

# ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

IP/C/W/308/Rev.1

2 octobre 2001

(01-4694)

Conseil des aspects des droits de propriété  
intellectuelle qui touchent au commerce

Original: anglais

**COMMUNICATION DU BANGLADESH, DE LA BULGARIE, DE CUBA, DE LA  
GÉORGIE, DE LA HONGRIE, DE L'INDE, DE L'ISLANDE, DE LA JAMAÏQUE,  
DU KENYA, DU LIECHTENSTEIN, DE LA MOLDOVA, DU NIGERIA, DU  
PAKISTAN, DE LA RÉPUBLIQUE KIRGHIZE, DE LA RÉPUBLIQUE  
TCHÈQUE, DE LA SLOVÉNIE, DE SRI LANKA,  
DE LA SUISSE ET DE LA TURQUIE**

Révision

Par une communication datée du 14 septembre 2001, la Mission permanente de la Suisse a fait parvenir au Secrétariat le texte ci-après en demandant qu'il fasse l'objet d'une distribution non restreinte en tant que document du Conseil. Depuis lors, le Bangladesh et la Jamaïque ont demandé que leurs délégations figurent aussi au nombre des coauteurs.

**TRAVAUX SUR LES QUESTIONS RELATIVES À LA PROTECTION  
DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES**

**EXTENSION DE LA PROTECTION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES  
POUR LES VINS ET LES SPIRITUEUX AUX INDICATIONS  
GÉOGRAPHIQUES POUR D'AUTRES PRODUITS**

**I. INTRODUCTION**

1. Dans leur communication distribuée sous la cote IP/C/W/289, l'Argentine, l'Australie, le Canada, le Chili, les États-Unis, le Guatemala, la Nouvelle-Zélande et le Paraguay présentent leurs vues sur l'extension de la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux aux indications géographiques pour d'autres produits. Ils mentionnent les conséquences qui pourraient découler selon eux de cette extension.

2. Le document IP/C/W/289 soulève en particulier trois points sur lesquels les auteurs de la présente communication souhaiteraient répondre, à savoir:

- coûts qui pourraient résulter pour les Membres de l'extension de la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux à d'autres produits;
- effets potentiels sur le consommateur; et
- effets potentiels sur le commerce.

3. La présente communication tend à montrer que les préoccupations exprimées dans le document IP/C/W/289 ne sont pas fondées et que les arguments invoqués contre une extension de la protection ne sont pas valables. Il est important de démontrer et de répéter que cette extension profiterait à tous les Membres et consommateurs ainsi qu'à l'ensemble des échanges commerciaux.

## II. COÛTS POTENTIELS DE L'EXTENSION DE LA PROTECTION

4. Les Membres coauteurs de la communication distribuée sous la cote IP/C/W/289 estiment que l'extension de la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux aux indications géographiques pour d'autres produits nécessiterait la mise en place de mécanismes administratifs nouveaux, entraînant des coûts pour les Membres qui n'offrent pas déjà une protection additionnelle pour des produits autres que les vins ou les spiritueux. Selon eux, cette charge financière et administrative annulerait l'avantage que présenterait une protection plus efficace des indications géographiques pour d'autres produits, au même niveau que celle qui est prévue pour les vins et les spiritueux.

5. Ce raisonnement est difficile à suivre. En vertu de l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC, les Membres (à l'exception des pays les moins avancés Membres conformément aux dispositions de l'article 66:1 de l'Accord), qu'ils soient ou non producteurs de vins et de spiritueux, sont déjà tenus d'accorder une protection additionnelle aux indications géographiques pour les vins et les spiritueux et ils doivent protéger les indications géographiques pour d'autres produits au titre de l'article 22. Par conséquent, une extension de la protection ne nécessiterait la mise en place d'aucun mécanisme ou système nouveau; il s'agirait simplement d'étendre le niveau de protection exigé par l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC pour les indications géographiques concernant les vins et spiritueux aux indications géographiques concernant d'autres produits. Ainsi, comme c'est le cas dans d'autres secteurs de la propriété intellectuelle tels que les brevets, les marques ou le droit d'auteur, l'Accord sur les ADPIC offrirait une solution plus cohérente et transparente pour protéger les indications géographiques.

6. En vertu de l'article 1:1 de l'Accord sur les ADPIC, les Membres sont libres de déterminer la méthode appropriée pour mettre en œuvre les obligations découlant de l'Accord, dans le cadre de leurs propres systèmes et pratiques juridiques. Par conséquent, le système ou mécanisme de protection choisi par les Membres pour mettre en œuvre l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC concernant les indications géographiques pour les vins et les spiritueux pourrait être également utilisé pour accorder la protection prévue à l'article 23 aux indications géographiques pour d'autres produits. Certains Membres ont peut-être choisi d'établir un registre national des indications géographiques pour accorder la protection prévue à l'article 23. Cela peut se révéler un moyen efficace de mettre en œuvre les obligations découlant de l'article 23 et faciliter la protection, mais cela n'est en aucun cas la seule option ou une condition préalable.

7. Le document IP/C/W/289, lui-même, confirme (paragraphe 5, page 6), qu'"[a]u titre de l'article 23, les gouvernements des Membres ne sont pas directement tenus d'assurer eux-mêmes la protection des indications géographiques, mais simplement de veiller à ce que des moyens juridiques soient prévus à cet effet. Par conséquent, même dans le cadre de cet article, les producteurs qui souhaiteraient faire protéger une indication géographique déterminée [...] feraient [...] jouer les mécanismes juridiques et/ou administratifs prévus".

8. À cet égard, il est utile de rappeler la différence fondamentale entre la protection prévue à l'article 22 et celle exigée par l'article 23. Contrairement à l'article 22, l'article 23 n'exige pas, pour empêcher l'utilisation d'une indication géographique pour un produit originaire d'un lieu différent de la région indiquée, l'établissement de la preuve que cette utilisation est trompeuse ou constitue un acte de concurrence déloyale. De plus, il interdit d'accompagner l'indication d'expressions telles que

"style", "type", "genre", "imitation" ou autres, et une protection est également prévue lorsque l'indication est utilisée sous une forme traduite.

9. Étendre cette protection n'entraînerait donc pas la création d'un mécanisme nouveau, mais signifierait simplement qu'une indication géographique ne pourrait être utilisée que pour des produits réellement originaires du lieu indiqué par l'indication géographique. Cela signifierait que la légalité de l'utilisation d'une indication géographique ne serait plus appréciée en fonction du critère supplémentaire de l'utilisation trompeuse ou constituant un acte de concurrence déloyale. La question serait réglée sur la base de critères objectifs, prévisibles (consistant à savoir si l'indication géographique est utilisée de façon correcte ou incorrecte, c'est-à-dire si le produit est réellement originaire du lieu indiqué par l'indication géographique utilisée pour ce produit) et applicables de la même façon aux indications géographiques pour tous les produits.

10. S'en remettre au consommateur (dénommé "le public" dans l'Accord) pour déterminer si l'utilisation d'une indication géographique est trompeuse ou constitue un acte de concurrence déloyale et faire dépendre la protection de la réponse à cette question ne permet pas d'assurer la protection adéquate et effective d'un droit de propriété intellectuelle. Faire de l'opinion publique le critère déterminant de l'octroi de la protection aboutit à une protection imprévisible et incertaine selon le moment et le lieu. Cela peut donner lieu à des décisions arbitraires. Il peut être remédié à cette incertitude et à ce manque de transparence en étendant la protection offerte par l'article 23 aux indications géographiques pour les vins et les spiritueux aux indications géographiques pour d'autres produits.

11. En ce qui concerne les coûts, il est important de souligner qu'en cas d'extension de la protection, ceux qui sont habilités à engager des poursuites lorsqu'une indication géographique est employée abusivement, n'auraient plus à établir la preuve juridique - une démarche longue et coûteuse - que, du fait de l'utilisation de l'indication géographique, le public est réellement induit en erreur quant à la véritable origine du produit ou que cette utilisation constitue un acte de concurrence déloyale. Comme c'est le cas à l'heure actuelle pour les indications géographiques pour les vins et les spiritueux, les autorités auraient simplement à vérifier si le produit est réellement originaire du lieu indiqué par l'indication géographique. Cela simplifierait nettement les procédures visant à assurer la protection des indications géographiques et allègerait la charge de travail des autorités judiciaires et administratives tout en faisant baisser les coûts de la protection des indications géographiques contre leur emploi abusif en général. De ce fait, les coûts que pourrait entraîner l'extension de la protection seraient largement compensés.

### **III. INCIDENCES POTENTIELLES DE L'EXTENSION POUR LE CONSOMMATEUR**

12. Les auteurs du document IP/C/W/289 font valoir que l'extension risque d'augmenter les coûts de recherche et de transaction en raison de la confusion engendrée pour le consommateur par la nécessité de modifier la désignation et l'étiquetage des produits et par la disparition des termes utilisés de façon usuelle pour désigner les produits.

13. Ce raisonnement est vicié. Les indications géographiques servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique. Elles visent donc à aider le consommateur à identifier la véritable origine du produit qu'il veut acheter et à éviter les situations dans lesquelles le consommateur est induit en erreur quant à la véritable origine géographique ou aux caractéristiques du produit.

14. Grâce à l'extension de la protection additionnelle prévue par l'article 23:1 de l'Accord sur les ADPIC aux indications géographiques pour des produits autres que les vins et les spiritueux et à

l'interdiction de l'emploi abusif d'indications géographiques utilisées en traduction ou accompagnées d'expressions telles que "genre", "type", "style", "imitation" ou autres, le consommateur est en mesure de déterminer rapidement et clairement si le produit qu'il veut acheter est bien originaire du territoire indiqué par l'indication géographique et que ce produit aura réellement les qualités, la réputation et les autres caractéristiques pouvant être attribuées essentiellement à son origine géographique. Le consommateur ne sera plus influencé dans son choix par l'utilisation d'indications géographiques suivies de la mention d'un lieu de production différent pour des produits qui profitent sans contrepartie de la réputation d'une indication géographique et des efforts et succès de ceux à qui l'indication géographique doit sa réputation. Le consommateur a le droit de faire son choix sur la base d'indications correctes et distinctives. L'utilisation d'indications telles que "riz de Caroline, produit en Inde" devrait être aussi illicite que "vin de Napa Valley produit en Bulgarie". Grâce à l'extension de la protection conférée par l'article 23:1 aux indications géographiques pour des produits autres que les vins et spiritueux, l'utilisation de ces mentions rectificatives ne serait plus autorisée, ce qui éviterait de semer la confusion dans l'esprit du consommateur.

15. La crainte exprimée dans le document IP/C/W/289 que l'extension puisse entraîner le réétiquetage obligatoire des produits, voire la disparition des termes utilisés de façon usuelle pour désigner les produits, engendrant de ce fait la confusion dans l'esprit du consommateur, n'est pas fondée. Selon les exceptions prévues à l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC, les indications qui ont été utilisées de bonne foi et de manière usuelle pendant un certain temps et pour des produits spécifiques ne devront pas nécessairement être abandonnées. Si la protection était étendue, les marchés ne seraient pas fermés à ces produits et ils ne devraient pas nécessairement être réétiquetés.

16. Ces exceptions prouvent que l'Accord sur les ADPIC prévoit une certaine flexibilité, tient compte des intérêts des différentes parties ayant un intérêt à la protection des indications géographiques et offre des solutions équilibrées pour l'extension de la protection.

17. Sauf dans les cas relevant des exceptions prévues à l'article 24, il semble tout à fait légitime de mettre un terme à l'utilisation d'indications géographiques qui ne correspondent pas à la véritable origine d'un produit. Cela empêcherait certains producteurs de profiter sans contrepartie de la réputation acquise par d'autres et protégerait les indications géographiques du risque de devenir des termes génériques. Toute autre argumentation est difficile à comprendre et on peut se demander si les opposants à l'extension l'invoqueraient en ce qui concerne d'autres sections de l'Accord sur les ADPIC et d'autres secteurs de la propriété intellectuelle.

18. L'une des raisons majeures invoquées en faveur d'une extension de la protection est la volonté d'empêcher qu'un plus grand nombre d'indications géographiques deviennent des termes génériques par leur usage en traduction ou par l'utilisation d'une mention rectificative ou mention d'un lieu de production différent pour des produits qui ne sont pas originaires du lieu indiqué par l'indication géographique employée ou ne possèdent pas les particularités et les qualités propres à cette origine. Dans le document IP/C/W/289, il est soutenu qu'une telle utilisation et l'imitation loyale d'un produit ont souvent pour effet d'augmenter la valeur intrinsèque d'une indication géographique ou du véritable produit. Ce raisonnement doit être rejeté. Là encore, une telle argumentation, appliquée à d'autres domaines de la propriété intellectuelle, semble mener sur une pente dangereuse. Il n'y a pas d'argument valable expliquant pourquoi il devrait en être autrement pour les indications géographiques. L'exemple du fromage "feta", cité dans le document IP/C/W/289, peut servir à illustrer le risque potentiel pour une indication géographique célèbre de devenir un terme générique si elle est largement utilisée avec la mention d'un lieu de production différent.

#### **IV. EFFETS POTENTIELS DE L'EXTENSION SUR LE COMMERCE**

19. Dans le document IP/C/W/289, il est souligné que l'extension et la protection renforcée des indications géographiques qui en résulterait pourraient avoir des incidences défavorables sur le

commerce. L'argument avancé est que certaines industries, en particulier celles dans lesquelles l'utilisation d'indications géographiques revêt une importance particulière comme les industries du lait et des produits alimentaires transformés, ne pourraient pas bénéficier des débouchés commerciaux lucratifs offerts par les marchés nouveaux et émergents qui seraient fermés à leurs produits, ou qu'elles devraient faire face aux coûts de modification de la désignation ou de l'étiquetage de leurs produits.

20. Comme il a déjà été indiqué, l'article 24 de l'Accord sur les ADPIC prévoit des exceptions qui tiennent dûment compte de la nécessité de trouver un équilibre entre les intérêts des différentes parties pour qui la protection des indications géographiques est importante. Toutefois, l'utilisation d'une indication géographique pour des produits qui ne sont pas originaires du lieu indiqué et qui ne relèvent pas de l'une des exceptions prévues à l'article 24 devrait être interdite. Sinon, cela encourage les actes consistant à tirer profit d'une indication géographique sans contrepartie.

21. Les indications géographiques sont une forme de propriété intellectuelle comme les brevets, les marques ou les titres de droit d'auteur et il est légitime d'empêcher leur emploi abusif. La raison d'être du système des droits de propriété intellectuelle est de protéger cette propriété de manière effective et d'empêcher que des tiers en profitent sans contrepartie, l'usurpent ou l'utilisent abusivement.

22. De même, l'objection selon laquelle la protection des indications géographiques restreindrait le commerce pourrait s'appliquer à d'autres droits de propriété intellectuelle. La question est simplement de savoir de quel commerce il s'agit et s'il n'est pas légitime de restreindre des échanges qui bénéficient sans contrepartie des efforts consentis par d'autres et de leurs succès?

23. Les produits de qualité ou les produits possédant des caractéristiques distinctives et recherchées réussiront toujours à se faire un nom et à percer sur le marché. Mais leur réputation devrait reposer sur les qualités intrinsèques qu'ils tirent de leur origine géographique exacte et ne devrait pas bénéficier sans contrepartie des succès d'autrui.

24. La crainte que les indications géographiques puissent devenir un instrument protectionniste servant à restreindre le commerce, que ce soit dans l'agriculture ou dans tout autre secteur, est sans fondement. Les dispositions de l'Accord de l'OMC ont été établies pour empêcher que cela se produise. Si la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux est étendue à d'autres produits, les marchandises continueront à circuler librement, les producteurs et les consommateurs ayant l'assurance que l'indication géographique mentionnée sur un produit correspond bien au lieu d'origine du produit.

## **V. CONCLUSION**

25. Le présent document vise à répondre aux principales préoccupations et questions formulées dans le document IP/C/W/289 au sujet d'une extension de la protection:

- Le coût de l'extension, si tant est qu'il y en ait un, serait largement compensé par les avantages découlant d'une protection renforcée des indications géographiques dans les échanges mondiaux.
- L'extension n'exige pas l'établissement d'un nouveau régime de protection juridique ou administratif, tel qu'un registre, mais simplement un élargissement de la portée de la protection que les Membres sont déjà tenus, en vertu de l'article 23 de l'Accord sur les ADPIC, d'accorder aux indications géographiques pour les vins et les spiritueux, en vue d'englober d'autres produits. Le facteur coût ne constitue donc pas un argument valable contre l'extension.

- L'extension facilite la protection et le respect des indications géographiques puisqu'il ne serait plus nécessaire d'établir le critère de l'utilisation trompeuse et/ou la preuve de l'existence d'un acte de concurrence déloyale. Un simple examen visant à déterminer si le produit est réellement originaire du lieu indiqué par l'indication géographique utilisée pour ce produit suffirait, comme dans le cas des vins et des spiritueux. Par conséquent, l'extension de la protection engendre une réduction des coûts pour les autorités judiciaires et administratives de même que pour ceux qui sont habilités à utiliser une indication géographique et qui souhaitent exercer leur droit d'empêcher les abus.
- L'extension n'a pas pour objet de profiter aux Membres possédant un grand nombre d'indications géographiques aux dépens des Membres qui en ont peu. Elle vise à mettre sur un pied d'égalité toutes les indications géographiques dans le cadre de l'Accord sur les ADPIC, permettant à tous les Membres et à leurs produits de bénéficier de la protection additionnelle qui est plus efficace.
- L'extension empêcherait que d'autres indications géographiques deviennent des termes génériques suite à leur utilisation abusive en traduction ou à leur emploi avec la mention d'un lieu de production différent. Eu égard aux exceptions prévues à l'article 24, l'extension est particulièrement intéressante et bénéfique pour les Membres qui commencent à utiliser leurs indications géographiques dans l'intention d'en faire un futur outil de commercialisation pour leurs produits.
- Les raisons pour lesquelles la protection actuellement conférée aux indications géographiques pour des produits autres que les vins et spiritueux est insuffisante, les raisons pour lesquelles la protection additionnelle est plus efficace et les avantages que les Membres pourraient tirer de l'extension sont exposés en détail dans le document IP/C/W/247/Rev.1.

26. Pour conclure, il est rappelé que l'extension de la protection des indications géographiques pour les vins et les spiritueux aux indications géographiques pour d'autres produits profiterait à tous les Membres. Elle revêt une importance particulière pour les Membres compte tenu de l'intensification des échanges internationaux. Les efforts consentis pour établir la réputation d'une indication géographique et les qualités intrinsèques du produit visé méritent d'être efficacement protégés. L'extension peut offrir aux Membres et à leurs produits de nouvelles perspectives sur un marché mondial concurrentiel, qui vont au-delà des seules économies d'échelle. Plus le libre-échange s'étendra, plus la protection des indications géographiques prendra de l'importance.

---