

OMPI/GEO/MVD/01/10

ORIGINAL: Français

DATE: 12 novembre 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**

### INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES : PERSPECTIVES D'AVENIR : DÉVELOPPEMENT DE LA PROTECTION

*document préparé par M. Robert Tinlot  
 professeur à l'Institut des Hautes Études de Droit Rural, Paris*

#### RÉSUMÉ

L'accord ADPIC rend obligatoire la protection des indications géographiques dans l'ensemble du monde. Les règles générales ainsi posées impliquent désormais des mesures d'application dont l'élaboration a été induite par le Conseil des ADPIC. Cependant, les avancées non négligeables pour les vins et spiritueux suscitent des demandes d'élargissement à d'autres produits.

Par ailleurs, les voies et moyens pour assurer la protection impliqués des choix qu'il convient d'analyser dans leur forme et leur finalité: tromperie, concurrence déloyale, qualifications pénales spécifiques. Il importe d'éclairer ce sujet. L'analyse de ces questions conduit à suggérer aux pays qui sont tenus d'assurer de protéger les indications géographiques étrangères de se doter aussi d'un système qui protège leurs propres indications géographiques.

## INTRODUCTION

Le document OMPI, SCT/6/3 du 25 janvier 2001 présenté à la sixième session du Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques, sous le titre: "indications géographiques: historique, nature des droits, systèmes de protection en vue de l'obtention d'une protection efficace dans d'autres pays" présente une analyse très complète de la problématique des indications géographiques. Notre propos ne ferait pas double emploi avec cette étude très complète mais il apporterait des vues complémentaires et personnelles à ce travail qui doit être reconsidéré comme la base de notre réflexion.

Nous examinerons comment, dans un contexte orienté vers d'autres formes de propriété intellectuelle comme celle des marques, la protection de ces indications géographiques a progressé au cours du dernier siècle et quelles en sont les caractéristiques modernes voire les pesanteurs rémanentes. Le secteur vitivinicole nous fournira de nombreux exemples car il a été et est encore très en avance sur les autres secteurs. Nous analyserons l'approche pénale de la protection dans certains pays car elle constitue une voie simple et efficace. Enfin, nous noterons certains aspects de l'évolution de la protection des indications géographiques dans un nombre de pays de plus en plus grand.

## I. LES ÉTAPES DE LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES ET APPELLATIONS D'ORIGINE

L'utilisation d'un nom géographique pour désigner un produit qui est originaire d'un lieu indiqué par ce nom remonte, de façon continue, à la plus haute antiquité. La protection de ces noms a été assurée avec plus ou moins d'efficacité mais aussi de façon continue dans les temps anciens. Les sanctions, parfois d'une extrême brutalité, se sont abattues sur ceux qui ont usurpé ces noms sous simplement trompés sur l'origine des produits qu'ils désignaient. On peut se demander pourquoi une société moderne a été aussi lente à mettre en place des systèmes efficaces de protection de ces noms alors que la marque de fabrique et de commerce, autre forme d'identification des produits, est protégée correctement dans tous les pays, depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. Certes, de nombreuses initiatives ont été prises dès cette époque, mais elles se sont toujours traduites par la seule protection des acheteurs contre la tromperie ou l'induction en erreur sur la provenance, sans que la protection des noms géographiques devenus des noms de produits soit prévue en tant que noms de produits. Indépendamment de l'Arrangement de Lisbonne qui protège le nom géographique des produits mais restait limité en raison du petit nombre de membres ayant adhéré à cet Arrangement, la signature de l'accord ADPIC, le 15 avril 1994 à Marrakech, constitue le point de départ de la généralisation de la protection des noms géographiques utilisés pour l'identification de produits. En réalité, si la définition de l'indication géographique donnée à l'article 22.1 constitue un pas en avant important car elle distingue l'indication géographique de la simple indication de provenance (origine au sens douanier), si les mesures de mise en œuvre sont une promesse de progrès, seuls les dispositifs de l'article 23.1, visant la protection additionnelle des indications

géographiques pour les vins spiritueux constitue un véritable progrès car elles visent, au delà de la tromperie, la protection d'un nom géographique d'un produit, indépendamment de la tromperie ou de l'induction en erreur. Le nom est alors protégé en tant que tel et les difficultés liées à la charge de la preuve et à l'absence d'interprétations sont diminuées, le coût de la procédure est lui-même diminué.

Pourquoi ce retard dans la reconnaissance et la protection? Le caractère collectif de l'usage des noms géographiques a-t-il été en conflit avec la notion de propriété individuelle, au point d'en empêcher la reconnaissance? Ils'agit là, d'une question de fond qui devrait être approfondie car elle est, me semble-t-il, à l'origine de bien des malentendus. Le savoir-faire local et traditionnel a-t-il été négligé au profit de la recherche technique et industrielle brevetable, au profit de la marque qui est un élément incorporé des paramètres du commerce et de l'industrie alors que l'indication géographique (ou appellation d'origine) a été essentiellement utilisée dans la désignation des produits agricoles et plus récemment dans l'industrie agroalimentaire voire de l'artisanat dont l'importance économique a été minimisée dans tout le XIX<sup>e</sup> siècle et XX<sup>e</sup> siècle. Le vocabulaire qui désigne les pays industrialisés comme étant les plus avancés est significatif à cet égard.

Rappelons que l'indication géographique (dans laquelle est inscrit l'appellation d'origine) est un nom de lieu (ou une référence à un lieu). Ce nom constitue donc une indication de provenance géographique, mais s'ajoute à cette signification élémentaire celle de désignation d'un produit. Ainsi, "Beaujolais" ou "Bourgogne" ont deux significations: l'une désigne une région, l'autre désigne un vin. Cette deuxième signification est très forte car le vin provenant de cette région prend, comme désignation nécessaire et suffisante, le nom de la région d'origine et alors, disparaît l'obligation d'usage de la désignation nécessaire et générique: "vin". Le beaujolais et le bourgogne sont devenus des noms de vins comme autrefois le nom de la terre devenait le nom du seigneur qui la possédait. Lorsque je commande un porto, un tokay ou un bordeaux, je commande un vin et non pas une autre boisson mais pas n'importe quel vin, celui dont les caractères sont parfaitement définis, notamment par sa provenance, mais pas simplement par celle-ci, également par les facteurs naturels et/ou humains qui lui confèrent sa qualité finale motivant mon achat.

Ainsi, l'indication géographique est à la fois, un nom de lieu et un nom de produit qui tient ses caractères de celui-ci. Le lien avec l'origine est indissociable des caractères du produit et constitue la différence essentielle entre la simple indication de provenance: le "made in" et l'indication géographique (ausens del'article 22 del'accord ADPIC ou de l'article 1er del'Arrangement de Lisbonne).

### La Convention d'Union de Paris

La Convention d'Union de Paris du 20 mars 1883 comporte, en son article premier, une référence visant le champ d'application de cette convention de propriété industrielle aux indications de provenance ou appellations d'origine. Il faut cependant préciser que ce n'est qu'en 1925 à La Haye que cette référence a été introduite. Cette disposition nouvelle est l'aboutissement des longues démarches et négociations dont le point de départ est la lutte contre les indications inexactes de provenance. C'est plus particulièrement l'objet de l'Arrangement de Madrid.

### L'Arrangement de Madrid

L'Arrangement de Madrid du 14 avril 1891 visait dans son article premier les indications fausses ou fallacieuses relatives à l'origine des produits. Son article 4 qui admet, en général, la dénomination générique des appellations d'origine, interdit une telle dénomination générique des appellations régionales de provenance des produits viticoles. Déjà les vins se distinguaient des autres produits et bénéficiaient d'une exception! On sait ce qu'il est advenu de cet arrangement et son peu d'efficacité. Les sanctions qui sont proposées, à défaut de sanctions spéciales, sont celles qui s'appliquent aux marques et aux noms commerciaux. Pourtant, dès 1905, l'AIPPI (Association internationale pour la propriété intellectuelle) lors de son congrès de Liège, puis à nouveau à Milan en 1906, proposait un élargissement de cette exception à tous les produits tenant leurs qualités naturelles du sol. Cette demande était réitérée par le congrès des négociants en vins, à Londres en 1908, y ajoutant la proposition de création d'un tribunal d'arbitrage international pour juger de ce qui est générique ou non. L'Association des Chambres de commerce britanniques déclarait à Londres en 1909: "Le gouvernement de S.M. est prié de faire apporter à cet arrangement les modifications qui pourraient être nécessaires pour le rendre plus efficace" (Cf. Bureau international de l'Union industrielle 1909, Conférence de Washington).

Les traités de paix de 1919 et 1920 sont également intéressants en ce qu'ils comportent une clause considérée comme très importante pour la protection internationale des appellations d'origine. Un commentateur de ces traités n'hésite pas à dire, en 1921 que le Traité de Versailles du 28 juin 1919 a marqué, croyons-nous, un grand pas dans la voie de la protection internationale des appellations d'origine. Il rappelle que ces clauses se trouvent aux n° 274 et 275 de la partie X section I ch. II du traité et que les mêmes clauses sont concernées, outre l'Allemagne, l'Autriche (article 226 et 227), la Hongrie (article 210), la Bulgarie (154 et 155) et la Turquie (article 266 et 267). Il établit un lien entre ces clauses et l'article 10 de la loi française du 6 mai 1919, votée quelques semaines plus tôt, qui précise que les appellations d'origine des produits viticoles ne peuvent être considérées comme génériques et tomber dans le domaine public. L'auteur, ajoute que l'Angleterre se prépare à s'opposer à la commercialisation de vins portant une fausse appellation d'origine même si celle-ci est accompagnée de la désignation géographique du pays de production réel, (ceci nous renvoie à l'article 23.1 de l'accord ADPIC signé 75 ans plus tard). L'Accord signé avec le Portugal en 1914 a également des effets (Revue de Droit International Privé, 1921).

Nous retrouverons aujourd'hui cette démarche de la part de pays non viticoles qui demandent l'élargissement, à d'autres produits, de la protection additionnelle déjà accordée aux vins et spiritueux par l'article 23.1 précité. Il est clair que la protection des noms géographiques par la seule qualification pénale de la tromperie peut être contournée par l'utilisation de mentions de localisation ou qui tendent à établir la véritable origine: genre, type, style, imitation champagnecalfornien.

Lors des premières négociations pour la protection de l'origine, on constate que la préoccupation est uniquement d'éviter la tromperie du contractant (nous dirons aujourd'hui du consommateur mais le contractant est aussi l'acheteur - négociant et vise plus généralement la loyauté des transactions commerciales) et, pour ce faire, on s'est appuyé d'abord sur le droit des marques (en France dès 1824 et puis 1857). C'est à dire, sur un droit qui régit la propriété individuelle et les rapports contractuels. Par ailleurs, on doit signaler qu'en 1924, huit pays viticoles européens ont signé un arrangement créant l'Office international du vin (OIV) auquel est assignée la mission de faire des propositions pour assurer la protection des

appellations d'origine. Ces pays ont été rejoints par un grand nombre (45) d'autres pays, producteurs de vins ou seulement consommateurs, seuls deux pays ont présenté des réserves sur la protection des appellations d'origine: les États-Unis et l'Australie. Mais l'Australie s'est engagée depuis, par un accord bilatéral avec l'Union européenne, à assurer, par étapes, la protection de quelques unes des appellations d'origine viticole européennes qu'elle utilisait dans la désignation de ses propres vins. Il faut dire que l'Australie comme la Nouvelle Zélande disposent d'un secteur viticole de qualité, extrêmement performant qui développe son commerce international sous ses propres noms et n'a que fait de l'usage, pour ses propres produits, de noms européens.

### L'Arrangement de Lisbonne

L'Arrangement de Lisbonne, du 31 octobre 1958, aurait pu être le point de départ d'un grand traité international des appellations d'origine assurant une protection efficace des indications géographiques, malheureusement, le nombre de membres à cet accord (19) et l'importance économique limitée de ceux-ci dans le commerce mondial en a restreint la portée. L'intérêt de cet arrangement réside dans le fait qu'il reconnaît à l'appellation d'origine une nature juridique propre qui la détache de la marque. Il a soumet à un régime de protection original s'appuyant sur le principe de la reconnaissance mutuelle par enregistrement, c'est à dire, par un sort d'échange multilatéral de listes, avec possibilité de "réserves" sur certains noms, ces réserves ouvrant implicitement la voie à la négociation bilatérale. On rejoint par cette voie l'une des orientations de l'accord ADPIC qui privilégie, dans une première étape, la résolution des différends par la négociation bilatérale. Cet aspect de l'Arrangement de Lisbonne a été particulièrement ignoré. Or, il constitue une clause de sauvegarde d'une très grande importance qui aurait pu décider à l'adhésion les pays hésitants s'ils n'avaient eu d'autres raisons plus profondes qu'ailleurs ressurgissent aujourd'hui dans le Comité ADPIC. En effet, dans la communication de quelques pays opposés à l'extension de la protection additionnelle, on constate, à travers les exemples choisis pour justifier la position de refus de l'élargissement, une attitude qui pourrait s'analyser comme étant le rejet pur et simple de la section 3 de l'accord précité. Rejet du fait que cet accord crée un droit qui distingue l'indication géographique de la marque. Or, l'accord a bien été signé par ces pays. En effet, ce refus d'élargissement est justifié, pour les tenants de ce refus, par la possibilité qui est offerte, non pas par l'accord ADPIC, mais par le droit des marques, de protéger certains noms cités en exemple, comme Darjeeling, Stilton, Swiss, Roquefort (IP/C/W/289 Annexe § 3). Soulignons donc que s'ils n'avaient pas le recours aux marques pour protéger ces produits, l'article 22 à l'encontre de l'article 23.1 permettrait de vendre: Type Darjeeling, genre Stilton, façon Swiss, goût Roquefort. C'est, à nos sens, la démonstration par l'exemple que l'article 22 est insuffisant.

Le défaut de l'Arrangement de Lisbonne réside peut-être d'abord dans la définition de l'appellation d'origine qui pour être très complète a dissuadé d'adhérer les grands pays qui ne disposaient pas de produits susceptibles de répondre à cette définition. Les uns retenant les facteurs naturels, les autres, les facteurs humains, comme constituant le seuil obligatoire avec l'origine géographique, mais n'imposant pas ces deux facteurs cumulativement comme le prévoit l'Arrangement de Lisbonne. En outre, la procédure de dépôt des listes de noms à protéger incombe aux États. Certains États n'envisageaient pas de prendre une telle initiative, soit qu'ils n'aient rien à protéger, soit que leur législation ouvre d'autres voies aux producteurs, industriels et commerçants pour protéger leurs noms géographiques, notamment, la voie des marques (marques collectives ou de certification). Il est évident que dans ces pays, les noms géographiques nationaux, même réputés, n'ont pas encore acquis un statut national et l'initiative privée reste entière. Rare sont les pays qui considèrent que les

indications géographiques ou appellations d'origine font partie de leur patrimoine national (Pérouet France). On peut s'en étonner lorsque l'on sait la valeur économique que peuvent représenter certains de ces noms qui portent en eux - mêmes des images très fortes et dont le pillage est facilement organisé en l'absence de toute protection.

### Les initiatives de l'OMPI

Dans les années soixante dix, l'OMPI a mis en projet un traité des appellations d'origine qui avait pour objet d'ouvrir l'emploi et le bénéfice des indications géographiques aux pays en développement afin de leur permettre de valoriser directement les richesses de leur terroir et les savoir-faire de leurs populations, de donner une identité à des productions locales qui, sans cela, tombent dans l'anonymat des génériques et sont ainsi soumises à la loi de l'offre globale conduisant à la standardisation des produits, identifiés par la seule marque des distributeurs. Ce n'est pas par hasard si la Chine a déjà reconnu plusieurs dizaines d'appellations d'origine pour le thé et que 19 pays comme l'Inde, La Bulgarie, la Suisse ou la Turquie, souhaitent une extension de la protection élargie de l'article 23.1, précité. L'indication géographique (ou l'appellation d'origine) est, sans aucun doute, le moyen juridique le plus approprié pour maintenir ou même développer dans des pays pauvres ou dans des terres pauvres, voire dans des pays à haut niveau de salaires des produits qui tiennent leurs caractères ou leur réputation de leur origine géographique et qui, soumis à la concurrence internationale de produits génériques similaires, sont voués à la disparition. Il ne peuvent pas être étroitement liés, dans l'esprit du public, à leur origine géographique à laquelle s'attache leur réputation. L'indication géographique permet d'apaiser les conflits que peut faire naître une concurrence trop brutale. Une fois créée par une mondialisation maîtrisée, elle peut constituer un instrument juridique remarquable pour assurer le développement de pays pauvres ou de terre ingrates ou de pays où les coûts de production sont élevés.

Malheureusement, dans les années soixante dix et quatre-vingts, les esprits n'étaient pas prêts à accepter un système qui sortait du cadre habituel de la propriété intellectuelle tracé par le droit des marques. Si l'Europe communautaire et les pays en voie d'adhésion à cette communauté: Grèce, Espagne, Portugal, Autriche ont pu appuyer la démarche de l'OMPI, les USA, le Canada, le Japon, l'Australie, la Nouvelle Zélande n'y étaient pas préparés. L'adoption, en 1978, d'une règle des "appellations of origin" par le BATF (Bureau des alcools tabac et armes à feu des USA) était loin d'être assimilée par les autres agences américaines représentant ce pays à l'OMPI. Les pays en développement étaient eux - mêmes divisés: Cuba souhaitait la protection des escigares de la Havane, les pays du groupe socialiste étaient également divisés: la Hongrie souhaitait la protection de Tokay mais l'URSS n'attachait aucune importance à l'origine géographique ayant spécialisé les différentes Républiques dans des productions de masse, normalisées au niveau central. Le projet dut être abandonné faute d'un accord minimum.

L'analyse des raisons de ces oppositions montre que la notion d'appellation d'origine qui relève d'une gestion collective des producteurs eux - mêmes se heurte au concept traditionnel des droits de propriété intellectuelle qui sont, comme le rappelle d'ailleurs, l'accord ADPIC, des droits privés (troisième considérant du préambule).

A ces aspects juridiques s'ajoutent des difficultés d'application: cette gestion collective n'est susceptible de réussir que dans la mesure où des règles communes sont édictées et appliquées. Certes, la marque collective peut remplir cette fonction en organisant le contrôle de l'application des règles communes, mais la nature juridique de la marque même collective la rend plus vulnérable que l'indication géographique (ou appellation d'origine). Cette

dernière devient la désignation nécessaire du produit, ce qui ne peut pas être la marque, et ce fait devient impératif et inaliénable. C'est toujours une indication de provenance qui signifie que cette indication ne peut pas être détachée de l'origine du produit et qu'ainsi est consolidée la garantie que le pays, la région, la localité ne verra jamais la production causée de localisée alors que la marque individuelle n'est jamais liée à l'origine et, au hasard de transferts d'entreprises, la marque se déplace entraînant avec son nom. La marque collective n'est pas toujours une indication d'origine et, même dans ce cas, rien ne garantit qu'elle sera toujours liée au lieu qu'elle évoque si par unemention de localisation on justifie le transfert. Enfin, l'indication géographique est reconnue, voire délimitée par l'autorité publique qui exerce des droits sur cette indication alors que la marque relève de l'initiative privée. Il est en effet, très important d'exercer un contrôle public sur les conséquences de l'accapement, par une personne privée (personne physique ou personne morale), d'un nom géographique qui, par essence même, concerne toute la population du lieu indiqué.

De nombreux pays, de plus en plus nombreux, ont choisi la voie de l'indication géographique (ou appellation d'origine) de préférence à celle de la marque. C'est une simple constatation et non pas une vue doctrinale. La délimitation des aires géographiques et celles éventuelles des conditions de production et de mise en marché qui dépassent les simples respect de la provenance pour aller jusqu'à la précision et au contrôle des caractères liés à l'origine, relèvent le plus généralement de la puissance publique ou d'organismes parapublics car ces règles ont, par ailleurs, une incidence directe sur la protection que la puissance publique doit assurer aux consommateurs. Par exemple, les aires viticoles américaines sont approuvées par le BATF et le conflit dans l'affaire Rutherford a bien montré la prééminence de l'intérêt général lié à l'indication collective sur la marque privée.

Autant les pays qui, depuis de nombreuses années, avaient mis en place des systèmes d'appellation d'origine étaient mesurés de trouver un intérêt à une protection dans un plus grand nombre de pays, autant ceux qui n'avaient pas encore introduit de tels systèmes dans leur propre réglementation n'avaient rien à recevoir en échange de la protection qu'ils leur était demandée. Enfin, de nombreux pays utilisaient sans restriction les appellations d'autrui sans se préoccuper des dommages causés aux producteurs d'origine, ni même de tromperies de leurs propres consommateurs, les noms sains détournés de leurs sens initiaux perdant rapidement celui-ci pour devenir des génériques, les plus scrupuleux complétant le nom inexact par l'indication de la véritable origine. Dans les négociations internationales, les exceptions à la protection appellent : droits acquis ou plus familièrement : clause du grand père ou péchés du passé. Parfois même, on invoque la priorité de l'usage, c'est ce que reconnaît l'accord ADPIC dans son article 24.4. Cette mesure assure ainsi la sécurité de la propriété intellectuelle liée au commerce. Une résolution de l'OIV de 1994 d'interdiction de Paris va dans le même sens qui propose comme règle de conduite la reconnaissance du principe de la priorité.

#### L'Accord sur les droits de propriété intellectuelle touchant au commerce (ADPIC)

Cet accord que nous avons déjà largement commenté pourrait se résumer comme suit. Ils'intègrent dans l'ensemble des accords de l'OMC, signés le 15 avril 1994 et trouve place au cœur des débats de la mondialisation. Il a le mérite de réaffirmer la nature juridique de l'Indication géographique, comme étant un droit de propriété intellectuelle. Il distingue ce droit du droit des marques et comporte des mesures de protection additionnelle pour les vins et spiritueux en interdisant les mentions de localisation (genre, type, style... ou la véritable origine du produit). Il protège contre les tromperies et inductionnerreurs'oppose aux actes de concurrence déloyale au sens de l'article 10bis de la convention de Paris. Il affirme

quelaprotectiondéjàaccordéenepeutpas être diminuée et que des progrès pourront être réalisés par des négociations bilatérales qui pourront être engagées par les plaignants. Il demande aux pays de mettre en œuvre des moyens de protection des indications géographiques. Cependant, les exceptions sont nombreuses qui tendent à légitimer les droits acquis, à reconnaître les génériques, les utilisations de bonne foi ou non de plus de dix ans, l'usage de noms de cépages à signification géographique et les noms patronymiques géographiques. L'ensemble de ces exceptions n'autorise cependant, ni la tromperie du public ni l'induction en erreur ni la concurrence déloyale et n'interdit pas les avancées dans la protection qui peuvent être négociées bilatéralement.

## II. LES VOIES ET MOYENS DE LA PROTECTION

Les moyens de la protection sont tantôt ceux de la procédure civile, voire commerciale, tantôt ceux de la voie administrative, tantôt ceux de la procédure pénale. Nous ne retiendrons que cette dernière moins bien connue que les autres. Cette dernière est en général d'une plus grande efficacité et d'un coût beaucoup plus faible car il appartient au ministre public de diligenter la procédure qui se trouve indépendante du préjudice causé aux bénéficiaires légitimes de l'indication géographique, ceux-ci pouvant cependant, en se portant partie civile, obtenir des dommages et intérêts et autres formes de réparation lorsqu'ils parviennent à démontrer et à chiffrer le préjudice. La charge de la preuve est souvent beaucoup plus légère dès lors que le seul fait matériel constaté entraîne l'action publique. Le plus souvent, la mise en œuvre de cette procédure pénale n'est pas de la seule initiative du ministre public mais est engagée par une plainte, soit de consommateurs, soit des producteurs concernés ou de leurs associations.

La qualification pénale est en premier lieu recherchée dans les lois générales sur la protection des acheteurs : lutte contre la tromperie sur l'origine. Mais on sait, par expérience, que la preuve de la tromperie est impossible à apporter lorsque le nom a perdu sa signification d'origine. Souvent des appellations d'origine inconnues d'un large public mais de réputation locale sont difficilement perçues par le juge lointain comme étant géographiques. C'est pour quoi, les mauvaises habitudes étant prises et pérennisées, il est difficile d'utiliser ce moyen de protection. Il arrive, en outre, que certains tribunaux ne considèrent pas l'origine comme la cause principale de l'achat et relaxent de ce chef de poursuite. Enfin, y a-t-il tromperie lorsque le produit porte, à côté de l'indication de la fausse origine, une mention rétablissant la véritable origine ? Or, cette pratique tend à conférer au produit des substituts des qualités du produit d'origine sans faire courir le risque de poursuites du chef de tromperie sur l'origine. On pourrait certes, poursuivre du chef de tromperie sur les qualités substantielles. Mais je n'ai pas d'exemple de ce type de poursuites dès lors que la tromperie sur l'origine n'est pas retenue, on court à la relaxe. Cette restriction dans la qualification pénale a été évitée par les dispositions internationales qui n'offraient d'autre voie de répression que la qualification de tromperie sur l'origine. Il est donc important d'ajouter à cette qualification, l'interdiction d'utiliser des mentions délocalisantes comme les mots : genre, type, style, similaire ou la véritable origine. On peut donc s'étonner que l'article 23.1 de l'ADPIC prévoyant une telle interdiction, soit limité aux seuls vins et spiritueux car il existe beaucoup d'autres produits susceptibles de bénéficier d'une indication géographique et qui méritent d'être assurés de la protection de leur nom. Cette disposition n'est-elle pas en fait celle de l'Arrangement de Madrid précité. On peut alors se demander pourquoi autant de niveaux différents de protection ? Pourquoi n'est pas encore arrivé à un niveau de protection des indications géographiques comparable à celui des marques. D'aucuns n'hésitent pas à répliquer qu'il suffirait de recourir au dépôt des indications



géographiques commémorant pour obtenir cette protection. Mais alors on peut se demander pourquoi avoir imaginé un système propre aux indications géographiques qui les différencie des marques? Il semble bien que la démarche visant à une protection satisfaisante ne soit pas encore parvenue à son terme. Bien des réticences subsistent dans les textes qui laissent aux procéduriers l'espoir d'affaiblir encore la portée des accords.

Dans un certain nombre de pays où l'appellation d'origine est reconnue comme un droit de propriété intellectuelle à part entière, la qualification d'usurpation d'appellation d'origine (ou d'indication géographique) constitue une voie additionnelle de protection. Dans la réglementation européenne, les indications géographiques des vins et spiritueux, sont protégées en tant que telles par un ensemble de mesures de nature pénale qui interdit tout usage irrégulier de ces noms qu'il constitue ou non, un acte de tromperie, d'induction en erreur ou de concurrence déloyale. L'existence de l'étiquetage ou de la désignation irrégulière sur des documents commerciaux, sur des étiquettes, constitue à elle seule l'acte punissable. Ils'agit là, d'une protection de la désignation en tant que telle. La nouvelle loi vinicole de l'Argentine (25/163 article 34) va au fond des choses. Elle interdit tout ce qui constitue une appropriation de la notoriété d'une indication de provenance, d'une indication géographique ou d'une appellation d'origine, tout ce qui peut conduire à une diminution ou à une détérioration de la notoriété de celles-ci. Ils'agit là d'une autre incrimination mais parfaitement protectrice. Dans le droit français, de telles dispositions existent aussi. Mais, depuis 1919, la loi française punissait un contrefacteur qui apposait une appellation d'origine inexacte, vendue, mise en vente ou simplement en circulation un produit portant une appellation d'origine qu'il savait inexacte. Une autre disposition prévoit qu'en cas d'emploi de toute indication, affirmation verbale, laissant croire à une origine différente de sa véritable origine française ou étrangère. La mise en œuvre de ces dispositions qui sont d'ordre public n'implique pas la preuve d'un préjudice quelconque. Elle est donc peu coûteuse pour les parties comme pour la puissance publique, rapide (les enquêtes sont courtes), facile et efficace. Desorte que se trouvent protégées automatiquement les indications géographiques françaises ou étrangères. On doit ajouter que la rapidité, la facilité et l'efficacité de la procédure a considérablement raréfié le nombre de procès et la longueur de ceux-ci, tout en diminuant les incertitudes de leur issue.

### III. PERSPECTIVES D'AVENIR

Le professeur Jacques Audier recensait, il y a peu, soixantetrois pays dans lesquels l'usage d'indications géographiques pour désigner des produits est réglementé. Dans le secteur des vins et spiritueux, aujourd'hui presque tous les pays producteurs utilisent des indications géographiques dans la désignation de leurs vins. Lors du Congrès de l'OIV, en octobre dernier, un délégué de l'Australie indiquait le résultat d'une enquête certes limitée à 300 personnes, selon laquelle 30% des consommateurs de vins interrogés, s'intéressaient prioritairement à l'origine du vin alors que 28% seulement mettaient la marque en tête. En dehors de ce secteur des vins et spiritueux, se développe l'usage des indications géographiques pour la désignation de produits de l'agriculture, de l'agroalimentaire, de l'artisanat et des produits d'extraction minière. L'importance économique de ces indications géographiques est aujourd'hui manifeste et les réserves qui avaient conduit à l'abandon du traité envisagé par l'OMPI dans les années 70/80 devraient se réduire très fortement.

Ces réserves fondent en core, le plus souvent, sur l'approche publique opposée à l'approche privée de la démarche. C'est une raison qui nous tend les réserves n'est qu'un argument avancé. On préfère mettre en avant la difficulté d'assurer la sécurité commerciale en raison

delarem ise encausedesdroitsacquisetainsidelacréationd'unezoned'incertitudeen matièredenomsdemarkouautresdésignationscommerciales. Onavanceaussila difficultédemiseenouvredesmesuresdeprotection. Cesréservesmeparaisenttardive dès lorsquel'accordADPICaétésignéetestentréenapplicationetcomportedesurcroîtun grandnombredesauvegardes. s

Rappelonsquel'accordimpose l'introduction, sinécessaire, demesurespropresà assurerlaprotectiondesindicationsgéographi quesétrangèrestellesquedéfiniespar l'article 22.1. Or, les pays qui protègent les produits importés seraient mal avisés de ne pas assurerlaprotectiondeleurspropresproduitsetdelaissersexercerlepillagedeleurpropre patrimoinedenomsgéo graphiques. De plus, les membres sont autorisés à refuser la protection sicelle -cin'est pas exercé dans le pays d'origine. Pour cette raison, un vaste mouvement demiseenchantierderègles publiques, voire associatives parapubliques anime tous les membres del'OMC.

Encequiconcernelesdroitsacquis, lesdéroptionsprévuesà l'article 24 énumérées ci-dessus apportent une réponse. Le principe en est largement posé notamment: les noms devenus génériques ne sont pas interdits, l'usage de plus de 10 ans de marques et de désignations peut être poursuivi ou même usage, de bonne foi, simplement antérieure à l'accord ou à la protection peut être également poursuivi. Alors, où est la difficulté? L'incertitude vient des moyens d'établir la liste de référence et d'assurer la publication. Il nous paraît en effet, nécessaire d'établir une telle liste (ou registre). Faut-il quel'inscription sur cette liste soit ouverte à toute personne physique ou morale? Notre sentiment, déjà exprimé est quel'appr opriation des noms géographiques est une chose sérieuse qui mérite un accord de la puissance publique, cette transparence de plus en plus exigée dans les actes notamment à incidence internationale implique une publicité et des voies de recours. La puissance publique est alors à même de dresser la liste de ces indications géographiques protégeables. Rappelons que les noms susceptibles de protection sont seulement ceux qui désignent des produits répondant aux exigences de l'article 22.1 et non pas n'importe quelle indication géographique utilisées sans lien de caractère ou de réputation avec le lieu d'origine. L'indication géographique, au sens de l'article 22.1, n'est ni une indication de fantaisie, création de l'esprit (ce qui est la marque), ni une simple indication de provenance. La protection reposant sur la reconnaissance mutuelle implique les sérieux qui apportent la compétence publique des États. Les noms qui seront déposés sont relativement peu nombreux au regard des moyens informatiques dont nous disposons aujourd'hui. La communication pouvant être instantanée, ce qui n'était pas encore le cas dans les années soixante-dix. Il est sans doute infiniment plus facile et moins coûteux de dresser une liste mondiale, par pays et par classe de produits, de indications géographiques susceptibles de protection que d'établir la liste infinie et fluctuante des marques de commerce de fabrication et de services.

En résumé, la protection des indications géographiques et appellations d'origine s'inscrit désormais dans le cadre obligatoire de l'accord ADPIC. Toutefois, ce cadre est loin d'être en coresatisfaisant, aussi la question se pose de savoir dès maintenant quelle voie les pays ont intérêt à emprunter.

L'analyse que nous avons faite nous conduit à inviter les pays à créer leur propre système afin d'être en mesure à la fois de répondre à leur obligation de protection des indications géographiques étrangères et d'assurer par voie de conséquence la protection de leurs propres produits. Il serait paradoxal de protéger les autres sans se protéger soi-même. Cette protection qui doit être aussi large que possible devrait viser non seulement les vins et

spiritueux mais encore toutes sortes d'autres produits comme les autres produits agricoles, ceux de l'industrie agroalimentaire, ceux de l'artisanat et les productions minières, voire la petite industrie qui incorpore un effort savoir-faire local ou national.

La lutte contre le pillage des noms géographiques et les risques de leur appropriation par des personnes physiques et morales privées n'ayant aucune attache avec le lieu indiqué, une part incite à se doter d'un système adapté au contexte local et national dans lequel intervient l'autorité publique ou parapublique et d'autre part à prévoir un système qui facilite l'établissement des listes d'indications géographiques protégées afin que la demande de protection internationale soit crédible.

Différentes voies s'offrent pour assurer une protection mais il nous est apparu que la qualification pénale d'apposition ou d'utilisation d'une indication géographique inexacte constitue un moyen peu coûteux pour toutes les parties concernées, publiques ou privées, rapide car à la différence de la concurrence déloyale il n'exige pas des preuves difficiles à rassembler, efficace car à la différence de la tromperie ou de l'induction en erreur, il n'ouvre pas beaucoup d'échappatoires et n'est dans la preuve ni dans la sanction.

[Fin du document]