

OMPI



SCT/10/4

ORIGINAL: français

DATE: 25mars2003

F

ORGANISATION MONDIALE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
GENÈVE

**COMITE PERMANENT DU DROIT DES MARQUES,
DES DESSINS ET MODELS INDUSTRIELS ET
DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES**

Dixième session

Genève, 28 avril – 2 mai 2003

INDICATIONS GEOGRAPHIQUES

Document établi par le Secrétariat

I. INTRODUCTION

1. À sa neuvième session (Genève, 11 - 15 novembre 2002), le Comité permanent du droit des marques, des signes et modèles industriels et des indications géographiques (SCT) a pris la décision suivante:

2. “Le SCT a décidé de demander au Bureau international de réaliser une étude exposant les questions généralement examinées en ce qui concerne la protection des indications géographiques, compte tenu des éléments que contient la définition figurant dans l’Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce (Accord sur les ADPIC). Ils’agit en particulier des éléments sur lesquels se fonde l’affirmation d’une qualité, d’une réputation ou d’autres caractéristiques, et des facteurs qui sont pris en compte lorsqu’on évalue une revendication selon laquelle ces éléments peuvent “être attribués essentiellement” à l’origine géographique. La liste de facteurs se rapportant présentée à titre indicatif ne serait pas exhaustive, et l’étude elle-même viserait à donner aux membres un aperçu des questions prises en considération par différents systèmes de protection. En aucun cas cette étude ne devrait servir à déterminer si tel ou tel système est conforme à l’Accord sur les ADPIC ou à établir si une indication géographique donnée correspond à la définition figurant dans l’article 22.1 de cet accord. Elle offrirait simplement une base de discussion, permettrait de faire mieux comprendre la définition en donnant un éclairage plus concret et fournirait des informations, surtout aux membres qui procèdent actuellement à la mise en place de leur propre système. Entant qu’elle, elle ne viserait pas à harmoniser le droit relatif aux indications géographiques et n’aurait pas non plus de but normatif fin ni mener à une négociation. Elle constituerait simplement la base d’un échange d’informations générales, sans analyser de cas précis¹”.

3. Le présent document est destiné à servir de base à l’examen par le Comité permanent sur les marques, des signes et modèles et indications géographiques (SCT) “des éléments sur lesquels se fonde l’affirmation d’une qualité, d’une réputation ou d’autres caractéristiques, et des facteurs qui sont pris en compte lorsqu’on évalue une revendication selon laquelle ces éléments peuvent “être attribués essentiellement” à l’origine géographique”.

II. ÉLÉMENTS SUR LESQUELS SE FOND LA DÉFINITION DES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES

4. L’article 22.1 de l’Accord sur les ADPIC définit les “indications géographiques” comme “*des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d’un membre [de l’OMC], ou d’une région ou localité de ce territoire, dans le cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique.*”

¹ Résumé présenté par la Présidente, document SCT9/8, paragraphe 4

5. Ladéterminationduchampd'applicationdeladéfinitiondesindicationsgéographiques, tellequefi gurantàl'article22.1del'AccordsurlesADPICafaitl'objetd'uneanalysedans ledocumentSCT/9/4²,surlabasedudocumentdesynthèsedesréponsesauquestionnaire élaboréparl'OrganisationMondialeduCommerce(OMC)³.Lavariétédessystèmesde protectiondesindicationsgéographiques,ladiversitéterminologiqueutiliséedansles instrumentslégislatifsetlemanqued'informationssuffisantesurlesrèglementset procéduresadministrativesnationalesrendentdélicatel'élaborationd'uneanalyse globale des différentsélémentsurlesquelsrepositladéfinitiondesindicationsgéographiquesetdeleur priseencompte.

6. Préalablementàl'étudedesdifférentsélémentscomposantladéfinitiondesindications géographiquesetdeleurap préciationdanslesdifférentssystèmesdeprotection,ilsemble nécessairedesouleverlesquestionsdefondsuiantes,danslamesureoul'interprétationqui leurestdonnéeauniveauinternationaldemeuredivergeante.

Élémentsalternatifsoucumulatifs ?

7. Ladéfinitiondel'AccordsurlesADPICdoit -elleêtreinterprétéecommeuneliste cumulativedefacteursàprendreenconsidérationconstituantdesconditionsprédéfinis permettantdeparveniràuneconclusion,oubiencommeunelistenon exhaustive defacteurs constituantdesconditionsalternativesdontl'uneseulementpourraconstituerlefacteur essentieljustifiantlelienavecl'originegéographiqueindiquée?Laréponseàcettequestion peutêtresemblet-ilévaluéeenperspectiveavecladéfinitiondesproduitspouvantêtre protégésautitred'uneappellationd'origineenvertudel'ArrangementdeLisbonne.Eneffet, l'AccordsurlesADPICintroduitunealternative(“unequalité,réputation ouautre caractéristiquedéterminée”)tand isqueladéfinitiondel'appellationd'origineenvertude l'ArrangementdeLisbonnementionneexpressémentunecombinaisondefacteursnaturels et humainsconstituantlaqualitéetlescaractéristiquesdistinctivesduproduit.

8. Peut-on,àl' instardeslistesdefacteurscontenuesdanslarecommandationcommunede l'OMPIsurlaprotectiondesmarquesnotoiresetdanslarecommandationcommunesurla protectiondesmarquessurInternet,considérerparexempleque«l' *autoritécompétenteprend enconsidérationtouslesélémentspertinents* ”figurantdansladéfinitiondel'article22.1aux finsdedéterminersiunproduitpeutbénéficierd'uneprotectionàtitred'indication géographique?Oubienpeut -onconcevoirlesélémentslistésdansladéfin itiondelamême façonquelesfacteurscontenusdanslesRecommandationssusmentionnéesetdéclarerque «lesindicationsvisantàaiderl' *autoritécompétenteàdéterminersi* [unproduitpeut bénéficierd'uneprotectionàtitred'indicationgéographique] *n esontpasdesconditions prédéfiniespermettantdeparveniràuneconclusion.Laconclusiondépendrades circonstancesdel' espèce.Danscertainscas,touscesfacteurspourrontêtre pertinents. Dansd'autrescas,certainsdecesfacteurspourrontêtre pertinents* ”.

² SCT/9/4, paragraphes 5 à 26

³ Documentdel'OMCIP/C/W253endatedu4avril2001

9. Il semble en revanche difficile d'aller jusqu'à constater que " dans d'autres cas [...], aucun des facteurs énumérés ne serait pertinent et la décision pourra être fondée sur d'autres facteurs qui ne sont pas énumérés dans [la définition] . Ces autres facteurs pourront être pertinents soit en association avec un ou plusieurs des facteurs énumérés dans [la définition]".

Une qualité ou des qualités?

10. Al'instant du goût lui-même, le critère de qualité véhicule une dimension éminemment subjective, laissée à l'appréciation de chacun. De fait, la détermination de la qualité d'un produit spécifique ne peut être appréhendée globalement à un niveau mondial selon des critères harmonisés et exhaustifs qui n'en tiendraient aucunement compte de la diversité culturelle de la communauté internationale. Cette appréciation semble relever en conséquence d'une approche factuelle et de l'apanage des autorités compétentes à un niveau national en fonction de critères qu'elles ont proposés par traditionnels. L'étude de l'OMC⁴ indique à cet égard que la mention de la "qualité" est formulée de façon différente, et parfois plurielle, dans les diverses définitions figurant dans les législations nationales. On trouve par exemple "qualité déterminée", "qualités particulières", "qualités", "qualité spécifique", "caractéristiques spéciales en matière de qualité", "qualité spéciale exceptionnelle, qui distingue le produit des produits génériques", "qualité supérieure" et "de première qualité" selon les normes spécifiées dans la loi pour le produit en question ou selon les normes courantes dans le secteur d'activité en question. Ainsi, le terme qualité semble moins impliquer une certaine qualité du produit -- critère qualitatif -- qu'une caractéristique -- critère juridique -- permettant de distinguer un produit du fait de son origine géographique.

11. Si le lien qualitatif n'est pas suffisant, peut-on en conclure pour autant qu'il n'y a pas d'indication géographique? Cette approche est en effet générale et celle qui prévaut en matière d'appellation d'origine : si les qualités caractéristiques ne sont pas dues essentiellement mais dans une faible mesure seulement à un lieu géographique, alors la protection ne peut être accordée à titre d'appellation d'origine. Peut-on néanmoins appliquer la même approche en matière d'indications géographiques?

12. Le lien qualitatif entre un produit et son origine géographique sera d'autant plus difficile à évaluer qu'il fera intervenir pour l'identifier d'autres facteurs subjectifs tels que, par exemple, la qualité des ingrédients utilisés ou le processus de fabrication. Ainsi, le fait qu'un produit soit issu d'une méthode traditionnelle ou que sa production, préparation et transformation ait lieu dans une zone géographique déterminée peuvent contribuer à "qualité", mais ces facteurs peuvent, dans un autre cas d'espèce, ne pas être déterminants pour un autre produit.

13. Enfin, exiger un lien qualitatif entre le lieu géographique et le produit dans le cadre d'une interprétation cumulative des éléments de la définition créerait un inconvénient pour les pays dont les indications géographiques s'appliquent non à des produits agricoles ou artisanaux mais à des produits industriels. Ce lien, qui peut avoir existé au début de la fabrication d'un produit industriel, peut s'être distendu par la suite au point que son existence est désormais difficile à prouver.

⁴ Id. paragraphes 40 -41

Desurcroît, lestraditionsdefabricationetlescompétenceshumainespeuventêtrédéplacées d'uneairegéographiqueàuneautre, comptetenuenparticulierdelamobilitéprofessionnelle croissanteetdelamondialisationdel'économie.

Réputationounotoriété?

14. Encequiconcernela“réputation”, lespaysqui ontadoptélemodèlede Lisbonnenela mentionnentgénéralementpasdansleurlégislationnationalecommeétantunélémentliéà l'originegéographiqueduproduit, alorsquelespaysquisefondentsurlemodèleADPICle fontssystematiquement. Defait, lemodèledeLisbonnene mentionnepaslaréputation commeétantunélémentliantleproduitaulieu. Ilsembleplutôtquelaréputationdulieu géographiquereposesurlaqualitéetlescaractéristiquesduproduitpourlequelilestleplus connu. S'agissantdespaysdontlalégislationsuitlemodèleADPIC, l'étudemontreque plusieursd'entreuxontadoptédiversqualificatifs, etquel'ontrouve“réputationgénérale”, “réputationdonnée”, “réputationspécifique”, etc.⁵.

Quellesautrescaractéristiques?

15. Peude renseignementsontétéreçusdesgouvernementsquiontrépondau questionnairedel'OMCàproposdecequerecouvrelexpression“autre caractéristique” figurandansl'article 22.1 del'AccordsurlesADPIC⁶. Ilestcependant envisageablede comprendrelesautrescaractéristiquesdumilieugéographiquecommecomprenantles facteursnaturels, telsquelesoletleclimat, etlesfacteurshumains, telsquelestraditions professionnellesparticulièresdesproducteursétabliessurl'airegéographiqueconcernée.

16. Enl'absencedeconsensusinternationalsurlespointsénumérés ci-dessus, iln'estpas possible danscedocumentd'apporterdesréponsesunilatéralesàl'interprétationà donnerde ladéfinitiondel'article22.1 del'accordADPIC. Ilutôtconvient-ildemettreenexergueles différentsélémentsquisontévaluésparl'autoritécompétentechargéededéterminersiun produitpeutêtréprotégéàtitred'indicationgéographique, ense focalisant surlafinalité mêmedeladéfinition, àsavoirdémonstrerqu'unproduitoriginaired'unecertainelocalisation possède des caractéristiques propres dues à cette origine et qu'il se distingue des autres.

II. PRISE EN CONSIDERATION DES ÉLÉMENTS DE LA DÉFINITION

17. Laprise en considération des différents éléments de la définition des indications géographiques, telle que figurant à l'article 22.1, est saisie différemment en fonction des pays et des systèmes. Certains systèmes de protection requièrent la démonstration que le produit candidat à une indication géographique recouvre bien les caractéristiques requises, ausein d'un cahier des charges très précis reprenant, entre autres, les différents éléments de la définition et requérant des éléments de preuve très concrets. Les facteurs servant à étayer le dossier peuvent être souvent repris pour déterminer plusieurs éléments de la définition. D'autres systèmes mettent beaucoup plus l'accent sur les critères géographiques (aire, délimitation) sans sous-entendre nécessairement un quelconque critère de qualité lié aux facteurs présents ou utilisés dans les zones géographiques particulières. En fonction du

⁵ Id. paragraphe 42

⁶ Id. paragraphe 43

système de protection des indications géographiques en vigueur, le contrôle des différents éléments sera plus ou moins poussé, sera effectué sur les différents éléments sous un seul d'entre eux, sur la base d'une documentation qui sera plus ou moins précise et détaillée (un cahier des charges par exemple). Quoiqu'il en soit, la justification des critères prévus a fin de déterminer si la protection devrait ou non être octroyée sera appréciée au cas par cas, en matière d'indications géographiques tout comme en matière d'examen de demande de marques. Ainsi, le contrôle pourra être effectué soit par l'organisme compétent en matière d'indications géographiques, soit par l'organisme de certification du produit.

Originaires du territoire, d'une région ou d'une localité de ce territoire

18. La description de l'aire géographique retenue pour la demande d'indication géographique doit être généralement effectuée de la façon la plus précise possible. La délimitation de l'aire géographique peut être effectuée de multiples façons, selon les découpages politiques existants, administratifs, etc. À cet égard, il n'y a pas forcément de correspondance totale entre l'aire de l'indication géographique et la zone administrative dont elle porte le nom. Dans chaque cas il conviendra de démontrer quel'aire géographique concernée est située dans une région, sous-région, zone, district... etc., de préciser les frontières de la zone revendiquée, de fournir des cartes précises de la zone. Lorsque le lien géographique d'un produit dépend de la nature du sol et du climat, une carte pédo-climatique sera parfois nécessaire. La délimitation de la zone revendiquée sera également argumentée en liaison étroite avec la spécificité du produit si des productions existent aussi en dehors de la zone proposée. Enfin il est également possible de lister les différentes opérations (origine de la matière première, différentes étapes d'élaboration, conditionnement...) se situant dans la zone.

Qualité

19. La qualité d'un produit pourra être établie sur la base d'une description précise de celui-ci ou de la méthode d'obtention de celui-ci. En fonction des systèmes de protection, cette description devra être plus ou moins précise ou plus ou moins complète pour que la demande soit recevable. Souvent, l'accent principal sera mis sur les aspects organoleptiques du produit. Certains systèmes considèrent en effet que sans définition précise des caractéristiques organoleptiques du produit, avec des descripteurs reconnus, il est illusoire de chercher à en définir la spécificité.

20. La description du produit peut/doit comprendre les matières premières, les principales caractéristiques physiques (Valeur Q2⁷, pH, forme, poids, aspect, consistance), chimiques (présence/absence d'additifs, de résidus, ...) microbiologiques (utilisation de tel ou tels ferments, présence de germes) et/ou organoleptiques (arôme, saveur, texture, couleur, profil visuel et sensoriel...) du produit. Peut faire également l'objet d'une description, la présentation - même du produit (frais, surgelé, conserve...).

21. Les méthodes de fabrication ou d'obtention du produit, lorsqu'elles sont reconnues, doivent/peuvent également faire l'objet d'une description précise. Cette description doit contribuer à identifier la personnalité du produit. Ainsi la description des méthodes d'obtention doit/peut contenir le descriptif de techniques mises en œuvre ainsi que les critères de qualité du produit final, en mettant en évidence les particularités liées au produit.

⁷ La valeur Q2 est le rapport entre la teneur en eau et la teneur totale en protéines

La description doit porter sur l'ensemble des étapes concernées par la localisation du dossier, incluant si besoin, le conditionnement. Pour les races animales seront ainsi relevées la race, les pratiques d'élevage (alimentation, passage à l'herbe, allaitement), l'âge d'abattage, la maturation, le classement des carcasses, le pH, etc. Pour les productions végétales, on soulignera les variétés, les dates de semis et de récolte, les délais de récolte, le mode de récolte, le stockage, l'expédition, la fermentation, le taux de sucre, etc. Enfin, pour les productions transformées, on pourra noter la description des matières premières (type de produit, partie du produit sélectionné, ...) la description du processus de fabrication (préparation, séchage, salage, etc.), etc.

22. Dans le descriptif de ce qui contribue à la qualité du produit, il est important de mettre en exergue pour quoi la localisation entraîne une qualité différente, et d'expliquer l'influence de la localisation du produit sur ces caractéristiques propres.

Réputation

23. La réputation est fortement liée à l'histoire et l'origine historique du produit. Il conviendra en conséquence de décrire l'histoire du produit afin de démontrer son existence historique dans l'aire géographique et, de ce fait, sa réputation. L'élaboration d'un dossier, présentant les éléments clés de l'histoire du produit, permettra d'apporter la preuve de l'usage d'un nom et de la notoriété du produit. Les premières utilisations du nom, accompagnées dans la mesure du possible des premières descriptions du produit, et des méthodes de transformation seront ainsi des éléments d'information particulièrement utiles pour être versés au dossier. Comme pour la description du produit, le dossier doit être détaillé. Il convient à cet égard de s'appuyer sur des références bibliographiques, notamment sur des citations et des références littéraires qui permettent d'ancrer historiquement le produit au lieu, notamment dans une dimension de savoir-faire humain. En l'absence de références écrites, il est possible de citer des témoignages oraux. La preuve de l'origine du produit sera parfois regroupée autour de la notion de traçabilité du produit (ascendante et descendante, c'est-à-dire de la production à la commercialisation).

24. La réputation s'appuie également sur le caractère distinctif du produit, c'est-à-dire sa capacité à se distinguer des autres. Plus un produit aura une identité forte, mieux il sera à même de consacrer sa notoriété. Ainsi, s'il est possible de prouver que le produit est reconnu distinctement dans une famille de produits et qu'il a donc une spécificité, c'est que cette spécificité lui a permis, à partir d'un certain moment et jusqu'à aujourd'hui, de porter un nom géographique dans une désignation de vente, d'acquiescer une identité, qui s'est transformée en notoriété. L'analyse du lien entre la réputation et le produit s'appréciera donc au cas par cas, d'autant plus qu'elle fera intervenir des critères de nature subjective.

25. La réputation s'appuie notamment sur la perception du consommateur à l'égard de l'indication géographique, c'est-à-dire sur la capacité du consommateur à distinguer le produit protégé à titre d'indication géographique par rapport aux autres produits du même type ou d'un type différent. Dans certains systèmes, l'accent est mis sur la valeur économique de la réputation dans la mesure où celle-ci est largement fondée sur les investissements qui ont été nécessaires de la part des producteurs pour l'obtenir. Le corollaire de ces investissements, consistera, comme pour tout droit de propriété intellectuelle, dans la nécessité d'assurer une protection adéquate et suffisante. Ainsi, le consommateur sera-t-il disposé à payer plus cher pour un produit protégé à titre d'indication géographique dans la mesure où celui-ci bénéficie d'une certaine réputation.

26. L'appréciation de la réputation diffère selon les systèmes et selon les produits et peut être effectuée sur une base locale, nationale, ou internationale. De ce fait, une réputation locale devrait suffire pour octroyer la protection. L'argumentation intervenant sous cette rubrique --souvent la plus détaillée et la plus volumineuse de la demande de protection à titre d'indication géographique --pourra ainsi s'articuler autour de l'historique du produit proprement dit, de la réputation ancienne et la réputation actuelle.

Autres caractéristiques

27. Le lien entre le produit et son origine géographique peut être également appréhendé par "d'autres caractéristiques" que la qualité et la réputation. Parmi les plus fréquemment utilisées, interviennent notamment les facteurs humains et naturels (terroir), utilisés soit isolément sous cette rubrique, soit repris des rubriques précédentes. Ces facteurs sont plus communément utilisés dans les systèmes de protection IGP/AOP.

28. Dans ces systèmes, le terroir présente l'interaction entre les facteurs physiques (naturels) et humains construits au cours du temps. Le lien au terroir sera donc multiple et varier selon les produits. Il conviendra en conséquence de décrire avec précision ce qui fonde la relation entre le terroir et la typicité du produit, aux différents stades de la production, transformation, élaboration. La typicité du produit liée au terroir s'entend de toute caractéristique objective ou subjective permettant la discrimination du produit à une échelle de sa famille de référence, et renvoie à la fois aux caractéristiques du produit final, aux pratiques liées à la production des matières premières, à la transformation et l'élaboration du produit, et la représentation socio-culturelle qu'ont les producteurs et les consommateurs du produit. L'analyse de ces facteurs doit permettre de définir objectivement les différentes composantes du produit telles que notamment la couleur, la forme, la texture, la composition, ... etc. Pour les produits transformés, cette définition est faite d'une part sur la matière brute agricole, et d'autre part sur le produit issu de la transformation. Les moyens utilisés pour définir ces caractéristiques peuvent être d'ordre bibliographique, par le biais d'interrogation des producteurs eux-mêmes, ou par des travaux d'analyses physico-chimiques et sensorielles (jury de dégustation).

29. À titre d'exemple d'éléments constitutifs de la typicité d'un produit, on peut citer, en ce qui concerne la matière première, l'unité pédo-climatique de la zone de production, l'espèce ou la race spécifique, le mode d'alimentation, le mode de conduite des prairies, la nature et l'origine des compléments alimentaires, les aliments interdits, le mode de stockage et de collecte, la composition spécifique de la matière première. Pour la transformation seront évalués le stockage, la durée de la transformation, les équipements spécifiques, les tours de main, les ingrédients (provenance, type de culture), les additifs, les formes et dimensions, etc. Enfin pour l'élaboration, seront prises en compte les conditions et durée d'affinage, de séchage et de fabrication, de maturation, le profil sensoriel du produit, sa texture, etc.

30. Il sera souvent important de démontrer que les éléments constitutifs de la typicité ont été constitués par des méthodes locales loyales et constantes et par l'usage, c'est-à-dire par un usage collectif ou potentiellement collectif d'un nom portant sur un produit déterminé, aux caractéristiques précises et reconnues par les producteurs, les transformateurs, les élaborateurs et les consommateurs.

Lelienavecl'originegéographique

31. Lelienavecl'originegéographiqueconstitueladémonstrationdelacorrélationentrele lieuetunouplusieursélémentsdeladéfinition,etdoit permettre demettreenexerguele fait quel'onpuisseexpliquerquetelfacteurproduittellecaractéristiqueoubien, *acontrario*, que d'autresfacteursdonnentd'autrescaractéristiques.Acetégard,ilconvientdedistinguer d'unepartlescritèreset /oulesélémentsdeladéfinition,etd'autrepartlespreuves intervenantàl'appuideseséléments.

32. Identifier surquel(s)élément(s)peutsejustifierlelienentreleproduitenquestionet l'airegéographiqueprécisémentdélimitéeconstitueraenconséquenceunepièce maîtressedu dossier.Ilesteneffetimportantquelajustificationdesélémentsdeladéfinitions'opèredela manièrelaplusobjectivepossibleenvuedeconcrétiserlelienavecprécision,celui -ci constituantlefondementdelaprotectiond'uneindicationgéographique.L'octroid'undroit exclusifsurunedénominationnes'effectueainsiquedanslamesureoùcedroitestjustifié pardesélémentssetpreuvesobjectifs.Cesélémentssetpreuvescontribuentàrendre compréhensiblel'objetdelaprotectionetlaraisond'unetelleprotection,parlebiais,par exemple,d'uncahierdeschargesprésentantcesélémentsd'unemanièreméthodologiqueet concrète.

33. Encequiconcernelapreuve,unapprocheflexibles'imposeetlelienpeutêtre généralementprouvépartoutmoyenuile.Leplussouvent,ilappartientauxproducteurs d'apporterlajustificationdulien.Ilestimportantqueleliensoitclairementdéfiniafinde permettredecontrôlersilesfacteurs déterminantuntelliensonttoujoursprésents.Audelà, cecontrôlepermetdegarantirauconsommateurqueleproduitenquestionestuneindication géographique,garantissantdecefaitlaprésenceetlacontinuitéduliendansleproduitmis surlemarché.

34. Latraçabilitéduproduitfaitpartiedecettedémonstration.Partraçabilité,onentendle systèmepermettantdesuivreleproduitdelaproductionjusqu'àlacommercialisation.Le "cahierdescharges"définitunezoneetilconvient d'apporterunepreuve del'origine géographique duprojet.

35. Lelienentrelalocalisationgéographiqueetlaqualiténefaitpaspartiedetousles systèmesdeprotection.Certainssystèmesrequièntparexemplequeleszonesconcernées soientgéologiquementdistinctesdeszonesenvironnantesmaisnerequièntpasqu'une distinctionparticulièreaffecteleproduitquienestissu.Demême,lesdispositions concernantlesmarquesdecertification,quirequièntquelesmarquesdoiventcertifier l'origineoulaqualité,nerequièntpasnécessairementlesdeux.Untitulairedemarque pourradonneràacertificationd'origineuncritèredequa lité,notammentdansuneoptique marketingvisàvisdesconsommateurs,maiscelan'estpasuneobligation.Pasplusn'est-il souventnécessaired'établirunlienentrelelieuetlaméthodedefabrication,laqualitédu produitfinalprimantsurlafaçondontilestproduit.Àl'inverse,lelienavecl'origine géographiqueconstituera le point de départ surlequels'appuieraunedemande d'enregistrementd'unproduitcommeindicationgéographique.

Leliendevraêtréfaitentreleproduit, sesspécificitésetsesparticularitésd'unepartetlenom géographiquedemandéd'autrepart.Ils'agiradonc d'expliquercommentlaqualité,la réputationoud'autrescaractéristiquessontliéesàlazonégéographiqueetdedéterminerainsi lescritèrasededélimitationetlesspécificationsduproduitquiendécoulent.

[Findudocument]