

Berne, 15 août 2006

OMC – Une meilleure protection des indications géographiques grâce à l’extension de la protection de l’article 23 ADPIC à tous les produits

1. Qu’est-ce qu’une indication géographique

Une indication géographique (ou appellation d’origine contrôlée, AOC) est un nom de lieu ou une référence à un lieu utilisé comme signe d’identification sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités ou une réputation due à cette origine.

Les indications géographiques (IGs) sont des droits de propriété intellectuelle. Comme les marques ou les noms commerciaux, elles servent à identifier des produits sur les marchés. Bien utilisées et protégées, elles peuvent devenir un outil de marketing fort intéressant car elles permettent de véhiculer de nombreuses informations du producteur au consommateur.

La variété des produits identifiés par les IGs est illimitée et tous les pays peuvent avoir de tels produits.

QUELQUES EXEMPLES D’INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES:

“Gruyère”, “Sbrinz”, “Tête de Moine” (Suisse), “Roquefort” (France) pour des fromages; “Basmati” pour du riz (Inde et Pakistan); “Ulmo” pour du miel (Chili); “Phu Quoc” pour de la sauce de poisson (Vietnam); “Antigua” (Guatemala) ou “Mocha” (Yemen) pour du café; “Ceylon” (Sri Lanka) ou “Long Jin” (China) pour du thé, “Champagne” (France) ou “Cava” (Espagne) pour des vins mousseux; “Napa Valley” (USA), “Coonawara” (Australie), “Fendant” (Suisse) pour des vins; “Havana” pour des cigares (Cuba); “St.-Gall” pour des broderies (Suisse); “Bukhara” (Ouzbékistan) ou “Hereke” (Turquie) pour des tapis; “Talavera” (Mexique) ou “Arita” (Japon) pour des céramiques; “Genève” ou “Suisse” pour les montres (Suisse), etc.

2. Quel est l’intérêt des indications géographiques ?

Les indications géographiques jouent un rôle important pour les producteurs et les consommateurs. Elles contribuent en outre au développement durable de certaines régions.

L’indication géographique (IG) donne aux producteurs de la région désignée le droit exclusif d’utiliser ce signe. De ce fait, ils peuvent empêcher toute utilisation incorrecte, usurpation ou imitation de l’IG sur des produits ne provenant pas de la région désignée ou ne respectant les qualités prescrites par l’IG.

Les indications géographiques garantissent en outre que le consommateur n’est pas induit en erreur par des indications trompeuses.

Ancrées dans des territoires particuliers, les IGs contribuent bien souvent à la dynamique socio-économique de nombreuses régions du monde. Elles créent des emplois, contribuent à la régulation du marché et favorisent la diversification de la production. Elles permettent par ailleurs de préserver des ressources naturelles, de conserver un patrimoine culturel souvent ancestral.

De par sa contribution au développement durable, l'IG est en outre un outil intéressant pour les producteurs des pays industrialisés et des pays en développement. Elle leur permet d'offrir sur les marchés globalisés des produits différenciés et identifiables grâce à leur origine géographique.

3. Quelle protection est assurée aux indications géographiques sur le plan international ?

L'Accord sur les ADPIC (Accord TRIPS) de l'OMC constitue à l'heure actuelle le principal instrument international pour la protection des indications géographiques. N'assurant toutefois pas la même protection pour tous les produits, cet accord crée un déséquilibre injustifié qu'il convient de supprimer.

A l'heure actuelle, il existe divers accords internationaux qui réglementent la protection des IGs¹. De par ses dispositions et le nombre de ses Etats membres (149), l'Accord de l'OMC sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC) de 1994 constitue le principal instrument international pour la protection et la défense des IGs. L'Accord se contente toutefois d'assurer une protection efficace des IGs seulement pour les vins et les spiritueux, les autres produits ne bénéficiant à l'heure actuelle que d'une protection minimale. Ainsi l'emploi de désignations telles que «*Geneva Watch, made in Argentina*» ou «*Fromage de type L'Etivaz, produit au Mexique*» ou «*Ceylon tea, produit en Malaisie*» est toléré au motif que ces dénominations ne sont pas trompeuses, la véritable origine du produit étant indiquée. L'Accord sur les ADPIC permet par contre d'interdire l'utilisation des mentions «*Tequila espagnole*» ou «*vin rouge de type Fendant, produit en Algérie*». Une discrimination évidente existe donc pour les producteurs de riz, de café, de fromage et les fabricants de tapis ou de montres.

LA PROTECTION CONFÉRÉE PAR L'ACCORD SUR LES ADPIC

L'Accord sur les ADPIC présente l'inconvénient majeur de prévoir **deux niveaux de protection** pour les IGs:

- **une protection générale de base** (article 22) pour les IGs de tous les produits contre les utilisations incorrectes créant une tromperie du public ou constituant un acte de concurrence déloyale, et
- **une protection additionnelle** (article 23) uniquement pour les IGs des vins et des spiritueux. Cette protection est plus efficace dans la mesure où elle interdit l'utilisation incorrecte d'une IG indépendamment de tout risque de tromperie du public ou de tout acte de concurrence déloyale, même dans les cas où la véritable origine du produit serait clairement indiquée.

4. Pourquoi la protection internationale actuelle est-elle insuffisante ?

La protection conférée par l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et les spiritueux autorise des usages préjudiciables à la fois aux producteurs légitimes qui se voient dépouillés sans contrepartie des résultats de leurs investissements et aux consommateurs trompés sur l'origine et les caractéristiques des produits achetés.

L'utilisation abusive d'une indication géographique est autorisée par l'Accord sur les ADPIC pour les produits autres que les vins et les spiritueux (p. ex. «*fromage type Sbrinz produit en Australie*» ou «*American Basmati*»), celle-ci est préjudiciable à la fois aux producteurs légitimes et aux consommateurs:

- **Les producteurs** se voient dépouillés sans contrepartie des résultats des investissements qu'ils ont consentis pour développer et imposer sur le marché leurs produits identifiés par une indication géographique. Ils perdent ainsi bien souvent des parts de marché et se voient

¹ Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883); Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits (1891); Convention de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958).

contraints de baisser leurs prix de vente. En outre, il est porté atteinte à la réputation de leurs produits d'origine.

- **Les consommateurs** sont trompés parce qu'ils sont amenés à croire qu'ils achètent un produit authentique présentant des qualités et des caractéristiques bien précises, alors qu'il n'acquiert en fait qu'une imitation de moindre valeur originaire d'une autre région du monde.

5. Comment remédier à cette protection insuffisante ?

Dans le cadre du cycle de négociations en cours à l'OMC une amélioration de la protection internationale des IGs pourrait être obtenue par l'extension à tous les produits de la protection dont bénéficient les vins et les spiritueux et l'établissement d'un registre pour tous les produits.

L'extension permettrait de faire cesser le déséquilibre qui existe actuellement dans l'Accord sur les ADPIC, d'accorder une protection identique à tous les producteurs et de leur assurer une protection efficace.

- **Les producteurs** de riz ou de café, les fabricants de porcelaines ou de dentelles seraient au bénéfice d'une protection efficace pour leur IG. Ils pourraient ainsi faire cesser de manière plus rapide et efficace des utilisations abusives comme «*fromage type Sbrinz, produit en Argentine*» ou «*Ceylon tea produit en Malaisie*». Ils pourraient plus facilement accéder à de nouveaux marchés et profiter pleinement des résultats des investissements faits dans le développement et la commercialisation de leurs produits identifiés par une indication géographique.
- **Les consommateurs** seraient mieux protégés. Ils ne seraient plus amenés à croire qu'ils achètent un produit authentique présentant des qualités et des caractéristiques bien précises, alors qu'il s'agit en vérité uniquement d'une imitation de valeur inférieure.
- Une protection plus efficace des IGs aurait en outre des effets positifs sur le **développement durable de certaines régions**: maintien des populations dans des régions décentralisées ou défavorisées; sauvegarde du paysage; préservation de la biodiversité; diversité de la production; maintien de méthodes traditionnelles de production; développement d'activités économiques annexes (p. ex. tourisme). Des questions qui préoccupent de près de nombreux pays en développement, mais aussi des pays industrialisés comme la Suisse.

L'établissement d'un registre multilatéral constituera un outil complémentaire fort utile pour la défense concrète des IGs.

Un registre au niveau international permettrait à tous les acteurs économiques de connaître les IGs protégées. En outre, l'inscription d'une IG dans le registre facilitera les actions en justice des producteurs légitimes face aux usurpateurs.

6. Quel est le rôle de la Suisse et des autres membres de l'OMC dans les négociations du Cycle de Doha ?

Convaincue des avantages que les producteurs et les fabricants tant suisses que de pays en développement pourront tirer d'une meilleure protection des IGs sur le plan international, la Suisse s'engage activement dans les négociations OMC du Cycle de Doha, aux côtés de l'ensemble des pays de l'UE ainsi que de nombreux pays en développement pour une amélioration de la protection des IGs.

Les produits suisses véhiculent à travers le monde une image de qualité et de savoir faire. Il suffit de penser au chocolat, aux fromages ou aux montres suisses. Ces produits sont connus et appréciés sur l'ensemble de la planète. C'est pour assurer une meilleure défense de ces produits sur la scène internationale et profiter au mieux des avantages qui découlent d'une protection efficace des IGs que, depuis des années, la Suisse, avec plus d'une cinquantaine d'autres pays membres de l'OMC, parmi lesquels de nombreux pays en développement (notamment le Bangladesh, Cuba, la Guinée, l'Inde, la Jamaïque, le Kenya, Madagascar, le Maroc, le Pakistan, le Sri Lanka, la Thaïlande) et depuis 2001 également avec les Communautés européennes et leurs Etats membres, s'engage activement pour obtenir l'extension de la protection de l'article 23 ADPIC à tous les produits.

Les grands pays exportateurs de produits agricoles comme les USA, le Canada, l'Australie, l'Argentine et le Chili s'opposent à cette demande.

La question de l'amélioration de la protection des IGs au niveau international n'est donc pas une problématique Nord-Sud.

Il n'y a pas de raison logique, juridique, économique ou commerciale pour accorder aux IGs des produits autres que les vins et les spiritueux uniquement une protection de deuxième ordre. Une meilleure protection des IGs par l'**extension** et l'établissement d'un **registre pour tous les produits** entraîneront des retombées positives sur le commerce et les investissements en particulier pour tous les pays en développement et industrialisés qui dépendent de l'exportation. La Suisse est convaincue qu'une protection renforcée des IGs pour tous les produits constituera un progrès majeur pour tous les pays membres de l'OMC car chaque pays a des produits qui ont des qualités particulières dues à leur origine géographique.

La Suisse œuvre donc pour que l'ensemble des autres pays membres de l'OMC saisisse l'occasion que présente le Cycle de Doha pour créer un nouvel équilibre dans l'Accord sur les ADPIC en ce qui concerne la protection des IGs. L'inclusion des IGs dans les résultats finaux des négociations du Cycle de Doha est un élément indispensable pour assurer une libéralisation équitable du commerce.

Pour plus d'information : <http://www.ige.ch/F/jurinfo/j110110.shtm>

Personnes de contact : Felix Addor
Membre de la Direction
Institut Fédéral de la
Propriété Intellectuelle
tél. 031/322 48 02
e-mail : felix.addor@ipi.ch

Alexandra Grazioli
Conseillère juridique
Institut Fédéral de la
Propriété Intellectuelle
tél. 031/323 27 20
e-mail : alexandra.grazioli@ipi.ch