

OMPI



SCT/9/4
ORIGINAL: anglais
DATE: 1^{er} octobre 2002

F

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
GENÈVE

COMITE PERMANENT DU DROIT DES MARQUES, DES DESSINS ET MODELES INDUSTRIELS ET DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

Neuvième session
Genève, 11 – 15 novembre 2002

DÉFINITION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

Document établi par le Secrétariat

I. INTRODUCTION

1. Le Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques (ci-après dénommé "SCT") a décidé à sa huitième session (Genève, 27 – 31 mai 2002) que le Bureau international devrait établir un document au sujet de la question de la définition des indications géographiques figurant dans l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (ci-après dénommé "Accord sur les ADPIC") de 1994¹. Le SCT est convenu que les questions suivantes devraient être traitées : application de la définition à un niveau national dans des systèmes de protection différents; différences concrètes entre les systèmes fondés sur la protection des indications géographiques telles que les appellations d'origine et les systèmes de protection par les marques collectives et les marques de certification; liens et réputation.

¹ Voir le résumé présenté par le président, document SCT/8/6, ainsi que les paragraphes 7 et 8.

2. Le présent document traite de la définition des “indications géographiques” selon l’Accord sur les ADPIC et de plusieurs questions y relatives, à savoir :

- l’application de la définition selon l’Accord sur les ADPIC, aux niveaux nationaux et régional, par différents systèmes de protection, y compris les différences concrètes entre divers systèmes (voir les paragraphes 9 à 26), et en particulier
 - l’étendue du lieu d’origine (qui peut aller d’un seul vignoble à un pays entier) (voir les paragraphes 16 à 26);
 - la signification des notions de “liens” et de “réputation”, notamment la question de savoir dans quelle mesure la production des produits doit être liée à l’origine géographique indiquée (voir les paragraphes 21 à 26);
- les différences concrètes entre les systèmes de protection fondés sur les indications géographiques, par exemple les appellations d’origine, et le système de protection fondé sur les marques collectives et les marques de certification.

3. Avant d’examiner la définition figurant dans l’Accord sur les ADPIC et les questions de définition connexes, il convient de noter que l’expression “indications géographiques” trouve son origine dans le droit conventionnel international². De fait, les dispositions juridiques internationales relatives à la protection des indications géographiques ne reposent pas sur une doctrine qui serait fondée elle-même sur la présence très répandue de règles analogues dans les législations nationales longtemps avant la signature de l’Accord sur les ADPIC en 1994, de telle façon que ces règles internationales pourraient être considérées comme reflétant des principes généraux du droit. Au contraire, c’est la large adhésion à l’Accord sur les ADPIC qui a entraîné l’incorporation d’obligations légales concernant les indications géographiques dans les législations nationales du monde entier.

² Les documents SCT/6/3/Rev. et SCT/8/5 présentent un bref historique de la terminologie utilisée. Un projet de traité formulé en 1974-75 sous les auspices de l’OMPI optait pour “indication géographique”, trouvant là un moyen commode d’intégrer en une seule expression les deux qui avaient été utilisées précédemment dans des traités internationaux, à savoir “indication de provenance” et “appellation d’origine” (voir la Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle de 1883 (ci-après dénommée “Convention de Paris”) et les unions particulières créées en vertu de cette convention dans le cadre des arrangements de Madrid et de Lisbonne). La négociation du projet de traité de l’OMPI relatif aux indications géographiques n’est pas poursuivie après 1975 en raison des propositions visant à ajouter à la Convention de Paris un nouvel article 10 *quarter* consacré aux indications géographiques. Si la conférence de révision de la Convention de Paris n’a jamais terminé ses travaux, l’expression “indication géographique” n’a pas tardé à apparaître dans d’autres instruments internationaux, notamment dans le Règlement (CEE) n° 2081/92 du Conseil du 14 juillet 1992, dans l’Accord de l’ALENA de 1992, dans la résolution ECO 2/92 de l’Office international de la vigne et du vin (OIV) et dans un accord commercial bilatéral sur le vin conclut entre l’Union européenne et l’Australie en 1994.

4. La question de la définition des “indications géographiques” a été soulevée lors des délibérations des septième et huitième sessions du SCT³, ainsi que dans des documents antérieurs du SCT établis par le Bureau international⁴. À sa huitième session, le SCT a décidé de fonder tout examen ultérieur de la question sur la définition fournie par l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC. Un nombre de raisons pratiques citées à l’appui de cette décision figure le fait que de nombreux pays utilisent maintenant la définition fournie par l’Accord sur les ADPIC comme fondement de leur législation nationale relative aux indications géographiques, faisant ainsi de cette définition un dénominateur commun dans ce domaine du droit⁵.

Cela étant, quelle que soit la teneur de la définition figurant dans l’Accord sur les ADPIC, en substance une indication géographique sert à démontrer un lien entre l’origine du produit au que lles’ applique et une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée qui peut être attribuée au fait que le produit provient de cette origine.

II. DÉFINITION DE L’EXPRESSION “INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES”

5. Déterminer le champ d’application exact de l’expression, tel est le principal problème que pose la définition de “indications géographiques”. Autrement dit, comment détermine-t-on “ce qui est une indication géographique et ce qui ne l’est pas”?

6. L’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC définit ainsi les “indications géographiques” :

“indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire d’un territoire d’un membre [de l’OMC], ou d’une région ou localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.”

7. Cette définition est essentiellement tirée de la définition de “appellation d’origine” établie par l’article 2 de l’Arrangement de Lisbonne de 1958 concernant la protection des appellations d’origine et leur enregistrement international (ci-après dénommé “Arrangement de Lisbonne”)⁶. Toutefois, alors que l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC définit les indications géographiques comme “des indications qui servent à identifier un produit...”, l’article 2 de l’Arrangement de Lisbonne définit l’appellation d’origine comme “la dénomination géographique... servant à désigner un produit...”. Ainsi, les indications géographiques ne sont pas limitées aux noms géographiques mais peuvent également comprendre d’autres signes relevant du domaine géographique, qu’ils soient constitués de mots, d’expressions, de symboles ou d’images emblématiques. En outre, on voit au premier coup d’œil que l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC s’applique en anglais à des “goods”, alors que l’article 2 de l’Arrangement de Lisbonne s’applique à des “products”. De plus, l’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC s’applique “dans le cas où une qualité, réputation

³ Voir les documents SCT/7/4 et SCT/8/7 Prov.

⁴ Voir les documents SCT/5/3, SCT/6/3 accompagné de SCT/8/4, et SCT/8/5.

⁵ Voir le document SCT/8/7.

⁶ “On entend par appellation d’origine... la dénomination géographique d’un pays, d’une région ou d’une localité servant à désigner un produit qui est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement à un milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains.”

ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique”, alors que l’article 2 del’ Arrangement de Lisbonne s’applique aux produits “ dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains ”. Par conséquent, les indications géographiques ne sont pas limitées aux produits ayant une qualité et des caractéristiques dues à des facteurs – tant naturels qu’humains – liés au milieu géographique de leur lieu d’origine, mais s’appliquent plus largement aux produits qui ont une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée qui peut être attribuée essentiellement à leur origine géographique. L’élément de phrase “ qualité, réputation ou autre caractéristique ” est également utilisé dans le 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 ⁷. Bien que le concept d’appellation d’origine semble constituer un élément central de la notion d’indication géographique, les critères définissant les indications géographiques semblent moins restrictifs que ceux qui définissent les appellations d’origine ⁸.

8. Par ailleurs, il convient de toujours se rappeler que les expressions “ indication de provenance ”, “ appellation d’origine ” et “ indication géographique ” sont utilisées dans différents instruments juridiques internationaux ⁹. Les droits et obligations découlant de ces instruments ne sont attachés qu’à un terme précis auquel se rapporte l’instrument en question. Par conséquent, il peut ne pas être toujours possible de parler de façon générale d’“ indications géographiques ”, et il convient plutôt d’établir la distinction chaque fois qu’il est fait mention d’un instrument international particulier ¹⁰.

9. Au niveau national, le type de définition qui est donné de l’expression “ indication géographique ” va varier d’un pays à l’autre ¹¹. Avant leur adhésion aux accords de l’OMC, seuls quelques États membres de cette organisation avaient mis en place des systèmes spéciaux pour la protection des indications géographiques etant qu’elles n’étaient dotées d’un minimum de législation de propriété intellectuelle concernant directement les indications géographiques. De ce fait, les pays en développement et en transition se sont vus accorder un

⁷ Cette définition régionale des “ indications géographiques ” peut elle-même être comparée à la définition européenne de la “ *designation of origin* ”, terme équivalent à l’appellation d’origine : “ l’encombre d’une région, d’un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d’un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire... ”.

⁸ Voir le document SCT/5/3.

⁹ L’expression “ indication de provenance ” est utilisée dans les articles 1.2) et 10) de la Convention de Paris. Elle est également utilisée dans tout l’Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits de 1891 (ci-après dénommé “ Arrangement de Madrid sur les indications de provenance ”). L’expression “ indication de provenance ” n’est définie dans aucun de ces deux traités mais l’article 1.1) de l’Arrangement de Madrid sur les indications de provenance en énonce les sens en ces termes : “ *Tout produit portant une indication fautive 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.* ”

¹⁰ Le document SCT/8/4 fournit un complément d’information détaillé sur la signification des expressions “ appellation d’origine ” et “ indication de provenance ”.

¹¹ Les dispositions législatives relatives aux marques et à la concurrence déloyale également applicables aux indications géographiques ne sont pas prises en compte aux fins de la présente étude.

délaide cinq ans après leur adhésion aux accords de l'OMC avant que leurs obligations découlant de l'Accord sur les ADPIC n'entrent en vigueur. Nombre de ces États ont fondé leur nouvelle législation concernant les indications géographiques sur la définition figurant dans ce dernier. D'autres sont efforcés de modifier le système juridique dont ils s'étaient dotés pour la protection des droits de propriété intellectuelle sur des termes géographiques afin de l'adapter aux nouvelles obligations que leur conférerait l'Accord sur les ADPIC en matière d'indications géographiques. Les divers types de systèmes nationaux de protection des appellations et autres indications d'origine géographique mis en place avant l'adoption de l'Accord sur les ADPIC ont déjà été décrits dans les documents SCT/8/4 et SCT/8/5, et il n'est donc pas nécessaire de les évoquer ici.

10. Élément particulièrement intéressant dans le cadre du présent document, le Secrétariat de l'OMC a réuni les réponses à un questionnaire concernant 37 systèmes juridiques nationaux relatifs aux indications géographiques¹². Ce rapport note que les pays qui ont mis en place des systèmes de protection spéciaux pour les indications géographiques utilisent des définitions officielles fondées soit sur le modèle de l'Accord sur les ADPIC (ci-après dénommé "modèle ADPIC") soit sur le modèle de l'Arrangement de Lisbonne (ci-après dénommé "modèle de Lisbonne") pour les appellations d'origine, ou leurs propres définitions nationales pour la protection des indications géographiques concernant des produits particuliers – par exemple des vins, des produits agricoles et des denrées alimentaires –, ou des définitions spécifiques de caractère administratif¹³.

11. Dans la catégorie correspondant au modèle ADPIC, les écarts qui ont été notés par rapport à la définition figurant dans l'Accord sur les ADPIC sont notamment les suivants¹⁴ :

- ajout de l'expression "y compris les facteurs naturels et les facteurs humains";
- limitation aux vins ou aux alcools "dont une qualité déterminée, la réputation générale ou d'autres caractéristiques peuvent être attribuées essentiellement à [leur] origine géographique";
- "la dénomination géographique d'une région spécifique servant à désigner un produit ou un produit transformé qui en est originaire";
- une disposition prévoyant la protection, en tant qu'appellations d'origine, des dénominations qui ne sont pas des dénominations géographiques si elles renvoient à des zones géographiques spécifiques;
- ajout de conditions selon lesquelles la production et/ou le traitement et/ou la préparation doivent s'effectuer dans la zone géographique définie;
- pour certains produits, stipulation de spécifications du produit.

¹² Document de l'OMC IP/C/W/253 daté du 4 avril 2001, page 4. Les 37 Membres sont les suivants : Australie, Bulgarie, Canada, Communautés européennes – Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède –, Corée, Équateur, États-Unis, Hong-Kong, Hongrie, Islande, Japon, Liechtenstein, Mexique, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pérou, République slovaque, République tchèque, Roumanie, Suisse, Turquie, Venezuela.

¹³ Id., paragraphe 31.

¹⁴ Id., paragraphe 31 et note 28.

12. Dans la catégorie correspondante au modèle de Lisbonne, les écarts qui ont été relevés par rapport à la définition figurant dans l'Accord sur les ADPIC sont notamment les suivants¹⁵ :

- pour les vins et les denrées alimentaires, conditions supplémentaires concernant la notoriété et les procédures d'agrément;
- "généralement utilisé pour désigner";
- "utilisant le nom d'une région ou d'un lieu géographique" et sur la base des "facteurs naturels et humains locaux";
- exigences selon lesquelles la production, la transformation et l'élaboration doivent s'effectuer dans la zone géographique définie;
- pour certains produits, exigences relatives aux spécifications du produit.

13. Certaines définitions nationales n'ont trait qu'à des produits particuliers, tels que les vins et le fromage¹⁶. Plusieurs régimes de ce type sont énumérés dans l'annexe B de l'étude de l'OMC :

- *denominación de origen*
- labels et certifications de produits agricoles et alimentaires
- *denominación específica*
- vins de qualité produits dans des régions déterminées
- vins de table
- zones viticoles et appellations d'origine (pour les vins)
- appellation d'origine (pour les vins)
- appellation d'origine contrôlée (pour les vins)
- désignations géographiques (pour les spiritueux)
- indication géographique (pour les vins ou produits durables)
- indication géographique (pour les marchandises spécifiées)
- indication de provenance (pour tout produit ou service)
- indication de provenance (biens et services)
- désignations réservées (pour les spiritueux)

14. On remarque aisément que la définition figurant dans l'Accord sur les ADPIC fait intervenir, en substance, au moins trois critères : une indication A) servant à identifier l'origine géographique d'un produit, B) correspondant au territoire d'un État, ou d'une région ou localité de ce territoire, et C) impliquant un lien spécial avec la qualité, la réputation ou autre caractéristique déterminée d'un produit pouvant être attribuée essentiellement à cette origine géographique.

¹⁵ Id., paragraphe 31 et note 29.

¹⁶ Id., paragraphe 31 et notes 30-32.

A. “Indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire [d’un certain] territoire”

15. Il est tout à fait évident qu’une indication géographique identifie un produit comme étant originaire d’un certain lieu. Ce qui est moins évident, c’est l’étendue du lieu indiqué (partie Bci -dessous) et la mesure dans laquelle le processus de production (de la matière première à l’emballage en passant par la transformation) doit coïncider avec celui d’origine (partie Cci -dessous).

B. “Du territoire d’un membre [de l’OMC], ou d’une région ou localité de ce territoire”

16. Le document de l’OMC fait apparaître qu’une grande diversité d’unités géographiques sont mentionnées dans la législation nationale des États qui ont répondu au questionnaire. Les termes employés font souvent référence à des subdivisions politiques et à des découpages administratifs, mais également à des zones géographiques non politiques (surtout s’agissant des produits de la vigne). En outre, certains pays permettent que des termes non géographiques suggérant une origine géographique (indications géographiques dites “indirectes” ou dénominations traditionnelles) soient protégés en tant qu’indications géographiques, soit parce que leur définition juridique nationale prévoit expressément cette possibilité, soit parce qu’elles en sont exclues¹⁷.

17. Exemples de termes relatifs à des unités politiques et administratives¹⁸ :

- subdivisions politiques indiquées sur les cartes;
- continents, pays ou territoire d’un Membre, régional, intérieur de ce territoire, État, comté, département, canton, district, commune, ville, village, circonscription administrative ou partie de circonscription administrative;
- localité, lieu -dit ou unité groupant les lieux -dits, aire géographique, lieu ou lieu spécifique, tracé de relief, zone, noms de rue, indications figurant sur les cartes.

18. Exemples de termes relatifs à des zones géographiques non politiques¹⁹ :

- région déterminée, zone de production viticole, ensemble de zones de production viticole, lieu -dit ou unité groupant les lieux -dits, zone viticole limitée, district viticole, sous -région ou partie de sous -région viticole, région autre qu’une région déterminée réservée aux vins de table répondant à certaines conditions de production, région et villages viticoles (site ou zone collective), vignoble ou unité comprenant plusieurs vignobles enregistrés au registre des vignobles, vignoble ou zone enregistre au registre des vignobles, vignoble de raisin de cuve, communauté ou partie d’une communauté (lieu), zone de culture du *Landwein*, château, domaine, zone viticole, “indications géographiques reconnues dans la réglementation spécifique”.

¹⁷ Id., paragraphe 33.

¹⁸ Id., paragraphe 33 et notes 34 à 56.

¹⁹ Id., paragraphe 33 et notes 57 à 74.

19. Il a été constaté que les critères permettant de délimiter les zones géographiques non politiques, pratique utilisée le plus fréquemment dans le contexte de la production de vin, visent à établir l'homogénéité d'une zone de production et son caractère distinctif par rapport à d'autres zones du même type.

20. Les critères spécifiques mentionnés sont notamment les suivants ²⁰ :

- détail topographique tels que rivières, courbes de niveau et autres caractéristiques topographiques;
- caractéristiques géographiques telles que le sol, le drainage, le climat, l'irrigation et l'altitude;
- critères humains, notamment le choix des variétés et des méthodes de production;
- facteurs historiques et traditionnels;
- considérations économiques, notamment l'équivalence des rendements dans le cas de produits agricoles;
- produits associés à une appellation régionale.

C. “dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique”

21. Contrairement à ce qui se passe pour les produits qui peuvent être protégés autre que l'appellation d'origine en vertu de l'Arrangement de Lisbonne, la définition des indications géographiques dans l'Accord sur les ADPIC ne mentionne pas expressément une combinaison de facteurs naturels et humains constituant la qualité et les caractéristiques distinctives du produit. Selon l'Accord sur les ADPIC, une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée peut constituer le facteur essentiel justifiant le lien avec l'origine géographique indiquée (voir le paragraphe 7).

22. L'étude de l'OMC indique que la mention de la “qualité” est formulée de façon différente dans les diverses définitions figurant dans la législation nationale. On trouve par exemple “qualité déterminée”, “qualités particulières”, “qualités”, “qualité spécifique”, “caractéristiques spéciales en matière de qualité”, “qualité spéciale exceptionnelle, qui distingue le produit des produits génériques”, “qualité supérieure” et “de première qualité” selon les normes spécifiées dans la loi pour le produit en question ou selon les normes courantes dans le secteur d'activité en question ²¹.

23. En ce qui concerne la “réputation”, les pays qui ont adopté le modèle de Lisbonne ne la mentionnent généralement pas dans leur législation nationale comme étant un élément lié à l'origine géographique du produit, alors que les pays qui se fondent sur le modèle ADPIC le font systématiquement. De fait, le modèle de Lisbonne ne mentionne pas la réputation comme étant un élément liant le produit au lieu. Il semble plutôt que la réputation du lieu géographique repose sur la qualité et les caractéristiques du produit pour lequel il est le plus connu. S'agissant des pays dont la législation suit le modèle ADPIC, l'étude montre que plusieurs d'entre eux ont adopté divers qualificatifs, et que l'on trouve “réputation générale”, “réputation donnée”, “réputation spécifique”, etc. ²².

²⁰ Id., paragraphe 35 et notes 78 à 98.

²¹ Id., paragraphes 40 -41.

²² Id., paragraphe 42.

24. Peuderenseignementsontétéreçu sdesgouvernementsquirépondauquestionnaire del'OMCàproposdecequerecouvrel'expression“autre caractéristique”figurant dans l'article 22.1 del'AccordsurlesADPIC²³.

25. OutrelesformulationssuivantlemodèleADPIC(“peutêtréattribuéessentiellement”) etlemodèledeLisbonne(“dusexclusivementouessentiellement”),certaineslégislations nationalesontadoptéd'autresexpressions,dont“peuventêtréattribuéessurtout”(“mainly” enanglais)ousimplement“peuventêtréattribué es”.Deplus,certainspaysn'exigentaucun liendecausalité²⁴.

26. S'agissantdesprescriptionsrelativesàl'origine,l'étudedel'OMCrelèvequecertains paysmentionnentquedesexigencesgénéralesselonlesquellesleproduitdoitêtréfabriqué dans lelieuindiquéouleproducteurdoitêtrésituédanslazoneenquestion.D'autresontfourni desrenseignementsplusprécisfaisantétatdesobligationssuivantes²⁵ :

- touslesstadesdelaproduction(matièrespremières,transformationetélaboration) doiventavoirlieudanslazonedésignée;
- lesmatièrespremières(parexemplelesraisins)doiventprovenirdelazoneen question(saufdanscertainscas,oùilesttoléréqu'unepetitepartiedecesmatières provienned'uneautrezone);
- lestadedeproductionquidonneauproduitsoncaractèredistinctifdoitavoirlelieu danslzone(parexemplepourlesspiritueux);
- aumoinsl'undesstadesdeproductiondoitavoirlelieudanslzone.

III. DIFFÉRENCES CONCRÈTES ENTRE LES SYSTÈMES FONDÉS SUR LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES, TELLES QUE LES APPELLATIONS D'ORIGINE, ET LE SYSTÈME DE PROTECTION PAR LES MARQUES COLLECTIVES ET LES MARQUES DE CERTIFICATION

27. Ledocumentdel'OMCregroupelesdiverssystèmesnationauxdeprotectiondes indicationsd'originegéographiqueentroiscatégories :dispositionsdelalégislation surles marquesconsacréesauxmarquescollectivesetauxmarquesdecertificationoudegarantie; systèmesdeprotections spécifiquespourlesindicationsgéographiquesetlesappellations d'origine;et,troisièmement,loisplusgénéralesaxéesurlespratiquescommerciales, notammentlesloisrelativesàlaconcurrencedéloyaleetàlaprotectiondesconsommateurs²⁶.

A. Lesmarquescollectivesetlesmarquesdecertificationoudegarantie

28. Lesmarquescollectivesetlesmarquesdecertification(marquesdegarantiedans certainspays)assurentunecertaineprotectionauxindicationsgéographiques,généralement surlabased'uneinitiativeprivéedoncindépendammentdesmesuresgouvernementales. Enrèglegénérale,unemarqueidentifieuneentreprisecommeétantl'originedesproduitsou servicesportantladitemarque.Lespaysprévoientégalementl'enregistrementdemarques

²³ Id.,paragraphe43.

²⁴ Id.,paragraphe45.

²⁵ Id.,paragraphe37etnotes100à104.

²⁶ Id.,paragrophes8et9etsectionsquiysontmentionnées.

collectives et de marques de certification lorsque plusieurs personnes ou entreprises sont concernées. Les marques collectives et marques de certification servent à indiquer l'affiliation des entreprises utilisant la marque ou le fait que les produits auxquels s'applique cette marque respectent des normes définies. Si les termes géographiques tant qu'ils ne peuvent généralement pas être enregistrés tant que marques individuelles, ils sont souvent admis que ces mêmes termes géographiques soient utilisés dans le cas de marques collectives ou de marques de certification. Les législations nationales prévoient l'enregistrement des marques collectives mais ne prévoient pas toujours celui des marques de certification. Dans les pays de *common law*, il est également possible de faire respecter des droits reconnus en *common law* sur des marques de certification non enregistrées.

29. L'article 7bis de la Convention de Paris stipule que les pays de l'Union s'engagent à admettre au dépôt et à protéger les marques collectives. Cette disposition garantit que les marques collectives pourront être enregistrées et protégées dans des pays autres que le pays où l'association propriétaire de la marque collective a été établie. En d'autres termes, le fait que cette association n'ait pas été constituée conformément à la législation du pays où la protection est demandée n'est pas un motif de refus de la protection. D'autre part, la convention stipule expressément le droit de chaque État de subordonner la protection à ses propres conditions et de refuser si la marque collective est contraire à l'intérêt public. Il convient de noter également que la Convention de Paris ne définit pas l'expression "marque collective", non plus qu'elle ne traite des marques de certification. L'article 7bis est l'une des dispositions de la Convention de Paris qui sont incorporées dans l'Accord sur les ADPIC par le biais de son article 2.1.

30. Les notions de marque collective et de marque de certification diffèrent d'un pays à l'autre. Selon la législation nationale en vigueur, une marque collective ou une marque de certification peut servir à indiquer, entre autres, l'origine des produits ou des services et, par conséquent, convenir dans un certain mesure pour la protection d'une indication géographique. Ce type de marque ne permet pas au propriétaire d'empêcher d'autres d'utiliser au cours d'opérations commerciales les signes ou indications en question, à condition que leur utilisation soit conforme à des pratiques industrielles ou commerciales honnêtes. En particulier, on ne peut pas faire valoir une telle marque contre d'autres qui aient le droit d'utiliser un nom géographique.

31. D'un point de vue général, la principale différence entre les marques collectives et les marques de certification est que les premières ne peuvent être utilisées que par certaines entreprises, par exemple les membres de l'association propriétaire de la marque collective, alors que les secondes peuvent être utilisées par quiconque respecte les normes définies. Ainsi, les utilisateurs d'une marque collective forment un "club" alors que c'est un principe de "non-affiliation" qui s'applique dans le cas des marques de certification.

1. Marques collectives

32. Une marque collective est un type de marque dont l'usage est réservé aux membres d'une collectivité. Il peut s'agir d'une association ou d'une coopérative de fabricants, de producteurs ou de commerçants. La marque collective appartient à l'organisme en question, qui accorde exclusivement à ses membres le droit de l'utiliser. En règle générale, la collectivité a été fondée pour veiller à ce que ses membres respectent certaines normes de qualité; les membres peuvent utiliser la marque s'ils respectent les exigences fixées dans le

règlement concernant l'utilisation de la marque collective. Ainsi, cette dernière pour fonction d'informer le public de certaines caractéristiques particulières du produit pour lequel elle est utilisée. Une entreprise qui a le droit d'utiliser la marque collective peut également s'approprier la marque.

33. La question des avoirs si une indication géographique peut être enregistrée en tant que marque collective dépend entièrement de la législation nationale. Certaines lois nationales sur les marques excluent ce type de registre mais, assez récemment, cette exclusion traditionnelle a été abolie par certains pays.

34. Normalement, l'utilisation de la marque collective est régie par un règlement qui doit être représenté à l'office national des marques en même temps que la demande d'enregistrement. Ce règlement peut également préciser les limites de l'aire géographique de production du produit sur lequel la marque collective est apposée, ou les normes de production à respecter. Toute modification du règlement doit être notifiée à l'office national des marques.

35. Une fois qu'une indication géographique est enregistrée en tant que marque collective, l'association qui en est propriétaire a le droit d'empêcher qu'elle soit utilisée par des personnes qui ne sont pas membres de l'association. Il n'est toutefois pas possible de faire valoir cette marque contre un tiers qui a le droit d'utiliser le nom géographique, et ce sont les droits les plus anciens qui ont la priorité. En outre, l'enregistrement d'une indication géographique en tant que marque collective ne peut pas, en soi, empêcher la marque de devenir un terme générique.

36. Les lois de certains pays contiennent des exigences d'usage strictes qui peuvent entraîner la radiation de l'enregistrement de la marque collective dans les cas où elle n'est pas continuellement utilisée. Dans plusieurs pays, l'enregistrement d'une marque collective peut être radié si cette marque est utilisée d'une façon contraire aux dispositions du règlement ou induisant le public en erreur. Les marques collectives peuvent donc jouer un rôle important dans la protection des consommateurs contre les pratiques trompeuses.

37. Il n'est généralement pas interdit aux propriétaires d'une marque collective d'utiliser la marque eux-mêmes, élément qui distingue les marques collectives de l'institution de *common law* qui est la marque de certification (anciennement appelée "marque de normalisation"). À part cette différence, les conditions selon lesquelles les termes géographiques peuvent être enregistrés en tant que marques collectives sont tout à fait semblables à celles qui sont décrites ci-après en ce qui concerne les marques de certification.

2. Marques de certification

38. Contrairement aux marques collectives, les marques de certification n'appartiennent pas à une collectivité – par exemple une association de producteurs – mais à une autorité de certification. Celle-ci peut être un organisme gouvernemental local ou une association privée qui ne se livre pas elle-même à la production ou au commerce des produits concernés. Ceci est particulièrement important car le propriétaire de la marque de certification doit veiller à ce que les produits portant cette marque possèdent les qualités certifiées.

39. La définition de l'expression "marque de certification" n'est pas la même dans tous les pays. Dans certains, par exemple, une marque de certification ne peut pas être utilisée par toutes les personnes qui satisfont aux normes définies, mais seulement par les entreprises que

le propriétaire de la marque de certification autorisée à utiliser cette dernière. Ainsi, dans ces pays, la différence entre une marque de certification et une marque collective est plus faible que dans d'autres cas. Elle ne porte que sur l'objet de ces deux types de marque : la marque de certification renvoie à certaines normes que doivent respecter les produits ou services en question, alors que la marque collective implique l'adhésion des utilisateurs à une organisation précise.

40. La demande d'enregistrement d'une marque de certification est généralement accompagnée d'un règlement régissant l'usage de cette marque. Celle-ci peut normalement être utilisée par toutes les personnes dont les produits respectent les conditions énoncées dans le règlement. S'il existe un droit antérieur, celui-ci a une priorité sur le droit d'utiliser une marque de certification. L'institution propriétaire de la marque de certification enregistrée a le droit d'empêcher l'utilisation de celle-ci par des personnes dont les produits ne respectent pas les conditions prescrites dans le règlement.

41. Il est souvent exigé, pour l'enregistrement d'une marque de certification, que l'entité qui demande l'enregistrement soit "compétente pour certifier" les produits concernés. Ainsi, le propriétaire d'une marque de certification doit être le représentant des produits auxquels la marque de certification s'applique. C'est là une mesure de précaution importante pour la protection du public contre les pratiques trompeuses.

42. Il existe généralement trois types de marque de certification²⁷, dont l'une certifie que les produits ou services proviennent d'une région géographique précise. La question de savoir si une indication géographique peut être enregistrée en tant que marque de certification dépend entièrement de la législation nationale.

43. Un terme géographique peut donc être utilisé, seul ou en tant qu'élément d'une marque composite, pour certifier que les produits proviennent de la région géographique précise identifiée par le terme. Lorsque celui-ci est trompeur du point de vue géographique, toutefois, il ne peut pas être enregistré en tant que marque de certification. Les expressions utilisées pour certifier l'origine régionale ne s'limitent pas forcément à des termes correspondant à une terminologie géographique précise. Il est possible d'utiliser une déformation, une abréviation ou une combinaison de ces termes dans une marque de certification en tant que marque de certification. Il est également possible qu'un terme qui, théoriquement, n'est pas géographique soit important en tant qu'indication d'origine dans une région particulière.

44. Normalement, l'entité habilitée à exercer un contrôle sur l'utilisation d'un terme géographique en tant que marque de certification est un organisme gouvernemental ou dûment mandaté par le gouvernement.

²⁷ D'autres types de marque de certification, qui ne revêtent pas d'importance particulière pour les indications géographiques dans certains cas, certifient que les produits ou services respectent des normes précises concernant la qualité, les matériaux ou le mode de fabrication, ou que le prestataire des services ou le fabricant des produits en question a respecté certaines normes ou appartient à une certaine organisation ou union.

45. Lorsqu'un terme géographique est utilisé tant que marque de certification, il faut veiller à deux points essentiels : premièrement, préserver la liberté qu'ont toutes les personnes de la zone géographique en question d'utiliser le terme et, deuxièmement, empêcher les utilisations abusives ou illégales de la marque qui porteraient préjudice à tous ceux qui ont le droit de l'utiliser.

46. Le cadre juridique régissant l'enregistrement des marques de certification prévoit généralement qu'il incombe au propriétaire/déposant de définir, dans le règlement d'utilisation de la marque proposée, les limites de l'aire de production des marchandises sur lesquelles ces marques sont apposées ainsi qu'une norme de production applicable. Cette définition est dans le cahier des charges qu'il faut déposer avec la demande et, une fois celle-ci acceptée, devient un élément de l'enregistrement.

47. L'autorité compétente pour recevoir la demande d'enregistrement d'une marque de certification ou d'une marque collective, qui est en général un officier national des marques, n'examine pas nécessairement des éléments de la demande tels que la délimitation de l'aire de production, l'existence d'un lien entre l'indication dont l'enregistrement est demandé et les qualités du produit en question ou, selon le cas, le point de savoir si un tel lien existe. Il est toutefois possible pour les concurrents et les consommateurs de soulever des questions concernant le cahier des charges d'une marque de certification et de contester la validité d'une marque de certification enregistrée en engageant une procédure en opposition ou en invalidation.

48. Les marques de certification diffèrent également des marques de commerce et de service individuelles par deux caractéristiques. Premièrement, la marque de certification n'est pas utilisée par son propriétaire mais par d'autres personnes avec l'autorisation de celui-ci. Deuxièmement, elle n'indique pas une certaine provenance commerciale et ne sert pas à distinguer les produits ou services d'une personne de ceux d'une autre, mais vise à informer les acheteurs que les produits ou services d'une personne déterminée possèdent certaines caractéristiques ou respectent certaines qualifications ou normes qui peuvent comprendre notamment une origine géographique de caractère typiquement régional. Le message général que transmet une marque de certification est que les produits ou services ont été examinés, testés, inspectés, ou vérifiés d'une façon ou d'une autre, par une personne qui n'est pas leur producteur, et ce conformément aux méthodes définies par le certificateur/propriétaire de la marque.

49. Des renseignements complémentaires concernant la protection des indications géographiques par le biais de l'enregistrement de marques collectives ou de marques de certification figurent dans un document d'information établi par le Bureau international pour le Symposium de l'OMPI sur la protection internationale des indications géographiques qui s'est tenu à Funchal (Madère, Portugal) en octobre 1993 (publication de l'OMPI n° 729), ainsi que dans le document de l'OMPI SCT/8/4.

3. Labels agricoles

50. Il convient également de mentionner un type particulier de marque de certification : le "label agricole". Un label agricole est enregistré tant que marque collective de certification au nom de l'organisme qui en contrôle l'utilisation et certifie qu'un denrée alimentaire ou un produit agricole non alimentaire et non transformé (tel que les semences de céréales) possède un ensemble de caractéristiques spécifiques et un niveau de qualité supérieur à celui de produits similaires. Un label agricole peut être national ou régional, ce dernier renvoyant à

des caractéristiques spécifiques, traditionnelles ou représentatives d'une région. Le label n'est pas réservé aux produits nationaux mais ne peut pas être utilisé pour des produits auxquels a été attribuée une appellation d'origine ou sur certaines catégories de vins (même s'ils ne bénéficient pas d'une appellation d'origine) ²⁸.

B. Systèmes spécifiques pour les indications géographiques et les appellations d'origine

51. Les systèmes de protection des indications géographiques enregistrés et des appellations d'origine protégées présentent de nombreuses similitudes, bien qu'avec certaines différences – quant à l'étendue de la protection et à la procédure applicable – qui dépendent de la législation nationale des pays appliquant ce type de protection. Ainsi, la protection d'une indication géographique enregistrée dépendra d'un enregistrement préalable effectué conformément à une procédure administrative, alors que la protection d'une appellation d'origine découle habituellement des dispositions d'une loi ou d'un décret portant précisément sur cette appellation d'origine.

52. La différence fondamentale entre une indication géographique et une appellation d'origine réside dans le fait que le lien avec le lieu d'origine est plus fort dans le cas de l'appellation d'origine que dans celui de l'indication géographique (voir les paragraphes 7 et 21). Pour le produit bénéficiant d'une appellation d'origine, la qualité ou les caractéristiques résultent de son origine géographique. Dans le cas de l'indication géographique, un seul critère pouvant être attribué à l'origine géographique est suffisant, qu'ils s'agissent d'une qualité, de la réputation ou d'une autre caractéristique. De plus, pour les indications géographiques, contrairement aux appellations d'origine, la production de la matière première et l'élaboration du produit n'ont pas nécessairement lieu en totalité dans l'aire géographique définie.

53. Les systèmes spécifiques de protection des appellations d'origine et des indications géographiques ont en commun le fait que la protection juridique qu'ils confèrent est fondée sur un acte de droit public (loi, décret, arrêté) pris à l'issue d'une procédure administrative à laquelle ont participé des représentants des producteurs concernés et de l'administration publique. Cette procédure permet de donner une définition juridique à des éléments déterminants de l'indication géographique ou appellation d'origine, concernant par exemple le produit qui y est associé, les conditions d'emploi, la délimitation de l'aire de production et les normes de production. Les paramètres juridiques ainsi définis sont ensuite appliqués directement par des organismes gouvernementaux, en vertu du droit civil, pénal ou administratif, lorsqu'ils s'agit de déterminer si une appellation d'origine enregistrée ou une indication géographique reconnue est utilisée sans autorisation ou d'une façon contraire aux modalités d'utilisation prescrites.

²⁸ Pour un complément d'information sur cette institution, voir l'annexe de l'exposé de Mme Marie-Hélène Bienaimé intitulé "La protection des indications géographiques françaises en France et à l'étranger" dans *Symposium sur la protection internationale des indications géographiques*, Funchal (Madère, Portugal), octobre 1993 (publication de l'OMPI n° 729), pages 127 à 135.

54. Un groupement ou une personne physique ou morale peut demander l'enregistrement d'une indication géographique ou la promulgation d'un décret établissant une appellation d'origine. La demande doit indiquer les spécifications du produit, y compris son nom, comprendre une description précisant ses matières premières et ses principales caractéristiques, la définition de l'aire géographique et une description de la méthode utilisée pour obtenir ce produit, et préciser les éléments prouvant le lien de ce produit avec son origine géographique, ainsi que les procédures d'inspection et les conditions d'étiquetage applicables. Le processus de demande comprend généralement une procédure d'opposition. Les produits vendus sous l'indication géographique enregistrée sont par la suite soumis à l'inspection d'une autorité désignée à cet effet. Le coût de l'inspection est à la charge des utilisateurs de l'indication géographique enregistrée.

55. En règle générale, les noms enregistrés sont protégés contre

- a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'un nom géographique pour des produits qui ne sont pas couverts par l'enregistrement, dans la mesure où ces produits sont comparables au produit enregistré sous ce nom ou dans la mesure où l'utilisation d'un nom géographique tire indûment avantage de la réputation d'un nom enregistré;
- b) toute utilisation abusive, imitation ou évocation, même si ce n'est la véritable origine du produit qui est indiquée ou si le nom protégé est employé en traduction ou accompagné d'expressions telles que "style", "type", "méthode", "façon", "imitation" ou autres expressions analogues;
- c) toute autre indication fautive ou trompeuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou des qualités essentielles du produit, sur l'emballage intérieur ou extérieur, ou sur du matériel de publicité ou des documents ayant trait au produit concerné, ainsi que le fait d'emballer le produit dans un contenant susceptible de donner une idée fallacieuse de son origine;
- d) toute autre pratique susceptible d'induire le public en erreur quant à la véritable origine du produit.

56. Les gouvernements qui appliquent ces systèmes peuvent créer des organes de contrôle publics ou privés ayant la capacité de vérifier si le produit et l'utilisation de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine sont conformes au cahier des charges du stade de la production jusqu'au stade final de la commercialisation.

1. Indications géographiques

57. Une indication géographique est généralement constituée par le nom d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui est originaire, et dont la qualité, la réputation ou toute autre caractéristique peut être attribuée essentiellement à son origine géographique. Cela signifie que les produits protégés par ce titre particulier proviennent d'une zone précise et doivent être d'une qualité, réputation ou autre caractéristique spécifique à ce lieu d'origine. Les autorités compétentes peuvent instituer un mécanisme de contrôle pour garantir que les produits satisfont aux critères définis, et les produits sont contrôlés

régulièrement. Seuls ceux qui satisfont aux critères définissent protégés par une indication géographique. Dans certains pays, les indications géographiques sont réservées aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, mais le concept peut être appliqué également à d'autres produits.

2. Appellations d'origine

58. Une appellation d'origine (parfois appelée "désignation d'origine") est généralement constituée par le nom d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui est originaire, et dont la qualité et les caractéristiques sont dues au milieu géographique, comprenant tant les facteurs naturels que les facteurs humains. Cela signifie que les produits protégés par ce titre particulier proviennent d'une zone précise et doivent leur qualité et leurs caractéristiques spécifiques au milieu géographique de leur lieu d'origine. Les autorités compétentes peuvent instituer un mécanisme de contrôle pour garantir que les produits possèdent les qualités définies, et des contrôles de qualité sont effectués régulièrement. Seuls les produits qui respectent les normes définies sont protégés par une appellation d'origine. Initialement, ces appellations ne concernaient que les vins et les spiritueux, mais le concept a été étendu depuis à d'autres produits (tels que les produits laitiers, surtout le fromage et le beurre), à la volaille et aux produits végétaux.

3. Procédure d'enregistrement

i) Autorités concernées

59. Le ministre en charge des indications géographiques, qui examine les demandes du groupement de producteurs et décide si un nom sera enregistré;

- l'organisme national compétent pour les appellations d'origine ou les indications géographiques, qui examine les demandes, communique une opinion préalable au ministre et conseille les autorités compétentes sur les mesures à prendre pour protéger le nom;
- les autorités régionales, composées de représentants de l'administration et de professionnels, qui émettent des opinions sur les demandes de reconnaissance de produits de leur propre région;
- les organismes de certification qui vérifient si les produits sont conformes au cahier des charges et qui doivent notifier toute irrégularité constatée;
- les associations correspondant aux appellations et aux indications géographiques, qui préparent la demande d'enregistrement au nom des producteurs.

ii) Initiative

60. L'initiative de demander l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique peut être prise par des organismes publics ou privés (groupements de producteurs, associations de producteurs). Les producteurs doivent constituer un groupement pour être habilités à demander l'enregistrement. Le groupement de producteurs dépose la demande d'enregistrement auprès de l'organisme compétent, selon les dispositions de la législation applicable. Les producteurs de la région concernée doivent par exemple constituer une association. Ils doivent également, dans un cahier des charges, définir leur produit,

décrire la méthode de production et délimiter l'aire géographique concernée. Il faut également qu'ils fournissent des éléments prouvant le lien entre le produit et l'aire géographique en question. Les groupements demandant l'enregistrement d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique se mettent donc généralement en rapport avec un organisme de certification. Celui-ci doit alors certifier la procédure utilisée pour produire, traiter ou élaborer le produit. Cet organisme certificateur est généralement agréé conformément à des normes nationales ou régionales définissant les critères généraux applicables aux organismes de certification de produits.

iii) Demande

61. Pour qu'un produit puisse être protégé, il doit respecter un cahier des charges précisant notamment son identité (le produit lui-même), sa description – y compris la nature des matières premières et les caractéristiques principales –, son histoire, la description de la méthode utilisée pour l'obtenir, la délimitation de l'aire géographique, les éléments prouvant le lien entre le produit et le lieu ou l'origine géographique, les éléments permettant d'évaluer le caractère traditionnel du produit, des détails sur les structures d'inspection, les conditions d'étiquetage, etc. Seul un groupement de producteurs ou de fabricants s'occupant du même produit agricole est habilité à déposer une demande d'enregistrement auprès de l'autorité compétente.

iv) Cahier des charges

62. Les spécifications du produit (cahier des charges) respectent les normes définies à l'échelon national ou régional (CE). Les produits doivent respecter non seulement les normes horizontales pertinentes mais également le cahier des charges. Ils peuvent donc être soumis à un double contrôle. Ce cahier des charges contient les règles régissant tous les stades du processus de production, les normes de qualité, l'emballage et la commercialisation. L'établissement du cahier des charges pour quelque appellation que ce soit (délimitation géographique, espèces animales et végétales, méthodes de production, etc.) exige non seulement une connaissance approfondie du domaine mais également une volonté des producteurs et de l'ensemble du secteur d'activité, qui doivent unir leurs forces et définir les conditions à remplir pour qu'une appellation soit reconnue comme telle.

v) Inspection

63. Un organisme d'inspection offrant des garanties suffisantes d'objectivité et d'impartialité et disposant du personnel qualifié et des ressources nécessaires pour procéder à des inspections vérifie si le produit satisfait aux critères définis dans le cahier des charges. Cet organisme peut être public ou privé et, en général, il est agréé officiellement par le ministère compétent. Le coût de l'inspection est habituellement à la charge des producteurs. Les autorités de surveillance contrôlent le respect du cahier des charges. Elles prévoient généralement que l'inspection et la certification doivent être effectuées depuis le stade de la production jusqu'à la commercialisation, par un organisme indépendant. Elles retirent son droit au producteur ou au fabricant d'un produit qui ne respecte pas les critères définis pour l'utilisation de l'appellation d'origine ou de l'indication géographique.

vi) Décisions

64. Les décisions d'enregistrements ont généralement été prises par le ministère en charge des indications géographiques, travaillant en collaboration avec le comité national compétent pour les appellations d'origine ou les indications géographiques. Le ministère examine la demande et décide s'il convient ou non d'enregistrer le produit, compte tenu de l'opinion de l'organisme compétent pour les dites appellations ou indications. Les autorités régionales peuvent également donner leur avis. Si la demande est acceptée, elle est publiée dans un bulletin officiel. Une procédure en opposition est alors ouverte pour une période qui peut aller de trois à six mois. Toute personne physique ou morale légitimement concernée par l'enregistrement demandé peut formuler une objection. S'il n'est notifié aucune objection pendant le délai prescrit, l'appellation d'origine ou l'indication géographique est inscrite dans un registre et publiée dans le bulletin officiel.

C. Réglementation juridique des pratiques commerciales

1. Législation relative à la concurrence déloyale

65. L'article 10*bis* de la Convention de Paris exige des États parties 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* ". Cet article figure parmi les provisions de la Convention de Paris qui sont incorporées dans l'Accord sur les ADPIC par le biais de ses articles 2.1 et 2.2.

66. Il est généralement admis que les pratiques commerciales induisant le public en erreur quant à l'origine géographique des produits constituent un acte de concurrence déloyale²⁹. L'utilisation d'une certaine indication géographique pour des produits ou services ne provenant pas de la zone en question peut être trompeuse et, par conséquent, induire les consommateurs en erreur. De plus, cette utilisation peut constituer un abus de confiance envers la personne qui est légitimement habilitée à utiliser l'indication géographique. Il est possible d'engager une action en concurrence déloyale – qui, en fonction de la législation nationale, sera fondée soit sur des dispositions législatives interprétées par des décisions de tribunaux, soit sur le *common law* – afin d'empêcher les concurrents de faire usage de ces pratiques trompeuses au cours d'opérations commerciales. Ainsi, l'on peut dire que les lois relatives à la concurrence déloyale offrent de voies de recours civiles aux commerçants et producteurs lésés par l'utilisation non autorisée d'indications géographiques par des tiers, plutôt qu'elles ne protègent les indications géographiques en tant que telles.

67. À l'échelon national, la protection contre la concurrence déloyale est développée différemment selon les pays. Si les conditions permettant à une action en concurrence déloyale d'aboutir varient d'un pays à l'autre, certains principes fondamentaux, énoncés ci-après, semblent être généralement admis. Pour avoir droit à la protection conférée par les lois sur la concurrence déloyale, une indication géographique doit avoir acquis une certaine réputation, ou estimer des consommateurs. En d'autres termes, les acheteurs potentiels doivent associer l'indication géographique au lieu d'origine des produits ou services. Il faut

²⁹ Voir l'article 4.2)iv) des Dispositions types de l'OMPI sur la protection contre la concurrence déloyale, et l'article 22.2.b) del' Accord sur les ADPIC.

également s'assurer que l'utilisation de l'indication géographique sur des produits ou services ne provient pas de l'aire géographique en question trompeuse, si bien que les consommateurs sont induits en erreur quant au véritable lieu d'origine de ces produits ou services. Dans certaines législations nationales, il faut aussi apporter la preuve du préjudice causé ou risquant vraisemblablement d'être causé par ces pratiques trompeuses. Dans les pays de *common law*, l'action pour substitution frauduleuse (*passing off*) est considérée comme la base en matière de protection contre des concurrents malhonnêtes. Il y a substitution frauduleuse lorsque les produits ou services d'une personne sont présentés comme étant ceux de quelqu'un d'autre. Certains pays de tradition civiliste ont adopté des lois, souvent fondées sur des décisions judiciaires, qui offrent également une protection aux indications géographiques non enregistrées. Néanmoins, toutes ces approches ont un objectif commun, celui de fournir aux intéressés un recours efficace contre les pratiques commerciales malhonnêtes et illicites de leurs concurrents. Dans certains pays, des lois consacrées à la répression de la concurrence déloyale assurent également la protection du consommateur.

68. Si le principe selon lequel l'utilisation trompeuse d'une indication géographique peut donner lieu à une action en concurrence déloyale est généralement admis, l'issue d'une telle action est incertaine. La question de savoir dans quelle mesure l'indication géographique concernée doit avoir acquis une certaine réputation, notamment, peut varier d'un pays à l'autre. Il peut être exigé que l'indication géographique ait été utilisée au cours d'opérations commerciales pendant un certain temps et que les milieux intéressés s'associent effectivement au lieu d'origine des produits et services. Par conséquent, il peut ne pas être possible de recourir à une action en concurrence déloyale lorsqu'on veut protéger contre une utilisation trompeuse par les concurrents une indication géographique dont la réputation n'est pas encore établie sur le marché. De plus, une indication géographique qui n'a pas été utilisée pendant un certain temps peut perdre sa réputation et, par conséquent, ne plus pouvoir être protégée de cette façon. Les indications géographiques qui deviennent des termes génériques dans un pays perdent leur caractère distinctif et ne peuvent donc plus être protégées dans ce pays. Pour protéger une indication géographique en se fondant sur la législation relative à la concurrence déloyale, il faut aussi en général fournir la preuve, dans le cadre de la procédure judiciaire, que le public concerné associe les produits vendus sous une certaine indication géographique à une origine géographique précise ou à certaines qualités. Des questions fondamentales telles que la délimitation de l'aire de production, l'importance de la réputation qui doit être liée à un terme géographique précis, la définition des normes de production et la question du cercle des producteurs ayant le droit d'utiliser une indication géographique donnée sont tranchées par les tribunaux dans le cadre d'actions judiciaires. Du fait que la production 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 caractère distinctif d'une indication géographique donnée doit être établi chaque fois que l'on veut faire valoir des droits sur l'indication géographique en question.

69. En revanche, les difficultés qui peuvent se présenter lorsque les indications géographiques sont protégées par la législation relative à la concurrence déloyale peuvent être contrebalancées par des avantages tels que l'absence de toute procédure d'enregistrement officielle.

2. Règles administratives

70. Les règles administratives régissant les normes d'étiquetage des produits et de sécurité des aliments sont un autre moyen de garantir la loyauté des pratiques commerciales et la protection des consommateurs. En ce qui concerne les indications géographiques, certains

Les systèmes réglementaires n'habilitent pas les bénéficiaires de la réputation collective liée à une indication géographique à tenter une action individuelle aux fins de protéger cette réputation. En revanche, ils prévoient un mécanisme administratif visant à prévenir l'apposition trompeuse d'indications géographiques sur des produits. Toute utilisation trompeuse de ce type intervenant malgré les procédures administratives prescrites donne généralement lieu à des sanctions pénales. La réglementation administrative habilite toutefois un individu à s'opposer à l'utilisation abusive d'une indication géographique à la fois pour une étiquette particulière et pour une catégorie de produits.

71. Lorsque des indications géographiques sont utilisées sur des produits dont la commercialisation fait l'objet d'une procédure administrative d'autorisation, comme c'est le cas pour les vins et spiritueux, cette procédure peut également servir à contrôler l'usage d'indications géographiques apposées sur ces produits.

72. Dans le cas d'une procédure administrative d'autorisation concernant des étiquettes de produit, 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.

[Findudocument]