 juin 1980, *PIBD* 1980, III, p. 155 ; *Ann. prop. ind.* 1980, p. 171, obs. J.-J. Burst

⁵⁵⁸ CA Versailles, 19 mai 1987 : *PIBD* 1987, III, p. 393 ; pour un commentaire sur cet arrêt, voir M.-V. Fourgoux-Jeannin, « Indication géographique et droit des marques : Conflits et combinaison », *RD rur.*, n° 237, avr. 1995, p. 474.

⁵⁵⁹ CA Paris, 4e ch. A, 6 mars 2002, *PIBD*, 2002, III, p. 545.

- la marque « Création Maret Cholet France » pour déceptivité car le nom géographique « Cholet » est une indication de provenance⁵⁶⁰ ;
- les marques « Casa del Habano » et « La Casa del Habano » déposées pour désigner le tabac bénéficiant d'une appellation d'origine cubaine ainsi que d'autres produits que le tabac ne provenant pas de Cuba, ont été annulées au motif qu'elles étaient de nature à tromper le public sur la provenance géographique des produits⁵⁶¹.

En réalité, la possibilité d'obtenir l'enregistrement d'un nom géographique à titre de marque n'existe qu'en ce qui concerne les indications de provenance « simples » ou « neutres » et non pour les appellations d'origine et indications de provenance « qualifiantes »⁵⁶².

396. Sur le plan communautaire, la marque « Ceylan » déposée pour désigner des épices et autres condiments a été refusée à l'enregistrement par l'OHMI au motif qu'elle est susceptible d'induire le public en erreur sur la provenance exacte des produits⁵⁶³. De même, l'OHMI a rejeté la demande d'enregistrement de la marque « Havanezas » pour le tabac et les articles pour tabac, au

⁵⁶⁰ CA Angers, 1^{re} ch., *DRPI*, 1992, n° 43 p. 22.

⁵⁶¹ Cass. Com., 20 novembre 2007, n° 06-16.387, F-D, *Sté Empresa Cubana del Tabaco c/ Sté la Casa de Habano* : Juris-Data n° 2007-041601. Dans cet arrêt, la Cour de Cassation répondait à l'arrêt de la Cour d'appel qui avait rejeté l'action des sociétés Cubatabaco, Habanos et Coprova tendant à l'annulation des marques litigieuses en ce qu'elles désignaient d'autres produits que le tabac. La Cour d'appel de Paris avait retenu que les marques « Casa del Habano » et « La Casa del Habano » ne présentaient pas de caractère déceptif pour ces produits du fait que, même si le terme 'Habano' peut être évocateur de Cuba, il ne peut laisser croire que ces produits proviennent de cet État, puisqu'il n'est nullement établi que de tels produits seraient connus pour être fabriqués à Cuba (CA Paris, 2 déc. 2005, *PIBD*, 2006, III. 127. La Cour de cassation a motivé sa décision comme suit :

« Attendu qu'en statuant ainsi, alors qu'un signe étant déceptif lorsqu'il est de nature à tromper le public, notamment sur la provenance géographique du produit, il n'est pas nécessaire que le lieu dont le nom est ainsi repris soit connu pour fabriquer de tels produits, mais qu'il soit raisonnablement envisageable qu'un tel nom puisse, aux yeux des milieux intéressés, désigner la provenance géographique de cette catégorie de produits, en tenant compte de la connaissance qu'a le public du nom géographique en cause, ainsi que des caractéristiques du lieu désigné par celui-ci et de la catégorie des produits concernés (...) ».

⁵⁶² Voir M. LÜTTGE, *Marques et noms géographiques protégés*, mémoire de Master 2 professionnel, CEIPI, 2006-2007, p. 42. La différence entre indication de provenance « simple » et indication de provenance « qualifiante » a été dégagée par la Cour d'appel de Paris dans l'arrêt « Coutellerie de Savoie » (CA Paris, 6 fév. 1986, *PIBD* 1986, III. 196). Le premier désigne tout simplement le lieu de fabrication d'un produit ou lieu d'établissement de l'entreprise, tandis que le dernier évoque, dans l'esprit du public, un lien entre le lieu de fabrication et des caractéristiques tenant à des facteurs soit géographiques, soit humains.

⁵⁶³ OHMI, ch. Rec., 15 juillet 2003, aff. R78/2003-2 cité par Olivier Thrierr, « Les conflits entre indications géographiques et marques », *Propriété intellectuelle*, 2007, n° 6, juin 2007.

motif que cette marque imitait l'appellation d'origine cubaine « Habana » enregistrée en vertu de l'Arrangement de Lisbonne⁵⁶⁴.

397. La CJCE a eu l'occasion de se prononcer sur le caractère distinctif d'une marque constituée par un nom géographique dans l'affaire *Windsurfing Chiemsee*⁵⁶⁵. Cet arrêt démontre que la reconnaissance à titre de marque d'un nom géographique qui ne jouit pas d'une réputation particulière pour les produits qu'elle désigne n'est pas absolue. En l'espèce, la société *Windsurfing Chiemsee*, établie sur les bords du lac Chiemsee, vend des vêtements et des chaussures de sport à la mode ainsi que d'autres articles de sport dessinés par une société sœur établie au même endroit mais fabriqués ailleurs. Les articles sont identifiés sous le signe « Windsurfing Chiemsee ». Entre 1992 et 1994, la société *Windsurfing Chiemsee* a fait enregistrer cette marque en Allemagne en tant que marque figurative, sous forme de différentes représentations graphiques accompagnées parfois d'éléments ou de mentions supplémentaires, telles que « Chiemsee Jeans » ou « Windsurfing — Chiemsee — Active Wear ».

398. Dans une ville située sur les bords du lac Chiemsee, l'entreprise Huber vend depuis 1995, des vêtements de sport tels que des « T-shirts » et « sweat-shirts », qu'elle désigne aussi par le nom « Chiemsee », lequel est toutefois représenté sous une forme graphique différente de celle des marques qui identifient les produits de la société *Windsurfing Chiemsee*. Quant à M. Attenberger, il vend dans les environs du Chiemsee des vêtements de sport du même type, qu'il désigne également par le nom « Chiemsee », mais en employant des formes graphiques et, pour certains produits, des mentions supplémentaires différentes de celles de la société *Windsurfing Chiemsee*. Cette dernière s'opposa à l'utilisation du nom « Chiemsee » par l'entreprise Huber et M. Attenberger en faisant valoir que, malgré les différences entre les formes des signes graphiques caractérisant les produits en cause, il existait un risque de confusion avec sa marque *Windsurfing Chiemsee*, dont elle indiquait qu'elle est connue du public et utilisée en tout état de cause depuis 1990.

⁵⁶⁴ OHMI, 31 mars 2004, déc. n° 1095/2004, concernant la procédure d'opposition B 383 465, « Corporacio Habanos SA c/ Empor-Importação SA ».

⁵⁶⁵ CJCE, 4 mai 1999, *Windsurfing Chiemsee*, aff. C-108/97 et C-109/97 : Rec. CJCE 1999, I, p. 2779.

Les défendeurs au principal soutenaient, en revanche, que le nom «Chiemsee», en tant qu'indication désignant la provenance géographique et qui, à ce titre, doit rester disponible, n'est pas susceptible de protection, de sorte que son utilisation sous une autre forme graphique que celle de *Windsurfing Chiemsee* ne saurait entraîner un risque de confusion.

399. La Cour, saisie à titre préjudiciel sur l'interprétation de l'article 3, paragraphes 1, sous c), et 3, de la première directive 89/104/CEE rapprochant les législations des États membres sur les marques⁵⁶⁶ a jugé que cette disposition doit se comprendre en tant que :

« - il ne se limite pas à interdire l'enregistrement des noms géographiques en tant que marques dans les seuls cas où ceux-ci désignent des lieux qui présentent actuellement, aux yeux des milieux intéressés, un lien avec la catégorie de produits concernée mais s'applique également aux noms géographiques susceptibles d'être utilisés dans l'avenir par les entreprises intéressées en tant qu'indication de provenance géographique de la catégorie de produits en cause ;

- dans les cas où le nom géographique en cause ne présente pas actuellement, aux yeux des milieux intéressés, un lien avec la catégorie de produits concernée, l'autorité compétente doit apprécier s'il est raisonnable d'envisager qu'un tel nom puisse, aux yeux des milieux intéressés, désigner la provenance géographique de cette catégorie de produits;

- dans cette appréciation il convient plus particulièrement de prendre en compte la connaissance plus ou moins grande que les milieux intéressés ont du nom géographique en cause ainsi que les caractéristiques du lieu désigné par celui-ci et de la catégorie de produits concernée ;

- le lien entre le produit concerné et le lieu géographique ne dépend pas nécessairement de la fabrication du produit dans ce lieu ».

400. Cet arrêt doit se comprendre selon le Professeur J. Passa, comme signifiant qu'un nom géographique pour lequel un enregistrement est demandé ne désigne pas nécessairement à

⁵⁶⁶ JO 1989, L 40, p. 1. Aux termes de cette disposition, « Sont refusés à l'enregistrement ou susceptibles d'être déclarés nuls s'ils sont enregistrées : (...) c) les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la

proprement parler le lieu de provenance des produits en cause (...), et qu'il peut alors constituer une marque à moins qu'il ne soit devenu une indication de leur origine dans l'esprit des milieux intéressés, parce que ceux-ci établissent un lien entre ce lieu et les produits en cause ou que l'on puisse raisonnablement envisager que, par la suite, un tel lien sera envisagé⁵⁶⁷ ». Le raisonnement du Professeur Passa est tiré, d'une part, de l'arrêt en question qui pose comme principe qu'un nom de provenance géographique ne peut pas être enregistré comme marque même si aucune réputation pour les produits concernés ne lui est attachée⁵⁶⁸ et d'autre part du principe général selon lequel la validité d'une marque s'apprécie au moment du dépôt⁵⁶⁹.

401. L'Association Internationale pour la Protection de la Propriété Industrielle et Artistique (AIPPI) recommande comme règle générale qu'en raison de sa nature, une indication de provenance ou une appellation d'origine ne puisse pas être enregistrée ou protégée comme marque individuelle pour les produits ou services auxquels l'indication ou l'appellation s'applique⁵⁷⁰. En revanche, lorsqu'une marque contient une indication géographique, elle est susceptible de poser des difficultés quant à sa validité.

402. Enfin, les dénominations géographiques qui sont devenues des termes génériques pour désigner un type de produit ou de service sans que les consommateurs leurs attribuent une origine particulière ne peuvent pas être enregistrés comme marques⁵⁷¹. La jurisprudence française est constante depuis longtemps en ce qui concerne l'interdiction d'enregistrement des termes géographiques génériques. Ainsi ont été refusées à l'enregistrement les dénominations suivantes:

- « Moutarde de Dijon⁵⁷² » : cette dénomination est perçue comme un mode de préparation de la moutarde et non comme une indication de provenance ;

valeur, la provenance géographique, ou l'époque de la production ou de la prestation de service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci ».

⁵⁶⁷ J. Passa, *op. cit.* p. 96.

⁵⁶⁸ Voir paragr. 26 de l'arrêt : « il existe un intérêt général à préserver leur disponibilité en raison notamment de leur capacité non seulement de révéler éventuellement la qualité et d'autres propriétés des catégories de produits concernés, mais également d'influencer diversement les préférences des consommateurs, par exemple en rattachant les produits à un lieu qui peut susciter des sentiments positifs ».

⁵⁶⁹ J. Passa, *op. cit.*, p. 96. Pour d'autres considérations sur cet arrêt, voir : A. Bouvel, *op.cit.*, p. 198 ; voir aussi G. Bonet, « Propriétés intellectuelles, Propriété industrielle » *RTD eur.*, 2000, p. 132.

⁵⁷⁰ AIPPI, « Question 118, Marques et indications géographiques », *Annuaire 1994/II*, pp. 381-385.

⁵⁷¹ A. Bertrand, *op. cit.*, p. 112.

⁵⁷² CA Paris, 19 mars 1929, *Ann. propr. ind.* 1930, p. 257.

- « Rillettes de Tours » pour désigner les rillettes ne saurait constituer une marque valable car il est constant que cette expression désigne la composition et le mode de fabrication du produit⁵⁷³.

Ces noms géographiques doivent rester à la disposition de tous pour désigner le genre considéré. Mais il faut garder à l'esprit que le caractère générique d'une marque géographique, tout comme celui d'une indication géographique, s'analyse au regard du droit du pays où la protection est revendiquée étant donné le caractère territorial des droits de propriété intellectuelle⁵⁷⁴.

B. Les conflits portant sur des droits concurrents attachés à une marque

403. Les conflits portant sur des droits concurrents attachés à une marque sont tranchés compte tenu du principe de spécialité (I) et de la disponibilité du signe déposé comme marque (II).

I. Le principe de spécialité

404. La fonction d'une marque est de permettre la différenciation des produits ou des services offerts sur le marché par des concurrents. Cette fonction a pour conséquence de conférer au titulaire de la marque un droit exclusif d'exploiter le signe choisi pour les produits ou services qu'il offre aux consommateurs. Mais il faut garder à l'esprit que les droits conférés au titulaire d'une marque ne portent pas sur l'utilisation exclusive du signe en tant que tel puisque d'autres opérateurs peuvent l'adopter pour désigner des produits ou services différents. La marque n'est donc protégée que dans sa relation avec les produits ou les services que le titulaire a désigné au moment du dépôt en vue de l'enregistrement. C'est le principe de spécialité⁵⁷⁵.

Le titulaire d'une marque peut opposer son droit sur le signe aux concurrents qui souhaiteraient l'utiliser pour désigner des produits identiques ou similaires mais il ne peut monopoliser l'utilisation du signe dans d'autres secteurs d'activité. Le même signe peut donc être utilisé comme marque pour des produits ou services différents. Le principe de spécialité est conforme à

⁵⁷³ Trib. Civ. Seine, 25 octobre 1951, définitif, *Ann.* 1952, p. 32.

⁵⁷⁴ A. Bertrand, *op.cit.*, p. 115.

⁵⁷⁵ Voir A. Bouvel, *op. cit.*, p. 20.

la liberté du commerce et de l'industrie dans la mesure où les signes susceptibles de constituer des marques ne peuvent pas être monopolisés au-delà de la spécialité du déposant.

405. La règle souffre cependant d'une exception relative à la protection de la marque renommée. Cette dernière bénéficie d'une protection renforcée qui s'étend au-delà de la spécialité de son titulaire⁵⁷⁶. Cette exception est formulée par l'article 16.3 de l'Accord sur les ADPIC qui étend l'application de l'article 6 *bis* de la CUP (1967)⁵⁷⁷ « aux produits ou services qui ne sont pas similaires à ceux pour lesquels une marque de fabrique ou de commerce est enregistrée » mais « à condition que l'usage de cette marque pour ces produits ou services indique un lien entre ces produits ou services et le titulaire de la marque enregistrée et à condition que cet usage risque de nuire aux intérêts du titulaire de la marque enregistrée ».

La protection de la marque renommée est généralement appliquée par les pays membres de la CUP bien que la renommée d'une marque soit susceptible de recevoir des contenus différents. On peut ainsi noter un arrêt rendu par la Cour Suprême du Canada en 2006 qui a refusé la protection de la marque renommée « Veuve Clicquot » au Canada. En l'espèce, l'affaire opposait le propriétaire de la marque française « Veuve Clicquot » spécialisée dans le commerce du champagne et celui de la marque canadienne « Boutiques Clicquot et Clicquot » qui opère dans la vente des vêtements. La Maison « Veuve Clicquot Ponsardin », demanderesse dans cette affaire a assigné « Boutiques Clicquot » pour imitation de sa marque, susceptible de causer la confusion. La Cour Suprême du Canada a reconnu la renommée de la marque « Veuve Clicquot » mais a souligné que la protection d'une marque renommée n'est pas absolue. La Cour a analysé la nature des marchandises, services ou entreprises en cause et a relevé que les domaines de spécialité des marques en cause étaient tellement différents qu'il n'y avait pas de probabilité de risque de

⁵⁷⁶ Voir Y. Reboul, « L'arrêt "Davidoff" de la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE) du 9 janvier 2003 : schisme... ou "Yalta" de la protection des marques renommées?, *Propri. Industr.* 2003, n° 3, pp. 19-21, Comm. 17.

⁵⁷⁷ L'article 6 *bis* de la CUP oblige les pays membres de l'Union à «refuser ou à invalider l'enregistrement et à interdire l'usage d'une marque de fabrique ou de commerce qui constitue la reproduction, l'imitation ou la traduction, susceptibles de créer une confusion, d'une marque que l'autorité compétente du pays de l'enregistrement ou de l'usage estimera y être notoirement connue comme étant déjà la marque d'une personne admise à bénéficier de la présente Convention et utilisée pour des produits identiques ou similaires ».

confusion⁵⁷⁸. On voit que la renommée d'une marque est une question de fait qui doit être appréciée souverainement par les juges du fond⁵⁷⁹.

406. Sans vouloir entrer dans la controverse autour de cette notion, retenons le point de vue adopté par la CJCE dans l'arrêt « General Motors »⁵⁸⁰. Saisie sur la question préjudicielle en interprétation de la notion de marque renommée de l'article 5, paragraphe 2, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques⁵⁸¹, la CJCE a jugé que cet article doit « doit être interprété en ce sens que, pour bénéficier d'une protection élargie à des produits ou à des services non similaires, une marque enregistrée doit être connue d'une partie significative du public concerné par les produits ou services couverts par elle ».

II. La disponibilité du signe déposé comme marque

407. Pour constituer une marque valable, le signe doit entre autres, être disponible. La disponibilité signifie que la marque ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs ou à d'autres droits auxquels le dépôt du signe déposé comme marque ne saurait porter atteinte comme l'appellation d'origine⁵⁸². Le Professeur F. Pollaud-Dulian résume le principe de l'indisponibilité du signe choisi comme marque en ces termes : « En effet, d'une part, la coexistence de signes identiques entre des mains différentes dans les mêmes secteurs affecte leur distinctivité et, d'autre part, le droit de marque ne peut porter sur un signe déjà approprié car il ne saurait y avoir deux droits exclusif sur un même objet »⁵⁸³. L'antériorité opposable à la validité d'une marque postérieure peut être constituée par une marque enregistrée et produisant effet sur le territoire du pays où la protection de la marque postérieure est demandée.

⁵⁷⁸ *Veuve Clicquot Ponsardin v. Boutiques Clicquot ltée*, 2006 SCC 23.

⁵⁷⁹ Voir J. Passa, *op. cit.*, p. 366 ; voir aussi, Cass. Com., 20 fév. 2007, note N. Bondonio, et J. Allard,

⁵⁸⁰ CJCE, 14 septembre 1999, « *General Motors Corporation* » aff. C- 375/97, Rec. p. I-5421.

⁵⁸¹ Aux termes de cette disposition, « Tout État membre peut également prescrire que le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe identique ou similaire à la marque pour des produits ou des services qui ne sont pas similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée, lorsque celle-ci jouit d'une renommée dans l'État membre et que l'usage du signe sans juste motif tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porte préjudice ».

⁵⁸² Voir J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 790.

⁵⁸³ F. Paullaud-Dulian, *Droit de la propriété industrielle*, Paris, Montchrestien, 1999, p. 548.

408. En France, pour constituer une antériorité, la marque doit avoir été déposée en France à titre de marque française, communautaire ou internationale⁵⁸⁴. Ainsi une marque utilisée dans ce pays sans y avoir été enregistrée ne peut constituer une antériorité sauf s'il est notoirement connu au sens de l'article 6 *bis* de la CUP.

Les conflits portant sur des droits concurrents attachés à une marque sont également tranchés à la lumière du droit des marques, compte tenu du principe de priorité⁵⁸⁵. Selon la législation applicable, le droit de priorité peut être accordé sur la base d'une demande antérieure, d'un usage antérieur ou, dans certains cas, d'une marque notoirement connue antérieurement⁵⁸⁶.

§2. Les marques contenant une indication géographique

409. Selon l'Association Internationale des Juristes du Droit de la Vigne et du Vin (AIDV), en cas de conflit entre une marque et une indication géographique, le principe de priorité (*prior tempore, potior jure*) devrait généralement être appliqué afin d'assurer la sécurité et la loyauté du commerce. La reconnaissance publique, ainsi que l'usage ou le dépôt (y compris la demande d'enregistrement) de la marque ou de l'indication géographique constituent le point de départ de la priorité, suivant le droit national. Mais, poursuit l'AIDV, compte tenu de la nature spécifique, publique, d'usage collectif de l'indication géographique, la priorité de la marque sur une indication géographique devrait être analysée à la lumière de la bonne foi, de la connaissance du caractère géographique du nom choisi pour la marque et des risques de confusion pour le public sur l'origine du produit⁵⁸⁷. Cette opinion est renforcée par une résolution de l'AIPPI qui prône que « Les principes directeurs pour régler les conflits entre les marques et les indications

⁵⁸⁴ Voir J. Azéma et J.-C. Galloux, *op. cit.*, p. 791.

⁵⁸⁵ En cas de conflit entre les revendications relatives au droit sur une marque donnée, c'est habituellement le droit antérieur qui l'emporte. Cette priorité peut être fondée sur le premier usage, le premier enregistrement ou sur le fait qu'une marque était notoire avant l'enregistrement ou l'usage d'une marque similaire ou identique pour des produits similaires ou identiques. Il est dérogé à ce principe de priorité quand le droit antérieur a été acquis de mauvaise foi. Par exemple, l'agent ou le représentant du titulaire d'une marque demande en son nom propre et sans le consentement du titulaire l'enregistrement de cette marque (article 6 *septies* de la CUP).

⁵⁸⁶ Voir OMPI, doc. SCT SCT/5/3 du 8 juin 2000.

⁵⁸⁷ Association Internationale des Juristes du Droit de la Vigne et du Vin / International Wine Law Association, *Résolution sur les marques et indications géographiques / Resolution on Trademarks and Geographical indications*, Seattle, 25-29 Septembre 2004, paragr. 3.1 à 3.3.

géographiques devraient suivre la règle “premier en temps, premier en droit” (antériorité de l’usage ou de l’enregistrement):

- i) afin d’éviter les pratiques susceptibles de tromper le public ou, le cas échéant, de détourner la réputation de l’indication géographique ou de la marque protégée,
- ii) tout en tenant compte d’autres facteurs tels que la réputation de l’indication géographique et de la marque, leur durée d’usage, l’étendue et la bonne foi de leur usage, l’existence du risque et le degré de confusion et, le cas échéant, les faits de tolérance »⁵⁸⁸.

Comme la règle “premier en temps, premier en droit” ne résout pas dans tous les cas le conflit entre les marques et les indications géographiques, il convient d’explorer les solutions de principe posées respectivement par l’AIPPI (A) et l’accord sur les ADPIC (B) et voir leur application dans certains droits nationaux (C).

A. La solution de l’AIPPI

410. Selon l’AIPPI⁵⁸⁹, lorsqu’un conflit survient entre une marque et une indication géographique, il convient de prendre en considération celui des deux signes qui a la priorité. Trois hypothèses sont envisagées :

- 1) en cas de conflits entre une marque et une indication de provenance ou appellation d’origine antérieure, l’Office des Marques devrait refuser de plein droit l’enregistrement de la marque. Les tiers doivent également pouvoir former opposition à l’enregistrement à titre de marque et au cas où la marque a été enregistrée, engager une procédure pour l’annulation de l’enregistrement et l’interdiction de son usage en tant que tel.
- 2) En cas de conflits entre une indication de provenance ou appellation d’origine de haute renommée et une marque, la protection devrait être refusée à une marque identique ou similaire à une indication de provenance ou appellation d’origine de haute renommée,

⁵⁸⁸ AIPPI, Résolution Q191 « Les relations entre les marques et les indications géographiques », Congrès Göteborg, Octobre 8 – 12, 2006, *Annuaire 2006/II*, page 469 – 470.

⁵⁸⁹ Voir AIPPI, « Question 118, Marques et indications géographiques », *Annuaire 1994/II*, pp. 381-385).

même lorsque les produits ou les services ne sont pas similaires, si l'usage de la marque est fait dans le but d'en tirer un avantage injustifié ou s'il nuit au caractère distinctif ou à la réputation de l'indication ou de l'appellation.

- 3) En cas de conflits entre une indication de provenance ou une appellation d'origine et une marque antérieure, l'AIPPI recommande le principe d'une coexistence, à moins que la marque n'ait acquis une réputation ou une renommée avant la date à laquelle l'indication de provenance ou appellation d'origine a été établie ou reconnue comme telle. Dans ce cas, la protection de l'indication ou appellation doit être déniée et l'enregistrement refusé ou annulé. Cependant, cela n'empêche pas l'usage de l'indication ou appellation pour identifier l'origine géographique des produits ou des services, pourvu que cet usage soit fait de bonne foi, uniquement pour identifier l'origine géographique des produits.

B. La solution de l'accord sur les ADPIC

411. Le problème des rapports entre les marques et les indications géographiques a été envisagé par l'Accord sur les ADPIC et sa solution de principe est posée par les articles 22.3 et 23.2.

Comme nous l'avons montré plus haut⁵⁹⁰, l'article 22.3 n'accorde pas la priorité absolue à l'indication géographique antérieurement protégée par rapport à une marque. Celle-ci ne sera invalidée ou refusée à l'enregistrement que si son utilisation est de nature à causer la confusion dans l'esprit du public quant à la véritable origine des produits. C'est-à-dire, soit les produits identifiés par la marque proviennent de l'endroit indiqué, alors la marque est descriptive ; soit elles sont originaires d'un endroit différent de celle qui est désigné, dans ce cas la marque est déceptive. L'article 22.3 est de portée générale et s'applique à tous les types de produits (agricoles, industriels, artisanaux et naturels).

412. L'article 23.2, quant à elle, a été spécialement conçu pour la protection des vins et spiritueux. Il peut s'interpréter comme consacrant la primauté des indications géographiques par rapport aux marques dans les domaines des vins et des spiritueux. Elle diffère de celle l'article 22.3 du fait qu'aucun risque d'induire le public en erreur quant à l'origine des produits n'est requis. Le

refus ou l'invalidation de l'enregistrement d'une marque postérieure contenant une indication géographique est une obligation pour chaque membre de l'OMC même si la marque en cause est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres.

413. Ces deux solutions de principe sont cependant tempérées par l'exception des droits acquis de l'article 24.5 qui autorise la coexistence entre une indication géographique et une marque de commerce qui lui est identique ou similaire si cette dernière a été déposée ou acquise de bonne foi avant que l'indication géographique ne soit protégée dans son pays d'origine.

En somme, la solution adoptée pour régler le conflit entre les marques et les indications géographiques reflète un compromis sur un sujet sur lequel les divergences d'opinions étaient prononcées en fonction des divers systèmes et d'intérêts. Compte tenu de ces systèmes et intérêts, il est intéressant de voir comment certains droits nationaux mettent en application ces solutions du droit international.

C. L'application des solutions de principe dans certaines législations nationales

414. Pour résoudre les conflits entre une marque et une indication géographique, l'AIPPI⁵⁹¹ recommande que toute législation nationale ou régionale relative aux indications géographiques devrait inclure des dispositions permettant de résoudre les conflits entre les marques et les indications géographiques, en particulier conformément aux principes suivants:

1. Ces législations doivent prendre en compte les conventions bilatérales ou multilatérales existantes ;
2. Tout intéressé doit pouvoir intervenir directement dans toute procédure susceptible de porter atteinte à ses droits de propriété intellectuelle ;
3. Si un litige survient au sujet de la validité d'une marque, ce litige ne pourrait être tranché que par les juridictions ou les autorités compétentes en matière de marque d'après les lois nationales ou régionales.

⁵⁹⁰ Voir *supra*, p. 75.

⁵⁹¹ *Ibid.*

415. Certains pays disposant d'une législation spécifique pour la protection des indications géographiques ont prévu des dispositions destinées à régler le conflit entre une marque et une indication géographique. C'est le cas des pays suivants : la France, la Turquie, l'Ile Maurice, la Malaisie, la Jamaïque, l'Inde, le Singapour⁵⁹², etc. Les pays en développement suivent en général les règles contenues dans les articles 22.3 et 23.2 de l'Accord sur les ADPIC. Ainsi, une marque contenant une indication géographique se heurte à un refus d'enregistrement et à une interdiction d'utilisation, si les produits qu'elle désigne ne sont pas originaires de la région indiquée, entraînant par là une confusion pour le public. Le refus d'enregistrement ou l'invalidation sera effectué *ex officio* si la législation du pays le permet, si non une telle décision ne sera prise que sur demande de la partie intéressée. Par ailleurs les lois sur les marques de certains pays comportent des dispositions interdisant l'enregistrement ou le dépôt de marques géographiques pour les vins et spiritueux⁵⁹³.

Cependant, on trouve aussi des pays qui, bien qu'ayant adopté une législation spécifique ou des dispositions protectrices des indications géographiques dans la loi générale sur la protection de la propriété industrielle, n'ont pas envisagé la possibilité d'un conflit entre les marques et les indications géographiques. On peut citer le Mexique, le Mozambique, la Chine, etc.

416. Le cas de la Chine est particulièrement intéressant sur deux points. D'abord la Chine a adopté un système dualiste⁵⁹⁴ qui protège les indications géographiques à la fois par l'enregistrement des marques collectives ou des marques de certification⁵⁹⁵ et par une

⁵⁹² O'Connor & Company, *Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later...A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members*, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf, consulté le 22 avril 2008.

⁵⁹³ L'accord de Carthagène (art. 135).

⁵⁹⁴ Certains autres pays ont également adopté un régime dualiste de protection des indications géographiques. Par exemples :

- le Sri Lanka a un système de protection des indications géographiques par une protection « sui generis » sans enregistrement, et un régime des marques collectives et des marques de certification. The Intellectual Property Act No. 36 of 2003 qui a remplacé le Code of Intellectual Property Act n° 52 of 1979 contient une section sur les indications géographiques (Part IX, Section 161) et une section sur les marques (Part. V) ;

- l'Afrique du Sud a une loi spécifique protégeant les vins et les spiritueux (Liquor Products Act No. 60 of 1989 (section 11 and 12) as amended by Liquor Products Amendment Act n°. 11 of 1993) et un régime des marques qui protège les marques de certification (Trade Marks Act n° 194 of 22 December 1993, en vigueur depuis 1er mai 1995 ; Merchandise Marks Act No. 17 (section 6 and 7) of 1941 en vigueur depuis le 18 Octobre 1941 tel que modifié par le Merchandise Marks Amendment n° 54 of 1987).

⁵⁹⁵ Voir: Trademark Law (promulgated by the Standing Comm. Nat'l People's Cong., Aug. 23, 1982, effective Mar. 1, 1983) ; Regulation for the Implementation of the Trademark Law (promulgated by the St. Council, Aug. 3, 2002,

règlementation spéciale sur les appellations d'origine⁵⁹⁶. Aucun de ces deux textes ne prévoit comment le conflit entre une indication géographique et une marque doit être résolu⁵⁹⁷. La solution peut cependant être trouvée dans la loi sur les marques de 2001⁵⁹⁸. L'article 16 de cette loi règle le conflit entre la marque et l'indication géographique en interdisant l'enregistrement ou l'utilisation d'une marque géographique trompeuse sur l'origine des produits. Cependant si une marque géographique a été enregistrée de bonne foi, elle restera valide. La coexistence entre les deux signes est donc également possible. C'est ce qu'illustre l'affaire « Jin Hua Ham»⁵⁹⁹.

417. Jin Hua est une ville de la Province du Zhejiang. Elle est connue pour la production du jambon. Les termes « Jin Hua Ham» ont été enregistrés en 1981 en tant que marque individuelle par *Pujiang County Food Product Company*. L'année suivante, l'entreprise publique *Zhejiang Province Food Product Company* ("ZPFC"), usant de son privilège de puissance publique, s'est appropriée la marque sans contrepartie. ZPFC n'était pas établi dans la Ville Jin Hua et les producteurs de jambon de Jin Hua ont refusé d'acheter la licence d'exploitation de la marque usurpée. Ils ont préféré saisir la juridiction compétente (*The Shanghai No.2 Intermediate People's Court*) afin d'obtenir l'annulation de l'enregistrement de la marque « Jin Hua Ham» au motif qu'elle était devenue déceptive mais leur demande a été rejetée. Ils ont alors demandé et obtenu l'enregistrement de l'indication géographique « Jin Hua Ham» en vertu des Règlements sur la protection des produits d'appellation d'origine⁶⁰⁰.

effective Sep. 15, 2002) ; Measures for the Registration and Administration of Collective Marks and Certification Marks (promulgated by the St. Admin. for Indus. and Commerce, Apr. 17, 2003, effective June 1, 2003). Ce dernier règlement est accessible sur :

<https://sbj.saic.gov.cn/english/show.asp?id=60&bm=flfg> , consulté le 27 mai 2008. Pour un aperçu complet sur la protection des indications géographiques en Chine, voir aussi Wang Xiaobing and Irina Kireeva, "Protection of Geographical Indications in China: Conflicts, Causes and Solutions", *JWIP* (2007) Vol. 10, no. 2, pp. 79–96.

⁵⁹⁶ Voir: Provisions for the Protection of Products of Geographical Indication (promulgated by the Gen. Admin. of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ), June 7, 2005, effective July 15, 2005), http://www.ipr.gov.cn/ipr/en/info/Article.jsp?a_no=2158&col_no=119&dir=200603, consulté le 27 mai 2008.

⁵⁹⁷ Bradley M. Bashaw "Geographical Indications in China: Why protect GIs with both trademark law and AOC-type legislation?", *Pacific Rim Law and Policy Journal*, 2008, Issue 17, p. 88

⁵⁹⁸ Voir Trademark Law of the People's Republic of China (Adopted at the 24th Session of the Standing Committee of the Fifth National People's Congress on August 23, 1982, and amended according to the "Decision on the Revision ... http://www.wipo.int/clea/docs_new/pdf/en/cn/cn026en.pdf, consulté le 27 mai 2008.

⁵⁹⁹ *Zhejiang Province Food Co. v. Shanghai Tai Kang Food Co. and and Zhejiang Jinhua Yong Kang* (Shanghai Intern. People's Ct., Oct. 31, 2005, citée par Bradley M. Bashaw, art. cit., p. 90 ; voir aussi China Intellectual Property Express, sept. 2005, Issue 263,

<http://www.iprights.com/cms/templates/chinaipx.aspx?articleid=2872&zoneid=4>, consulté le 27 juin 2008).

⁶⁰⁰ En anglais: "Regulations on the Protection of Products with An Appellation of Origin".

418. En 2003, ZPFC s'est rendu compte que *Shanghai Tai Kang Food Co., Ltd. (Tai Kang)* vendait du jambon marqué « Jin Hua Ham » et a décidé d'engager des poursuites judiciaires contre *Shanghai Tai Kang Food Co., Ltd. (Tai Kang)* et *Zhejiang Jinhua Yong Kang No.4 Road, Ham Producing No.1 Factory (Yong Kang)* en alléguant que l'utilisation des termes « Jambon de Jin Hua » portait atteinte à ses droits sur la marque. ZPFC exigeait une excuse publique, une injonction et des dommages et intérêts.

419. Les défendeurs soutenaient que, bien que le produit portât les termes « Jin Hua Ham », ceux-ci étaient utilisés comme une indication d'origine géographique et non comme une marque de commerce et que ZPFC ne devrait pas compter seulement sur l'enregistrement pour empêcher l'utilisation légitime des termes par d'autres. Par ailleurs, selon la loi sur la marque de commerce de 2001, le propriétaire d'une marque déposée ne peut pas empêcher l'utilisation légitime de cette marque par d'autres. Comme la dénomination « Jin Hua Ham » avait été enregistrée comme une indication d'origine géographique, l'activité des défendeurs devrait être considérée comme "légitime".

420. La Cour a rendu sa décision en octobre 2005 en donnant raison aux défendeurs. Elle a reconnu que les droits exclusifs de la société ZPFC sur la marque « Jin Hua Ham » devaient être protégés, mais elle a estimé que son enregistrement ne devait pas empêcher l'utilisation légitime de ces termes par d'autres et que par conséquent, l'utilisation des termes « Jin Hua Ham » comme une indication d'origine géographique était légitime parce qu'une telle utilisation était conforme aux Règlements sur la protection des produits d'appellation d'origine.

421. L'étude de cette affaire révèle qu'en l'absence de dispositions permettant de régler le conflit entre les marques et les indications géographiques, la juridiction saisie de l'affaire a interprété la disposition de la loi sur la marque de commerce au sujet de « l'utilisation légitime de la marque par d'autres » et a considéré que les défendeurs utilisaient la dénomination géographique querellée non comme une contrefaçon de la marque mais comme une indication géographique enregistrée conformément à la loi. L'utilisation était donc légitime. La Cour a ainsi comblé la lacune de la loi en autorisant la coexistence des deux signes. Reste à voir si cette coexistence n'est pas de nature à tromper le public sur l'origine véritable des produits portant ce signe, puisque le jambon commercialisé par la société ZPFC et marqué « Jin Hua Ham » ne provient

pas de Jin Hua, alors que celui vendu par les défenseurs provient bien de la ville de Jin Hua et bénéficie de l'indication géographique.

422. La double protection des indications géographiques tend à se généraliser en Chine. En plus du « Jambon de Jin Hua », Le « *Vin jaune de Shaoxing* » et le « Porcelaine de Jingdezheng » sont des exemples de produits qui sont à la fois enregistrés comme marques collectives ou de certification et comme appellations d'origine. Des auteurs⁶⁰¹ ont fait remarquer que la coexistence de deux systèmes de protection des indications géographiques (protection comme marque collective ou de certification et protection *sui generis*) peuvent engendrer non seulement un conflit entre les deux signes distinctifs mais aussi un chevauchement entre les deux systèmes. Mais récemment, lors du Symposium international sur la protection des indications géographiques qui s'est tenu en Chine du 26 au 28 juin 2007, certains intervenants ont démontré que la combinaison de la protection des indications géographiques et des marques, lorsqu'elle est bien administrée, est susceptible de renforcer l'identité des produits⁶⁰² et d'assurer une protection efficace contre la contrefaçon⁶⁰³.

Conclusion de la première partie

423. L'évolution de la protection des indications géographiques au sein du système d'Union de Paris montre des lacunes au sujet du niveau de protection qu'il convient de donner aux indications géographiques. La CUP accorde aux indications géographiques une protection très limitée. Si elle est explicite sur la répression des indications fausses, elle reste muette en ce qui concerne les indications fallacieuses.

L'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance constitue un pas puisqu'il permet de réprimer les indications fallacieuses non seulement sur les produits, mais aussi dans la publicité et dans toute forme de communication commerciale. Cependant, il n'a pas pu empêcher l'utilisation

⁶⁰¹ Voir Wang Xiaobing and Irina Kireeva, *art. cit.*, p. 87.

⁶⁰² Voir Adalgerio Garrido de la Grana, "Geographical Indications and Trademarks : Combined efforts for a Stronger Product Identity: The Experience of Cuban Cigar Trademarks and Geographical Indications" in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/4 ; Jalba Violeta, "Geographical Indications and Trademarks : Combined efforts for a Stronger Product Identity: Cricova Case", " in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/2.

⁶⁰³ Voir J. Rodesh, "Indications géographiques et marques : une combinaison efficace contre la contrefaçon », in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/6 Rev.

de fausses indications de provenance utilisées en traduction ou avec des mentions correctives comme « type », « style », « façon », etc.

L'Arrangement de Lisbonne de 1958 a innové en conférant une protection spécifique aux appellations d'origine et en comblant les lacunes de l'arrangement de Madrid sur les indications de provenance, mais on lui reproche de s'être intéressé à une seule catégorie d'indication géographique : l'appellation d'origine. La réglementation stricte de cette dernière ajoutée à l'exigence d'un système national d'appellations d'origine, ont limité sa portée internationale.

424. L'élaboration de nouvelles règles commerciales convenues au niveau international pour les droits de propriété intellectuelle est apparue comme un moyen de renforcer l'ordre et la prévisibilité et de régler les différends de manière plus systématique. L'Accord sur les ADPIC constitue à cet effet un cadre adéquat. En effet, cet accord définit sur le plan mondial, le niveau de protection minimal pour les indications géographiques mais le fait qu'il prévoit deux niveaux de protection, une protection générale pour tous les types de produits et une protection additionnelle pour les vins et spiritueux, lui ont valu des critiques de la part des membres de l'OMC qui n'étaient pas satisfaits de l'équilibre atteint à l'issue des négociations du cycle d'Uruguay.

425. La conséquence a été qu'en marge des négociations multilatérales qui ont conduit à la création de l'OMC, se sont développés des accords commerciaux d'intégration régionale à la fois en guise de réaction à la lenteur et à la complexité du multilatéralisme mais aussi comme une opportunité de renforcer la coopération régionale et constituer un front commun dans les négociations multilatérales. Ce regain du régionalisme tend à limiter le caractère territorial des droits de propriété intellectuelle en général, et des indications géographiques en particulier.

426. Malgré cette tendance, les indications géographiques restent des droits caractérisés par une diversité de régimes de protection. Cela peut s'expliquer par la différence de traditions culturelles et juridiques nationales et des contextes historiques et économiques dans lesquels lesdits régimes se sont développés et qui font que les dispositions sur les indications géographiques de l'Accord sur les ADPIC, loin de traduire un consensus, reflètent un compromis entre les intérêts opposés des pays qui ont négocié cette accord. Les pays en développement n'ont

pas été très actifs dans cette négociation et il a souvent été dit que le sujet des indications géographiques ne constituait pas leur priorité. Ils étaient beaucoup plus préoccupés par les brevets et les droits d'auteur dans lesquels ils voyaient le renforcement de la protection comme une menace directe de leur industrie naissante.

La poursuite des négociations prévues par l'Accord sur les ADPIC afin d'accroître la protection des indications géographiques intéresse actuellement ces pays qui sont de plus en plus nombreux à vouloir jouer un rôle important dans la protection des indications géographiques.

DEUXIÈME PARTIE : LE RÔLE DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT DANS LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

427. Contrairement aux États de l'Union européenne dont la reconnaissance des indications géographiques remonte, pour certains, au début du 20^{ème} siècle, les pays en développement ont remarquablement tardé à reconnaître le potentiel d'indications géographiques dont ils disposent. La plupart d'entre eux n'ont découvert la notion d'indication géographique pour la première fois que dans l'Accord sur les ADPIC⁶⁰⁴. Lors de la négociation de cet accord, il semble que la question des indications géographiques ne les intéressait pas beaucoup d'autant plus qu'ils étaient en général opposés au renforcement de la protection des droits de propriété intellectuelle. On rappellera qu'un groupe de pays en développement avait soumis une proposition visant à protéger les indications géographiques par l'application des mécanismes de répression de la concurrence déloyale⁶⁰⁵.

Au moment de la mise en œuvre des obligations issues de l'Accord sur les ADPIC, les pays en développement se sont retrouvés confrontés au défi d'assurer aux indications géographiques une protection adéquate (TITRE I). L'expérience du Cycle d'Uruguay leur a fait prendre conscience de la nécessité de mesurer les conséquences de l'absence d'une stratégie de négociation. Ils

⁶⁰⁴ Parmi les rares pays disposant d'une législation sur la protection des indications géographiques (au sens large) antérieure à l'Accord sur les ADPIC, on peut mentionner les pays signataires de l'Accord de Bangui (1977) ainsi que ceux parties à l'Arrangement de Lisbonne comme le Mexique qui protège la Tequila en qualité d'appellation d'origine depuis 1974. Mais il faut dire qu'aucune de ces législations n'était en conformité avec l'Accord sur les ADPIC. Tous ont dû procéder à des modifications pour mettre leur législation en conformité avec cet Accord.

⁶⁰⁵ WTO, Communication from Argentina, Brazil, Chile, China, Colombia, Cuba, Egypt, India, Nigeria, Peru, Tanzania and Uruguay, MTN.GNG/NG11/W/71, 14 May 1990.

veulent désormais peser dans les négociations multilatérales en cours à l'OMC afin de tirer profit des opportunités offertes par une protection renforcée des indications géographiques (TITRE II).

TITRE I : LE DÉFI D'ASSURER AUX INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES UNE PROTECTION ADÉQUATE

428. Pendant les négociations du Cycle l'Uruguay, les pays en développement n'ont pas soutenu la proposition des États-Unis et de la CEE d'incorporer des questions de propriété intellectuelle dans les négociations. Ils ont toujours considéré qu'un renforcement des droits de propriété industrielle ne contribuerait pas à leur développement ; bien au contraire, il signifie pour eux un coût très élevé de leurs importations de technologie et une augmentation des prix des produits sur leurs marchés intérieurs⁶⁰⁶. C'est pourquoi, ils ont toujours réclamé, en vain, une révision de la Convention de l'Union de Paris en leur faveur⁶⁰⁷. Ils n'ont accepté les discussions sur la propriété intellectuelle que suite à la pression des États-Unis qui brandissaient la menace de conclure des accords en dehors du GATT et de prendre des sanctions unilatérales à l'égard des pays qui ne respectaient pas la protection des droits de propriété intellectuelle⁶⁰⁸.

429. Les rapports de forces pendant les négociations ont tourné en défaveur des pays en développement car l'Accord sur les ADPIC a abouti au renforcement des droits de propriété intellectuelle avec des obligations contraignantes. L'Accord sur les ADPIC ne prévoyant pas de traitement spécial et différencié en faveur des pays en développement⁶⁰⁹ (sauf en ce qui concerne les délais de sa mise en œuvre), ceux-ci doivent désormais assumer les mêmes obligations que

⁶⁰⁶ Voir B. Taxil, *op. cit.*, p. 84.

⁶⁰⁷ Ces revendications datent des années 1970. Ces pays vont s'inquiéter des incidences qu'exerce le régime international des brevets sur leur développement en constatant que sur le nombre de brevets en cours de validité, il n'y en avait que 6% environ qui ont été délivrés dans les pays en développement. Sur ce nombre, les cinq sixièmes étaient détenus par des étrangers et un sixième seulement par les nationaux. Un rapport sur le rôle du Système de Brevets dans le Transfert des Technologies aux Pays en Développement fut établi conjointement par le Département des Affaires Économiques de l'ONU, le Secrétariat de la CNUCED et le Bureau International de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle. Ce rapport sera soumis pour examen à un groupe intergouvernemental de transfert des techniques en juillet 1974 (voir Ibrahima Diop, « Les pays en voie de développement et l'OMC : l'accord sur les ADPIC en question », <http://www.invention-europe.com/Article626400.htm>, consulté le 21 décembre 2008).

⁶⁰⁸ A. Tankoano, *art. cit.*, p. 431; *Contra* : voir J. Schmidt-Szalewski, « L'avenir international de la propriété industrielle » in *Propriétés intellectuelles – an 2000, Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997, p. 572. L'auteur écrit que l'acceptation de l'accord sur les ADPIC par les pays en développement est le résultat des concessions de la part de l'UE et des États-unis respectivement en ce qui concerne les subventions agricoles et l'accès au marché européen des produits tropicaux et l'abandon du recours aux sanctions unilatérales contre les pays en développement à condition que ces derniers respectent la protection minimale prévue par ladite accord.

⁶⁰⁹ Sur la notion de « traitement spécial et différencié », voir S. Ngo Mbem, *Les enjeux de la protection des dessins et modèles dans le développement en Afrique : le cas des pays membres de l'OAPI*, thèse, Strasbourg III, 2007, p. 285 et s.

les pays développés dans tous les domaines de la propriété intellectuelle. En matière d'indications géographiques, le poids de ces obligations s'avère être très lourd pour les pays en développement (CHAPITRE I) dans la mesure où leur mise en œuvre se heurte à des obstacles qui, pour la plupart, ne peuvent être surmontés qu'avec l'assistance technique étrangère (CHAPITRE II).

CHAPITRE I : LES OBLIGATIONS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT EN MATIÈRE D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

430. Les obligations des pays membres de l'OMC en vertu de l'Accord sur les ADPIC s'inscrivent dans le souci de réduire les distorsions et les entraves en ce qui concerne le commerce international. Ceci justifie, comme on peut le lire dans le préambule de l'Accord sur les ADPIC, l'élaboration de nouvelles règles et disciplines en matière de propriété intellectuelle⁶¹⁰.

En matière d'indications géographiques, on peut dégager deux types d'obligations qui pèsent sur les pays en développement :

- l'obligation générale de respecter des principes fondamentaux du GATT (Section 1) et
- l'obligation spécifique de protéger les indications géographiques des pays membres de l'OMC (Section 2).

Section 1 : L'obligation générale de respecter les principes fondamentaux du GATT

431. L'Accord sur les ADPIC applique à la propriété intellectuelle les principes fondamentaux du GATT que sont le principe du traitement national et le principe du traitement de la nation la plus favorisée (NPF). Ces deux principes participent de manière générale à la protection de la propriété intellectuelle et en particulier à la protection des indications géographiques.

⁶¹⁰ Ces règles et disciplines concernent :

- l'applicabilité des principes fondamentaux du GATT de 1994 et des accords ou conventions internationaux pertinents en matière de propriété intellectuelle,
- l'élaboration de normes et principes adéquats concernant l'existence, la portée et l'exercice des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce,
- l'élaboration de moyens efficaces et appropriés pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, compte tenu des différences entre les systèmes juridiques nationaux,
- l'élaboration de procédures efficaces et rapides pour la prévention et le règlement, au plan multilatéral, des différends entre gouvernements.

§1. Le principe du traitement national

432. L'application du principe du traitement national à la propriété intellectuelle n'est pas nouvelle. Ce principe figurait déjà dans le GATT de 1947⁶¹¹ ainsi que dans les deux principales conventions de l'OMPI à savoir la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883)⁶¹² et la Convention de Berne pour la protection de la propriété littéraire et artistique (1886)⁶¹³. L'Accord sur les ADPIC l'a repris à son article 3.1 qui dispose que « Chaque Membre accordera aux ressortissants des autres Membres un traitement non moins favorable que celui qu'il accorde à ses propres ressortissants en ce qui concerne la protection de la propriété intellectuelle, sous réserve des exceptions déjà prévues dans, respectivement, la Convention de Paris (1967), la Convention de Berne (1971), la Convention de Rome ou le Traité sur la propriété intellectuelle en matière de circuits intégrés ».

433. Comme nous l'avons déjà évoqué⁶¹⁴, le principe du traitement national selon l'Accord sur les ADPIC s'applique aux personnes⁶¹⁵ et non aux produits comme le prévoyait le GATT⁶¹⁶. Il vise à prévenir la discrimination entre les nationaux et les étrangers en leur attribuant les mêmes droits et avantages en matière de protection de la propriété intellectuelle⁶¹⁷. Appliqué aux indications géographiques, le principe du traitement national vise à éviter la discrimination entre les producteurs nationaux et les ressortissants des pays étrangers. Chaque État doit accorder aux producteurs ressortissant des pays membres de l'OMC un niveau de protection équivalent à celui qu'il accorde à ses propres ressortissants. Autrement dit, les produits de fabrication locale et les produits importés doivent être traités de manière égale, du moins une fois que ceux-ci ont été admis sur le marché.

⁶¹¹ Art. III.4.

⁶¹² Art. 2.

⁶¹³ Art. 5 (1).

⁶¹⁴ Voir *supra*, p. 98.

⁶¹⁵ Il en est de même pour les conventions de l'OMPI.

⁶¹⁶ Dans le cadre du GATT, le principe du traitement national s'applique aux produits et constitue le principe fondamental d'accès au marché. Il vise à lutter contre la discrimination des produits étrangers par des techniques protectionnistes (voir Mitsuo Matsushita, Thomas J. Schoenbaum & Petros C. Mavroidis, *The World Trade Organization : Law, Practice and Policy*, 2nd ed., Oxford : Oxford University Press, 2006, p. 234).

⁶¹⁷ Voir A. Tonkoano, *art. cit.*, p. 437 ; Chr. Charlier & Mai-Anh Ngo, *art. cit.*, p. 171.

Il est intéressant de noter que, selon l'OMC, le traitement national s'applique uniquement une fois qu'un produit, service ou élément de propriété intellectuelle a été admis sur le marché. Par conséquent, le prélèvement de droits de douane à l'importation n'est pas contraire à ce principe même lorsqu'aucune taxe équivalente n'est perçue sur les produits de fabrication locale⁶¹⁸.

Le principe du traitement national empêche ainsi un membre de l'OMC de mettre en place des règlements internes qui sont protectionnistes. Il garantit en particulier, que l'accès à un marché intérieur pour un producteur étranger ne soit pas limité par une réglementation interne d'un gouvernement. Ce concept est au centre du droit international et maintient une discipline sur les politiques commerciales des pays membres de l'OMC.

Toutefois, comme le mentionne l'article 3.1 de l'Accord sur les ADPIC, le principe du traitement national ne s'applique pas aux exceptions déjà prévues dans les Conventions de l'OMPI sauf dans les seuls cas où « ces exceptions seront nécessaires pour assurer le respect des lois et réglementations qui ne sont pas incompatibles avec les dispositions du présent accord et où de telles pratiques ne seront pas appliquées de façon à constituer une restriction déguisée au commerce⁶¹⁹ ».

434. Ainsi posé, le principe du traitement national présente un intérêt évident pour les pays en développement en matière de protection des indications géographiques. Il leur permet de bénéficier, sans discrimination ou condition de réciprocité, du régime de protection des indications géographiques d'un autre pays membre. Le différend porté devant l'ORD relatif à la protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui a opposé d'un côté, les États-Unis et l'Australie, et de l'autre côté, l'Union Européenne, constitue un exemple concret de l'application du principe du traitement national aux indications géographiques. Le règlement de ce différend a permis à tous les pays membres de l'OMC⁶²⁰ de pouvoir accéder à la protection du système de l'Union Européenne sans que cette dernière puisse exiger une protection équivalente de ses propres indications géographiques dans ces États.

⁶¹⁸ OMC, « Comprendre l'OMC : Les principes qui inspirent le système commercial », http://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/fact2_f.htm, consulté le 18 mars 2009.

⁶¹⁹ Voir art. 3.2. de l'Accord sur les ADPIC.

⁶²⁰ Par exemple la Colombie a pu obtenir l'enregistrement de son indication géographique en UE en qualité d'IGP.

435. Le problème se pose, en revanche, lorsqu'un pays n'a pas encore mis en place un système de protection des indications géographiques. Comment peut-il protéger les indications géographiques des autres pays? Dans cette hypothèse, le principe du traitement national est inopérant. Un auteur fait remarquer que les indications géographiques ne peuvent pas bénéficier du traitement national au même titre que les autres droits de la propriété industrielle si certains pays ne les protègent pas ou ne leur confèrent qu'une protection faible⁶²¹.

§2. Le traitement (la clause) de la nation la plus favorisée

436. Contrairement au principe du traitement national qui figurait déjà dans les principales conventions de l'OMPI, la clause NPF n'était prévue que dans le GATT. Elle est énoncée au paragraphe premier de l'article 1^{er} du GATT (1947) en ces termes : « Tous avantages, faveurs, privilèges ou immunités accordés par une partie contractante à un produit originaire ou à destination de tout autre pays seront, immédiatement et sans condition, étendus à tout produit similaire originaire ou à destination du territoire de toutes les autres parties contractantes ». La clause NPF a été reprise à l'article 4 de l'Accord sur les ADPIC qui prévoit qu' « En ce qui concerne la protection de la propriété intellectuelle, tous avantages, faveurs, privilèges ou immunités accordés par un Membre aux ressortissants de tout autre pays seront, immédiatement et sans condition, étendus aux ressortissants de tous les autres Membres ».

437. La clause NPF signifie une égalité de traitement pour les autres nations. Plus concrètement, toutes les fois qu'un pays membre de l'OMC réduit un obstacle tarifaire ou ouvre un marché, il doit le faire pour les mêmes biens ou services provenant de tous ses partenaires commerciaux, que ceux-ci soient riches ou pauvres, faibles ou puissants⁶²².

La clause NPF apparaît ainsi comme « un instrument juridique du libre-échange et de la concurrence entre les agents économiques de nations différentes »⁶²³. Elle constitue, comme l'écrit

⁶²¹ Jinghua Zou, *art. cit.*, p. 1147.

⁶²² Voir OMC, http://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/fact2_f.htm, consulté le 4 juin 2008.

⁶²³ M. Benchikh, cité par A. Tonkoano, *art. cit.*, p. 437.

Madame le Professeur Joanna Schmidt-Szalewski⁶²⁴, une innovation majeure en matière de propriété intellectuelle et un pilier du système commercial mondial ayant une importance fondamentale dans son application à ces droits. Elle vise en outre à éviter les tendances protectionnistes qui pourraient résulter des accords bilatéraux.

438. La clause NPF a été adoptée par l'Accord sur les ADPIC à la suite de la revendication des pays en développement dans le but d'atténuer les méfaits du bilatéralisme pratiqué par les puissances économiques occidentales⁶²⁵. En effet, à défaut de trouver satisfaction dans les accords multilatéraux en matière de propriété intellectuelle, les pays développés ont la pratique de conclure des accords commerciaux bilatéraux fondés sur la réciprocité. Ceux-ci sont jugés parfois très contraignants à l'égard des pays pauvres⁶²⁶. Or, pour ces derniers, la clause de réciprocité ne présente pas beaucoup d'intérêt étant donné qu'ils sont dans une position économique désavantageuse. N'ayant pas pu bénéficier du traitement différencié et plus favorable auquel ils avaient droit en vertu du GATT (1947), les pays en développement ont revendiqué et obtenu l'insertion de la clause de la nation la plus favorisée dans l'Accord sur les ADPIC afin d'éviter de continuer à subir passivement les méfaits de l'unilatéralisme et du bilatéralisme des puissances économiques⁶²⁷.

439. En matière d'indications géographiques, le principe de la nation la plus favorisée présente un intérêt particulier pour les produits des pays en développement qui bénéficient ainsi de l'accès au marché des pays dont les législations nationales n'auraient pas permis l'entrée sur leurs territoires.

⁶²⁴ Joanna Schmidt-Szalewski, « L'Application des accords sur les droits de propriété intellectuelle ... », *art. cit.*, p. 183.

⁶²⁵ B. Taxil, *op. cit.*, p. 87 ; A. Tonkoano, *art. cit.*, pp. 438-439.

⁶²⁶ En témoignent les nombreux accords bilatéraux conclus par les États-Unis avec de nombreux pays parmi lesquels on trouve les pays en développement. Cependant l'OMC considère que « des pays peuvent conclure un accord de libre-échange qui s'applique uniquement aux marchandises échangées à l'intérieur du groupe — ce qui établit une discrimination contre les marchandises provenant de l'extérieur. Ou bien ils peuvent accorder un accès spécial à leurs marchés aux pays en développement. De même, un pays peut élever des obstacles à l'encontre de produits provenant de tel ou tel pays, qui font l'objet, à son avis, d'un commerce inéquitable. Dans le domaine des services, les pays peuvent, dans des circonstances limitées, recourir à la discrimination. Cependant, les exemptions ne sont autorisées dans les accords que sous réserve de conditions rigoureuses » (voir : Comprendre l'OMC : Les principes qui inspirent le système commercial », http://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/fact2_f.htm, consulté le 18 mars 2009).

⁶²⁷ A. Tonkoano, *art. cit.*, p. 439. Les États-Unis ont fait recours aux mesures unilatérales afin de contraindre les pays en développement à adopter une législation qui protège les droits de propriété américains (section 301 de la loi de 1974 sur le commerce (1974 Trade Act : disponible sur http://www.ustr.gov/html/act301.htm#301_52).

Néanmoins, la clause NPF est assortie d'exceptions dont celle destinée à ne pas remettre en cause les accords internationaux se rapportant à la protection de la propriété intellectuelle signés avant l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC, « à condition que ces accords soient notifiés au Conseil des ADPIC et ne constituent pas une discrimination arbitraire ou injustifiable à l'égard des ressortissants d'autres Membres »⁶²⁸.

Échappent ainsi à l'application de la clause NPF, les avantages acquis précédemment à l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC en vertu de la CUP, de l'Arrangement de Madrid sur les indications de provenance ou de l'Arrangement de Lisbonne⁶²⁹, à condition, bien entendu, que « ces accords soient notifiés au Conseil des ADPIC et ne constituent pas une discrimination arbitraire ou injustifiable à l'égard des ressortissants d'autres Membres ».

L'obligation générale de respect du principe du traitement national et de la clause NPF est renforcée par l'obligation spécifique de protéger les indications géographiques des pays membres de l'OMC.

Section 2 : L'obligation spécifique de protéger les indications géographiques des pays membres de l'OMC

440. L'obligation de protéger les indications géographiques des pays membres de l'OMC vise à lutter contre la contrefaçon et la concurrence déloyale sur un marché devenu global. Elle s'impose à tous les membres de l'OMC quelle que soit leur part sur ce marché. Le contenu de cette obligation révèle qu'elle est très rigoureuse pour les pays en développement (§1) mais cette rigueur est atténuée par certaines flexibilités offertes par l'Accord ADPIC pour sa mise en œuvre (§2) et son effectivité est rendue possible par l'obligation de transparence des lois (§3).

⁶²⁸ Art. 4.d) de l'Accord sur les ADPIC.

⁶²⁹ Voir Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, pp. 468-469.

§1. Le contenu de l'obligation

441. Bien que l'obligation de protéger les indications géographiques s'impose à tous les membres de l'OMC, on peut dire qu'elle s'impose davantage aux pays en développement. En effet, du moment que les pays développés étaient déjà dotés d'une législation protégeant les indications géographiques par différents mécanismes juridiques bien avant l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC⁶³⁰, rares étaient les pays en développement qui disposaient d'une législation comparable. Si l'on pouvait découvrir quelques dispositions dans la législation sur les marques (marques collectives ou de certification) et quelques mécanismes de droit civil, comme la répression de la concurrence déloyale, ces moyens juridiques n'étaient pas aptes à assurer une protection efficace des indications géographiques. Les pays en développement doivent assumer les coûts de mise en place des mécanismes juridiques compatibles avec l'esprit de l'Accord sur les ADPIC. Plus concrètement, ils doivent, en vertu des paragraphes 2 et 3 de l'article 22 de cet accord, mettre en place sur leurs territoires, des mécanismes juridiques en vue de protéger les indications géographiques contre l'utilisation trompeuse ou constitutive de concurrence déloyale. Ils doivent également prévoir dans leurs législations des dispositions spécifiques qui permettent de protéger les vins et spiritueux contre les fausses indications géographiques ainsi que l'enregistrement des indications géographiques comme marques pour les produits non originaires. Ceci signifie que, même si un pays n'a aucune indication géographique nationale à protéger, il doit quand même mettre en place ces mécanismes afin de protéger les indications géographiques des autres pays membres de l'OMC.

442. La mise en œuvre de cette obligation consiste, avant tout, pour les pays en développement, à modifier le droit et les pratiques antérieurs, voire à légiférer dans un domaine qui ne fait pas partie de leurs priorités et dont ils ne maîtrisent pas les contours. Cependant, l'élaboration de lois ne suffit pas pour protéger un droit, encore faut-il mettre en place des mécanismes administratifs

⁶³⁰ Par exemple sous forme de : appellation d'origine contrôlée (France), « *denominazione di origine controllata* » (Italie), marque collective et marque de certification, concurrence déloyale et action en Passing off, réglementation sur l'étiquetage, etc. (Royaume Uni, Canada, États-Unis, Australie, etc.). Sur le plan communautaire, les indications géographiques étaient déjà protégées avant l'entrée en vigueur de l'Accord sur les DPIC par le Règlement CEE n° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires.

et judiciaires susceptibles d'en assurer le respect⁶³¹. Il faut aussi former les personnels chargés d'assurer la gestion et le respect des droits de propriété intellectuelle. Tout cela représente bien entendu un coût qui peut s'avérer très élevé pour certains pays en développement, surtout les PMA⁶³². C'est pourquoi l'Accord sur les ADPIC a prévu certaines flexibilités en faveur des pays membre en fonction de leur niveau de développement afin de rendre possible la mise en œuvre de leurs obligations.

§2. Les flexibilités relatives à la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC

443. La première flexibilité de l'Accord sur les ADPIC découle de son article 1^{er} qui prévoit que « Les Membres seront libres de déterminer la méthode appropriée pour mettre en œuvre les dispositions du présent accord dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques ». L'Accord sur les ADPIC laisse aux États membres le choix des moyens de transposition de ses dispositions dans l'ordre interne, ce qui permet aux pays en développement d'adapter leurs obligations à leurs besoins⁶³³. Cette flexibilité constitue à la fois un moyen de faire adhérer un maximum de pays à l'Accord et une façon d'éviter aux États (surtout les PMA) des charges trop lourdes pour la mise en place d'un système spécifique de protection des droits de propriété intellectuelle.

444. En ce qui concerne les indications géographiques, l'article 22.2 du même accord est une manifestation de cette flexibilité, car il oblige seulement les Membres à prévoir « 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 ;

⁶³¹ L'Accord sur les ADPIC oblige les États à mettre en place des procédures pénales, civiles et administratives et judiciaires afin de prévenir et sanctionner les atteintes aux droits de propriété intellectuelles

⁶³² Les PMA correspondent à une catégorie définie par la CNUCED sur la base de trois critères : le PIB par habitant, la part des industries manufacturières dans le PIB et le taux d'alphabétisation. Le groupe des PMA, qui ne recensait que 25 pays à sa création par les Nations Unies en 1971, en compte 49 en 2003, dont 34 en Afrique (voir <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/omc/glossaire.shtml>, consulté le 30 septembre 2008).

⁶³³ Voir B. Taxil, *op. cit.*, p. 87.

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

445. La flexibilité de cette disposition réside dans le choix des “moyens juridiques” afin d’assurer aux indications géographiques une protection adéquate. Ces moyens peuvent consister en des lois⁶³⁴, des mesures administratives⁶³⁵ ou judiciaires⁶³⁶ ainsi que d’autres méthodes de protection juridique comme l’enregistrement des appellations d’origine, des marques collectives ou de certification. L’accord n’imposant aucun système particulier de protection, les Membres peuvent exploiter les différences de coût possibles associées à ces différentes options et choisir la méthode appropriée pour mettre en œuvre leur obligation. L’important est que, quel que soit le mécanisme adopté, ils puissent protéger les indications géographiques des autres membres de l’OMC contre le risque de tromperie ou de concurrence déloyale. L’accord n’entend pas mettre en place un système d’harmonisation multilatérale de la protection des indications géographiques.

446. Une autre flexibilité réside dans les délais de mise en application de l’accord prévus par l’article 65. Même si les pays en développement doivent appliquer les mêmes normes de protection que les pays développés, les délais de mise en œuvre de l’Accord sont déterminés en fonction des différents niveaux de développement des pays. Ainsi l’Accord sur les ADPIC a pris effet le 1^{er} janvier 1996 pour les pays développés, un an après l’entrée en vigueur de l’Accord instituant l’OMC⁶³⁷.

Conscient des problèmes particuliers qu’éprouvent les pays en développement ainsi que les pays dont le régime d’économie planifiée est en voie de transformation en une économie de marché, l’Accord sur les ADPIC leur a accordé des délais supplémentaires pour sa mise en œuvre. Ces deux catégories de pays ont bénéficié d’une période supplémentaire de 4 ans pour appliquer l’Accord, sauf en ce qui concerne leurs obligations en vertu des principes du traitement national

⁶³⁴ Par exemple une loi spécifique pour protéger les indications géographiques ; une loi réprimant les actes de concurrence déloyale ou des dispositions pénales.

⁶³⁵ Par exemple des règlements en matière d’étiquetage des produits.

⁶³⁶ Par exemple des actions en *passing off* dans les systèmes de *Common Law*.

⁶³⁷ Art. 65 §1 de l’Accord sur les ADPIC.

et de la nation la plus favorisée⁶³⁸. La période de transition pour mettre leurs législations en conformité avec l'Accord sur les ADPIC s'est donc terminée le 31 décembre 1999 et ils devaient avoir mis en œuvre les dispositions de l'accord dès le 1^{er} janvier 2000.

447. Les PMA ont bénéficié d'une période de transition plus longue en raison de leurs « besoins spéciaux en ce qui concerne la mise en œuvre des lois et règlements au plan intérieur⁶³⁹ » en ce qui concerne la protection de la propriété intellectuelle. Ce traitement spécial est exprimé dans l'article 66.1 :

« Étant donné les besoins et impératifs spéciaux des pays les moins avancés Membres, leurs contraintes économiques, financières et administratives et le fait qu'ils ont besoin de flexibilité pour se doter d'une base technologique viable, ces Membres ne seront pas tenus d'appliquer les dispositions du présent accord, à l'exclusion de celles des articles 3, 4 et 5, pendant une période de 10 ans à compter de la date d'application telle qu'elle est définie au paragraphe 1 de l'article 65. Sur demande dûment motivée d'un pays moins avancé Membre, le Conseil des ADPIC accordera des prorogations de ce délai ».

448. Les PMA ont ainsi bénéficié d'une période de 10 ans à compter de la date d'application de l'Accord sur les ADPIC afin de se conformer à leurs obligations. Cette période a expiré le 1^{er} janvier 2006, mais le Conseil des ADPIC a, par décision du 29 novembre 2005, reporté l'échéance au 1^{er} juillet 2013 conformément à l'article 66.1 ci-dessus⁶⁴⁰. Tous les PMA devront disposer de mécanismes juridiques de protection des indications géographiques d'ici 2013 à moins qu'ils n'eussent demandé une nouvelle prorogation de ce délai. En effet, dans un rapport de 2007 de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) sur les PMA, le Secrétaire Général de cette organisation fait observer que cette période très favorable risque d'être très courte et recommande que l'échéance de la période de transition accordée aux PMA ne devrait pas être prédéterminée de façon arbitraire. Au contraire, elle s'appliquerait lorsque ces pays se seraient dotés d'une « base technologique solide et viable »⁶⁴¹.

⁶³⁸ Art. 65 §2 et 3 de l'Accord sur les ADPIC. Aucun délai n'est accordé pour l'application des principes du traitement national et de la nation la plus favorisée car il s'agit là des principes fondamentaux qui sont destinés à vaincre les distorsions dans les échanges internationaux.

⁶³⁹ Voir paragr. 6 du préambule de l'Accord sur les ADPIC.

⁶⁴⁰ Voir OMC, doc. IP/C/40 du 30 nov. 2005.

⁶⁴¹ CNUCED, Rapport 2007 sur les Pays les moins avancés, aperçu général par le Secrétaire général, http://www.unctad.org/fr/docs/lcd2007overview_fr.pdf, consulté le 9 juillet 2008.

449. Il convient de remarquer qu'en ce qui concerne la mise en œuvre des obligations imposées par l'Accord sur les ADPIC, certains PMA sont en avance par rapport au délai leur imparti. Une étude réalisée en 2007 pour le compte de la Commission Européenne par le cabinet *O'Connor & Company et Insight Consulting*⁶⁴² fournit une information sur la protection des indications géographiques dans 160 pays non membres de l'UE. L'étude ne distingue pas entre pays développés et pays en développement, mais on constate que plus de 70 pays classés pays en développement dont certains PMA, étaient pourvus d'un système de protection des indications géographiques (régime des marques ou système « *sui generis* ») bien avant l'expiration de la période de transition qui leur a été accordée.

On peut cependant regretter que l'allongement indéterminé des délais de mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC risque de décourager l'effort louable que certains PMA ont entrepris afin de se mettre en conformité avec les obligations de l'OMC. La meilleure solution serait d'assister techniquement et financièrement les PMA pour qu'ils accomplissent leurs obligations dans les délais raisonnables.

450. Malgré les flexibilités accordées en ce qui concerne la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC, tous les pays membres de l'OMC ont l'obligation de ne pas diminuer la protection des indications géographiques qui existait avant l'entrée en vigueur de cet accord dans ces pays. Cette « obligation de ne pas faire » imposée par l'article 24.3 de l'Accord sur les ADPIC vise à éviter, d'après Mai-Anh Ngo, l'érosion des régimes antérieurs efficaces⁶⁴³. On peut ajouter qu'elle tend aussi à prévenir qu'un membre ne puisse profiter de la flexibilité offerte par l'Accord pour diminuer ou suspendre ses obligations internationales au détriment de ceux qui réclament la protection de leurs indications géographiques. Par exemple, un PMA ne peut suspendre la protection qu'elle accorde aux indications géographiques parce qu'il bénéficie d'une période supplémentaire pour mettre en œuvre ses obligations en vertu de l'Accord ADPIC. L'article 24.3 est similaire à l'article 65.5 qui concerne les pays en développement bénéficiant de la période de

⁶⁴² Voir European Union, "Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members" http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf, consulté le 7 juillet 2008.

⁶⁴³ Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 469.

transition pour la mise œuvre de l'Accord. Il est prévu que ces pays doivent faire en sorte que les modifications apportées à leurs lois, réglementations et pratiques pendant cette période n'aient pas pour effet de rendre celles-ci moins compatibles avec les dispositions de l'Accord.

451. La décision du Conseil des ADPIC du 29 novembre 2005, déjà évoquée, réaffirme cette obligation lorsqu'elle prévoit que « Les pays les moins avancés Membres feront en sorte que toutes modifications de leurs lois, réglementations et pratiques opérées au cours de la période de transition additionnelle n'entraînent pas un degré de compatibilité moindre avec les dispositions de l'Accord sur les ADPIC ». Autrement dit, les PMA qui ont modifié leurs législations durant la période de transition, à l'instar des membres de l'OAPI, ne peuvent abaisser le niveau de protection des indications géographiques existant avant le 1^{er} janvier 2006⁶⁴⁴. C'est ce que Mme Thu-Lang Tran Wasescha appelle l' « obligation de *stand-still* »⁶⁴⁵. Il y a lieu de constater qu'à cet égard, l'Accord de Bangui n'est pas conforme à l'article 65.5 de l'Accord sur les ADPIC en prévoyant que tout État membre peut dénoncer l'Accord de Bangui par notification écrite adressée au Directeur Général de l'Organisation⁶⁴⁶. Si un État signataire de cet Accord devait recourir à cette disposition durant la période de transition additionnelle, pour abaisser la protection des indications géographiques, il s'exposerait aux foudres de l'OMC.

452. Il sied de rappeler que les États membres de l'OMC sont tenus de prévoir dans leur législation nationale des procédures visant à assurer le respect effectif des droits de propriété intellectuelle. Cependant, l'Accord sur les ADPIC ne contient pas, à ce sujet, de traitement spécial et différencié en faveur des pays en développement⁶⁴⁷ sauf en ce qui concerne les délais

⁶⁴⁴ Voir P. Arhel, « Cycle de Doha ... », *art. cit.*, p. 1985.

⁶⁴⁵ Thu-Lang Tran Wasescha, *art. cit.*, p. 149.

⁶⁴⁶ Voir art. 48 de l'Accord de Bangui.

⁶⁴⁷ Selon Nicolas Ponty, « A travers l'adoption du principe de Traitement Spécial et Différencié (TSD), l'OMC a reconnu que les pays en développement sont souvent incapables de bénéficier pleinement des opportunités offertes par la libéralisation multilatérale des échanges commerciaux, pour différentes raisons structurelles dont le faible niveau d'industrialisation, l'accès limité aux nouvelles technologies ou encore l'insuffisance des infrastructures de base. Le principe de TSD a ainsi été introduit afin de répondre à la préoccupation des pays en développement que la clause de la nation la plus favorisée (NPF) ne conduise pas à perpétuer, ou même à accroître, les écarts de développement plutôt qu'à les réduire. En effet, à son origine, l'accord du GATT considérait l'ensemble des pays à pied d'égalité, même si parmi ses signataires figuraient dix pays en développement. L'idée d'un TSD en faveur des pays en développement émergea progressivement au cours des années soixante avec le plaidoyer de la CNUCED en faveur d'un système de préférences généralisées (SPG), qui fut adopté et intégré au GATT avec l'adoption de la clause d'habilitation et de la clause évolutive en 1979. Le TSD en faveur des pays en développement doit

de sa mise en œuvre⁶⁴⁸. Il semble que l'objectif recherché est de ne plus moduler ou graduer les obligations juridiques des États en fonction de leur niveau de développement⁶⁴⁹ comme c'était le cas dans le GATT de 1947⁶⁵⁰. Aussi l'obligation de maintien et de respect des droits prévue par l'Accord sur les ADPIC s'impose-t-elle de la même manière à tous les pays membres de l'OMC.

453. En effet, l'article 41 de l'Accord sur les ADPIC impose aux membres de l'OMC de faire en sorte que leur législation nationale comporte des procédures permettant une action efficace contre tout acte qui porterait atteinte aux droits de propriété intellectuelle couverts par cet accord. Les procédures visées par cette disposition sont surtout de nature judiciaire. L'énonciation de cette obligation est tout à fait générale. Appliquée aux indications géographiques, elle ne signifie pas que l'État membre doit nécessairement mettre en place un régime spécifique de protection des indications géographiques⁶⁵¹. Elle signifie plutôt que chaque membre de l'OMC doit prévoir les moyens juridiques qui permettent aux parties intéressées d'empêcher l'utilisation de tout moyen qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique du produit et contre toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 *bis* de la CUP⁶⁵².

454. Le paragraphe 5 de l'article 41 rend flexible l'application de l'obligation de faire respecter les droits de propriété intellectuelle car il n'impose pas la mise en place d'un système judiciaire distinct de celui qui existe déjà dans le pays concerné et qui vise à faire respecter la loi en général. Il suffit que les procédures destinées à faire respecter les droits de propriété intellectuelle

progressivement prendre fin avec le développement de ces pays et faire place aux règles normales du commerce international. Les mesures de TSD peuvent être classées aujourd'hui en trois catégories (CNUCED 2005) :

- Les mesures de flexibilité qui permettent aux pays en développement d'obtenir des exemptions dans certains domaines ou des périodes de transition plus longues avant la mise en oeuvre de certaines mesures. Cette flexibilité devrait permettre aux pays en développement de conserver certains degrés de liberté dans leur choix de politique de développement ;
- Les mesures d'assistance technique et financière. Ces mesures doivent permettre d'améliorer la capacité d'offre des pays en développement, de développer les infrastructures et aussi de supporter financièrement certains des coûts d'ajustement liés à la mise en oeuvre des accords commerciaux, comme ceux issus des négociations régionales ou multilatérales ;
- L'octroi par les pays développés d'accords préférentiels'' (N. Ponty, « Commerce international et développement : règles et enjeux pour l'Afrique », Document de travail n° 31, Centre d'économie du développement, IFREDE, GRES- Université de Bordeaux IV, p. 28).

⁶⁴⁸ Voir B. Taxil, *op. cit.*, pp. 93-94 ; voir aussi J. Schmidt, « Le rôle des pays en voie de développement dans l'accord de Marrakech », *Petites Affiches*, 1995, n° 5., p. 31.

⁶⁴⁹ Voir Amadou Tankoano, *art. cit.*, p. 466.

⁶⁵⁰ Voir B. Taxil, *op. cit.*, pp. 18-25.

⁶⁵¹ Voir Mai-Anh Ngo, *op. cit.*, p. 472.

⁶⁵² Art. 22 paragr. 2 et 3 de l'Accord sur les ADPIC.

soient « loyales et équitables »⁶⁵³. Les membres ne doivent donc pas créer un système judiciaire parallèle pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle.

Le même paragraphe reconnaît la liberté des membres de définir leurs priorités dans l'affectation des ressources destinées à faire respecter la loi en général. Il se pourrait que la propriété intellectuelle ne soit pas prioritaire par rapport aux autres domaines. C'est pourquoi, l'accord sur les ADPIC précise que, « Aucune disposition de la présente partie [Partie III sur les Moyens de faire respecter les droits de propriété intellectuelle] ne crée d'obligation en ce qui concerne la répartition des ressources entre les moyens de faire respecter les droits de propriété intellectuelle et les moyens de faire respecter la loi en général ».

455. Le rapport de la CNUCED de 2007 sur les PMA soutient qu'« Il n'existe pas d'obligation pour les États Membres d'allouer en priorité les rares ressources dont ils disposent aux moyens de faire respecter les droits de propriété intellectuelle, surtout si cela se fait au détriment de la loi en général ». Il est donc possible, selon le rapport, que le respect des droits de propriété intellectuelle ne soit pas prioritaire, selon les contraintes que subissent les Membres. Dès lors, les mesures qui sont trop lourdes pour les pays en développement et qui vont au-delà de ce qui est exigé par l'Accord sur les ADPIC devraient être écartées⁶⁵⁴.

456. Les articles 42 et suivants de l'Accord énumèrent les mesures que les États membres doivent prendre pour mettre en œuvre l'obligation générale de l'article 41⁶⁵⁵. Ainsi, selon le rapport de la CNUCED, les procédures pénales et les mesures à la frontière qui vont au-delà des exigences des articles 51 et 61 de l'Accord sur les ADPIC ne sont pas obligatoires.

457. Par ailleurs, l'article 62.1 de l'Accord dispose que les membres pourront exiger, comme condition de l'acquisition ou du maintien des droits de propriété intellectuelle prévus aux sections

⁶⁵³ Art. 41.2 de l'Accord sur les ADPIC.

⁶⁵⁴ CNUCED, Rapport 2007 sur les Pays les moins avancées, aperçu général par le Secrétaire général de la CNUCED, http://www.unctad.org/fr/docs/ldc2007overview_fr.pdf, consulté le 9 juillet 2008.

⁶⁵⁵ L'accord sur les ADPIC précise les procédures et les voies de recours que les pays membres doivent adopter en vue de permettre aux détenteurs de droits de propriété intellectuelle d'obtenir des mesures correctives au moyen de procédures civiles, d'empêcher les autorités douanières de mettre en circulation des marchandises contrefaites, piratées et autres marchandises portant atteinte aux droits de propriété intellectuelle, d'engager des poursuites civiles et pénales à l'encontre des auteurs de contrefaçon et de piratage.

2 à 6 de la partie II⁶⁵⁶ que soient respectées des procédures et formalités raisonnables et compatibles avec les dispositions dudit Accord. Les paragraphes 2 à 5 de l'article 62 précisent que ces procédures et formalités doivent être accomplies dans des délais raisonnables, de façon loyale et équitable, sans coûts excessifs par des décisions écrites, motivées et contrôlées contradictoirement. Il semble que cette procédure est largement utilisée par les membres de l'OMC en ce qui concerne les indications géographiques dans la mesure où l'existence et la protection nationale d'une indication géographique peuvent dépendre du respect des procédures et formalités nationales (enregistrement ou reconnaissance)⁶⁵⁷. C'est l'accomplissement de ces procédures et formalités nationales qui permet au titulaire d'une indication géographique étrangère d'obtenir une protection nationale⁶⁵⁸. Toutefois, les systèmes nationaux de protection des indications géographiques doivent être conformes à l'obligation de transparence prévue par l'Accord sur les ADPIC.

§3. L'obligation de transparence

458. L'obligation de transparence consiste à publier les lois, les règlements et les décisions judiciaires nationales afin de permettre aux gouvernements et aux détenteurs de droits d'en prendre connaissance⁶⁵⁹. Les accords bilatéraux en vigueur concernant la protection de la propriété intellectuelle doivent également être publiés. Les lois et règlements doivent ensuite être notifiés au Conseil des ADPIC qui est chargé du suivi de l'application de l'Accord sur les ADPIC⁶⁶⁰. Le Conseil des ADPIC a mis en place des procédures de notification des lois et réglementations au titre de l'article 63.2 dudit accord⁶⁶¹ ainsi qu'un questionnaire destiné à vérifier les moyens mis

⁶⁵⁶ Les indications géographiques font l'objet de la Section 3.

⁶⁵⁷ Voir J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.* p. 27.

⁶⁵⁸ Voir J. Audier, « Passé, présent et avenir des appellations d'origine... », *art. cit.*, p. 427.

⁶⁵⁹ Article 63.1 de l'Accord sur les ADPIC.

⁶⁶⁰ La mission de contrôle et suivi du fonctionnement de l'accord est définie à l'article 68 de l'Accord sur les ADPIC: « Le Conseil des ADPIC suivra le fonctionnement du présent accord et, en particulier, contrôlera si les Membres s'acquittent des obligations qui en résultent, et il ménagera aux Membres la possibilité de procéder à des consultations sur les questions concernant les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce. Il exercera toute autre attribution que les Membres lui auront confiée et, en particulier, fournira toute aide sollicitée dans le contexte des procédures de règlement des différends. Dans l'exercice de ses fonctions, le Conseil des ADPIC pourra consulter toute source qu'il jugera appropriée et lui demander des renseignements. En consultation avec l'OMPI, le Conseil cherchera à établir, dans l'année qui suivra sa première réunion, des dispositions appropriées en vue d'une coopération avec les organes de cette organisation ».

⁶⁶¹ OMC, Doc. IP/C/2 du 30 novembre 1995.

en œuvre pour faire respecter les droits⁶⁶². Les modifications apportées aux textes juridiques déjà notifiés doivent, à leur tour, être notifiées⁶⁶³. L'article 63.2 de l'Accord sur les ADPIC prévoit aussi la possibilité d'une notification indirecte qui se ferait par l'intermédiaire de l'OMPI.

459. En ce qui concerne les indications géographiques, l'article 24.2 de l'Accord sur les ADPIC explique comment le Conseil des ADPIC doit réaliser le suivi de l'application de cet accord mais force est de constater que jusqu'à ce jour, tous les pays en développement dont le délai de mise en œuvre était fixé au 1^{er} janvier 2000⁶⁶⁴, n'ont pas encore pu notifier audit conseil leurs législations relatives à la protection de la propriété intellectuelle. Paradoxalement, certains membres classés PMA se sont déjà acquittés de leur obligation⁶⁶⁵.

Les règlements et les décisions judiciaires nationales doivent enfin être communiqués à tout État membre de l'OMC qui en fait la demande par écrit. Ainsi, « Un Membre qui a des raisons de croire qu'une décision judiciaire ou administrative ou un accord bilatéral spécifique dans le domaine des droits de propriété intellectuelle affecte les droits qu'il tient du présent accord pourra demander par écrit à avoir accès à cette décision judiciaire ou administrative ou à cet accord bilatéral spécifique ou à en être informé d'une manière suffisamment détaillée »⁶⁶⁶.

460. Comme on peut s'en rendre compte, l'obligation de transparence participe à la prévention des différends et il n'y a pas de doute qu'elle contribue en même temps à une meilleure protection des indications géographiques. Cependant, il ne faut pas ignorer que le processus de notification au Conseil des ADPIC a un coût en ressources humaines et matérielles qui peut s'avérer très élevé pour les pays en développement, surtout les PMA.

461. Pour conclure ce chapitre, disons que même si l'obligation de protéger les indications géographiques des autres membres de l'OMC est rigoureuse pour les pays en développement, c'est

⁶⁶² OMC, Doc. IP/C/5 du 30 novembre 1995.

⁶⁶³ Voir Thu-Lang Tran Wasescha, *art. cit.*, p. 154.

⁶⁶⁴ Il s'agit des pays en développement et ceux dont le régime d'économie planifiée est en voie de transformation en une économie de marché.

⁶⁶⁵ Nous pouvons mentionner ici les pays membres de l'accord de Bangui qui sont classés PMA. Il s'agit du Bénin, Burkina-faso, de la République Centrafricaine, de la Guinée, de la Guinée Bissau, du Mali, de la Mauritanie, du Niger, du Sénégal, du Tchad et du Togo.

⁶⁶⁶ Article 63.3 de l'Accord sur les ADPIC.

une incitation pour reconnaître leurs propres indications géographiques. Comme le fait remarquer le Professeur J. Audier, « Le nécessaire respect sur le territoire national des indications géographiques étrangères a aussi servi de catalyseur à la création d'un système national utilisable pour les indications géographiques locales jusque-là soumises aux règles du droit commun »⁶⁶⁷. Le respect des obligations de protection des indications géographiques dépend, en définitive, de l'existence de mécanismes juridiques appropriés au niveau national. L'adoption et la mise en œuvre de ces mécanismes dans les pays en développement, en général et dans le PMA, en particulier, se heurte à des obstacles qui, le plus souvent, ne peuvent être surmontés qu'avec l'assistance technique étrangère.

⁶⁶⁷ J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.* p. 29.

CHAPITRE II : LES OBSTACLES À LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET LA NÉCESSITÉ D'UNE ASSISTANCE TECHNIQUE

462. En vue de se conformer à leurs engagements internationaux découlant de l'adhésion à l'OMC, tous les pays doivent mettre en place des mécanismes juridiques susceptibles d'assurer une protection efficace et effective des indications géographiques. Une étude menée par le Professeur J. Audier⁶⁶⁸ montre que sur 151 membres que comptait l'OMC en janvier 2008, à part les trente-deux pays moins avancés qui bénéficient d'une période de transition plus longue, les 119 autres membres comprenant des pays développés et en développement ne disposaient pas tous d'un système national de protection des indications géographiques conforme à l'Accord sur les ADPIC.

Le retard dans la mise en œuvre des obligations de cet accord par les pays en développement peut être expliqué par différentes raisons qui se traduisent par des obstacles d'ordre juridique et institutionnel (Section 1) dont la levée nécessite une assistance technique (section 2).

Section 1 : Les obstacles d'ordre juridique et institutionnel

463. Les obstacles que rencontrent les pays en développement pour mettre en place un système national de protection de la propriété intellectuelle, en général et des indications géographiques, en particulier, sont liés à leur évolution politique et socio-économique. En effet, les systèmes juridiques des pays en développement sont l'héritage de la colonisation. Il en résulte que dans certains pays, les lois sur la propriété intellectuelle existent mais ne sont pas appliquées parce qu'elles ne reflètent pas la réalité socio-économique du pays. L'absence de tradition et de politique en matière de protection de la propriété intellectuelle reste le principal obstacle à la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC (§1) et justifie, dans certains cas, la faiblesse ou l'absence de protection des indications géographiques, avec toutes les conséquences que cela implique (§2).

⁶⁶⁸ J. Audier, « Mondialisation et indications géographiques... », *art. cit.*, pp. 26-27.

§1. L'absence de tradition et de politique en matière de protection de la propriété intellectuelle

464. Au moment de l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC, l'Union Européenne était (et reste) la seule région à avoir une tradition et une longue expérience dans la protection des indications géographiques. Si certains autres pays pouvaient assurer une protection assez limitée aux indications géographiques dans le cadre de leur système des marques ou de répression de la concurrence déloyale (par exemple les pays parties à l'ALENA), il faut dire, qu'en revanche, la plupart des pays en développement constituaient, avant leur adhésion à l'Accord sur les ADPIC, « un désert juridique »⁶⁶⁹. Les connaissances techniques au niveau national sur les questions de propriété intellectuelle et sur les obligations de l'Accord sur les ADPIC étaient très limitées. L'absence de politique de la propriété intellectuelle est le principal obstacle au succès des indications géographiques dans les pays en développement⁶⁷⁰.

465. Si le système juridique national existant ne permet pas d'assurer la protection minimale des indications géographiques prévue par l'Accord sur les ADPIC, il faut légiférer et mettre en place des institutions chargées d'assurer l'application et le contrôle des normes de propriété intellectuelle (dont celles relatives aux indications géographiques). Ces institutions sont des services publics administratifs qui ont principalement pour mission :

- de participer à l'élaboration du droit de la propriété industrielle ;
- de recevoir les dépôts et délivrer les titres de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles, indications géographiques) ;
- de contrôler l'application des règles ;
- de mettre à la disposition du public les informations officielles dans le domaine de la propriété industrielle.

466. Les institutions ou les offices de propriété intellectuelle sont également compétents pour assurer la défense des droits de propriété intellectuelle à l'intérieur du pays et à l'étranger. Les

⁶⁶⁹ L'expression « désert juridique » est utilisée par J. Schmidt Szalewski à propos de l'Asie qui, elle aussi, n'a pris conscience de l'intérêt de la protection de la propriété intellectuelle qu'avec l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC. Voir son article « L'application des accords sur le droit de propriété intellectuelle... » *art. cit.*, pp. 181-197.

⁶⁷⁰ Voir Sarah Bowen, *art. cit.*, p. 13.

offices nationaux de propriété intellectuelle sont, dans certains pays en développement, des administrations qui sont déconnectées de la réalité : ils travaillent dans un vase clos, sans contrôle effectué par d'autres branches du gouvernement, ni échanges avec d'autres parties intéressées. La passivité, l'autonomie et l'isolement de ces offices de propriété intellectuelle (dont les ressources financières et les compétences techniques sont limitées) ont fait que les textes mis en place n'ont jamais été appliqués.

467. Par ailleurs, il y a très peu d'intervention et de contribution financière de la part des gouvernements des pays en développement pour promouvoir les produits qui ont des caractéristiques spécifiques liées à leur origine géographique. On observe plutôt un abandon progressif des politiques agricoles qui consistaient à appuyer les producteurs par l'octroi de subsides diverses. À la place, les pays en développement sont engagés dans des accords commerciaux bilatéraux avec les pays développés qui les contraignent à ouvrir leurs marchés nationaux aux produits étrangers plus compétitifs.

468. De la même manière, on observe très peu d'implication des gouvernements dans l'organisation des producteurs et une faible coopération entre les producteurs eux-mêmes afin de promouvoir les produits spécifiques sur le marché local, régional ou international. Comme le souligne le professeur Sarah Bowen de l'Université d'État de Caroline du Nord (États-Unis), il sera difficile, sinon impossible pour les indications géographiques des pays en développement de se développer durablement si les producteurs ne sont pas pourvus de moyens nécessaires pour s'organiser afin de faire face à la concurrence⁶⁷¹. Ces moyens comprennent un cadre juridique et institutionnel adéquat, ainsi que des ressources humaines et financières aptes à promouvoir une organisation forte des producteurs. Même là où les producteurs ont parvenus à s'organiser, le plus grand défi reste celui de pouvoir vendre leurs produits sur les marchés locaux et étrangers tout en gardant un contrôle sur la production et en maintenant l'authenticité et la spécificité des produits. Les chaînes de production et d'approvisionnement sont très modestes et elles manquent de capitaux et de savoir-faire.

⁶⁷¹ Voir Sarah Bowen, *art. cit.*, p. 14.

La politique de développement des indications géographiques doit s'inscrire dans la politique générale de développement rural⁶⁷² et porter sur des fonctions différentes (production, transformation, certification, gouvernance, commerce de détail, de gros et international) et sur différents niveaux d'intervention (locale, régionale, économique, socioculturelle et écologique).

§2. Les conséquences de la faiblesse ou de l'absence de protection des indications géographiques

469. Une absence de protection ou une protection insuffisante des indications géographiques a deux conséquences importantes pour les pays en développement : la difficulté de protéger leurs propres indications géographiques à l'étranger (A) et le risque de dégénérescence des dénominations géographiques en des termes génériques (B).

A. Difficulté d'obtenir la protection des indications géographiques à l'étranger

470. Lorsque le système juridique d'un pays ne comporte pas de mécanismes de protection des indications géographiques, il peut éprouver des difficultés d'empêcher les actes de concurrence déloyale découlant de l'utilisation de ses propres dénominations (géographiques ou traditionnelles) à l'étranger.

En effet, le paragraphe 9 de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC précise bien que les États n'ont pas d'obligation de protéger des indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui cessent de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays. Autrement dit, un membre de l'OMC peut subordonner la protection des indications géographiques étrangères à l'existence d'une protection dans leur pays d'origine.

Trois exemples concernant trois produits agricoles peuvent montrer les conséquences qui découlent de l'absence de protection des indications géographiques dans l'ordre juridique interne.

⁶⁷² Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 34.

Il s'agit respectivement des cas du riz *Basmati* (I), des cafés *Sidamo*, *Harar* et *Yirgacheffe* (II) et du thé *Rooibos* (III).

I. Cas du riz Basmati

471. Le riz « Basmati » est un type de riz aromatique à grains longs et minces, originaire de la région du Punjab en Inde et au Pakistan. Le riz « Basmati » est une culture d'exportation très importante pour les deux pays. Les exportations annuelles de cette variété de riz représentent environ 350 millions de dollars pour l'Inde et 250 millions pour le Pakistan⁶⁷³ et constituent le gagne-pain de millions d'agriculteurs.

472. En 1997, une société américaine d'amélioration génétique de riz appelée *RiceTec Inc.* a obtenu un brevet (US5663484) portant sur diverses lignées de riz, dont certaines présentaient des caractéristiques similaires à celles de « Basmati ». Le brevet, concernait le développement d'une variété semi-naine ayant des caractéristiques similaires ou supérieures à celles du riz « Basmati » authentique. En outre, le brevet spécifiait que certaines caractéristiques de la plante et du grain « Basmati » ne dépendaient pas de l'environnement de culture. Ce point de vue, qui laisse entendre que le « Basmati » n'est qu'une variété végétale, est répété par la *USA Rice Federation*, le groupe de lobby industriel, dans un communiqué de 1998. *Rice Tec Inc.* a également obtenu l'enregistrement des marques de commerce *Texmati* et *Kasmati*. Les marques de commerce ont été utilisées avec l'étiquette « *Indian style Basmati rice* » pour désigner une variété de riz cultivé au Texas⁶⁷⁴.

473. Soucieuse, non seulement des effets potentiels sur ses exportations aux États-Unis, en Union Européenne et au Moyen Orient (qui sont les principaux marchés du riz « Basmati »), mais aussi de la perte d'un héritage national millénaire⁶⁷⁵, l'Inde a demandé un réexamen de ce brevet en juin 2000⁶⁷⁶. Le titulaire du brevet, en réponse à cette action, a retiré plusieurs revendications, dont celles qui couvraient les lignées de type « Basmati ». D'autres revendications ont également

⁶⁷³ Harsh V. Chandola, *art. cit.*, p. 167.

⁶⁷⁴ D. Marie-Vivien, "From Plant Variety Definition to Geographical Indication Protection: A Search for the Link between Basmati Rice and India/Pakistan", *JWIP* (2008), Vol. 11, no 4, p. 322.

⁶⁷⁵ Basmati est considéré en Inde comme un héritage culturel et historique national.

⁶⁷⁶ Voir Jinghua Zou, *art. cit.*, p. 1168.

été retirées à la suite des inquiétudes soulevées par l'USPTO. L'objet du litige est toutefois passé du brevet à l'utilisation illicite du terme « Basmati ».

474. En 1998, la Fédération du riz américaine a avancé que le terme « Basmati » était générique et faisait référence à un type de riz aromatique. Ce point de vue a été par la suite confirmé par les décisions du Département américain de l'agriculture (USDA) et par la Commission américaine fédérale du commerce (USFTC)⁶⁷⁷.

475. En réaction, un collectif d'organisations de la société civile de l'Inde et des États-Unis a déposé une demande visant à interdire l'utilisation du mot « Basmati » dans la publicité du riz cultivé aux États-Unis. Le USDA et la USFTC ont rejeté cette demande en mai 2001. Aucun de ces deux organismes ne considérait que l'étiquetage du riz en tant que « basmati cultivé aux États-Unis » était susceptible d'induire en erreur et ont jugé que le terme « Basmati » était un terme générique⁶⁷⁸.

Devant cette situation, le défi était alors de protéger le nom « Basmati » en Inde et au Pakistan. En 1999, l'Inde a promulgué son cadre juridique pour la protection des indications géographiques en adoptant une loi suivie d'un règlement d'exécution en 2002⁶⁷⁹. Au Pakistan, les indications géographiques sont protégées par le droit des marques⁶⁸⁰. Les principes de *Common Law* et l'action en *passing off* peuvent également assurer la protection des indications géographiques devant les tribunaux⁶⁸¹.

⁶⁷⁷ D. Rangnekar, « Pour ou contre une protection plus forte des indications géographiques », *Passerelles* n° 4, mai-juillet 2002, p. 5.

⁶⁷⁸ *Ibid.* ; voir aussi Rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle, préc., encadré 4.5, p. 89

⁶⁷⁹ Voir respectivement “The Geographical Indications of Goods (Registration and Protection) Act, 1999 (No. 48 of 1999), entered into force on 15 September 2003, *The Gazette of India*, No. 61, 30 December 1999” et “The Geographical Indications of Goods (Registration and Protection) Rules of 2002, *The Gazette of India*, Extraordinary, 8 March 2002.”

⁶⁸⁰ L'article de 2 du *Trade Mark Rule 2004* dispose que l'indication géographique en relation avec les produits qui proviennent d'un pays particulier ou d'une région ou localité de ce pays signifie une marque reconnue dans ce pays en tant que marque indiquant que le produit en question est originaire de ce pays, région ou localité et possède une qualité, réputation ou autre caractéristique attribuable au lieu d'origine.

(*Geographical indication is in relation of goods originating in a particular country or in a region or locality of that country means a mark recognized in that country as a mark indicating that the goods- (a) originated in that country, region or locality ; and (b) have a quality, reputation or other characteristic attributable in the geographical region*).

⁶⁸¹ D. Marie-Vivien, “From Plant Variety Definition to Geographical Indication Protection...”, art. cit., p. 327.

476. Malheureusement, le nom « Basmati » est toujours considéré comme une variété de plante aussi bien en Inde qu'au Pakistan⁶⁸² et n'est pas encore protégé comme une indication géographique⁶⁸³. Selon une enquête menée par « Food standards Agency (FSA) » du Royaume-Uni publiée en mars 2004, il y a des fraudes massives sur le marché européen consistant à mélanger les différentes variétés de riz Basmati avec d'autres variétés. Sur 363 échantillons recueillis entre novembre 2002 et janvier 2003, seulement 54% contenaient 100% de riz basmati ; 17% contenaient plus de 20% de riz non-basmati et 9% avait un contenu de riz non-basmati de plus de 60%⁶⁸⁴.

477. Conscients du préjudice économique que subissent les producteurs et les exportateurs de riz « Basmati », l'Inde et le Pakistan ont décidé récemment de joindre leurs efforts pour lutter contre l'adoption progressive du statut générique du nom « basmati » et obtenir sa protection aux États-Unis et en Union Européenne⁶⁸⁵. Ils ont mis en place un groupe de travail conjoint qui doit, entre autres, faciliter l'échange d'informations sur les normes de production et la délimitation des zones de production du riz « Basmati »⁶⁸⁶. La tâche ne sera pas facile puisqu'il existe plusieurs variétés de riz « Basmati » développés par les recherches agronomiques si bien qu'il sera difficile de définir le riz « Basmati » traditionnel. Les pays comme l'Australie, l'Égypte et la Thaïlande qui cultivent également des variétés de ce riz pourraient également suivre l'exemple des États-Unis et considérer officiellement que le mot « Basmati » est un terme générique. Il ne faut pas oublier que pour obtenir la protection d'une l'indication géographique pour le riz à l'étranger, il faut prouver que l'usage abusif constitue une tromperie du public ou un acte de concurrence déloyale, ce qui, nous l'avons souligné, n'est pas évident.

⁶⁸² *Ibid.*

⁶⁸³ Voir D. Marie-Vivien, "The Role of the State in the Protection of Geographical Indications..." *art. cit.*, p. 22.

⁶⁸⁴ Voir D. Marie-Vivien, "From Plant Variety Definition to Geographical indication..." *art. cit.*, p. 325.

⁶⁸⁵ Lex Orbis Intellectual Property Resource Center, "India And Pakistan Join Hands To Protect Basmati", http://www.lexorbis.com/India_And_Pakistan_Join_Hands_To_Protect_Basmati.htm?LS=EMS222150, consulté le 25 novembre 2008.

⁶⁸⁶ *Ibid.* ; Gladys Mirandah, "India: Basmati closer to GI Protection", *Managing Intellectual Property*, October 2008, <http://www.managingip.com/Article.aspx?ArticleID=2021044>, consulté le 2 décembre 2008 ; D. Marie-Vivien, "From Plant Variety Definition to Geographical indication..." *art. cit.*, p. 328.

II. Cas des cafés Sidamo, Harar et Yirgacheffe

478. L'Éthiopie est considérée comme le berceau du café. Le café arabica serait, malgré son nom, originaire de l'Éthiopie⁶⁸⁷. Pendant des siècles, la qualité du café a été étroitement liée avec la culture éthiopienne⁶⁸⁸ et les connaisseurs de café savent que les meilleurs cafés proviennent de ce pays. On estime aujourd'hui que le secteur du café fait vivre environs quinze millions de personnes et représente 60% de la valeur des exportations⁶⁸⁹. Trois régions éthiopiennes à savoir Sidamo, Harar et Yirgacheffe sont particulièrement réputées pour leur café arabica de très bonne qualité. Environ six millions de personnes en Éthiopie participent à la production et au commerce des cafés de spécialité désignés Sidamo, Harar et Yirgacheffe⁶⁹⁰. Cependant, les cultivateurs de ces cafés recevaient, jusqu'à très récemment, un prix qui n'est pas différent du prix du café ordinaire, soit 2 \$ américains par kilo. Les grossistes eux pouvaient vendre ce café entre 6 et 11\$ le kilo tandis que le kilo au détail atteignait entre 20 et 28 \$ sur les marchés internationaux⁶⁹¹.

479. En 2004, l'Office éthiopien de la propriété intellectuelle (EIPO)⁶⁹², avec l'aide de ses partenaires⁶⁹³, a mis en place une stratégie visant à contrôler la vente de ses cafés de spécialité sur le marché international. Ayant opté pour la protection par le droit des marques, l'EIPO a entrepris de déposer dans les principaux pays importateurs de café éthiopien⁶⁹⁴ des demandes d'enregistrement portant sur les noms Sidamo, Harar et Yirgacheffe. L'intention était d'octroyer des licences sans redevances en échange de la promotion de ces marques sur le marché des cafés

⁶⁸⁷ Voir B. Roussel et F. Verdeaux, "Natural Patrimony and Local Communities in Ethiopia: Advantages and Limitations of a System of Geographical Indications", *Africa* 77(1), 2007, p. 138.

⁶⁸⁸ *Ibid.*, p. 139.

⁶⁸⁹ Voir Light Year IP, "Distinctive values in African Exports: How Intellectual Property can raise export income and alleviate poverty", http://www.lightyearsip.net/scopingstudy/Distinctive_values_in_African_exports.pdf, visité le 23 novembre 2008 ; voir aussi Darren Olivier, "Litiges de propriété intellectuelle en Afrique", *Magzine de l'OMPI*, http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2010/01/article_0006.html, consulté le 30 mars 2010.

⁶⁹⁰ *Ibid.*

⁶⁹¹ *Ibid.*

⁶⁹² EIPO signifie en anglais, *Ethiopian Intellectual Property Office*.

⁶⁹³ Notamment les ONG Oxfam et Light Years IP, le cabinet américain Arnold & Porter et le Département du développement international du Gouvernement Britannique (DFID).

⁶⁹⁴ Il s'agit principalement des États-Unis, de l'Union Européenne, du Japon et du Canada.

de spécialité⁶⁹⁵. L'EIPO avait déjà octroyé de telles licences à 16 entreprises américaines. Parallèlement, des demandes d'enregistrement ont été déposées dans 34 pays et 28 ont abouti⁶⁹⁶.

480. En 2005, l'Association américaine du café (NCA) qui représente les torréfacteurs américains, s'est opposé à l'enregistrement des marques Harar et Sidamo aux motifs que les termes Harar et Sidamo étaient devenus des noms génériques de types de cafés et ne remplissaient pas, par conséquent, les conditions nécessaires pour être enregistrés en vertu de la législation américaine sur les marques⁶⁹⁷. Yirgacheffe fut enregistré comme marque de certification mais les demandes d'enregistrement des noms Harar et Sidamo furent rejetées par l'USPTO, respectivement en octobre 2005 et en août 2006.

481. La multinationale du café Starbucks de droit américain, qui achète aux producteurs éthiopiens les cafés de spécialités en question, s'est associé à NCA pour s'opposer à l'enregistrement des noms Sidamo et Harar. Elle entra alors en négociation avec l'EIPO. Starbucks proposait à l'EIPO de l'aider à mettre en place un système national de marques de certification mais l'Éthiopie déclina l'offre en invoquant entre autres que ce système serait impraticable et trop coûteux⁶⁹⁸. L'EIPO préféra former des recours contre les décisions de l'USPTO, en démontrant que Sidamo et Harar sont des noms éthiopiens désignant des cafés éthiopiens ayant acquis un caractère distinctif⁶⁹⁹. L'EIPO devait apporter la preuve que ces noms de café ont acquis le caractère distinctif auprès des consommateurs américains et étaient utilisés avant le dépôt de la demande. L'EIPO s'est acquitté de cette obligation puisque les noms Sidamo et Harar ont été enregistrés comme marques par l'USPTO respectivement le 12 février et le 1^{er} juillet 2008⁷⁰⁰. Suite à cet enregistrement, Starbucks est obligé de respecter les trois marques de café éthiopien lorsqu'il vend le café dans ses nombreux « Coffee shops » à travers le monde⁷⁰¹.

⁶⁹⁵ E. Barraclough, "From Commodity to IP Asset", *Managing Intellectual Property*, octobre 2007, <http://www.managingip.com>, consulté le 23 oct. 2007.

⁶⁹⁶ Voir Gatachew Mengistie Alemu, "Geographical Indications and Traditional Knowledge: the Experience of Ethiopia", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEL/07/.

⁶⁹⁷ Voir E. March, « Quand l'origine compte : deux cafés...et un thé », *Magazine de l'OMPI*, octobre 2007, p. 3 ; voir aussi S. Marette, R. Clemens and B. Babcock, art. cit., p. 459.

⁶⁹⁸ E. March, art. cit., p.3.

⁶⁹⁹ *Ibid.*

⁷⁰⁰ Voir S. Marette, R. Clemens and B. Babcock, art. cit., p. 459.

⁷⁰¹ Notons que malgré cet effort de protection, l'Éthiopie n'est pas encore membre de l'OMC.

En plus du café, l'Éthiopie est riche en d'autres produits typiques comme le poivre Timiz de Bonga, le cuir et divers produits artisanaux. Elle est aujourd'hui considérée par les chercheurs comme un terrain favorable pour le développement du système d'indications géographiques. Avec l'assistance des partenaires français, un office éthiopien appelé « The Addis Ababa Environmental Protection Authority » a commencé à élaborer un projet de création d'un cadre juridique et d'un mécanisme institutionnel pour la reconnaissance et la protection des indications géographiques en Éthiopie⁷⁰².

III. Cas du thé Rooibos

482. Le thé *Rooibos* est une boisson à infusion (tisane) qui provient d'une plante appelée Rooibos (*Aspalathus linealis*) qui signifie littéralement « buisson rouge »⁷⁰³. C'est une plante qui pousse naturellement dans certaines régions arides de la partie occidentale de l'Afrique du Sud, notamment dans la région du Wupperthal. À peu près 350 agriculteurs sont impliqués dans la production du *Rooibos*⁷⁰⁴. Il semble que les Sud-Africains consomment du thé *Rooibos* depuis des générations. Cette plante serait utilisée depuis trois siècles par la communauté Khoi San comme une boisson pourvue de vertus médicamenteuses⁷⁰⁵ et sa consommation s'est depuis élargie à tout le pays au point d'être aujourd'hui considérée comme leur boisson nationale. Le thé *Rooibos* a acquis ces dernières années une notoriété mondiale en raison de ses vertus pour la santé⁷⁰⁶. Le *Rooibos* est préparé et consommé comme du thé noir, mais il ne contient aucun stimulant nuisible et est exempt de caféine. Il contient les flavonoïdes qui sont des antioxydants qui contribuent à la réduction de maladies cardiaques et d'autres maladies associées au vieillissement. Le *Rooibos* est aussi utilisé comme un ingrédient dans la cosmétique et dans la

⁷⁰² Voir B. Roussel et F. Verdeaux, *art. cit.*, p. 132. L'Éthiopie n'est pas membre de l'OMC.

⁷⁰³ Voir Astrid Gerz and Estelle Bienabe, "Rooibos tea, South Africa: The challenge of an export boom", in *Petra van de Kop, Denis Sautier and Astrid Gerz (Eds), Origin-based products Lessons for pro-poor market development*, http://www.mamud.com/originbasedproducts_full.pdf, p. 53, consulté le 12 septembre 2008.

⁷⁰⁴ Voir Dirk Troskie, "Geographical Indications at the National Level: a Variety of Approaches and Institutional Aspects", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/1, p. 5.

⁷⁰⁵ Voir Cerkia Grant, *Geographical indications and Agricultural Products: Investigating their relevance in South African context*, Thesis (M.Com.), University of Pretoria, 2006, p. 89.

⁷⁰⁶ Astrid Gerz and Estelle Bienabe, *art. cit.*, p. 57.

médecine pour lutter contre certaines maladies de la peau comme l'eczéma. Pour toutes ces raisons, la demande de Rooibos sur le marché international ne cesse d'augmenter.

483. En 1992, la dénomination *Rooibos* a été enregistrée en tant que marque aux États-Unis par la société de produits de beauté *Forever Young* qui la céda à *Burke International* en 2001. Lorsqu'une coopérative représentant de modestes cultivateurs Sud-Africains voulut exporter son thé *Rooibos* aux États-Unis, elle fut l'objet de poursuites en justice. *Burke International* se mit à réclamer des redevances aux sociétés sud-africaines pour l'utilisation de la marque *Rooibos* aux États-Unis⁷⁰⁷. Les Sud-Africains, aidés par les sociétés américaines qui désiraient aussi s'impliquer dans le commerce du thé *Rooibos*, obtinrent l'annulation de la marque *Rooibos* par le Tribunal de district du Missouri mais cette victoire ne fut obtenue que parce que ce tribunal a considéré que *Rooibos* était, aux États-Unis, un terme générique et manquait de caractère distinctif pour être enregistré en tant que marque⁷⁰⁸. La procédure judiciaire ayant conduit à l'annulation de la marque *Rooibos* dura 10 ans et coûta 750 000 \$ américains⁷⁰⁹.

Cette expérience amena l'Afrique du Sud à penser à la protection de la dénomination *Rooibos* sur les marchés internationaux. L'option de protéger ce produit par une indication géographique est envisagée et des études scientifiques relatives à la définition des caractéristiques spécifiques et aux conditions de production du thé *Rooibos* sont avancées⁷¹⁰.

484. Selon Astrid Gerz et Estelle Bienabe⁷¹¹, la demande croissante du *Rooibos* sur le marché international est une autre considération. Si la demande continue à augmenter significativement comme attendu, d'autres pays pourraient être tentés de commencer à produire le *Rooibos*. Il semble que la plante est adaptable, elle peut prospérer à l'extérieur de son habitat naturel (par exemple en Australie). Cela pose un risque réel aux producteurs sud-africains. L'enregistrement d'une indication géographique ou d'une marque de certification pourrait aider ces producteurs à protéger leur marché s'ils peuvent prouver que le *Rooibos* cultivé dans sa région d'origine selon

⁷⁰⁷ Voir Cerkia Grant, *art. cit.*, p. 88.

⁷⁰⁸ *Ibid.* p. 96 ; voir aussi, Astrid Gerz and Estelle Bienabe, *art. cit.*, p. 59.

⁷⁰⁹ Voir Jorge Larson, "Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources", a study commissioned by the Global Facilitation Unit for Underutilized Species, Via dei Tre Denari, 472/a, 00057 Maccarese Rome, Italy 2007, p. 60.

⁷¹⁰ Voir Dirk Troskie, *art. cit.*, p. 5 et s. ; voir aussi Astrid Gerz and Estelle Bienabe, *art. cit.*, p. 60.

⁷¹¹ Astrid Gerz and Estelle Bienabe, *ibid.*, p. 61.

les méthodes traditionnelles possède des caractéristiques qui le distinguent du *Rooibos* cultivé ailleurs.

485. Ces trois cas que nous venons de décrire sont des exemples de noms de produits parmi tant d'autres, qui font face aux difficultés de protection à l'étranger parce qu'ils y sont regardés comme des termes génériques ou ont été enregistrés comme des marques individuelles.

486. D'autres exemples démontrent, en revanche qu'une protection nationale des indications géographiques est un bon point de départ pour une protection efficace à l'étranger. Au Mexique, le café Veracruz est protégé à titre d'appellation d'origine. Le principal marché étranger pour ce café est les États-Unis, lesquels ne sont pas signataires de l'Arrangement de Lisbonne. Pour surmonter ce problème, l'Organisme de réglementation des appellations d'origine a demandé et obtenu une marque de certification à l'Office des brevets et des marques des États-Unis (USPTO)⁷¹². Le thé « Darjeeling » protégé en Inde comme une indication géographique est également protégé dans beaucoup de pays étrangers comme une marque de certification. En UE, Darjeeling est protégé comme une marque collective communautaire. Du fait de cette protection à l'étranger, les tribunaux tant européens qu'américains ont récemment confirmé la protection de la dénomination « Darjeeling » contre les usurpateurs. Il faut ajouter que ce succès dépend aussi des efforts constants déployés par le titulaire de cette marque, *The Tea Board of India*⁷¹³. La protection à l'étranger passe donc par la protection nationale si l'on veut éviter le risque d'usurpation ou de dégénérescence d'un nom en des termes génériques.

B. Risque de dégénérescence en des termes génériques

487. De nombreux noms protégés par une indication géographique ou non, évoquant dans l'esprit des consommateurs des produits de qualité originaires des pays en développement, sont actuellement utilisés à travers le monde pour désigner des produits similaires qui ne proviennent pas de ces pays. On peut citer en plus de *Basmati*, *Roiboos*, *Sidamo*, *Harar* et *Yirgacheffe*, des noms comme *Mocha*, *Antigua*, *Darjeeling*, *Havana*, *Ceylan*, *Kiondo*, *Tequila*, etc.

⁷¹² Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 219.

⁷¹³ *Ibid.*, p. 17 ; voir aussi C.A. Paris, 22 nov. 2006, RG n° 2005/20050, inédit.

Certains de ces noms prestigieux sont déjà considérés comme des termes génériques dans les pays qui en abusent. Rappelons qu'un terme générique consiste en « un nom géographique, un signe ou une expression géographique qui a perdu sa signification géographique pour devenir la désignation d'un type de produit, un nom commun »⁷¹⁴. En d'autres termes, la désignation du produit n'évoque pas une référence géographique dans l'esprit des consommateurs puisqu'il peut être obtenu dans n'importe quelle région du monde en respectant son mode de production.

488. Comme l'écrit le Professeur J. Audier⁷¹⁵, la dégénérescence d'une indication géographique en terme générique peut résulter de différents critères, comme la négligence des producteurs originaires face à l'agressivité commerciale de leurs concurrents ou la décision d'une autorité étatique de qualifier un terme de « générique ».

L'exemple du riz « Basmati » peut encore illustrer parfaitement cette situation. Lorsque le terme « Basmati » a été utilisé par la société américaine *RiceTec Inc.* pour désigner des variétés de riz et enregistré en tant que marque de commerce, il n'existait pas de protection de ce terme ni en Inde ou ni au Pakistan. Lorsque l'Inde a tenté d'empêcher *RiceTec* d'utiliser le nom « Basmati » dans la publicité du riz cultivé aux États-Unis, la Commission fédérale du commerce américaine (USFTC) et le Département américain de l'agriculture (USDA) ont officiellement déclaré que « basmati » est un terme générique qui désigne un type de riz parfumé⁷¹⁶. Il s'avère actuellement difficile pour les producteurs indiens et pakistanais du riz « Basmati » d'obtenir la protection du nom « Basmati » aux États-Unis. Bien entendu, la décision de refus de protection est susceptible de recours administratifs et judiciaires et doit être motivée⁷¹⁷ mais le coût de la procédure administrative et judiciaire peut s'avérer très élevé et hors de portée des producteurs des pays en développement.

489. Soumis à la concurrence internationale de produits homogènes et industriels, les produits traditionnels portant une indication géographique sont voués à disparaître s'ils ne peuvent pas être étroitement liés, dans l'esprit du public, à l'origine géographique à laquelle s'attache leur

⁷¹⁴ J. Audier, « Indications géographiques: le virus ... », *art. cit.*, p. 255.

⁷¹⁵ *Ibid.*

⁷¹⁶ D. Rangnekar, « Pour ou contre une protection plus forte des indications géographiques », *art. cit.*, p. 5.

⁷¹⁷ Voir les paragr. 2 et 3 de l'article 41 et 4 et 5 de l'article 62 de l'Accord sur les ADPIC.

réputation. Par exemple, les exportations indiennes et pakistanaïses de riz « Basmati » vers l'Amérique du Nord ont fortement diminué depuis qu'il existe sur ce marché une variété de riz étiqueté « *Indian style Basmati rice* ».

Une des leçons de cette expérience est la nécessité d'une protection nationale des indications géographiques et d'une application effective de la protection sur les marchés extérieurs. Le Centre du Commerce international (CCI) fait remarquer que « les tribunaux tant européens qu'américains ont récemment confirmé la protection de la dénomination “Darjeeling” contre les usurpateurs, du fait de son indéniable association et des efforts constants déployés par son détenteur initial (le Tea Board of India) »⁷¹⁸. À l'inverse, l'association du café Mocha à son origine qui est le Yémen a été perdue suite au défaut de protection de ce nom dans ce pays⁷¹⁹.

490. Mais, même en l'existence d'une protection nationale, de nombreux pays en développement restent confrontés au coût élevé des services juridiques liés à la protection des indications géographiques à l'étranger. Par exemple l'Office indien du thé (*The Tea Board of India*) a dépensé 200.000 \$ américains pour l'enregistrement et la défense de Darjeeling à l'étranger, sans compter les autres dépenses administratives liées à cette protection⁷²⁰. La procédure judiciaire en vue de l'annulation de la marque *Rooibos* enregistrée aux États-Unis au préjudice des communautés autochtones sud-africaines a duré 10 ans et a coûté 750 000 \$ américains⁷²¹. Certains pays en développement n'ont ni les compétences ni les moyens nécessaires pour détecter l'usage abusif de leurs dénominations à l'étranger et engager des poursuites pour faire cesser cet usage. Cependant, ils sont obligés de protéger les indications géographiques étrangères. Il serait regrettable de ne pas assurer la protection de leurs propres indications géographiques et de laisser s'exercer le pillage de leur propre patrimoine de noms géographiques⁷²².

Cependant, comme nous venons de le démontrer, l'effort de protection des indications géographiques se heurte à divers obstacles tant juridiques, institutionnels que financiers. Les

⁷¹⁸ Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 17.

⁷¹⁹ *Ibid.*

⁷²⁰ Voir Naba Kumar Das, “Protection of Darjeeling Tea”, in *Worldwide Symposium of Geographical Indication, San Francisco, California, 9 to 11, 2003*, Doc. WIPO/Geo/SFO/03/8, p. 11.

⁷²¹ J. Larson, *art. cit.*, p. 60.

⁷²² R. Tinlot, « Indications géographiques, Perspectives d'avenir : développement de la protection », *Bulletin OIV*, 2002, vol. 75, n° 855-856, p. 377.

négociateurs du Cycle d'Uruguay ont été conscients de ces obstacles et ont prévu l'octroi d'une assistance technique en faveur des pays en développement.

Section 2 : La nécessité d'une assistance technique

491. La mise en place de moyens juridiques capables d'assurer une protection efficace des indications géographiques découle de l'obligation générale édictée par l'Accord sur les ADPIC de « promouvoir une protection efficace et suffisante des droits de propriété intellectuelle »⁷²³. Étant donné le peu d'expérience et le manque de ressources auquel font face les pays en développement en général et les PMA en particulier, une assistance technique s'impose afin de permettre à ces pays de tirer parti de leur potentiel d'indications géographiques. L'Accord sur les ADPIC prévoit cette assistance en son article 67, mais il reste à se demander qui en sont les débiteurs (§1) et de quelle assistance technique les pays en développement ont besoin (§2) afin d'espérer des retombées positives sur le système de propriété intellectuelle de ces pays (§3).

§1. Les débiteurs de l'obligation d'offrir une assistance technique

492. En matière de propriété intellectuelle, l'article 67 de l'Accord sur les ADPIC prévoit une coopération technique et financière des pays développés en faveur des pays en développement et aux PMA. Cette coopération comprend « une assistance en matière d'élaboration des lois et réglementations relatives à la protection et au respect des droits de propriété intellectuelle ainsi qu'à la prévention des abus ».

S'agit-il là d'une véritable obligation à la charge des pays développés ou tout simplement d'une invitation à assister les pays en développement à mettre en place des mécanismes efficaces de protection de la propriété intellectuelle ? Il paraît douteux que les pays en développement puissent se considérer comme créanciers de cette coopération puisque rien ne permet de penser qu'ils sont fondés à en revendiquer l'exécution. Il vaut mieux parler dans ce cas d'assistance technique.

493. D'après Guy Feuer⁷²⁴, le programme d'assistance technique a été mis sur pied par l'ONU par le biais du Conseil Économique et Social en 1949. Le programme était conçu pour les « pays sous-développés » afin de résoudre leurs problèmes dans le respect de leur souveraineté⁷²⁵. La Résolution 222 A (IX) des Nations Unies en fixe les principes généraux⁷²⁶. La règle fondamentale du programme d'assistance technique fut donc celle du respect de l'indépendance de l'État requérant. Ainsi, l'assistance ne sera fournie qu'en accord avec les gouvernements intéressés et d'après les besoins exprimés par eux. Elle respectera l'égalité juridique des États et ne sera soumise à aucune forme de discrimination. En conséquence, les organisations internationales et les États fournisseurs d'assistance technique auront les obligations de :

- non-ingérence dans les affaires intérieures des États intéressés ;
- respect du choix et de l'initiative des gouvernements dans la détermination de la nature des services à leur fournir ;
- respect des conditions locales des États bénéficiaires.

Afin de les rendre responsables de leur développement, les États bénéficiaires auront en retour les obligations :

- d'assurer l'efficacité de l'aide reçue ;
- de participer aux frais de l'assistance technique et
- de fournir aux fournisseurs d'assistance technique toutes les informations nécessaires sur les problèmes au sujet desquels leur aide a été sollicitée.

494. L'OMC prévoit également, dans certains de ses accords, une assistance technique fournie par les pays développés en faveur des pays en développement. Ainsi le paragraphe 2 de l'article 25 de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) dispose que « l'assistance technique aux pays en développement sera fournie au plan multilatéral par le Secrétariat et déterminée par le Conseil du commerce des services ». L'article 67 de l'Accord sur les ADPIC

⁷²³ Voir préambule de l'Accord sur les ADPIC.

⁷²⁴ G. Feuer, *Les aspects juridiques de l'assistance technique dans le cadre des Nations Unies et des institutions spécialisées*, Paris, L.G.D.J., 1957, pp. 12-13.

⁷²⁵ Beaucoup de ces pays sortaient à peine de la tutelle coloniale et refusaient toute forme d'assistance qui eût pu leur rappeler la domination d'un État plus puissant sous le couvert de l'aide au développement. C'est pourquoi, ils préféraient l'aide multilatérale fournie par diverses organisations internationales qui pouvaient offrir la garantie que leur indépendance serait respectée.

⁷²⁶ Voir G. Feuer, *op. cit.*, p. 14.

prévoit que l'assistance technique sera offerte par les pays développés Membres, « sur demande et selon des modalités et à des conditions mutuellement convenues ».

495. On voit, d'une part, que le principe de la souveraineté des États initié par l'ONU est respecté par l'OMC et, d'autre part, que l'assistance technique est offerte par les pays développés soit dans un cadre bilatéral⁷²⁷, soit dans un cadre multilatéral⁷²⁸. Certains commentateurs déplorent que l'assistance technique fournie dans un cadre bilatéral tende à protéger les domaines de priorité des titulaires des droits de propriété intellectuelle étrangers qui opèrent dans les pays en développement et serve rarement à aider les ces pays à mettre en œuvre les objectifs et principes contenus dans les articles 7 et 8 de l'accord sur les ADPIC ou à utiliser les flexibilités offertes par cet accord⁷²⁹.

496. Une étude sur l' « Évaluation des besoins d'assistance technique en vue de la mise en oeuvre de l'Accord sur les ADPIC dans les PMA » réalisée par De Mart Leesti et Tom Pengelly⁷³⁰ révèle qu'à côté de l'OMC qui fournit l'assistance technique aux pays en développement par le biais du Conseil des ADPIC, on trouve un grand nombre d'autres fournisseurs d'assistance technique en matière de propriété intellectuelle dont les principaux en termes d'échelle et de portée sont l'OMPI, l' Office européen des brevets (OEB), la Commission européenne, l'USAID et le Japon⁷³¹. Une autre étude révèle que les principales organisations internationales fournisseurs d'assistante technique aux pays en développement sont l'OMPI, l'OEB, la Banque Mondiale, le PNUD et la CNUCED⁷³².

⁷²⁷ Souvent par le biais des agences de coopération nationales ou des offices nationaux de la propriété intellectuelle.

⁷²⁸ Par leur contribution dans les organisations spécialisées des Nations Unies.

⁷²⁹ D. Matthews and V. Munoz-Tellez, "Bilateral Technical Assistance and TRIPS : The United States, Japan and European Communities in Comparative Perspective", *JWIP*, (2006)Vol. 9, n° 6, p. 633 ; voir aussi B. Taxil, *op. cit.*, pp. 94-95.

⁷³⁰ Voir dans l'ensemble : De Mart Leesti et Tom Pengelly, *Évaluation des besoins d'assistance technique en vue de la mise en oeuvre de l'Accord sur les ADPIC dans les PMA*, Document de travail commandité par l'ICTSD (International Centre for Trade and Sustainable Development), dans le cadre du Programme de l'ICTSD sur les DPI et le développement durable, août 2007, http://www.iprsonline.org/ictsd/Dialogues/2007-05-03/French_version_of_LDCs_toolkit.pdf , consulté le 20 novembre 2008.

⁷³¹ *Ibid.*

⁷³² Voir Tom Pengelly, "Technical Assistance on IPRS for Developing Countries : Some Strategic Policy Issues and Recommendations for Future Priorities for Donors and Developing Countries", *ICTSD-UNICTAD Dialogue*, 2nd Bellagio Series on Development and Intellectual property, 18-21 Sept. 2003, p. 2.

497. Mme Carolyn Deere⁷³³, Directrice de Recherche du Programme « Global Economic Governance » de l'Université d'Oxford, écrit que le Bureau pour l'Afrique et la Division des PMA de l'OMPI, ont travaillé à la modernisation des offices de propriété intellectuelle dans les pays membres de l'OAPI et au développement des infrastructures et des ressources humaines. L'OMPI s'est également engagée sur le plan des ressources humaines, en proposant des visites, des stages (dans la région et à l'Académie mondiale de l'OMPI située à Genève), des ateliers ainsi que des séminaires à l'échelle nationale, sous-régionale et régionale. Ces possibilités ont été offertes aux décideurs, aux administrateurs, aux juges, aux responsables de l'application des lois, aux fonctionnaires des douanes et des forces de police, aux acteurs économiques, aux juristes et aux professionnels de la propriété intellectuelle, aux chercheurs, aux créateurs et enfin aux universitaires. Le Bureau pour l'Afrique de l'OMPI a également mobilisé des ressources pour optimiser la mise en application des normes de propriété intellectuelle. Il a également mené des actions de promotion du développement et de la mise sur le marché d'actifs de propriété intellectuelle, d'activité inventive et de nouveauté. Dans ce cadre et en rapport avec les questions traitées par le Conseil des ADPIC, le Bureau pour l'Afrique de l'OMPI a également mené différentes activités concernant les indications géographiques et les savoirs traditionnels⁷³⁴.

498. Sur le plan bilatéral, on peut noter notamment l'assistance technique fournie à certains pays en développement par le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD) et l'INAO. Les deux institutions ont signé une convention de coopération⁷³⁵ visant notamment à :

- fournir une aide à l'expertise pour les produits tropicaux, dans les départements d'outre-mer (DOM) ;
- élaborer des projets de coopération technique et juridique avec les pays en voie de développement en matière d'indications géographiques ;
- donner une réponse concertée à des appels d'offres nationaux ou internationaux.

⁷³³ C. Deere, « La mise en application de l'Accord sur les ADPIC en Afrique francophone », GEG Working paper 2009/3, janvier 2009, p. 48.

Le document est disponible sur <http://www.globaleconomicgovernance.org/wp-content/uploads/deere-francophone-africa-fr-working-paper-25-march.pdf>, consulté le 6 avril 2009.

⁷³⁴ Voir OAPI, Compte rendu de la Conférence ministérielle sur les indications géographiques et les obtentions végétales, tenue à Ouagadougou (Burkina Faso) du 6 et 7 décembre 2005, http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/compte_rendu_jg_ov_dec_2005.htm, consulté le 20 novembre 2008.

⁷³⁵ Voir le texte de la convention sur : <http://www.inao.gouv.fr/public/news/index.php?id=56>.

499. Le CIRAD et l'INAO se sont ainsi associés pour travailler sur divers projets de promotion des indications géographiques dans les pays tropicaux et subtropicaux. On peut mentionner à titre d'exemple le projet pilote d'indication géographique sur le café arabica à Bali (Indonésie), le projet de valorisation des produits régionaux réputés de la Tunisie, le projet de promotion des cafés spéciaux du Costa Rica et de la République Dominicaine⁷³⁶. Le CIRAD et l'INAO apportent également une assistance technique dans la mise en œuvre du projet pilote sur les indications géographiques dans l'espace OAPI, (projet initié par l'OAPI en coopération avec l'OMPI)⁷³⁷.

500. En résumé, on peut noter que l'assistance technique est fournie aux pays en développement par les pays développés sur un plan bilatéral. Elle est également octroyée, dans un cadre multilatéral, par les organisations internationales comme l'OMC et l'OMPI. Dans tous les cas, elle est fournie aux pays qui en font la demande⁷³⁸ et son contenu doit être négocié d'un commun accord afin de déterminer de quelle assistance technique les demandeurs ont réellement besoin.

§2. De quelle assistance technique les pays en développement ont-ils besoin ?

501. La plupart des pays en développement ont adhéré aux principaux instruments internationaux de protection de la propriété intellectuelle, mais ils restent confrontés à des difficultés de mise en œuvre des obligations qui en découlent. En effet, la mise en œuvre des obligations en matière de droit de propriété intellectuelle nécessite des ressources tant matérielles qu'humaines dont certains pays en développement, notamment les PMA, ne disposent pas. Les besoins en assistance technique en ce domaine sont énormes et pour les satisfaire, il faut d'abord en connaître la nature (A) et être capable de les évaluer (B).

⁷³⁶ CIRAD, Communiqué de presse du 26 février 2004, <http://www.cirad.fr/fr/presse/communiqu.php?id=25>, consulté le 20 février 2008.

⁷³⁷ OAPI, Compte rendu de la Conférence ministérielle sur les indications géographiques et les obtentions végétales, tenue à Ouagadougou (Burkina Faso) du 6 au 7 décembre 2005, http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/compte_rendu_ig_ov_dec_2005.htm, consulté le 20 novembre 2008.

⁷³⁸ L'assistance de l'OMPI, fournie sur demande, consiste notamment à faciliter les consultations nationales et régionales, à donner des conseils en matière législative et de politiques, à organiser des visites d'étude, à effectuer des recherches et à apporter son soutien en matière de sensibilisation et de formation.

A. La nature des besoins en assistance technique

502. Aucun instrument juridique international ne définit l'assistance technique. Cette notion est, comme l'écrit G. Feuer, une notion fonctionnelle qui constitue l'une des formes multiples que peut revêtir l'aide offerte à une collectivité humaine par une ou plusieurs autres⁷³⁹. L'assistance technique est, selon cet auteur, une aide indirecte, au moyen de la transmission d'un savoir, qui a pour but d'aider les pays qui en reçoivent à se développer eux-mêmes par leur propre effort. En cela, l'assistance technique se différencie de l'aide économique et de l'assistance financière⁷⁴⁰ qui sont des aides directes consistant en des fonds directement utilisables. Le Conseil des ADPIC a donné, au lendemain de l'entrée en vigueur de l'accord sur les ADPIC quelques catégories d'assistance technique⁷⁴¹ suivantes :

- assistance dans le développement des ressources humaines ;
- assistance dans la préparation des lois et règlements ;
- mise en place et renforcement des institutions de propriété intellectuelle ;
- autres formes d'assistance (promotion de la prise de conscience publique de la propriété intellectuelle, utilisation des droits de la propriété intellectuelle, etc.).

503. De Mart Leesti et Tom Pengelly catégorisent les activités de l'assistance technique presque comme le Conseil des ADPIC mais d'une manière beaucoup plus précise et détaillée. Ainsi, les types d'assistance technique en propriété intellectuelle dont les pays en développement ont bénéficié jusqu'aujourd'hui peuvent être classés dans les catégories suivantes⁷⁴² :

- formation générale et spécialisée ;
- conseil juridique et assistance dans l'élaboration des projets de lois ;
- appui à la modernisation des bureaux nationaux de la propriété intellectuelle;
- accès aux services d'information en matière de brevet ;
- échange d'informations entre les législateurs et les juges et
- promotion de la créativité et de l'innovation locales.

⁷³⁹ Voir G. Feuer, *op. cit.* p. 5.

⁷⁴⁰ *Ibid.*

⁷⁴¹ OMC, doc. IP/C/W/22 du 26 avril 1996.

⁷⁴² De Mart Leesti et Tom Pengelly, *préc.*

504. Ces typologies d'assistance technique sont fournies essentiellement par des experts en propriété intellectuelle qui travaillent comme des consultants⁷⁴³. Elles découlent de l'interprétation de l'article 67 de l'accord sur les ADPIC qui prévoit que les pays développés offriront aux pays en développement une coopération comprenant « une assistance en matière d'élaboration des lois et réglementations relatives à la protection et au respect des droits de propriété intellectuelle ainsi qu'à la prévention des abus, et un soutien en ce qui concerne l'établissement ou le renforcement de bureaux et d'agences nationaux chargés de ces questions, y compris la formation de personnel ».

Cette disposition est interprétée comme étant, à la fois, une obligation pour les pays développés d'assister les pays en développement (y compris les PMA) à accomplir leurs engagements en vertu de l'accord sur les ADPIC et une opportunité pour les pays en développement de demander une assistance lors de la mise en œuvre de cet accord⁷⁴⁴.

505. Dans le contexte de l'accord sur les ADPIC, l'assistance technique vise à permettre aux États concernés non seulement de mettre en œuvre cet accord dans les délais prévus, mais aussi d'améliorer leur système de protection de la propriété intellectuelle. On doit cependant déplorer le fait que l'article 67 prévoit une assistance technique sans en préciser les modalités. Un auteur note que la rédaction de cette disposition dénote une certaine tentative de marginalisation du rôle de l'OMPI en matière d'assistance technique⁷⁴⁵. Or, il a toujours été constaté que les pays en développement préfèrent s'adresser à l'OMPI plutôt qu'aux pays industrialisés et le nombre de demandes d'assistance technique adressées à l'OMPI ne cesse d'augmenter.

506. En effet, l'OMPI a toujours été considérée par les pays en développement comme le forum approprié de discussion des questions de droit de propriété intellectuelle. La fourniture de la coopération technique aux pays qui en font la demande entre également dans ses missions. Ainsi, l'article 3 de la convention instituant l'OMPI dispose que l'un des objectifs de cette organisation est de « promouvoir la propriété intellectuelle à travers le monde par la coopération des États, en collaboration, s'il y a lieu, avec tout autre organisation internationale ». Quant à l'article 4 V, il

⁷⁴³ Pour connaître la portée de chaque catégorie d'assistance, voir D. Matthews and V. Munoz-Tellez, *art. cit.* p. 631.

⁷⁴⁴ Voir D. Matthews and V. Munoz-Tellez, *art. cit.* p. 633.

⁷⁴⁵ Voir J.-L. Perea, *art. cit.*, p. 52.

prévoit que l'OMPI « offre sa coopération aux États qui en font la demande, une coopération technico-juridique dans le domaine de la propriété intellectuelle ». Cette coopération comprend une assistance en matière d'élaboration des lois et réglementations relatives à la protection des droits de propriété intellectuelle, un appui pour l'établissement ou le renforcement des bureaux nationaux de propriété intellectuelle ainsi que la formation du personnel compétent en propriété intellectuelle⁷⁴⁶. C'est dans ce cadre que le Bureau international de l'OMPI a mené différentes activités concernant les indications géographiques, les ressources génétiques et les savoirs traditionnels⁷⁴⁷.

507. En bref, l'assistance technique dont les PMA ont besoin en matière de propriété intellectuelle doit être de nature juridique, institutionnelle et financière. Des études ont montré que l'assistance technique peut être classée en plusieurs catégories mais nous pensons que, quelle que soit la forme de l'assistance, elle ne sera effective que si les pays bénéficiaires sont en mesure d'en évaluer les besoins.

B. De la capacité d'évaluation des besoins d'assistance technique en propriété intellectuelle

508. L'assistance technique en matière de propriété intellectuelle est soumise à la condition que les États intéressés puissent déterminer leurs besoins individuels en vue de mettre en œuvre l'Accord sur les ADPIC. C'est dans cet esprit que les PMA, rattrapés par les délais de mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC, ont bénéficié d'une période supplémentaire et ont été priés de fournir au Conseil des ADPIC tous renseignements possibles sur leurs besoins en assistance technique afin qu'ils puissent mettre l'accord en œuvre. Selon la Décision du 29 novembre 2005 du Conseil des ADPIC, les PMA sont invités à fournir au Conseil des ADPIC, de préférence avant le 1er janvier 2008, tous les renseignements possibles sur leurs besoins individuels afin de bénéficier de l'assistance nécessaire dans la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC⁷⁴⁸.

⁷⁴⁶ Voir M. Schaeli, "Perspectives for Geographical Indications: Extension of Protection of article 23 of the TRIPS Agreement to all Products: a Promising Solution for Developing an Appropriate International Legal Framework for the Protection of Geographical Indications", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26-28, 2007*, Doc. WIPO/GE0/BEI/07/11 of June 21, 2007, p. 7.

⁷⁴⁷ Voir les différents rapports sur les travaux du Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) et du Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore (CIG).

⁷⁴⁸ Voir OMC, doc. IP/C/40 du 30 nov. 2005.

509. Les fournisseurs d'assistance technique en matière de propriété intellectuelle doivent néanmoins être constamment conscients du fait que l'élaboration des systèmes de propriété intellectuelle dans les PMA ne peut être envisagée séparément du contexte de développement général et des besoins du pays concerné. Un auteur fait remarquer que l'assistance technique en propriété intellectuelle fournie par les organisations internationales, les agences gouvernementales des pays développés et les offices de propriété intellectuelle a tendance à promouvoir des règles d'un niveau plus élevé que celui de l'Accord sur les ADPIC afin de protéger leurs propres intérêts⁷⁴⁹. La plupart des donateurs et des fournisseurs d'assistance technique en droits de propriété intellectuelle reconnaissent, cependant, l'importance que revêtent le renforcement de l'appropriation locale, la réduction de la répétition des travaux et l'utilisation peu efficace des ressources, qui peuvent aboutir à des programmes mal planifiés et à une coordination insuffisante des activités⁷⁵⁰. Le Rapport mondial sur le développement humain de 2001 souligne les difficultés que les PMA éprouvent pour mettre en place une législation en propriété intellectuelle conforme à leurs besoins et plaide pour une aide juridique.

« Dans les pays à faible revenu, la mise en place et l'application droits de propriété intellectuelle et industrielle pèsent sur des ressources et des compétences administratives déjà insuffisantes. Faute de conseils avisés sur l'instauration d'une législation nationale apte à tirer le meilleur parti de l'Accord sur les ADPIC, et sous la pression intense de certains pays dominants qui les poussent à aller au-delà des exigences de l'accord, de nombreux pays se sont dotés d'une législation qui, en fait, les désavantage. De plus, le coût prohibitif des différends avec les nations les plus puissantes dissuade ces pays d'affirmer leurs droits, d'où la nécessité de leur fournir une aide juridique adéquate par le biais de l'Organisation mondiale du commerce »⁷⁵¹.

⁷⁴⁹ Voir Graham Dutfield, "Knowledge Diplomacy and the New Intellectual Property fundamentalism" in *Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, The Hague/London/New York, Kluwer Law International, 2004, p. 35.

⁷⁵⁰ Voir le rapport de l'atelier du Forum sur l'assistance technique pour la propriété intellectuelle (IPRTA Forum) tenu en décembre 2006, à Bangkok, www.iprtaforum.org, consulté le 24 novembre 2008.

⁷⁵¹ PNUD, Rapport mondial sur le développement humain 2001 : Mettre les nouvelles technologies au service du développement humain, http://hdr.undp.org/reports/global/2001/fr/hdr_fr_2001.pdf, consulté le 7 janvier 2009.

510. La plupart des PMA sont membres de l'OMC ou sont en cours d'accèsion, mais certains décideurs ne comprennent pas encore les enjeux de la protection de la propriété intellectuelle. Les objectifs, les principes, les droits et les obligations de l'Accord sur les ADPIC doivent être bien compris par les décideurs et les législateurs des PMA, de même que les flexibilités, les sauvegardes et les dispositions en matière de traitement spécial et différencié dont ils disposent pour mettre en place une base technologique solide et viable et garantir que leur régime national de propriété intellectuelle contribue aux buts sociaux, économiques et de développement. Les PMA ne disposent pas de connaissances spécialisées suffisantes et de compétences pertinentes parmi leurs responsables pour leur permettre de définir leurs besoins de manière efficace eu égard à l'administration du système national de droits de propriété intellectuelle. Les donateurs et les prestataires d'assistance technique en matière de droits de propriété intellectuelle sont donc encouragés à adopter une méthodologie transparente et globale pour l'évaluation des besoins d'un pays en matière d'administration des droits de propriété intellectuelle.

511. L'élaboration et la mise en œuvre effective de politiques en matière de droits de propriété intellectuelle nécessitent des réformes visant à développer des compétences techniques et analytiques, ainsi que l'aptitude à coordonner le processus d'élaboration de politiques dans la capacité nationale, afin de garantir la participation des parties prenantes clés tant au sein qu'à l'extérieur du gouvernement. Pour garantir que les processus nationaux de réforme des droits de propriété intellectuelle soient effectivement liés aux domaines de l'élaboration des politiques, les fournisseurs d'assistance technique devraient être conscients de la nécessité de renforcer de manière durable la capacité des institutions locales à mener la recherche, l'analyse et le dialogue de politique avec les parties prenantes, en plus de fournir une expertise internationale et des conseils juridiques.

512. Un exemple d'assistance technique en matière d'indications géographiques fondée sur une évaluation préalable des besoins peut être fourni par le Liban. En 2004, le Liban a conclu un accord de libre-échange avec l'Association européenne de libre échange (AELE)⁷⁵². Ce pays, assisté par la Suisse, a défini un programme d'assistance technique qui devait être mis en œuvre pendant les trois années suivant la conclusion de cet accord. Il était prévu entre autres que la

Suisse assisterait le Liban dans la mise en œuvre de la protection des indications géographiques. Parallèlement, le Liban était en phase d'adhésion à l'OMC et révisait sa législation en matière de propriété intellectuelle. L'étude du projet sur les indications géographiques au Liban a donc été confiée à IDEAS Centre qui a d'abord fait un état des lieux du secteur agricole libanais et du cadre juridique et institutionnel existant avant de proposer un plan d'activités visant à mener vers la protection des indications géographiques libanaises⁷⁵³. Ce plan d'activité prévoyait quatre phases :

- la phase de formation du personnel local travaillant pour le projet ;
- la phase d'un inventaire préliminaire pour permettre de réunir l'information sur les indications géographiques potentielles au Liban et déterminer le système le plus approprié à leur protection ;
- la phase législative ;
- la phase de mise en œuvre.

513. Une telle approche tient compte du contexte de développement global et des besoins locaux. Elle peut aider à relever les défis rencontrés dans la conception, la mise en œuvre, l'exécution et la réglementation de régimes de propriété intellectuelle axés sur le développement, favorables à la concurrence et adaptés aux besoins spéciaux des bénéficiaires. Il en résulte que l'évaluation des besoins en matière d'assistance technique et de développement des capacités devrait reposer sur les besoins du pays plutôt que sur ce que le pays donateur souhaite ou est en mesure de fournir. Les bénéficiaires d'assistance technique en propriété intellectuelle ont manifestement un rôle clé à jouer en influant sur de telles évaluations, en fonction d'une perspective large et à moyen terme. Un large spectre de parties prenantes devrait être impliqué, non seulement les bureaux de propriété intellectuelle nationaux, mais aussi des parties prenantes d'autres agences gouvernementales, le secteur privé et la société civile. C'est à ce prix que l'assistance technique peut être effective et avoir des retombées sur la construction d'un système efficace de propriété intellectuelle.

⁷⁵² L'AELE (en anglais *European Free Trade Association – EFTA*) est composée de la Suisse, le Liechtenstein, la Norvège et l'Islande.

⁷⁵³ Voir rapport préliminaire d'évaluation des besoins, Service romande de vulgarisation agricole (SRVA), *Proposal for the protection of Geographical indications in Lebanon* », <http://www.economy.gov.lb/NR/rdonlyres/CFBCD786-0D03-4541-91AD-4BE967D9EE49/0/LibanGIRapportmission.doc>, visité le 25 novembre 2008.

§3. De l'effectivité et des retombées de l'assistance technique en propriété intellectuelle

514. Mesurer l'effectivité et les retombées de l'assistance technique dans les pays en développement n'est pas chose aisée car l'information relative à l'évaluation des résultats de cette assistance n'est pas disponible et quand elle est disponible, elle est souvent incomplète. Cependant, même si l'on ne peut pas quantifier avec précision l'effectivité et l'impact de l'assistance technique reçue par les pays en développement, on peut, sur la base des informations disponibles, faire quelques constats généraux.

515. Tout d'abord, il est tout à fait clair que durant les années qui ont suivi la signature de l'accord instituant l'OMC, les pays en développement ont, dans l'ensemble, modernisé leurs infrastructures en propriété intellectuelle (création des offices nationaux de propriété intellectuelle, élaboration des lois) et développé des ressources humaines en la matière. Grâce à l'assistance technique, un certain nombre de ressortissants des pays en développement ont bénéficié des formations tant générales que spécialisées en droit de la propriété intellectuelle. Parallèlement, les gouvernements ont créé ou modernisé leurs législations en propriété intellectuelle pour les aligner sur l'Accord sur les ADPIC⁷⁵⁴.

516. Ensuite, l'OMPI, créée pour être, entre autres, un cadre d'assistance technique, de promotion et de coordination des systèmes nationaux et régionaux, de négociation de traités, d'accords et conventions sur la propriété intellectuelle s'est globalement acquittée de cette mission. Elle poursuit son effort en identifiant et en mettant constamment en débat des questions nouvelles en matière de propriété intellectuelle dont la protection des savoirs traditionnels et les modalités d'attribution et de protection des indications géographiques. Grâce à l'assistance technique de l'OMPI, beaucoup de pays en développement ont adhéré aux différents systèmes internationaux de protection de la propriété intellectuelle comme le Traité de coopération en matière de brevets

⁷⁵⁴ Pour les récentes statistiques relatives à la mise en place des législations conformes à l'Accord sur les ADPIC dans les pays en développement, voir C. Deere, *The Implementation Game : The TRIPS Agreement and the Global Politics of Intellectual Property Reform in Developing Countries*, Oxford University Press, 2009, pp. 70 et s.

(PCT)⁷⁵⁵ et, dans une moindre mesure, au systèmes de Madrid⁷⁵⁶ et de Lisbonne et ont tiré parti des avantages offerts par ces systèmes.

517. L'étude de Tom Pengelly susmentionnée, révèle que les régions dans lesquelles l'assistance technique en propriété intellectuelle a eu plus d'impact sont l'Amérique Latine et l'Europe de l'Est, mais reconnaît aussi qu'il y a eu un développement remarquable des capacités institutionnelles dans les pays en développement d'autres régions du monde comme l'Asie et l'Afrique⁷⁵⁷.

En Afrique, les deux organisations régionales de protection de la propriété intellectuelle, à savoir l'OAPI et l'ARIPO, ont bénéficié de l'assistance technique surtout de l'OMPI. Les pays membres de ces organisations sont, en majorité des pays moins avancés mais qui ont pu, grâce à l'assistance technique, se doter d'une législation conforme à l'accord sur les ADPIC avant la fin de la période de transition prévue par cet accord⁷⁵⁸. C'est ainsi que l'annexe VI de l'Accord de Bangui est consacrée à la protection des indications géographiques dans les tous les pays membres. L'OAPI a initié un projet pilote sur les indications géographiques avec l'assistance technique de l'OMPI. Ce projet bénéficie, pour sa mise en œuvre, du partenariat technique et financier de la France par le biais de l'INAO et du CIRAD. Huit produits potentiellement intéressants ont été identifiés et font l'objet de l'étude en vue de leur reconnaissance en tant qu'indications géographiques⁷⁵⁹.

⁷⁵⁵ Ce traité permet de demander la protection d'un brevet pour une invention simultanément dans un grand nombre de pays en déposant une demande internationale unique. Parmi les États contractants, le déposant désigne ceux dans lesquels il désire que sa demande internationale produise effet. L'effet d'une demande internationale de brevet dans chaque État désigné est le même que si une demande nationale de brevet avait été déposée auprès de l'office national de cet État.

⁷⁵⁶ Il s'agit du système d'enregistrement international des marques régi par l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques (1891) et du protocole relatif à cet arrangement (1989). Le système permet de protéger une marque dans un grand nombre de pays grâce à l'obtention d'un enregistrement international dont les effets s'étendent à chaque partie contractante désignée.

⁷⁵⁷ Voir Tom Pengelly, *op. cit.*, p. 5.

⁷⁵⁸ Ceci est vrai seulement pour les pays membres de l'OAPI pour lesquels les annexes de l'accord de Bangui constituent la loi nationale de chaque pays. Quant à l'ARIPO, il reste un système d'harmonisation des procédures de protection de la propriété industrielle au sein de l'espace couvert par l'organisation. Du reste, chaque État membre dispose de son système propre de protection de la propriété intellectuelle.

⁷⁵⁹ Il s'agit du haricot du vert du Sourou et du beurre de Karité de Nazinon pour le Burkina Faso; du miel blanc de Oku et du poivre blanc de Penja pour le Cameroun; de l'attiéké de Grand Lahou et des toiles de Korhogo pour la Côte d'Ivoire; du café Ziama et de l'ananas de Manférinyah pour la Guinée; voir Compte rendu de la Conférence Ministérielle sur les Indications Géographiques et les Obtentions Végétales tenue à Ouagadougou du 6 au 7

518. Comme le souligne Denis Croze⁷⁶⁰, un expert de l'OMPI, il n'existe pas d'approche « *one size fits all* »⁷⁶¹ en matière d'assistance technique. Plus particulièrement dans le domaine des indications géographiques, l'assistance technique doit prendre en considération différents facteurs qui existent dans le pays : la nature des produits, l'organisation collective des producteurs, l'implication des parties prenantes, la capacité économique, la préservation de l'environnement, la dimension sociale, le patrimoine culturel, le développement rural, etc.

519. Néanmoins, on remarque que malgré une augmentation de l'aide technique et financière des pays développés et des organisations internationales, l'assistance technique en propriété intellectuelle reste insuffisante. En effet, les besoins en la matière sont énormes pour certains pays en développement, surtout les PMA. Dans la plupart de ces pays, il n'y a pas de système de protection de la propriété intellectuelle, il faut non seulement construire ce système, mais aussi aider ceux qui sont appelés à l'utiliser à le comprendre et à l'accepter. Par exemple, en Afrique sub-saharienne, des systèmes de protection des indications géographiques sont en place⁷⁶² mais ne sont pas utilisés parce que ceux qui sont appelés à les utiliser ne les comprennent pas ou manquent de moyens pour les utiliser.

520. Étant donné la faible capacité en Recherche-développement (R&D) des pays en développement, la protection des droits de propriété intellectuelle bénéficiera, au début, beaucoup plus aux titulaires de droits de propriété intellectuelle étrangers⁷⁶³ qu'aux nationaux. Mais, sans conteste, il est à prévoir qu'avec le temps, les pays en développement pourront également en tirer parti au fur et à mesure qu'ils protégeront et exploiteront leur patrimoine intellectuel. Ils pourront, grâce à un système efficace de protection de la propriété intellectuelle, valoriser leurs indications géographiques et leurs savoirs traditionnels. Dès lors, une assistance technique efficace doit tendre à moderniser les infrastructures nationales en propriété

décembre 2005, http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/compte_rendu_ig_ov_dec_2005.htm, consulté le 3 janvier 2008.

⁷⁶⁰ *Ibid.*, p. 5.

⁷⁶¹ Cette expression anglaise pourrait se traduire par « taille unique ».

⁷⁶² C'est notamment dans l'espace OAPI et dans les pays comme l'Île Maurice et le Zimbabwe.

⁷⁶³ Par exemple, la première indication géographique protégée en vertu de l'annexe VI de l'accord de Bangui est l'appellation d'origine française « Champagne ». Celle-ci est devenue la première indication géographique protégée

intellectuelle et à promouvoir l'éducation des utilisateurs de droits de propriété intellectuelle et des décideurs.

521. En matière d'indications géographiques, les possibilités offertes par l'assistance technique doivent permettre aux pays en développement non seulement de mettre en place des mécanismes juridiques de protection des indications géographiques sur leur territoires, mais aussi de participer pleinement aux négociations visant à renforcer la protection des indications géographiques et saisir ainsi les opportunités offertes par une protection renforcée.

sur l'ensemble du territoire des 16 membres de l'OAPI, (voir : http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/indication_geo_champagne.htm, consulté le 15 décembre 2008).

TITRE II : LES OPPORTUNITÉS OFFERTES PAR UNE PROTECTION RENFORCÉE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

522. Certains commentateurs de l'Accord sur les ADPIC pensent que l'incidence de cet accord sur les pays en développement a été l'accroissement de leurs obligations, en ce sens que ces derniers doivent relever le niveau de protection de la propriété intellectuelle ou mettre en place cette protection si elle n'existe pas. En matière d'indications géographiques, particulièrement, les pays en développement doivent mettre en place des mécanismes juridiques capables d'assurer une protection efficace aux indications géographiques des autres membres de l'OMC (qui sont essentiellement les pays développés). Il est donc évident que la protection des indications géographiques prévue par l'accord sur les ADPIC profite, dans un premier temps, plus aux pays développés qu'aux pays en développement.

523. La quatrième Conférence ministérielle de l'OMC qui a eu lieu à Doha (Qatar) en novembre 2001, a ouvert un nouveau cycle de négociations commerciales baptisé « Programme de Doha pour le développement » (PDD). Ce nouveau cycle vise à poursuivre l'ouverture mondiale des échanges, à élaborer de nouvelles règles multilatérales pour encadrer ces échanges ainsi qu'à renforcer l'aide aux pays en développement afin de favoriser leur intégration dans le commerce mondial. La Déclaration ministérielle issue de cette conférence prévoit des négociations en vue d'accroître la protection d'indications géographiques particulières et examiner les relations entre l'accord ADPIC et la CDB ainsi que les savoirs traditionnels. Il est dès lors intéressant d'examiner la place des indications géographiques dans les négociations portant sur le PDD et leurs incidences sur les pays en développement (CHAPITRE I) afin de proposer les stratégies qu'il convient d'adopter pour promouvoir les indications géographiques dans ces pays (CHAPITRE II).

CHAPITRE I : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES NÉGOCIATIONS PORTANT SUR LE PROGRAMME DE DOHA POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LEURS INCIDENCES SUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

524. La Déclaration ministérielle de Doha⁷⁶⁴ (ci-après dénommée « Déclaration de Doha ») prescrit des négociations dans les domaines très variés tels que l'agriculture, les services, l'accès aux marchés, l'environnement, la propriété intellectuelle, etc. Dans le cadre de cette étude, nous nous intéressons, d'abord, à la Déclaration de Doha par rapport aux questions de propriété intellectuelle et plus spécialement à la question des indications géographiques (Section 1). Nous examinerons, ensuite, les incidences de cette déclaration sur les pays en développement dans le domaine des indications géographiques (Section 2).

Section 1 : La Déclaration de Doha et la question des indications géographiques

525. Dans le domaine de la propriété intellectuelle, la conférence ministérielle de Doha a été marquée par une forte mobilisation des pays en développement et de la société civile concernant la nécessité d'un rééquilibrage entre les droits privés et les préoccupations d'ordre public liées au développement, à l'environnement, à la santé et à la sécurité alimentaire. À l'issue de cette conférence, les représentants des pays membres de l'OMC ont pris plusieurs décisions concernant les droits de propriété intellectuelle. Nous livrons un bref aperçu de ces décisions pour mieux comprendre la préoccupation des pays en développement en matière de propriété intellectuelle (§1) avant d'examiner le contenu de la déclaration de Doha sur la question des indications géographiques (§2).

§1. La préoccupation des pays en développement en matière de propriété intellectuelle

526. La Déclaration de Doha est le résultat d'intenses consultations entre les pays en développement et les pays développés au sujet de la question de la mise en œuvre des accords du Cycle d'Uruguay. En effet, beaucoup de pays en développement considéraient déjà, depuis

⁷⁶⁴ Pour consulter le texte de la Déclaration ministérielle de Doha, voir OMC, Doc. WT/MIN(01)/DEC/1 20 novembre 2001.

l'entrée en vigueur de l'Accord de Marrakech instituant l'OMC, que la question de la mise en œuvre des Accords du Cycle d'Uruguay était un élément central des activités de l'OMC.

Les différents gouvernements membres de l'OMC envisageaient la question de diverses façons. Pour beaucoup de pays en développement, en particulier les PMA, l'insuffisance des capacités a été un obstacle majeur à la mise en œuvre totale des accords du Cycle d'Uruguay. Un manque de ressources financières, humaines et institutionnelles a empêché les gouvernements de ces pays de mettre en application ces accords souvent très complexes. Outre les problèmes de capacité, certains pays en développement estiment que les accords du Cycle d'Uruguay n'ont pas apporté les avantages économiques attendus.

527. Certains pays développés avaient d'abord hésité à intervenir dans le débat sur la mise en œuvre des accords du Cycle d'Uruguay, de hauts fonctionnaires de ces pays estimant que traiter les préoccupations exprimées ces dernières années par les pays en développement revenait à modifier ou renégocier ces accords. Si certains gouvernements se sont dits prêts à envisager cette perspective, ils ont clairement indiqué que les propositions nécessitant de modifier les accords ne pouvaient être examinées que dans le cadre d'un ensemble de négociations plus vaste, englobant des domaines intéressant leurs populations. Les PMA ont fait part de leurs préoccupations au sujet de la tenue de négociations plus complexes, craignant d'avoir du mal à les gérer à moins que l'OMC n'augmente sa capacité de fournir une assistance technique. Ils redoutaient que les problèmes de mise en œuvre ne soient plus nombreux à l'avenir si une telle assistance n'était pas fournie préalablement à toute conclusion du cycle de négociation.

528. Lors de la conférence ministérielle de Doha, les membres de l'OMC ont sorti une « Décision sur les questions et préoccupations liées à la mise en œuvre »⁷⁶⁵. Cette décision tient compte des préoccupations des pays en développement au sujet de la mise en œuvre de certains Accords et Décisions de l'OMC, y compris les difficultés et les problèmes de ressources qui ont été rencontrés dans la mise en œuvre des obligations dans divers domaines. La décision porte sur quatorze points dont un point sur la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC⁷⁶⁶.

⁷⁶⁵ Voir OMC, doc. WT/MIN(01)/17 du 20 novembre 2001.

⁷⁶⁶ Les autres points traités par la décision sont les suivants :

La Déclaration de Doha a adopté un programme de travail vaste comprenant à la fois un programme de négociation élargi et d'autres décisions et activités importantes qui sont nécessaires pour relever les défis auxquels est confronté le système commercial multilatéral⁷⁶⁷. Le programme de travail comprend, entre autres, les questions de mise en œuvre des accords de l'OMC⁷⁶⁸ et les questions de droits de propriété intellectuelle comme la santé publique⁷⁶⁹, les indications géographiques⁷⁷⁰ et le réexamen des dispositions de l'Accord sur les ADPIC⁷⁷¹.

529. Au sujet de la santé publique, les ministres ont souligné l'importance de mettre en œuvre et d'interpréter l'Accord sur les ADPIC d'une manière favorable à la santé publique en promouvant à la fois l'accès aux médicaments existants et l'élaboration de nouveaux médicaments. À cet égard, ils ont adopté une déclaration distincte : c'est la déclaration sur les ADPIC et la santé publique destinée à répondre aux préoccupations concernant les conséquences possibles de l'Accord sur les ADPIC sur l'accès aux médicaments notamment dans les pays en développement. La déclaration distincte proroge jusqu'au 1er janvier 2016 la date limite pour l'application par les pays les moins avancés des dispositions relatives aux brevets pharmaceutiques⁷⁷².

-
- Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT de 1994) ;
 - Accord sur l'agriculture ;
 - Accord sur l'application des mesures sanitaires et phytosanitaires ;
 - Accord sur les textiles et les vêtements ;
 - Accord sur les obstacles techniques aux commerces ;
 - Accord sur les mesures concernant les investissements et liées au commerce ;
 - Accord sur la mise en œuvre de l'article VI du GATT de 1994 ;
 - Accord sur la mise en œuvre de l'article VII du GATT de 1994 ;
 - Accord sur les règles d'origine
 - Accord sur les subventions et les mesures compensatoires ;
 - Accord sur les ADPIC ;
 - Questions transversales ;
 - Questions de mise en œuvre en suspens ;
 - Dispositions finales.

⁷⁶⁷ Voir paragr. 11 de la déclaration.

⁷⁶⁸ Voir paragr. 12 de la déclaration.

⁷⁶⁹ Voir paragr. 17 de la déclaration.

⁷⁷⁰ Voir paragr. 18 de la déclaration

⁷⁷¹ Voir paragr. 19 de la déclaration

⁷⁷² Le conflit entre la protection des droits de propriété intellectuelle et les intérêts des pays en développement a été porté sur la place publique en 2001 à propos de la question de l'accès des pays pauvres aux médicaments essentiels. La déclaration ministérielle concernant l'Accord sur les ADPIC et la santé publique, reconnaît aux pays en développement le droit d'accorder des licences obligatoires aux producteurs nationaux de médicaments génériques et donc de contourner les droits de brevet en cas de crise de santé publique et d'urgence nationale. Toutefois, les licences obligatoires telles qu'elles sont définies dans l'Accord sur les ADPIC empêchent les pays d'importer des médicaments bon marché en pareille situation. Comme cet état de chose peut avoir des effets très négatifs sur de

530. S'agissant des indications géographiques, les ministres sont convenus de négocier l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux et ont chargé le Conseil des ADPIC d'examiner la question relative à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et spiritueux au titre du paragraphe 12 (qui traite des questions de mise en œuvre). Nous reviendrons plus largement sur ce sujet dans le paragraphe 2 ci-après.

531. Quant au réexamen des dispositions de l'Accord sur les ADPIC, la déclaration de Doha donne instruction au Conseil des ADPIC de réexaminer l'article 27:3 b) de l'Accord ADPIC qui traite de la brevetabilité ou non des inventions concernant les végétaux et les animaux, ainsi que de procéder à un examen de l'ensemble de l'Accord prévu à l'article 71:1.

532. Aux termes de la Déclaration de Doha, les travaux du Conseil des ADPIC portant sur ces examens ou sur toute autre question de mise en œuvre devraient aussi considérer les points suivants: la relation entre l'Accord sur les ADPIC et la Convention de l'ONU sur la diversité biologique ; la protection des savoirs traditionnels et du folklore et les autres faits nouveaux pertinents relevés par les gouvernements Membres dans le cadre de l'examen de l'Accord sur les ADPIC. La Déclaration ajoute que dans ces travaux, le Conseil des ADPIC sera guidé par les objectifs (article 7) et les principes (article 8) de l'Accord sur les ADPIC⁷⁷³, et tiendra pleinement compte de la question du développement⁷⁷⁴.

nombreux pays en développement et en particulier sur les PMA, le Conseil des ADPIC a été invité à trouver une solution avant la fin de 2002 (voir WT/MIN(01)/DEC/2). La décision concernant l'accès aux médicaments a été rendue en août 2003 par l'OMC qui éliminait certaines obligations touchant les médicaments et dispositifs médicaux brevetés en matière de commerce international. La décision facilite l'importation par des pays en développement de copies de produits brevetés qu'ils sont incapables de fabriquer eux-mêmes. Il a été recommandé en outre que le délai de transition accordé aux PMA pour appliquer les dispositions de l'Accord sur les ADPIC aux produits pharmaceutiques soit prolongé jusqu'à 2016.

⁷⁷³Les Articles 7 et 8 de l'ADPIC, sont considérés comme fondamentaux pour interpréter de façon plus souple tout l'Accord dans la mesure où tous deux, permettent de trouver un équilibre entre les droits et les obligations. Ils permettent aussi la mise en place de mesures propres à éviter les abus des droits de propriété intellectuelle par les détenteurs du droit et le recours par ces derniers à des pratiques qui entravent le commerce ou affectent négativement le transfert technologique à l'échelle internationale.

⁷⁷⁴ Voir paragr. 19.

§2. La Déclaration de Doha sur la question des indications géographiques

533. La Déclaration ministérielle de Doha sur la question des indications géographiques fait l'objet du paragraphe 18 de ladite déclaration qui est libellé comme suit :

« En vue d'achever les travaux entrepris au Conseil des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Conseil des ADPIC) sur la mise en œuvre de l'article 23:4, nous convenons de négocier l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux d'ici à la cinquième session de la Conférence ministérielle. Nous notons que les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et spiritueux seront traitées au Conseil des ADPIC conformément au paragraphe 12 de la présente déclaration ».

Ce paragraphe porte sur deux sujets intéressant les indications géographiques :

- l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux (A) et
- l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits autres que les vins et spiritueux (B).

A. L'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux

534. La négociation sur l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux découle d'un mandat défini par l'Accord sur les ADPIC en son article 23.4. Cette disposition prévoit qu' « 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 ».

535. C'est dans le cadre de ce mandat que les représentants des pays membres de l'OMC présents à la Conférence de Doha sont convenus de négocier l'établissement d'un système

multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux⁷⁷⁵. Il importe d'examiner le contenu de ce mandat (I) avant d'analyser les différents points de vue sur sa portée (II)

I. Le contenu du mandat de négociation

536. Lors des négociations de l'Accord sur les ADPIC, le sujet des indications géographiques fut particulièrement controversé en ce qui concerne le niveau de protection qu'il convient de leur conférer. Contrairement aux autres droits de propriété intellectuelle comme les brevets où on était habitué aux divergences Nord-Sud, la question des indications géographiques avait créé un clivage Nord-Nord⁷⁷⁶. L'Union Européenne et la Suisse étaient opposées aux États-Unis et ses alliés (Canada, Australie, Argentine...) au sujet du niveau de protection qu'il convenait de donner aux vins et aux spiritueux. Les premières proposaient une protection additionnelle pour les vins et un registre multilatéral des indications géographiques afin de protéger leur agriculture, tandis que les seconds opposaient des exceptions permanentes pour protéger les « droits acquis » sur les dénominations européennes de vins et de spiritueux. Ils ne voulaient pas d'une protection allant au-delà de la simple tromperie du public ou de la concurrence déloyale.

537. À force de concessions et de compromis, la protection additionnelle pour les vins et spiritueux fut obtenue au prix de nombreuses exceptions⁷⁷⁷ tandis qu'aucun accord ne fut trouvé au sujet de l'établissement d'un registre multilatéral des indications géographiques pour ces produits⁷⁷⁸. Pour sortir de l'impasse, il fut convenu que « des négociations seraient menées au Conseil des ADPIC concernant l'établissement d'un système de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins susceptibles de bénéficier d'une protection dans les Membres participant au système »⁷⁷⁹. Cette disposition permettait donc aux négociations sur les

⁷⁷⁵ C'est la Conférence de Doha qui a élargi le mandat de négociation du registre multilatéral des indications géographiques aux spiritueux.

⁷⁷⁶ Voir Alberto F. Ribeiro de Almeida, *art. cit.*, p. 151.

⁷⁷⁷ Ces exceptions font l'objet de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC.

⁷⁷⁸ Voir D. Gervais, *The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis*, 2nd ed., London, Sweet & Maxwell, 2003, p. 203. ; voir aussi Charles E. Hanrahan, « Geographical Indications and WTO Negotiations », *CRS Report for Congress*, received through the CRS web, CRS-3.

⁷⁷⁹ Voir art. 23.4 de l'Accord sur les ADPIC.

indications géographiques d'avancer mais n'était pas une solution satisfaisante, d'autant plus qu'aucun calendrier pour la conclusion de ces négociations n'était prévu.

C'est la Déclaration de Doha qui a précisé le mandat et a fixé l'échéance pour la conclusion des négociations sur la question du registre multilatéral :

« En vue d'achever les travaux entrepris au Conseil des aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Conseil des ADPIC) sur la mise en œuvre de l'article 23:4, nous convenons de négocier l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux d'ici à la cinquième session de la Conférence ministérielle ».

La Cinquième conférence ministérielle de l'OMC s'est tenue à Cancun (Mexique) en septembre 2003 mais comme tout le monde le sait, elle s'est soldée par un échec car elle n'a abouti à aucun accord sur les sujets clés qu'elle était appelée à examiner dont celui justement de la négociation d'un système multilatéral des indications géographiques pour les vins et spiritueux. Un auteur note que l'une des causes de l'échec de la Conférence ministérielle de Cancun fut le fait que l'UE proposait un registre multilatéral pour tous les produits à indication géographique, alors que les États-Unis, le Canada et l'Australie ne voulaient pas entendre parler d'un registre multilatéral allant au-delà des vins et spiritueux⁷⁸⁰.

Malgré la fixation de l'échéance des négociations sur le registre multilatéral (qui n'a pas été respectée) et l'élargissement du mandat aux spiritueux, la portée dudit registre n'a pas été clairement définie, d'où de fortes divergences d'opinions au sein des groupes de pays participants aux négociations.

II. La portée du registre multilatéral des vins et spiritueux

538. Les négociations sur l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux fait ressortir trois propositions différentes : celle de l'Union Européenne qui est diamétralement opposée à celle dite

⁷⁸⁰ Becki Graham, "TRIPS: Ten Years Later: Compromise or Conflict over Geographical Indications", *Syracuse Science & Technology Law Reporter*, Spring, 2005, p.5.

conjointe soutenue par les États-Unis et ses alliés⁷⁸¹ ainsi que celle de Hong Kong (Chine)⁷⁸² qui est considérée comme intermédiaire⁷⁸³.

1. La proposition de l'Union Européenne

539. L'Union Européenne a soumis au Conseil des ADPIC sa première proposition concernant l'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et les boissons spiritueuses en 1998⁷⁸⁴. Cette proposition qui a été soutenue par divers pays tant développés qu'en développement⁷⁸⁵, a été successivement révisée en 2000⁷⁸⁶ et 2005⁷⁸⁷.

540. En résumé, le but de la proposition européenne en faveur d'un registre multilatéral vise à atténuer les coûts pour tous les producteurs cherchant à obtenir une protection des indications géographiques dans le monde entier, en leur permettant d'acquérir un statut juridique dans les pays tiers au moyen d'une procédure centralisée. Un tel registre aiderait, en particulier les pays en développement producteurs qui ont moins de ressources à investir pour revendiquer une telle protection au plan international. La proposition européenne révisée suggère la mise en place d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement auquel les membres de l'OMC peuvent participer volontairement. Ainsi, chaque membre de l'OMC pourra choisir de participer en notifiant au secrétariat de cette organisation les indications géographiques qui sont protégées sur son territoire et pour lesquelles il souhaite une protection dans tous les membres participants au système. Les Membres qui ne notifieront pas leurs indications géographiques dans le cadre du système seront réputés être des "Membres non participants".

541. Chaque Membre participant aura le droit de notifier à l'organe administrant le système chaque indication géographique qui répond à la définition de l'article 22, paragraphe 1^{er} de

⁷⁸¹ Il s'agit d'un groupe de pays développés et en développement suivants : l'Argentine, l'Australie, le Canada, le Chili, El Salvador, l'Équateur, le Guatemala, le Honduras, le Japon, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, la République dominicaine et le Taipei chinois (voir Doc. TN/IP/W/10).

⁷⁸² Voir OMC, Doc. TN/IP/W/8 du 23 avril 2003.

⁷⁸³ Les trois propositions en présence peuvent être consultées dans les documents de l'OMC, notamment : Doc. TN/IP/W/12 du 14 septembre 2005 et Doc. TN/IP/W/12/Add.1 du 4 mai 2007.

⁷⁸⁴ Voir OMC, Doc. IP/C/W/107 du 28 juillet 1998.

⁷⁸⁵ Voir OMC, Doc. TN/IP/W/3 du 24 juin 2002.

⁷⁸⁶ Voir OMC, Doc. IP/C/W/107/Rev.1 du 20 juin 2000.

⁷⁸⁷ Voir Doc. TN/C/W/26, TN/IP/W/11 et WT/GC/W547 du 14 juin 2005.

l'Accord sur ADPIC. En outre, le membre participant au système devra notifier uniquement les indications géographiques qui sont protégées sur son territoire et ne sont pas tombées en désuétude sur ce territoire.

L'organe administrant inscrira les indications géographiques notifiées au registre des indications géographiques. Tout membre disposera du droit d'émettre une réserve motivée auprès de l'organe administrant pour signaler qu'il considère que l'indication géographique notifiée n'est pas admissible au bénéfice de la protection sur son territoire. En l'absence de réserve, le registre des indications géographiques produira des effets juridiques importants tant dans les pays membres participants que non participants ainsi que dans les pays PMA membres. Le registre sera opposable à tous les États membres de l'OMC, qu'ils aient ou non des indications géographiques incluses dans ce registre⁷⁸⁸.

542. Les pays membres participants et non participants au système devront protéger sur leurs territoires les indications géographiques enregistrées. Ils consulteront le registre lors de la prise de décisions concernant l'enregistrement et la protection des marques et des indications géographiques conformément à la législation nationale⁷⁸⁹. L'enregistrement d'une indication géographique créera ainsi une présomption réfragable de l'admissibilité de cette indication géographique au bénéfice de la protection dans tout État membre de l'OMC.

543. S'agissant des PMA membres, le registre ne produira ses effets que lorsque ces Membres seront tenus d'appliquer les dispositions de la section 3 de la Partie II de l'Accord sur les ADPIC relative aux indications géographiques, c'est-à-dire concrètement à la fin de la période de transition octroyée à ces pays pour l'application de l'Accord sur les ADPIC.

544. En plus de cette proposition relative à l'établissement d'un registre multilatéral des vins et spiritueux, l'Union Européenne a présenté, dans le cadre du Groupe de négociation sur l'agriculture, une proposition séparée dite « proposition de récupération », visant à interdire l'utilisation par d'autres pays, d'un nombre limité d'indications géographiques européennes portant sur des produits agroalimentaires. La liste de ces indications géographiques est qualifiée

⁷⁸⁸ Voir Rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle, *préc.*, p. 90.

⁷⁸⁹ Voir OMC, Doc. TN/IP/18 du 9 juin 2008

de liste de récupération « *Clawback list* en anglais » et vise précisément à « relocaliser » les dénominations d'origine européenne utilisées en dehors de l'Union Européenne⁷⁹⁰, soit comme marques, soit comme dénominations génériques. L'idée est, selon Pierre Arhel⁷⁹¹, d'amener les autres membres de l'OMC à renoncer de se prévaloir de l'exception de l'article 24 de l'accord sur les ADPIC.

545. L'Union européenne estime effectivement que l'utilisation des exceptions de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC empêche, dans certains cas, les producteurs européens d'avoir accès aux marchés des pays tiers parce que leurs indications géographiques sont traitées comme des dénominations génériques sur ces marchés ou sont protégées comme des marques d'autres pays. La Commission Européenne fait remarquer à titre d'exemple que les producteurs italiens sont obligés d'identifier leur « Jambon de Parme » par « Jambon n° 1 » au Canada du fait que l'appellation « Jambon de Parme » a été déposée au Canada en tant que marque avant l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC. Il en résulte que l'UE enregistre chaque année des pertes considérables en chiffre d'affaires commercial de l'ordre de 3 millions d'euros⁷⁹². Les producteurs établis en dehors de l'UE profitent ainsi indûment de la réputation acquise de longue date par les produits européens au prix de lourds investissements.

⁷⁹⁰ Voir Doc. JOB(03)12 et IOB(06)190. Ces dénominations sont surtout utilisées dans les pays comme les États-Unis, le Canada, l'Australie, l'Afrique du Sud, le Chili et le Mexique. L'UE a conclu des accords bilatéraux avec ces pays afin de mettre fin progressivement à l'utilisation de certains de ses noms de vins ou de spiritueux. Pour savoir les produits concernés et le calendrier d'abandon de l'utilisation dans les pays concernés : voir Accord entre l'Australie et la CE sur les vins et les spiritueux : <http://www.austlii.edu.au/au/other/dfat/treaties/1994/6.html> ; Accord entre la CE et le Canada sur les vins et les spiritueux : http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0377en01.pdf ; Accord d'Association entre l'UE et le Chili : http://www.sice.oas.org/Trade/chieu_e/cheuin_e.asp ; Accord entre la CE et les États Unis du Mexique sur la reconnaissance réciproque et la désignation des spiritueux : [http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=21997A0611\(01\)&model=guichett](http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=21997A0611(01)&model=guichett) ; Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud sur le commerce du vin : http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/third/index_en.htm ; Accord entre la CE et les États-Unis d'Amérique sur le commerce du vin : http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_087/l_08720060324en00020074.pdf.

⁷⁹¹ P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 11.

⁷⁹² Voir Commission Européenne, « Les indications géographiques sont importantes pour les producteurs européens », <http://www.agrisalon.com/06-actu/article-10789.php>, consulté le 23 octobre 2008.

546. La proposition de récupération a été vivement critiquée par les pays du « nouveau monde »⁷⁹³ comme une tentative protectionniste visant à monopoliser les noms que ces pays considèrent comme génériques. Ils estiment que les propositions tendant à interdire à certains Membres l'utilisation de certains termes rompraient l'équilibre des droits et des obligations atteint difficilement dans l'Accord sur les ADPIC et viderait de leur substance toutes les exceptions énoncées dans cet accord⁷⁹⁴. Il semble que jusqu'à présent aucune véritable discussion n'a été engagée sur la « proposition de récupération » dans le cadre des négociations sur l'agriculture et que les perspectives d'un accord sur cette question qui n'intéresse que l'Union européenne sont incertaines⁷⁹⁵.

2. La proposition conjointe

547. Dans son essence, la proposition dite conjointe est moins ambitieuse⁷⁹⁶ que celle de l'Union Européenne. Elle prône un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et les spiritueux auquel la participation par les membres de l'OMC est strictement volontaire. Aucun Membre ne sera donc tenu d'y participer. Chaque Membre participant peut notifier à l'OMC toute indication géographique qui identifie un vin ou un spiritueux comme étant originaire de son territoire. Contrairement à la proposition de l'Union Européenne, le système d'enregistrement ne sera opposable qu'aux membres de l'OMC qui choisiront de participer au système⁷⁹⁷. Le registre aura la forme d'une base de données consultable en ligne, sans frais ; elle sera accessible à tous les Membres de l'OMC et au public et permettra d'avoir accès aux notifications originales.

Les Membres qui choisiront de ne pas participer sont encouragés à consulter la base de données lorsqu'ils prendront des décisions en vertu de leur droit interne concernant l'enregistrement ou la

⁷⁹³ Il s'agit des pays producteurs de vins et de spiritueux en dehors de l'UE et qui utilisent les noms d'origine européenne pour désigner leurs produits. Ce sont notamment les États-Unis, le Canada, le Chili, l'Argentine, l'Afrique du Sud, l'Australie, etc.

⁷⁹⁴ Voir OMC, Doc. WT/GC/W/546 et TN/C/W/25 du 18 mai 2005, p. 4.

⁷⁹⁵ Voir P. Arhel, « Registre multilatéral... », *art. cit.*, p. 12.

⁷⁹⁶ P. Ravillard et A. Fernandez-Martos, « Les négociations à l'OMC sur les indications géographiques : un enjeu majeur pour l'Union Européenne dans le cadre du programme de Doha pour le développement », *Propr. Intell.*, n° 21, octobre 2006, p. 413 ; P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 10.

⁷⁹⁷ *Ibid.*

protection de marques de fabrique ou de commerce ou d'indications géographiques pour les vins et les spiritueux, mais ils ne sont pas tenus de le faire.

La seule obligation qui pèserait sur chaque membre participant serait celle de « faire en sorte que ses procédures comprennent une disposition prévoyant la consultation de la base de données lorsque des décisions sont prises concernant l'enregistrement et la protection de marques de fabrique ou de commerce et d'indications géographiques pour les vins et les spiritueux, conformément à son droit interne. »⁷⁹⁸.

548. En définitive, les auteurs de la proposition conjointe font valoir que la protection internationale des indications géographiques conférées par l'accord sur les ADPIC est suffisante et qu'un renforcement de cette protection pourrait restreindre la libre circulation des marchandises en créant des obstacles non-tarifaires au commerce⁷⁹⁹.

3. La proposition intermédiaire

549. La proposition de Hong Kong (Chine) est considérée comme étant intermédiaire parce qu'elle cherche à établir un équilibre entre la proposition européenne et la proposition conjointe. Ainsi la participation au système serait volontaire, ce qui signifie que les Membres devraient être libres de participer et de notifier les indications géographiques protégées sur leur territoire. L'obligation d'attribuer des effets juridiques aux enregistrements effectués dans le cadre du système ne serait impérative que pour les Membres choisissant de participer au système.

⁷⁹⁸ Voir OMC, Doc. TN/IP/18 du 9 juin 2008.

⁷⁹⁹ Voir l'OCDE s'est posée la question de savoir si les indications géographiques peuvent être considérées comme des obstacles non tarifaires aux échanges et y a répondu en disant que la réponse dépend en partie de la définition des objectifs de l'indication géographique : « Les indications géographiques, comme les appellations d'origine sont utilisées comme des instruments destinés à protéger l'utilisation de dénominations géographiques spécifiques attachées à un produit, mais non pas à protéger un nom de produit générique. S'il s'agit de protéger un nom générique, il y a un risque de blocage à l'entrée sur le marché. S'il s'agit de la protection d'une dénomination géographique, le risque de blocage à l'entrée sur le marché est le même que celui qui découle de l'utilisation de marques de fabrique bien connues.⁷⁹⁹ Ceci est notamment le cas lorsque l'on compare une appellation d'origine à une marque de certification contenant des normes faisant référence à une zone géographique spécifique. Le problème réside dans la difficulté qu'il y a à s'accorder sur la frontière entre une dénomination géographique qui bénéficie d'une protection en tant que propriété intellectuelle et un nom de produit générique ».

550. En ce qui concerne la notification, les Membres souhaitant participer au système pourraient notifier à l'organe administrant toute indication géographique nationale pour les vins et les spiritueux qui est protégée par la législation nationale, des décisions judiciaires ou des mesures administratives nationales. La proposition est favorable à l'établissement d'un registre des indications géographiques qui serait mis à la disposition du public sur le site Internet de l'OMC pour consultation et recherche. Le registre produirait des effets uniquement dans les membres participants au système.

La preuve de l'inscription au registre des indications géographiques est constatée par un certificat d'enregistrement. L'inscription d'une indication au registre sera admise à titre de preuve *prima facie* de la propriété de l'indication, du fait que l'indication satisfait à la définition donnée à l'article 22:1 de l'Accord sur les ADPIC en tant qu'indication géographique et qu'elle est protégée dans le pays d'origine. Bref, l'inscription d'une indication géographique dans le registre constituerait une présomption d'éligibilité à la protection pour tous les pays participants.

551. On notera que Hong Kong (Chine) n'est pas producteur de vins ou de spiritueux, son intérêt dans les négociations sur le registre multilatéral est d'ordre systémique. Sa préoccupation était que si les négociations sur le registre multilatéral échouaient, cela pourrait mettre en péril tout le « Round » de négociation⁸⁰⁰.

4. Considérations sur les différentes propositions

552. Comme on peut le constater à la lecture de ces trois propositions, les divergences résident non pas dans l'existence même du registre mais dans sa portée et ses conséquences juridiques. D'après la proposition de l'Union Européenne, les indications géographiques incluses dans le registre devraient être protégées dans tous les pays membres de l'OMC⁸⁰¹. Les tenants de la proposition conjointe soupçonnent l'Union Européenne de vouloir imposer son système des

⁸⁰⁰ Voir Thu-Lang Tran Wasescha, "Geographical Indications in the International Arena – The Current Situation", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/15.

⁸⁰¹ Voir OMC, Communication des Communautés Européennes : Doc. TN/C/W/26, TN/IP/W/11 et WT/GC/W547 du 14 juin 2005.

indications géographiques à tous les membres de l'OMC⁸⁰². C'est pourquoi ils proposent un registre qui ne serait qu'une simple base de données qui indiquerait l'existence des indications géographiques dans les pays participants au système sans aucune obligation de protéger ces indications sur leurs territoires.

553. S'agissant de la portée du registre, l'UE voudrait que d'autres produits et non seulement les vins et les boissons spiritueuses puissent être inclus dans le registre⁸⁰³ afin de conférer une protection internationale à ses nombreux produits agricoles et alimentaires. Les références aux vins et spiritueux ainsi que la disposition de l'article 23.4 de l'Accord sur les ADPIC, seraient tout simplement supprimées⁸⁰⁴.

554. Quant aux conséquences juridiques du registre, on rappellera que selon l'article 23.4 de l'Accord sur les ADPIC, le but du registre est de « faciliter la protection des indications géographiques pour les vins ». L'UE croit que la meilleure façon de faciliter la protection des indications géographiques est de leur bénéficier d'une présomption légale d'admissibilité à la protection dans tous les pays membres de l'OMC. La création du registre multilatéral réduirait ainsi les coûts de la procédure de protection des indications géographiques à l'étranger et serait bénéfique aux pays en développement producteurs qui ont moins de ressources à investir pour revendiquer une telle protection au plan international⁸⁰⁵.

555. Les partisans de la proposition conjointe trouvent qu'une telle proposition vise à conférer aux indications géographiques une protection automatique⁸⁰⁶. Ils soutiennent, au contraire, que le fait de « consulter la base de données lorsqu'ils prennent des décisions en vertu de leur droit

⁸⁰² Phil Evans, "Geographic Indications, Trade and the Functioning of Markets", in Meir Perez Pugatch, (ed.), *The Intellectual Property Debate: Perspectives from Law, Economics and Political Economy*, Edward Elgar Publishing, Northampton, 2006, p. 355 et s. L'auteur dresse un réquisitoire contre le système européen des indications géographiques qu'il qualifie d'anti-concurrentiel (voir surtout sa conclusion).

⁸⁰³ Voir OMC, Communication des Communautés Européennes : Doc. TN/C/W/26, TN/IP/W/11 et WT/GC/W547 du 14 juin 2005 ; voir aussi le commentaire de Carsten Fink and Keith Maskus, "The Debate on Geographical Indications in the WTO" in Richard Newfarmer (Ed.), *Trade, Doha and Development: A Window into the Issues*, Washington D.C., The World Bank, 2005, p. 207.

⁸⁰⁴ Voir OMC, Communication des Communautés Européennes : Doc. TN/C/W/26, TN/IP/W/11 et WT/GC/W547 du 14 juin 2005.

⁸⁰⁵ *Ibid.*

⁸⁰⁶ Il s'agit notamment des pays suivants : les États-Unis, l'Argentine, l'Australie, le Canada, le Chili, El Salvador, l'Équateur, le Guatemala, le Honduras, le Japon, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, la République Dominicaine et le Taipei chinois (voir Doc. TN/IP/W/10).

interne concernant l'enregistrement ou la protection de marques de fabrique ou de commerce ou d'indications géographiques pour les vins et les spiritueux » serait suffisant pour faciliter la protection en vertu de l'article 23.4 de l'Accord sur les ADPIC. Ils expriment leur préoccupation au sujet d'un registre à effets contraignants du fait qu'il entraînerait de nouvelles charges administratives et de nouvelles obligations pour les pays membres de l'OMC⁸⁰⁷. À titre d'exemple, ils estiment que les producteurs qui utilisent les indications géographiques européennes seraient obligés de les abandonner et cela entraînerait des coûts importants de réétiquetage et de marketing de leurs produits.

556. Plus particulièrement, l'Australie fait valoir ses inquiétudes au sujet d'un registre aux effets contraignants. Selon ce pays, l'UE semble proposer que le registre facilite la protection universelle des indications géographiques, ce qui confirme que leur proposition prévoit un système plus contraignant que l'Accord sur les ADPIC, or cet accord ne prévoit pas de protection « universelle », étant donné que ses dispositions reposent sur le principe de territorialité, et non sur l'universalité. Ainsi, la proposition européenne prévoit des obligations supérieures à celles que contient l'Accord sur les ADPIC car elle confère aux indications géographiques notifiées dans le registre une présomption de protection dans tous les pays membres, ce qui aurait pour effet de modifier l'équilibre des droits et des obligations instauré dans l'Accord sur les ADPIC⁸⁰⁸.

557. La délégation australienne est d'avis que la proposition conjointe ajouterait, par contre, de la valeur au *statu quo* et faciliterait la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux d'une manière compatible avec le mandat de Doha. Premièrement, la proposition pourrait empêcher un enregistrement indu des marques de fabrique ou de commerce qui comporteraient des indications géographiques étrangères en avertissant les examinateurs de l'existence des indications géographiques étrangères en question, facilitant ainsi le respect de l'article 23:2 de l'Accord sur les ADPIC. Deuxièmement, la proposition conjointe faciliterait la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux en ce sens qu'elle fournirait des renseignements utiles aux examinateurs des demandes de marques lorsqu'ils

⁸⁰⁷ Charles E. Hanrahan, *art. cit.*, CRS-4.

⁸⁰⁸ Voir OMC, Doc. TN/IP/W/12/Add.1 du 4 mai 2007.

examineraient la question de savoir s'ils devraient accorder une marque de certification à une indication géographique. Cela ajouterait de la valeur au système actuel sans que la proposition soit trop ambitieuse sur le plan juridique ou sans créer des charges déraisonnables pour les gouvernements et le secteur industriel⁸⁰⁹.

558. L'UE estime que « L'obligation de consulter le registre, sans qu'un mécanisme garantisse le respect de cette obligation, ne suffirait pas pour faciliter véritablement la protection des indications géographiques, comme le prescrit l'article 23:4 de l'Accord sur les ADPIC »⁸¹⁰. La Suisse ajoute qu'une base de données qui contiendrait simplement des renseignements nationaux serait seulement une source d'information qui ne faciliterait pas la protection des indications géographiques dans d'autres Membres de l'OMC⁸¹¹.

559. Il résulte de toutes ces discussions que les membres de l'OMC sont d'accord sur la nécessité d'un registre multilatéral des indications géographiques mais ils restent divisés sur sa portée, c'est-à-dire sur la question de la participation au système d'enregistrement et aux effets juridiques de ce dernier. L'UE veut un registre capable de protéger toutes ses indications géographiques à l'étranger tandis que les tenants de la proposition conjointe veulent un registre qui n'est rien d'autre qu'une base de données des indications géographiques protégées au niveau national et que l'on peut consulter lorsqu'on veut enregistrer une indication géographique ou une marque de commerce en vertu du droit interne. En réalité, ils craignent qu'un registre aux effets contraignants ne les oblige à protéger les noms européens qu'ils considèrent comme génériques.

Suite à l'échec des négociations du registre sous l'égide de l'OMC, une certaine doctrine pense que la revitalisation de l'Arrangement de Lisbonne pourrait constituer une alternative à cette impasse⁸¹². Il s'agirait, non pas de tenter une nouvelle révision de l'Arrangement de Lisbonne, mais de négocier un protocole à cet arrangement à l'instar de ce qui a été fait pour le système

⁸⁰⁹ Voir OMC, Doc. TN/IP/M/19 du 19 juillet 2008, paragr. 97-98.

⁸¹⁰ Voir OMC, Doc. TN/IP/W/12/Add. 1 du 4 mai 2007, paragr.116.

⁸¹¹ Voir OMC, Doc. TN/IP/M/16, paragr. 147.

⁸¹² Voir Chr. Geiger et al., "Réponse du CEIPI dans le cadre de l'enquête de l'OMPI sur l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international", disponible sur < http://www.ceipi.edu/pdf/actualite/CEIPI_enquete_OMPI_arrangement_Lisbonne.pdf > ; voir aussi J. Audier, « Passé, présent et avenir des appellations d'origine... », *art. cit.*, p. 431.

de Madrid concernant l'enregistrement international des marques. Ce protocole permettrait de sauvegarder le système de Lisbonne tout en levant les obstacles qui limitent l'accès au système d'enregistrement international des appellations d'origine. La question reste de savoir si les États qui boudent l'Arrangement de Lisbonne ratifieraient un tel protocole.

560. Il est vrai que l'établissement d'un registre multilatéral des indications géographiques pourrait renforcer la portée de la protection des indications géographiques incluses dans le registre mais à condition qu'elles soient protégées dans tout État membre de l'OMC. En diminuant les coûts associés à la mise en œuvre de la protection à l'étranger, le registre pourrait devenir un important outil qui augmenterait le niveau de protection des indications géographiques. Les pays en développement pourraient ainsi tirer profit du registre en soutenant l'établissement d'une liste commune des indications géographiques. De l'avis de certains auteurs, il n'y a pas de raison à ce que le registre multilatéral soit limité aux indications de vins et spiritueux et ne soit pas étendu à toutes les indications géographiques répondant à la définition de l'article 22.1 de l'accord sur les ADPIC⁸¹³. Dans cette perspective, l'établissement d'un registre multilatéral inclusif pourrait contribuer à réduire les dispositions discriminatoires dans la protection des indications géographiques⁸¹⁴, car ce sont elles (les dispositions discriminatoires) qui ont poussé certains membres de l'OMC à négocier l'extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits.

B. Les négociations sur l'extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits

561. La question de l'extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits fait l'objet de nombreux débats et continue à diviser les membres de l'OMC. Certains font valoir qu'il n'existe pas de mandat pour négocier cette extension, tandis que

⁸¹³ Voir notamment F. Addor and A. Grazioli, "Geographical Indications beyond Wines and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO/ TRIPS Agreement" *JWIP*, (2002) Vol. 5, n° 6, p. 891 ; J. Watal, *Intellectual Property Rights in the WTO and Developing Countries*, Oxford University Press, New Delhi, 2001, p. 274.

⁸¹⁴ D. Rangnekar, "Geographical indications: a Review of Proposal at the TRIPS Council..." *art. cit.*, p. 22.

d'autres tirent ce mandat de l'interprétation du paragraphe 18 de la déclaration de Doha. Nous présentons ci-dessous les points de vue des uns et des autres.

I. Existe-t-il un mandat de négocier l'extension de la protection des indications géographiques?

562. Contrairement aux négociations du registre multilatéral des vins et spiritueux qui sont menées en vertu d'un mandat explicite, il n'existe pas de mandat clair invitant les membres de l'OMC à négocier l'extension de la protection additionnelle prévue à l'article 23 de l'accord sur les ADPIC à d'autres produits⁸¹⁵. L'article 24.1 demande aux Membres d'engager des négociations en vue d'accroître la protection « d'indications géographiques particulières » au titre de l'article 23. Les Articles 24.1 et 23.4 ont été interprétés comme la base juridique pour relever le niveau de protection et l'extension de la protection additionnelle des vins et spiritueux à d'autres produits, sans modifier l'Accord sur les ADPIC. D'après David Vivas Eugui, les vins et spiritueux bénéficiant déjà du plus haut niveau de protection existant au titre d'indications géographiques, il n'y a pas beaucoup de sens à l'ouverture de négociations internationales en vertu de l'article 23 afin d'améliorer la protection des noms des produits qui sont déjà au plus haut niveau de protection. Par conséquent, le terme « indications géographiques particulières » doit être interprété d'une façon plus large afin d'inclure d'autres produits⁸¹⁶.

563. Au paragraphe 18 de la Déclaration de Doha, il est dit que le Conseil des ADPIC traitera de la question de l'extension conformément au paragraphe 12 de la Déclaration (concernant les questions de mise en œuvre). Le paragraphe 12 dispose que « les négociations sur les questions de mise en œuvre en suspens feront partie intégrante » du programme de travail de Doha, et que ces questions « seront traitées de manière prioritaire par les organes pertinents de l'OMC, qui

⁸¹⁵ Voir P. Ravillard et A. Fernandez-Martos, *art. cit.*, p. 414 ; P. Arhel, « Registre multilatéral des indications géographiques – Travaux récents de l'OMC », *Propr. Industr.* 2009, étude 3, p.11.

⁸¹⁶ Voir D. Vivas-Eugui, "Negotiations on Geographical Indications in the TRIPS Council and their Effect on the WTO Agricultural Negotiations: Implications for Developing Countries and the Case of Venezuela", *JWIP* (2001) vol. 4 no 5, p. 708.

feront rapport au Comité des négociations commerciales [CNC] ... d'ici à la fin de 2002 en vue d'une action appropriée »⁸¹⁷.

Les délégations n'interprètent pas toutes de la même façon le paragraphe 12. Certains pays développés mais aussi ceux en développement font valoir que ces « questions de mise en œuvre en suspens » font déjà partie des négociations et de leur ensemble de résultats (« engagement unique »)⁸¹⁸. D'autres font valoir qu'il n'y a pas de mandat en vue de négocier les « autres questions de mise en œuvre en suspens »⁸¹⁹, que ces questions ne peuvent faire l'objet de négociations que si le CNC décide de les inclure dans les discussions, ce qu'il n'a pas fait jusqu'à présent.

II. Les points de vue des partisans de l'extension

564. En 1997, trois pays (la République Tchèque, l'Inde et la Suisse) ont fait circuler un document informel⁸²⁰ arguant que la protection additionnelle conférée uniquement aux vins et spiritueux en vertu de l'article 23 ne se justifie pas. Ces pays faisaient appel aux discussions au sein de l'OMC afin de voir comment étendre la protection additionnelle reconnue aux vins et spiritueux aux indications géographiques de tous les produits.

En 2000, une proposition formelle⁸²¹ qui demandait l'ouverture des négociations en vue de l'extension de la protection additionnelle prévue à l'article 23 de l'accord sur les ADPIC à d'autres produits à indication géographique fut soumise au Conseil des ADPIC par les pays suivants : Bulgarie, Égypte, Inde, Islande, Kenya, Liechtenstein, Pakistan, République Tchèque,

⁸¹⁷ Selon l'OMC, le terme de "mise en œuvre" désigne d'une manière abrégée les problèmes que rencontrent particulièrement les pays en développement pour mettre en œuvre les Accords de l'OMC en vigueur, c'est-à-dire les accords issus des négociations du Cycle d'Uruguay

(voir http://www.wto.org/french/tratop_f/dda_f/dohaexplained_f.htm, consulté le 18 mars 2009).

⁸¹⁸ Il s'agit des pays suivants: la Bulgarie, la Hongrie, l'Inde, le Kenya, le Liechtenstein, Maurice, le Nigéria, le Pakistan, la République slovaque, la République Tchèque, la Slovaquie, la Slovaquie, Sri Lanka, la Suisse, la Thaïlande, la Turquie et l'UE (voir OMC, « La déclaration de Doha expliquée »,

http://www.wto.org/french/tratop_f/dda_f/dohaexplained_f.htm, consulté le 18 mars 2009.

⁸¹⁹ Par exemple l'Argentine (voir OMC, « La déclaration de Doha expliquée »,

http://www.wto.org/french/tratop_f/dda_f/dohaexplained_f.htm, consulté le 18 mars 2009).

⁸²⁰ Voir WTO, Job n° 4152, 31/7/1997 (Switzerland) ; Job, n° 4486, 4/8/1997 (Czech Republic) ; Job, n° 5023, 16/9/1997 (India).

⁸²¹ Voir OMC, Doc. IP/C/W/204/Rev.1 du 2 octobre 2000.

Slovénie, Sri Lanka, Suisse et Turquie. L'Union européenne n'a pas souscrit à cette proposition pour deux raisons. D'une part, certains pays de l'UE n'étaient pas en faveur de cette extension et, d'autre part, la priorité européenne était la négociation du registre multilatéral pour les vins et spiritueux⁸²².

En 2001, un groupe de pays qu'on qualifie d'« Amis des indications géographiques »⁸²³ ont fait parvenir au Conseil des ADPIC leur proposition d'étendre la protection des indications géographiques pour les vins et spiritueux aux indications géographiques pour d'autres produits⁸²⁴.

Leur proposition était soutenue par les arguments suivants :

- les articles 22 et 23 de l'accord sur les ADPIC prévoient deux niveaux de protection pour un seul et même droit de propriété intellectuelle ;
- l'accord sur les ADPIC n'accorde pas une protection suffisante aux indications géographiques pour les produits autres que les vins et les spiritueux ;
- l'existence de deux niveaux de protection pour les indications géographiques n'est pas justifiée ;
- l'octroi du niveau de protection prévu à l'article 23 de l'Accord aux indications géographiques non seulement pour les vins et les spiritueux mais aussi pour les autres produits, permettrait d'établir une protection uniforme des indications géographiques au niveau multilatéral et de remédier à l'incertitude juridique concernant le niveau de protection accordé par les Membres à une indication géographique particulière.

565. Concernant les niveaux différents de protection des indications géographiques, les « Amis des indications géographiques » attirent l'attention sur le fait que l'article 22 limite la protection des indications géographiques au critère de tromperie, c'est-à-dire aux cas où elles sont utilisées d'une manière qui induit le public en erreur quant à l'origine géographique véritable du produit ou qui constitue un acte de concurrence déloyale, tandis que l'article 23 permet d'empêcher les

⁸²² OMC, Communication des Communautés européennes et de leurs États membres : Doc. IP/C/W/107/Rev.1 du 22 juin 2000.

⁸²³ En anglais, "*Friends of GIs*". Il s'agit de la Bulgarie, le Cuba, l'Égypte, l'Inde, l'Islande, le Liechtenstein, Maurice, le Nigéria, la République Tchèque, Sri Lanka, la Jamaïque, le Kenya, le Pakistan, la Slovaquie, la Suisse, la Turquie et le Venezuela.

⁸²⁴ OMC, Doc. IP/C/W/247/Rev.1 du 17 mai 2001.

concurrents qui ne produisent pas dans la zone géographique concernée d'utiliser l'appellation correspondante à titre d'indication géographique ou de marque. Il n'est donc pas nécessaire, dans ce dernier cas, de prouver que l'utilisation d'une indication géographique induit le public en erreur ou constitue un acte de concurrence déloyale.

566. Il ressort de cette situation que, par rapport à la protection accordée à l'article 23 aux indications géographiques pour les vins et les spiritueux, l'article 22 n'assure pas une protection suffisante aux producteurs qui ont le droit d'utiliser une indication géographique. Les « Amis des indications géographiques » font valoir que l'insuffisance de protection des indications géographiques autres que ceux relatifs aux vins et aux boissons spiritueuses permet à d'autres producteurs de profiter, sans contrepartie, de la réputation d'une indication géographique, puisqu'ils peuvent l'utiliser pour leurs produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué pourvu que la véritable origine soit mentionnée sur l'étiquette. Par exemple la désignation « Jambon de Parme canadien » n'est pas incompatible avec l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC alors le « Champagne canadien » est contraire à l'esprit de l'article 23 du même accord. Un producteur peut ainsi tirer profit de l'utilisation d'une indication géographique renommée tout en prétendant qu'elle n'induit pas le public en erreur. Ils font observer que l'extension à tous les produits du niveau de protection des indications géographiques prévu pour les vins et les spiritueux est dans l'intérêt de tous les Membres de l'OMC et demandent que « le Conseil des ADPIC poursuive les négociations et commence, sans plus attendre, à élaborer les modalités juridiques nécessaires pour combler les lacunes de l'Accord sur les ADPIC dans le domaine de la protection des indications géographiques en vue de trouver une solution satisfaisante pour tous les Membres »⁸²⁵.

567. Répondant aux préoccupations de ces pays, la Déclaration de Doha a, de façon ambiguë, déclaré que les questions relatives à l'extension de la protection additionnelle prévue à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC à tous les produits⁸²⁶ seront traitées par le Conseil des ADPIC. La déclaration est ainsi libellée dans son paragraphe 18: « Nous notons que les questions relatives à l'extension de la protection des indications géographiques prévue à l'article 23 à des produits

⁸²⁵ Voir conclusion du Doc. IP/C/W/247/Rev.1 du 17 mai 2001.

⁸²⁶ Voir OMC, Doc. WT/MIN(01)DEC/1 du 14 novembre 2001, paragr. 18.

autres que les vins et spiritueux seront traitées au Conseil des ADPIC conformément au paragraphe 12 de la présente déclaration ». Ce paragraphe est d'autant plus ambigu qu'elle ne constitue pas un mandat explicite pour négocier et qu'elle renvoie aux « questions de mise en œuvre en suspens » dont l'interprétation est déjà sujette à controverse.

568. En 2002, l'Union Européenne a rejoint le camp des partisans de l'extension de la protection des indications géographiques en adhérant à la communication du 19 juin 2002 que la Suisse a fait parvenir au secrétariat de l'OMC au nom des délégations des pays membres favorables à cette extension⁸²⁷. Cette communication contient, outre les arguments en faveur de l'extension, les lignes directrices pour la négociation sur l'extension. Ces dernières sont formulées comme suit :

« (...)

- a) la protection conférée par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC s'appliquera aux indications géographiques pour tous les produits ;
- b) les exceptions figurant à l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC s'appliqueront *mutatis mutandis* ;
- c) le registre multilatéral qui sera établi sera ouvert aux indications géographiques pour tous les produits ».

569. Dans leur communication du 29 novembre 2002, l'UE et les « Amis des indications géographiques » ont soumis la proposition⁸²⁸ contenant ces lignes directrices au CNC en vue de les inclure dans le rapport du Conseil des ADPIC. Lors de la préparation de la Sixième Conférence ministérielle de l'OMC qui s'est tenue à Hong Kong (Chine) en décembre 2005, les pays favorables à l'extension ont exprimé le souhait que la conférence établisse un mandat de négociation en se référant aux lignes directrices de négociation proposées dans leur communication du 29 novembre 2002⁸²⁹. La conférence n'a pas réussi à établir ce mandat suivant ces propositions, elle s'est bornée à inviter le Directeur général de l'OMC à intensifier le

⁸²⁷ Voir OMC, Doc. IP/C/W/353 du 24 juin 2002.

⁸²⁸ Voir OMC, Doc. TN/C/W/7 du 29 novembre 2002 : proposition présentée par la Bulgarie, Chypre, les Communautés européennes, la Géorgie, la Hongrie, l'Inde, la Jamaïque, le Kenya, le Liechtenstein, Malte, Maurice, le Nigéria, le Pakistan, la Slovaquie, la République tchèque, la Roumanie, la Slovénie, Sri Lanka, la Suisse, la Thaïlande et la Turquie.

⁸²⁹ Voir OMC, Doc. TN/C/W/7 du 29/11/2002.

processus de consultation⁸³⁰. La proposition en faveur de l'extension de la protection des indications géographiques s'est en effet heurtée à une contre-proposition des pays qui s'opposent à cette extension.

III. Le point de vue des opposants à l'extension

570. A la suite de la communication distribuée par les membres partisans de l'extension, l'Australie, le Canada, les États-Unis, le Guatemala, la Nouvelle-Zélande, le Paraguay et les Philippines ont fait parvenir au Conseil des ADPIC une contre-proposition visant à démontrer que l'extension n'aurait pas d'effet bénéfique significatif et qu'elle créerait plutôt de nouvelles difficultés⁸³¹. D'autres pays se sont joints à cette contre-proposition : l'Argentine, le Chili, la Colombie, El Salvador, l'Équateur, le Honduras, le Panama, la République Dominicaine et le Taïpei chinois⁸³².

571. Les arguments des pays qui sont défavorables à l'extension de la protection des indications géographiques sont présentés dans différents documents de l'OMC⁸³³. En résumé, ces pays allèguent qu'il n'a pas été démontré que la protection existante pour les indications géographiques au titre de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC n'est pas suffisante, d'autant plus que tous les Membres n'ont pas pleinement mis en œuvre les niveaux de protection existants au titre de cet article⁸³⁴. L'objectif de l'article 22 est de trouver l'équilibre approprié entre les différents protagonistes ayant un intérêt à la protection des indications géographiques. Dès lors, « En subordonnant la protection des indications géographiques prévue à l'article 22 à l'application du critère de l'utilisation trompeuse ou constituant un acte de concurrence déloyale, l'Accord sur les ADPIC instaure un équilibre entre les droits des consommateurs, ceux des producteurs et l'intérêt général »⁸³⁵.

⁸³⁰ Voir P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 10.

⁸³¹ Voir OMC, Doc. IP/C/W/289 du 29 juin 2001 et IP/C/W/360 du 26 juillet 2002.

⁸³² Voir OMC, Doc. IP/C/W/395 du 10 décembre 2002.

⁸³³ Voir OMC, Doc. WT/GC/W/546 et TN/C/W/25 du 18 mai 2005.

⁸³⁴ Voir OMC, Doc. IP/C/W/289 *préc.*, p. 2.

⁸³⁵ Doc. IP/C/W/289 *préc.*, p. 8..

572. En outre, les pays défavorable à l'extension de la protection ont des objections concernant les charges que cette extension imposerait aux gouvernements (charges administratives et financières), aux producteurs (coûts associés à la rupture des échanges et de la production) et aux consommateurs (coûts associés au fait qu'ils sont induits en erreur) ainsi que le déséquilibre qui résulterait du fait que quelques Membres auraient ainsi des centaines d'indications géographiques et obligerait la majorité des Membres qui n'en ont que peu ou pas du tout à les protéger sur leurs territoires, avec tous les coûts que cela entraînerait. Par conséquent, les gains sous forme d'augmentation des prix sur les marchandises protégées ne compenseraient pas les coûts administratifs et financiers liés à la mise en place d'un système de protection.

573. Au sujet du risque de devenir des termes génériques que l'article 22 fait courir aux indications géographiques, en permettant qu'elles soient accompagnées d'expressions telles que "style" et "genre", le groupe des pays défavorables à l'extension réplique ironiquement qu'« En fait, bien loin de diminuer la valeur marchande d'une indication géographique, l'imitation libre et loyale du produit a souvent pour effet d'en augmenter la valeur intrinsèque (et le caractère avantageux) »⁸³⁶.

574. Enfin, ils allèguent que la plupart des noms des produits alimentaires qui peuvent être historiquement originaires d'une région particulière et dont l'UE revendique la paternité sont aujourd'hui devenus des termes génériques. Dès lors, leur protection internationale conférerait un monopole injustifié aux producteurs européens au préjudice de ceux qui utilisent ces noms dans le marketing de leurs propres produits⁸³⁷.

IV. La réponse aux arguments des opposants à l'extension

575. Le groupe des pays favorables à l'extension trouve que les arguments des pays défavorables à cette extension ne sont pas suffisamment justifiés. En ce qui concerne le niveau de protection

⁸³⁶ *Ibid.*, p. 7.

⁸³⁷ Voir Becki Graham, *art. cit.*, p. 6. D'un point de vue nord-américain, les indications géographiques sont des outils du protectionnisme et constituent potentiellement des barrières non-tarifaires. Voir à ce sujet : Anders and J.A. Caswell, "The Benefits and Costs of Proliferation of Geographical Labelling for Developing Countries", Working Paper, <http://people.umass.edu/resec/workingpapers/documents/ResEcWorkingPaper2008-7.pdf>, consulté le 12 novembre 2009, voir spécialement p. 13 ; T. Josling, *art. cit.*, spécialement pp. 340-343.

des indications géographiques existante, la protection prévue à l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC (qui est la seule protection existante pour les indications géographiques de produits autres que les vins et spiritueux), est jugée insuffisante. En effet, les dispositions actuelles de l'article 22 n'empêchent pas les entreprises concurrentes d'utiliser dans le cours du commerce, de fausses indications géographiques pour désigner les produits qui ne sont pas originaires du lieu indiqué⁸³⁸. Par exemple, il est parfaitement licite, en vertu de l'Accord sur les ADPIC, d'étiqueter son riz « *Indian style Basmati rice* ». En revanche, l'article 23 interdit l'utilisation d'une indication géographique de vins ou de spiritueux associée à un « délocalisant » indiquant l'origine réelle du produit ainsi que l'utilisation en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « style », « imitation » ou autres expressions similaires⁸³⁹.

576. Il faudrait, selon les partisans de l'extension, supprimer ce déséquilibre en étendant à tous les produits la protection accordée aux vins et spiritueux tout en préservant, au moyen des exceptions prévues à l'article 24, le nécessaire équilibre entre les intérêts des parties concernées⁸⁴⁰. Du moment que les indications géographiques sont des droits de propriété intellectuelle au même titre que les marques, les brevets, les dessins et modèles industriels, et qu'aucun de ces droits n'établit de discrimination entre des catégories de produits aux fins de l'octroi d'une protection effective, il n'y a, dès lors, aucune raison commerciale, économique ou juridique de réserver la protection effective aux indications géographiques concernant les vins et spiritueux et de ne pas l'accorder aussi aux indications géographiques concernant tous les autres produits⁸⁴¹. Un auteur écrit que la différence de traitement selon la nature des produits est une anomalie dans le régime de la propriété intellectuelle établi par l'Accord sur les ADPIC et constitue une discrimination qui n'a aucune justification de fond⁸⁴².

⁸³⁸ On n'estime que dans ce cas le public n'est pas induit en erreur puisque la véritable origine est clairement indiquée. Reste à prouver que cette utilisation constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 bis de la CUP. Là l'issue du procès est incertaine car, la charge de la preuve incombe au producteur qui s'estime lésé qui doit prouver le préjudice subi devant les juridictions étrangères qui interprètent différemment la notion de concurrence déloyale.

⁸³⁹ OMC, Doc. IP/C/W/353, paragr. 13 ; TN/C/W/14, page 2 ; JOB(05)/61, page 4.

⁸⁴⁰ OMC, Doc. IP/C/W/353, paragr. 4 et 12 ; République Slovaque, IP/C/M/38, paragr. 137 et 138 ; JOB(03)/119, pages 5 et 6.

⁸⁴¹ OMC, Doc. TN/C/W/14, page 1.

⁸⁴² Voir Suresh C. Srivastava, "Geographical Indications and Legal Framework in India", *Economic and political Weekly*, Vol. 38, No 38, September 2003, p. 4026.

577. Quant à la question des charges administratives que l'extension imposerait aux États membres, notamment les pays en développement, ainsi qu'aux producteurs et aux consommateurs, les partisans de l'extension font valoir que la protection au titre de l'article 23 épargnerait les utilisateurs légitimes des indications géographiques d'engager des procédures coûteuses pour démontrer l'existence d'une confusion chez les consommateurs, impliquant la réalisation de sondages d'opinion onéreux et souvent peu concluants. Le critère de l'article 23 est plus objectif et les décisions judiciaires seraient plus uniformes et harmonieuses, puisque la décision finale ne serait pas laissée à l'appréciation du juge sur le point de savoir si le public avait effectivement été induit en erreur⁸⁴³. Par ailleurs, le critère exigeant que le public ait été induit en erreur, prévu à l'article 22, n'est pas suffisamment clair et pourrait donner lieu à de longues palabres juridiques⁸⁴⁴. Dès lors, offrir aux petits producteurs et entreprises la protection conférée par l'article 23, moins coûteuse et plus sûre sur le plan juridique, leur donnerait un meilleur moyen d'empêcher l'utilisation abusive de leurs indications géographiques à l'étranger. La charge de prouver que le public est induit en erreur ou qu'il y a concurrence déloyale serait ainsi écartée⁸⁴⁵. L'extension n'imposerait pas non plus aux membres de l'OMC de nouvelles règles puisque tous ont déjà l'obligation d'appliquer l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC. Il suffirait donc d'appliquer à tous les produits les règles déjà en vigueur en application de l'article 23 et les exceptions prévues à l'article 24 s'appliqueraient *mutatis mutandis*.

578. Quant au souci de déséquilibre entre les membres de l'OMC titulaires de nombreuses indications géographiques et ceux qui n'en ont que quelques unes, les pays favorables à l'extension réagissent que ce n'est pas le nombre d'indications géographiques par pays qui devrait être pris en compte pour évaluer le mérite d'une protection renforcée, mais le potentiel économique d'une indication géographique protégée efficacement. Si l'on considère par exemple le cas du Sri Lanka dont l'unique indication géographique « Ceylon Tea » représente 70% des exportations agricoles du pays et rapporte à peu près 750 millions de dollars par an⁸⁴⁶, on

⁸⁴³ OMC, Doc. IP/C/W/353, paragr. 13 ; TN/C/W14, page 2 ; Suisse, consultations du DGA, 7 février 2005 ; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragr. 12.

⁸⁴⁴ OMC, Doc. IP/C/M/35, paragr. 166 ; IP/C/W/353, paragr. 4.

⁸⁴⁵ OMC, Doc. IP/C/M/37/Add.1, paragr. 167 ; WT/GC/W/540/Rev.1 et TN/C/W/21/Rev.1, paragr. 6.

⁸⁴⁶ Voir Swarnim Waglé, "Geographical Indications as Trade-Related Intellectual Property: Relevance and Implications for Human Development in Asia-Pacific", Discussion Paper, UNDP Asia-Pacific regional Centre in

comprend le bien-fondé de la position des partisans de l'extension. Même si le potentiel économique d'une protection renforcée des indications géographiques est actuellement mal connu au niveau national et international, il pourrait augmenter au fur et à mesure que les producteurs prennent conscience de la valeur commerciale des indications géographiques⁸⁴⁷.

En vue de faire avancer les négociations et de trouver un accord sur la question de la protection des indications géographiques, l'UE a essayé d'assouplir sa position mais elle se heurte toujours à la rigidité de celle des États-Unis et ses alliés.

V. L'assouplissement de la position de l'UE face à la rigidité de celle des États-Unis et ses alliés

579. Le Cycle de Doha avait été programmé pour être conclu à la fin de l'année 2004. L'échec de la conférence ministérielle de Cancun a montré qu'une conclusion rapide sur la question des indications géographiques n'est pas pour demain, car les Membres restent profondément divisés et aucune solution n'est en vue, même si les pays sont prêts à poursuivre le débat. En juillet 2008, un groupe de Membres de l'OMC⁸⁴⁸ a soumis au CNC un document intitulé « Projet de modalités concernant les questions liées aux ADPIC » par lequel ils demandaient l'adoption d'une « décision procédurale » qui ouvrirait la voie à des négociations parallèles sur trois questions relatives à la propriété intellectuelle. Ces questions concernent respectivement, le registre des indications géographiques, l'extension de la protection des indications géographiques à tous les produits ainsi qu'une proposition en vertu de laquelle les déposants d'un brevet seraient tenus de divulguer l'origine des ressources génétiques et des savoirs traditionnels utilisés dans leurs inventions⁸⁴⁹. Le texte de ce document prévoit que des négociations fondées sur des textes seront

Colombo, January 2007, p. 31. Disponible sur :

http://www.undprcc.lk/Publications/Publications/TRADE/GI_Paper_13_Dec.pdf, visité le 28 mai 2009.

⁸⁴⁷ Voir O'Connor and Company, « Les indications géographiques et leurs enjeux pour les pays ACP », AGRITRADE, Document de travail, <http://agritrade.cta.int>, consulté le 11 février 2009 ; voir aussi P. Ravillard et A. Fernandez-Martos, art. cit., p. 407.

⁸⁴⁸ Il s'agit des pays suivants : l'Albanie, le Brésil, la Chine, la Colombie, les Communautés européennes, l'Équateur, l'ex-République yougoslave de Macédoine, l'Inde, l'Indonésie, l'Islande, le Liechtenstein, le Pakistan, le Pérou, la République Kirghize, Sri Lanka, la Suisse, la Thaïlande, la Turquie, le Groupe ACP et le Groupe africain (voir OMC, Doc. TN/C/W/52 du 19 juillet 2008).

⁸⁴⁹ Voir OMC, Doc. TN/C/W/52 du 19 juillet 2008.

menées dans le cadre des sessions extraordinaires du Conseil des ADPIC et en tant que partie intégrante de l'« engagement unique », en vue d'amender l'Accord sur les ADPIC et résoudre ainsi chacune des trois questions susmentionnées. Il est intéressant de noter que le document recommande que le traitement spécial et différencié, ainsi que les mesures spéciales en faveur des pays en développement, et en particulier des PMA, feraient partie intégrante des négociations dans les trois domaines susmentionnés.

580. Cette proposition de modalités de négociations présente beaucoup d'intérêts pour les pays en développement car, en voulant négocier parallèlement les trois questions (les deux questions relatives aux indications géographiques et la question du rapport entre l'accord sur les ADPIC et la CDB), ils espèrent ainsi pouvoir faire reconnaître sur le plan international leurs indications géographiques qui sont souvent liées aux savoirs traditionnels de leurs peuples et à la diversité biologique de leurs régions. Cette nouvelle proposition s'est, bien évidemment, heurtée à l'opposition des tenants de la proposition conjointe, faisant valoir en particulier que le seul mandat est celui de négocier le registre multilatéral. L'échec de la « Mini-ministérielle » de Genève⁸⁵⁰ n'a pas permis à la proposition de « modalités de négociations » d'aboutir car il a entraîné la suspension de toutes les négociations du PDD. Cependant, cette suspension est intervenue au moment où l'Union Européenne venait d'assouplir sa position initiale sur les indications géographiques⁸⁵¹.

581. On se souviendra que la proposition initiale de l'Union Européenne se résume en trois points :

- la négociation d'un registre multilatéral aux effets contraignants ;

⁸⁵⁰ Le nom de « Mini-ministérielle » de Genève a été donné la Conférence des ministres du commerce de 40 pays membres de l'OMC sur les 153 que comptait l'organisation. La conférence s'est tenue du 21 au 29 juillet 2008 et devait chercher des compromis sur les règles de libéralisation de l'agriculture et des biens industriels, afin de rendre possible la conclusion du Cycle de négociations commerciales de Doha dans un avenir prévisible. La conférence s'est tenue sur fond de divergences sur la réduction des subventions agricoles et sur les tarifs industriels, de même que sur l'accès aux marchés des produits agricoles dans les pays en développement. Elle s'est soldée par un échec suite à l'échec de négociations sur la question du « Mécanisme de sauvegarde spéciale » (MSS). Le MSS est, selon l'ICTSD, un remplaçant amélioré de l'ancienne « Clause de sauvegarde spéciale », qui permet aux pays en développement de rehausser les tarifs au-delà des niveaux consolidés pour protéger les agriculteurs contre la chute des prix intérieurs résultant de la concurrence des importations. C'est une mesure commerciale permettant un traitement spécial et différencié pour protéger le secteur agricole des pays en développement contre les effets spécialement déstabilisateurs des poussées d'importation et du marasme des prix. Pour mieux comprendre ce mécanisme, voir ICTSD, « Après le fiasco : Repenser le Mécanisme de sauvegarde spéciale pour l'agriculture les pays en développement », <http://ictsd.net/i/news/37697/>, consulté le 20 mars 2009 ; voir aussi Passerelles, Genève au quotidien, 30 juillet 2008, http://ictsd.net/downloads/2008/07/passerelles_pdf_10.pdf, consulté le 20 mars 2009.

- l'extension à tous les produits de la protection additionnelle réservée aux vins et spiritueux par l'article 23 de l'accord sur les ADPIC et
- l'interdiction d'utilisation par d'autres pays d'un nombre limité d'indications géographiques européennes portant sur des produits agroalimentaires (« proposition de récupération »)

La révision à la baisse de la proposition européenne ne porte cependant que sur le registre multilatéral et la clause de récupération.

582. Pour le registre multilatéral, l'UE a substantiellement réduit les effets juridiques initialement proposés. D'abord, les pays membres participants seraient ceux qui détiennent une certaine part du commerce international. Ceux-ci ne seraient tenus de consulter le registre multilatéral que lorsqu'ils prendraient « des décisions concernant l'enregistrement et la protection de marques de fabrique ou de commerce et d'indications géographiques » sur la base du droit national⁸⁵². Cette nouvelle position se rapproche de celle des tenants de la proposition conjointe car elle ne fait plus de distinction entre pays membres participants et pays membres non participants, ce qui réduit sensiblement les effets juridiques du registre. Celui-ci ne devrait s'appliquer qu'aux pays membres qui souhaitent participer au système, ce qui correspond au point de vue des auteurs de la proposition conjointe⁸⁵³. Ensuite, en cas d'opposition, il ne serait plus nécessaire d'engager une action à l'OMC dans un délai donné, c'est-à-dire 18 mois, mais à tout moment et tout Membre pourrait prendre des décisions selon son propre système national. Cela éliminerait, d'après la délégation des CE, tous les coûts et charges liés au registre⁸⁵⁴. Enfin, la délégation de l'UE souligne que la présomption réfragable selon laquelle l'enregistrement d'une indication géographique entraînerait l'admissibilité de cette indication géographique au bénéfice de la protection dans tout État membre de l'OMC n'a pas pour effet d'introduire un système de protection automatique dans tous les pays membres de l'OMC, comme le craignent les auteurs de la proposition conjointe. Au contraire, ce que l'UE suggère, c'est que ceux qui demandent

⁸⁵¹ Voir OMC, Doc. TN/IP/M/19 du 19 juillet 2008.

⁸⁵² Voir P. Arhel, « Registre multilatéral... », *art. cit.*, p. 12.

⁸⁵³ Voir P. Arhel, « Registre des indications géographiques : la Communauté européenne assouplit sa position à l'OMC », *Petites Affiches*, no 177, 4 septembre 2009, p. 9.

⁸⁵⁴ Voir OMC, Doc. TN/IP/M/19 *préc.*, paragr. 9.

qu'une exception leur soit appliquée doivent le prouver. Ainsi, il appartiendrait à celui qui se prévaut du caractère générique d'une indication géographique d'en apporter la preuve, au lieu que ce soit pour le titulaire du droit violé d'établir l'absence de caractère générique⁸⁵⁵. Une telle proposition devrait également profiter aux pays en développement qui verraient les coûts de la procédure judiciaire liés à la défense de leurs indications géographiques sensiblement réduits. En janvier 2008, la Chine s'est montrée favorable envers la nouvelle proposition de l'UE à condition que le registre multilatéral soit ouvert à tous les produits⁸⁵⁶.

583. S'agissant de la « proposition de récupération », l'UE a accepté que le système proposé n'ait pas d'effet rétroactif: « aucun nom ne devrait être abandonné à la suite d'un accord. Contrairement à ce que prétendaient souvent ses détracteurs, les propositions des CE étaient prospectives et ne visaient pas à corriger l'histoire »⁸⁵⁷. En d'autres termes, l'UE abandonne la « proposition de récupération » dans laquelle elle faisait cavalier seul.

584. En fin de compte, le débat sur la protection des indications géographiques est d'autant plus complexe qu'il ne constitue pas un débat Nord-Sud. Tous les camps dans les négociations sur le registre multilatéral et sur l'extension de la protection des indications géographiques comprennent aussi bien les pays développés que ceux en développement. C'est une preuve que la question des indications géographiques représente un enjeu majeur tant pour les pays développés que pour les pays en développement⁸⁵⁸. Pour ces derniers, il est intéressant d'examiner les incidences que la déclaration de Doha peut avoir sur eux dans le domaine des indications géographiques.

⁸⁵⁵ Voir P. Arhel, « Registre multilatéral... », *art. cit.*, p. 12 ; OMC, Doc. TN/IP/M/19, *préc.*, paragr. 127.

⁸⁵⁶ Voir S. Laborie, *art. cit.*, p. 114.

⁸⁵⁷ Voir OMC, Doc. TN/IP/M/19, *préc.*, paragr. 9.

⁸⁵⁸ Sur l'ensemble de cette question, voir F. Addor, N. Thumm et A. Grazioli, « Indications géographiques : des enjeux importants pour les pays industrialisés et en voie de développement », *The IPTS Report*, n° 74, mai 2003 ; IPC, « Geographical Indications », Discussion paper, August 2003.

Section 2 : Les incidences de la déclaration de Doha sur les pays en développement dans le domaine des indications géographiques

585. Il sied de rappeler qu'au début des négociations du cycle d'Uruguay, presque tous les pays en développement étaient hostiles à l'idée d'intégrer les questions relatives à la protection de la propriété intellectuelle dans les négociations car ils se méfiaient de toute extension de leurs obligations en la matière⁸⁵⁹. Toutefois, durant la Conférence ministérielle de Doha, un nombre significatif de pays en développement sont devenus « demandeurs »⁸⁶⁰ concernant certains domaines de la propriété intellectuelle, tels que les brevets⁸⁶¹, les savoirs traditionnels et les indications géographiques.

586. Dans le domaine des indications géographiques, un nombre croissant de pays en développement se montrent particulièrement actifs dans les négociations sur l'établissement du registre multilatéral des indications géographiques et l'extension à tous les produits de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC. Certains membres Africains demandent que la protection des indications géographiques soit étendue aux produits présentant un intérêt stratégique pour eux, par exemple ceux de

⁸⁵⁹ Voir P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 11.

⁸⁶⁰ Voir S. Escudero, *art. cit.*, p. 34.

⁸⁶¹ On peut mentionner par exemple la question de la brevetabilité des végétaux et animaux et celle de la protection de la santé publique. Pour la première question, certains pays en développement soulignaient le manque de clarté de l'article 27-3 b de l'accord sur les ADPIC qui dispose que : « Les membres pourront exclure de la brevetabilité (...) les végétaux et les animaux autres que les micro-organismes, et les procédés essentiellement biologiques d'obtention de végétaux ou d'animaux, autres que les procédés non biologiques et microbiologiques. Toutefois, les Membres prévoient la protection des variétés végétales par des brevets, par un système sui generis efficace, ou par une combinaison de ces deux moyens (...) ». Ils proposaient de modifier cette disposition afin de lever les incertitudes juridiques relatives à la portée de la brevetabilité. Ils proposaient ainsi que les organes ou parties de végétaux et d'animaux ne soient pas brevetables (voir P. Arhel, « Cycle de Doha... », *art. cit.*, p. 1988. S'agissant de la deuxième question, les pays en développement ont soulevé la question de l'accès aux médicaments. En effet, ces pays ne disposent pas de capacité de production adéquate pour faire face aux besoins de santé publique. Bien qu'ils peuvent s'approvisionner auprès des pays ayant délivré une licence obligatoire pour la production de médicaments génériques comme l'Inde et le Brésil, ils se heurtent néanmoins aux restrictions imposées par l'article 31 f de l'Accord sur les ADPIC qui dispose que l'utilisation du brevet sans autorisation du détenteur du droit sera autorisée principalement pour l'approvisionnement du marché intérieur du Membre qui a autorisé cette utilisation. Sous la pression des pays en développement, la Conférence de Doha a donné mandat au Conseil des ADPIC pour trouver une solution à ce problème avant la fin de 2002.

l'agriculture ou de l'artisanat⁸⁶². Les professeurs S. Anders et J.A. Caswell écrivent que la raison principale qui pousse les pays en développement à soutenir l'extension de la protection des indications géographiques à tous les produits est de pouvoir empêcher le détournement des termes qui servent à désigner les produits dans lesquels ils ont un intérêt commercial, traditionnel ou national particulier⁸⁶³. En effet, les indications géographiques sont perçues comme des outils de promotion des exportations des produits locaux (§1) et comme des moyens juridiques de protection des savoirs traditionnels (§2).

§1. Les indications géographiques comme outils de promotion des exportations des produits locaux

587. Les indications géographiques sont devenues depuis l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC, un outil de marketing important tant pour les producteurs que les exportateurs. Des études ont montré que la plupart des produits dont les dénominations sont protégées par une indication géographique sont exportés. Comparés aux produits de même nature lorsqu'ils se rencontrent sur un même marché, les produits identifiés par une indication géographique coûtent plus chers. Par exemple, les fromages français protégés par une appellation d'origine se vendent en moyenne 2 euros de plus au kilo que les autres fromages français ; le prix de vente du « poulet de Bresse » est quatre fois supérieur à celui du poulet français ordinaire⁸⁶⁴. Le prix de l'huile d'olive « Toscano » a augmenté de 20% depuis l'enregistrement de ce produit en 1998⁸⁶⁵. On pourrait se poser la question de savoir pourquoi les produits bénéficiant d'une indication géographique dégagent une plus-value par rapport aux produits standards. Plusieurs raisons peuvent expliquer cette supériorité.

588. La libéralisation des échanges a permis la rencontre sur le marché de nombreux produits de plus en plus standardisés. Le souci de protection de la santé causé par la survenance de nouvelles maladies qui se transmettent par la consommation de certains aliments (la maladie de la vache

⁸⁶² OMC, Doc. WT/GC/W/302 du 6 août 1999, Communication du Kenya au nom du Groupe africain, paragr. 27.

⁸⁶³ S. Anders and J.A. Caswell, *art. cit.*, p. 8.

⁸⁶⁴ Voir Commission européenne, « Quel est pour nous l'importance des indications géographiques? », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006.

⁸⁶⁵ Commission européenne, <http://www.agrisalon.com/06-actu/article-10789.php>, consulté le 7 juillet 2006.

folle, la dioxine) et l'utilisation de méthodes de production qui n'inspirent pas confiance (manipulation des gènes des plantes ou des animaux) ont amené les consommateurs, à exiger une information claire et complète sur la traçabilité des produits qui leur sont proposés. L'origine et la qualité sont ainsi devenues des facteurs de différenciation. Les enquêtes ont révélé que les consommateurs sont prêts à payer un prix élevé pour les produits dont ils connaissent l'origine ou dont la qualité est certifiée⁸⁶⁶.

589. Le prix relativement élevé des produits protégés par une indication géographique par rapport à ceux qui ne le sont pas, peut également être justifié par les coûts de production supérieurs⁸⁶⁷. La sélection des ingrédients, les méthodes de production et de conditionnement et le processus de vérification afin de préserver les spécificités du produit fini ont certainement un coût que ne supportent pas les autres produits de même nature. Ce coût doit être amorti par un prix relativement élevé⁸⁶⁸.

590. Les indications géographiques permettent aux producteurs d'offrir sur le marché des produits diversifiés, ayant des caractéristiques spécifiques clairement identifiables. Ils permettent une différenciation objective des produits et contribuent à réguler la concurrence dans la mesure où les produits présentent les mêmes caractéristiques⁸⁶⁹. Il en résulte que, dans un contexte de libéralisation des échanges, la protection des indications géographiques peut être un moyen d'accéder au marché pour les pays en développement⁸⁷⁰. Pour ces derniers, l'extension de la protection des indications géographiques est perçue comme un atout pour individualiser leurs produits locaux et promouvoir leurs exportations⁸⁷¹. Les pays comme l'Inde, le Pakistan, le Sri

⁸⁶⁶ Voir B. Sylvander, « Les produits d'origine : les enjeux du XXI^e siècle », dans HACHETTE/INAO, *Le goût de l'origine*, Paris, Hachette, 2005, p. 74.

⁸⁶⁷ *Ibid.*, p. 75.

⁸⁶⁸ Selon une étude de l'OCDE, « Cette prime représente les profits issus de l'investissement initial pour établir la réputation (...); elle est également nécessaire afin que le producteur maintienne le niveau élevé de la qualité de ses produits et qu'il ne soit pas tenté par une stratégie de court terme et par une baisse de la qualité de l'offre » (voir OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », *préc.*, Annexe 1 : Les indications géographiques et la théorie économique, paragr. 11).

⁸⁶⁹ Voir Mai-Anh Ngo, « Les signes des qualités : un système d'appropriation collective conciliant intérêt général et intérêts privés », in I. Doussan, M.-A. Ngo et F. Siiriainen (dir.), *Droit économique dans les secteurs agricole et alimentaire, et débats autour de thèmes d'actualité du droit économique*, De Boek et Larcier, 2009, p. 62.

⁸⁷⁰ Voir Carsten Fink and Keith Maskus. "The Debate on Geographical Indications in the WTO", in *Richard Newfarmer, (Ed.), Trade, Doha and Development: A Window into the Issues*, Washington DC, The World Bank, 2005, p. 2002.

⁸⁷¹ P. Arhel, « Travaux de l'Organisation mondiale du commerce... », *art. cit.*, p. 10.

Lanka, la Thaïlande, le Kenya, la Jamaïque, le Venezuela et d'autres pays en développement sont en première ligne pour réclamer l'extension à tous les produits de la protection additionnelle reconnue aux vins et spiritueux par l'Accord sur les ADPIC⁸⁷² parce qu'ils ont des produits locaux dont la qualité est reconnue sur les marchés internationaux mais qui ne bénéficient pas d'une protection internationale. Une protection au titre d'indication géographique pourrait renforcer cette réputation et contribuerait davantage à l'augmentation des exportations. Elle permettrait, en outre la différenciation de ces produits sur le marché international en les faisant sortir du système de cotation international soumis aux fortes variations des prix liées aux spéculations sur le marché des matières premières⁸⁷³. La position des pays en développement favorables à l'extension de la protection des indications géographiques peut se justifier par le souci de protéger, sur un marché mondial concurrentiel, les produits sur lesquels repose leur économie.

591. À titre d'illustration, les exportations annuelles de riz « Basmati » valent environ 350 millions de dollars pour l'Inde et 250 millions pour le Pakistan⁸⁷⁴ et constituent le gagne-pain de millions d'agriculteurs. Le Sri Lanka se place à la tête des pays exportateurs de thé noir. Le thé représente 70% des exportations de ce pays⁸⁷⁵. Le thé Ceylan⁸⁷⁶ est réputé à travers le monde pour ses caractéristiques uniques (arôme parfumé, saveur prononcée, consistance). La production du thé fait vivre environ un million de personnes dans ce pays et les exportations annuelles rapportent à peu près 700 millions de dollars américains⁸⁷⁷. Au Kenya, une étude⁸⁷⁸ a montré que la culture du thé fait vivre plus de 315.000 paysans. Le thé du Kenya est reconnu comme l'un des meilleurs du monde en termes de qualité. Cependant les meilleurs thés kenyans continuent d'être

⁸⁷² OMC, Doc. IP/C/W/247/Rev.1 du 17 mai 2001.

⁸⁷³ Les produits d'exportations des pays en développement sont souvent vendus en vrac sur les marchés internationaux et sont considérés comme des matières premières (*commodities*). Ils sont ainsi soumis aux variations des prix.

⁸⁷⁴ Harsh V. Chandola, *art. cit.*, p. 167.

⁸⁷⁵ Swarnim Waglé, *art. cit.*, p. 26, voir encadré.

⁸⁷⁶ Ceylan ou Ceylon est l'ancien nom du Sri Lanka. La dénomination « Ceylon » est protégée en tant qu'indication géographique par la loi sur la propriété intellectuelle "The Intellectual Property Act No. 36 of 12 November 2003", qui contient un chapitre sur les indications géographiques (Part IX, Chapter XXXIII). Ce texte prévoit système *sui generis* sans enregistrement. Il accorde une protection renforcée, comparable à celle prévue par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC, aux vins et spiritueux, aux produits agricoles et alimentaires ainsi qu'aux services.

⁸⁷⁷ Swarnim Waglé, *art. cit.*, p. 24.

⁸⁷⁸ Voir Light Years IP, "Distinctive Values in African Exports: How Intellectual Property can raise export income and alleviate poverty", <http://www.lightyearsip.net>, consulté le 12 janvier 2009.

vendus aux enchères pour être mélangés aux thés vendus par les grandes entreprises du secteur afin d'en améliorer la qualité. En 2007, le Kenya a vendu aux enchères 280.000 tonnes de thés à un prix de 1.75 dollars américain le kilo, alors qu'en Grande Bretagne, le mélange de thé sans indication d'origine coûtait 13.98 dollars le kilo. Des experts estiment que si le thé du Kenya était exporté avec l'identification de son origine (c'est-à-dire concrètement si le thé du Kenya était protégé par un signe distinctif géographique), il pourrait être facilement vendu à un prix de 20.95 dollars le kilo. Une étude de la Banque Mondiale a montré, par exemple, que le prix de la sauce vietnamienne, *Nuoc Mam*, de Phu Quoc, a triplé depuis qu'elle bénéficie d'une protection au titre d'indication géographique, en 2001⁸⁷⁹.

592. La mise en place d'une indication géographique peut attester le caractère unique et typique d'un produit et leur permettre ainsi aux producteurs de le vendre plus cher. En Europe, une étude de l'Institut suisse IHA, souvent citée, a démontré que les consommateurs font attention, à la qualité des produits agro-alimentaires et sont prêts à payer un prix élevé pour les produits dont ils connaissent l'origine⁸⁸⁰. Si les producteurs peuvent vendre leur production à des prix compétitifs, leurs revenus sont augmentés et il peut en résulter une incitation à investir dans les zones de production ainsi qu'un intérêt à protéger leurs savoirs traditionnels au moyen des indications géographiques.

§2. Les indications géographiques comme moyens juridiques de protection des savoirs traditionnels

593. La protection des savoirs traditionnels n'a jamais été soulevée comme un sujet de préoccupation lors de la négociation de l'Accord sur les ADPIC. Les pays en développement qui sont les principaux détenteurs de savoirs traditionnels ont raté l'occasion de peser sur les négociations pour faire inscrire les savoirs traditionnels parmi les objets de propriété

⁸⁷⁹ World Bank, "Geographical Indications: A business opportunity and a rural development tool", <http://info.worldbank.org/etool/docs/library/55547/geoindications/pdf/Gleconomics.pdf>, consulté le 2 février 2009.

⁸⁸⁰ L'étude révèle que les consommateurs sont plus attentifs à l'origine géographique des produits qu'à d'autres critères d'achats et que plus de 40% sont disposés à payer plus pour un produit d'origine garantie (voir notamment N. Olszak, *op. cit.*, p. 5 ; Commission Européenne, « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques? », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006).

intellectuelle. Jusqu'à ce jour, des controverses subsistent au sujet de la nature des savoirs traditionnels et de la protection qu'il convient de leur conférer. Diverses options sont avancées dont celle de la protection par le droit de la propriété intellectuelle. Des discussions sur cette question sont actuellement menées au sein de l'OMPI et du Conseil des ADPIC. Les difficultés résident dans le fait que les savoirs traditionnels restent une notion aux contours imprécis (A) du fait de leurs diversités et de leur caractère essentiellement collective. Leur protection suscite néanmoins un intérêt croissant pour les pays en développement (B) du fait de la valeur commerciale potentielle qu'ils représentent. L'exploration des rapports entre les savoirs traditionnels et les droits de propriété intellectuelle (C) permet d'examiner les possibilités d'utiliser les indications géographiques pour protéger certains aspects des savoirs traditionnels (D).

A. Les savoirs traditionnels : une notion aux contours imprécis

594. De nombreux termes et concepts sont appliqués à la notion de « savoirs traditionnels » selon les domaines ou les instruments internationaux auxquels les discussions se rapportent ou encore les arènes politiques où ils sont utilisés. Par exemple la Banque mondiale utilise les termes de « savoirs indigènes »⁸⁸¹, la Commission des droits de l'homme utilise l'expression « patrimoine des peuples autochtones », la CNUCED et l'OMPI emploient l'expression « savoirs traditionnels ». Dans certains documents de l'OMPI, on constate que les savoirs traditionnels sont séparés du folklore et des ressources génétiques alors que les autres organisations internationales n'opèrent pas une telle distinction. Cette variation dans la terminologie peut être attribuée à la diversité des domaines concernés par les savoirs traditionnels ou encore au large éventail des savoirs traditionnels qui inclut toutes les créations dans le domaine industriel, littéraire, artistique et scientifique⁸⁸².

595. Il n'existe pas, jusqu'à présent, de définition internationalement acceptée de l'expression « savoirs traditionnels », tellement cette notion est dynamique, elle évolue avec le temps et revêt

⁸⁸¹ Voir Banque Mondiale : <http://www.worldbank.org/afr/ik/what.htm>, consulté le 23 janvier 2008)

⁸⁸²H.-P. Sambuc, *La protection internationale des savoirs traditionnels : la nouvelle frontière de la propriété intellectuelle*, Paris/Budapest/Torino, L'Harmattan, 2003, p. 43.

un contenu variable. Certains instruments internationaux comme la CDB, le Traité international sur les ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture ainsi que la Déclaration des Nations Unies sur les droits des peuples autochtones font référence à des concepts qui sont considérés comme des catégories de savoirs traditionnels⁸⁸³. Ces catégories sont tellement diversifiées qu'elles rentrent dans presque tous les domaines des connaissances. Henri-Philippe Sambuc en dresse une liste qui n'est d'ailleurs pas exhaustive : « le savoir agricole, scientifique, technique, écologique, médical y compris les médicaments et remèdes y relatifs ; le savoir lié à la biodiversité ; les expressions folkloriques sous forme de musique, danse, chants, artisanat, dessins, récits et travaux artistique ; les éléments du langage, comme les noms, les indications géographiques et les symboles et les biens meubles culturels ⁸⁸⁴ ».

596. En octobre 2000, l'OMPI a mis en place un comité intergouvernemental sur la propriété intellectuelle et les ressources génétiques, les savoirs traditionnels et le folklore (CIG)⁸⁸⁵ destiné à constituer un forum de discussion sur ces questions. Des missions d'études ont été menées dans 28 pays du Pacifique sud, de l'Afrique de l'est et du sud, de l'Asie du sud, des Amériques du nord, du centre et du sud, des Caraïbes et des pays arabes. L'objectif de la mission était d'identifier et d'explorer les besoins et les attentes en matière de propriété intellectuelle des nouveaux bénéficiaires, y compris des détenteurs de savoirs traditionnels. Le rapport final sur les « besoins et attentes en matière de propriété intellectuelle des détenteurs de savoirs traditionnels » (ci-après dénommé « rapport de l'OMPI sur besoins et attentes en matière de propriété intellectuelle ») a été publié en 2001⁸⁸⁶. Ce rapport fait état, entre autres, de l'intérêt

⁸⁸³ L'article 8 j) de la CDB demande aux parties contractantes de respecter, préserver et maintenir « les connaissances, les innovations et les pratiques des communautés locales et autochtones qui incarnent des modes de vie traditionnels présentant un intérêt pour la conservation et l'utilisation durable de la diversité biologique ».

Le Traité international sur les ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture parle des connaissances traditionnelles présentant un intérêt pour les ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture (voir FAO, IGPGRFA 9.2(a)).

L'article 31 de cette déclaration renvoie aux peuples autochtones et à leur patrimoine culturel, leur savoir traditionnel et leurs expressions culturelles traditionnelles ainsi que les manifestations de leurs sciences, techniques et culture, y compris leurs ressources humaines et génétiques, leurs semences, leur pharmacopée, leur connaissance des propriétés de la faune et de la flore, leurs traditions orales, leur littérature, leur esthétique, leurs sports et leurs jeux traditionnels et leurs arts visuels et du spectacle (voir WIPO/GRTKF/IC/12/INF/6).

⁸⁸⁴ H.-P. Sambuc, *op. cit.*, p. 63.

⁸⁸⁵ Voir OMPI, Doc. WO/GA/26/6.

⁸⁸⁶ Voir WIPO, *Intellectual Property Needs and Expectations of Traditional Knowledge Holders: WIPO Report on Fact-Finding Missions on Intellectual Property and Traditional Knowledge (1998-1999)*, Geneva, April 2001, <http://www.wipo.int/tk/en/tk/ffm/report/final/pdf/part2.pdf>, consulté le 12 mars 2009 (ci-après WIPO FFM Report).

exprimé par les peuples autochtones non seulement pour prévenir la disparition des traditions, mais aussi d'assurer l'exploitation des savoirs traditionnels et stimuler l'innovation. Les discussions tournent surtout autour des caractères, quelquefois incompatibles, des droits de propriété intellectuelle face aux savoirs traditionnels. Le CIG dont la mission n'est pas d'affirmer ou de confirmer que les savoirs traditionnels sont des droits de propriété intellectuelle se contente, il faut le comprendre, d'indiquer de manière imprécise que les savoirs traditionnels comprennent :

« (...) »

- les connaissances médicales traditionnelles ;
- les connaissances des usages médicaux de certaines ressources génétiques mais aussi les connaissances des traitements médicaux qui ne font pas intervenir l'utilisation de ressources génétiques (comme les massages traditionnels) ;
- les connaissances de la diversité biologique présentant un intérêt pour la conservation et l'utilisation durable de la diversité biologique ;
- les connaissances agricoles qui sont des connaissances traditionnelles présentant un intérêt pour les ressources phytogénétiques pour l'alimentation et l'agriculture »⁸⁸⁷.

597. Il est cependant établi que les savoirs traditionnels sont des connaissances intellectuelles, c'est-à-dire le produit d'activités intellectuelles dans les domaines scientifique, industriel, littéraire et artistique au sens de la propriété intellectuelle. Comme le souligne pertinemment H.-P. Sambuc⁸⁸⁸, vouloir définir les savoirs traditionnels à l'aune des conditions de protection des droits de la propriété intellectuelle moderne relève d'une vision tronquée de ces connaissances. Commentant la définition de la propriété intellectuelle donnée à l'article 2 de la convention établissant l'OMPI, H.-P. Sambuc souligne que « la propriété intellectuelle ne se limite pas aux droits auxquels on se réfère usuellement, mais que tous les droits, quels qu'ils soient, afférents à l'activité intellectuelle dans les domaines *industriel, scientifique, littéraire et artistique* font partie

⁸⁸⁷ OMPI, *Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, Projet analyse des lacunes relatives à la protection des savoirs traditionnels*, http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/fr/igc/pdf/tk_gap_analysis.pdf, consulté le 12 mars 2009.

⁸⁸⁸ Voir H.-P. Sambuc, *op. cit.*, pp. 105-106.

de la propriété intellectuelle »⁸⁸⁹. Étant donné les enjeux commerciaux qu'ils représentent, la protection des savoirs traditionnels intéresse particulièrement les pays en développement.

B. L'intérêt des savoirs traditionnels pour les pays en développement

598. Les savoirs traditionnels sont en général détenus par un groupe, un clan, une famille au sein d'une communauté locale ou par une communauté entière. Ils sont transmis oralement ou par la pratique de génération en génération au sein de la communauté. Acquis depuis des temps immémoriaux et adaptés à la culture locale et à l'environnement, les savoirs traditionnels jouent un rôle important dans la vie de tous les jours des peuples autochtones et sont considérés comme une partie essentielle de leur identité, de leur patrimoine culturel et parfois leur survie en dépend. Ces connaissances représentent une valeur commerciale incontestable permettant à plusieurs centaines de millions de personnes de vivre, voire de survivre. La valeur marchande générée par les savoirs traditionnels incorporés dans le commerce international a été estimée par certains chercheurs à plusieurs milliards de dollars par an⁸⁹⁰. Le seul marché des produits agricoles représente à lui seul 300 à 400 milliards de dollars américains par an⁸⁹¹. L'OMS estime le marché de la médecine botanique à 60 milliards de dollars par an⁸⁹².

599. Si l'on prend l'exemple de la médecine traditionnelle, l'OMS déclare que dans certains pays d'Asie et d'Afrique, 80% de la population dépend de la médecine traditionnelle pour les soins de santé primaires⁸⁹³. Selon l'OMS, la médecine traditionnelle permet de traiter certaines maladies chroniques et infectieuses. De nouveaux médicaments antipaludiques ont été ainsi mis au point grâce à l'isolement de l'artémisine tirée de l'*artemisia annua*, une plante utilisée en Chine depuis près de 2000 ans⁸⁹⁴.

600. Dans le domaine agricole, reprenons l'exemple du riz Basmati. Le riz Basmati est cultivé dans la province du Punjab en Inde et au Pakistan depuis des millénaires⁸⁹⁵ selon les méthodes

⁸⁸⁹ *Ibid.*, p. 106.

⁸⁹⁰ Voir les chiffres cités par H.-P. Sambuc, *op. cit.*, p. 123.

⁸⁹¹ *Ibid.*

⁸⁹² *Ibid.*

⁸⁹³ Voir <http://www.who.int/medecines/organization/factsheet/fs134/fr>, consulté le 13 mars 2009.

⁸⁹⁴ *Ibid.*

⁸⁹⁵ Voir D. Marie-Vivien, "From Plant Variety Definition to Geographical indication...", *art. cit.*, p. 329.

traditionnelles. Les exportations annuelles de basmati valent environ 350 millions de dollars pour l'Inde et 250 millions pour le Pakistan⁸⁹⁶. Le souci de protéger les savoirs traditionnels et la fierté nationale étaient les raisons de la bataille juridique du Gouvernement de l'Inde contre le brevet de nouvelles lignées de riz Basmati octroyé par l'USPTO à RiceTec, Inc. ainsi que l'utilisation du nom Basmati dans la publicité du riz non originaire de l'Inde⁸⁹⁷. Pour toutes ces raisons, les pays en développement ont demandé la révision de l'accord sur les ADPIC afin d'inclure les savoirs traditionnels parmi les objets de la propriété intellectuelle.

601. À l'instar de l'Inde, les pays en développement sont en général confrontés aux difficultés de protection des savoirs traditionnels face à l'appropriation illicite par les entreprises occidentales au moyen de brevets. Les droits de propriété intellectuelle, dans leur état actuel, peuvent-ils constituer une alternative? Pour répondre à cette question, il faut examiner les rapports entre ces derniers et les savoirs traditionnels.

C. Les rapports entre les savoirs traditionnels et les droits de propriété intellectuelle

602. Depuis l'entrée en vigueur de l'accord sur les ADPIC qui a marqué la reconnaissance et la protection internationale de la propriété intellectuelle dans le cadre d'une économie globalisée, le débat sur la nature, en particulier juridique des savoirs traditionnels a été lancé. Les pays en développement, persuadés que l'accord sur les ADPIC ne bénéficie, en grande partie, qu'aux pays développés, ont toujours revendiqué que la propriété intellectuelle puisse appréhender aussi les savoirs traditionnels dont ils sont les principaux détenteurs.

603. Lors de la préparation de la Conférence ministérielle de Seattle en 1999, cinq pays d'Amérique Latine : la Bolivie, la Colombie, l'Équateur, le Nicaragua et le Pérou, ont déposé au Conseil général de l'OMC, une communication demandant l'élaboration « des recommandations sur la manière la plus appropriée de faire des connaissances traditionnelles des objets protégés

⁸⁹⁶ Harsh V. Chandola, *art. cit.*, p. 167.

⁸⁹⁷ Voir D. Marie-Vivien, "From Plant Variety Definition to Geographical indication...", *art. cit.*, p. 326.

par des droits de propriété intellectuelle »⁸⁹⁸. La Conférence de Seattle qui s'est tenue du 30 novembre au 3 décembre 1999, n'a pas tenu compte de ces recommandations.

Suite à la demande insistante des pays en développement, la Déclaration de Doha a donné au Conseil des ADPIC, dans le cadre de son mandat sur les différentes questions de propriété intellectuelle, l'instruction d'examiner aussi la relation entre l'Accord sur les ADPIC et la CDB, la protection des savoirs traditionnels et le folklore. En effet, le paragraphe 19 de cette déclaration indique clairement que les travaux du Conseil des ADPIC dans le cadre des réexamens (article 27:3 b) ou de l'ensemble de l'Accord sur les ADPIC au titre de l'article 71:1), ou des questions de mise en œuvre en suspens devraient aborder aussi la relation entre l'Accord sur les ADPIC et la CDB, la protection des savoirs traditionnels et du folklore ainsi que tout autre fait nouveau pertinent relevé par les gouvernements Membres pendant le réexamen de l'Accord sur les ADPIC.

604. Dans le cadre des discussions qui sont menées au Conseil des ADPIC sur la question de la relation entre l'Accord sur les ADPIC et la CDB et la protection des savoirs traditionnels, on observe un groupe de pays qui revendique la modification de l'Accord sur les ADPIC de manière à ce que le déposant d'une demande de brevet soit tenu de divulguer le pays d'origine des ressources biologiques et des savoirs traditionnels utilisés dans l'invention, d'apporter la preuve qu'il a reçu le "consentement préalable donné en connaissance de cause" (selon les termes de la Convention sur la diversité biologique), ainsi que la preuve d'un partage "juste et équitable" des avantages⁸⁹⁹.

605. Si en général certains pays croient que le système actuel des droits de propriété intellectuelle peut servir, dans certains cas, à protéger les savoirs traditionnels⁹⁰⁰, ils restent néanmoins convaincus qu'il ne peut pas leur assurer une protection suffisante. Les principales raisons

⁸⁹⁸ Voir OMC, Doc. WT/GC/W/362 du 12 octobre 1999.

⁸⁹⁹ Voir OMC, Doc. IP/C/W/442 du 18 mars 2005. Ces pays sont représentés par le Brésil et l'Inde et comprennent la Bolivie, la Colombie, le Cuba, l'Équateur, le Pérou, la République dominicaine et la Thaïlande. Ils ont été rejoints par le Groupe africain et quelques autres pays en développement.

⁹⁰⁰ Voir Projet d'analyse des lacunes relatives à la protection des savoirs traditionnels élaborés par le Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, disponible sur http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/fr/igc/pdf/tk_gap_analysis.pdf, consulté le 23 mai 2009.

avancées se trouvent dans le document IP/C/W/370/Rev.1 du 9 mars 2006 de l'OMC et sont reprises ci-après :

- ce système [de propriété intellectuelle] protège des droits individuels alors que les savoirs traditionnels sont généralement collectifs ; la nature collective et communautaire des droits de propriété s'attachant aux connaissances traditionnelles contraste avec les droits de propriété intellectuelle visant à récompenser et à rémunérer les inventions des individus ;
- les savoirs traditionnels se développent au fil du temps et sont transmis de génération en génération ; ils ne répondent peut-être pas aux conditions de nouveauté, d'originalité ou d'activité inventive que prescrit le système des droits de propriété intellectuelle ;
- les savoirs traditionnels sont souvent détenus parallèlement par plusieurs communautés, de sorte qu'il est difficile de déterminer les titulaires des droits ;
- les communautés autochtones n'ont pas l'instruction, l'information et les ressources nécessaires pour se prévaloir du système des droits de propriété intellectuelle ;
- les communautés autochtones n'emploient pas des méthodes scientifiques mais procèdent par tâtonnement et de façon empirique.

606. Cette vision des savoirs traditionnels, qui est par ailleurs relayée par une certaine doctrine⁹⁰¹, les éloigne du champ des droits de propriété intellectuelle. Elle est dangereuse car elle tend à les cantonner dans le domaine public où les « biopirates » et autres contrefacteurs peuvent s'approvisionner librement au préjudice des propriétaires légitimes. On sait que le brevet est utilisé par les entreprises occidentales comme un instrument d'appropriation des ressources génétiques et des savoirs traditionnels des communautés locales et autochtones des pays en développement riches en biodiversité. Ce phénomène aujourd'hui appelé « biopiraterie »⁹⁰² ou

⁹⁰¹ Voir notamment : J. Azéma et J.-C. Galloux, « La protection internationale des savoirs traditionnels », *RTD com.*, n° 2, avril-juin 2004, p. 286 ; M. Blakeney, "Geographical Indications ...", art. cit., p. 302. Cependant cet auteur reconnaît qu'en l'absence d'un système élaboré de protection des savoirs traditionnels, les indications géographiques peuvent constituer une alternative.

⁹⁰² Par « biopiraterie », on entend « l'appropriation illicite par les firmes multinationales des ressources biologiques et des savoirs traditionnels qui y sont associés, des communautés locales et autochtones vivant dans les pays en voie de développement riches en biodiversité avec pour objectif d'obtenir principalement par le biais des brevets, un monopole légal sur ces ressources et savoirs ». Cette définition est fournie par Walid Abdel Gawad, « Le commerce équitable : l'éthique et l'économie de solidarité », dans Ahmed El Kosheri, *L'éthique dans les relations économiques internationales, en hommage à Philippe Fouchard*, Paris, Pédone, 2006, pp. 177-178.

« biopiratage »⁹⁰³ ou encore « biopillage »⁹⁰⁴, est surtout observé aux États-Unis⁹⁰⁵. Il consiste par exemple, à utiliser dans la recherche biotechnologique des ressources génétiques ou des savoirs traditionnels y relatifs, sans accord préalable de leurs propriétaires ou détenteurs⁹⁰⁶.

607. Ensuite, le fait que les savoirs traditionnels soient détenus par des groupes de personnes au sein d'une communauté humaine donnée n'annule pas leur caractère privé car ils appartiennent précisément aux groupes qui les détiennent et ne sont pas sujets à appropriation libre. Les marques collectives et les indications géographiques appartiennent également à des collectivités et non à des individus. En Europe, certaines dénominations sont des savoirs traditionnels qui ont été reconnus et protégées en tant qu'AOP ou IGP. Le fromage "Roquefort" serait un produit directement issu de savoirs traditionnels⁹⁰⁷. Les appellations Feta et Reblochon sont également des exemples parmi tant d'autres.

608. Enfin, l'objectif de la protection de la propriété intellectuelle est, comme le prévoit l'article 7 de l'Accord sur les ADPIC, de « contribuer à la promotion de l'innovation technologique, au transfert et à la diffusion de la technologie, à l'avantage mutuel de ceux qui génèrent et de ceux qui utilisent des connaissances techniques et d'une manière propice au bien-être social et économique, et à assurer un équilibre de droits et d'obligations ». Les savoirs traditionnels, une fois identifiés et reconnus comme des droits de propriété intellectuelle peuvent parfaitement répondre à cet objectif. Le rapport final de l'OMPI sur les « besoins et attentes en matière de propriété intellectuelle » relève l'intérêt que certaines personnes enquêtées ont dans la protection des savoirs traditionnels. Les indications géographiques ont été mentionnées en tant qu'outil possible de protection de certains aspects de ces savoirs.

⁹⁰³ Voir H.-P. Sambuc, *op. cit.*, p. 154.

⁹⁰⁴ Voir ICTSD, « ADPIC : Une impasse pour les indications géographiques, la biodiversité et la divulgation d'origine, tandis que l'amendement [de] l'ADPIC se fraye un passage », *Passerelles Synthèse*, vol. 11, 30 déc. 2007, <http://ictsd.net/i/news/passerellesynthese/8324/>, consulté le 17 oct. 2007.

⁹⁰⁵ Pour un aperçu des cas de ressources génétiques et de savoirs traditionnels victimes de « biopiratage », voir notamment B. O'Connor, *op. cit.*, pp. 368.

⁹⁰⁶ Voir H.-P. Sambuc, *op. cit.*, p. 155.

⁹⁰⁷ Voir OMPI, « Quels enseignements tirer de l'utilisation des savoirs traditionnels? Mieux asseoir la propriété intellectuelle », *Revue de l'OMPI*, n° 1, janv. / fév. 2004, p. 16.

D. Possibilités d'utiliser les indications géographiques comme outil de protection de certains aspects des savoirs traditionnels

609. Dans divers pays en développement, les communautés autochtones et locales ont développé, au fil des années, des connaissances pour obtenir l'alimentation, l'habillement, les ustensiles de cuisine, les médicaments, etc. Un bon nombre de ces produits sont obtenus en utilisant un savoir-faire traditionnel localisé sur un territoire déterminé. Certains de ces produits ont, grâce à leur qualité ou autres caractéristiques particulières, acquis une réputation qui va au-delà de leurs régions d'origine et pourraient être protégés en tant qu'indications géographiques. Pour ne donner que quelques exemples africains, les produits artisanaux tels que le tissu « Bogolan »⁹⁰⁸ du Mali, le sac à main « Kiondo »⁹⁰⁹ des communautés Kikuyu et Kamba du Kenya sont éligibles à la protection par le droit des indications géographiques. Comme le souligne Dr Paulin Edou Edou, Directeur général de l'OAPI, « Les techniques de fabrication ou d'élaboration de produits

⁹⁰⁸ Le Bogolan est un terme Bamanan ; il signifie littéralement : « le résultat que donne l'argile ». En effet, la teinture du tissu est le résultat obtenu lors de l'application de l'argile sur le support textile. L'origine du nom Bogolan vient du bambara : BOGO = argile et LAN = fait de. Plusieurs ethnies perpétuent encore la technique du bogolan traditionnel : les Dogons, Les Senoufos, les Malinkés et les Bambaras. Héritiers de cette tradition, ils développent chacun un style singulier évoluant à travers les âges. Ce travail artisanal était en général réservé aux femmes âgées ne pouvant plus se consacrer aux travaux éprouvants, ainsi qu'aux plus jeunes lors de la saison sèche, et aux autres femmes lors de leur temps libre. Les femmes créaient des vêtements pour la communauté (trousseaux de mariage, pagnes, pantalons, tenues de chasse, de travail ou de parade). A l'origine, chaque tenue, de par ses motifs et ses coloris, était vouée à un usage particulier. Ainsi le bogolan avait une signification particulière en fonction des motifs représentés et des couleurs utilisées. Les codifications étaient précises. Les tenues et les motifs traditionnels ont donc eu des fonctions et usages particuliers : tels motifs de pagne pour l'épouse, tel autre pour la jeune fille, pour le néo-circoncis, pour le chasseur, pour le mariage, etc...). Toutes les nuances colorées sont obtenues à partir de minéraux et végétaux. Les teintures sont essentiellement naturelles (noir, marron, blanc). Elles sont obtenues par la macération de feuilles ou d'essences naturelles de fruits. L'intensité des couleurs est obtenue par la répétition des opérations: application de la pâte d'argile, lavage et de nouveau séchage jusqu'à l'obtention de la couleur désirée. L'artiste applique alors de l'argile provenant du Niger et fermentée dans une jarre, puis un lavage permet d'enlever l'excédent de matière et le séchage au soleil fixe les couleurs par réaction. Les bogolans sont des textiles longtemps considérées comme précieuses par la royauté de l'Afrique de l'Ouest. Les dessins sont créés avec des teintures naturelles rouge, noir, ocre, brun et blanc. D'étroites lanières sont tissées à la main, puis elles sont cousues, les unes aux autres, dans le sens de la longueur. Actuellement l'impression en bogolan n'est plus réservée aux pagnes, elle s'est étendue aux vêtements, aux accessoires, aux tissus d'ameublement, à la décoration, les motifs sont géométriques ou représentent des scénettes figuratives, en majorité destinés aux touristes (pour plus d'informations sur le Bogolan, visitez : <http://spom.ifrance.com/senou/pagetecn.html>, consulté le 23 mai 2009)

⁹⁰⁹ Le kiondo est un sac à main ou à provisions en sisal tissé à la main avec des garnitures en cuir. Il est fait à 100% de matériaux naturels. Il est fabriqué par des femmes des tribus kikuyu et kamba du Kenya. Les kiondo sont exportés vers les pays occidentaux où ils sont très populaires et appréciés en raison de leur qualité. En 2006, le nom kiondo a été enregistré au Japon comme une marque de commerce et le Kenya n'a pas réussi à faire annuler cette marque puisque le terme n'est pas protégé au Kenya (voir Xinhua, "There is need to protect community rights", <http://www.chinaipr.gov.cn/news/chinaworld/282812.shtml>, consulté le 29 août 2009. Depuis cette date, le Kenya ne peut plus utiliser le nom kiondo sur le marché japonais et pourrait perdre également les autres marchés sur lesquels la marque japonaise kiondo est reconnue.

artisans leur donnent des caractéristiques particulières qui peuvent trouver un terrain de développement des indications géographiques »⁹¹⁰. L'enregistrement d'indications géographiques pour les produits de l'artisanat et du textile pourrait contribuer à donner un nouveau souffle à l'artisanat traditionnel africain qui est menacé de disparition.

610. Certains auteurs affirment qu'en l'absence d'un cadre international de protection, les indications géographiques constituent la seule catégorie de droits de propriété intellectuelle existante à ce jour susceptible d'assurer la protection juridique des savoirs traditionnels⁹¹¹. En effet, de nombreux auteurs⁹¹² sont d'avis que la protection des indications géographiques pourrait être utilisée pour protéger certaines formes de savoirs traditionnels, notamment ceux qui sont liés à un milieu géographique spécifique et qui sont à la base de produits présentant une qualité, une réputation ou d'autres caractéristiques dues à ce milieu. La Commission britannique des droits de propriété intellectuelle reconnaît également que les indications géographiques peuvent être utilisées pour protéger les produits ou artisanats traditionnels s'il est possible d'attribuer leurs caractéristiques particulières à une origine géographique particulière⁹¹³.

611. Les discussions qui sont menées dans le cadre de l'OMPI⁹¹⁴ et de l'OMC⁹¹⁵ ont exploré les possibilités de protection des savoirs traditionnels par les différents droits de propriété

⁹¹⁰ P. Edou Edou, *art. cit.*, p. 3.

⁹¹¹ Voir notamment B. O'Connor, *op. cit.*, p. 374 ; S. Escudero, *art. cit.*, p. 33 ; M. Blakeney, "Geographical Indications ..." *art. cit.*, p. 302.

⁹¹² Voir notamment, Downes, D.R. and Laird, S.A., *art. cit.*, :

<http://www.ciel.org/Publications/InnovativeMechanisms.pdf> ; B. O'Connor, *op.cit.*, p. 374 ; M. Blakeney, "Geographical Indications...", *art. cit.*, p. 302 ; OMPI, *Savoirs traditionnels : besoins et attentes en matière de propriété intellectuelle* : Rapport de l'OMPI sur les missions d'enquête consacrées à la propriété intellectuelle et aux savoirs traditionnels (1998-1999), Genève, 2001 ; N. Ponty, « Commerce international et développement : règles et enjeux pour l'Afrique », Document de travail n° 31, Centre d'économie du développement, IFREDE, GRES-Université de Bordeaux IV ; S. Escudero, *art. cit.*, p. 33 ; Sophia Twarog and Promila Kapoor, (Eds), *Protecting and Promoting Traditional Knowledge : Systems, National Experiences and International Dimensions*, New York and Geneva, United Nations Publications, Symbol No. UNCTAD/DITC/TED/10, 2004 ; Graham Dutfield, "Protecting Traditional knowledge and Folklore", in *W. F. Grosheide and J.J. Brinkhof, (Eds), Intellectual Property: Articles on Cultural Expression and Indigenous Knowledge*, Melografica Series 2002, pp. 83-84 ; J.M. Cortés Martin, "The WTO Agreement: The Battle between the Old and the New World over the Protection of Geographical Indications", *JWIP* (2004) vol. 7 no 3, pp. 287-326, voir spécialement p. 325.

⁹¹³ Voir Rapport de la Commission britanniques des droits de propriété intellectuelle, *préc.*, p. 79.

⁹¹⁴ On consultera avec intérêt le Projet d'analyse des lacunes relatives à la protection des savoirs traditionnels élaborés par le Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, disponible sur http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/fr/igc/pdf/tk_gap_analysis.pdf, consulté le 23 mars 2009.

⁹¹⁵ Voir Doc. IP/C/W/370/Rev.1 du 9 mars 2006.

intellectuelle. Il a été reconnu par exemple, que la protection des signes distinctifs (les marques -y compris les marques collectives et de certification- et les indications géographiques) peut assurer indirectement une protection en fournissant un moyen de protéger les signes, symboles, motifs ainsi qu'en certifiant l'approbation ou l'authenticité communautaire lorsqu'ils sont appliqués à des produits et services qui reposent sur les savoirs traditionnels ou qui les utilisent. Une certaine doctrine est également d'avis que pour enregistrer un nom traditionnel, des noms autochtones, des noms de tribus, etc., les marques collectives ou de certification sont les moyens les plus appropriés pour les titulaires des savoirs traditionnels de tirer parti du système de la propriété intellectuelle tel qu'il se présente aujourd'hui⁹¹⁶.

Les règles de la concurrence déloyale s'appliqueraient par exemple à la commercialisation des produits liés aux savoirs traditionnels qui, de façon mensongère ou prêtant à confusion, donnent à penser qu'ils sont de véritables produits d'une communauté autochtone ou locale ou qu'ils sont avalisés ou autorisés par cette communauté. Les savoirs traditionnels non divulgués qui ont une valeur commerciale pourraient également être protégés par les mécanismes de protection contre la concurrence déloyale au sens de l'article 10 *bis* de la Convention de Paris (1967).

En Afrique de l'ouest par exemple, les indications géographiques ont été évoquées comme moyen possible de protéger le tissu « Bogolan » du Mali⁹¹⁷. Il a été également suggéré que les indications géographiques peuvent être utiles pour la protection de l'instrument de musique « Digderidoo » des peuples autochtones du Déroit de Torres dans le Pacifique Sud⁹¹⁸.

612. Dans un document préparé par le groupe des pays d'Amérique latine et des Caraïbes (GRULAC) dans le cadre du Comité de l'OMPI sur le lien entre la propriété intellectuelle, les ressources génétiques et les savoirs traditionnels, les indications géographiques sont clairement indiquées comme outil possible de protection des savoirs traditionnels :

⁹¹⁶ Voir A. Taubman and M. Leistner, "Traditional Knowledge", in *Silke von Lewinski, Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, 2nd Edition, Kluwer Law International, 2008, p. 127.

⁹¹⁷ Voir WIPO FFM Report, p. 92 ; J. Homere, "Intellectual Property, Trade and Development: a View from the United States", in *Daniel J. Gervais, (Ed), Intellectual Property, Trade and Development: Strategies to optimize Economic in a TRIPS-PLUS Era*, Oxford: Oxford University Press, 2007, p. 350.

⁹¹⁸ WIPO FFM Report, p. 76.

« Les indications géographiques, et en particulier les appellations d'origine, peuvent servir à accroître la valeur commerciale des produits naturels, traditionnels et artisanaux de n'importe quel type, dans la mesure où les caractères particuliers du produit en question peuvent être attribués à sa provenance géographique. De nombreux produits qui proviennent de régions déterminées sont le résultat de procédés et de savoirs traditionnels mis en œuvre par une ou plusieurs communautés d'une région donnée. Les caractères particuliers de ces produits sont appréciés du public et peuvent être symbolisés par l'indication de provenance utilisée pour désigner les produits en question. Une meilleure utilisation et une plus large promotion des indications géographiques pourraient permettre de mieux protéger les intérêts économiques des communautés et des régions d'origine de ces produits »⁹¹⁹.

613. La question se pose cependant de connaître l'objet de la protection des savoirs traditionnels. Il ne s'agit pas, bien entendu, de protéger les savoirs traditionnels comme tels, mais plutôt les signes, symboles et produits liés aux savoirs traditionnels. Il s'agit donc d'une protection défensive des signes distinctifs liés aux savoirs traditionnels contre l'appropriation illicite par des tiers. Dès lors, les indications géographiques sont les plus aptes à protéger ces signes.

En effet, certains savoirs traditionnels présentent les mêmes caractères que les indications géographiques. L'indication géographique est un droit collectif qui appartient à une collectivité de personnes localisées sur une aire géographique et qui ont des connaissances dans la mise au point d'un produit ayant des caractéristiques uniques dues à cette aire géographique. Elle garantit que l'utilisation d'un nom restera attachée à un terroir et à la collectivité qui l'a vu naître⁹²⁰. Sa protection est, en principe, illimitée dans le temps mais limitée dans l'espace ; elle reste valable aussi longtemps que la dénomination est protégée dans son pays d'origine.

Les indications géographiques peuvent par conséquent s'avérer utiles pour les communautés autochtones ou locales qui cherchent à tirer parti de leurs savoirs traditionnels ou qui souhaitent

⁹¹⁹ Voir OMPI, Doc. WO/GA/26/9 du 14 septembre 2000.

⁹²⁰ Voir M. Schaeli, "Perspectives for Geographical Indications : Extension of the Protection of Article 23 of the TRIPS Agreement to all Products : a Promising Solution for Developing an Appropriate International Legal Framework for the Protection of Geographical Indications", in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, WIPO/GEO/BEI/07/11, p. 2.

empêcher une exploitation illicite de leur patrimoine culturel⁹²¹. Les indications géographiques peuvent mettre en exergue des qualités spécifiques des produits de l'agriculture et de l'artisanat traditionnel si ces dernières sont, bien entendu, dues à des pratiques de fabrication spécifiques ou à des traditions d'une région donnée. Les savoirs traditionnels qui tombent dans cette catégorie pourraient ainsi bénéficier de la protection générale conférée par l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC⁹²². Mais comme on le sait, cette disposition est d'une portée trop limitée pour conférer aux savoirs traditionnels une protection efficace à l'étranger, au moins pour deux raisons.

614. D'une part, les pays membres de l'OMC n'ont pas l'obligation de protéger des indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leurs pays d'origine ou qui cessent de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays⁹²³. En d'autres termes, une indication géographique qui ne bénéficie pas de la protection dans son pays d'origine peut être utilisée comme un terme générique dans n'importe quel pays. Le caractère générique d'une indication est ainsi apprécié en considérant la situation dans le pays d'origine. Les termes traditionnels étant rarement protégés dans leurs pays d'origine, il s'avère difficile d'assurer leur défense à l'étranger. Il est un fait que certaines dénominations traditionnelles utilisées dans leurs pays d'origine en relation avec des produits spécifiques sont également utilisés à l'étranger comme des termes génériques pour désigner un type de produit. Les exemples les plus connus sont le riz Basmati, le riz Jasmine ou encore le thé Rooibos.

615. D'autre part, l'article 22 de l'accord sur les ADPIC ne peut être invoqué qu'en cas de tromperie du public quant à la véritable origine du produit ou en cas de concurrence déloyale. Or, il n'est pas évident de prouver que le public est trompé sur la véritable origine du produit alors même que ce public ignore que le signe distinctif du produit en question est lié à un milieu géographique déterminé. En cas de procès, il faudra prouver que l'usage fait de l'indication par le

⁹²¹ Voir A. Lucas-Schlotter, " Folklore", in *Silke von Lewinski, Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, The Kluwer Law International, 2008, p. 407.

⁹²² Le Comité intergouvernemental sur la propriété intellectuelle et les ressources génétiques, les savoirs traditionnels et le folklore, tout en reconnaissant que la protection des signes distinctifs ne peut pas protéger les savoirs traditionnels proprement dits, considère qu'elle peut cependant assurer indirectement une protection en fournissant un moyen de protéger des signes distinctifs, symboles, motifs et indications géographiques ainsi qu'en certifiant l'approbation ou l'authenticité communautaire lorsqu'ils sont appliqués à des produits et services qui reposent sur des savoirs traditionnels ou qui en utilisent.

⁹²³ Voir art. 24.9 de l'Accord sur les ADPIC.

défendeur est non seulement incorrect mais aussi qu'il est trompeur ou constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'article 10 *bis* de la CUP. Cette preuve est difficile à rapporter d'autant plus que la charge de la preuve incombe au demandeur, c'est-à-dire à la communauté dont les moyens pour faire face au coût d'un procès à l'étranger sont souvent très limités.

Suite aux limites de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC, certains auteurs suggèrent qu'une meilleure protection des savoirs traditionnels par les indications géographiques devrait se faire sur une autre base. La protection devrait être conférée indépendamment du risque de tromperie du public sur l'origine des produits. Dès lors, la protection conférée aux vins et spiritueux par l'accord sur les ADPIC pourrait servir de modèle⁹²⁴ dans la reconnaissance des indications géographiques relatives aux savoirs traditionnels.

Tel est également l'avis de Nicolas Ponty, économiste principal au PNUD :

«Une solution possible pour protéger ces connaissances serait sans doute d'étendre le système de notification et d'enregistrement des indications géographiques, initialement prévu pour les vins et spiritueux aux produits de l'économie de la tradition. En effet, les indications géographiques ne sont pas possédées par un individu et peuvent s'appliquer à une région ou même à un pays. La protection à partir d'indications géographiques pourrait même inciter des entreprises à investir dans une région d'un pays en développement afin d'y améliorer la qualité des produits puis exporter »⁹²⁵.

616. C'est dans la perspective d'obtenir une protection internationale des produits issus des savoirs traditionnels et élargir ainsi le marché des produits locaux que les pays en développement qui ont des savoirs traditionnels spécifiques dans les domaines divers comme l'agriculture, l'élevage et l'artisanat, sont en première ligne pour réclamer que la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux par l'article 23 de l'accord sur les ADPIC soit étendue à tous les produits. Certains pays en développement protègent déjà leurs savoirs traditionnels comme des indications géographiques. On peut citer à titre d'exemple le Vietnam⁹²⁶, le Venezuela⁹²⁷ et

⁹²⁴ Voir A. Kur et R. Knaak, *art. cit.*, p. 308.

⁹²⁵ N. Ponty, *art. cit.*, p. 23.

⁹²⁶ Voir B. O'Connor, *op. cit.*, p. 374.

⁹²⁷ *Ibid.*

l'Inde⁹²⁸. D'autres pays comme le Paraguay⁹²⁹, l'Égypte⁹³⁰ ou encore le Sri Lanka⁹³¹ ont clairement indiqué que la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux sera étendue à tous les produits. Il sera intéressant de voir si l'extension de cette protection engendrera des bénéfices ou entraînera des coûts importants comme le craignent les pays qui ne soutiennent pas l'extension.

617. En l'état actuel des négociations multilatérales, les commentateurs estiment qu'il sera difficile d'aboutir à un accord dans un prochain avenir, en particulier parce que l'ensemble des sujets de négociations du PDD fait l'objet d'un « engagement unique »⁹³² et que certaines questions sont particulièrement épineuses comme celles de l'agriculture au sujet de laquelle l'UE a déclaré qu'il n'y aura pas d'accord sans un accord sur les indications géographiques⁹³³. La question qui se pose pour les pays en développement est celle de savoir quelles stratégies ils peuvent adopter, parallèlement à la voie multilatérale, afin de promouvoir la protection de leurs indications géographiques.

⁹²⁸ P. Ollier, "India explores traditional knowledge options", *Managing Intellectual Property*, Jul/Aug. 2007, Issue 171.

⁹²⁹ OMC, Doc. IP/C/W/231 du 15 juin 2001.

⁹³⁰ OMC, Doc. IP/C/W/278/Add.1 du 14 novembre 2001.

⁹³¹ Swarnim Waglé, art. cit., p. 33.

⁹³² Voir Thu-Lang Tran Wasescha, "L'Accord sur les ADPIC: un nouveau regard...", art. cit., p. 142.

⁹³³ Voir P. Ravillard, art. cit., p. 72.

CHAPITRE II : QUELLES STRATÉGIES POUR PROMOUVOIR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT?

618. Il est d'emblée important de souligner que les indications géographiques ne sont pas l'outil magique qui permettra aux pays en développement de protéger immédiatement des centaines de leurs produits locaux. Très souvent, suite aux campagnes menées par les partisans et les opposants à la protection forte des indications géographiques, certains pays en développement pensent que les indications géographiques sont une panacée qui les aidera à protéger facilement et à moindre coût leurs produits régionaux⁹³⁴. Or, du fait qu'il existe différents mécanismes de protection des indications géographiques, cela constitue une flexibilité qui permet aux différents pays d'adopter le système de protection qui est le plus approprié pour leur cadre juridique, administratif, social ou économique. Mais quel que soit le système adopté, le meilleur moyen pour les pays en développement de tirer profit de la protection des indications géographiques passe par trois étapes au moins : l'identification du potentiel des indications géographiques (Section 1), la détermination du régime approprié de protection (section 2) et la protection à l'étranger afin d'avoir accès au marché international (Section 3).

⁹³⁴ D. Croze, *art. cit.*, p. 3 ; *Contra* : Le groupe de pays opposés à l'extension de la protection des indications géographiques soutient qu'une telle extension servirait les intérêts des Membres de l'OMC qui possèdent de nombreuses indications géographiques protégées au préjudice de ceux qui n'en possèdent que peu ou pas du tout (Voir OMC, Communication de l'Australie, du Canada, des États-Unis, du Guatemala, de la Nouvelle-Zélande, du Paraguay et des Philippines, Doc. IP/C/W/360 du 26 juillet 2002).

Section 1 : Identifier le potentiel des indications géographiques

619. Il est communément admis que les pays en développement possèdent un potentiel important de produits susceptibles d'être protégés par des indications géographiques⁹³⁵. Il faut cependant garder à l'esprit que tout ce potentiel ne représente pas une valeur économique par rapport aux coûts qu'une protection pourrait entraîner. Les coûts d'exploitation du potentiel des indications géographiques doivent, par conséquent, être évalués afin de retenir celles qui représentent un avantage comparatif. Pour cela, il convient de sélectionner les produits éligibles à la protection (§1) et organiser les producteurs et la commercialisation des produits protégés (§2).

§1. Sélectionner les produits éligibles à la protection

620. Une indication géographique, contrairement à une marque de commerce, est identifiée plutôt que créée⁹³⁶. La question fondamentale est, en effet, de savoir la mesure dans laquelle un certain nom (ou un symbole) sert à identifier un produit comme étant originaire d'un certain endroit. Tout contentieux de protection d'une indication géographique repose sur la question de prouver le lien entre les caractéristiques du produit et son milieu d'origine. Il est important de faire comprendre aux producteurs que tous les produits qu'ils souhaitent protéger par des indications géographiques n'ont pas nécessairement droit à ce type de protection étant donné que ces produits doivent

⁹³⁵ Dans les quatre coins de la terre, les pays en développement pourraient bénéficier de la protection des noms géographiques ou traditionnels de nombreux produits connus pour leurs qualités spécifiques ou leur réputation, malheureusement ces noms ne sont pas protégés. On peut énumérer de nombreux exemples à côté de ceux que nous avons déjà cités précédemment. En Afrique Sub-saharienne : le thé Kericho et le café Mt Kenya du Kenya, le café Kilimandjaro de la Tanzanie, la perche du Nil de l'Uganda, le café Maraba et l'agaseke du Rwanda, la mangue du Burundi, le café du Kivu et de l'Ituri en RDC, le coton du Tchad, le tabac du Zimbabwe, la patate douce du Gabon qui est cinq fois plus sucrée qu'une patate ordinaire, l'autruche de Klein Karoo en Afrique du Sud, le cacao du Ghana, le poivre blanc de l'Île Maurice, la vanille Mananara de Madagascar, les noix du Mozambique, l'huile de Marula de la Namibie, la vanille de l'Uganda, etc.

Au Moyen-Orient : le café Mocha du Yémen, l'eau Minéral de Masafi en Arabie Saoudite, le cèdre du Liban, etc. En Asie, l'Inde, la Chine et la Thaïlande ont enregistré leurs nombreux produits. En Amérique latine, la plupart des pays ont également enregistré leurs indications géographiques, comme le Chili, le Pérou et la Colombie. Dans les Caraïbes, on dénombre également un potentiel important d'indications géographiques : la banane des Grenadines, le café Blue Mountain de la Jamaïque, le rhum de la Guyane, le café de Haïti, etc.

Enfin, en Océanie, on peut mentionner le sucre du Fidji, la noix de coco de la Papouasie Nouvelle Guinée ainsi que de nombreux produits artisanaux des communautés de l'Océan Pacifique.

⁹³⁶ Voir Adargelio Garrido de la Grana, *art. cit.*, p. 2 ; Carlos M. Correa, "Protection of Geographical Indications in CARICOM Countries", <http://www.crn.org/documents/studies/Geographical%20Indications%20-%20Correa.pdf>, consulté le 4 avril 2009.

remplir les conditions définies à l'article 22.1 de l'Accord sur les ADPIC. L'appréciation des éléments de la définition est soumise au contrôle des autorités compétentes de chaque pays. À cet égard, le Comité permanent de l'OMPI sur le droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) fournit une base pour l'examen des éléments sur lesquels se fonde l'affirmation d'une qualité, d'une réputation ou d'autres caractéristiques, ainsi que des facteurs qui sont pris en compte lorsqu'on évalue une revendication selon laquelle ces éléments peuvent "être attribués essentiellement" à l'origine géographique⁹³⁷. Ce document donne des informations utiles qui permettent de mieux comprendre la portée de cette définition et qui pourraient aider les producteurs à évaluer l'éligibilité de leurs produits à la protection par une indication géographique⁹³⁸.

621. L'identification des produits susceptibles de bénéficier de la protection des indications géographiques nécessite l'expertise des spécialistes. La plupart des pays en développement ne disposent pas d'experts nationaux capables de mener cet exercice. Par conséquent, le recours à l'assistance technique s'avère nécessaire⁹³⁹. Il faut néanmoins insister sur le fait que les produits susceptibles d'être protégés ne sont pas nécessairement ceux sur lesquels la région qui les produit a bâti sa réputation ou sa fierté nationale (bien que la réputation du produit soit suffisante pour lui donner un statut d'indication géographique). L'important, c'est de se concentrer sur les « produits de niche » qui ont une réelle valeur commerciale⁹⁴⁰ et d'exportation et dont l'exploitation en tant qu'indication géographique contribuera de façon significative au développement économique de la localité, la région ou le pays⁹⁴¹. Une étude réalisée sur le « Gari Missè » du Bénin, un produit alimentaire élaboré à partir du manioc fermenté, a démontré que, malgré sa qualité organoleptique et sa réputation dans la sous-région de l'Afrique de l'Ouest, sa valeur commerciale et sa perspective d'exportation restent limitées suite à sa consommation essentiellement locale. Ainsi, il n'est pas sûr que sa protection en tant qu'indication géographique

⁹³⁷ Voir OMPI, Doc. SCT/10/4 du mars 2003.

⁹³⁸ Voir *supra*, pp. 67 et s.

⁹³⁹ Voir Ruth L. Okediji, "TRIPS, Access to Public Health and Public Education: Opportunities for ACP Countries in the EPA Negotiations", Seminar on legal aspects of trade policy, regional and multilateral trade, http://www.acp-eu-trade.org/library/files/Okediji_EN_171108_TradeFacility_TRIPS.pdf, consulté le 4 novembre 2009.

⁹⁴⁰ Voir F. Claessens, « Les indications géographiques : potentiel et implications pour les pays africains », *Éclairage sur les négociations*, vol. 7, no 2, mars 2008, p. 11.

⁹⁴¹ Voir D. Croze, *art. cit.*, p. 6.

puisse améliorer les revenus de nombreuses femmes impliquées dans sa production⁹⁴². Il ne faut pas aussi oublier que l'indication géographique comporte un risque de hausse de prix, il faut s'assurer que le coût de son développement sera amorti par des revenus subséquents.

Une autre étude récente du Centre du commerce international recommande qu'avant de demander la protection d'une indication géographique, il faut d'abord évaluer les chances de sa viabilité économique⁹⁴³. Plus concrètement il faut :

- établir une cartographie des parties prenantes et déterminer leur capacité à participer au développement de l'indication géographique ou, au contraire, voir si elles risquent de l'entraver ;
- discuter avec les principales parties prenantes pour mesurer leur intérêt, évaluer leurs idées et leur capacité réelle de s'associer à l'indication géographique ;
- évaluer les ressources disponibles ;
- évaluer les obstacles à l'entrée et identifier les gagnants et les perdants potentiels (y compris les communautés et l'environnement) ;
- évaluer avec précision la qualité marchande du produit ou du service ;
- délimiter à titre provisoire le territoire à l'examen et dresser la liste de ses principales caractéristiques ;
- réaliser au moins une analyse coût-avantage simple pour avoir une idée des sommes en jeu dans les différents cas de figure pouvant être envisagés.

Il est également important de résister à la pression que certaines autorités politiques locales peuvent exercer dans le but de promouvoir un produit en particulier, sans réelle valeur commerciale ni perspective d'exportation. À cet égard, la coopération avec les autres États membres de l'OMC, les organismes ou associations de producteurs, qui ont une expérience dans l'exploitation des indications géographiques est nécessaire.

622. Dans cette perspective, l'OAPI a signé avec l'Agence française de développement (AFD), en octobre 2008, une convention de financement du Projet d'appui à la mise en place des

⁹⁴² Voir A. Gerz and S. Fournier, "Gari Missè in Benin: A local, premium-quality staple", in *Petra van de Kop, Denis Sautier and Astrid Gerz (Eds), Origin-based products Lessons for pro-poor market development*, http://www.mamud.com/originbasedproducts_full.pdf, p. 53, consulté le 12 septembre 2008.

⁹⁴³ Centre du commerce international (ITC), *Guide des indications géographiques...*, préc., p. 99.

indications géographiques dans les États membres de l'OAPI⁹⁴⁴. Le CIRAD et l'INAO apportent également une assistance technique dans la mise en œuvre de ce projet⁹⁴⁵. La finalité du projet est, entre autres, d'accompagner les pays membres de l'OAPI dans le processus d'identification et de reconnaissance des produits nationaux éligibles à la protection par une indication géographique. À cet égard, quatre noms de produits sur huit qui avaient été initialement identifiés ont été sélectionnés pour servir de produits pilotes dans cette démarche. Il s'agit : du Poivre blanc de Penja (Cameroun), du Miel d'Oku (Cameroun) du Café de Zياما (Guinée) et des Toiles de Korhogo (Côte d'Ivoire).

Le CIRAD et l'INAO se sont par ailleurs associés pour travailler sur divers projets de promotion de la protection des indications géographiques dans les pays tropicaux et sub-tropicaux. Ils ont signé une convention de coopération en 2004 en vue d'accompagner les pays émergents comme l'Afrique du Sud, le Brésil et l'Indonésie dans cette démarche⁹⁴⁶.

623. En Afrique du Sud, il n'existe pas de législation spécifique pour la protection des indications géographiques, sauf la législation relative à la protection des vins et spiritueux. Cependant, le pays possède un grand nombre de produits locaux éligibles à la protection par une indication géographique⁹⁴⁷. Partant du constat de la spécificité de certaines ressources locales, un débat national s'est engagé en 2004 sur l'opportunité de développer l'approche de protection des produits spécifiques par le droit des indications géographiques. Deux projets, coordonnés par l'Université de Pretoria et le CIRAD, ont ainsi débuté en Afrique du Sud et en Namibie. L'objectif de ces projets est d'explorer le potentiel des indications géographiques comme outil de développement rural et de conservation de la biodiversité mais aussi comme moyen d'accéder au marché international. Plusieurs produits ont été déjà identifiés comme les plantes à infusion Rooibos et Honeybush, l'Agneau du Karoo, le Mohair de Candebou, l'huile de graines de melon

⁹⁴⁴ Voir OAPI Magazine, « Projet d'appui à la mise en place d'Indications Géographiques (IG) protégées en Afrique », no 003, Édition spéciale, novembre 2008, p. 41.

⁹⁴⁵ OAPI, Compte rendu de la Conférence ministérielle sur les indications géographiques et les obtentions végétales, tenue à Ouagadougou (Burkina Faso) du 6 et 7 décembre 2005, http://www.oapi.wipo.net/fr/OAPI/actualites/compte_rendu_ig_ov_dec_2005.htm, consulté le 3 avril 2009.

⁹⁴⁶ Voir D. Sautier, « Les indications géographiques dans les pays émergents », dans *CIRAD en 2006*, CIRAD, juin 2007, p. 44.

⁹⁴⁷ Voir C. Grant, *op. cit.*, pp. 87 et s. L'auteur cite entre autres les thés à infusion Rooibos et Honeybush ainsi que l'autruche de Klein Karoo.

du Kalahari et les fourrures de Karakul. Par l'intermédiaire de réunions et d'ateliers, le dialogue s'est établi entre les professionnels, les institutions et les acteurs de la recherche⁹⁴⁸.

624. Au Brésil, les indications géographiques sont reconnues par la loi relative à la propriété industrielle du 14 mai 1996⁹⁴⁹, mais leur développement est récent. Les producteurs brésiliens en partenariat avec le CIRAD réalisent des recherches sur les conditions de développement des indications géographiques et sur leur intérêt dans la protection des produits d'exportation comme les vins du Vale dos Vinhedos et d'Urussanga, la pomme de São Joaquim ou les huîtres de Florianópolis⁹⁵⁰.

625. En Indonésie, les produits régionaux les plus prestigieux, comme les café *Toraja* et Kintamani ou le poivre blanc de Muntok, sont souvent exportés. Mais, selon D. Sautier, économiste au CIRAD, « il n'est pas rare que les noms géographiques soient déposés par des négociants comme marques commerciales dans les pays d'exportation, sans qu'il y ait de retombées financières pour les producteurs »⁹⁵¹. Pour faire face à cette pratique, le Gouvernement Indonésien a décidé d'établir un cadre législatif qui organise la reconnaissance des indications géographiques et de lancer un projet pilote sur le café. Le projet sur le café Arabica de Kintamani, dans le nord de Bali, est mené par l'institut indonésien du café et du cacao (ICCRI) et les autorités locales en partenariat avec le CIRAD et l'INAO⁹⁵². Depuis décembre 2008, le café Kintamani de Bali est devenu la première indication géographique protégée en Indonésie sous le nom de « Kintamani Bali kopi arabika »⁹⁵³.

626. Il existe très peu d'études sur la valeur économique potentielle des indications géographiques dans les pays en développement, mais cela ne signifie pas que cette valeur

⁹⁴⁸ *Ibid.* ; voir aussi C. Grant, *op. cit.*, pp. 87 et s.

⁹⁴⁹ Voir J. Santos Vilela, "The Protection of Geographical indications in Brasil", *Revista da ABPI*, n° 97, Nov/Dez. 2008, p. 26.

⁹⁵⁰ Voir D. Sautier, *art. cit.*, p. 44.

⁹⁵¹ *Ibid.*

⁹⁵² CIRAD, « Développer les indications géographiques (IG) des produits tropicaux et méditerranéens : une ambition forte que le CIRAD et l'INAO partagent au travers d'une convention de collaboration », <http://www.cirad.fr/fr/presse/communiqu.php?id=415>, consulté le 16 avril 2008.

⁹⁵³ Voir Surip Mawardi, "Establishment of Geographical Indication Protection System in Indonesia, Case in Coffee", Worldwide Symposium on Geographical Indications, Sofia, 10 to 12 June, 2009, Doc. WIPO/GEO/SOF/09/3, p.2.

économique n'existe pas. Elle est plutôt peu explorée. Une étude réalisée par *Light Years IP*⁹⁵⁴ en 2006, avec le soutien du Département britannique pour le développement international (DFID), révèle la portée et l'ampleur des opportunités de certains produits spécifiques de l'Afrique sub-saharienne⁹⁵⁵. Cette étude explore quelques-unes des possibilités d'accroître les recettes d'exportation et d'améliorer la sécurité du revenu pour des millions d'agriculteurs d'Afrique sub-saharienne. L'étude porte sur 14 produits sélectionnés et qui ont un potentiel d'augmentation des revenus à l'exportation allant de 1,1 milliard de à 3,5 milliards de dollars par an. L'étude démontre que les stratégies basées sur la propriété intellectuelle peuvent être appliquées aux produits d'exportation subsahariens dont les revenus ont été estimés en 2006 à près de 9 milliards de dollars par an. L'étude révèle en outre que ces revenus augmenteraient entre 20 et 27 milliards de dollars par an si des stratégies de propriété intellectuelle étaient utilisées pour leur promotion. Parmi les 14 produits identifiés, 12 peuvent intéresser les indications géographiques en raison des caractéristiques uniques liées à leur origine. Ce sont : le thé Milima du Kenya, le coton Barakat du Soudan, les cafés Sadamo, Harar et Yirgacheffe et le cuir éthiopiens, l'huile de marula namibien, le savon noir du Togo, le thon sénégalais, le bois noir de la Tanzanie, les noix de cajou du Mozambique, la vanille de l'Uganda et le tissu Bogolan du Mali. Chacun de ces produits a fait l'objet d'une étude qui montre sa spécificité et son potentiel d'exportation. D'autres études⁹⁵⁶ ont identifié un potentiel important de produits des pays en développement protégeables par une indication géographique mais la liste qui est fournie est loin d'être complète car ce potentiel ne peut être déterminé qu'avec le temps.

Il faut souligner que la sélection des produits éligibles à la protection ne se suffit pas, encore faut-il organiser les producteurs et la commercialisation des produits à indication géographique afin de voir les retombées économiques de la protection.

⁹⁵⁴ Light Years IP (LYIP) est une ONG américaine dédiée à la lutte contre la pauvreté qui aide les producteurs des pays en développement à s'approprier leur patrimoine et à utiliser la propriété intellectuelle pour accroître leurs recettes d'exportation et améliorer la sécurité du revenu.

⁹⁵⁵ Voir le rapport de cette étude sur Light Years IP, "Distinctive Values in African Exports : How Intellectual Property can raise export income and alleviate poverty", http://www.lightyearsip.net/downloads/Distinctive_values_in_African_exports.pdf, consulté le 4 avril 2009.

⁹⁵⁶ Voir par exemple I. Kireeva et B. O'Connor, *art. cit.*, pp. 17-18.

§2. Organiser les producteurs et la commercialisation des produits

627. Des études montrent qu'une « approche collective » parmi les producteurs et les différents intervenants dans la chaîne de production est nécessaire afin d'augmenter les chances de réussite d'une indication géographique⁹⁵⁷. Par exemple, l'approche collective permet de définir des normes communes de production, de s'entendre sur les règles de contrôle de la qualité et de faciliter l'élaboration des stratégies communes de commercialisation.

A. L'organisation des producteurs en structure collective

628. L'une des grandes difficultés pour les pays en développement est d'organiser les producteurs en une structure collective afin d'unir leurs efforts et rendre leurs produits compétitifs sur le marché. Dans beaucoup de pays en développement, les producteurs ne sont pas organisés en structures collectives. En conséquence, les efforts pour améliorer la commercialisation, la protection et la préservation de la spécificité de leurs produits sont dispersés⁹⁵⁸. Des conflits préexistants entre les différentes parties prenantes font très souvent obstacle à l'organisation d'une structure collective. Par exemple dans le secteur agricole, le statut juridique de la terre est multiple dans certains pays et fait intervenir différents opérateurs ayant des intérêts parfois divergents. Les filières agricoles ne sont pas structurées, la vulgarisation agricole n'existe pas au niveau national et il est très difficile d'identifier les partenaires représentant les agriculteurs. Les producteurs ont un très faible pouvoir de négociation car ils dépendent de crédits de campagne liés à la fourniture d'intrants. La politique contractuelle sur les pratiques commerciales est peu développée et peu fiable. Les normes sur les produits sont pratiquement inexistantes au niveau de la production, de même que les mécanismes de valorisation de la qualité et de régulation de l'offre sur les marchés. La différenciation par l'origine comme composante de la qualité ne fait pas partie de leurs objectifs.

629. Dans ce contexte, il est parfois nécessaire pour les pouvoirs publics, tant au niveau national, que régional ou local, de s'impliquer dans l'organisation des producteurs jusqu'à ce que la

⁹⁵⁷ Voir notamment Massimo Vittori, "The International Debate on Geographical Indications (GIs) : The Point of View of the Global Coalition of GI Producers – OriGIIn", *JWIP*, Earlier View, Sept. 2009, spécialement pp. 2-3.

⁹⁵⁸ Voir Sarah Bowen, *art. cit.*, p. 14.

situation devienne de plus en plus consensuelle parmi les intervenants. Une législation foncière fiable et un code d'investissement sont des outils juridiques indispensables pour permettre une exploitation rationnelle des terres. En plus de cela, une forte structure collective serait l'organe utile qui peut aider les producteurs à faire face à ces défis. Les institutions locales, les associations de producteurs, les communautés autochtones et paysannes, les coopératives, les groupes de femmes, et les ONG doivent être associées au processus.

630. Le Professeur Carlos M. Correa⁹⁵⁹ trouve que l'intervention de l'État dans l'organisation des producteurs est nécessaire pour trois raisons : d'abord pour préserver la liberté de tous les producteurs de la région d'utiliser l'indication géographique, à condition qu'ils respectent les exigences établies à cette fin ; ensuite, pour prévenir les abus ou les utilisations illégales de l'indication, y compris la non-conformité des produits avec des normes, une tâche qui incombe généralement au gouvernement ; enfin, pour faire respecter les droits (tant à l'intérieur du pays qu'à l'étranger), soit par les producteurs eux-mêmes, soit par l'intermédiaire du gouvernement.

631. D'autres problèmes auxquels sont confrontés les producteurs des pays en développement sont relatifs au coût de la procédure de reconnaissance des signes distinctifs choisis pour désigner leurs produits, à la délimitation de la zone de production et à la difficulté à respecter le cahier des charges. Le manque de financement et l'absence de mesures d'accompagnement pour aider les producteurs à satisfaire aux conditions du cahier des charges restent des obstacles sérieux à la promotion des indications géographiques.

632. Nous avons souligné plus haut qu'étant donné que les indications géographiques constituent un sujet relativement nouveau dans beaucoup de pays en développement, ces derniers nécessitent une assistance technique en termes d'organisation de séminaires de sensibilisation des autorités politiques et administratives (locales, régionales et nationales), des avocats et des parties intéressées (producteurs, exportateurs, etc.) sur l'intérêt de la protection des indications géographiques.

⁹⁵⁹Carlos M. Correa, "Protection of Geographical Indications..." *art. cit.*, p. 25.

633. Le Projet d'appui à la mise en place des indications géographiques dans les États membres de l'OAPI que nous avons déjà évoqué vise particulièrement à accompagner les producteurs dans la démarche d'identification et de reconnaissance des indications géographiques. Des actions à mener à cet effet ont été identifiées :

- sensibilisation des producteurs et organisation des ateliers d'information sur la démarche à suivre pour protéger les indications géographiques ;
- renforcement des groupements de producteurs (organisation des producteurs, organisation des filières) ;
- appui à la préparation du cahier des charges (définition des relations produit-terroir, délimitation de l'aire géographique de production, détermination des méthodes de production...) ;
- appui à l'élaboration des stratégies de marketing ;
- appui à la mise en place des méthodes de contrôle, etc.

634. Les études ont démontré qu'en amenant les producteurs à définir des règles communes de production et de délimitation de la zone de production, les indications géographiques sont à même de renforcer le processus de développement rural. Par exemple, une étude menée dans le cadre du projet de recherche Siner-GI (*Strengthening International Research on Geographical Indications*)⁹⁶⁰ a montré que le développement d'une indication géographique influence positivement le développement rural. Ce projet a étudié douze produits spécifiques originaires de différents pays en développement. Les études de cas menées sur ces produits ont permis de recenser sept catégories d'effets sociaux, économiques et environnementaux associés au développement d'une indication géographique :

- la segmentation du marché ;
- le maintien des cultures et traditions ;
- l'émergence des standards de qualité ;
- le renforcement de l'économie territoriale ;
- la participation et l'inclusion socioéconomique ;

⁹⁶⁰ Étude citée par A. Chapados et D. Sautier, « De la qualification des produits agroalimentaires à la diversité culturelle et biologique : une analyse comparée de quatre expériences d'indications géographiques dans les pays du Sud », in : *Colloque International Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité naturelle et*

- la gestion des ressources naturelles (eaux, forêts...) et
- la gestion de la biodiversité⁹⁶¹.

La stratégie consistant à amener les producteurs à définir des règles communes de production est en outre en mesure de renforcer l'identité des produits et de promouvoir leur commercialisation.

B. Renforcer l'identité des produits et promouvoir leur commercialisation

635. Le manque de structures organisées de la chaîne de production et d'approvisionnement reste un défi pour les pays en développement. Or, on sait que les indications géographiques les plus prestigieuses entretiennent des liens étroits avec des entreprises commerciales qui se chargent essentiellement de commercialiser les produits. La faiblesse ou l'absence de ces structures limite l'accès au marché et diminue les perspectives de commercialisation des produits spécifiques des pays en développement. D'après les professeurs Anders et Caswell, les structures de distribution de produits, lorsqu'elles sont bien organisées, constituent un prérequis pour un marketing réussi des produits à indication géographique⁹⁶². À cet égard, le lancement des produits, la pénétration et la segmentation des marchés étant organisés de la même manière que pour les autres produits, le succès dépend dans une très large mesure de la mise en œuvre de stratégies de commercialisation efficaces. Celles-ci exigent des partenariats avec des entreprises privées capables de distribuer le produit et d'en assurer la promotion⁹⁶³.

La plupart des produits à indication géographique sont élaborés par plusieurs petites et moyennes entreprises (PME) plutôt que par des multinationales⁹⁶⁴. Des études ont démontré que la production et la commercialisation de produits à indication géographique sont particulièrement bien adaptées pour les PME, plutôt que pour les multinationales. Les petites entreprises sont dans une meilleure position pour utiliser leur identité locale, et sont plus enclines à le faire⁹⁶⁵.

culturelle de Sud ?, 9-11 juin 2009, Paris, France, disponible sur http://www.mnhn.fr/colloque/localiserlesproduits/10_Paper_CHAPADOS_A.pdf, consulté 7 novembre 2009.

⁹⁶¹ *Ibid.*, p. 3.

⁹⁶² Voir S. Anders and J. A. Caswell, *art. cit.*, p. 14.

⁹⁶³ Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 104.

⁹⁶⁴ Voir P. van de Kop and D. Sautier, « Regional Identity : An overview », in Petra van de Kop, Denis Sautier and Astrid Gerz (Eds), *op. cit.*, p. 26.

⁹⁶⁵ *Ibid.*

636. Pour pouvoir offrir leurs produits sur un marché compétitif, les agriculteurs, en particulier ceux des pays en développement, ont besoin de produire pour un marché identifié, plutôt que d'essayer de vendre ce qu'ils ont déjà produit. Pour que l'indication géographique connaisse le succès, il est essentiel de savoir dans quelle mesure elle aura accès au marché. La prospection de marchés locaux, régionaux et internationaux est une stratégie de premier plan. Un plan de commercialisation destiné à protéger et à positionner l'indication géographique sur le marché, y compris les modes de collaboration avec les entités du secteur privé pour garantir une promotion suffisante du produit et préserver sa réputation est donc nécessaire.

Néanmoins, pour pouvoir exporter, les produits doivent être conformes aux normes de qualité et aux exigences de la réglementation du marché d'exportation (mise en place de structures de contrôle et de traçabilité). Cela exige bien entendu des moyens financiers et techniques qui ne sont pas à la portée des producteurs de tous les pays en développement. Les exportateurs doivent aussi garantir une capacité de production suffisante pour satisfaire constamment à la demande. Ils doivent garder à l'esprit ces exigences et concentrer leurs efforts plus dans la qualité, que dans la quantité.

637. La promotion du tourisme dans les régions de production est également une stratégie qui favorise l'image de la région auprès des consommateurs et augmente la taille du marché de produits régionaux et des aliments produits localement. Un certain nombre de canaux de commercialisation peuvent être utilisés pour faire connaître aux consommateurs les produits régionaux d'origine. Ces canaux incluent, entre autres, des boutiques ou des magasins de détail de spécialité, des marchés de gros et des supermarchés. L'organisation des expositions-vente et des campagnes publicitaires communes permettent également d'assurer la cohérence et se traduisent par une stratégie de promotion plus efficace que si chaque entreprise s'occupait seule de la promotion de sa propre production.

638. L'exemple du « café de Colombie » est, à cet égard, révélateur. La Fédération nationale des producteurs de café de Colombie (FNC), qui regroupe plus de 500 000 producteurs, a réussi à donner de la Colombie l'image d'un pays producteur de café de grande qualité. Comme conséquence directe de ces efforts, le café colombien se vend sensiblement plus cher sur le

marché international du café aujourd'hui. Les producteurs colombiens consacrent plus de 15 millions de dollars américains par an à promouvoir leur pays en tant que producteur de café de grande qualité par des campagnes de sensibilisation, des publicités à la télévision, notamment, et des actions tendant à la protection de leur logo⁹⁶⁶. Ils ont ainsi créé la prise de conscience chez les consommateurs en utilisant des messages publicitaires tels que “*Buy Colombian when buying coffee*”, “*No Colombian, no thank you*”, the “*Richest coffee in the world.*”⁹⁶⁷.

639. Mme Elisabeth March, rédactrice en chef du Magazine de l'OMPI, rapporte que des études menées par le cabinet *KRC Research* ont montré qu'en 2004, la proportion des consommateurs connaissant la Colombie comme un pays producteur de café était passée à 91% ou plus dans des marchés essentiels tels que les États-Unis d'Amérique, le Canada et l'Espagne, et avait atteint des niveaux très élevés dans d'autres marchés de consommation importants comme la Chine, où cette proportion était désormais de 72%⁹⁶⁸.

Les campagnes publicitaires successives visent à expliquer aux consommateurs que les grains de café colombien sont produits, cueillis et sélectionnés par des travailleurs dévoués, et que les caféiers poussent dans d'excellentes conditions climatiques sur un riche sol volcanique⁹⁶⁹. Les producteurs du café de Colombie ont ainsi réussi à créer une marque internationalement reconnue qui leur a permis d'obtenir des prix supérieurs pour ce qui était auparavant considéré comme un simple produit de base⁹⁷⁰.

La dénomination *Café de Colombia* est protégée au titre d'appellation d'origine en Colombie et dans les pays membres de la Communauté andine. En 2005, la FNC a déposé auprès de la Commission européenne une demande d'enregistrement de la dénomination *Café de Colombia*

⁹⁶⁶ Sanjeev Agarwal and Michael J. Barone, “Emerging Issues for Geographical Indication Branding Strategies”, MATRIC Research Paper 05-MRP 9, January 2005, p. 7, disponible sur : <http://www.card.iastate.edu/publications/DBS/PDFFiles/05mrp9.pdf>, consulté le 22 avril 2009. Le logo du café de Colombie est une marque figurative qui représente le planteur type de café colombien, Juan Valdez et sa mule. Pour pouvoir utiliser le logo Juan Valdez, un produit doit être composé à 100% de café colombien, et répondre aux normes de qualité édictées par la fédération des caféiculteurs.

⁹⁶⁷ Ces slogans publicitaires peuvent être traduits respectivement comme « Acheter colombien lorsque vous achetez du café », « Si pas colombien, non merci », « Le meilleur café du monde ».

⁹⁶⁸ Voir E. March, *art. cit.*, p. 5.

⁹⁶⁹ Voir OMPI, « La propriété intellectuelle et le développement économique. Exportations de café, différenciation des produits et stratégie en matière de marques, *Revue de l'OMPI, préc.*, p. 8.

⁹⁷⁰ Voir OMPI, Doc. IIM/3/3 du 16 septembre 2005, p. 55.

comme une indication géographique au sens du droit communautaire. Il s'agissait d'une première depuis que l'UE avait modifié son Règlement (CE) n° 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires pour permettre aussi l'enregistrement des produits des pays extérieurs à l'Union européenne. Par son Règlement (CE) n° 1050/2007 du 12 septembre 2007, la Commission a enregistré *café de Colombia* en tant qu'indication géographique protégée (IGP)⁹⁷¹.

640. Un autre exemple peut être fourni par l'expérience des producteurs de l'huile d'argan au Maroc. L'huile d'argan est le produit principal de l'arganier, un arbre qui pousse au Maroc, essentiellement au sud-ouest du pays entre Agadir, Essaouira et Taroudant. Depuis des siècles, les femmes berbères se servent du fruit de l'arganier pour obtenir la fameuse huile d'argan aux vertus autant culinaires que diététiques et cosmétiques. L'extraction de l'huile d'argan est accomplie selon un savoir-faire ancestral réservé aux femmes berbères et transmis de génération en génération depuis des siècles⁹⁷².

La grande majorité de la production de l'huile d'argan passe par le biais des coopératives féminines appuyées par un programme portant sur l'amélioration des conditions de travail de la femme rurale. Le nombre de coopératives féminines de production de cette huile recherchée est passé de quelques unes, comptant quelques centaines de femmes en 1999, à plus de 100 regroupant près de 4000 femmes en 2007⁹⁷³.

641. En janvier 2008, l'Association marocaine pour l'identification géographique d'huile d'argan (AMIGHA) a été créée à l'initiative du Conseil Régional du Souss Massa Drâa. Cette association regroupant tous les partenaires de la filière de l'huile d'argan a pour mission de faire reconnaître et de mettre en œuvre l'indication géographique protégée de cette huile dans le cadre de la loi 25/06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des produits agricoles et halieutiques

⁹⁷¹ JOUE, n° L. 240 du 13 Septembre 2007, pp. 7-8.

⁹⁷² X, « L'arganier et l'huile d'Argane », http://origin.technomind.be/fileadmin/origin/PDFs/French/OriGIn_en_action/Evenements_OriGIn/Agadir_Novembre_2007/Presentation_Argan_Oil.FR.pdf, consulté le 14 avril 2009.

⁹⁷³ *Ibid.*

(SDOQ)⁹⁷⁴. L'AMIGHA a bénéficié de l'appui d'organismes de recherche. Par ailleurs, l'association a été accompagnée de l'expertise des membres du réseau d'OrigIn (Organisation for International Geographical Indication Network). A noter aussi que des experts français de la région d'Aquitaine ont accompagné la mise au point du cahier des charges de l'IGP argan. Il faut souligner également le fort intérêt institutionnel qui a entouré ce processus dès le départ. Toutes ces démarches auraient été en effet vaines sans la mise en place d'un cadre juridique, à savoir la loi 25/06 relative aux signes distinctifs d'origine et de qualité des produits agricoles et halieutiques (SDOQ)⁹⁷⁵.

642. Une étude relative au marché de l'huile d'argan et son impact sur les ménages a démontré que ce marché a explosé au cours de la dernière décennie. Le vaste savoir traditionnel des populations de la région qui utilisaient cette huile comme produit cosmétique depuis des siècles, a attiré l'attention des chercheurs, des grandes firmes de cosmétiques et des touristes depuis des décennies. Ayant confirmé l'importance des propriétés chimiques de cette huile pour un usage cosmétique et esthétique, voire médicinal, celle-ci a pu être commercialisée sur les marchés internationaux de haute valeur. Les prix de l'huile cosmétique dépassent de loin ceux de l'huile culinaire⁹⁷⁶. Au détail, elle est plus de 4 fois plus chère que l'huile culinaire⁹⁷⁷. L'étude confirme également que la croissance du marché de l'huile d'argan a été favorisée par l'amélioration des techniques d'emballage et d'étiquetage et par la certification par certains organismes tels qu'AlterEco et Max Havelaar.

643. L'huile d'Argan est susceptible d'obtenir la reconnaissance, au Maroc et dans le monde entier, de la protection au titre d'indication géographique. Cette reconnaissance pourrait donner davantage de valeur au marché de ce produit et le protégerait en plus de nombreuses imitations dont elle fait l'objet actuellement à cause de son succès.

⁹⁷⁴ A. Aboudrare, Travis J. Lybbert et N. Magnan « Enquête diagnostic: Le marché de l'huile d'Argan et son impact sur les ménages et la forêt dans la région d'Essaouira », in *Transfert de technologie en agriculture*, n° 175 avril 2009, http://www.vulgarisation.net/btt_175.pdf, consulté le 25 avril 2009.

⁹⁷⁵ Malika Alami, « Des labels pour valoriser les produits du terroir », *L'Économiste*, édition électronique du 24 avril 2009, <http://www.leconomiste.com/article.html?a=90778>, consulté le 25 avril 2009.

⁹⁷⁶ Un litre d'huile d'argan destiné à la cuisson coûterait entre 60 et 80 euros (voir Directsoir n° 541 /mercredi 29 avril 2009).

⁹⁷⁷ Voir Abdellah Aboudrare, Travis J. Lybbert et Nicholas Magnan, *art. cit.*, http://www.vulgarisation.net/btt_175.pdf.

On estime⁹⁷⁸ que la protection de l'huile d'Argan sous le système des indications géographiques permettrait notamment:

- l'affectation de la dénomination "huile d'argane" ou « argane » exclusivement pour les produits provenant du Sud-Ouest du Maroc et élaborés selon des méthodes bien définies ;
- l'organisation rationnelle de la filière ;
- la valorisation des zones rurales où est produite l'huile (valeur ajoutée des produits à la vente, répartition des revenus au profit des producteurs, exportations, aménagement des coopératives, etc.) ;
- des perspectives de développement de l'activité touristique dans cette zone (dégustations, gîtes, restaurants etc.) ;
- une contribution à la protection de l'environnement⁹⁷⁹.

644. Cette expérience des caféiculteurs de la Colombie et des producteurs de l'huile d'argan du Maroc prouve que le succès de la commercialisation des produits régionaux passe par une stratégie dynamique de la part des producteurs afin de créer la réputation d'un produit. La contribution des producteurs d'autres régions qui ont une tradition et une longue expérience dans la protection de leurs produits par les régimes d'indications géographiques est également indispensable pour une meilleure compréhension par les producteurs des circuits du marché, des campagnes promotionnelles et des stratégies publicitaires.

645. En outre, pour pénétrer le marché international, les producteurs peuvent entrer en contact avec les associations du commerce équitable⁹⁸⁰ telles que FLO (*Fairtrade Labelling*

⁹⁷⁸ Voir A. Aboudrare, Travis J. Lybbert et N. Magnan, *préc.*, http://www.vulgarisation.net/btt_175.pdf, consulté le 25 avril 2009.

⁹⁷⁹ L'arganier pousse d'une façon sauvage et en abondance dans les zones arides et semi-arides du sud-ouest marocain, où il joue un rôle irremplaçable dans l'équilibre écologique et dans la préservation de la biodiversité. En cette qualité il constitue le dernier rempart contre la désertification.

⁹⁸⁰ Le commerce équitable est un partenariat commercial et un mouvement social qui vise à l'amélioration du droit et des conditions de commerce des travailleurs marginalisés, en particulier dans le cadre des échanges internationaux Nord-Sud. La démarche de commerce équitable consiste en une action collective d'organisation de nouveaux chemins de production et de distribution pour le marché international, basés sur des normes sociales, économiques et environnementales propres, ne nécessitant pas l'intermédiaire des États et la modification des législations nationales (voir Artisans du monde, <http://www.artisansdumonde.org/commerce-equitable.htm>, consulté le 8 avril 2009). Le commerce équitable repose sur la rémunération du producteur à sa juste valeur. Les acheteurs qui s'engagent à faire du commerce équitable doivent entre autres payer un prix minimum aux producteurs ainsi qu'une prime

Organizations), IFAT (*International Federation for Alternative Trade, ou International Fair Trade Association*), EFTA (*European Fair Trade Association*) ainsi que de nombreuses autres fédérations, syndicats et ONG comme Oxfam. Grâce au commerce équitable, les produits comme le thé, le café, le coton, les fruits, le cacao, le sucre, les jus de fruits, le riz, les épices, la noix de cajou, etc., en provenance des régions défavorisées des pays en développement, sont commercialisées sur les marchés des pays développés et procurent des revenus importants aux agriculteurs⁹⁸¹. Les associations de commerce équitable sont en même temps des organismes de certification qui établissent des normes de productions et en assurent le contrôle. Ainsi, les produits du commerce équitable sont vendus sous un label attestant qu'un travail de certification a été effectué et que les producteurs respectent le cahier des charges établi par le certificateur. La traçabilité des produits est ainsi assurée, ce qui rassure les consommateurs et justifie le prix élevé. Le commerce équitable peut contribuer énormément à vendre l'image d'un produit d'origine au-delà des frontières nationales et pourrait être un complément de l'indication géographique. Rappelons que l'organisme certificateur n'achète ni ne vend les produits. Son rôle se limite à garantir aux consommateurs l'application d'un cahier des charges élaboré par lui. Par exemple, les entreprises qui diffusent les produits garantis « équitables » par Max Havelaar s'engagent à respecter un cahier des charges et à payer le prix minimum convenu aux producteurs⁹⁸².

646. Selon Aïcha L. Coulibaly et P. Liu, fonctionnaires à la FAO, la principale limite du système de commerce équitable serait que le groupement de producteurs reçoive une certification pour ses produits à la condition que FLO soit sûre qu'il existe un marché pour ces produits. Ainsi, avant d'adhérer aux pratiques du commerce équitable, il paraît judicieux de s'informer auprès de FLO et des importateurs potentiels des débouchés pour ces produits. Une autre contrainte est que

supplémentaire qui donne suffisamment de revenus aux producteurs pour subvenir à leurs besoins mais également investir dans le développement de leur communauté. En retour, les producteurs qui s'engagent dans le commerce équitable doivent respecter les exigences environnementales, sociales et celles liées aux droits du travail.

⁹⁸¹ Selon les rapports annuels de FLO pour 2006 et 2007, le chiffre d'affaire du commerce équitable représentait respectivement 1 609 000 000 en 2006 et 2,3 milliards d'euros en 2007, voir <http://www.fairtrade.net/annualreports.html>, consulté le 8 avril 2009.

⁹⁸² C. Jacquiau, « Max Havelaar ou les ambiguïtés du commerce équitable », *Le monde diplomatique*, septembre 2007.

lorsqu'une association ou une exploitation a été certifiée, il n'y a aucune garantie que la production entière sera commercialisée et vendue sous l'étiquette « commerce équitable »⁹⁸³.

Le processus d'identification du potentiel d'indications géographiques et l'organisation des producteurs en structures collectives doit être soutenu par un système national de protection des indications géographiques. La détermination du régime approprié de protection est donc nécessaire pour réduire les fraudes qui risquent de nuire à la renommée des indications géographiques.

Section 2 : Déterminer le régime approprié de protection

647. Les possibilités de protéger les indications géographiques sont nombreuses et peuvent être source de confusion, notamment parce qu'elles ne sont pas appliquées et interprétées de la même manière dans tous les pays. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord sur les ADPIC, les pays en développement ont, dans le cadre du respect des obligations qui leur sont imposées par cet accord, modifié leur système de protection de la propriété intellectuelle⁹⁸⁴. Certains ont profité de la flexibilité offerte par cet accord pour mettre en place les mécanismes de protection des indications géographiques qui sont conformes à leurs systèmes et pratiques juridiques⁹⁸⁵.

648. Compte tenu du temps nécessaire pour l'adoption d'une nouvelle législation dans la plupart des pays, il est parfois plus approprié de sécuriser le potentiel des indications géographiques dans un premier temps par le biais du système de protection existant et d'envisager une protection appropriée et conforme aux obligations de l'Accord sur ADPIC.

649. Lorsqu'on examine les législations des pays en développement en matière de protection des indications géographiques, on constate que les marques collectives ou de certification (§1) et les régimes spéciaux sur les indications géographiques (protection *sui generis*) (§2) prennent le

⁹⁸³ Aïcha L. Coulibaly et P. Liu, *Réglementation, normes et certification pour l'exportation des produits agricoles, Guide pratique pour les producteurs et exportateurs de l'Afrique de l'Ouest*, FAO, 2006, p. 34.

⁹⁸⁴ Il faut cependant noter que certains pays membres de l'OMC, surtout les PMA, n'ont pas encore mis en place des mécanismes juridiques de protection des indications géographiques conformes à l'Accord sur les ADPIC, ils ont jusqu'en juillet 2013 pour le faire.

⁹⁸⁵ Voir art. 1^{er} de l'Accord sur les ADPIC.

dessus⁹⁸⁶. Il convient de comprendre ces deux mécanismes de protection puisqu'ils sont propres à la propriété industrielle et restent les plus utilisés pour protéger les indications géographiques.

§1. Les marques collectives et les marques de certification

650. Les marques collectives ou de certification servent souvent à promouvoir des produits caractéristiques d'une région donnée. Dans certains cas, la création de ces types de marques a non seulement permis de commercialiser plus facilement des produits au niveau national (et parfois, international) mais a aussi offert aux producteurs locaux un cadre de coopération. Les entreprises ont ainsi un moyen de différencier leurs propres produits de ceux des concurrents tout en bénéficiant de la confiance qu'accordent les consommateurs aux produits ou services proposés sous la marque collective ou de certification.

651. Mobiliser les agriculteurs et les entreprises agricoles pour définir et protéger un nom utilisé collectivement nécessite cependant une incitation qui manque souvent dans les pays en développement. Dans certaines sociétés comme en Afrique, le collectivisme fait partie de la culture, ce qui pourrait faciliter la protection des produits régionaux au moyen des marques collectives⁹⁸⁷, à condition qu'il y ait une sensibilisation des parties prenantes.

652. La marque collective est utilisée par les membres d'une coopérative, d'une association ou d'autres groupements pour identifier leurs produits ou leurs services. Le grand inconvénient est que ce type de marque lorsqu'il est utilisé pour protéger un nom géographique, pose le problème de la monopolisation du nom par les membres du groupement (association, coopérative) qui exploitent la marque. Or, la protection d'un nom géographique doit être un système ouvert à toute entreprise respectant le cahier des charges (aire géographique, méthode de production, etc).

⁹⁸⁶ Voir O'Connor & Company and Insight Consulting, "Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members", Report commissioned and financed by the Commission of the European Communities, Part II *Protection of Geographical Indications in 160 Countries around the World*, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135089.pdf, consulté le 27 avril 2008 ; voir aussi M. Schaeli, *art. cit.*, p. 6.

⁹⁸⁷ Voir P. Edou Edou, « La protection des indications géographiques ... », *art. cit.*, p. 3.

653. En revanche, la marque de certification permet de résoudre en partie la problématique de la monopolisation du nom géographique. La marque de certification est généralement accordée à des produits respectant des normes définies. La norme définie peut se rapporter, entre autres, aux caractéristiques spécifiques du produit, aux règles de productions que les producteurs doivent respecter, à la région à l'intérieur de laquelle les produits ont été obtenus. La marque de certification n'est donc pas réservée aux membres d'un groupement. Elle peut être utilisée par quiconque peut certifier que les produits en question respectent certaines normes établies par le titulaire mais elle ne garantit pas entièrement un système ouvert puisque son utilisation est soumise à l'obtention d'une licence qui peut être facilement refusée à une entreprise. En plus, pour enregistrer une marque de certification, il faut être compétent pour « certifier » et exercer le contrôle des produits certifiés. Le choix de l'organisme de certification est très important. À ce titre, le producteur doit choisir un organisme officiellement reconnu par le pays d'importation. Les organismes nationaux de certification sont généralement moins chers que les organismes internationaux mais la contrepartie est qu'ils ne sont pas autant reconnus sur les marchés étrangers que les organismes internationaux⁹⁸⁸. La principale contrainte est que la certification nécessite une capacité technique, financière et administrative suffisante pour être en mesure de se conformer à des exigences telles que celles sur la traçabilité.

Selon les experts de la FAO, le coût pour se conformer aux normes de certification et pour obtenir la certification dépend du type de certification que le producteur aura choisi et du type de changement qu'il devra apporter afin de satisfaire aux normes. En général, le coût de certification est proportionnel aux dépenses pour faire venir les inspecteurs sur le lieu de production et au temps requis pour faire les inspections sur ce lieu⁹⁸⁹.

§2. Les régimes spéciaux sur les indications géographiques (protection *sui generis*)

654. La protection des indications géographiques peut être assurée par une loi spéciale ou un décret. L'État peut intervenir pour définir et protéger un ou plusieurs noms géographiques réputés. Ce système nécessite, selon la construction juridique, l'intervention du législateur pour

⁹⁸⁸ Aïcha L. Coulibaly et P. Liu, *op. cit.*, p. 20.

⁹⁸⁹ *Ibid.*, p. 18.

chaque dénomination (elles peuvent être regroupées par paquets) ou une loi-cadre avec délégation d'enregistrement, produit par produit, à l'autorité administrative compétente.

655. En outre, ce système nécessite une base légale contenant la mise en œuvre de la Partie II Section 3 de l'Accord sur les ADPIC. Ainsi, la loi doit obligatoirement comporter :

- une définition de l'indication géographique qui n'est pas contraire à l'esprit de l'article 22.1 de l'accord sur les ADPIC ;
- une protection additionnelle pour les vins et les spiritueux au sens de l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC ;
- un mécanisme de résolution des conflits entre marques et indications géographiques (mise en œuvre de l'article 24 ADPIC).

656. Lorsqu'un État choisit la protection *sui generis* des indications géographiques avec un système d'enregistrement, celui-ci doit prévoir une procédure d'enregistrement (A) ainsi que des mécanismes d'opposition (B) et de contrôle (C).

A. Procédure d'enregistrement

657. Dans tous les pays ayant adopté une protection spéciale des indications géographiques, la détermination des titulaires de l'indication sujette à l'enregistrement est indispensable. En général, les titulaires sont des groupements (quelle que soit leur forme juridique) de producteurs⁹⁹⁰ exerçant leurs activités dans la région de production. Dans certaines législations des pays en développement, les indications géographiques sont des éléments du patrimoine national. Dans ce contexte, le titulaire est l'État, mais ce dernier n'exerce pas les activités de production ou de transformation des produits, il enregistre l'indication en son nom et en confère le droit d'usage aux utilisateurs suivant les conditions déterminées par lui, ce qui explique les caractères d'imprescriptibilité, d'incessibilité et d'indisponibilité des indications géographiques⁹⁹¹.

⁹⁹⁰ Nous entendons le « producteur » en son sens large défini dans l'Accord de Bangui comme « tout agriculteur ou autre exploitant de produits naturels, tout fabricant de produits artisanaux ou industriels ainsi que quiconque fait le commerce desdits produits ».

⁹⁹¹ Voir par exemple l'Accord de Carthagène, *préc.*

De leur côté, les producteurs doivent déterminer l'indication à protéger (I), et élaborer un cahier des charges conforme à la loi en vigueur (II).

I. La détermination de l'indication à protéger

658. L'indication à protéger est généralement un nom géographique ou une dénomination traditionnelle. Le nom du produit peut être le nom géographique d'un territoire, d'une localité, d'une région ou d'un pays. Les dénominations traditionnelles non géographiques et d'autres signes liés à un milieu géographique particulier, qu'ils soient constitués de mots, d'expressions, de symboles ou d'images emblématiques peuvent également être enregistrés pourvu qu'ils correspondent à une aire géographique déterminée et remplissent toutes les autres conditions fixées par la loi.

659. En principe, un nom de produit peut ne pas être enregistré en tant qu'indication géographique lorsqu'il entre en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale ce qui est susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit⁹⁹². Cette situation est difficile à comprendre dans de nombreux pays en développement où le produit a été connu depuis des générations sous sa variété végétale ou sous le nom d'une race animale. Le même problème peut se poser avec des indications connues dans le pays d'origine depuis longtemps, mais considérées comme des termes génériques dans de nombreux pays étrangers.

Mais comme tous les droits de propriété intellectuelle, les indications géographiques sont soumises au principe de territorialité⁹⁹³, une indication géographique donnée peut être considérée comme telle et être protégée dans son pays d'origine, alors que dans un autre pays, la même indication est traitée comme un terme générique pour désigner un type de produit. Pour mettre en évidence la spécificité de leurs produits et obtenir leur protection à l'étranger, les producteurs peuvent ajouter un « relocalisant » à l'indication générique ou au nom de la variété végétale ou de

⁹⁹² Voir art. 3 du Règlement (CE) 510/2006.

⁹⁹³ Une indication géographique est reconnue dans le pays dans lequel le lieu où l'indication géographique se réfère est situé. Voir à ce sujet, N. Bouche, *op. cit.*, p. 35.

la race animale en question. La France l'a fait pour son « Camembert de Normandie » et l'Espagne pour ses « Tourons de Alcante ».

II. L'élaboration d'un cahier des charges

660. La rédaction du cahier des charges est certainement l'un des plus importants défis auxquels un groupement de producteurs ou une autorité locale ou nationale agissant au nom des producteurs doit faire face. En fonction du niveau de protection souhaité par le pays, le cahier des charges doit être transparent, clairement défini et rendu public afin d'éviter tout malentendu ou toute opposition. Il faut veiller à ce que les termes du cahier des charges soient suffisamment clairs afin de permettre à tout producteur établi dans la zone géographique délimitée et respectant ses prescriptions d'utiliser l'indication.

661. Dans la plupart des législations sur les indications géographiques, la demande d'enregistrement d'un signe en qualité d'indication géographique, doit être accompagnée d'un cahier des charges comprenant entre autres éléments, le nom et la description du produit, la délimitation de l'aire géographique de production, la preuve du lien entre la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques du produit et son origine géographique, la description des méthodes de production, de fabrication, de transformation ou d'obtention du produit.

662. S'il peut être relativement aisé de décrire le produit, la délimitation de l'aire géographique⁹⁹⁴ et les méthodes de production, il est, en revanche, compliqué de démontrer le lien qui existe entre la qualité, la réputation ou les autres caractéristiques du produit et son origine géographique. Or, ce lien est l'élément le plus important du cahier des charges⁹⁹⁵ et constitue la différence essentielle avec l'indication de provenance, la marque collective ou de certification⁹⁹⁶. Des séminaires de formation sur la méthodologie d'élaboration d'un cahier de charges sont

⁹⁹⁴ Des recherches ont permis de constater que la délimitation du territoire de production d'une indication géographique n'est pas toujours facile à réaliser, des considérations d'ordre politiques peuvent fausser le processus et entraîner, à la longue, la perte de la réputation du produit. Voir à ce sujet : Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, pp. 106-107.

⁹⁹⁵ D. Croze, *art. cit.*, p. 9.

⁹⁹⁶ Voir Carlos M. Correa, « Protection of Geographical Indications... », *art. cit.*, p. 24.

indispensables pour que les producteurs puissent prendre en main tous les aspects de la production. Une assistance technique des producteurs expérimentés est nécessaire.

663. Le lien doit fournir une explication des raisons pour lesquelles un produit est lié à un milieu géographique donné et pas à un autre. Autrement dit, le cahier des charges doit expliquer dans quelle mesure le produit final est influencé par les caractéristiques de la région dans laquelle elle est produite. L'effet de l'environnement géographique ou d'autres conditions locales sur la qualité du produit doit être démontré, ainsi qu'éventuellement les facteurs naturels et/ou humains qui ont un effet sur la qualité ou les caractéristiques du produit.

664. Les exigences du cahier des charges ne devraient pas être trop strictes et complexes pour les producteurs qui, dans les pays en développement, ne sont pas habitués au système des indications géographiques. Cela pourrait certainement créer des difficultés pour les producteurs des zones rurales où l'on trouve un nombre important d'analphabètes. Une certaine souplesse est donc indispensable au début de la mise en œuvre d'un système de protection des indications géographiques afin de donner aux producteurs le temps de s'adapter financièrement, techniquement ou humainement aux nouvelles conditions de production.

665. Enfin, une combinaison des régimes spécifiques des indications géographiques et de marque de certification est possible. Elle a été expérimentée par certains pays en développement comme la Colombie⁹⁹⁷, Cuba⁹⁹⁸ et l'Inde⁹⁹⁹ afin de procurer à certaines indications géographiques une protection à l'étranger.

⁹⁹⁷Le « Café de Colombia » est enregistré comme une appellation d'origine en Colombie, une marque de certification dans beaucoup de pays et une IGP en Union Européenne.

⁹⁹⁸La dénomination « Habana » ou « Habano » est enregistrée, à la fois, comme une appellation d'origine et une marque de certification pour désigner les cigares cubaines. Sur ce sujet, voir Adargelio Garrido de la Grana, *art. cit.*, p. 3 et s.

⁹⁹⁹Le thé « Darjeeling » est aussi protégé en Inde comme une indication géographique et à l'étranger comme marque de certification : voir Kasturi Das, *art. cit.*, pp. 459–495, spécialement p. 480.

B. Mécanismes d'opposition à l'enregistrement

666. Les mécanismes d'opposition sont nécessaires pour la transparence du système et la sauvegarde des droits des tiers sur le signe objet de l'enregistrement. Dans un délai déterminé par la loi, toute personne ayant un intérêt légitime, peut s'opposer à l'enregistrement envisagé en déposant une déclaration dûment motivée. L'opposition peut porter sur l'irrégularité du cahier des charges ou le risque de conflit avec une marque ou le fait que le nom pour lequel on demande l'enregistrement a acquis un caractère générique. L'organe saisi de l'opposition doit donner son avis ou rendre sa décision, selon le cas, dans les délais raisonnables afin de permettre aux intéressés d'exercer, éventuellement, les voies de recours disponibles.

667. Certaines législations des pays en développement qui ont adopté un système *sui generis* de protection des indications géographiques, prévoient des mécanismes d'opposition à l'enregistrement de certains noms. Ainsi l'Annexe VI de l'Accord de Bangui, qui constitue la loi nationale de chaque État membre, prévoit en son article 12, que tout intéressé peut faire opposition à l'enregistrement d'une indication géographique en adressant à l'OAPI, dans un délai de six mois, à compter de la publication, un avis écrit exposant les motifs de son opposition. Ces motifs doivent être fondés, soit sur le fait que l'indication enregistrée figure parmi les indications exclues de la protection¹⁰⁰⁰, soit sur le manque de qualité des personnes qui ont déposé la demande d'enregistrement¹⁰⁰¹, soit enfin au fait qu'il existe un droit enregistré, antérieur, appartenant à l'opposant. Il faut souligner que l'opposition n'est possible que si les intéressés sont informés de la procédure d'enregistrement en cours. C'est pourquoi la demande doit être publiée dans un journal officiel avant que la décision d'enregistrement ne soit prise.

¹⁰⁰⁰ Selon l'article 5 de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui, sont exclues de la protection, les indications géographiques :

- a) qui ne sont pas conformes à la définition de l'article 1.a) ; ou,
- b) qui sont contraires aux bonnes mœurs ou à l'ordre public ou qui, notamment, pourraient tromper le public sur la nature, la provenance, le mode de fabrication, les qualités caractéristiques ou l'aptitude à l'emploi des produits considérés ;
- c) qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui ont cessé de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays.

¹⁰⁰¹ Conformément à l'article 6 de l'Annexe précité, « Ont qualité pour déposer une demande d'enregistrement d'une indication géographique, les personnes physiques ou morales, qui pour des produits indiqués dans la demande, exercent une activité de producteur dans la région géographique indiquée dans la demande, ainsi que les groupes de telles personnes, les groupes de consommateurs et toute autorité compétente ».

C. Structures de contrôle

668. La mission des structures de contrôle est d'assurer que les produits portant une dénomination protégée répondent aux exigences du cahier des charges. La vérification que les produits sont conformes à leur cahier des charges est une pratique générale. Elle peut être exercée par une ou plusieurs autorités publiques désignées à cette fin ou par des organismes privés agréés. Le cahier des charges d'un produit et les structures de contrôle sont essentiels pour assurer la valeur et la qualité d'une indication géographique¹⁰⁰².

669. Par conséquent, la mise en place d'une structure de contrôle est le corollaire du succès du système d'indications géographiques. À cet égard, les États sont entièrement responsables et disposent d'une certaine marge de manœuvre pour organiser leurs propres systèmes de contrôle. Mais il est également possible pour les producteurs de choisir des services de contrôle publics, des organismes de contrôle privés ou les deux¹⁰⁰³. Tous les services et organismes doivent offrir des garanties adéquates d'objectivité et d'impartialité et doivent avoir en permanence à leur disposition des experts et les moyens nécessaires pour assurer les contrôles¹⁰⁰⁴.

670. Habituellement, les coûts de l'inspection doivent être couverts par les producteurs utilisant la dénomination protégée. Cela exige une attention particulière au début de la mise en œuvre d'un système d'indications géographiques dans les pays en développement, en raison de la rareté des ressources pour les producteurs qui doivent déjà faire des efforts importants en termes de respect de la qualité et des méthodes de production. C'est probablement la raison pour laquelle la plupart des législations sur les indications géographiques des pays en développement n'organisent pas de structure de contrôle.

671. En définitive, les différents systèmes de protection ont leurs avantages et inconvénients, les producteurs doivent choisir parmi les mécanismes existants, ceux qui sont conformes au cadre juridique, administratif, social et économique de leurs pays et qui sont adaptés à leurs besoins ou leurs moyens financiers. Il n'y a donc pas *a priori* de meilleur système de protection, mais dans

¹⁰⁰² Voir OMC, *Communautés Européennes- Protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires*, préc., paragr. 7.398.

¹⁰⁰³ *Ibid.*, paragr. 7.409.

¹⁰⁰⁴ *Ibid.*

les pays qui admettent différents régimes de protection des indications géographiques, les producteurs peuvent choisir le régime qui assure une meilleure protection, exige peu de dépenses administratives et rapporte des revenus à toutes les personnes impliquées dans la chaîne de production. Dès lors, il faut des études de marché pour identifier un produit éligible à la protection par une indication géographique et des efforts pour la conception d'un produit de qualité. Il faut également mettre en place un cadre juridique permettant l'enregistrement des indications et éventuellement des structures de contrôle. Il faut enfin du temps pour construire la réputation d'un produit. Lorsque cette réputation franchit les frontières nationales, le besoin d'une protection à l'étranger se fait sentir.

Section 3 : Protéger les indications géographiques à l'étranger

672. Pour diverses raisons¹⁰⁰⁵, les pays en développement ont tardé à identifier et reconnaître leurs indications géographiques et sont maintenant confrontés aux problèmes de leur protection à l'étranger. En raison de leur nature territoriale, tout pays qui souhaite protéger ses indications géographiques à l'étranger devrait satisfaire aux exigences de la loi nationale de chaque pays dans lequel la protection est demandée¹⁰⁰⁶. L'une des exigences peut être la protection préalable de l'indication géographique dans son pays d'origine (§1) sinon le titulaire de l'indication devra affronter son adversaire devant les juridictions de ce dernier, ce qui, *a priori*, n'est pas rassurant. Étant donnée la diversité des régimes et donc de niveaux de protection, il est parfois difficile de satisfaire aux différentes conditions de protection. Si la protection disponible à l'étranger ne permet pas la reconnaissance d'une dénomination étrangère (par exemple en raison de son caractère générique ou de son atteinte à un droit déjà protégé), les pays concernés peuvent entrer en négociations en vue de conclure des accords bilatéraux qui permettront une meilleure protection de leurs intérêts respectifs (§2).

¹⁰⁰⁵ On peut mentionner entre autres, des raisons d'ordre historique (absence de culture juridique en matière de signes de qualité), culturel (les connaissances liées aux signes distinctifs font partie de l'héritage ancestral et ne sont pas objet d'appropriation privée), économiques (la prise de conscience de la valeur économique des indications géographiques est très récente).

¹⁰⁰⁶ L'adhésion à certains accords régionaux permet un enregistrement unique qui sera valable dans tous les pays membres. C'est le cas du Règlement (CE) no 510/2006, de l'Annexe VI de l'Accord de Bangui, de l'Accord de Carthagène et de l'Arrangement de Lisbonne.

§1. La protection dans son pays d'origine comme condition préalable à une protection à l'étranger

673. Une indication géographique a besoin d'être protégée dans le pays d'origine afin de faire l'objet d'une protection à l'étranger. Ce principe, selon lequel une indication géographique peut ne pas être protégée à l'étranger si elle n'est pas protégée en premier lieu dans le pays d'origine a été posé par l'Accord sur les ADPIC (art. 24.9). Selon Denis Croze, ce principe est l'un des plus difficiles à expliquer aux pays en développement qui assistent impuissants à l'utilisation abusive de leurs indications géographiques par des producteurs étrangers sans être en mesure de faire valoir leurs droits¹⁰⁰⁷. Bien que l'absence de protection nationale ne soit pas une condition absolue d'obtenir une protection à l'étranger, elle constitue un obstacle d'autant plus sérieux que la plupart des législations nationales excluent expressément de la protection les indications géographiques qui ne sont pas protégées dans leurs pays d'origine ou qui ont cessé de l'être, ou qui sont tombées en désuétude dans ce pays¹⁰⁰⁸.

674. Néanmoins, comme les indications géographiques obéissent au principe de territorialité, rien ne s'oppose à ce qu'un pays puisse protéger les noms de son patrimoine national même si ceux-ci sont considérés, à l'étranger, comme des termes génériques pour les types de produits sur lesquels ils sont utilisés. Mais c'est, avant tout, la valeur économique réelle ou potentielle de l'indication qui devrait être prise en considération pour sa protection, moins que la simple fierté nationale. Certaines dénominations de produits dont les caractéristiques spécifiques sont liées à leur origine géographique peuvent également être utilisées abusivement sur le marché intérieur d'un État. Dès lors, la protection peut s'avérer nécessaire pour la régulation du marché intérieur ou la protection des consommateurs. Ce serait une erreur de protéger une indication en considération uniquement de son statut juridique à l'étranger.

675. La protection des indications géographiques dans les pays étrangers nécessite de traiter avec des systèmes juridiques différents et est, par conséquent, susceptible d'exiger d'importantes ressources et une expertise sophistiquée dont ne disposent pas les pays en développement. En

¹⁰⁰⁷ Voir D. Croze, *art. cit.*, pp. 12.

¹⁰⁰⁸ C'est notamment le cas des législations inspirées de l'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958).

l'absence d'une culture de la propriété intellectuelle en général, et des indications géographiques en particulier, le financement pour l'obtention et le maintien de la protection ainsi que la lutte contre la contrefaçon est un problème majeur dans les pays en développement. Les indications géographiques sont de plus en plus usurpées, soit dans leurs pays d'origine par des ressortissants qui ont la connaissance des points de vente à l'étranger, soit par des étrangers qui ont installé des centres régionaux ou internationaux de réseaux de distribution. Il est donc urgent pour un certain nombre de pays en développement d'accorder une protection à leurs indications géographiques, car il est très compliqué et très coûteux de défendre une indication géographique sur le marché étranger si l'on n'a pas la preuve du droit exclusif sur son utilisation.

676. À cet égard, Denis Croze¹⁰⁰⁹ rappelle que, dans le cadre des discussions sur la tentative de révision de la Convention de Paris à l'initiative des pays en développement, il était envisagé d'inclure une proposition tendant à permettre à ces pays de réserver un certain nombre de dénominations géographiques pour l'avenir de telle sorte que, même si elles ne sont pas encore utilisées comme des indications géographiques, elles ne pouvaient pas être utilisées comme marques. Un nouvel article 10 *quater* de la Convention de Paris, devait permettre à chaque pays en développement de notifier au Bureau international de l'OMPI jusqu'à 200 noms géographiques (limité à 10 noms dans le projet final) désignant le pays lui-même ou une région ou une localité située sur son territoire. Cette notification devait avoir pour conséquence que le Bureau international serait tenu d'en informer tous les États membres de l'Union de Paris, qui, à leur tour, devaient interdire l'enregistrement ou l'utilisation de marques contenant ou consistant en des noms réservés. L'effet de la notification devait durer 20 ans. Le projet de l'article 10 *quater* ne visait pas uniquement la réservation des noms pour une future protection en qualité d'indications géographiques, il visait également à prévenir que des noms notoirement connus pour désigner des produits spécifiques ne deviennent des termes génériques pour lesdits produits.

677. Une telle proposition, si elle avait été adoptée, aurait donné l'opportunité aux pays en développement de notifier leurs indications géographiques potentielles, mais rien ne garantit que la simple notification non suivie d'une protection juridique subséquente de ces indications dans

¹⁰⁰⁹ Voir D. Croze, *art. cit.*, pp. 12-13.

leur pays d'origine, aurait empêché l'enregistrement comme marques ou la dégénérescence en des termes génériques.

678. Dans leur effort de protection des indications géographiques au niveau national et international, certains pays en développement ont rejoint le réseau OriGIn, une association dédiée à la défense des produits d'origine et qui poursuit deux objectifs :

- promouvoir les indications géographiques comme outil de développement durable ainsi que comme instrument de protection des connaissances profondément enracinées dans un territoire spécifique ;
- se battre pour la mise en œuvre d'une protection juridique plus efficace des indications géographiques au niveau national, régional et international, par le biais de campagnes de sensibilisation visant les décideurs, les médias et le public dans son ensemble.

679. OriGIn représente aujourd'hui 150 organisations et 2 millions de producteurs, d'environ 40 pays¹⁰¹⁰ dont certains sont les pays en développement. Cette ONG internationale est un groupe de pression qui lutte pour que la protection forte reconnue aux vins et spiritueux par l'Accord sur les ADPIC soit étendue à toutes les indications géographiques. Mais comme les négociations multilatérales devant l'OMC piétinent, OriGIn devrait aussi conseiller les pays en développement dans les négociations des accords commerciaux bilatéraux afin de les aider à saisir cette opportunité pour protéger leurs indications géographiques.

§2. La négociation des accords commerciaux bilatéraux : une opportunité pour protéger les indications géographiques des pays en développement ?

680. En raison de la lenteur et de la complexité des négociations commerciales multilatérales dans le cadre de l'OMC, on constate depuis l'an 2000, une profusion d'accords commerciaux régionaux et bilatéraux, dont un grand nombre implique les pays développés et les pays en

¹⁰¹⁰ Pour plus d'information sur cette organisation, visiter : <http://www.origin-gi.com/>

développement ¹⁰¹¹. Les États-Unis et l'Union Européenne sont les grands adeptes de ce genre d'accords qui couvrent un vaste éventail de questions intéressant plusieurs aspects des échanges commerciaux, y compris la propriété intellectuelle.

681. En matière de propriété intellectuelle, les pays développés poussent les pays en développement à renforcer leurs régimes de propriété intellectuelle au-delà des normes établies par l'OMC. Il en résulte que les accords commerciaux bilatéraux et régionaux éliminent souvent les flexibilités et les exceptions prévues par l'Accord sur les ADPIC et imposent des normes plus strictes que la doctrine qualifie de dispositions « ADPIC-plus ». Ainsi, un accord bilatéral qui exige qu'un Membre mette en œuvre une norme plus forte ou qui élimine une option prévue par l'accord sur les ADPIC est une norme « ADPIC-plus »¹⁰¹². Les normes « ADPIC-plus » ont nécessairement des implications sur la mise en œuvre des obligations contractées par les pays en développement en vertu de l'Accord sur les ADPIC (A). Appliquées aux indications géographiques, ces normes constituent un moyen d'exporter le système du partenaire développé (B) mais elles ont également des implications potentielles sur la protection des indications géographiques dans les pays en développement (C).

A. Les implications des dispositions « ADPIC-plus » sur la mise en œuvre des obligations découlant de l'Accord sur les ADPIC

682. L'Accord sur les ADPIC confère aux Membres, en son article premier, paragraphe premier, le droit de « mettre en œuvre dans leur législation une protection plus large que ne le prescrit le présent accord ». En conséquence, les pays développés exportateurs de technologie ont mis en place des législations en propriété intellectuelle d'un niveau plus élevé que celle de l'Accord sur les ADPIC. Afin de faire respecter leurs droits de propriété intellectuelle au-delà de leurs frontières nationales, ils concluent des accords commerciaux bilatéraux avec les pays en développement, et

¹⁰¹¹ Voir CRET, *Étude comparative des accords de libre échange impliquant des PED ou des PMA*, Rapport final, octobre 2009, <http://www.gret.org>, consulté le 23 nov. 2009. Selon ce rapport, le nombre d'accords de libre échange (ALE) entre des pays développés et des PED a connu une progression spectaculaire depuis le début des années 2000, parallèlement à un certain enlèvement des négociations à l'OMC. Sur les 158 ALE notifiés à l'OMC, 86 concernent des pays développés et des PED, mais peu de pays parmi les moins avancés (PMA). Ces accords revêtent différentes formes, les plus courantes sont les accords de libre-échange (ALE) et les accords de partenariat économique (APE).

¹⁰¹² Voir Peter Drahos, "Bilateralism in Intellectual Property", a paper prepared for Oxfam, 2002, <http://www.maketradefair.com/assets/english/bilateralism.pdf>, consulté le 3 mai 2009.

du coup, ces derniers se voient obligés de se conformer, non seulement à l'Accord sur les ADPIC, mais également à l'évolution juridique des pays exportateurs de technologie. En effet, la signature d'un accord de libre-échange (ALE) ou d'un accord de partenariat économique (APE) emporte pour les pays en développement, l'obligation de « prendre les mesures appropriées afin de garantir une protection suffisante et effective conforme aux normes internationales les plus élevées »¹⁰¹³ et d'adhérer aux plus récents accords internationaux de propriété intellectuelle¹⁰¹⁴. Notons en passant que certains auteurs doutent de la capacité des pays en développement et des PMA à appliquer les normes internationales les plus élevées¹⁰¹⁵.

683. D'après le Rapport sur le Commerce et le développement (2007) de la CNUCED¹⁰¹⁶, si un pays en développement souhaite conclure un accord bilatéral avec un partenaire développé, c'est qu'il cherche à obtenir des concessions que ce partenaire n'accorde pas à d'autres, particulièrement des débouchés plus faciles pour ses produits. Une autre raison qui peut pousser un pays en développement à conclure un accord de libre-échange, c'est la crainte de subir une perte de compétitivité par rapport aux autres pays en développement, qui ont signé un accord du même genre avec le même partenaire. Mais les avantages qu'un pays en développement peut tirer de ces négociations sont limités par son pouvoir de négociation, en général plus faible, face à un partenaire plus fort économiquement. Il en résulte qu'en matière de propriété intellectuelle, l'accord bilatéral issu des négociations comporte des normes bien plus contraignantes que celles de l'accord sur les ADPIC. Ces normes réduisent ou suppriment carrément les flexibilités et les exceptions que l'Accord sur les ADPIC a prévues en vue de préserver certains buts d'intérêt public et promouvoir les objectifs du développement en faveur des pays en développement.

¹⁰¹³ Voir par exemple l'article 168 de l'Accord d'Association entre l'UE et le Chili : http://www.sice.oas.org/Trade/chieu_e/cheuin_e.asp ; article 12 de l'Accord de partenariat économique, de coordination politique et de coopération entre la Communauté européenne et ses États membres, et les États-Unis mexicains.

¹⁰¹⁴ Tous les ALE/APE exigent pratiquement les parties d'adhérer aux plus récents accords internationaux de propriété intellectuelle.

¹⁰¹⁵ Voir Sanoussi Bilal, « Eclairages sur les négociations commerciales : De Doha à Cotonou, Questions soulevées par la proposition de mandat de négociation de la CE », *Passerelles*, Vol. III N° 4, mai-juillet 2002, p. 19.

¹⁰¹⁶ Voir ledit rapport sur http://www.unctad.org/fr/docs/tdr2007overview_fr.pdf, consulté le 13 mai 2009.

684. L'inclusion des dispositions « ADPIC-plus » dans les accords commerciaux bilatéraux Nord-Sud a, pour cette raison, été perçue de manière critique par de nombreux observateurs¹⁰¹⁷. Certains y voient des manœuvres des pays développés de réduire la marge de manœuvre des pays en développement pour adapter leur législation de propriété intellectuelle à leurs besoins. D'autres trouvent que c'est un moyen efficace de contourner les accords multilatéraux qui assurent à la propriété intellectuelle une protection faible en raison de nombreuses exceptions qu'ils renferment. La conclusion des accords bilatéraux permet d'éliminer ces exceptions et d'imposer aux pays en développement des normes plus strictes qui, souvent, vont à l'encontre de leurs intérêts.

En outre, ce genre d'accords contient systématiquement des clauses qui offrent une protection plus forte aux brevets, aux marques, aux indications géographiques, ainsi qu'aux variétés végétales. Ceci dénote la détermination des pays riches à étendre la protection des droits de propriété intellectuelle dans les pays en développement en vue d'y ouvrir de nouveaux marchés pour leurs produits. Dès lors, les gouvernements des pays en développement qui souhaitent conclure des accords commerciaux avec les pays développés devraient s'interroger sur ce qu'ils obtiendront en échange de leur renonciation aux flexibilités de l'Accord sur les ADPIC.

685. Le rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle¹⁰¹⁸ a attiré l'attention sur la pratique qui consiste à utiliser systématiquement les accords régionaux et bilatéraux pour créer des régimes de propriété intellectuelle allant au-delà de l'Accord sur les ADPIC dans les pays en développement et a émis le souhait que de telles pratiques puissent cesser. On peut ainsi lire dans ce rapport, la recommandation suivante :

¹⁰¹⁷ On peut mentionner notamment la CNUCED et de nombreux ONG internationales comme ICTSD, SOUTH CENTER, GRAIN, Environnement et Développement du Tiers Monde (ENDA) et Quakers United Nations Office (QUNO). GRAIN rapporte par exemple que l'Europe, l'Australie et les États-Unis sont les adeptes actifs des accords bilatéraux sur les droits de propriété intellectuelle conclus souvent soit avec des pays très pauvres qui sont loin d'avoir des systèmes de droits de propriété intellectuelle qui fonctionnent (le Laos, le Cambodge, le Vietnam), soit avec des pays spécialisés dans la contrefaçon (la Chine). Un tiers des accords des États-unis avec les pays en voie de développement poussent ces pays à renforcer leurs régimes de droit de propriété intellectuelle au-delà des normes établies par l'OMC (GRAIN, "Les « ADPIC-plus » avancent masqués : ou, comment renforcer les règles de l'OMC relatives aux droits de propriété intellectuelle sur le vivant grâce aux traités bilatéraux ", <http://www.grain.org/briefings/?id=53>, consulté le 23 mai 2008).

¹⁰¹⁸ Voir Rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle, préc.

« Les pays en développement devraient être libres de choisir, dans les limites fixées par l'Accord sur les ADPIC, comment orienter leurs propres régimes de PI. Bien que les pays en développement aient le droit d'opter pour une conformité accélérée avec des normes allant au-delà de celles prévues par l'Accord sur les ADPIC, ou pour leur adoption, s'ils pensent que cela est dans leur intérêt, les pays développés devraient réviser leurs politiques en matière de diplomatie commerciale régionale et bilatérale avec les pays en développement de manière à ne pas leur imposer des normes ou des calendriers allant au-delà de ceux prévus dans l'Accord sur les ADPIC »¹⁰¹⁹.

686. Le Rapport sur le Commerce et le développement (2007) de la CNUCED, tout en reconnaissant qu'un accord de libre-échange Nord-Sud peut offrir à la partie en développement des possibilités commerciales nouvelles considérables et attirer vers elle plus d'investissements étrangers directs (IED), déplore en même temps le fait que ce genre d'accord pourrait affaiblir le système commercial multilatéral et réduire la capacité des politiques à appuyer le développement et les changements structurels dans les pays en développement¹⁰²⁰. Selon toujours ce rapport, les accords de libre-échange entre pays développés et pays en développement font disparaître le traitement spécial et le traitement privilégié dont la partie en développement pourrait se prévaloir selon d'autres accords¹⁰²¹. Par exemple, les restrictions additionnelles prévues dans les accords bilatéraux et régionaux sur l'utilisation des licences obligatoires accentuent le problème d'accès aux médicaments et pourraient annuler les effets de la « Déclaration sur l'Accord sur les ADPIC et la santé publique »¹⁰²². Pour cette raison, les pays en développement émergents comme la Chine, l'Inde, le Brésil et l'Afrique du Sud, résistent aux règles « ADPIC-plus » des accords de libre-échange et appliquent pleinement les mécanismes de sauvegarde¹⁰²³ afin d'assurer la production de médicaments génériques destinés à un usage national et à l'exportation vers d'autres pays en développement. Ces mêmes pays sont opposés à l'inclusion de la clause de la

¹⁰¹⁹ *Ibid.* p. 168.

¹⁰²⁰ Voir ledit rapport sur http://www.unctad.org/fr/docs/tdr2007overview_fr.pdf, consulté le 13 mai 2009.

¹⁰²¹ *Ibid.*, p. 14.

¹⁰²² La Déclaration sur l'Accord sur les ADPIC et la santé publique a été adoptée le 14 novembre 2001 à la Quatrième Conférence ministérielle de l'OMC tenue à Doha.

¹⁰²³ Ce sont les mécanismes par lesquels un État-membre de l'OMC peut suspendre provisoirement ses obligations à l'égard de ses partenaires (voir D. Mainguy, (dir.), *Dictionnaire de droit du marché : concurrence, distribution, consommation*, Paris, Ellipses, 2008, v^o clause de sauvegarde) Les mécanismes de sauvegarde permettent aux pays en développement de rehausser les tarifs au-delà des niveaux consolidés pour protéger les agriculteurs contre la chute des prix intérieurs résultant de la concurrence des importations.

nation la plus favorisée (NPF)¹⁰²⁴ qui figure dans les APE entre l'Union Européenne et les pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP).

687. D'après le Brésil, la clause NPF est en contradiction avec la « Clause d'habilitation »¹⁰²⁵ de l'OMC, destinée à accroître la participation des pays en développement dans le commerce mondial, en favorisant l'accroissement du commerce entre pays en développement, sur une base préférentielle. L'inclusion de la clause NPF est de nature à décourager toute volonté des pays en développement à s'engager dans des accords en vue de s'octroyer des concessions mutuelles avec les pays ACP signataires d'un APE dans la mesure où les conditions d'accès au marché accordées à l'Europe constitueraient le « plafond » dont pourraient bénéficier d'autres pays en développement sur les marchés ACP, à savoir qu'il faudrait automatiquement faire bénéficier l'Europe de tout accès supérieur à ce « plafond ». Ainsi, les pays ACP se retrouvent sans incitation à négocier avec d'autres pays en développement, des accords contenant des conditions d'accès au marché plus favorables que celles dont l'Union européenne pourrait bénéficier¹⁰²⁶. L'inclusion de la clause NPF dans les APE avec les pays ACP est perçue par certains membres de l'OMC comme la mise en place d'une stratégie européenne destinée à maintenir et à élargir ses parts dans un marché régional et continental qui a tendance à lui échapper suite à l'offensive commerciale des pays émergents.

688. M. Jean-Frédéric Morin, chercheur associé au Centre international UNISFÉRA, fait remarquer que la voie bilatérale modifie les rapports de force en faveur des pays exportateurs de technologie et permet des avancées qui seraient autrement rejetées si elles étaient proposées au

¹⁰²⁴ La clause NPF permet d'étendre les avantages résultant des dispositions « ADPIC-PLUS » contenues dans les APE à l'ensemble des membres de l'OMC.

¹⁰²⁵ La 'Clause d'habilitation', adoptée en 1979 dans le cadre GATT, permet aux pays développés d'accorder un traitement différencié plus favorable aux pays en développement, mais non aux pays riches. La clause d'habilitation est le fondement juridique, établi par l'OMC, du Système généralisé de préférences (SGP). Dans le cadre de ce système, les pays développés appliquent un traitement préférentiel non réciproque (par exemple, des droits nuls ou faibles à l'importation) aux produits originaires des pays en développement. Ce sont les pays octroyant les préférences qui déterminent unilatéralement les pays et les produits bénéficiaires. La Clause d'habilitation sert aussi de fondement juridique aux accords régionaux conclus entre pays en développement et au Système global de préférences commerciales entre pays en développement (SGPC), dans le cadre duquel un certain nombre de pays en développement s'accordent mutuellement des concessions commerciales (voir OMC :

http://www.wto.org/french/tratop_f/devel_f/dev_special_differential_provisions_f.htm, consulté le 15 mai 2009).

¹⁰²⁶ Voir Cheikh Tidiane Dièye et Victoria Hanson, « Clause NPF dans les APE : une menace pour le commerce Sud-Sud? », *Éclairage sur les négociations*, vol. 7, n° 2, mars 2008.

Conseil des ADPIC¹⁰²⁷. Il est d'avis que les pays en développement auraient intérêt à utiliser la flexibilité d'application de l'Accord sur les ADPIC pour élaborer leurs lois nationales et leurs accords régionaux. De cette façon, ils pourraient plus facilement ajuster leur politique de propriété intellectuelle à leur niveau de développement technologique et préserver leur marge de manœuvre lors des négociations ultérieures.

689. Comme l'illustre le Tableau II, ci-après, les accords de libre-échange conclus par les États-Unis et l'Union Européenne avec les pays en développement, comportent des dispositions qui empêchent les parties de recourir à certaines flexibilités offertes par l'Accord sur les ADPIC en matière de brevets, de droits d'auteur, des marques et d'indications géographiques.

¹⁰²⁷ J.-F. Morin, « Les accords bilatéraux et régionaux de propriété intellectuelle dans la francophonie », *UNISFERA*, juin 2003, http://www.ameriques.uqam.ca/pdf/ADPIC_franco_Morin.pdf, consulté le 13 mai 2009.

Tableau II: Exemples d'accords bilatéraux comportant des normes plus élevées que celles de l'Accord sur les ADPIC

Accord	Date de signature	Date d'entrée en vigueur	Exemples de dispositions allant au-delà de celles prévues par l'Accord sur les ADPIC
Accord de libre-échange entre les États-Unis et la Jordanie	24/10/2000	17/12/2002	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque partie doit appliquer certaines dispositions choisies du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT), du Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT) et de la Convention internationale pour la protection des obtentions végétales (1991) (Convention de l'UPOV) - Les parties ne peuvent exclure les végétaux et les animaux de la protection par brevet et doivent prévoir une prorogation de la durée du brevet pour compenser tout retard excessif de l'approbation réglementaire - Priorité des marques sur les indications géographiques en cas de conflit entre les deux signes
Accord d'association entre l'Union Européenne et le Chili	18/11/2002	01/02/2003	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque partie doit appliquer certaines dispositions choisies du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur (WCT), du Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT) et de la Convention de l'UPOV (1991) - Reconnaissance mutuelle des indications géographiques (y compris les appellations d'origine) et des pratiques œnologiques protégées
Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Chili	06/06/2003	01/01/2004	<ul style="list-style-type: none"> Chacune des parties doit donner effet la Convention de l'UPOV (1991) - Les parties doivent prévoir une prorogation de la durée du brevet pour compenser tout retard excessif de l'approbation réglementaire

			<ul style="list-style-type: none"> -La durée de protection du droit d'auteur est égale à celle de vie de l'auteur + 70 ans après son décès - Les exceptions à la protection des indications géographiques prévues par l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC ne sont pas couvertes
Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Maroc	15/06/2004	01/01/2006	<ul style="list-style-type: none"> - Aucune des Parties ne peut, en tant que condition de l'enregistrement, requérir que les signes soient visuellement perceptibles et aucune des Parties ne peut refuser l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce au seul motif que son signe est composé d'un son ou d'une odeur - La durée de protection du droit d'auteur est égale à celle de vie de l'auteur + 70 ans après son décès - Chacune des Parties mettra à disposition les brevets d'invention touchant les plantes, et les animaux - Les parties doivent prévoir une prorogation de la durée du brevet pour compenser tout retard excessif de l'approbation réglementaire - Chacune des parties doit donner effet à la Convention de l'UPOV (1991) - L'Accord ne tient pas compte de la déclaration de Doha sur la santé publique - Primauté des marques sur les indications géographiques en cas de conflit entre les deux signes - Les exceptions à la protection des indications géographiques prévues par l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC ne sont pas couvertes
Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Pérou	12/04/2006	01/02/2009	<ul style="list-style-type: none"> -Les parties doivent se conformer au Traité sur le droit d'auteur (WCT) et au Traité sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT) - Les parties doivent adhérer à la Convention UPOV (1991)

			<ul style="list-style-type: none"> - Aucune des Parties ne peut, en tant que condition de l'enregistrement, requérir que les signes soient visuellement perceptibles et aucune des Parties ne peut refuser l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce au seul motif que son signe est composé d'un son ou d'une odeur - Primauté des marques sur les indications géographiques en cas de conflit entre les deux signes - Aucune référence aux exceptions prévues à l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC
Accord de partenariat économique (APE) entre la CE et les États du CARIFORUM	15/10/2008	29/12/2008	<ul style="list-style-type: none"> - Les parties doivent se conformer au Traité sur le droit d'auteur (WCT) et au Traité sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes (WPPT) - Les parties doivent adhérer à la Convention UPOV (1991) - Les parties doivent protéger les indications géographiques même en l'absence de tromperie ou de concurrence déloyale (extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits) - Application à tous les produits des exceptions que l'Accord sur les ADPIC a prévues à la protection du vins et spiritueux

Source : comparaison des différents accords bilatéraux de libre-échange faite par l'auteur

B. Les normes ADPIC-plus comme moyen d'exporter le système de protection des indications géographiques des pays développés

690. Convaincue qu'un accord satisfaisant sur la protection des indications géographiques sera difficile à trouver dans le cadre multilatéral de l'OMC, l'Union Européenne poursuit parallèlement, une approche bilatérale consistant à négocier des accords commerciaux afin d'obtenir une protection renforcée de leurs indications géographiques à l'étranger. Cette protection renforcée est assurée soit dans le cadre des accords commerciaux bilatéraux plus généraux, comportant un chapitre sur la propriété intellectuelle, soit dans le cadre des accords spécifiques relatifs à la protection des indications géographiques des vins et spiritueux conclus avec les pays producteurs qui utilisent les noms d'origine européenne. De leur côté, les États-Unis concluent des ALE (FTA en anglais) comprenant également des dispositions sur la propriété intellectuelle. Ils ciblent surtout les pays en développement qu'ils considèrent comme peu respectueux de la propriété intellectuelle alors qu'ils constituent des marchés réels ou potentiel pour les produits américains. Certains de ces accords comportent des dispositions sur les indications géographiques.

691. Les approches utilisées par l'Union Européenne (I) et les États-Unis (II) pour conclure des Accords commerciaux bilatéraux ont pour objectif d'imposer leur système de protection des indications géographiques aux pays en développement.

I. L'approche de l'Union Européenne

692. Comme on peut le lire dans le communiqué de presse du 30 juillet 2003 de la Commission de l'UE¹⁰²⁸, celle-ci poursuit trois objectifs dans les négociations relatives aux indications géographiques qui sont menées dans le cadre du PDD:

- la création d'un registre multilatéral des indications géographiques ;
- l'extension de la protection additionnelle des indications géographiques et

¹⁰²⁸ Voir le communiqué sur http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2003/october/tradoc_113901.pdf, consulté le 15 mai 2009.

- la garantie de l'accès au marché pour les produits de l'UE portant une indication géographique.

693. Ces objectifs transparaissent dans les accords récents que l'Union Européenne a conclus avec les pays en développement et visent à obtenir une protection élevée à l'étranger afin d'ouvrir de nouveaux marchés à leurs produits agro-alimentaires. Le Rapport d'information de M. Philippe-Armand Martin présenté à la « Déléation de l'Assemblée nationale pour l'Union Européenne sur les négociations entre l'Union européenne et les États-Unis pour la conclusion d'un accord sur le commerce du vin », est, on ne peut plus clair à ce sujet. Ainsi peut-on lire à la page 6 de ce rapport que : « (...) la « doctrine » européenne en matière d'accords viticoles consiste à conclure des accords dits « ADPIC-plus », c'est-à-dire qui confèrent à nos appellations une protection juridique plus grande que celle déjà prévue par les règles de l'OMC »¹⁰²⁹.

694. L'Union Européenne conclut habituellement deux types d'accords commerciaux avec les pays en développement : des accords généraux portant sur divers secteurs de l'économie avec quelques dispositions sur la propriété intellectuelle¹⁰³⁰ et des accords spécifiques intéressant le commerce des vins et/ou des spiritueux¹⁰³¹. Dans les deux types d'accords, l'Union Européenne cherche à éliminer les exceptions à la protection des indications géographiques prévues dans l'Accord sur les ADPIC¹⁰³². Les accords bilatéraux spécifiques aux vins et spiritueux prévoient la reconnaissance mutuelle des indications géographiques et l'abandon progressif par la partie non européenne de l'utilisation des dénominations d'origine européennes dans le cours du commerce,

¹⁰²⁹ Déléation pour l'Union européenne, compte rendu n° 146, réunion du mardi 22 novembre 2005, <http://www.assemblee-nationale.fr/12/pdf/europe/c-rendus/c0146.pdf>, consulté le 16 mai 2009, voir p. 6 ; dans le même sens voir aussi Chr. Guilhou, *art. cit.*, p. 7.

¹⁰³⁰ Exemples: l'Accord de Cotonou ne comprend qu'un seul article sur la propriété intellectuelle, tandis que l'Accord de partenariat économique (APE) entre l'Union européenne et le CARIFORUM réserve une sous-section à la propriété intellectuelle.

¹⁰³¹ Exemples : Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud relatif au commerce des vins (JO L 28 du 30.01.2002) ; Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud relatif au commerce des boissons spiritueuses (JO L 28 du 30.01.2002) ; Accord entre la CE et le Mexique relatif au commerce des boissons spiritueuses (JO L 275 du 28.10.2000).

¹⁰³² On peut noter cependant que dans l'Accord de partenariat économique (APE) signé entre la Communauté européenne et ses États membres et les États du CARIFORUM, les exceptions prévues par l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC sont reprises, sauf celle relative à la « clause de grand-père » qui veut que si un Membre a utilisé une indication géographique d'un autre Membre de manière continue pour une période d'au moins 10 ans avant le 15 avril 1994 ou de bonne foi avant cette date, il est autorisé à poursuivre cette utilisation.

en échange d'une assistance en matière d'organisation du secteur et de l'ouverture du marché européen aux produits de l'État partenaire.

695. Par exemple, dans l'Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud relatif au commerce des vins, il a été convenu que l'Afrique du Sud mettra fin, après une période transitoire, à l'utilisation des appellations « Porto » et « Sherry » de manière progressive. Dans un premier temps, les appellations ne seront plus utilisées pour ses exportations vers la Communauté européenne. Dans un délai de cinq ans, les désignations ne peuvent plus être utilisées sur aucun marché d'exportation, à l'exception des pays membres de la SADC (*South African Development Community*), autres que SACU (*South African Custom Union*) pour lesquels le délai est de huit ans. À l'intérieur de l'Afrique du Sud, les appellations peuvent être employées pendant une période transitoire de douze ans.

696. Dans l'accord relatif au commerce des boissons spiritueuses, huit appellations spécifiques de spiritueux originaires de l'UE qui ne constituent pas des dénominations géographiques doivent aussi être réservées aux produits en provenance de l'UE. Il s'agit des appellations « Grappa », « Ouzo », « Korn », « Kornbrand », « Jägertee », « Jagertee », « Jagatee » et « Pacharan ». Les producteurs sud-africains emploient aussi certaines de ces appellations. Selon les dispositions de l'accord, elles peuvent continuer à être commercialisées par l'Afrique du Sud pendant une période transitoire de cinq ans. Après cette date, les appellations ne peuvent être utilisées que pour désigner les produits originaires de l'UE.

697. En contrepartie, la Communauté européenne s'est engagée, dans le cadre de l'Accord sur le commerce, le développement et la coopération (ACDC)¹⁰³³, à fournir 15 millions d'euros pour établir un programme de restructuration du secteur viticole sud-africain et à assurer l'accès au marché européen des vins et spiritueux sud-africains.

¹⁰³³ Voir Accord sur le commerce, le développement et la coopération entre l'Union Européenne et la République d'Afrique du Sud, signé le 11 octobre 1999, JO L 311 du 4 décembre 1999.

Le tableau III ci-dessous permet de comparer la protection des indications géographiques dans les accords bilatéraux et APE conclus entre l'UE et certains pays en développement.

Tableau III : Analyse comparative de la protection des indications géographiques dans les accords bilatéraux et APE conclus entre l'UE et certains pays en développement

Accord Sujet	EU- Chili	UE-Mexique	UE-Afrique du Sud	UE-CARIFORUM
Nature de l'Accord	Un accord d'association économique. L'accord sur le commerce des vins et l'Accord sur le commerce des boissons spiritueuses et des boissons aromatisées font l'objet respectivement des Annexes V et VI visés par l'article 90 de l'Accord d'association	Un accord spécifique sur la reconnaissance mutuelle et la protection des dénominations dans le secteur des boissons spiritueuses	Deux accords distincts : un accord sur le commerce du vin et un autre sur le commerce des boissons spiritueuses	APE avec une sous-section consacrée aux Règles relatives aux droits de propriété intellectuelle
Type de protection	Aucun système particulier n'est expressément visé : protection par enregistrement d'indications géographiques ou marques	Protection en tant qu'indications géographiques au sens des articles 22 et 23 de l'Accord DPIC	Aucun système particulier n'est expressément visé : protection par enregistrement d'indications géographiques ou marques	Aucun système particulier n'est expressément visé
Portée de la protection	Obligation de protéger non seulement les dénominations géographiques, mais aussi les expressions traditionnelles et les pratiques œnologiques	Obligation de protéger les dénominations des spiritueux communautaires et mexicains figurant respectivement dans les annexes I et II de l'Accord	Obligation de protéger non seulement les dénominations géographiques, mais aussi les expressions traditionnelles et les pratiques œnologiques ainsi que les procédés de fabrication	- extension de la protection additionnelle prévue par l'article 23 de l'accord sur les ADPIC à tous les produits à indication géographique
Moyens juridiques de protection	chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés à l'article 23 de l'Accord sur	chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC afin	chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC afin	chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés à l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC afin

	les ADPIC afin d'assurer une protection efficace aux produits de son partenaire	d'assurer une protection efficace aux produits de son partenaire	d'assurer une protection efficace aux produits de son partenaire	d'assurer une protection efficace aux produits de son partenaire
Exceptions (art. 24 Accord sur les ADPIC)	Pas de références aux exceptions ; les dénominations des produits reprises sur la liste appartiennent exclusivement à une partie	Exclusion expresse des alinéas 4 à 7 de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC	Pas de références aux exceptions ; les dénominations des produits reprises sur la liste appartiennent exclusivement à une partie	Reprises de certaines exceptions de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC : - coexistence possible entre marque et indication géographique - pas d'obligation de protéger les dénominations génériques et les dénominations qui ne sont pas protégées dans leur pays d'origine ou qui sont tombées en désuétude ; - possibilité de coexistence d'indications homonymes
Période transitoire pour mettre fin à l'utilisation de certaines appellations par une partie	Les produits désignés et étiquetés au moyen d'appellations protégées peuvent continuer à être commercialisés: - pendant une période de trois ans ; - jusqu'à épuisement des stocks.	Les produits désignés et étiquetés au moyen d'appellations protégées peuvent continuer à être commercialisés: - pendant une période de 1 an - jusqu'à épuisement des stocks.	Après l'entrée en vigueur de l'accord, les produits désignés et étiquetés au moyen d'indications géographiques protégées par le présent accord peuvent continuer à être commercialisés: - par les grossistes ou les producteurs, pendant une période de trois ans ; - par les détaillants, jusqu'à épuisement des stocks. - Pour les dénominations « Porto » et Sherry, elles ne peuvent plus être utilisées sur aucun marché d'exportation, à l'exception des pays membres de la SADC dans un délai de	Ne s'applique pas

			5 ans - pour les dénominations de spiritueux « Grappa », « Ouzo », « Korn », « Kornbrand », « Jägertee », « Jagertee », « Jagatee » et « Pacharan » : 5 ans	
Résolution du conflit entre marques et indications géographiques	1. L'enregistrement d'une marque de vin et de spiritueux qui est identique ou similaire à, ou contient une indication géographique protégée est refusé. 2. Les marques chiliennes qui sont dans cette situation seront annulées à l'issue de douze années d'utilisation sur le marché interne et de cinq années d'utilisation à l'exportation, à compter de la date d'entrée en vigueur de l'accord d'association.	Pas de référence aux marques mais exclusion de l'article 24.5 de l'Accord sur les ADPIC (donc exclusion de la coexistence entre une marque de spiritueux et une indication géographique)	Les cas de conflits entre indications géographiques et marques seront soumis au comité mixte mis en place par l'accord.	-Une IG n'est pas enregistrée si compte tenu de la renommée d'une marque, de sa notoriété et de la durée de son usage, son enregistrement est de nature à induire le consommateur en erreur quant à la véritable identité du produit ; -L'enregistrement d'une marque qui est identique ou similaire à une indication géographique protégée est refusé. - l'enregistrement d'une marque est refusé lorsque la demande d'enregistrement est présentée postérieurement au dépôt de la demande de protection de l'indication géographique sur le territoire concerné et si l'indication géographique est ensuite protégée.
Règlement des différends	Voie arbitrale	consultations	Voie arbitrale	- Concertation - médiation -arbitrage

Source : adapté de David Vivas Eugui et Christoph Spennemann, *art. cit.*, pp. 321-324.

II. L'Approche des États-Unis

698. L'approche employée par les États-Unis en ce qui concerne la protection des indications géographiques est très différente de celle de l'Union Européenne. Dans tous les récents ALE (FTA) conclus avec les pays en développement, les États-Unis cherchent à protéger les indications géographiques par les marques collectives ou de certification. On se souviendra que pendant les négociations du Cycle d'Uruguay, les États-Unis étaient très réticents à la création d'une nouvelle catégorie de propriété intellectuelle pour protéger les indications géographiques. La proposition qu'ils ont soumise au CNC en 1990, indiquait que les parties protégeront les indications géographiques par leur enregistrement comme marques de certification ou marques collectives¹⁰³⁴. Selon David Vivas-Eugui et Christoph Spennemann, la préférence des marques sur les indications géographiques est conforme à la tradition juridique des États-Unis qui considèrent les indications géographiques comme des droits privés et non des droits publics qui, par nature, ne peuvent pas être cédés¹⁰³⁵. C'est cette conception que les États-Unis veulent promouvoir dans les ALE qu'ils concluent avec les pays en développement.

699. Si l'on prend le seul exemple de l'ALE avec le Maroc, on constate, d'une part, que la protection de la marque comprend aussi l'indication géographique¹⁰³⁶ et que, d'autre part, le conflit entre les indications géographiques et les marques est réglé en faveur de ces dernières¹⁰³⁷. Contrairement aux autres domaines de la propriété industrielle intéressés par les ALE (FTA), les

¹⁰³⁴ Voir WTO, *Draft Agreement on the Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, Communication from the United States, MTN.GNG/NG11/W/70, 11 May 1990.

¹⁰³⁵ Voir D. Vivas Eugui and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 325.

¹⁰³⁶ « Chacune des Parties accorde au titulaire d'une marque de fabrique ou de commerce déposée le droit exclusif d'empêcher des tierces parties agissant sans son consentement de faire usage, lors d'opérations commerciales, de signes identiques ou similaires, y compris des indications géographiques, pour des produits ou des services similaires à ceux pour lesquels la marque de fabrique ou de commerce du titulaire est déposée, dans les cas où un tel usage entraînerait une possibilité de confusion. En cas d'usage d'un signe identique, y compris d'une indication géographique, pour des produits ou des services identiques, il est présumé qu'il existe un risque de confusion » (art. 15.2.4.).

¹⁰³⁷ « Chacune des Parties prévoit que chacune des raisons suivantes constitue un motif de refus de protection ou de reconnaissance d'une indication géographique:

(a) l'indication géographique risque probablement d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce qui fait l'objet d'une demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque ; et

(b) l'indication géographique risque d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque » (art. 15.3.2).

États-Unis adoptent, en matière d'indications géographiques, une approche « ADPIC-moins ». En effet, la définition de l'indication géographique issue de l'article 22 de l'Accord sur les ADPIC a été élargie en y ajoutant une partie de la définition de la marque, rendant ainsi possible la protection des indications géographiques par les marques¹⁰³⁸. On peut remarquer aussi que dans certains ALE, les indications géographiques ne sont mentionnées qu'à titre incident comme une catégorie marginale de marques collective ou de certification¹⁰³⁹. En outre, en cas de conflit entre une indication géographique et une marque, le conflit est réglé en principe en faveur des marques¹⁰⁴⁰. En d'autres termes, les parties à l'accord ne peuvent enregistrer les indications géographiques en violation de marques de fabrique ou de commerce existantes ou lorsqu'une demande de marque de fabrique ou de commerce est en instance. Enfin, aucune référence à la protection des indications géographiques de vins et spiritueux n'est mentionnée dans aucun

¹⁰³⁸ Voir art. 15.3.3 de l'Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Maroc ; art. 17.4 de l'Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Chili.

¹⁰³⁹ Voir par exemple l'Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Singapour ainsi que l'accord avec l'Oman.

¹⁰⁴⁰ On peut remarquer que dans chaque accord de libre-échange conclu avec un pays en développement, la disposition suivante apparaît :

« Chacune des Parties prévoit que chacune des raisons suivantes constitue un motif de refus de protection ou de reconnaissance d'une indication géographique:

(a) l'indication géographique risque probablement d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce qui fait l'objet d'une demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque ; et

(b) l'indication géographique risque d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque ».

accord sauf dans l'accord entre les États-Unis et le Mexique au sujet de la reconnaissance mutuelle des vins et spiritueux désignés dans ledit accord.

Commentant le statut juridique des vins et spiritueux dans l'Accord sur les ADPIC, Kal Raustiala et Stefan R. Munzer, deux professeurs d'une université prestigieuse américaine (UCLA), illustrent la philosophie américaine des indications géographiques lorsqu'ils écrivent que la protection des vins et spiritueux existante en vertu de cet accord devrait être éliminée, plutôt qu'étendue¹⁰⁴¹. Le tableau IV ci-dessous permet de comparer la protection des indications géographiques dans les ALE conclus entre les États-Unis et certains pays en développement.

¹⁰⁴¹ K. Raustiala and S. R. Munzer, "The Global Struggle over Geographical indications", *EJIL* (2007), Vol. 18 No. 2, 337• 365, voir spécialement pp. 354 et 363.

Tableau IV : Analyse comparative de la protection des indications géographiques dans les ALE conclus entre les États-Unis et certains pays en développement

ALE Sujet	États-Unis-Chili	États-Unis-Maroc	États-Unis-Singapour	États-Unis- Oman
Importance de l'Accord	Un chapitre sur la propriété intellectuelle	Un chapitre sur la propriété intellectuelle	Un chapitre sur la propriété intellectuelle	Un chapitre sur la propriété intellectuelle
Type de protection	Indications géographiques ou marques (collectives ou de certification)	Indications géographiques ou marques (collectives ou de certification)	Indications géographiques ou marques (collectives ou de certification)	Indications géographiques ou marques (collective ou de certification)
Portée de la protection	-Définition conforme à celle de l'Accord sur les ADPIC - Tout signe ou combinaison de signes sous quelque forme qu'il se présente, est acceptable en tant qu'indication géographique - Reconnaissance mutuelle de certaines indications géographiques ou marques particulières : Le Chili doit reconnaître comme IG des États-Unis, Bourbon Whiskey et Tennessee Whiskeys. Les États-Unis doivent de leur part, reconnaître les IG chiliennes suivantes : Chilean Pisco, Pajarete et Vino Asoleando	Définition des indications géographiques semblable à celle de l'Accord sur les ADPIC. La protection couvre les produits et les services si les indications géographiques sont protégées par l'enregistrement des marques	La protection disponible pour les marques s'applique aussi aux indications géographiques (les marques comprennent aussi les indications géographiques)	La protection disponible pour les marques s'applique aussi aux indications géographiques (Les marques comprennent aussi les indications géographiques)
Moyens juridiques de protection	-Chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés aux	Chaque partie utilise les moyens juridiques appropriés, mentionnés aux articles 22 et 23	- Obligation d'enregistrement des marques (y compris par	- Obligation d'enregistrement des marques (y compris par

	articles 22 et 23 de l'Accord sur les ADPIC afin d'assurer une protection efficace aux indications géographiques de son partenaire - L'accord reconnaît des droits exclusifs lorsque les indications géographiques sont protégées comme des marques	de l'Accord sur les ADPIC afin d'assurer une protection efficace aux indications géographiques de son partenaire	voie électronique) - Obligation d'indiquer les marques selon le classement de l'Arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques	voie électronique) - Obligation d'indiquer les marques selon le classement de l'Arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques
Exceptions (art. 24 Accord sur les ADPIC)	Ne sont pas couvertes par l'Accord	Ne sont pas couvertes par l'Accord	Ne sont pas couvertes par l'Accord	Ne sont pas couvertes par l'Accord
Procédures à respecter	-Les demandes ou requêtes de reconnaissance d'une IG doivent être entourées d'un minimum de formalités -Publication des demandes ou requêtes d'enregistrement en vue de permettre aux intéressés d'y faire éventuellement opposition - Rendre les procédures transparentes	-Les demandes ou requêtes de reconnaissance d'une IG doivent être entourées d'un minimum de formalités - Publication des demandes ou requêtes d'enregistrement en vue de permettre aux intéressés d'y faire éventuellement opposition - Rendre les procédures transparentes	-Les demandes ou requêtes de reconnaissance d'une IG doivent être entourées d'un minimum de formalités -Publication des demandes ou requêtes d'enregistrement en vue de permettre aux intéressés d'y faire éventuellement opposition - Rendre les procédures transparentes	-Les demandes ou requêtes de reconnaissance d'une IG doivent être entourées d'un minimum de formalités - Publication des demandes ou requêtes d'enregistrement en vue de permettre aux intéressés d'y faire éventuellement opposition - Rendre les procédures transparentes
Résolution du conflit entre marques et indications géographiques	Chaque partie doit refuser de protéger une IG qui risque d'être confondue avec une marque: -qui fait l'objet d'une	Chaque partie doit refuser de protéger une IG qui risque d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce :	Chaque partie doit refuser de protéger une IG qui risque d'être confondue avec une marque de fabrique ou de commerce :	Chaque partie doit refuser de protéger une IG qui risque d'être confondue avec une marque de fabrique ou

	demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque - préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque	-qui fait l'objet d'une demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque - préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque	-qui fait l'objet d'une demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque - préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque	de commerce : -qui fait l'objet d'une demande ou d'un enregistrement de bonne foi en instance en raison de sa similitude avec cette marque - préexistante pour laquelle les droits ont été acquis sur le territoire de la Partie par une utilisation de bonne foi, en raison de sa similitude avec cette marque
Règlement des différends	Voie de coopération et de consultation pouvant mener à l'établissement d'un panel	Voie de coopération et de consultation pouvant mener à l'établissement d'un panel	Voie de coopération et de consultation pouvant mener à l'établissement d'un panel	Voie de coopération et de consultation pouvant mener à l'établissement d'un panel

Source : adapté de David Vivas Eugui et Christoph Spennemann, *art. cit.*, pp. 321-324.

700. Il ressort de cette analyse que la stratégie bilatérale utilisée par l'UE vise à renforcer la protection des ses indications géographiques à l'étranger. En effet, face à l'obligation imposée par l'OMC de réduire les subsides à l'exportation octroyés aux agriculteurs, l'UE doit trouver une alternative à une éventuelle diminution de la compétitivité de ses produits agro-alimentaires sur le marché mondial. La stratégie consiste alors à promouvoir son système de protection des indications géographiques dans les pays partenaires et à récupérer les appellations utilisées par les pays tiers soit comme marques, soit comme termes génériques¹⁰⁴².

701. Quant aux États-Unis dont l'agriculture industrielle est tournée vers la protection des entreprises exportatrices, les ALE conclus contribuent à renforcer la protection des marques à l'étranger. Les indications géographiques sont protégées comme des marques collectives ou de certification et sont suffisamment encadrées pour qu'elles ne fassent pas obstacle à l'exploitation normale des marques. Elles sont soumises, comme les marques, à la règle « *first in time, first in right* »¹⁰⁴³ et à une procédure spéciale concernant leur reconnaissance. Par exemple les demandes de reconnaissance ou de protection d'une indication géographique doivent être entourées d'un minimum de formalités. Elles doivent être publiées afin de permettre aux intéressés d'y faire éventuellement opposition. Ces procédures nous semblent aller au-delà de ce qui est exigé par l'Accord sur les ADPIC¹⁰⁴⁴ et sont, en définitive, des moyens de décourager le développement des indications géographiques.

702. En fin de compte, chacun essaie d'exporter son système pour mieux sauvegarder ses intérêts sur un marché mondial de plus en plus difficile à encadrer. Mais la multiplication d'accords bilatéraux dans le domaine de la propriété intellectuelle peut engendrer dans certains cas des conflits dans leur mise en œuvre. Si un pays a conclu un accord bilatéral à la fois avec l'Union Européenne et les États-Unis, il se pourrait qu'il se retrouve coincé entre deux obligations contradictoires en cas de conflit entre une indication géographique

¹⁰⁴² Au sujet de la stratégie européenne en matière d'indications géographiques, voir notamment V. Ruzek, *art. cit.*, pp. 6-14.

¹⁰⁴³ La règle signifie littéralement, « premier arrivé, premier servi », juridiquement, c'est le premier déposant qui a la priorité lorsque la demande remplit les conditions de la loi.

¹⁰⁴⁴ L'article 41 de l'Accord sur les ADPIC oblige les Membres de l'OMC de prévoir dans leur législation des procédures destinées à faire respecter les droits de propriété intellectuelle, mais ces procédures seront appliquées de manière à éviter la création d'obstacles au commerce légitime et à offrir des sauvegardes contre leur usage abusif. Elles seront loyales et équitables et ne seront pas inutilement complexes ou coûteuses.

européenne et une marque américaine similaire à (ou incorporant) une indication géographique européenne¹⁰⁴⁵. Dans une telle situation, le pays en développement tiraillé entre ses obligations découlant de l'accord conclu avec l'UE et celles contractées en vertu d'un ALE conclu avec les États-Unis, risque des sanctions de la part de l'un ou de l'autre de ses partenaires.

C. Les implications potentielles des ALE/APE sur la promotion des indications géographiques dans les pays en développement

703. De l'avis de certains commentateurs, les accords bilatéraux conclus avec les pays en développement dans le secteur de la propriété intellectuelle créent des obligations supplémentaires pour ces derniers ainsi que des restrictions qui réduisent les possibilités de convergence des approches sur la question des indications géographiques¹⁰⁴⁶. Mais doit-on voir dans les ADPIC-plus uniquement des conséquences désastreuses pour les pays en développement? Autrement dit, un régime fort des indications géographiques ne peut-il pas exercer une influence positive sur la promotion des indications géographiques des pays en développement?

704. Il est vrai que si un pays n'a pas de politique de protection de ses indications géographiques, l'accord bilatéral lui imposera des obligations qui s'avèreront lourdes parce qu'il devra, entre autres, mettre sur pied un mécanisme juridique et/ou administrative destinée uniquement à protéger les produits de son partenaire.

705. En revanche, si le pays est conscient de l'intérêt de la protection de ses indications géographiques, il va de soit que la négociation d'un accord bilatéral incluant la propriété intellectuelle sera une opportunité pour accroître la protection de ses signes de qualité. Il pourra par exemple négocier avec son partenaire la protection réciproque des indications géographiques, ce qui se traduira par l'accès de ses produits au marché du partenaire du Nord. Une reconnaissance au niveau bilatéral peut être un point de départ pour une protection internationale. La négociation d'un accord bilatéral est également une opportunité pour

¹⁰⁴⁵ Voir D. Vivas Eugui and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 315 ; voir aussi Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 69.

¹⁰⁴⁶ Voir D. Vivas-Eugui and C. Spennemann, *art. cit.*, p. 338.

demander une assistance technique et financière pour promouvoir et développer son système de protection des indications géographiques.

706. Bien entendu, la mise en place d'une protection forte des indications géographiques a ses inconvénients. À titre d'exemple, l'APE conclu entre l'UE et les États du CARIFORUM comporte des dispositions qui visent à rehausser la protection des indications géographiques au même niveau que celle des vins et spiritueux¹⁰⁴⁷. Certaines exceptions applicables à la protection des vins et spiritueux sont également étendues à tous les produits¹⁰⁴⁸. Ces dispositions ont nécessairement des implications sur la promotion des indications géographiques dans les États du CARIFORUM.

707. La première implication est que ces États doivent mettre en place un système de protection des indications géographiques dont le niveau va au-delà des normes minimales fixées dans l'Accord sur les ADPIC. Ils ont jusqu'au 1er janvier 2014 au plus tard pour établir sur leurs territoires un système de protection des indications géographiques, avec possibilité de prorogation compte tenu des priorités en matière de développement et des niveaux de développement des États signataires du CARIFORUM¹⁰⁴⁹. Les PMA comme le Haïti ont jusqu'au 1^{er} janvier 2021 pour mettre en œuvre cette obligation¹⁰⁵⁰. L'APE UE/CARIFORUM étend ainsi le champ d'application des indications géographiques au-delà de la date du 1^{er} juillet 2013 décidée par l'OMC en faveur des PMA. Cette extension profite aussi aux pays en développement qui devaient être on ordre avec leurs obligations découlant de l'Accord sur les ADPIC dès janvier 2000.

708. La mise en place d'un système des indications géographiques peut nécessiter des coûts qui vont au-delà des moyens des pays en développement. En effet, les coûts de mise en œuvre d'un système des indications géographiques, notamment ceux relatifs à la mise en place des systèmes administratifs nécessaires à l'enregistrement des indications géographiques locales dans d'autres pays et au respect des normes de sécurité sanitaire des produits peuvent être

¹⁰⁴⁷ Voir l'APE entre l'Union Européenne et les États du CARIFORUM, art. 145.B.3 ; Pour une analyse approfondie de l'APE entre l'Union Européenne et les États du CARIFORUM, voir P. Arhel, « Analyse comparative de l'Accord sur les ADPIC et de l'APE Caraïbes », *Petites Affiches*, 2009, n° 11.

¹⁰⁴⁸ Voir APE entre l'Union Européenne et les États du CARIFORUM, art. 145.D.

¹⁰⁴⁹ Voir art. 139.4.

¹⁰⁵⁰ Voir art. 140.b).

trop élevés pour les pays en développement¹⁰⁵¹. Des coûts additionnels peuvent également être nécessaires lorsque qu'on est obligé de renommer un produit¹⁰⁵², ou de choisir l'étiquetage qui ne porte pas atteinte à un produit étranger protégé par une indication géographique. Le système doit donc être suffisamment fort pour protéger les indications géographiques européennes sur les territoires des États du CARIFORUM.

709. Dans cette situation, il est évident que l'accord profitera d'abord aux producteurs européens qui ont déjà des indications géographiques protégées et qui n'auront pas à supporter des coûts de mise à niveau de leur législation. Mais à la longue, l'accord deviendra un levier favorisant le développement économique des États du CARIFORUM. Afin d'aider ces États à faire face aux défis du moment, l'UE promet une assistance en termes de renforcement des capacités dans le domaine des droits de propriété intellectuelle, d'aide à l'élaboration de lois et réglementations nationales relatives à la protection et au respect des droits de propriété intellectuelle¹⁰⁵³ et accorde un délai de mise en œuvre des obligations découlant de l'accord. Les États du CARIFORUM peuvent ainsi utiliser cet accord à leur avantage en identifiant les produits susceptibles d'être protégés par une indication géographique et en évaluant les besoins nécessitant une assistance technique.

710. La seconde implication, positive cette fois-ci, est que la mise en place d'un système de protection des indications géographiques dans le cadre des APE, présente pour les pays en développement, en général, une ouverture pour réaliser, dans une relation bilatérale, ce qui peut être difficile d'imposer au niveau multilatéral, créant ainsi un bon précédent¹⁰⁵⁴. En effet, l'APE entre l'UE et les États du CARIFORUM est l'un des rares accords qui laissent aux pays en développement la possibilité de déterminer la méthode appropriée pour protéger les indications géographiques dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques. En effet, l'article 145.B.1 prévoit que « La protection des indications géographiques dans la partie CE et les États signataires du CARIFORUM est accordée conformément aux pratiques et aux systèmes juridiques de la partie CE ou de l'État signataire du CARIFORUM concerné,

¹⁰⁵¹ Voir S. Anders and J.A. Caswell, *art. cit.*, pp. 9-11.

¹⁰⁵² L'APE contient une « clause de récupération » qui permet l'utilisation exclusive par les producteurs européens de certains termes d'origine européennes qui sont utilisés dans les pays du CARIFORUM comme des termes génériques (voir art. 145.2 de l'APE).

¹⁰⁵³ Voir article 164 de l'APE UE-CARIFORUM.

¹⁰⁵⁴ Voir Le rapport sur le Dialogue régional sur les Accords de partenariat économique européens, *La propriété intellectuelle et le développement durable pour la CEDEAO* organisé par l'ICTSD en partenariat avec ENDA et QUNO, Saly (Dakar) Sénégal, 30-31 mai 2007.

le cas échéant, et a une durée indéterminée ». L'UE n'impose pas à ses partenaires des Caraïbes d'adopter un régime de protection des indications géographiques équivalent au sien. En outre, l'accord reconnaît les flexibilités de l'Accord sur les ADPIC et crée les cadres institutionnels et les politiques nécessaires pour y parvenir. Il est fort probable que cet accord inspirera les autres APE que l'UE est en train de négocier avec les groupes de pays ACP.

711. Par ailleurs, si les pays en développement ne peuvent, pour le moment, obtenir la protection de leurs indications géographiques à l'étranger qu'en prouvant le caractère de tromperie du public quant à l'origine du produit ou l'utilisation constituant un acte de concurrence déloyale, les accords bilatéraux permettent d'écarter ce critère et de prévoir une protection automatique¹⁰⁵⁵. La négociation d'accords bilatéraux peut être une opportunité pour protéger certains noms géographiques ou non et certains savoirs traditionnels qui remplissent les conditions d'une indication géographique. La signature de tels accords contribue également à élargir le cercle des pays qui sont en faveur de la protection forte des indications géographiques, ce qui pourrait mener à l'avenir à une protection internationale renforcée des indications géographiques.

712. En somme, la négociation des accords commerciaux bilatéraux, comprenant la propriété intellectuelle, peut avoir un impact positif sur la promotion des indications géographiques dans les pays en développement si ces derniers identifient leur potentiel d'indications géographiques et en assurent une protection nationale. En effet, du fait qu'elles peuvent être utilisées comme des outils de marketing de produits ayant des caractéristiques spécifiques, qu'elles sont reconnues et non créées, qu'elles sont liées aux savoirs traditionnels localisés dans une région spécifique et qu'elles ne sont pas réservées à un seul producteur, les indications géographiques offrent des opportunités intéressantes, en particulier aux zones rurales qui sont tributaires de l'agriculture, de l'artisanat et des métiers, ou de produits particuliers ayant trait à la biodiversité.

713. On observe de plus en plus de pays en développement qui sont intéressés par la protection des savoirs traditionnels et la biodiversité. Ils sont de plus en plus convaincus qu'en l'absence d'une protection internationale de ces domaines, les indications géographiques peuvent constituer une alternative. À titre d'exemple, « Le rapport sur le Dialogue régional

¹⁰⁵⁵ Voir Centre du commerce international (ITC), *op. cit.*, p. 69.

sur les Accords de partenariat économique européens, la propriété intellectuelle et le développement durable pour la CEDEAO »¹⁰⁵⁶ indique que les États de la CEDEAO reconnaissent l'importance économique des indications géographiques et expriment la nécessité de mener une étude de leur impact sur le développement et le rôle qu'elles peuvent jouer dans l'assistance à la protection des connaissances traditionnelles et de la biodiversité.

714. Le rapport recommande la constitution d'un groupe d'experts pluridisciplinaires pour définir les produits de la CEDEAO qui peuvent être commercialisés dans les pays développés. Le rapport recommande également à la CEDEAO de requérir une assistance technique pour entreprendre une évaluation et préparer un inventaire des produits particuliers de la région qui pourraient bénéficier d'une protection au titre d'indications géographiques. Le rapport insiste enfin sur le fait que tout accord sur les indications géographiques devrait être assorti d'engagements de l'UE en matière d'accès au marché, par exemple l'entrée en franchise de droits et sans contingents, ainsi que la réduction des obstacles non tarifaires (subventions, obstacles techniques au commerce) pour les produits protégés par des indications géographiques.

715. On peut remarquer que l'APE entre la CE et les États du CARIFORUM, prend en compte certaines des préoccupations soulevées par la CEDEAO, par exemple la création d'un comité dénommé « commerce et développement » qui a pour mission, entre autres, d'examiner et de formuler des observations sur la liste de propositions d'indications géographiques originaires des États du CARIFORUM dans les six mois suivant l'entrée en vigueur de l'accord¹⁰⁵⁷. On peut aussi noter que l'accord prévoit une coopération dans l'identification de produits susceptibles de bénéficier d'une protection au titre d'indications géographiques ou toute autre mesure destinée à protéger ces produits au titre d'indications géographiques (art. 164.2.c)). On peut constater enfin qu'un intérêt particulier est porté vers la promotion et la préservation des savoirs traditionnels et la biodiversité¹⁰⁵⁸.

¹⁰⁵⁶ Voir ICTSD, *Rapport sur le Dialogue régional sur les Accords de partenariat économique européens, la propriété intellectuelle et le développement durable pour la CEDEAO* organisé par l'ICTSD en partenariat avec ENDA et QUNO, Saly (Dakar) Sénégal, 30-31 mai 2007.

La CEDEAO regroupe les pays suivants : Bénin, Burkina Faso, Cap -Vert, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone, et Togo.

¹⁰⁵⁷ Art. 145 A.2.

¹⁰⁵⁸ Art. 150.

716. L’APE UE / États du CARIFORUM constitue, en fin de compte, une nouvelle génération d’accords commerciaux avec les pays en développement qui pourrait servir de modèle pour les accords futurs¹⁰⁵⁹ parce que, contrairement aux ALE précédents, il prend en compte la dimension développement qui constitue le cheval de bataille des pays en développement dans les négociations du PDD.

Conclusion de la deuxième partie

717. Depuis l’entrée en vigueur de l’Accord sur les ADPIC, la protection des indications géographiques dans les pays en développement se répand. Ces pays essaient de mettre à profit les flexibilités de cet accord en mettant en place des mécanismes juridiques compatibles avec leurs propres systèmes et pratiques juridiques. Ils se montrent en outre actifs dans les négociations du cycle de Doha afin de saisir les opportunités intéressantes qu’une protection plus étendue des indications géographiques peut offrir, notamment en permettant la protection des savoirs traditionnels associés à l’agriculture, à l’artisanat et à la biodiversité.

718. Malgré l’impasse dans laquelle se trouvent les discussions à l’OMC au sujet du relèvement du niveau actuel des indications géographiques, le cycle de Doha aura le mérite de faire prendre conscience aux pays en développement de l’importance économique et stratégique des indications géographiques et de la nécessité de leur protection juridique. À défaut d’une protection internationale satisfaisante, les accords bilatéraux sont un moyen utile,

¹⁰⁵⁹ La Commission européenne est en train de négocier des APE avec cinq groupes de pays ACP. Les cinq régions sont organisées de manière suivante : (i) la Communauté économique de l’Afrique de l’ouest (CEDEAO) ; (ii) la Communauté Economique et Monétaire de l’Afrique Centrale ou CEMAC ; (iii) le Marché commun de l’Afrique de l’Est/ Afrique australe (Common Market of Eastern and Southern Africa - COMESA) ; (v) et la Southern African Development Community – SADC. Faute d’avoir pu conclure des accords de partenariat économique (APE) complets avec les pays d’Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP), avant le 31 décembre 2007, date prévue par les accords de Cotonou, la Commission européenne a choisi une démarche segmentée et progressive visant à conclure des accords séparés avec les différentes parties des ACP, essentiellement limités dans un premier temps aux échanges de marchandises.

bien que parfois contraignant, d'obtenir une reconnaissance et une protection à l'étranger que n'offrent pas les accords internationaux.

CONCLUSION GÉNÉRALE

719. Au terme de cette réflexion, il apparaît que l'Accord sur les ADPIC constitue un cadre juridique adéquat car il offre une plateforme de la protection internationale des indications géographiques à un niveau sans précédent. Sa souplesse qui permet d'intégrer tous les mécanismes de protection des indications géographiques et tous les types de produits (agricoles, industriels, artisanaux, naturels) justifie son acceptation par les pays membres de l'OMC. Son efficacité est assurée par la mise en place d'un organe de règlement des différends qui permet d'en assurer le respect par les États. Cependant, si les négociations multilatérales sur la protection des indications géographiques menées dans le cadre du cycle d'Uruguay ont abouti sur deux niveaux de protection que seul le contexte historique et politique de ces négociations peut expliquer, aujourd'hui, l'établissement d'une hiérarchie de protection au sein des produits qui répondent à une même définition, n'a plus de raison d'être. Loin de constituer un équilibre entre les droits des producteurs et ceux des consommateurs, le niveau de protection conféré aux indications géographiques par l'Accord sur les ADPIC dénote une divergence d'intérêts économiques qui continuent de diviser les membres de l'OMC.

720. Les indications géographiques sont de plus en plus considérées comme l'un des moteurs du développement de l'activité économique dans les régions défavorisées. Ce sont également des instruments puissants de régulation de la concurrence sur un marché devenu global et où se côtoient les produits industriels homogénéisés et les produits spécifiques issus de l'agriculture et de l'artisanat traditionnels. Les indications géographiques représentent, de ce fait, un enjeu important dans les négociations multilatérales en cours à l'OMC.

Conscients du rôle qu'elles peuvent jouer dans la protection des produits agroalimentaires spécifiques et de certains aspects des savoirs traditionnels, les pays en développement sont de plus en plus nombreux à demander que la question de l'extension de la protection des indications géographiques soit liée à celle des savoirs traditionnels et de la biodiversité. Mais si l'on considère les divergences de vues qui entourent les négociations sur la question des indications géographiques, on est en droit de se demander si les pays en développement

peuvent compter sur des résultats à la hauteur de leurs attentes. Malgré cette manifestation d'intérêt pour les indications géographiques, la lenteur des négociations multilatérales et les incertitudes de la réglementation internationale issue des accords multilatéraux commandent que les pays en développement doivent adopter d'autres stratégies afin de mieux défendre leurs intérêts. En effet, les membres de l'OMC qui n'ont pas d'intérêts commerciaux sur certains produits ne vont probablement pas consentir à l'augmentation du niveau actuel de protection des indications géographiques sans obtenir, en retour, des concessions significatives de la part des pays qui réclament une protection additionnelle pour tous les produits. En plus, le manque de protection nationale des indications géographiques peut souvent empêcher les pays en développement de revendiquer la protection à l'étranger conformément aux dispositions de l'Accord sur les ADPIC.

721. Dès lors, protéger les indications géographiques appelle non seulement une volonté politique, mais aussi des moyens juridiques, matériels et humains dont la plupart des pays en développement ne disposent pas. Une assistance technique, non seulement pour rédiger des lois, mais surtout pour identifier et définir les caractéristiques spécifiques d'une indication géographique, est nécessaire. Pour être efficace, l'assistance technique doit prendre en considération différents facteurs qui existent dans le pays bénéficiaire tels que le potentiel des indications géographiques, l'organisation collective des producteurs, l'implication des parties prenantes, la capacité économique, la dimension sociale, le patrimoine culturel, le développement rural, etc. Les besoins en assistance technique sont donc énormes pour certains pays en développement qui veulent mettre en place une politique de la propriété intellectuelle et définir les stratégies de protection des indications géographiques.

722. Les accords bilatéraux conclus par les pays développés avec les pays en développement dans le secteur de la propriété intellectuelle créent des obligations supplémentaires ainsi que des restrictions qui réduisent les possibilités de convergence des approches sur la question des indications géographiques. Les gouvernements des pays en développement doivent, dès lors, veiller à ce que ces accords soient en conformité avec leurs priorités économiques et sociales et en cohérence avec les autres obligations existant en vertu de l'Accord sur les ADPIC, afin d'éviter des charges inutiles à leurs producteurs. Le recours aux accords bilatéraux devrait être précédé ou du moins accompagné de la protection nationale des indications géographiques. L'on sait bien que l'identification du potentiel des indications géographiques et sa protection

nationale est un préalable à toute protection à l'étranger. Les accords commerciaux bilatéraux et régionaux peuvent prévoir des dispositions qui consacrent la protection réciproque des indications géographiques afin de garantir un accès égal au marché. Bien négociés, ils peuvent présenter une opportunité pour mettre fin à l'utilisation abusive des indications géographiques dans différents pays.

723. Enfin, il est possible pour les pays en développement d'obtenir des gains dans les indications géographiques, non pas du seul fait de l'adoption des lois nationales ou de l'extension de la protection additionnelle des vins et spiritueux à tous les produits, mais aussi en mettant en place des mécanismes administratifs et judiciaires susceptibles d'en assurer le respect et surtout en utilisant les indications géographiques comme des outils permettant d'accroître la compétitivité, de favoriser le développement rural et d'améliorer les conditions de vie des producteurs.

BIBLIOGRAPHIE

Législation communautaire

- Règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire, *JOUE*, L 78/1 du 24/3/2009.
- Directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des États membres sur les marques, *JOUE*, L 299 du 8 novembre 2008 (version codifiée).
- Règlement (CE) n° 479/2008 du Conseil du 29 avril 2008 portant organisation commune du marché vitivinicole, *JOCE* L. 148/1 du 8 juin 2008.
- Règlement (CE) n° 510/2006 du 20 mars 2006 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, *JOUE* n° L 093, 31 mars 2006.
- Règlement (CE) n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires, *JOUE* n° L 093, 31 mars 2006.
- Règlement CEE n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires *JOCE* n° L 208/9, 24 juillet 1992 (abrogé).
- Règlement (CE) n° 40/94 du 20 décembre 1993 du Conseil sur la marque communautaire (*JOCE* L. 11, 14 janv. 1994, modifié par les règlements (CE) 3288/94 du 22 déc. 1994, 1992/2003 du 27 oct. 2003 et n° 422/2004 du 19 fév. 2004.
- Directive 84/450/CEE du 10 septembre 1984 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États Membres en matière de publicité trompeuse *JOCE* du 19 septembre 1984, p. 17, abrogée par la Directive européenne n° 2006-114 du 12 décembre 2006, *JOUE* n° 372 du 27 décembre 2007, p. 21.

Législation française et étrangère

- Code la propriété intellectuelle commenté, éd., 2008, Dalloz.
- Code de la Consommation commenté, éd. 2009, Dalloz.
- Ordonnance n° 2006-1547 du 7 décembre 2006 relative à la valorisation des produits agricoles forestiers ou alimentaires et des produits de la mer, *J.O.* du 8 décembre 2006.
- Trademark Law of the People's Republic of China (Adopted at the 24th Session of the Standing Committee of the Fifth National People's Congress on August 23, 1982, and amended according to the "Decision on the Revision ...
http://www.wipo.int/clea/docs_new/pdf/en/cn/cn026en.pdf, consulté le 27 mai 2008.
- The Geographical Indications of Goods (Registration and Protection) Act of India , 1999 (No. 48 of 1999), <http://www.wipo.int/clea/>

Accords commerciaux multilatéraux, régionaux et bilatéraux

- Accord de Marrakech instituant l'Organisation mondiale du commerce, 15 avril 1994, 33 I.L.M. 1125 (Annexe 1C, Accord relatif aux aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, y compris le commerce des marchandises de contrefaçon).
- Accord général sur les tarifs commerciaux et le commerce (GATT de 1947 et 1994).
- Accord de libre-échange nord américain entre le Gouvernement du Canada, le Gouvernement des États-Unis Mexicains et le Gouvernement des États-Unis d' Amérique, 17 décembre 1992, R.T. Can. 1994, No 2, Chapitre 17.
- Accord d'intégration sous-régionale (Accord de Carthagène), Décision 486 Régime commun concernant la propriété industrielle du 14 septembre 2000, http://www.wipo.int/clea/docs_new/fr/ve/ve007fr.html
- Accord de partenariat entre les membres du groupe des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP) d'une part, et la Communauté européenne et ses États membres, d'autre part, signé à Cotonou, au Bénin, le 23 juin 2000, «Accord de Cotonou», <http://www.acpsec.org/fr/conventions/cotonou/accord1.htm>
- Accord de partenariat économique entre les États du Cariforum et la Communauté européenne et ses États membres, signé le 15 octobre 2008, *JO* n° L 289 du 30/10/2008

- Accord établissant une association entre la Communauté européenne et ses États membres, d'une part, et la République du Chili, d'autre part, signé le 18 novembre 2002, *JO n° L 352, 30/12/2002*.
- Accord sur le commerce, le développement et la coopération entre l'Union Européenne et la République d'Afrique du Sud, signé le 11 octobre 1999, *JO L 311 du 4 décembre 1999*.
- Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud relatif au commerce des vins, signé le 28 janvier 2002, (*JO L 28 du 30.01.2002*).
- Accord entre la CE et la République d'Afrique du Sud relatif au commerce des boissons spiritueuses 28 janvier 2002 (*JO L 28 du 30.01.2002*).
- Accord entre l'Australie et la CE sur les vins et les spiritueux :
<http://www.austlii.edu.au/au/other/dfat/treaties/1994/6.html>.
- Accord entre la CE et le Canada sur les vins et les spiritueux, signé le 6 février 2004,
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0377en01.pdf.
- Accord entre la CE et les États-Unis d'Amérique sur le commerce du vin signé le 18 novembre 2005,
http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_087/l_08720060324en00020074.pdf.
- Accord entre la Communauté européenne et les États-Unis mexicains concernant la reconnaissance mutuelle et la protection des dénominations dans le secteur des boissons spiritueuses, signé le 27/05/1997, *JOCE, L. 152/16, 11 juin 1997*.
- Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Chili, signé le 6 juin 2003,
http://www.sice.oas.org/Trade/chiusa_e/chiusaind_e.asp
- Accord de libre-échange entre les États-Unis et Singapour, signé le 6 mai 2003,
http://www.sice.oas.org/Trade/USA-Singapore/USASingind_e.asp
- Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Royaume du Maroc, signé le 15 juin 2004, http://www.sice.oas.org/Trade/US_MAR/US_MAR_E.asp
- Accord de libre-échange entre les États-Unis et la Jordanie, signé le 24 octobre 2000,
http://www.sice.oas.org/Trade/us-jrd/USA_JOR_e.asp
- Accord de libre-échange entre les États-Unis et le Pérou, signé le 12 avril 2006,
http://www.sice.oas.org/Trade/PER_USA/PER_USA_e/Index_e.asp

Jurisprudence du CJCE

- CJCE, Grande chambre, 26 février 2008, *Commission c/ Allemagne*, aff. C-132/05, <http://curia.europa.eu/>
- CJCE, 19 avril 2007, *De Landtsheer Emmanuel SA c/ Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne et Veuve Clicquot Ponsardin SA*, aff. C-381/05, disponible sur : <http://curia.europa.eu/>
- CJCE, 25 octobre 2005, *Allemagne et Danemark c/ Commission*, aff. jointes C-465/02 et C-466/02, Rec. p. I-9115.
- CJCE, 12 mai 2005, *Regione autonoma Friuli-Venezia Giulia et Agenzia regionale per lo sviluppo rurale (ERSA) c/ Ministero delle Politiche Agricole e Forestali*, Aff. C-347/03, <http://curia.europa.eu>
- CJCE, 14 septembre 1999, *General Motors Corporation c/ Yplon SA*, aff. C-375/97, Rec. I-5421.
- CJCE, 20 mai 2003, *Consorzio del Prosciutto di Parma et Salumificio S. Rita SPA c/ ASDA Stores Ltd, Hygrade Foods Ltd*, aff. C-108/01, Rec. p. I-5121.
- CJCE, 16 mai 2000, *Belgique c/ Espagne*, aff. C-388/95, Rec. p. 3123.
- CJCE, 4 mai 1999, *Windsurfing Chemsee*, aff. C-108/97 et C-109/97 : Rec. CJCE 1999, I, p. 2779.
- CJCE, 16 mars 1999, *Danemark / Commission* , aff. C-293/02, Rec. p. I-1541.
- CJCE, 16 mars 1999, *Danemark / Commission*, aff. C-293/02, Rec. p.I-1541.
- CJCE, 4 mars 1999, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola c/ Käserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG et Eduard Bracharz GmbH*, aff. C-87/97, Rec. p. I-01301.
- CJCE, 13 décembre 1993, *SMW Winzersekt GmbH c/ Land Rheinland-Pfalz*, aff. C-309/93, Rec. 1994 p. I-05555.
- CJCE, 10 novembre 1992, *Exportur* , aff. C-3/91, Rec. p. I-5529.
- CJCE, 9 juin 1992, *Delhaize et Le Lion*, aff. C-47/90, Rec. p. I-3669.
- CJCE, 17 juin 1981, *Commission c/ Irlande*, Aff. C-113/80, Rec. 1981.
- CJCE, 20 février 1979, *Rewe-Zentral AG c/ Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, Aff. C-120/78, Rec. p. 649.

- CJCE, 25 janvier 1977, *Bauhuis*, aff. C-46/76 Rec. p. 5.
- CJCE, 20 février 1975, *Commission c/ Allemagne*, aff. 12-74, Rec. p. 181.
- CJCE, 31 octobre 1974, *Centrafam c/ Sterling Drug*, aff. 15/74, Rec. 1147.
- CJCE, 31 octobre 1974, *Centrafam et A.de Peiper c/Winthrop*, Affaire 16/74, Rec. 1183.
- CJCE, 11 juillet 1974, *Procureur du Roi c/ Benoît et Gustave Dassonville*, aff. C-8/74, Rec. p. 837.
- CJCE, 14 décembre 1972, *Marimex c/ administration italienne des finances*, aff. C-29/72, Rec. p. 1309.
- CJCE, 8 juin 1971, *Deutsche Grammophon*, aff. C-78/70, Rec. p. 487.
- CJCE, 10 décembre 1968, *Commission c/ Italie*, aff. C-7/68, Rec. p. 1968.

Jurisprudence du TPICE

- TPICE, 12 septembre 2007, *Consorzio per la tutela del formaggio Grana Padano/OHMI*, aff. T-291/03.
- TPICE, 10 juillet 1991, *Affaire Magill*, Rec. 1991, 485.

Décisions de l'OHMI

- OHMI, 31 mars 2004, déc. n° 1095/2004, concernant la procédure d'opposition B 383 465, « Corporacio Habanos SA c/ Empor-Importação SA ».
- OHMI, ch. Rec., 15 juillet 2003, aff. R78/2003-2

Jurisprudence française

- Cass. Com, 20 nov. 2007, n° 06-16-387, F-D, *Sté Empresa Cubana del Tabaco c/ Sté La Casa del Habano* : Juris-Data n° 2007-041601.
- Cass. Com., 12 décembre 2006, n° du pourvoi : 03-20080, non publié au bulletin, <http://www.lextenso.com>.
- Cass. Com., 28 novembre 2006, *The Scotch Whisky Association c/ Sté Les Grands Chais de France et Sté G20, PI France*, 5 janvier 2005.
- Cass. Com., 18 février 2004, 02-10576, *inédit*.
- Cass. Com., 12 mars 2002, *Gaz. Pal.* n° 51, 20 février 2003, note Niboyet.

- CA Paris, 23 juin 2000, *PIBD* 711/2000, III, p. 19.
- CA Paris, 20 nov. 1996, *PIBD* 626/1997, p. 94.
- Com., 1^{er} décembre 1987, *JCP* éd. G 1988, II, 21081, note Agostini
- Cass. Com, 19 juillet 1976, *J.C.P.*, 1976, II, 18507.
- Cass. Com, 17 avril 1980, *J.C.P.*, 1980, I 8905.
- Cass. Com., 18 avril 1958, *D.* 1959, p. 87.
- C.A. Paris, 22 nov. 2006, RG n° 2005/20050, *inédit*.
- C.A. Bastia, 23 septembre 2003, arrêt 02/00805, S.A. P. C/ Société par Actions Brasserie D. S.A. S. Groupement d'Intérêt B. de Corse (A C. Dia Biera) S.A.
- C.A. Paris, 4e ch. A, 6 mars 2002, *PIBD*, 2002, III, p. 545.
- C.A. Paris, 12 février 1988, *D.*, 1988, I.R., 75.
- TGI Paris, 11 octobre 2006, *PIBD*, 842-III-820 du 15 décembre 2006.
- C.A. Angers, 1^{re} ch., *DRPI*, 1992, n° 43 p. 22.
- C.A. Paris, 6 fév. 1986, *PIBD* 1986, III. 196.
- C.A. Paris, 19 mars 1929, *Ann. propr. ind.* 1930, p. 257.

Jurisprudence étrangère

- *Ciba-Geigy Canada Ltd. c. Apotex Inc.*, [1992] 3 R.C.S. 120
- *Reckitt & Colman Products Ltd. c. Borden Inc.*, [1990] 1 All E.R. 873.
- *Institut National des Appellations d'origine des Vins et Eaux-de-vie ['INAO'] et al. v. Andres Wines Ltd et al.* (1987), 16 C.P.R. (3d) 385 (Ont. H.C.J.), aff'd (1990), 30 C.P.R. (3d) 279 (Ont. C.A.) [*Andres*].
- *Veuve Clicquot Ponsardin v. Boutiques Clicquot ltée*, 2006 SCC 23.

Ouvrages généraux, traités et manuels

- Azéma, J. et Galloux, J.-C. , *Droit de la propriété industrielle*, 6^e éd., Paris, Dalloz, 2006.
- Beguin, J. et Menjucq, M. (dir.), *Droit du commerce international*, Paris, Litec, 2005.
- Bertrand, A., *Le droit des marques et des signes distinctifs : droit français, droit communautaire et droit international*, Paris, Cedat, 2002.

- Bouche, N., *Le principe de territorialité de la propriété intellectuelle*, Paris, L'Harmattan, 2002.
- Bouvel, A., *Principes de spécialité et signes distinctifs*, Paris, Litec, Coll. Le droit des affaires, 2004.
- Bruguière, J.-M., *Droit des propriétés intellectuelles*, Paris, Ellipses, 2005.
- Buhl, C., *Le droit des noms géographiques*, Litec, 1997, Collection du CEIPI, n° 42.
- Burst, J.-J., *Concurrence déloyale et parasitisme*, Paris, Dalloz, coll. Droit usuel, 1993.
- Canal-Forgues, E., *Le règlement des différends à l'OMC*, 3^e éd., Bruxelles, Bruylant, 2008.
- Canlorbe, J., *L'usage de la marque d'autrui*, Paris, Litec, Coll. de l'IRPI : Le droit des affaires et la propriété intellectuelle, 2007.
- Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) et Commonwealth Secretariat, *Le cycle d'Uruguay : guide à l'intention des entreprises*, Genève, CCI/CS, 1996.
- CERDAC-CADH, *Les pouvoirs publics, la vigne et le vin : histoire et actualité du droit*, Bordeaux, Éditions Féret, 2008.
- Constantinesco, V. et al. (dir.), *Traité instituant la CEE : Commentaire article par article*, Paris, Economica, 1992.
- Côté, C.-E., *La participation des personnes privées au règlement des différends internationaux économiques : l'élargissement du droit de porter plainte à l'OMC*, Bruylant et Éditions Yvon Blais, 2007.
- Cottier, Th. and Véron, P., *Concise International and European IP Law : TRIPS, Paris Convention, European Enforcement and Transfer of Technology*, Kluwer Law International, The Hague/London/New York, 2008.
- Deere, C., *The Implementation Game : The TRIPS Agreement and the Global Politics of Intellectual Property Reform in Developing Countries*, Oxford University Press, 2009.
- Denis, D., *Appellation d'origine et indication de provenance*, Paris, Dalloz, Coll. Connaissance du droit, 1995.
- Dinwoodie, G. B., Hennessen, W. O. and Permuter, S., *International Intellectual Property Law and Policy*, Matthew Bender and Company Inc, 2001.

- Doussan, I., Ngo, M.-A. et Siirainen, F., (dir.), *Droit économique dans les secteurs agricole et alimentaire, et débats autour de thèmes d'actualité du droit économique*, De Boek et Larcier, 2009.
- El Kosheri, Ahmed, (éd.), *L'éthique dans les relations économiques internationales, en hommage à Philippe Fouchard*, Paris, Pédone, 2006.
- Feuer, G., *Les aspects juridiques de l'assistance technique dans le cadre des Nations Unies et des institutions spécialisées*, Paris, L.G.D.J., 1957.
- Frison Roche, M.-A. et Abello, A., (dir.), *Droit et économie de la propriété intellectuelle*, Paris, L.G.D.J., 2005.
- Gaumont-Prat, H., *Droit de la propriété industrielle*, 2^e éd., Paris, Litec, 2009.
- Gendreau, Y., (Ed), *An Emerging Intellectual Property Paradigm*, Edward Elgar Publishing Limited, Northampton, 2008.
- Gendreau, Y., (dir.), *Propriété intellectuelle : entre l'art et l'argent / Intellectual Property : Bridging Aesthetics and Economics*, Montreal, ATRIP – CRDP - Les Éditions Thémis, Université de Montréal, 2007
- Gervais, D. (Ed.), *Intellectual Property, Trade and Development: Strategies to optimize Economic in a TRIPS-PLUS Era*, Oxford: Oxford University Press, 2007.
- Gervais, D.,
 The TRIPS Agreement: Drafting History and Analysis, 2nd ed., London, Sweet & Maxwell, 2003 ;
 The TRIPS Agreements: Drafting History and Analysis, London, Sweet & Maxwell, 1998.
- Grosheide, W. F. and Brinkhof, J.J. (Eds), *Intellectual Property: Articles on Cultural Expression and Indigenous Knowledge*, Melografica Series 2002.
- Guérillon, R., *Les appellations d'origine: Loi du 6 mai 1919*, Paris, Journal de l'Épicier, 1919.
- HACHETTE/INAO, *Le goût de l'origine*, Paris, Hachette, 2005.
- Heath, Chr. and Kamperman Sanders, A. (Eds), *New Frontiers of Intellectual Property Law: IP and Cultural Heritage, Geographical Indications, Enforcement and Overprotection*, IIC Studies, vol. 25, 2005.

- Heath, Chr., (Ed.), *Intellectual Property Law in Asia*, Kluwer Law International, The Hague/London/New York, 2003.
- Holyoak, J. and Torremans, P., *Intellectual Property Law*, Butterworths, London, Dublin and Edinburg, 1995.
- Ilardi, A., *Propriété intellectuelle, principes et dimension internationale*, Paris, L'Harmattan, Coll. L'esprit économique, 2005.
- Lacour, L., *Des fausses indications de provenance : contribution à l'étude de la propriété industrielle en droit français*, Paris, Librairie Nouvelle de Droit et de Jurisprudence, 1904.
- Le Tourneau, Ph., *Le parasitisme: notion, prévention, protections*, Paris, Litec, 1998.
- Mai-Anh Ngo, *La qualité et la sécurité des produits agro-alimentaires: approche juridique*, Paris, L'Harmattan, 2006.
- Mainguy, D. (dir.), *Dictionnaire de droit du marché : concurrence, distribution, consommation*, Paris, Ellipses, 2008.
- Malbon, J. and Lawson, Ch. (Eds), *Interpretating and Implementing the TRIPS Agreement – Is it Fair?* Edward Elgard Publishing Limited, Northampton, 2008.
- Maréchal, C., *Concurrence et propriété intellectuelle*, Paris, Litec, Coll. de l'IRPI, 2009.
- Maskus, Keith E., *Intellectual Property Rights in the Global Economy*, Washington, DC: Institute for International Economics, 2000.
- Maskus, Keth, (Ed.), *The WTO Intellectual Property Rights and the Knowledge Economy : Critical Perspectives on the Global Trading System and the WTO*, Edward Elgar Publishing ltd, Cheltenham, 2004.
- Meir Perez Pugatch, *The Intellectual Property Debate: Perspectives from Law, Economics and Political Economy*, Edward Elgar Publishing, Northampton, 2006.
- Mitsuo Matsushita, Thomas J. Schoenbaum & Petros C. Mavroidis, *The World Trade Organization: Law, Practice and Policy*, 2nd ed., Oxford : Oxford University Press, 2006.
- Nadeau, A. et Nadeau, R., *Traité pratique de la responsabilité civile délictuelle*. Montréal: Wilson & Lafleur, 1971.
- Newfarmer, R. (Ed.), *Trade, Doha and Development: A Window into the Issues*, Washington D.C., The World Bank, 2005.
- O'Connor, B., *The Law of Geographical Indications*, London, Cameron May, 2004.

- Olszak, N., *Droit des appellations d'origine et indications de provenance*, Paris, Éditions Tec & Doc, 2001.
- Passa, J., *Droit de la propriété industrielle, T. 1 Marques et autres signes distinctifs, dessins et modèles*, Paris, L.G.D.J., 2006.
- Phillips, J. and I. Simon, *Trade Mark Use*, (Eds), Oxford University Press, 2005.
- Piotraut, J.-L., *La propriété intellectuelle en droit international et comparé (France, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis)*, Paris, Editions Tec & Doc, 2007.
- Pollaud-Dulian, F., *Droit de la propriété industrielle*, Paris, Montchrestien, 1999.
- Rochard, D., *La protection internationale des indications géographiques*, Paris, PUF, 2002.
- Roubier, P., *Le droit de la propriété industrielle (2 tomes)*, Paris, Sirey, 1952-1954).
- Ruzek, V., *L'action extérieure de la Communauté Européenne en matière de droit de propriété intellectuelle*, Rennes, Éditions Apogée, 2007.
- Sambuc, H.-P., *La protection internationale des savoirs traditionnels : la nouvelle frontière de la propriété intellectuelle*, Paris/Budapest/Torino, L'Harmattan, 2003.
- Schmidt-Szalewski, J. et Pierre, J.-L.,
Droit de la propriété industrielle, 4^e éd., Paris, LexisNexis – Litec, 2007.
Droit de la propriété industrielle, 3^e éd., Paris, Ed. du Juris-Classeur, 2003.
- Shu Zhang, *De l'OMPI au GATT : la protection internationale de la propriété intellectuelle*, Paris, Litec, 1994.
- Skyes, J. and King, K., *Valuation and Exploitation of Intellectual Property and Intangible Assets*, Emis Professional Publishing, Hertfordshire, 2003.
- Stewart, Terence P., *The Uruguay Round: a Negotiating History (1986-1992): Introduction and Overview*, Deventer, Kluwer Law and Taxation Publishers, 1993.
- Tafforeau, P., *Droit de la propriété intellectuelle*, Paris, Gualino Éditeur, Coll. Fac-Universités, 2004.
- Taxil, B., *L'OMC et les pays en développement*, Paris, Montchrestien, 1998.
- Thiébaud, F., (dir.), *La Communauté Européenne et le GATT : évaluation des accords du cycle d'Uruguay*, Rennes, Éd. Apogée, 1995.
- Tréfigny, P., *L'imitation : contribution à l'étude juridique des comportements référentiels*, Strasbourg, PUS, Coll. du CEIPI, 2000.

- Troller, K., *Manuel du droit suisse des biens immatériels*, t. I, 2^e éd., Bâle et Francfort-sur-le-main, 1996.
- Twarog, S. and Kapoor, P. (Eds), *Protecting and Promoting Traditional Knowledge : Systems, National Experiences and International Dimensions*, New York and Geneva, United Nations Publications, Symbol No. UNCTAD/DITC/TED/10, 2004.
- Van de Kop, P. Sautier, D. and Gerz, A. (Eds), , *Origin-based products Lessons for pro-poor market development*, http://www.mamud.com/originbasedproducts_full.pdf , consulté le 12 septembre 2008.
- Van den Bossche, P., *The Law and Policy of the World Trade Organization: Texts, Cases and Materials*, Cambridge University Press, 2006.
- Van Innis, Th., *Les signes distinctifs*, Bruxelles, De Boeck et Larcier, 1997.
- Visse-Causse, S., *L'appellation d'origine : valorisation du territoire*, Paris, Adef, 2007.
- Vivant, M., (dir.), *Propriété intellectuelle et mondialisation : la propriété intellectuelle est-elle une marchandise?*, Paris, Dalloz, 2004.
- Vogel, L., *Droit de la concurrence déloyale*, Paris, LawLex, 2007-2008.
- von Lewinski, S., *Indigenous Heritage and Intellectual Property: Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, 2nd Edition, Kluwer Law International, 2008.
- Watal, J., *Intellectual Property Rights in the WTO and Developing Countries*, Oxford University Press, New Delhi, 2001.

Articles de doctrine

- Adargelio Garrido de la Grana, "Geographical Indications and Trademarks : Combined Efforts for a Stronger Product Identity. The Experience of Cuban Cigar Trademarks and Geographical Indications", in *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26-28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/04.
- Addor, F., « Une meilleure protection des indications géographiques sur le plan international : une question qui nous concerne tous? », *RIPIA*, n° 2009, juillet 2002.
- Addor, F. and Grazioli, A. "Geographical Indications beyond Wines and Spirits: A Roadmap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO/ TRIPS Agreement" *JWIP*, (2002) Vol. 5, n° 6, p. 891.

- Addor, F., Thumm, N. et Grazioli, A., « Indications géographiques : des enjeux importants pour les pays industrialisés et en voie de développement », *The IPTS Report*, n° 74, mai 2003.
- Anders, S. and J.A. Caswell, “The Benefits and Costs of Proliferation of Geographical Labelling for Developing Countries”, Working Paper, <http://people.umass.edu/resec/workingpapers/documents/ResEcWorkingPaper2008-7.pdf>, consulté le 12 novembre 2009.
- Arhel, P.,
 - « Registre des indications géographiques : la Communauté européenne assouplit sa position à l’OMC », *Petites Affiches*, no 177, 4 septembre 2009 ;
 - « Analyse comparative de l’Accord sur les ADPIC et de l’APE Caraïbes », *Petites Affiches*, 2009, n° 11;
 - « Travaux de l’Organisation mondiale du commerce visant à étendre et à faciliter la protection des indications géographiques », *Propr. Industr.* 2007, étude 6;
 - « Cycle de Doha : bilan et perspective », *Rec. Dalloz*, n° 28 du 19 juillet 2007.
- Audier, J.,
 - « Passé, présent et avenir des appellations d’origine dans le monde : vers la globalisation? », *Bulletin de l’OIV*, 2008, vol. 81, n° 929-931 ;
 - « Mondialisation et indications géographiques: Application nationale de l’Accord sur les ADPIC: Section 3 Indications géographiques », *Propr. intell.*, n° 26, janvier 2008;
 - « Indications géographiques : le virus « générique » », *Propr. Intell.*, n° 8, juillet 2003 ;
 - « Marques et indications géographiques de la filière vitivinicole », *RD rur.*, n° 312, avril 2003.
 - « Les règles d’origine des vins et boissons spiritueuses vinicoles », *Bulletin de l’OIV*, 2001, n° 800-848.
 - « De la nature juridique de l’appellation d’origine », *Bull. OIV* n° 733-734, janv. – fév. 1993.
- Azéma, J. et Galloux, J.-C., « La protection internationale des savoirs traditionnels », *RTD com.*, n°2, avril-juin 2004.
- Bahans, J.-M. et Menjucq, M., « La nouvelle OCM viticole : une réforme communautaire sous l’inspiration de l’OMC », *RD rur.*, n° 366, oct. 2008.

- Barque, F., « Le droit communautaire des appellations d'origine et indications géographiques en matière vinicole », *RTD eur.* 45, oct.-déc. 2009.
- Barraclough, E., "From Commodity to IP Asset", *Managing Intellectual Property*, octobre 2007, <http://www.managingip.com>, consulté le 23 octobre 2007.
- Becki Graham, "TRIPS: Ten Years Later: Compromise or Conflict over Geographical Indications", *Syracuse Science & Technology Law Reporter*, Spring, 2005.
- Bernard, G., « Distinction marque / AOC : un casse-tête pour le consommateur », *Revue Lamy Droit des affaires*, n° 68 Supplément, février 2004.
- Billon, V. et de Chaisemartin, P., « Labels, marques de certification, marques collectives, quelle protection pour quel usage? », <http://d2nt.ifrance.com/navigation/labels.htm>, consulté le 29 février 2008.
- Blakeney, M., "Proposals for the International Regulation of Geographical Indications", *JWIP*, Vol. 4, Issue 5, 2001.
- Bonet, G.,
« Des cigarettes aux parfums, l'irrésistible ascension de l'appellation d'origine Champagne vers la protection. Après l'arrêt de la Cour de cassation du 24 février 2004 », *Propriétés intellectuelles*, Oct. 2004, n° 13 ;
« Propriétés intellectuelles, Propriété industrielle » *RTD eur.*, 2000.
- Bonet, G., Buffet Delmas, X et Medrano Caballero, I. de, « Droit des marques et autres signes distinctifs », *Propr. Intell.*, janvier 2007, n° 22.
- Bouche, N., « L'objet spécifique du droit des marques », *D.*, 2000, Chroniques Marque.
- Bowen, S., "Development from within? The Potential for Geographical Indications in the Global South", *JWIP*, Earlier view, September 2009.
- Boze, J.-C. et Nadon, J.-F., "Give me a cup of sack, boy!": why Bordeaux, Chianti, and Medoc are not generic denominations in Canada anymore?" *10 Drake J. Agric. L.* 247.
- Bradley M. Bashaw, "Geographical Indications in China: Why protect GIs with both trademark law and AOC-type legislation?", *Pacific Rim Law and Policy Journal*, Issue 17, 2008.
- Camara, Ibrahima, « ADPIC : historique et fondement de l'accord », <http://www.ppl.nl/bibliographies/wto/files/2188.pdf>, consulté le 15 janvier 2009.
- Carlos M. Correa,

“Protection and Promotion of Traditional Medicine: Implications for Public Health in Developing Countries”,

<http://www.who.int/medicinedocs/collect/medicinedocs/pdf/s4917e/s4917e.pdf>, consulté le 4 avril 2009 ;

“Protection of Geographical Indications in CARICOM Countries”,

<http://www.crn.org/documents/studies/Geographical%20Indications%20-%20Correa.pdf>, consulté le 4 avril 2009.

- Chapados, A. et D. Sautier, « De la qualification des produits agroalimentaires à la diversité culturelle et biologique : une analyse comparée de quatre expériences d’indications géographiques dans les pays du Sud », in : *Colloque International Localiser les produits : une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle de Sud ?*, 9-11 juin 2009, Paris, France, disponible sur http://www.mnhn.fr/colloque/localiserlesproduits/10_Paper_CHAPADOS_A.pdf, consulté 7 novembre 2009.
- Charlier, Chr. & Mai-Anh Ngo, “An analysis of the European Communities: Protection of Trademarks and Geographical Indications for Agricultural Products and Foodstuffs Dispute”, *JWIP*, (2007) Vol. 10, no 3/4.
- Chartiel, F.,
« La protection de l’identité des produits en Europe. – A propos des règlements européens de 2006 », *Contrat Concurrence Consommation* n° 7, juillet 2006, Étude 16;
« Les appellations protégées en Europe : protection du producteur et du consommateur », *Petites Affiches*, 2004, n° 179.
- Cheikh Tidiane Dièye et Victoria Hanson, « Clause NPF dans les APE : une menace pour le commerce Sud-Sud? », *Éclairage sur les négociations*, vol. 7, n° 2, mars 2008.
- Claessens, F., « Les indications géographiques : potentiel et implications pour les pays africains », *Éclairage sur les négociations*, vol. 7, n° 2, mars 2008.
- Conrad, A., “Protection of Geographical indications in the TRIPS Agreement “, 86 *Trademark Rep.* 11.
- Cortés Martin, J.M., “The WTO Agreement: The Battle between the Old and the New World over the Protection of Geographical Indications”, *JWIP* (2004) vol. 7 n° 3.

- Croze, D., “IPRTA & Geographical Indications : Challenges and opportunities”, *IPRTA Forum Project Stakeholder Workshop, Bangkok, 3-6 December 2006*.
- Deere, C., « La mise en application de l’Accord sur les ADPIC en Afrique francophone », GEG Working paper 2009/3, janvier 2009, <http://www.globaleconomicgovernance.org/wp-content/uploads/deere-francophone-africa-fr-working-paper-25-march.pdf>, consulté le 6 avril 2009.
- Dörmer, S., “Dispute Settlement and New Development within the Framework of TRIPS – An Interim Review” *ICC*, 2000, vol. 31 n° 1.
- Downes, D.R. and Laird, S.A., “Innovative Mechanisms for Sharing Benefits of Biodiversity and Related Knowledge: Case Studies on Geographical Indications and Trademarks”, Paper prepared for UNCTAD Biotrade Initiative 1999, <http://www.ciel.org/Publications/InnovativeMechanisms.pdf>
- Drahos, P., “Bilateralism in Intellectual Property“, a paper prepared for Oxfam, 2002, <http://www.maketradefair.com/assets/english/bilateralism.pdf>, consulté le 3 mai 2009.
- Dumont, Th., « La défense des produits agricoles de qualité dans le commerce international », *RD rur.*, n° 246, oct. 1996.
- Durand, P., « L’évolution contemporaine du droit de la concurrence », in *Mélange en l’honneur de Paul Roubier*, Paris, Dalloz et Sirey, 1961
- Escudero, S., “International Protection of Geographical Indications and Developing Countries”, South Center, Geneva, Working Paper, July 2001.
- Edou Edou, P., « La protection des indications géographiques et des appellations d’origine en Afrique - état des lieux et perspectives » in *Forum sur les indications géographiques et les appellations d’origine*, organisé conjointement par l’Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l’Institut national de la propriété industrielle (INPI), Lisbonne, 30 et 31 octobre 2008.
- Fontaine, F. « La défense des indications géographiques protégées à titre de signes antérieurs utilisés dans la vie des affaires, dans le système de la marque communautaire », *Propr. Industr.* 2009, étude 20.
- Fourgoux-Jeannin, M.-V., « Indication géographique et droit des marques : Conflits et combinaison », *RD rur.*, n° 237, avr. 1995.

- Françon, A., « La prohibition des marques descriptives en droit français », *RIPIA*, 1973, n° 3.
- Gatachew Mengistie Alemu, “Geographical Indications and Traditional Knowledge: the Experience of Ethiopia”, in *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26 to 28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/.
- Gencarelli, F., « Les signes distinctifs de qualité dans le secteur agro-alimentaire et les exigences du droit communautaire », *Revue du droit de l’Union Européenne* », 4/2005.
- Grall, J.-C. et Laur-Pouëdras, E., « Droit des marques : Un tour d’horizon de la jurisprudence récente Confirmation de solutions antérieures ou innovation ? », http://www.prodimarques.com/juridique/droit_des_marques.php, consulté le 12 novembre 2009.
- Guilhou, Chr., « Renouveau d’intérêt pour le système de Lisbonne », in *Forum sur les indications géographiques et les appellations d’origine, organisé conjointement par l’Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l’Institut national de la propriété industrielle (INPI)*, Lisbonne, 30 et 31 octobre 2008, Doc. WIPO/GEO/LIS/08/01
- Gutierrez, E., « Geographical indicators: a Unique European Perspective on Intellectual Property », *29 Hastings Int’l & Comp. L. Rev.* 29.
- Habib Ould Hemet, « Mise en œuvre et réexamen des ADPIC : les enjeux des négociations post-Doha pour l’Afrique », in ICTSD, *Commerce, développement durable et propriété intellectuelle vus de l’Afrique*, p. 68, <http://ictsd.net/i/publications/11789/>, consulté le 14 mai 2008.
- Handler, M., « The WTO Geographical Indications Dispute », (2006) 69(1) *MLR* 70.
- Hanrahan, E., « Geographical Indications and WTO Negotiations », *CRS Report for Congress*, received through the CRS web, CRS-3.
- Harsh V. Chandola, “Basmati Rice: Geographical Indication or Mis-Indication?”, *The Journal of World Intellectual Property* (2006) Vol. 9, no. 2.
- Henning-Bodewig, F., “International Protection Against Unfair Competition – Art. 10bis Paris Convention, TRIPS and WIPO Model Provisions”, *IIC*, 1999, Vol. 30, n° 2/1999.
- Höpferger, M., « Introduction to Geographical Indications and Recent Developments in the World Intellectual Property Organization (WIPO) », in *Worldwide Symposium of*

Geographical Indication, San Francisco, California, 9 to 11, 2003, Doc.

WIPO/Geo/SFO/03/1 of June 12, 2003.

- Hrbata, V., “No International Organization is an Island...the WTO’s Relationship with the WIPO: A Model for the Governance of Trade Linkage Areas”, *Journal of World Trade*, Feb. 2010, Vol. 44, No 1.
- Hughes, J., ”The Spirited Debate Over Geographic Indications”, *Law Review*, 2003, Vol. XX, No X.
- Jalba Violeta, “Geographical Indications and Trademarks: Combined efforts for a Stronger Product Identity: Cricova Case”, in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/0.
- Jacquiau, C., « Max Havelaar ou les ambiguïtés du commerce équitable », *Le monde diplomatique*, septembre 2007.
- Jinghua Zou, “Rice and Cheese, Anyone? The Fight over TRIPS Geographical Indications Continues” (2005), 30 *Brook. J. Int’l L.* 1141.
- Josling, T. “The War on Terroir: Geographical Indications as a Transatlantic Trade Conflict”, *Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 3, 2006.
- Kahn, A.-E., « Indications géographiques et règles du commerce international », *Revue Lamy Droit des affaires – supplément*, n° 68, 2004.
- Kasturi Das, “International Protection of India’s Geographical Indications with Special Reference to “Darjeeling” Tea, *JWIP*, (2006) Vol. 9, No 5.
- Kireeva, I. and O’Connor, B., “Geographical Indications and the TRIPS Agreement: What Protection is provided to Geographical Indications in WTO Members?”, *JWIP*, Earlier View, Sept. 2009.
- Kuruk, P., “Bridging the Gap between Traditional Knowledge and Intellectual Property Rights: Is Reciprocity an Answer?”, *JWIP*, (2004) Vol. 7 No 3, p. 436.
- Lachacinski, T. et F. Fajgenbaum, « Quelle marque notoire ou renommée au XXIe siècle ? », *Légicom* n° 44 – 2010/1.
- Le Tallec, G., « La primauté des appellations d’origine contrôlée sur les marques », in *Mélanges dédiés à Paul Mathély*, Paris, Litec, 1990.
- Lorvellec, L., « Les aspects récents de la protection internationale des appellations d’origine contrôlées », in *Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997.

- March, E., « Quand l'origine compte : deux cafés...et un thé », *Magazine de l'OMPI*, octobre 2007.
- Marette, S., Clemens, R. and Babcock, B., "Recent International and Regulatory Decisions about "Geographical Indications", *Agribusiness*, Vol. 24, Issue 4, October. 2008.
- Marie-Vivien, D.,
 "The Role of the State in the Protection of Geographical Indications: From Disengagement in France/Europe to Significant Involvement in India", *JWIP*, Earlier view, September 2009 ;
 "From Plant Variety Definition to Geographical Indication Protection: A Search for the Link between Basmati Rice and India/Pakistan", *JWIP* (2008), Vol.11, n° 4.
- Matthews, D. and Munoz-Tellez, V., "Bilateral Technical Assistance and TRIPS : The United States, Japan and European Communities in Comparative Perspective", *JWIP*, (2006) Vol. 9, n° 6.
- Maximiliano Santa Cruz, S., « Les dispositions relatives à la propriété intellectuelle dans les accords commerciaux de l'Union Européenne : implications pour les pays en développement », Étude commanditée par le Centre international du commerce et du développement durable (ICTSD), 2007, accessible sur <http://www.ictsd.org>, consulté le 3 décembre 2007.
- Mirandah, Gladys, "India: Basmati closer to GI Protection", *Managing Intellectual Property*, October 2008, <http://www.managingip.com/Article.aspx?ArticleID=2021044>, consulté le 2 décembre 2008.
- Morin, J.-F., « Les accords bilatéraux et régionaux de propriété intellectuelle dans la francophonie », *UNISFERA*, juin 2003, http://www.ameriques.uqam.ca/pdf/ADPIC_franco_Morin.pdf, consulté le 13 mai 2009.
- Nadjiba Badi Boukemidja, « Les faits de la concurrence déloyale », <http://www.legalbiznext.com/droit/Les-faits-de-la-concurrence.html>, consulté le 15 janvier 2008.
- Okediji, R. L., "TRIPS, Access to Public Health and Public Education: Opportunities for ACP Countries in the EPA Negotiations", Seminar on legal aspects of trade policy, regional and multilateral trade, <http://www.acp-eu->

trade.org/library/files/Okediji_EN_171108_TradeFacility_TRIPS.pdf, consulté le 4 novembre 2009.

- Ollier, P., “India explores traditional knowledge options”, *Managing Intellectual Property*, Jul/Aug. 2007, Issue 171.
- Olszak, N.,
 - « Marques et indications géographiques dans la communication sur les boissons alcoolisées », *Légicom* n° 44 - 2010, p. 80.
 - « Signes distinctifs à usage collectif: les approches du droit français et du droit communautaire », in *Forum international sur les signes distinctifs à usage collectif organisé conjointement par l’Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et par l’Institut national de la propriété industrielle (INPI), France, Versailles, France, 12 et 13 juin 2008*, Doc. WIPO/DS/VRS/08/4 du 12 juin 2008
 - « Les appellations d’origine en France », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, 2007, Vol. 19, n° 2 ;
 - « Actualité du droit des signes d’origine et de qualité (indications géographiques et labels) », *Propr. Industr.* 2007, étude n° 9, p. 8.
 - « Les nouveaux règlements européens sur les appellations d’origine et indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties », *RD rur.*, n° 343, mai 2006 ;
 - « Les appellations d’origine et les négociations internationales », in Ysolde Gendreau, (dir.), *Propriété intellectuelle : entre l’art et l’argent / Intellectual Property : Bridging Aesthetics and Economics*, Montreal, ATRIP – CRDP - Les Éditions Thémis, Université de Montréal, 2007
 - « Appellations d’origine et indications de provenance », *Rép. Com. Dalloz*, 2003 ;
 - « L’évolution du droit des appellations d’origine et des indications de provenance au Canada », *RTD com.*, 2003.
- Pavlovic, A., « La protection communautaire des dénominations géographiques : étude du Règlement 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992 », <http://www2.univ-lille2.fr/droit/documentation/rtf/floret.rtf>, consulté le 27 novembre 2007.
- Pengelly, T., “Technical Assistance on IPRS for Developing Countries : Some Strategic Policy Issues and Recommendations for Future Priorities for Donors and Developing

- Countries”, *ICTSD-UNICTAD Dialogue*, 2nd Bellagio Series on Development and Intellectual property, 18-21 Sept. 2003.
- Pereau, J.-L., « Les relations de l’O.M.C. avec l’Union Européenne et l’Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle après l’entrée en vigueur de la Convention de Marrakech », *Petites Affiches*, 1995, n° 5.
 - Perot-Morel, M.-A., « Notoriété et renommée : unité ou notoriété de concept en droit des marques? in *Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997.
 - Piatti, M.-C., « L’appellation d’origine : essai de qualification », *RTD com*, n° 3, juil. 1999.
 - Profeta, A. et al., “The Protection of Origins for Agricultural Products and Foods in Europe : Status Quo, Problems and Policy Recommendations for the Green Book”, *JWIP* (2009) vol. 12 n° 6.
 - Rangnekar, D., « Pour ou contre une protection plus forte des indications géographiques », *Passerelles* n° 4, mai-juillet 2002.
 - Raustiala, K. and S. R. Munzer, “The Global Struggle over Geographical indications”, *EJIL* (2007), Vol. 18 no. 2.
 - Ravillard, P., « La protection du produit : des indications d’origine au droit des marques, les enjeux économiques », *Revue Lamy droit des affaires*, n° 26, avril 2008.
 - Ravillard, P. et Fernandez-Martos, A., « Les négociations à l’OMC sur les indications géographiques : un enjeu majeur pour l’Union Européenne dans le cadre du programme de Doha pour le développement », *Propr. Intell.*, n° 21, octobre 2006.
 - Ray, A., “Protection and Promotion of Darjeeling Tea”, in *Forum international sur les signes distinctifs à usage collectif, organisé conjointement par l’Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) et par l’Institut national de la propriété industrielle (INPI) Versailles, France, 12-13 juin 2008*, Doc. WIPO/DS/VRS/08/WWW[102732].
 - Reboul, Y. « L’arrêt “Davidoff” de la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE) du 9 janvier 2003 : schisme... ou “Yalta” de la protection des marques renommées?, *Propr. Industr.* 2003, n° 3, pp. 19-21, Comm. 17.
 - Reinbothe, Jörg and Howard, Anthony, “The State of Play in Negotiations on TRIPs (GATT/URUGUAY ROUND)”, *EIPR*, 1991, n° 5.

- Ribeiro de Almeida, A.F., “The Trips Agreement, the Bilateral Agreements concerning Geographical Indications and the Philosophy of the WTO”, *E.I.P.R.* 2005, Issue 4.
- Rodesh, J., “Indications géographiques et marques : une combinaison efficace contre la contrefaçon », in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26 to 28*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/6 Rev.
- Romain-Prot, V., « Origine géographique et signes de qualité : protection internationale », *RD rur.*, n° 236, octobre 1995.
- Ronga, G., « L’arrangement de Lisbonne du 31 octobre 1958 concernant la protection des appellations d’origine et leur enregistrement international », *RTD com.*, 1967.
- Roussel B. et F. Verdeaux, ”Natural Patrimony and Local Communities in Ethiopia: Advantages and Limitations of a System of Geographical Indications”, *Africa* 77(1), 2007.
- Ruiz Fabri, H. et Monnier, P., « Organisation Mondiale du Commerce : chronique du règlement des différends 2004 », *Journal du Droit International Clunet*, 2005, n° 3.
- Ruzek, V., « La stratégie communautaire de protection des indications géographiques en question », *RD rur.* , n° 373, mai 2009.
- Samper, Luis Fernando, ” Café de Colombia : Protecting and Promoting a Well-known Origin” , in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, 26-28 June 2007*.
- Sanoussi Bilal, « Éclairages sur les négociations commerciales : De Doha à Cotonou, Questions soulevées par la proposition de mandat de négociation de la CE », *Passerelles*, Vol. III N° 4, mai-juillet 2002.
- Santos Vilela, J., “The Protection of Geographical indications in Brasil”, *Revista da ABPI*, no 97, Nov/Dez. 2008.
- Sautier, D., « Les indications géographiques dans les pays émergents », dans *CIRAD en 2006*, CIRAD, juin 2007.
- Schaeli, M., “Perspectives for Geographical Indications: Extension of Protection of article 23 of the TRIPS Agreement to all Products: a Promising Solution for Developing an Appropriate International Legal Framework for the Protection of Geographical Indications”, in *International Symposium on Geographical Indications, Beijing, June 26-28, 2007*, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/11 of June 21, 2007.

- Schmidt -Szalewski, J.,
 « L'Application des accords sur les droits de propriété intellectuelle qui sont liés au commerce (ADPIC) en Asie », in *L'éveil de l'Asie à la propriété industrielle, Actes de Colloque des 11 et 12/1/2006*, organisé par l'Académie des sciences et l'Académie des sciences morales et politiques, Paris, Éditions Tec & Doc, 2007 ;
 « L'avenir international de la propriété industrielle », in *Propriétés intellectuelles – an 2000, Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst, Paris, Litec, 1997.*
 « La protection des noms géographiques en droit communautaire », *La Semaine Juridique (JCP)*, 1997, Ed. E, n° 44 ;
 « Le rôle des pays en voie de développement dans l'accord de Marrakech », *Petites Affiches*, 1995, n° 5.
- Serra, R., "European Union Policy for High Quality Agricultural Products", in *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26-28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/8.
- Shyamkrishna Balgane, "Systems of Protection for Geographical Indications of Origin: A Review of the Indian Regulatory Framework", *JWIP*, (2003) Vol. 6, n° 1.
- Sueur, Th., « Quels avantages les industriels peuvent-ils retirer des ADPIC? », *RIPIA*, n° 201, 1^{er} mars 2000.
- Surip Mawardi, "Establishment of Geographical Indication Protection System in Indonesia, Case in Coffee", *Worldwide Symposium on Geographical Indications, Sofia, 10 to 12 June, 2009*, Doc. WIPO/GEO/SOF/09/3.
- Swarnim Waglé, "Geographical Indications as Trade-Related Intellectual Property: Relevance and Implications for Human Development in Asia-Pacific", Discussion Paper, UNDP Asia-Pacific regional Centre in Colombo, January 2007, http://www.undprcc.lk/Publications/Publications/TRADE/GI_Paper_13_Dec.pdf, visité le 28 mai 2009.
- Tankoano, Amadou, « L'accord relatif aux aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce (TRIPS) », *Droit et pratique du commerce international (DPCI)*, 1994, tome 20, n° 3.
- Thrierr, O., « Les conflits entre indications géographiques et marques », *Propriété intellectuelle*, 2007, n° 6, juin 2007.

- Thu-Lang Tran Wasescha, “Geographical Indications in the International Arena – The Current Situation”, in *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26 to 28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/15.
- Tinlot, R., « Indications géographiques, Perspectives d’avenir : développement de la protection », *Bulletin O.I.V.*, 2002, vol. 75, n° 855-856.
- Torsen, M., ”Apples and Oranges: French and American Models of Geographic Indications Policies Demonstrate an International Lack of Consensus”, *95 Trademark Rep.* 1415.
- Troskie, D., “Geographical Indications at the National Level: a Variety of Approaches and Institutional Aspects”, in *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26 to 28, 2007, Doc. WIPO/GEO/BEI/07/1.
- Vaqué, Luis Gonzalez, « Les indications géographiques et appellations d’origine : interprétation et mise en œuvre du nouveau règlement n° 510/2006 », *Revue du droit de l’Union Européenne*, 4/2006.
- Vittori, M., “The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers – oriGIIn”, *JWIP*, Earlier View, Sept. 2009.
- Vivant, P., « Marque notoire et marque renommée : une distinction à opérer », *La Semaine Juridique – Édition entreprise et Affaires*, no 30, 24 juillet 2008.
- Wang Xiaobing and Irina Kireeva, “Protection of Geographical Indications in China: Conflicts, Causes and Solutions”, *JWIP* (2007) Vol. 10, no. 2, pp. 79–96.
- Zylberg, Ph., “Geographical Indications v. Trademarks: the Lisbon Agreement: a Violation of TRIPs?”, (2003), 11 *U. Balt. Intell. Prop. L.J.*1.

Mémoires et thèses

- Blakeney, L., *L’extension de la protection des indications géographiques prévue par l’Accord sur les aspects de droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce pour les vins et les spiritueux aux autres produits*, mémoire de DEA, Strasbourg, Université Robert Schuman, 2003-2004.
- Cerkia Grant, *Geographical indications and Agricultural Products: Investigating their relevance in South African context*, Thesis (M.Com.), University of Pretoria, 2006.

- Edou Edou, P., *Les incidences de l'Accord sur les ADPIC sur la protection de la propriété industrielle au sein de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI)*, Thèse de doctorat, Strasbourg III, 2005.
- Lüttge, M., *Marques et noms géographiques protégés*, mémoire de Master 2 professionnel, CEIPI, 2006-2007.
- Ngo Mbem, S., *Les enjeux de la protection des dessins et modèles dans le développement en Afrique : le cas des pays membres de l'OAPI*, thèse, Strasbourg III, 2007.
- Vincent, M., *Impacts de l'extension de la protection des indications géographiques dans l'Union Européenne et en Amérique du Nord*, Thèse de Doctorat, IEP, Paris 2006.

Mélanges

- *Mélanges offerts à Jean-Jacques Burst*, Paris, Litec, 1997.
- *Mélanges dédiés à Paul Mathély*, Paris, Litec, 1990.
- *Mélange en l'honneur de Paul Roubier*, Paris, Dalloz et Sirey, 1961.

Documents de l'OMPI

- OMPI, *Dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale*, Publication de l'OMPI n° 832.
- OMPI, SCT/8/4 : Texte révisé du document SCT/6/3 indications géographiques: historique, nature des droits, systèmes de protection en vigueur et obtention d'une protection dans d'autres pays, 2 avril 2002.
- OMPI, Doc. SCT/10/4 : indications géographiques, 28 avril- 2 mai 2003.
- *Colloque sur la protection internationale des indications géographiques, Montevideo, 28et 29 novembre 2001.*
- OMPI, SCT/9/4 : Définition des indications géographiques, 1er octobre 2002.
- OMPI, SCT/5/3 : Solutions possibles en cas de conflit entre des marques et des indications géographiques et en cas de conflit entre indications géographiques homonymes, 8 juin 2000.

- *Worldwide Symposium on Geographical Indications organized by the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the United States Patent and Trademark Office (USPTO)*, San Francisco, California, July 9 to 11, 2003.
- OMPI, Doc LI/GT/1/2, ANNEXE I : Aperçu général du système de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international.
- OMPI, SCT/6/3 : Indications géographiques: historique, nature des droits, systèmes de protection en vigueur et obtention d'une protection efficace dans d'autres pays, 25 janvier 2001.
- OMPI, *Comité intergouvernemental de la propriété intellectuelle relative aux ressources génétiques, aux savoirs traditionnels et au folklore, Projet analyse des lacunes relatives à la protection des savoirs traditionnels*
http://www.wipo.int/export/sites/www/tk/fr/igc/pdf/tk_gap_analysis.pdf, consulté le 12 mars 2009.
- OMPI, «Quels enseignements tirer de l'utilisation des savoirs traditionnels? Mieux asseoir la propriété intellectuelle », *Revue de l'OMPI*, no 1, janv. / fév. 2004.
- OMPI, Symposium sur la protection des indications géographiques, Funchal (Madère-Portugal), octobre 1993, Genève, Publication OMPI, n° 729(F), 1994.
- WIPO, Intellectual Property Needs and Expectations of Traditional Knowledge Holders: *WIPO Report on Fact-Finding Missions on Intellectual Property and Traditional Knowledge (1998-1999)*, Geneva, April 2001,
<http://www.wipo.int/tk/en/tk/ffm/report/final/pdf/part2.pdf>, consulté le 12 mars 2009
- WIPO, *Worldwide Symposium on Geographical Indication*, San Francisco, California, 9 to 11, 2003.
- WIPO, *Symposium sur la protection des indications géographiques, Funchal (Madère-Portugal)*, octobre 1993, Genève, Publication OMPI, n° 729(F), 1994.
- WIPO, *International Symposium on Geographical Indications*, Beijing, June 26-28, 2007.
- WIPO, *Worldwide Symposium on Geographical Indication*, Sofia, June 10 to 12, 2009.

Sources diverses

- Agriculture et agroalimentaire canada, « Mesures de protection des indications géographiques au Canada »,

http://www.agr.gc.ca/misb/itpd/topics/tripsqsas_protection_f.htm, consulté le 29 février 2008.

- Aïcha L. Coulibaly et P. Liu, *Réglementation, normes et certification pour l'exportation des produits agricoles, Guide pratique pour les producteurs et exportateurs de l'Afrique de l'Ouest*, FAO, 2006.
- AIPPI, *Résolution Q191 « Les relations entre les marques et les indications géographiques »*, Congrès Göteborg, Octobre 8 – 12, 2006, Annuaire 2006/II.
- AIPPI, *Question 118, « Marques et indications géographiques »*, Annuaire 1994/II.
- Association Internationale des Juristes du Droit de la Vigne et du Vin / International Wine Law Association, *Résolution sur les marques et indications géographiques / Resolution on Trademarks and Geographical indications*, Seattle, 25-29 September 2004.
- Bizet, J., *Réflexions sur les moyens de mieux assurer le respect et la promotion des indications géographiques agroalimentaires à l'échelle internationale*, Rapport présenté au Premier Ministre Français, 2005, p. 28,
<http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/064000198/0000.pdf> , consulté le 23 mars 2007.
- CNUCED, *Rapport 2007 sur les Pays les moins avancés, aperçu général par le Secrétaire général*, http://www.unctad.org/fr/docs/ldc2007overview_fr.pdf, consulté le 9 juillet 2008.
- Commission Européenne, « Quelle est pour nous l'importance des indications géographiques », http://ec.europa.eu/comm/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_fr.htm, consulté le 7 juillet 2006.
- Commission des Communautés Européennes, *Livre Vert sur la qualité des produits agricoles: normes de commercialisation, exigences de production et systèmes de qualité*, COM(2008) 641 final, 15.10.2008.
- DFID, «Intégrer les droits de propriété intellectuelle et la politique de développement » *Rapport de la Commission britannique des droits de propriété intellectuelle*, 2002, disponible sur : <http://www.iprcommission.org>, consulté le 25 juillet 2007.
- European Union, “Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members”

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf, consulté le 7 juillet 2008.

- FAO, *Sécurité sanitaire et qualités des aliments en Europe: aspects relatifs à la qualité, à l'équilibre nutritionnel, à l'importance des terres agricoles et au patrimoine culturel « terroirs »*, étude présentée à la Vingt-quatrième Conférence régionale de la FAO pour l'Europe, Montpellier, France, 5-6 mai 2004, http://www.Fao.org/DOCREP/MEETING/007/J1875F.HTM#P33_2223#P33_2223, consulté le 2 juillet 2007.
- ICTSD, *Rapport sur le Dialogue régional sur les Accords de partenariat économique européens, la propriété intellectuelle et le développement durable pour la CEDEAO* organisé par l'ICTSD en partenariat avec ENDA et QUNO, Saly (Dakar) Sénégal, 30-31 mai 2007.
- OCDE, « Appellations d'origine et indications géographiques dans les pays membres de l'OCDE : implications économiques et juridiques », COM/AGR/APM/TD/WP(2000)15/FINAL, janvier 2001.
- PNUD, *Rapport mondial sur le développement humain 2001 : Mettre les nouvelles technologies au service du développement humain*, http://hdr.undp.org/reports/global/2001/fr/hdr_fr_2001.pdf, consulté le 7 janvier 2009.
- SRVA, *Proposal for the Protection of Geographical indication in Lebanon*, Report on the intention of IDEAS Centre, Beirut, 7-11 February 2005, <http://www.economy.gov.lb/NR/rdonlyres/CFBCD786-0D03-4541-91AD-4BE967D9EE49/0/LibanGIRapportmission.doc>, consulté le 5 novembre 2008.
- UNDP, *Human Development Report 2005: Market Access as a Substitute for Development? North-South Regionalism in Latin America*, Occasional Paper, http://hdr.undp.org/docs/publications/background_papers/2005/HDR2005_Diana_Tussie_and_Cintia_Quiliconi_24.pdf, consulté le 7 février 2008.

Études

- Abdellah Aboudrare, Travis J. Lybbert et Nicholas Magnan, « Enquête diagnostic: Le marché de l'huile d'Argan et son impact sur les ménages et la forêt dans la région d'Essaouira », in *Transfert de*

technologie en agriculture, no 175 avril 2009, http://www.vulgarisation.net/btt_175.pdf , consulté le 25 avril 2009.

- CENTRE DU COMMERCE INTERNATIONAL (ITC), *Guide des indications géographiques: faire le lien entre les produits et leurs origines*, Genève: ITC, 2009.
- CRET, *Étude comparative des accords de libre échange impliquant des PED ou des PMA*, Rapport final, octobre 2009, <http://www.gret.org>, consulté le 23 nov. 2009.
- De Mart Leesti et Tom Pengelly, *Évaluation des besoins d'assistance technique en vue de la mise en oeuvre de l'Accord sur les ADPIC dans les PMA*, Document de travail commandité par l'ICTSD (International Centre for Trade and Sustainable Development), dans le cadre du Programme de l'ICTSD sur les DPI et le développement durable, août 2007, http://www.iprsonline.org/ictsd/Dialogues/2007-05-03/French_version_of_LDCs_toolkit.pdf , consulté le 20 novembre 2008.
- Gopalakrishnan, N.S., Prabha S. Nair & Aravind K. Babu, "Exploring the Relationship between Geographical Indications and Traditional Knowledge: An Analysis of the Legal Tools for the Protection of Geographical Indications in Asia", *A Study Commissioned by the International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD)*, Working Paper, August 2007.
- Larson, J. "Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources", a study commissioned by the Global Facilitation Unit for Underutilized Species, Via dei Tre Denari, 472/a, 00057 Maccarese Rome, Italy 2007
- Light Year IP, "Distinctive values in African Exports: How Intellectual Property can raise export income and alleviate poverty", http://www.lightyearsip.net/scopingstudy/Distinctive_values_in_African_exports.pdf , visité le 23 novembre 2008.
- O'Connor & Company and Insight Consulting, "Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later...A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members", report commissioned and financed by the Commission of the European Communities, Part II Protection of Geographical Indications in 160 Countries around the World, http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135089.pdf, consulté le 27 avril 2008.

- Ponty, N., « Commerce international et développement : règles et enjeux pour l’Afrique », Document de travail n° 31, Centre d’économie du développement, IFREDE, GRES- Université de Bordeaux IV.
- Rangnekar, D., « Geographical Indications, A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits », ICTSD/UNCTAD, Issue Paper No 4, June 2003.
- Riccheri, M. et al., “Assessing the Applicability of Geographical Indications as a Means to Improve Environmental Quality in Affected Ecosystems and the Competitiveness of Agricultural Products”, Final Report, <http://www.esocialsciences.com/data/articles/Document12422007580.6685755.pdf> , consulté le 21 septembre 2008.
- Sanjeev Agarwal and Michael J. Barone, “Emerging Issues for Geographical Indication Branding Strategies”, MATRIC Research Paper 05-MRP 9, January 2005, <http://www.card.iastate.edu/publications/DBS/PDFFiles/05mrp9.pdf>, consulté le 22 avril 2009.
- Vivas-Eugui, D. and C. Spennemann, “The Treatment of Geographical Indications in Recent Regional and Bilateral Free Trade Agreements”, International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD), Project on Intellectual Property and Sustainable Development, ICTSD, Geneva, Switzerland.

Répertoires et encyclopédies

- Encyclopédie Dalloz 2001, *Répertoire de droit commercial*, tome II.
- JurisClasseur Commerciale, Fasc. 600.
- JurisClasseur Marques-Dessins et Modèles, Fasc. 7090.

Principaux sites internet cités

- *African Regional Intellectual Property Organisation*: <http://www.aripo.org>.
- Association internationale pour la protection de la propriété industrielle et artistique : <http://www.aippi>

- Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement :
<http://www.cirad.fr>
- Commission européenne : <http://trade.ec.europa.eu/>
- Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement :
<http://www.unctad.org>
- International Centre for Trade and Sustainable Development : <http://ictsd.net>
- Institut national de l'origine et de la qualité : <http://www.inao.gouv.fr>
- Légifrance : <http://www.legifrance.gouv.fr>
- Organisation africaine de la propriété intellectuelle : <http://www.oapi.int>
- Organisation mondiale du commerce : <http://www.wto.org>.
- Organisation mondiale de la propriété intellectuelle : <http://www.wipo.int>
- Union européenne : <http://www.europa.eu>

INDEX ALPHABÉTIQUE

(Les chiffres renvoient aux numéros de pages)

A

Accès au marché.....78, 243, 246, 249, 342,
346, 352, 353, 376, 382, 383, 399

Accord de Bangui .155, 156, 157, 158, 159,
161, 162, 163, 172, 187, 199, 202, 204,
206, 217, 241, 256, 288, 362, 366, 368

Accord de Carthagène . 143, 148, 150, 153,
206, 362, 368, 408

Accord sur les ADPIC
définition..... 22

Accords
- de libre-échange 372, 375, 377, 388
- internationaux 155, 250, 373, 401
- bilatéraux 375

Accords commerciaux
- bilatéraux27, 83, 87, 105, 106, 249,
264, 371, 372, 374, 381, 398, 404
- régionaux106, 142, 143, 164, 371

Action
- en concurrence déloyale 169, 170, 172,
176, 177, 178
-en passing off..144, 168, 169, 179, 181,
184

ADPIC-plus . 161, 372, 374, 375, 381, 382,
395

Aire de production... 46, 47, 127, 138, 175,
201

ALENA 9, 143, 144, 145, 147, 148, 263

AOP... *Voir* Appellation d'origine protégée

AOP/IGP 128, 129, 131, 136, 139, 140,
141, 193, 201

APE9, 15, 372, 373, 376, 380, 382, 384,
385, 395, 396, 397, 399, 400, 418, 420

Appellation d'origine
- contrôlée 23, 120, 251
- protégée..... 23, 118, 185

ARIPO 9, 154, 288

Arrangement de Lisbonne ... 20, 21, 36, 42,
43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53,
54, 61, 62, 63, 66, 72, 114, 144, 149,
155, 156, 157, 160, 161, 204, 205, 206,
224, 238, 250, 273, 307, 368, 369

Arrangement de Madrid .20, 21, 36, 39, 40,
41, 42, 43, 45, 49, 51, 54, 61, 237, 250,
288

Assistance technique....244, 257, 261, 262,
276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283,
284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 293,
344, 346, 350, 365, 396, 397, 399, 404,
413, 434

B

Basmati...88, 182, 266, 267, 268, 269, 274,
275, 316, 325, 330, 339, 422, 424

BATF 9, 184

Biodiversité..328, 333, 346, 357, 398, 399,
400, 403

C

Cahier des charges123, 126, 127, 136, 137,
139, 160, 199, 201, 217, 350, 351, 356,
358, 363, 364, 365, 366, 367

CARIFORUM..9, 380, 382, 385, 396, 397,
399, 400

Clause de la nation la plus favorisée ... *Voir*
Traitement de la nation la plus favorisée

Commerce équitable.... 333, 357, 358, 359,
423

Concurrence

- déloyale..21, 35, 37, 38, 39, 51, 63, 64,
74, 76, 77, 78, 79, 114, 128, 144, 155,
158, 168, 169, 170, 171, 172, 173,
174, 175, 178, 181, 206, 241, 250,
251, 253, 257, 263, 297, 311, 312,
314, 316, 317, 337, 339, 380, 398,
417, 424, 430
- parasitaire..... 76

Convention d'Union de Paris.....10, 20, 35,
61, 132

CUP *Voir* Convention d'Union de Paris

Cycle d'Uruguay ..22, 58, 60, 98, 238, 321,
413, 416

D

Darjeeling.....79, 104, 193, 194, 195, 266,
273, 274, 275, 365, 423, 426

Déceptive 189, 221, 232, 235

Déclaration de Doha292, 294, 295, 296,
298, 309, 312, 331

Délimitation.. 123, 201, 269, 350, 351, 364

Dénomination

- géographique21, 43, 44, 45, 49, 86,
125, 152, 158, 188, 192, 198, 236,
303
- traditionnelle..... 41, 65, 119, 363
- générique 46, 48, 49, 52

Développement rural24, 25, 265, 289, 346,
351, 404, 405

Droit

- collectif.....162, 198, 200, 338
- public..... 187, 199, 217

Droits acquis 83, 84, 147, 164, 233, 297

E

Enregistrement

- des indications géographiques...78, 82,
96, 103, 190, 199, 295, 296, 297, 298,
299, 302, 340, 397
- des marques52, 63, 150, 151, 153, 186,
187, 189, 190, 192, 193, 195, 208,
220, 234, 267, 270, 391, 392
- international.20, 21, 36, 38, 42, 43, 47,
48, 49, 51, 155, 161, 288, 307, 308,
369, 427, 430

Épuisement

- communautaire 113, 162
- international.....162

Étiquetage 24, 81, 84, 97, 100, 137, 139,
144, 145, 179, 184, 185, 201, 203, 206,
251, 253, 267, 356, 397

F

Facteurs

- humains 21, 43, 44, 45, 46, 66, 71, 140, 149
- naturels ..21, 43, 44, 45, 46, 66, 71, 72, 119, 149, 365

Fausse indication de provenance 38, 39, 40, 75, 184

Fonction essentielle 112, 113, 218

Fraude 19, 38, 41

G

GATT 11, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 64, 89, 90, 91, 95, 96, 97, 98, 103, 243, 245, 246, 248, 249, 256, 257, 294, 376, 408, 416, 426

Groupement ..123, 189, 190, 360, 361, 364

H

Harar266, 269, 270, 271, 274, 348

Harmonisation

- de la protection.....110, 116
- des législations 110
- des régimes 137, 141, 142

Huile d'argan 28, 355, 356, 357

I

IGP *Voir* Indication géographique protégée

Indication géographique

- protégée ... 74, 118, 123, 174, 185, 289, 317, 347, 355, 387

indications de provenance

- simples223

-qualifiantes223

Indications géographiques

- directes43

- indirectes 149

L

Libre circulation des marchandises..... 106,

107, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115,

116, 130, 141, 218, 303

M

Marque

- collective 148, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 194, 196, 197, 218, 237, 251, 360, 364

- individuelle.... 188, 194, 195, 215, 220, 226, 235

de certification . 159, 189, 190, 191, 192,

193, 196, 197, 216, 251, 270, 273,

274, 303, 307, 361, 365

marque géographique...163, 187, 220, 227, 235

marques collectives de certification..... 191, 192, 198

Mesures d'effet équivalent..... 108, 111

Méthodes de production.....24, 44, 79, 201,

210, 323, 324, 351, 364, 367

N

Nom géographique .. 21, 39, 44, 49, 65, 70, 79, 119, 221, 223, 224, 225, 274, 360, 361, 363
Notoriété 44, 46, 48, 50, 70, 123, 131, 132, 133, 153, 174, 178, 180, 196, 222, 272, 356, 387, 426
NPF.... *Voir* Traitement de la nation la plus favorisée

O

OAPI..... 11, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 199, 201, 202, 205, 244, 256, 279, 280, 288, 289, 335, 345, 346, 351, 429, 430
Objet spécifique 112, 113, 218, 419
OMC *Voir* Organisation mondiale du commerce
Opposition à l'enregistrement.....127, 366
ORD....., *Voir* Organe de règlement des différends
Organe de règlement des différends. 12, 90
Organisation mondiale du commerce.... 22, 62, 88, 285, 293, 301, 302, 313, 322, 324, 408, 418, 436, 450

P

PDD *Voir* Programme de Doha pour le développement, *Voir* Programme de Doha pour le développement
Politique agricole commune (PAC) 101
Principe de spécialité.... 132, 195, 196, 227

Principe du traitement national.. 37, 97, 98, 104, 161, 245, 246, 247, 248, 250

Programme de Doha pour le développement 26, 291, 450

Propriété
- intellectuelle450

Protection des consommateurs 140, 145, 168, 183, 184, 185, 206, 369

Protectionniste302

Q

Qualité des produits ...67, 69, 70, 102, 117, 118, 134, 135, 173, 189, 192, 214, 215, 216, 326, 340, 355, 356, 432

R

Registre
- des indications géographiques. 82, 300, 304, 318

- international..... 46, 47, 48

Registre multilatéral.....63, 297, 298, 299, 300, 304, 305, 308, 313, 319, 320, 321, 322, 381

Règlement du conflit.....52, 118, 128, 153, 163, 164, 220

Renommée..... 86, 123, 125, 128, 131, 132, 133, 149, 150, 151, 194, 221, 222, 228, 229, 231, 232, 235, 312, 387, 426, 429

Réputation
- de la marque 113, 218

- des appellations d'origine70

- du produit 70, 344, 364

Restriction quantitative. 107, 109, 115, 116
Risque de confusion 48, 100, 128, 153,
183, 224, 225, 229, 388
Rooibos... 88, 266, 271, 272, 273, 339, 346

S

Savoir-faire44, 141, 190, 264, 334, 355
Savoirs traditionnels 25, 26, 279, 283, 287,
290, 291, 295, 318, 319, 322, 326, 327,
328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335,
336, 337, 338, 339, 340, 398, 399, 400,
403, 416, 418, 431
Sidamo266, 269, 270, 271, 274
Signes distinctifs 19, 22, 38, 103, 128, 132,
137, 144, 153, 172, 174, 187, 194, 198,
214, 215, 237, 336, 338, 350, 355, 356,
368, 412, 415, 417, 419, 421, 425, 426
Spécialité traditionnelle garantie. *Voir* STG
STG 13, 134, 135, 136
Structures collectives.....349, 359
Structures de contrôle... 100, 103, 367, 368

T

Terroir 44, 46, 49, 198, 338, 351, 356
Traitement de la nation la plus favorisée
.....245
Traitement spécial 243, 244, 254, 256, 285,
319, 375
Transparence
- des lois ... 104, 140, 250, 259, 260, 366
- des marchés 140
- du système 104, 366
TTB *Voir* BTF

U

usage abusif 266, 394
Usages honnêtes en matière commerciale
..... 177, 178

Y

Yirgacheffe 266, 269, 270, 274, 348

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	5
DÉDICACE	7
LISTE DES PRINCIPALES ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES	9
LISTE DES TABLEAUX	15
SOMMAIRE	17
INTRODUCTION GÉNÉRALE	19
PREMIERE PARTIE : LE CADRE JURIDIQUE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES	31
TITRE I : LE DROIT INTERNATIONAL DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE ŒUVRE INACHEVÉE	33
<i>CHAPITRE I : LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES CONVENTIONS INTERNATIONALES MULTILATÉRALES</i>	35
Section 1 : Le système de l'Union de Paris à la recherche d'une protection internationale efficace des indications géographiques.....	35
§1. La CUP : premier cadre juridique de protection des indications géographiques	36
§2. L'Arrangement de Madrid concernant la répression des indications fausses et fallacieuses sur les produits.....	40
§3. L'Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international	43
A. Une définition précise de l'appellation d'origine.....	43
B. Les conditions de protection de l'appellation d'origine	45
I. Les conditions de fond: être un titre d'origine et de qualité.....	45

II. Une condition de forme : l'enregistrement	46
C. Les effets de la protection	48
I. Protection contre le risque de transformation en dénominations génériques	49
II. Protection contre l'usurpation de la notoriété	50
III. Conflit entre une appellation d'origine et une marque antérieure.....	52
Section 2 : L'Accord sur les ADPIC: instrument de la mondialisation des indications géographiques.....	54
§1. L'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international et son incidence sur la protection internationale des indications géographiques	55
A. La raison d'ordre commercial : réduire les distorsions aux échanges.....	55
B. La raison d'ordre institutionnel: mettre en place un système efficace de règlement des différends.....	58
C. L'incidence de l'intégration de la propriété intellectuelle dans le commerce international sur la protection internationale des indications géographiques.....	61
§2. La protection des indications géographiques dans l'Accord sur les ADPIC: un régime à deux vitesses.....	65
A. Une protection générale pour toutes les indications géographiques	65
I. Une définition souple	65
1. Les facteurs qui déterminent le lien entre le produit et son lieu d'origine	67
a) La qualité.....	67
b) La réputation	70
c) Les autres caractéristiques	71
2. Le caractère alternatif ou cumulatif des facteurs constituant le lien entre le produit et son origine géographique	72
II. L'obligation internationale de protéger les indications géographiques.....	73
B. Une protection spéciale pour les indications géographiques des vins et des spiritueux	78
I. Une protection en dehors de tout risque de tromperie ou de concurrence déloyale.....	78
II. La nécessité d'accorder la protection à chaque indication géographique en	

cas d'indications homonymes.....	80
III. L'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour des vins.....	82
C. Les exceptions à la protection spéciale des vins et spiritueux.....	83
I. Le maintien des droits acquis et l'usage de bonne foi d'une indication géographique.....	83
II. L'absence d'obligation de protéger les dénominations devenues génériques ou qui ne sont pas protégés dans leur pays d'origine.....	86
§3. Le règlement des différends relatifs aux indications géographiques devant l'OMC.....	89
A. Procédure de règlement des différends devant l'OMC.....	90
I. Les consultations.....	91
II. Le déroulement de la procédure devant l'ORD.....	92
III. L'Organe d'appel.....	94
B. Le différend États-Unis / Australie et les Communautés européennes relatif à la protection des marques et des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires.....	96
I. Résumé des faits.....	96
II. Les principales questions examinées et les conclusions du Groupe spécial	97
1. La portée du principe du traitement national dans les accords commerciaux multilatéraux.....	98
2. La protection des marques antérieures à l'enregistrement des indications géographiques.....	100
III. Les conséquences des conclusions du Groupe spécial sur le Règlement CEE n° 2081/92.....	103
<i>CHAPITRE II : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES STRUCTURES RÉGIONALES DE PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....</i>	<i>106</i>
Section 1: La protection des indications géographiques au sein l'Union Européenne	106
Sous-section 1 : Le principe de la libre circulation des marchandises.....	107

Sous-section 2 : L'exception de la propriété industrielle et commerciale	109
§1. L'exception de la protection de la propriété industrielle et commerciale et son application aux indications géographiques.....	110
A. L'exception de la propriété industrielle et commerciale dans la jurisprudence de la CJCE	111
B. L'application de l'exception aux indications géographiques.....	114
§2. L'harmonisation de la protection des indications géographiques sur le plan communautaire	116
A. Le régime général des produits agricoles et des denrées alimentaires	117
I. Les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur origine géographique.....	118
1. Définition des signes protégés.....	118
2. Les conditions de la protection.....	120
a) Les conditions de fond.....	121
b) La condition de forme : l'enregistrement	123
3. Les effets de l'enregistrement communautaire des AOP et des IPG.....	126
a) Les effets à l'égard des bénéficiaires.....	126
b) Les effets à l'égard des tiers.....	127
4. Le règlement du conflit entre les AOP/IGP et les marques	128
a) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque postérieure	129
b) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque antérieure.....	129
c) Le conflit entre une AOP / IGP et une marque notoire ou renommée	131
II. Les signes garantissant la qualité des produits en raison de leur spécificité par rapport aux produits de même catégorie : les spécialités traditionnelles garanties (SGT).....	134
1. La définition de l'expression « spécialités traditionnelles garanties » ...	134
2. Les conditions de protection des STG	135
a) Condition de fond : présenter des caractères spécifiques	135
b) Condition de forme : l'enregistrement.....	136
B. Le régime spécial des vins et des spiritueux	137

I. Le régime des vins	137
II. Le régime des spiritueux	139
Section 2 : Les structures hors l'Union Européenne	142
§1. Les structures américaines	143
B. L'Accord de Carthagène	148
I. L'appellation d'origine : une conception naturaliste	149
II. Les indications de provenance : une conception commerciale	152
§2. Les structures africaines	154
A. L'ARIPO.....	154
B. L'OAPI	155
I. De l'appellation d'origine à l'indication géographique	156
II. Les conditions de protection	157
1. Les conditions de fond.....	157
2. Une condition de forme : l'enregistrement.....	159
III. Les effets de l'enregistrement	160
IV. Le règlement du conflit entre les indications géographiques et les marques	163
TITRE II : LES DROITS NATIONAUX DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : UNE DIVERSITÉ DE RÉGIMES DE PROTECTION	167
<i>CHAPITRE I : LES MÉCANISMES JURIDIQUES DE PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES.....</i>	168
Section 1 : La protection par les mécanismes relatifs aux pratiques commerciales... 168	
§1. La répression de la concurrence déloyale et l'action en <i>passing off</i>	169
A. L'action en concurrence déloyale	169
I. Les bases juridiques de la protection contre la concurrence déloyale	169
II. Les actes constitutifs de concurrence déloyale.....	170
1. Les actes de confusion	171
2. Les actes de dénigrement.....	172
3. Les actes de nature à tromper le public	175
B. L'action en <i>passing off</i>	179
I. Les éléments qui fondent l'action en <i>passing off</i>	179

II. La protection des indications géographiques par l’action en passing off ..	181
§2. La protection des indications géographiques par les mesures de protection des consommateurs	183
Section 2 : La protection par les titres de propriété industrielle.....	186
§1. La protection des indications géographiques par l’enregistrement des marques collectives et des marques de certification.....	186
A. La protection des indications géographiques par l’enregistrement des marques collectives	187
B. La protection des indications géographiques par l’enregistrement des marques de certification	190
§2. La protection des indications géographiques par des textes juridiques spécifiques	197
A. Le statut juridique des indications géographiques : droits privés ou publics?	197
B. Les modalités de protection des indications géographiques	200
I. La protection par la formalité d’enregistrement	200
1. Une variété de conditions d’enregistrement.....	200
2. Le champ d’application quant aux types de produits	202
3. L’exclusion d’enregistrement de certaines dénominations.....	204
II. La protection sans la formalité d’enregistrement	204
C. Les effets de la protection	206
<i>CHAPITRE II : LES RAPPORTS CONFLICTUELS ENTRE LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET LES MARQUES.....</i>	
<i>212</i>	
Section 1. Marques et indications géographiques : convergences et divergences	212
§1. Les convergences entre la marque et l’indication géographique.....	213
A. La garantie de l’origine des produits.....	213
B. La garantie de la qualité et la promotion de la vente des produits.....	214
§2. Les divergences entre la marque et l’indication géographique.....	215
A. Du point de vue statut juridique	215
B. Du point de vue fonction spécifique.....	217
Section 2 : Le règlement des conflits entre marques et indications géographiques ...	218

§1. Conditions d'enregistrement des marques géographiques	219
A. Enregistrement exceptionnel des marques géographiques individuelles	220
B. Les conflits portant sur des droits concurrents attachés à une marque.....	226
I. Le principe de spécialité.....	226
II. La disponibilité du signe déposé comme marque.....	228
§2. Les marques contenant une indication géographique	229
A. La solution de l'AIPPI.....	230
B. La solution de l'accord sur les ADPIC	231
C. L'application des solutions de principe dans certaines législations nationales	232

**DEUXIÈME PARTIE : LE RÔLE DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT DANS LA
PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES 239**

**TITRE I : LE DÉFI D'ASSURER AUX INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES UNE
PROTECTION ADÉQUATE 241**

*CHAPITRE I : LES OBLIGATIONS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT EN MATIÈRE
D'INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES..... 243*

Section 1 : L'obligation générale de respecter les principes fondamentaux du GATT
..... 243

§1. Le principe du traitement national 244

§2. Le traitement (la clause) de la nation la plus favorisée 246

Section 2 : L'obligation spécifique de protéger les indications géographiques des pays
membres de l'OMC 248

§1. Le contenu de l'obligation..... 249

§2. Les flexibilités relatives à la mise en œuvre de l'Accord sur les ADPIC 250

§3. L'obligation de transparence 257

*CHAPITRE II : LES OBSTACLES À LA PROTECTION DES INDICATIONS
GÉOGRAPHIQUES ET LA NÉCESSITÉ D'UNE ASSISTANCE TECHNIQUE 260*

Section 1 : Les obstacles d'ordre juridique et institutionnel..... 260

§1. L'absence de tradition et de politique en matière de protection de la propriété
intellectuelle 261

§2. Les conséquences de la faiblesse ou de l'absence de protection des indications géographiques	263
A. Difficulté d'obtenir la protection des indications géographiques à l'étranger	263
I. Cas du riz Basmati	264
II. Cas des cafés Sidamo, Harar et Yirgacheffe	267
III. Cas du thé Rooibos	269
B. Risque de dégénérescence en des termes génériques	271
Section 2 : La nécessité d'une assistance technique	274
§1. Les débiteurs de l'obligation d'offrir une assistance technique.....	274
§2. De quelle assistance technique les pays en développement ont-ils besoin ?....	278
A. La nature des besoins en assistance technique.....	279
B. De la capacité d'évaluation des besoins d'assistance technique en propriété intellectuelle.....	281
§3. De l'effectivité et des retombées de l'assistance technique en propriété intellectuelle.....	285
TITRE II : LES OPPORTUNITÉS OFFERTES PAR UNE PROTECTION RENFORCÉE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES	289
<i>CHAPITRE I : LA PLACE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES NÉGOCIATIONS PORTANT SUR LE PROGRAMME DE DOHA POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LEURS INCIDENCES SUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT</i>	290
Section 1 : La Déclaration de Doha et la question des indications géographiques	290
§1. La préoccupation des pays en développement en matière de propriété intellectuelle.....	290
§2. La Déclaration de Doha sur la question des indications géographiques	294
A. L'établissement d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement des indications géographiques pour les vins et spiritueux.....	294
I. Le contenu du mandat de négociation.....	295
II. La portée du registre multilatéral des vins et spiritueux	296
1. La proposition de l'Union Européenne.....	297
2. La proposition conjointe	300

3. La proposition intermédiaire.....	301
4. Considérations sur les différentes propositions.....	302
B. Les négociations sur l'extension de la protection additionnelle conférée aux vins et spiritueux à tous les produits	306
I. Existe-t-il un mandat de négocier l'extension de la protection des indications géographiques?.....	307
II. Les points de vue des partisans de l'extension.....	308
III. Le point de vue des opposants à l'extension.....	312
IV. La réponse aux arguments des opposants à l'extension.....	313
V. L'assouplissement de la position de l'UE face à la rigidité de celle des États-Unis et ses alliés	316
Section 2 : Les incidences de la déclaration de Doha sur les pays en développement dans le domaine des indications géographiques.....	320
§1. Les indications géographiques comme outils de promotion des exportations des produits locaux	321
§2. Les indications géographiques comme moyens juridiques de protection des savoirs traditionnels	324
A. Les savoirs traditionnels : une notion aux contours imprécis.....	325
B. L'intérêt des savoirs traditionnels pour les pays en développement.....	328
C. Les rapports entre les savoirs traditionnels et les droits de propriété intellectuelle.....	329
D. Possibilités d'utiliser les indications géographiques comme outil de protection de certains aspects des savoirs traditionnels.....	333
<i>CHAPITRE II : QUELLES STRATÉGIES POUR PROMOUVOIR LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES DANS LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT?.....</i>	<i>340</i>
Section 1 : Identifier le potentiel des indications géographiques.....	341
§1. Sélectionner les produits éligibles à la protection.....	341
§2. Organiser les producteurs et la commercialisation des produits.....	347
A. L'organisation des producteurs en structure collective	347
B. Renforcer l'identité des produits et promouvoir leur commercialisation.....	350
Section 2 : Déterminer le régime approprié de protection.....	357

§1. Les marques collectives et les marques de certification.....	358
§2. Les régimes spéciaux sur les indications géographiques (protection <i>sui generis</i>)	359
A. Procédure d'enregistrement	360
I. La détermination de l'indication à protéger	361
II. L'élaboration d'un cahier des charges	362
C. Structures de contrôle	365
Section 3 : Protéger les indications géographiques à l'étranger.....	366
§1. La protection dans son pays d'origine comme condition préalable à une protection à l'étranger	367
§2. La négociation des accords commerciaux bilatéraux : une opportunité pour protéger les indications géographiques des pays en développement ?	369
A. Les implications des dispositions « ADPIC-plus » sur la mise en œuvre des obligations découlant de l'Accord sur les ADPIC.....	370
B. Les normes ADPIC-plus comme moyen d'exporter le système de protection des indications géographiques des pays développés.....	379
I. L'approche de l'Union Européenne	379
II. L'Approche des États-Unis	386
C. Les implications potentielles des ALE/APE sur la promotion des indications géographiques dans les pays en développement.....	393
CONCLUSION GÉNÉRALE	401
BIBLIOGRAPHIE	405
INDEX ALPHABÉTIQUE	435
TABLE DES MATIÈRES.....	441

RÉSUMÉ

À l'instar des autres droits de propriété intellectuelle, les indications géographiques sont, par nature, des droits exclusifs et territoriaux. Elles portent sur des biens qui recèlent une valeur commerciale considérable et sont l'objet de transactions internationales. Pour cette raison, elles sont exposées aux détournements, à la contrefaçon et aux autres utilisations abusives. Il est vite devenu évident que la coopération internationale était nécessaire pour garantir leur protection au niveau international. La mondialisation de la propriété intellectuelle rendue possible par la signature de l'Accord instituant l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et dont l'Annexe 1C porte sur l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ADPIC) a fait des indications géographiques un outil incontournable du commerce international mais elle n'a pas résolu la question de leur niveau de protection.

L'ouverture d'un nouveau cycle de négociations commerciales baptisé « Programme de Doha pour le développement » (PDD) et la prolifération des accords commerciaux bilatéraux et régionaux ont initié un intérêt croissant de nombreux pays en développement pour la protection des indications géographiques. Ces pays veulent utiliser les indications géographiques comme des outils de promotion du développement rural et des exportations des produits spécifiques tout en sauvegardant l'héritage culturel national. Cette thèse examine la mesure dans laquelle, dans le contexte actuel de la mondialisation, une protection efficace des indications géographiques au niveau national et international peut contribuer au développement des pays en développement.

SUMMARY

Geographical indications like any other intellectual property right are territorial in nature and they confer exclusive rights. They are associated with products which contain a considerable commercial value and are subject to international transactions. For this reason, they may be susceptible to misappropriation, counterfeiting and other forms of abuse. This explains the need for an international cooperation to protect them on international level. Globalization of intellectual property rights was made possible by the signing of the agreement establishing the World Trade Organization (WTO) which, through its Annex 1C which forms the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), has made geographical indications a valuable tool for international trade. However, this globalization did not solve the issue of their level of protection.

In many developing countries, the new round of trade negotiations called the "Doha Development Agenda (DDA) and the proliferation of bilateral and regional trade agreements have initiated a growing interest for the protection of geographical indications. These countries are seeking to use geographical indications as a tool to promote rural development and exports of specific products while preserving the national cultural heritage. This thesis examines to which extent, in the context of globalisation, an effective protection of geographical indications at national and international level can contribute to the development of developing countries.