

6.5. La protection des indications géographiques

Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'origine géographique des produits et aux caractéristiques spécifiques qui y sont liées. Dans certains cas, le lien entre le lieu d'origine et la qualité et/ou la réputation d'un produit est fort. Les producteurs peuvent utiliser ce moyen de se différencier de leurs concurrents. L'indication géographique, protégeable par le droit de la propriété intellectuelle, est un outil important pour leur permettre de communiquer sur ces différences.

Qu'est-ce qu'une indication géographique (IG)?

Il s'agit d'un signe utilisé pour identifier un produit en provenance d'un lieu spécifique - une région, un village, un pays... - et dont les qualités et/ou à la réputation sont attribuables à cette origine. C'est le cas du Champagne, du Roquefort, du Chianti, du Cognac ou du jambon de Parme. Il s'agit de bien plus qu'une indication de provenance, qui donne au consommateur un renseignement de base. Une IG ne représente pas seulement un produit, mais un territoire, une culture et une tradition de qualité, alors que la mention « made in ») informe simplement le consommateur de la source géographique d'un produit, sans référence à sa qualité.

Plus de 9000 IG sont actuellement reconnues dans le monde.

Les IG sont souvent des noms de lieu, mais dans certains cas, des dénominations non géographiques peuvent être protégées si elles sont liées à une région en particulier. C'est le cas par exemple du fromage Feta, étroitement lié à la Grèce et très largement identifié comme produit grec.

Les marques portant sur un nom géographique

En principe, les noms géographiques ne sont pas enregistrables en tant que marques. En effet, une marque est un signe qui permet de distinguer les produits ou services d'une entreprise donnée et qui indique donc une origine commerciale. Dans certains cas cependant, un nom géographique acquiert par l'usage un caractère distinctif de sorte qu'il identifie un produit ou service particulier; dans ce cas, il est enregistrable comme marque mais il n'est plus alors disponible pour être utilisé comme indication d'origine. Par contre, si l'IG a été enregistrée, elle bénéficie d'une protection absolue et ne peut plus être déposée comme marque. La législation gère les conflits qui pourraient survenir entre les deux modes de protection.

Plus proches de l'IG et potentiellement complémentaires, les marques collectives et les marques de certification (ou de garantie) sont déposées par un groupement, qui a pour but soit l'intérêt général, commercial, industriel ou agricole, soit l'intérêt particulier de ses membres.

La marque collective appartient à des personnes morales ou à des associations, qui l'utilisent par l'intermédiaire de leurs membres pour qu'on identifie leurs produits aux normes de qualité et autres fixées par le groupement. Ce groupement peut être constitué de membres de la région concernée. Elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de la marque.

La marque de certification ou de garantie s'applique aux produits qui répondent à une série de critères précisés dans un règlement quant à sa nature, à ses propriétés ou ses qualités et qui a été certifié par une «autorité». L'origine géographique de la production peut être un des critères.

La protection sui generis des IG

Des lois d'application générales relatives aux pratiques commerciales, celles qui protègent le consommateur ou qui traquent à la concurrence déloyale, de même que la protection des marques de certification ou des marques collectives s'appliquent déjà aux produits en provenance d'une région particulière, mais des systèmes spécifiques (dits sui generis) ont été développés pour la protection des indications géographiques.

Celle-ci est obtenue par l'acquisition d'un droit sur le nom qui constitue l'indication géographique.

Ces systèmes ont l'avantage sur les marques de certification ou les marques collectives de ne pas être limités à une période de validité et de ne pas nécessiter de renouvellement de l'enregistrement.

Par contre, les IG sont soumises, comme les autres droits de propriété intellectuelle, au principe de territorialité. Lorsqu'un droit sur une IG est obtenu dans une juridiction, il est protégé là, mais pas ailleurs, et les législations nationales peuvent différer.

Il existe cependant des accords internationaux pour étendre une protection obtenue dans le pays d'origine à d'autres pays.

Les IG ne confèrent pas de droits individuels: le droit exclusif de les utiliser appartient à tous les producteurs dans la zone géographique concernée pour autant qu'ils se conforment aux conditions de production spécifiques au produit.

Des IG pour quels produits?

Les indications géographiques sont utilisées pour des produits agricoles ou alimentaires, des vins et spiritueux, des produits de l'artisanat et l'industrie.

Jusqu'ici, l'Union européenne cependant exclut de la protection IG les produits industriels non agricoles, mais certains pays disposent d'instruments juridiques spécifiques.

Fin 2015, le Parlement européen a adopté une résolution sur la possible extension de la protection des IG pour les produits non agricoles. La porte est donc ouverte pour la mise en place d'un système communautaire élargi, mais il reste à l'harmoniser avec les législations existantes.

Les types d'IG

Pour protéger les désignations des produits agricoles et denrées alimentaires de qualité, l'Union européenne a prévu deux types d'indications géographiques: l'appellation d'origine protégée (AOP) et l'indication géographique protégée (IGP).

Les appellations d'origine protégées (AOP) impliquent un lien plus étroit avec le lieu d'origine: la qualité ou les caractéristiques du produit sont dues exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, en ce compris les facteurs naturels et les facteurs humains. Le produit est fabriqué, transformé et préparé dans une zone géographique spécifique, avec le savoir-faire des producteurs locaux et les ingrédients de la région concernée. Il doit se conformer à un ensemble précis de spécifications et peut porter le logo AOP. On citera en exemple le «Beurre d'Ardenne» ou le «Fromage de Herve».

Les indications géographiques protégées (IGP) permettent d'identifier des produits dont la qualité ou la réputation sont liés à la région où ils sont produits, transformés ou préparés,

Ces trois opérations ne doivent pas avoir lieu nécessairement toutes dans l'aire géographique concernée: les matières premières, par exemple, peuvent provenir d'une autre région. Les produits IGP doivent adhérer à un cahier des charges précis et le logo IGP peut y être apposé. On prendra comme exemple le «pâté gaumais» ou le «Jambon d'Ardenne».

La législation européenne prévoit toutefois une exception pour les IGP de produits viticoles. Au moins 85 % des raisins utilisés pour leur production doivent provenir exclusivement de la zone géographique concernée et les 15 % restants doivent provenir du même État membre de l'UE.

Le label STG, «Spécialité Traditionnelle Garantie» couvre des produits alimentaires et agricoles sans lien avec une aire géographique. La reconnaissance est fondée sur les caractéristiques intrinsèques par lesquelles le produit se distingue des autres produits similaires et acquiert une spécificité. Il doit être fabriqué à partir de matières premières traditionnelles et/ou par des techniques de production traditionnelles.

Enregistrement

Pour que les producteurs d'un produit concerné par une IG puissent bénéficier de l'exclusivité d'utilisation, il faut enregistrer la dénomination. La procédure d'enregistrement en Europe consiste en une demande déposée par un groupement de producteurs auprès des autorités nationales/régionales, avec un cahier des charges qui explicite les conditions sous lesquelles l'IG peut être utilisée (la région géographique, le mode de production, la qualité du produit, ...).

Après étude du dossier, ces autorités attribuent une protection transitoire. Le dossier est envoyé à la CE qui procède aux vérifications au niveau EU et publie l'avis de reconnaissance dans le Journal Officiel. Les tiers ont la possibilité de s'y opposer.

Tous les producteurs de la région qui répondent au cahier des charges ont le droit d'utiliser l'IG.

Rechercher une IG

Avant de déposer une marque comportant un nom géographique ou de l'utiliser, il est prudent de vérifier si ce nom n'est pas protégé en tant que IG. Une recherche s'impose dans les bases de données européennes DOOR («Database Of Origin & Registration») pour les produits agricoles et des denrées alimentaires, E-BACCHUS pour les vins, E-SPIRITSDRINKS pour les alcools et Aromatisez Wines. Le contrôle est plus compliqué pour les produits non agricoles: le demandeur doit effectuer une vérification dans les 28 juridictions de l'UE. Au niveau international, l'OMPI propose une base de données d'appellations d'origine sous le nom de Lisbon Express.

Pourquoi protéger les IG?

Les indications géographiques constituent des actifs immatériels précieux parce qu'elles conduisent à une valeur ajoutée pour le produit et à un avantage compétitif par rapport à la concurrence. Elles peuvent renforcer une marque et sont un atout à l'exportation.

La protection d'une indication géographique permet aux titulaires du droit de prendre des mesures au civil comme au pénal contre ceux qui l'utilisent sans autorisation. C'est un outil efficace contre la contrefaçon notamment au niveau des autorités douanières.

C'est aussi un moyen de prévenir l'enregistrement de l'indication en tant que marque par un tiers et de limiter le risque de banalisation du nom.

Vu la relation complexe entre les marques et les indications géographiques et leur réglementation, vu aussi le manque d'harmonisation des règles internationales, il est essentiel de faire appel à un professionnel de la propriété intellectuelle lors de la mise sur le marché de produits portant des noms géographiques.

AIHE Revue nr. 207 octobre-novembre 2016