

OMPI/GEO/MVD/01/4

ORIGINAL: espagnol

DATE: 9 novembre 2001



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

APPELLATIONS D'ORIGINE
 SITUATION DES VIGNOBLES CHILIENS DANS LE NOUVEAU MONDE,
 COMPTENANT DES NÉGOCIATIONS EN COURS AVEC L'UNION EUROPÉENNE

*document établi par M. Federico Mekis, avocat
 Asociación de Viñas Chile A.G., Santiago*

Bien que les indications de provenance, les appellations d'origine et les indications géographiques soient des notions différentes dans la doctrine et dans diverses législations, j'utiliserai aux fins de la présente analyse l'expression qui figure dans l'Accord sur les ADPIC : "indications géographiques".

Le Chili, qui est membre de l'OMC, a signé l'Accord sur les ADPIC et modifie actuellement sa législation.

Les seules indications géographiques chiliennes reconnues en vertu de la législation en

vigueursont “pisco”, “pajarete” et “vinoasoleado”. Elles sont réservées à certaines boissons alcoolisées produites et mises en bouteille dans certaines régions du pays. Mais il existe aussi le décret n° 464 du Ministère de l’agriculture, qui prévoit une régionalisation viticole et utilise comme appellations d’origine le nom de chaque région dans laquelle des vins sont produits et mis en bouteille. Ce sont les indications géographiques chiliennes reconnues dans notre réglementation. La régionalisation viticole a été reconnue par l’Union européenne. Ils’agit d’une liste restreinte de noms autochtones comportant en général une racine aborigène qui permet d’écarter tout risque de similitude par rapport aux indications géographiques d’autres pays; le terme “pisco” constitue toutefois une exception, ainsi que je l’expliquerai par la suite.

Le Chili fait partie d’un groupe officiel portant le nom de Groupe des pays producteurs de vin du Nouveau Monde. Ce groupe est constitué par les secteurs public et privé de l’Argentine, de l’Afrique du Sud, des États-Unis, d’Amérique, de l’Australie, de la Nouvelle-Zélande, du Canada, du Mexique et du Chili. L’Uruguay participe à certaines de ses réunions. Ce groupe constitue un cadre d’échange d’information et promeut les normes et les réformes visant à libéraliser le commerce international du vin. Il est parvenu à mettre en place des arrangements dans le domaine œnologique par le biais d’un accord de reconnaissance mutuelle des indications, qui sera adopté officiellement à Toronto le 18 décembre prochain. Il est aussi à l’origine d’un accord sur l’harmonisation de l’étiquetage du vin. Ces accords illustrent la volonté du groupe de libéraliser le commerce du vin et portent, tout comme les pratiques œnologiques et l’étiquetage, sur des éléments qui sont utilisés précisément pour traverser le libre commerce des produits vitivinicoles. À chaque fois qu’il s’en réunit, les membres du groupe ont échangé des informations sur les négociations menées par chacun d’eux avec l’Union européenne et tous, sans exception, se sont déclarés préoccupés par la position de l’Ancien Continent, qui prétend continuer à utiliser des noms géographiques ayant cours depuis longtemps dans différents pays producteurs du Nouveau Monde et dûment protégés par l’Accord sur les ADPIC.

Parmi les dénominations géographiques chiliennes susmentionnées, “pisco” est la seule qui soit contestée par un autre pays. “Pisco” est une indication géographique officiellement reconnue au Chili et tout différend impliquant l’indication péruvienne doit être réglé dans le cadre de négociations appropriées, compte tenu des droits et obligations que prévoit le droit international.

Outre les instruments juridiques internationaux à caractère multilatéral qui existent au Chili, il existe deux traités bilatéraux de libre commerce qui portent sur cette question des indications géographiques. Ils’agit de traités conclus avec le Mexique (le Chili s’est engagé à reconnaître les indications géographiques “tequila” et “mezcal”) et avec le Canada (pour le “whisky canadien”). De leur côté, le Mexique et le Canada reconnaissent les indications géographiques chiliennes susmentionnées.

S’agissant des indications géographiques, la question que l’on se pose dans les instances des pays producteurs du Nouveau Monde et dans le cadre des négociations chiliennes avec l’Europe est la suivante : sur quoi sont axées les discussions? La polémique porte sur les expressions utilisées au Chili (et dans d’autres pays du Nouveau Monde) que l’Union européenne considère exclusivement.

Les indications géographiques utilisées au Chili (et dans d'autres pays) auxquelles s'appliquent, à notre avis et de l'avis des producteurs de vin du Nouveau Monde, les alinéas 4, 5 et 6 de l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC, sont celles qui ont acquis un caractère générique ou sont d'usage commun de par leur emploi habituel, de bonne foi, depuis le début du siècle passé. En outre, dans la réglementation chilienne, des indications géographiques sont utilisées comme termes génériques ou d'usage commun. Par ailleurs, au Chili comme dans d'autres pays, différents noms géographiques sont devenus la propriété de compatriotes au moyen d'étiquettes, y compris sous la forme de marques, ce qui évidemment rend encore plus difficile, voire impossible, toute négociation portant sur les droits patrimoniaux de certains producteurs.

L'article 15 de la loi applicable aux alcools et aux boissons alcoolisées comprend des expressions utilisées comme termes génériques. Il prévoit qu'aux fins de la fabrication de cognac, d'armagnac, de brandy et d'eau-de-vie, seul de l'alcool de vin peut être utilisé.

Le décret n° 78 de 1988 du Ministère de l'agriculture dispose que le cognac, l'armagnac et le brandy sont des eaux-de-vie vieilles dans des fûts de bois noble, teintés ou non de caramel naturel et édulcorés. Plus loin, il prévoit que le titre minimum du brandy, du cognac et de l'armagnac doit être de 38° et celui du whisky, du gin, de la vodka ou du rhum de 40°. Mais c'est à l'article 19.e) du décret que cette situation est le mieux illustrée puisque le champagne est défini comme étant le vin dont l'élaboration s'achève dans des bouteilles fermées et dont le contenu en anhydride carbonique se développe naturellement grâce à une seconde fermentation. Il est précisé qu'aux fins de son élaboration, on peut utiliser la "méthode champenoise" et ce que l'on appelle en anglais et en espagnol la "méthode charmant". Cette définition confirme le jugement répandu selon lequel le terme "champaña" est devenu, d'une appellation d'origine, le nom d'un produit qui se fabrique selon une méthode déterminée.

Je ne souhaite pas exiger une intervention uniquement sur le champagne et ce n'est pas parce que je me réfère à plusieurs reprises à ce terme que l'assistance doit en conclure que le différend qui oppose le Chili à l'Union européenne porte uniquement sur le champagne. Les critères que je définis s'appliquent aux noms géographiques qui ont acquis le degré de généralité et d'universalité dont j'ai parlé plus haut.

Il ne faut pas s'arrêter à l'utilisation qui est faite du terme générique "champagne" dans la réglementation chilienne. Le dictionnaire de la Real Academia de la Lengua contient le terme "champaña", qu'il définit comme un vin mousseux blanc ou rosé, originaire de la France. Ce même dictionnaire de la langue espagnole explique que le terme "champañazo" est un substantif chilien familier désignant une fête de famille où l'on boit du champagne.

Face à ce problème des indications géographiques, il existe dans notre pays un avis répandu et solidement ancré selon lequel les exceptions prévues par l'Accord sur les ADPIC en cas d'usage de bonne foi pendant au moins 10 ans confèrent une "sécurité juridique" à l'utilisation des termes "champagne" et "cognac" au Chili. Ces dispositions sur les exceptions sont été incorporées à notre demande et à celle de différents pays latino-américains. Cependant, nous avons dû approuver, à la demande pressante de l'Union européenne, une disposition aux termes de laquelle les membres s'engagent à accepter des négociations visant à améliorer la protection des indications géographiques sur requête de tout pays qui pense que ses indications géographiques subissent un préjudice. La France a fait connaître sa position et il ne faut aucun doute qu'elle peut engager les négociations envisagées dans l'Accord sur les ADPIC ou intervenir en ce sens dans le cadre des négociations avec l'Union européenne.

En effet, «s'il est vrai que les prérogatives attachées aux indications géographiques sont considérées comme exceptionnelles dans l'Accord sur les ADPIC, il n'en demeure pas moins que ces exceptions constituent la reconnaissance de situations très anciennes, qui supposent l'acquisition pleine et entière de droits par nos concitoyens. Il existe des preuves indiscutables de l'utilisation du terme «champagne» aux États-Unis d'Amérique, en tant que terme générique, depuis 1876. Au Chili, on trouve des enregistrements de marques datant des années 1930 qui permettent de distinguer le «champana» ou les vins portant des étiquettes qui contiennent ce terme. En outre, le terme «champana» figure actuellement sur de nombreuses marques-étiquettes qui constituent un tout indivisible et dont il ne peut être extrait sans qu'il ait atteint à des droits consacrés par notre Constitution»¹.

Sil' Accord sur les ADPIC reconnaît la nécessité d'engager des négociations en vue d'améliorer la protection des indications géographiques, l'expression «engager des négociations» ne signifie pas pour autant que nos pays ont l'«obligation» de cesser d'utiliser ces indications ou d'y «renoncer», ainsi que le réclament certains, parce qu'il est dans la nature même des négociations qu'elles puissent aboutir ou non.

L'ordre public économique international a pour objectif final la liberté de commerce, plus précisément le progrès matériel des individus, etc'est exactement cet objectif que poursuivent les pays producteurs de vin du Nouveau Monde. On ne peut pas rebrousser chemin. Les droits que l'Accord sur les ADPIC a fait naître sont inaliénables. Il est donc impropre et inconvenant que l'Europe n'ait d'autre choix que celui d'obtenir dans le cadre de traités bilatéraux ce qu'elle n'apas réussi à obtenir au niveau multilatéral. Les indications géographiques qui, par le jeu de dispositions juridiques internationales, restent en dehors de la propriété exclusive constituent un fait accompli². Nous ne pouvons pas revenir sur nos pas. Qui plus est, essayer d'arriver à cette fin dans le cadre de négociations sur la liberté de commerce qui engagent tout l'économie d'un pays, soumettant l'essentiel à des accords accessoires (comme les accords concernant le vin), permettez-moi de le dire, nous paraît constituer un acte impliquant une pression illégitime. Le message que nous croyons avoir reçu à ce stade est le suivant : si vous voulez commercer librement avec l'Europe, cédez vos droits sur les noms géographiques et renoncez aux droits prévus par l'Accord sur les ADPIC. C'est là une pratique qui nous paraît peu amicale et d'un autre temps.

La propriété industrielle au Chili bénéficie d'une protection constitutionnelle à la fois vaste et bien structurée. En effet, notre Constitution reconnaît à tous un droit de propriété, quel que soit sa forme, sur tout un ensemble de biens corporels ou incorporels. Nul ne peut, en aucun cas, être privé de son droit de propriété ou de l'un des attributs ou prérogatives essentiels de ce droit sauf lorsque, conformément à la loi, l'expropriation est requise pour cause d'utilité publique ou d'intérêt national; c'est une situation prévue par le législateur.

Plus précisément, la Constitution garantit la propriété industrielle des brevets d'invention, des marques de fabrique ou de commerce, des dessins et modèles, des procédés techniques et d'autres créations analogues, pendant toute la durée prévue par la loi. Par conséquent, la seule façon de priver quelqu'un de ses droits de propriété industrielle au Chili est de recourir à un loi qui autorise l'expropriation pour cause d'utilité publique ou d'intérêt national, étant entendu que la personne qui est ainsi déchu de ses droits peut toujours prétendre à une indemnisation au titre du dommage économique subi.

¹ Mario Silva, conférence de La Paz.

² Noté du traducteur : en français dans le texte.

À cet égard, il convient d'examiner la question des marques de fabrication ou de commerce qui, sous la forme de marques -étiquettes, contiennent des termes génériques.

D'aucun strou veront qu'il y a à une contradiction apparente : comment peut-on protéger les termes "champagne" ou "cognac" à la fois en tant que termes gé nériques et en tant que marques?

La réponse est simple : c'est l'article 19.23) de la Constitution qui prévoit cette protection pour les termes génériques, article qui a contrario dispose qu'on ne peut acquérir de droits de propriété sur les biens que la nature a mis à la disposition de tous les hommes (ce qui vaut, entre autres, pour le langage) et dont finalement l'utilisation demeure libre. Par contre, la protection conférée aux marques concerne, entre autres, les marques -étiquettes qui contiennent le terme "champagne" ou d'autres termes analogues dans le cadre d'un tout indivisible qui ne peut être ni réduit, ni restreint de quelque manière que ce soit.

Les marques sont des privilèges industriels qui constituent une forme de propriété sur des biens incorporels, laquelle est un droit de propriété en soi. Une fois que la propriété de la marque a été acquise légalement, celle -ci jouit de la protection que lui confère la Constitution, ce qui signifie que le droit exclusif découle de l'enregistrement d'une marque de fabrication ou de commerce est inaliénable.

Au Chili, il existe depuis les années 1930 des étiquettes enregistrées en tant que marques de fabrication ou de commerce, qui contiennent le terme "champagne" et qui jouissent de la protection constitutionnelle et juridique, étant entendu que dans ce cas la protection des termes génériques ou d'usage commun est exclue.

La jurisprudence judiciaire et administrative a toujours reconnu cette protection et considère comme illégale ou arbitraire toute conduite qui menace ou supprime l'intégrité de ces marques, ou y porte atteinte. Plus spécifiquement, selon une jurisprudence abondante et constante, la protection conférée aux marques s'étend aux termes génériques ou d'usage commun figurant dans une marque mixte desquels viennent s'ajouter au patrimoine du titulaire de la marque sous la forme sous laquelle elle a été enregistrée; cette protection doit donc être renouvelée. Il est incontestable que ces marques jouissent de la protection que leur confère la propriété industrielle.

Ainsi qu'on peut le vérifier, la "sécurité juridique" de ces termes est entière parce qu'ils jouissent de toutes les garanties constitutionnelles, juridiques et jurisprudentielles que mon pays accorde à la propriété à part entière.

L'Union européenne, dans ses négociations avec le Chili, est allée beaucoup plus loin que ce que j'ai dit plus haut. En effet, ces négociations ne portent pas uniquement sur le champagne. En bref, l'Europe prétend que le Chili (qui ne détient aucun titre pour le faire) doit "radier", purement et simplement, les marques de fabrication ou de commerce qui englobent l'identité non seulement de "noms géographiques" que l'Europe estime lui appartenir, mais aussi d'"expressions traditionnelles", terme inventé par l'Europe, ou s'en rapprochent de cette identité.

Étant donné la façon dont l'Union européenne envisage ce problème, des négociations avec le Chili sont quasiment impossibles. Et ce n'est pas seulement pour les expressions traditionnelles - grande entéléchie européenne sans fondement juridique au sein du Traité sur les ADPIC - mais aussi pour les indications géographiques. En outre, l'Europe n'est pas

arrivée à grand -chosedans cedomaine. On parlesouvent dutraité avec l' Australiemais il convient derappeler que celui -ci est intervenu avant l' Accordsur les ADPIC (d' ailleurs, l' Australieserepent grandement del' avoir signé) et que, dans la pratique, il ne porte que sur des aspects scénologiques, les aspects intellectuels étant entièrement laissés de côté.

Nous avons effectué des études approfondies sur toutes les marques chiliennes relevant de la classe 33 et permettez -moi de souligner que, pour le champagne, nous nous retrouvons avec un longuelistede marques chiliennes qu' il faudrait "radier" comme ledem ande l' Europe. Laissez -moi vous citer l' exemple de Conchay Toro, le plus grand vignoble chilien, qui risquede perdre la marque qu' il possède depuis plus d' un siècle parce qu' elle contient le terme "Toro", lequel constitue un nom géographique espagnol. Et je ne vous parle pas de ce quel' on appelle les expressions traditionnelles, qui allongeraient incroyablement cette liste.

Ilyasansaucundoutedanstout cela un très grandmanquederéalisme. Le Chili est un pays delangue espagnole et, même si on le voulait, on ne pourrait pas changer ce qui est interchangeable : notre langue est une langue latine etc' est pour cela qu' elle contient des expressions et des noms qui viennent non seulement del' Espagne, mais aussi du Portugal, de la France ou del' Italie. À notre avis, si l' Europe peut aborder sans difficultés ces questions avec des pays anglophones tels que les États -Unis d' Amérique, l' Australie ou même l' Afrique du Sud, c' est parce que les différentes parties du Royaume -Uniesont pas productrices de vin. Mais il en va tout autrement lorsqu' l' Europe s' adresse à l' Amérique du Sud car dans ces négociations -là, elle représente des pays européens à forte production viticole. Il ne fait aucun doute que le nombre d' expressions et denoms communs sera beaucoup plus élevé dans le second cas que dans le premier. Et cela pour une raison évidente : une bonne partie des habitants del' Amérique du Sud provient, pour l' essentiel, del' Espagne et du Portugal, dans des proportions moindres mais néanmoins non négligeables, del' Italie et de la France. Les négociations ne peuvent donc pas avoir lieu si l' unedes parties fait abstraction des origines culturelles del' autre, comme si ces éléments ne faisaient pas partie del' identité même de la partie en question. Personne ne peut vraiment oublier l' origine de cette identité.

Même ainsi, nous espérons, avec réalisme et fermeté, que les négociations avec l' Europe aboutiront à un résultat acceptable.

[Findu document]