

OMPI/GEO/MVD/01/1

ORIGINAL : anglais

DATE : 30 octobre 2001



DIRECTION NATIONALE DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE  
MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DE L'ÉNERGIE ET DES MINES  
DE L'URUGUAY



ORGANISATION MONDIALE DE LA  
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

## COLLOQUE SUR LA PROTECTION INTERNATIONALE DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

organisé par  
l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)

et  
la Direction nationale de la propriété industrielle (DNPI),  
Ministère de l'industrie, de l'énergie et des mines de l'Uruguay

**Montevideo, 28 et 29 novembre 2001**

INTRODUCTION AUX INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET INITIATIVES  
RÉCENTES AU NIVEAU INTERNATIONAL DE L'ORGANISATION MONDIALE  
DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE (OMPI)

*document établi par le Bureau international*

## A. INTRODUCTION

1. Au cours des 13 dernières années, l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) a organisé, à un rythme biennal et en coopération avec un certain nombre de ses États membres, des colloques internationaux consacrés aux indications géographiques. Les deux plus importantes conférences de cette nature ont eu lieu à Eger, en Hongrie, en 1997, et à Somerset West, en République sud-africaine, en 1999<sup>1</sup>. À la différence de beaucoup d'autres réunions organisées par des organisations internationales intergouvernementales, les colloques peuvent être suivies par le grand public, la participation n'étant pas limitée aux représentants d'États ou d'autres organisations internationales. Grâce à cette formule, ces conférences offrent à une large gamme de participants, issus des milieux gouvernementaux et non gouvernementaux, institutionnels et privés, une tribune pour l'échange d'informations et de points de vue sur diverses questions relatives à la protection des indications géographiques.

2. Le présent document est destiné à servir d'introduction générale à la protection des indications géographiques, à commencer par la terminologie, et à décrire l'évolution récente de cette question au sein de l'OMPI. Les travaux de l'OMPI consacrés aux indications géographiques et à l'Internet seront traités dans un document distinct<sup>2</sup>. La partie consacrée à l'introduction et à la terminologie repose largement sur des documents déjà publiés. Il semble cependant utile de reproduire ces textes à l'intention des participants qui abordent pour la première fois la question des indications géographiques, et qui pourront ainsi mieux comprendre les diverses questions qui seront au centre des débats du colloque.

## B. TERMINOLOGIE

### *“Indications de provenance” et “appellations d'origine”*

3. D'après la terminologie traditionnellement employée dans les traités administrés par l'OMPI dans le domaine des indications géographiques, on distingue “indications de provenance” et “appellations d'origine”.

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

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

---

<sup>1</sup> Voir les publications de l'OMPI n° 760(E) et 764(E).

<sup>2</sup> Voir le document de l'OMPI OMPI/GEO/MVD/01/8.

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

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

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

D'après cette définition, une appellation d'origine peut être considérée comme un type particulier d'indication de provenance étant donné que le produit pour lequel une appellation d'origine est employée doit avoir une qualité et des caractères qui sont dus exclusivement ou essentiellement à son milieu géographique. A titre d'exemples d'appellations d'origine protégées, on peut citer "Bordeaux" pour le vin, "Noix de Grenoble" pour les noix, "Tequila" pour les spiritueux ou "Jaffa" pour les oranges<sup>3</sup>.

#### *"Indications géographiques"*

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

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

Cette définition est apparemment fondée sur la définition de l'appellation d'origine qui figure à l'article 2 de l'Arrangement de Lisbonne. Toutefois, elle s'en écarte quelque peu. L'article 21.1 de l'Accord sur les ADPIC définit les indications géographiques comme "des

---

<sup>3</sup> Tous les exemples cités sont des appellations d'origine enregistrées en vertu de l'Arrangement de Lisbonne.

*indications* qui servent à identifier un produit [...]” alors que l’article 2 de l’Arrangement de Lisbonne définit l’appellation d’origine comme “la *dénomination géographique* d’un pays, d’une région ou d’une localité servant à désigner un produit [...]”<sup>4</sup>. Les signes autres que des noms géographiques, par exemple une dénomination non géographique ou un emblème, ne seraient pas couverts par l’article 2 de l’Arrangement de Lisbonne. Toutefois, dans l’Accord sur les ADPIC, ces signes entreraient dans la catégorie des signes pouvant constituer des indications géographiques. En outre, l’Arrangement de Lisbonne exige que la qualité et les caractères du produit en question soient dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains. La définition des indications géographiques figurant à l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC s’applique à des produits qui ont une qualité, une réputation ou une autre caractéristique essentiellement attribuable à leur origine géographique. Il est généralement entendu que les produits qui jouissent “seulement” d’une certaine réputation mais qui n’ont pas une qualité spécifique tenant à leur lieu d’origine n’entrent pas dans la définition de l’appellation d’origine que donne l’Arrangement de Lisbonne.

7. Si l’on compare les définitions de l’indication de provenance, de l’appellation d’origine et de l’indication géographique, on est amené à faire les observations suivantes. L’indication de provenance est le terme le plus large, il recouvre l’indication géographique et l’appellation d’origine. Les indications de provenance impliquent seulement que le produit sur lequel une indication de provenance est apposée soit originaire d’une certaine aire géographique. Il existe donc des indications de provenance qui ne semblent pas entrer dans la définition des indications géographiques au sens de l’Accord sur les ADPIC, à savoir les indications de provenance dont l’utilisation n’implique pas une qualité, une réputation ou une caractéristique particulière des produits sur lesquels elles sont apposées. Les indications géographiques sont définies de façon beaucoup plus large que les appellations d’origine. En d’autres termes, toutes les appellations d’origine sont des indications géographiques mais certaines indications géographiques ne sont pas des appellations d’origine.

8. Aux fins du présent document, l’expression “indication géographique” est utilisée dans un sens général, et englobe les notions d’indication de provenance, d’indication géographique (au sens de l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC) et d’appellation d’origine. Toutefois, il convient de garder à l’esprit que les expressions “indication de provenance”, “appellation d’origine” et “indication géographique” sont utilisées dans divers instruments juridiques internationaux. Les droits et obligations découlant de ces instruments juridiques ne sont valables que pour la catégorie d’indications géographiques visée par l’instrument juridique en question. Dans ces conditions, il n’est pas toujours possible de parler d’“indications géographiques” au sens large; dans le cadre de l’accord international à l’étude, il est préférable de faire la distinction. Ce point est développé plus loin, dans la partie du document portant sur les problèmes posés par l’obtention d’une protection efficace des indications géographiques dans d’autres pays.

---

<sup>4</sup> Pas d’italiques dans l’original.

## C. DIVERSITÉ DES APPROCHES EN MATIÈRE DE PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

9. La protection des indications géographiques aux niveaux régional et national se caractérise par l'existence d'une multitude de concepts juridiques différents. Ces concepts ont été développés dans la ligne de différentes traditions juridiques nationales et dans des contextes historiques et économiques spécifiques. Ces différences ont une répercussion sur d'importantes questions telles que les conditions de protection, le droit à l'utilisation et l'étendue de la protection. Les paragraphes qui suivent donnent un aperçu des principaux concepts existant en matière de protection: concurrence déloyale et substitution frauduleuse (*passing off*), appellations d'origine protégées et indications géographiques enregistrées, marques collectives et marques de certification et mécanismes administratifs de protection. L'évolution historique des différents concepts ainsi que la nature des droits en question y sont abordées. En raison de la diversité des lois et règlements nationaux en matière de protection des indications géographiques, la division en quatre catégories distinctes est forcément artificielle et n'est peut-être pas représentative de la situation dans chaque État membre. Ainsi, un mécanisme de protection peut-il exister dans un État membre sans pour autant entrer dans l'une des quatre catégories définies.

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

### I. Concurrence déloyale et substitution frauduleuse

#### a) Concurrence déloyale

11. On peut constater que les pays ont mis en place un certain nombre de mesures de protection contre les pratiques commerciales déloyales. Ceci s'est traduit au niveau international par l'adoption de l'article 10*bis* de la Convention de Paris lors de la Conférence diplomatique de Bruxelles pour la révision de la Convention de Paris, en 1900. Cet article, qui établit la norme internationale de base en matière de protection contre les actes de concurrence déloyale, exige de tous les États parties à la Convention de Paris qu'ils assurent une protection effective contre la concurrence déloyale définie comme "tout acte de concurrence contraire aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale"<sup>5</sup>.

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

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

---

<sup>5</sup> Voir, en général, Protection contre la concurrence déloyale (publication de l'OMPI n° 725).

On admet toutefois que les pratiques commerciales induisant en erreur ou de nature à induire le public en erreur au sujet d'une entreprise ou de ses activités, et en particulier de l'origine géographique des produits proposés par l'entreprise, constituent un acte de concurrence déloyale<sup>6</sup>.

14. Pour empêcher l'utilisation non autorisée d'une indication géographique sur la base d'une action pour concurrence déloyale, le demandeur doit démontrer dans les formes prescrites que l'utilisation par un tiers non autorisé d'une indication géographique donnée est de nature à induire en erreur et, le cas échéant, que cette utilisation cause ou risque causer un préjudice. Une telle action ne peut aboutir que si l'indication géographique en question a acquis un caractère distinctif ou, en d'autres termes, si le public concerné associe les produits vendus sous cette indication géographique à une origine géographique différente, à une certaine réputation ou à certaines qualités.

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

b) Substitution frauduleuse

16. Les pays de tradition civiliste prévoyant certaines formes de protection des entreprises contre des actes commerciaux illicites commis par des concurrents fondent cette protection sur les règles générales de la responsabilité civile<sup>7</sup>. Dans les pays de common law, l'action pour substitution frauduleuse est souvent considérée comme la base en matière de protection contre des concurrents malhonnêtes. Cette action peut être décrite comme un moyen de recours pour les cas où les produits ou les services d'une personne sont présentés comme étant ceux de quelqu'un d'autre<sup>8</sup>. Ces cas ont en commun le fait que le demandeur perd une partie de sa clientèle car le défendeur fait croire aux clients qu'ils achètent les produits du demandeur alors même qu'il s'agit de produits provenant du défendeur.

17. De manière générale, pour que l'action intentée pour substitution frauduleuse aboutisse et permette de faire obstacle à l'utilisation non autorisée d'une indication géographique, le demandeur doit démontrer que les produits pour lesquels l'indication géographique est

---

<sup>6</sup> Voir l'article 4.2)iv) des dispositions types sur la protection contre la concurrence déloyale (publication de l'OMPI n° 832), et l'article 22.2.b) de l'Accord sur les ADPIC.

<sup>7</sup> Protection contre la concurrence déloyale, paragraphe 25.

<sup>8</sup> Cornish, *Intellectual Property* (quatrième édition), page 619.

régulièrement utilisée et qui sont fournis par lui ont une clientèle ou une réputation établie, que le défendeur donne à croire au public que les produits proposés proviennent du demandeur et que cela pourrait porter préjudice à ce dernier.

c) Conclusion

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

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

II. Appellations d'origine protégées et indications géographiques enregistrées

a) Appellations d'origine protégées

20. Le système des appellations d'origine protégées résulte du besoin ressenti de remédier aux pratiques commerciales frauduleuses touchant à l'origine de produits agricoles et, en particulier, de produits de la vigne<sup>9</sup>. Bien que remontant probablement à l'origine du commerce, les pratiques de ce type ont proliféré dans les périodes de pénurie de certains produits, comme ce fut le cas avec certains vins lors de la destruction par le phylloxéra de vignobles en Europe au XIX<sup>e</sup> siècle<sup>10</sup>.

21. Une appellation d'origine protégée est 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<sup>11</sup>. Les appellations d'origine figurent expressément au nombre des objets auxquels s'applique la protection de la propriété industrielle aux termes de l'article 1.2) de la Convention de Paris. Ce sont des titres de protection destinés à des indications géographiques utilisées sur des produits qui ont une

---

<sup>9</sup> L'Institut national des appellations d'origine, *L'appellation d'Origine Contrôlée*, page 11.

<sup>10</sup> Girardeau (publication de l'OMPI n° 764), page 70.

<sup>11</sup> Article 2.1) de l'Arrangement de Lisbonne; voir également l'article L.115-1 du Code français de la consommation ou l'article 2 du 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.

qualité ou des caractères spécifiques dus exclusivement ou essentiellement à leur origine géographique. La reconnaissance d'une appellation protégée repose habituellement sur un texte législatif ou administratif, tel qu'une loi ou un décret. Ce texte est l'aboutissement d'une procédure administrative à laquelle participent des représentants des producteurs intéressés et de l'administration. À l'issue de cette procédure, l'appellation protégée est reconnue, et le ou les produits sur lesquels elle est utilisée, l'aire géographique de production et les conditions d'utilisation sont définis.

22. L'usage non autorisé d'une appellation d'origine protégée constitue un délit et engage la responsabilité pénale et civile de l'utilisateur. Les poursuites sont habituellement engagées par des organismes de droit public, comme ceux qui sont chargés de veiller à la loyauté des pratiques commerciales, les autorités de contrôle des appellations d'origine ou les organismes de protection des consommateurs. Souvent, les services fiscaux jouent un rôle important dans la répression de l'usage frauduleux des appellations d'origine protégées.

b) Indications géographiques enregistrées

23. Les indications géographiques enregistrées sont des titres de protection très semblables aux appellations d'origine protégées, bien qu'il puisse exister des différences considérables quant à l'étendue de la protection et aux procédures applicables selon la législation nationale des pays où existe ce type de protection. Ainsi, la protection d'une indication géographique enregistrée dépend de l'enregistrement de cette indication géographique, alors que la protection d'une appellation d'origine dépend d'ordinaire de l'adoption d'une loi ou d'un décret déterminé. La décision d'enregistrer l'indication peut être une décision administrative, émanant par exemple d'un comité, et non une décision émanant d'une autorité dotée d'un pouvoir de direction, par exemple, du contrôleur général ou du directeur de l'organisme responsable de l'enregistrement des indications géographiques.

c) Conclusion

24. Le dénominateur commun le plus important des appellations d'origine protégées et des indications géographiques enregistrées semble tenir au fait que leur protection repose sur un texte de droit public (loi, décret, ordonnance) qui est l'aboutissement d'une procédure administrative. Durant cette procédure, d'importants paramètres, tels que la délimitation de l'aire de production et les normes de production, sont définis. Les services de répression, au titre du droit civil ou du droit pénal, appliquent ces paramètres pour déterminer si une appellation d'origine protégée ou une indication géographique enregistrée donnée est utilisée sans autorisation ou de façon contraire à l'usage prescrit.

### III. Marques collectives et marques de certification

25. En raison du principe général selon lequel les marques individuelles ne doivent pas être descriptives ni fallacieuses, les noms géographiques ne peuvent être utilisés comme marques individuelles à moins qu'ils n'aient acquis un caractère distinctif par l'usage ou qu'ils ne soient utilisés de façon arbitraire et donc qu'ils ne puissent pas induire en erreur quant à l'origine des produits sur lesquels la marque est apposée. Mais cette règle ne s'applique pas aux marques de certification ni aux marques collectives.



## a) Marques de certification

26. Les marques de certification servent à indiquer que les produits ou services pour lesquels elles sont utilisées ont des caractères particuliers, comme, par exemple, telle ou telle origine géographique. Le propriétaire de la marque de certification se charge de certifier que les biens ou services pour lesquels la marque est utilisée ont ces caractères. En règle générale, le propriétaire de la marque de certification n'a pas le droit d'utiliser cette marque. Ce principe est également appelé la "règle du non-usage par le titulaire"<sup>12</sup>.

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

28. La protection d'une indication géographique en tant que marque de certification relève du droit sur les marques. En principe, les poursuites pour atteinte à une marque de certification sont entamées par le propriétaire de cette marque<sup>13</sup>. Cela peut être le cas par exemple lorsque le défendeur utilise une marque de certification qui garantit une origine géographique déterminée pour des produits qui n'ont pas cette origine.

## b) Marques collectives

29. Il a été souligné qu'il est difficile de distinguer les marques collectives des marques de certification et que la différence tient à la forme et non au fond<sup>14</sup>. Les marques collectives appartiennent à une collectivité, telle qu'une association corporative ou une association de producteurs ou de fabricants, par exemple, et servent à indiquer que l'utilisateur est membre de ladite collectivité. Pour être membre de l'association titulaire de la marque collective, il faut, en général, se soumettre à certaines règles, concernant par exemple l'aire géographique de production des produits sur lesquels la marque est apposée ou les normes de production de ces produits. Autre différence entre les deux catégories de marques : il n'est pas interdit aux titulaires des marques collectives d'utiliser eux-mêmes la marque.

30. Comme dans le cas des marques de certification, la protection des marques collectives relève du droit des marques. Des poursuites pour atteinte à la marque peuvent être entamées par son titulaire, dans le cas, par exemple, où une marque collective appartenant à une association de producteurs qui ont le droit d'utiliser cette marque est utilisée par une personne qui n'est pas membre de cette association.

---

<sup>12</sup> McCarthy, *McCarthy on Trademarks and Unfair Competition* (quatrième édition), pages 19-179.

<sup>13</sup> McCarthy, pages 19-168.

<sup>14</sup> McCarthy, pages 19-186.

## c) Conclusion

31. Les marques collectives et les marques de certification servent à indiquer les caractères spécifiques de produits tels que leur origine géographique. Alors que les marques de fabrique ou de commerce qui consistent en des noms géographiques descriptifs sont habituellement refusées à l'enregistrement, les noms géographiques sont souvent expressément admis à l'enregistrement en tant que marques collectives ou marques de certification. Pour autant que les marques collectives et les marques de certification soient utilisées d'une façon qui respecte le règlement régissant leur utilisation, il n'y a pas de risque d'erreur quant à l'origine réelle de ces produits<sup>15</sup>. Une fois qu'une indication géographique est protégée en tant que marque collective ou marque de certification, elle relève des règles applicables du droit des marques.

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

## IV. Mécanismes administratifs de protection

## a) Généralités

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

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

## b) Conclusion

35. Les mécanismes administratifs de contrôle des étiquettes servent à garantir la loyauté des pratiques commerciales et la protection des consommateurs. Selon le système national mis en place dans un pays donné, différents instruments juridiques permettent d'atteindre cet objectif : lois sur la concurrence déloyale, lois sur les pratiques commerciales loyales ou lois sur la commercialisation de certains produits, qui fixent des normes de présentation et de commercialisation des produits. Les deux dernières lois ont en commun que, pour autant qu'il s'agisse d'indications géographiques, elles n'habilitent pas les bénéficiaires de la réputation collective attachée à une indication géographique à tenter individuellement une

---

<sup>15</sup> Voir, par exemple, le document de l'OMC IP/C/W/134.

action aux fins de protéger cette réputation. En revanche, elles prévoient un mécanisme administratif qui vise à empêcher l'apposition trompeuse d'indications géographiques sur des produits. Toute apposition de ce type effectuée malgré les procédures administratives prescrites fait normalement encourir des sanctions pénales.

#### D. LES TRAVAUX DU COMITÉ PERMANENT DU DROIT DES MARQUES, DES DESSINS ET MODÈLES INDUSTRIELS ET DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

##### I. Cinquième session du SCT (11 - 15 septembre 2001)

36. Le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) a décidé, à sa troisième session (Genève, 8 - 12 novembre 1999), que le Bureau international procéderait à une étude portant sur les solutions possibles en cas de conflit entre des marques et des indications géographiques ou en cas de conflit entre indications géographiques homonymes. Cette étude<sup>16</sup> a été élaborée et présentée au SCT pour examen à sa cinquième session.

37. À sa cinquième session, le SCT n'a cependant pas engagé de débat de fond sur cette étude mais a invité le Bureau international à la compléter pour faire mieux comprendre les questions juridiques posées par la protection des indications géographiques. Le supplément destiné à compléter l'étude devait porter sur les questions suivantes : historique de la protection des indications géographiques; précisions quant à la nature des droits sur les indications géographiques; description des différents systèmes en vigueur en matière de protection des indications géographiques; recensement des problèmes posés par l'obtention d'une protection efficace des indications géographiques dans d'autres pays. Le supplément demandé<sup>17</sup> a été établi par le Bureau international et présenté au SCT à sa sixième session, qui s'est tenue à Genève du 12 au 16 mars 2001.

##### II. Sixième session du SCT (12 - 16 mars 2001)

38. Le document SCT/6/3, intitulé "Indications géographiques : historique, nature des droits, systèmes de protection en vigueur et obtention d'une protection efficace dans d'autres pays", traite avant tout de questions de terminologie. Il décrit ensuite les solutions en vigueur en matière de protection des indications géographiques aux niveaux national et régional. Sur ce point, il rappelle l'évolution historique de chacun des concepts de protection et aborde la question de la nature des droits attachés aux indications géographiques. Cette partie est suivie du recensement des problèmes posés par l'obtention d'une protection efficace des indications géographiques dans d'autres pays. Enfin, ce document énumère un certain nombre de domaines pour lesquels il conviendrait de définir une position internationale commune.

---

<sup>16</sup> Document de l'OMPI SCT/5/3.

<sup>17</sup> Document de l'OMPI SCT/6/3.

39. En ce qui concerne les problèmes posés par l'obtention d'une protection efficace dans d'autres pays, le document recense les suivants : la diversité des modalités de protection en vigueur, le caractère générique de certaines indications géographiques dans certains pays et les conflits entre marques et indications géographiques<sup>18</sup>.

40. En ce qui concerne la définition d'une position commune, le document SCT/6/3 précise que, malgré la persistance des efforts déployés pour traiter la question de la protection des indications géographiques au niveau multilatéral, une grande incertitude prédomine. Les principales sources de préoccupation portent sur la forme et l'étendue de la protection des indications géographiques, l'adoption de systèmes nationaux de protection conformes aux principes généralement admis du droit de la propriété industrielle tels que le traitement national, la protection des droits des tiers, l'interdiction des pratiques commerciales déloyales et l'absence de droits exclusifs sur les termes génériques<sup>19</sup>.

41. À sa sixième session, le SCT n'a pas pu parvenir à un consensus sur les modalités de poursuite des travaux consacrés aux indications géographiques, et la présidente de ce comité a conclu que ce point resterait inscrit à l'ordre du jour de la septième session du SCT.

[Fin du document]

---

<sup>18</sup> Voir le document de l'OMPI SCT/6/3, pages 23 à 31.

<sup>19</sup> Voir le document de l'OMPI SCT/6/3, page 32.