



# Le système d'Indications géographiques (IG) de l'UE et la portée problématique de la protection des IG

Prof. Dr Guido Westkamp, maîtrise en droit



# Contexte

- Les indications géographiques (IG) comme protection sui generis pour:
  - les produits agricoles (UE, plus faible dans d'autres pays comme les États-Unis)
  - les produits non agricoles (dans certains pays comme l'Inde, font l'objet de discussion dans l'UE)
- Développées localement mais harmonisation internationale des normes de protection requise
- Différentes normes : protection contre la confusion – imitation des produits – évocation de similarité
- Historiquement basée sur de vastes concepts de concurrence déloyale (Convention de Paris de 1883) : confusion concernant l'**origine**
- Autres formes de protection : marques de commerce collectives et de certification, concurrence déloyale, commercialisation trompeuse (Royaume Uni), usurpation

# Régimes de protection : généralités

Par le biais de lois (*sui generis*) sur les indications géographiques.

***Et/ou***

- l'appellation (ou la désignation) du régime d'origine (Traité de Lisbonne)
- le droit des marques de commerce ou dans certains pays influencés par le droit anglais, commercialisation trompeuse en vertu de la Common law– certification/collective
- indirectement par le biais de la loi sur la concurrence déloyale (Convention de Paris).

Dans le cadre de la loi sur la propriété intellectuelle. ***Ou dans les :***

- règles sur la protection des consommateurs relatives aux dénominations commerciales ou à l'étiquetage des produits alimentaires ;
- réglementations et politiques en matière de patrimoine culturel ; ou
- réglementations et politiques en matière de développement rural.

- *Une **indication géographique (IG)** est un nom ou un signe utilisé sur certains produits qui correspond à un emplacement ou une origine géographique spécifique (par exemple: une ville, une région ou un pays)*
- Exemples : riz basmati, montres suisses, jambon de Parme, lames Solingen, etc.

# Indications géographiques

- Importance économique
- Actuellement plus de 640 IG et plus de 4 200 dénominations d'origine pour les vins et les spiritueux enregistrées en Europe
- Exemples : jambon de Parme (coûte en moyenne, plus de deux fois plus cher) ; plus de 30 % pour le fromage et jusqu'à 230 % pour le vin.

# Indications géographiques

- Manque d'efficacité
- Dispositions vagues et incertitude concernant la portée de la protection
- Clivage États-Unis/UE
- L'Accord sur les ADPIC de 1994 comporte une définition (Article 22 (1) ADPIC)

- Conformément aux traités internationaux et aux lois nationales en vertu d'un large éventail de concepts :
  - lois spéciales pour la protection des indications géographiques ou appellations d'origine
  - lois sur les marques de commerce sous la forme de marques collectives ou de marques de certification
  - lois contre la concurrence déloyale
  - lois sur la protection des consommateurs, ou
  - lois ou décrets spécifiques qui reconnaissent les indications géographiques individuelles.

# Types d'IG

- **Appellations d'origine protégées (AOP) :**
  - Caractéristiques provenant exclusivement du territoire et des capacités des producteurs dans la région de production à laquelle ils sont associés. (exigent que toutes les étapes du processus de production d'aliments soient effectuées dans la zone concernée)

# Types d'IG

- **Indication géographique protégée (IGP) :**
  - Caractéristique ou réputation associée à une zone donnée, et au moins une étape du processus de production doit être effectuée dans cette zone, tandis que les matières premières utilisées dans la production peuvent provenir d'une autre région.
  -

# Cadre international

- Normes générales de protection :
  - Convention de Paris : (Article 10 et 10bis : fausses indications concernant l'origine des produits
  - Traité de Madrid : répression des indications fausses ou trompeuses concernant l'origine des produits.

# Justifications de la protection

- Indique la qualité et l'origine des produits
- Garantit la bonne réputation du produit
- Protège le produit contre les génériques
- Protège le marché intérieur contre les concurrents

# Indications géographiques

- Ratio : améliorer la confiance du consommateur concernant l'origine des produits
- Exemples : Bordeaux, Chianti, Cognac, Whisky écossais, ParmilGano, Aachener Printen, Nürnberger Lebkuchen, Solinger Klängen, cigares de la Havane...

# Enregistrement international

- Possibilités limitées :
  - Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (très peu de membres)
  - Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques
  - Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques (enregistrement international de la certification des marques)

# ADPIC de 1994

- **Accord sur les ADPIC** : (1er janvier 1995) : traite de la protection internationale des IG qui font partie du cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC)
  - normes minimales
  - application
  - règlement de litiges
- Articles 22 à 24 : définition – moyens juridiques - invalidation de droit - concurrence déloyale - exceptions.

# ADPIC

- Art 22 (2) : moyens juridiques qui permettent d'empêcher l'utilisation, dans la désignation ou la présentation d'un produit, de tout moyen qui indique ou suggère que le produit en question est originaire d'une région géographique AUTRE QUE le véritable lieu d'origine d'une manière qui INDUIT le public en erreur quant à l'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE

# ADPIC

- Art 22 (2) (b)
- Toute utilisation qui constitue un acte de concurrence déloyale au sens de l'Article 10bis de la Convention de Paris (1967)
- Art 22 (3) : un Membre refusera ou invalidera l'enregistrement d'une marque de fabrique ou de commerce qui contient une indication géographique ou est constituée par une telle indication pour des produits qui ne sont pas originaires du territoire indiqué, si l'utilisation de cette indication dans la marque de fabrique ou de commerce pour de tels produits dans ce Membre est de nature à induire le public en erreur quant au véritable lieu d'origine.

# Indications géographiques

- Vins et spiritueux seulement, Art 23 des ADPIC
- Une protection plus étendue
- Pas nécessaire de prouver le danger de confusion
- Pas « d'issue de secours » comme pour le « Champagne australien » ou le « style champenois » etc.
- Par conséquent : Art 22 : le demandeur doit démontrer que les consommateurs sont induits en erreur ou que cette utilisation constitue un acte de concurrence déloyale

# Indications géographiques

- Exceptions relevant de l'Art 24 (4)-24(6)
- Termes génériques (comme le thé ceylon ; le thé darjeeling...)
- Clause des droits acquis (protection établie non touchée en cas d'utilisation depuis plus de 10 ans avant la mise en œuvre ou de bonne foi)

# Indications géographiques

- Autres limitations substantielles :
- Pas de protection pour les services
- Pas de dispositions concernant la coexistence pour toute utilisation dans plus d'un pays, limité au territoire d'une seule juridiction
- Définition vague et ouverte
- Incertitudes concernant les noms des pays (montres suisses ; whisky irlandais)

# Indications géographiques

- Position typique : augmentation de l'utilisation d'une désignation après la colonisation dans d'autres pays (comme l'utilisation de désignations françaises pour le vin aux États-Unis, en Australie ; utilisation générique d'anciennes désignations allemandes aux États-Unis (Frankfurtois...))
- Meilleure protection des zones agricoles dans l'UE, meilleure allocation des valeurs entre pays d'origine et pays producteurs, meilleure position pour les pays en développement, bien-être général.

# Le régime de l'UE

- UE :
  - Vins et spiritueux
  - Autres produits agricoles (trois types) :
    - Communiquer les qualités du produit et les attributs agricoles, ce qui garantit ainsi une rémunération juste et favorise le développement rural et améliore en sus l'intégration du marché
  - Produits non agricoles ?
- Système d'enregistrement (base de données DOOR) et suivi assuré par les autorités nationales compétentes

# Le régime de l'UE



De façon générale, trois types :

- **Appellation d'origine protégée – AOP** : couvre les produits agricoles et denrées alimentaires qui sont produit(e)s, transformé(e)s et préparé(e)s dans une zone géographique donnée avec un savoir-faire reconnu.
- **Indication géographique protégée – IGP** : couvre les produits agricoles et denrées alimentaires étroitement liés à la zone géographique, dans laquelle se déroule au moins une des étapes de leur production, transformation ou préparation.
- **Spécialité traditionnelle garantie – STG** : met en valeur le caractère traditionnel d'un produit, soit en termes de composition, soit en terme de moyen de production.

# AOP

## Protection maximale :

- une appellation d'origine protégée désigne le nom d'une zone, d'un lieu spécifique ou dans des cas exceptionnels, le nom d'un pays, utilisé comme désignation pour un produit agricole ou une denrée alimentaire
- qui provient de cette zone, ce lieu ou ce pays,
- dont la **qualité est ou les propriétés sont significativement ou exclusivement déterminée(s) par l'environnement géographique, notamment les facteurs naturels et humains,**
- dont la production, la transformation et la préparation ont lieu dans la zone géographique déterminée,
- le produit doit être traditionnellement et entièrement manufacturé (préparé, transformé *et* fabriqué) dans la région spécifique et **en raison du fait que ces facteurs ont acquis des propriétés uniques.**

# IGP

Protection solide :

- L'IG protégée désigne le **nom** d'une zone, d'un lieu spécifique ou, dans des cas exceptionnels, le nom d'un pays, utilisé comme désignation d'un produit agricole ou d'une denrée alimentaire
- qui provient de cette zone, ce lieu ou ce pays,
- qui détient une **qualité, une survaleur spécifique ou une propriété caractéristique, attribuable à son origine géographique** ,
- au moins l'une des étapes de la production, la transformation ou la préparation a lieu dans la zone
- le produit tout entier doit être traditionnellement et, au moins partiellement, fabriqué (préparé, transformé *ou* produit) dans la région spécifique et acquérir de ce fait des propriétés uniques.

# Indications géographiques

- Protection dans l'UE
  - Règlement sur la marque communautaire – Art 64 (2) permet la protection comme marques collectives
  - Reg. 1493/1999 sur les vins
  - Reg. 1567/1999 sur les spiritueux
  - Reg. 510/2006 pour les produits agricoles et les denrées alimentaires (désormais le Règlement du Conseil (CE) N°1151/2012 du 21 novembre 2012 *sur les systèmes de qualité des produits agricoles et denrées alimentaires*)

# Indications géographiques de l'UE

- Les demandes concernant un nom d'un État membre de l'UE peuvent être soumises à la Commission de l'UE.
- Toutes les dispositions concernant la réciprocité entre les États membres ont été abrogées.
- Opportunité pour les États membres d'enregistrer des IG, plus des IG de pays tiers où des traités existent.
- La procédure d'invalidation peut être initiée par les États membres, les pays tiers ainsi que les personnes physiques et morales.

# Définitions de base

- (1) « systèmes de qualité » : s'entend des systèmes mis en place en vertu des titres II, III et IV ;
- (2) « groupement » : s'entend de toute association, quelle qu'en soit la forme juridique, principalement composée de producteurs ou de transformateurs travaillant avec le même produit ;
- (3) « traditionnel » : renvoie à l'utilisation avérée sur le marché intérieur pendant une période permettant une transmission entre plusieurs générations ; cette période doit être d'au moins 30 ans ;
- (4) « étiquetage » : renvoie à tout(e) mention, information, marque de commerce, nom commercial, image ou symbole se rapportant à une denrée alimentaire et apposé(e) sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, bague ou collerette accompagnant ou se référant à cette denrée alimentaire ;

- (5) « spécificités » : renvoie, en ce qui concerne un produit, aux attributs de production caractéristiques qui permettent de distinguer clairement un produit d'autres produits similaires de la même catégorie ;
- (6) « mentions génériques » : renvoie aux dénominations de produits qui, bien que se rapportant au lieu, à la région ou au pays où le produit a été initialement fabriqué ou commercialisé, sont devenues la dénomination courante d'un produit dans l'Union ;
- (7) « étape de production » : renvoie à la production, la transformation ou la préparation ;
- (8) « produits transformés » : renvoie aux denrées alimentaires résultant de la transformation de produits non transformés. Les produits transformés peuvent contenir des substances qui sont nécessaires à leur fabrication ou pour leur conférer des caractéristiques spécifiques.

# Signification de l'origine : jambon de Parme

Doit être découpé en tranches et conditionné dans la région.

Consorzio del Prosciutto di Parma & Salumificio S. Rita SpA v. Asda Stores Ltd & Hygrade Foods Ltd, ECI, Case C-108/01, 20 Mai 2003



# Spécialité traditionnelle garantie (STG)

- Le système de qualité STG vise à fournir un régime de protection pour les denrées alimentaires traditionnelles de caractéristique spécifique. Se différenciant de l'AOP et de l'IGP, ce **régime de qualité ne certifie pas que la denrée alimentaire protégée a un lien avec une zone géographique spécifique**.
- L'aliment doit être de « caractéristique spécifique »
- → soit sa matière première, sa méthode de production, soit sa transformation doit être « traditionnelle ». En vertu de l'Art. 3 du Règlement 1151/12 : « **propriétés de production caractéristiques qui permettent de distinguer clairement un produit d'autres produits similaires de la même catégorie** ».
- « traditionnelle » est définie comme « **utilisation avérée sur le marché intérieur pendant une période permettant une transmission entre générations ; cette période doit être d'au moins 30 ans** ».
- Pour que le nom d'un aliment soit enregistrable en vertu du système STG, il doit a) avoir été utilisé traditionnellement pour désigner le produit spécifique ; ou b) identifier la caractéristique traditionnelle ou la caractéristique spécifique du produit.
- Une STG crée un droit exclusif sur la dénomination du produit enregistrée. Par conséquent, la dénomination de produit enregistrée ne peut être utilisée que par les producteurs qui se conforment à la méthode de production et aux spécifications du produit.
- « La fonction juridique d'une STG est de certifier qu'un produit agricole donné possède objectivement les caractéristiques spécifiques qui le distinguent de tous les autres produits de sa catégorie, et que ses matières premières, sa composition ou sa méthode de production ont/a été prouvée(s) pendant 30 ans au moins. Ainsi, les dénominations des aliments entrant dans la catégorie des STG sont des signes de marque enregistrés ayant une fonction distinctive.

# Portée de la protection

Les dénominations enregistrées sont protégées contre :

- (a) toute utilisation commerciale directe ou indirecte d'une dénomination enregistrée à l'égard des produits non couverts par l'enregistrement, lorsque ces produits sont **comparables** à ceux enregistrés sous cette dénomination ou lorsque cette utilisation permet de profiter de la **réputation** de la dénomination protégée, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ;
- (b) toute **usurpation**, **imitation** ou **évocation**, même si l'origine véritable des produits ou des services est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite ou accompagnée d'une expression telle que « style », « type », « méthode », « produit dans », « imitation », ou toute autre, y compris quand ces produits sont utilisés en tant qu'ingrédients ;
- (c) toute autre **indication fausse** ou **frauduleuse** quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités essentielles du produit qui figure sur le conditionnement intérieur ou extérieur, les supports publicitaires ou documents relatifs au produit concerné, ainsi que concernant le conditionnement du produit dans un récipient de nature à donner une fausse impression sur l'origine du produit ;
- (d) toute autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit.

Lorsqu'une appellation d'origine protégée ou une indication géographique protégée contient en elle-même le nom d'un produit considéré comme générique, l'utilisation de ce nom générique ne doit pas être considérée comme contraire aux points a) ou b) du premier alinéa.

- 2. Les appellations d'origine protégées et les indications géographiques protégées ne peuvent devenir génériques.
- 3. Les États membres prennent des mesures administratives ou judiciaires appropriées pour prévenir ou arrêter l'utilisation illégale des appellations d'origine protégées et indications géographiques protégées, telles que visées au paragraphe 1 qui sont produites ou commercialisées sur leur territoire.
- À cette fin, les États membres désignent, conformément aux procédures que chaque État membre a établies, les autorités chargées de prendre ces mesures.
- Ces autorités offrent des garanties adéquates d'objectivité et d'impartialité et disposent du personnel qualifié et des ressources nécessaires à l'exercice de leurs fonctions.

# Évocation ?

- Il convient de noter un problème tenant au chevauchement avec la loi sur les marques de fabrique et la raison de la protection
- Évocation : doit être jugé par le consommateur moyen ?

# Évocation

## Parmesan/ParmalGano

- L'usage de la dénomination « Parmesan » doit être qualifiée d'évocation de l'appellation d'origine protégée « ParmilGano ReglGano » au sens de l'Article 13(1)(b) du Règlement No 2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine pour les produits agricoles et les denrées alimentaires, qui protège les dénominations enregistrées, notamment, contre toute usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination protégée est traduite.
- Il existe une similarité phonétique et visuelle entre les dénominations « Parmesan » et « ParmilGano ReglGano » et, ce, dans une situation où les produits en cause sont des fromages durs, râpés ou destinés à être râpés, c'est-à-dire, présentant une apparence analogue. Par ailleurs, indépendamment de la question de savoir si la dénomination « Parmesan » est ou non une traduction exacte de l'appellation d'origine protégée de « ParmilGano ReglGano », ou du terme « ParmilGano ReglGano », la proximité conceptuelle entre ces deux termes relevant de langues différentes doit également être prise en compte. Une telle proximité ainsi que lesdites similitudes phonétiques et visuelles sont de nature à amener le consommateur à avoir à l'esprit le fromage bénéficiant de l'appellation d'origine protégée « ParmilGano ReglGano », lorsqu'il se trouve en présence d'un fromage à pâte dure, râpé ou destiné à l'être, revêtu de la dénomination « Parmesan » .

# Évocation

- CJUE (Verlados vs Calvados, Affaire C-75/15, Jugement du 21 janvier 2016, ECLI:EU:C:2016:35.) : renvoie à une situation dans laquelle la dénomination litigieuse intègre une partie d'une appellation protégée, de sorte que « lorsque le **consommateur est confronté à l'appellation du produit l'image suscitée dans son esprit est celle du produit dont l'appellation est protégée** » *qui est raisonnablement bien informé et raisonnablement attentif et circonspect* ».
- le concept de « *consommateur moyen* » désigne les consommateurs européens en général, et pas simplement les consommateurs de l'État membre dans lequel le produit litigieux est fabriqué.



# Évocation

- Premièrement et deuxièmement, le début de la désignation « *Verlados* » correspond à la fois au nom du village finlandais « *Verla* » (bien connu par les Finlandais) et le nom de la société Viiniverla (qui fabrique le produit concerné) ;
- troisièmement, Verlados est un produit local fabriqué et vendu en quantité limitée ; et
- quatrièmement, les termes « *Verlados* » et « *Calvados* » n'ont seulement qu'une syllabe en commun et/ ou seules les quatre dernières lettres de chacun de ces mots sont identiques.
- Il peut exister une « évocation » même si la véritable origine du produit est indiquée (dans ce cas, indirectement le village de Verla). En d'autres mots, le fait que la véritable origine du produit soit indiquée (dans son nom ou sur l'étiquette) ne permet pas d'éviter la menace d'évocation du nom « Calvados ».

# Limites de la protection :

## IG génériques

- Pas d'IG où une protection de marque de commerce n'existe
- Pas de protection pour les IG génériques
- *« Dans le cadre de l'appréciation du caractère générique d'une dénomination, il convient en application de l'article 3, paragraphe 1, du règlement n°2081/92 relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires, de prendre en compte les lieux de production du produit concerné existant tant à l'intérieur de l'État membre qui a obtenu l'enregistrement de la dénomination en cause, la consommation de ce produit et la manière dont est perçue cette dénomination par les consommateurs à l'intérieur et à l'extérieur dudit État membre, l'existence d'une législation nationale particulière concernant ledit produit ainsi que la façon dont ladite dénomination a été utilisée en droit communautaire ».*

# Générique ?

- Fromage Feta produit en Grèce (85 % de la consommation mais seulement 30 % du marché d'exportation dans l'UE (1996))
- L'Allemagne, le Danemark et d'autres affirment que Feta est générique ; CJUE approuve (2005)
- Le Comité scientifique conclut qu'il ne l'est pas (AOP rétablie en 2006)
- Que la plupart des consommateurs dans ces autres États membres de l'UE n'ont en fait pas consommé une quantité significative de fromage Feta
- Commission : (1) presque tous les emballages destinés à l'exportation à partir d'autres pays font allusion à la Grèce ; Association avec la Grèce ; souvent produits avec du fromage de vache (confirmé par la CJUE)
- Mais pas de protection contre les produits Feta produits en dehors de l'UE (certains accords bilatéraux suivis (Canada, Corée du Sud))

# Accord de libre échange entre l' UE, la Colombie et le Pérou

- Art 196(5) : la protection des IG doit être garantie
- Arts 207-208 :
  - 1. À l'issue de la procédure d'opposition menée aux critères énoncés à l'annexe II et après avoir examiné les indications géographiques de l'Union européenne énumérées à l'annexe 1 de l'annexe XIII (Listes des indications géographiques) qui ont été enregistrées par la Partie de l'UE, les pays signataires andins protégeront ces indications géographiques conformément au niveau de protection énoncé dans la présente Section.
  - 2. À l'issue d'une procédure d'opposition et après avoir examiné indications géographiques d'un pays signataire Andean énuméré à l'annexe 1 de l'annexe XIII (Listes des indications géographiques) qui sont enregistrées par ce pays signataire Andean, la Partie de l'UE protégera celui-ci conformément au niveau de protection énoncé dans la présente Section.



IP4GROWTH

- Art. 209 : Ajout de nouvelles indications géographiques
- Art. 210 : Portée de la protection des indications géographiques
- 1. Les indications géographiques d'une Partie énumérées à l'annexe 1 de l'annexe XIII (Listes des indications géographiques), ainsi que celles ajoutées en vertu de l'Article 209, doivent être protégées par une autre Partie au moins contre :
  - (a) tout usage commercial de cette indication géographique protégée :
    - i) pour les produits identiques ou analogues non conformes à la spécification du produit de l'indication géographique ; ou
    - ii) dans la mesure où cet usage exploite la réputation de l'indication géographique ;
  - (b) tout autre usage non autorisé des indications géographiques autres que ceux identifiant les vins, les vins aromatisés ou les boissons spiritueuses qui suscite une confusion, notamment même dans les cas où la dénomination est accompagnée par des indications comme le style, le type, l'imitation et autres similarités qui créent une confusion chez le consommateur ; sans préjudice du présent sous paragraphe, si une Partie amende sa législation en vue de protéger les indications géographiques autres que celles identifiant les vins, les vins aromatisés et les boissons spiritueuses à un niveau plus élevé que la protection fournie dans le présent Accord, cette Partie doit étendre cette protection aux indications géographiques énumérées en annexe 1 de l'annexe XIII (Listes des indications géographiques) ;



ochgeladen von mario\_wiegen  
www.ciap.de



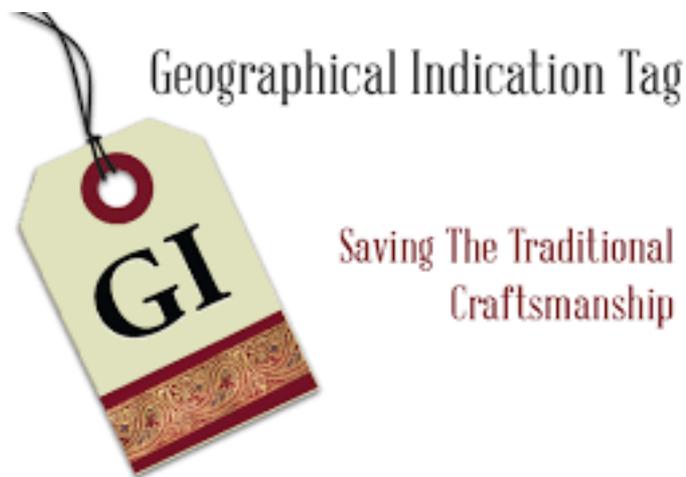
# IG et marques de commerce

- Protection complémentaire et alternative
- Protection de marque de commerce pour les IG (marque de certification ; marques collectives)
- Différences :
  - pas d'allocation de droits à une Partie
  - monopole du contrôle sur les marques de commerce
    - biens publics collectifs
  - droit de propriété, fonction de la marque de commerce pour indiquer l'origine permettant la différenciation
  - concurrence déloyale

- Marques collectives
- Marque de certification
- Problèmes concernant la portée de la protection et le chevauchement

# Au-delà de l'agriculture

- L'UE examine l'extension aux produits non-agricoles (par exemple les produits artisanaux...)
- C'est le cas par exemple, en Inde :



# Chevauchement avec la protection des droits d'auteur / dessins ?

