

WIPO/GEO/SFO/03/14

ORIGINAL : Français

DATE : 25 juillet 2003



ORGANISATION MONDIALE DE LA
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

COLLOQUE MONDIAL SUR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

organisé par

l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI)

et

l'Office des brevets et des marques des États-Unis d'Amérique (USPTO)

San Francisco (Californie), 9 - 11 juillet 2003

INDICATIONS GEOGRAPHIQUES ET PERSPECTIVES EN MATIERE DE COMMERCE
INTERNATIONAL: E'EXPERIENCE DE PRODUCTEURS SUISSES

document préparé par M. Gilles Besse, Jean-René Germanier S.A., Vetroz, Suisse

I. Introduction: le système suisse de protection des indications géographiques

1. La Suisse a une longue tradition dans la protection des indications géographiques, qui remonte déjà au 19^{ème} siècle, en garantissant dans sa loi sur les marques et les indications de provenance une protection générale des indications géographiques pour tous les produits. Cette protection ne repose pas sur un enregistrement, mais elle met à disposition des producteurs et associations de consommateurs des voies de droits civiles et pénales pour faire cesser les emplois abusifs des indications géographiques. L'intervention de l'Administration des douanes est également prévue dans cette loi en cas d'apposition illicite d'une indication géographique sur un produit importé ou exporté (loi fédérale du 28 août 1992 sur la protection des marques et des indications de provenance, LPM; RS 232.11).
2. Sur la base de cette protection générale, le législateur suisse a développé des systèmes de protection plus spécifiques pour divers produits. Il existe par exemple une ordonnance fédérale sur l'utilisation du nom «Suisse» pour les montres (ordonnance du 23 décembre 1971 réglant l'utilisation du nom «Suisse» pour les montres; RS 232.119), l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur la viticulture et l'importation de vin (RS 916.140) qui règle l'emploi des indications géographiques pour les vins ou l'ordonnance du 28 mai 1997 concernant la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et des produits agricoles transformés (RS 910.12).
3. Cet exposé se concentre principalement sur la protection accordée aux indications géographiques des produits agricoles, basée notamment sur un système d'enregistrement, une expérience relativement nouvelle en Suisse. Témoignage d'une expérience personnelle, cette présentation illustre les avantages que les producteurs peuvent tirer d'une protection efficace des indications géographiques et les effets négatifs d'une protection internationale inefficace. Elle montre les retombées positives de cette protection auprès des consommateurs qui recherchent toujours plus des produits de qualité issus de terroirs particuliers. Elle identifie les effets positifs induits de cette protection pour le développement économique, social et culturel de certaines régions, notamment pour la préservation de leur patrimoine environnemental et culturel. Tous ces effets positifs risquent toutefois d'être remis en cause, si une protection efficace des indications géographiques au niveau international n'assure pas le relais des mesures prises au niveau national.

II. Le système suisse de protection des appellations d'origine protégées (AOP/AOC) et des indications géographiques protégées (IGP)

4. C'est en 1997 qu'est entré en vigueur en Suisse un système de protection des indications géographiques (IG) basé sur un enregistrement pour les produits agricoles et les produits agricoles transformés, autres que les vins. Dans les années 90, les producteurs suisses ont en effet ressenti le besoin d'avoir recours - en parallèle à la protection générale que leur conférait la LPM - à un dispositif permettant de définir et de reconnaître des modes de production destinés à garantir la qualité de produits traditionnels et de donner aux producteurs des outils pour maintenir leur production dans un contexte de concurrence accrue.
5. Ce système vise deux types de désignations géographiques:
6. *l'appellation d'origine*, constituée du nom d'une région ou d'un lieu ou d'une dénomination traditionnelle, sert à désigner un produit agricole originaire de cette région ou

de ce lieu, dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant des facteurs naturels et des facteurs humains et qui est un produit transformé *et* élaboré dans une aire géographique délimitée;

7. L'*indication géographique*, constituée du nom d'une région ou d'un lieu, sert à désigner un produit agricole originaire de cette région ou de ce lieu, dont une qualité déterminée, la réputation ou une autre caractéristique peut être attribuée à cette origine géographique, et qui est produit transformé *ou* élaboré dans une aire géographique délimitée.

8. L'enregistrement d'une IG, résultat d'une démarche collective des producteurs d'une région donnée, comporte l'accomplissement de certaines démarches: l'établissement et le respect d'un cahier des charges et des contrôles de qualité pour vérifier le bon respect des exigences de production fixées dans le cahier des charges. Ces mesures peuvent apparaître comme des contraintes lourdes, de prime abord, mais elles sont en fait garantes d'une qualité constante des produits et de retombées commerciales positives pour les producteurs. En effet, pour régater aux premières lignes dans une économie globalisée, toujours plus de producteurs suisses se sont rendus compte que ce n'est qu'en continuant à miser sur la qualité qu'ils pourront différencier leurs produits typiques des productions de masse. Les IG qui, par définition, identifient des produits de qualité provenant d'une région précise sont un instrument fort utile pour soutenir ces politiques de qualité.

9. A ce jour, la Suisse compte 13 AOC ou IGP enregistrées et une vingtaine de demandes sont en cours d'examen. Les AOC et IGP déposées jusqu'ici concernent des produits laitiers (*L'Etivaz, Sbrinz, Gruyère, Tête de Moine, etc.*), des produits carnés (*Saucisse d'Ajoie, Viande séchée du Valais, Saucisse Neuchâteloise, etc.*), des eaux-de-vie (*Eau-de-vie de Poire William du Valais, Abricotine, etc.*) et des produits végétaux (*Rheintaler Ribelmais, Cardon épineux genevois, Safran de Mund¹, etc.*).

III. Les avantages de la protection des indications géographiques et les valeurs véhiculées par ces désignations

10. Les indications géographiques sont un droit de propriété intellectuelle bien particulier par les valeurs qu'elles intègrent et véhiculent auprès des consommateurs et par les retombées qu'elles ont dans différents secteurs que ce soit pour les producteurs, les consommateurs, mais aussi pour le développement économique au niveau local, pour la sauvegarde des variétés végétales et des espèces animales ou la préservation de l'environnement. Les éléments ici cités sont vrais pour les producteurs suisses, mais ils se retrouvent dans bien d'autres pays, rendant les IG intéressantes pour les producteurs du monde entier.

a) Les indications géographiques identifient des produits uniques

11. Les indications géographiques protègent des noms de produits qui sont uniques du fait de leur origine géographique et d'une longue tradition d'un savoir-faire spécifique. Le terroir d'où sont issus les produits identifiés par une IG n'est pas reproductible: le sol et le climat d'une région, alliés à un mode de production souvent spécifique, confèrent aux produits des

¹ Le *Cardon épineux genevois* et le *Safran de Mund* font actuellement l'objet d'une demande d'enregistrement.

qualités inimitables. Si l'on prend par exemple l'«Eau-de-vie de Poire William du Valais », on constate que les caractéristiques uniques du sol sablonneux de la Vallée du Rhône associées à un climat ensoleillé et chaud confèrent aux poires William cultivées en Valais un goût et une saveur inimitables. A ce produit unique, s'ajoute le savoir-faire des producteurs et des maîtres distillateurs qui confère à l'«Eau-de-vie de Poire William du Valais » ses caractéristiques et sa saveur incomparables, en en faisant un produit, lui aussi, unique et inimitable.

12. Dans d'autres régions de Suisse ou du monde, on cultive des poires et on produit des eaux-de-vie. Les caractéristiques des fruits changeront toutefois inmanquablement suivant les régions – autre sol, autre climat, autre savoir-faire - et celles de l'eau-de-vie aussi. Ils convient donc que ces produits différents soient identifier par des noms différents, c'est ce que vise une protection efficace des IG: protéger les noms de produits uniques qui ont des qualités spécifiques dues à leur origine géographique et en réserver l'utilisation exclusive aux producteurs de la région désignée par l'IG.

b) Les indications géographiques garantissent l'utilisation exclusive d'une désignation aux producteurs d'une région donnée

13. La protection juridique conférée aux indications géographiques en Suisse permet aux producteurs de faire interdire toute utilisation incorrecte, usurpation ou imitation de l'IG sur des produits ne provenant pas de la région désignée ou ne respectant les conditions du cahier des charges. Les producteurs qui utilisent l'IG n'ont ainsi pas à craindre les pertes économiques et commerciales - pertes de parts de marché, dévalorisation de la réputation de leurs produits - dues à des utilisations incorrectes et abusives de leur IG. Ils sont ainsi assurés de pouvoir agir dans un contexte de concurrence loyale, ce qui les encourage à poursuivre dans une production de qualité.

14. Si la défense des droits des producteurs de produits désignés par une IG est bien assurée en Suisse pour tous les produits, la situation change radicalement dès lors que l'on se trouve sur le niveau international. La protection insuffisante dont bénéficient actuellement les produits autres que les vins et les spiritueux dans l'Accord sur les ADPIC permet que moyennant l'indication du véritable lieux de production ou l'emploi de mentions telles que « type », « genre », « imitation », on utilise par exemple l'indication géographique « Valais » sur de la viande séchée produite en dehors de Suisse ou « Idaho » sur des pommes de terre ne provenant pas de cette région. Ces emplois abusifs d'IG ont un impact économique très négatif sur les producteurs de la région désignée par l'IG: perte de parts de marché, baisse des prix, accès à certains marchés bloqué.

15. Or lutter contre ces emplois abusifs est bien souvent hors de portée pour de petits groupes de producteurs. L'Accord sur les ADPIC exige en effet de prouver une tromperie du public ou acte de concurrence déloyale pour empêcher l'emploi abusif des IGs pour les produits autre que les vins et les spiritueux. Ce sont des preuves lourdes, coûteuses et difficiles à rapporter qu'on n'exige pas pour les vins et les spiritueux. En outre, permettre l'emploi d'IG sur des produits qui ne présentent pas les mêmes qualités que les produits originaux risque de porter sérieusement atteinte à l'image et à la réputation du produit original aux yeux des consommateurs.

16. Pour permettre aux producteurs tant suisses que d'autres pays de défendre efficacement leurs IGs à l'étranger, il conviendrait donc que la protection accordée actuellement aux IGs des vins et des spiritueux par l'Accord sur les ADPIC s'applique à l'avenir à tous les produits. On pourra ainsi assurer à tous les producteurs un usage exclusif de leur IG – sous réserve des exceptions prévues dans l'Accord sur les ADPIC - et ainsi de bénéficier au mieux des avantages économiques et commerciaux découlant d'une démarche IG. L'établissement d'un registre international pour tous les produits permettra en outre de faciliter cette protection.

c) Les indications géographiques garantissent les qualités intrinsèques des produits et dynamisent les producteurs à s'engager pour une production qualitative

17. Les produits identifiés par une indication géographique sont des produits qui ont des qualités ou une réputation due à leur origine géographique. C'est la définition même de l'IG qui exige ce lien entre une qualité, une réputation et l'origine géographique du produit. Pour pouvoir profiter de la protection des IGs, il faut donc que les produits désignés par l'IG présentent ces qualités ou cette réputation que leur confère leur origine géographique. L'IG est donc l'outil qui permet par excellence de garantir les qualités intrinsèques d'un produit.

18. Suite aux scandales survenus dans le secteur alimentaire et à une conscience éthique croissante, le consommateur est à l'heure actuelle à la recherche de produits authentiques, à l'origine et aux qualités attestées. Pour avoir cela, il est prêt à payer plus. L'IG qui véhicule toutes ces informations et valeurs est donc un outil de marketing très précieux pour les producteurs qui s'engagent dans des politiques de qualité.

19. Cette demande et cet écho positif des consommateurs ont permis de créer des dynamiques chez les producteurs suisses de diverses régions en vue de mettre sur pied une production qualitative, destinée à leur assurer des parts de marché. La démarche IG a permis dans bien des cas de consolider une filière et de la rendre plus responsable de son produit. Dans le cadre de l'« Eau-de-vie de Poire William du Valais », les producteurs valaisans ont décidé d'orienter leur production vers la qualité et d'intégrer des méthodes de production respectueuses de l'environnement. L'effort de tous le secteur est actuellement récompensé par un meilleur rendement financier: la bouteille d'« Eau-de-vie de Poire William du Valais » se vend actuellement à plus de 20.00 Sfr., alors que le kg de poire reste sous les 1.00 Sfr le kg.

d) Les indications géographiques contribuent à la régulation du marché

20. L'indication géographique, fruit d'une démarche collective et volontaire des producteurs d'une région donnée, leur permet de se fédérer en leur conférant un poids qui leur permet de jouer un rôle plus direct sur le marché par un contrôle plus efficace et facilité des quantités produites et des prix de vente. On a en effet pu constater qu'une interprofession unie autour d'une IG observe mieux le marché et peut répondre vite à ses demandes. Elle permet également aux producteurs de mieux résister aux pressions que des grands groupes de distribution font parfois faire peser sur eux.

21. Mais pour que ces mécanismes fonctionnent, il est indispensable que seuls les produits provenant de la région désignée par l'IG soient identifiés par l'IG, faute de quoi ces produits de qualité seront mis artificiellement au même niveau que les produits de masse, empêchant qu'on les distingue et qu'on les paie à leur juste valeur. C'est malheureusement ce qui

arrive trop souvent de nos jours, étant donné la protection défailante que l'Accord sur les ADPIC offre aux IG des produits autres que les vins et les spiritueux.

e) Les indications géographiques permettent de garder les valeurs ajoutées dans la région de production

22. Dans la mesure où les indications géographiques identifient un produit qui a des qualités qui sont dues à son origine géographique, la production du produit identifié par l'IG ne peut être délocalisée, sous peine de perdre le bénéfice de ce droit. C'est toute la différence qui existe entre ce droit et la protection des marques qui n'a pas pour but de protéger le nom d'un produit encre dans une zone géographique particulière, mais de distinguer les produits de diverses entreprises.

23. Empêchant la délocalisation de la production, les IGs permettent de garantir des emplois aux producteurs locaux et en créent de nouveaux. Cela joue un rôle très important dans un pays montagneux comme la Suisse où il est important de maintenir des noyaux sociaux et économiques dans des régions décentrées et montagneuses - préservation du patrimoine environnemental. Dans divers cas, la démarche de l'IG a permis de créer des emplois dérivés dans la région - emballage, marketing, vente, distribution, etc.-, gardant ainsi les valeurs ajoutées dans la région de production. L'encre de la production d'eau-de-vie de Poire William en Valais a permis aux producteurs valaisans d'augmenter la marge qu'ils retirent de leur production de poire et a favorisé l'installation d'entreprises de distillation et de mise en bouteille.

24. Le Valais compte divers produits IGs déjà enregistrés ou en phase d'enregistrement. Tous ces produits ont fait prendre conscience au public de la richesse culinaire et traditionnelle de ce canton. Grâce à la valorisation de ces produits traditionnels rendue possible par la démarche IG, c'est toute une région qui communique à présent au monde ses traditions et ses typicités, favorisant le développement d'un nouveau type de tourisme, à l'image de ce qui se fait avec les « routes des vins ».

f) Les indications géographiques assurent le respect des consommateurs contre la tromperie

25. Des enquêtes récentes menées en Suisse auprès des consommateurs montrent que le consommateur est de plus en plus attentif aux produits qu'il achète, que des notions de tradition et d'origine cristallisent des valeurs importantes pour lui et qu'il est à la recherche de produits authentiques avec une forte identité car il est las des produits standardisés qui regorgent dans les magasins. Les consommateurs relient toujours davantage la qualité des produits à des valeurs culturelles et plus familières telles la tradition, le terroir, l'origine territoriale, le savoir-faire exclusif.

26. Les IGs sont un moyen privilégié de répondre à ces demandes et un outil de marketing fort précieux qu'il convient de protéger efficacement, si l'on veut qu'elles continuent à jouer ce rôle.

Conclusion

27. Les avantages que les producteurs ont pu tirer en Suisse d'une protection efficace des indications géographiques sont indéniables: développement économique, social et culturel de certaines régions; préservation du patrimoine environnemental et culturel; réponse aux demandes des consommateurs. Si les IG sont vitales pour un pays riche et développé comme la Suisse, elles le sont encore plus pour les économies émergentes des pays en développement si riches en produits traditionnels uniques. Les bénéfices que les producteurs suisses ont pu tirer de cette protection ne leur sont en effet pas réservés, ils peuvent en effet se réaliser pour d'autres producteurs partout dans le monde.

28. Tous ces effets positifs seront toutefois facilement mis à mal, si une protection efficace des indications géographiques au niveau international n'assure pas le relais des mesures prises au niveau national. Or ceci est loin d'être assuré, vu la protection que confère actuellement l'Accord sur les ADPIC aux produits autres que les vins et les spiritueux. Des progrès rapides dans les négociations internationales sur ce point, ainsi que sur l'établissement d'un registre pour tous les produits, sont donc nécessaires, si l'on ne veut pas menacer irrémédiablement la contribution des IG pour le développement durable. C'est le message clair que des producteurs du monde entier - réunis les 10 et 11 juin 2003 à Genève pour créer un réseau mondial pour la défense et la promotion des IG, dénommé ORIGIN² - ont délivré aux négociateurs de l'OMC.

29. L'extension de la protection accordée aux vins et aux spiritueux dans l'Accord sur les ADPIC à tous les produits permettra en effet d'assurer de nouvelles possibilités de marchés en prévenant des distorsions des échanges. Les avantages en découlant favoriseront toujours plus le développement des communautés rurales locales et encourageront une politique agricole et industrielle de qualité. Dans le contexte actuel de la libéralisation des marchés, l'extension permettra de faire des IGs un outil de marketing précieux et de promotion des produits de qualité pour les pays en développement aussi bien que pour les pays développés. Elle permettra en outre de donner un visage humain à la globalisation si souvent diabolisée.

² Pour plus d'information consulter : www.origin-gi.com.