

A light green world map is centered in the background of the slide. The map shows the outlines of continents and countries. A vertical blue bar is on the left side of the slide.

Aspects internationaux des indications géographiques

**Voyage d'étude d'une délégation du
Royaume du Maroc et de la Tunisie
sur les IG**

Paris, 9 décembre 2009

David Thual

Conseiller d'origine pour les affaires européennes et internationales

Plan de mon intervention

- Le cadre juridique international
- La protection des indications géographiques dans l'UE
- Les négociations en cours au niveau international
- La stratégie d'origine pour obtenir une amélioration de la protection des IG au niveau international
- Quelques résultats
- Perspectives



Le cadre juridique international de protection des IG

Protection internationale des indications géographiques

- 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)
- Arrangement de Lisbonne pour la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958)
- Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (1995) - OMC

Convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle (1883)

- 169 Parties contractantes
- Les **indications de provenance** ou les **appellations d'origine** sont concernées par la protection (Art. 1.2)
- Principe du **traitement national** pour les ressortissants des pays de l'Union (Art 2)
- Protection en cas **d'utilisation directe ou indirecte** d'une indication fautive concernant la provenance d'un produit : saisies (Art 9 et 10)
- Concurrence déloyale (Art 10 bis et 10 ter)

Arrangement de Madrid concernant la répression des indications de provenance fausses ou fallacieuses sur les produits (1891)

- 34 Parties contractantes - 6 articles
- 1er accord donnant des règles spécifiques pour la répression des IP fausses ou fallacieuses
- Vise tout produit dont l'indication fausse ou fallacieuse serait directement ou indirectement indiquée comme lieu d'origine (Art 1 et 2)
- Saisies à l'importation, interdiction d'importation
- Une portée limitée

Arrangement de Lisbonne concernant la protection des appellations d'origine et leur enregistrement international (1958)

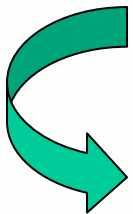
- 26 pays qui sont parties contractantes
- 1^{ere} definition de “l'appellation d'origine” (Art 2)
- Protection accordée aux AO des produits:
 - reconnues et protégées “à ce titre” dans le pays d'origine
 - enregistrées auprès de l'OMPI
- 835 enregistrements (766 valides)

Lisbonne : Contenu de la protection

- Contre toute usurpation ou imitation
- Même si l'origine véritable du produit est indiquée
- Même si l'AO est employée en traduction ou accompagnée d'expressions telles que « genre », « type », « façon », « imitation ».
- Aucune limitation dans le temps
- Impossibilité pour la dénomination de devenir générique dans les pays membres

Une protection limitée...

- Nombre réduit d'Etats membres
- Champ d'application: AO et non IG
- Possibilité de refuser la protection des AO



Mais portée de l'enregistrement international en terme de protection

Accord ADPIC de l'OMC - 1995



- 153 Membres
- Section 3 (Art. 22 à 24)
- Définition des IG
- Champ de la protection : trois niveaux

A light green world map is visible in the background of the slide. The map shows the outlines of continents and countries. The title 'Article 22 ADPIC' is centered over the map in a large blue font.

Article 22 ADPIC

- Définition de l'IG
- Niveau de protection minimum pour tous les produits (à l'exception des vins et spiritueux)
- Protection contre la tromperie et la concurrence déloyale
- IG homonymes

Article 23 ADPIC : Protection additionnelle des IG pour les vins et spiritueux

- Protection supérieure pour les vins et spiritueux
- Interdiction de l'usage des délocalisants + type, genre, etc.
- Obligation de refuser ou d'invalider une marque contenant une IG
- IG homonymes: « coexistence » sous certaines conditions: différenciation; intérêt des producteurs et consommateurs
- Négociations: système multilatéral de notification et d'enregistrement des IG pour les vins

Article 24 ADPIC : Exceptions

- « Grand-fathering clause » : usage d'une IG pendant 10 ans avant la date de signature de l'accord de l'OMC (15.04.94) ou usage de bonne foi avant cette date
- Coexistence avec des marques antérieures avant la date d'application des ADPIC ou avant que l'IG ne soit protégée dans son pays d'origine
- Génériques, cépages
- Protection dans le pays d'origine

A world map in a light olive green color, showing the outlines of continents and countries. The map is centered on the Atlantic Ocean. A dark blue vertical bar is on the left side of the slide.

La protection des IG dans l'UE

2 concepts: AOP et IGP

- **L'AOP** désigne la dénomination d'un produit dont la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté.
 - **L'IGP** indique le lien avec le territoire dans au moins un des stades de la production, de la transformation ou de l'élaboration.
- = Dans le premier cas, le lien avec le territoire est plus fort*

3 registres communautaires pour les IG

- Un registre pour les vins: règlement 479/2008 et règlement d'application 607/2009
- Un registre pour les spiritueux: règlement 110/2008
- Un registre pour les autres produits agricoles et les denrées alimentaires: règlement (510/2006 et règlement d'application 1898/2006

Comment enregistrer une IG dans l'UE?

- Définir le produit conformément à un cahier des charges précis.
- Prévoir un système de contrôle du respect du cahier de charges par une autorité publique ou un organisme de certification accrédité EN 45011 (à partir du 1^{er} mai 2010)
- Sont exclues : les dénominations devenues génériques, un nom en conflit avec le nom d'une variété végétale ou d'une race animale, une dénomination homonyme sous certaines conditions

Les étapes de la procédure d'enregistrement

- Producteur de l'UE => demande par le biais de l'organisme national compétent.
- Producteur hors UE => demande peut être déposée directement auprès de la Commission européenne
- Examen de recevabilité par la Commission européenne puis publication de la demande
- Oppositions éventuelles
- Décision finale de la Commission européenne publiée au Journal officiel

La prise en compte de l'évolution de l'IG

- Possible modification du cahier des charges
 - Soit modification mineure: procédure simple
 - Soit modification majeure: procédure complète (sur le modèle de celle de l'enregistrement)
- Possible annulation de l'IG
 - Soit à la demande du groupement de producteur
 - Soit à l'initiative de la Commission européenne qui considère que les conditions du cahier des charges ne sont plus assurées

Les bénéfices liés à l'enregistrement: la protection

- Protection « ex officio » dans les 27 Etats membres de l'UE contre toute:
 - usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si la dénomination est traduite ou accompagnée d'une expression telle que "genre", "type", etc
 - autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités substantielles du produit figurant sur le conditionnement ou l'emballage, sur la publicité ou sur des documents afférents au produit concerné;
 - autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit;
 - utilisation commerciale d'une dénomination enregistrée pour des produits non couverts par l'enregistrement s'ils sont comparables à ceux enregistrés ou si cette utilisation permet de profiter de la réputation de la dénomination protégée

Comparaison entre protection ADPIC et UE

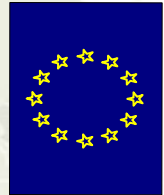
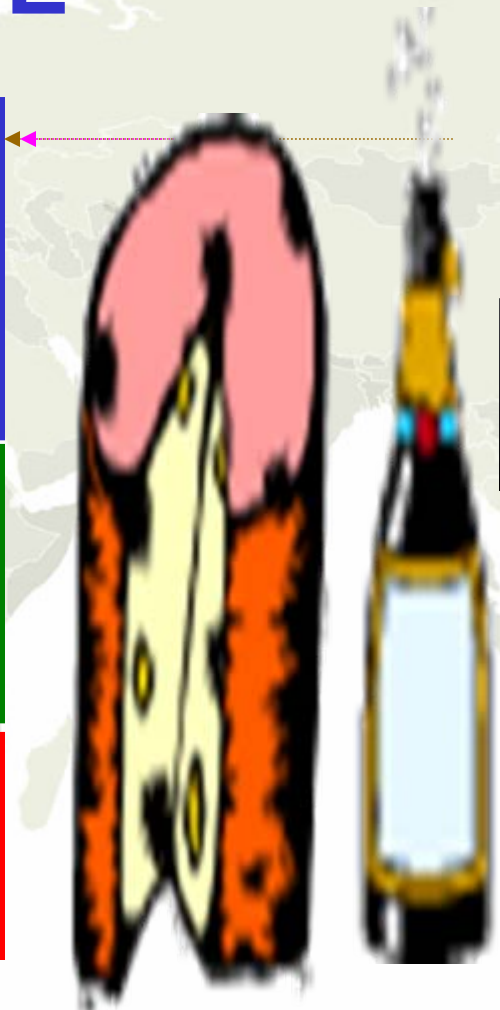
TRIPS



Protection totale
(interdit toute évocation même en ce qui concerne la forme
ex: "tetilla")

Protection limitée
(interdit "style Champagne" et traduction "Parmezan")

Concurrence déloyale
(permet Roquefort d'Australie)



European Union

Les bénéfices liés à l'enregistrement: la promotion



- L'enregistrement des IG au niveau européen permet aux produits de pouvoir apposer un des deux logos IGP ou AOP.
- Ces logos offrent une garantie d'authenticité aux consommateurs
- Les produits européens sont éligibles à des financements communautaires pour mener des campagnes de promotion

Le chantier de la réforme de la politique de l'UE sur les IG

- Octobre 2008: publication d'un Livre Vert sur la politique de qualité de l'UE => vaste consultation publique
- Mai 2009: publication d'une Communication sur ce thème qui est en discussion au sein du Parlement européen et du Conseil des Ministres
- Propositions législatives attendues pour fin 2010



Les négociations sur la protection des IG au niveau international

Les négociations à l'OMC: peu d'avancées

Négociations du cycle de Doha lancées en 2001

- Négociations sur la mise en place d'un système multilatéral de notification et d'enregistrement « Registre » destiné à faciliter la protection des IG pour les vins et spiritueux (mise en œuvre de l'accord ADPIC et fait partie du « Single Undertaking »)
- Etendre la protection renforcée des vins et spiritueux aux autres produits (déclaration d'intention à Doha mais opposition sur la portée de cette déclaration :
 - pour les pro-IG : l'extension fait partie du Single Undertaking
 - pour les anti-IG : simple élément de discussion sans obligation de résultat)

Révision de l'arrangement de Lisbonne

- Consultation en cours sur la possibilité de:
 - Faciliter les notifications
 - D'autoriser des refus partiels de protection
- Processus complexe qui n'a pas reçu un grand soutien des différents acteurs du débat

La négociation d'accords bilatéraux entre UE et pays tiers

- A ce jour, seulement des accords sur la protection des IG vins et spiritueux avec Australie, Chili, Afrique du Sud, Canada, Suisse et USA
- Nouvelle stratégie : négociations d'accords bilatéraux couvrant toutes les IG :
 - Précédent de l'accord UE-Corée du Sud (principe de la liste restreinte)
 - Négociations avec la Suisse, avec le Maroc
 - Négociations avec pays voisins de la Russie
- Résultats mitigés car les difficultés sont loin d'être résolues: Ex: « semi-génériques » aux USA

A light green world map with country borders is visible in the background. A dark blue vertical bar is on the left side of the slide.

Quelle stratégie pour les
producteurs d'IG?

Données du problème

- Division entre les producteurs européens d'IG :
 - vins et spiritueux pour le registre
 - autres produits pour l'extension
- Opposition ferme des Etats-Unis et d'autres pays dont Argentine, Australie, Canada, Chili, Nouvelle-Zélande
 - Opposition totale sur le volet de l'extension
 - Opposition à des effets juridiques trop contraignants sur le registre multilatéral IG vins et spiritueux
- Naissance d'un groupe d'Etats « amis des IG » à l'OMC
- UE : principal avocat de l'amélioration de la protection mais accusée par les opposants de vouloir notamment :
 - Protéger ses produits
 - Imposer son système sui generis alors que le système des marques est plus favorable (first in time, first in right)
 - Obliger les pays tiers à se doter d'un système coûteux de protection qui ne sera pas abordable pour les pays en développement

Choix

- Multilatéral (OMC)?
 - Plurilatéral (OMPI)?
 - Et/ou bilatéral?
-
- Demande de protection de tous les produits ou de quelques produits seulement?



La stratégie d'oriGIn

Présentation d'oriGIn

Organisation for an International Geographical Indications' Network

- Un réseau international des producteurs d'IG créé en 2003
- Près de 150 organisations de producteurs
- Plus de deux millions de producteurs de produits traditionnels représentés !
- 40 pays (Afrique, Asie, Amérique latine et du Nord, Europe de l'Ouest et de l'Est)

La structure d'oriGIn

<u>Président</u> Ramon Gonzalez Figueroa <i>Mexique</i>		<u>Secrétaire</u> <u>Général:</u> Massimo Vittori		
Vice-Pdts		Vice-Pdts		
<u>Afrique</u> Zoubida Charrouf <i>Maroc</i> Mr. Bernard Gichovi <i>Kenya</i>	<u>Asie</u> Mr. K Subodh Kumar <i>Inde</i> Zheng Weihua <i>China</i>	<u>Amériques</u> Mrs. Elizabeth Barham <i>USA</i> Adargelio Garrido de la Grana <i>Cuba</i> Mr. José Moquillaza <i>Peru</i>	<u>Europe de</u> <u>l'Est</u> Tomislav Galovic <i>Croatie</i>	<u>Europe de</u> <u>l'Ouest</u> Leo Bertozzi <i>Italie</i> José Enrique Garrigos <i>Espagne</i>

Objectif : même protection renforcée pour tous les produits - Cadre OMC

- Décision d'un noyau dur d'IG européennes non vins et spiritueux de faire du lobby pour obtenir un traitement identique de toutes les IG = obtenir l'extension de la protection et un registre ouvert à tous les produits
- Choix du multilatéralisme : négociations OMC permettent de faire des concessions + effets du règlement des différends

Stratégie

- Promouvoir une approche « grass root » : mobiliser les producteurs à travers le monde pour qu'ils comprennent l'intérêt de l'IG et en fassent la promotion auprès de leurs décideurs politiques
- Mettre en avant les pays en développement pour démontrer que l'IG n'est pas un outil de protection des intérêts européens mais un outil de développement importants pour tous les pays
- Créer une ONG capable de faire entendre la voix des producteurs d'IG et de promouvoir le concept à travers le monde

Objectifs principaux d'oriGIn

- Promouvoir les indications géographiques comme instrument de développement local et de préservation des savoir-faire : *faciliter l'échange d'informations entre producteurs + créer des partenariats entre producteurs*
- Plaider en faveur d'une meilleure protection des IG aux niveaux national, régional et international: *lobby organisations internationales et des décideurs politiques dans les EM et les pays tiers via les membres d'oriGIn*
 - Assistance technique / développement du concept / résolution des problèmes
 - Communication



Quelques résultats

A light green world map is visible in the background of the slide. The map shows the outlines of continents and countries. The title 'Un réseau qui se développe' is overlaid on the map in a blue font.

Un réseau qui se développe

- Entrée en 2005 de nombreux producteurs d'IG chinoises
- Entrée de notre premier membre américain en 2009

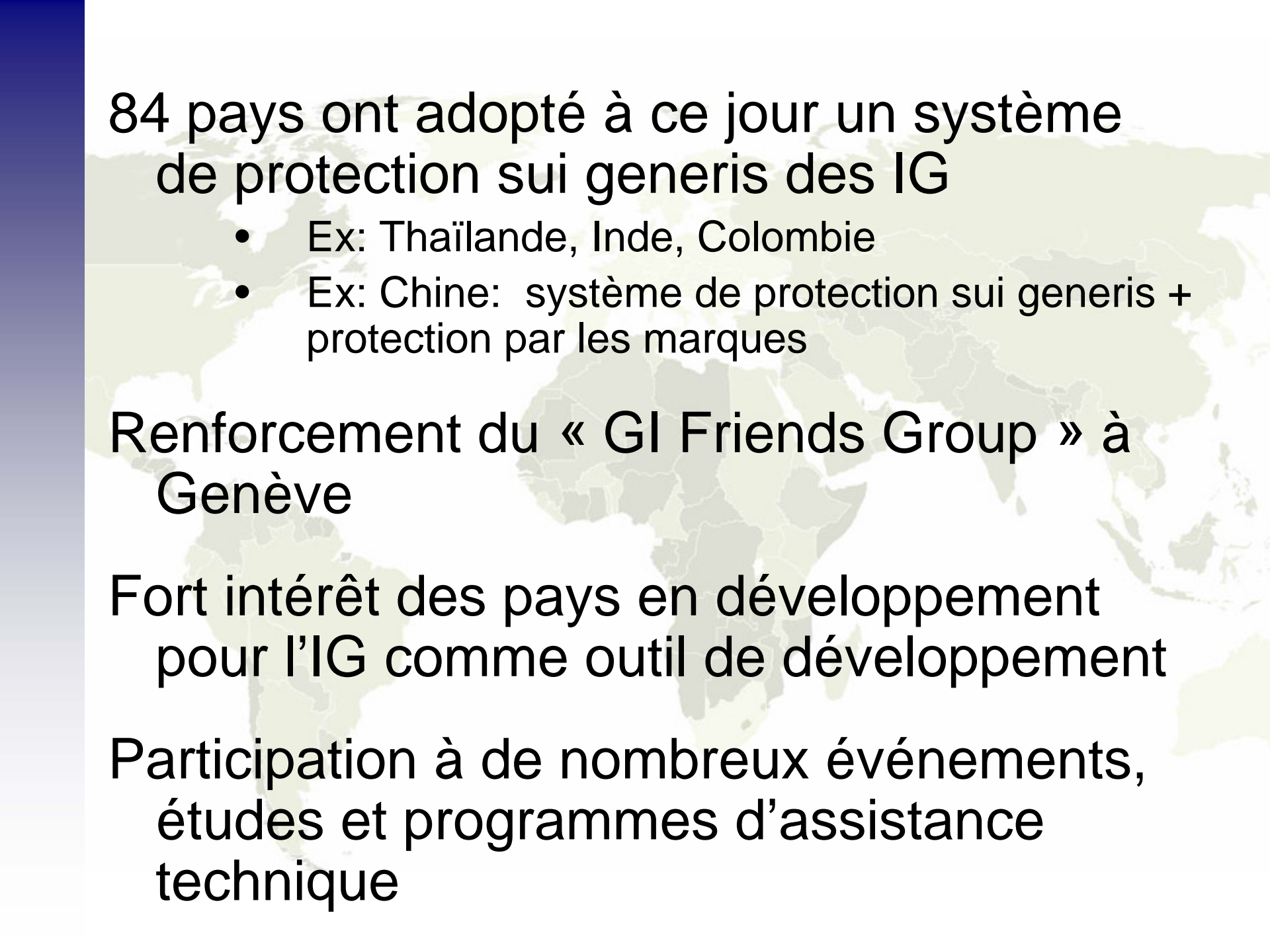
A light green world map is visible in the background of the slide. The map shows the outlines of continents and countries. The title 'Des succès concrets' is overlaid on the map in a blue font.

Des succès concrets

- Appui à l'enregistrement de l'huile d'Argan au Maroc
- Appui à l'enregistrement du Café de Colombie en Colombie et dans l'UE
- Appui à la mise en place d'IG en Mongolie



Perspectives

A faint world map is visible in the background of the slide, showing the outlines of continents in a light green color. The map is centered on the Atlantic Ocean.

84 pays ont adopté à ce jour un système de protection sui generis des IG

- Ex: Thaïlande, Inde, Colombie
- Ex: Chine: système de protection sui generis + protection par les marques

Renforcement du « GI Friends Group » à Genève

Fort intérêt des pays en développement pour l'IG comme outil de développement

Participation à de nombreux événements, études et programmes d'assistance technique

Assistance technique et études

A light green world map is visible in the background of the slide, showing the outlines of continents and countries.

- De nombreux programmes d'assistance technique en cours pour promouvoir le concept IG
 - UE et ses Etats Membres
 - FAO
 - CCI
 - Banque Mondiale, etc.
- Multiplication des études sur les IG: sectorielles ou horizontales.

Beaucoup reste à faire!

- Multilatéral (OMC / Doha) : le temps joue pour nous...?
- Poursuite des efforts d'assistance technique pour convaincre les producteurs et les décideurs politiques de l'intérêt de l'IG comme outil de développement local
...mais course contre les USA qui font la promotion du système des marques!
- **L'ultime frontière : USA** => travail indispensable avec les producteurs US – a déjà commencé (ex : Déclaration Napa / vins, travail avec Idaho Potato Commission nouveau membre d'oriGIn, etc)



Merci de votre attention

www.origin-gi.com